



جامعة غرداية
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



أثر العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية
دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء
مركز الدفع غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم السياسية

تخصص: تنظيم سياسي وإداري

إشراف الأستاذة:

صوالحي ليلي

إعداد الطالبة:

مولاي إبراهيم سارة

نوقشت وأجيزت بتاريخ: 2021/07/07

امام اللجنة المتكونة من:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
د. أحلام طواهرية	محاضر "ب"	جامعة غرداية	رئيسا
د. ليلي صوالحي	محاضر "أ"	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
أ. خديجة ناصري	مساعد "أ"	جامعة غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

الإهداء

إلى بسمة الحياة إلى من كلت أناملها لتتقدم لنا السعادة من كان دعائها سر نجاحي إلى التي لولاها ما كنت لأصل أُمي الغالية

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم أبي العزيز

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله :جلال ،يونس ،مراد .

إلى من بما أكبر وعلبها اعتمد وهيبة ،إلى شلتي النور والذكاء نور الهدى وشيماء .

إلى بهجة البيت وسعادتهما: تاج الدين عادل و ملاك ،

إلى رفقاء دربي يسرى ،عائشة ،نجاة .

إلى كل العائلة كبيرها وصغيرها

إلى كل من يحملهم قلبي،

إلى كل من خصنا بأمنية أو دعاء، أو أهدانا نصيحة أو تحمل شكوى أو فرح لابتسامه... .

إلى من كانوا معنا على طريق النجاح والخير



التشكر والعرفان

ربي أوزعني أن اشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه

لا قيمة لشكر يستهمل دون شكر الخالق سبحانه وتعالى فاللهم لك الحمد حتى ترضى و لك الحمد بعد الرضا

إلى من بلغ الرسالة . و أدى الأمانة. ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين ﷺ

ثم الشكر إلى من لا يتم الشكر إلا بشكرها إلى الأستاذة الفاضلة صوالحي ليلى على إشرافها على المذكرة وعلى النصائح

والتوجيهات والتشجيع في سبيل إخراج هذا العمل إلى النور

كما أوجه جزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ العلمي بن عطا لله على ما أسداه إلى من نصائح وإرشادات علمية نافعة اهتديت

بها إلى سوي السبيل

إلى من أضافوا بصمتهم في هذا البحث أخص بالذكر كل من الأستاذة ناصري خديجة و الأستاذ فخار خالد

كما أقدم امتناني و عرفاني إلى الذين أضافوا قيمة لبحثي الأستاذ : طارق شنقال ،والى السيد رزوق محمد جلال جزاهما الله

عني خير الجزاء .

كما لا أنسى أن أتوجه بالشكر إلى كافة أساتذة وعمال قسم العلوم السياسية .

و أشكر كل من ساهم في مساعدتي في إنجاز هذه المذكرة من قريب أو بعيد، وإلى كل من قدم لي يد العون حتى ولو بالكلمة

الطيبة.



ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة للتعرف على اثر العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية، وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على مؤسسات هامة وحساسة، وهي المؤسسات الخدمائية التي سنقف عند واحدة منها ألا وهي مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الإجراء غرداية باعتبارها مؤسسة خدمائية تستخدم العلاقات العامة كوسيلة لتحقيق أهدافها وبلوغ غاياتها، ومن هنا سعت هذه الدراسة إلى معرفة الواقع الفعلي للعلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، ومدى مساهمتها في تحسين الخدمة العمومية المحلية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات وتم تحليل البيانات الواردة في استمارات الاستبيان، عن طريق استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتم الاعتماد على المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لكل بعد من أبعاد المتغيرين.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أن للعلاقات العامة اثر على ترقية الخدمة العمومية المحلية بحيث توجد علاقة طردية بين مكانة العلاقات العامة في المؤسسة و بين ترقية الخدمة العمومية في المؤسسة.

الكلمات المفتاحية:العلاقات العامة، أثر، الخدمة العمومية المحلية، ترقية، الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية.

Summary

This study aims to identify the impact of public relations in enhancing local public service. In this context, this study sought to focus on important and sensitive institutions, which are service institutions, we will stand in one of them, which is an institution in The National Social Security Fund for Salaried Workers, a procedure for Ghardaia as a service institution. Public relations are used as a means to achieve their goals and achieve their goals, and from here we wanted to know the actual reality of public relations in the service organization and the extent of its contribution to improving the local public service. To achieve the objectives of the study, a questionnaire was used as a data collection tool. The data contained in the questionnaires was analyzed using SPSS software. The arithmetic means and standard deviations were used for each of the two variables. The study concluded several results, the most important of which are:

Public relations have an impact on enhancing public service, as there is a direct relationship between the position of public relations in the organization and the promotion of public service in the institution.

Keywords: public relations, Effect, local public service, Promotion, the National Fund for Social Insurance.

مقدمة

تعيش الإدارة العمومية في بيئة معقدة وديناميكية تجعلها بحاجة مستمرة الى التحديث .

الإدارة العمومية الجزائرية بدورها ليسرت بمنأى عن التحديات الاقتصادية و الاجتماعية وسياسة التحديث و التكيف العام مع المحيط وعلى اعتبار أن الخدمات العمومية موجهة لتلبية تطلعات المواطنين واحتياجاتهم يقع على كاهل الجهاز الإداري عبء مزدوج يتمثل في ترقية الخدمات المقدمة من جهة و توفيرها في الشكل والوقت المرغوب فيه من جهة أخرى .

عرفت العلاقة القائمة بين المواطن و الإدارة جدلية كبيرة تمثلت في عدم رضا وتذمر المواطن من هذه الخدمة وطرق تقديمها وصلت إلى حد فقدانه الثقة في هذا الجهاز الإداري رغم أن الدولة في عمل دؤوب من أجل إصلاحها لعل أهم سبب في هذه الفجوة والتي لم تستطع الدولة الجزائرية لسنوات إيجاد الدواء الشافي لها يرجع الى غياب الاتصال بينها وملتقي الخدمة .

في إطار سياسة الإصلاح الإداري التي انتهجتها الدولة والتي ترمي بدرجة أولى الى إعادة الثقة وكسب تأييد الجماهير من جديد . كان ولا بد من أجل تحقيق هذا الهدف التوجه نحو العلاقات العامة كمجال وتخصص من أجل إعادة الأمور إلى نصابها الطبيعي .

من هنا ظهرت الحاجة الماسة لوظيفة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة العمومية وبعد النجاح الذي حققته وتعاضم دورها وأهميتها وأصبحت تعد منصب حيوي ضروري لا يمكن الاستغناء عنه بحيث أصبحت همزة وصل بين الجمهور الداخلي و الخارجي ولم تكتفي بهذا القدر بل أصبحت شريك في وضع استراتيجيات المؤسسة وساعدتها على القيام بمختلف أدوارها بفعالية وعلى رأسها رسم السياسات الخاصة بالمؤسسة وجماه يريها كما أصبحت تساهم في عصرنة حقل الإدارة من خلال توفيره لمختلف وسائل الاتصال؛ الحديثة وبذلك أصبحت الأداة الأولى في مؤسسات الخدمة العمومية لتحسين خدماتها من أجل كسب تأييد وثقة الجمهور الخارجي و الداخلي .

أسباب اختيار الموضوع :

مما لا ريب فيه أن كل دراسة علمية لا تبنى اعتباطا، ولا عفويا بل تخضع لأسباب عدة موضوعية كانت أو ذاتية، فالعلاقات العامة أصبحت نقطة اهتمام الباحثين كونها الشريان الذي يصل

المؤسسة بجمهورها من خلال الانشغالات والقضايا والأنشطة التي تقوم بها .ومن جملة الأسباب التي

دفعت الباحثة لدراسة هذا الموضوع نقاط تم حصرها في ما يلي :

✓ حداثة الموضوع من وجهة نظري وقد كان هذا دافعا لدراسته.

✓ تسليط الضوء على مكانة العلاقات العامة في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال

الأجراء

✓ تشخيص علاقة الإدارة بالمواطن ودراسة آليات ترقية الخدمة العمومية المحلية.

✓ إبراز العلاقة بين العلاقات العامة و الدور الذي تلعبه في ترقية الخدمة العمومية المحلية.

أهمية الموضوع :

معرفة مدى فعالية العلاقات العامة كنشاط وكوظيفة في أرض الواقع، والدور الذي تلعبه في

تحسين وترقية الخدمة العمومية المحلية.

الأهمية المتزايدة التي تعرفها العلاقات العامة في شتى المجالات ؛وخاصة على مستوى المنظمات

الخدماتية كونها تمثل الوحدة الإدارية الأقرب للتعامل مع المواطن.

تحتل الخدمة العمومية المحلية أهمية بالغة في الحياة اليومية للمواطن ما جعل الدولة تسعى لتحسينها،

هذه الأهمية جعلتها محل دراسة.

الهدف من الدراسة:

إن الأهداف بالنسبة للدراسة، كالأركان بالنسبة للبناء، لذلك فان لكل دراسة أو بحث علمي

أهداف يسعى للوصول إليها وتحقيقها، ومنه وجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط

العريضة لبحثه يضعها نصب عينه طمعا في تحقيقها، ومن هذا المنطلق حددت أهداف الدراسة في

النقاط التالية :

✓ التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة موضوع الدراسة وكيفية

عملها، وكذا مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها.

✓ محاولة تشخيص واقع الخدمة العمومية المحلية لأهميتها البالغة للمواطن في حياته اليومية .

✓ معرفة مدى فعالية العلاقات العامة كوظيفة وممارسة في تحسين الخدمة العمومية المحلية.

الإشكالية:

تبعا لما تم تقديمه لأهمية العلاقات العامة باعتبارها فنا علما وممارسة وكوظيفة حيوية في مؤسسات الخدمة العمومية التي امتدت لتشمل الإدارة المحلية نظرا لكثرة الوظائف والمهام الملقاة على عاتقها وبالإضافة إلى واقع هذه الخدمات التي لا ترقى لتطلعات المواطنين وجدت نفسها بحاجة ماسة لجهاز العلاقات العامة من أجل محاولة كسب ثقتهم وتحقيق الموازنة بين مصالح المواطنين ومؤسسات الخدمة العمومية وإمكانية تقديم حلول لواقع العملية الاتصالية بين الإدارة كمقدم لهذه الخدمة، والمواطنين كمتلقين لها، من هنا برزت معالم الإشكالية التي نعمل على معالجتها ،من خلال الإجابة على الإشكالية المطروحة :إلى أي مدى تساهم العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية ؟ و هذه الإشكالية نتفرع عنها أسئلة فرعية هي :

✓ هل تساهم وظيفة العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية ؟

✓ ما هو أثر الاتصال الداخلي والخارجي على جودة الخدمة العمومية المحلية ؟

✓ هل تركز وظيفة العلاقات العامة على الاهتمام بالجمهور الداخلي أم الجمهور الخارجي ؟

✓ هل تؤثر مكانة العلاقات العامة في الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء على

ترقية الخدمة العمومية فيها ؟

فرضيات الدراسة :

تعتبر صياغة الفرضيات من أهم خطوات البحث العلمي ، كونها "افتراض تتم صياغته بطريقة تجعله قابلا للاختبار، و يمكننا من التنبؤ بوجود علاقات خاصة بين متغيرين أو أكثر .

بناء على الإشكالية المطروحة تم اقتراح الفرضيات الآتية :

الفرضية الأولى: كلما زادت مكانة العلاقات العامة زاد مستوى ترقية الخدمة العمومية المحلية.

الفرضية الثانية: يساهم الأداء المرتفع لعمال الصندوق الوطني في ترقية الخدمة العمومية المحلية.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكانة العلاقات العامة وترقية الخدمة العمومية المحلية .

مجال الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة المختلفة من الخطوات المنهجية الهامة ، ولقد اتفق كثير من المشتغلين في مناهج البحث الاجتماعي على أن لكل دراسة ثلاثة مجالات رئيسية وهي :

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة على مستوى مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء مركز الدفع بولاية غرداية

المجال الزمني: يقصد به الفترة الزمنية المستغرقة لإجراء الدراسة انطلاقا من المرحلة الاستكشافية إلى غاية نهايتها وبالنسبة لموضوع دراستنا بحيث كانت دراسة ميدانية داخل الصندوق الوطني للعمال الإجراء وحددت هذه الفترة من 02 جوان 2021 إلى غاية 21 جوان من نفس السنة.

المجال البشري: يضم جميع العناصر البشرية التي يعتمدها الباحث في جمع البيانات.

ضمت هذه الدراسة جميع الموظفين داخل الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية ونظرا لضيق الوقت تم توزيع 33 استمارة بحثية تم استرجاع 31 منها.

وتم الاعتماد على العينة العشوائية في الجمهور الخارجي للإجابة على سبر الآراء وتم الاكتفاء ب 30 استمارة بعد إن تم ملئ 65 استمارة نظرا لضيق الوقت.

المناهج و الاقترابات:

تعتمد أي دراسة على منهج يكون كأساس للعمل، فهو كفيل بقيادة الباحث في مختلف مراحل بحثه ويقصد به تلك الأداة التي يستطيع الباحث من خلالها تحقيق أهداف بحثه ، فهو وسيلة تمكنه من بناء بحثه وفق خطة متكاملة تسمح له بعدم الخروج عن متطلبات ذلك البحث

المنهج الوصفي التحليلي: الذي يقوم بوصف الظاهرة كما هي في الواقع وصفا دقيقا كما وكيفا و الذي اردنا من خلاله التوصل لمعرفة دقيقة وتفصيلية عن الموضوع بوصف واقع الخدمة العمومية وتحليل

مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء

منهج دراسة الحالة :

وهو منهج يتعلق بظاهرة معينة، ويتطلب دراسة معمقة ودقيقة لتلك الظاهرة، ومن ثم جمع البيانات والمعلومات عنها، ونعتمد على هذا المنهج في دراستنا من أجل جمع المعلومات المتعلقة بالعلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء ، وواقع ممارستها. وهل تؤثر على أداء المؤسسة، وأيضا للتعرف على كيفية الاتصال والتواصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي، أي العاملين بها وكذا جمهورها الخارجي .بالإضافة إلى اعتمادنا على بعض الاقتربات وهي:

الاقترب المؤسسي : يقوم على شرح وتفسير مفصل للمؤسسة، ونستخدم هذا الاقترب من أجل جمع المعلومات عن مؤسسة الصندوق الوطني للعمال الأجراء فيما يخص كيفية بنائها أي الهياكل التي تتوفر عليها، ونشأتها، والأهداف التي أسست من أجلها، والنشاطات والوظائف التي تقوم بها، وكذا العلاقات التي تربطها بجمهورها، وعليه فإن الاقترب المؤسسي يساعدنا على التعرف على المؤسسة.

الاقترب الاتصالي: بما أن هذا الاقترب يؤكد على الدور الكبير الذي تلعبه العملية الاتصالية في تنظيم مطالب البيئة، وتوجيهها إلى الجهات المعنية، فإننا نعتمد عليه لبيان كيفية اتصال مؤسسة الصندوق الوطني بجمهورها والوسائل المستخدمة في ذلك قصد معرفة رغبات الجمهور وتلبيتها، ويساعدنا الاقترب الاتصالي على معرفة مدى اهتمام المؤسسة بالاتصال بجمهورها وكيفية تعاملها مع رغباته وتطلعاته ومطالبه.

الدراسات السابقة:

بما أن نمو المعرفة يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بلأن عمله هو عبارة عن حلقة وصل متصلة بمحاولات كثيرة فكل عمل من هذا القبيل لا بد أن يكون على الأقل قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة أو مشابهة وقد أدرجت بعض الدراسات التي تشابهت في طرحها للموضوع.

الدراسة الأولى: عيواج عذراء (2008/2009)، مذكرة ماجستير بعنوان واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية¹، هدفت للكشف على واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية ومكانتها في التنظيم الهيكلي التي تعاني منها العلاقات العامة في الإدارة المحلية، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج.

✓ أن ظهور العلاقات العامة في المؤسسة محل الدراسة (بلدية قسنطينة) ما هو إلا ظهور شكلي فقط أن خلية الاتصال لا تعوض جهاز العلاقات العامة.

✓ أن الإدارة المحلية الجزائرية لم تستوعب بعد أهمية إيجاد الصورة الذهنية الجيدة عند الجمهور الداخلي والخارجي.

✓ إهمال العلاقات العامة، نتيجة الفهم الخاطئ لهذه الوظيفة ومكانتها ودورها.

✓ غياب المختصين والمؤهلين في الاتصال، وسيطرة الطابع البيروقراطي الذي تجسد من خلال إهمال شؤون المواطن، ونقص الاهتمام بمشاكل المواطنين والموظفين على حد سواء

• **الدراسة الثانية:** رحيل غانية (2015/2016) مذكرة ماستر بعنوان دور العلاقات العامة في تنمية أداء المؤسسات العمومية.² انطلق الباحث من إشكال مفاده هو: مامدى انعكاس واقع العلاقات العامة بمؤسسة الأنايبب الصغرى على أدائها؟ وكان جوهر الدراسة أنه تلعب العلاقات العامة دورا هاما في تحسين صورة المؤسسة وسمعتها أمام الرأي العام وكذا تحسين العلاقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي على أساس الثقة التفاهم والود من خلال الاتصال الدائم والمستمر معه لكسب تعاطفه وتأييده

خلصت الدراسة إلى أنه :

يمكن تقييم واقع العلاقات العامة في المؤسسة بالحسنة.

لوظيفة العلاقات العامة دور فعال في تنمية أداء المؤسسة محل الدراسة، فهي تساهم في الرفع من مردودتي العمال والى زيادة إنتاجية المؤسسة وبالتالي تحقيق أهدافها والوصول إلى النجاح المأمول.

¹ عذراء عيواج، واقع العلاقات العامة للإدارة الخلية الجزائرية، دراسة ميدانية لبلدية قسنطينة، مذكرة ماستر، قسنطينة: جامعة منتوري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال علاقات عامة، 2008-2009.

² غانية رحيل، دور العلاقات العامة في تنمية أداء المؤسسات العمومية، دراسة ميدانية، مؤسسة الأنايبب الصغرى برغاية، مذكرة ماستر، بومرداس: جامعة المجد بوقرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم سياسية، 2015-2016.

• **الدراسة الثالثة:** كعوان عبد الرزاق ، وهو ورقة بحثية بعنوان الاتصال الخارجي في الإدارة المحلية وعلاقته بترقية الخدمة العمومية المحلية¹ ، تطرق فيها لأهمية الاتصال الخارجي في الإدارة المحلية ، ودوره في ترقية خدماتها باعتبار واقع هذه الخدمات لا يرقى لتطلعات المواطنين ، ولا تستجيب لأغلب حاجاتهم الضرورية .

وقد خلص إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها في:

- ✓ سوء استعمال وسائل الاتصال كاستعمالها لأغراض شخصية وغير مهنية .
- ✓ عدم تقيد بعض العاملين للإجراءات الرسمية التي يتطلبها الاتصال الرسمي تعطل الكثير من وسائل الاتصال الحديثة وعدم إصلاحها بسبب عدم وجود الكفاءة لذلك.
- ✓ تفعيل العملية الاتصالية الداخلية يمكن المؤسسة من العمل في ظروف ملائمة أما الاتصال الخارجي فله وظائف متعددة تشمل ترقية الخدمة العمومية وتحقيق التنمية المحلية .

إن أهم ما يميز موضوع هذه الدراسة عن الدراسات السابقة الذكر أنها حاولت التركيز على العلاقات العامة كآلية ومكانيزم لترقية وتحسين الخدمة العمومية ، وذلك من خلال تسليط الضوء على واقع ممارستها مع جمهورها الداخلي والخارجي، وهذا ما ينعكس بدوره على أداء مؤسسات الخدمة العمومية المحلية ، وقد تم اختيار مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الإجراء وكالة غرداية لاجراء الدراسة الميدانية فيها، باعتبارها الهيئة المجسدة للنظام العام المتعلق بالضمان الإجتماعي بالجزائر والمكلف بتوفير خدمات التأمينات الاجتماعية لأكثر من عشرين مليون مؤمن ومستفيد.

طرق جمع المعلومات:

تمثل تقنيات الدراسة مجموع الوسائل و الأساليب التي يعتمد عليها الباحث للحصول على المعلومات اللازمة لانجاز بحثه

أ. أدوات جمع المادة العلمية النظرية المتمثلة في القوانين، الكتب، الرسائل الجامعية، المجالات العلمية.

¹ عبد الرزاق كعوان، الاتصال الخارجي في الادارة المحلية، مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية، العدد08، ص ص 429-444، 2018.

ب. أدوات جمع المادة الميدانية، التقنيات التي سمحت لنا بالحصول على المعطيات من مجتمع الدراسة.

❖ الاستمارة تعد التقنية الرئيسية للبحث باعتبارها التقنية المباشرة للتقصي العلمي و الحصول على بيانات معينة من خلال إجابات المبحوثين

تبعاً لأسس و قواعد البحث العلمي تم وضع استمارة أولية و بنائها بشكل مبدئي خلال شهر ماي (استمارة أولية) وبعد إخضاعها للتحكيم اتضح أنها تحتاج إلى التعديل و التغيير

وفي جوان تم التوصل إلى وضع استمارة بشكل نهائي بموافقة الأستاذة ، و تم توزيعها على المبحوثين حيث تم توزيع الاستمارة الخاصة بالجمهور الداخلي في 6 جوان 2021 . و قد تكفل رئيس مصلحة الموارد البشرية باسترجاعها أما الاستمارة الخاصة بالجمهور الخارجي (سبر آراء) تم توزيعها من طرف الباحثة و استرجاعها في الحين.

❖ **المقابلة:** فكانت تقنية مكملة لجمع البيانات المتعلقة بالمشكلة المدروسة، فكانت بشكل مقابلات حرة و مقننة وقد تم استعمال هذه التقنية من أجل التعرف على المؤسسة ووظائفها و المهام التي تقوم بها و الهيكل التنظيمي للمؤسسة من خلال مقابلة مع السيد رئيس مصلحة الموارد البشرية و المقابلة مع السيد مسؤول خلية الإصغاء والإعلام والاتصال من أجل معرفة دور الخلية في تقديم خدمة عمومية و مدى تنوع الوسائل الاتصالية بالمؤسسة.

صعوبات الدراسة:

لقد واجهت الباحثة العديد من الصعوبات أثناء انجاز هذه الدراسة تمثلت معظمها فيما يلي:

- عدم حداثة المراجع على مستوى مكتبة الجامعة
- ✓ انعدام الدراسات التي تربط بين متغيري الدراسة بشكل مباشر
- ✓ الصعوبة في اختيار المؤسسة محل الدراسة
- ✓ التخوف من أسئلة الاستمارة خصوصاً من قبل الجمهور الخارجي

تبرير خطة الدراسة :

من أجل ا لإجابة على ا لإشكالية المطروحة وتأكيد أونفي الفرضيات الم قترحة في البحث تم تقسيم الدراسة إلى فصلين :

الفصل الأول يتعلق با لإطار المفاهيمي للعلاقات العامة والخدمة العمومية ، حيث سيتم تخصيص المبحث الأول لماهية العلاقات العامة سيتم التطرق فيه إلى : نشأتها، تعريفها، الأهداف، المبادئ التي تقوم عليها وأهم وسائل الإتصال التي تستخدمها ، والاستراتيجيات التي تعتمد عليها في تحقيق أهدافها والمبحث الثاني خصص لماهية الخدمة العمومية المحلية سيتم التطرق فيه الى :تعريفها ، أهدافها، أهم خصائصها، والنظم التي تقوم عليها ،المعوقات البيروقراطية التي تحول دون ترقية الخدمة العمومية وكذا اقتراح بعض الحلول من خلال اقتراح جملة من المداخل والنظريات ، والمبحث الثالث سيتم فيه توضيح العلاقات العامة و ترقية الخدمة العمومية المحلية .أما الفصل الثاني يعالج دور العلاقات العامة في تحسين الخدمة العمومية المحلية في الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء ، وسيتم فيه التعريف بالمؤسسة المبحث الأول، والمبحث الثاني سيتم التطرق إلى واقع العلاقات العامة في المؤسسة ، أما في المبحث الثالث ستنم فيه مناقشة وتحليل نتائج الاستبيانات بناء على مخرجات برنامج الحزمة الاحصائية spss.

وسيتم ختم الدراسة بحوصلة عامة عن الموضوع والإجابة على إشكالية الدراسة والفرضيات المطروحة واقتراح مجموعة من التوصيات.

الفصل الأول

تمهيد:

إن العلاقات العامة كعملية ثمينة ومثمرة أصبحت ضرورية في كافة المؤسسات و المنظمات والهيئات على اختلاف أنواعها ونشاطاتها، بحيث لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة أو منظمة كانت، وهذا نظرا لأهميتها الكبيرة في تحقيق أهداف المؤسسة، وتلعب العلاقات العامة دورا هاما في تحسين صورة المؤسسة وسمعتها أمام الرأي العام، وكذا تمتين العلاقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي على أساس الثقة والتفاهم والود من خلال الاتصال الدائم والمستمر معه لكسب ثقته وتأييده، من هذه الوظائف استمدت العلاقات العامة ضرورة وجودها في مؤسسات الخدمة العمومية التي أصبح الاهتمام بالجمهور الخارجي شغلها الشاغل خصوصا في ظل عدم رضا هذا الأخير عن واقع هذه الخدمة. من أجل التعرف على العلاقة التي تربط بين ممارسة وظيفة العلاقات العامة و واقع ترقية هذه الخدمة تم التطرق في هذا الفصل الى .:

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

المبحث الثاني: ماهية ترقية الخدمة العمومية المحلية.

المبحث الثالث: العلاقات العامة كآلية لترقية الخدمة العمومية المحلية.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

إن الإنسان بطبيعته لا يعيش في عزلة بل تقتضي ظروف الحياة الاتصال بالآخرين والتعاون معهم كذلك الأمر بالنسبة لأية منظمة فهي لا تعيش بمعزل عن الجمهور فهي تحتاج إليه وهو يحتاج لها لذلك لابد من وجود علاقات طيبة بينهم من هنا ظهرت الحاجة للعلاقات العامة كوسيط بين الجمهور الداخلي وجمهورها الخارجي، مع منتصف القرن العشرين شهد تقجير للثورة المعلوماتية والاتصالية وأصبحت العلاقات العامة تحظى باهتمام لافت من قبل الحكومات والدول ولم يعد دورها يقتصر على التعريف بأنها فلسفة إدارية بل امتد ليشمل خلق صورة ايجابية لدى الجمهور الخارجي وكذا تلبية رغباته.

سنتطرق في هذا المبحث إلى التعريف بالعلاقات العامة، نشأتها، مجالاتها والوظائف التي تقوم بها وكذا وسائل الاتصال التي تستعملها و في الأخير الإستراتيجية الخاصة بها.

المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة.

من الصعوبة تحديد تعريف شامل للعلاقات العامة وذلك لتعدد التعريفات ويعود هذا أساسا إلى اختلاف المنطلقات التي ينطلق منها كل باحث باختلاف فلسفتهم وبيئتهم.

الفرع الأول البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة:

يتكون مصطلح العلاقات العامة من كلمتين:

❖ **أولا العلاقة :** هي مجموع الصلات والاتصالات التي تكون بين هيئة أو شركة أو منظمة من جهة

والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى.¹

❖ **ثانيا العامة :** تشير إلى الجماهير ويقصد بها الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه ونشاطاته بالمنظمة

أو (الجمهور العام).

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية الإسلامية، المجلد الثالث، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص 192 .

في نظر خبراء العلاقات العامة فإن كلمة **PUBLIQUES**. تعني جماعة أفراد تقع في محيط نشاط المؤسسة تؤثر فيها وتتأثر بها وتتسم بطابع مميز بين أفرادها مجموعة من الشعارات والرموز وتوجد بينهم مصالح متشابهة وتربط بينهم روابط معينة وكلما ازدادت هذه الروابط وتوثقت كلما كانت المجموعة أكثر تجانساً.¹

الفرع الثاني اصطلاحاً: على الرغم من أن هذا المصطلح أصبح شائعاً في ميدان الإدارة والعلوم الإدارية فإن الباحثين لم يتوصل والى تعريف محدد لذلك جاءت التعريف مختلفة من باحث لآخر ومن هيئة لأخرى ومن قاموس لآخر

تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية: "هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ عليها وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لاستمرار التفاهم والتعاطف لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط".²

تعريف جمعية العلاقات العامة ب: و م أ " هي تلك الجهود المخططة والمنظمة لبناء وترسيخ علاقات قوية وتفاهم متبادل بين المنظمة وجمهورها".

تعريف دائرة المعارف البريطانية: «هي تلك السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو فرد، مؤسسة، دائرة حكومية، أو هيئة أخرى".

تعريف الجمعية الفرنسية: «هي تلك العلاقات المبذولة من طرف فريق ما لإنشاء علاقات مبنية على أساس الثقة واستمرارها بين أعضاء الفريق وبينها وبين الجماهير الأخرى".³

¹ هشام بوخناف، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، مذكرة

ماجستير، عنابة: باجي المختار كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع، 2010/2011، ص34

² محمد عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط5، مصر: عالم الكتب، 2008، ص23.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005، ص32.

تعريف جمعية العلاقات العامة العربية: " هي مجموعة من المسؤوليات تهدف إلى كسب رضا الجمهور الداخلي والخارجي وفقا للتخطيط السليم لأجهزة الدولة".¹

عرفها قاموس LE PETIT LAROUSE على أنها "نشاط محترف يهدف إلى إعلام الرأي العام بما حققته المؤسسة وهذا من أجل تحسين صورتها الذهنية".²

عرفها قاموس وبستر: "بأنها مجموعة من النشاطات يقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل مع ها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه".³

عرفها أي في لي الأب الروحي للعلاقات العامة: «مسؤولي دراسة اتجاهات الرأي العام والعمل على إصلاح الخطط وتعديلها من قبل المنظمة من أجل خدمة المصلحة المشتركة». ⁴

عرفها محمد عجوة: "مجموعة من الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة من أجل كسب ثقة الجمهور، وإيجاد حالة من التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة، والقيام بالأفعال التي تلبى احتياجات الجمهور في إطار ما هو مشروع وممكن".⁵

المطلب الثاني: العلاقات العامة من الممارسة إلى المهنة.

إن العلاقات العامة بدأت كممارسة عملية تعتمد على الخبرة الشخصية لكن التطورات العلمية والعملية خلال القرن العشرين أعطتها أساسا علميا واضحا ترجمها إلى مهنة معترف بها بدرجة كبيرة.

1 حسن عبد الحميد رشوان، العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1993، ص 17.

2 Jean Chaumely, **les relation publiques**, P.U.F, PARIS, 1962, P11.

3 Idem

4 عبد الرحمن عبد العزيز ماجد، أساليب الاتصال ووسائله في العلاقات العامة دراسة تطبيقية، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بن سعود الإسلامية: كلية الإعلام: قسم الصحافة، 1985، ص 25.

5 محمد عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة: عالم الكتب 2001 ص 29.

الفرع الأول: العلاقات العامة قديماً.

