جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية

مذكرة ماستر

والاتصال الإعلام علوم
والاتصال الإعلام
اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب:
بن غزالة عبد الجليل

يوم: 04/07/2019

دور العلاقات العامة في تحفيز العاملين بالمُؤسّسة الاقتصادية

دارسة ميدانية على عينة من مسؤولي الإدارة (رؤساء الوحدات) لمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بسكرة -OPGI

لجنة المناقشة:

محمودي محمد بشير	أ. استاذ محاضر	جامعة محمد خيضر بسكرة	مشرفا ومقررا
فريحة محمد طه	أ. استاذ مساعد	جامعة محمد خيضر بسكرة	رئيسا
رحماني أمال	أ. استاذ مساعد	جامعة محمد خيضر بسكرة	مناقشا

السنة الجامعية : 2018 – 2019

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

شكر وتقديروعرفان

يقول البارئ عز وجل في كتابه الكريم بعد بسم الله الرحمان الرحيم:

" لئن شكرتم لأزيدنكم"

الشكر لله عز وجل الذي وفقني واعانني على انجاز هذا البحث ويسر السبيل اليه وهداني الى طريق العلم وبعد: الشكر الكبير للأستاذ المشرف **محمد بشير محمودي** الذي كان معي منذ أول خطوة خطوتها في هذا البحث، الى اخر خطوة، فلم يبخل بعلمه ووقته وجهده ونصائحه وتوجيهاته، حتى إتمام هذا البحث فقد كان خير دليل ومرشد، فجزاه الله خير الجزاء ،وتقبل الله عطاءه خالصا لوجه الكريم، وأتمنى من المولى عز وجل ان يوفقه في إتمام رسالة الدكتوراه.

كما لا ننسى تقديم أسمى عبارات التقدير والاحترام إلى كل من ساعدني من قريب او بعيد، والشكر موصول لاساتذتي الكرام بجامعة محمد خيضر – بسكرة –

الدكتورة جفال سامية، الأستاذة ، والأستاذة الفاضلة قوراري صونيا، والدكتور داود جفافلة، والأستاذ المحترم زكرياء بن صغير، والأستاذ ،محود عياد

والأستاذ نجيب بخوش وجميع أساتذة الإعلام والاتصال على جميل نصائحهم وتوجيهاتهم وصبرهم معنا طيلة الخمس سنوات.

دون ان أنسى أيضا جميع الإداريين بالكلية على تعاونهم معي فجزى الله خيرا كل من علمنا ولو حرف، وزادها الله في ميزان حسناته.

مُلخّص الدّراسة:

تناولت هذه الدراسة دور العلاقات العامة في تحفيز العاملين بالمؤسسات الاقتصادية حيث تم تشخيص هذا العمل في ارض الواقع في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– ، وقد تعرضت الدراسة إلى مختلف المداخل النظرية والأبحاث الميدانية التي عالجت الموضوع الذي قمنا فيه بتقصي دور العلاقات العامة والطرق والأساليب التي تستخدمها لتحقيق نظام تحفيز الفعال في المؤسسة ، و ابراز أهمية ودور العنصر البشري في التحفيز من أجل النهوض بالمؤسسة ورفع الإنتاجية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام تقنيات البحث الميداني والمتمثلة في اجراء استمارة مقابلة لعينة من رؤساء الوحدات باعتبار ان لهم وزن و دور بارز في المؤسسة تم فيها طرح بعض الاسئلة المهمة حول موضوع دراسة كما تم ايضا على الاعتماد على بعض السجلات والوثائق لجمع البيانات والمعلومات والحقائق اللازمة عن واقع مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–.

و تطرقت الدراسة الى نتائج مهمة توحي بوجد جهاز علاقات عامة بالمؤسسة غير مستقل بذاته ويحتل مكانة بارزة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، حيث يقوم هذا المكتب وخلية التنظيم وانماط الاعلام والاتصال بمجموعة من المهام و الوظائف التي تعكس واقع وسياسة المؤسسة في تعاملها مع الجمهور الداخلي والخارجي. كذلك بخلق نظام تحفيز فعال بالاعتماد على طرق وأساليب وأنشطة العلاقات لعامة، حيث تقدم المؤسسة مجموعة من الحوافز أغلبها مادية وأحيانا معنوية للموظفين نظرا لأهمية الموارد البشرية ودورها الفعال لتحسيسهم بأهميتهم وخلق روح الولاء والانتماء مما يؤدي إلى تحقيق إنتاجية جيدة للمؤسسة.

وفي الأخير نستنتج أن لجهاز للعلاقات العامة دور فعال مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري ويحتل مكانة بارزة، ويقوم بمجموعة من المهام والوظائف، كما يساهم في احداث طرق وأساليب لتحفيز الموظفين بمنحهم مجموعة من الحوافز (مادية ومعنوية)، لإشباع حاجتهم النفسية والاجتماعية والاقتصادية.

Abstract:

The study dealt with the role of public relations in motivating the employees of the institutions and I identified this work on the ground in Office of Promotion and Real Estate Management - Biskra. The study was subjected to various theoretical approaches and field research that dealt with the subject in which we investigated the role of public relations, To achieve an effective system of stimulation in the institution, and to highlight the importance and role of the human element in the motivation to promote the institution and raise productivity.

In order to achieve the objectives of the study, I used the field research techniques, which are in the form of interviewing a sample of workers who have a prominent role in the institution from the heads of units in which some important questions were asked about the subject of my studies. I also relied on some records and documents to collect data, To Office of Promotion and Real Estate Management.

The results of this study indicate that there is a public relations apparatus in the institution that is not independent and occupies a prominent position in the organizational structure of the institution. This office and communication techniques are a set of tasks and functions that reflect the reality and policy of the institution in dealing with the internal and external public. It also provides an effective incentive system based on the methods, methods and activities of public relations, where the institution provides a range of incentives, mostly material and sometimes significant to employees because of the importance of human resources and their effective role to sensitize them to their importance and create a spirit of loyalty and belonging, leading to good productivity of the institution.

فهرس المحتويات

الاهداء شكر وعرفان

ملخص الدراسة

فهرس المحتويات..... .

قائمة الجداول..... .

قائمة الاشكال.....

الملاحق..... .

مقدمة..... أ

الإطار المنهجي

تمهيد.....4

الإشكالية..... 5

مبررات اختيار الموضوع..... 6

اهداف الدارسة..... 7

أهمية الدراسة.....8

المفاهيم..... 9

الدراسات السابقة..... 13

تقنيات الدراسة 16

1 /المنهج المتبع وادواته..... 16

2/مجتمع الدراسة والعينة.....19

خلاصة.....20

الفصل الأول .أساسيات في العلاقات العامة

تمهيد..... 22

1–1 مفاهيم أساسية في العلاقات العامة 22

1–2 مبادئ العلاقات العامة.....24

1–3 خصائص العلاقات العامة.....25

1–4 اهمية واهداف العلاقات العامة 26

1–5 انشطة العلاقات العامة 28

1–6 فوائد وجود ادارة خاصة للعلاقات العامة في المنظمات والمؤسسات.....32

خلاصة..... 33

الفصل الثاني . التحفيز أسسه وأنواعه

تمهيد 35

2–1 تعريف التحفيز.....36

2–2 علاقة الدوافع بالحوافز.....37

2.–3 أنواع الحوافز 38

2–4 نظرية الحاجات الانسانية ماسلو.....46

2–5 اسس منح الحوافز .....48.

2–6 طرق واساليب العلاقات العامة في تحفيز العاملين وتحسين من دافعيتهم 49

فهرس المحتويات

خلاصة.....50

الاطار التطبيقي

تمهيد.....52

1-1تعريف بمؤسسة الديوان الترقية والتسيير العقاري بسكرة.....53

1-2مهام وأهداف ديوان الترقية والتسيير العقاري بسكرة.....54

1-3نشاطات ديوان الترقية لتسيير العقاري بسكرة.....55

1-4الهيكل التنظيمي للديوان الترقية لتسيير العقاري بسكرة.....56

2- الاطار التحليلي للدراسة 57

نتائج .الدراسة.....73

خلاصة 77

صعوبات الدراسة.....77

توصيات ومقترحات.....78

الخاتمة.....79

قائمة المصادر والمراجع.....80

الملاحق.....83

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	الفرق بين الدوافع والحوافز	37
02	توضيح العلاقة بين الحافز والدافع والسلوك	38
03	أنواع الحوافز من وجهة نظر عينة من الكتاب والباحثين	46
04	بطاقة فنية لمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بسكرة	53

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	جوانب انواع التحفيز	40
02	أشكال الحوافز	42
03	هرم ماسلو للحاجات	47
04	شكل الهيكل التنظيمي	56

مقدمة

أصبحت العلاقات العامة ذات أهميّة بالغة في البحث العلمي نتيجة تطور الأفراد والمؤسسات و تشعب العلاقات الإنسانية في شتى الميادين ، ونتيجة التّطور الهائل الذّي أحدثته تكنولوجيا الاعلام والاتصال وما وصلت اليه في وقتنا الحالي بإحداثها قفزة نوعية هائلة في شتى المجالات خاصة وأنّها تقوم بأدوار ووظائف مختلفة تجاه تحقيق مصالح الجمهور الداخلي والخارجي ومن أبرزها المتعاملين والمنتفعين واعضاء المجتمع الأخرين الذين يتعاملون خارجيًا. أمّا عن الجمهور الداخلي ففي كثيرًا من المؤسسات يُعد الجمهور الدّاخلي اكثر اهمية نتيجة لعدة اسباب منها ان الجمهور الداخلي هو الذي يقدم الخدمات والسلع ولولاه لما استطاعت المؤسسة الاستمرار في عملها.

كما يعتبر الجمهور الداخلي بمثابة عنصر رئيسي وكأحد مؤثرات القوية في اطالة وابقاء اي منظمة واساس اي نجاح يدفع المؤسسة الى نحو الامام ومواكبة التطور والتجديد نظرا لأهميته وضروريته البالغة في المؤسسة لذى يعتبر تحفيز هذا العنصر البشري امر لابد منه في اي مؤسسة لكي تضمن نتائج جيدة ومستوى أفضل في العمل والاداء.

ولأن نوعية العلاقات العامة التي تربط العنصر البشري داخليا في محيط العمل لتحديد اهداف المؤسسة ونجاحها . فإنها تعمل دائما في توجيه سلوكيات الافراد واستقطاب جهودهم لتحصيل انجازات فاعلية عبر التحفيز الذي تقدمه لهم واشباعهم بطريقة الدور الذي يقومون به وهذا يعني ان استمرار اي مؤسسة يجب أن يرتكز على تهيئة الظروف والشروط تمكن الاستفادة من نتائجها الحسنة كحلقة تستكمل منها المؤسسة نجاحها وتنمية العلاقة في داخل.

ولهذا جاءت الدراسة تحليلية للعلاقات العامة ودورها في تحفيز الموظفين في مؤسسة ديوان ترقية والتسيير العقاري –بسكرة– للتأكد من واقع استخدامها ودورها في تحفيز الموظفين في المؤسسة بغية إيجاد أفضل السبل وأنجح الطرق في ممارستها وتطبيقه وذلك إيمانا بضرورة الاهتمام لما لها من دور كبير وجد فعال في نجاح المؤسسة واستمرارها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الاطار المنهجي

الإشكالية:

تعتبر العلاقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها اي مؤسسة لامتلاكها مكانة كبيرة ومتميزة في ادارة المؤسسات المعاصرة كونها وظيفة ادارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلاله في تحقيق التوازن والتوافق بينها وبين جمهورها والمساهمة في تسهيل عملية الارتباط والتبادل ورفع سقف ادائها وانتاجها .

ويعتبر العنصر البشري من اهم عملية الانتاج كونه ذات اهمية كبيرة في نجاح اي مؤسسة كانت اقتصادية او حكومية فمن خلاله تبني المؤسسة استراتيجياتها عليه وصولا لتحقيق اهدافها فهي تعمد في توفير عمالة مؤهلة لرفع مقدرة من ادائها بكل كفاءة وفاعلية واذا لم يكن للعامل لديه دافع قوي يدفعه لقيام بسلوك يتماشى مع سياسة المؤسسة فهذا ما قد يمكن ان يجعل منها مؤسسة فاشلة يسودها نوعا من الشعور بالإحباط وعدم الشعور بالمسؤولية. كما ان لكفاءة الفرد عنصرين اساسين يتمثلان في المقدرة على العمل والرغبة فيه وهذا الأخير يتمثل في الحوافز والتي من خلالها تدفع العاملين لتشيعهم على زيادة ادائهم بما يحقق اهداف المؤسسة ينعكس ايجابا في اداء العام وانتاجيته .

فالحوافز توقظ الحماس والدافعية والرغبة في العمل والابتكار وصولا الى نتائج افضل كما ان هذه التأثيرات الايجابية لا تمنع من وجود بعض السلبيات التي قد تطرأ نتيجة وضوح الربط بين الأداء وبين الحافز أو في عدم تناسبهما ما قد تكون في بعض الأحيان سببا في قتل روح الجماعية للفريق .

وباعتبار ان العلاقات العامة تعد شكلا لتوسط بين حاجات المؤسسة وحاجات الفرد كونها تلعب دورا مهما في تكوين علاقات هامة خارج المؤسسة فهي جزءا لا يتجزأ من اساسيات الموارد البشرية التي تساهم بشكل فعال لاندماج الفرد وتعزيز ارتباطه مع اهدافها كما لها ان تخلق طرق واساليب متطورة في التعامل مع الأمور وتحفيز دافعيتهم وتدريبهم لصقل مهارتهم والتعديل في سلوكهم .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

وتتلخص مشكلة بحثنا في معرفة الدور الذي يلعبه جهاز العلاقات العامة في تحفيز العاملين بالمؤسسات الاقتصادية وقدرتها ودورها في تشجيع العمال واستثمار الطاقة لديه في ايجاد طرق ووسائل مناسبة ومشجعة في تحفيز وخلق جو من التناسق والتناغم بين العمال والمؤسسة وجعلها بيئة مناسبة في الاتصال والتواصل ومن بين هذه المؤسسات المؤسسة العمومية الاقتصادية المختصة في الترقية والتسيير العقاري و بناءا على هذا الإشكال المطروح ندرج التساؤل الرئيسي الآتي:

- **ما هو دور العلاقات العامة في تحفيز العاملين بالمؤسسة الاقتصادية ديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة– ؟**

وهذا التساؤل الرئيسي يتفرع الى تساؤلات فرعية تكمن فيما يلي:

–ما هي مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية ديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة– ؟

–ماهي مسؤوليات والمهمات المخولة لجهاز العلاقات العامة في المؤسسة العمومية–بسكرة –؟

–ماهي مختلف الأساليب و طرق العلاقات العامة التي تعتمد عليها المؤسسة في ديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة– ؟

– ما مستوى مساهمة العلاقات العامة في المؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري – بسكرة– ؟

مبررات اختيار الموضوع:

أ/ مبررات ذاتية:

–مدى معرفتنا بان العنصر البشري هو أساس نجاح وفعالية المؤسسة وبقائها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

-الرغبة في الاطلاع على كيفية تأثير التحفيز في تحسين اداء العاملين في المؤسسة.

_الرغبة الذاتية في دراسة والتحري واكتشاف نظام الحوافز.

ب/ مبررات موضوعية:

-السّعي للتّعرف على حقيقة العلاقات العامة في المُؤسّسة.

-تركيز اغلب المفكرين حديثا على ضرورة وجود جهاز علاقات عامة ذو نظام حوافز فعال في المؤسسة تسعى من خلاله تحقيق اهدافها .

- التحفيز بمثابة نقطة توجيه وارتكاز للفرد في المؤسسة التي تساعده لتحقيق الأهداف.

اهداف الدراسة:

-ابراز دور العلاقات العامة الفعال في التوفيق بين أهداف المؤسسة وأهداف الموظفين.

- الكشف عن كيفية تحفيز العلاقات العامة للعاملين في المؤسسة.

- التعرف على مستوى نجاح عملية تحفيز العلاقات العامة في المؤسسة .

أهمية الدارسة:

لا يمكن تصور بحث علمي بدون أهمية، لذلك جاءت أهمية الموضوع من أهمية المشكلة التي نحن بصدد دارستها، كون دارستي تعالج مشكلة هامة وحساسة تمس فئة كبيرة فئة العمال المؤسسات سواء الحكومية او الخاصة، حيث يرتبط هذا الموضوع بإبراز الدور الذي يلعبه دور العلاقات العامة في تحفيز العاملين في المؤسسات قصد دفعهم إلى الاستغلال الأمثل لقدارتهم وطاقاتهم الإبداعية.

ونستطيع أن نلخص أهمية الدارسة كالاتي:

-اهمية دور العلاقات العامة في التحفيز واستنهاض الطاقة الكامنة لدى العمال .

إيجاد بيئة مناسبة للعاملين .

- خلق جو من التواصل والاتصال بين الإدارة و الجمهور الداخلي .

- اهتمام بالعلاقات العامة لما لها من دور أساسي وفعال من الحد من مشاكل العمال .

تحديد المفاهيم:

أولا: تعريف الدور

أ-التعريف اللغوي:

الدور هو عود الشيء الى مكان عليه -النوبة - ودور الممثل هو احد المواقف التي تظهر فيها الركح -والتي تتكون منها المسرحية- وقام بدور خطير على المسرح اي أظهر مقدرة كانت ذات أثر بارز وفعالية لها وزنها في الميدان[1]

ب- التعريف الاصطلاحي:

هو "الجانب الديناميكي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة[2]

و يفهم هذا التعريف أن الفرد يشغل مراكز معينة في جماعته، و يقوم من خلالها بأداء نشاطاته فيصبح للمركز جانب ديناميكي متحرك يسمى الدور، ويعرف أيضا بأنه" وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في الجماعة أو موقف اجتماعي وأن الدور هو الوظيفة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي معين[3]

[1] -علي بن هادية وآخرون:**القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي ألفبائي**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7 ،1991م، ص349

[2] -محي الدين مختار::**محاضرات في علم النفس الاجتماعي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981م، ص201

[3] -سامي ديبان: **الصحافة اليومية والإعلام والمسيرة**، دار الثقافة العربية، بيروت، ط2 ،ص128

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ج-التعريف الإجرائي

الدور هو نمط من سلوك الأفراد والمجتمع وهو مجموع الوظائف المخطط لها والتي يتم تنظيمها وتوزيعها في ضوء ما يؤديه من أعمال وأقوال ووفق التنظيم الهرمي لموظفي ديوان الترقية والتسيير العقاري-بسكرة- .

ثانيا: تعريف العلاقات العامة :

أ-**التعريف اللغوي**: قبل التعرض لبعض التعريفات للعلاقات العامة يجب أن نحلل مصطلح .علاقات عامة.

كلمة **علاقات** تعني حصيلة الاتصالات التي تتوافر بين الهيئة والجماهير المتعامل معها. أما . كلمة عامة فيقصد بها جماهيرية أي مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها بالبيئة [1].