ترجع العلاقات في أشكالها البدائية إلى الممارسات الأولى كرحلات الصيد والقنص وإقناع الجمهور بالانضمام إلى الهجرات أو الغزوات البدائية.¹

تطور الإنسان وتطورت البشرية فتكونت الحضارات وكانت لهذه الحضارات علاقات ضرورية بالجماهير وبدأت الكتابة والنقوش على الواجهات والجدران لتوجيه الرسائل ونشر أنباء الانتصارات ويعتبر الآشوريون أول من سن النشرات المصورة لإذاعة أخبار الحروب. واستعملت حضارة بلاد الرافدين ألواح مسمارية تمثل نشرة موجهة للمزارعين لتعليمهم كيفية زراعة محصول جديد.²

كما أولى الرومان واليونانيون أهمية للعلاقات العامة من خلال الاهتمام بالرأي العام وفسح المجال لتبادل الآراء والمناقشة، كما اهتموا بالخطابة والمناظرات.³

أما الحضارة المصرية: فقد كانت العلاقات العامة تركز على جذب الجماهير ومحاولة التأثير عليهم بوسائل وأفكار متعددة. وقد كان كهنة المعبد يمارسون الإعلام في الحروب من أجل تشجيعهم وما يؤكد اهتمام المصريين بالعلاقات العامة هو العثور على آثار في تل العمارنة بمصر لمخلفات رسائل مكتوب عليها أخبار انتصارات وتعليمات للأهالي تشبه ما تقوم به النشرات التي تصدرها الوزارات اليوم.⁴

أما العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية: قدم المسلمون الأوائل الأساس للعلاقات العامة وطوروا الوسائل والأساليب لبناء العلاقات الحسنة مع الطرف الآخر، وقد كان الرسول محمد صل الله عليه وسلم يبعث بالرسائل مع أصحابه إلى الملوك والحكام من أجل دعوتهم للإسلام أو الصلح أو التحالف حيث قامت الدولة الإسلامية في وقت وجيز ليس بالسيف والقوة فقط بل بالكلمة الطيبة والإقناع وكلمة الإقناع هي جوهر العلاقات العامة هنا وقد استخدم المسلمون الخطب والرسائل كوسائل للتأثير على الآخر، واحترق ما للإسلام

¹ خزيم سالم الخالدي، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة: منظور حديث، الأردن: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، د.س.ن، ص02.

² سالم مصطفى اسماعيل، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، مطبعة هشام، 1999 ص 11.

³ جميل احمد خضر، العلاقات العامة، ط1 دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، 1998 ص 39

⁴ سالم اسماعيل مصطفى، المرجع السابق، ص09

أهم مبدأ في العلاقات العامة الحديثة ألا وهو الرأي العام و مبدأ الشورى والعمل على مبدأ كسب الجماهير.¹ أما في العصور الوسطى: ا لتي اتسمت بالجهل فقد قام لوثر كينج بالثورة ضد الكنيسة الكاثوليكية حين استخدم العلاقات العامة من أجل كسب رضا الجماهير باستخدام البعثات التبشيرية لادعاية والمشاركة في الحروب الصليبية.²

الفرع الثاني: العلاقات العامة حديثا.

رغم أن العلاقات العامة عرفت في المجتمعات القديمة إلا أنها لم تأخذ سماتها الحالية ولا اسمها الحالي إلا في مطلع القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية تحديدا.³ يعتبر أيفي لي هو رائد العلاقات العامة والأب الروحي لها في العصر الحديث بعد أن وضع الكثير من مبادئها خلال رحلته مع المهنة التي بدأت مع مطلع القرن العشرين حيث انه أول من نادى بضرورة إرفاق كل عمل إشاري بصورة طيبة للمؤسسة لتحسين شكل المنظمة.⁴ يرى أيفي لي أن العلاقات العامة تعتبر عملية ذات اتجاهين قائمة في الأساس على معرفة آراء الجمهور والإعلان عن معلومات المنظمة بمصادقية ثم العمل على تحقيق المصلحة العامة من خلال التعديل في السياسات والأداء بما يتماشى مع الجمهور.⁵ ويعتبر ادوارد بيرنز أول من استخدم عبارة مستشار العلاقات العامة وجعلها مادة أكاديمية قام بتدريسها في جامعة نيويورك، كما كانت له عدة مؤلفات في مجملها تؤكد على أهمية الجماهير في تحقيق أهداف المؤسسة.

¹ نصيرة بوخاري، دور العلاقات العامة في تحسين المنظمة دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر لولاية غرداية، مذكرة ماستر، جامعة غرداية كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2021/2020، ص18.

² محمد بلحميتي، واقع ممارسة الوظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية دراسة حالة لبعض الإدارات العمومية لولاية مستغانم جامعة وهران كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع 2019/2018 ص42

³ عبد الناصر جردات لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الأردن: دار البازوري للنشر والتوزيع، 2009، ص30.

⁴ عبد الناصر جردات، المرجع السابق، ص32.

⁵ عبد الناصر جردات، مرجع سابق، ص3.

يرى ادوارد بيرنز أن تاريخ العلاقات العامة يمكن تقسيمه لأربعة مراحل هي:

المرحلة الأولى: تبدأ من سنة 1900 إلى قيام الحرب العالمية الأولى وهي مرحلة الإعداد والتخصيب حدثت فيها إصلاحات كبيرة وازدهار قاومتها المؤسسات بعدم القبول.

المرحلة الثانية: تشمل سنوات الحرب العالمية الأولى كلها اهتمت الولايات المتحدة الأمريكية بدراسة الرأي العام ومعرفة مقوماته كيفية التأثير عليه حشده والحصول على تأييده، اتسمت العلاقات العامة في هذه المرحلة بسمات أخلاقية واجتماعية تقوم على احترام الفرد والبعد عن التضليل وأن يكون التأثير على الأفراد قائماً على أساس الصراحة والوضوح.

المرحلة الثالثة: 1919 إلى 1929 تعرف بمرحلة النمو والازدهار بسبب ظهور الأصول الفنية والمنهج العلمي والقيام بالدعاية للترويج للخدمات والسلع

المرحلة الرابعة: 1933 عام الأزمة العالمية حيث ضرورة توحيد جهود المنظمات، وتم استخدام العلاقات العامة كمفهوم ثابت من قبل المنظمات، وتم تأسيس وكالة العلاقات العامة في هولندا ومن ثم في بعض الدول العربية كمصر.¹

الفرع الثالث: المؤشرات المهنية للعلاقات العامة.

يتميز العصر الحديث بالتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة، مما يجعل العلاقات العامة مهنة ضرورية لا تقتصر أهميتها على المنظمات فحسب بل تقترن هذه الضرورة بحياة المجتمع بدءاً بالأفراد وانتهاءً بالدولة كلما زاد حجم الجماعة ازدادت مهام المهنة كما وتعقيدا.

يشرح هارولد بيرسون مؤسس وكالة بيرسون طبيعة التطور المهني الذي شهدته العلاقات العامة في القرن العشرين من خلال توضيح أشكال العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة وعملائهم.

في بداية نشأة مهنة العلاقات العامة كان العملاء يسألون الممارسين: كيف نقدم هذا النشاط للجمهور؟

¹ شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد، فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية دراسة تحليلية بوزارة الاعلام مذكرة ماجستير جامعة السودان كلية الاتصال قسم العلاقات العامة 2015 ص19

المرحلة الثانية أصبح التساؤل: ما النشاط الواجب تقديمه للجمهور؟

وفي المستوى الثالث من التطور يكون التساؤل: كيف نؤدي هذا النشاط؟¹

ويعد من أهم المؤشرات التي تؤكد على مهنية نشاط العلاقات العامة إمكانية تطبيق الأصول المشتركة التي

تجمع المهن المتخصصة على مهنة العلاقات العامة وتشمل هذه الأصول في:

❖ لكل مهنة متخصصة إطارها المتخصص والهادف والعلاقات العامة يتوفر لها هذا الإطار فهي تعمل في

مجال الاتصال بين المؤسسة والجمهور ومحتوى هذا الاتصال بين المؤسسة والجمهور هو الآراء

والاتجاهات.

❖ لكل مهنة متخصصة أساليب متعارف عليها للممارسة تتمثل هذه الأساليب في العلاقات العامة في البحث

التخطيط والاتصال.

❖ وأخيراً تحتاج كل مهنة إلى أخلاقيات تحكمها وتوجهها ولقد صاغت الاتحاد والجمعيات المعنية بالعلاقات

العامة الدساتير الأخلاقية التي ترشد عمل الممارسين لهذه المهنة.²

المطلب الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة.

إن تعريف العلاقات العامة يوضح أنها فلسفة اجتماعية ونشاط إداري هادف وهي بهذا المضمون

لا بد أن تكون لها أهمية وأهداف تسعى للوصول إليها.³

الفرع الأول: أهمية العلاقات العامة.

لقد سطرت العلاقات العامة لنفسها مكانة جعلتها تحظى بأهمية في أي مجال من المجالات التي

تستدعي وجود ترابط وتحقيق منفعة وفيما يلي تلخيص لأهمية العلاقات العامة:

¹ محمد حجاج العلاطي، المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2010/2011، ص 19.

² المرجع السابق، ص 22.

³ غانية رحيل، مرجع سابق، ص 03.

- ✓ لديها أثر كبير في نجاح المشروعات.
- ✓ الفن الذي يستشهد به عند الاتصال بالناس ومخاطبتهم بوسائل الإعلام
- ✓ تهيئة الرأي العام لتقبل ما يوجه إليه من أفكار ورسائل مختلفة.
- ✓ هي المرافق لولادة وبدائيات المشاريع على مختلف أنواعها.
- ✓ تقوم المؤسسات على مختلف أنواعها بالاهتداء بآراء رجال العلاقات العامة.¹
- ✓ التكيف ونقل المعلومات والإقناع.
- ✓ إجراء دفاعي ضروري لنشاطات وسمعة المنظمة.
- ✓ التأكيد على دور الإدارة ومسئوليتها في خدمة مصالح الجمهور.
- ✓ المساعدة على تكوين آراء صائبة وتزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق الثابتة وتلقي ردود الأفعال والتأثير في الرأي العام.²

الفرع الثاني: أهداف العلاقات العامة.

- يعتبر تحقيق العلاقات العامة لأهدافها جزء من تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة، لا يقتصر دور العلاقات العامة على التعريف بالمؤسسة بل يمتد ليشمل ما يلي:
- ✓ بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الخارجي والداخلي.
 - ✓ المحافظة على حالة من الثقة والرضا على المؤسسة لدى جماهيرها.
 - ✓ الاهتمام بحاجات ورغبات العمال داخل المنظمة.
 - ✓ تعميق الصلة الطيبة بين الإدارة والعاملين.

¹ محمد مصطفى كمال، العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات، ط1، بيروت: دار المنهل اللبناني، ص37.

² محمد بن علي. احمد الدخيلي، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة في الوزارة الاردنية دراسة ميدانية، مذكرة مجيستار، جامعة اليرموك: كلية الاعلام قسم صحافة 2016-2017 ص 34

✓ ضمان الحلول عن التغذية العكسية في المعلومات الناتجة عن ردود أفعال الجماهير واتجاهاتها وإبلاغها للإدارة العامة.¹

✓ الدفاع عن المنظمة وحمائيتها من الهجمات والادعاءات التي تتعرض لها مثل تشويه الأخبار غير الصحيحة.²

✓ إيجاد حالة من التكامل بين السياسات الإدارية واتجاهات ورغبات الجمهور.

✓ إقناع الجمهور وتعديل اتجاهاتهم السلبية نحو المنظمة.

✓ توفير المعلومات الصحيحة وإيصالها إلى فئات الجمهور المختلفة لمساعدتها على تكوين آرائها بناء على الحقائق.³

✓ إيجاد سمعة طيبة وصورة ذهنية جيدة ومركز متميز للمنظمة.

✓ الاتصال الدائم بأجهزة الإعلام والمحافظة على علاقات طيبة معها.⁴

المطلب الرابع: المجال الوظيفي للعلاقات العامة.

تتعدد العلاقات العامة بتعدد أوجه النشاط الإنساني، وتعدد الجماهير في المجتمع الإنساني

وبالتالي اختلفت مجالات ممارسة العلاقات العامة لكن كل هذه المجالات جمعتها وظائف مع مراعاة

الظروف والأحوال التي تطبق فيها

الفرع الأول: مجالات العلاقات العامة.

هنالك عدة مجالات رئيسية لتطبيق العلاقات العامة سنأتي على ذكر أهمها فيما يلي:

¹ أمينة زروال، دور أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي، دراسة ميدانية بمديرية المجاهدين أم البواقي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2018/2019، ص32.

² محمد بن علي أحمد الدخيلي، مرجع سابق، ص44.

³ محمد بن علي أحمد الدخيلي، مرجع سابق، ص45.

⁴ شذا أبو سليم، مدى تحقيق ادارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العمال، رسالة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير، الجامعة الاسلامية غزة: كلية التجارة، قسم ادارة الأعمال، 2016، ص23

أولاً المجال السياسي: ويكون على مستوى الأحزاب السياسية والسياسيين وجماعات الضغط وخاصة في الدول التي تأخذ بالنظام الحزبي سواء الحزب الواحد الحاكم أو تعدد الأحزاب السياسية، ويكون هنا للعلاقات العامة دوراً كبيراً في مجالات استقطاب الجماهير والتأثير عليهم بهدف الحصول على تأييدهم وأصواتهم في الانتخابات، وتعتبر العلاقات العامة هنا بنشاطها وخبرائها حلقة وصل بين السياسيين وبين الجماهير.¹

ثانياً مجال الوزارات والدوائر الحكومية: ففي هذا المجال تسعى العلاقات العامة إلى توعية الجماهير وإرشادها عن طريق شرح وتفسير القوانين والأنظمة بهدف مصلحة الجمهور ومن أجل كسب تأييده للسياسات والقوانين والأنظمة بهدف مصلحة الجمهور ومن أجل كسب تأييده للسياسات والقوانين الحكومية. وقد تتصدى العلاقات العامة لدحض بعض الشائعات أو تبرير موقف معين عن طريق إبراز الحقائق المتعلقة بهذا الموقف.

ثالثاً مجال الإدارة المحلية: وتتمارس العلاقات العامة هنا دوراً هاماً في كل ما يتعلق بالشؤون البلدية والتي تديرها مجالس بلدية أو محلية .

رابعاً مجال المؤسسات العامة: حيث تعتبر المؤسسات العامة أجهزة إدارية بنوع من الاستقلال الإداري والمالي. وتزايد عددها في الدولة هو دليل على قيام الدولة بالتوسع في أنشطتها الإنتاجية والخدمية والاجتماعية لمواجهة متطلبات العصر الحديث، ودور العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية يشابه دور العلاقات في شركات القطاع الخاص² .

خامساً مجال القطاع الخاص: القطاع الخاص يشمل كافة المؤسسات الخاصة وشركات الأشخاص وشركات الأموال المنتشرة في كافة أنحاء الدولة ودور العلاقات العامة يتمثل في إقامة علاقات جيدة مع المستهلكين والموظفين والموردين والمؤسسات المالية والمجتمع ويجب استعمال الأمانة والصدق للحصول على رضا

¹ بولعام بلال، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية دراسة ميدانية مديرية التعمير والبناء ام البواقي، مذكرة ماستر، العربي بن مهيدي :كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الانسانية، تخصص علاقات عامة، 2016/2017 ص37.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع، ص 186 .

الجمهور وثقته

سادسا المجال التعاوني: يشمل مجال الجمعيات التعاونية بكافة أشكالها و التي تسعى لتقديم الخدمات لأعضائها بسعر التكلفة و بدون ربح ، و يتضمن دور العلاقات في هذا المجال الحصول على تأييد و دعم أعضاء هذه الجمعيات و معرفة متطلباتها فيما يتعلق بنوعية الخدمة المقدمة لهم و جودتها.¹

الفرع الثاني: وظائف العلاقات العامة.

يرى محمد علي عجوة أن من الصعب تحديد الوظائف التي ينبغي أن تقوم بها العلاقات العامة في

المؤسسات ويرجع ذلك إلى مجموعة من الاعتبارات التي يمكن إيجازها فيم يلي:

- طبيعة و مجال عمل المنظمة، و حجم الجماهير التي تتعامل معها.
- حجم المخصصات المالية المتاحة لإدارة العلاقات العامة.
- المناخ السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تعمل به المنظمة.
- مدى إدراك الإدارة العليا في المؤسسة أو المنظمة لمفهوم العلاقات العامة ومدى اقتناعها بقدرة العلاقات العامة على انجاز أعمالها التي توكل إليها.²

هناك ثمانية وظائف حددتها الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة وتتضمن:

1. كتابة التقارير والبيانات الصحفية والخطب.
2. الاتصال بمختلف وسائل الإعلام.
3. تحرير النشرات ومختلف الخطابات الموجهة من إدارة المنظمة لجماهيرها الداخلية والخارجية.
4. تحسين صورة المؤسسة من خلال المؤتمرات واللقاءات والأنشطة.
5. مواجهة فئات الجمهور المختلفة والتحدث إليهم من خلال توظيف متحدث رسمي.
6. استخدام الإعلانات من اجل إعلاء اسم المؤسسة.

¹نفسه

²محمد علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ص52

7. تحديد الاحتياجات والأهداف المرتبطة بعمل المؤسسة.

8. وأخيرا إنتاج النشرات الكتيبات والتقارير المختلفة.¹

على العموم تؤدي العلاقات العامة ستة (6) وظائف رئيسة لا تختلف باختلاف المنظمة إلا أن الاختلاف يأتي في الواقع العملي حينما تعكس أهداف المنظمة فلسفتها التي تعبر عنها، فالأهداف التي تضعها العلاقات العامة في المؤسسات الربحية تختلف عن تلك التي تضعها في المؤسسات غير الربحية بالرغم من وجود بعض الأهداف المشتركة بين المؤسستين.

أولاً: البحوث هي الأساس والقاعدة لتصميم أية خطة ناجحة وتحديد أهداف البحث.²

وهي الخطوة الأولى التي تبنى عليها المقومات الأساسية لنجاح وظيفة العلاقات العامة فالمؤسسة بحاجة لمعرفة اتجاهات المستهلكين ومختلف القوى الخارجية.³

1. تعريف البحوث: هي عملية منظمة يقوم فيها الباحث من خلالها بالحصول على إجابات وبيانات عن سؤال أو مجموعة تساؤلات للوصول إلى بلورة الأفكار حول قضية أو موضوع يشغل باله أو المؤسسة التي يعمل فيها.⁴

2. أنواع البحوث: قسمت البحوث إلى:

البحوث الاستطلاعية: تفيد هذه البحوث في التعرف على جوانب المشكلة وصياغتها في إطار علمي تمهيدا لتصميم البحوث لدراستها دراسة دقيقة.

البحوث الوصفية: تحقيق هدفين أولهما رسم صورة دقيقة لموقف معين والهدف الثاني تحديد نسبة احتمال تكرار حدث معين مرتبط برابط آخر .

¹ محمد علي عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص37.

² شذا أبو سليم، مرجع سابق، ص46

³ هشام بوخناف، مرجع سابق، ص142.

⁴ شذا أبو سليم، مرجع سابق، ص46.

البحوث التفسيرية: تعتمد على إجراء التجارب تقوم على معرفة تأثير متغير مستقل على متغير تابع وتسمى أيضا التجريبية.

البحوث التاريخية: من خلالها يتم فهم العوامل التي أدت إلى تطور أو انحطاط العلاقات في الأزمنة الماضية بغية الاستفادة منها في التخطيط المستقبلي.¹

3 الهدف منها:

- ✓ التعرف على الذات أي هي المرأة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها
- ✓ تحديد جماهير المؤسسة.
- ✓ منع الأزمات والاضطرابات أي حينما يمكن التنبؤ بالمشكلة مبكرا يصبح من اليسر وضع حلولاً لتفادي انفجارها.²

ثانياً التخطيط: هي الخطوة الثانية في عملية العلاقات العامة بعد البحوث التي يجريها رجل العلاقات العامة تعرف على أنها: «النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة من الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة. ويتم فيها تحديد سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمنشأة».³

وتتضمن خطة العلاقات العامة الأجزاء الرئيسية التالية:

- السبب الذي توضع من أجله خطة العلاقات العامة.
- الهدف المباشر سواء كان بسيطاً أم معقداً.
- تحديد الوسائل والأساليب لتحقيق الأهداف.
- تحديد تكاليف تنفيذ خطط إدارة العلاقات العامة سواء من حيث المال أو الوقت.

¹ نفسه

² شذا أبو سليم، المرجع السابق، ص45

³ عرجة علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، المرجع السابق، ص119.

➤ دراسة البيئة الخارجية من أجل معرفة إفرزات البيئة الخارجية وتشمل الزبائن، المساهمون، المجتمع

والدولة.¹

ثالثا: التنسيق يتم عملية توزيع المهام ووضع الأهداف الخاصة بالأقسام وتحديد إجراءات العمل ومتابعة الخطط، وتغذية الإدارة العليا بالمعلومات، والعمل على الاتصال بالمسؤولين (الإدارة العليا) داخل المؤسسة وكذلك الاتصال بالهيئات والأفراد خارج المؤسسة والاتصال المستمر مع مختلف الهيئات والعمل على توصيل المعلومات كما نوعا مع مختلف الفاعلين في بيئة المؤسسة الخارجية والداخلية تكون العلاقات العامة هنا بمثابة حلقة الوصل وأداة تنسيق بين الأفراد العاملين في المؤسسة وجماهيرها المختلفة.²

رابعا الاتصال: هي العملية التي من خلالها نقل الرسائل والمعلومات سواء شفوية كانت أم كتابية ولا تقتصر عملية الاتصال على إرسال الرسالة أو استلامها بل لإدراك مستلمها لفحواها ومكنونها، يتم الاتصال بين إدارة العلاقات العامة مع الإدارات المختلفة.³

خامسا الإنتاج: نشاط هادف يتمثل في كتابة التقارير والبيانات الصحفية وإنتاج النشرات وتحديد احتياجات الأهداف تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات والمعارض، وتنظيم المسابقات، وتقديم الهدايا التذكارية.⁴

التقويم: تعرف على أنها "النتائج الفعلية المحصلة من خلال تطبيق البرامج الموضوعية وتحديد الانحرافات وتعديلها"

¹ شذا أبو سليم، المرجع السابق، ص47.

² هشام بوخناف، المرجع السابق، ص150.

³ عاتف بضياف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياة سكيكدة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة: جامعة منتوري، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، 2010/2009، ص46.

⁴ وفاء شيباني، دور العلاقات العامة في ادارة الازمات داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز للشرق ام البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، تخصص علوم الإعلام والاتصال، 2018/2017، ص46.

تهدف هذه العملية إلى مقارنة الانجازات الفعلية بالخطط والأهداف الموضوعية والتأكد من عدم وجود تجاوزات ومخالفات وانحرافات عن الخطط والأهداف والكشف عن المشاكل والصعوبات التي تعترضها أثناء عملية التنفيذ.¹

في الأخير يمكن القول إن وظائف العلاقات العامة هي الوسيلة الوحيد التي من شأنها أن توصل إدارة العلاقات العامة في جميع المؤسسات سواء كانت عامة أو خاصة إلى غاياتها وأهدافها المحددة سابقا.

المطلب الخامس: الاتصال جوهر العلاقات العامة.

عالم اليوم هو عالم اتصالات في كل ثانية ملايين المعلومات يتم تبادلها في العالم. ويعتبر الاتصال الركيزة الأساسية التي تستعين بها أية مؤسسة مهما كان طابعها عاما أو خاصا في الربط بين كافة المستويات الإدارية ولفهم عملية الاتصال في مجال العلاقات العامة لابد من التعرف على النقاط التالية:

✓ متى نحتاج إلى الاتصال في العلاقات العامة؟

✓ مع من يجب أن يتم الاتصال؟

✓ ما الذي نحن بحاجة له لكي تتم عملية الاتصال؟

✓ كيف يجب أن يتم الاتصال؟

✓ من الذي يقوم بعملية الاتصال؟

الفرع الأول مواصفات خبير العلاقات العامة:

تعد واحدة من معضلات العمل في مجال العلاقات العامة هي الشخصيات التي تنبري للعمل في هذا الحقل المهم فهي ليست وظيفة لكسب العمل شأنها شأن الوظائف الأخرى بل الأمر يستدعي نوع من فنون التعامل التي يستطيع المرء من خلالها النفاذ للمشكلات الحقيقية التي تواجه المؤسسات التي يعمل فيها، يذهب عدد من الباحثين إلى أن رجل العلاقات العامة معني ب: القيام بمهام الاستشارية، القيام بالاتصال

¹بوخناف هشام، المرجع السابق، ص151.

، التأثير في الرأي العام ، من هنا فان اختيار العاملين في علاقات العامة لا بد أن يتمتعوا ببعض الصفات والخصائص الأساسية.¹ و فيم يأتي أهم خصائص :

أولا الصفات الخاصة بشخصية ممارس مهنة العلاقات العامة:

1. الصفات الظاهرية ومنها:

- بشاشه الوجه وعدم التجهم
- المظهر الحسن الذي يؤدي إلى تقبل للآخرين لشخصيه ممارسه المهنة

2. الصفات النفسية:

- الرغبة القوية في المعرفة والسعي الدائم نحو التعلم واستكشاف الحقائق
- توفر خاصية حب الاستطلاع
- القدرة على التعرف على مصالح الآخرين ومشاعرهم

3. الصفات الذهنية ومنها:

- الذكاء وسعه الخيال والتفتح الذهني
- الدقة العقلية والانتباه إلى التفاصيل البسيطة
- المرونة والقدرة على الفهم السريع وسرعه البديهة بالإضافة إلى التفكير المنطقي والعقلية المنظمة.

4. الصفات السلوكية:

- الالتزام بالمعايير الأخلاقية من أهم متطلبات العمل بمهنة العلاقات العامة
- القدرة على التعامل مع الآخرين
- المسؤولية وعدم التهرب منها
- تقبل النقد الموضوعي

¹ محمد حجاج العلاطي ، مرجع سابق ، ص 34.

- حسن التصرف وسرعه الاستجابة
- المبادرة في إقامة الاتصالات والتي تعني القدرة على بدء الحديث وخلق المناسبة للاستمرار فيه
- الشخصية المتحركة تعني تميز الفرد من مقدره عالية على تمثل أوجه الحياة الجديدة في المجتمع.¹

ثانيا المتطلبات الخاصة بمعرفة ممارس مهنة العلاقات العامة.²

تتمثل أهم الخبرات المعرفية التي ينبغي توافرها لدى الممارسين في نوعين:

1. خبرات معرفية هامة:

يؤكد الخبراء العلاقات العامة على ضرورة توفر خلفيه معرفيه لدى ممارسه المهنة في مجال العلوم الاجتماعية والتي تمكنه من إجراء البحوث العلمية ومن بين أهم المجالات المعرفة المتصلة بمهنة العلاقات العامة.

• علم النفس والاجتماع يساعدني ممارسه المهنة على الإلمام بطبيعة السلوك البشري و بأنماط شخصيه الفرد.

• البحث العلمي ومناهجه وأساليبها الإحصائية وطرق قياس الرأي العام واتجاهات الجماهي

• السياسة والاقتصاد واللذان يؤديا للتعرف على الأحداث الخارجية وإدراك الظروف

السياسية والاقتصادية المحيطة بعمل الممارس الإلمام بطبيعة عمل المؤسسة التي ينتمي إليها على التعرف على توجهات الإدارة المستقبلية.³

2. خبرات معرفيه متخصصة:

• وتتمثل في الفهم الكامل لطبيع ة وسائل الاتصال بجميع أنواعها وكيفية استخدام كل وسيله منها

بكفاءة عالية. وتفهم مشكلات الحافة وحرية الإعلام.

¹ محمد عبد الرزاق الدليمي، المدخل للعلاقات العامة ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص115

² محمد حجاج العلاطي، مرجع سابق، ص 36.

³ محمد عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 217.

ثالثا المتطلبات الخاصة بمهارة ممارسة مهنة العلاقات العامة:

تتمثل هذه المتطلبات فيما يلي:

1. مهارات اتصالية:

- مهارة الكلام جعل أفكاره متسلسلة وموجزه والقدرة عن التعبير عن الذات بطلاقة.
- مهارة الإنصات لابد أن يكون مستمعا جيدا ملاحظات الهامة ويستوعب آراء الآخرين.
- القدرة على تكوين علاقات طيبة مع مندوبي وسائل الإعلام والمسؤولين في المجتمع الذي تعمل به المؤسسة.

2. مهارات إدارية وظيفية: القدرة على إدراج البرامج بفعالية وإقناع الإدارة العليا بها ووضعها موضع التنفيذ

بالإضافة إلى توافر مهارة القيادة والتحفيز ومهارات وضع الميزانية وتحليل التقارير وإتقان أساليب التفاوض والعمل مع الفريق.¹

3. المهارات العملية:

- إجادة مهارات الكتابة والرسم والتصوير.
- الإلمام بمهارات الكتابة الصحفية والنصوص الإعلامية.
- إجادة مهارة تحليل رسائل الجمهور وتحديد اتجاهات الجمهور وتحليلها وتفسيرها
- القدرة على استخدام النظريات الاتصالية في تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة .
- القدرة على تطبيق القواعد الرسمية المعترف بها باستقبال الضيوف والوفود الأجنبية واللقاءات الرسمية .
- إجادة مهارة التعامل مع التكنولوجيا الاتصال الحديثة بما يتضمن إجادة التعامل مع برامج الحاسب الآلي وفهم التطورات التي تحدث في تكنولوجيا وسائل الاتصال.²

الفرع الثاني: جمهور العلاقات العامة:

¹ علي عجة. محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، دار المشرق للنشر والتوزيع، دس ن، ص200.

² حم عبده حافظ، العلاقات العامة ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009، ص121.

"اعرف جمهورك" هو الشعار الذي تستند عليه العلاقات العامة فهو المادة الخام الذي تتعامل معه

فلا اتصال دونه. الإدارة الناجحة في العلاقات العامة هي التي تضع دائما نصب عينها الجمهور كوسيلة

مساعدة لتحقيق الأهداف بحيث انه هناك مجموعة من العوامل التي تؤكد على أهمية ذلك:

✓ لتحديد كافة الفئات من الجماهير المتعلقة ببرنامج العلاقات العامة.

✓ لتأسيس الأولويات عند وضع الميزانية.

✓ لاختيار وسائل الإعلام المناسبة ولتحضير رسالة للجمهور بالشكل المناسب.¹

ويقسم الجمهور حسب انتمائه إلى:

أولا الجمهور الداخلي: نعني به جميع منتسبي المنظمة والذين يمكن تصنيفهم حسب مسؤولياتهم الإدارية

وهو نقطة البدء في العلاقات العامة بحيث لا بد أن تبدأ من الداخل وتتجه للخارج حيث أن الجمهور الداخلي

يكون أكثر اهتماما وتأثرا بالتطورات التي تجري داخل المؤسسة.²

يتكون الجمهور الداخلي لأية مؤسسة من الفئات التالية:

1. المؤسسون: هم أصحاب فكرة الإنشاء وتقع عليهم مسؤولية الدرجة الأولى يقومون بوضع السياسات

والخطط. تتحمل إدارة العلاقات العامة مسؤولية الاتصال ل بهم بصفة مستمرة لاطلاعهم بالتقدم الذي حققته

المؤسسة.

2. المساهمين: أصحاب المؤسسة المالكون لها يقومون بانتخاب أعضاء مجلس الإدارة وتقوم إدارة العلاقات

العامة بتزويدهم بالبيانات اللازمة عن المؤسسة.

3. العاملون: هم ممثلي المؤسسة في المجتمع الخارجي لذا يتوجب على إدارة العلاقات العامة الحرص على

إيجاد علاقات طيبة معهم مع حفزهم على تسويق صورة ايجابية لها.¹

¹ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص79.

² رزيقة إقصر، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية مؤسسة الاملاح قسنطينة، قسنطينة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسنطينة: جامعة منتوري كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، 2006/2007، ص117.

ثانياً الجمهور الخارجي : يعرف أنه "سكان المنطقة التي تتواجد فيها المؤسسة أيضا العملاء والزبائن والمتعاملون مع المؤسسة. أي انه يشمل كل من سيتلقى الرسائل التي توجهها المؤسسة خارج إطارها التنظيمي ولا يمكن لأية منظمة الاستمرار إلا إذا نالت ثقة جمهورها الخارجي. ويقسم إلى:

1. الجمهور الخارجي المباشر : المستهدف من الرسالة التي يقوم بها القائم بالعلاقات العامة بتوجيهها إليه

هذا النوع من الجمهور معني مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي يتلقى الخدمة أو الذي يستهلك المنتج

2. الجمهور الخارجي غير المباشر : الجمهور الذي يتوقع أن تؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمؤسسة

فيه أو يمكن أن يصبح فيم بعد من الجمهور المباشر للمؤسسة.

للولوصول للجمهور الخارجي تقوم العلاقات العامة بمجموعة من الأنشطة مثل الإشهار وحملات الترويج للسلع والخدمات.²

الفرع الثالث : وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

يستخدم الاتصال في العلاقات العامة داخل المنظمة على اختلاف أنشطتها الأدوات والوسائل المتاحة والتي نجدها ملائمة لأنشطتها.

أولاً : وسائل الاتصال التي تنتجها العلاقات العامة:

هذه الوسائل والأدوات بإمكان أي منظمة أعمال إنتاجها على مستوى بيئتها الداخلية بهدف بيان وشرح الأنشطة الممارسة من قبل المنظمة.

1. الفاكسيمي: هو وسيلة الاتصال الشخصي غير المباشر تتفوق بقدرتها على إرسال الوثائق

والصور والرسوم المواد المطبوعة سواء عبر الهاتف أو الموجات اللاسلكية.

¹ رزيقة لقصير، المرجع السابق، ص118.

² سامية جفال، الاتصال في العلاقات العامة... الوسائل والجمهور، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 29، 33-49، ص42

2. اتصالات الحاسب الآلي والبريد الإلكتروني : له أهمية بالغة في عمليات إرسال البيانات واستقبالها حيث

يتحول الحاسب الآلي إلى وسيلة اتصال من خلال استخدام تطبيقات الحاسب الآلي كالبريد الإلكتروني لإرسال النصوص والصور في الفيديو.

3. مجلة المؤسسة : دورية تصدرها إدارة العلاقات العامة في منظمة الأعمال سواء الحكومية أو الخاصة توجه للجماهير ذات العلاقة بهذه المنظمة أكثر أدوات العلاقات العامة شيوعا وانتشارا.

4. التقرير: هو عرض للحقائق الخاصة لموضوع أو مشكلة أو ظرف أو أحداث معينة عرضا وتحليلا لطريقة مبسطة، مع ذكر الاقتراحات التي تتماشى مع النتائج التي تم الوصول إليها من بينها التقارير الإخبارية التحليلية التفسيرية الإحصائية الدورية والسنوية التي هي عن تقرير من طرف الإدارة لمن تعمل لديه، تقرير موجه بشكل عام إلى المساهمين.¹

5. المسابقات الصحفية/ المسابقات الإخبارية : وثيقة بسيطة هدفها توصيل المعلومات بصيغة قابلة للنشر ترسل إلى المحررين العاملين في مختلف وسائل الإعلام ثم الحكم عليها بناء على أهميتها تتضمنه من أخبار ووفقا لحدثها ومعلوماتها.

6. الرسائل الإخبارية: مصممة لتكون مطبوعا غير رسمي تعتبر أحد وسائل الاتصال الشخصي غير المباشرة تهدف الى الاتصال السريع مع فئات معينة ومحدودة مميزات غير مكلفة.²

7. لوحة الإعلانات: تعتمد عليها الإدارة في أخبار العاملين بالأوامر والتوجيهات والتعليمات.

¹ محمد منير حجاب، سحر محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة مدخل الاتصالي، ط2، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999، ص 139 216.

² محمد بشير محمودي، الوظيفة الاتصالية لادارة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر، أطروحة دكتوراه، باتنة: جامعة الحاج لخضر، نيابة مديرية الجامعة للتكوين العالي في الطور الثالث، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال والمكتبات، شعبة علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال والشهار، 2020/2019، ص102.

- 8. المعارض والواجهات:** إحدى الوسائل التي تستخدمها المؤسسة للترويج عن نفسها قد تكون بسيطة ورخيصة الثمن أو قد تكون معقدة وغالية الثمن يكون الهدف الأساسي هو تحسين صورة المؤسسة لدى الرأي العام وكسب تأييده.
- 9. الزيارات:** وهي نوع من الأحداث الخاصة وهي من بين وسائل الاتصال الشخصي المباشر وتعدّها المنظمة بهدف شرح وتبيان الطريقة التي تعمل بها ولعرض ما لديها من إمكانيات مختلفة كما تستعمل في الاتصال بين الجمهور الداخلي والخارجي.
- 10. الدعوة:** تعتبر من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة تأخذ أشكالاً مختلفة وذلك بحسب الظروف والتوقيت يرتبط عادة بأنشطة أخرى.
- 11. الاجتماعات واللقاءات:** اشتراك عدد من الأفراد في لقاء لتحقيق أهداف معينة قد تكون عامة وهي تجمع كبير نسبياً وقد تكون خاصة على نطاق ضيق بين العمال مع رؤوسهم المباشرين تعقد في المناسبات العامة.
- 12. المؤتمر الصحفي:** هي من الوسائل الاتصال التي تهيئ الفرصة لمجموعة من الأعضاء لتبادل الفكري فيما بينهم حول موضوع يهمهم. تعقد المنظمة مؤتمرات صحفية تدعو إليها مختلف وسائل الإعلام والصحافة لعرض قضية أو مسألة ترغب في عرضها.¹
- 13. الكتيبات:** وهي من بين وسائل الاتصال الجمعي وهي صورة مصغرة للكتاب ورسالة تزيد عن حجمها المؤلف لا يزيد حجمها عن 48 صفحة تتناول موضوعاً واحداً بالتفصيل أو موضوعات مختلفة ذات علاقة وظيفية.
- 14. النشرات:** وسيلة اتصال تستخدمها العلاقات العامة بالمنشآت المختلفة للاتصال سواء بالجمهور الداخلي تطلق عليها بالنشرات الداخلية أو الجمهور الخارجي موردين ومستهلكين.

¹ محمد البشر محمودي، المرجع السابق، ص103.

15. الملصقات: لوحة مصورة على صحائف كبيرة من الخشب تعلق على الجدران في المواقع الجماهيرية

تتضمن عادة فكرة يعبر عنها بالرسم او الكتابة بطريقة سهلة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام

16. المحاضرات: هي من وسائل الاتصال اللفظي الجمعي تستخدم لنقل قدر كبير من المعلومات لإعداد

كبيرة من الأفراد في وقت تحدده مقدما يخاطب جمهور له إحاطة بموضوع المحاضرة او له رأي¹.

ثانياً: الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة:

هذه الوسائل والأدوات لا يمكن للمنظمة إنتاجها على مستوى بيئتها الداخلية وعليه تلجأ للمحيط الخارجي بهد

الوصول إلى عدد هائل من جمهورها الخارجي وهي:

1. الصحافة: أثبتت التجارب تفوق هذه الوسيلة على الوسائل الأخرى بالنسبة لجمهور القارئ ذلك لما تتميز

به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة التي تساعد على توضيح الامور للقراء .

ينبغي لإدارة العلاقات العامة أن تكون على دراية تامة بكيفية إنتاج النشرات الصحفية الخبر التقرير المقال

حتى يتمكن من استغلال الفرص التي قد تتاح للعلاقات العامة في الصحف العامة

2. إذاعة الراديو: السياسية وسيلة إعلامية ذهنية لتبادل الأخبار والآراء والأفكار والمعلومات عن طريق

المشاركة. وهي الوسيلة الإعلامية الأولى التي استطاعت أن تصل إلى جمهورها متخطية حواجز الأمية

وعقبات والقيود.²

3. التلفزيون: يرجع اهتمام العلاقات العامة بالإمام بالتلفزيون لكونه إحدى أهم وسائل التي يمكن الوصول

لكافة شرائح المجتمع لدوره المهم في عملية التعليم والتدقيق يعتبر الاتصال عن طريق المرئيات وهي أكثر

الوسائل الاتصالية فعالية في نقل الأفكار في مجال العلاقات العامة يقول العلماء ان حاسة البصر هي أسرع

الحواس في تحميل الصورة الذهنية في عقل الإنسان.

¹ تأمر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، ط2، عمان: دار الحامد، 2009، ص294 295.

² محمد بشير محمودي، المرجع السابق، ص110.

4. **السينما:** تعد باهظة التكاليف في مجال العلاقات العامة خاصة إذا كانت في شكل أفلام سينمائية كاملة لا تعتمد عليها إلا المنشآت الكبرى.

5. **المجلات:** يعتبر اختيار المجلة المناسبة لموضوع العلاقات العامة المراد نشره من أهم نقاط استخدام هذه الوسيلة لأن لكل مجلة جمهورها بالإضافة إلى الموعد الذي تختاره لعرض الفكرة.¹

المطلب السادس: استراتيجيات العلاقات العامة.

إن تبني إستراتيجية فعالة مبنية على أساس برنامج علمي واضح وقابل للتحقيق هو أساس نجاح المؤسسة التي تريد إن تنتهج سياسة اتصال شفافة مع جمهورها الداخلي والخارجي حتى تكون لنفسها أولمنتجاتها وخدماتها صورة طيبة اتجاه الجماهير .

لذا نجد أن المؤسسة التي تؤمن بدور الاتصال والعلاقات العامة كوظيفة أساسية للتسيير الفعال تخصص مصلحة أو قسما خاص تطلق عليه عادة تسميات عدة العلاقات العامة او قسم الاتصال مؤلف موظفا يقوم بإعداد إستراتيجية عمل لتنفيذ هذه البرامج هدف تكوين وبناء صورته حسنه بناء علاقات الثقة مع الجماهير التي تتعامل مع هذه المؤسسة.

الفرع الأول: تعريف إستراتيجية العلاقات العامة:

المقصود بإستراتيجية العلاقات العامة هي " مجموع القرارات العام ة والمستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما تحقيق أهداف معينة وذلك باستعمال وسائل الاتصال وتقنيات متعددة إن طبيعة الأنشطة في مجال العلاقات العامة تتميز بتنوع وتتميز بالتنوع والتعدد طبيعي أن يكون لكل ميدان إستراتيجية خاصة تلاؤمه وتحقق أهدافها .وفيما يلي الإستراتيجية التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق

أهدافه.²

¹جميل أحمد خضر ،العلاقات العامة ،ط2،عمان :دار المسيرة للنشر والتوزيع ،1998،ص137

².أحمد صبحي ،استراتيجية العلاقات العامة ،القاهرة :دار النهضة العربية ،2012،ص 45

إستراتيجية التركيز: تستعمل في حالات الطوارئ كل وسائل الاتصال للوصول لكافة الجماهير في آن واحد.

1. إستراتيجية التوقيت المناسب : تحديد الوقت مناسب لإذاعة أو نشر بيان أو لإعلان قرار أو لافتتاح مشروع.

2. إستراتيجية المشاركة: إعطاء الجمهور الداخلي فرصه للتعبير عن رأيه في وسائل إعلام المؤسسة ووضع صندوق شكاوى واقتراحات.

3. إستراتيجية عدم التدخل : في حال إجراء مسابقات فان المؤسسة لا تتدخل في نتائجها بل الأفضل أن تسند أمرها للجان أو شخصيات محايدة وذلك لإعلاء قيمه النزاهة والشفافية عند المؤسسة.

4. إستراتيجية التروي والترتيب : وذلك في حالات الحملات الكيدية ضد المؤسسة يفضل الرد بعد الدراسة والتقصي في الأمر ثم نشر معلومات ايجابية أو القيام بأفعال تفند موضوع الحملات الكيدية.

5. إستراتيجية المفاجأة: ينفذ في اللحظة الأخيرة في ظرف من الظروف ولكن يجب مراعاة أن أي معلومات أو خطوات تتخذ يجب أن تتوافق مع مصلحة الجماهير.

6. إستراتيجية ملقى الطرق : اختيار الأماكن التي تتجمع فيها الجماهير لعرض أنشطته واختيار الشخصيات المؤثرة والتي لها تأثير في جوانب متعددة.¹

الفرع الثاني: خطوات بناء الإستراتيجية:

عند البدء في بناء وإعداد إستراتيجية للعلاقات العامة داخل مؤسسة، ما لابد من إجراء عملي بحث واستكشاف مستعنيين في ذلك بالدراسات الاجتماعية والنفسية .طبيعة ونفسية الجمهور المستهدف من برامج العلاقات العامة ما هي رغباته ودوافعه ومن جهة أخرى كي نفهم البيئة العامة المحيطة بالمؤسسة، وحتى

¹ أنجد صبحي، المرجع السابق، ص66.

تتمكن المؤسسة من تخطيط وإعداد على للعلاقات العامة وضع خبراء التخصص استبيان يحوي مجموعه من

الأسئلة وكل سؤال يعد محورا أساسيا من محاور خطة إعداد الإستراتيجية الفعالة وهي:

➤ ما الأهداف الموجودة؟

➤ من الجمهور المستهدف؟

➤ ما الأنظمة المتأثرة والمؤثرة في المؤسسة؟

➤ ماهي الوسائل والتقنيات التي يجب الاعتماد عليها؟

➤ ما العوائق المحتملة بخصوص الميزانية والوقت اللازم؟

➤ ما النشاطات الخطوات العملية التي ينبغي إتباعها؟

➤ ما مدى نجاح برنامج العلاقات العامة؟

أما الطريق إلى بناء استراتيجيات علاقات عامه ناجحة يمكن تلخيصها في أربع خطوات:

1. التحضير بعناية: لابد من إحداث روح المنافسة بين الفريق كي لا يكرر الأفكار المستهلكة ويبدع في خلق

رسالة مميزة تصل إلى جمهور لم يتم الوصول إليه في السابق.

2. تحديد أهداف الحملة: يمكنك تحديد هدف واضح وقابل للتلخيص في جملة واحده ليكون خارطة الطريق

لإستراتيجية الرسالة، والتغطية التي تريدها.

3. إعداد العروض ذات الإسناد: البحث بناء على البحوث التي تم إجراءها والأهداف التي تم تحديدها يتم

كتابه عروض العلاقات العامة المتماشية مع أهداف المنظمة.

4. تحديد وفهم أهداف ووسائل الإعلام: هنا تبدأ عملية اختيار الو سيلة الإعلام وتحدد الصحفيين الذين

من خلالهم يمكنك توصيل رسالتك إلى جمهورك المستهدف ما الأهداف الموجودة.¹

¹يامين بودهان، هل توجد استراتيجية خاصة بالعلاقات العامة بالمؤسسات الجزائرية الخاصة؟، مجلة العلوم الانسانية، العدد 29، تموز 2006.

المبحث الثاني: ماهية ترقية الخدمة العمومية المحلية.

يعتبر موضوع ترقية وتحسين الخدمة العمومية أولوية جوهرية في السياسات العامة للدول في العصر الحديث. هذه الخدمات أضحت تشكل معيارا للحكم على السياسات العمومية وتقييمها لسبب واضح وهو أنها ذات علاقة مباشرة لمطالب كافة شرائح المواطنين اليومية لاسيما لخدمة العلاقات العامة والتي تشكل نقطة تواصل دائم مع المواطنين وأقرب إدارته.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة العمومية المحلية.

تعد الخدمة العمومية من بين أهم العوامل الأساسية في تحقي التنمية والنهوض بالدول بناء على هذا الأساس حظي هذا المفهوم باهتمام عدد كبي من الباحثين والدارسين في إعطاء مفهوم سليم وإدراجه بين المفاهيم الرئيسية في العلوم الإدارية من هذا المنطلق سوف نحاول إعطاء مفهوم للخدمة العمومية وإبراز أهم مبادئها و ما يميزها من خصائص

الفرع الأول: نشأة الخدمة العمومية.¹

برز مفهوم الخدمة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية، واستعمل لأول مرة من طرف رئيس مؤسسة الأمريكية للهاتف والتلغراف تيودور قايل، التي أنشئت سنة 1907 من طرف مخترع الهاتف جراهام بال وامتلكت إلى غاية 1894 الذي بقي يحتكر سوق الهاتف إلى غاية سقوط هذا الاختراع في يد القطاع العمومي حيث ظهرت عدة مؤسسات مستقلة في السوق، أصبحت بعد سنوات قليلة تقدم أكثر من صف الاشتراكات الهاتفية المسجلة على إقليم الولايات المتحدة، فحاول قايل إتباع سياسة جديدة تستند على مفهوم

فريد طلاش و عبد النور ابحري، أزمة الخدمة العمومية في النظام الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق، قسم العلوم

¹السياسة 2018/2019، ص 146

الخدمة العامة، وسعى لتبرير فكرة امتلاك شبكة وطنية وحيدة من طرف متعامل واحد ضرورة اقتصادية ملحة ذلك بالخارجية الإيجابية للشبكة، حيث ترتفع قيمة الشبكة الهاتفية بارتفاع عدد المتصلين بها،¹

حتى ولو كانت تكلفة الاشتراك ثابتة، لذلك ف² إن تواجد شبكات منافسة تمثل خسارة مستعملها،

أما نظرية الاحتكار الطبيعي فتتمركز على تكلفة الإنتاج، حيث يفترض بأنها أقل اعتبارا بالنسبة لمؤسسة وحيدة الاحتكار إذا ما قورنت بتكلفة مجموعة من المؤسسات المنافسة في سوق واحدة.³

لقد لقي هذا الموضوع صدى في الوسط الأمريكي، حيث تمكنت المؤسسة الأمريكية للهاتف والتلغراف من استرجاع الاحتكار مع موافقة السلطات، ودام تقريبا نصف قرن إلى غاية تفكيك المؤسسة في 1988 تطبيقا للتشريع المضاد للاحتكار.

إن محدودية مفهوم الخدمة العامة دفع العديد من الباحثين في هذا الموضوع إلى استنتاج أن مجيء مفهوم الخدمة العامة كان هدفة فقط استرجاع الاحتكار وتم تطوير هذه الفرضية في الولايات المتحدة الأمريكية من طرف **MULTERMULTON** وفي فرنسا من طرف **DOMINIQUE GUSTO** غير أن هذا التفكير دفع إلى ولادة مفهوم الخدمة العامة من جديد حيث قامت السلطات العمومية بتنظيم قطاع الاتصالات في نفس الفترة بهدف التصدي للآثار.

السلبية للاحتكار الذي شجعتة هي بحد ذاتها. ”ويرى **LOUIS LIBOIS JOSEPH** العضو السابق بالمديرية العامة للاتصالات الفرنسية، أن المفاهيم التي جاء بها رئيس الأمريكية للهاتف والتلغراف كان لها صدى على المستوى العالمي بمساهماتها في تغيير هياكل وسياسات تنظيم الاتصالات بالولايات المتحدة وببقية العالم، سواء كانت عمومية أو خاصة.

¹ نفسه

² فريد طلاش عبد النور بحري، أزمة الخدمة العمومية في ظل النظام الإداري الجزائري 2014-2019، مذكرة ماستر ،

³ حجاج العربي، دور نظام المعلومات في ترقية الخدمة العمومية بالادارة الاقليمية "البيات القضاء على المعوقات البيروقراطية دراسة ميدانية بلديات ولاية الطارف، اطروحة دكتوراه، سطيف: جامعة ليين دباغين كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع، 2017-2018 ص 97 .

وعرفت الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين تدخل قوي للدولة في القطاعات ذات الأهمية بالنسبة للأفراد خاصة الهاتف، إذ قامت بإنشاء اللجان المستقلة التي تتمتع بتفويض واسع للسلطة من طرف الجهاز التشريعي تتكفل بتنظيم قطاع الهاتف، حيث سجل قبل 1907 تنظيم 8 ولايات فقط لهذا القطاع ليصل سنة 1920 إلى 42 ولاية، وبواسطة هذه اللجان تمكنت الولايات من التدخل في عدة مظاهر خدمة الهاتف، متبنيه فكرة عدم التمييز بين إقليم وآخر بغض النظر عن التكاليف بين منطقة جغرافية وأخرى، وتقوم اللجان السالفة بتقديم إعانات معتبرة كلما اقتضى الأمر ذلك.¹

الفرع الثاني: تعريف ترقية الخدمة العمومية المحلية:

حظي هذا المفهوم باهتمام عدد كبير من الباحثين والدارسين في إعطاء مفهوم سليم وإدراجه بين المفاهيم الرئيسية في العلوم الإدارية ويتسم المصطلح بالمرونة التي تجعله يحتمل أكثر من معنى، إذ أن مجال الخدمات وإن اتحد في الصفة العمومية والتي تعني انفراد السلطات العمومية في الدولة كأصل عام بتقديم هذه الخدمات لطالبيها، إلا أنها تختلف من حيث طبيعتها، وشكلها. لذلك سوف نحاول ضبط المفهوم.

أولاً: تعريف الترقية:

لغة: هي اسم من فعل رقى، ترقية يقصد بها رفع شخص من مرتبة إلى مرتبة أعلى هي عملية الوصول إلى مستوى أعلى، أي عملية صعود.²

ثانياً: تعريف الخدمة العمومية:

على الرغم من أن الخدمة العمومية موجودة بشكل دائم في حياتنا داخل المجتمع وتعبّر عنه الكثير من الأعمال والتفاصيل إلا أن هناك الكثير من الاختلافات في تعريفها.

1. الخدمة: يعرفها كوتلر ارسترونغ بأنها "نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس

غير ملموسة ولا يترتب عليها أية ملكية فتقديم الخدمة يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا تكون".¹

¹ حجام العربي، المرجع السابق، ص100

ما شوستاك فيعرفها على أنها "المخرجات الضرورية لمؤسسة الخدمة والتي تستهدف تقديم منافع غير ملموسة يتطلع إليها المستفيد".²

2. الخدمة العمومية: لقد قدمت عدة تعريفات للخدمة العمومية نأخذ أبرزها:

القانون الإداري الفرنسي: الخدمة العمومية هي تلك الخدمة التي تعد تقليديا خدمة فنية، تزود بصورة عامة بواسطة منظمة عامة كاستجابة لحاجة عامة ويتطلب توفيرها أن يحترم القائمين على إدارتها مبادئ المساواة والاستمرارية والتكيف لتحقيق الصالح العام.

عرف الميثاق الإفريقي لقيم ومبادئ الخدمة العامة والإدارة المعتمد بأديس بابا بتاريخ 21 يناير الخدمة العمومية في نص المادة الأولى منه على أنها "أي خدمة أو نشاط متعلق بالمصلحة العامة يتم القيام بها تحت سلطة الإدارة".³

"الحاجات الضرورية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب والالتزام في منهج توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة".⁴

"مجموعة النشاطات والمنافع التي تقدمها المؤسسات العمومية للأفراد بهدف تلبية احتياجاتهم ورغباتهم وتكون أساسا موجهة للمصلحة العامة "

الرابطة التي تجمع بين الإدارة العامة الحكومية والمواطن على مستوى تلبية الرغبات وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد من طرف الجهات الإدارية والمنظمات.¹

¹ سدي عمر، دور الخدمات الادارية الالكترونية في ترقية الخدمة العمومية في التشريع الجزائري، مجلة افاق العلمية، المركز الجامعي تلمسان، العدد3، المجلد 11، 2019، ص ص 170-186، ص172

² مصطفى باحمو. عبد القادر عزيزي، المرفق العام ورهان تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر ، ادارار: جامعة احمد دراية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق، 2018-2019، ص 22 .

³ المرسوم الرئاسي رقم 12-415، المؤرخ في 2012/12/11 يتضمن التصديق على الميثاق الإفريقي لقيم ومبادئ الخدمة العامة الإدارة المعتمد بأديسبابا، جريدة رسمية العدد 68 المؤرخة في 2012/12/16، ص 05 .

⁴ إدريس عبد الرحمان تابت، المدخل الحديث في الإدارة العامة، د.ب.ن، الدار الجامعية، 2001، ص455 .

الفرع الثالث: مبادئ الخدمة العمومية:

لكي يؤهل نشاط الخدمة العمومية لمستوى المصلحة العامة يجب أن يخضع لعدة مبادئ يمكن حصرها فيما يلي:

✓ مبدأ المساواة: يقوم على أساس تكافؤ الفرص بين جميع أفراد المجتمع

✓ مبدأ الاستمرارية: استمرار تقديم الخدمة بوتيرة غير متقطعة

✓ مبدأ الموائمة (التكيف): امتثال الخدمة العمومية للتطورات الحاصلة

✓ مبدأ المجانية النسبية: تقديم الخدمة دون مقابل.²

تم استحداث بعض المبادئ لسد الثغرات في المبادئ القديمة كنوع من التحديث استجابة للمتطلبات الاجتماعية الحديثة:

✓ مبدأ الشفافية: حرية تدفق المعلومات وتوفيرها للمواطنين الراغبين في الاطلاع عليها.

✓ مبدأ التشارك والمشاركة: مساهمة المواطن في تقديم الخدمة العمومية.

✓ وقد تم التأكيد على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم الخدمة العمومية نتج عن التقدم

التقني والعلمي وانتشار شبكة الانترنت بروز تأثيرات عديدة على المؤسسات العمومية أدبالي نمط جديد يرتكز على البعد التكنولوجي وال معلوماتي.

يمكن أن ندرج مجمل أهم مزايا تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في:

➤ توفير وإتاحة البيانات والمعلومات أمام مستخدميها.

➤ تبسيط إجراءات انجاز الخدمة العمومية.

➤ تقليل الأعباء الورقية بجمع البيانات مرة واحدة لاستخدامات متعددة.

¹ فطيمة سائح، الإدارة الالكترونية كآلية لتطوير الخدمة العمومية المحلية، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، الجزائر: المركز الجامعي غليزان، العدد 04، ديسمبر 2018، صص 62-84، ص 72.

² سهام حرير، تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر، المسيلة: جامعة محمد بوضياف كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق، 2015/2016، ص 16.

- توفير الأرشفة الالكترونية يسمح بالحصول على معلومات صحيحة لأداء خدمة عمومية رشيدة.
- المساهمة في تحقيق اتصال أفضل وأسرع مما يساعد المواطن في الحصول على خدمات عمومية عالية الجودة يساعد على زيادة ولاء المواطن نتيجة الاستجابة السريعة والمبسطة.¹

الفرع الرابع: خصائص الخدمة العمومية:

- إن الإدارات العمومية تتمثل أبرز مهامها في تقديم الخدمات العمومية للمواطنين على جميع الأصعدة سواء الاجتماعية الثقافية أو السياسية وتعتبر هذه الهيئات هيئات خدماتية بحثه بحيث نجدها تتميز بجملة من الخصائص والمميزات نبرز أهمها فيم يلي:
- ✓ الخدمة العمومية يقابلها حاجة ضرورية، فلولا هذه الأخيرة لما استلزم ذلك إنشاء مرافق متعددة تعنى بإشباع حاجة المرتفقين المختلفة.
 - ✓ الهدف الأسمى لها هو حفظ الإنسان وصيانتة وكذا رفع مستوى المعيشة نتيجة التحسين المستمر لنوعية الخدمة المقدمة.
 - ✓ يعتبر تحقيق المصلحة العامة هو الباعث الأول لتقديم الخدمة العمومية لأجل ذلك فان تقديمها ينبغي ان يكون متاحا للجميع وبالكيفيات والإجراءات نفسها.
 - ✓ تقديم الخدمة العمومية تضمنه هيئات عمومية أو من تفوضه بذلك.
 - ✓ الخدمات العمومية كباقي الخدمات غير ملموسة.
 - ✓ الترابط بين الخدمة والاستفادة منها: تنشأ عملية الترابط والتلازم بين إنتاج الخدمة ومستهلكها
 - ✓ اغلب الخدمات العمومية موجودة في وضعية احتكارية من طرف الدولة.
 - ✓ ترتبط ارتباطا وثيقا بمستوى التقدم والتحضر في كل دولة.¹

¹ عبد الكريم عاشور، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر، مذكرة ماجستير، قسنطينة: جامعة منتوري كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2010/2009، ص 49.

الفرع الخامس: دواعي تحسين الخدمة العمومية:

وهي كل الأسباب والدوافع التي أدت وتؤدي إلى تحسين وترقية الخدمة العمومية وهذه الدوافع

تختلف باختلاف مجالات الحياة وتتمثل في:

أولا الدواعي الفنية: يتم بموجبها توزيع المهام والاختصاصات بين الإدارات المركزية والإدارات المحلية

ثانيا الدواعي العلمية : مواكبة التطورات العلمية في جميع جوانب الحياة كل ذلك يستوجب إدخال العديد من

التحسينات اللازمة لتحقيق قدر من الكفاءة الإدارية التي تسمح لها بتوفير أحسن الخدمات للمواطنين وبأيسر

السبل لعدد أكبر منهم.

ثالث الدواعي الاجتماعية : تتمثل في الزيادة الكبيرة لعدد السكان والذي يستتبع بالضرورة توسعا في طلب

الخدمات العامة وارتفاع تكاليف انجازها.²

المطلب الثاني: أنواع الخدمة العمومية ونظمها:

هناك تقسيمات مختلفة للخدمات العمومية التي تقدمها الدولة إلا أن جميعها يشترك في عدة محاور

على اختلاف الأنظمة التيسر تصنف إلى نوعين:

الفرع الأول: أنواع الخدمة العمومية.

من بين التقسيمات التي تم تصنيفها من خلال نتائج الأبحاث والدراسات التي خلص إليها الباحثون نجد

أولاً:

1. خدمات ضرورية لبقاء المجتمع وسلامته وتقدمه مثل الخدمات التعليمية والصحية وهي خدمات يفترض

أن تقدمها وتوفرها الدولة مهما ارتفعت تكاليفها

¹ عائشة قوادري وشيروف سارة، دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة ماستر، قالمة: جامعة 08 ماي 1945، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، 2016-2017، صص 45-55

² بوسبارة نسمة، بلبشير الحسين سيف الاسلام، التنمية الإدارية ودورها في ترقية الخدمة العمومية المحلية، مذكرة ماستر، أدرار: احمد دراية كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم علوم سياسية، تخصص تنظيم سياسي وإداري، 2018/2019، صص 50.

2. خدمات ضرورية لأفراد المجتمع باختلاف قطاعاته ومستوياته خدمات لا يمكن الاستغناء عنها التموين بالماء الكهرباء النقل.

3. خدمات ذات منفعة اجتماعية وثقافية يستفيد منها أفراد المجتمع إلا أن هذه الخدمات قد لا تكون ذات أهمية بالنسبة لبعض الأفراد أو المجتمع نذكر من بينها المكتبات العامة المتنزهات العامة.

4. خدمات اجتماعية ذات طبيعة اجتماعية يمكن للأفراد تأديتها بأنفسهم إلا أن القصور في تأدية هذا النوع من الخدمات على أكمل وجه قد يؤثر على المجتمع وهو ما يؤدي إلى تدخل السلطات العمومية في أداء وتوفير هذه الخدمات من بين هذه الخدمات نذكر بصورة أساسية الإسكان.

5. خدمات رأسمالية مكلفة لا تقتصر منفعتها على الجيل الحالي وإنما تمتد إلى الأجيال المقبلة مثل بناء المدارس، المستشفيات، الجامعات.¹

ثانيا من حيث تجانس الخدمة:

1. الخدمات الإدارية: تقدمها الإدارات كالولاية والبلديات.

2. الخدمات الاجتماعية والثقافية: تتمثل الخدمات الصحية والتدريس المجاني.

3. الخدمات الصناعية والتجارية: تقدم من طرف المؤسسات ذات الطابع التجاري والصناعي كمؤسسة بريد الجزائر.

ثالثا وفقا لطريقة تحمل تكلفة الخدمة:

1. خدمات مجانية: تقدم دون مقابل تتحملها الدولة خدمات الأمن العمومي.

2. خدمات بمقابل: يتحمل المستفيد من الخدمة كامل التكاليف مثل خدمة الهاتف.

3. خدمات مدعمة يتحمل جزء منها المستفيد أما الباقي فتتكفل به الدولة مثل النقل المدرسي.

رابعا وفقا لطبيعة الخدمة:

¹ خالد طالب احمد وسفيان لحرش، رقمنة الإدارة المحلية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة ماستر، جامعة غرداية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2018-2019، ص 67.

1. من حيث طبيعة الخدمة المقدمة: خدمات فردية وخدمات جماعية.

2. من حيث طبيعة استهلاك الخدمة: خدمات ذات استهلاك إجباري وخدمات ذات استهلاك اختياري .