و**العامة** هي خلاف الخاصة من الناس . يقال :جاء القوم عامة اي جميعا (ج) عوام [2]

ب- التعريف الاصطلاحي: هناك عدة تعاريف للعلاقات العامة منها:

تعريف قاموس أكسفورد: عرف العلاقات العامة بأنها "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها ومراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين الأخلاق العامة [3]

قاموس وبستر عرف العلاقات العامة بأنها ترويج الاتصال والثقة بين الشخص أو المشروع أو الهيئة أو أشخاص آخرون أو جهود خاصة أو مجتمع بأكمله من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح نوع العلاقة المتبادلة وتقيم رد فعل من خلال :

- درجة الفهم التي تحقق بين الأفراد والمنظمة؛

-تطبيق الوسائل والأساليب التي تؤدي إلى تحقيق هذه العلاقة؛

---

[1] عبد المحي محمود صالح وآخرون: **العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. مصر، 2004م، ص24

[2] علي بن هادية وآخرون، مرجع سابق، ص641

[3] فهمي محمد العدوي: **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، ص02.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

-الفن أو العلم المتعلق بخلق الفهم المتبادل أو ثقة الأفراد الاستشاريين المحترمة الذين توكل إليهم هذه المهمة[1].

ج-التعريف الإجرائي:

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع خاص ومستمر توجد في معظم المنشآت والمؤسسات على اختلاف طبيعتها سواء كانت اقتصادية او اجتماعية او تجارية تهدف الى كسب وفهم اراء الجمهور المتعلقة بهذه المنشأة أو المؤسسة معتمد على ذلك مختلف وسائل الاعلام والاتصال.

ثالثا: تعريف التحفيز

أ-التعريف اللغوي :

من حفزه حفزا دفعه من خلفه . ويقال: حفزت القوس السهم والليل يحفز النهار، ويقال: حفزه إلى الأمر حثه عليه، وحافزه والجمع حوافز[2].

ب- التعريف الاصطلاحي:

هي مجموعة من الأنماط التنظيمية التي تحدد العلاقات الرسمية داخلها وتجدد هذه العلاقات في الواجبات، الحقوق، المسؤوليات، الوظائف، التسلسل الإداري[3]

ج-التعريف الإجرائي:

المؤسسة هي عبارة عن هيكل تنظيمي تضم الموارد المادية و البشرية و تقوم على أساس العمل الجماعي للعاملين فيها، من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.

---

[1] -عبد الرزاق محمد الدليمي: **العلاقات العامة في التطبيق**، دار بربر للنشر والتوزيع، عمان، 2005م، ص37.

[2] -عدنان بن أحمد الوركان: **التحفيز منك وإليك**، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ص09

[3] محمد الصيرفي : **إدارة الأفراد و العلاقات الإنسانية** ، دار قنديل ، ط 1،عمان ، الأردن، 2003 ،ص 297

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

رابعا: تعريف العامل

أ-التعريف اللغوي:

وهي ما يقدر للإنسان من جهد أو رزق أو طعام والجمع وظائف وتأتي بمعنى العهد والشرط وبمعنى المنصب والخدمة المعينة طعام والجمع وظائف وتأتي بمعنى العهد والشرط وبمعنى المنصب والخدمة المعينة وهو الشخص الذي يدفع له ليعمل لصالح شخص آخر.

ب- التعريف الاصطلاحي:

هو من يختص عمله بغيره من دولة أو شركة أو مؤسسة أو فرد في محل تجاري أو مزرعة أو مصنع أو ورشة ونحوها.[1]

ج-التعريف الإجرائي :

العامل هو الشخص الذي يعمل في مؤسسة أو منظمة ويتقاضى أجرا مقابل كل جهد أو عمل يقوم به.

خامسا: تعريف المؤسسة الاقتصادية

1/ تعريف المؤسسة.

أ-التعريف اللغوي:

هي اسم مكان للفعل أسس ومصدره تأسيس ومعناه جعل للشيء أساسا أي قاعدة معينة ويعني جمع عوامل معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين[2].

ب- التعريف الاصطلاحي:

هي مجموعة من الأنماط التنظيمية التي تحدد العلاقات الرسمية داخلها وتجدد هذه العلاقات في الواجبات، الحقوق، المسؤوليات، الوظائف، التسلسل الإداري [3]

---

[1] عبد الرحيم الهاشم :**هداية الموظفين وأحكامها** ،دار المعرف لنشر والتوزيع ،مصر ،2003 ص32

[2] لبصير فطيمة: **واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري**، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة ،2017.2018 ،ص25

[3] -عبد الله محمود عبد الرحمان: **سوسيولوجية التنظيم**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1987م، ص30.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ج-التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن هيكل تنظيمي تضم الموارد المادية و البشرية و تقوم على أساس العمل الجماعي للعاملين فيها، من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.

2/ المؤسسة الاقتصادية :.

هي منظمة اقتصاديّة ذات استقلاليّة، تتميز بأنّها تتخذ القرارات الماليّة، والإعلاميّة، والماديّة، والمتعلقة بالموارد البشريّة؛ بهدف بناء قيمة مضافة ترتبط مع أهداف المؤسسة الاقتصاديّة ضمن نطاق مكانيّ وزمانيّ.

وتعرف المؤسسة الاقتصادية بأنها عبارة عن تجمع من الأشخاص يستخدم مجموعة من الوسائل الماليّة والفكريّة؛ بهدف نقل وتحويل وتوزيع الخدمات والسلع بناءً على أهداف تُحدّدها الإدارة؛ حتى تحقّق الأرباح أو المنافع الاجتماعيّة.

هناك تعريفات أخرى للمؤسسة الاقتصاديّة منها أنها وحدة اقتصاديّة تحتوي على موارد ماديّة، وبشريّة تساعد في دعم العملية الإنتاجيّة؛ من خلال توزيع المسؤوليّات والمهام بين الأفراد في بيئة العمل. كما تُعرَّف المؤسسة الاقتصاديّة بأنّها مؤسسة تنتج خدمات وسلعاً للأفراد الذين يتعاملون معها؛ ممّا يساهم في تحقيق أرباح ماليّة.[1]

[1] عمر صخري :**اقتصاد المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، القاهرة ،مصر ،2006 ص ص23.24

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

الدراسات السابقة :

سنعرض في هذا العنصر أهم الدراسات السابقة والحديثة التي تناولت موضوع العلاقات العامة والتحفيز العاملين في المؤسسات ، حيث سنقوم بإسقاط النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات على الدراسة التي سوف نقوم بها.

2/الدراسة الأولى : صادق برمو (دور العلاقات العامة في تحفيز الطاقات الكامنة لدى العاملين في المؤسسات) دراسة وصفية جاء بها الطالب في شكل بحث مقدم لنيل شهادة دبلوم في العلاقات العامة في سوريا عام 2009.

تمحورت الدراسة حول فكرة أساسية توضح دور العلاقات العامة في تحفيز الطاقة الكامنة لدى عمال بعض مستشفيات ومصانع منطقة التل بسوريا ، وقدرتها ودورها في تشجيع العمال واستثمار الطاقة لديه، وإيجاد الطرق والوسائل المناسبة و المشجعة في التحفيز، وخلق جو من التناسق و التناغم بين العامل و المؤسسة التي يعمل فيها وجعلها المؤسسة بيئة مناسبة من الاتصال و التواصل.

وقد بنى الباحث دراسته على مجموعة من الأهداف تمثلت في 1-التعرف على العلاقات العامة ووظائفها 2-كيف تحفز العلاقات العامة العاملين ومعرفة مشاكل العاملين وإيجاد الحلول لها من خلال الاستبيان و المقابلات الشخصية 3- استخدام نظريات التحفيز في معرفة العامل من خلال معرفة طرق التحفيز.

و استخدم هذا الباحث المنهج الوصفي التي يقوم على وصف الحقائق المختلفة، وجمع المعلومات حول موقف اجتماعي أو مجتمع محلي معين وقد استخدمت في وصف واقع المؤسسات من حيث هل تعيش في بيئة محفزة او لا.

كما استخدام المنهج المسح بالعينة لاستطلاع الآراء حول هل العاملون في بيئة محفزة أو لا؟ وقد تم الاعتماد في هذا البحث على الاستمارة (الاستبيان) كأداة رئيسية لجمع البيانات ، استهدفت بعض المصانع والمستشفيات في منطقة التل بمدينة ريف .و تم اختيار العينة عشوائية المتمثلة في مجموعة من العاملين في المؤسسة أو بشكل العام بيئة المؤسسة .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها ما يلي 1- ان كل ما زادت الحاجة لمعرفة ميول ورغبات العاملين في بيئة العمل و والسعي في تبليتها كلما ازدادت التواصل الجيد مع الادارة العليا 2- وتوصلت نتائج الدراسة في كون ان التعامل الحسن والاحترام اهم المحفزات التي يمكن ان تقوم بها هذه المؤسسات 3- الدور الكبير الذي يقوم به رجل العلاقات العامة في استخدام المقابلات الشخصية لمعرفة مشاكل العاملين واسباب تذبذب مستوى ادائه لما يقتضيه هذا الموقف الصعب 4- استخدام اسلوب الترقية كمحفزات للعاملين تبعا لإنجازاتهم بتكافؤ مع اسهاماتهم الفعلية تعود بالمنفعة للمنظمة كعنصر اساسي وفعال في رفع روح المعنوية للعامل وانجاز المهام على اكمل وجه.

3-الدراسة الثانية: عبدالله حمد محمد الجساسي(اثر الحوافز المادية والمعنوية في تحسين اداء العاملين في وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان) **قام بها الطالب** في مجال الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي بسلطنة عمان سنة 2010-2011

تمحورت الدراسة حول فكرة أساسية في التأثير الحوافز على أداء العاملين سواء بشكل ايجابي او بشكل سلبي , وانعكاسها السلبي في عدم توفرها وعدم توزيعها بشكل العادل عادل قد على أداء العاملين وتتلخص مشكلة الدراسة في الاجابة على التساؤل في وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان.

وقد بنى الباحث دراسته على مجموعة من الأهداف أهمها 1- التعرف على أهم الحوافز المادية التي تقدم للعاملين بوزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان2-التعرف على مدى تأثير الحوافز المادية التي تقدم للعاملين بوزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان3-التعرف على اثر الحوافز المعنوية في تحسين أداء العاملين بوزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان 4-التعرف على مدى تأثير الحوافز المعنوية التي تقدم للعاملين بوزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان .5-التعرف على ما إذا كانت هناك فروق واضحة من الناحية الإحصائية في أراء المبحثين حول تساؤلات الدراسة حسب متغيراتهم الشخصية والوظيفي.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع ،بوصفها وصفا دقيقا و التعبير عنها كيفيا وكميا حيث يصف مقدار التعبير الكيفي على الظاهرة ويوضح خصائصها ،بينما يعطي التعبير الكمي رقميا الظاهرة او حجمها ودرجة ارتباطها معا الظواهر الاخرى.

كما لا يتوقف عند جمع المعلومات الخاصة بالظاهرة لاستقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة ، بل ليشمل التحليل والربط والتفسير للوصول إلى استنتاجات يبنى عليها التصور المقترح كما استخدم الباحث الاستبانة لجمع البيانات

ويتكون مجتمع الدراسة من شريح تشمل ورئسا اقسام وموظفين يعملون في وزارة التربية والتعليم ومديرياتها المختلفة بسلطنة عمان وعددهم 1152

حيث تكونت عينة الدراسة من 591 رئيسا من رؤساء الاقسام والموظفين في المديريات.

وتوصلت نتائج الدراسة الى 1- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية فيما يتعلق باتجاهات افراد الدراسة حول اثر الحوافز المادية والمعنوية في تحسين اداء العاملين في وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان باختلاف متغير العمر والحال الاجتماعي والمستوى التعليمي والمسمى الوظيفي أوصى الباحث على صرف الحوافز المادية والمعنوية وفق مستوى الاداء.

1/ الدراسة الثالثة : بوكرش بسمة (سياسة التحفيز و تنمية العلاقات العامة في المؤسسة بعنابة) قامت بها الطالبة جاءت في اطار رسالة ماجستير في علم الاجتماع شعبة علاقات العامة بجامعة عنابة 2012/2011.

تمحورت إشكالية الدراسة حول سياسة التحفيز وتنمية العلاقات العامة في المؤسسة من خلال الأنشطة التنظيمية الفعالة التي تعنى ببلوغ الأهداف وتمكن من مواكبة التطور المطلوب والتحفيز يمثل أحد محاوره الأساسية لأنه يعد من بين السياسات التي لا تقل شأنا عن باقي السياسات الإدارية الأخرى، على اعتبار أنه نشاط حيوي تسعى الإدارة من خلاله حسن استغلاله إلى التأثير الإيجابي على الأفراد في جوانب عدة من حيث الارتقاء بالأداء الوظيفي وتحسين الجانب الاجتماعي لهم في سبيل تنمية العلاقات العامة الداخلية التي

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تسود بين المؤسسة ومرؤوسيها في كافة المستويات الإدارية وفي مختلف الأقسام والفروع التي تلمها ومن خلال ما سبق طرح التساؤل التالي.

كيف تكون تأثيرات سياسة التحفيز على نماء العلاقات العامة بأرسيلور ميتال؟

وهدفت هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر من أهمه 1-تسليط الضوء على نوعية الحوافز المقدمة في المؤسسة 2-استعراض العلاقات العامة السائدة من خلال آراء العينة واتجاهاتهم حول سياسة التحفيز المعتمدة 3-محاولة استنتاج نظرة الإدارة أو المؤسسة ككل لمستخدميها من خلال ما تقدمه من حوافز لإشباع حاجاتهم.

وبغرض الوصول إلى هذه الأهداف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي خلال المراحل المختلفة للبحث، إضافة إلى منهج دراسة الحالة في الدراسة التطبيقية، بحيث تم استخدام الملاحظة البسيطة لملاحظة الحياة المهنية داخل المؤسسة و المقابلة لأنها تساعد على تحصيل المعلومات التي قد يصعب الوصول اليها من الوثائق في اقرب وقت واقل جهد ممكن بطريقة مباشرة.

واعتمدت الدراسة على مجموعة من العاملين في المؤسسة واختار نوع العينة الطبقية لمعرفة آراء و اتجاهات كل طبقة حول موضوع البحث .

كما خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها ما يلي1- معرفة مدى تأثير سياسة التحفيز على نماء العلاقات العامة داخل المؤسسة، ويعني هذا الخوض في التراث النظري الذي له علاقة بموضوع البحث للإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تسمح وتمهد لبناء موضوع علمي متكامل 2- الحصول على حقائق ميدانية بحتة استدعى تطبيق الأدوات المنهجية التي تمكن من الكشف عن البرامج والطرق الخاصة بالمؤسسة، الموجهة لتحفيز مواردها البشرية ومن ثم ربطها بمؤشرات العلاقات العامة تبيان مدى نمائها في ظل الحوافز المعتمدة.

لقد أفادتنا هذه الدراسات في الجانب المنهجي والنظري في ما يتعلق بالمعلومات المتعلقة بالحوافز والرضا الوظيفي الي يعتبر من مهام العلاقات العامة تسعى الى تحقيقه وكذلك

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

بدور و المهام الذي تقوم به العلاقات العامة في عملية التحفيز في انجاح العمل الاداري والوظيفي.

أما فيما يتعلق بالاستفادة المنهجية فيمكن الاستفادة من الدراسة في كيفية اختيار المنهج العينة و اداة جمع المعلومات.

وتشابهة دراستي مع الدراسات السابقة في تناولها لموضوع الحوافز وأثرها بشكل عام على مستوى الأداء الاداري و الوظيفي , واتفقت مع الدراسة الثالثة في ما يخص اختيار أداة جمع المعلومات الملاحظة والمقابلة واختلفت معها في قلب المتغيرات وذلك من خلال جعل متغيرها المستقل تابع والمتغير التابع مستقل .كما اختلفت مع الدراسة الاولى في اعتمادها على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات و الثانية في اختيار الاداة و المتغير العلاقات العامة ,ونجد الاختلاف ايضا في الحدود المكانية والبشرية حيث إن دراستي تستهدف العاملين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري في منطقة واحدة فقط أما الدراسة الأولى والثانية تستهدف الوزارة والعمال في جميع المناطق.

تقنيات الدراسة:

1/المنهج المتبع وادواته

منهج الدراسة: يختلف المنهج المستخدم في الدراسة باختلاف طبيعة الموضوع الي يفرض ويحدد نوع منهج الدراسة والذي يعرفه رشيد زرواتي بأنه عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الدارس بغية تحقيق بحثه .

وحسب الموضوع اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الانسب في الدراسة لهذا الموضوع والمخصص لجميع البحوث .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ب/أدوات جمع البيانات:

الملاحظة:

تعتبر الملاحظة أحد أقدم التقنيات واكثرها شيوعا واستخداما في جمع البيانات في العلوم بصفة عامة وفي دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية على وجه الخصوص وهي مهمة لأنها تقدم معلومات للباحث يتعذر الحصول عليها احيانا باستعمال ادوات اخرى .[1]

واثناء التواجد بالمؤسسة للمباشرة بالبحث الميداني تم الاعتماد على الملاحظة البسيطة لملاحظة الحياة المهنية داخل المؤسسة بحيث يتراءا انها عادية أي ان مختلف المستخدمين يأتون الى العمل في وسائل النقل مخصصة لهم او الخاصة بهم .

اما مواقيت العمل في الورشة فهي تبدء على الساعة 08.30 صباحا او 13.00 بنسبة للفرق الذي تبدا في الليل في حين التحاق موظف والادارات بمكاتبهم ابتداءا من الساعة 8.30 او ابتداءا على الساعة 09.00.

ولأنه من الصعوبة ملاحظة مؤشرات متغير العلاقات العامة في المؤسسة ودورها المتمثل في تحفيز العاملين بالمؤسسة وكذلك ولائها وانتمائها ، كما ارتأيت الى الجمع بين الملاحظة و المقابلة لملاحظة مظاهر التغير التي تطرأ على سلوك بعض العمال أثناء طرح بعض الأسئلة حول الموضوع.

وعليه حين يتم توجيه سؤال يتعلق بطبيعة الحوافز و محاولة معرفة رأيهم من جهة تأثيرها على العاملين ، كانت تعابير وجه الكثير من العاملين وإيماءاتهم أبدت توحي برضاهم و اقتناعهم بالحوافز، و الدليل على ذلك تصريحاتهم التي تعبر عن الفخر بانتمائهم للمؤسسة ، ما ينبؤوا أن هذه المظاهر تدل بأن الحوافز ترتقي إلى طموحاتهم و ما يؤكد ذلك اقتناعهم

[1] سهيل رزق ذياب: ،**مناهج البحث العلمي** ،دار الميسرة لنشر والتوزيع ،غزة فلسطين ،2003 ص 220

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

بالحوافز الممنوحة ، تعكس رضاهم بصفة كاملة ، و تثر بشكل اجابي على باقي مؤشرات العلاقات العامة.