خامسا من حيث تسويق الخدمة:

1. صنف الخدمات غير المسوقة المقدمة والمفروضة على الجميع إنتاجها يمول بواسطة أموال عمومية

الإنارة العمومية، الأمن العمومي.

2. صنف الخدمات والمسوقة والمقدمة لأفراد بشكل اختياري طريقة الحصول عليها بمقابل يغطي اجمالي

تكلفة الخدمة المقدمة.¹

الفرع الثاني: نظم الخدمة العمومية.

يسود العالم نظامان للوظيفة العمومية، نظام مغلق يتسم بدوام الوظيفة، التي تعتبرها حياة مهنية

يتفرغ لها الموظف ويكرس لها حياته، و يكون خلالها في وضعية قانونية تنظيمية تجاه الإدارة العمومية، و

بوجود قانون أساسي يحكم الوظيفة تتحدد فيه مراكز الموظفين و حقوقهم و واجباتهم، أما النظام الآخر هو

النظام المفتوح الذي يتميز بعرضية الوظيفة (ليست دائمة)، و يكون الموظف في علاقة تعاقدية مع الإدارة

العمومية.

أولا النظام المفتوح للخدمة العمومية:

ينظر للوظيفة العمومية في النظام المفتوح على أنها مثل أية مهمة اجتماعية يتم إعداد الفرد لها

ويتفرغ لممارستها طوال حياته العملية .

1. خصائص النظام المفتوح: يمكن إجمال أهم خصائص الخدمة التي تتصف بها في هذا النظام ب:

¹ ايناس رغييس، الاتصال العمومي الجوّاري ودوره في تحسين الخدمة العمومية، أطروحة دكتوراه، سطيف: جامعة محمد لامين دباغين، كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علوم الإعلام و الاتصال، 2018-2019، ص 168 .

تقوم المنظمة بتحديد المهام والأعمال لتحقيق الأهداف العامة والتفصيلية للوظيفة العامة وتضع مواصفات المطلوب توافرها في الموظف العمومي بعد إعداد ووصف الوظائف.

تحديد طرق وأساليب اختيار الأفراد لشغل هذه الوظائف اي التأكد من أهلية وجدارة المتقدم لشغل الوظيفة العامة قبل تعيينه فيها.¹

2. ايجابيات النظام المفتوح: من أهم ايجابيات هذا النظام:

- بساطة هذا النظام لعل ما تستدعيه الإدارة ينحصر في إقامة عملية دقيقة لتحسين الوظائف وتقييمها.
- يكون هناك جهد لدراسة أنظمة الترفيه والترفع ونظام التقاعد.
- مرونة النظام تتيح للإدارة من التحرك لإلغاء الوظائف.²

3. سلبيات النظام المفتوح:

- تكمن في انه يتطلب العمل في هذه المنظمات ذهنية خاصة مهارات تختلف عن القطاعات الخاصة بالإضافة إلى افتراض هذا النظام إلى وجود أنظمة تعليمية تشمل مختلف التخصصات تقوم بإعداد موظفين مؤهلين.

ثانيا النظام المغلق للخدمة العمومية:

1. ركائز النظام المغلق: وجود إدارة عامة متميزة بذاتها وخصائصها يركز هذا النظام على عنصرين أساسيين

هما:

أ. قانون الموظفين: القواعد التي تميز موظفي القطاع العام عن موظفي القطاع الخاص.

ب. الحياة الوظيفية: دخول الإدارة العامة لا يعني التعيين في وظيفة محددة إنما هناك عامل في تنقل في

عدد من الوظائف المتسلسلة حتى نهاية الخدمة .

¹فتيحة بن ام السعد .نعيمه بجياوي ،دور التكنولوجيا ونظم المعلومات والاتصال في تحسين نظام الخدمة العامة في ظل الحكومة الالكترونية ،المجلة الدولية للبحوث الاسلامية والانسانية المتقدمة ،المجلد 04، العدد 111، نوفمبر 2014، ص08.

²كمال حوشين .سميرة هارون ، دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية ،الملتقى الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحكومة الالكترونية دراسة حالة البلدان العربية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ،جامعة بومرداس ،29/30 أكتوبر ،2014، ص12.

1. إيجابيات النظام المغلق: تكمن أهم إيجابيات هذا النظام في:

أ. توفير نوع من الاستقرار عدم السماح للموظف بترك وظيفته باختياره وتمنع الإدارة من الاستغناء عن الموظف تعسفاً.

ب. قلة تكاليف الاختيار والتعيين لانخفاض دوران العمل.¹

2. سلبيات النظام المغلق:

أ. إشكالية قياس حجم الإنتاجية ومقارنتها بالقطاع الخاص.

ب. كثرة الامتيازات وحقوق العمال تؤدي إلى الإتكالية والقضاء على عنصر الابتكار.²

المطلب الثالث: أدوار مؤسسات الخدمة العمومية.

يعتبر تحقيق المنفعة العامة من بين أهداف منظمات القطاع العام التي تمثل الركيزة الأساسية في

خدم المجتمع وتحقيق ما قد يعجز القطاع الخاص عن توفيره على اعتبار أن نشاطها يوكل بصفة مباشرة

للدولة بجميع هياكلها وأن هذه الأدوار تعتبر بمثابة مبررات لوجود هذه الأنظمة

الفرع الأول: الدور الاقتصادي لمؤسسات الخدمة العمومية:

أولاً حفظ الصحة: تعمل المؤسسات العمومية على احتواء التكاليف الباهظة كشعار وهدف تسعى إليه الدولة

لتحقيق النفع العام.

ثانياً النظافة العمومية: لاسيما في مجالات توزيع المياه الصالحة للشرب ومعالجتها، جمع النفايات الصلبة

ونقلها، مكافحة نواقل الأمراض المتنقلة. والحفاظ على صحة الأغذية والأماكن العمومية.

ثالثاً النقل العمومي: تقوم مؤسسات الخدمة العمومية بتسخير النقل العمومي بأثمان معقولة

¹ نصيرة مجاوي مهدي مراد، اثر الإدارة الالكترونية في تفعيل الخدمة العمومية في الجزائر دراسة نموذج مؤسسة بريد الجزائر، الملتقى الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحوكمة الالكترونية - حالة البلدان العربية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس 29 و30 أكتوبر 2014، ص 09.

² كمال حوشين. سميرة هارون، المرجع السابق، ص 13.

وتشمل أيضا على توفير مختلف الخدمات الإدارية بجودة عالية وتقديم السلع والمنتجات التي تعتبر ضرورية في تحقيق الاستقرار العام وضمان السيولة المجتمعية إضافة إلى الدعم اللازم في كل الجوانب الاقتصادية كدخول القطاع العام كمستثمر في بعض المجالات لاقتناع الدولة بأهميتها لاقتصاد القومي.¹

الفرع الثاني: الدور الاجتماعي لمؤسسات الخدمة العمومية.

المرافق العمومية الاجتماعية هي تلك التي تقوم بنشاط عام اجتماعي وتطمح إلى تحقيق أهداف عامة اجتماعية من أمثلتها مرفق الضمان الاجتماعي والتأمينات يخضع هذا النوع من المرافق لخليط من قواعد وقانون الإداري وقواعد القانون الخاص.

الفرع الثالث الدور السياسي لمؤسسات الخدمة العمومية:

تمتلك مؤسسات الخدمة العمومية برامج سياسية واقتصادية لها فلسفة خاصة تستخدمها لإدارة السلطة والمجتمعات في مختلف المجالات الأمر الذي يدفعها إلى بلورة تنظيمات المجتمع المدني بأدوارها المحددة في معالجة المشاكل المطروحة أمامها بحيث تشكل محورا أساسيا في مراقبة وتقويم أداء السلطة.

الفرع الرابع الدور البيئي لمؤسسات الخدمة العمومية:

تحقيق الانسجام بين الأهداف البيئية والأهداف الأخرى المحددة في القطاعات الأخرى يستلزم تطبيق سياسية بيئية قائمة لا تنحصر في رسم المبادئ والتوجيهات العامة بل لابد أن تشمل مجموعة من الأهداف الخاصة المترابطة فيما بينها. لا تنحصر في معالجة الأضرار البيئية المتواجدة بل يتعدى ذلك إلى المطالبة بتجنب تلك المشاكل البيئية وتقليل الأخطار الناجمة عنها قدر الإمكان كما تسعى لإيجاد وتطوير الإجراءات الضرورية والفعالة لحماية صحة الإنسان وحياته من كافة أشكال التلوث.

الفرع الخامس الدور الديني لمؤسسات الخدمة العمومية:

¹ أسماء بن عبد الله، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين التنمية الإدارية بمؤسسات الخدمة العمومية دراسة مقارنة بين الجزائر وفرنسا، أطروحة دكتوراه، سطيف: فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال والتنمية المستدامة، 2018/2019، ص37.

تنظم الجانب الديني والعقائدي للمواطن وتعمل هذه المؤسسات على المحافظة على سيرورة الحياة

الاجتماعية وتعمل على مساعدة مختلف الفئات المحتاجة من خلال التسيير الكفء لصناديق الزكاة.¹

المطلب الرابع: المعوقات البيروقراطية وانعكاساتها على ترقية الخدمة العمومية

أولا الفساد الإداري: ويقصد به إساءة استخدام سلطة الوظيفة العامة للكسب الخاص تحولت الخدمة العمومية

من جهاز لخدمة الصالح العام إلى وسيلة لتحقيق الربح غير المشروع.²

ثانيا الروتين الإداري: التكرار، تكرار سلوك معين يهدف في الحقيقة إلى تسهيل الأداء ووضع قواعد عامة

تطبق في عملية متكررة، من شأنها تنمية الاتجاهات الروتينية و قتل روح المبادرة والأطر المرنة في تقديم

الخدمة إلى عمل روتيني بطيء والذي يبيث روح الاتكال والكسل. لهذا وبالرغم من المحاولات المتكررة لمعالجة

هذه الظاهرة على اعلي مستوى في الدولة لكن من دون جدوى مازال هناك ما يسمى بالمماطلة وكثرة الأوراق

ويتجلى انعكاس تأثير الروتين باكتفاء الإدارة العمومية بإنجاز المهام وتقديم الخدمة العمومية بطرق بسيطة

وتقليدية بعيدة عن النمط الحديث المدعم بالطرق العلمية والمعتمدة على الأنظمة المعلوماتية المرتكزة على

التجديد وروح الإبداع والمؤدية إلى ترقية الخدمة العمومية .

ثالثا التسبب الإداري: يعرف بأنه غياب الإرادة والقوة لإنجاز العمل أو تخلي العاملين عن القيام بأداء

واجباتهم وعدم بذل المفترض والمتوقع منهم مما يؤدي إلى عدم انتظام العمل والى تدني مستويات الكفاءة

التنظيمية ويعد الحضور المتأخر إلى أماكن والانصراف المبكر من أبرز السمات التي تؤثر على الأداء الجيد

للإدارة العمومية وبالتالي إعاقة ترقية الخدمة العمومية

رابعاً الإهمال وسوء المعاملة: يعتبر الإهمال وعد الاهتمام بالمواطن أثناء طلبه للخدمة من ضمن المظاهر

السلبية للصيقة بمعظم موظفي الإدارات العمومية بحيث يلعب الموظف دورا بارزا في مجال إضفاء

¹ أسماء بن عبد الله، المرجع السابق، ص39.

² عبد الرزاق بوضياف، مولود هنوس، دور الاتصال الخارجي بالبلدية في تحسين الخدمة العمومية دراسة ميدانية مع مواطني بلدية القنار نشفي جيجل، مذكرة ماستر، جيجل: جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2017/2018، ص106.

المصادقية على الأعمال الإدارية طالما انه هو الذي يقوم بتمرير الصورة عن تلك الإدارة التي يتواجد بها وتتجلى صور الإهمال في اتكال الموظفين على بعضهم البعض في القيام بالأعمال وبالتالي تعرض المواطن لبعض المشاكل كفقدان ملفاتهم وتأجيل الإنجاز والتلاعب بها.

خامسا الوساطة والمحسوبية تمثل أبشع أنواع التمييز الطبقية والعنصرية الذي يصل حد التوسط بمقابل قصد الحصول على الخدمة ولو على حساب الآخرين.¹

سادسا استحكام ظاهرة الرشوة أخطر الأمراض الإدارية التي تعاني منها الخدمة العمومية وقد تعددت أسماؤها (القهوة، البقشيش تشيبا).

سابعا الغياب الكامل للبحوث والدراسات التطبيقية في الوحدات التنظيمية التي تقدم الخدمة العمومية وعدم الاهتمام بالاستفادة من مثل هذه البحوث والدراسات التي تتوفر بشكل كبير في المؤسسات والمنظمات الأكاديمية والبحثية.

ثامنا غياب الاتصال بين الإدارة في منظمات الخدمة العمومية وبين جماهير الخدمة الأمر الذي نتج عنه فجوة بين ما يتم تقديمه من أداء للخدمات وبين ما يتوقعه المواطنون نحو هذه الخدمات.²

المطلب الخامس: مداخل ترقية الخدمة العمومية

نظرا لما تعيشه الجزائر من تدني واضح في أداء الخدمة العمومية محليا، وتفش ي مختلف مظاهر ليبروقراطية السلبية والفساد الإداري مما نتج عنه من غياب لمبادئ النزاهة والمساواة قامت الحكومة بتبني فكرة تحقيق تنمية إدارية من خلال هذه المداخل: مدخل إعادة اختراع الحكومة ،مدخل إعادة هندسة العمليات، التسيير العمومي الجديد ،مدخل الجودة .

الفرع الأول نموذج إعادة اختراع الحكومة:

¹حجام العربي، مرجع سابق، ص 125

²عبد الرزاق بوضياف ،مولود هنوس،المرجع السابق،ص 106.

يركز هذا النموذج الذي قدمه الباحثين اوزبورن وغايبلر على فرضية مفادها: أن أي مجتمع لا يعرف الأمن خلال حكومته وأن أي حكومة لا تتجسد إلا من خلال هياكل ومشاريع ومنظمات تتصف بأنها عمومية وعليه فمن الخطأ بمكان أن نسعى لإلغائها إنما المطلوب هو البحث عن الأساليب التي تكفل الرفع من فعالية المنظمات والأجهزة العمومية ويرى أنصار هذا النموذج أن الهدف هو الوصول الى ما يسمى بالحكومة الريادية.

ومن بين أهم مبادئ إعادة اختراع الحكومة:

- ✓ تشجيع المنافسة بين مقدمي الخدمة.
 - ✓ تمكين المواطنين ودفعهم للخروج من سيطرة البيروقراطية في المجتمع.
 - ✓ قياس أداء الأجهزة من خلا التركيز على المخرجات والنتائج بدل المداخلات.
 - ✓ الدافع هو الأهداف وليس القواعد واللوائح التنظيمية.
 - ✓ إعادة تعريف المواطن كعميل وتوسيع دائرة اختياراتهم.
 - ✓ منع المشاكل قبل ظهورها بدل بدلا من مجرد تقديم الخدمات بعد ذلك.
 - ✓ تركيز الطاقات على كسب الأموال وليس من أجل الإنفاق فقط.
 - ✓ لا مركزية السلطة وقبول الإدارة التشاركية.
 - ✓ عدم التركيز على تقديم الخدمات الحكومية فقط بل يجب تجاوزها إلى تحفيز جميع قطاعات العام.
- والخاص على العمل التطوعي من اجل حل المشاكل المجتمع.¹
- الفرع الثاني نموذج إعادة الهندسة للعمليات .

¹ محمد السعيد الجوال، ترقية أداء المنظمات العمومية في ظل مقارنة التسيير العمومي الجديد دراسة نظرية تحليلية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا الجزائر الشلف العدد 14 السداسي الأول 2016، ص ص53-84، ص62.

الفكرة الأساسية له هي إعادة التصميم والتفكير بصورة جذرية وراдикаلية في الأعمال والعمليات التي تتركز عليها المنظمات العمومية وإيجاد مختلف الآليات اللازمة للتحسينات وذلك من خلال التركيز على التكلفة الجودة والسرعة باعتبارها مؤشرات التطوير التنظيمي

لخص **FOLWER** النتائج والمتغيرات المطلوبة في ظل هذا النموذج كما يلي:

فصل الوظائف البسيطة المرتبطة بالمهارة عن المهام متعددة الوظائف

تقليل حجم المهام وفحصها ومراقبتها بصورة دورية ومنفصلة

التوافق بين مجموع العمليات وطبيعة الوظائف وهيكل الإدارة وقيم المنظمة ومعتقداتها

توفير وخلق الفرص لإعادة تصميم نظم العمل وتوفير المعلومات لتعزيز آليات صنع القرار.¹

الفرع الثالث نموذج التسيير العمومي الجديد:

يشكل هذا النموذج اختصاراً لمجموعة من المذاهب الإدارية التي برزت ضمن أجندة وجدول أعمال الإصلاح في عدد من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بدءاً من سنة 1970

وينظر له كوعاء فكر إداري أو كنظام فكر أيديولوجي أساسه الأفكار المتولدة في القطاع الخاص، والتي تستهدف إصلاح القطاع العام وتمثل نموذجاً جديداً لإدارة المنظمات العمومية

وتكمن مرتكزات هذا المدخل في:

- 1 تفويض السلطة.
- 2 توفير المرونة.
- 3 للمراقبة والمساءلة.
- 4 تحسين إدارة الموارد البشرية.
- 5 تحسين تكنولوجيا المعلومات.

¹ محمد السعيد جوال، المرجع السابق، ص 63.

6 توفير خدمات متجاوبة مع مطالب واحتياجات المواطن.¹

الفرع الرابع: الجودة كمقاربة جديدة في الخدمة العمومية.

من المصطلحات التي ارتبطت بالقطاع الخاص والمنافسة كمفهوم اقتصادي لكن التطور الحاصل

فرض وجود وخضوع الخدمة المقدمة من طرف المرفق العامة لمراقبة النوعية* وضرورة تحسينها وفقا

لمقتضيات المصلحة العامة.

أولا تعريف الجودة: «مجموع الخصائص والسمات التي يجب توافرها في المنتج أو الخدمة بحيث تجعله يقوم

بوظيفته على أكمل وجه ويرضي المستهلك".

ثانيا مرتكزات الجودة: ويقصد بها مبادئ الجودة في تحسين الخدمة العمومية وتتمثل في:

- تطوير الإجراءات الإدارية والتنظيم الإداري.
- الفورية والسرعة في معالجة الطلبات.
- رصد كل الوسائل لتوفير الخدمات بنوعية تكون مستوياتها مطابقة للمقاييس الدولية.
- يجب أن تسهم الخدمات التي تقدمها المنظمة في توفير حاجيات المواطن في أحسن الظروف من حيث التكلفة والجودة.

• دراسة وتقييم تنظيم الخدمة العمومية.

• وضع آليات ملائمة للمتابعة والتقييم الدوري لخدمات المرفق العام.²

ثالثا معوقات الجودة في تحسين الخدمة العمومية: في نفس الوقت تعرف الجودة كمقاربة جديدة في الخدمة

العمومية عدة معوقات خاصة في بعض المرافق نذكر منها:

¹كريمة لعربي، تحسين أداء الخدمة العمومية وفق مقاربة التسيير العمومي الجديد، الجزائر: جامعة تيزي وزو، مجلة أفاق العلمية، المجلد 11، العدد 03، 2019، ص 187-202، ص 193.

²نادية ظرفي، جودة الخدمة العمومية، مجلة الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 04، المسيلة: جامعة محمد بوضياف، ديسمبر 2016، 134-141، ص 137.

- غياب معايير دقيقة وتقنية لقياس الجودة.
- تأثير القرارات السياسية على بعض الخدمات العمومية.
- عدم تأهيل بعض الموظفين لتقديم خدمة عمومية جيدة.
- عدم وضع مخططات للجودة للخدمات العمومية حسب طبيعة كل خدمة.
- غياب ثقافة الجودة لدى المواطن الموظف العون المقدم للخدمة.¹

ما يلاحظ على هذه النماذج:

تتشرك في هدف واحد هو إعادة النظر في هيكل وتركيبية وأهداف المنظمات العمومية بغية جعلها أكثر حيوية وديناميكية.²

¹ كريمة لعراي ، المرجع السابق ،، ص140.

² نادبة ظريفي ، المرجع السابق، ص139.

المبحث الثالث: العلاقات العامة كآلية لترقية الخدمة العمومية المحلية.

تعاني المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري من العديد من المشاكل في مقدمتها الإشكالية القائمة بين الإدارة والمواطن نتيجة تفاعل جملة من العوامل والأسباب المتشابكة التضخم الكبير في الهياكل الإدارية وكثرة مستوياتها والتي تؤدي إلى بطيء في المعاملات، المركزية الشديدة وتعدد القوانين الإدارية، عدم جودة الخدمات وغياب قنوات اتصال مفتوحة وضعف الأداء جعلها عاجزة عن تلبية مطالبه الأمر الذي أدى إلى تآمر المواطن وفقدان الثقة في إدارته. أدركت المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري أنها بحاجة لإيجاد إستراتيجية الملائمة لوضع حد لهذه الوضع الذي آلت إليه وأنه أصبح لزاما عليها أن تسعى إلى تحسين العلاقة بينها وبين مواطنيها والحفاظ عليها، ومن هنا برزت إدارة العلاقات العامة كمنفذ وحيد لإيجاد التعاون والتكامل بين الإدارة المحلية والبيئة المحيطة بها.

الفرع الأول: دوافع ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة العمومية.

إن كل مهمة أو عمل تقوم بها الإدارات لا بد وان يقابل برضا المواطنين وبذلك كان الاهتمام بقياس اتجاهاتهم وأرائهم حرصا على تحقيق التجاوب، فوحدات الإدارة العمومية المحلية لن يتسنى لها تجسيد وظائفها بمنأى عن مساعدة السكان المحليين. فإذا قوبلت أعمالها بالمعارضة الشديدة من جانب جمهور المواطنين فذلك يؤدي إلى عرقلة تنفيذ المشاريع والمخططات التنموية مع إفساد كافة الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي من هنا تتضح أهمية بل وحتمية ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية وذلك من خلال:¹

أولاً: المسؤولية الملقاة على عاتق مؤسسات الخدمة العمومية المحلية المتمثلة أساسا في خدمة السكان المحليين هؤلاء الذين يطالبون دائما بالتوسع وزيادة الخدمات كما ونوعا.

¹ عذراء عيواج، المرجع السابق، ص 157 .

ثانياً: تطور التكنولوجيا وتطور وسائل الاتصال وأثرها على زيادة الوعي مما زاد للحاجة الى العلاقات العامة واستخداماتها في كل المؤسسات العمومية.

ثالثاً: التعقيدات المتزايدة في العديد من السياسات والإجراءات الحكومية مما خلق حاجة لدى المواطنين من اجل إيضاح وشرح هذه السياسات والإجراءات ومختلف آلياتها وتضطلع إدارة العلاقات العامة بمهمة التفسير والشرح.

رابعاً: إن مؤسسات الخدمة العمومية تضطلع بدور تنفيذ خطط التنمية المحلية لذا يجب عليها التحوار عن طريق إدارة العلاقات العامة مع الأطراف المؤثرة في توجهاتها وسياساتها وقراراتها لتكون قادرة على مواجهة المشاكل المحلية المتعددة والمعقدة.

خامساً: تزايد حجم احتياجات المواطنين دون فهم وإدراك القيود السياسية والقانونية والمالية المفروضة يحتم على جهاز العلاقات العامة جعل الجمهور يتفهم هذه المشاكل والعمل على التعاون معها بدل الشكوى ونقدها.

سادساً: يجسد الحق في الإعلام من الأسباب التي دفعت الكثير من المؤسسات لإيجاد إدارات للعلاقات العامة داخلها حتى يتسنى للمسؤولين كسب ثقة المواطن والعمال وغيرهم من المتعاملين.

سابعاً: مع الاعتراف باستفادة معظم المواطنين من خدمات المؤسسة العمومية ومع التسليم المطلق بوجود مستويات ثقافية متباينة وعليه فمن الضروري وجود برامج للعلاقات العامة بهذه الإدارات تناسب جميع المستويات الثقافية المنتشرة في المجتمع المحلي.

ثامناً: من الأمور المهمة في الإدارات المحلية اختيار المواعيد الملائمة لتنفيذ البرامج وهذا ما تقوم به إدارة العلاقات العامة من اجل زيادة فعالية هذه البرامج.¹

¹عدراء عبواج، المرجع السابق، ص 159 .

تاسعا: إن الإدارة المحلية الديمقراطية هي تلك التي تكون حريصة على الحفاظ على العلاقات الطيبة سواء مع موظفيها أو المواطنين المستفيدين من خدماتها لذلك تضع تحت تصرفه إدارة العلاقات العامة المعلومات والحقائق المعبرة على أنشطتها وخدماتها مستغلة في ذلك جميع وسائل الاتصال.

عاشرا: من أجل ضمان بقاء هذه المنظمات تعمل إدارة العلاقات العامة على متابعة اتجاهات الرأي العام المحلي للتعرف على رغبات الجمهور ومطالب الفئات المختلفة عن طريق ما تنتشره مختلف وسائل الإعلام ومختلف الخطابات التي تثار في الندوات والاجتماعات.¹

الفرع الثاني: دور العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة العمومية:²

نقصد بدور العلاقات العامة في مرافقة الإدارة أهم الإجراءات والنشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة في هذه المؤسسات، من أجل مساعدتها للقيام بوظائفها ولا تقصد بذلك الأدوار التقليدية للعلاقات العامة كتكوين صورة إيجابية عن المؤسسة، فمؤسسات الإدارة المحلية لديها أدوار مهمة ورئيسية في المجتمع كتحقيق التنمية المحلية، وترقية جودة الحياة من كل النواحي ولا نقول بناء علاقات إيجابية مع الجمهور لأن طبيعة العلاقة التي تبيهي مع الجمهور، تعتبر تحصيل حاصل للمجهودات والإنجازات التي تحققتها في الواقع هذه المؤسسات إضافة إلى أسلوب ونمط الاتصال الذي تتبناه هذه المؤسسة مع المواطن، وبالنظر إلى واقعنا فإن مؤسسات الإدارة المحلية، لا يمكنها القيام بوظائفها على أحسن ما يرام أو تحقيق أهدافها دون تعاون مع الطرف الآخر (المواطنين)، فكثيرا من المشاريع والمنجزات قامت بها مؤسسة الإدارة المحلية وتم تخريبها من قبل بعض المواطنين رغم أنها أنجزت لصالحه، وهو ما يجعلنا نطرح التساؤل التالي هل المواطن مهني ومستعد للتعاون مع الإدارة المحلية لتحسين خدماتها" ومن خلال السؤال تبرز لنا أهمية ودور العلاقات العامة في مرافقة الإدارة العمومية فيما يلي المحلية والتي نوضحها:

¹ عزراء عيراج، مرجع سابق، ص 159.

² عبد الرزاق كعوان، مرجع سابق، ص 439.

أولاً: تقوم العلاقات العامة لتقديم كل المعلومات التي تتعلق بنشاط المؤسسة وسياساتها ومشاريعها والتعريف بخدماتها ومسؤولياتها اتجاه المواطن وتظهر أهمية العلاقات العامة من حيث أنها تؤدي وظيفة هامة وحيوية للإدارة العامة إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياساتهم ويحسوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات، ومن حوهم أيضا أن يردوا على النقاد ويبرروا تصرفاتهم التي تشعل الرأي العام فإعلام الجمهور بموظائف المنظمة تعنى اطلاعه وإدراكه لحقوقه وواجباته وتزليل الكثير من الغموض حول المؤسسة.

ثانياً: أن تعمل العلاقات العامة على إحداث التغيير في أفعال وتصرفات ومواقف المواطنين و ثقافتهم عن طريق احتكاكها وتواصلها الدائم مع مختلف فئات المجتمع المحلي . حسب الإمكانيات والآليات المتاحة، لأن عملية التغيير ليست عملية سهلة وسيطة يمكن تحقيقها في وقت قصير . بل هي عملية معقدة وتدخل في إطار التغيير الاجتماعي الذي يحدث في كل المجتمعات . وتقصد بالتغيير في إطار هذه الدراسة التغيير الإيجابي والذي يستهدف تغيير وتعديل السلوكيات والاتجاهات السلبية لدى الجمهور إلى اتجاهات إيجابية وبناءة تجاه المؤسسة وخدماتها.

ثالثاً: تعمل العلاقات العامة على تقديم المعلومات الضرورية لدى الإدارة العليا، والتي تتعلق بالجمهور الخارجي سواء كانت رغبت أو انشغالات واتجاهات ومواقف وذلك للاستجابة لها وأخذها بعين الاعتبار عن القيام بوضع إستراتيجية أو برامج لتنمية الخدمة العامة ، فكثير من البرامج التمهوية لاقت معارضة أو لم تتفاعل معها الجماهير بسبب نقص المعلومات أو عدم ، وتعمل العلاقات العامة في هذه الحالة على تحدد لإدارة المنظمة الأعمال والسياسات التي تؤثر على المجتمع ،وما يتعارض مع مصلحة الجمهور و تعديلها بما يتوافق مع مصلحة الفرد و المنظمة معا ولكي يتحقق ذلك على وجه الأكمل فلا بد أن يفهم رجال العلاقات العامة المبلهئ الأساسية للعوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التي تحرك المجتمع في الوقت الحاضر.¹

¹ أسماء بركان وفضيلة لعقاقة، دور العلاقات العامة في الإدارة المحلية، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة سعد دحلب، الجزائر، 06، 2012، ص ص 263-

رابعاً: الإسهام في إيجاد المواطن الواعي المشارك وهو هدف تعليمي بالدرجة الأولى لإيجاد مواطن واعي مدرك لمشكلات محيطه المحلي. من أجل تحقيق هذا الهدف لابد من اطلاع المواطن على أهداف الوحدة الإدارية المحلية مع محاولة التعرف على استفسارات وأسئلة المواطنين ثم العمل على تزويدهم بالإجابات الوافية

خامساً: زيادة تحسين العلاقات الإنسانية في وحدات الإدارة المحلية هذا الهدف محوره الجمهور الداخلي فكما أن العلاقات العامة تهتم بالمواطنين المستفيدين من خدماتها فهي تهتم كذلك بالعاملين والموظفين من خلال العمل على تحقيق أهداف إنسانية أساسية منها رفع معنويات العاملين بالمنظمة.¹

الفرع الثالث: مشكلات العلاقات العامة في الإدارة المحلية²:

على الرغم من اتساع وتنوع مجالات ممارسة العلاقات العامة في الإدارة المحلية فإن ثمة عقبات ومشاكل تعترضها والتي من شأنها التقليل من فعاليتها ونجاحها .

أولاً : المشاكل المهنية تعد الضغوط المهنية التي يواجهها القائم بالاتصال في العلاقات العامة أحد أهم العوامل المؤثرة على نجاح العلاقات العامة وتنقسم إلى :

-تعدد المفاهيم المستخدمة في العلاقات العامة : من أهم المشاكل المهنية وتعتبر المدخل الرئيسي لها ،وهذا بسبب الفهم الخاطئ لمصطلح العلاقات العامة مما يجعل بعض الإدارات تستخدم مصطلحات أخرى تباشر من خلالها هذه الوظيفة مثل الإعلام ،شؤون العاملين ، كما قد تلجأ إلى إضافة بعض المصطلحات المهنية مثل العلاقات العامة والإعلان ،العلاقات العامة والإعلام

-الفهم القاصر لدور العلاقات العامة : ما من وظيفة من وظائف الإدارة سيء فهمها واثار بشأنها الخلف بقدر وظيفة العلاقات العامة .وتصور الآخرين أنها وظيفة مقتصرة على الأنشطة السطحية من إعداد الزيارات والاستقبالات غافلين عن الدور المهم الذي تلعبه في كسب رضا الجمهور الداخلي والخارجي .

¹ أسماء بركان و فضيلة لعقاقة ،مرجع سابق،ص275.

²عبراج عذراء، مرجع سابق،ص 158.