المقابلة:

تعتبر المقابلة إحدى طرق جمع البيانات التي تشمل أسئلة محددة للحصول على إجابات دقيقة...[1]

و تعد المقابلة عبارة عن تبادل لفظي وجها لوجه بين الباحث أو القائم بالمقابلة والفرد للحصول على المعلومات التي تعبر عن الآراء والاتجاهات و الإدراكات أو المشاعر أو الدوافع في الماضي أو الحاضر.[2]

ومن مزايا المقابلة أنها تتيح للباحث فرصة الاجتماع مع المبحوث وجها لوجه وملاحظة سلوكه وإجاباته والتغيرات التي تطرأ عليه، إضافة إلى أنها قد تثير إجابات عضو العينة أسئلة جديدة تثري البيانات، ورغم هذه المميزات إلا أنها تتخللها مجموعة من العيوب إذ تتطلب جهدا ومالا أكثر من الوسائل الأخرى خاصة في الدراسات المسحية ذات العينات الكثيرة، كذلك تتعرض نتائج المقابلة إلى أخطاء ناتجة عن تعدد المقابلين وتعدد مستويات الثقافية وأدوارهم الاجتماعية وقدرا م الذاتية .

لقد قمنا بإعداد استمارة مقابلة وذلك لجمع البيانات والمعلومات من أفراد عينة الدراسة، وبناءا على فصول الدراسة التي تتكون من محورين رئيسيين تتماشى وفق طبيعة فصول الدراسة وهي أساسية داخل البحث، قسمت كما يلي:

المحور الأول: خصص لمعرفة مكانة وأهمية العلاقات العامة في مؤسسة

الديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– واشتمل هذا المحور ثلاثة عشر سؤال.

[1] – عمار بوحوش، **مرجع سابق**، ص40.

[2] – يوسف لازم كماش: **البحث العلمي مناهجه أقسامه**، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان ،2016م، ص287.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

أما المحور الثاني: تناولنا فيه سيرورة نظام التحفيز في مؤسسة الديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–والذي اشتمل على خمسة عشر سؤال كذلك.

وقد مكنتنا هذه التقنية بجمع كافة المعلومات والبيانات المهمة عن المؤسسة، إضافة إلى الاستفسار عن مختلف المهام والخدمات المقدمة من طرف المؤسسة ودور العلاقات العامة فيها والطرق والأساليب التي تستخدمها.

2/مجتمع الدراسة والعينة

أ- مجتمع الدراسة:

هو المجتمع المتاح والذي يقوم أساسا على تحديد حجم المجتمع الأصلي وما يحتويه من مفردتين من مسؤولي الادارة في المؤسسة (رؤساء الوحدات) ديوان ترقية والتسيير العقاري –بسكرة– التي تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي و مؤسسة تمثل لدى السلطات العمومية ،المصالح العامة لقطاعات التجارة والصناعة والخدمات في إطار دوائرها الإقليمية .

ب -عينة الدراسة:

إن اختيار العينة الدراسة من أهم الأعمال التي يقوم الباحث، لأنها الأيسر للتطبيق وأقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي. وتعرف العينة على أنها "جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث من مشقات دراسة المجتمع الأصلي".

واعتمدت في هذه الدراسة على العينة القصدية المتاحة التي تعتبر أكثر أساليب المعاينة غير الاحتمالية شيوعا وانتشارا وتعتمد العينة على مبدأ ما هو متاح، بحيث يختار الباحث المفردات المتوفرة، والعينات المتاحة غالبا ما تتكون من تلك المجموعة من المفردات التي يمكن للباحث الوصول إليها بسهولة، أو التي يتاح للباحث الوصول إليها

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

،كما أنها يمكن أن تقدم للباحث بيانات ذات أهمية وفائدة كبيرة قد تساعده في إزالة أو التخلص من العقبات . وتم اختيار هذا النوع من العينة باعتبارها تتناسب مع موضوع الدراسة

وعليه فقد تم اختيارنا للعينة كان له علاقة مباشرة بإشكالية البحث وعينة الدراسة وكان سبب وراء اختيارنا للعينة القصدية المتاحة المتكونة من رؤساء الوحدات كونها تتصف بالدراية الكاملة بما يدور حول مجريات العمل اضافة الى ذلك انها تمتاز بالكفاءة والتخصصية المهنية تميزها عن غيرها عن بقية العمال . كما يعتبر مصطلح العلاقات العامة من مسميات التنظيمية الغامضة لا يمكن لأي عامل في المؤسسة معرفتها . وقد تمت عملية إجراء المقابلات في الفترة ما بين 2019/ 04/04 إلى غاية 10/4/2019.

خلاصة :

من خلال هذا الفصل حاولنا توضيح أهم الخطوات المنهجية التي تم استخدامها في الدراسة و التعرض لأهم الأدوات المنهجية التي استخدمت في جمع وتحليل البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ومن ثم التوصل إلى نتائج صادقة وإجابات مقنعة لأسئلة الدراسة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الاطار النظري

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تمهيد:

تعتبر العلاقات العامة ذات أهمية بالغة في كافة الشركات والمؤسسات لما لها دور كبير في القيام بربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي مشكلة حلقة وصل معه ، كما انها تقوم بدور بارز من خلال انشطتها التي تتعلق بإعطاء صورة مشرقة عن ما تقدمه المؤسسة من خدمات وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها. فنجاح أي مؤسسة لا يتوقف على ما تحققه من إنجازات إذا لم تتمكن من إيصاله إلى جماهيرها والمتعاملين معها من خلال عرض برامجها وأنشطتها .

وفي هذا الفصل سوف نحاول التطرق في العنصر الأول الى مفاهيم اساسية حول العلاقات العامة و في العنصر الثاني تطرقنا الى خصائص العلاقات العامة وثالثا الى مبادئها .كما ذكرنا في العنصر الرابع اهمية واهداف العلاقات العامة ورابعا انشطتها ليليه العنصر الاخير فوائد وجود ادارة خاصة للعلاقات العامة في المؤسسة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

1.1.مفاهيم اساسية في العلاقات العامة

اختلفت التعريفات التي أعطيت لمفهوم العلاقات العامة، ويرجع ذلك إلى الاختلاف في الفلسفات التي ينطلق منها المفكرون في تعريف العلاقات العامة، لذا لم يتم التوصل لتعريف جامع مانع لها.

أ- لغة: العلاقات العامة مكونة من مصطلحين هما: العلاقات والعامة.

العلاقة: جمع علاقات وعلائق، وهي رابطة بين شخصين أو شيئين.

العامة: جمع عوام، وهي صيغة مؤنث العام، يقصد بها عامة الناس[1]

ب- اصطلاحا: تعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة العلاقات العامة على أنها" وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق من أجل ربط سياستها وإجراءاتها أجل من تحقيق تعاون مثمر أكثر، قدر الإمكان، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها .[2]

كما قدم الباحثون تعريفات مختلفة للعلاقات العامة، فنجد مثلا: **Edward Robinson** يرى أن العلاقات العامة كعلم سلوكي اجتماعي تطبيقي وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها علاقة بالمنشأة مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف المتعلقة بزيادة تفهم الجماهير وتقبلها لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها وموظفيها.

ج- اجرائيا: هي عملية مستمرة تعتمد على نشاط اتصالي يهدف الى تنمية واقامة علاقات ثقة ووفاء جماهير المؤسسة داخليا و الخارجيا قصد اعطاء برامج، سياسات ،اتجاهات.

---

[1] . أحمد مختار عمر: **معجم اللغة العربية المعاصرة** ،عالم الكتب، القاهر ،2008 ، ص ص1557.1538.

[2] . علي عبودي نعمة الجبوري : **إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق** ، دار الأيام والتوزيع ، عمان ،2016م،ص ص13.12.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

1 . 2 . مبادئ العلاقات العامة:

إن العلاقات العامة كغيرها من العلوم تستند في ممارستها وتطبيقها على العديد من الأسس والمرتكزات التي يمكن أن نشملها فيما يلي:

1-انطلاق نشاطها في أية منظمة من داخل المنظمة:

فجميع العاملين في المنظمة يساهموا في تكوين السمعة الطيبة والانطباع الجيد عن المنظمة وبالتالي لا يمكن لأية منظمة مهما كانت أن تقوم بتحسين علاقاتها مع الوسط الخارجي ان لم تكن العلاقات فيما بين الجمهور الداخلي على احسن وجه ومبنية على المحبة والتعاون والاحترام المتبادل .

2 . الديمومة والاستمرارية:

إن اكتساب ثقة الجماهير(الداخلية والخارجية) لن يتحقق إلا عن طريق العمل المستمر والدؤوب للعلاقات العامة وفي كافة الأوقات ودون انقطاع من أجل الحفاظ على صلة التواصل لتبادل الآراء والمعلومات والسعي لتحقيق ما يطلبه الجمهور.

3 . التعاون المتبادل بين المنظمات:

إن ممارسة أية منظمة لنشاطها وتوطيد علاقاتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية لا يكفي في غالب الأحيان لنجاحها في تأدية رسالتها وخاصة إذا كانت قد أغفلت تعاونها وتضافرها مع المنظمات الأخرى لذلك أصبح هذا التعاون أحد مرتكزات وأسس العلاقات العامة نظرا لأهميته وضرورته.

شمولية العلاقات العامة:

إن نشاط العلاقات العامة يجب أن يشمل جميع المجالات وألا يقتصر على مجالات معينة أو محددة، لأن العلاقات العامة ضرورية ولا بد منها في كافة الميادين التجارية والصناعية

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

والإدارية والتعليمية والصحية وحتى على المستويين العام والخاص وبكل الفروع التابعة لهما وعلى الصعيد الداخلي والخارجي .[1]

3.1 خصائص العلاقات العامة:

• إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة تفترض أن أي مؤسسة لا تنشأ فقط من أجل تحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانون قانونها، بل يجب أن تصلب دورا اجتماعيا ولهذا عليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة لما يتعلق بسلوك المؤسسة.

• إن العلاقات العامة تشكل عنصر أساسيا في أنشطة المؤسسات، فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

• إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة، ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله والوصول إلى علاقات عامة طيبة.

• إن العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية، وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت. و بالتالي فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والاستمرارية وقوة الفعالية بين الطرفين.

• تستخدم فلسفة العلاقات العامة بأسلوب علمي لتضمن تحقيق أهدافها بأقل جهد وأقصر وقت وأخفض تكلفة.

• إن العلاقات العامة تضمن التفاهم المستر بين المؤسسات والجماهير وتحقق الترابط والتعاون فيما بينهم.

• إنها وسيلة تدريب هامة لإعداد الجماهير و تهيئتهم على تقبل الآراء و الأفكار والقيام بما هو مطلوب منهم.

---

[1] .أنعام حسن أيوب وآخرون :**العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2016 م، ص 39

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

• إن العلاقات العامة تعد عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية وتتصف بالاستمرارية وتستخدم متخصصين على مستويات مختلفة من المعرفة مؤهلين من المعاهد والكليات المتخصصة.[1]

4.1.أهمية وأهداف العلاقات العامة:

أ –أهمية العلاقات العامة:

تمثل العلاقات العامة أحد المجالات الوظيفية التي ظهرت وحققت قبولا إداريا داخل المؤسسات ويمكن توضيح أهمية العلاقات العامة فيما يلي:

1 . كسب رضا الجمهور وتأييده لتحقيق مصالح مشركة وخاصة الحكومات التي تستمد قدرتها على الاستمرار في ممارسة سلطاتها على تأييد الشعب .

2 . اتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاظم النفقات مع وجود منافسة حادة هدفها جذب أكبر عدد من المستهلكين.

3 . الاهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح أفراده وذلك بالرقابة على أسعار الغذاء أو السلع والخدمات وصلاحيتها للاستعمال.

4 . تعاظم قوة الرأي العام وانتشار الديمقراطية وازدياد ثقافة الجمهور مما تطلب اتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بجمهورها.

5 . تلبية احتياجات الجمهور الداخلي من الموظفين والعمال وربطهم بالمنشأة وأهدافهم ويحببهم فيما يزيد من اخلاصهم وولائهم لها.

6 . تنمية الاتصالات وتكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة.

7 . تقوم العلاقات العامة في المنظمات الحكومية بتحسين العلاقات بين الحكومة والوزارة والجمهور وتنمية الشعور بالمسؤولية لدى الموظفين وبالتالي تحويلهم إلى جمهور إيجابي[2] .

---

[1] . هاشم حمدي رضا: **إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن– عمان،2011م، ص ص24.23.

[2] . علي عبودي نعمة الجبوري :**إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2016 م، ص ص 23.22.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ب- أهداف العلاقات العامة:

وانطلاقا من مفهوم العلاقات العامة حسب ما تراه وتمارسه الدولة وحسب ما تراه وتلتزم به منظمات الأعمال في القطاع الخاص يمكن تحديد أهداف العلاقات العامة على النحو التالي:

أهداف العلاقات العامة على المستوى القومي:

- إيجاد نوع من التعاون بين الحكومة وأجهزتها لمختلفة مع الصحافة باعتبار أن الصحافة هي مرآة الرأي العام والمجتمع.
- الرد على الإشاعات و الأكاذيب والحملات الدعائية التي قد تقوم بعض أجهزة الإعلام الخارجية أو بعض الجماعات المعارضة الداخلية.

السعي الدؤوب نحو كسب رضا وتأييد المواطنين حتى يمكن تحقيق نوع من التعاون والتنسيق بين الحكومة ومواطنيها.

- القيام نيابة عن الحكومة بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة للمواطنين لمعرفة أسبابها تفهم أبعادها بالنسبة لهم.

2 . أهداف العلاقات العامة على المستوى منظمات العمل:

- إحداث نوع من الاتصال ذو الاتجاهين بين المنظمة وعملائها بما يمكن الأولى من إعلام من إيصال ورغبتهم وطلباتهم الى الادارة العليا .
- الاهتمام برغبات وحاجات العاملين في المنظمة من الزاوية الثقافية والترويجية .
- الاهتمام بالعلاقات بين المنظمة والمنظمات الأخرى وتنمية وسائل اتصال فعالة ومستمرة لصالح جميع الأطراف.

تشجيع وتنمية التعاون بين مختلف الإدارات والأقسام بالمنظمة وبينهم وبين الإدارة العليا بما يؤدي إلى توفير المعلومات وعدم التردد في تقديم النصح والمشورة.[1]

وهناك عدة أهداف أخرى من بينها:

[1] . محمد عبد الفتاح ألصبري **:وظائف منظمات الأعمال**، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان 2013 م، ص ص262.263 .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

1 . التفاعل الإيجابي مع الأحداث ومسايرة اهتمامات الناس ورغباتهم بما لا يتعارض مع الأنظمة والقوانين السائدة التي تنظم الحياة العامة.

2 . تحسير الفجوة بين الأفراد والجماعات وتحقيق الإدماج وخلق حالة من المعرفة والفهم لتوحيد الاتجاهات والقناعات.

3 . زرع الثقة بين المؤسسات والأفراد من خلال مد جسور التواصل.

4 . السعي للتعريف بجهود المؤسسات وخدماتها ، والطلب من افراد المجتمع التعاون والتنسيق .

5 . التأثير على الرأي العام والعمل على المحافظة على وجود رأي عام مرغوب فيه تجاه المؤسسة والاستفادة من البيانات بعد تحليلها في ترشيد القرارات.

6 . تقديم المهام الإدارية والخدمات الاستشارية التي تساعد المؤسسة على تنفيذ برامجها والتخطيط لمشاريعها وفق تصور كاف ودراسة متأنية.[1]

1 .5 أنشطة العلاقات العامة :

من أهم أنشطة العلاقات العامة الحديثة الآتي:

1-التخطيط والإدارة:

ويتمثل هذا الدور في التنظيم والتنسيق و المراقبة والتقييم، كما يتمثل في التعريف بمهام العلاقات العامة التسويقية وتحديد أهدافها وجمهورها المستهدف ودورها في مزيج الاتصال التسويقي، وكيفية الإعداد لحملات وتقييم مدى فعاليتها.

[1] . هشام حمدي رضا :**إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2011 م، ص ص.18.19 .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

2-توطيد العلاقة مع وسائل الإعلام:

هو جانب هام من جوانب العلاقات العامة التسويقية المرتبطة بأعمال النشر والتغطية الإعلامية، وتنمية العلاقة مع وسائل الإعلام المختلفة كالصحف والتلفزيون والإذاعة وغيرها والتي يمكن من خلالها القيام بالتالي :

- نشر المعلومات.
- بناء اتجاهات إيجابية لدى جماهير المنظمة المختلفة.
- خلق صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة وما تقدمه من منتجات.
- الترويج لسياسات المنظمة وكسب التأييد لها.
- ترويج المنتجات وعلاماتها التجارية وتقديم المنتجات الجديدة
- التغطية الإعلامية لأحداث المؤسسة المختلفة وبرامج الرعاية التي تشترك فيها.
- توطيد العلاقة مع الكتاب والصحفيين ورجال الأعمال.

3-النشر:

وهذه المهمة غالبا ما ترتبط بالصحافة ووسائل الإعلام المذاعة والمرئية الأخرى، وتعتمد على نشر المعلومات الإيجابية عن المنظمة ومنتجاتها والحد من تأثير الدعاية المضادة، ويمكن للنشر أن يكون أداة مؤثرة وفعالة للغاية في الاتصالات التسويقية عندما يتمتع بالمصداقية ووفرة المعلومات وتنوعها وتحري الدقة في التقديم والتحليل . وبذلك تستطيع أنشطة النشر خلق انطباعات إيجابية عن المنظمة أو المنتج أو الحدث المراد الترويج له، كما تخلق قدرا من التصديق لدى الجمهور المستهدف .ولكن لا يجب الخلط بين النشر والإعلان، فالنشر أداة اتصالية مختلفة لها أساليبها الخاصة، فالتغطية الإعلامية لا يمكن إدارتها والتحكم فيها بنفس أسلوب إدارة وتقديم الإعلان كما أنه يحتاج إلى إدارة وتخطيط مثله مثل باقي عناصر المزيج التسويقي الأخرى، كما يجب تقديمه بعناية ومراقبته أيضا.

4-إصدار المطبوعات:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

إنتاج المطبوعات من أهم أنشطة العلاقات العامة التسويقية وتقدم من خلال الموظفين، محلل الأخبار، والمحللين الماليين مثل الكتيبات والنشرات والخطابات والتقارير المالية والدعوات وغيرها كما يمكن أن تصدر المطبوعات بالصوت والصورة.

الرعاية:

تم الكثير من المؤسسات بأسلوب الرعاية حيث ترعى بعض الأحداث الهامة في المجتمع كالأحداث الرياضية والفنية والثقافية والسياحية أو رعاية بعض البرامج التلفزيونية والإذاعية الترويج لاسم وصورة المؤسسة ولمنتجاتها من سلع وخدمات .كما يندرج تحت أنشطة العلاقات العامة التسويقية اشتراك المؤسسات في بعض الأعمال الخيرية والإنسانية كجزء من المسؤولية الاجتماعية لها نحو المجتمع والجمهور، وذلك من خلال تقديم منح أو هبات في صورة نقدية أو عينية للمؤسسات الخيرية أو المؤسسات العلاجية أو التعليمية أو رعاية بعض المشروعات القومية الهامة.

6 . اتصالات المنظمة:

اتصالات المنظمة لها فروع ومجالات عديدة ليست جميعها يندرج تحت أنشطة العلاقات العامة التسويقية، فالعلاقات العامة التسويقية تختص ببرامج التعريف بالمؤسسة ورسم صورتها الذهنية، بالإضافة للاتصالات الداخلية وبعض الاتصالات مع أصحاب المعاملات التجارية.

7- تنمية العلاقات بالمجتمع:

بناء وتنمية العلاقة مع المجتمع المحلي والجهات الحكومية والخاصة والجمعيات الأهلية جزء منها يندرج تحت أنشطة العلاقات العامة التسويقية، حيث هذه الأنشطة إلى دراسة اتجاه العلاقة مع الحكومة وصناع القرار وكذلك اتجاهات الرأي العام .كما تهدف إلى كسب تأييد الجمهور العام والمجتمع المحلي.

جماعات الضغط:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

هذا المدخل يرتبط بالعلاقة مع وسائل الإعلام و المجتمع، وذلك لبناء وتأكيد العلاقات الإيجابية مع مختلف فئات المجتمع مثل قادة الرأي، رجال الدين، الإعلاميين، وصناع القرار باعتبارهم جماهير غير مباشرة للمنظمة وهذه العلاقات تعتمد على الحوار المتبادل والإقناع لكسب تأييد هذه الفئات. بالمنظمة مثل المؤتمرات والاجتماعات أو الاحتفال بإنتاج منتج جديد، وهناك أحداث خارجية تشترك فيها المنظمة

9-إدارة الأحداث الخاصة:

أنشطة العلاقات العامة التسويقية غالبا ما تهتم دارة وتنظيم الأحداث الخاصة، فهناك أحداث داخلية خاصة لجذب انتباه وسائل الإعلام والاستفادة من التغطية الإعلامية لهذه الأحداث مثل البطولات الرياضية أو الأحداث الفنية والثقافية أو السياحية.

10 . تنمية العلاقة مع الجمهور الداخلي :تقوم العلاقات العامة بتوطيد علاقة المنظمة فتعمل الآتي:

- إعلام موظفي المؤسسة بسياساتها واستراتيجيتها دورهم في تنفيذ هذه السياسات .
- الاهتمام بتدريب الموظفين والاعتناء بهم وبعائلاتهم من الناحية الصحية والترفيهية.
- إعلامهم بالتغيرات التسويقية وما يترتب عليها من تغيير في السياسات والقرارات التسويقية للمنظمة فهم ومساعدتهم واستيعاب هذه التغييرات وقبولها وتنفيذها .

11 . تنمية العلاقة مع الجمهور المالي للمؤسسة:

تهتم العلاقات العامة التسويقية بتنمية العلاقة مع المجتمع المالي للمنظمة وهم عادة الشركاء، المستثمرون

- بناء وترسيخ العلاقة مع الجمهور لكسب ثقته وتقديره وتأييده.
- إمداده بالمعلومات اللازمة عن أنشطة الشركة وموقعها المالي.
- تحسين صورة المنظمة لديه من خلال التزامها بمسؤوليتها ومصداقيتها داخل هذا المجتمع المالي .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

12 . إدارة الأزمة:

للعلاقات العامة دورا هاما وحيويا في كيفية مواجهة المؤسسات والشركات للأزمات أو الأحداث الطارئة التي تواجهها .والأزمة قد تكون حدثا واحدا أو مجموعة من الأحداث، واستراتيجية العلاقات العامة الجديدة هي التي تضع احتمال حدوث الأزمة في اعتبارها وتستعد للتعامل معها ومواجهتها .وأهم عامل في إدارة الأزمة هو أسلوب التعامل معها منذ الساعات الأولى، فلا يجب التقليل من خطورة الموقف أو التظاهر بأن المشكلة لم يعد لها وجودا أو الاستخفاف، بل لابد من التعامل معها بجدية من البداية وإعطاء معلومات حقيقية وصادقة عنها للجماهير المختلفة .كما لابد من أن تهيئ المنظمة نفسها لحدوث أشياء غير متوقعة والاستعداد لها، وتوقع حدوث تأثير سلبي على صورتها وسمعتها عند الجماهير إذا تم التعامل مع الأزمة بشكل خاطئ.

13 . البحث والتحليل:

يعد البحث والتحليل من أهم أنشطة الاتصال التسويقي بما فيها العلاقات العامة التسويقية، والتي تهتم بجمع وتحليل المعلومات لاستخدامها في عملية الإدارة والتخطيط والتنفيذ والرقابة والتقييم.[1]

1 . 6 . فوائد وجود إدارة خاصة للعلاقات العامة في المنظمات والمؤسسات:

إن إنشاء إدارة مستقلة تخص العلاقات العامة في أية مؤسسة يتميز عن الطرق الأخرى لممارسة العلاقات العامة بشكل كبير لأنه يحقق لها فوائد كثيرة نذكر منها:

1 . الدراية بردود الفعل التي تحدثها سياسة المؤسسة على نفوس الجماهير، وتسهيل عملية الحصول على البيانات والحقائق من الجمهور الداخلي والخارجي مباشرة.

[1] . .ياسين خضير البياني وآخرون :**مقدمة في العلاقات العامة والإعلان**، دار الأفاق المشرقة ناشرون، 2012 م، ص ص 98 .102.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

2 . توفير الجهد و الوقت والخبرة الازمة في التعامل مع الجمهور وشرح السياسة المتبعة في المؤسسة وأثرها على مصالحهم.

3 . المساعدة في تخطيط الاتصال داخل المؤسسة بين مختلف مستويات التنظيم، إضافة إلى الإشراف على الاتصالات الخارجية.

4 . التوفير في النفقات لأن أجور العاملين في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة أقل بكثير من الأتعاب التي تتقاضاها المكاتب الاستشارية

5 . المساهمة في تكوين الإطار المتخصص وإيجاد مجموعة من الخبراء الذين يتعاونون نتيجة الاحتكاك الدائم مع كافة العاملين بالمؤسسة، والاطلاع على كافة النشاطات والمعرفة الدقيقة لإمكانيتها.[1]

خلاصة:

يمكن القول أن جهاز العلاقات العامة لا يمكن الاستغناء عنه بالنسبة لأي مؤسسة فهي تعتبر وظيفة إدارية تعمل على تقريب الجماهير من المؤسسة وبناء علاقات ودية حيث تسعى إلى تدعيم العلاقات بالجماهير سواء كانت داخلية أو خارجية ومن ثم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والاستمرارية وقوة الفعالية بين الطرفين.

[1] منال هلال المزاهرة: **ادارة العلاقات العامة وتنظيمها** ، دار المسيرة لنشر و التوزيع والطباعة، عمان 2015، ص ص 34 36

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

تمهيد:

يعتمد نجاح أي مؤسسة وفشلها على مدى تحكمها و اهتمامها على العنصر البشري الذي يعتبر الثروة النادرة التي تتسابق المنظمات لتوفيره كما ونوعا بالشكل الذي يزيد من فعاليتها وتحقيق لأهدافها ومن بين العوامل التي تحقق ذلك دراسة ما كيفية التأثير على نفسيتهم بالشكل الذي يزيد من ولائهم و رضاهم وإشباع حاجياتهم ورغباتهم و عدم معارضتهم واستعمال لنظام الحوافز يعتبر احد واهم العوامل لتأثير في العاملين وتشجيعهم لتقديم افضل ما لديهم في المؤسسة .

ومن أجل التوضيح أكثر سنتطرق في هذا الفصل إلى مختلف مفاهيم بداية تعاريفه اللغوية والاصطلاحية ويليه في العنصر الثاني علاقة الدافع بالحوافز ويليه العنصر الثالث انواعه و في العنصر الرابع تطرقنا الى نظرية الحاجات الانسانية **ماسلو** وذكرنا في العنصر الخامس اسس منح الحوافز و سادسا ذكرنا طرقه وخطواته في تحفيز العاملين وتحسين دافعيتهم من خلال جهاز العلاقات العامة .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

1.2 . تعريف التحفيز:

تعرف اللغوي حفز : حث(حفزا ،) شجع ،أغرى، حفزه بالرمح : طعنه.[1]

تعريف اصطلاحيا .الحافز هو العامل الذي تستغله الإدارة في جذب الفرد إليها باعتباره وسيلة لإثارة القوى الحركية فيه و التي تؤثر على سلوكه و تصرفاته عن طريق إشباع حاجاته.

و هناك من يرى أن الحوافز هي فرص توفرها المنظمة للموظفين العاملين بها لتثير رغباتهم و تخلق لديهم الدفع من أجل الحصول عليها عن طريق الجهد و العمل المنتج و السلوك السليم.[2]

ويمكن تقديم تعريف شامل للحوافز على أنها:وسائل وفرص مادية ومعنوية وإيجابية وسلبية توفرها إدارة المنظمة أمام العاملين، لتحرك فيهم الرغبة من أجل إشباعها عن طريق تحسين مستوى أدائهم، واستقامة سلوكهم وولائهم اتجاه المنظمة، و هي كل الوسائل المتاحة في البيئة المحيطة للفرد والتي تمكن من توجيه سلوكه واستثارة رغبته نحو القيام بعمل محدد أو الابتعاد عن فعل معين وذلك بغرض إشباع حاجته أو تجنب ضرر حتى يتم تحقيق أهداف المؤسسة ورفع مستوى أدائها.[3]

تعريف اجرائي الحوافز هي كل الوسائل والعوامل التي يكون من شأنها حث الموظفين والعمال على أداء واجباتهم بجد وإخلاص وتشجيعهم على ما بذلوه فعلا من جهد زائد عن المعدل في مجال الإنتاج والخدمات لتحقيق أهداف المنظمات.

---

[1] **قاموس الوافر:** عربي عربي ، دار الفكر للطباعة والنشر ، بيروت ، أيلول 2001 ،ص 130 .

[2] . نور الدين حاروش :**إدارة الموارد البشرية**، دار الأمة للطباعة والترجمة والتوزيع، ص ص116.117 .

[3] . ديب نورة :**التحفيز بوحدة نوميديا**، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، معهد العلوم، جامعة قسنطينة، 1999 م، ص15

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

2.2. علاقة الدوافع بالحوافز:

طالما انه لا يوجد سلوك دون دافع يمكن وراءه، لذا وجب تحريك تلك الدوافع عن طريق الحث والاثارة من خلال أدوات و وسائل معينة يحبها الأفراد ويتمنونها تلك التي يطلق عليها بالحوافز.

ومن هنا تأتي التفرقة بين الدوافع والحوافز، فالدوافع تمثل الطاقة الكامنة لدى الفرد ليسلك سلوكا معين ، أي هي القوة الداخلية التي تعمل داخل الفرد، وتدفعه للبحث عن شيء محدد بما ييسر له رسم غايته وأهدافه، وتسهل له عملية التكييف مع ظروف البيئة الخارجية، أما الحافز فهو المثير الخارجي الذي يحرك في نفس الفرد الدوافع بعمل معين والصلة بين الدافع والحافز صلة وثيقة كالتي تربط بين المثير والاستجابة له .

ويمكن اظهار الفرق بين الحوافز والدوافع في الجدول التالي :

الدوافع	الحوافز
- هي محركات داخلية غير مرئية تدفع الإنسان للتصرف والعمل من أجل إشباع حاجاته. - الدوافع قوى داخلية. - الحاجات تشكل الدافعية. - لا يمكن قياسها.	- هي مؤثرات خارجية تثير الدوافع الإنسانية من أجل إشباع الحاجة - مؤثرات خارجية. - الحوافز تخلق الدافعية. - قابلة للقياس.

جدول(1) الفرق بين الدوافع والحوافز

ومن هنا فان العلاقة بين الحافز والسلوك علاقة وثيقة أي أن كل فرد يحتاج الى حوافز معينة يرضي بها دوافعه المختلفة التي تعكس سلوكه ، فإذا شعر الفرد بالدافع كقوة منبعثة من داخله تسيطر على سلوكه، فالإشباع هذا الدافع لابد من حافز هو بمثابة المنبه الذي يوقظ هذه الدوافع أي

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

أن العلاقة بين الحافز والدافع كالعلاقة التي تربط بين المثير والاستجابة له وقد يثير الحافز اكثر من الدوافع ومن هنا نحكم على قوة الحافز بمدى تأثيره على الدافع وكلما أثر الحافز على عدد أكبر من الدوافع في ذات الوقت زادت فاعليته [1]

الحافز	الدافع	السلوك
أجور عالية	أمان اقتصادي	زيادة في الإنتاج
نظام للمعاش	استقرار	غياب أقل
تعويض ضد المرض	احترام النفس	رفع الجودة الإنتاج
مكافآت المشاركة في الربح	الشعور بالفخر	.....

2

جدول(2) توضيح العلاقة بين الحافز والدافع والسلوك

2 . 3 . أنواع الحوافز :

هناك ثلاث أنواع للتحفيز وهي:

1 . حافز البقاء الأساسي:

يقول أبراهام ما سلو :"إن أهم حافز يحرك البشر هو حافز البقاء "وهذا النوع من التحفيز يغطي كل

[1] سمية ترش: **دور نظام الحوافز في تحسين أداء المؤسسة الحكومية**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،الوادي ،2015.2014، ص7

[2] سمية ترش ، مرجع نفسه ص7

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الحاجات الأولية مثل :الغذاء، الماء والهواء، وإذا فقدت أي من هذه الحاجات فسيكون دافعا أساسيا يتشكل داخل المرء، فيتحفز لفعل كل ما يطلبها المرء لإشباع هذه الحاجة.

2 . **التحفيز الخارجي:**

هذا النوع من التحفيز يأتي من المحيط الخارجي ، مثلا: الأصدقاء والأسرة أو المقالة في مجلة أو من خلال وسيلة إعلامية أو من الرئيس في العمل ، ومشكلة المحفزات الخارجية أنه عادة لا يستمر أثرها فترة طويلة ، فتخبو قوة دفعها بعد فترة قصيرة، لذلك على المرء أن يسعى لما يكمن في ذاته لا لما يكمن في ذات الآخرين.

3 . **التحفيز الداخلي:**

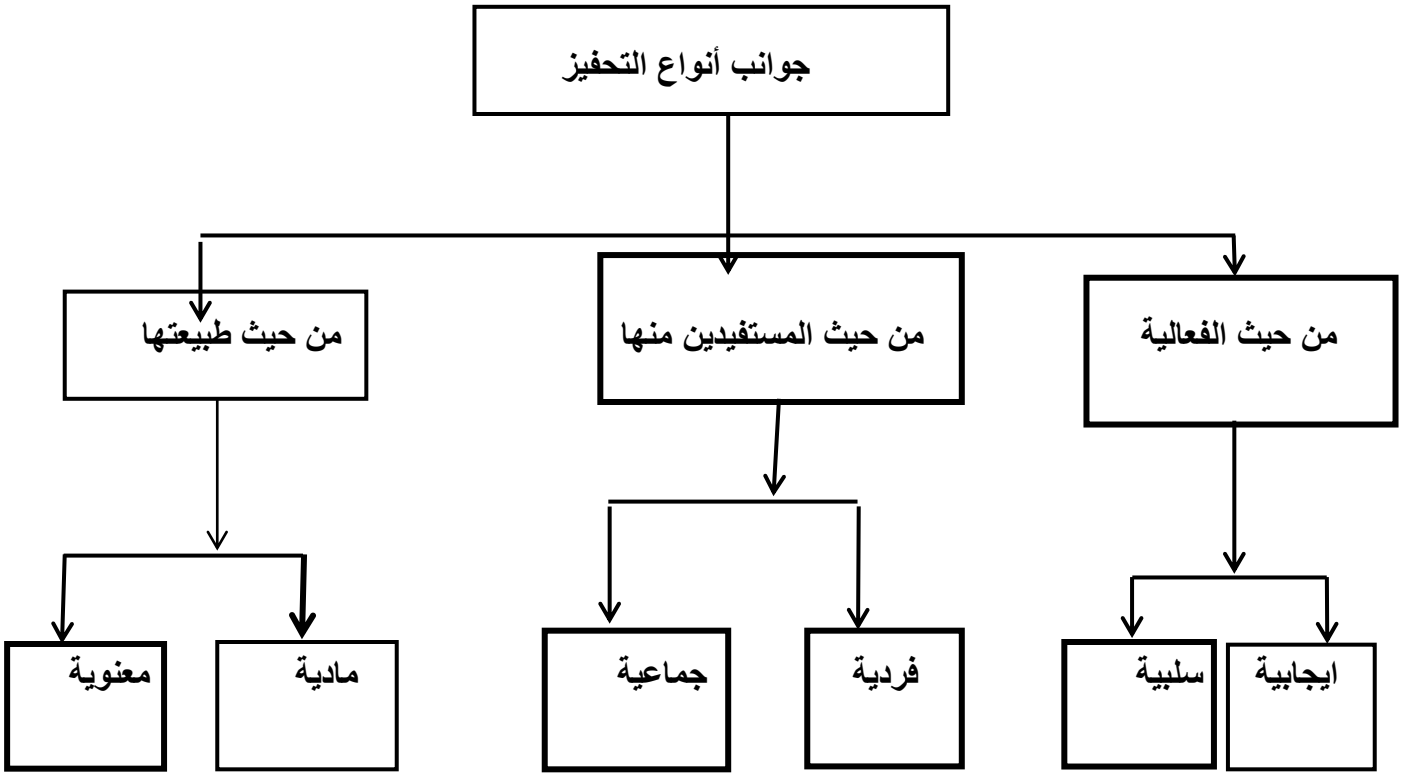
يعد هذا النوع من التحفيز أكثر الأنواع الثلاثة قوة واستمرارا في التأثير و الفاعلية ، ويرجع السبب في ذلك إلى طبيعة هذا النوع، لأن المرء يكون مدفوعا بقوته الذاتية لتحقيق أهدافه السامية.[1]

وتصنف الحوافز من عدة جوانب أهمها :من حيث الفعالية، ومن حيث المستفيدين منها، ومن حيث طبيعتها،كمايلي[2]:

[1] . صالح علي عودة الهلالات :**الإدارة الفعالة للموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن– عمان، ص ص309.308

[2] . درة عبد الباري وآخرون :**الأساسيات في الإدارة المعاصرة**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، 2012 م، ص233 .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



شكل(2) :جوانب أنواع التحفيز

إن الحوافز الإيجابية التي تستخدمها المشروعات التجارية والصناعية على نطاق واسع تتكون من : الحوافز النقدية، الأمن والاستقرار في العمل ، المديح والثناء ، المنافسة كحافز فعال للحث على السلوك المرغوب ، تحسين ومعرفة نتائج الأداء والمشاركة بالقرارات وسياسات التغيير.