- مشكلة الإعداد العلمي للقائم بالعلاقات العامة: ليس هناك اعتراف من الجامعات التي تدرس العلاقات العامة بأنها علم متخصص إذ تدرس ضمن أقسام أخرى للإعلام والاتصال. المقررات الدراسية غير كافية سواء من حيث الكم والكيف، المادة العلمية المنشورة ليست متطورة ولا تتناسب مع التغيرات والتحديات المحيطة بواقع العلاقات العامة.

- عدم وجود تنظيم مهني للعلاقات العامة : لا توجد رقابة على مهنة العلاقات العامة من خلال نقابة او تحديد نصوص قانونية لتحديد ممارسة المهنة

-تنوع جمهور العلاقات العامة في الإدارة المحلية: تمتاز العلاقات العامة بالتعامل مع جمهور واسع ومتنوع مما يتطلب فهم ودراسة طبيعة هذا الجمهور والعمل على كسب تأييده.

-التداخل مع الإدارات الأخرى : كثيرا ما يخلق التضارب في الاختصاصات بين العلاقات العامة ويعتبرها من باقي أجهزة الإدارة المحلية مما يؤثر على نجاحها وفعاليتها.

ثانيا المشاكل الإدارية وتتمثل في :

-سوء فهم الإدارة العليا لطبيعة عمل العلاقات العامة تختلف وجهات نظر الإدارة نحو العلاقات العامة من إدارة محلية لأخرى بسبب قصور نظرة الإدارة العليا وغموض مفهوم العلاقات العامة لديها.

-مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي :إن الدور الذي تؤديه وظيفة العلاقات العامة والمكانة التي تتمتع بها تتفاوت من إدارة لأخرى حيث إن هذا الأمر يتم تقريره داخل كل منظمة ووفقا لظروفها.

-نقص الدعم المالي :ضعف الميزانية ومرد ذلك اعتقاد خاطئ تماما هو أن الإنفاق على أنشطة العلاقات العامة ليس له مردود أو عائد ملموس.¹

-غياب التدريب تعد العلاقات العامة من أكثر الوظائف التي تحتاج لتنمية مهارات العاملين بها مما يؤدي إلى الحاجة اللامتناهية للتدريب وهذا ما لاتوفره الإدارات المحلية.

¹عبراج عذراء، المرجع السابق، ص 158 .

- مؤثرات بيئة العمل :حسب دراسة علمية أقرت نسبة كبيرة من العاملين في حقل العلاقات العامة وجود عوائق من شأنها التأثير على التفكير والأداء :أسلوب القيادة المتسلط غياب المكافآت المالية.
- عدم كفاءة بعض العاملين بالعلاقات العامة.¹

¹عبد الرزاق كعوان، مرجع سابق، 442.

ملخص الفصل:

لقد حاولت الباحثة في هذا الفصل التطرق إلى الجانب النظري للدراسة ومحاولة الإحاطة الشاملة بمفهوم العلاقات العامة من خلال تقديم مختلف تعريفاتها وتوضيح أهميتها و أهدافها لتتطرق بعدها إلى وسائل الاتصال المستعملة في العلاقات العامة وإبراز أهم استراتيجياتها ليخصص المبحث الثاني إلى مفهوم الخدمة العمومية المحلية بنظاميها وأهم المعوقات البيروقراطية وانعكاساته ا على ترقية الخدمة، لتتناول بعدها أهم الحلول من خلال الإشارة إلى أهم مداخل ترقية الخدمة العمومية المحلية لتختتم بمبحث ثالث حاولت من خلاله الربط بين العلاقات العامة كمتغير مستقل و ترقية الخدمة العمومية المحلية كمتغير تابع.

الفصل الثاني

تمهيد:

بغية الإلمام بموضوع الدراسة وتكملة للجانب النظري الذي تم التطرق إليه في الفصل الأول، وكذا للإجابة على الإشكالية المطروحة. سنتناول من خلال هذا الفصل الدراسة التطبيقية للموضوع، وذلك من خلال إسقاط الجانب النظري على عينة من العامل ين بمختلف رتبهم و أصنافهم في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء مبرزين في ذلك واقع ممارسة العلاقات العامة في هذه المؤسسة و أثر هذه الممارسة على ترقية الخدمة العمومية فيها.

المبحث الأول: التعريف بالصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء.

المبحث الثاني: واقع العلاقات العامة في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء .

المبحث الثالث: مناقشة وتحليل نتائج الاستبيانات.

المبحث الأول: التعريف بمؤسسة الصندوق الوطني للعمال الأجراء.

تعتبر التأمينات الاجتماعية نظام كامل لحماية الاجتماعية للأشخاص حيث يجسد هذا النظام في الواقع التضامن بين العمال والأجيال وكذلك العدالة الاجتماعية في المجتمع.

الفرع الأول: نبذة عن الضمان الاجتماعي.

كان أول ظهور للتأمينات الاجتماعية كان على يد الألمان سنة 1883 باقتراح من BIZamara سعيًا منه لاستقطاب العمال للنجاح في الانتخابات ثم ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1935.

ثم جاء **William Bivry** الذي يعتبر أب التأمينات الاجتماعية سنة 1924 في إنجلترا حيث أعطتها الطابع الاجتماعي للعمال وذوي الحقوق بعدما ما صادقت عليه الو م أ وبذلك تم إجبار جميع على هذا النظام لحماية العمال.

أما في الجزائر فقد انشأ بمقتضى القرار رقم 045/49 المؤرخ في 10/06/1949 من طرف المستعمر الفرنسي ودخل حيز التنفيذ ابتداء من 01/04/1950.

بعد الاستقلال تم وضع نظام شامل يهتم ويتكفل بالعامل الجزائري وذوي حقوقه من حيث تأمينهم وتحسين الخدمات وإدماج الشرائح المعوزة لان هذا النظام يعتمد أساسا على التضامن ومن بين هذه التغييرات كان

هنالك 73 صندوق مختلف ومقسم على حسب المهن أو المناطق الجهوية أو عدد المنخرطين فتم توحيدها في صندوق واحد وشامل بتاريخ 01/01/1984 بفضل 05 قوانين المؤرخة في 02/07/1983:

❖ قانون 11/83 الخاص بالتأمينات الاجتماعية المعدل والمكمل بالقرار 17/96.

❖ قانون 12/83 الخاص بالتقاعد المعدل والمكمل بالقرار 18/96.

❖ القانون 13/83 الخاص حوادث العمل والأمراض المهنية المعدل والمكمل بالقرار 19/96.

❖ القانون 14/83 الخاص بالإخضاع (الانتساب ،دفع الاشتراكات ،التصريح السنوي).¹

❖ القانون 15/83 الخاص بالمنازعات المعدل والمتمم بالقانون المؤرخ 10/11/1990.

الملاحظ على هذا تعرض نفس الامتيازات على جميع العمال سواء في القطاع العام أو الخاص .

الفرع الثاني:إنشاء وتنظيم المؤسسة محل الدراسة.

الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء هو مؤسسة عمومية ذات تسيير خاص،

طبقا للمادة 49 من القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 يناير 1988 المتضمن القانون التوجيهي

للمؤسسات العمومية الاقتصادية، يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية.

وكالة غرداية هي مركز الدفع أنشئت سنة 1985 زوالت عملها الرسمي في تقديم الخدمات الاجتماعية سنة

1987 تشمل وكالة غرداية على مركز وحيد للدفع و 11 فرع للدفع وهم :فرع الدفع المنيعة ، القرارة

،زلفانة،متليلي،بنورة ، العطف ،بريان ، الضاية بن ضحوة ،حاسي القارة،حاسي الفحل،فرع الدفع بالمنطقة

الصناعية .تحت سلطة مدير الوكالة ونوابه:

❖ نائب مدير التعويضات .

❖ نائب مدير الإدارة العامة .

❖ نائب مدير المالية والتحصيلات .

❖ نائب مدير المراقبة الطبية .

الفرع الثالث: مهام الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال

تتمثل الخدمات التي يقدمها الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء في:

1. تسيير أداءات التأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وذوي حقوقهم: التأمين على المرض، التأمين على

الأمومة، التأمين على العجز، التأمين على حوادث العمل، التأمين على الأمراض المزمنة، التأمين على فئات

المعوزين، المنحة العامة.

2. تحصيل الاشتراكات¹.

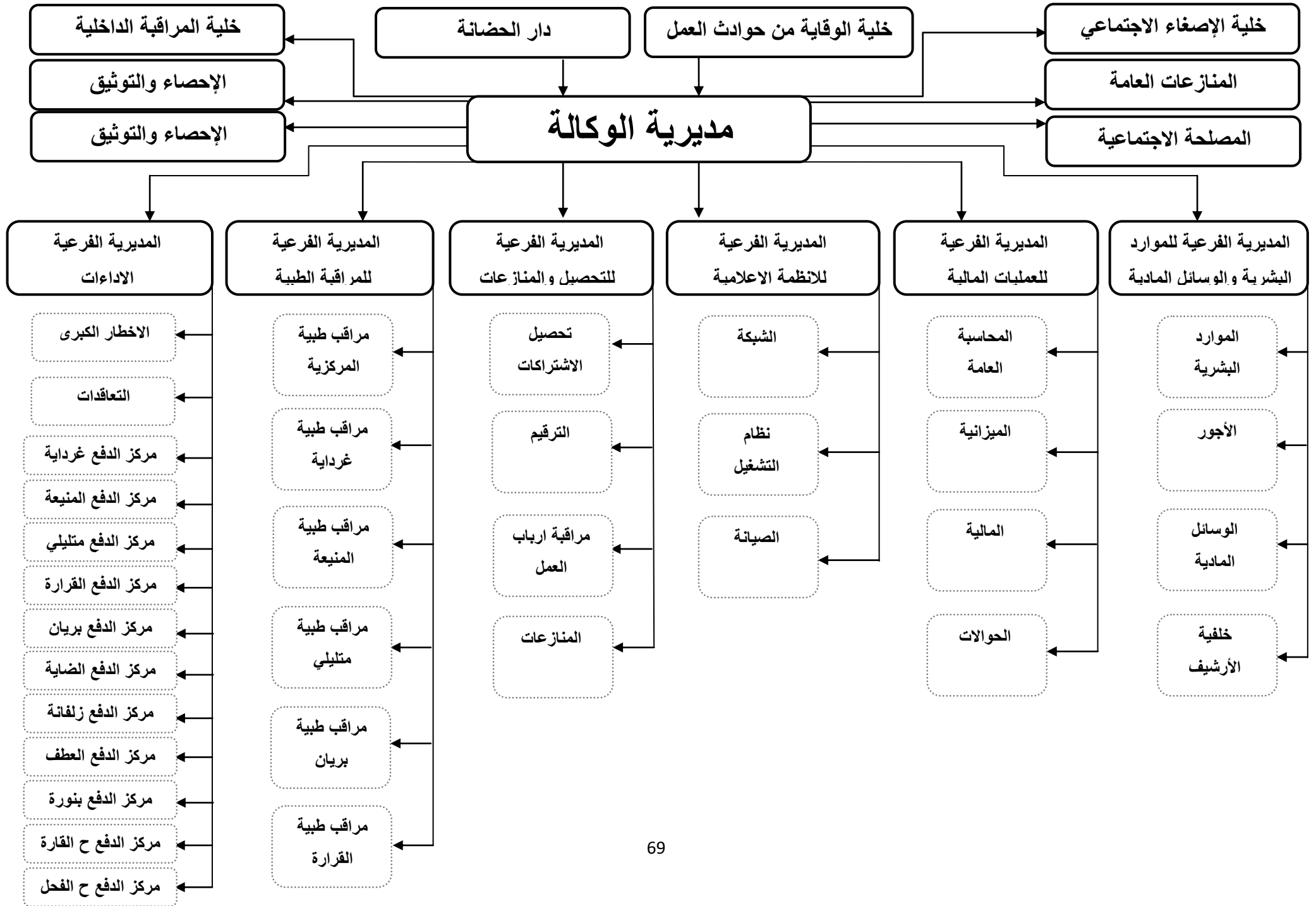
¹ جلال محمد رزوق، تقرير التربص الختامي، 2015 ، ص 03 .

3. الرقابة والمنازعات المتعلقة بتحصيل الاشتراكات الموجهة لتمويل الأداءات.
 4. منح رقم تسجيل وطني للمؤمن لهم اجتماعيا وكذا أصحاب العمل.
 5. المساهمة في ترقية السياسة الرامية إلى الوقاية من حوادث العمل والأمراض المهنية.
 6. تسيير الأداءات المتعلقة بالأشخاص المستفيدين من الاتفاقيات الثنائية للضمان الاجتماعي.
 7. إجراء الرقابة الطبية لفائدة المستفيدين.
 8. القيام بالنشاطات الرامية إلى تمكين العمال وذوي حقوقهم من الأداءات الجماعية ، على شكل انجازات ذات طابع صحي واجتماعي.
 9. تسيير صندوق المساعدة والنجدة.
 10. إبرام اتفاقيات مع مقدمي العلاج.
 11. إعلام المستفيدين وأصحاب العمل بحقوقهم والتزاماتهم.
- وهي خدمات يحصل عليها المؤمن له عن طريق دفع الملف وتقدم له بطريقة سلسلة وهي في متناول الجميع (إجراءات غير معقدة) تمر بمراحل عادية بحيث أن الصندوق يوفر جميع الوسائل المادية والبشرية لتسهيل الإجراءات على المواطن من أجل أداء الواجبات في الوقت المحدد لها
- ويسعى لتقديم خدمات راقية ترقى لمستوى تطلعات المؤمن الاجتماعي من خلال حرص المديرية على حفز العمال سواء الدعم المادي أو المعنوي الذي يكون من طرف المسؤول المباشر وتحرص على تطوير خدماتها من خلال نظام الرقمنة و تواجد خلية الإصغاء الاجتماعي التي تهتم بمعالجة مشاكل الجمهور وتسعى لحلها في ظرف وجيز.²

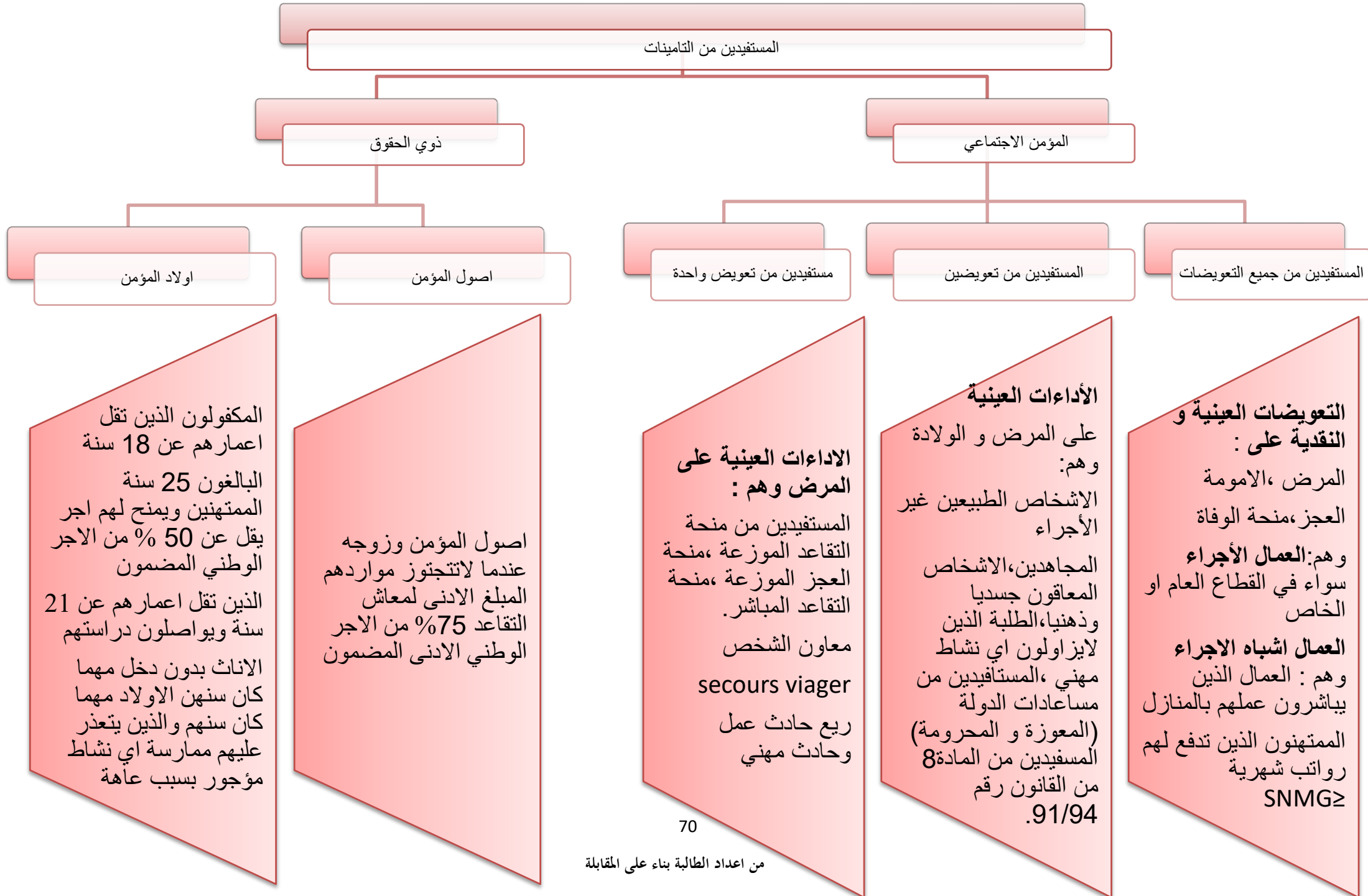
¹ مقابلة السيد: جلال مُجَّد رزوق وهو رئيس مصلحة الموارد البشرية، ساعة 09:30، يوم: 2021/06/08، بمكتبه على مستوى مقر المؤسسة.

² مقابلة السيد: جلال مُجَّد رزوق وهو رئيس مصلحة الموارد البشرية، ساعة 09:30، يوم: 2021/06/08.

الشكل رقم 01 الهيكل التنظيمي للمؤسسة



الشكل رقم (02):الجمهور المستفيد من الخدمة.



المبحث الثاني: واقع العلاقات العامة في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء .

من أجل معرفة دور خلية الإصغاء والإعلام والاتصال ومن أجل الإلمام بالوسائل الاتصالية المستعملة في المؤسسة وكذا التعرف على الخدمات الاشهارية التي تقوم بها الخلية باعتبارها هي الخلية المكلفة بممارسة وظائف العلاقات العامة و معرفة مدى تشخيصها لواقع الخدمة العمومية في المؤسسة تم التطرق إلى النقاط الآتية:

أولا :التعريف بخلية الإصغاء والإعلام والاتصال :

يهدف تحسين نوعية الخدمات المقدمة إلى المؤمن الاجتماعي والشركاء الاجتماعيين وكذا القضاء على كل الصعوبات تجلى الهدف من إنشائها تقديم خدمات راقية على مستوى هياكل كل القطاع وكذا انسنة العلاقات العمومية مع مستعمليه وإعادة الثقة بينهم وبين هيئات الضمان الاجتماعي.

ثانيا :مهام خلية الإصغاء والإعلام و الاتصال.

❖ استقبال وتوجيه ومرافقة مستعملي الضمان الاجتماعي، بغرض التسوية السريعة والنهائية لعرائضهم وتظلماتهم.

❖ التقليل بما أمكن من التنقل غير المجدي للمؤمن له اجتماعيا وذلك بتبسيط طرق الحصول على حقوقه، وكذا تقليص آجال معالجة عرائض المؤمن لهم اجتماعيا.

❖ تحسين نوعية العلاقات فيما بين الصندوق ومستعمليه وذلك بالمشاركة في إيجاد حلول لأسباب الخلافات المحتملة أو حالات النزاع المعقدة.

❖ القيام بنشاطات إعلامية وتحسيسية لفائدة مستعملي الصندوق، في إطار انسنة العلاقات فيما بينه وبين مستعمليه.¹

¹مقابلة مع السيد كمال قطاي، وهو مسؤول خلية الإصغاء والإعلام والاتصال، بتاريخ: 2021/06/09 على الساعة: 11:11 صباحا على مستوى مكتبه.

❖ المساهمة في إعداد المخطط الاتصالي الهادف الخاص بالصندوق وذلك بغرض تحسين

وإعلام المستعمل بحقوقه وواجباته إزاء الضمان الاجتماعي.

❖ وكذا تنظيم مختلف التظاهرات المندرجة في هذا الإطار وإعداد الدعامات الإعلامية المناسبة.

ثالثا: الوسائل المستعملة للاتصال فهي تقسم حسب طبيعة الجمهور:

مع الجمهور الداخلي:الاتصال الرسمي و مراعاة السلم الإداري.

بهدف ترسيخ ثقافة الخدمة لدى الموظف وعند ملاحظة أية قصور في مصلحة معينة خاصة سوء الاستقبال

يتم برمجة اجتماعات أو دورات من أجل معالجة هذا القصور في إطار فلسفة المؤمن الاجتماعي دائما على

حق.

مع الجمهور الخارجي: الردود الشفوية والمكتوبة،الاتصال الشخصي،الصفحة الرسمية للفيس بوك ،

أيميل.

التكفل بالإنشغالات المطروحة على سجل الشكاوي بحيث يتم الاطلاع عليه بصورة دورية ويتم طرح

انشغالات المواطن والتي تكون عبارة عن تقرير لبعض النقائص في التسيير المحلي في اجتماعات اللجنة

القطاعية

رابعا :الإستراتيجية الاتصالية في المؤسسة :

كل سنة تعد الإستراتيجية الاتصالية (مخطط الاتصال السنوي)على حسب المشاريع و يتم تقريره من قبل

المديرية العامة تستتبطه بناءا على الاقتراحات من المستويات المحلية

مخطط الاتصال الداخلي : يتم ترك مساحة أو حيز للتحرك من قبل المديرية العامة لممارسة نشاطات خارج

البرنامج الوطنية.¹

¹مقابلة مع السيد كمال قطاي، وهو مسؤول خلية الإصغاء والإعلام والاتصال، بتاريخ:2021/06/09 على الساعة:11:11 صباحا على مستوى مكتبه.

خامسا الخدمات الإشهارية التي تقوم بها المؤسسة :

قصد التعريف بالخدمات التي يقدمها الصندوق ولتصحيح المفاهيم الخاطئة بغية كسب ثقة المؤمن

لهم و الشركاء الاجتماعيين يقوم الصندوق باستعمال مختلف الوسائل و التي تتمثل في :

- تركز بصفة أكبر على العمل الجوّاري المرتكز على الإذاعة المحلية من خلال الحصص الإذاعية بصورة

دورية مرتين في كل 15 يوم أو في الشهر على حسب انشغالات الصندوق ، قام الصندوق مؤخرا بالاتفاق

مع الإذاعة المحلية: المرور الأسبوعي في الإذاعة من خلال برنامج Flash info:معلومة صباحية في مدة

5 دقائق شرح وضعية معينة أو خدمة، حق من الحقوق وكيفية الحصول عليه كانت فيه استجابة وحقق

نتائج حسنة ومقبولة .

- الحملات التحسيسية، الأيام الإعلامية، الأبواب المفتوحة والتي تكون مضبوطة برزنامة سنوية

(التصريح السنوي ، عيد العمال ،الدخول الجامعي مرافقة الطلبة في التسجيلات بالاتفاق مع الجامعة) .والتي

تكفل أغلبها بالنجاح نسبة إلى الحضور الكثيف .

- أيضا من خلال التواصل مع جمهورها عبر صفحاتها على facebook,youtube التلفزيون .

-اللوحة الالكترونية المتواجدة على مستوى المقر تضم صور وفيديوهات لإيصال معلومة

-المراسلين الاجتماعيين يتم الاعتماد عليهم نظرا لخصوصية المنطقة يتم التنقل لدار العشيرة من طرف

المدير رئيس الخلية، احد الأعوان.

-الشباك المتنقل خصوصا لمناطق الظل

تكون العمليات الإشهارية مبنية على أساس دراسة من حيث: طبيعة الموضوع ،طبيعة المنطقة ، خصوصية

الجمهور المتلقي .¹

¹مقابلة مع السيد كمال قطاي، وهو مسؤول خلية الإصغاء والإعلام والاتصال، بتاريخ:2021/06/09 على الساعة:11:11 صباحا على مستوى مكتبه.

سادسا :الخدمات المستحدثة على مستوى الصندوق من أجل ترقية خدماتها :

من أجل تطبيق فلسفة الضمان الاجتماعي: الحد من تنقل المواطن إلى الإدارة و الوصول إلى إدارة "صفر ورقي" تم:

-توفير موقع انترنت محدث بصورة دورية : يضم مختلف الخدمات الالكترونية .

-رقمنة بطاقة الشفاء واستحداث بوابات الكترونية على حسب الفاعلين (فضاء الهناء الخاص بالمؤمنين التصريح الالكتروني الخاص بأرياب العمل بوابة المتعاملين مع المتعاقدين الصحيين).

-شرعت المديرية في رقمه الملفات الطبية بحيث يمكن للمؤمن اجتماعيا أينما تنقل أن يتحصل على المراقبة الطبية.

- العمل على برنامج الدفع من قبل الغير لتجنب تسبق المصاريف الدوائية واستعمال بطاقة الشفاء مباشرة لهذا الغرض.

-من خلال أيضا دورات تكوينية للعمال في محاولة منها لتحسين الصورة مع المؤمن اجتماعيا.

في إجابته على هل تواكب المؤسسة المعايير الناجحة و المعاصرة :

إدخال النظريات إدارة الجودة الشاملة ISO9001كمشروع موجود على مستوى الوزارة لكن هل طبق أم لا يبقى التساؤل يطرح نفسه.

فيما كان جوابه حول تقييمه لنوعية الاستقبال في المؤسسة فوصفه بالجيد قياسا لنسبة العرائض والشكاوى

التي لم تتجاوز 50شكوى في عام 2019،مقارنة بوقت سابق حيث كانت تسجل نسبة 30 شكوى في الشهر

وهذا دليل على أن نوعية الخدمة وطريقة تقديمها تسير إلى الأحسن.¹

¹ .مقابلة مع السيد كمال قطاي، وهو مسؤول خلية الإصغاء والإعلام والاتصال، بتاريخ:2021/06/09 على الساعة:11:11 صباحا على مستوى مكتبه.

المبحث الثالث: مناقشة وتحليل نتائج الاستبيانات.

سيتم في هذا المبحث تحديد الإطار المنهجي للدراسة الميدانية لهذا الموضوع ألا وهو أثر العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية ،قصد تنظيم المعلومات بما فيها تقديم العينة وعرض منهج الدراسة والتطرق أيضا الى الطريقة والادوات المستخدمة في الدراسة من أجل الوصول إلى النتائج

الفرع الأول: مجتمع الدراسة.

يتكون من موظفي الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وهو يمثل الجمهور الداخلي و عينة من متلقي الخدمة وهم يمثلون الجمهور الخارجي للدراسة بحيث قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية بسيطة قدرها 30 موظف متواجد داخل المؤسسة، اما فيما يخص الجمهور الخارجي فتم توزيع 33 استمارة.

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة.

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، حيث تم ترميز وإدخال المعطيات إلى الحاسوب باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) نسخة 22 للتوصل إلى ما يلي:

- 1 معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الاستبيان.
- 2 مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وهذه الأساليب هي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة وترتيب عبارات كل متغير تنازليا.

3 اختبارات لعينة واحدة لمعرفة مستوى كل متغير (مستقل وتابع).

4 مصفوفة الارتباطات لمعرفة العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة.¹

الفرع الثالث: صدق وثبات الاستبيان.

لقد تم استخدام التحكيم وإجراء الاختبارات للتحقق من صدق وثبات الاستبيان كما يلي:

أولاً : صدق المحكمين: لمعرفة مدى وضوح وملائمة العبارات بالاستبيان الأولى تم عرضه على أساتذة

متخصصين في مجال وبعدما قاموا بتصويب الاستبيان ظهر في شكله النهائي ملحق رقم (01) و (2).

1 ثبات الاستبيان: تم فحص عبارات الاستبيان من خلال معامل ألفا لكرونباخ الذي يعتبر نسبته مقبولة

عند القيمة (0.62) لكي نعتمد النتائج المتوصل إليها والجدول التالي يمثل قيمة معامل ألفا لكرونباخ

لإجابات أفراد العينة كما يلي:

الجدول رقم 01 يبين معامل الثبات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ.

المقياس	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
مكانة العلاقات العامة	17	0.932
ترقية الخدمة العمومية المحلية	15	0.928

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ لمقياس مكانة العلاقات العامة قدر بـ 0.932 أي أن 93.2

بالمائة من المبحوثين سيكونون ثابتين في إجاباتهم في حالة إعادة القياس وهو ما يشير إلى ثبات المقياس،

ووصل معامل ألفا كرونباخ لمقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية إلى 0.928 أي أن 92.8 بالمائة من

المبحوثين سيكونون ثابتين في إجاباتهم في حالة إعادة القياس وهو ما يشير إلى ثبات المقياس، وتعتبر النتائج

على مستوى ممتاز من الثقة والثبات، وهذا يعني أن هناك استقرار بدرجة عالية في نتائج الاستبيان.

خصائص عينة الدراسة

جدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس.

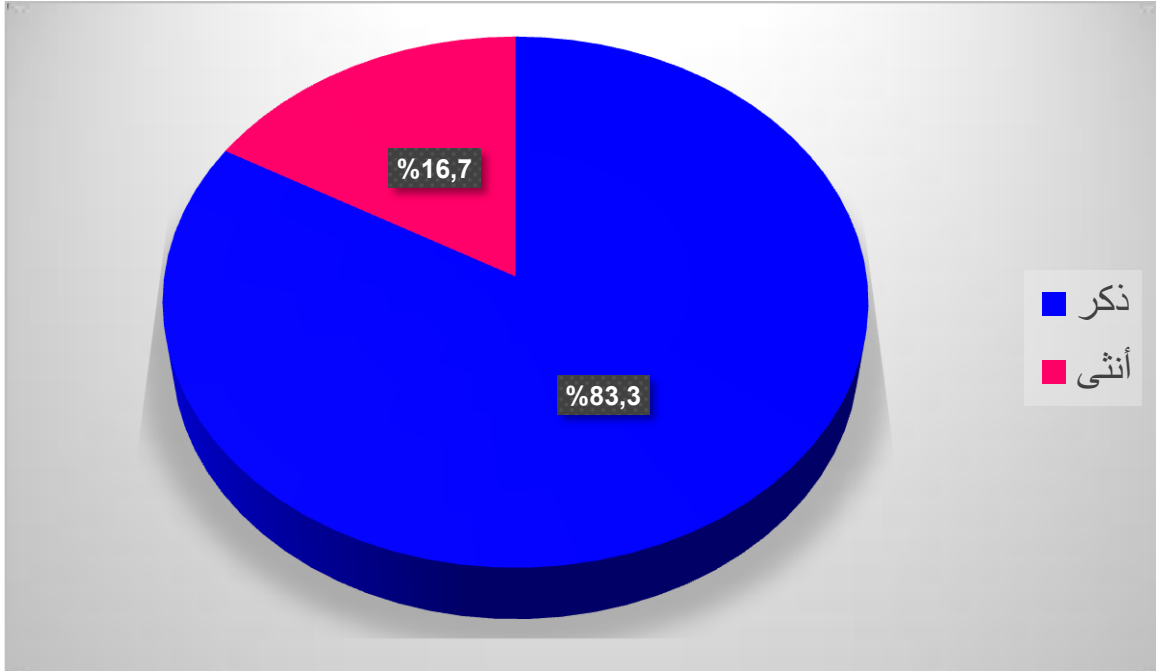
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	25	83.3
أنثى	5	16.7
المجموع	30	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور قدرت بـ 83.3 بالمائة بينما كانت نسبة الإناث 16.7 بالمائة

فقط.

شكل بياني رقم 03: يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم(03): يبين توزيع المبحوثين حسب السن .

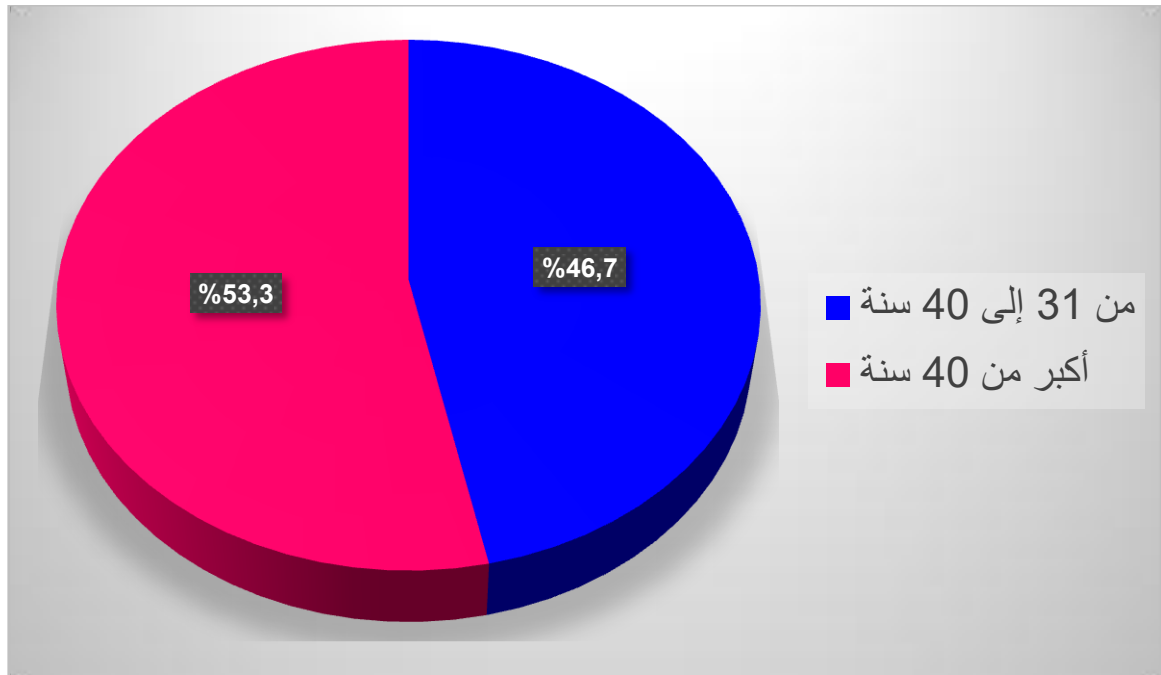
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
من 31 إلى 40 سنة	14	46.7
أكبر من 40 سنة	16	53.3
المجموع	30	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة العمال الأكبر من 40 سنة قدرت بـ 53.3 بالمائة بينما قدرت نسبة

العمال من 31 إلى 40 سنة بـ 46.7 بالمائة.

شكل بياني رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

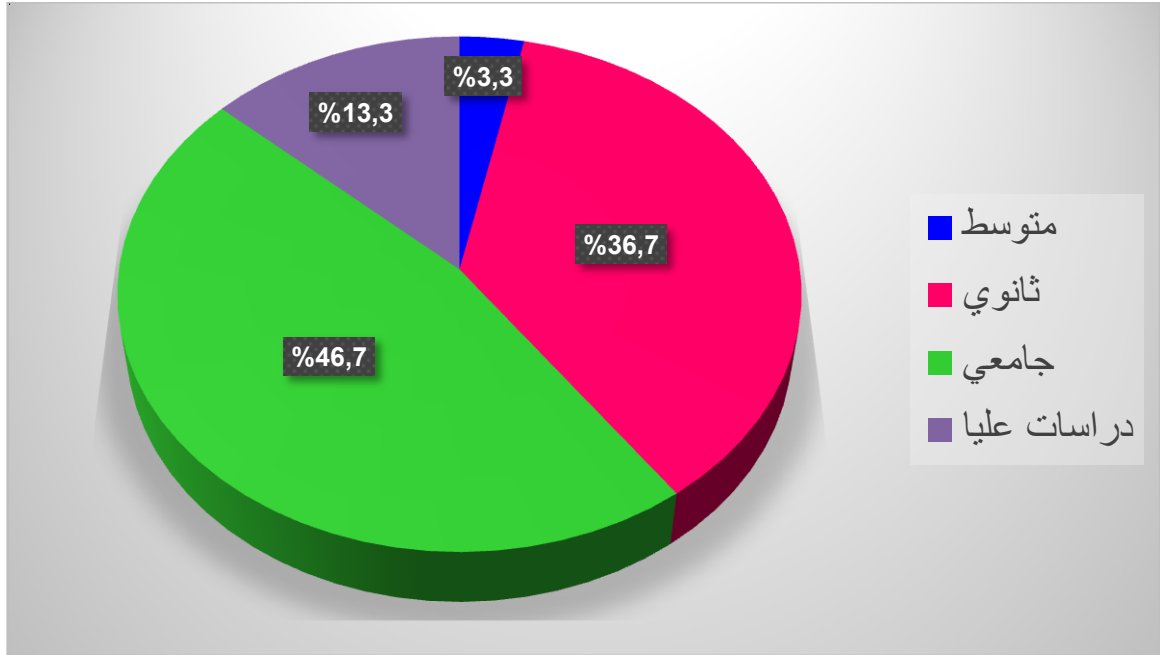
جدول رقم(04) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	1	3.3
ثانوي	11	36.7
جامعي	14	46.7
دراسات عليا	4	13.3
المجموع	30	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة العمال ذوي المستوى الجامعي قدرت بـ 46.7 بالمائة تليها نسبة العمال ذوي المستوى الثانوي بنسبة 36.7 بالمائة ثم تليها نسبة العمال أصحاب الدراسات العليا بنسبة 13.3 بالمائة بينما كانت نسبة العمال ذوي المستوى المتوسط 3.3 بالمائة فقط.

شكل بياني رقم (05) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

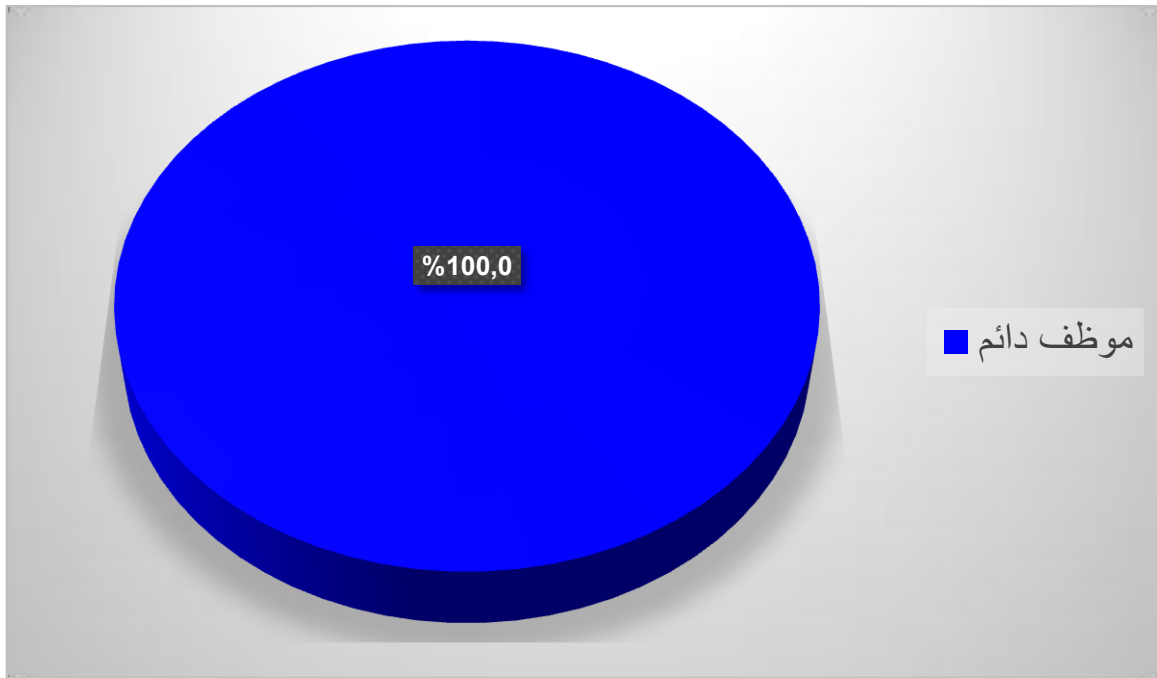
جدول رقم(05) يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة الوظيفية .

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
موظف دائم	30	100.0
المجموع	30	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول ان جميع العمال عينة الدراسة هم موظفون دائمون بنسبة 100 بالمائة.

شكل بياني(06) رقم يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة الوظيفية



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم(06) يبين توزيع المبحوثين حسب الأقدمية في العمل

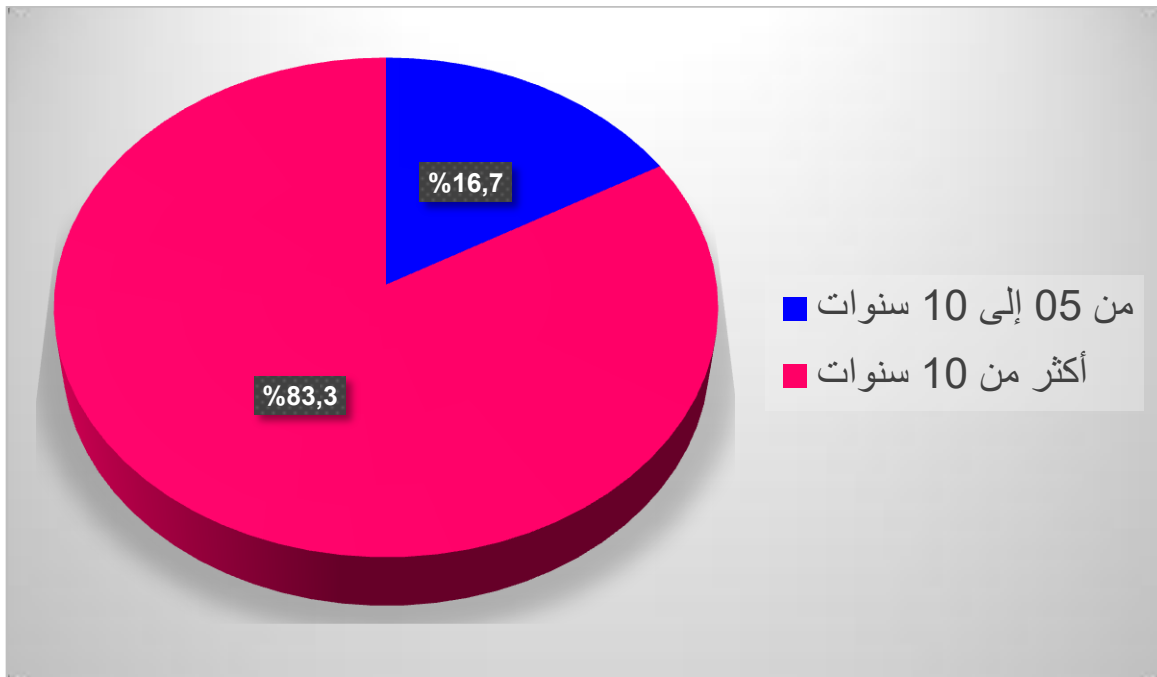
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
من 05 إلى 10 سنوات	5	16.7
أكثر من 10 سنوات	25	83.3

المجموع	30	100.0
---------	----	-------

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة العمال ذوي الخبرة أكثر من 10 سنوات قدرت بـ 83.3 بالمائة بينما كانت نسبة العمال ذوي الخبرة من 05 إلى 10 سنوات 16.7 بالمائة فقط.

شكل بياني رقم (07) يبين توزيع المبحوثين حسب الأقدمية في العمل



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (07) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الإداري

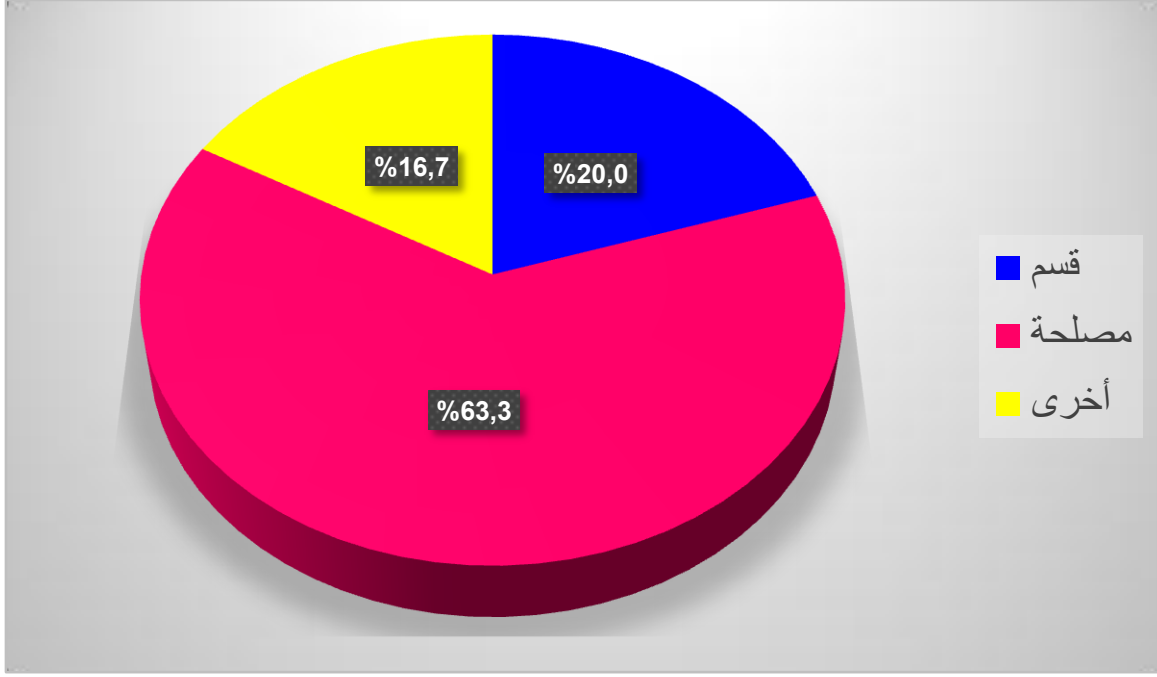
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
قسم	6	20.0
مصلحة	19	63.3
أخرى	5	16.7
المجموع	30	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة العمال بالمصلحة قدرت بـ 63.3 بالمائة بينما كانت نسبة العمال بالقسم

20.0 بالمائة و 16.7 بالمائة من العمال في مستويات إدارية أخرى.

شكل بياري رقم (09) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الإداري



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نتائج المقياس:

من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول المقياس تم

تحديد المستوى المرجح له بناء على قيمة المتوسط الحسابي كما يوضحه الجدول الموالي.

حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي المرجح من خلال حساب المدى ($4=1-5$) ثم تقسيمه على 3

للحصول على طول الخلية ($1.33=3/4$) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك

لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا ودرجتها كما يلي:

الجدول رقم (08) : مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الخماسي

المستوى الموافق له	مجال المتوسط الحسابي المرجح
منخفض	من 1 إلى 2.33
متوسط	من 2.34 إلى 3.67
مرتفع	من 3.68 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على الدراسات السابقة

وعليه قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والترتيب لكل عبارة، وهذا ما توضحه الجداول التالية.

الفرضية 01: وجود مستوى مرتفع للعلاقات العامة لدى عينة الدراسة

للتحقق من الفرضية قمنا بحساب المتوسطات والانحراف المعياري لكل عبارة ثم قمنا بحساب اختبارات لعينة واحدة للمتغير المستقل: مكانة العلاقات العامة.

جدول رقم (09) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والترتبة لمقياس العلاقات العامة

العبارة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
العبارة 01	12	3.27	1.05	متوسط
العبارة 02	7	3.40	1.04	متوسط
العبارة 03	8	3.40	1.04	متوسط
العبارة 04	9	3.37	0.85	متوسط
العبارة 05	14	3.23	1.30	متوسط
العبارة 06	2	3.73	1.08	مرتفع
العبارة 07	11	3.30	1.24	متوسط

متوسط	1.01	3.50	5	العبارة 08
متوسط	1.04	2.50	6	العبارة 09
متوسط	0.96	3.37	10	العبارة 10
متوسط	1.13	2.63	17	العبارة 11
متوسط	1.28	2.77	16	العبارة 12
متوسط	1.09	2.90	15	العبارة 13
مرتفع	1.18	3.70	4	العبارة 14
مرتفع	1.09	3.83	1	العبارة 15
مرتفع	0.79	3.70	3	العبارة 16
متوسط	1.11	3.27	13	العبارة 17
متوسط	0.75	3.29	مقياس مكانة العلاقات العامة	
الدلالة الإحصائية = 0.046		درجة الحرية = 29		قيمة ت = 2.088

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت بـ 2.088 درجة حرية قدرها 29 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أقل من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مكانة العلاقات العامة في الصندوق الوطني للعمال الأجراء لصالح متوسط عينة الدراسة، والذي قدر بـ 3.29 وانحراف معياري قدره 0.75 وهذا يثبت وجود مستوى من مكانة العلاقات العامة بدرجة مرتفعة لدى عينة الدراسة، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

التعليق على النتائج :

من خلال جدول رقم (09) الذي يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس العلاقات العامة أن قيم المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين هو 3.29 وانحراف معياري 0.75 بدرجة متوسط كما يبين الجدول أن أكثر العبارات أهمية هي عبارة تستخدم المؤسسة للاتصال مع المواطن مختلف قنوات الاتصال بمتوسط حسابي 3083 وانحراف معياري 1.09 بدرجة مرتفع ثم تليها عبارة العلاقات بين الموظفين تقوم على أساس المودة و الاحترام بمتوسط حسابي 3.73 وانحراف معياري 1.08 بدرجة مرتفع لتليها مباشرة العبارة يعتقد أن المؤسسة لديها صداقية في التعامل مع الجمهور بمتوسط حسابي 3.70 وانحراف معياري 0.79 بدرجة مرتفع فيما جاءت العبارة تعقد المؤسسة اجتماعات دورية مع الموظفين بأقل متوسط حسابي 2.63 وانحراف معياري قدر ب 1.13 بدرجة متوسط.

التفسير:

التفسير أن المؤسسة توفر جميع وسائل الاتصال خصوصا مع جمهورها الخارجي ويحرص الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء على المحافظة على العلاقات الجيدة مع موظفيه وهذا ما ينعكس ايجابيا على علاقته مع جمهوره الخارجي وهذا ما يؤكد وجود صداقية في التعامل مع هذا الجمهور فيما أن وسائل الاتصال مع الجمهور الداخلي المتمثلة في الاجتماعات بصفة دورية لا تلتقى لمستوى تطلعات جمهور الموظفين .

الفرضية 02: وجود مستوى مرتفع لأداء العمال عينة الدراسة

جدول رقم (10) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية

العبارة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
العبارة 01	5	3.87	1.11	مرتفع
العبارة 02	7	3.67	1.06	متوسط

متوسط	1.04	3.47	9	العبارة 03
مرتفع	0.90	3.77	6	العبارة 04
متوسط	1.29	2.70	15	العبارة 05
متوسط	1.13	3.03	13	العبارة 06
متوسط	1.15	3.17	11	العبارة 07
متوسط	1.38	3.03	14	العبارة 08
مرتفع	0.83	3.93	4	العبارة 09
مرتفع	0.66	4.10	1	العبارة 10
مرتفع	0.67	4.03	2	العبارة 11
مرتفع	0.72	4.03	3	العبارة 12
متوسط	0.90	3.43	10	العبارة 13
متوسط	1.01	3.13	12	العبارة 14
متوسط	1.01	3.53	8	العبارة 15
متوسط	0.71	3.53	مقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية	
الدلالة الإحصائية = 0.000		درجة الحرية = 29		قيمة ت = 4.042

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تحليل النتائج :

من خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت ب 4.042 درجة حرية قدرها 29 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أقل من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى ترقية الخدمة العمومية المحلية

لصالح متوسط عينة الدراسة والذي قدر بـ 3.53 وانحراف معياري قدره 0.71 وهذا يثبت وجود مستوى مرتفع لترقية الخدمة العمومية المحلية لدى عينة الدراسة، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

التعليق على النتائج :

من خلال جدول رقم (10) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية أن قيم المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين هو 3.53 وانحراف معياري 0.71 بدرجة متوسط كما يبين الجدول أن أكثر العبارات أهمية هي العبارة يدرك الموظف إن حسن معاملة العميل واجب عليه بمتوسط حسابي 4.10 وانحراف معياري 0.66 بدرجة مرتفع ثم تليها عبارة سعي الموظف إلى ترقية الخدمة من خلال ضمان الاستقبال الجيد و إتاحة حق الولوج إلى المعلومة بمتوسط حسابي 4.03 وانحراف معياري 0.67 بدرجة مرتفع لتليها مباشرة العبارة تتوفر المؤسسة على لوحات إرشادية تسهل الوصول لمختلف الأقسام بها بمتوسط حسابي 4.03 وانحراف معياري 0.72 بدرجة مرتفع فيما جاءت العبارة تحرص الخلية المكلفة بالاتصال على تنظيم لقاءات محاضرات ندوات لترسيخ ثقافة الخدمة لدى الموظف بأقل متوسط حسابي 3.03 وانحراف معياري قدر بـ 1.38 بدرجة متوسط

التفسير : المؤسسة تحرص على أن يدرك الموظف إلى أن حسن معاملة العميل هي واجب عليه من خلال الاستقبال الجيد له و إتاحة حق الولوج للمعلومة له مما يضمن تحقيق أهم مبادئ الخدمة العمومية وهو الشفافية و في إطار سعيها الدائم لتسهيل الانتقال ما بين المصالح حرصت المؤسسة على وجود لوحات إرشادية في كل زاويا المؤسسة فيم جاء تأكيد الموظفين على عدم كفاية ووفرة وسائل الاتصال في المؤسسة المستعملة للاتصال مع الجمهور الداخلي .

الفرضية 03: توجد علاقة بين مكانة العلاقات العامة وترقية الخدمة العمومية المحلية

لاختبار هذه الفرضية قمنا بحساب معامل ارتباط بيرسون، وكانت النتائج كما هو في الجدول أدناه.

جدول رقم (11) يبين نتائج العلاقة بين مكانة العلاقات العامة وترقية الخدمة العمومية المحلية

ترقية الخدمة العمومية المحلية		مكانة العلاقات العامة
الدلالة الإحصائية	قيمة معامل الارتباط	
0.000	0.804	

من خلال الجدول السابق نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه نقول أن

هناك ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مكانة العلاقات العامة وترقية الخدمة العمومية المحلية.

ونلاحظ أن قيمة معامل الارتباط قدرت بـ 0.804 وهو ارتباط طردي قوي بمعنى أنه كلما زادت مكانة

العلاقات العامة زاد مستوى ترقية الخدمة العمومية المحلية، وهو ما يؤكد صحة الفرضية القائلة: توجد علاقة

بين مكانة العلاقات العامة وترقية الخدمة العمومية المحلية.

جدول رقم (12) يبين توزيع المبحوثين حسب كفاية الأيام المخصصة للاستقبال

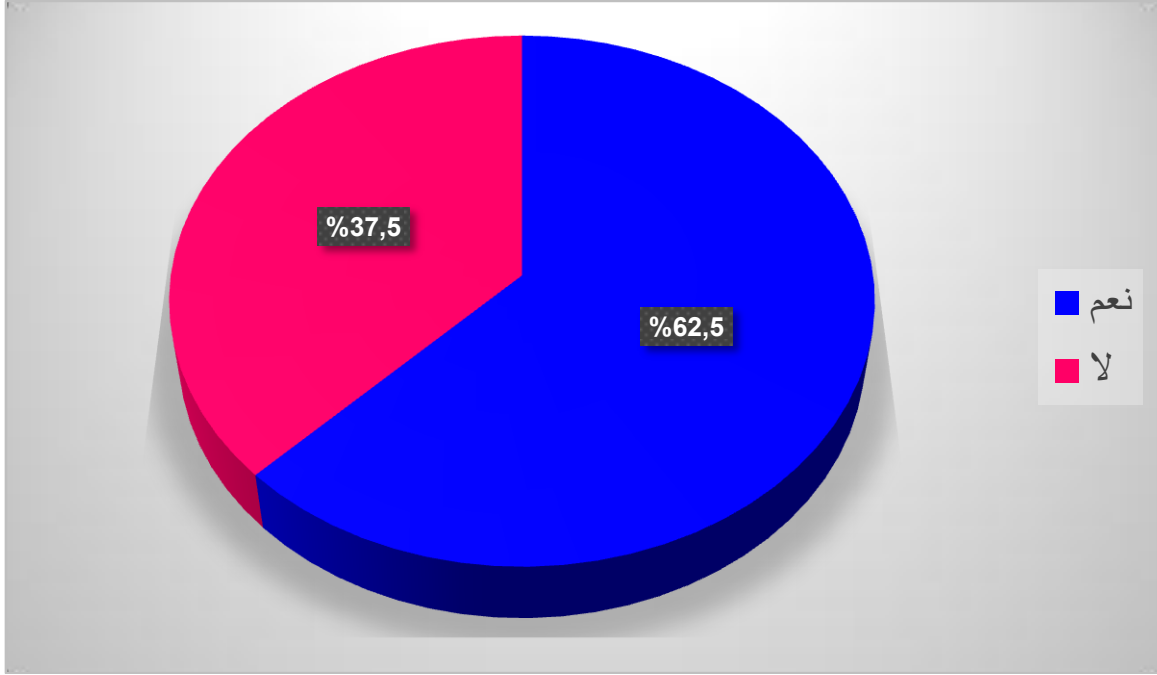
النسبة المئوية	التكرار	الخيار
62.5	20	نعم
37.5	12	لا
100.0	32	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول إجابة المبحوثين لكفاية الأيام المخصصة للاستقبال وجاءت نسبة الموافقة بـ 62

مقابل نسبة مرتفعة وهو ما يدل على أن الأيام المخصصة للاستقبال كافية

شكل بياني رقم (10) يبين توزيع المبحوثين حسب كفاية الأيام المخصصة للاستقبال



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (13) يبين توزيع المبحوثين حسب توفير المؤسسة شروط الاستقبال

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	56.3
لا	14	43.7
المجموع	32	100.0

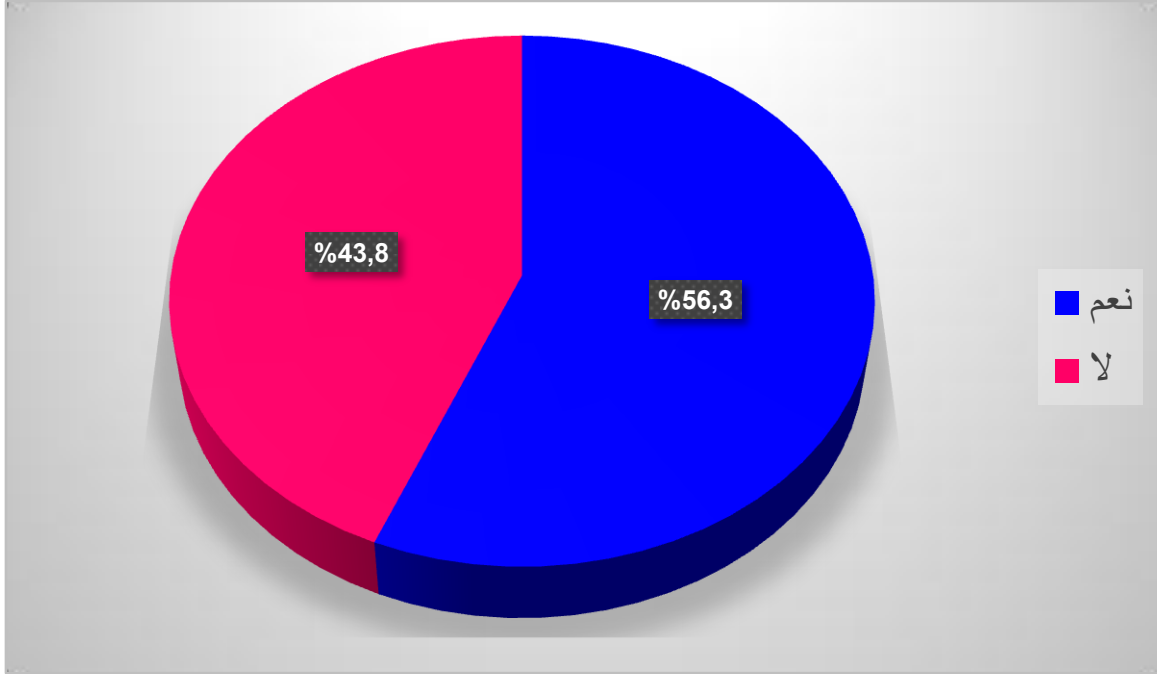
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

فيما كانت إجابات المبحوثين لتوفير المؤسسة لأحسن شروط الاستقبال 56.3 في مقابل نسبة

معارضة 43.7. وبذلك يمكن القول ان المؤسسة توفر شروط استقبال من حيث الاستقبال

والتوجيه جيدة .

شكل بياني رقم(11) يبين توزيع المبحوثين حسب توفير المؤسسة شروط الاستقبال



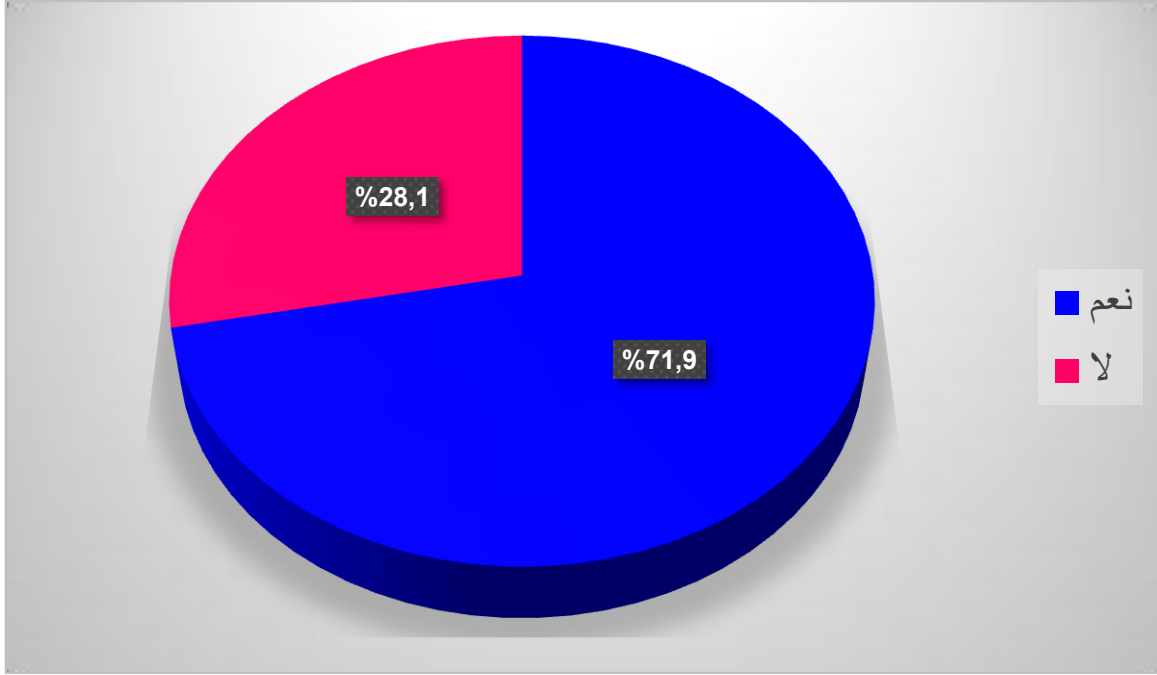
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم(14) يبين توزيع المبحوثين حسب كون نوعية الاستقبال جيدة

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	23	71.9
لا	9	28.1
المجموع	32	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

شكل بياني رقم (12) يبين توزيع المبحوثين حسب كون نوعية الاستقبال جيدة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (15) يبين توزيع المبحوثين حسب اعتقادك أن الوسائل الاتصالية كافية

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	7	21.9
لا	25	78.1
المجموع	32	100.0

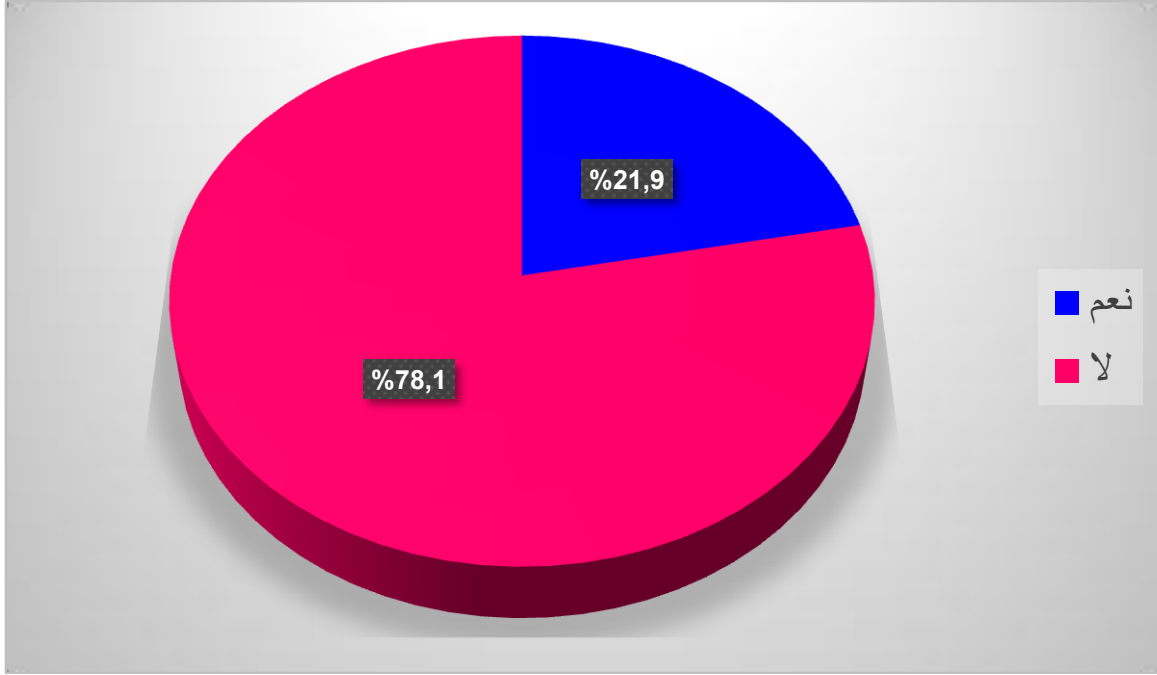
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

التفسير فيما أكد المبحوثين على عدم كفاية الوسائل الاتصالية المستعملة بنسبة 78.1 بالماضي

وهذا راجع لعدم معرفتهم بالوسائل الاتصالية التي توفرها المؤسسة لهم بسبب غياب عملية

الإشهار لهذه الوسائل.

شكل بياني رقم (13) يبين توزيع المبحوثين حسب اعتقادك أن الوسائل الاتصالية كافية



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (16) يبين توزيع المبحوثين حسب مساعدة الوسائل الاتصالية على تكوين صورة

حسنة عن المؤسسة

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	43.8
لا	18	56.3
المجموع	32	100.0

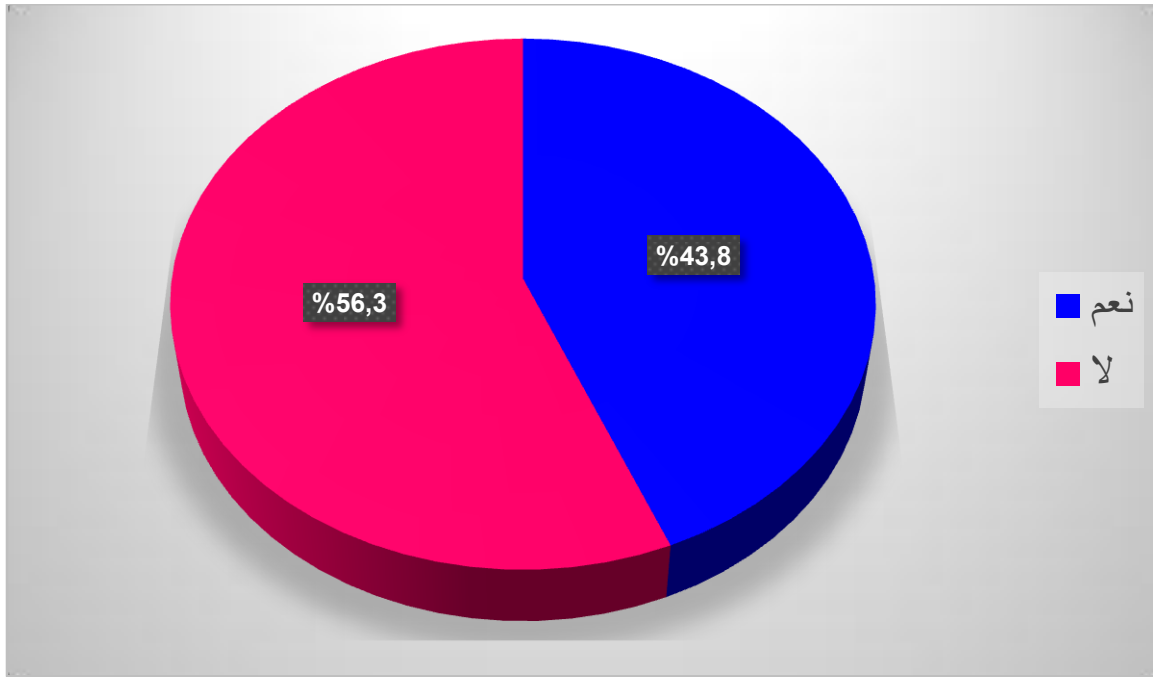
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول مدى مساعدة الوسائل الاتصالية في تكوين صورة حسنة؛ وجاءت الإجابة بلا بنسبة 56.3

وهو دليل على عدم فعالية الوسائل الاتصالية المستعملة من قبل الإدارة .

شكل بياني رقم (14) يبين توزيع المبحوثين حسب مساعدة الوسائل الاتصالية على تكوين صورة حسنة عن

المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (17) يبين توزيع المبحوثين حسب اللجوء إلى الخلية الاجتماعية من أجل الاستفسار

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	43.8
لا	18	56.3
المجموع	32	100.0

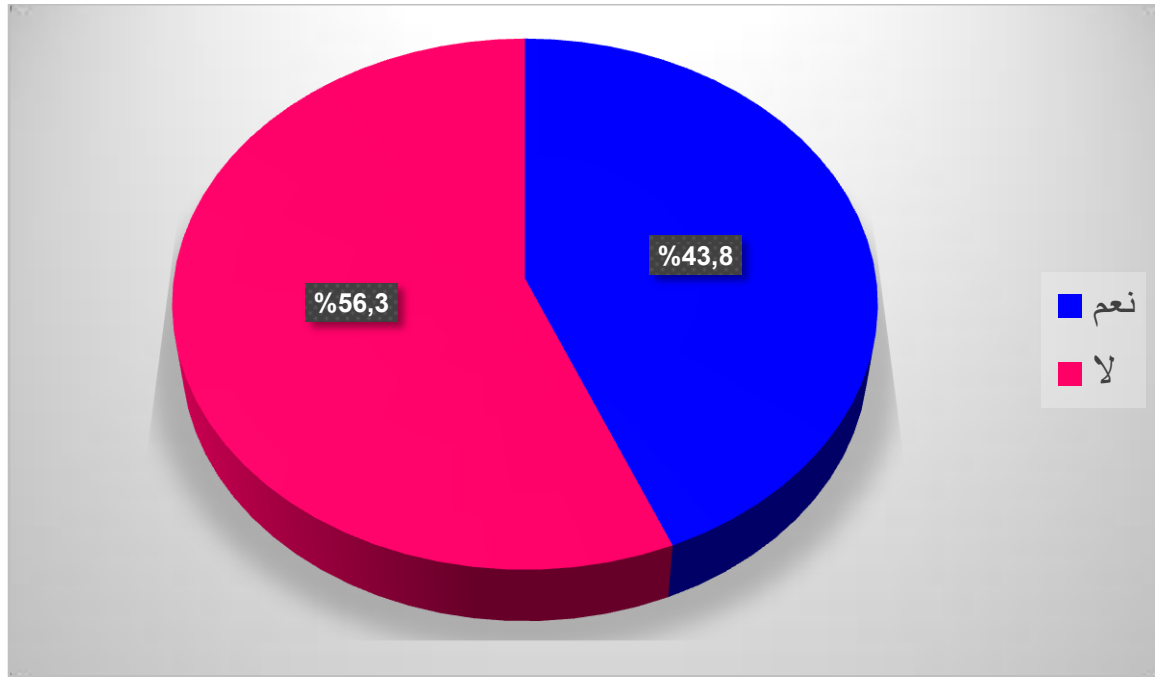
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جاءت إجابات المبحوثين حول تعاملهم مع الخلية الإصغاء والاتصال بنسبة 56.3. وهو ما يدل على عدم

تعامل شريحة كبيرة مع هذه الخلية بسبب عدم معرفتهم أصلا بتواجدها

شكل بياني رقم (15) يبين توزيع المبحوثين حسب اللجوء إلى الخلية الاجتماعية من أجل

الاستفسار



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (18) يبين توزيع المبحوثين حسب الاستجابة السريعة للانشغالات والتكفل بالمطالب

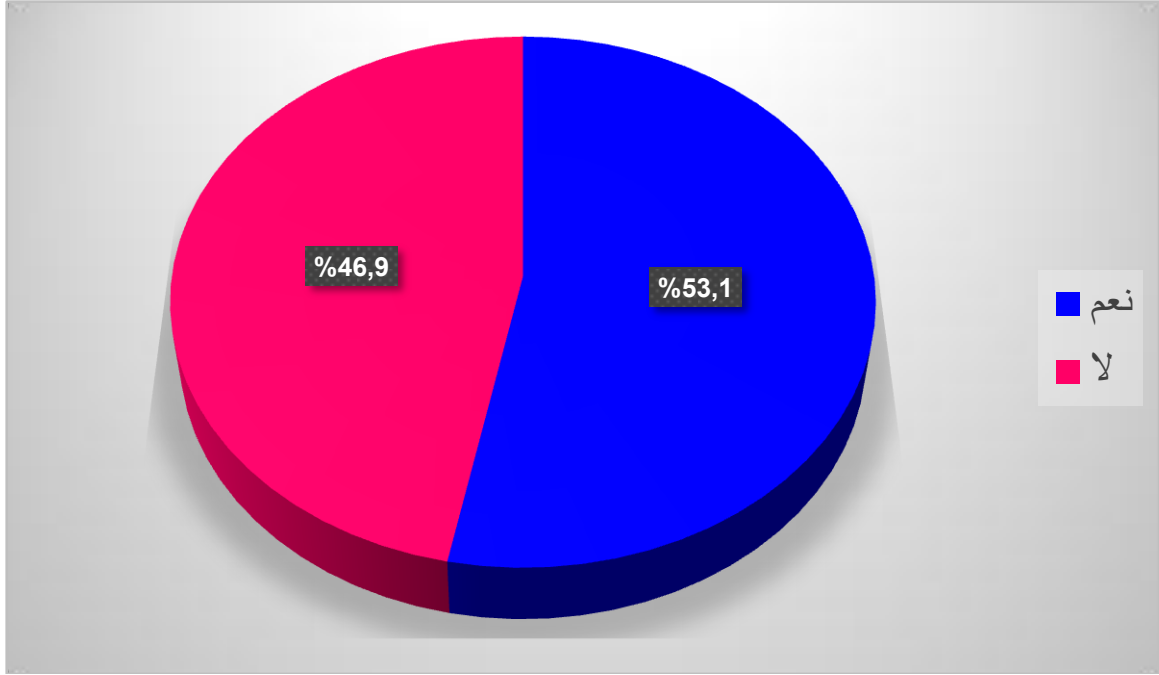
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	53.1
لا	15	46.9
المجموع	32	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جاءت إجابات المبحوثين حول مدى الاستجابة السريعة للانشغالات بنسبة 53.1 موافقة أي ان

الصندوق يقوم بمجهودات مقبولة من اجل حسن التكفل بمتلقي الخدمة.

شكل بياني رقم (16) يبين توزيع المبحوثين حسب الاستجابة السريعة للانفعالات والتكفل بالمطالب



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (19) يبين توزيع المبحوثين حسب الرضا بالخدمات المقدمة من طرف المؤسسة

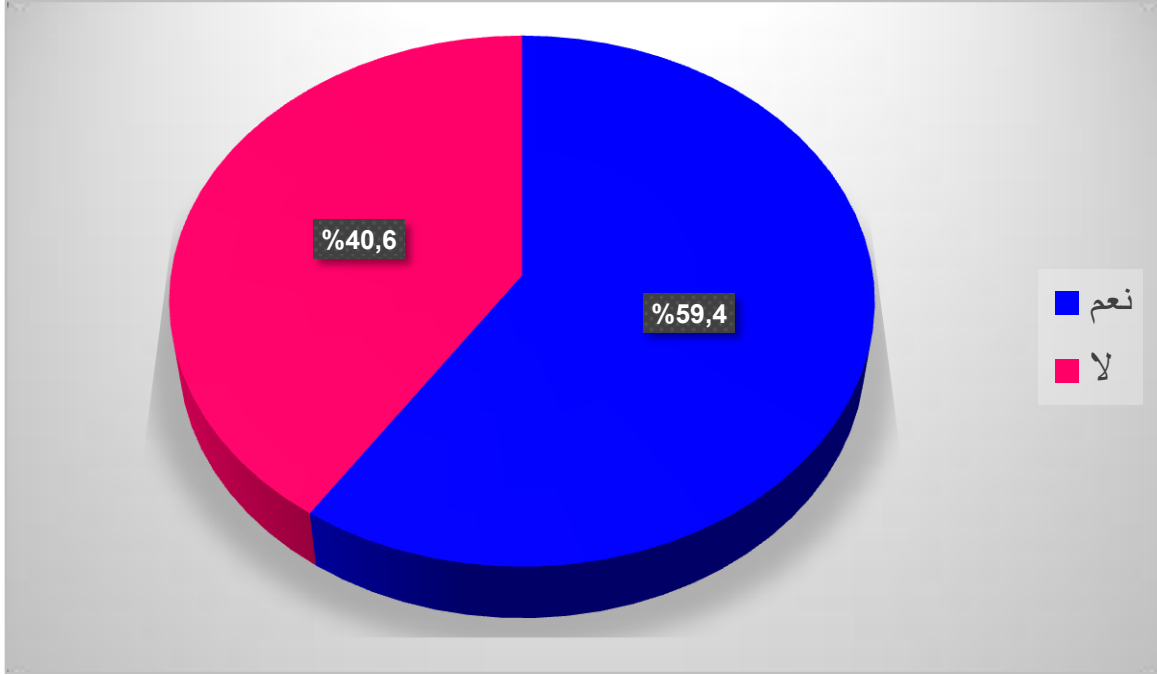
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	59.4
لا	13	40.6
المجموع	32	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال هذا الجدول يتضح لنا مدى رضا متلقي الخدمة عن الخدمات المقدمة له من طرف

مقدم الخدمة حيث جاءت هذه العبارة بنسبة 59.4 مؤيد لها

شكل بياني رقم (17) يبين توزيع المبحوثين حسب الرضا بالخدمات المقدمة من طرف المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (20) يبين توزيع المبحوثين حسب الأخذ بملاحظاتك بعين الاعتبار

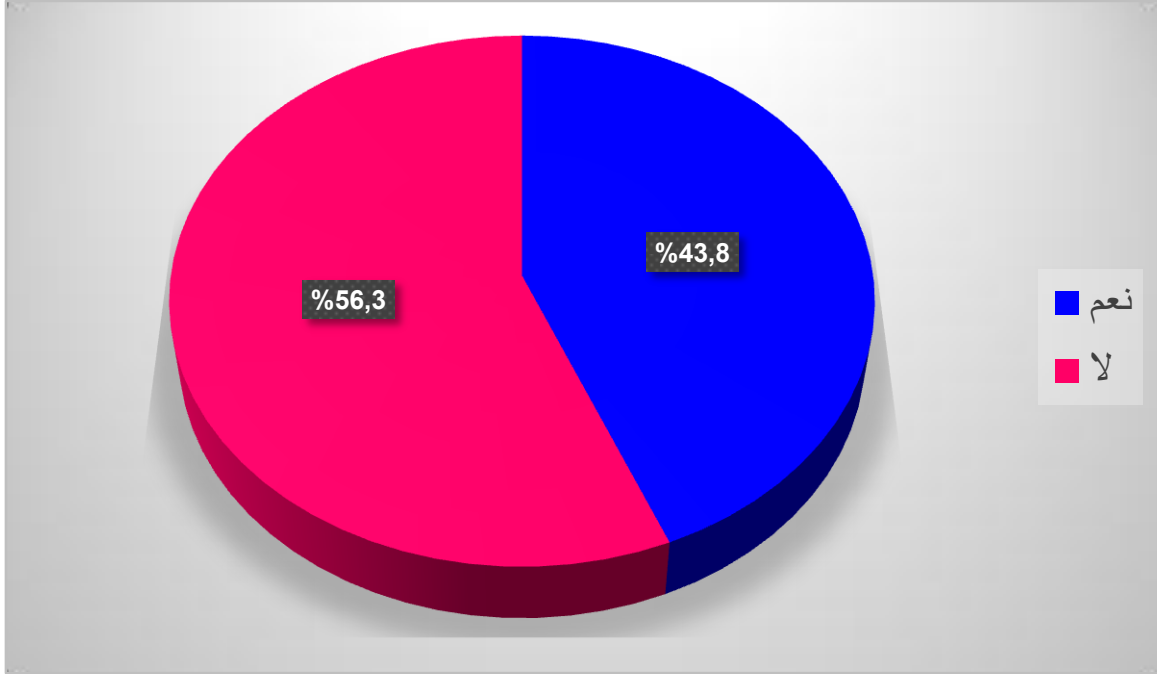
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	43.8
لا	18	56.3
المجموع	32	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تبين من خلال النتائج النسبية للجدول أن نسبة 56.3 جاءت نافية لاهتمام المؤسسة بالأخذ

بملاحظاتهم أي أن سجل الشكاوى قد يكون له وجود شكلي فقط .

شكل بياني رقم (18) يبين توزيع المبحوثين حسب الأخذ بملاحظاتك بعين الاعتبار



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (21) يبين توزيع المبحوثين حسب اهتمام الإدارة بالرد على الشكاوي المقدمة

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

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

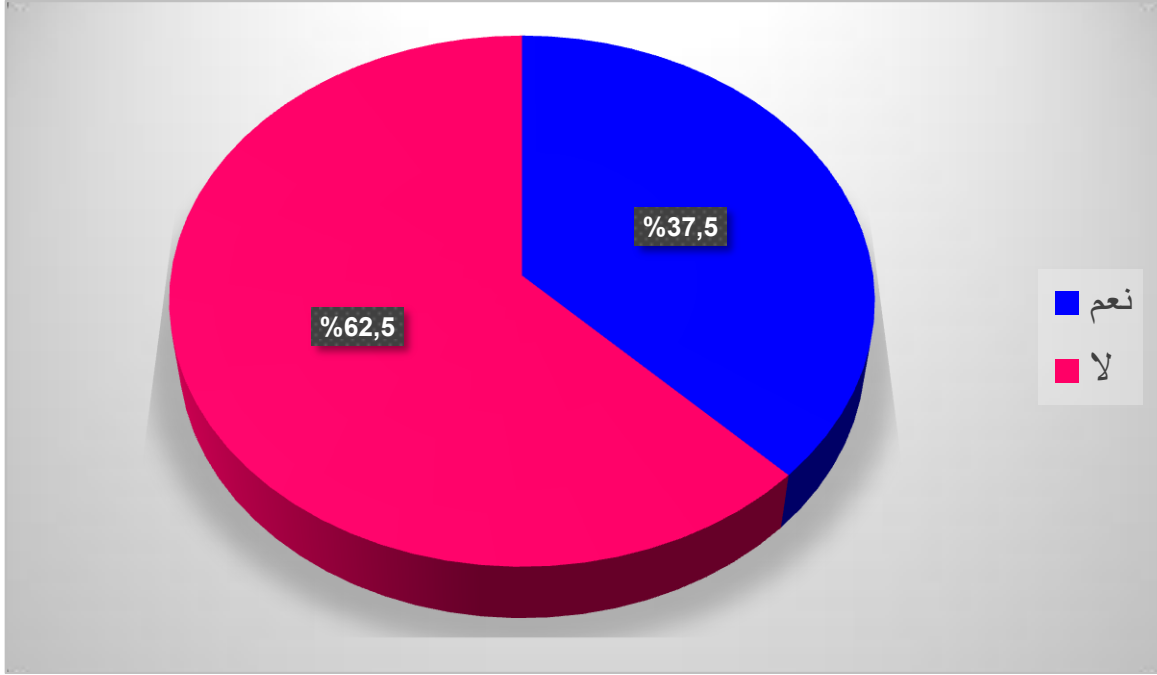
تبين من خلال النتائج النسبية للجدول أن نسبة 62.5 قد أكدت على اهتمام الإدارة بالرد على

الشكاوي المقدمة

التفسير: تؤكد هذه النسبة أن المؤسسة تسعى لمعالجة مشاكل التي يتعرض لها متلقي الخدمة

على مستوى مقرها .

شكل بياني رقم (19) يبين توزيع المبحوثين حسب اهتمام الإدارة بالرد على الشكاوي المقدمة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (22) يبين توزيع المبحوثين حسب وجود تحسن في تقديم الخدمات بالمؤسسة

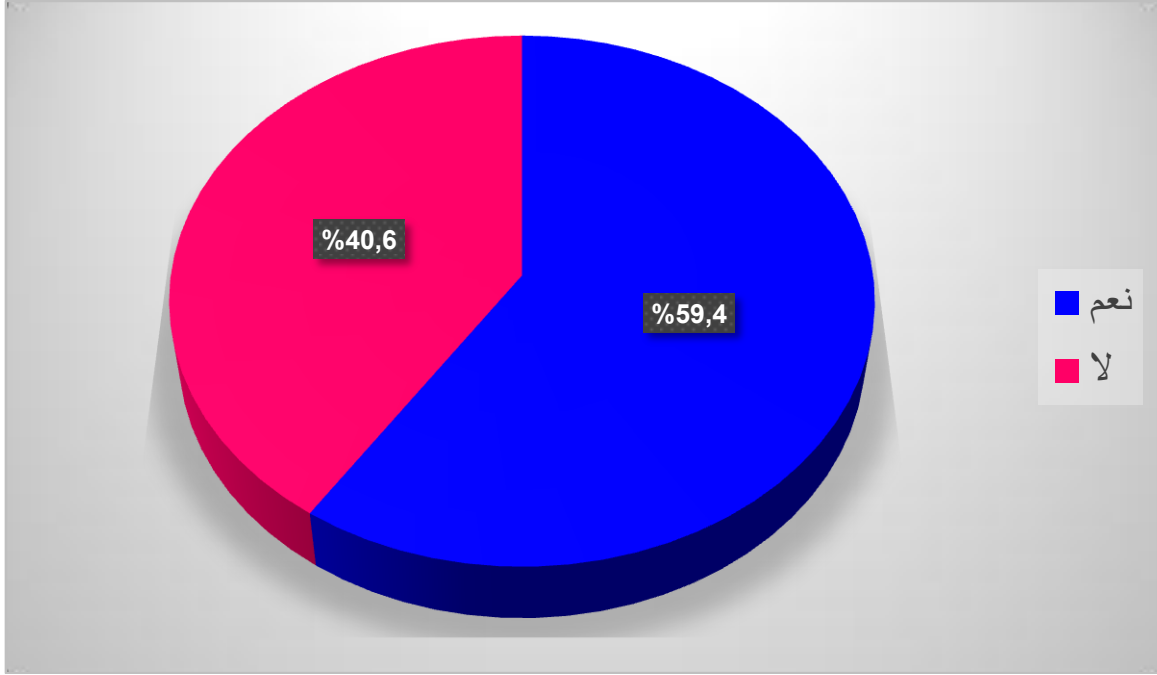
الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	59.4
لا	13	40.6
المجموع	32	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تبين من خلال النتائج النسبية للجدول أن نسبة 59.4 قد أكدوا على مدى وجود تحسن في أداء الخدمة

التفسير : تدل هذه النسبة على مدى اهتمام المؤسسة بعصرنة خدماتها .

شكل بياني رقم (20) يبين توزيع المبحوثين حسب وجود تحسن في تقديم الخدمات بالمؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (23) يبين توزيع المبحوثين حسب كون حجم البناية وحسن إنجازها يعكسان الدور

الذي تقوم به

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

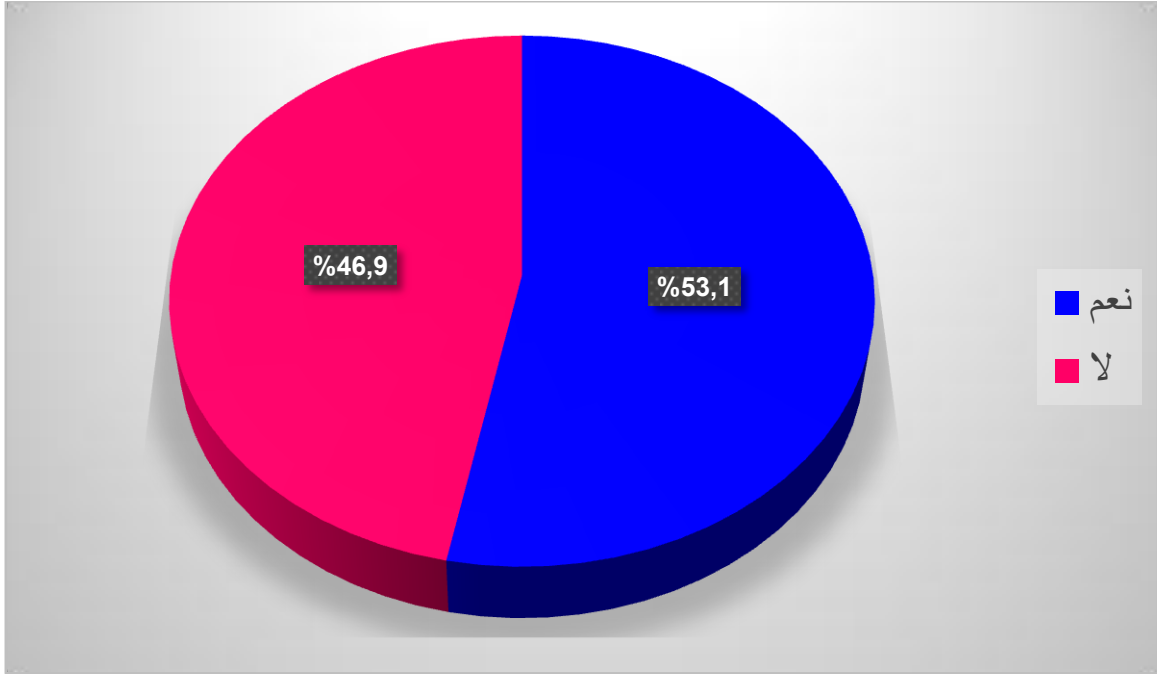
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تبين من خلال النتائج النسبية للجدول أن نسبة 53.1 أكدوا على أن حسن إنجاز المؤسسة

يعكس الدور الذي تقوم به

شكل بياني رقم (21) يبين توزيع المبحوثين حسب كون حجم البناية وحسن إنجازها يعكسان

الدور الذي تقوم به



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

ملخص الفصل :

تطرقت الباحثة في هذا الفصل إلى دور العلاقات العامة في تحسين الخدمة العمومية في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء حيث تناولت خلال هذا الفصل ثلاث مباحث تطرقت فيها إلى التعريف بالمؤسسة محل الدراسة وإلى وقع العلاقات العامة في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء و مناقشة وتحليل الاستبيانات.

من خلال ما تم التوصل إليه من معطيات ونتائج الدراسة الميدانية بمؤسسة الصندوق الوطني للعمال الأجراء باستخدام استبيان الخاص بالجمهور الداخلي الموزع على العينة العشوائية البسيطة قدرت ب 30 عامل و الاستبيان الخاص بالجمهور الخارجي باستعمال العينة العشوائية البسيطة والتي ضمت 32 مبحوث، تم تحليل البيانات الدراسة بتفريغ هذه الاستمارات باستخدام البرنامج الإحصائي spss ثم تطرقنا الى عرض النتائج وتحليلها بغية الوصول إلى إثبات أو نفي الفرضيات.

الخاتمة

لقد حظي موضوع الخدمة العمومية كأحد العناصر الرئيسية في الإدارة العمومية باهتمام كبير لدى الأنظمة السياسية والنخب الحاكمة المتعاقبة باعتبارها مظهرا أساسيا من مظاهر ممارسة سلطة الدولة و احد أهم مخرجاتها فهي أداة لتنفيذ الخيارات والسياسات العامة المنتهجة التي من خلالها تباشر الدولة مهامها . وباعتبار ان جودة الخدمة العمومية المقدمة تعتبر المرآة العاكسة لمدى تقدم الدول او تخلفها فهي تستمد قوتها وصلابتها من قوة وصلابة الدولة كما يظهر عجزها عجز الدولة.

في هذا الإطار سعت الدولة الجزائرية لتحسين خدماتها من خلال برامج إصلاح الخدمة العمومية في كل المجالات خاصة الخدمة العمومية على المستوى المحلي الوسيط الذي يضمن التوازن واستمرار قنوات الاتصال ومن اجل ضمان فعالية العملية الاتصالية بين هذه المؤسسات والمواطن شكلت العلاقات العامة حلقة الوصل والاتصال بين المؤسسات وجمهورها الداخلي والخارجي من خلال شرح سياسة واستراتيجيات المؤسسة لهذا الجمهور بهدف كسب رضا وثوق هذا الجمهور .

في هذا الإطار جاءت الدراسة لقياس مدى تأثير العلاقات العامة على ترقية الخدمة العمومية المحلية من خلال الدراسة الميدانية بمؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء .

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

توصلت الدراسة إلى وجود فجوة بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي حول مدى توفير وسائل الاتصال وكفايتها بحيث أن الجمهور الداخلي أكد على كفايتها فيما نفى الجمهور الخارجي هذا الأمر وهذا يرجع لغياب عمليه الإشهار لهذه الوسائل من قبل المؤسسة بسبب عدم وجود وظيفة العلاقات العامة في

المؤسسة

قصور في أداء خلية الاتصال بحيث عبر الجمهور الخارجي عن عدم استفادته من خدمات هذه الخلية وعن عدم معرفه دورها في المؤسسة

بالرغم من وجود رؤية شاملة لاستقبال وإرشاد المواطن ووجود قنوات اتصالية مفتوحة لكن المواطن لا يعرف بوجودها لغياب الإشهار لهذه القنوات.

عدم كفاية وسائل الاتصال التي تستخدمها المؤسسة مع الموظفين وهو ما ينعكس سلبا على أداء المؤسسة نسبيا وبالتالي التأثير على تقديم الخدمة .

للمؤسسة استراتيجية واضحة للقضاء على البيروقراطية من خلال الإجراءات المنتهجة التي تتمثل في إمكانية تحميل استمارات طلب الأداءات عبرالموقع الالكتروني للصندوق

النتائج في ضوء الفرضيات :

جاءت النتائج مدعمة لهذه الفرضيات وبالتالي تم اثبات فرضيات الدراسة :

- فقد اثبتت النتائج أن ارتفاع أداء العمال في المؤسسة يؤدي حتما إلى ترقى ة الخدمة العمومية المحلية باعتبار ان الموظف عنصر فعال في هذه المعادلة مع ضرورة الاهتمام بتوفير الظروف الملائمة للعمل سواء المادية أو المعنوية على مستوى الإدارات المحلية لتحسينهم من كل المغريات التي تؤدي إلى تفشي الفساد والبيروقراطية.

-تحتل خليه الاتصال التي تقوم بدور العلاقات العامة في المؤسسة بمكان ة هامة لدى المؤسسة فهي تقوم بمجهودات ساعدت المؤسسة على تحقيق أهدافها خصوصا مع جمهورها الخارجي

-فيما أكدت نتائج الفرضية الثالثة ان هناك علاقة ارتباط قوي ة بين مكانة العلاقات العمومية في المؤسسة وبين ترقيه الخدمة العمومية كلما اولت المؤسسة اهتماما بالعلاقات العامة ك لما يؤدي هذا حتما إلى الجودة في خدماتها .

بناءا على النتائج المتوصل اليها تقترح الباحثة مجموعة من التوصيات تتمثل في الآتي:

- ضرورة إحداث المؤسسة لجهاز العلاقات العامة في المؤسسة يقوم بمهامها .

- ضرورة تكوين لجنة قطاعية تضم كل الوزارات تهتم بتشخيص ومعالجة مشاكل المواطنين

- القيام بدراسات لقياس آراء واتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي من خلال اطلاق عملية واسعة لسبر آراء المواطنين على مستوى كافة هياكله ونشره عبر الموقع الالكتروني وذلك للتعرف على آرائهم حول نوعية الخدمات المقدمة.

- عدم الاكتفاء بالاتصال الرسمي وإتاحة وسائل الاتصال غير الرسمي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة - اعتماد التكنولوجيا و دعم استخدامات الإدارة الإلكترونية على مستوى مختلف نشاطات المرافق والأجهزة الإدارية بغية تطوير أدائها والتقليل من عديد المشاكل المرتبطة بالاحتكاك الإداري المباشر بين الإدارة ومستعملها.

- ترسيخ ثقافة الإصغاء إلى انشغالات المواطنين عبر كافة هياكل الاستقبال مع الحرص على تهيئة هياكل استقبال المواطنين وتجهيزها بكافة الوسائل العصرية التي تضمن راحتهم وتقريب هياكل الصندوق من المواطنين عن طريق استقبالهم يوميا وبصفة متواصلة

- الالتزام التوجيهات الصادرة من طرف الحكومة في مجال تحسين الخدمة العمومية وترقيتها من خلال وضع الآليات التي تسمح بتنفيذ التوصيات وتوفير وسائل الرقابة عليها.

في مجال هذا البحث يمكن اقتراح الدراسات المستقبلية الآتية :

- دور العلاقات العامة في رفع أداء العمال في المؤسسات العمومية.

- غياب التنافسية في الإدارات وتأثيره على الخدمة العمومية

الملاحق

ملحق رقم 01. الخاص بالاستمارة الخاصة بالجمهور الداخلي



جامعة غرداية
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية
تخصص تنظيم سياسي وإداري
استمارة استبيان حول موضوع:

أثر العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية
دراسة ميدانية بالصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال
الأجراء ولاية غرداية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص تنظيم سياسي وإداري

الاستمارة الخاصة بالجمهور الداخلي

سيدي الكريم:

يشرفني أن أقدم بين أيديكم هذا الاستبيان والمتعلق بمشروع بحث لنيل شهادة الماستر في التنظيم السياسي والإداري، إذ يحتوي هذا الاستبيان مجموعة من الأسئلة حول موضوع أثر العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية لذا نرجو منكم أن تفضلوا بالإجابة عنها بكل صدق وموضوعية، ولكوننا متأكدين بأن المعلومات التي ستقدمونها سيتم التعامل معها بسرية تامة، ولن يطلع عليها أي طرف بخلاف الباحثة وذلك من أجل استخدامها لأغراض الدراسة العلمية فقط.

نشكركم على حسن تعاونكم على إنجاز هذه الدراسة ومتمنين لكم دوام التوفيق والنجاح

تحت إشراف الاستاذ (ة):

صوالحي ليلي .

من إعداد الطالبة:

مولاي براهيم سارة.

السنة الجامعية 2021/2020

يرجى وضع علامة (+) في الخانة المناسبة

أ. المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: أقل من 30 سنة من 31 إلى 40 سنة أكبر من 41 سنة

المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا

الحالة الوظيفية: موظف دائم موظف متعاقد

الخبرة المهنية أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات أكثر من 10 سنوات

ما هو المستوى الإداري لضم العلاقات العامة حالياً:

قسم مصلحة أخرى تذكر

ب. المحور الثاني: مكانة العلاقات العامة في الصندوق الوطني للعمال الأجراء:

لرقم	العيبسارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	يوجد بالمؤسسة قسم خاص بالعلاقات العامة					
02	تمارس المؤسسة مختلف أنشطة العلاقات العامة (البحث، التخطيط، الاتصال، التقييم)					
03	العلاقات العامة هي وظيفة اتصالية تهتم بالجمهور الداخلي (الموظفين) والجمهور الخارجي (متلقي الخدمة) على حد سواء					
04	العلاقات العامة هي نشاط لكسب ثقة الجمهور الخارجي والمحافظة على ولائه.					
05	يتم التواصل بين الموظفين والمؤسسة من خلال الهاتف، النشرات والبريد الإلكتروني للمؤسسة					
06	العلاقات بين الموظفين تقوم على أساس المودة والاحترام.					

				يوجد بالمؤسسة نظام جيد للاتصالات يسمح بتوفير كافة المعلومات التي أحتاجها بسرعة.	07
				تقوم المؤسسة باعتماد النشرات، لوحة الإعلانات لإشهر خدماتها الجديدة	
				تتوفر المؤسسة على مكان خاص لالتقاء الموظفين مع بعضهم البعض في أوقات الراحة.	08
				تلجأ المؤسسة إلى الاتصال الشخصي مع الموظفين عند الشعور بالحاجة لذلك	09
				تتخذ المؤسسة اجتماعات دورية مع الموظفين..	10
				خصصت المؤسسة صندوقا لتلقي شكاوى الموظفين	11
				يوجد تنسيق بين مختلف الأقسام في المؤسسة	12
				تضع المؤسسة المصلحة العليا للزبون في أولى اهتماماتها	13
				تستخدم المؤسسة للاتصال مع المواطن مختلف قنوات الاتصال	14
				تعتقد أن المؤسسة لديها مصداقية في التعامل مع الجمهور الخارجي.	15
				تواكب المؤسسة معايير المؤسسات الناجحة والمعاصرة	16

III. المحور الثالث: ترقية الخدمة العمومية المحلية

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبسارة	الرقم
					تبذل المؤسسة قصارى جهدها لتحقيق الجودة في خدماتها من خلال توفير مختلف الأنواع المناسبة لإنجاز الخدمة	17
					تعمل المؤسسة على تحقيق الشفافية من خلال توفير كل المعلومات اللازمة للمواطن	18

					19	من أجل تحقيق السرعة في الأداء يتم تقديم الخدمة للمواطن بشكل فوري وفي ظرف وجيز
					20	تتعلق ترقية الخدمة العمومية بمدى اهتمام المؤسسة بجودة الجوانب المادية كالتجهيزات والأنظمة المعمول بها.
					21	من أجل كسب ثقة المواطن تضع المؤسسة محفزات مادية ومعنوية للموظفين الذين قاموا بتقديم خدمات عالية الجودة
					22	يتم تدريب الموظفين في المؤسسة على كيفية التعامل مع العملاء.
					23	تم ترقية الخدمة العمومية المحلية من خلال الاستعانة بأكثر الموظفين كفاءة
					24	تحرص الخلية المكلفة بالاتصال على تنظيم لقاءات محاضرات ننوات لترسيخ ثقافة الخدمة لدى الموظف
					25	يلتزم الموظف بمواعيد العمل والتواجد بمكتبه طوال فترة الدوام
					26	يدرك الموظف أن حسن معاملة العميل واحترامه واجب عليه
					27	يسعى الموظف الى ترقية الخدمة من خلال ضمان الاستقبال الجيد وإتاحة حق الولوج للمعلومة
					28	تتوفر المؤسسة على لوحات إرشادية تسهل الوصول لمختلف الأقسام فيها.
					29	يبدى العميل للمؤسسة مدى ثقته ورضاه على مستوى الخدمات المقدمة له.
					30	يبدى العميل للمؤسسة مدى سخطه واستياءه على مستوى الخدمات المقدمة له.
					31	يمكن اعتبار نوعية الاستقبال في المؤسسة بأنها جيدة.

ملحق رقم 02. الخاص بالاستمارة الخاصة بالجمهور الخارجي



جامعة غرداية

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

تخصص تنظيم سياسي وإداري



استمارة استبيان حول موضوع:

أثر العلاقات العامة في ترقية الخدمة العمومية المحلية
دراسة ميدانية بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال
الأجراء

سبر آراء للجمهور الخارجي

تحت إشراف الاستاذ (ة):

صوالحي ليلي .

من إعداد الطالبة

مولاي براهيم سارة

السنة الجامعية 2021/2020

يرجى وضع علامة (+) في الخانة المناسبة

لا	نعم	العبارة	الرقم
		هل ترى أن الأيام المخصصة للاستقبال كافية ؟	01
		هل توفر لك المؤسسة أحسن شروط استقبال (التوجيه ،مدة الانتظار)؟	02
		هل تصف نوعية الاستقبال داخل المؤسسة بالجيدة ؟	03
		هل تعتقد أن الوسائل الاتصالية المستعملة كافية (الهاتف،خلية الإصغاء ،صفحة فايس بوك)؟	04
		هل ساعدتك هذه الوسائل في تكوين صورة حسنة عن المؤسسة ؟	05
		هل تلجأ في حالة الاستفسار إلى الخلية الاجتماعية؟	06
		عند توجيهك إلى مقر المؤسسة هل يتم الاستجابة بسرعة لانشغالاتك والتكفل بطلباتك ؟	07
		هل أنت راض بالخدمات المقدمة من طرف المؤسسة؟	08
		هل ترى أن ملاحظتك تؤخذ بعين الاعتبار؟	09
		هل ترى أن الشكاوى التي تقدمها تلقى اهتماما بالرد ؟	10
		في رأيك هل هناك تحسن في تقديم الخدمة في المؤسسة ؟	11
		هل تعتقد أن حجم البناية وحسن إنجازها يعكس قيمة الدور الذي تقوم به المؤسسة ؟	12

ملحق رقم 03 يبين نتائج ألفا كرونباخ لمقياس مكانة العلاقات العامة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.932	17

ملحق رقم 04 يبين نتائج ألفا كرونباخ لمقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.928	15

ملحق رقم 05 يبين نتائج الفروق في مستوى مكانة العلاقات العامة لعينة الدراسة

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
العلاقات_العامة	30	3.2863	.75089	.13709

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
العلاقات_العامة	2.088	29	.046	.28627	.0059	.5667

ملحق رقم 06 يبين نتائج الفروق في مستوى ترقية الخدمة العمومية المحلية لعينة الدراسة

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
ترقيـه_الخدمـه_العموميـه	30	3.5267	.71360	.13029

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
ترقيـه_الخدمـه_العموميـه	4.042	29	.000	.52667	.2602	.7931

ملحق رقم 07 يبين نتائج الارتباط بين مكانة العلاقات العامة ومستوى ترقية الخدمة العمومية

المحلية لعينة الدراسة

Corrélations

		العلاقات_العامة	ترقيـه_الخدمـه_العمو ميـه
العلاقات_العامة	Corrélacion de Pearson	1	.804**
	Sig. (bilatérale)		.000
	N	30	30
ترقيـه_الخدمـه_العموميـه	Corrélacion de Pearson	.804**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	
	N	30	30

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: قائمة المصادر:

نصوص قانونية:

المرسوم الرئاسي رقم 12-415، المؤرخ في 11/12/2012 يتضمن التصديق على الميثاق الإفريقي لقيم ومبادئ الخدمة العامة الإدارة المعتمد بأديس أبابا، جريدة رسمية العدد 68 المؤرخة في 16/12/2012.

ثانياً: قائمة المراجع:

1. قائمة المراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. البكري ثامر، الاتصالات التسويقية والترويج، ط2، عمان: دار الحامد، 2009.
2. تايث. إدريس عبد الرحمان، المدخل الحديث في الإدارة العامة، د.ب.ن، الدار الجامعية، 2001.
3. جردات. عبد الناصر. الشامي. لبنان هاتف، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2009.
4. حافظ. حمد عبده، العلاقات العامة ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009.
5. حجاب. محمد منير، وهبي سحر محمد، المداخل الأساسية للعلاقات العامة مدخل الاتصالي، ط2، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999.
6. حجاب. محمد منير، الموسوعة الإعلامية الإسلامية، المجلد الثالث، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003.
7. حجاب. محمد منير، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
8. الخالدي. خزيم سالم، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة: منظور حديث، الأردن: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، د.س.ن.
9. خضر. جميل احمد، العلاقات العامة، ط1 دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، 1998.

10. خضر.جميل أحمد ،العلاقات العامة،ط2،عمان :دار المسيرة للنشر والتوزيع ،1998.
- 11.الدليمي .عبد الرزاق محمد ، مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال، ط1، عمان:دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- 12.الدليمي.عبد الرزاق محمد ،العلاقات العامة رؤية معاصرة ،ط1،عمان :دار وائل للنشر والتوزيع ،2005.
- 13.الدليمي. محمد عبد الرزاق ، المدخل للعلاقات العامة ط1،عمان:دار الثقافة للنشر والتوزيع ،2011.
- 14.رشوان .حسن عبدالحميد ، العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع،الإسكندرية:المكتب الجامعي الحديث، 1993.
- 15.سالم.إسماعيل مصطفى ، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، مطبعة هشام ،1999.
- 16.صبحي. أحمد ،استراتيجية العلاقات العامة ،القاهرة :دار النهضة العربية ،2012.
- 17.عجوة .محمد علي، يوسف. محمود ،ادارة وتخطيط العلاقات العامة ،دار المشرق للنشر والتوزيع ،د س
- 18.عجوة .محمد علي، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة :عالم الكتب، 2001.
- 19.عجوة.محمد ،الأسس العلمية للعلاقات العامة ،ط5،مصر:عالم الكتب ،2008.
- 20.عجوة. محمد علي ، الأسس العلمية للعلاقات العامة،ط4 ، القاهرة:عالم الكتب،2000.
- 21.كمال.محمد مصطفى ،العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات ،ط1،بيروت :دار المنهل اللبناني.

الرسائل الجامعية:

- الأطروحات :

1. بن عبد الله. أسماء ،دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين التنمية الإدارية بمؤسسات الخدمة العمومية دراسة مقارنة بين الجزائر وفرنسا ،أطروحة دكتوراه،سطيف :فرحات عباس ،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،تخصص إدارة أعمال والتنمية المستدامة ،2018/2019.

2. حجام. العربي، دور نظام المعلومات في ترقية الخدمة العمومية بالإدارة الإقليمية "آليات القضاء على المعوقات البيروقراطية دراسة ميدانية بلديات ولاية الطارف، أطروحة دكتوراه، سطيف: جامعة لمين دباغين كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع، 2017-2018.
3. رغييس. ايناس، الاتصال العمومي الجوّاري ودوره في تحسين الخدمة العمومية، أطروحة دكتوراه، سطيف: جامعة محمد لمين دباغين، كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علوم الإعلام و الاتصال، 2018-2019.
4. محمودي. محمد بشير ،الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر ،أطروحة دكتوراه ،باتنة :جامعة الحاج لخضر ،نيابة مديرية الجامعة للتكوين العالي في الطور الثالث ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات ،شعبة علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اتصال والإشهار ،2019/2020
- مذكرات الماجستير :
1. أبو سليم .شذا ،مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العمال، رسالة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير،الجامعة الإسلامية غزة :كلية التجارة ،قسم إدارة الأعمال،2016.
2. بضياف .عاطف ،فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياة سكيكدة ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ،قسنطينة :جامعة منتوري ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اتصال و علاقات عامة ،2009/2010
3. بلحميتي .محمد ، واقع ممارسة الوظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية دراسة حالة لبعض الإدارات العمومية لولاية مستغانم،مذكرة ماستر ، جامعة وهران كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع 2018/2019.

4. بوخناف. هشام ،وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة ،مذكرة ماجستير ،عنابة:باجي المختار كلية الآداب والعلوم كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ،2010/2011.
5. الدخيلي. محمد بن علي.احمد ،العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة في الوزارة الأردنية دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير، جامعة اليرموك:كلية الإعلام قسم صحافة ،2016-2017.
6. شاذلي .عوض عبد الفضيل أحمد ،فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية دراسة تحليلية بوزارة الإعلام مذكرة ماجستير، جامعة السودان ،كلية الاتصال ،قسم العلاقات العامة ،2015.
7. عاشور .عبد الكريم ، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر، مذكرة ماجستير، قسنطينة:جامعة منتوري كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية،2009/2010 .
8. العلاطي محمد حجاج ، المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية ،رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير ،جامعة الشرق الأوسط،كلية الإعلام ،2010/2011
9. لقصير.رزيقة ،دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية مؤسسة الأملاح قسنطينة ،قسنطينة ،مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،قسنطينة:جامعة منتوري كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،2006/2007..
10. ماجد .عبد الرحمان عبد العزيز ، أساليب الاتصال ووسائله في العلاقات العامة دراسة تطبيقية، مذكرة ماجستير ،جامعة محمد بن سعود الإسلامية :كلية الإعلام :قسم الصحافة ،1985

مذكرات ماستر :

1.بوخاري .نصيرة ،دور العلاقات العامة في تحسين المنظمة دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر

لولاية غرداية ،مذكرة ماستر ،جامعة غرداية كلية الحقوق والعلوم السياسية ،قسم العلوم السياسية

2021/2020،

2.بوسبارة. نسمة و بلبيشي.الحسين سيف الاسلام ،التنمية الإدارية ودورها في ترقية الخدمة العمومية

المحلية ،مذكرة ماستر ،أدرار :احمد دراية كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم علوم سياسية ،تخصص تنظيم

سياسي وإداري ،2019/2018.

3.بوضياف .عبد الرزاق و هنوس .مولود ،دور الاتصال الخارجي بالبلدية في تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية مع مواطني بلدية القنار نشفي جيجل،مذكرة ماستر ،جيجل :جامعة محمد الصديق بن يحي ،كلية

العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علم الاجتماع،2018/2017،

4.بولعام .بلال ، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية دراسة ميدانية مديرية

التعمير والبناء ام البواقي ،مذكرة الماستر ،العربي بن مهدي :كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم

الإنسانية ،تخصص علاقات عامة ،2017/2016.

5.رحيل غانية . دور العلاقات العامة في تنمية أداء المؤسسات العمومية، دراسة ميدانية، مؤسسة

الأنايبب الصغرى برغاية، مذكرة ماستر، بومرداس:جامعة محمد بوقره، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم

العلوم السياسية،2015-2016.حمريط .سهام ، تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر ،

المسيلة:جامعة محمد بوضياف كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق، 2016/2015.

6.زروال .أمنية ،دور أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها

الخارجي، دراسة ميدانية بمديرية المجاهدين أم البواقي ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ،جامعة أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة

،2019/2018.

7. شيباني. وفاء ، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة

ميدانية بمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز للشرق ام البواقي ،مذكرة ماستر ،أم البواقي :جامعة العربي بن مهيدي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم العلوم الإنسانية ،تخصص علوم الإعلام والاتصال ،2018/2017.

8. طالب .احمد و لحرش .سفيان ، رقمنة الإدارة المحلية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة

ماستر ، جامعة غرداية، كلية حقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية،2018-2019.

9. عيواج عذراء . واقع العلاقات العامة للإدارة المحلية الجزائرية، دراسة ميدانية لبلدية قسنطينة، مذكرة

ماستر ، قسنطينة:جامعة منتوري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال،

تخصص اتصال علاقات عامة،2008-2009.

10. قوادري .عائشة و سارة .شيروف ، دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة

ماستر ،قائمة:جامعة 08ماي 1945،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال،

2016-2017.

ب. الدوريات والمقالات

1.بركان .أسماء و لعقاقتة .فضيلة ،دور العلاقات العامة في الإدارة المحلية،مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد:

06 ،جامعة سعد دحلب الجزائر ، 2012.

2. بن ام السعد. فتيحة.و يحيوي نعيمة ،دور التكنولوجيا ونظم المعلومات والاتصال في تحسين نظام

الخدمة العامة في ظل الحكومة الالكترونية ،المجلة الدولية للبحوث الاسلامية والانسانية المتقدمة ،المجلد

04،العدد 111،نوفمبر 2014.

3. بودهان .يامين ، هل توجد استراتيجية خاصة بالعلاقات العامة بالمؤسسات الجزائرية الخاصة؟،مجلة العلوم الانسانية ،العدد 29،تموز 2006.
4. جفال. سامية ،الاتصال في العلاقات العامة ...الوسائل والجمهور ،مجلة العلوم الإنسانية ، العدد33،جامعة محمد خيضر بسكرة.
5. الجوال .محمد السعيد ،ترقية أداء المنظمات العمومية في ظل مقارنة التسيير العمومي الجديد دراسة نظرية تحليلية،مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا الجزائر الشلف ، العدد 14 ،السداسي الأول ،2016، ص ص84-53.
6. سائح. فطيمة ،الإدارة الالكترونية كآلية لتطوير الخدمة العمومية المحلية ،مجلة نماء للاقتصاد والتجارة ، العدد 04،الجزائر :المركز الجامعي غليزان ،2018.
7. ظريفي. نادية ،جودة الخدمة العمومية ،مجلة الباحث للدراسات القانونية والسياسية ،العدد 04،المسيلة :جامعة محمد بوضياف ، 2016.
8. كعوان .عبد الرزاق ، الاتصال الخارجي في الإدارة المحلية، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، العدد08، 2018.
9. لعرابي .كريمة ،تحسين أداء الخدمة العمومية وفق مقارنة التسيير العمومي الجديد ، مجلة آفاق العلمية المجلد 11،العدد03،الجزائر :جامعة تيزي وزو ،2019.
- ت. الملتقيات العلمية
1. كمال حوشين .سميرة هارون ،دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية ،الملتقى الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحوكمة الالكترونية دراسة حالة البلدان العربية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ،جامعة بومرداس ،29/30أكتوبر ،2014.

2. نصيرة يحاوي مهدي مراد، اثر الإدارة الالكترونية في تفعيل الخدمة العمومية في الجزائر دراسة نموذج مؤسسة بريد الجزائر ،الملتقى الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحوكمة الالكترونية -حالة البلدان العربية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة بومرداس 29 و30 أكتوبر ،2014.

ث.المقابلات:

1.مقابلة مع السيد:رزوق جلال محمد، مسؤول مصلحة الموارد البشرية، بتاريخ (08/06/2021،09:30) am بمقرمكتبه .

2.مقابلة مع السيد:قطاي كمال، مسؤول خلية الإصغاء و الإعلام و الاتصال، بتاريخ (11/06/2021، 11:11 am) بمقر مكتبه .

ثانيا:قائمة المراجع باللغة الاجنبية.

Jean, **les relation publiques**, P.U.F, PARIS,1962 .Chaumely

الفهارس

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
76	معامل الثبات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ	01
77	توزيع المبحوثين حسب الجنس	02
78	توزيع المبحوثين حسب السن	03
79	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	04
80	توزيع المبحوثين حسب الحالة الوظيفية	05
80	توزيع المبحوثين حسب الأقدمية في العمل	06
81	توزيع المبحوثين حسب المستوى الإداري	07
83	مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الخماسي	08
83	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس العلاقات العامة	09
86	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية	10
88	نتائج العلاقة بين مكانة العلاقات العامة وترقية الخدمة العمومية المحلية	11
89	توزيع المبحوثين حسب كفاية الأيام المخصصة للاستقبال	12
90	توزيع المبحوثين حسب توفير المؤسسة شروط الاستقبال	13
91	توزيع المبحوثين حسب كون نوعية الاستقبال جيدة	14
92	توزيع المبحوثين حسب اعتقادك أن الوسائل الاتصالية كافية	15
93	توزيع المبحوثين حسب مساعدة الوسائل الاتصالية على تكوين صورة حسنة عن المؤسسة	16
94	توزيع المبحوثين حسب اللجوء إلى الخلية الاجتماعية من أجل الاستفسار	17
95	توزيع المبحوثين حسب الاستجابة السريعة للانشغالات والتكفل بالمطالب	18
96	توزيع المبحوثين حسب الرضا بالخدمات المقدمة من طرف المؤسسة	19
97	توزيع المبحوثين حسب الأخذ بملاحظاتك بعين الاعتبار	20
98	توزيع المبحوثين حسب اهتمام الإدارة بالرد على الشكاوي المقدمة	21
99	توزيع المبحوثين حسب وجود تحسن في تقديم الخدمات بالمؤسسة	22
100	توزيع المبحوثين حسب كون حجم البناية وحسن إنجازها يعكسان الدور الذي تقوم به	23

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
69	الهيكل التنظيمي للمؤسسة	01
70	الجمهور المستفيد من الخدمة	02
77	توزيع المبحوثين حسب الجنس	03
78	رقم يبين توزيع المبحوثين حسب السن	04
79	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	05
80	يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة الوظيفية	06
81	توزيع المبحوثين حسب الأقدمية في العمل	07
82	توزيع المبحوثين حسب المستوى الإداري	08
82	توزيع المبحوثين حسب المستوى الإداري	09
89	توزيع المبحوثين حسب كفاية الأيام المخصصة للاستقبال	10
90	توزيع المبحوثين حسب توفير المؤسسة شروط الاستقبال	11
91	توزيع المبحوثين حسب كون نوعية الاستقبال جيدة	12
92	توزيع المبحوثين حسب اعتقادك أن الوسائل الاتصالية كافية	13
93	توزيع المبحوثين حسب مساعدة الوسائل الاتصالية على تكوين صورة حسنة عن المؤسسة	14
94	توزيع المبحوثين حسب اللجوء إلى الخلية الاجتماعية من أجل الاستفسار	15
95	توزيع المبحوثين حسب الاستجابة السريعة للانشغالات والتكفل بالمطالب	16
96	توزيع المبحوثين حسب الرضا بالخدمات المقدمة من طرف المؤسسة	17
97	توزيع المبحوثين حسب الأخذ بملاحظاتك بعين الاعتبار	18
98	توزيع المبحوثين حسب اهتمام الإدارة بالرد على الشكاوي المقدمة	19
99	توزيع المبحوثين حسب وجود تحسن في تقديم الخدمات بالمؤسسة	20
100	توزيع المبحوثين حسب كون حجم البناية وحسن إنجازها يعكسان الدور الذي تقوم به	21

صفحة	الملاحق	رقم الملاحق
112	استمارة الخاصة بالجمهور الداخلي	01
116	استمارة الخاصة بالجمهور الخارجي	02
118	نتائج ألفا كرونباخ لمقياس مكانة العلاقات العامة	03
118	نتائج ألفا كرونباخ لمقياس ترقية الخدمة العمومية المحلية	04
118	نتائج الفروق في مستوى مكانة العلاقات العامة لعينة الدراسة	05
119	نتائج الفروق في مستوى مكانة العلاقات العامة لعينة الدراسة	06
119	نتائج الارتباط بين مكانة العلاقات العامة ومستوى ترقية الخدمة العمومية	07

الصفحة	المحتوى
	البسمة.
	الإهداء .
	الشكر والعرفان .
	ملخص الدراسة.
09-01	مقدمة .
10	الفصل الأول:الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة والخدمة العمومية المحلية
11	المبحث الأول :ماهية العلاقات العامة.
11	المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة.
11	الفرع الأول:البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة
12	الفرع الثاني:التعريف الاصطلاحي
13	المطلب الثاني:العلاقات العامة من الممارسة الى المهنة.
14	الفرع الأول:العلاقات العامة قديما .
15	الفرع الثاني:العلاقات العامة حديثا .
16	الفرع الثالث:المؤشرات المهنية للعلاقات العامة.
17	المطلب الثالث: اهمية و اهداف العلاقات العامة.
18	الفرع الأول:اهمية العلاقات العامة.
18	الفرع الثاني:اهداف العلاقات العامة.
19	المطلب الرابع: المجال الوظيفي للعلاقات العامة.
20	الفرع الأول: مجالات العلاقات العامة.
21	الفرع الثاني: وظائف العلاقات العامة.
25	المطلب الخامس:الاتصال جوهر العلاقات العامة.
25	الفرع الأول:مواصفات خبير العلاقات العامة.
29	الفرع الثاني:جمهور العلاقات العامة.
30	الفرع الثالث:وسائل الاتصال في العلاقات العامة.
34	المطلب السادس:استراتيجيات العلاقات العامة.
34	الفرع الأول:تعريف استراتيجية العلاقات العامة.
35	الفرع الثاني:خطوات بناء الاستراتيجية.
36	المبحث الثاني : ماهية ترقية الخدمة العمومية المحلية.

37	المطلب الأول: مفهوم الخدمة العمومية المحلية.
37	الفرع الأول: نشأة الخدمة العمومية المحلية.
39	الفرع الثاني: مفهوم ترقية الخدمة العمومية.
40	الفرع الثالث: مبادئ الخدمة العمومية.
42	الفرع الرابع: خصائص الخدمة العمومية.
42	الفرع الخامس: دواعي تحسين الخدمة العمومية.
43	المطلب الثاني: أنواع الخدمة العمومية و نظمها.
43	الفرع الأول: أنواع الخدمة العمومية.
45	الفرع الثاني: نظم الخدمة العمومية
47	المطلب الثالث: ادوار مؤسسات الخدمة العمومية.
47	الفرع الأول: الدور الاقتصادي لمؤسسات الخدمة العمومية
48	الفرع الثاني: الدور الاجتماعي لمؤسسات الخدمة العمومية
48	الفرع الثالث: الدور السياسي لمؤسسات الخدمة العمومية
48	الفرع الرابع: الدور البيئي لمؤسسات الخدمة العمومية
48	الفرع الخامس: الدور الديني لمؤسسات الخدمة العمومية
49	المطلب الرابع: المعوقات البيروقراطية وانعكاساتها على ترقية الخدمة العمومية
50	المطلب الخامس: مداخل ترقية الخدمة العمومية.
50	الفرع الأول: نموذج إعادة اختراع الحكومة.
51	الفرع الثاني: نموذج إعادة الهندسة للعمليات.
52	الفرع الثالث: نموذج التسيير العمومي الجديد.
53	الفرع الرابع: الجودة كمقاربة جديدة في الخدمة العمومية.
55	المبحث الثالث: العلاقات العامة كآلية لترقية الخدمة العمومية المحلية.
55	الفرع الأول: دوافع ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة العمومية.
57	الفرع الثاني: دور العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة العمومية .
59	الفرع الثالث: مشاكل العلاقات في الإدارة المحلية .
62	خلاصة الفصل الأول.
65	الفصل الثاني: دور العلاقات العامة في تحسين الخدمة العمومية في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء .
66	المبحث الأول: تعريف بالصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء .

66	الفرع الأول:نبذة عن الضمان الاجتماعي.
67	الفرع الثاني:إنشاء وتنظيم المؤسسة محل الدراسة.
67	الفرع الثالث:مهام الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية.
71	المبحث الثاني:واقع العلاقات العامة في الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء
75	المبحث الثالث:مناقشة وتحليل نتائج الاستبيانات.
75	الفرع الأول:مجتمع الدراسة.
75	الفرع الثاني:الأساليب الإحصائية المستخدمة.
76	الفرع الثالث:الصدق وتبات الاستبيان.
101	خلاصة الفصل الثاني.
103	الخاتمة .
107	الملاحق.
116	قائمة المصادر والمراجع .
124	فهرس الجداول .
125	فهرس الأشكال .
126	فهرس الملاحق .
127	فهرس المحتويات.