أولا :أنواع الحوافز من حيث الفعالية :وتقسم إلى نوعين:

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

1 . **الحوافز الإيجابية** :وتعكس مبدأ الثواب للعاملين، حيث تهدف إلى تشجيع السلوك المرغوب فيه وتحسين الأداء ومن أهم الأمثلة على الحوافز الإيجابية الراتب و المكافآت التشجيعية.

2 . **الحوافز السلبية** :وتعكس مبدأ العقاب للعاملين، حيث لمنع حدوث سلوك غير مرغوب فيه، حيث يمكن تعديله للوصول إلى تحسين الأداء ومن الأمثلة على ذلك حجب العلاوة السنوية أو الخصم من الراتب، ومن الضروري أن يقوم المدراء باستخدام الحوافز السلبية إلى جانب الحوافز الايجابية ، لأن الحوافز السلبية تحدث نوعا من التوازن وتذكر بالردع في حالة الأداء الضعيف بالإضافة إلى تشجيع الأداء.

ثانيا :أنواع الحوافز من حيث المستفيدين: تقسم الحوافز من حيث الأطراف المستفيدة منها إلى نوعين، هما:

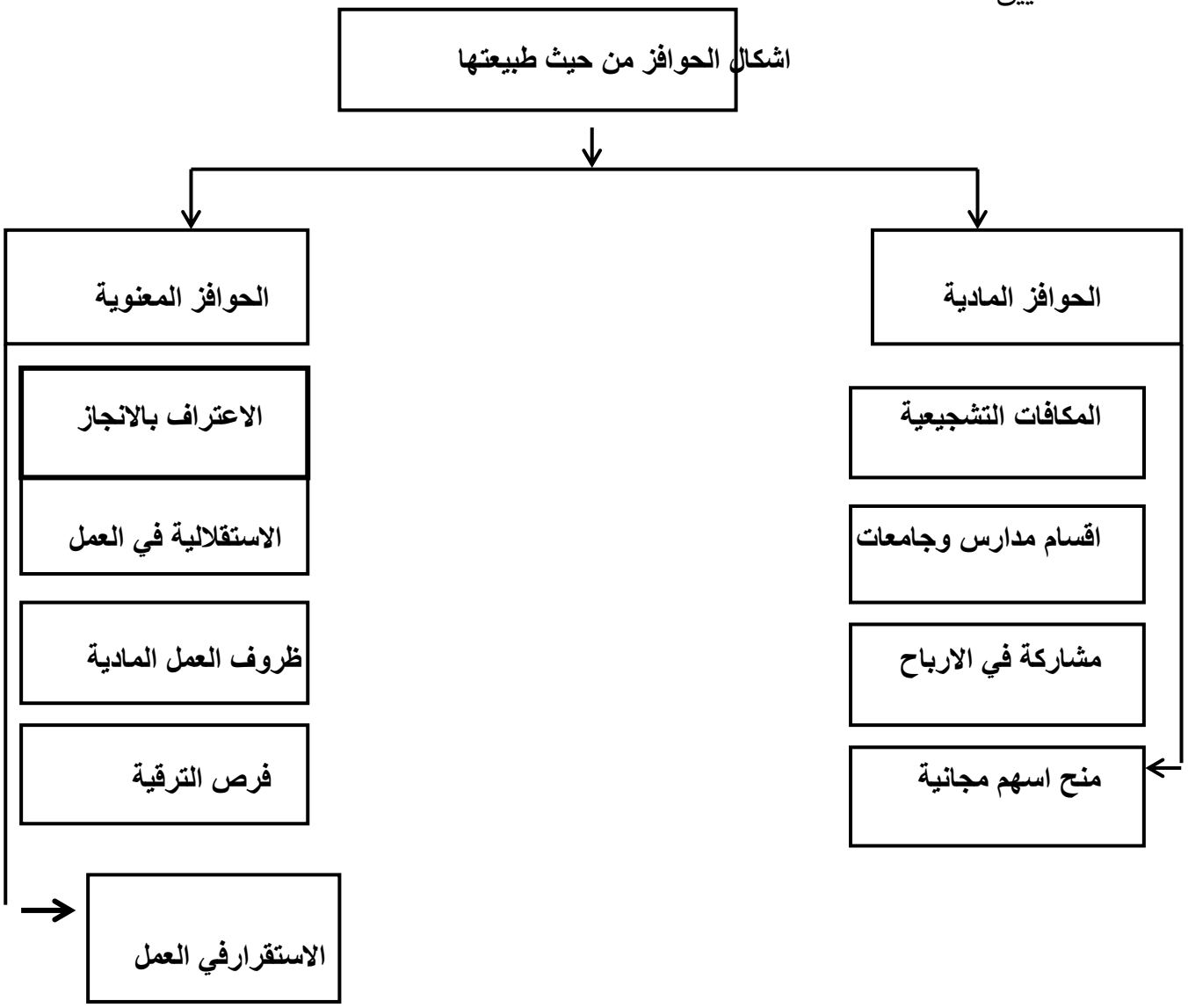
1 . **الحوافز الفردية** : التي تتعلق بالفرد الواحد حيث يؤدي عملا جيدا فإنه يمنح حافزا على هذا الأساس ، والحوافز الفردية تخلق جوا من التنافس لصالح العمل ، لكنها في بعض الأحيان تؤدي إلى وجود نوع من التنافس غير الشريف بين العاملين.

2 . الحوافز الجماعية: وهي التي تعتمد على أداء مجموعة من الأفراد أو فريق عمل معين، وعادة ما تحدد لإدارة مستويات معينة من الانتاج المجموعة من الأفراد أو لدائرة معينة ، وعند تخطي هذه المستويات تمنح لها الحوافز ، والحوافز الجماعية تشجع على التعاون البناء وروح الفريق بين أعضاء المجموعة .[1]

[1] المغربي كامل محمد: **الإدارة أصالة المبادئ والأسس ووظائف المنشأة** ، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان –الأردن، 2007 م،ص632

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ثالثا :أنواع الحوافز من حيث طبيعتها :و يمكن تقسيم الحوافز من حيث طبيعتها إلى نوعين أساسيين هما:



شكل (3) : أشكال الحوافز من حيث طبيعتها

1 . **الحوافز المادية** : حيث تقوم المنظمة بدفع حوافز مادية للعاملين تقديرا لجهودهم وسعيا لتحفيزهم للعمل،وتشمل الحوافز المادية عدة أشكال أهمها:

المكافآت التشجيعية :وتمنح تشجيعا للموظف على أدائه المتميز، أو عند تحقيقه مستوى معين من الإنتاج أوالمبيعات أو إذا حقق وفرا للمنظمة، وتكون المكافأة في هذه الحالة نقدية.

أقسام المدارس و الجامعات:كدفع أقساط التعليم لأبناء الموظف، أو تسمح للموظف بالجمع بين العمل والتعليم،وتسمح له بالتغيب لأوقات معينة لمتابعة دراسته، وقد تغطي عنه الأقساط الجامعية أو تعطيه سلفه بدون فوائد على ان يسدها من راتبه بعد انتهاء تعلي

.**المشاركة في الأرباح** : وذلك من خلال إعطاء العاملين نسب مئوية من الأرباح التي حققتها المنظمة أو من الوافرات في تكاليف العمل ، وهذه تشجع كثيرا على بذل المزيد من الجهود الفردية والجماعية من أجل زيادة إيرادات المنظمة وتخفيض التكاليف ، وبالتالي يؤثر على زيادة الأرباح المحققة.

منح أسهم مجانية للموظف :وتعتمد ذلك بعض المنظمات، بحيث تقوم بمنح الموظف أسهم مجانية كجزء من المكافأة التي يستحقها نتيجة إنجازاته ومستوى أدائه العالي.

2 . **الحوافز المعنوية** :وهي تعنى بإشباع حاجات الفرد النفسية و الاجتماعية ومن أهم أشكال الحوافز المعنوية الاتي:

الاعتراف بالإنجاز :من الضروري أن تقدر الإدارة إنجازات عامليها بوسائل متعددة مثل كتب الشكر أو منح الشهادات التقديرية و غيرها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الاستقلالية في العمل :فكلما زادت استقلالية الموظف فيما يتعلق بقرارات التخطيط للمهام وتنفيذها و مراقبتها وكلما زادت استقلالية الموظف فيما يتعلق بقرارات التخطيط للمهام وتنفيذها و مراقبتها كلمازادت استقلالية الموظف في هذا االمجال كلما أدى ذلك إلى الاستقرار في العمل

ظروف العمل المادية: لاشك بأن ظروف العمل المادية مثل الإضاءة و الحرارة و الرطوبة وفترات الاستراحة و النظافةو التلوث البيئي ، كلها تؤثر على مدى تقبل الموظف لتلك الظروف ، والموظف يوليها أهمية كبيرة لأنه يعيش تلك الظر وف يوميا وفي كل لحظة أثناء العمل.[1]

فرص الترقية : وجود فرص الترقية في المنظمة يعد حافزا قويا للعمل فيسعى الموظفون وراء تحقيق مركز وظيفي أعلى و بالتالي مكانة اجتماعية مرموقة بين زملائهم ، وذلك يشعر الموظف بالارتياح و الرضا ، والعكس يولد فيهم خيبة الأمل والإحباط.

الاستقرار في العمل :إن وجود الاستقرار في العمل يعد حافزا مؤثرا في معنويات العاملين، وبالتالي يؤثر في إنتاجيتهم ومستوى أدائهم، فالاستقرار في العمل يشعر الفرد بالاطمئنان على دخله و معيشته ويمكنه بالتالي من العمل بظروف أفضل.

إن الحوافز تعد عاملا مهما جدا في تحقيق مستويات عالية من الأداء ، وكذلك تحقيق الوافرات المالية في تكاليف العمل و الإنتاج لذلك لابد وأن توليها المنظمات كل الاهتمام لما لها من تأثير على معنويات العاملين ورضاهم الوظيفي وتعزيز ولائهم للمنظمة ، كما يتوجب الحرص على ربط نظام ا لكافأت و الحوافز بحسن الأداء وتوخي أعلى درجات العدالة في توزيعها.[2]

[1] . صالح علي عودة الهلالات :**الإدارة الفعالة للموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، ص ص310.311 .

[2] . صالح علي عودة الهلالات، مرجع سابق، ص ص 312.311.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الحوافز الإدارية : الواقع أنه يجب استخدام الحوافز المادية والمعنوية لحفز المدراء أيضا ، فلا يجوز أن يغيب عن بال القائمين على المؤسسة أن المدراء بشر أيضا وأن لهم مشاعرهم وأحاسيسهم فينبغي التعامل معهم استنادا إلى هذه القاعدة ومما لا شك فيه أن الدور الذي يقوم به المدراء يختلف من مؤسسة إلى أخرى لا رتباطه بحجم ونشاط وطبيعة العمل الذي تؤديه المؤسسة ، ومع هذا فإنه يجب استخدام الحوافز الأنفة الذكر بشكل أو آخر ، مثل منح المكافآت التشجيعية أو بدلات مثل بدل الضيافة أو إعطائهم نسبة من الأرباح.[1]

وتتمثل أهم أنواع الحوافز الإنسانية كالتالي:

1 . **الحوافز النقدية** : والتي تتمثل بالزيادات و المكافآت والترقيات.

2 . **الحوافز العينية** : والتي تتمثل في الهدايا و الأعطيات غير النقدية.

3 . **الحوافز المعنوية** :والتي تتمثل بالأوسمة وكتب الشكر و التقدير.

4 . **الحوافز الجماعية** :والتي تتمثل في الجوائز التنافسية وقد تكون على شكل مادي أو عيني أو معنوي.

ويقسم الباحثون الحوافز التي تقدمها المنظمات المتقدمة باشكال وصور متعددة ومنها على أساس أهميتها وكما هو موضح في الجدول التالي :

[1] . محمد فاتح صالح :**إدارة الموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن– عمان، ط 3، 2014م، ص136.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ت	الكاتب / الباحث	السنة	ص- ص	انواع الحوافز
1	Schuler	1995	430	١.فردية(الاجر بالقطعة،الساعة القياسية،انظمة الاقتراح) ٢. جماعية .
2	Harris	1998	280	١. فردية ٢. جماعية ٣. تنظيمية
3	Robert	1997	12	١.حوافز ذات طابع مالي(الزيادة في الرواتب،العلاوات، الفوائد،الاجورالاضافية)٢.حوافز ذات طابع سيكولوجي واجتماعي(الترفيع،الزياد في المسؤولية،والاستقلالية ،المشاركة في الارباح
4	Mathis Jackson	1994	404-392	١. فردية ٢. جماعية ٣. تنظيمية ٤. حوافز طويلة الامد ٥. تقييم الارباح ٦. مكافأة التنفيذين .
5	Diver	1995	165	١.مادية ٢. معنوية
6	Robbins	1998	200	١. مخصصات اضافية ٢. المشاركة في الارباح
7	العزاوي	2000	28-26	١. فردية٢. جماعية ٣.مالية(فردية،جماعية)٤.غير مالية (السلطة، المسؤولية،الاشراف) ٥. مادية ٦. معنوية ٧. سلبية ٨. ايجابية .

1

جدول رقم (3) : أنواع الحوافز من وجهة نظر عينة من الكتاب والباحثين

2. 4 نظرية الحاجات الانسانية لماسلو:

من النتائج التي توصلت إليها نظريات علم النفس الحديثة أنه من الصعب معرفة طبيعة الإنسان معرفة تامة أو التنبؤ بسلوكه ، وذلك نتيجة للتداخل بين العوامل الشعورية واللاشعورية والعقلية والانفعالية .فسلوكه لا يخضع لقواعد محددة بل يختلف باختلاف الزمان والمكان والموضوع .هذا كما أن الشخصيات البشرية متمايزة لوجود فوارق فيما بينها تنمو وتتسع مع نمو الشخصية والتجارب

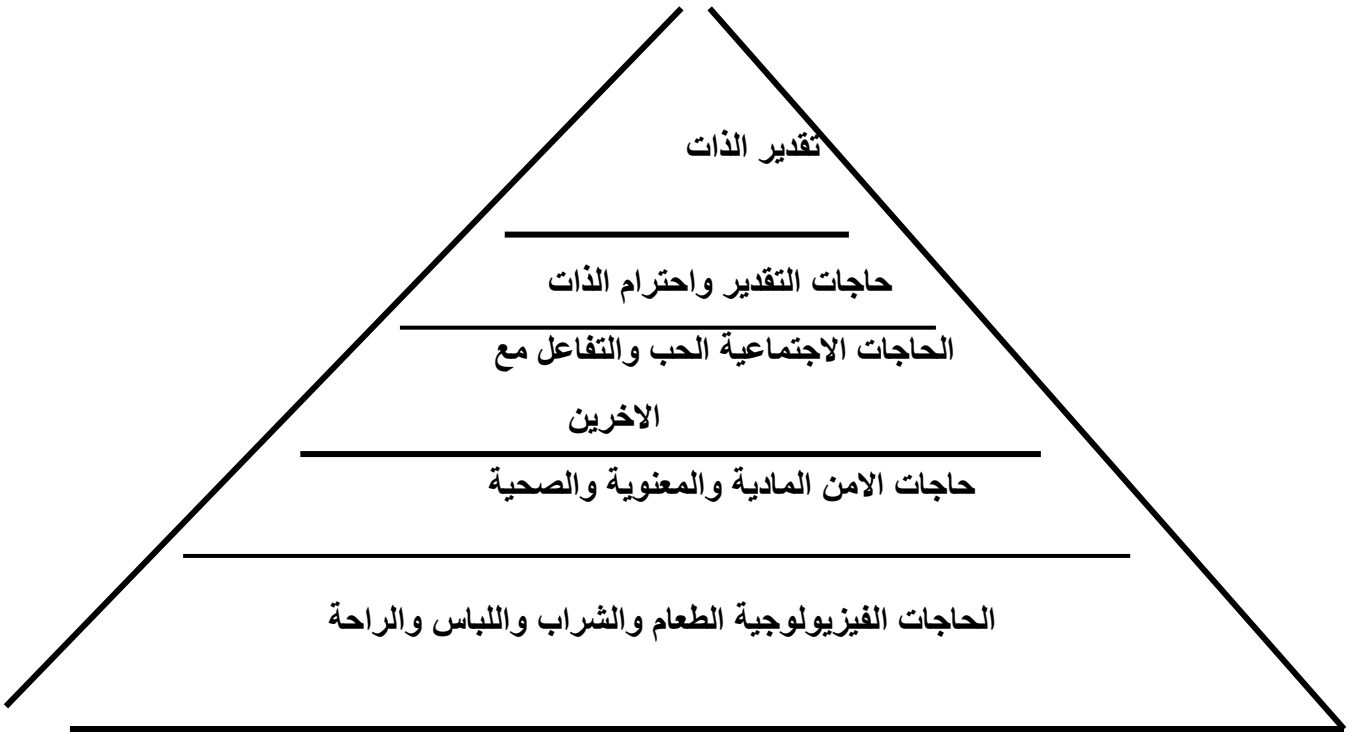
[1] . رشا مهدي صالح: **الانماط القيادة الادارية في مستوى تحفيز العاملين**، رسالة دكتوراه في كلية الادارة والاقتصاد ،جامعة البصرة،2011 ، ص 200

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

والخبرة ورغم كل هذه النتائج كان لابد للإدارة من الاسترشاد بما نادت به النظريات لاستثمار جهود وقدرات العاملين ودفعهم للعمل نحو الأفضل.[1] ومن بين هذه النظريات نذكر:

-نظرية الحاجات الإنسانية لماسلو:

في ميدان أن العلوم الإنسانية يوجد مجموعة من كبار الباحثين وماسلو واحد من هؤلاء قال ماسلو يكون سلوك الفرد محكوما بخمس حاجات مرتبة حسب الأولوية، حيث قام بترتيب الحاجات الإنسانية بهرم يبدأ بقمة وينتهي بقاعدة حيث تقع حاجات إشباع الذات في قمة الهرم ، بينما تقع الحاجات الفيزيولوجية في القاعدة والشكل التالي يبين هذه الحاجات:



شكل (3) : هرم ماسلو للحاجات

[1] . محمد فاتح صالح، مرجع سابق، ص129 .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

صنف ما سلو الحاجات إلى خمس مجموعات ويؤكد على أن السلوك يتوجه نحو إشباع الحاجات الغير مشبعة كذلك يؤكد بأن إشباع الحاجات الفيزيولوجية تظهر الحاجة لإشباع حاجات الأمان وهكذا كما تفترض النظرية بأن عملية التحفيز يجب أن توجه إلى الحاجات الغير مشبعة ، لذا فإن نجاح عملية التحفيز يعتمد على قدرة المنظمة في اكتشاف هذه الحاجات وتوجيه المحفزات لإشباعها. [1]

2 . 5 . أسس منح الحوافز:

إن أهم أساس أو معيار على الإطلاق يمنح الحوافز هو التميز في الأداء، ولا يمنح الأمر من استخدام معايير أخرى مثل الجهود و الأقدمية وفيما يلي عرض لهذه الأسس والمعايير:

الفرع الأول :الأداء:

يعتبر التميز في الأداء المعيار الأساسي ، وربما الأوحد لدى البعض وفي بعض الحالات وهو يعني ما يزيد عن المعدل النمطي للأداء، سواء كان ذلك في الكمية أو الجودة أو وفر في وقت العمل أو وفر في التكاليف أو وفر في أي مورد آخر ويعبر الأداء فوق العادي أو التميز في الأداء أو الناتج النهائي للعمل أهم المعايير على الإطلاق لحساب الحوافز

الفرع الثاني :المجهود:

يصعب أحيانا قياس ناتج العمل، وذلك لأنه غير ملموس وواضح في أداء وظائف الخدمات، والأعمال الحكومية أو لأن الناتج شيء احتمالي الحدوث، مثل الفوز بعرض في إحدى المناقصات أو المسابقات وبالتالي فإن العبرة أحيانا بالمحاولة وليس بالنتيجة أو قد يمكن في الحسبان ومكافآت

[1] . يوسف حجيم الطائي وآخرون :**إدارة الموارد البشرية مدخل إستراتيجي متكامل**، الوراق للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، 2006 م، ص ص368.369

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

المجهود أو الأسلوب أو الوسيلة التي استخدمها الفرد لكي يصل إلى الناتج والأداء، ويجب الاعتراف بأن هذا المعيار أقل أهمية كثيرا من معيار الأداء أو الناتج النهائي لصعوبة قياسه وعدم موضوعيه في كثير من الأحيان.

الفرع الثالث :الأقدمية:

ويقصد بها طول الفترة التي قضاها الفرد في العمل وهي تشير إلى حد ما إلى الولاء والانتماء ، والذي يجب مكافئته بشكل ما وهي تأتي في شكل علاوات في الغالب لمكافآت الأقدمية وتظهر أهمية علاوات الأقدمية في الحكومة بشكل أكبر من العمل الخاص.

الفرع الرابع :المهارة:

بعض المنظمات تعوض وتكافئ الفرد على ما يحصل عليه من شهادات أعلى أو رخص أو براءات إجازات أو دوريات تدريبية، وكما نلاحظ في نصيب هذا المعيار الأخير محدود جدا ولا يساهم إلا بقدر ضئيل في حساب حوافز العاملين.[1]

6.2. طرق وأساليب العلاقات العامة في تحفيز العاملين وتحسين دافعيتهم:

من أهم الطرق والأساليب المستخدمة في العلاقات العامة لتحفيز العاملين وتطويرهم ما يلي:

- **تخطيط ووضع الأهداف** :إن مشاركة الفرد في وضع أهداف ونتائج للعمل سيزيد من تحقيق دافعيته وخاصة إذا كانت هذه الأهداف واضحة، ومحددة، وقابلة للقياس، وترضي طموحه، وذات قيمة عالية للفرد.

[1] . أحمد ماهر :**إدارة الموارد البشرية**، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2007 م، ص ص350.351 .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- **المشاركة في العمل** :إن مشاركة الفرد في القرارات والأمور ذات علاقة بعمله وبالوحدة التنظيمية التي يعمل بها ليزيد من حماسه وانتمائه والتزاماته.
- **تعديل السلوك** :حيث يتم تغيير أفعال العاملين وسلوكهم بالتشجيع المنتظم للأفعال المرغوبة وتنشيط تلك الأفعال غير المرغوب فيها، ويبدأ المديرون بتحديد أي من الأفعال المرغوبة والغير مرغوبة والتي تحتاج إلى التغيير، ولقد أثبتت الدراسات أن الثناء والتقدير لجهود العاملين يكون أكثر فاعلية من استخدام أسلوب العقاب وتستخدم المنظمات أنواع عديدة من المكافآت لتدعيم سلوك العاملين المجتهدين.
- **التدريب وإعادة التدريب:**

ويعتبر التدريب وإحدى الطرق الذي يصقل مهاراتهم أو إتاحة إعادة التدريب والذي يمد العاملين بمهارات جديدة تماما.وقد أشارت الدراسات أنه كلما تقبل العاملون برامج التدريب على أنها تطوير لقدراتهم الذاتية كلما كانت الفوائد الناتجة كبيرة ومن أهمها زيادة الولاء للمنظمة وتحسين الأداء والإنتاجية.[1]

خلاصة:

تعتبر الحوافز هي إحدى مقومات العمل المؤسسي والتي بدونها لا يمكن لأي مؤسسة أن تقوم بتحقيق كامل أهدافها، فالحوافز هي الطريقة التي من خلالها تعبر المؤسسة للموظف عن مدى تقديرها لأدائه المتميز وعمله المتقن كما أ نها تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة وذلك بجانب توافر الإمكانيات المادية للمؤسسة وخبرة العاملين بالمؤسسة كلا في مجاله.

[1] هاجر زمولي: **دور نظام الحوافز في تحسين أداء العاملين**، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص تسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة 8ماي 1945 قالمة ،2012 –2013، ص57 .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الاطار التطبيقي

تمهيد

تكتسب مرحلة العمل الميداني أهمية بالغة في العلوم الانسانية ذلك أن قيمة البحث لا تكمن فقط في جمع التراث النظري حول المشكلة موضوع البحث، وانما تستدعي أيضا نزول الباحث إلى الميدان لاستسقاء الحقائق والوقوف عند مختلف جوانب المشكلة لدراستها دراسة شاملة واقعية مستندا في ذلك إلى ما يمده به مجتمع الدراسة من البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة وهو ما يضفي الطابع العلمي للدراسة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

أولا: تعريف بالمؤسسة لديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة–

يعد ديوان الترقية والتسيير العقاري إحدى أهم المؤسسات العمومية الاقتصادية في الجزائر كونها ذات طابع صناعي وتجاري تمتلك شخصية معنوية واستقلال مالي وبما لها تاريخ ومكانة على المستوى الوطني.

اسم الولاية	اسم المؤسسة	العنوان	المعلومات
بسكرة	مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري	بحي 1000مسكن مقابل مسجد التوبة بلدية بسكرة	هاتف: 033254674 فاكس: 033245678 البريد الإلكتروني:

جدول (4) : بطاقة فنية حول مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بسكرة

نشاة المؤسسة .هي مؤسسة وطنية عمومية تحت وصاية وزارة السكن والعمران. تأسست بموجب مرسوم 143/76 المؤرخ في 1976/10/23 بطابع اداري وقد تغيرت الطبيعة القانونية للمؤسسة بموجب مرسوم 147/91 المؤرخ في 1991/05/12 تخضع لقواعد القانون التجاري، ويسيره مدير عام تحت إشراف مجلس إدارة مكون من مدير الادارة المحلية و مدير السكن والتجهيزات العمومية، و أمين الخزينة لولاية بسكرة، ومدير التخطيط والتهيئة العمرانية وعضو لجنة المشاركة تحت إشراف وزارة السكن والعمران تشغل161 عامل، وتبلغ كتلة الأجور الشهرية 752655 مليون دينار جزائري، ويتم تحصيل الايجار عن طريق 56 وكلات مالية مهامها تحصيل الإيجار وتمثيل الديوان على مستوى المناطق موزعة على تراب بسكرة كما يلي: 3وكالات بمدينة بسكرة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

وكالة واحدة في كل من سيدي عقبة، لوطاية اولاد جلال، طولقة، اورلال.

ثانيا : مهام وأهداف ديوان الترقية والتسيير العقاري–بسكرة–

مهام ديوان الترقية و التسيير العقاري في ميدان التسيير العقاري–بسكرة

– :ترقية البناءات

–المحافظة على العمارات و ملاحقها قصد الإبقاء عليها صالحة للسكن

–إيجار المساكن و المحلات ذات الاستعمال المهني و التجاري و الحرفي أو التنازل عنها

–ترقية الخدمة العمومية في ميدان السكن لاسيما بالنسبة للفئات الاجتماعية الأكثر حرمانا

–تحصيل مبالغ الإيجار و الأعباء المرتبطة بالإيجار وكذا ريوع التنازل عن الأملاك العقارية التي تسيرها

–تنظيم جميع العمليات التي تستهدف الاستعمال الأمثل للمجمعات السكنية العقارية التي تسيرها و تنسيق ذلك

–تطبيق سياسة الدولة في مجال السكن الاجتماعي و الترقوي(تعتبر وسيط بين المواطن و الدولة في مجال السكن)

–إعداد جرد للعمارات المكونة للحظيرة العقارية التي تتولى دواوين الترقية و التسيير العقاري تسييرها و مراقبة النظام القانوني لشاغلي الشقق و المحلات الكائنة ذه العمارات

أهداف ديوان الترقية والتسيير العقاري–بسكرة :

–القضاء على أزمة السكن وإنجاز سكنات لائقة وفق معايير دولية

–التعريف بالطابع العمراني للمنطقة

–تطوير الجانب الفني والتسيير من اجل رفع الأداء

– الدقة في انجاز السكنات واحترام الآجال المحددة في التسلي

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ثالثا: نشاطات ديوان الترقية لتسيير العقاري –بسكرة–

–ترقية الانابة على كل متعامل في الاشراف على المشاريع المسندة للترقية العقارية.

–عملية تأدية الخدمات قصد ضمان الاملاك العقارية واعادة الاعتبار اليها وصيانتها .

–تأجير المساكن والمحلات ذات الاستعمال المهني أو الحرفي والتنازل عنها .

–تحصيل مبالغ الايجار ولأعباء المرتبطة بالإيجار و كذلك مقابل التنازل عن الاملاك العقارية التي تسيرها .

–الحفاظ على العمارات وملحقاتها قصد الابقاء عليها بالاستمرار في حالة كونها صالحة لسكن.

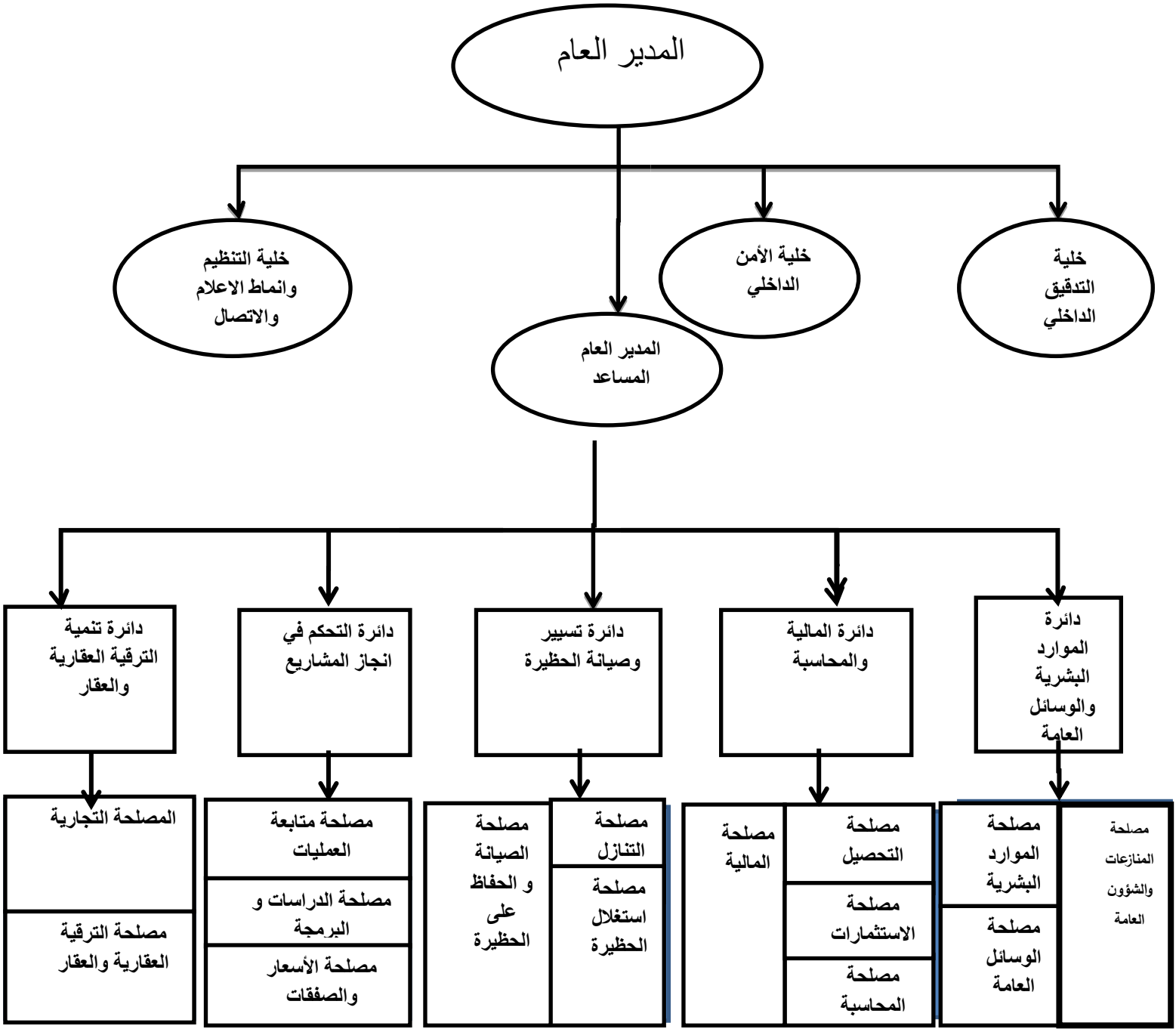
–اعداد جر للعمارات المكونة للحظيرة العقارية التي تسييرها وضبط ومراقبة وضعية النظام القانوني لشاغلي الشقق والمحلات الكائنة بهذه العمارات.

–تنظيم جميع العمليات التي تستهدف الاستعمال الامثل للمجتمعات العقارية التي تسيرها وتنسيق ذلك بضمان سير جميع الاملاك التي الحقت بها او سوف تلحق بها حسب شروط خاصة في اطار حدودية قواعد تسيير الممتلكات العقارية.[1]

[1] فتيحة بن عبد الواحد :**مراجعة الحسابات ودورها في استمارية المؤسسة الاقتصادية**، رسالة ماجستير في المالية والمحاسبة، معهد العلوم، جامعة بسكرة، 2013 ص ص 75.80

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

رابعا : الهيكل التنظيمي للديوان:[2]



شكل(4) الهيكل التنظيمي لديوان الترقية والتسيير العقاري بسكرة

[2] http://www.mhuv.gov.dz/Pages/ArticleArabe.aspx?a=10 17-06-2019،12:00

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الاطار التحليلي لدراسة

المقابلة01 مع: علوي فتحي

المحور الأول: أهمية ومكانة العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–.

س1 – هل يوجد جهاز علاقات عامة بمؤسستكم بمكتب مستقل أم ينتمي إلى قسم من أقسام المؤسسة ؟

ج1– لا يوجد مكتب مستقل خاص بالعلاقات العامة وإنما ينتمي إلى قسم التنظيم و خلية الاعلام وانماط الاتصال.

التعليق: عدم وجود مكتب علاقات عامة بالمؤسسة في شكل مستقل بذاته و ينتمي إلى قسم التنظيم وانماط الاعلام والاتصال يتبين لنا ان مهامها موزعة على باقي اطراف الخلية الموجودة في المؤسسة ولكن من الأفضل أن يكون له مكتب مستقل عن أي قسم في المؤسسة.

س2 – ما هي مكانة الاتصال والعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة ؟

ج2:مقام هذا المكتب في اعلى الهيكل التنظيمي تحت مكتب المدير في خلية التنظيم وانماط الاتصال .

التعليق: مكانة الاتصال والعلاقات العامة في الخلية تحتل مكانة اللائقة بها فهي أعلى الهيكل التنظيمي تتمتع بمسؤوليات واسعة وسلطات كبيرة داخل المؤسسة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س3 – هل تعتقدون أن هناك الزامية وجود قسم خاص بالاتصال والعلاقات العامة بمؤسستكم ؟

ج3: نعم، من الضروري وجود قسم خاص بالعلاقات العامة في المؤسسة.

التعليق: نرى أن هناك اعتبار كبير لوجود قسم خاص بالعلاقات العامة و تولي اهتمام جد كبير وأهميته الكبيرة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–.

س4 – ما هي الجهات المتحكمة في إدارة مكتب الاتصال و العلاقات العامة بمؤسستكم ؟

ج4: الجهات المتحكمة في إدارة مكتب العلاقات العامة هو مدير المؤسسة فقط .

التعليق: في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يرجع التحكم في مكتب الاتصال و العلاقات العامة إلى مدير المؤسسة في اتخاذ القرارات والتخطيط.

س5– كم عدد الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة في الإدارة ؟

ج5: عدد الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة: موظفين اثنين

التعليق: كيف يمكن لمكتب الاتصال والعلاقات العامة في هذه العملية المهمة خاصة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. أن يقوم بتسييرها موظفين يعملون بتداول بينما يحتاج هذا القسم إلى أكثر من موظفين ونرى بأن موظفين في مكتب العلاقات العامة غير كافي خاصة أنه تابع لخلية التنظيم وأنماط الاتصال و الإعلام. .

س6 – ما هو تخصص الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة ؟

ج6: تخصص تقني سامي في اعلام الي . وتخصص اتصال وعلاقات عامة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعليق: هناك خلط في مفهوم الاتصال والعلاقات العامة وذلك يتضح من خلال وضع موظفين ذوي اختصاص اعلام الي لإدارة مكتب الاتصال ومختص في الاتصال وعلاقات العلامة في مكتب واحد.

س7- ما هي المسؤوليات والمهمات الموكلة لمكتب الاتصال و العلاقات العامة في الخلية ؟

ج7: يعتبر مكتب العلاقات العامة والاتصال الناطق الرسمي للمؤسسة كما أنه يحسن صورة المؤسسة مع جمهورها الخارجي عن طريق النشاطات التي يقوم والملتقيات الإذاعية والصحفية. وكذلك حسب وظيفته حيث لا تتعدى مسؤوليته حدود عمله ولا يتدخل في عمل الأقسام الأخرى.

التعليق: كون هذا المكتب يسيره موظفين، فهذا يقلص من المهام الموكلة له على حسب متطلبات المؤسسة، وتقتصر مهمته الأساسية في الحفاظ على صورة المؤسسة. كما ان لكل قسم حدود وسلطة ومجال يتحرك وفقه، وبالأخص بالنسبة لجهاز العلاقات العامة نظرا للوظائف والأدوار الكبيرة التي يقوم ا لضمان انتقال المعلومات ووصولها من وإلى كل قسم، لذا تمنح له سلطة توازي سلطة المدير.

س8-هل لمكتب العلاقات العامة علاقة بباقي الإدارات الأخرى؟

ج8: لمكتب الاتصال والعلاقات العامة علاقة بباقي الأقسام الأخرى في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-.

التعليق: يعد مكتب الاتصال والعلاقات العامة النواة في المؤسسة حيث يقوم بجمع البيانات وإيصال المعلومات من وإلى كافة الأقسام بصور الرسمية، بالإضافة إلى التنسيق بين مختلف أقسام الإدارة ويتولى كافة المشروعات الجدية ،وتنظيم مختلف الدورات العلمية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س9- ما هو دور مكتب الاتصال و العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. ؟

ج9: يعمل مكتب الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة على تحسين صورة المؤسسة عبر الانترنت ونشر كل مستجدات المؤسسة للفت الانتباه وجذب أكبر قدر ممكن من المتعاملين الاقتصاديين حول المشاريع التي تعرض للجمهور قصد التكفل بإنجازها.

التعليق: نرى أن مكتب الاتصال والعلاقات العامة يقوم بدور مهم في المؤسسة والعمل على دراسات للجمهور إضافة إلى القيام بحملات إعلانية

س10- فيما تلخصون نشاطات الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة ؟

ج10: يقوم مكتب الاتصال والعلاقات العامة بعدة نشاطات من بينها تنظيم المعارض، صياغة المقالات والصور المختلفة، تحرير منشورات (مجلة المؤسسة).

التعليق: يقوم مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديون ترقية والتسيير العقاري بعدة نشاطات وذلك حسب إمكانيات و احتياجات المؤسسة.

س11- كيف تقام عملية ضبط وتنظيم الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة ؟

ج11: نظام الاتصال والعلاقات العامة هو نظام فعال في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-.

التعليق: بالرغم من وجود امكانيات البسيطة في المؤسسة من و email، مجلة مؤسسة و صفحة web و facebook فهو نظام فعال جدا .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س12- هل تطبق في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. خطة عمل ناجحة في الاتصال والعلاقات العامة ؟ وما مستوى تأثيرها على تحفيز العاملين ؟

ج12: نعم، تطبق المؤسسة خطة عمل ناجحة في الاتصال و العلاقات العامة وهي تؤثر على تحفيز الموظفين بدرجة كبيرة جدا.

التعليق: بما أن المؤسسة تطبق سياسة ناجحة في الاتصال والعلاقات العامة واستخدام كافة الوسائل الاتصالية مثل: الشبكات الاجتماعية ولاقت تقدما باهرا فهي بذلك تؤثر على تحفيز الموظفين وتعطيهم ثقة أكبر في المؤسسة وبالتالي يقومون بإعطاء المزيد لترتقي وتزدهر مؤسستكم.

المحور الثاني : سيرورة نظام التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-.

س1 – ما نوع التحفيزات المقدمة للعمال في مؤسستكم

ج1: التحفيزات المقدمة للعاملين أحيانا تكون مادية وأحيانا معنوية واحيانا معا.

التعليق: نرى في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. بأن تقوم بتحفيز العمال والموظفين فيها عن طريق مختلف التحفيز (مادية ومعنوية ، مادية ومعنوية معا) ولكنها أهملت نوع مهم من أنواع التحفيز ألا وهو التحفيز الاجتماعي.

س2 –ما نوع الحوافز التي تحصلت عليها بالمؤسسة ؟ وهل هي مشجعة ؟

ج2: تحصلت على حوافز مادية ومعنوية تتمثل فالمشاركة في اتخاذ القرارات المهمة وهي مشجعة إلى حد ما.

قلم الجزائر | WWW.DZPEN.COM

التعليق: نرى في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. تتعامل مع موظفيها بالحوافز لتثير رغبات وتخلق لديهم الدفع من أجل الحصول عليها عن طريق الجهد والعمل المنتج.

س4 – أي نوع من الحوافز يفضل العاملين ؟

ج1–يفضل العمال الحوافز المادية

التعليق: تعتبر الحوافز المادية من أهم طرق التحفيز في وقتنا الحالي لأن النقود تشبع كل حاجات الإنسان تقريبا وهي حقيقية ذات أثر ملموس بعكس الوسائل الأخرى

س5 – على أي أساس تقدم الحوافز للعاملين بمؤسستكم ؟

ج5: تقدم الحوافز للعاملين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. على أساس الأداء المتميز للموظفين وزيادة الساعات العمل و الجهد المبذول.

التعليق: نرى بأن الحوافز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. تقدم على أساس الأداء الجيد وزيادة ساعات في العمل ، ولكن هذا غير كافي لكي تقدم حوافز من أجله فذلك الموظف الذي يبذل قصارى جهده لإعطاء كل ما لديه يحتاج إلى تحفيزات حتى لو كانت معنوية كي يحافظ على نشاطه في العمل و يعطي أقصى يملك.

س6 – هل يحصل العامل على مكافآت مقابل كل عمل أو جهد إضافي مميز ؟

ج6: ليس دائما يحصل العامل على مكافآت مقابل كل عمل إضافي.

التعليق: كما يقال أن العمل عبادة ومن المفروض أن يؤدي الموظف عمله على أكمل وجه دون أن ينتظر مقابل من أحد.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س7 – هل تقوم المؤسسة بتوزيع جزء من أرباحها السنوية على الموظفين ؟

ج7: نعم تقوم المؤسسة بتوزيع جزء من أرباحها السنوية على الموظفين. تقام في شكل رحلات وزيادات في الاجر احيانا .

التعليق: نلاحظ أن مؤسسة ديوان ترقية والتسيير العقاري تقوم بتوزيع جزء من أرباحها على الموظفين من أجل إعطاء مردود أفضل للمؤسسة.

س8 – ما رأيك في نظام منح الحوافز بمؤسستكم ؟

ج8: نظام منح الحوافز في المؤسسة مقبول إلى حد ما.

التعليق: نرى أن نظام منح الحوافز مقبول إلى حد ما لذلك من الأفضل على المؤسسة أن تسعى جاهدة إلى تحسينه إلى أقصى حد.

ويعتبر نظام منح الحوافز في المؤسسة مقبول لأنه يعتمد على تكافئ الفرص لمنح الحوافز سواء المادية أو المعنوية للموظفين بالاعتماد على عدة عوامل أهمها الجهد المبذول.

س9 – هل يساعد نظام الحوافز المطبق في مؤسستكم تلبية حاجات الموظفين ؟

ج9: نعم، نظام الحوافز المطبق في المؤسسة يلبي حاجات الموظفين

التعليق: نرى بأن نظام الحوافز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يلبي حاجات الموظفين وهو شيء إيجابي حيث أن الموظفين راضين عن الحوافز التي تقدمها المؤسسة.

س10– على ماذا يقوم نظام الترقية بمؤسستكم ؟ وهل هو مقبول أم لا ؟

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ج10: يقوم نظام الترقية في المؤسسة على عدة سنوات و الأقدمية للموظفين وهو مقبول إلى حد ما.

التعليق: نرى أن في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يقوم على نظام الحوافز فيها على أقدمية الموظفين وسنوات العمل. ولكن من الأفضل أن ينظر كذلك إلى شهادة الموظف وسنة تخرجه لأن التكنولوجيا في تطور مستمر ورغم عدم أقدمية الموظف إلا أنه يستطيع إعطاء أفضل من الموظفين القدامى.

س11– هل ترى أن سياسة التحفيز في المؤسسة تحتاج إلى تحسين أم لا ؟

ج11: سياسة التحفيز مقبولة في المؤسسة لكن من الأفضل تحسينها.

التعليق: نرى أن الموظفين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. راضين عن سياسة التحفيز التي تقدمها المؤسسة وبالتالي وانما تحتاج إلى تحسين أو تعديل طفيف.

س12– هل تراجع مستوى الحوافز التي تقدمها المؤسسة ؟ ما السبب ؟

ج12: لا لم يتراجع مستوى الحوافز التي تقدمها.

التعليق: يتمتع العاملون في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. بنوع من الرضا عن التحفيزات المقدمة لهم.

س13– ما هي أهمية المشاكل التي تواجه عملية التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. ؟

ج13:لا توجد مشاكل تواجه عملية التحفيز في المؤسسة.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعليق: عدم وجود مشاكل تواجه عملية التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. دليل على حسن تسيير المؤسسة وتعظيم عملية التحفيز.

س14– ما تقييمك لنظام الحوافز التي تعتمد عليه في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. ؟

ج14: نظام الحوافز الذي تعتمد عليه الغرفة هو نظام تحفيز جيد.

التعليق: نرى أن الموظفين راضين عن الحوافز التي تعتمد عليه المؤسسة وهذا دليل على أن المؤسسة تعتمد على التحفيز لتشجيع العمال بمختلف الطرق لتحقيق أهدافها.

المقابلة 2مع قرين صلاح

المحور الأول: أهمية ومكانة العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–.

س1 هل يوجد جهاز علاقات عامة بمؤسستكم بمكتب مستقل أم ينتمي إلى قسم من أقسام المؤسسة ؟

ج1–لا يوجد جهاز علاقات عامة في المؤسسة مكتب مستقل خاص بالعلاقات العامة وإنما ينتمي إلى قسم التنظيم وانماط الاعلام والاتصال

التعليق: وجود مكتب علاقات عامة بمكتب ولكنه ليس مستقل بذاته وإنما ينتمي إلى قسم التنظيم وانماط الاعلام والاتصال ولكن من الأفضل أن يكون للخلية مكتب مستقل عن أي قسم في المؤسسة.

س2 –ماهي مكانة مكتب الاتصال وعلاقات عامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة ؟

ج2: مكانة هذا المكتب تحت مكتب المدير مباشرة (أي في أعلى الهيكل).

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعليق: المكان الطبيعي لمكتب الاتصال والعلاقات العامة هو أعلى الهيكل التنظيمي وهذا لكونه يتمتع بمسؤوليات واسعة وسلطات كبيرة داخل المؤسسة، لهذا فهو يحتل المكانة اللائقة به.

س3 – هل تعتقدون أن هناك الزامية وجود قسم خاص بالاتصال والعلاقات العامة بمؤسستكم ؟

ج3: نعم، من الضروري وجود قسم خاص بالعلاقات العامة في المؤسسة.

التعليق: بما أن المؤسسة ترى أن هناك ضرورة لوجود قسم خاص بالعلاقات العامة فهذا الشيء جيد فهي تولي اهتمام جد كبير وتعي أهميته الكبيرة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–.

س4 – ما هي الجهات المتحكمة في إدارة مكتب الاتصال و العلاقات العامة بمؤسستكم ؟

ج5: الجهة التي تتحكم في إدارة مكتب العلاقات العامة هو مدير المؤسسة ولا توجد جهات أخرى تتحكم فيه.

التعليق: في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يرجع التحكم في مكتب الاتصال و العلاقات العامة إلى مدير المؤسسة في اتخاذ القرارات والتخطيط.

س4– كم عدد الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة في الإدارة ؟

ج6: عدد الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة هو موظفين اثنين.

التعليق: كيف يمكن لمكتب الاتصال والعلاقات العامة في هذه العملية المهمة خاصة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. أن يقوم بتسييرها موظفين اثنين بينما يحتاج هذا القسم إلى أكثر من موظفين وذلك على حسب المهام والوظائف المكلف.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س7 – ما هو تخصص الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة ؟

ج7:تقني سامي في اعلام الي واتصال وعلاقات عامة .

التعليق: هناك خلط في مفهوم الاتصال والعلاقات العامة وذلك يتضح من خلال وضع موظف ذوي اختصاص اعلام الي لإدارة مكتب الاتصال والعلاقات العامة.

– 8– ما هي المسؤوليات والمهمات الموكلة لمكتب الاتصال و العلاقات العامة في الخلية ؟

ج8: يعتبر مكتب الاتصال والعلاقات العامة في خلية الاعلام التنظيم وانماط الاعلام والاتصال الناطق الرسمي للمؤسسة كما أنه يحسن صورة المؤسسة مع جمهورها الخارجي عن طريق النشاطات التي يقوم والملتقيات الإذاعية والصحفية واتباع ما يصدر في الصحف والجرائد اليومية. ونشر وتصوير الخرجات الميدانية وتوزيع السكنات التي تقوم بها المؤسسة ورصد انشغالات المواطنين و مراسلات الوزارة وتصميم مخططات ونشرات خاصة بالمؤسسة والاعمال المكتبية .. الخ

التعليق: كون هذا المكتب يسيره موظفين، فهذا يقلص من المهام الموكلة له، وتقتصر مهمته الأساسية في الحفاظ على صورة المؤسسة.

س9–هل لمكتب العلاقات العامة علاقة بباقي الإدارات الأخرى؟

ج9: لمكتب الاتصال والعلاقات العامة علاقة بباقي الأقسام الأخرى في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعليق: يعد مكتب الاتصال والعلاقات العامة النواة في المؤسسة حيث يقوم بجمع البيانات وإيصال المعلومات من وإلى كافة الأقسام بصور الرسمية، بالإضافة إلى التنسيق بين مختلف أقسام الإدارة ويتولى كافة المشروعات الجدية ،وتنظيم مختلف الدورات العلمية.

س10- ما هو دور مكتب الاتصال و العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. ؟

ج10: يعمل مكتب الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة على تحسين صورة المؤسسة والقيام بأيام تحسيسية وأبواب مفتوحة للفت الانتباه وجذب أكبر قدر ممكن من المتعاملين الاقتصاديين.

التعليق: نرى أن مكتب الاتصال والعلاقات العامة يقوم بدور مهم في المؤسسة ولكن إضافة إلى هذه الأدوار يجب أن يقوم بدراسات للجمهور إضافة إلى القيام بحملات إعلانية.

س12- فيما تلخصون نشاطات الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة ؟

ج12: يقوم مكتب الاتصال والعلاقات العامة بعدة نشاطات من بينها تنظيم المعارض، صياغة المقالات والصور المختلفة، تحرير منشورات (مجلة المؤسسة)نشر إعذارات اخيرة محددة الصفقة و الاجل للمتعاملين مع مؤسسة .

التعليق: إن مكتب الاتصال والعلاقات العامة في ديوان ترقية وتسيير العقاري يقوم بعدة نشاطات وذلك حسب إمكانيات و احتياجات المؤسسة.

س13- كيف تقام عملية ضبط وتنظيم الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة ؟

ج13: نظام الاتصال والعلاقات العامة هو نظام فعال في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعليق: بالنظر إلى الإمكانيات البسيطة التي تمتلكها المؤسسة من مواقع التواصل فيسبوك ، البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة ، مجلة مؤسسة و صفحة web بالإضافة إلى أن نظام الاتصال والعلاقات العامة فعال جدا وهذا أمر جيد لوجود إمكانيات بسيطة.

س14- هل تطبق في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. خطة عمل ناجحة في الاتصال والعلاقات العامة ؟ وما مدى تأثيرها على تحفيز الموظفين ؟

ج14: نعم، تطبق المؤسسة سياسة ناجحة في الاتصال و العلاقات العامة وهي تؤثر على تحفيز الموظفين بدرجة كبيرة جدا.

التعليق: بما أن المؤسسة تطبق سياسة ناجحة في الاتصال والعلاقات العامة واستخدام كافة الوسائل الاتصالية مثل: الشبكات الاجتماعية ولاقت تقدما باهرا فهي بذلك تؤثر على تحفيز الموظفين وتعطيهم ثقة أكبر في المؤسسة وبالتالي يقومون بإعطاء المزيد لترتقي وتزدهر مؤسستكم.

المحور الثاني : سيرورة نظام التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-.

س1- ما نوع التحفيزات المقدمة للعمال في مؤسستكم ؟

ج1: التحفيزات المقدمة للعاملين أحيانا تكون مادية وأحيانا معنوية وفي بعض الاحيان معا .

التعليق: نرى بأن مؤسسة ديوان ترقية والتسيير العقاري تقوم بتحفيز العمال والموظفين فيها عن طريق مختلف التحفيز (مادية ومعنوية ، مادية ومعنوية معا) ولكنها أهملت نوع مهم من أنواع التحفيز ألا وهو التحفيز الاجتماعي.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س2 – ما نوع الحوافز التي تحصلت عليها بالمؤسسة ؟ وهل هي مشجعة ؟

ج2: تحصلت على حوافز مادية بالمؤسسة وبالتأكيد فهي مشجعة.

التعليق: نرى في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. تتعامل مع موظفيها بالحوافز لتثير رغبات وتخلق لديهم الدفع من أجل الحصول عليها عن طريق الجهد والعمل المنتج.

س4 – أي نوع من الحوافز يفضل الموظفين ؟

ج4: الحوافز المادية هي التي يفضلها الموظفون.

التعليق: نرى بأن الموظفين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يفضلون التحفيزات المادية أكثر من التحفيزات الأخرى وهذا أمر بديهي لأن في وقتنا الحالي أصبح كل شيء يعتمد على الجانب المادي وهي بالتالي أسهل وسيلة للتأثير على الموظفين.

س5 – على أي أساس تقدم الحوافز للموظفين بمؤسستكم ؟

ج5: تقدم الحوافز للموظفين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. على أساس الأداء المتميز للموظفين والانتاج كما ونوعا تقدر في كل شهر بعلامة مقدرة تمنحه له خلية الاعلام والاتصال مقابل عمله الجيد.

التعليق: نرى بأن الحوافز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. تقدم على أساس الأداء الجيد وزيادة في الانتاج في الخدمات ، ولكن هذا غير كافي لكي تقدم حوافز من أجله فذلك الموظف الذي يبذل قصارى جهده لإعطاء كل ما لديه يحتاج إلى تحفيزات حتى لو كانت معنوية كي يحافظ على نشاطه في العمل و يعطي أقصى يملك.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س6 – هل يحصل الموظف على مكافآت مقابل كل عمل أو جهد إضافي مميز ؟

ج6: ليس دائما يحصل الموظف على مكافآت مقابل كل عمل إضافي.

التعليق: كما يقال أن العمل عبادة ومن المفروض أن يؤدي الموظف عمله على أكمل وجه دون أن ينتظر مقابل من أحد.

س7 – هل تقوم المؤسسة بتوزيع جزء من أرباحها السنوية على الموظفين ؟

ج7: نعم تقوم المؤسسة بتوزيع جزء من أرباحها السنوية على الموظفين جماعيا يطلق عليها بالمردودية خلاف على ما تقدم في شكل فردي كل شهر .

التعليق: توزيع المؤسسة لجزء من أرباحها السنوية على الموظفين دليل على تحفيز المؤسسة لموظفيها لكي يعطوا كل ما لديهم من طاقات ومجهودات للمؤسسة لزيادة الأرباح والمردود.

س8 – ما رأيك في نظام منح الحوافز بمؤسستكم ؟

ج8: نظام منح الحوافز في المؤسسة مقبول إلى حد ما.

التعليق: نرى أن نظام منح الحوافز مقبول إلى حد ما لذلك من الأفضل على المؤسسة أن تسعى جاهدة إلى تحسينه إلى أقصى حد.

س9 – هل يساعد نظام الحوافز المطبق في مؤسستكم تلبية حاجات الموظفين ؟

ج9: نعم، نظام الحوافز المطبق في المؤسسة يلبي حاجات الموظفين.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التعليق: نرى بأن نظام الحوافز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يلبي حاجات الموظفين وهو شيء إيجابي حيث أن الموظفين راضين عن الحوافز التي تقدمها المؤسسة.

س10– على ماذا يقوم نظام الترقية بمؤسستكم ؟ وهل هو مقبول أم لا ؟

ج10: يقوم نظام الترقية في المؤسسة على عدة سنوات و الأقدمية للموظفين وهو مقبول إلى حد ما.

التعليق: نرى أن في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. يقوم على نظام الحوافز فيها على أقدمية الموظفين وسنوات العمل. ولكن من الأفضل أن ينظر كذلك إلى شهادة الموظف وسنة تخرجه لأن التكنولوجيا في تطور مستمر ورغم عدم أقدمية الموظف إلا أنه يستطيع إعطاء أفضل من الموظفين القدامى.

س11– هل ترى أن سياسة التحفيز في المؤسسة تحتاج إلى تحسين أم لا ؟

ج11: لا تحتاج المؤسسة إلى تحسين سياسة التحفيز.

التعليق: نرى أن الموظفين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–. راضين عن سياسة التحفيز التي تقدمها المؤسسة وبالتالي لا تحتاج إلى تحسين أو تعديل.

س12– هل تراجع مستوى الحوافز التي تقدمها المؤسسة ؟ ما السبب ؟

ج12: لا لم يتراجع مستوى الحوافز التي تقدمها.

التعليق: من الواضح أن المؤسسة حافظت على مستوى نظام الحوافز فيها لم تتراجع.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

س13- ما تقييمك لنظام الحوافز التي تعتمد عليه في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. ؟

ج13: نظام الحوافز الذي تعتمد عليه المؤسسة هو نظام تحفيز جيد.

التعليق: نرى أن الموظفين راضين عن الحوافز التي تعتمد عليه المؤسسة وهذا دليل على أن المؤسسة تعتمد على التحفيز لتشجيع العمال بمختلف الطرق لتحقيق أهدافها.

س14- ما هي أهمية المشاكل التي تواجه عملية التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. ؟

ج14:لا توجد مشاكل تواجه عملية التحفيز في المؤسسة.

التعليق: عدم وجود مشاكل تواجه عملية التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة-. دليل على حسن تسيير المؤسسة وتعظيم عملية التحفيز.

نتائج الدراسة:

من نتائج دراسة هذا الموضوع والمتمثل في دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة قمنا بختيار المنهج الوصفي الذي يهدف إلى توفير البيانات والحقائق وتفسيرها والوقوف على دلائلها. أما العينة المختارة هي العينة المتاحة تتكون من موظفين وفيما يلي عرض لأهم النتائج المتوصل إليها.

وجود جهاز مكتب علاقات عامة في المؤسسة غير مستقل بذاته ينتمي إلى قسم أنماط الاعلام والاتصال

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

_ يحتل مكتب الاتصال والعلاقات العامة مكانة هامة ضمن الهيكل التنظيمي في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–

_ يرى مرؤوسي الوحدات الموجودين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– بأهمية وجود مكتب للعلاقات العامة بالمؤسسة.

_ المدير هو الوحيد الذي يتحكم في مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–ولا توجد جهات خارجية تتدخل فيه.

_ يوجد موظفين يهتمان بإدارة مكتب الاتصال والعلاقات العامة. في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–

_ تخصص المكلف بالاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–هو تقني سامي اعلام الي وتخصص اتصال وعلاقات عامة .

_ يقوم مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– بعدة مهام أهمها: الإعلام والإخبار، التنسيق بين الأقسام، تنظيم أعمال المؤسسة، تحسين صورة المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي مع الحفاظ على هذه الجماهير وكسب ثقتهم.

_ يقوم مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة– بعدة وظائف أهمها:

البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارة، إضافة إلى الوظيفة الإخبارية و الإعلانية.

_ يتكلف مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة–في حدود مسؤولياته ولا يتعداها ولا يتدخل في عمل أي قسم من الأقسام.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

_ دور مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– هو جذب المتعامل الاقتصادي، زيادة عدد المنخرطين، كسب ثقة الجماهير الداخلية والخارجية وتوطيد العلاقة معهم، تحسين صورة المؤسسة.

_ مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– علاقة بباقي الأقسام الأخرى.

_ تتمثل أنشطة الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة– في تحرير المنشورات تنظيم معارض وملتقيات ودورات تكوينية، تحديث المعلومات ودورات تكوينية، تحديث المعلومات على صفحة الفايسبوك، تنظيم أبواب مفتوحة.

_ نظام الاتصال والعلاقات العامة المطبق في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة–نظام فعال.

في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–سياسة ناجحة في الاتصال والعلاقات العامة وهي تؤثر على تحفيز الموظفين.

_ تمنح في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– لموظفيها تحفيزات مادية ومعنوية.

_ أهم الحوافز المقدمة للموظفين من قبل في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة–معظمها تحفيزات مادية.

_ الموظفون في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– يرون أن التحفيز عملية لابد منها.

_ يفضل الموظفون في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–الحوافز المادية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

_ تقدم الحوافز للموظفين في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–على أساس الجهد المبذول والأداء المتميز في العمل، ساعات العمل، الأقدمية في العمل.

_ يحصل الموظفون في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–على مكافآت في حالة ما إذا كان هناك عمل إضافي.

_ توزع في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–جزءا من أرباحها السنوية على الموظفين.

_ نظام الحوافز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– مقبول.

_ نظام الحوافز المطبق في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–يلبي حاجات الموظفين.

_ يقوم نظام الترقية في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–على أساس الأقدمية والخبرة. وهو نظام مقبول.

_ تحتاج سياسة التحفيز المطبقة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– إلى تحسين.

_ مستوى الحوافز المطبقة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–– لم يتراجع.

_ نظام الحوافز الذي تعتمد عليه في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– نظام جيد نوعا ما.

_ عملية التحفيز في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة– لا تواجه أية مشاكل.

_ يستخدم جهاز العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة–عدة طرق للتعريف بنظام الحوافز أهمها: تحسيس الموظفين بأهميتهم ومعاملتهم بطريقة جيدة،

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

خلق الثقة وروح الانتماء، إشراكهم في اتخاذ القرارات، إتباع المدير أسلوب العدل بين الموظفين.

خلاصة

اشتمل هذا الفصل على جمع المادة العلمية المحصل عليها في الدراسة الميدانية و معالجتها وتحليل البيانات والمعلومات اللازمة والربط بينها، والتي كان الهدف منها معرفة دور وأهمية العلاقات العامة في المؤسسة وفعالية نظام التحفيز و الربط بين هذين المتغيرين للتعرف على دور العلاقات العامة في تفعيل عملية تحفيز الموظفين في المؤسسة واستخلاص كافة النتائج المتعلقة بالدراسة.

صعوبات الدراسة:

– مقابلة كل عامل على حدا في عملية إجراء المقابلة صعب علينا الأمر أثناء إجراء الدراسة الميدانية والمتمثلة في –في صعوبة فهم الموظفين للأسئلة وإعادة شرحها أكثر من مرة لكل عامل.

–إعادة النظر لأهمية العلاقات العامة كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي الموظفون في مؤسسة الديوان لترقية والتسيير العقاري –بسكرة

– صعوبة الربط بين العلاقات العامة والتحفيز وانعدام المراجع والدراسات التي تربط بينهما.

– صعوبة اعتبار التحفيز جانب سيكولوجي يصعب فهمه لارتباطه بحاجات ورغبات ودوافع الفرد، مما جعلنا نغوص في بعض الجوانب المتعلقة بعلم النفس، من أجل فهم بعض المصطلحات الخاصة بالتحفيز

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

التوصيات و المقترحات:

من أهم التوصيات التي نراها ضرورية هي توصيات لديوان الترقية والتسيير العقاري وأخرى لدور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين.

- إعادة النظر لأهمية العلاقات العامة كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي لديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة–
- إنشاء إدارات وأقسام أو وحدات علاقات عامة في الجهات التي لا توجد فيها علاقات عامة.
- توحيد المسميات التنظيمية لإدارات أو الأقسام أو الوحدات القائمة بنشاط العلاقات العامة تحت مسمى العلاقات العامة وإلغاء المسميات الأخرى التي لا تتفق مع المفهوم الصحيح للعلاقات العامة.
- إقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في النهوض بالديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة–
- ضرورة تعاون الإدارات المختلفة في الديوان الترقية والتسيير العقاري مع إدارات العلاقات العامة حتى يتسنى لها القيام بواجبات على أكمل وجه.
- زيادة الاهتمام بالعنصر البشري داخل المؤسسة وإدراك دوره الفعال.
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات الميدانية حول موضوع التحفيز لقلة الدراسات الميدانية في هذا المجال.
- إشعار العامل في المؤسسة بمدى أهميته ومساهمته في تحقيق أهدافها.
- عند تصميم نظام الحوافز على المؤسسة معرفة احتياجات العاملين ومن يؤثر على رضاهم.
- على المؤسسة وضع نماذج لتحفيز الموارد البشرية.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- يجب على المؤسسة أن تقوم بالفصل بين الأجر المقدم و مختلف المكافآت التي تقدمها المؤسسة كحوافز.
- ضرورة توفير أنظمة للعلاوات الدورية و الاستثنائية و للهدايا العينية تكفل إنجاز الأعمال بشكل جيد و يتم الحد من الاعتبارات الشخصية كالصداقة وصلة القربى.
- نظرا لحيازة بعض الحوافز المعنوية على المستوى المنخفض توصي الدراسة بضرورة دعم وتعزيز علاقات العمل الإيجابية بين الموظفين الرسمية و غير الرسمية و توجيهها بشكل ينسجم مع أهداف الأمانة.
- إعادة صياغة نظام و معايير ترقيات للموظفين، و أن تكون بناءا على الكفاءة المتوفرة عند الفرد للوظيفة.

الخاتمة:

من خلال ما تعرضا اليه في هذه الدراسة، تم اكتشاف أهمية العلاقات العامة والحوافز في المؤسسة، وكيف أن هاتين العمليتين ضروريتين لفعالية العمليات الأخرى، وعدم التنبه لفائدتها و الأسس والمبادئ التي تقوم عليها قد سبب كثيرا من المشاكل داخل التنظيم، ونجد أن عمليتي العلاقات العامة والتحفيز من تلك العمليات التي كان القصد من التطرق لها الكشف عن العلاقة المتبادلة بينهما.

وقد عكست هذه الدراسة دور العلاقات في تحفيز الموظفين في الديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة– التي تم وتعمل بأنشطة العلاقات العامة و ذلك لتحقيق أداء فعال ومؤثر في نشاط المؤسسة ككل، غير أنه من الواضح أن جهود هذه المؤسسة لازالت موضع تطوير وتحسين مختلف المستويات رغم غياب إدارة خاصة بالعلاقات العامة فقط، إضافة إلى اهتمام بنظام الحوافز التي تعتبر إحدى مقومات العمل المؤسسي والتي بدو لا يمكن لأي مؤسسة أن تقوم بتحقيق كامل أهدافها.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

قائمة المصادر والمراجع

1/الكتب:

1/أحمد ماهر :**إدارة الموارد البشرية**، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2007 م.

2/ أنعام حسن أيوب وآخرون: **العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2016 م.

3/ المغربي كامل محمد :**الإدارة أصالة المبادئ والأسس ووظائف المنشاة**، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان– الأردن، 2007 م.

4/ جودت عزت عطوي: **أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته وطرقه الإحصائية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،2015م.

5/ درة عبد الباري وآخرون :**الأساسيات في الإدارة المعاصرة**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ،الأردن، 2012 م.

6/ سامي ديبان: **الصحافة اليومية والإعلام والمسيرة**، دار الثقافة العربية، بيروت، ط2015.2م.

7/سهيل رزق ذياب ،**مناهج البحث العلمي** ،دار الميسرة لنشر والتوزيع ،غزة فلسطين ،2003 .

8/صالح علي عودة الهلالات :**الإدارة الفعالة للموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن– عمان.

9/فهمي محمد العدوي: **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن.

10/علي عبودي نعمة الجبوري :**إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2016 م.

11/ عمر نصر الله : **أساسيات مناهج البحث العلمي وتطبيقاته**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن– عمان ،2015م.

13/عبد الرزاق محمد الدليمي: **العلاقات العامة في التطبيق**، دار بربر للنشر والتوزيع، عمان، 2005م.

12/ عدنان بن أحمد الوركان: **التحفيز منك وإليك**، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.

13/علي عبودي نعمة الجبوري : **إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق** ، دار الأيام والتوزيع ، عمان ،2016م.

14/عبد الله محمود عبد الرحمان: **سوسيولوجية التنظيم**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1987م.

15/عمر صخري :**اقتصاد المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، القاهرة ،مصر ،2006 م.

16/. محمد فالح صالح **الإدارة بالحوافز التحفيز والمكافآت**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2007م.

17/محمد عبد الفتاح ألصبري :**وظائف منظمات الأعمال**، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان 2013م

18/محمد فاتح صالح :**إدارة الموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، ط 3، 2014م.

19/محمد فالح صالح :**إدارة الموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2014،

20/محمد الصيرفي : **إدارة الأفراد و العلاقات الإنسانية** ، دار قنديل ،عمان ، الأردن، 2003 م.

22/ نور الدين حاروش :**إدارة الموارد البشرية**، دار الأمة للطباعة والترجمة والتوزيع، الجزائر 2011م.

23/هاشم حمدي رضا: **إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن- عمان،2011م.

24/ياسين خضير البياني وآخرون: **مقدمة في العلاقات العامة والإعلان**، دار الأفاق المشرقة ناشرون، 2012 م.

25/ يوسف لازم كماش: **البحث العلمي مناهجه أقسامه، دار دجلة للنشر والتوزيع**، عمان ،2016م.

2/محاضرات

1/محي الدين مختار: **محاضرات في علم النفس الاجتماعي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981م.

3/رسائل جامعية

1/فتيحة بن عبد الواحد :**مراجعة الحسابات ودورها في استمرارية المؤسسة الاقتصادية**، رسالة ماجستير في المالية والمحاسبة، معهد العلوم، جامعة بسكرة، 2013

2/لبصير فطيمة: **واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري**، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة ،2018.2017

3/. مريم بوعلاق :**دور التحفيز في تحقيق الرضا الوظيفي لدى الأفراد العاملين في المؤسسات الاقتصادية**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة 2014 ، مالية، جامعة8 ماي1945

4/سمية ترش: **دور نظام الحوافز في تحسين أداء المؤسسة الحكومية**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،الوادي ،2015.2014، ص7

5/هاجر زمولي: **دور نظام الحوافز في تحسين أداء العاملين**، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص تسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة 8ماي 1945 قالمة ،2012 -2013

معاجم

1/ علي بن هادية وآخرون: **القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي ألفبائي**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7 ،1991م.

2/ قاموس الوافر: عربي عربي ، دار الفكر للطباعة والنشر ، بيروت ، أيلول 2001 م.

مواقع اكترونية

1/http://www.mhuv.gov.dz/Pages/ArticleArabe.aspx?a=10.17-06-2019،12:00

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

فرع علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة مقابلة بعنوان

دور العلاقات العامة في تحفيز العاملين بالمؤسسات الاقتصادية

دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص – اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالب

- بن غزالة عبد الجليل

الأستاذ المشرف

- محمد بشير محمودي

ملاحظة هامة:

نرجو الإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بكل مصداقٌ مع العلم بان هذه المعلومات سرية ولن تستخدم إلا للأغراض علمية، و شكرا جزٌيلا على مساهمتكم لإنجاز هذا العمل.

السنة الجامعية 2019/2018

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

-المحور الأول: أهمية ومكانة العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة-.

س 1 -هل يوجد جهاز علاقات عامة بمؤسستكم بمكتب مستقل أم ينتمي إلى قسم من أقسام المؤسسة ؟

س2- ما هي مكانة مكتب الاتصال والعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة ؟

س3- هل تعتقدون أن هناك ضرورة وجود قسم خاص بالاتصال والعلاقات العامة بمؤسستكم ؟

س4-ماهي الجهات المتحكمة في إدارة مكتب الاتصال و العلاقات العامة بمؤسستكم ؟

س 5 -كم عدد الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة في الإدارة ؟

س6 - ما هو تخصص الموظفين في مكتب الاتصال والعلاقات العامة ؟

س7- ما هي المسؤوليات والمهمات الموكلة لمكتب الاتصال و العلاقات العامة في الخلية ؟

س8-هل لمكتب العلاقات العامة علاقة بباقي الإدارات الأخرى؟

س9- ما هو دور مكتب الاتصال و العلاقات العامة في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري – بسكرة- ؟

س10- فيما تلخصون نشاطات الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة ؟

س11- كيف تقام عملية ضبط وتنظيم الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة ؟

س12- هل تطبق في مؤسسة ديوان لترقية والتسيير العقاري -بسكرة- خطة عمل ناجحة في الاتصال والعلاقات العامة ؟ وما مستوى تأثيرها على تحفيز الموظفين ؟

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

المحور الثاني: سيرورة نظام التحفيز في مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري –بسكرة–

س1– ما نوع التحفيزات المقدمة للعمال في مؤسستكم ؟

س2–ما نوع الحوافز التي تحصلت عليها بالمؤسسة ؟ وهل هي مشجعة ؟

س3 – أي نوع من الحوافز يفضل الموظفين ؟

س4 – على أي أساس تقدم الحوافز للعاملين بمؤسستكم ؟

س5– هل يحصل الموظف على مكافآت مقابل كل عمل أو جهد إضافًي مميز ؟

س6– هل تقوم المؤسسة بتوزّع جزء من أرباحها السنوّية على الموظفيّن ؟

س7– ما رأْيك في نظام منح الحوافز بمؤسستكم ؟

س8– هل يساعد نظام الحوافز المطبق فًي مؤسستكم تلبيّة حاجات الموظفيّن ؟

س9– على ماذا قوم نظام الترقيّة بمؤسستكم ؟ وهل هو مقبول أم لا ؟

س11– هل ترى أن سياسة التحفّيز في المؤسسة تحتاج إلى تحسين أم لا ؟

س12– هل تراجع مستوى الحوافز التًي تقدمها المؤسسة ؟ ما السبب ؟

س13–ما تقيّمك لنظام الحوافز التًي تعتمد علّيه مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري ؟

س14– ماهي اهمية المشاكل التي تواجه عملّية التحفيز في مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري ؟

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر