

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم والاعلام والاتصال



الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإستشفائية لدى جمهورها الخارجي

دراسة مسحية لعينة من الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

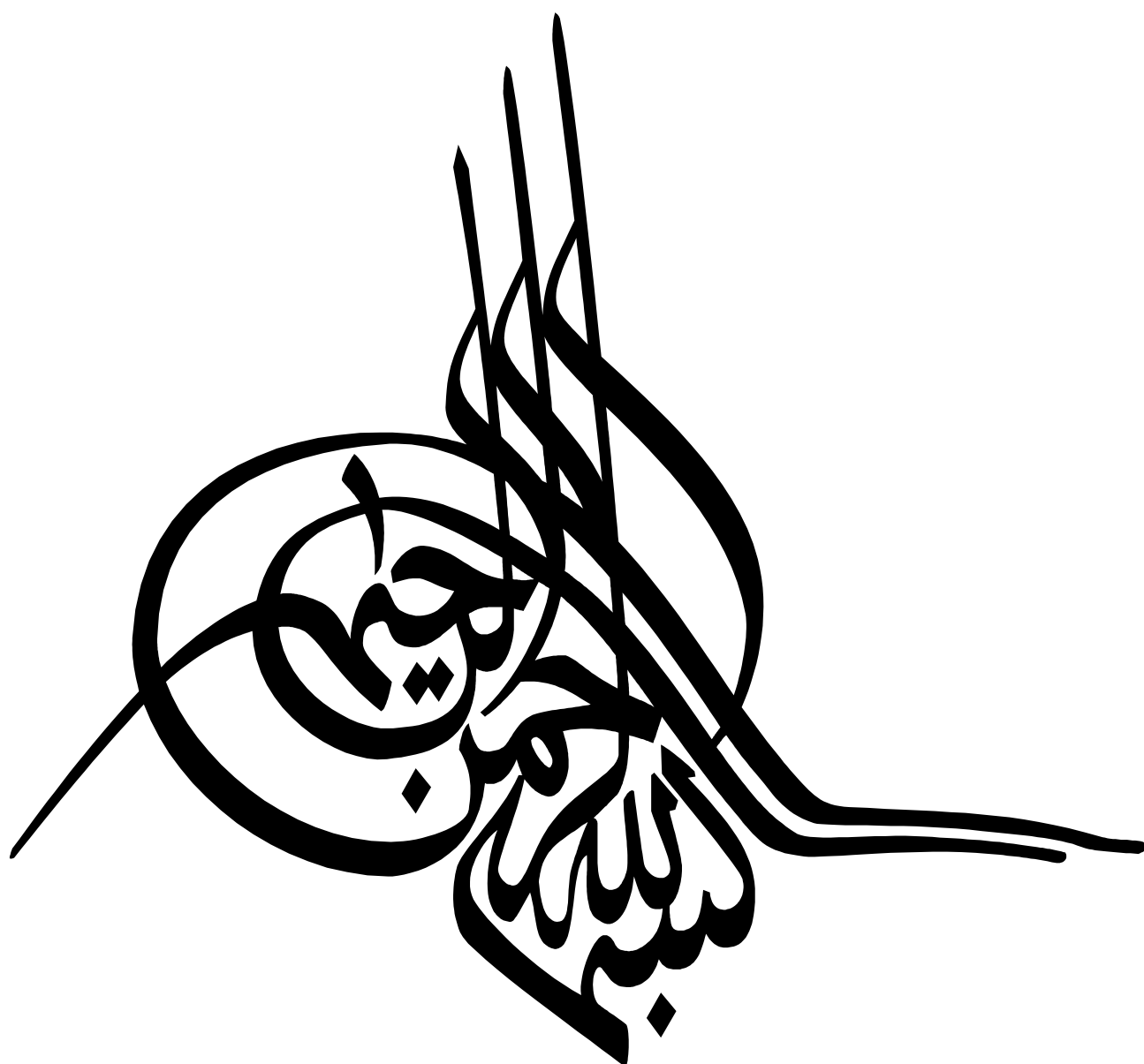
اشراف الدكتورة :

براردي نعيمة

اعداد الطالبة :

دحمون صورية

السنة الجامعية : 2019/2018



إهداء

إلى وطني الحبيب الجزائر
إلى أغلى من في الوجود أُمي الغالية وأبي العزيز
إلى إخوتي وأخواتي وبنات أخواتي
إلى أستاذتي الكريمة بيراردي نعيمة
إلى كل من علمني حرفاً من الابتدائي إلى الجامعي
إلى كل الأهل والأقارب والأصدقاء
إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة عملي



شكر و تقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن
أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين }
النمل 19

أحمد الله تعالى وأشكره على جزيل فضله ونعمه قبل كل شيء هو الذي
قدّرنى على إتمام هذا العمل المتواضع .

كما لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل والتقدير الخالص
إلى التي لم تبخل علي بنصائحها القيمة وتوجيهاتها السديدة الأستاذة
المشرفة : براردي نعيمة .

كما لا يفوتني أن أشكر أساتذتي الكرام الذين أناروا دربي بأنوار العلم
اساتذة قسم علوم العلام و الاتصال.

إلى كل من ساعدني في انجاز هذا البحث من قريب أو بعيد خاصة مكتبة
العلوم الاقتصادية .

الشكر الجزيل إلى عائلتي .

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الى معرفة واقع الصورة الذهنية لمستشفى لدى جمهوره الخارجي ، و الوقوف على اهم العوامل المشكلة لها وكذا اهم الوسائل الاتصالية المساهمة في بنائها .وتعتبر دراسته وصفية تستند على المنهج المسحي ،و قد شملت على ثلاث اطارات اساسية تتمثل في الاطار المنهجي الذي تضمن مختلف الاجراءات المنهجية بداية بتحديد الاشكالية العامة المتمحورة في تساؤل عام - ماهو واقع الصورة الذهنية للمؤسسة الاستشفائية العمومية (مستشفى الزهراوي) لدى جماهيرها الخارجية ؟ اما الاطار النظري و تضمن فصلين الاول تطرق الى الصورة الذهنية و اهم اساسياتها اما الثاني تناول المؤسسة العمومية الاستشفائية و اهم العناصر المتعلقة بها .اما الاطار التطبيقي فقد شمل التعريف بمستشفى الزهراوي ،عرض و تحليل البيانات ، نتائج الدراسة .

وخلصت الدراسة الى ان اغلب المبحوثون غير راضون على مستشفى الزهراوي و ان التعامل المباشر مع المستشفى اهم عوامل تشكيل الصورة الذهنية حوله اضافة الى وسائل الاعلام و وسائل الاتصال الرقمي .ويرى الجمهور ضرورة اعادة مستشفى الزهراوي بناء وتحسين صورته الذهنية الداخلية والخارجية باستغلال كافة الامكانيات المتاحة .

-الكلمات المفتاحية : الصورة الذهنية- المؤسسة الاستشفائية العمومية - مستشفى الزهراوي - الجمهور الخارجي - وسائل الاعلام -وسائل الاتصال الرقمي .

Résumé :

Cette étude vise à connaître l'image de l'établissement public hospitalier (Hôpital Zahrawi) et de son publique externe, et à identifier les éléments les plus importants qui constituent de composer son image, ainsi que les principaux moyens de communication permettant de contribuer à sa construction.

C'est une étude descriptive basée sur la méthode d'enquête. Elle se compose de trois cadres. D'abord le cadre méthodologique qui se porte les différentes procédures méthodologiques permettant de déterminer le problème général de la question générale - Quelle est la réalité de l'image de l'établissement public hospitalier (hôpital Zahrawi) auprès de ses publiques externes ? En suite le cadre théorique qui a inclus deux chapitres, le premier concerne l'image de l'entreprise et les éléments les plus importants, le second parle de l'établissement public hospitalier et éléments les plus importants qui s'y rapportent. En fin le cadre pratique qui porte la définition de l'hôpital de Zahrawi, la présentation et l'analyse des données, les résultats de l'étude

L'étude a abouti à plusieurs résultats, la plupart des répondants ne sont pas satisfaits de l'hôpital Al-Zahrawi. La communication directe avec l'hôpital est le moyen le plus important qui contribue à construire l'image de publiques externe sur l'hôpital Zahrawi et les media et les moyens de communication digitale aussi. Le publique voit la nécessité de reconstruire et améliorer l'image externe et interne de l'hôpital Al-Zahrawi en utilisant tout les moyens et les possibilités.

-les mots clés : l'image de l'entreprise -l'hôpital Al-Zahrawi -.l'établissement public hospitalier – le publique externe -les medias -les moyens de communication digitale .

مقدمة

مقدمة:

تعتبر الصورة الذهنية من المواضيع التي تناولتها مختلف الحقول المعرفية الاجتماعية، النفسية، الاقتصادية، الاعلامية وغيرها. وقد عرفت كمفهوم في مطلع القرن العشرين من خلال كتابات الباحث لييمان حول تأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل الصور والمدرجات في أذهان الناس. ونمت في مجال علوم الاعلام والاتصال منذ ستينيات القرن الماضي. وشكلا محور الدراسات الاكاديمية. كما أن معظم النظريات الاجتماعية حاولت اسقاط فروضها ومبادئها العامة وتحديد أبعادها المختلفة. وبهذا عرفت توسع كبير لتشمل مجالات عديدة تعدت حدود الأفراد والمؤسسات إلى مجال العلاقات الدولية.

أدى التطور التكنولوجي خصوصا في مجال الاتصال والانفتاح الذي فرضه على المؤسسات وزيادة التنافس فيها وتنامي دور المسؤولية الاجتماعية إلى تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد والمؤسسات لما تقوم به من دور في تكوين الآراء والانطباعات واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك. وأصبح تكوين صورة ذهنية إيجابية هدفا للمؤسسات الراغبة في تحقيق النجاح والاستمرارية، من خلال دراسة الجمهور والتعرف على آرائه وانطباعاته اتجاهها، وذلك من خلال بحوث تعتمد على مقاييس مصممة من طرف مختصين وفق أسس ومعايير علمية للوصول إلى نتائج تمكن من بناء سياسات واستراتيجيات تتوافق وحاجات الجمهور وتطلعاته.

ولعل من أهم المؤسسات التي يجب أن تولي اهتماما خاصا بصورتها الذهنية لدى الجمهور بشكل عام والجمهور الخارجي بشكل خاص هي المؤسسات العمومية الاستشفائية، باعتبارها هي نواة أساسية في المجتمع وقطاع حساس. فهي تتعامل مع صحة وأرواح الأفراد وهذا ما يجعلها بحاجة للتواصل مع جمهورها لتقريب الفهم وتحقيق الدعم والتعاون على الحفاظ على المجتمع.

وباعتبار المؤسسة العمومية الاستشفائية في الجزائر ركيزة هامة في المجتمع، فالصورة الذهنية لها لدى جمهورها الخارجي من الأولويات الأساسية. ارتأينا التطرق لهذا الموضوع الهام قصد معرفة واقع الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى جمهوره الخارجي باعتباره أكبر قطب صحي في ولاية المسيلة، وذلك من خلال رصد آراء وانطباعات جمهوره الخارجي عنه. وقد جاءت دراستنا وفق التقسيم التالي:

- **الإطار المنهجي:** وشمل مختلف الإجراءات المنهجية بداية من تحديد الإشكالية وتساؤلاتها، أهمية الدراسة و أهدافها، أسباب اختيار الموضوع، المدخل النظري للدراسة، تحديد المفاهيم، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، مجتمع البحث.
- **الإطار النظري:** وتضمن فصلين:
 - فصل يتعلق بالصورة الذهنية للمؤسسة وتطرقنا من خلاله إلى: نشأتها، خصائصها، أنواعها، أبعادها، مكوناتها، عوامل تشكيلها، دور وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية، أهميتها، وقياسها.
 - أما الفصل الثاني فتناولنا فيه المؤسسة العمومية الاستشفائية من حيث التطور التاريخي لها، خصائصها، أنواعها، مكوناتها، وظائفها، أهدافها ومبادئها، صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية الجزائرية.
- **الإطار التطبيقي:** يضم التعريف بالمؤسسة محل الدراسة، وعرض وتحليل البيانات، نتائج الدراسة، النتائج والتوصيات.

الإطار المنهجي للدراسة:

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

1- الاشكالية:

مما لا شك فيه أن الصورة الذهنية أصبحت تحظى باهتمام متزايد من طرف المؤسسات، خصوصا تلك التي تمارس نشاط أو خدمة لها ارتباط مباشر مع الجمهور. وهذا نظرا لدورها الكبير في رسم الانطباعات الإيجابية عنها وكسب رضا وثقة جمهورها. وبذلك تعد من عوامل قوتها ونجاحها. و يقترن نجاح المؤسسة في وقتنا الحالي بمدى التفاعل الإيجابي بينها وبين محيطها، بحيث يعد الجمهور الخارجي أحد أهم الفاعلين، في الوقت الذي تعمل فيه هذه المؤسسات في وسط مليء بالمتغيرات بالأخص تلك التي تتعلق بنشاطها بقطاعات حساسة كقطاع الصحة نظرا لأهميته البالغة.

ولقد أولت الدول المتطورة أهمية كبيرة لهذا الجانب، فعملت على توفير كافة الظروف لتحقيق خدمات ذات جودة عالية قصد رسم صورة جيدة عنها.

وعلى صعيد آخر يعتبر قطاع الصحة في الجزائر من أهم القطاعات التي تتعامل بصفة مباشرة ودائمة مع الجماهير باختلاف أنواعها. حيث تعد المؤسسات الاستشفائية وخصوصا العمومية منها ذات أهمية بالغة في المجتمع، إذ تسهر على تقديم الرعاية الصحية للأفراد من خلال توفرها على طواقم مختلفة طبية، تمريضية، إدارية، تقنية.. تعمل في تكامل من أجل ضمان علاج المرضى. إن الجهود التي تبذلها المؤسسات العمومية الاستشفائية ومدى تقدير جمهورها الخارجي لها يخلق فهم مشترك يساعدها على تحقيق التوافق بين أهدافها من جهة ورغبات جمهورها من جهة أخرى، ويجعلها تقف على الصورة الذهنية المكونة عنها التي تساعدها على النمو والتطور ان كانت إيجابية.

وعلى غرار ذلك تعيش المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي) وسط تفاعل بينها وبين جمهورها الخارجي الذي يتلقى منها الخدمات الصحية وبالتالي تتشكل لديه انطباعات وآراء تكوّن صورة ذهنية معينة عنها، وهذا ما سنحاول رصد من خلال التعرف على واقع الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي، وللدخول في حيثيات الموضوع نطرح الإشكالية التالية:

- ما هو واقع الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي) لدى جمهورها الخارجي؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات.

• التساؤلات:

- ما هو انطباع الجمهور الخارجي للخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة؟
- ما نوع الصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور الخارجي حول مستشفى الزهراوي؟
- ما هي عوامل تشكيل هذه الصورة الذهنية والوسائل الاتصالية المستخدمة؟
- ماهي أساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي من وجهة نظر الجمهور الخارجي؟

2- أهمية الدراسة:

إن هذه الدراسة تلقي الضوء على أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة الاستشفائية العمومية لدى جماهيرها الخارجية، وتعد من الدراسات التي تسعى إلى وضع إطار محدد وفهم واضح وجلي لمختلف المتغيرات المكونة للموضوع من خلال ما يلي:

- الصورة الذهنية من المواضيع ذات الاهتمام البالغ والمتزايد لدى المؤسسات في مختلف القطاعات. تقوم عليها أبحاث وتصمم لها برامج وترسم لها خطط واستراتيجيات، وترصد لها ميزانيات قصد بنائها بشكل يحقق التفاعل الإيجابي بين المؤسسة وجماهيرها، ويضمن بقاءها واستمرارها في ظل المنافسة والانفتاح.
- أهمية وسائل الاتصال والإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة وكذا الاتصال الرقمي بمختلف وسائله الحديثة.
- أهمية قطاع الصحة والمستشفيات للجمهور باعتباره يقدم أكثر الخدمات حساسية وهي صحة الإنسان.
- دور الصورة الذهنية في تحسين الخدمات نتيجة الطلبات المتزايدة للجمهور على ضرورة تقديم المؤسسات أجود الخدمات، وتحقيق رغباته وحاجياته.

3- أهداف الدراسة:

نسعى من خلال تناولنا لهذا الموضوع إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- التعرف على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهورها الخارجي.
- إبراز أهمية الصورة الذهنية بالنسبة لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- الوقوف على أهم العوامل المشكلة للصورة الذهنية في مستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- الوقوف على أهم الوسائل الاتصالية المساهمة في بناء الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة، وكيفية تفعيلها لرسم صورة إيجابية لدى جمهوره الخارجي.
- إبراز أهمية الصورة الذهنية الداخلية بمختلف مكوناتها في بناء صورة ذهنية خارجية قوية.
- إبراز دور وسائل الإعلام في تشكيل وتحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- الوقوف على المفاهيم النظرية المتعلقة بالصورة الذهنية والمؤسسات العمومية الاستشفائية وأهم الدراسات حول ذلك.
- توضيح حاجة المؤسسات العمومية الاستشفائية لتحسين جودة خدماتها وصورتها لدى جماهيرها فهي مؤسسة اجتماعية حساسة تعكس صورة البلد.

4- أسباب اختيار الموضوع:

تتعد أسباب اختيار الباحث لموضوع بحثه، فمنها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي.

ولعل أهم الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع دون غيره تتمثل في:

- التعرف على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة ورصد واقعها.
- نقص الدراسات والأبحاث وحتى الكتب في مجال الصورة الذهنية خصوصا بما يتعلق بالمؤسسات الاستشفائية.
- الاهتمام الشخصي بموضوع الصورة الذهنية ومحاولة فهم كل أبعادها بحكم التخصص، فالصورة الذهنية أحد أهداف العلاقات العامة.
- محاولة تطبيق وإسقاط ما درسناه نظريا على الجانب الميداني.

5- المدخل النظري للدراسة:

• نظرية المعرفة الإدراكية:

ترى هذه النظرية أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه على العالم المحيط به، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى، ويدركون العالم الخارجي في إطار هذا المعنى، ويأتي سلوكهم متأثراً بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به، بالإضافة إلى النظام الإدراكي الذي يؤثر على رؤية الفرد للأشياء المحيطة به، فإنه يفرض بيئة معينة للمظاهر الأخرى في العالم، ويفسر الأفراد ما يلاحظونه ويصدرون أحكامهم ويحاولون أن يفسروا مشاعرهم و مشاعر الآخرين، وهذه كلها تؤثر في الموقف السلوكي والاستجابة له. (عبد الحميد، 2004 ، ص.94).

وهذا يوضح عدم تطابق التفسير بين كل الأفراد للرسالة الواحدة، لتباين المعرفة الإدراكية ونظام عملها بين كل فرد وآخر بتأثير التنشئة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي الذي قد يختلف من فرد لآخر، كما يتغير النظام الإدراكي بين فرد وآخر فإنه يتغير أيضا بالنسبة للفرد بتغير المواقع والأدوار وتغير الخصائص والسمات العامة والاجتماعية للفرد، وتركز هذه النظرية على مفاهيم التوازن أو التآلف أو التباين المعرفي وتهتم بالأساليب التي نلجأ إليها لإعادة ترتيب معرفتنا حتى تصبح متألّفة ومنسقة.

أهم روادها :

- **فيستنجر (Festinger) التنافر المعرفي:** يرى فيستنجر أن الصورة الذهنية تنشأ نتيجة للأفكار والاتجاهات التي يملكها الفرد بحيث تحقق حلقة متوازنة.
- **هايدر (Heider Fritz) التوازن المعرفي:** يرى هايدر أنه لا يمكن تفسير الصورة الذهنية فقط من خلال العمليات المعرفية وإنما من خلال نوعين من العلاقات بين الأفراد هما: أولا العلاقات المتصلة بالمشاعر، الثانية علاقات بالوحدة النفسية حيث يسعى الفرد للوصول إلى مستوى من الرضا المعنوي يحقق له التوازن الداخلي. (بركات، 2017، ص.99).

• نظرية التفاعلية الرمزية:

تعد من أهم النظريات التي ركزت على كيفية بناء الفرد للمعاني والتفسيرات والصور وتشكيل المدركات والانطباعات، ومن المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية.

تبدأ بوحدات صغرى لفهم الوحدات الكبرى ويعتبر إدراك الرمز وتحديد المعنى هو العملية العقلية التي ينظر الأفراد من خلالها إلى الأشخاص والأشياء في المواقف المختلفة.

تتتم نظرية التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي حيث تحدث الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني التي يبنها الفرد عن الآخرين وزيادة توقع استجاباتهم، فالأفراد يرسمون صور للواقع من خلال نظام الرموز والمعاني المكتسبة في العمليات الاتصالية المحددة، فالأفراد لا يستجيبون للمفهوم في حد ذاته ولكن للصور الذهنية التي تتشكل في عقول الأفراد حول هذا المفهوم. (عبد الحميد، 2004، ص.316).

أهم روادها :

- جورج ميد (George.H.Mead): باحث واستاذ في مدرسة شيكاغو و من مؤسسي التفاعلية الرمزية و اهم روادها.

- هربرت بلومر (H.Blumer): يتفق مع جورج ميد في أن التفاعل الرمزي هو السمة المميزة للتفاعل البشري من خلال ترجمة رموز وأحداث الأفراد وأفعالهم المتبادلة وأوجز فرضياته في النقاط التالية:

- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء بالنسبة لهم.
- هذه المعاني هي نتاج التفاعل الاجتماعي.
- هذه المعاني تحور وتعديل ويتم تداولها عبر عمليات تأويل يستفيد منها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.

إضافة بلومر للتفاعلية الرمزية لم تحصر عملية التفاعل في الأفراد فقط بل ضمت (الأفراد، المؤسسات، المنظمات، الجماعات المحلية، الطبقات).

- ارفنج جوفمان (Erving Goffman): وجه اهتمامه لتطوير التفاعلية الرمزية مؤكداً أن التفاعل ما هو إلا الانطباع الذهني الإداري الذي يتم في نطاق المواجهة، كما أنّ المعلومات تسهم في تعريف الموقف وتوضيح توقعات الدور من أشهر كتبه (تقديم النفس في الحياة اليومية - 1971).

- فيكتور تيرنر: ألف كتاب بعنوان غابة الرموز يرى أننا محاطون بمئات الأشياء المادية وغير المادية تختبر ويتم تجريبيها لتحول إلى رموز تكون رموز ايجابية أو سلبية والرمز هو الذي يحدد صورة التفاعل.

مصطلحات النظرية:

التفاعل: هو سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين فرد مع جماعة أو جماعة مع جماعة أو جمهور مع مؤسسة.

المرونة: هي مقدرة الفرد على التصرف في مجموعة من الظروف بطريقة واحدة في وقت واحد وبطريقة مختلفة في وقت آخر.

الرموز: هي مجموعة من الاشارات التي يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل وهي عند جورج ميد: اللغة، عند بلومر: المعاني، وعند جوفمان: الانطباعات والصورة الذهنية.

الوعي الذاتي: هي مقدرة الفرد على تمثل الدور، فالتوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة هي عبارة عن نصوص يجب أن نعيها حتى نمثلها (حسب جوفمان).

• إسقاط المدخل النظري على الدراسة:

بالنسبة لنظرية المعرفة الإدراكية تفيد في تفسير اختلاف الصورة الذهنية للمؤسسة محل الدراسة لاختلاف المعارف الإدراكية للمبحوثين ومدى تأثير العوامل الاجتماعية (التنشئة الاجتماعية، الأسرة ...) والاتصالية في تكوين هذه الصورة.

بالنسبة لنظرية التفاعلية الرمزية فتقدم لنا فهم للمختلف التفاعلات الحاصلة بين المؤسسة العمومية الاستشفائية (مستشفى الزهراوي)، وجمهورها الخارجي ومعرفة نوع الرموز المتبادلة والمعاني و الصور التي تتضمنها وبالتالي القدرة على فهم الصورة الذهنية المشكلة وأساليب التواصل المستخدمة بين المستشفى وجمهوره.

6- تحديد المفاهيم

• مفهوم الصورة الذهنية:

التعريف اللغوي:

يتكون مصطلح الصورة الذهنية في اللغة العربية من كلمتين الصورة والذهنية، فالصورة تعني ظاهر الشيء وحقيقته وشكله الذي يتميز به، أما كلمة الذهنية فهي تشير إلى الذهن أي العقل والفهم، بمعنى فهم الشيء وتصوره ويعادل مصطلح الصورة الذهنية في اللغة الإنجليزية كلمة Image وهي من أصل لاتيني هو Imago المتصل بالفعل Imitari يحاكي ويمثل (فاضل زيدان الجواري، 2016، ص.15).

التعريف الاصطلاحي:

هي عبارة عن إجمالي المعتقدات والانطباعات والأفكار والإدراكات التي يحملها الناس حول أشياء معينة (الطائي، 2002، ص.283)، وهي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص، نظام، شعب، مؤسسة، منظمة محلية أو دولية أو مهنية ...، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات نتيجة التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم.

والصورة الذهنية للمؤسسة حسب هارولد ماركس هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المؤسسة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر. وهي المشاعر التي تخلفها المؤسسة لدى جماهيرها بتأثير ما تقدمه من خدمات ومنتجات وتعاملات وعلاقتها مع المجتمع، واستثماراتها في النواحي الاجتماعية و المظهر الإداري، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة.

التعريف الإجرائي:

الصورة الذهنية هي إجمالي الانطباعات التي يكونها الجمهور الخارجي (سكان ولاية المسيلة) عن المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي) والتي تشكل بناءً على ما يتلقونه من معلومات وخبرات وتتأثر بطبيعتهم وسماتهم الشخصية العوامل المختلفة الاجتماعية، الاتصالية، التنظيمية ...

• مفهوم المؤسسة العمومية الاستشفائية:

التعريف اللغوي:

يتضمن مفهوم المؤسسة العمومية الاستشفائية ثلاث كلمات (مؤسسة، عمومي، استشفاء).

- مؤسسة: من الفعل أسس، وهي منشأة تؤسس للغرض معين أو لمنفعة معينة.
- عمومية: عام لجميع المواطنين وهي عكس خاصة أي مرفق عمومي (مختار عمر، 2008، ص.93).
- استشفاء: مشتقة من كلمة شفاء.

التعريف الاصطلاحي:

المؤسسة العمومية الاستشفائية هي مجموعة من الهياكل الصحية التابعة للقطاع العام. تهدف إلى تلبية حاجات اجتماعية هامة من خلال تقديم خدمات مجانية تتمثل في العلاج أو القيام بأعمال وقائية حماية للصحة العمومية للمجتمع، حيث تنشأ وتنظم وتراقب من طرف الدولة. (فطساني، 2015، ص.14).

المؤسسات العمومية الاستشفائية حسب القانون الجزائري: هي مؤسسة ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتوضع تحت وصاية الوالي.

• مفهوم المستشفى:

عرفته الهيئة الأمريكية للمستشفيات American Hospital Association بأنه مؤسسة تحتوي على جهاز طبي منظم، يتمتع بتسهيلات طبية دائمة تشمل خدمات طبية تتضمن خدمات الأطباء وخدمات المريض المستمرة لإعطاء المرضى التشخيص والعلاج اللازمين.

وعرفته منظمة الصحة العالمية أنه جزء أساسي من تنظيم اجتماعي كما أنه مركز تدريب العاملين الصحيين وللقيام ببحوث اجتماعية حيوية. (غواري، 2016، ص.81).

التعريف الاجرائي :

المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة هي مستشفى عمومي (مستشفى الزهراوي) ذو طابع إداري خدماتي، يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، يقدم خدمات صحية مجانية لشريحة واسعة من الافراد (سكان ولاية المسيلة).

• مفهوم الجمهور الخارجي:

التعريف الاصطلاحي:

يقصد به سكان المنطقة التي توجد فيها المؤسسة ويتحدد حجم الجمهور العام للمؤسسة وفقا لطبيعة نشاطها و طبيعة الخدمة أو السلعة التي تنتجها، وقد يكون هذا الجمهور على امتداد النظام المحلي أو الوطني أو الدولي ويتميز بالتنوع في الخصائص و السمات. ويضم الجمهور الخارجي نوعين هما:

الجمهور الخارجي الخاص بالمؤسسة ويتمثل في الموردين، الموزعين، المساهمين ..

الجمهور الخارجي العام: ويشمل المجتمع المحلي الذي تتواجد به المؤسسة.

كما يختلف الجمهور من حيث السمات العامة والخصائص نظرا لتباينه.

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من الأفراد التي تتعامل بصفة مباشرة مع المؤسسة العمومية الاستشفائية (مستشفى الزهراوي) من أجل الاستفادة من خدمات الرعاية الصحية ويتمثل في المرضى، المرافقين، الزوار.

7- منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تهدف إلى وصف الظواهر أو الأحداث المعاصرة وتقديم بيانات عن خصائص معينة في الواقع ووصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة (التل، 2006، ص.109).

وتقوم البحوث بدراسة المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وأراءه ووجهات نظره المختلفة للوصول إلى النتائج المطلوبة.

و تقتضي كل دراسة اتباع منهج معين للوصول إلى النتائج المطلوبة، ويعرف المنهج أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة إما للكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها. (زيان عمر، 1997، ص.12).

اعتمدنا في دراستنا هذه على **المنهج المسحي** وتحديد المسح بالعينة الذي يعتمد على وصف الظاهرة وتحليلها. ويعرف بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك. (بن مرسل، 2009، ص.287).

8- أدوات جمع البيانات:

تقتضي الدراسة الميدانية جمع معلومات وبيانات من الميدان باستخدام أدوات مختلفة للوصول إلى نتائج موضوعية واشتملت دراستنا على الأدوات التالية: الملاحظة، الاستبيان، المقابلة، السجلات والوثائق.

- **الملاحظة:** هي المشاهدة المركزة بكل اهتمام لشيء ما أو ظاهرة من أجل دراستها واستخلاص النتائج منها (مسلم، 2002، ص.36)، وتعتبر من أهم أدوات البحث العلمي ومصدر للوصول إلى نتائج. وهي مشاهدة مقصودة ومنظمة ودقيقة وموجهة وهادفة، تربط الظواهر وقد تستعين بأدوات وأساليب علمية تتلاءم مع طبيعة الظاهرة. (عبد المجيد إبراهيم، دون سنة نشر، ص.174).
- **الاستبيان:** هو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث معين عن طريق استمارة.

الاستمارة: هي نموذج يصور مجموعة من الأسئلة الموجهة للأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف. (زرواتي، 2002، ص.123).

وقد استخدمنا الاستمارة كأداة بحث أساسية من أجل الحصول على بيانات من المبحوثين يتم تحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وقد مرت الاستمارة بعدة إجراءات:

- **الاختبار:** قمنا باختيار الاستمارة كأداة بحث أساسية لأنها تتلاءم وطبيعة الدراسة المتعلقة باستجواب عدد كبير من المبحوثين ورصد آراءهم والتعرف على وجهات نظرهم من خلال مجموعة من الأسئلة المتعلقة أساساً بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية.
 - **التصميم:** بناء الاستمارة في صورتها الأولية:
- قمنا بصياغة أولية للاستمارة وعرضها على الأستاذة المشرفة والتي قدمت عدة ملاحظات تتعلق ببعض التعديلات حول صياغة بعض الأسئلة وترتيبها وحذف غير المهم منها، وقد قمنا بإعادة صياغة الاستمارة وعرضها مرة أخرى على الأستاذة المشرفة أين تمت الموافقة عليها.
- **اختبارات الصدق والثبات:**

الصدق: يشير الصدق إلى مدى قياس الاختيار لما وضع لقياسه ويستخدم لمعرفة مدى صلاحية استمارة الاستبيان وجاهزيتها للتطبيق ومن بين الطرق لقياس الصدق، وهو الصدق الظاهري والذي يكون بعرض الاستمارة على محكمين. قمنا بعرض الاستمارة على مجموعة من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وهم (د. بوعزيز بوبكر، د. غزال عبد الرزاق، د. صاوي عبد المالك، د. ولد جاب الله سعد). وقد قدموا بعض الملاحظات أخذناها بعين الاعتبار.

الثبات: من أجل اختبار ثبات استمارة الاستبيان قمنا باستخدام أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار (Test-retest)، وزعنا الاستمارة على 20% من عينة الدراسة وقمنا بإعادة توزيعها بعد 15 يوم على نفس العينة، ثم قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون من خلال العلاقة التالية:

$$\frac{N \times \text{مج} (س \times ص) - (\text{مج} س \times \text{مج} ص)}{\sqrt{(N \times \text{مج} س^2 - (\text{مج} س)^2) \times (N \times \text{مج} ص^2 - (\text{مج} ص)^2)}}$$

$$\frac{20 \times (1745) - (180 \times 180)}{\sqrt{(20 \times (1730)^2 - (1770)^2) \times (20 \times (180)^2 - (180)^2)}}$$

$$\frac{2500}{\sqrt{(2200) \times (3000)}}$$

تحصلنا على النتيجة التالية: معامل الارتباط = 0.97 معناه ارتباط قوي.

- توزيع الاستمارة: قمنا بتوزيع الاستمارة في مدة أسبوع واسترجعنا العدد كاملا وقد كان هناك تجاوب من طرف المبحوثين مع موضوع الدراسة وتمت الإجابة على الأسئلة المغلقة.

تضمنت الاستمارة المحاور التالية:

- **المحور الأول:** انطباع الجمهور الخارجي حول الخدمات الصحية لمستشفى الزهراوي.
- **المحور الثاني:** نوع الصورة الذهنية المكونة حول مستشفى الزهراوي.
- **المحور الثالث:** عوامل تشكيل الصورة الذهنية حول مستشفى الزهراوي والوسائل الاتصالية المستخدمة في ذلك.
- **المحور الرابع:** أساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.
- **المقابلة:** هي محادثة موجهة بين الباحث والمبحوث بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين قصد التعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتعتبر وسيلة فعالة في الحصول على البيانات والمعلومات الضرورية. (وحيد دويري، 2000، ص.323).

اعتمدنا في دراستنا على أداة المقابلة للحصول على المعلومات الخاصة بمستشفى الزهراوي وجاءت الأسئلة مفتوحة قصد فهم سير العمل فيه.

إجراء المقابلة: تم إجراء المقابلة مع السيد بريكى فيصل المدير الفرعي للمستشفى، يوم: 3 جوان 2019.

- **السجلات والوثائق:** تمثلت في وثائق خاصة بالتعريف بالمؤسسة ونشاطاتها.

9- مجتمع البحث:

إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات. (أنجرس، 2006، ص.298).

ومجتمع البحث هو مجموعة من العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي. (بن مرسل، 2007، ص.290).

ويعد تحديد مجتمع البحث من أهم الإجراءات المنهجية في البحث العلمي. ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في الجمهور الخارجي للمؤسسة العمومية الاستشفائية (مستشفى الزهراوي) القاطنين في ولاية المسيلة ونظرا لتعذر إجراء مسح كلي لكبر حجم مجتمع البحث وعدم تجانسه فقد اخترنا عينة ممثلة للمجتمع الكلي.

10- عينة الدراسة:

تشكل العينة صورة مصغرة لمجتمع كبير انتزعت منه قصد تمثيله (برو، 2014، ص. 179)، فهي مجموعة جزئية مميزة ومنتقاة من مجتمع البحث تتضمن نفس خصائصه. ويجب إنتقاؤها بشكل صحيح حتى تكون النتائج صحيحة (التل، 2005، ص. 194).

وقد اخترنا العينة القصدية وهي التي يخضع اختيارها لحرية الباحث. (صالح الريشي، 2008، ص. 159). وفي دراستها هذا قصدنا مجموعة من المبحوثين ومعيار القصدية هو اختيار الفئة التي سبق لها التعامل مع مستشفى الزهراوي مرة على الأقل وقد شملت العينة 100 مفردة.

11- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: من إعداد فادي عبد المنعم أحمد عبد الفتاح بعنوان دور التسويق الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية للخدمات الصحية -دراسة حالة من وجهة نظر عملاء الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين. الدراسة استكمالا للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال - جامعة الشرق الأوسط (2011).

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر التسويق الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية.

الإشكالية:

- ما اثر التسويق الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين الصحي؟
- ما تصورات المبحوثين عن التسويق الإلكتروني في الشركة الأردنية الفرنسية؟
- ما تصورات المبحوثين للصورة الذهنية للشركة الأردنية الفرنسية للتأمين الصحي؟

- ما العلاقة الارتباطية بين التسويق الالكتروني والصورة الذهنية.

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليل.

عينة الدراسة: 500 عميل (عينة عشوائية).

النتائج:

- دور عناصر المزيج التسويقي الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الأردنية خصوصاً (عنصر السعر، التوزيع).
- وجود علاقة إيجابية في عنصري الخدمة والترويج في تحسين الصورة الذهنية لدى العملاء (أهمية الترويج والإعلان في تحسين الصورة الذهنية للخدمات المعلن عنها).
- معرفة الأشخاص للمعلومات الطبية والصحية التي يحتاجونها تساعدهم في اتخاذ القرار بشأن الاشتراك في التأمين الصحي.

نقد الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر التسويق الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين الصحي. وتشترك هذه الدراسة مع موضوعنا في متغير الصورة الذهنية وتختلف في باقي المتغيرات، وقد استوفى مختلف الاجراءات المنهجية باستثناء عدم تحديدها للمدخل النظري للدراسة، ولقد ركزت على دور التسويق الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين وهو ما يعتبر جمهور خارجي لها. وتختلف مع دراستنا في المجال المكاني والزمني.

الدراسة الثانية: من إعداد بلقاسم رابح بعنوان صورة المؤسسة وتقييم فعالية الاتصال التسويقي - دراسة حالة مجمع صيدال - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق - جامعة الجزائر، 2006.

ملخص الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور صورة المؤسسة في جذب الجماهير والأساليب الاتصالية التي تساهم في الحفاظ على صورة جيدة للمؤسسة وتحقيق أهدافها المرسومة.

التساؤل الرئيسي: كيف يمكن لاستراتيجية الاتصال التسويقي أن تكون فعّالة في بناء صورة جيدة عن المؤسسة؟

تساؤلات الدراسة:

- ماذا نعني بالاتصال التسويقي؟
- ما المقصود بصورة المؤسسة؟
- كيف يمكننا وضع الاتصال التسويقي في قالب استراتيجي؟
- كيف يمكننا قياس أو تقسيم هذه الاستراتيجية؟

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي.

أداة الدراسة: الاستمارة.

عينة الدراسة: قسدية وزعت على 3 بلديات من ولاية تيزي وزو.

نتائج الدراسة:

- صورة المؤسسة هي اجتماع مختلف الصور المكونة للمؤسسة.
- تقوم الجماهير بانتقاء وتبسيط المعلومات من مختلف المصادر تشكل شخصية منحازة.
- الصورة ثابتة نسبيا لذلك فهي تعتبر هدف مستمر يجب إتياعه من خلال تقييم استراتيجية الاتصال التسويقي.
- تساهم الاستراتيجية في تأطير الاتصال التسويقي من أجل الوصول إلى صورة جيدة للمؤسسة.
- توفر الامكانيات المادية والبشرية والتنظيمية يسمح لمجمع صيدال بتطوير الاتصال التسويقي والمساهمة في تحسين الصورة.
- غياب متخصصين في مجال الاتصال والتصميم بحيث يتم الاستعانة بمختصين خارجيين.
- عدم الاهتمام الكافي بتقييم استراتيجية اتصال المنتج وكذا عدم الاهتمام بتقييم نتائج اتصال المؤسسة.

نقد الدراسة:

قامت هذه الدراسة بالتطرق لموضوع صورة المؤسسة وهو جزء من دراستنا وركزت على دور الاتصالات التسويقية في بناء صورة جيدة عن المؤسسة لدى الأطباء الذين يعتبرون جمهور خارجي لهذه المؤسسة، وعليه

هدفت إلى معرفة آليات تحسين الصورة في حين تهدف دراستنا إلى معرفة ماهية الصورة الذهنية وهنا نقطة اختلاف إضافة إلى الاختلاف في المجال الزماني والمكاني. شملت الدراسة مختلف الإجراءات المنهجية باستثناء المدخل النظري والذي يعد أحد أساسيات البحث العلمي.

الدراسة الثالثة: من إعداد خلف لافي الحلب بعنوان الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني – دراسة ميدانية. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة والاعلام – جامعة البترا – الأردن، 2014.

ملخص الدراسة:

التساؤل الرئيسي: ما الصورة الذهنية لرجل الأمن عند الرأي العام الأردني؟ وما العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الصورة؟

التساؤلات:

- ما اتجاهات الرأي العام الأردني نحو رجل الأمن؟
- ما مصادر الصورة الذهنية السائدة لدى الرأي العام الاردني عند رجل الأمن.
- ما السمات العامة لرجل الأمن في وجهة نظر الرأي العام الأردني؟
- إلى أي مدى ساهمت البنية الاجتماعية في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني؟
- تهدف الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية السائدة لدى الرأي العام الأردني حول رجل الأمن بغية تدعيمها أو تعديلها.

المدخل النظري:

- نظرية المعرفة الإدراكية.
- نظرية التوازن المعرفي.

منهج الدراسة: المنهج الوصفي المسحي.

أداة الدراسة: الاستبيان.

نتائج الدراسة:

- الرأي العام الأردني يحمل اتجاهها ايجابيا نحو رجل الأمن العام.
- أهم مصادر الصورة الذهنية هي التعامل المباشر، التلفزيون، الأصدقاء، شبكات التواصل الاجتماعي.
- التشريعات القانونية تساهم في تشكيل صورة ذهنية إيجابية بشكل إيجابي.
- تساهم وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية بشكل إيجابي.
- تساهم البيئة في تشكيل الصورة الذهنية بشكل إيجابي.

نقد الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية لرجل الأمن العام لدى الرأي العام الأردني، وتعتبر من الدراسات القيمة التي استوفت كافة إجراءات المنهجية المعمول بها في مجال البحث العلمي كما أنها شملت عدد كبير من الباحثين للإجابة على الإشكالية المطروحة. وتتفق هذه الدراسة مع جوانب كثيرة من دراستنا الحالية التي تهدف إلى معرفة الصورة الذهنية حول المؤسسة العمومية الاستشفائية، وكذلك في عدة إجراءات منهجية مثل المدخل النظري، المنهج المتبع، المفاهيم والمعلومات النظرية. واختلف في بعض النقاط كحجم العينة، المجال الزمني والمكاني ..

الدراسة الرابعة: من إعداد حجو يوسف بعنوان: تسويق صورة المؤسسة العمومية لاستشفائية (الملتقى الوطني حول الصحة وتحسين الخدمات الصحية في الجزائر - بين إشكالية التسيير ورهانات التمويل يومي 10 و 11 أفريل 2018).

ملخص الدراسة:

إشكالية الدراسة: إلى أي مدى تساهم عملية بناء وتسويق صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية في تحسين جودة الخدمات الصحية؟

التساؤلات الفرعية:

- ما المقصود بصورة المؤسسة، وماهي أنواعها وخصائصها؟
- ما هو واقع صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية؟

- ما هي أهم المتطلبات لإعادة تشكيل صورة جيدة للمؤسسات العمومية الاستشفائية؟

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي.

أهمية البحث: تكمن في دور تسويق صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية في تحقيق الطلبات المتزايدة على الخدمات الصحية.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى توضيح المفاهيم النظرية للصورة الذهنية ودور البيئة في تشكيل وتحسين صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية.

النتائج:

- الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية هي صورة سلبية نتيجة اجتماع عدة عوامل.
- سوء التسيير.
- الصراعات التنظيمية داخل المستشفى.
- الممارسات غير الأخلاقية.
- الأخطاء الطبية.
- تأثير البيئة الخارجية الجزئية والكلية.

نقد الدراسة:

يعتبر موضوع هذه الدراسة من اقرب المواضيع لدراستنا حيث تطرق الباحث إلى صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية. جاءت هذه الدراسة منقوصة من بعض الإجراءات المنهجية كالمدخل النظري، تحديد العينة، وقد جاءت على شكل وصف عام لواقع المؤسسة العمومية الاستشفائية دون تخصيص ولكن هناك اتفاق بينها وبين دراستنا خصوصا في الجانب النظري.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة، استفدنا من الجوانب التالية:

- ضبط عنوان الدراسة.
- التعرف على أهم المناهج والأساليب المستخدمة وكذا الأدوات المستعملة في جمع البيانات.
- الاطلاع على الاستمارات ومعرفة كيفية صياغتها.
- التعرف على أهم المداخل النظرية.
- الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على أهم المعلومات النظرية والمراجع المستعملة.
- الاستفادة من النتائج المتوصل إليها.

الإطار النظري للدراسة

1- الصورة الذهنية للمؤسسة.

2- المؤسسة العمومية الاستشفائية.

1- الصورة الذهنية للمؤسسة

- 1-1- نشأة وتطور الصورة الذهنية للمؤسسة
- 1-2- خصائص وأنواع الصورة الذهنية للمؤسسة
- 1-3- أبعاد ومكونات الصورة الذهنية للمؤسسة
- 1-4- عوامل تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة
- 1-5- دور وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة
- 1-6- أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة
- 1-7- قياس الصورة الذهنية

1- الصورة الذهنية للمؤسسة:

1-1- نشأة وتطور الصورة الذهنية للمؤسسة:

عرف مفهوم الصورة الذهنية اهتمام واسع عند العلماء والباحثين باختلاف تخصصاتهم وتوجهاتهم وامتدت جذوره الى فترات قديمة وثقافات مختلفة . فعند قدماء العرب يعتبر العالم العربي ابن سينا أن الأشياء لها وجودان، وجود خارج الذهن يسمى الأعيان، ووجود في الذهن يسمى التصور. وعليه فهو يسمى صور الأشياء الموجود في عقل الإنسان بالتصور . أما الشريف الجرجاني يعتبر الصورة نوعان: صورة جسمية خارجية تعبر عن صورة الشيء عند تواجدها في الخارج وصورة نوعية وهي ذهنية تمثل كيفية تصور الشيء في الذهن. أما حديثا فقد ظهر مصطلح الصورة الذهنية سنة 1908 على يد العالم Graham Wallas والذي أشار في كتابه الطبيعة البشرية والسياسية إلى أن الناحيتين في حاجة إلى شيء مبسط ومنظم عند الثقة في مرشح ما. ويعد ليبمان W.Lippman من الرواد الأوائل الذين تناولوا الصورة الذهنية، من خلال كتابه الرأي العام Public opinion الذي نشره عام 1922. ويرى ليبمان أن فهم الانسان للعالم الذي يعيش فيه يتأتى على مراحل من النضج والتطور والحصول على المعلومات وأن تصرفات الناس ومواقفهم مبنية على الصورة الذهنية التي يكونها على أنفسهم وعلى الآخرين وتتكون هذه الصور نتيجة الاتصال الشخصي بالأهل والأصدقاء إضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري. وأن أي سلوك أو استجابة هو نتيجة للتوقعات والصور الذهنية المدركة. (فهيم خوخة، 2007، ص.65).

وفي عام 1958 قام مركز بحوث الرأي العام في برنستون بالولايات المتحدة الأمريكية بدراسة عن صورة المؤسسة واحتمالات تطورها وكذا التغييرات التي تطرأ عليها، وقد زاد الاهتمام بها لدى المؤسسات ابتداء من 1959 وتبلورت المفاهيم المتعلقة بالصورة الذهنية واتسع نطاق استعمالها تزامنا مع تنامي وظيفة العلاقات العامة وتأثيرها الكبير خصوصا في الولايات المتحدة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين. وكان لظهور كتاب تطوير صورة المؤسسة للكاتب الأمريكي لي بريستول 1960 الأثر البالغ في نشر مفهوم الصورة الذهنية بين رجال الأعمال وتم استخدامه في المجال التجاري، السياسي، الاعلامي، المهني ... إضافة إلى دخولها إلى مجال العلاقات الدولية بشكل جلي من خلال كتاب السلوك الدولي عام 1965 تأليف هاربارت كليمان مع مجموعة من علماء النفس والباحثين في مجال العلاقات الدولية (حجاب، 2007، ص.166).

وعلى صعيد آخر اهتمت الدراسات السياسية بصورة القيادات السياسية وتأثيرها على صورة الشعب من جهة وكذا تأثيرها على السلوك الجماهيري. كما اهتمت الابحاث الاعلامية بدراسة صورة قطاعات المجتمع من خلال ما يقدم من مضامين إعلامية وكذا صورة وسائل الاتصال الجماهيري لدى الجماهير وانطباعاتها عنها. أما في مجال العلاقات العامة فاهتمت هذه الأخيرة بدراسة صورة الشخصيات القيادية وكذا المؤسسات المختلفة للتعرف عن نظرة الجمهور تجاهها، والوقوف على مواطن القوة والضعف وكذا دراسة العوامل المؤثرة في دراسة الصورة الذهنية. وأصبحت الصورة تعبر عن واقع المؤسسة وكل ما يتصل بها ويصدر عنها ككيان المجتمع.

ومع التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال والانفتاح الكبير على المحيط العالمي إضافة إلى دور شبكة الانترنت بخدماها (مواقع تواصل اجتماعي، إعلام جديد ...). أصبح الاهتمام بالصورة الذهنية ضرورة حتمية، فقد دخلت في استراتيجيات المؤسسات وخصصت لها برامج وميزانيات وإدارات خاصة تقوم على رسم الصورة وقياسها باستخدام الأساليب العلمية الحديثة.

1-2- خصائص وأنواع الصورة الذهنية للمؤسسة:

1-2-1 خصائص الصورة الذهنية للمؤسسة:

تتميز الصورة الذهنية بمجموعة من الخصائص تتمثل في:

- الصورة الذهنية للمؤسسة هي عبارة عن انطباعات عقلية ذاتية تتكون في اذهان الأفراد أو الجماعات وتتشكل اتجاهاتهم و مواقفهم وأحكامهم اتجاه المؤسسة (عجوة، وكريمان، 2008، ص.129).
- الصورة الذهنية هي مجموعة من الادراكات الذهنية تكون بصورة تلقائية بسيطة أو صورة كامنة أكثر عمقا وتحديدا. (Revie J Lend , et D.Lindon, 2000, P 754)
- هي عملية معرفية تمر بمراحل العمليات المعرفية من إدراك وفهم وتذكر.
- هي عملية نفسية كونها تخضع لانفعالات داخلية وأبعاد شعورية.
- الصورة الذهنية تتسم بالديناميكية والقابلية للتغيير والتفاعل المستمر مع المتغيرات الذاتية للأفراد أو تلك الخاصة بالمؤسسة نفسها أو المؤسسات المنافسة لها، كما تتفاعل مع المتغيرات المجتمعية المختلفة.

- عدم الدقة: يرحح الكثير من الباحثين أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة باعتبار الأفراد يميلون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم مقدرتهم على جمع المعلومات الكاملة وبالتالي قد يكونون صورة خاطئة أو مشوهة.
- الثبات ومقاومة التغيير: تميل الصورة الذهنية إلى الثبات ومقاومة التغيير وتعدد العوامل المؤثرة على كيفية التغيير المحتمل، فبعض المتغيرات تتعلق بالصورة ذاتها والبعض الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.
- التعميم وتجاهل الفروق الفردية: إذ تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه بحيث يتم الحكم مثلاً على صورة جميع مؤسسات بلد ما بالإيجاب أو السلب من خلال صورة مؤسسة واحدة رغم وجود اختلافات وفروقات بكل مؤسسة.
- التنبؤ بالمستقبل: تساعد الصورة الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور اتجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالانطباعات والاتجاهات المكونة لدى الأفراد تنبئ بسلوكيات قد تصدر على الجماهير مستقبلاً.
- تخطي حدود الزمان والمكان: لا تتوقف الصورة الذهنية عند حدود معينة، فيمكن تكوين صورة ذهنية على الماضي أو الحاضر أو المستقبل وعن أماكن مختلفة وفق مدركات الأفراد ومعارفهم وقدراتهم على التخيل والاستنتاج.
- الصورة الذهنية قابلة للقياس باستخدام أساليب البحث العلمي ويمكن التعرف على طبيعة الصورة المتكونة لدى الجمهور وتقدير أية تغييرات تطرأ سواءً بالإيجاب أو السلب.
- الصورة الذهنية تمثل انطباعاتاً عقلية كلياً للمؤسسة أو جزئياً لأحد مكوناتها مثل صورة الإدارة أو العلامة التجارية أو الموظفين أو التكنولوجيا المستعملة.
- الصورة الذهنية للمؤسسة مقصودة ومخطط لها بعناية وهي بذلك تختلف عن الصورة النمطية التي يكوّنها الأفراد.

1-2-2 أنواع الصورة الذهنية للمؤسسة:

هناك عدة أنواع للصورة الذهنية للمؤسسة تندرج ضمن تصنيفات مختلفة قدمها باحثين وأهمها:

- **تصنيف حفكينز (حسب المنشأ): وتضم الأنواع التالية:**
 - **الصورة المرآة:** هي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها.
 - **الصورة الحالية:** تعكس الطريقة التي ينظر بها الجمهور الخارجي للمؤسسة، وتعتمد على الخبرة والتجربة ومدى تدفق المعلومات للجمهور، وما تتميز به تلك المعلومات من فقر أو ثراء، و القدرة على تحقيق الفهم المتبادل. فالصورة الذهنية الصحيحة هي نتاج الانطباع الصحيح.
 - **الصورة المرغوبة:** هي الصورة التي تهدف المؤسسة إلى تحقيقها أي ما ترغب في توصيله عن نفسها إلى الجمهور، وقد أشار Borger إلى أن المؤسسة يجب أن تخطط لصورتها في أذهان جمهورها بشكل جيد بحيث تكون واضحة وبدون غموض. (مقري ، ويحياوي، 2015، ص.166).
 - **الصورة المثلى:** هي أمثل صورة يمكن أن تتحقق، وتمثل تطابق لأقوال المؤسسة مع أفعالها، مع الأخذ بعين الاعتبار المؤسسات المنافسة وجهودها في التأثير على الجماهير.
 - **الصورة المتعددة:** تحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمؤسسة، يعطي كل واحد منهم انطبعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي أن يؤدي هذا التعدد إلى صورة ايجابية وأخرى سلبية أو الجمع بين الصورتين في صورة موحدة تغطي عليها العناصر الايجابية أو السلبية تبعا لدرجة تأثير كل واحد منهما على هؤلاء الأفراد.
- **تصنيف ويستفالين Westphalen:** يرى أن أنواع الصورة الذهنية تتمثل في:
 - **الصورة الذهنية الذاتية:** هي احساس المؤسسة بنفسها، وأن بناء صورة ذهنية ناجحة يتطلب من المؤسسات أن تبدأ بتغيير صورتها الذاتية، ويقع ذلك على الأفراد العاملين في المؤسسة ويعمل الاتصال الذي يجري بينهم وبين الجمهور على تقوية أو اضعاف الصورة لديهم.
 - **الصورة الذهنية المدركة:** هي تلك الصورة التي يرى الأفراد من خلالها المؤسسة وتتوقف قوتها في مدى وجودها في ذاكرتهم وسهولة استرجاعها بفعل حملها للمعاني والدلالات الايجابية ويعكس الإدراك عند الأفراد حقيقتهم وهو إدراك شخصي يؤثر على قراراتهم. (الورثياني، 2016، ص143).

- **الصورة المرغوبة:** وهي ما ترغب وتخطط المؤسسة بلوغه في أذهان جمهورها بشكل جيد، بحيث تكون واضحة ودون غموض.
- **تصنيف ف-موريل (Morel.ph):** وتنقسم إلى الأنواع التالية:
 - **الصورة المؤسساتية:** تكون على المستوى الوطني أو الدولي من جهة، وتخص الجمهور العام من جهة ثانية. وهي تتطور بفضل اتصال يعتمد على القيم التي تمثلها المؤسسة وتعبّر عنها. خاصة في القطاعين الاقتصادي والاجتماعي.
 - **الصورة المهنية:** ترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة وبكيفية أدائها له.
 - **الصورة العلائقية:** تتطور من خلال تواصلها القبلي أو البعدي مع جمهورها الداخلي والخارجي.
 - **الصورة العاطفية:** ترتبط بالأبعاد الوجدانية وخصائص الفرد وميولاته العاطفية وتعد من أقوى العوامل الدافعة للسلوك الايجابي وقد تؤثر بشكل سلبي ويتحدد ذلك من خلال نوعية العلاقة بين المؤسسة والجمهور. (دليو، 2009، ص.53)
- **التصنيف حسب النتيجة:** وتنقسم إلى الأنواع التالية:
 - **الصورة الايجابية:** هي التي تبني على انطباعات طيبة وسمعة حسنة عن المؤسسة مما يؤدي إلى تكوّن اتجاهات ايجابية لدى الآخرين. وعادة ما ترتبط هذه الايجابية بأساليب الإقناع الفعالة المعتمدة على المصادقية والحجة المنطقية، وكذا استخدام الاستمالات العاطفية. وتحقيق هذه الصورة يحتاج إلى بيئة خارجية مناسبة وإلى ثقافة عامة تتيح إمكانية قبول هذه الصورة واقتناع الجمهور بها (يوسف، وعبد، 2004، ص.35).
 - **الصورة السلبية:** هي الصورة التي تبني على انطباعات سيئة عن المؤسسة أو الأشخاص، وتؤدي إلى تكوين مشاعر واتجاهات سلبية لدى الآخرين، كما أن الصورة السلبية هي الآثار المترتبة على وجود تراكمات لمشاكل داخل المؤسسة أو محيطها أو تاريخها وانجازاتها (فاروق صالح، 2019، ص.94).
 - **الصورة الناتجة عن أزمة:** هي صورة مؤقتة نشأت عن أزمات في المؤسسة وتؤدي الى استجابات عاطفية سريعة، وهي صورة مشوهة تعدّ من أخطر الصور الذهنية التي تتعرض لها المؤسسات وقد تكون لها تداعيات وخيمة، وعليه على القائمين بالاتصال داخل المؤسسة تكثيف جهودهم والتواصل مع الجماهير وتزويدهم بالمعلومات الصادقة والدقيقة للمحافظة على المصادقية وتحسين الصورة.

• التصنيف حسب المقاربة بالمراحل:

مربع الصورة **Le carré de l'image**: تبني العديد من الباحثين هذا التصنيف أمثال ليبيرت (T-LIBEART) ديكودين (DICAUDIN)، لامبين (LAMBIN)، و ماربون (MARION)، حسب هؤلاء تمر الصورة الذهنية للمؤسسة بأربعة مراحل ينتج عنها أربعة أنواع تتمثل في:

- **الصورة الحقيقية**: هي الأكثر موضوعية والأقرب لهوية المؤسسة أطلق عليها G-MARION صورة البث L'image diffusées وحسب J-J LANBIN يتم قياسها بالمراجعة الداخلية من خلال نقاط القوة والضعف.

- **الصورة الظاهرة**: هي الصورة التي يتم استخراجها من خلال بحوث التسويق وأطلق عليها G-Marion بالصورة المسجلة l'image depose.

- **الصورة المرجوة**: حسب G-Marion هي الصورة التي تعبر عن إرادة مسيري المؤسسة l'image value.

- **الصورة الممكنة**: أطلق عليها DECAUDIN الصورة المنقولة L'image transmise (l'image possible)، وهي الصورة التي تظهرها المؤسسة بالنظر على معوقات السوق وموقع المنافسين (قاشي، وبوردجة، 2018، ص. 148).

3-1 أبعاد ومكونات الصورة الذهنية للمؤسسة:

1-3-1 أبعاد الصورة الذهنية:

أجمع معظم الباحثين أن الصورة الذهنية هي مجموعة من المدركات التي استقرت في مساحة الوعي لدى الأفراد بحيث تتحكم في ردود أفعالهم وتشتمل على ثلاثة أبعاد أساسية وهي:

• **البعد (المكون) المعرفي: cognitive copnent**

يقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا ما يتعلق بأشخاص أو مؤسسات مثل معرفة تاريخها، سياساتها ... وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبني عليه الصورة الذهنية حول ذلك وناء على دقة المعلومات والمعارف التي يتم الحصول عليها تكون دقة الصورة الذهنية. ووفقا للبعد المعرفي فإن

الأخطاء المتكونة في الصورة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة عن المعلومات والمعرف الخاطئة التي تحصل عليها هؤلاء. (قاشي، وبودرجة، 2018، ص.124).

وعليه فإن معارف الفرد محدّد أساسي لسلوكياته مثل ثقافته، مفهومه عن ذاته، معارفه المكتسبة ...

• البعد (المكون) العاطفي: Affective component

يتضمن تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو ايجابية تجاه موضوع أو قضية أو مؤسسة في إطار مجموعة من الصور الذهنية التي يكوّنها الأفراد، حيث يتشكل الجانب الوجداني مع المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كوّنها الفرد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد واتجاه المؤسسات أو الأشخاص.

ويتأثر البعد الوجداني بمصادر المعرفة وسمات الأفراد وطبيعتهم ويتكون البعد الوجداني من جانبين أحدهما خارجي يمثل الانفعال الذي يلاحظه الآخرون المحيطين بالشخص كتعبير للشعور الداخلي، أما الجانب الآخر فهو داخلي لا يمكن ملاحظته لأنه خبرة ذاتية.

• البعد السلوكي: Behavioral component

يعكس سلوك الفرد طبيعية الصورة المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة. ويظهر هذا المكون في بعض السلوكيات المباشرة الظاهرة مثل التحيز ضد جماعة ما، مؤسسة معينة، أو بعض السلوكيات الباطنة (التقسيم السلي، الاستعلاء، الازدراء...). (منصور ندا، 2014، ص.30).

1-3-2 مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة:

الصورة الذهنية للمؤسسة هي محصلة امتزاج وتفاعل عدة مكونات وتتمثل فيما يلي:

• صورة العلامة التجارية Brand Image: العلامة هي رمز يعمل على التمييز بين سلع أو

خدمات مؤسسة ما عن سلع وخدمات مؤسسة أخرى (Panzol, 2000, P.7).

أما صورة العلامة التجارية هي الصورة الذهنية التي يكوّنها المستهلك عن علامة تجارية (السعيد عبد الفتاح، 1993، ص.114).

فالصورة هي ترجمة لمختلف الرموز (الاسم، الرمز المرئي) لدى الجمهور. (Kapferer, 2004, P.31).

- **صورة المنتج الخدمة Products services image**: منتجات أي مؤسسة أو خدماتها ومدى جودتها وتميزها وقدرتها على التكيف مع اتجاهات جمهورها يساهم في تكوين صورة طيبة عنها لديه.
- **صورة إدارة المؤسسة Management image**: إن صورة إدارة المؤسسة أو فلسفة الغدارة في القيادة وفي قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقاتها مع مختلف الأطراف من المكونات المهمة لصورتها الذهنية لدى جماهيرها.
- **أداء موظفي المؤسسة Employées image**: تتمثل في قدرة موظفي المؤسسة على تمثيلها بشكل مشرف لدى جمهورها خلال المعاملة الحسنة وكفاءة وسرعة أداء المهام المنوطة بهم مع ضرورة التعرف على الصعوبات والمشكلات بين المؤسسة والجمهور والاسراع في معالجتها، وهذا ما يعطي انطبعا إيجابيا حول المؤسسة ويعزز ثقة جماهيرها.
- **كفاءة اتصالات المؤسسة**: تؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسة مع الجماهير الداخلية وما تنقله في رسائلها في تكامل اتصالات المؤسسة وتوضيح هويتها وفلسفتها للجماهير. إذ يجب أن يكون توقيت الاتصال مناسب وكذا رسائل ووسائل الاتصال.
- **برامج المسؤولية الاجتماعية**: تعتبر برامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية جزء من مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة لأنها تجسد السلوك الأخلاقي للمؤسسة اتجاه المجتمع والجمهور الداخلي والخارجي وهو عامل مؤثر على عواطفه وكسب ثقته وتأييده.
- **صورة المؤسسة ككل (الصورة العضوية) Corporate image**: هي عبارة عن مجموعة من الانطباعات التي يحملها الفرد نحو المؤسسة ككل ويكون ذلك من خلال توفير مناخ مناسب للعمل (صحة العاملين، الخدمات الاجتماعية، الحوافز، ...) كذلك المظهر الخارجي (مباني، أثاث، نظافة، مدى راحة الجمهور أثناء تعامله مع المؤسسة يكون كل هذا انطباعات الجمهور حول المؤسسة. (منير حجاب، 2007، ص.183).
- من جهة أخرى ترتبط الصورة الذهنية بعدة مكونات يكون أساس بنائها ومحافظتها على قوتها واستمرارها وأهمها: (منير حجاب، 2003، ص.1475).
- **إسم المؤسسة**: اختيار الاسم له أهمية كبيرة بالنسبة لشخصية المؤسسة وخدماتها وتزداد القدرة على تذكر الاسم إذا كانت له دلالات لها أهمية لدى الجمهور.

- **الأشكال المادية:** تتمثل الأشكال المادية في الأثاث المستخدمة من طرف المؤسسة ويجب أن يتناسب مع شخصية المؤسسة وأن يتغير للأحسن حتى تترك المؤسسة صورة طيبة ومميزة في أذهان الجماهير.
- **الشعار والرمز:** الشعار عبارة مختصرة سهلة التذكر تعبر عن فكرة أو هدف أو وجهة نظر وتهدف عادة إلى إقناع الجماهير المستهدفة، يستخدم في زمن معين دون غيره نتيجة التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية...، ويعمل الشعار على ترك انطباع معين بمجرد سماعه أو قراءته ويجسد الاتجاهات الأساسية للمؤسسة والأهداف المرجوة. (قاشي، وبودرجة، 2018، ص.133).

1-4 عوامل تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة:

يتأثر تشكيل الصورة الذهنية بالبيئة التي يعيش فيها الفرد وطبيعة المواقف ونوعية المعلومات التاريخية وطبيعة العلاقات الأسرية وعلاقات الصداقة والسلوكيات السائدة في المجتمع وكذا نوعية المشاعر والأحاسيس والانفعالات. كما تتأثر بالأحداث المثيرة مثل الحروب والأحداث السياسية الهامة وكل هذا يؤدي إلى إحداث انطباعات إيجابية أو سلبية. (إبراهيم عبد الرزاق، والسرموك، 2011، ص.72).

ويرى العديد من الباحثين أن أهم العوامل المشكّلة للصورة الذهنية تتمثل في:

1-4-1 العوامل الشخصية: وتتمثل في ما يلي:

- السمات الشخصية للأفراد (التعليم، الثقافة، القيم ..)
- قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة ودرجة اهتمامه بالمعلومات المقدمة عنها.
- الأحاسيس والمشاعر والانفعالات.

2-4-1 العوامل الاجتماعية: تتمثل في:

- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجمهور.
- تأثير العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والأصدقاء.
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

1-4-3 العوامل التنظيمية:

- الأعمال الحقيقية للمؤسسة، سياساتها، منتجاتها، خدماتها.
- تلعب الأشكال التسويقية دوراً هاماً في تكوين الصورة الذهنية.
- تنظيم الفضاء، تشكيل المباني، الأثاث، الألوان،
- الثقافة التنظيمية للمؤسسة
- تعامل المؤسسة مع جماهيرها المختلفة.
- الأعمال الاجتماعية والإنسانية التي تقوم بها المؤسسة.

1-4-4 العوامل الاتصالية والإعلامية:

- الجهود الاتصالية للمؤسسة والوسائل المستخدمة في ذلك.
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين في المؤسسة والجمهور.
- الرسائل الاتصالية الخاصة بالمؤسسة والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة. (عجوة، وكريمان، 2008 ، ص.139).
- تأثير وسائل الاعلام بحيث تعد من أهم القنوات التي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية في أذهان الناس بسبب قدرتها على التأثير والاستقطاب . (عليوة، 2002، ص.79).
- التغطية الإعلامية للأحداث الخاصة بالمؤسسة في وسائل الإعلام (سلباً أو إيجاباً).
- الجهود الإعلامية للشركات المنافسة وتأثيرها على تشكيل الصورة الذهنية. (منير حجاب، 2007، ص.178).
- الاتصال الرقمي والاعلام الجديد حيث أصبحنا من أهم الوسائل لنقل الصور والأفكار، وتدعيم الصور الموجودة أصلاً في أذهان الناس. (محمد الديسي، 2005، ص.70).
- مواقع التواصل الاجتماعي وكل ما تقدمه شبكة الأنترنت من معلومات وأخبار ...
- تلعب المواقع الالكترونية عبر شبكة الأنترنت دوراً في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة والتأثير على سلوك الجمهور. (جاسم الصميدي، وعثمان يوسف، 2014، ص.122).

1-5 دور وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة:

تلعب وسائل الاتصال دور كبير في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة، وأهم هذه الوسائل هي:

1-5-1 وسائل الاتصال العامة: كل وسائل الاتصال الجماهيري وهي:

- **الصحف:** تتميز بالقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة عن المؤسسة.
- **الإذاعة:** يتخطى حواجز الأمية ويعمل على التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها.
- **التلفزيون:** يعتبر من أحسن الوسائل التي تستخدمها المؤسسة في اتصالاتها التسويقية خصوصا في بناء وتكوين الصورة الجيدة عن المؤسسة.
- **السينما:** من أكثر وسائل الاتصال فعالية في نقل الأفكار وتكوين الإدراكات حول المجتمعات والدول والمؤسسات والشخصيات ويكون الهدف بناء صورة ذهنية معينة.
- **العلاقات العامة:** عنصر فعال في تكوين الصورة الذهنية من خلال مختلف الفعاليات التي تقوم بها المؤسسة وأهدافها المتمثلة أساسا في ربط علاقة طيبة بين الجمهور والمؤسسة وتحسين الصورة. (قاشي، وبودرجة، 2018، ص.160).

1-5-2 وسائل الاتصال الخاصة: وتتمثل في:

- **الأحداث الخاصة:** كالمعارض، الزيارات إلى المؤسسة ..
- **الاتصال الشخصي:** تتخذ الصور التالية: الخطب الرسمية مناقشة المتخصصين، المناقشات المفتوحة.
- **مجلة المؤسسة:** تعبر عن شخصيتها وتعرض أهدافها وسياساتها ودورها في خدمة المجتمع.
- **النشريات والكتيبات:** تشرح فيها المؤسسة برامجها وخدماتها ويمكن أن تترك انطبعا جيدا لدى الجمهور.
- **التقارير السنوية:** تضم إنجازات المؤسسة السنوية وما تم تحقيقه وتعطي شفافية ومصادقية للمؤسسة.
- **شبكة الانترنت وخدماتها:** تقوم المؤسسات بنشر معلومات وبيانات عبر مواقعها الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي: فايسبوك - تويتر - يوتيوب ... وتتمكن من خلالها من ربط صلة مع جمهورها وهي وسيلة فعالة للتفاعل والنقاش. (قاشي، وبودرجة، 2018، ص.163).

6-1 أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة:

- الصورة الذهنية هي أحد الموارد غير الملموسة التي تساعد المؤسسة على الحفاظ على وجودها وتحقيق الاستمرارية والتطور.
- تساهم الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة في زيادة قدرة الإدارة العليا في اتخاذ القرارات الصائبة ورسم خطط طموحة للتوسع والانتشار وتشجيعها على تحقيق المزيد من الأهداف (المحمود، 2011، ص.102).
- تساعد على تحسين جودة الخدمات وزيادة القدرة الانتاجية للعاملين داخل المؤسسة بحيث أن القدرات تتزايد كلما زاد رضا العاملين في المؤسسة وكانت تصوراتها لديهم إيجابية.
- تساهم الصورة الذهنية على انخفاض المشاكل العمالية وارتفاع الروح المعنوية لجمهور الداخلي وبالتالي زيادة الكفاءة الانتاجية. (صالح، 2005، ص.296).
- تساعد في جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسة ونشاطاتها.
- تعمل على توليد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة.
- تساهم في استقطاب الكفاءات المؤهلة للمؤسسة.
- تساعد في إبراز التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية ودورها في خدمة المجتمع والبيئة.
- تعتبر الصورة الذهنية أداة تمييز بحيث تميز المؤسسة على منافسيها وتعمل على استمالة الجمهور وكسب ولاءه من خلال تطوير اتجاهات إيجابية لصالحها. (قاشي، وبودرجة، 2018، ص.126).
- تساهم الصورة الذهنية في تكوين آراء واتجاهات الجمهور وتفسير مواقفه في الحياة الاجتماعية وكذا التنبؤ بسلوكياته، فسلوكيات الأفراد نفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم.
- تساهم الصورة الذهنية في امكانية مشاركة الجماهير في أنشطة المؤسسة وتطوير العلاقات الجيدة بين المؤسسة وجمهورها. (محمد الدليمي، 2011، ص.74).
- تحافظ الصورة الذهنية على تأييد الجمهور للمؤسسة خصوصاً وقت الأزمات.
- تساعد الصورة الذهنية الجمهور في معالجة المعلومات من خلال مجموعة من المعطيات والتصورات والمعلومات التي تصنعها المؤسسة في قوالب جاهزة تسهل على الجمهور التعرف على الخدمات والمنتجات وتحدد سلوكه اتجاهها. (Lendrevie, J et Brochand, B, 2011, P.149).

- تؤدي الصورة الذهنية دورا مهما في إثراء أو تقديم الرؤية المتكاملة للدراسات الإعلامية والإدارية والاجتماعية والنفسية بحيث تقوم بدور مؤثر في السلوكيات واتخاذ القرارات المختلفة.
- زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع. (مجيد الشطي، 2013، ص.29)

7-1 قياس الصورة الذهنية:

يعد قياس الصورة الذهنية من العمليات الأساسية التي توفر للمؤسسات قاعدة من المعطيات والبيانات حول مكانتها لدى جماهيرها وأهم نقاط قوتها وضعفها، وتتم عملية القياس وفق منهجية علمية إما بالبحوث النوعية أو البحوث الكيفية:

• البحوث النوعية:

- يتم استخدام أساليب البحث النوعي للكشف عن الصفات المميزة للصورة.
- وضع نموذج لاستطلاع الرأي تقدم الجماهير من خلاله تقديراتهم وتصنيفهم المؤسسة ومنافسيها.
- إجراء تحليل للأرقام الإحصائية بغية تحديد وقياس نقاط القوة والضعف فيها.
- يعتبر البحث النوعي أفضل طريقة للكشف عن الخصائص التي يستعين بها الجمهور في وصفه لصورة المؤسسة ومن الأساليب الأكثر رواجاً فيها:
- فحص الإدارة لأفكارها ودوافعها.
- إجراء مقابلات مع بعض الأفراد المهمين من أصحاب المصلحة.
- إجراء مقابلات مركزة مع جماعات منتقاة.

يمكن هذا النوع من البحوث من تزويد المؤسسة بالمعلومات حول صورتها وكذا رغبات وحاجيات جماهيرها وتوظف نتائج البحوث في إحداث التغييرات اللازمة وإعادة بناء الصورة.

• البحوث الكمية: فبإمكانها قياس الصورة عبر الطرق التالية:

- طريقة الاستفتاء
- طريقة المسح
- طريقة تحليل المضمون

وكل هذه الطرق تعتمد على أساليب خاصة وتعتمد على الإحصاء والأرقام.

كما يتم الاعتماد على مقاييس معينة مصممة من طرف المختصين لتحديد الصورة وهي:

● **مقياس مدى المعرفة والتفضيل Familiarity Favorability Measurement :**

يتم فيها مدى معرفة الجمهور بالمؤسسة وهل ارتقت إلى مستوى تفضيله أم لا ويتم طرح السؤال ما مدى معرفتك بالمؤسسة

لم أسمع بها مطلقا	سمعت بها	أعرف القليل عنها	أعرف ما هو كاف عنها	أعرفها جيدا
-------------------	----------	------------------	---------------------	-------------

إذا تركزت الإجابة على 3 فئات الأولى المؤسسة تعاني مشكلة في المعرفة والإدراك.

أما سؤال التفضيل: ماهي درجة تفضيلك للمؤسسة

لا أفضلها إطلاقا	لا أفضلها	محايد	أفضلها	أفضلها كثير
------------------	-----------	-------	--------	-------------

إذا تركزت الإجابات فب أول فئتين فالمؤسسة تعاني مشكلة في صورتها.

● **مقياس التمايز للمعاني المتضادة: (Semantic differential)**

وهناك من يسميه مقياس الفروق ذات الدلالة، يتم فيه قياس الصورة الذهنية بالاعتماد على معايير مناسبة تتضمن مجموعة من الصفات المتضادة.

ومن أهم المعايير:

- معيار التقسيم: جيد - سيء.
- معيار القوة والفعالية: (قوي-ضعيف) قوة المؤسسة أو ضعفها.
- معيار النشاط: (تنمو بسرعة - لا تنمو بسرعة).

ويتم من خلال هذه المعايير استخراج أهم الخصائص المدركة عن المؤسسة وبيان نقاط قوتها أو ضعفها.

- **مقياس الأبعاد المتعددة:** من المقاييس الأكثر تعقيدا يتم دراسة صورة مؤسسة بالمقارنة مع مؤسسات مماثلة وبعد سلسلة من الحسابات يتم رسم خريطة إدراك المستهلك ومعرفة صورة المؤسسة لدى جمهورها ومكانتها من بين المؤسسات الأخرى.
 - **المقياس المباشر للمواقف:** يشبه هذا المقياس طريقة التمايز للمعاني المتضادة Semantic differentiation ويتضمن تطوير طريقة لقياس الصورة الذهنية من ناحيتين:
 - المعتقدات حول الآثار السلبية والإيجابية الناتجة عن سلوك معين مثال إجراءات دخول المستشفى أو الدفع .. الخ
 - التركيز على السلوك (حامد الضمور، 2015، ص.197).
- إن قياس الصورة الذهنية عملية معقدة إلى حد ما وتحتاج إلى جهود صعبة، لذلك فمن الممكن الوصول إلى نتائج دقيقة من خلال الاستعانة بشركات متخصصة في الأبحاث وضرورة مواكبة الأبحاث ومتابعتها والاستفادة منها للوصول إلى معلومات صادقة وحقيقية تفيد في تصحيح الصورة أو إعادة بنائها أو تطويرها حسب المعطيات والمعلومات المتوفرة.

2- المؤسسة العمومية الاستشفائية:

1-2 التطور التاريخي للمؤسسات العمومية الاستشفائية في الجزائر

2-2 خصائص المؤسسة الاستشفائية

3-2 أنواع المؤسسات الاستشفائية العمومية

4-2 مكونات المؤسسة الاستشفائية العمومية

5-2 وظائف المؤسسة العمومية الاستشفائية

6-2 مبادئ وأهداف المؤسسة العمومية الاستشفائية

7-2 الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية في الجزائر

2- المؤسسة العمومية الاستشفائية:

1-2 التطور التاريخي للمؤسسات العمومية الاستشفائية في الجزائر:

عرفت المؤسسات الاستشفائية العمومية في الجزائر عدة تطورات عبر مراحل متلاحقة من تاريخها، تغيرت فيها منظومتها الصحية تبعاً لتغير الظروف والأوضاع. وأهم هذه المراحل تتمثل في:

- **مرحلة العهد العثماني:** اهتم كبار المسؤولين في الدولة من باشوات وبايات بصحتهم وجلبوا أطباء أوروبيين تاركين الطب التقليدي لعامة الناس. ووجدت في هذه الفترة بعض المصحات مثل مصحة باب عزون في الجزائر. أتاح حرية ممارسة الطب حتى للأجانب إنشاء مستشفيات أوروبية في الجزائر، وكان أول مستشفى عام 1509 لـ Xemenes بوهرا، ومستشفى الراهب سيباستيان عام 1551، وأسس الراهب كبوشي أكبر مستشفى في مدينة الجزائر عام 1575، كما تم عام 1614 إنشاء مستشفى Saint Bernadin من طرف D.Antonie Compoig Morta. (حاروش، 2008، ص.132).
- **مرحلة الاحتلال الفرنسي:** بعد احتلال فرنسا للجزائر عام 1830 مارست سياسة القمع، وانتشرت الأمراض والأوبئة، وكانت توجد خمس مستشفيات في الجزائر بأكملها (الداي بالعامية، الدويوة، قالمه، مستغانم، وهران).
- في الفترة من 1830-1850: كانت هناك هياكل استشفائية تعالج الفرنسيين والأوروبيين وبعض الجزائريين العاملين.
- في الفترة ما بين 1850-1945: تم إنشاء مقاطعات طبية بعد المصادقة على القانون الخاص بالمستشفيات المدنية والعسكرية وأصبحت هذه المقاطعات مؤسسات عمومية.
- في الفترة ما بين 1945-1962: أدخلت بعض التحسينات على النظام الصحي القائم لصالح الجيش الفرنسي والمستوطنين الأوروبيين وكذا العمال الجزائريين لدى المستعمرين، وبالتوازي مع المستعمر كان هناك تنظيم صحي لجهة التحرير الوطني تميز بالعشوائية وعدم التنظيم ما بين 1954-1956. وبعد مؤتمر الصومام 1956 تم تشكيل مؤسسات استشفائية من مباني وأكواخ ومخابئ

تضم تجهيزات بسيطة وأطباء وممرضين جزائريين منهم من يعمل في المستشفيات الفرنسية تهدف لمعالجة المجاهدين وسكان الدواوير والجبال.

- **مرحلة ما بعد الاستقلال:** ورثت الجزائر غداة الاستقلال وضعية متدهورة في قطاع الصحة سواء فيما يخص الهياكل أو التوزيع غير المتوازن للمؤسسات الاستشفائية وتمركزها في المدن الكبرى وكذا النقص الكبير في الموارد البشرية (أطباء، ممرضين ...)، ويمكن تقسيمها على الفترات التالية:
 - الفترة ما بين 1962-1965: تم وضع مخطط لتكوين كوادر في الصحة وبناء مراكز علاجية وشبكة توزيع الأدوية وكذا إعادة تأهيل البنيات التي خلفها الاستعمار. (مالكي، ...، ص.27).
 - الفترة ما بين 1965-1979: بدا نشاط المعهد الوطني للصحة العمومية الذي أنشأ سنة 1964، وتميزت هذه الفترة ببناء هياكل قاعدية وإعطاء العلاج أولوية عن طريق توفير قاعات العلاج والمراكز الصحية على مستوى البلديات إضافة إلى مجانية العلاج. (حاروش، ...، ص.135).
 - الفترة ما بين 1979-2007: عرف قطاع الصحة في هذه الفترة تطور وصدور القارات والقوانين والمراسيم المنظمة للقطاعات الصحية والمؤسسات الاستشفائية منها:
 - قرار رقم 22 المؤرخ في 1981/09/05 القاضي بتنظيم وتسيير القطاعات الصحية.
 - تم إنشاء هياكل صحية جديدة سنة 1986 وهي المراكز الاستشفائية الجامعية.
 - المرسوم التنفيذي رقم 97-465 المؤرخ في 1997/12/02 المحدد لقواعد إنشاء المؤسسات الاستشفائية وتنظيم سيرها، وبهذا أصبحت المؤسسات الصحية عبر الوطن تقسم إلى المراكز الاستشفائية الجامعية، القطاعات الصحية، المؤسسات الاستشفائية المتخصصة.
 - تم تسمية الوزارة الخاصة بالخدمات الصحية في الجزائر سنة 2002 بوزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات.
 - صدر المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 2007/05/19 القاضي بإنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيم سيرها.
 - يعتبر مرسوم 2007 من أهم الإصلاحات التي مست المؤسسات العمومية الاستشفائية وهدفت إلى تنظيم القطاع الصحي وتحسين الخدمات الاستشفائية وتوفير العلاج للمواطنين.

2-2 خصائص المؤسسة الاستشفائية:

تعتبر المؤسسات الاستشفائية العمومية ذات طبيعة فريدة ومميزة لأن لها سمات وخصائص تنظيمية تميزها عن باقي المؤسسات الخدمية ومن هذه الخصائص ما يلي: (Torrens, 1993, P.142)

- يتميز نشاط المستشفيات بكونه نشاط خدماتي، حيث تسهر المستشفيات على تقديم الخدمات الصحية لجميع المواطنين (غواري، 2016، ص.83).
- يتميز بخدماته المستمرة واستقبال المرضى على مدار اليوم. (توفيق نصيرات، 2006، ص.78).
- الاعتماد على العنصر البشري بحيث تؤثر كفاءة الأطباء وهيئات التمريض والاداريين والفنيين بطريقة فعالة على نشاط المستشفى وتشكل عاملا جوهريا في بناء الصورة الذهنية الايجابية له، من خلال حسن المعاملة والاستقبال والأمانة والكفاءة العلاجية.
- تعتبر خدمات هذه المؤسسة إنسانية بالدرجة الأولى فمدخلاتها إنسانية ومخرجاتها إنسانية تتمثل في رعاية المرضى وتحقيق أهداف اجتماعية (التكافل، التعاون ...)
- لا يمكن توحيد نشاطات هذه المؤسسة أو برمجتها لاختلاف حاجات المرضى ومتطلباتهم الصحية فضلا عن عدم إمكانية قياس نتائج العمل فيها.
- المستشفى نظام مفتوح يحتوي أنظمة جزئية كثيرة تتفاعل مع بعضها البعض، كما تتفاعل مع المحيط الخارجي وتنشأ بينهما صلات ذات تأثير متبادل، ويعتمد نجاحه في أداء وظيفته على درجة التكيف والتكامل مع البيئة الخارجية.
- المستشفى نظام معقد حيث يعتمد على عدد كبير من الأفراد إضافة إلى التخصص الدقيق في أقسامه المختلفة وأساليب التكنولوجيا المستخدمة في الوقاية والعلاج.
- المستشفى نظام متعدد الأهداف يجب إشباعها في وقت واحد مثل هدف تقييم الرعاية الطبية والعلاجية، التعليم والتدريب والتطوير، خدمات وقائية..
- المستشفى نظام يتسم بمحدودية فعالية الرقابة الطبية لأن الأصل هي العلاقة المباشرة بين المريض والطبيب وذلك من منطلق الحرية المهنية للطبيب في مزاولته مهنته، وهذا يعني الحاجة إلى تنمية أساليب الرقابة الذاتية بين كل من الأطباء والممرضين لأن أي خطأ يقعون فيه يصعب محاسبتهم عليه كلية وذلك لعدم وجود معايير لمستوى أداء الأطباء والذات وأساليب العلاج والتشخيص في كل حالة.

- المستشفى نظام يصعب فيه التنبؤ بحجم الطلب المستقبلي على خدماته لأن العلاج مسألة تحكمها عوامل شخصية والأولوية تعطى للحالات المستعجلة.
- المستشفى نظام يعمل تحت ضغوط مستمرة وظروف العمل غير عادية حيث أنه يتعامل مع قضايا الحياة والموت والصحة والمرض مما يصنع عبئا وإرهاقا ماديا ونفسيا على العاملين فيها. (توفيق نصيرات، 2014، ص.59).
- تتميز خدمات المستشفى بكونها عامة للجمهور، وتسعى من تقديمها إلى تحقيق منفعة عامة ولمختلف الجهات والأطراف المستفيدة منها سواء أفراد أو منظمات أو هيئات أخرى (ياسر البكري، 2005، ص.59).

3-2 أنواع المؤسسات الاستشفائية العمومية:

1-3-2 تصنيف المؤسسات الاستشفائية من حيث الملكية في منظومة الصحة في الجزائر:

- المؤسسة الاستشفائية العمومية: وهي محل دراستنا.
- المؤسسات الاستشفائية الخاصة: وهي مستشفيات ذات طابع ربحي مملوكة من شخص أو شركة أو هيئة ... بهدف تحقيق مكاسب ربحية من خلال الخدمة المقدمة. (محمد نذير حريستاني، 1990، ص.45). سنركز في دراستنا هذه على أنواع المؤسسات الاستشفائية العمومية.

المؤسسات العمومية الاستشفائية: تضم عدة أنواع تتمثل في:

- المراكز الاستشفائية الجامعية: عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-467 المؤرخ في 02 ديسمبر 1997 والذي يحدّد قواعد إنشاء المراكز الاستشفائية الجامعية وتنظيمها، المركز الاستشفائي الجامعي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي. مهامها:

- في ميدان الصحة: ضمان نشاطات التشخيص والعلاج والاستشفاء والاستعجالات الطبية والجراحية والوقائية. إلى جانب كل نشاط يساهم في حماية وترقية صحة السكان.
- في ميدان التكوين: ضمان تكوين التدرج وما بعد التدرج في علوم الطب بالتعاون مع مؤسسة التعليم العالي، وتكوين مستخدمي الصحة وإعادة تأهيلهم وتحسين مستواهم.

- في ميدان البحث: البحث في ميدان علوم الصحة وتنظيم المؤتمرات والندوات والأيام الدراسية من أجل ترقية نشاطات العلاج والتكوين والبحث في علوم الصحة. (دهليس، وقرشي، 2018/2017، ص.25).
- المؤسسة الاستشفائية المتخصصة: حسب المادة 02 من المرسوم التنفيذي 97-465 المؤرخ في 02 شعبان 1418 الموافق لـ 02 ديسمبر 1997 والمحدد لقواعد إنشاء المؤسسات الاستشفائية المتخصصة وتنظيمها وسيرها تعرف بما يلي: المؤسسة الاستشفائية المتخصصة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتنشأ بمرسوم تنفيذي بناء على اقتراح من الوزير المكلف بالصحة بعد استشارة الوالي، وتوضع تحت وصاية والي الولاية الجود بها مقرر المؤسسة.
- مهامها:**
- تنفيذ نشاطات الوقاية والتشخيص والعلاج وإعادة التكييف الطبي والاستشفاء.
- تطبيق البرامج الوطنية والجهوية والمحلية للصحة.
- المساهمة في إعادة تأهيل مستخدمي مصالح الصحة وتحسين مستواهم (دهليس، وقرشي، ص.26).
- المؤسسة العمومية للصحة الجوارية: هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوالي وتتكون من مجموعة عيادات متعددة الخدمات وقاعات علاج تغطي مجموعة من السكان.
- مهامها:**
- العلاج الجوارى والرقابة وتشخيص الأمراض.
- تنفيذ البرامج الوطنية للصحة والسكان.
- 2-3-2 تصنيف المؤسسات الاستشفائية العمومية على أساس الحجم:**
- مستشفيات كبيرة الحجم: هي المستشفيات التي تتميز بعدد كبير من الأقسام الطبية وعدد كبير من الأسرة في كل قسم يحتوي على أكثر من 500 سرير.
- مستشفيات متوسطة الحجم: يكون عدد الأسرة فيها ما بين 200-500 سرير وتحتوي على خمسة أقسام طبية رئيسية وتخصصية.
- مستشفيات صغيرة الحجم: يكون عدد أسرته أقل من 200 سرير وتضم أقل من خمسة أقسام طبية وأحيانا تضم تخصصا واحدا.

وبشكل عام تختلف هذه المعايير حسب قوة وضعف قطاع الصحة في الدول.

3-3-2 تصنيف المؤسسات الاستشفائية العمومية على أساس التخصص:

- **مستشفيات عامة:** تتمثل في المستشفيات التي تضم تخصصات طبية مختلفة ومتعددة مثل: أمراض الأطفال، الأمراض الداخلية، جراحة عامة ... الخ.
- **مستشفيات تخصصية:** هي تلك المستشفيات التي تقدم تخصص معين مثل تخصص العيون، تخصص القلب، تخصص الكلى، ... تحاول هذه المستشفيات التعمق في مجال معين. (محمد ذياب، 2009 ، ص.210).

4-3-2 تصنيف المؤسسات الاستشفائية العمومية على أساس التعليم والتدريب:

- **المستشفيات التعليمية:** هي التي يتم فيها تطبيق برامج الإقامة والتدريب والتعليم وتوفر فيها الامكانيات البشرية والمادية والتكنولوجية التي تساهم في تدريب طلبة كليات الطب والتمريض والمهن الطبية المساعدة بالإضافة الى توفر الأجهزة والمعدات والمختبرات ...
- **المستشفيات غير التعليمية:** هي المستشفيات التي لا تتوفر على الامكانيات البشرية والمادية والإقامة، للقيام بتدريب الأطباء والمرضى ... كما تمتاز بصغر حجمها ومحدودية تخصصاتها ويكون موقعها في المدن الفرعية والمناطق قليلة السكن.

5-3-2 تصنيف المؤسسات الاستشفائية العمومية على أسس جغرافية:

يخضع هذا التقسيم إلى الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري للولايات ونجد:

- **المستشفيات المركزية:** تتواجد في الولايات وتقدم خدماتها لتجمعات سكانية متوسطة وتوفر على كافة الامكانيات البشرية والمادية المساعدة في انجاز وظائفها. (محمد نذير حريستاني، 1990، ص.47).
- **مستشفيات مراكز المدن الكبرى:** هي المستشفيات التي تتواجد في العاصمة والولايات الكبرى وتحتوي على أعلى خدمات تخصصية لا تتوفر في مستشفيات أخرى. وتتوفر على إمكانيات بشرية ومادية وتجهيزات كبيرة، وهي مقصد شرائح واسعة عبر الوطن.

- **المستشفيات المحلية الصغيرة:** هي التي تقدم خدمات لتجمعات سكانية قليلة تتعلق بفحوصات طبية، خدمات، رعاية الأمومة والأطفال. (بطرس جلده، 2007، ص.40).

4-2 مكونات المؤسسة الاستشفائية العمومية:

تتألف المؤسسة الاستشفائية العمومية من مكونات متداخلة ومتراصة في نظام متكامل لتحقيق الأهداف المرجوة، تشكل مدخلات ومخرجات وتتمثل في:

- **المدخلات:** يمكن حصر مدخلات المؤسسة الاستشفائية العمومية فيمل يلي: (الدمرداش ابراهيم، 2000، ص.26).
- **الأفراد:** يتمثل عنصر الأفراد في المؤسسة الاستشفائية العمومية من المرضى، الأطباء بمختلف تخصصاتهم، الممرضون، الصيادلة، الموظفون الإداريون، الرؤساء والمديرون، المختصين الفنيين في الأجهزة الطبية، عمال الصيانة، عمال الأمن والحراسة (محمد المصري، 2006، ص.60).
- **المباني والتأثيث:** يشتمل هذا العنصر على المباني، الأقسام، قاعات الفحص والعمليات ... إضافة إلى الأثاث المتعلق بها. أثاث غرف المرضى، قاعات الانتظار، المكاتب ...
- **الأجهزة والأدوات الطبية:** يتمثل في مختلف الأجهزة الطبية مثل أجهزة الأشعة، أجهزة التحليل الطبية داخل غرف العمليات .. إلخ.
- **معدات خاصة:** آلات الغسيل، معدات حفظ الدم.
- **وسائل النقل:** تتمثل في سيارات الإسعاف، سيارات نقل العمال، سيارات نقل المواد والمستلزمات الطبية (المعدات، الأجهزة، الأدوية)، سيارات نقل المواد الغذائية ... إلخ.
- **الطاقة:** تتمثل في الكهرباء، الغاز، الوقود، وغيرها من الطاقات المستخدمة في انجاز مختلف الوظائف والنشاطات، مع ضرورة وجود محركات تخزين طاقة احتياطية تستخدم في حالة حدوث انقطاعات.
- **عمليات تشغيل النظام:** تضم عمليات تشغيل الخدمات التالية:
- تقديم خدمات صحية شاملة.
- تقديم خدمات تعزيز الصحة وإعادة التأهيل.
- خدمات وقائية وعلاجية.

- **المخرجات:** تتمثل المخرجات فيما يلي:
 - حالات تم شفاؤها وحالات أخرى مستعصية.
 - تحسين مهارات الأطباء والمرضى ومختلف العاملين نتيجة عامل الخبرة.
 - مشاكل صحية واجتماعية جديدة إضافة إلى الوفيات.
- **التغذية العكسية:** تتمثل التغذية العكسية في تحول المخرجات إلى مدخلات يعاد معالجتها من جديد للحصول على مخرجات جديدة كإعادة معالجة الحالات المستعصية التي لم يتم شفاؤها (توفيق نصيرات، 2014، ص.78)، تحسين جودة الخدمات من خلال الوقوف على النقائص التي تم تسجيلها. ومعرفة ردود فعل الجمهور (زوار-مرضى) وانطباعاتهم حول الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الاستشفائية العمومية.

2-5 وظائف المؤسسة العمومية الاستشفائية:

تتعدد وظائف المستشفيات العمومية وتختلف حسب حجمها ونوعها وأهدافها وأهم هذه الوظائف تتمثل في:

2-5-1 الوظيفة العلاجية:

تعتبر هذه الوظيفة من أولويات المؤسسات الاستشفائية مهما كان نوعها حيث تقوم بتشخيص الأمراض وتقديم العلاج وإجراء العمليات الجراحية، بالإضافة إلى الخدمات الطبية المساندة مثل التحاليل، الأشعة، الصيدلية، والاهتمام بالأحوال النفسية للمريض وتوفير أسباب الراحة له وللزوار.

2-5-2 الوظيفة الوقائية:

تقوم المؤسسات الاستشفائية العمومية بدور فعال في وقاية أفراد المجتمع من الأمراض والأوبئة، ويعتبر هذا الدور الوقائي من أخلاقيات العمل والالتزام بالمسؤولية الملقاة على عاتقها كمؤسسة اجتماعية من مؤسسات المجتمع المحلي حيث تركز على أهمية نشر الوعي الصحي والارشادات الوقائية ونشر الثقافة الصحية. ويمكن تقسيم الخدمات الصحية إلى ثلاث مستويات:

- **خدمات الوقاية الأولية:** وهي خدمات محدّدة تجرى لوقاية الأفراد من الأمراض مثل حملات التطعيم.
- **خدمات الوقاية الثانوية:** تركز هذه الخدمة على الكشف المبكر على المرض وعلاجه قبل استفحاله.
- **خدمات الوقاية من الدرجة الثالثة:** وهي خدمات متخصصة تقوم على مجهودات فريق متخصص وتهدف إلى إعادة تأهيل المرضى ومصابي الحوادث (التأهيل الطبي).

2-5-3 وظيفة التعليم والتدريب:

تعتبر المستشفيات من أهم المراكز التعليمية والتطبيقية للكوادر البشرية، ويعتبر التدريب من أهم الوظائف التي يقوم بها المستشفى لطلبة كليات الطب والتمريض والتخصصات الطبية الأخرى. وذلك من خلال إشراف الأطباء القدامى والمتخصصين في عملية التأطير والتدريب مما يؤدي إلى تحسين الكفاءات. (الصيرفي، 2009، ص.8).

2-5-4 الوظيفة البحثية:

وتتمثل في قيام المؤسسات الاستشفائية العمومية بالبحوث وقد تكون طبية أو مخبرية تشمل الفحوصات التي تتطلبها عملية العلاج، كما قد تكون إدارية كالبحوث الخاصة للعمليات الإدارية.

2-5-5 وظيفة اجتماعية اقتصادية:

تتمثل في الدور الاجتماعي الذي تلعبه المؤسسات الاستشفائية العمومية من خلال مشاركة المجتمع مناسباته واحتفالاته الوطنية والدينية .. ويكرس هذا مبدأ التشاركية والتعاون.. أما في الجانب الاقتصادي فتوفر المستشفيات فرص العمل لأفراد المجتمع وتخفف الأعباء على الدولة. (محمود ذياب، 2009، ص.215).

2-6 مبادئ وأهداف المؤسسة العمومية الاستشفائية:

2-6-1 مبادئ المؤسسة العمومية الاستشفائية:

تخضع الخدمات الاستشفائية العمومية لفكرة أساسية تتمحور حول المبادئ التالية:

• مبدأ المساواة:

إن المؤسسات العمومية الاستشفائية لا يمكنها أن تقوم بأي تمييز بين المرضى فيما يخص الرعاية، كما أن نظام الإيواء لا بد أن يكون في حدود معينة وعلى النحو المنصوص عليه في القوانين واللوائح التنظيمية المعمول بها لا حسب رغبة المرضى، ومن هنا يتضح لنا أن هذا المبدأ يقوم على خاصيتين هما المساواة في الرعاية الصحية للمريض والمساواة في الإيواء.

• مبدأ الاستمرارية أو الدوام:

ينبغي أن تكون المؤسسات العمومية الاستشفائية في استقبال دائم للمرضى في الليل والنهار وعلى عجل ،حيث يعتبر دوام الخدمات الاستعجالية أمر إجباري . ويفرض هذا المبدأ عليها العمل بالمناوبة وفي حالة الإضراب لابد من أن يكون هناك حد أدنى للخدمات. (غواري، 2016، ص.83).

• مبدأ التكييف المستمر:

يجب على المؤسسات العمومية الاستشفائية مواكبة احتياجات السكان الناتجة عن النمو الديموغرافي وتطور حالتهم الصحية باستمرار ويتحقق ذلك من خلال التخطيط الصحي. (Moreau, et Truchet, 2004. P.161)

2-6-2 أهداف المؤسسة العمومية الاستشفائية:

هناك العديد من الأهداف التي تسعى المؤسسات العمومية الاستشفائية لتحقيقها تتمثل في:

- توفير أقصى ما يمكن من الخدمات الطبية والتمريضية للمرضى من أجل إشفائهم.
- تدريب وتعليم العاملين في المجالات الطبية والتمريضية.
- توفير الرعاية الصحية الأولية والقضاء على الأوبئة والأمراض.
- إجراء البحوث والدراسات الحيوية في مجال الصحة.
- تقديم الخدمة دون النظر إلى التكاليف والخسائر المادية (محمود ذياب، 2009، ص.35).

2-7 الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية في الجزائر:

ترتبط الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية بمجموعة من المحددات التي تترايط وتتداخل فيما بينها لتشكيل معالم هذه الصورة في الاتجاه الايجابي أو السلبي ونذكر منها:

2-7-1 الصورة الذهنية النابعة من الجانب القانوني والتنظيمي للمؤسسة العمومية

الاستشفائية:

- **في الجانب القانوني:** تعتبر هذه المؤسسة من المرافق العامة المنشأة من طرف الدولة والخاضعة لسلطة القانون الذي ينظم تسييرها ويتجلى هذا في مبادئها.
- **مبدأ المساواة:** حيث تنص المادة 54 من دستور 1996 " تكون الهياكل الصحية في متناول الجميع " لكن في الممارسة العملية لا تخلو من تدخلات بيروقراطية وانتماءات جهوية تشكل صورة سيئة لها في أذهان جماهيرها الداخلية والخارجية ، كما انه عند احترام مبدأ المساواة تكون الصورة ايجابية.
- **مبدأ الاستمرارية:** تنص المادة 115 من قانون الصحة 85-05 " يتعين على جميع الوحدات الصحية الاستعجالية أن تقدم العلاج الطبي المستعجل باستمرار، في أي ساعة من ساعات النهار أو الليل إلى أي مريض بقطع النظر عن مكان سكناه " . لكن تسجل المؤسسات العمومية الاستشفائية في الجزائر نقص فادح في عدد الأطباء خاصة المختصين وكذا نقص التجهيزات الطبية مما يحول دون استمرارية الخدمات ويشكل ضغط على المراكز الاستشفائية في المدن الكبرى.
- **مبدأ التكيف أو الموائمة:** المطلوب من المؤسسة العمومية الاستشفائية التكيف مع متطلبات المصلحة العامة لكن باعتبارها خاضعة لقانون الوظيفة العمومية فهي لا تملك صلاحية التوظيف أو شراء أدوية أو تجهيزات دون المرور على الإجراءات الادارية الثقيلة وهذا ما يجعلها عرضة لتشكيل صورة غير مرضية عن أدائها. (حجو، 2018، ص.8).
- **مبدأ المجانية:** نصت المادة 67 من دستور 1976 " لكل المواطنين الحق في الرعاية الصحية، وهذا الحق مضمون عن طريق توفير خدمات صحية مجانية " . وتنص المادة 54 من دستور 1996 " الرعاية الصحية حق المواطنين وتكفل الدولة بالوقاية من الأمراض الوبائية والمعدية وبمكافحتها " ، قد يسمح

هذا المبدأ بتشكيل صورة إيجابية حول المؤسسة العمومية الاستشفائية، كما أنه قد يساهم في بناء صورة سيئة عنها.

• في الجانب التنظيمي:

تتبع المؤسسة العمومية الاستشفائية التنظيم الإداري التقليدي الذي يركز على وحدة السلطة الهرمية وخضوع الموظفين للأوامر دون إعطائهم الفرصة للمشاركة في القرارات وتحديد الاستراتيجيات والأهداف وهذا يؤدي إلى الروتين وغياب التحفيز خاصة المعنوي وكذا قتل روح المبادرة والابداع.

2-7-2 صورة ذهنية ناتجة عن الصراع التنظيمي داخل المستشفى:

يوجد نوعين من السلطة في المؤسسة العمومية الاستشفائية هما السلطة الإدارية والسلطة الطبية، فإذا كان هناك توافق بين السلطتين ينعكس ذلك إيجاباً على تسييرها وتحقيق درجة كبيرة من الثقة و الرضا عنها، أما إذا حدث تقاطع واصطدام بين السلطتين، قد تخرج هذه الصراعات إلى العلن ويناقلها الجمهور الداخلي أو الخارجي أو وسائل الإعلام أو مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما ينعكس سلباً على الصورة الذهنية عنها.

3-7-2 الصورة الذهنية الناتجة عن الممارسات الأخلاقية وغير الأخلاقية:

إن الممارسات الأخلاقية داخل المؤسسة العمومية الاستشفائية من طرف القائمين عليه المساواة، حسن المعاملة، التضامن، التعاون ... تشكل انطباع إيجابي في أذهان الجماهير، ولكن هناك بعض الممارسات التي يلجأ إليها بعض الموظفون (أطباء، ممرضين، إداريين ...) مثل إجراء بعض الفحوصات والعمليات الجراحية مقابل مبالغ مالية في الخفاء أو حجب الغرف الجيدة للمعارف والأقرباء وغيرهم أو التعامل السيئ و الاحتقار وغير ذلك من الممارسات غير الأخلاقية واللامهنية التي ترسم صورة ذهنية سلبية في أذهان الجمهور خصوصاً الخارجي. (حجو، 2018، ص.10).

2-7-4 الصورة الذهنية الناتجة عن الأخطاء الطبية:

تؤدي الأخطاء الطبية المتكررة إلى عدم رضا الجمهور الخارجي على الخدمات التي تقدمها المؤسسة العمومية الاستشفائية وكذا انخفاض درجة الثقة وتسجيل وزارة العدل أعداد كبيرة من الشكاوي المقدمة لدى المحاكم ومجالس القضاء وضد الأطباء والمؤسسات العمومية الاستشفائية نتيجة الأخطاء الطبية

وتداول وسائل الإعلام المختلفة هذا الموضوع وهو ما يؤثر على الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية لدى المجتمع الجزائري.

2-7-5 الصورة الذهنية الناتجة عن تأثير البيئة الخارجية للمؤسسة العمومية الاستشفائية:

تعيش المؤسسة العمومية الاستشفائية وسط بيئة خارجية تتفاعل معها وتتبادل التأثير والتأثير بما في ذلك صورتها الذهنية لدى جمهورها الداخلي والخارجي سواء إيجابيا من خلال الانفتاح على محيطها والاستفادة من وسائل الاتصال والتكنولوجيات الحديثة وكذا مختلف الخدمات التي توفرها لها المؤسسات الأخرى وتساهم في تحسين جودة خدماتها. أما إذا كان التأثير سلبا فإنه حتما يؤدي إلى تكوين صورة سيئة عنها.

إن تخلي بعض المؤسسات عن مسؤولياتها في الحفاظ على صحة المواطن مثل قطاع الموارد المائية، قطاع الصناعة، يشكل كاهل المؤسسة العمومية الاستشفائية في مواجهة الأمراض الناتجة عن عدم الأخذ بإجراءات السلامة وانتشار التلوث البيئي (مخلفات المصانع، المياه الملوثة).

وقوع المؤسسة العمومية الاستشفائية في دائرة الضوء وتركيز وسائل الاعلام المختلفة ووسائل التواصل الاجتماعي عليها خصوصا فيما يتعلق بالجانب السلبي من مشاكل في التنظيم والتسيير والأخطار الطبية والنظافة ...

ساهمت الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والظروف المعيشية في الجزائر إلى هجرة الخبرات الطبية والإطارات الإدارية إلى المؤسسات الاستشفائية الخاصة أو الخليج أو أوروبا .. مما يجعل المؤسسة العمومية الاستشفائية تعاني من نقص فادح في الأطباء خصوصا الإخصائيين مما يؤدي إلى العجز في تغطية الخدمات الصحية.

التوزيع المتفاوت للهياكل الصحية في الجزائر وقلتها مقارنة بالارتفاع المتزايد في عدد سكان الجزائر، إذ يشهد القطاع الصحي سوء توزيع مؤسساته عبر الوطن، حيث تستحوذ الجزائر العاصمة على 55 % من المؤسسات العمومية للصحة سنة 2009، و22% في الشرق ونسبة 20% في منطقتي الجنوب الشرقي والغربي تغطي نسبة 2% و 1% على التوالي مما يؤدي إلى اكتظاظ المؤسسات الصحية العمومية في المدن الكبرى وعدم الاستجابة للاحتياجات الصحية وبالتالي انخفاض مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين.

2-7-6 الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية الناتجة عن البيئة الداخلية:

تؤثر البيئة الداخلية للمؤسسة العمومية الاستشفائية على صورتها الذهنية لدى جمهورها. فيؤدي حسن التنظيم والإدارة وتقديم الخدمات الصحية، وكذا عامل الأمن والنظافة وجمالية المكان وسهولة التنقل بين الأجنحة والأقسام... إلى رضا الجمهور على جودة الخدمات، وبالتالي تكوين صورة إيجابية حول المؤسسة ولكن الواقع الفعلي يعكس تدني الخدمات الصحية في الكثير من المؤسسات العمومية الاستشفائية في الجزائر والتي تعاني تدني مستوى الخدمات الصحية وانتشار السلوكيات السلبية مثل الخمول، انعدام روح المبادرة، التسبب، المحسوبية، اللامبالاة، الممارسات غير الأخلاقية كذلك غياب الثقافة الاتصالية لدى العاملين في أغلب هذه المؤسسات، وتأثرهم بثقافة خارجة عن القيم والاتجاهات والقواعد السلوكية الخاصة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية والتي من المفروض أن تركز على أهمية الوقت، السلوك المنظم، إتقان العمل، الأمانة، الصدق، الاحترام، التكافل، التعاطف مع المرضى. (حجو، 2018، ص.19).

الإطار التطبيقي:

1- التعريف بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة

2- عرض وتحليل البيانات

3- نتائج الدراسة

4- الاقتراحات والتوصيات

1- التعريف بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي):

• نبذة عن مستشفى الزهراوي:

تعد المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (الزهراوي) أحد أقطاب حماية الصحة بالولاية، والتي تعد محل الدراسة التطبيقية لموضوع البحث، تم إنشاؤها بموجب القرار 310 الصادر بتاريخ 14-07-1981 المتضمن إنشاء القطاع الصحي بالمسيلة بموجب المرسوم رقم: 81-242 المؤرخ في 05-09-1981 المتضمن إنشاء القطاعات الصحية تنظيمها وسيرها، الذي حول القطاعات الصحية إلى مؤسسات عمومية ذات طابع إداري.

وبموجب المرسوم: 07-140 المؤرخ في 19-05-2007 المتضمن إنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية، تم تحويلها من قطاع صحي إلى مؤسسة عمومية استشفائية.

• الموقع الجغرافي:

تقع المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (الزهراوي) طريق برج بوعرييج الجهة الشمالية بمدينة المسيلة، وقد سجلت في لائحة الممتلكات الوطنية تحت رقم: 2800114046، وتبلغ مساحة إجمالية تقدر بـ: 38200 م²

منها 7148 م² مساحة مبنية، والمساحة غير المبنية 31052 م²، تتكون من أربع طوابق، تمتلك بني تحتية تتمثل في: 380 مكتب و 07 مواقع سكنية و 06 مواقع مختلفة.

• التغطية الصحية وتعداد المستخدمين بالمؤسسة:

- التغطية الصحية:

توفر المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة تغطية للخدمات الصحية لـ: 470302 ساكن بكثافة بـ: 118 شخص في كلم² أي ما يعادل 06 بلديات.

والجدول التالي يوضح نسبة التغطية الصحية للمستشفى:

طبيب واحد لكل 15677 مواطن.	نسبة التغطية الصحية للطب العام.
طبيب لكل 22395 مواطن.	نسبة التغطية الصحية للطب المتخصص.
طبيب واحد للمجموع.	نسبة التغطية للطب النفسي.
سرير واحد لكل 1795 ساكن.	نسبة التغطية للأسرة الاستشفائية.

المصدر: المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي).

الإطار التطبيقي

● **تعداد المستخدمين :** تتوفر المؤسسة على 516 مستخدم موزعين على الأسلاك كالاتي:

الأسلاك	المجموع	الرتبة	المجموع
سلك الممارسين الإحصائيين	29	ممارس إحصائي	29
سلك نفساني عيادي للصحة العمومية	01	نفساني عيادي للصحة العمومية	01
سلك الممارسين العاميين	35	طبيب عام رئيسي	06
		طبيب عام	28
		صيدلي	01
سلك شبه الطبي	309	ممرض متخصص للصحة العمومية	10
		ممرض للصحة العمومية	154
		أعوان التخدير	09
		ممرض مؤهل	78
		مساعد تمريض رئيسي للصحة العمومية	10
		مساعد تمريض للصحة العمومية	48
الأسلاك المشتركة	49	إطارات	11
		تأطير	20
		أعوان التنفيذ	18
سلك العمال المهنيين	120	عامل مهني	109
		سائق سيارة	11
سلك المتعاقدين	72	سائق سيارة	05
		عون أمن	10
		عامل مهني مستوى أول توقيت كامل	29
		عامل مهني مستوى أول توقيت جزئي	28

المصدر: المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي).

• المصالح الاستشفائية الخاصة بمستشفى الزهراوي:

لقد نظمت السلطة الوصية أو الوزارة المصالح الاستشفائية الخاصة بكل مؤسسة استشفائية وقد جاء القرار الوزاري رقم 2656 المؤرخ في 24-12-2007 المتضمن إنشاء المصالح والوحدات المكونة لها، الذي حدد مجموع المصالح بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة ب 12 مصلحة منها 06 مصالح استشفائية و 06 مصالح غير استشفائية و 28 وحدة و 262 سرير:

• مصلحة التشريح الباطني (مصلحة تقنية غير استشفائية) به وحدتين:

- الوحدة 01 : خاصة بأمراض النساء - الوحدة 02: خاصة بالأمراض الداخلية.

• مصلحة الجراحة العامة: بها 04 وحدات ب 64 سرير:

- الوحدة 01: الجراحة العامة - الوحدة 02: جراحة العظام.
- الوحدة 03: جراحة المسالك البولية - الوحدة 04: جراحة الأعصاب.

• مصلحة علم الأوبئة: غير استشفائية بها وحدتين:

- الوحدة 01: وحدة المعلومات الصحية. - الوحدة 02: وحدة النظافة الاستشفائية.

• مصلحة الأشعة المركزية: بها وحدتين:

- الوحدة 01: وحدة الأشعة الاعتيادية - الوحدة 02: وحدة السكاير.

• مصلحة المخبر المركزي: به وحدتين:

- الوحدة 01: وحدة الميكروبيولوجي - الوحدة 02: البيوكيمياء.

• مصلحة الأمراض المعدية: مصلحة استشفائية بها وحدتين ب 34 سرير:

- الوحدة 01: وحدة الاستشفاء رجال. - الوحدة 02: وحدة الاستشفاء نساء.

• مصلحة الطب الداخلي ب 04 وحدات:

- الوحدة 01: وحدة الاستشفاء رجال. - الوحدة 02: وحدة الأورام.
- الوحدة 03: وحدة الاستشفاء للنساء. - الوحدة 04: وحدة تصفية الكلى.

• مصلحة الطب الشرعي: بوحدتين:

- الوحدة 01: استشفاء السجناء. - الوحدة 02: غير استشفائية: مصلحة الخبرة الطبية القضائية.

- مصلحة طب العيون: بوحدتين و 32 سرير:
- الوحدة 01: وحدة الاستشفاء - الوحدة 02: وحدة الفحص والاستكشاف.
- مصلحة الأذن والأنف والحنجرة: بوحدتين و 32 سرير:
- الوحدة 01: وحدة الاستشفاء. - الوحدة 02: وحدة الفحص والاستكشاف.
- الصيدلية بها وحدتين:
- الوحدة 01: تسيير الموارد الصيدلانية - الوحدة 02: وحدة توزيع الموارد الصيدلانية.
- مصلحة الاستعجالات الطبية الجراحية: بها وحدتين و 18 سرير:
- الوحدة 01: وحدة الاستقبال، الفرز، الوضع تحت الملاحظة - الوحدة 02: وحدة الإنعاش.

2- عرض وتحليل البيانات:

• البيانات الشخصية:

1- متغير الجنس:

- التحليل الكمي :

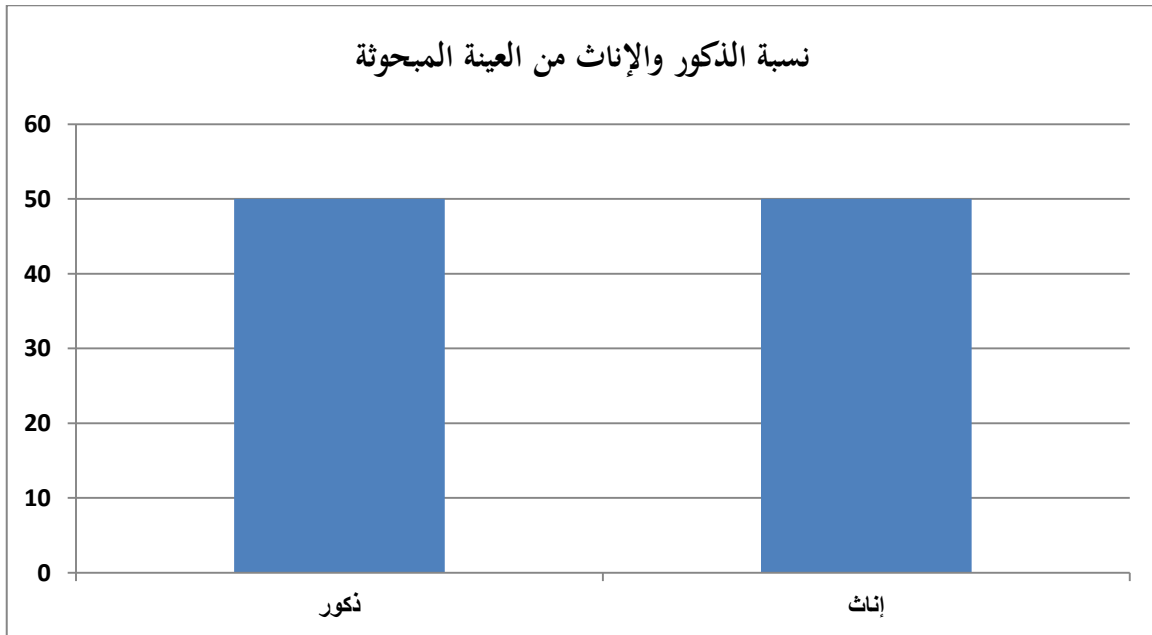
الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	50	% 50
أنثى	50	% 50
المجموع	100	% 100

الجدول رقم (01) يوضح نسبة الإناث والذكور من العينة المبحوثة.

- التحليل الكيفي:

يبين الجدول رقم (01) الخاص بتوزيع افراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الذكور والإناث متساوية وتمثل 50 % لكل منهما من النسبة الكلية للمجموعتين لان عينة الدراسة قصدية. كما يوضح أن مستشفى الزهراوي يقدم خدماته إلى الجنسين سواءا تعلق الأمر بالعلاج، الاستشفاء، الزيارات ... فهي متاحة للذكور والإناث.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (01) أعمدة بيانية تمثل نسبة الذكور والإناث من العينة المبحوثة.

2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

- التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	الفئات
06 %	6	أقل من 20 سنة
23 %	23	من 20 – 30 سنة
34 %	34	من 30 – 40 سنة
25 %	25	من 40 – 50 سنة
12 %	12	أكثر من 50 سنة
100 %	100	المجموع

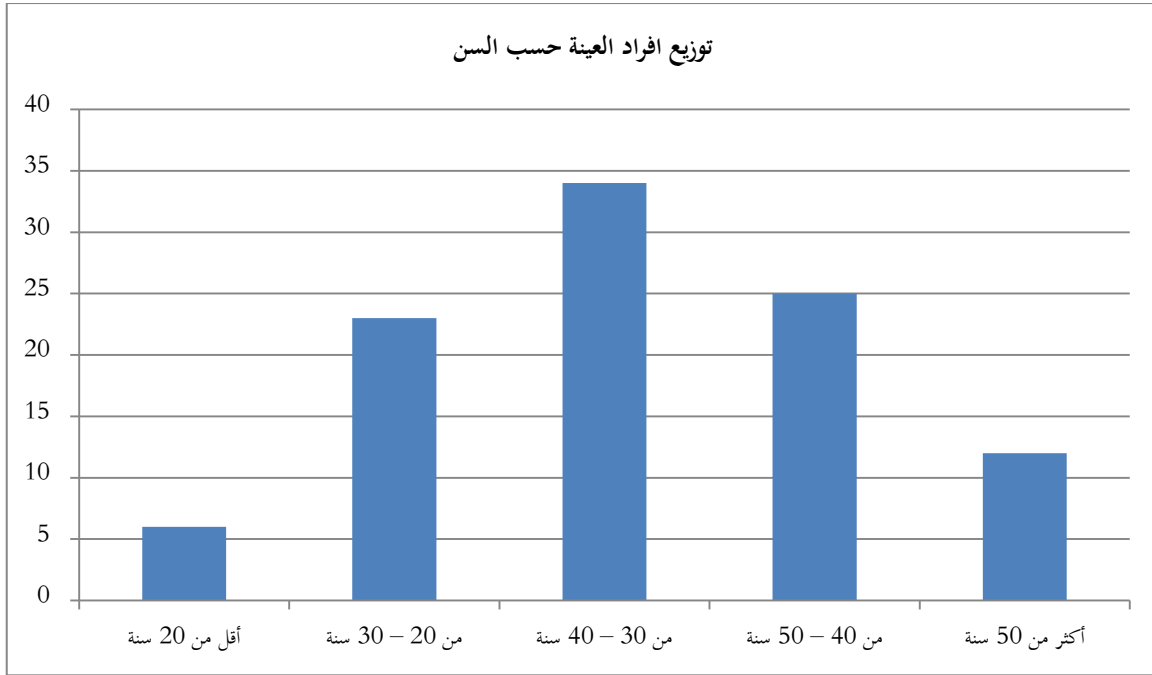
الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

التحليل الكيفي:

يبين لنا الجدول رقم (02) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير السن وجود تفاوت في النسب الخاصة بالمبحوثين، حيث تشكل الفئة العمرية (30-40 سنة) أعلى نسبة بـ 34% ثم تليها الفئتين (40-50 سنة) و (20-30 سنة) بنسبتين متقاربتين تقدر بـ 25% و 23% على التوالي. وتمثل الفئات السابقة من الشباب والكهولة والتي تكثر فيها دواعي الذهاب إلى المستشفى فبالإضافة إلى العلاج والاستشفاء والزيارات هناك مرافقة المرضى سواء تعلق الأمر بمرافقة الأقارب (كبار السن)، أو مرافقة الأطفال من طرف الآباء والأمهات خصوصاً.

أما الفئة العمرية الأكثر من 50 سنة وكذا الأقل من 20 سنة هي الأقل نسبة بـ 12% و 6% على التوالي.

- التمثيل البياني:



الشكل (02): أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

- التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
02%	2	غير متعلم
51%	51	أقل من البكالوريا
47%	47	جامعي فأكثر
100%	100	المجموع

الجدول رقم (03) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

- التحليل الكيفي:

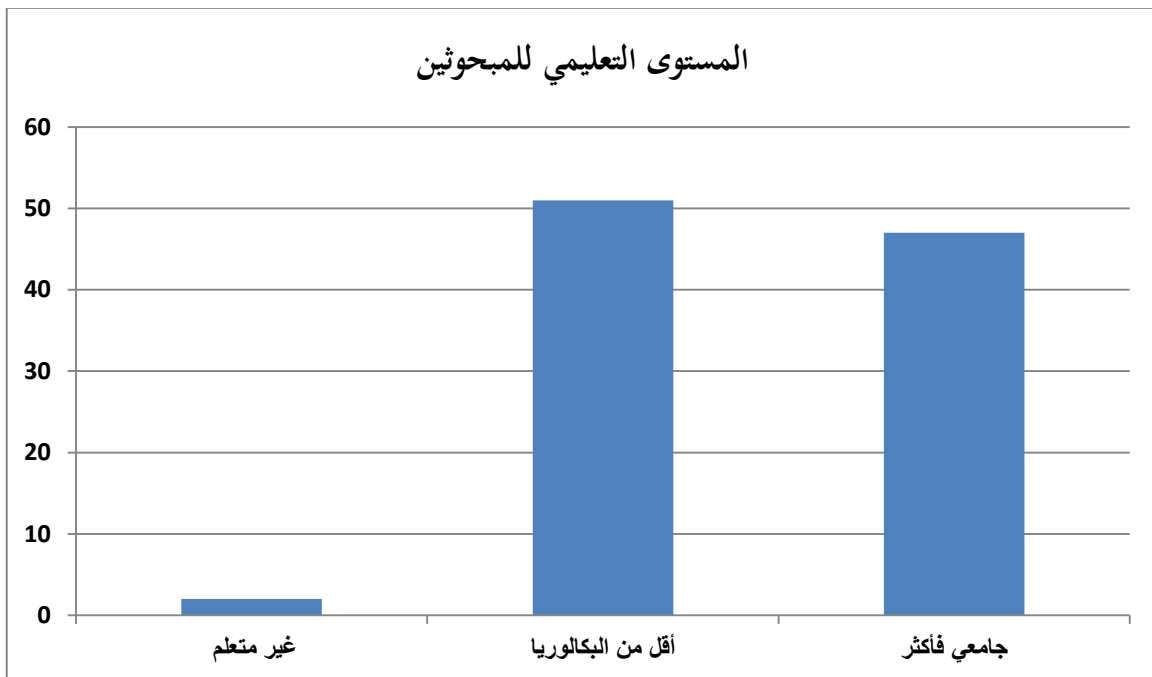
من خلال قراءة أرقام ونسب الجدول رقم (03) الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي نجد أن أعلى نسبة تمثل المستوى الأقل من البكالوريا بنسبة 51% ويتعلق الأمر بالفئات العمرية المختلفة خصوصا

فئة الشباب والكهول والتي توقف تحصيلها الدراسي دون مستوى البكالوريا وتمثل نسبة عالية من سكان مدينة المسيلة.

أما المستوى الجامعي فما أكثر فجاء بنسبة 47% وهي نسبة عالية وهو يفسر أن مستشفى الزهراوي يقدم خدماته لمختلف المستويات التعليمية بما في ذلك المستويات العالية (طلبة، أساتذة، إطارات ..).

أما نسبة غير المتعلمين فتمثل 2% وتتعلق بكبار السن من شملتهم عينة الدراسة.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (03): أعمدة بيانية تمثل المستوى التعليمي للمبحوثين.

4- توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة:

- التحليل الكمي:

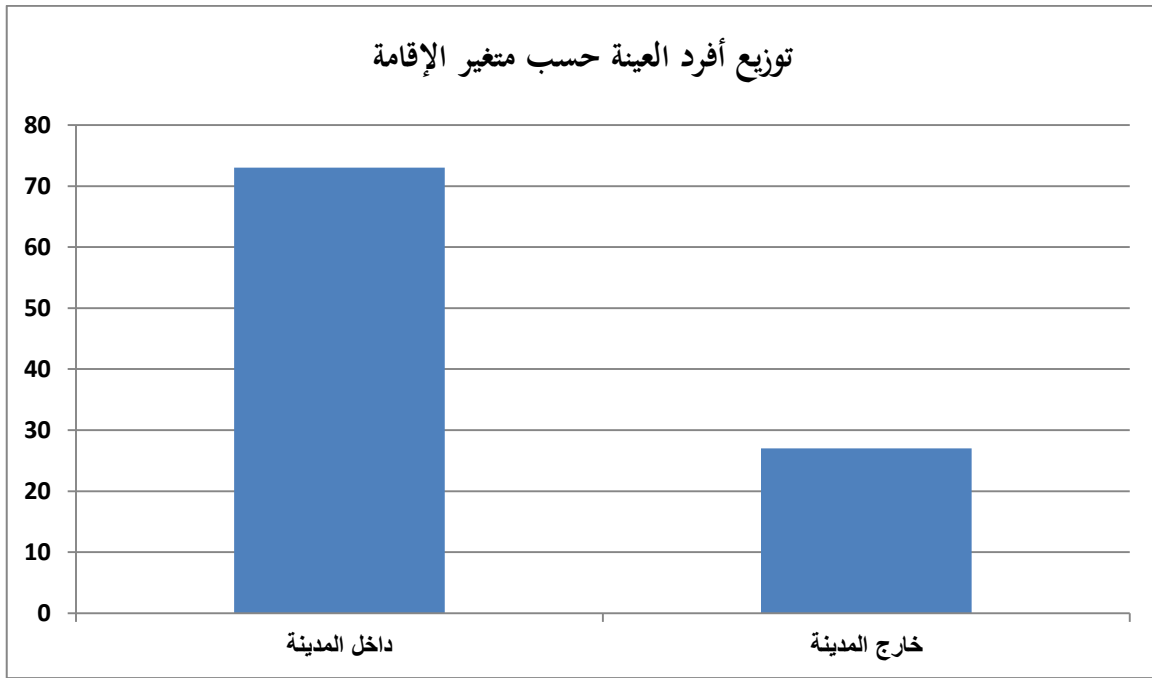
النسبة	التكرار	الإقامة
73%	73	داخل المدينة
27%	27	خارج المدينة
100%	100	المجموع

جدول رقم (04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة.

- التحليل الكيفي:

في قراءة للجدول رقم (04) الممثل لأفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة يتضح أن أغلبية المبحوثين يقيمون في مدينة المسيلة وبالتالي يتلقون الخدمات الصحية المتنوعة على مستوى مستشفى الزهراوي وذلك بنسبة 73% ولكن هذا المستشفى يقدم خدماته الصحية كذلك للمقيمين خارج المدينة ويمثلون نسبة 27% من المبحوثين الذين شملتهم الدراسة، وهذا راجع لتوفره على خدمات غير متاحة في المؤسسات العمومية للصحة الجوارية المتواجدة خارج المدينة و التي تركز أساسا على العلاج .ومن بين الخدمات المتاحة (العمليات الجراحية، الاستشفاء).

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (04): أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة.

- المحور الأول: انطباع الجمهور الخارجي حول الخدمات الصحية لمستشفى الزهراوي .

5- تعامل المبحوثين (الجمهور الخارجي) مع مستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي :

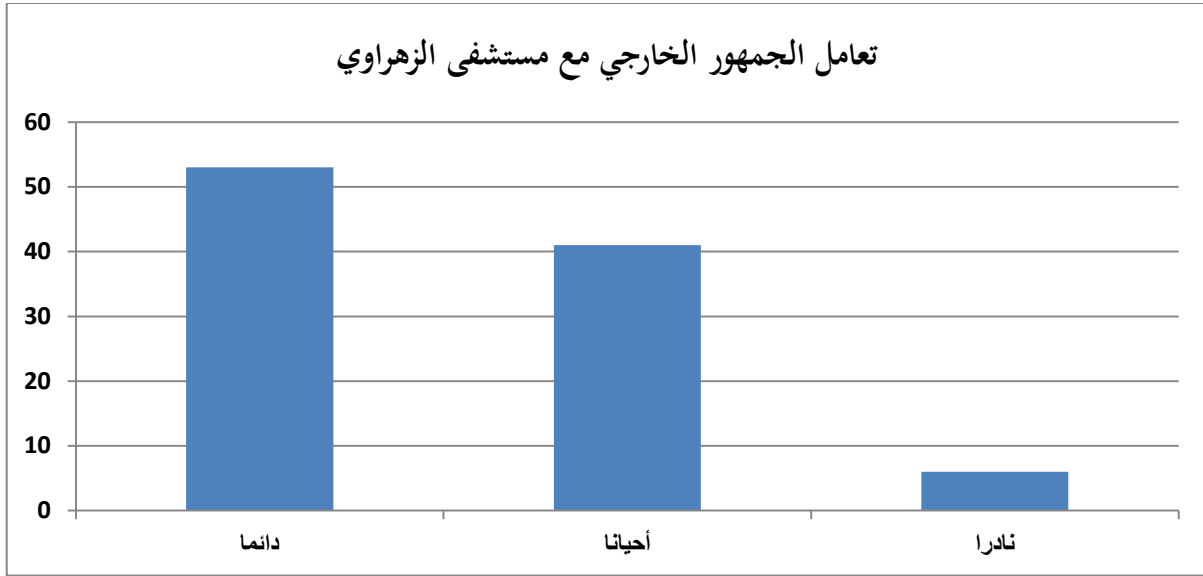
الافتراحات	التكرار	النسبة
دائما	53	53%
أحيانا	41	41%
نادرا	06	06%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (05) يوضح تعامل المبحوثين مع مستشفى الزهراوي.

- التحليل الكيفي:

من خلال قراءة الجدول رقم (05) يتضح جليا أن أغلب المبحوثين الذين شملتهم الدراسة في تعامل دائم مع المستشفى وذلك بنسبة 53% مما يعني زيارتهم لها عدة مرات ولدواعي مختلفة سواء من أجل العلاج أو زيارة المرضى وغير ذلك وهو ما يمكنهم من الاتصال والتفاعل مع مختلف المستويات داخل المستشفى (الإدارة، الأطباء، الممرضين، ...) وبالتالي تكوين الانطباع حوله ورسم صورة معينة. تليها نسبة 41% من المبحوثين تتعامل أحيانا معه مما يعني زيارته أكثر من مرة وقد تكون لأسباب مختلفة، تسمح أيضا بتشكيل صورة ذهنية واضحة حوله. أما النسبة الأقل والمتمثلة في 6% من المبحوثين تتعامل نادرا مع المستشفى وما يؤدي إلى عدم أخذ انطباع كلي حوله.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (05): اعمدة بيانية تمثل تعامل المبحوثين مع مستشفى الزهراوي.

6- دواعي حضور المبحوثين إلى مستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي :

النسبة	التكرار	دواعي الحضور
18%	18	فحص طبي
31%	31	الاستشفاء
22%	22	زيارة مريض
29%	29	مرافقة مريض
100%	100	المجموع

الجدول رقم (06) يوضح دواعي حضور المبحوثين إلى مستشفى الزهراوي

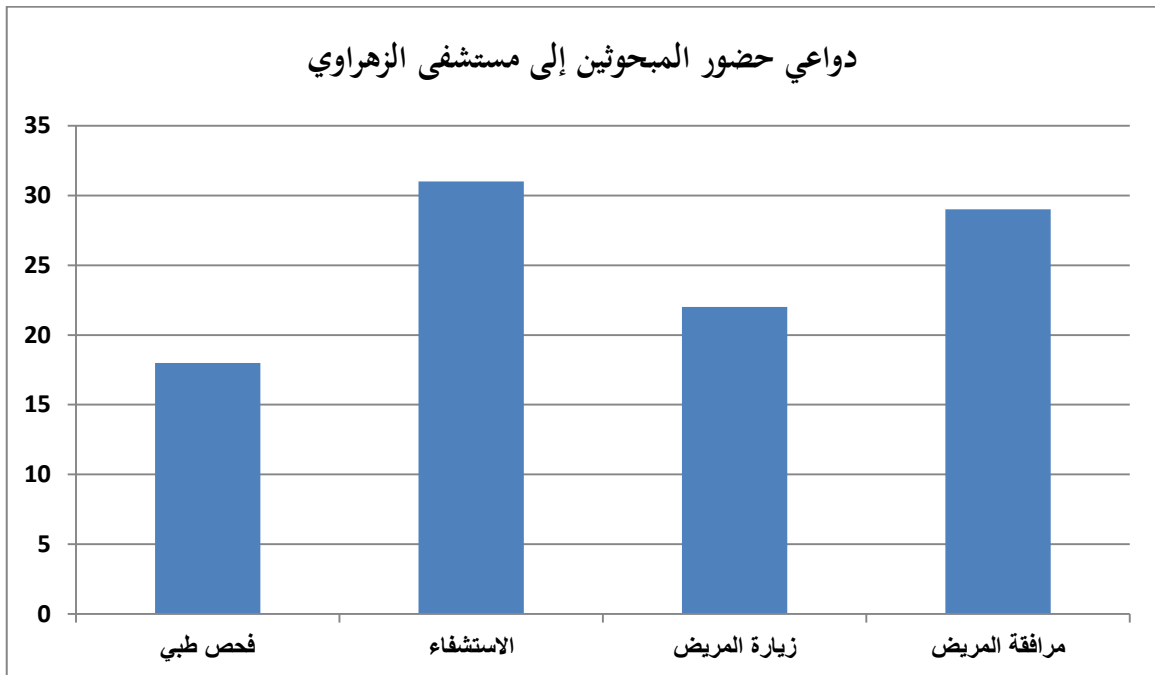
- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (06) يتبين أن أغلب المبحوثين الذين شملتهم الدراسة نسبة 31% يحضرون إلى مستشفى الزهراوي بداعي الاستشفاء حيث توفر هذه الخدمة للمريض إمكانية تلقي العلاج ومتابعة الطاقم

الطبي والتمريضي لحالته و المبيت في المستشفى لفترة معينة حسب الحاجة تمكنه من أخذ انطباع حول الخدمات المقدمة وكذا نظافة المكان ...

في المرتبة الثانية يعتبر 29% من المبحوثين أن دواعي حضورهم إلى المستشفى تمثل في مرافقة المريض سواء تعلق الأمر بمرافقة الأمهات لأطفالهم أو الأفراد لأقاربهم، ولم تدرج الطالبة هذا المقترح في الإختيارات لكن تم الإجابة عليه في السؤال المفتوح في الإستمارة عند اجراء اختبار الثبات، وعليه تم إدراجه ضمن المقترحات. ويمكن لمرافق المريض أن يتعرف على طريقة تقديم الخدمات ليلا ونهارا. أما نسبة 22% فتحضر المستشفى بداعي زيارة المرضى وهو ما يجعلها على احتكاك مباشر مع الطاقم الإداري وكذا كيفية تنظيم الفضاء الخارجي ومختلف اللوحات والإشارات الارشادية. أما أقل نسبة فتمثل 15% من المبحوثين حيث تحضر إلى المستشفى بداعي القيام بفحوصات طبية وهو ما يجعلهم يقفون على طريقة تقديم العلاج والوسائل المتاحة لذلك.

- التمثيل البياني :



الشكل (06): أعمدة بيانية تمثل دواعي حضور المبحوثين إلى مستشفى الزهراوي.

7- عدد مرات زيارة المبحوثين مستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي :

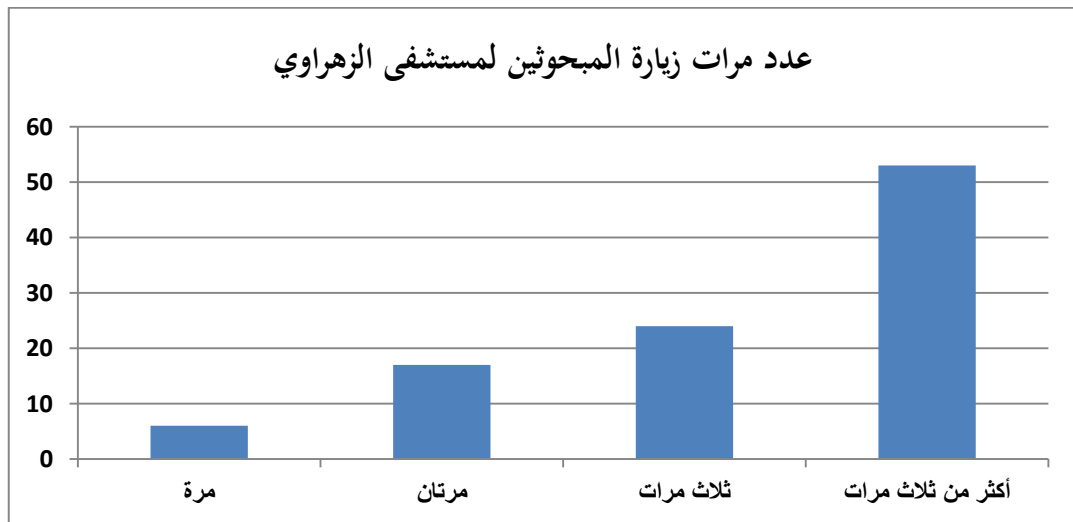
عدد مرات الزيارة	التكرار	النسبة
مرة	06	%06
مرتان	17	%17
ثلاث مرات	24	%24
أكثر من ثلاث مرات	53	%53
المجموع	100	%100

جدول رقم (07) يوضح عدد مرات زيارة المبحوثين لمستشفى الزهراوي

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (07) نجد أن أغلبية المبحوثين زارت مستشفى الزهراوي لأكثر من ثلاث مرات وذلك بنسبة %53 وهذا يتوافق مع نسبة المبحوثين الذين يتعاملون معه بصفة دائمة. في حين أن من زاره لثلاث مرات أو مرتين بنسبة %24 و %17 على التوالي تتوافق هذه النسب في المجموع مع الفئة التي تتعامل مع المستشفى أحيانا بنسبة %41. أما أقل نسبة والتي زارت المستشفى لمرة واحدة تمثل %06 وهي الفئة التي تعاملت معه بصفة نادرة.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (07): أعمدة بيانية تمثل عدد مرات زيارة المبحوثين لمستشفى الزهراوي.

8- وقت ذهاب المبحوثين لمستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي:

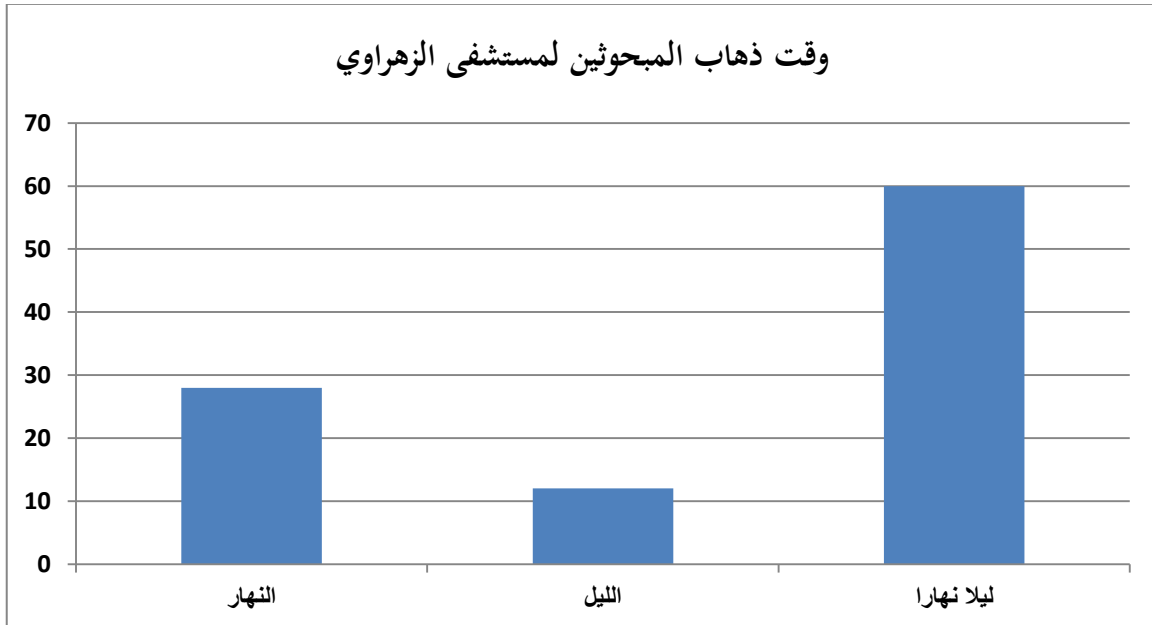
الوقت	التكرار	النسبة
النهار	28	28%
الليل	12	12%
ليلا ونهارا	60	60%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (08): يوضح وقت زيارة المبحوثين لمستشفى الزهراوي

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (08) يتضح أن وقت ذهاب أغلبية المبحوثين للمستشفى هو ما يتوافق مع دواعي حضورهم له المتمثلة في الاستشفاء ومرافقة المريض بنسبة 31% و 29% على التوالي أي 60% في المجموع. وعبرت نسبة 28% أن وقت ذهابها إلى المستشفى في النهار وقد يكون قصد زيارة المرضى أو تلقي العلاج. أما أقل قيمة بنسبة 12% فهي تذهب إلى المستشفى في الليل وغالبا ما يكون من أجل الاستعجالات.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (08): أعمدة بيانية تمثل وقت ذهاب المبحوثين لمستشفى الزهراوي.

9- مدى تقديم المؤسسة العمومية مستشفى الزهراوي لخدماته الصحية بسرعة وفعالية:

- التحليل الكمي :

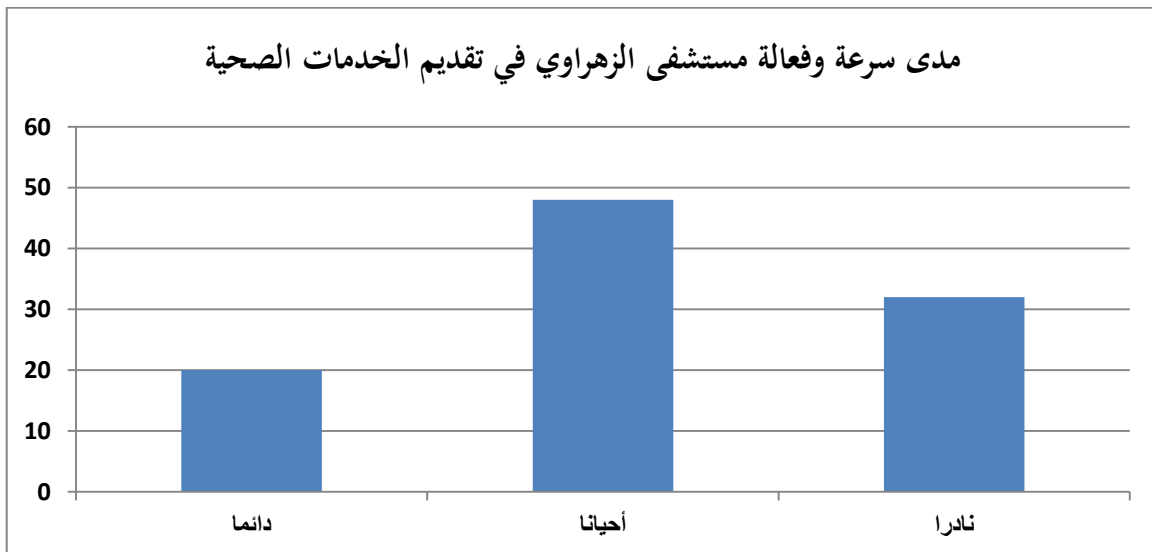
الاقترحات	التكرار	النسبة
دائما	20	20%
أحيانا	48	48%
نادرا	32	32%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (09) يوضح مدى سرعة وفعالية تقديم الخدمات الصحية من طرف مستشفى الزهراوي.

- التحليل الكيفي :

يوضح الجدول رقم (09) المتعلق بمدى سرعة وفعالية المستشفى الزهراوي في تقديم خدماته الصحية، حيث ترى نسبة 48% أن ذلك يتم أحيانا، في حين ترى نسبة 32% أنه نادرا ما يتم تقديم الخدمات الصحية بسرعة وفعالية ويرجع ذلك إلى تقصير العاملين في المستشفى في أداء وظائفهم، وترى نسبة 20% من المبحوثين أن المستشفى يقدم خدمات صحية بفعالية وسرعة.... بسبب ذلك وجود عاملين ذوي كفاءة عالية.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (09): أعمدة بيانية تمثل مدى سرعة وفعالية مستشفى الزهراوي في تقديم الخدمات الصحية.

10- مستوى الخدمات المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي :

- التحليل الكمي :

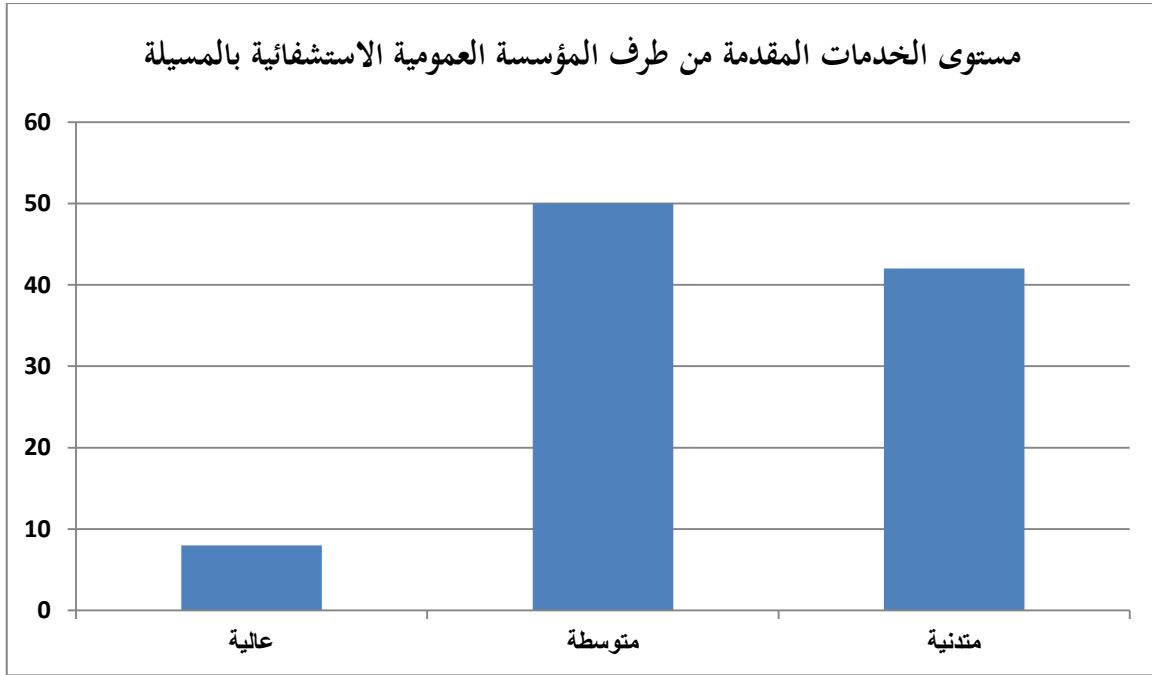
الاقترحات	التكرار	النسبة
عالية	08	08%
متوسطة	50	50%
متدنية	42	42%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (10): يوضح مستوى الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة.

- التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم (10) المتعلق بمستوى الخدمات المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي، يرى نصف المبحوثين أي 50% أن هذه الخدمات متوسطة إذ ترتبط بالإمكانيات المادية والبشرية والتجهيزات المختلفة المتاحة، ورغم أنها غير كافية إلا أنها توفر الخدمات الصحية الضرورية لأغلب سكان ولاية المسيلة، ويرى 42% أن الخدمات المقدمة متدنية لا ترقى لمستوى ولاية بحجم المسيلة يقطنها أكثر من مليون نسمة وتتوفر على إمكانيات مادية وكوادر بشرية مؤهلة (أطباء، ممرضين، إداريين ...)، في حين يرى ما نسبته 08% أن هذه المستشفى يقدم خدمات صحية عالية وذات جودة وتتوفر على أحسن الكفاءات المؤهلة في الطب، التمريض، الإدارة .. ويتجلى ذلك من خلال نجاح الطواقم الطبية في إجراء عمليات مستعصية، وعلاج شرايح مختلفة من سكان الولاية وحسن الاستقبال والتكفل بالحالات المرضية.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (10): أعمدة بيانية تمثل مستوى الخدمات المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي.

11- مدى امتلاك المستشفى تجهيزات طبية حديثة:

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	39	39%
لا	61	61%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (11): يمثل مدى امتلاك مستشفى الزهراوي لتجهيزات طبية حديثة.

في حالة وجود بعضها، فهي معطلة أو لا تجد الإخصائي المؤهل لتشغيلها.

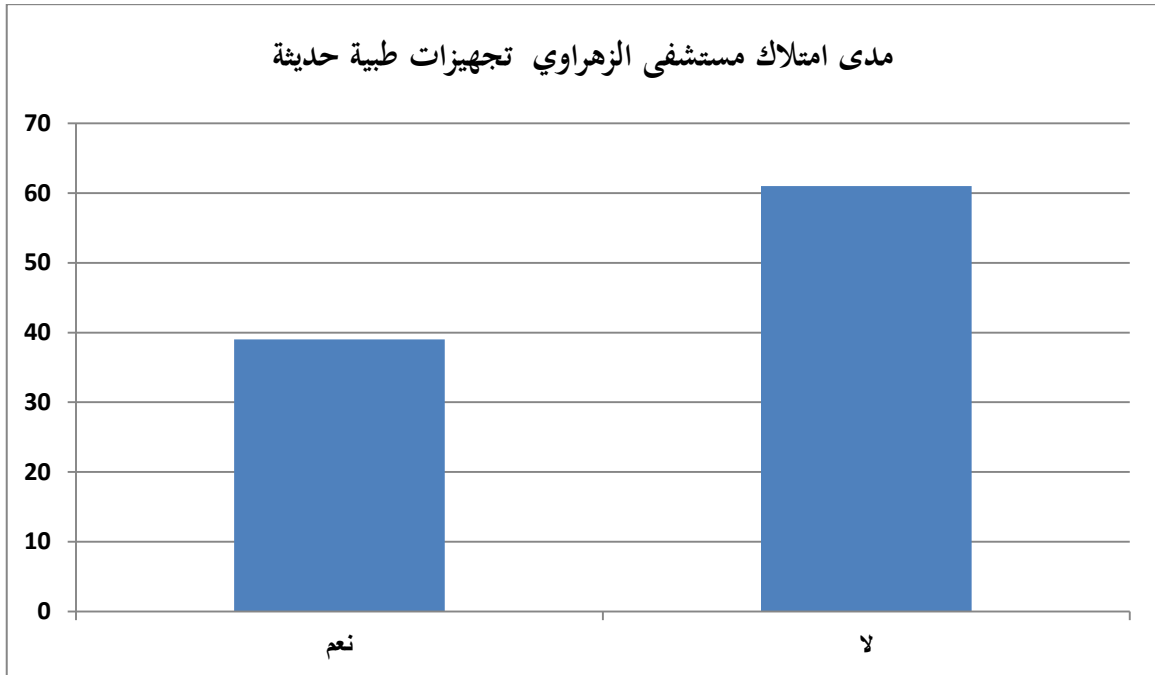
- التحليل الكيفي:

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن نسبة 61% تعتقد أن المستشفى لا تتوفر على تجهيزات طبية حديثة

وهذا ما يؤدي إلى تقديم خدمات صحية غير كاملة، مما يضطر المريض على البحث عن البدائل في القطاع

الخاص ويتحمل التكاليف المالية مثل إجراء الأشعة والتحليل الطبية...، في حين يعتقد 39% أن هذا المستشفى يمتلك معدات طبية حديثة باعتبار قطاع الصحة في الجزائر ممول من طرف الدولة التي توفر ميزانيات خاصة لتجهيزات المستشفيات العمومية، كما أن تقديم الخدمات الصحية تتطلب توفر مثل هذه المعدات واستقدام الأحدث منها.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (11): أعمدة بيانية تمثل مدى امتلاك مستشفى الزهراوي لتجهيزات طبية حديثة.

12- مدى إتاحة هذه التجهيزات الطبية للجميع:

- التحليل الكمي:

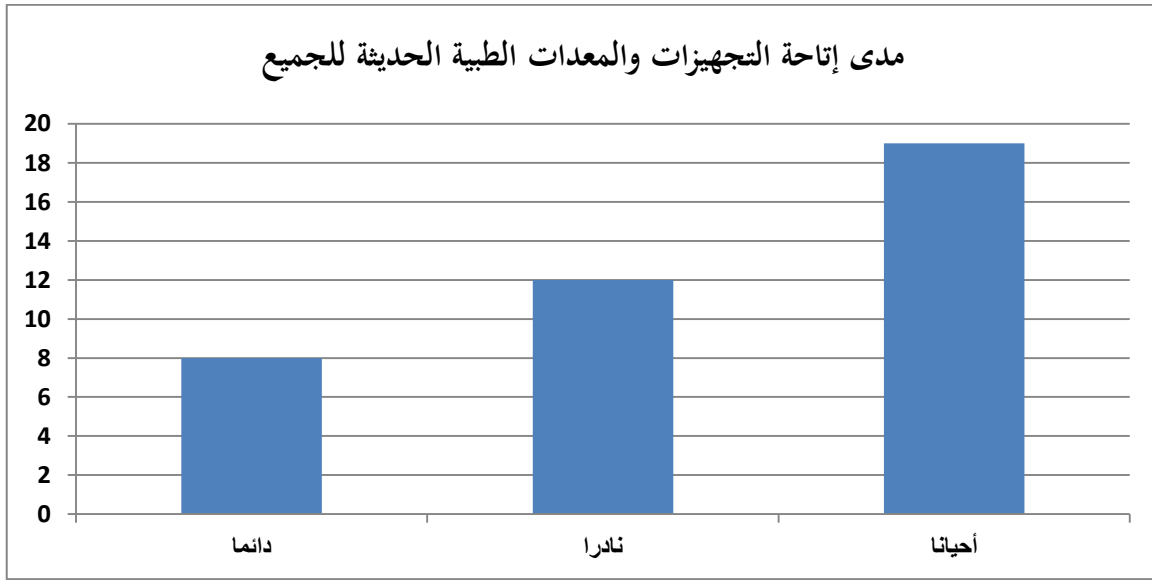
الافتراضات	التكرار	النسبة
دائما	08	20.50%
نادرا	12	30.76%
أحيانا	19	48.74%
المجموع	39	100%

الجدول رقم (12): يوضح مدى إتاحة التجهيزات الطبية الحديثة للجميع.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (12) نجد أن نسبة 48.74% يعتقدون أن الأجهزة والمعدات الطبية الحديثة أحيانا ما تكون متاحة للجميع وذلك حسب الضرورة على اعتبار أن هذا المستشفى يستقبل أعداد كبيرة من المرضى تفوق أحيانا إمكانياته وطاقته، وعليه يجب ترشيد استخدامها ويرى ما نسبته 30.76% أنه نادرا ما تتاح الأجهزة للجميع بل تخضع للمحسوبية وسوء التسيير في حين يرى 20.50% أنها متاحة للجميع على اعتبار أن هذا هو الهدف من وجودها والمستشفى قادرة على تغطية حاجاتها وتلبية طلبات جمهورها.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (12): أعمدة بيانية تمثل مدى إتاحة التجهيزات والمعدات الطبية الحديثة للجميع.

13- مدى محافظة مستشفى الزهراوي على خصوصية المريض.

- التحليل الكمي:

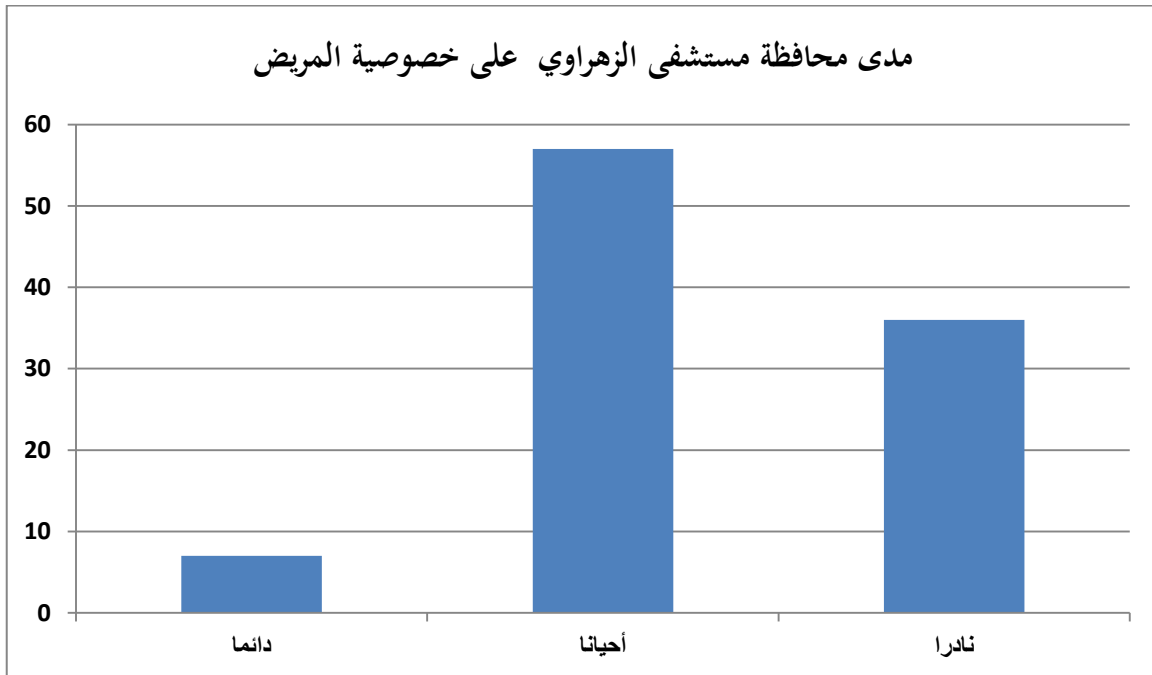
الافتراضات	التكرار	النسبة
دائما	07	07%
أحيانا	57	57%
نادرا	36	36%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (13): يوضح مدى محافظة مستشفى الزهراوي على خصوصية المريض.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول (13) يرى 57% من المبحوثين أن المستشفى يحافظ أحيانا على خصوصية المريض باعتبارها واجب على العاملين ومن المبادئ العامة خصوصا إذا ما تعلق الأمر بالمواضيع الحساسة، أما نسبة 36% من المبحوثين فتري أنه نادرا ما يتم الحفاظ على خصوصية المريض فقد يتواجد أكثر من مريض في مكتب الطبيب نتيجة الاكتظاظ الكبير خصوصا في الاستعجالات إضافة إلى سوء تنظيم سير العمل. أما ما نسبته 7% يرون ان المستشفى يحافظ على خصوصية المريض ويعد هذا من أخلاقيات العمل ومن مبادئه الاحترام وتقدير الحالة النفسية للمريض خصوصا وكذا زواره ومرافقيه.

- التمثيل البياني:



الشكل (13): أعمدة بيانية تمثل مدى محافظة المستشفى على خصوصية المريض.

14- مدى حرص المستشفى على نظافة المكان ودورات المياه:

- التحليل الكمي:

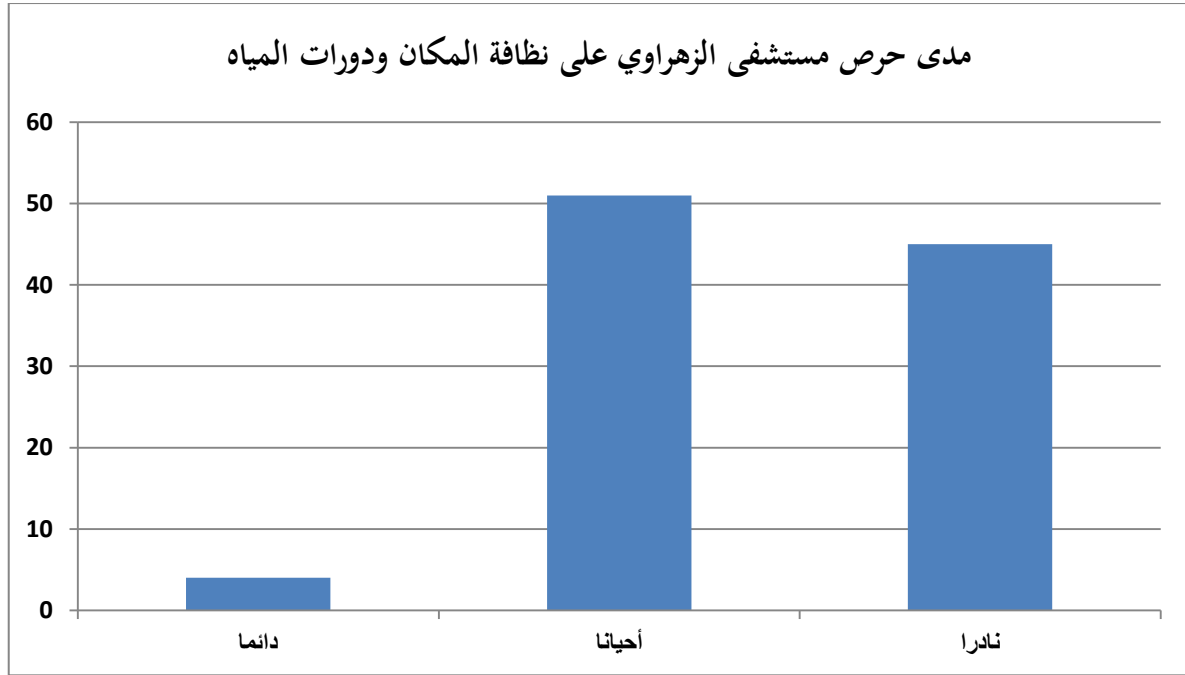
الاقتراحات	التكرار	النسبة
دائما	04	4%
أحيانا	51	51%
نادرا	45	45%
المجموع	100	100%

جدول رقم (14): يوضح مدى حرص مستشفى الزهراوي على نظافة المكان ودورات المياه.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (14) يعتقد 51% من المبحوثين أن المستشفى يحافظ على نظافة المكان ودورات المياه أحيانا، لأنه من الضروري القيام بذلك للمحافظة على صحة المواطنين والعاملين فيه، في حين يرى 45% منهم -وهي نسبة مرتفعة- أنه نادرا ما يتم الحرص على نظافة المستشفى، فهو يعاني من إهمال كبير في هذا الجانب ويتقاعس أغلب عمال النظافة على أداء مهامهم بكفاءة، وقيامهم بالتنظيف في أوقات العمل مما يسبب فوضى وازعاج للمرضى والزوار وحتى الأطباء... والأماكن لا تخلو من النفايات الطبية (ضمادات مستعملة، حقن... الخ) وأغلبية دورات المياه غير نظيفة وغير صحية، مما يجعل الكثير من المرضى والمرافقين القيام بعمليات التنظيف لتهيئة المكان والشعور بقليل من الراحة. أما ما نسبته 4% ترى أن المستشفى تحرص على نظافتها باعتبار ذلك أولوية للحفاظ على الصحة وتجنب انتشار الأمراض والأوبئة والعدوى، ووجود عمال نظافة يعملون بجد وإتقان وقد يكون ذلك أيضا عند حدوث الرقابة والتفتيش من بعض المسؤولين.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (14): أعمدة بيانية تمثل مدى حرص مستشفى الزهراوي على نظافة المكان ودورات المياه.

15- مدى حرص مستشفى الزهراوي على السلامة الطبية للمرضى والعاملين فيه:

- التحليل الكمي:

الافتراضات	التكرار	النسبة
دائما	51	51%
أحيانا	58	58%
نادرا	11	11%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (15): يوضح مدى حرص مستشفى الزهراوي على السلامة الطبية للمرضى والزوار والعاملين فيها.

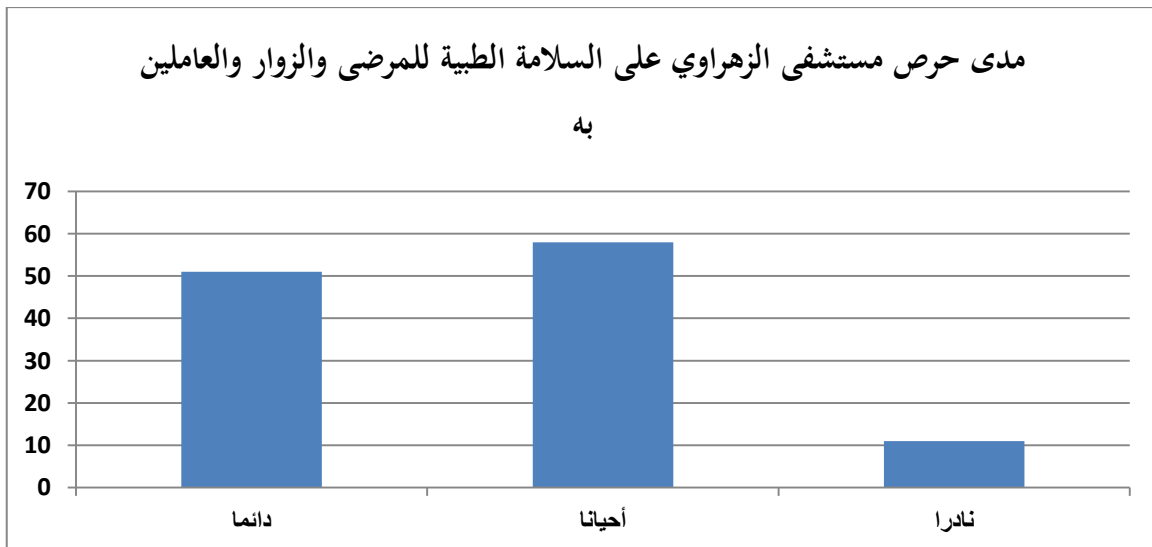
- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (15) يتضح أن 58% من المبحوثين يعتقدون أن مستشفى الزهراوي بالمسيلة يحرص أحيانا على السلامة الطبية للمرضى والزوار والعاملين فيه من خلال اتخاذ إجراءات واحتياطات السلامة الطبية اللازمة رغم وجود تجاوزات لا يتم السيطرة عليها. تتعلق بالنظافة، نقص الكفاءات المؤهلة ...

ويرى 51% من المبحوثين أن هذا المستشفى يحرص على سلامة جمهورها (الداخلي والخارجي) والحفاظ على صحته هو الهدف الأساسي الذي أنشأ من أجله، وتسخر له كافة الإمكانيات المادية والبشرية لتحقيقه بكفاءة.

ويرى 11% من أفراد العينة نادرا ما يتم الحرص على السلامة الطبية للمرضى والزوار والعاملين ويتجلى ذلك في الأعداد المعتبرة من الجمهور الذين تعرضوا إلى مشاكل صحية نتيجة استخدام وسائل غير معقمة أو لا تتوفر على شروط النظافة، وقد يساهم الاكتظاظ في مقابل نقص الطواقم المختلفة (طبية، تمريضية، إدارية ...) في عدم السيطرة على إجراءات السلامة الصحية والمتابعة.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (15): أعمدة بيانية تمثل مدى حرص مستشفى الزهراوي بالمسيلة على السلامة الطبية للمرضى والزوار والعاملين فيه.

16- مدى محافظة مستشفى الزهراوي بالمسيلة على الأمن والسلامة داخله:
- التحليل الكمي:

الافتراضات	التكرار	النسبة
دائما	70	70%
أحيانا	21	21%
نادرا	09	09%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (16): يوضح مدى محافظة مستشفى الزهراوي بالمسيلة على الأمن والسلامة داخله.

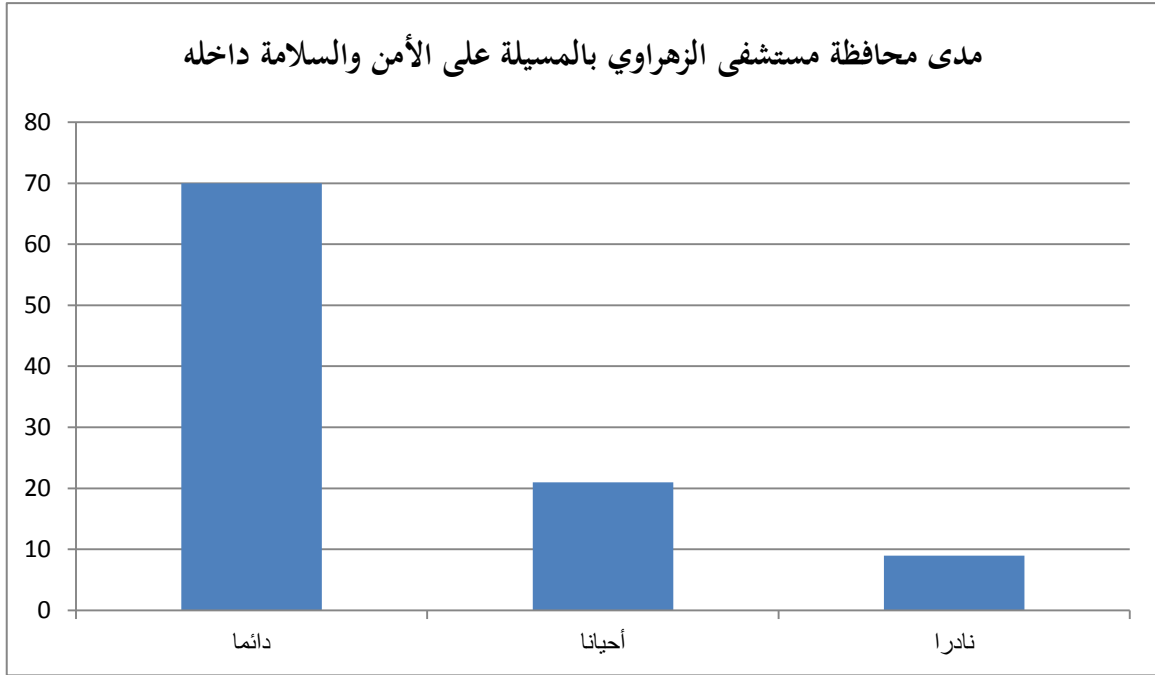
- التحليل الكيفي:

من خلال رقم (16) يتضح أن 70% من أفراد العينة المبحوثة ترى أن مستشفى الزهراوي يحافظ على الأمن والسلامة داخله وهذا يدل على مدى كفاءة أعوان الأمن في الحفاظ على السلامة بالإضافة إلى حراس الأقسام والمداخل وكذا مكتب الدخول الذي يقوم بتسجيل الوافدين ومراقبة الخارجين من هذا المستشفى.

ويرى 21% من المبحوثين أنه يحافظ في أحيان على الأمن والسلامة لأنه مطلب رئيسي لتقديم الخدمات الصحية في جو خال من التوتر والخوف، ولكن توجد بعض التجاوزات تتمثل في الاعتداء على الطواقم المختلفة من طرف الجمهور خصوصا في حالة الاكتظاظ وعدم قدرة المستشفى على تقديم الخدمات نتيجة الضغط الكبير وكذا بعض الصراعات الداخلية لدى العاملين.

ويرى 09% من المبحوثين أن هذا المستشفى نادرا ما يحافظ على الأمن والسلامة وقد يرجع سبب هذا الاعتقاد إمكانية مصادفة هؤلاء المبحوثين حالات دخول بعض المدمنين (المخدرات...) إلى المستشفى وتهديدهم للأمن والسلامة.

- التمثيل البياني



الشكل رقم (16): أعمدة بيانية تمثل مدى محافظة مستشفى الزهراوي بالمسيلة على الأمن والسلامة داخله.

17- مدى اهتمام مستشفى الزهراوي بمظهره الخارجي (البنيات، الألوان، الأثاث،

المساحات الخضراء...):

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	20	20%
لا	38	38%
نوعا ما	42	42%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (17): يمثل مدى اهتمام مستشفى الزهراوي بمظهره الخارجي (البنيات، الألوان، الأثاث،

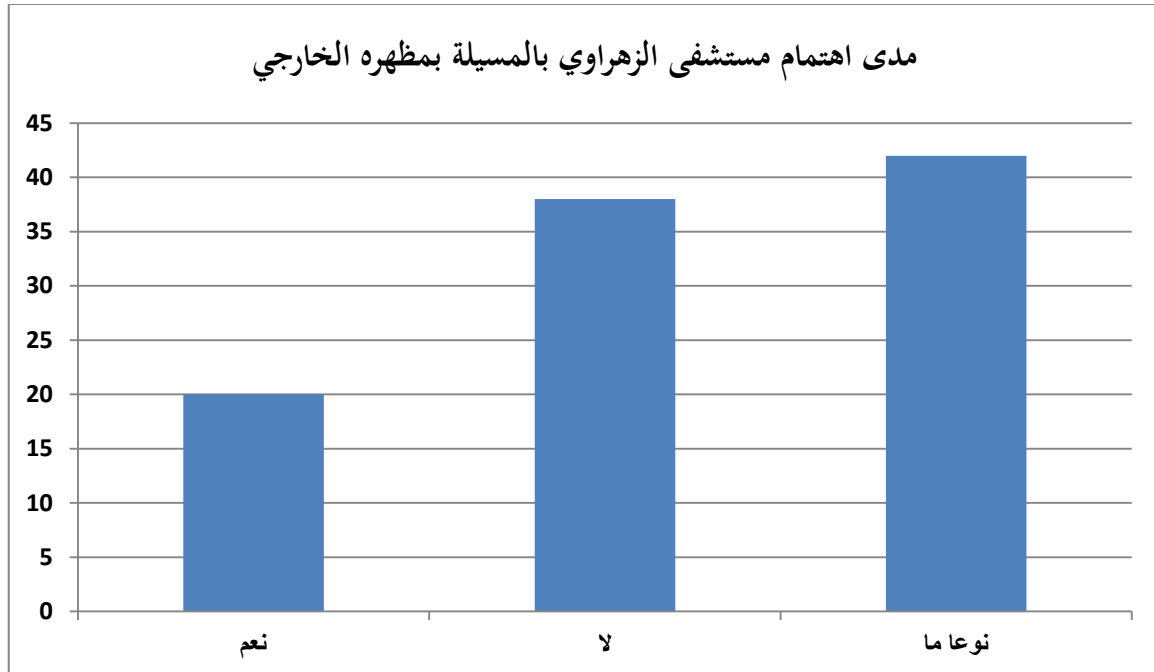
المساحات الخضراء...).

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (17) نجد أن نسبة 42% من المبحوثين ترى أن مستشفى الزهراوي بالمسيلة تهتم نوعاً ما بمظهره الخارجي ويتجلى في شكل بنياته المناسب لخصوصية الخدمات الصحية وتوفر التجهيزات المكتبية والأثاث رغم النقائص المسجلة في بعض الأحيان والمساحات الخضراء المتواجدة في مناطق متفرقة من المستشفى.

وترى نسبة 38% من المبحوثين أن هذا المستشفى لا يهتم إطلاقاً بمظهره الخارجي، فالمباني ذات طراز قديم ولا تتوافق مع المعايير الحديثة كما أن استخدام الألوان لا يخضع لدراسات علمية حول تأثيراتها النفسية، كما أنه لا توجد مساحات خضراء خاصة بالزوار والمرضى والعاملين فيه وكذا المرافق الضرورية كأماكن الانتظار، أماكن مخصصة للأكل. وأقل نسبة تتمثل في 20% ترى أن هذا المستشفى يهتم بمظهره الخارجي وهو في تحسين دائم له، فقد قام بإعادة طلاء وتهيئة أقسام عديدة منه، استخدام الرسومات في قسم طب الأطفال ... من أجل توفير جو مناسب للعمل والاستشفاء.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (17): أعمدة بيانية تمثل مدى اهتمام مستشفى الزهراوي بمظهره الخارجي (البنيات، الألوان، الأثاث، المساحات الخضراء ...).

18- مدى وجود لوحات إرشادية ومكتب استقبال لتسهيل الوصول إلى الأقسام المختلفة:

- التحليل الكمي:

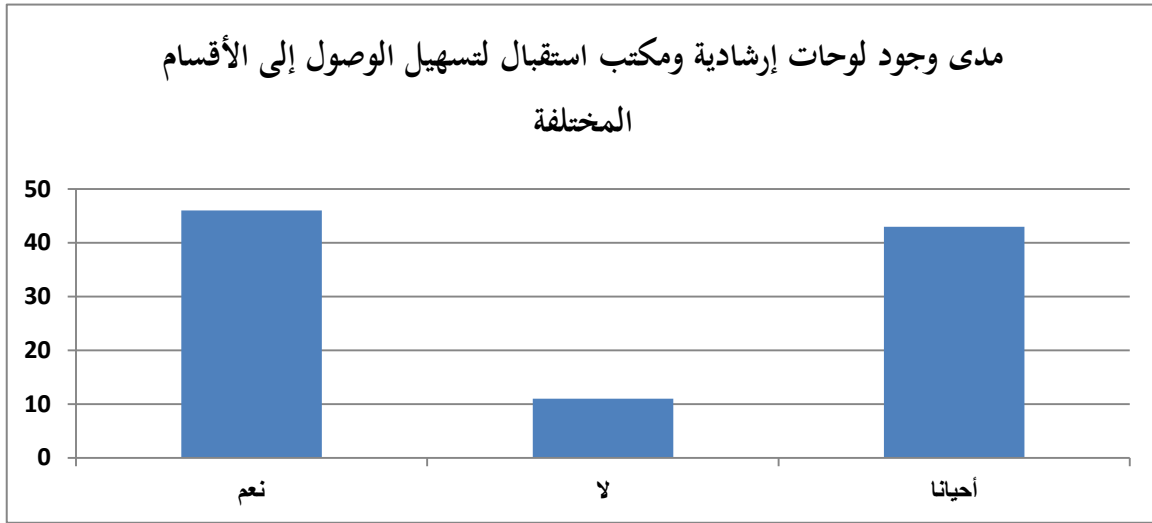
الاقتراحات	التكرار	النسبة
نعم	46	46%
لا	11	11%
أحيانا	43	43%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (18): يوضح مدى وجود لوحات إرشادية ومكتب استقبال لتسهيل الوصول إلى الأقسام المختلفة.

- التحليل الكيفي: يوضح الجدول رقم (18) أن أغلب مفردات العينة بنسبة 46% يعتقدون أن مستشفى الزهراوي بالمسيلة يضم لوحات إرشادية سواء مطبوعة أو إلكترونية بالإضافة إلى مكتب الاستقبال قصد تسهيل الوصول إلى الأقسام المختلفة وتوفير عناء البحث و إضاعة الوقت. في حين تجد نسبة 43% من المبحوثين أنه أحيانا تتواجد لوحات إرشادية في هذا المستشفى ترشد الجمهور خصوصاً الخارجي لأماكن مختلفة كالأقسام ولكن في بعض الأماكن لا توجد لوحات إرشادية أو موظف استقبال مما يصعب الانتقال في أرجاء المستشفى.

في حين ترى نسبة 11% أنه لا توجد لوحات إرشادية أو موظف استقبال مما يخلق فوضى وصعوبة الوصول إلى الأماكن المختلفة.

- التمثيل البياني:



- الشكل رقم (18): أعمدة بيانية تمثل مدى وجود لوحات إرشادية ومكتب استقبال لتسهيل الوصول إلى الأقسام المختلفة.

19- مدى رضا المبحوثين على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة:

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	09	09%
لا	52	52%
أحيانا	39	39%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (19): يوضح مدى رضا المبحوثين على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة.

- التحليل الكيفي:

من خلال معطيات الجدول رقم (19) الخاص بمدى رضا المبحوثين على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة يتضح أن أغلبهم وذلك بنسبة 52% غير راضين تماما عنه، فهو لا يرقى إلى مستوى تطلعات جمهور ولاية المسيلة الطامح للحصول على خدمات صحية ذات جودة عالية وهذه مستشفى

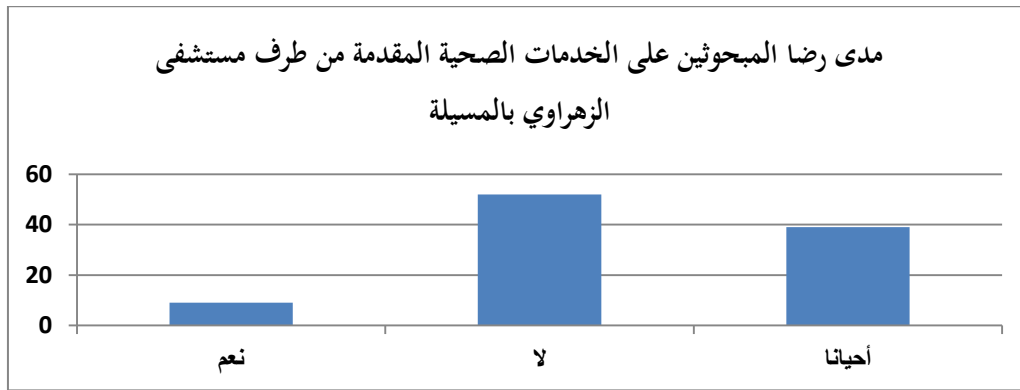
الزهاوي يعاني تدهور في تسييره ووجود صراعات تنظيمية ونقص فادح في الأطباء لا يغطي حجم الطلب المتزايد على الخدمات الصحية إضافة إلى الإضرابات، ضعف المرافق وهذا يؤثر على جودة الخدمات المقدمة وبالتالي درجة الرضا.

أما ما نسبته 39% من أفراد العينة فهي راضية أحيانا على الخدمات الصحية المقدمة باعتبار أن هذا المستشفى يلعب دور محوري في الحفاظ على صحة المواطن رغم المشاكل الموجودة والامكانيات المتاحة إلا أنها يساهم في توفير العلاج والاستشفاء للمرضى.

أما نسبة 9% فهي راضية عن الخدمات الصحية المقدمة من طرف هذا المستشفى، فهي تساهم في إنقاذ الأرواح وتضم طواقم طبية وإدارة مؤهلة وتغطي احتياجات أغلب مناطق ولاية المسيلة، فهو يقدم خدماته الصحية لأكثر من 1000 نسمة في العام حسب إحصائيات هذا المستشفى سنة 2018.

تبين هذه النسب المتفاوتة على أن درجة الرضا على الخدمات الصحية المقدمة تؤثر على الإدراكات المكونة حول هذا المستشفى لدى جمهوره تساهم في تشكيل الصورة الذهنية حوله.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (19): أعمدة بيانية تمثل مدى رضا الباحثين على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهاوي بالمسيلة.

20- درجة اهتمام مستشفى الزهراوي بالمسيلة برضا جمهورها الخارجي:

الافتراحات	التكرار	النسبة
كبيرة	08	%08
متوسطة	27	%27
صغيرة	41	%41
منعدمة	24	%24
المجموع	100	%100

الجدول رقم (20): يوضح درجة اهتمام مستشفى الزهراوي بالمسيلة برضا جمهورها الخارجي.

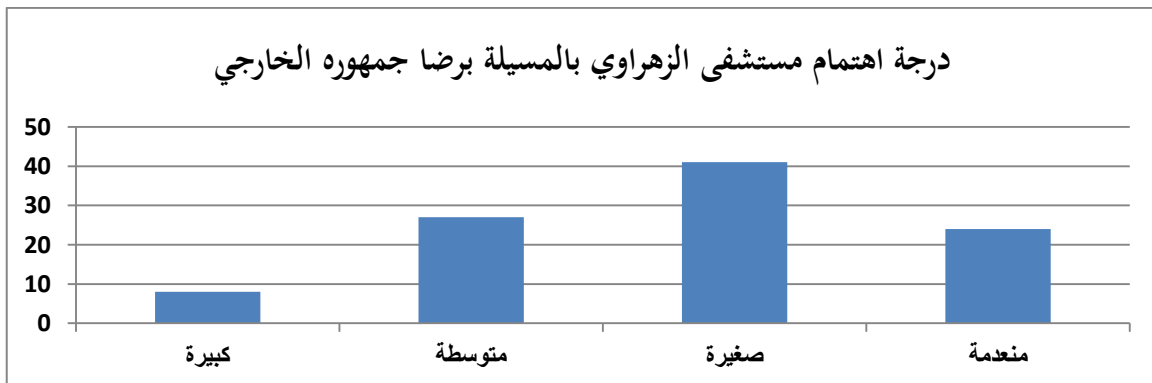
- التحليل الكيفي:

من خلال معطيات الجدول (20) يتبين أن أغلب أفراد العينة يعتبرون درجة اهتمام مستشفى الزهراوي بالمسيلة صغيرة أو متوسطة بنسبة 41% و 27% على التوالي وهذا ما يعكس عدم وجود قنوات تواصل بين المستشفى وجمهوره الخارجي وتتمحور العلاقة بينهم على تقديم وتلقي الخدمات الصحية دون وجود أنشطة اتصالية تحقق التفاعل المتبادل وتبرز أهمية رضا الجمهور الخارجي عن هذا المستشفى.

ويعتبر 24% من أفراد العينة أن درجة الاهتمام معدومة وهذا ما يدل على عدم فعالية قسم الاتصال والعلاقات العامة في مستشفى الزهراوي بالمسيلة وعدم قدرته على الوصول إلى كافة الجماهير.

ويعتبر 08% من أفراد العينة أن درجة الاهتمام كبيرة بحيث تسخر هذه المؤسسة كافة الجماهير لتقديم خدمات صحية جيدة تحقق رضا جمهوره الخارجي.

- التمثيل البياني:



الشكل (20): أعمدة بيانية تمثل درجة اهتمام مستشفى الزهراوي بالمسيلة برضا جمهوره الخارجي.

• المحور الثاني: طبيعة الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى جمهوره الخارجي:

21- الصورة الذهنية التي يحملها المبحوثين عن مستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي:

الافتراضات	التكرار	النسبة
جيدة	13	13%
حسنة	42	42%
سيئة	45	45%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (21): يوضح طبيعة الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي.

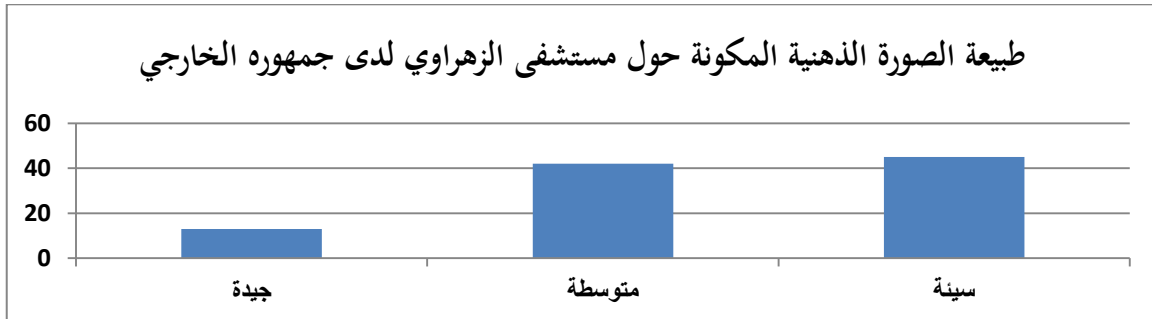
- التحليل الكيفي: من خلال معطيات الجدول رقم (20) المتعلق بطبيعة الصورة الذهنية لمستشفى

الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي يتبين أن غالبية أفراد العينة 45% تكون صورة سيئة عنه وهو ما يعكس عدم رضاها على الخدمات الصحية وهذه الانطباعات جاءت نتيجة تحليل المعاني والرموز الناتجة عن تواصل وتفاعل الجمهور الخارجي مع هذا المستشفى.

أما ما نسبته 42% فتعتبر أن صورة مستشفى الزهراوي حسنة لأنها يقدم الخدمات الصحية للجميع بالإمكانات المتاحة وهذا هو الأهم.

أما 13% من المبحوثين فلديهم انطباع جيد حول مستشفى الزهراوي بالمسيلة وهي الفئة التي لديها رضا حول خدماته الصحية.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (21): أعمدة بيانية تمثل طبيعة الصورة الذهنية المكونة حول مستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي.

22- الصورة الذهنية للجمهور الخارجي حول الطاقم الطبي: - التحليل الكمي:

الافتراضات	التكرار	النسبة
جيدة	46	46%
حسنة	43	43%
سيئة	11	11%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (22): يوضح الصورة الذهنية للجمهور الخارجي حول الطاقم الطبي.

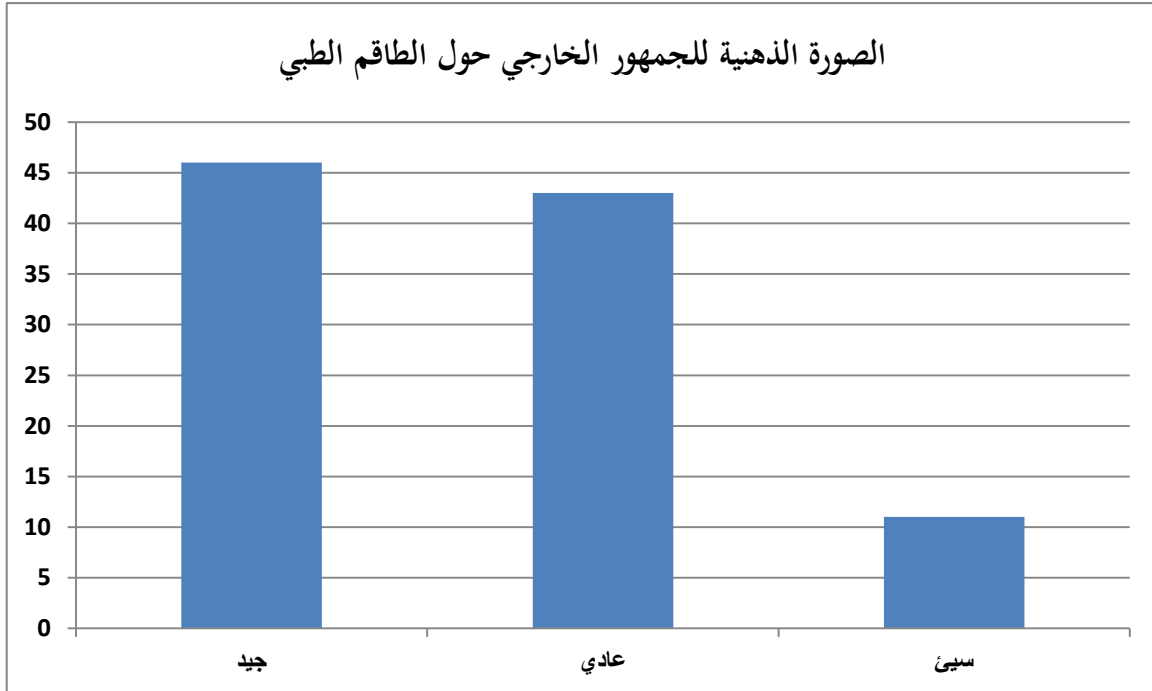
- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (22) يتضح أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 46% يحملون صورة ذهنية جيدة على الطاقم الطبي مستشفى الزهراوي بالمسيلة وهذا راجع لدورهم في المحافظة على سلامة وصحة الأفراد إضافة إلى أن الطبيب رمز للوقار والنبيل والصدق والإنسانية، فهو يحظى بشعبية كبيرة لدى غالبية الجمهور.

ويحمل 43% من المبحوثين صورة ذهنية حسنة عن الطبيب فهو يقوم بواجبه وعلاج المرضى وظيفته الإنسانية.

في حين يحمل 11% من أفراد العينة صورة ذهنية سيئة حول الطاقم الطبي حيث يتصف بعض الأطباء بالتمت والتكبر وسوء التعامل مع المرضى.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (22): أعمدة بيانية تمثل الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الطبي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

23- الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الأعوان شبه الطبية (الممرضين) بمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
جيدة	25	25%
حسنة	37	37%
سيئة	38	38%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (23): يوضح الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الأعوان شبه الطبية (الممرضين) بمستشفى الزهراوي.

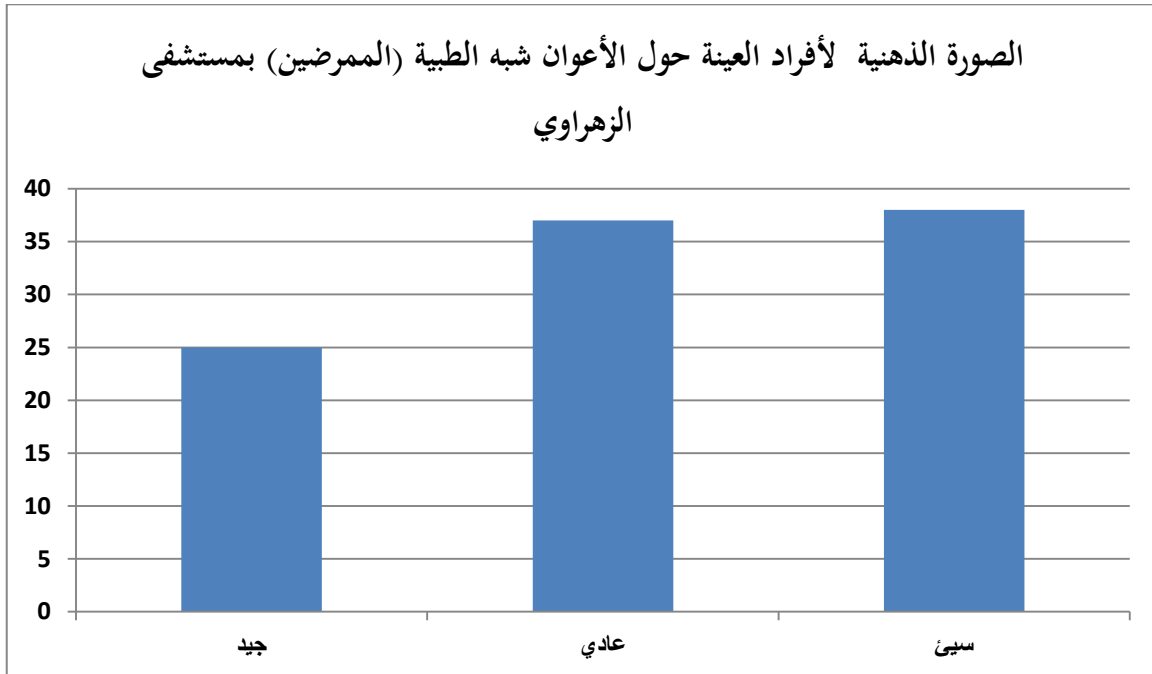
- التحليل الكيفي:

من خلال معطيات الجدول رقم (23) نلاحظ أن أعلى نسبة تشكل 38% من أفراد العينة تحمل صورة ذهنية سيئة حول الأعوان شبه الطبية (المرضى) للمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة، فهم على احتكاك مباشر مع الجمهور الخارجي (مرضى، زوار، مرافقين، متريصين...)، وأي تعامل سيئ معه أو تقاعس عن أداء الوظائف يشكل صورة سيئة حولهم.

ويرى 37% من أفراد العينة أنهم يحملون صورة ذهنية حسنة حولهم فمنهم من يمارس وظائفه ويطبق تعليمات الأطباء ويعمل على خدمة المرضى بدون مشاكل.

في حين يرى 25% من أفراد العينة أن لهم صورة ذهنية جيّدة حول الأعوان شبه الطبية (المرضى) فهم يقومون بمساعدة المرضى على تلقي العلاج، ويربطون علاقات طيبة معهم ومع المرافقين ويتأثرون بأوضاعهم الصحية ويتضامنون معهم.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (23): أعمدة بيانية تمثل الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الأعوان شبه الطبية (المرضى) بمستشفى الزهراوي

24- الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الإداري لمستشفى الزهراوي

- التحليل الكمي:

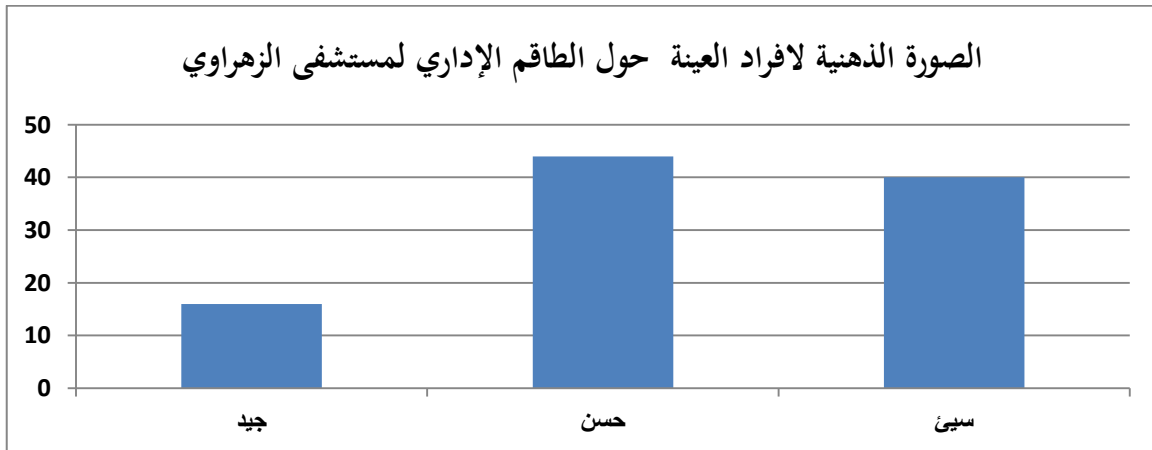
الصورة الذهنية	التكرار	النسبة
جيدة	16	16%
حسنة	44	44%
سيئة	40	40%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (24): يوضح الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الإداري لمستشفى الزهراوي.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (24) نجد أن 44% من أفراد العينة تكون صورة ذهنية حسنة حول الطاقم الإداري للمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة فهم يقومون بوظائفهم التنظيمية في الإدارة بعيد عن الاحتكاك بالأقسام الاستشفائية. في حين يرى 40% من أفراد العينة أن صورتهم الذهنية سيئة على الطاقم الإداري، على اعتبار أن المستشفى يعاني سوء التنظيم والتسيير الإداري والصراع داخل الإدارة والإهمال الإداري. ونجد ما نسبته 16% أنها تحمل صورة ذهنية جيّدة عن الطاقم الإداري فهو يعمل بفعالية لتقديم خدمات صحية جيدة ويضم كفاءات وإطارات مؤهلة علمياً.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (24): أعمدة بيانية تبين الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الإداري لمستشفى الزهراوي.

25- كيفية تعامل العاملين بمستشفى الزهراوي في حالة اكتظاظ: - التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	كيفية التعامل
20%	20	بهدوء وسلامة
47%	47	بقليل من الانفعال
33%	33	بانفعال شديد
100%	100	المجموع

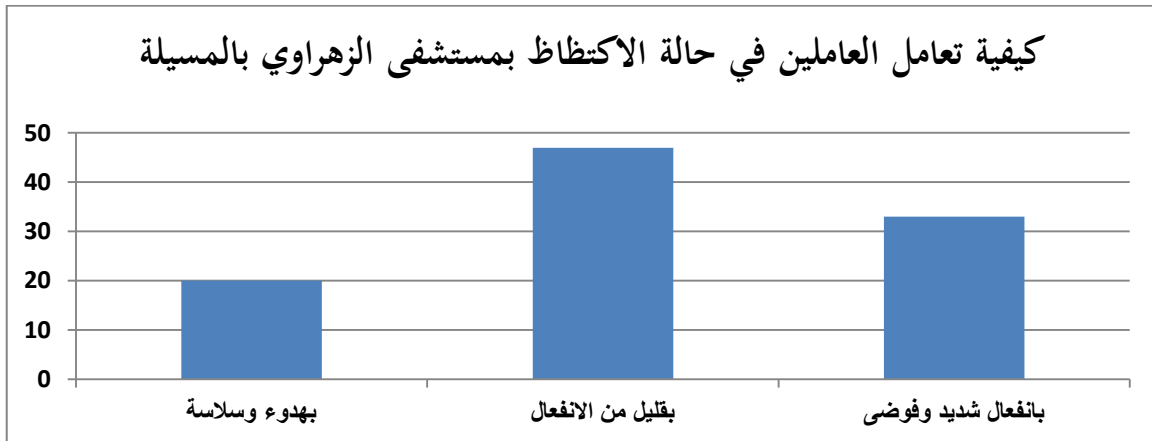
الجدول رقم (25): يوضح كيفية تعامل العاملين في حالة الاكتظاظ بمستشفى الزهراوي.

- التحليل الكيفي:

يبين الجدول رقم (25) والمتعلق بكيفية تعامل العاملين بمستشفى الزهراوي بالمسيلة في حالة الاكتظاظ، أن 47% ترى وجود قليل من الانفعال في التعامل في حين ترى نسبة 33% أنه يتم التعامل في حالة الاكتظاظ بانفعال شديد وفوضى، وتوضح النسبتين عدم قدرة العاملين في التحكم في انفعالاتهم نتيجة الضغوط الشديدة في العمل، وعدم القدرة على تلبية الطلبات المتزايدة والمتواصلة على الخدمات الصحية، إضافة إلى الطبيعة العصبية لبعض العاملين.

وترى ما نسبته 20% أن التعامل يكون بهدوء وسلاسة ويتعلق الأمر بالطبيعة الهادئة لبعض العاملين وكيفية تنظيمهم لسير العمل، ويؤدي الانفعال في التعامل إلى ترك انطباع سيئ لدى الجمهور الخارجي وبالتالي تكوين صورة سيئة.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (25): أعمدة بيانية تمثل كيفية تعامل العاملين في مستشفى الزهراوي بالمسيلة في حالة الاكتظاظ.

26- درجة تفضيل أفراد العينة مستشفى الزهراوي بالمسيلة:

- التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	درجة التفضيل
30%	30	لا أفضله إطلاقا
36%	36	لا أفضله
10%	10	محايد
20%	20	أفضله
04%	04	أفضله كثيرا
100%	100	المجموع

الجدول رقم (26): يوضح درجة تفضيل المبحوثين لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

- التحليل الكيفي:

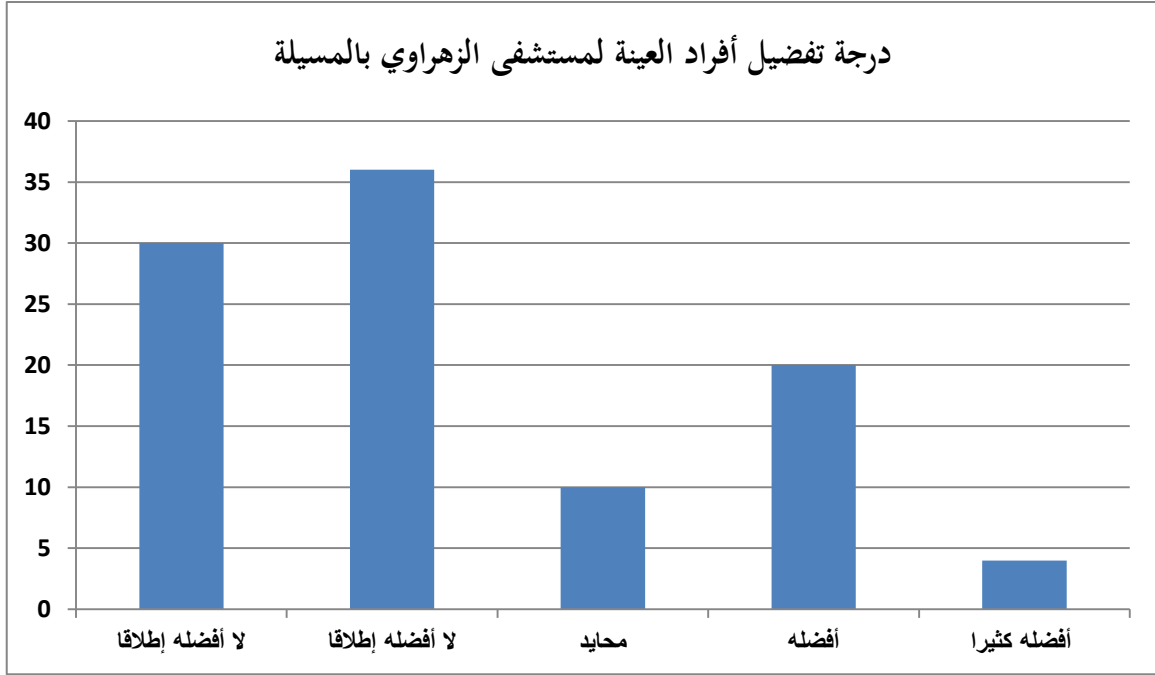
من خلال الجدول رقم (26) المتعلق بدرجة تفضيل المبحوثين لمستشفى الزهراوي وذلك حسب مقياس التفضيل المصمم من طرف مختصين في مجال قياس الصورة الذهنية على شكل مقياس ليكرت نجد نسبة 30 % و نسبة 36% من المبحوثين أجابت بلا أفضله إطلاقا زلا أفضله على التوالي و 10% منهم كانوا محايدين، في حين 20% و 04% أجابوا بأفضله وأفضله كثيرا. تدل هذه النتائج أن المستشفى يعاني مشكل في صورته الذهنية باعتبار إجابات المبحوثين تركزت في الفئتين الأوليتين من مقياس التفضيل وعليه فإن غالبية المبحوثين لا يفضلون مستشفى الزهراوي وهو ما يؤثر على الصورة الذهنية له.

- البيانات الإحصائية لمقياس التفضيل:

الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	درجة تفضيل المبحوثين
0.89	1.55	100	لمستشفى الزهراوي

الجدول رقم (27): البيانات الإحصائية لمقياس التفضيل. (مخرجات SPSS)

- التحليل الكيفي: من خلال البيانات الإحصائية المتضمنة في الجدول رقم (27) يتبين أن المتوسط الحسابي يحمل القيمة 1.55 وهذا يعني أن إجابات المبحوثين تؤول إلى الإجابة لا أفضلها إطلاقاً لأنها تنتمي إلى المجال (1-1.79) المتعلق بمتوسط المرجح حسب مقياس ليكرت الخماسي.
- التمثيل البياني:



الشكل (26): أعمدة بيانية تمثل درجة تفضيل أفراد العينة لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

• المحور الثالث: عوامل تشكيل الصورة الذهنية:

27- الأساليب الاتصالية المساهمة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي:

الأساليب الاتصالية	التكرار	النسبة
الأقارب	30	30%
الأصدقاء	22	22%
التعامل المباشر مع المستشفى	48	48%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (28): يمثل الأساليب الاتصالية المساهمة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.

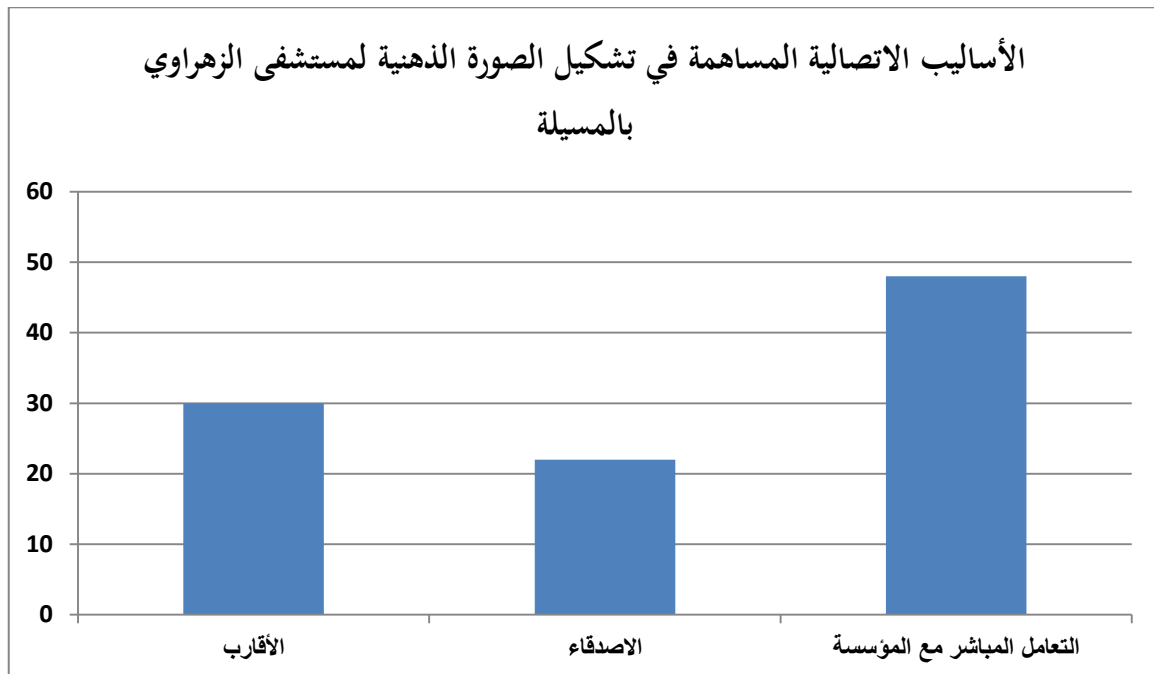
- التحليل الكيفي:

من خلال معطيات الجدول (28) المتعلق بالأساليب الاتصالية المساهمة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي يتضح أن أغلبية أفراد العينة والتي تمثل نسبة 48% ترى أن التعامل المباشر مع المؤسسة هو من ساهم في تشكيل صورتها الذهنية من خلال مختلف مكوناتها مثل: المظهر الخارجي، إدارة المؤسسة واتصالاتها، كفاءة عاملاتها، جودة خدماتها، برامج المسؤولية الاجتماعية، الشعار والرمز، اللغة المستخدمة ... كلها رموز تترجم إلى معاني فتشكل الانطباعات والصور الذهنية.

ويرى 30% من أفراد العينة أن الأقارب ساهموا في تشكيل الصورة الذهنية حول مستشفى الزهراوي وهو ما يدل على تأثيرهم على البناءات المعرفية و الإدراكية للأفراد من خلال نقل تجاربهم الخاصة.

ويرى 22% من أفراد العينة أن الأصدقاء ساهموا في تشكيل صورتهم الذهنية حول هذه المستشفى. وهذا يدل على درجة الثقة والتأثير على المدركات والتصورات.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (27): أعمدة بيانية تمثل الأساليب الاتصالية المساهمة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي .

28- مدى تأثير ثقافة المجتمع على تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى الجمهور

الخارجي:

- التحليل الكمي:

الافتراحات	التكرار	النسبة
نعم	47	47%
لا	21	21%
نوعا ما	32	32%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (29): يوضح مدى تأثير ثقافة المجتمع في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى جمهورها الخارجي.

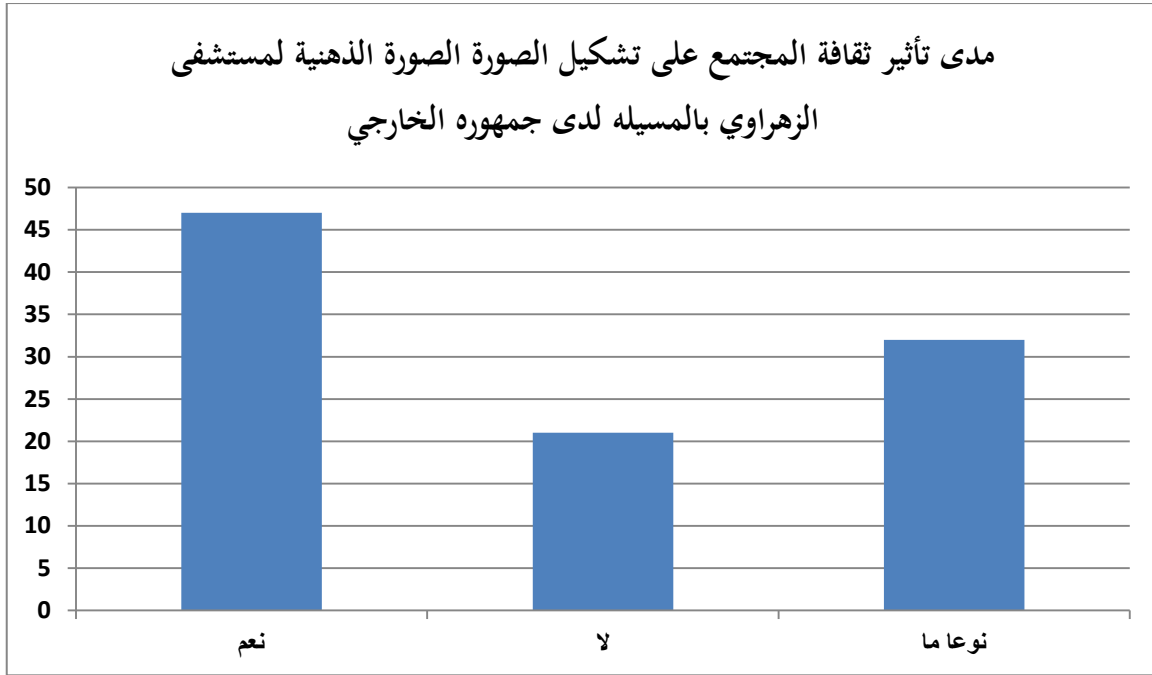
- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (29) يرى 47% من أفراد العينة أن الثقافة السائدة في المجتمع لها دور في تشكيل الصورة الذهنية لديهم حول مستشفى الزهراوي بالمسيلة من خلال تأثير القيم والمعتقدات والعادات والسلوكيات الاجتماعية وكذلك تأثير قادة الرأي داخل المجتمع.

ويرى 32% من أفراد العينة أن الثقافة السائدة في المجتمع تؤثر نوعا ما في تشكيل الصورة الذهنية حول مستشفى الزهراوي بالمسيلة إلى جانب مؤثرات أخرى شخصية وتنظيمية وإعلامية ... حيث يقوم الفرد بعمل توازن بين مختلف المدركات ليصل إلى صورة ذهنية معينة.

ويرى 21% من أفراد العينة أنه لا يوجد تأثير للثقافة السائدة في المجتمع في تشكيل الصورة الذهنية لهذه المؤسسة على اعتبار أن الفرد يملك سمات شخصية وبناءات عاطفية خاصة تمكنه من تفسير المعلومات الخاصة بمستشفى الزهراوي وتشكيل صورة معينة عنه.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (28): أعمدة بيانية تمثل مدى تأثير ثقافة المجتمع على تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى الجمهور الخارجي.

29- كيفية تأثير العوامل التنظيمية (سياسة المؤسسة وطريقة تقديم خدماتها..) في تشكيل

الصورة الذهنية عن مستشفى الزهراوي بالمسيلة.

- التحليل الكمي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة
تأثير كبير	59	59%
تأثير متوسط	31	31%
تأثير ضعيف	06	06%
لم تؤثر	04	04%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (30): يوضح تأثير العوامل التنظيمية في تشكيل الصورة الذهنية عن مستشفى الزهراوي بالمسيلة.

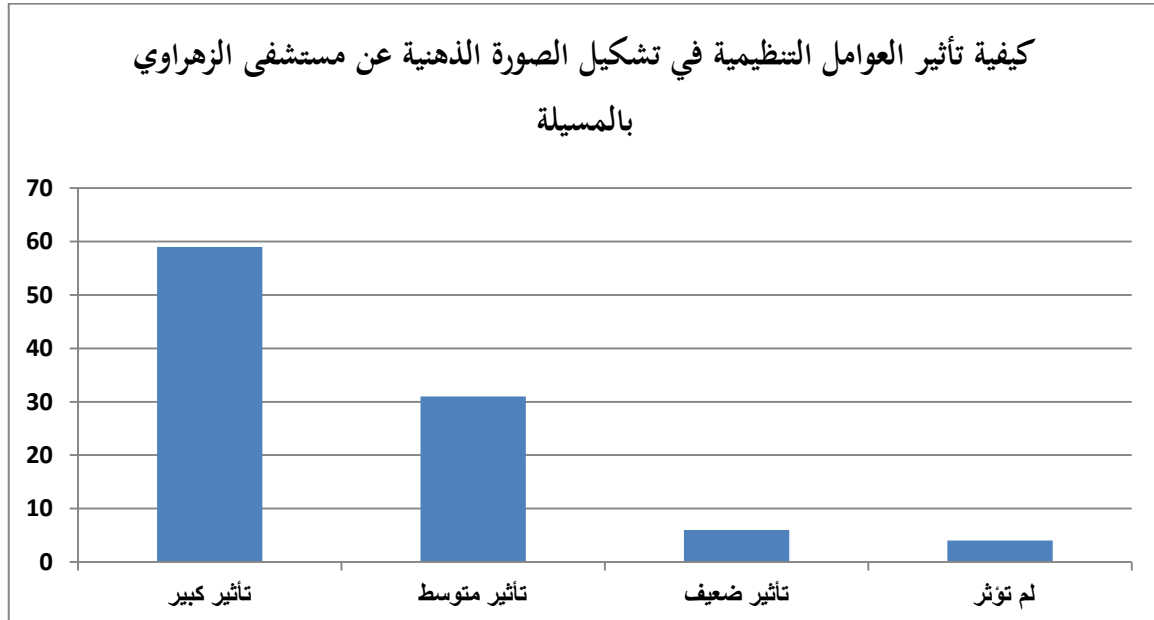
- التحليل الكيفي:

من خلال معطيات الجدول رقم (30) يتبين أن غالبية أفراد العينة تؤثر عليها العوامل التنظيمية (تنظيم وتسيير المستشفى) وبدرجة كبيرة في تكوينها لصورتها الذهنية حول مستشفى الزهراوي بالمسيلة وذلك بنسبة 59% ويتجلى ذلك في كيفية (تقديم الخدمات، التعامل مع الجمهور، تنظيم العمل، الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة ...)، وهو ما يفسر أن أكثر أسلوب اتصالي ساهم في تكوين الصورة الذهنية لأفراد العينة المبحوثة هو التعامل المباشر مع المستشفى وبالتالي الوقوف على هذه العوامل التنظيمية.

وترى مجموعة من أفراد العينة أن هناك تأثير للعوامل التنظيمية ولكن بدرجة متوسطة أو ضعيفة وذلك بنسبة 31% و 06% على التوالي ويرجع ذلك إلى تأثير عوامل أخرى مثل العوامل الشخصية، العوامل الاجتماعية، العوامل الاتصالية والاعلامية بدرجات متفاوتة في التأثير.

في حين ترى نسبة 04% من المبحوثين أنها لا تتأثر إطلاقاً بالعوامل التنظيمية لأنها عوامل داخلية والأهم هو توفر الخدمات الصحية.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (29): أعمدة بيانية تمثل كيفية تأثير العوامل التنظيمية في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

30- أهم وسائل الاتصال والإعلام المكونة للصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى أفراد

العينة:

- التحليل الكمي:

الوسائط	التكرار	النسبة
الصحافة المكتوبة	08	8%
الإذاعة	29	29%
التلفزيون	13	13%
الإعلام الرقمي	21	21%
مواقع التواصل الاجتماعي	29	29%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (31): يوضح أهم وسائل الاتصال والإعلام المكونة للصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى الأفراد.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (31) المتعلق بأهم وسائل الاتصال والإعلام المكونة للصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى أفراد العينة، نجد أن 29% منهم يعتبرون أن الإذاعة المحلية لولاية المسيلة من أهم الوسائل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية بسبب قدرتها في استقطاب الجمهور والتأثير فيهم وكذا تعامل المستشفى معها بصورة دائمة من أجل توصيل الرسائل الاتصالية المتعلقة به كإعلانات، تغطية الفعاليات خاصة مثل التبرع بالدم ... كما تقدم الإذاعة برامج تعنى بالمشاكل الصحية وانشغالات المواطنين، بحيث يلعب كل هذا في إبراز الخدمات الصحية المقدمة من طرف المؤسسة والبعد الإنساني لها، كما يرصد واقع قطاع الصحة في الولاية والمشاكل والتحديات.

ويرى 29% من المبحوثين (نسبة متساوية) أن مواقع التواصل الاجتماعي تأثر بشكل كبير في تكوين الصورة الذهنية حول المستشفى وهذا راجع للاستخدام الواسع لهذه المواقع من طرف شرائح مختلفة من المجتمع خصوصا -الفيسبوك واليوتوب- حيث يتم نشر صور ومقاطع فيديو تصوّر واقع المستشفى وغالبا ما تكون في

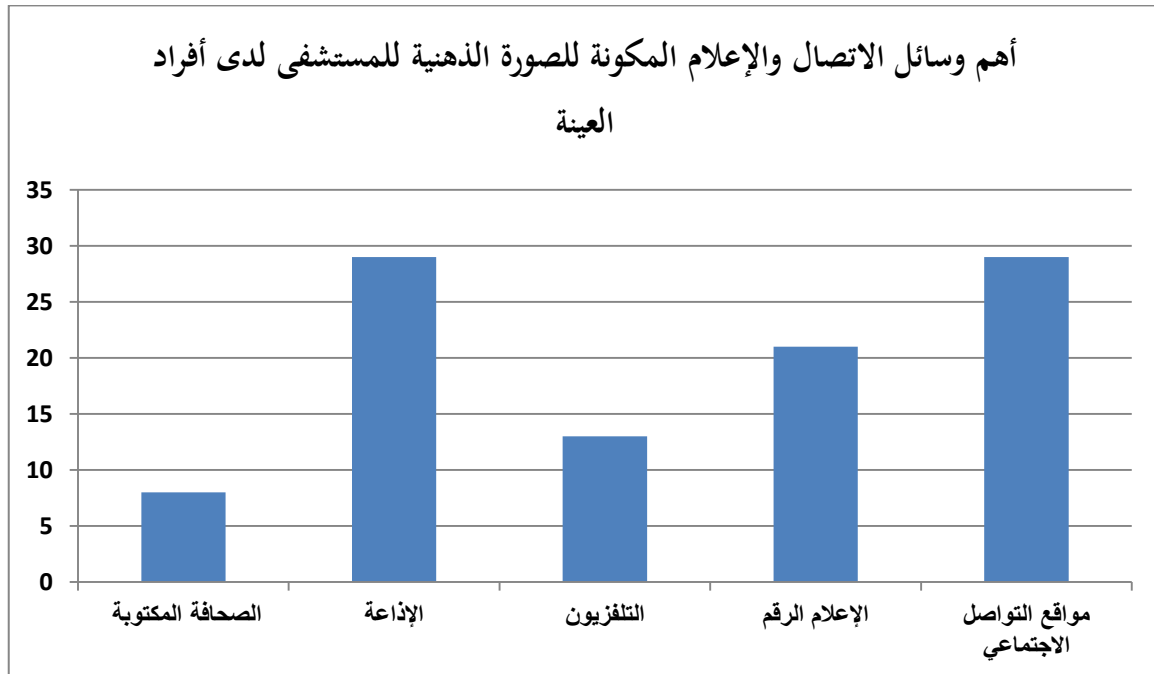
الجانب السلبي كغياب النظافة، الإهمال ... وأحيانا في الجانب الإيجابي من خلال صور التعاون والتكافل ... (أنظر في الملاحق)، وهو ما يؤثر على مدركات الأفراد وصورهم الذهنية.

ويرى ما نسبته 21% من المبحوثين تأثير الإعلام الرقمي على تشكيلهم لصورهم الذهنية حول مستشفى الزهراوي من خلال المحتويات الإعلامية المقدمة عبر شبكة الأنترنت (تقارير، تحقيق، برامج فكاهية ساخرة ...).

ويرى ما نسبته 13% أن التلفزيون عامل مؤثر في تكوين الصورة الذهنية للمستشفى وهي نسبة منخفضة إلى قلة التعامل مع هذه الوسيلة والتغطية الإعلامية المنخفضة سواء على مستوى القطاع الخاص أو العام.

أما ما نسبته 8% من المبحوثين وهي أقل نسبة ترى أن الصحافة المكتوبة تساهم في تشكيل الصورة الذهنية للمستشفى لدى جماهيرها من خلال مختلف الأنواع الصحفية، ولكن تدني هذه النسبة راجع لانحصار المقروئية واقتصارها على فئات بعينها.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (30): أعمدة بيانية تمثل أهم وسائل الاتصال والإعلام المكونة للصورة الذهنية للمستشفى بالمسيلة لدى أفراد العينة.

31- نوع التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال والإعلام على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

نوع التأثير	التكرار	النسبة
إيجابي	36	36%
سلبي	64	64%
المجموع	100	100%

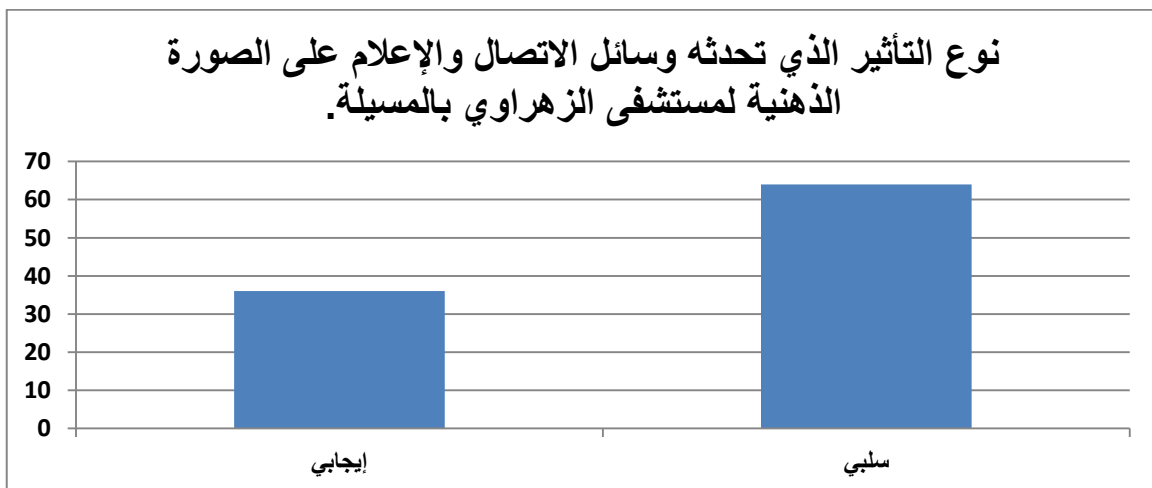
الجدول رقم (32): يبين التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال والإعلام على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (32) يتضح أن أغلبية المبحوثين بنسبة 64% تعتقد أن وسائل الاتصال والإعلام لها تأثير سلبي على الصورة الذهنية للمستشفى سواء التقليدية أو الحديثة من خلال عرض النقائص والسلوكيات السلبية للعاملين فيها مما يشكل صورة سيئة عنها لدى جماهيرها.

ويرى 36% من المبحوثين أن لوسائل الاتصال والإعلام أثر إيجابي على الصورة الذهنية للمستشفى من خلال تغطية نشاطاتها المختلفة والتعرف بخدماتها الصحية وكفاءة عاملاتها. مما يشكل صورة إيجابية عنها لدى جمهورها الخارجي.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (31): أعمدة بيانية تمثل نوع التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال والإعلام على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

32- مدى تسويق مستشفى الزهراوي لصورته:

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	23	23%
لا	41	41%
أحيانا	36	36%
المجموع	100	100%

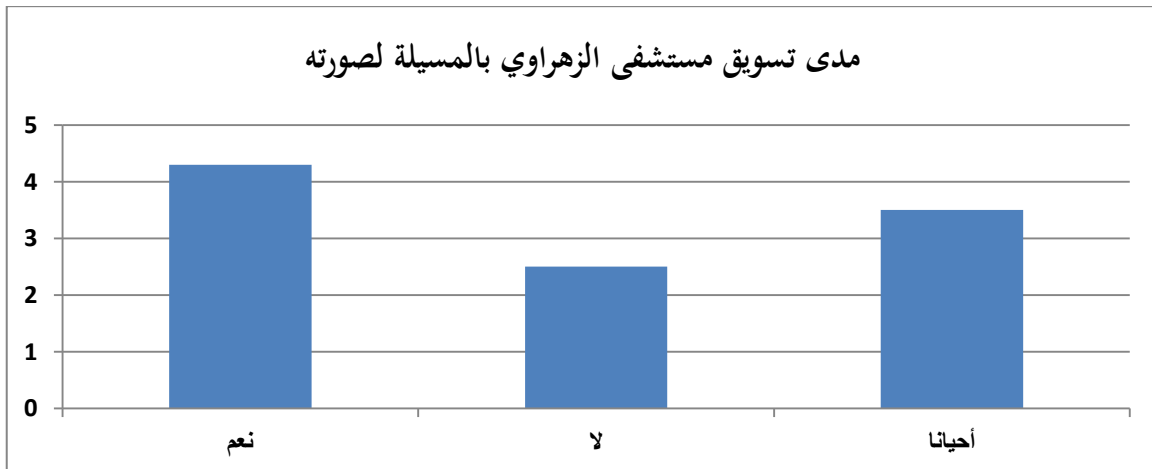
الجدول رقم (33): يوضح مدى تسويق مستشفى الزهراوي بالمسيلة لصورته.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول (33) المتعلق بمدى تسويق مستشفى المسيلة لصورتها، نجد أن نسبة 41% تعتقد أن هناك غياب تام للنشاطات التسويقية في هذه المؤسسة وهذا راجع لعدم وعي الإدارة العليا للمستشفى بأهمية التسويق في تحسين الصورة الذهنية لدى الجماهير، في حين يرى 36% من المبحوثين أن المستشفى يقوم ببعض النشاطات المتفرقة التي تندرج في خانة التسويق دون تنظيمها في قسم خاص.

في حين يجد 23% من المبحوثين أن المؤسسة تقوم بتسويق صورتها من خلال الإشهار، التعامل مع وسائل الإعلام، القيام بالحملات الإعلامية (التبرع بالدم ..).

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (32): أعمدة بيانية تمثل مدى تسويق مستشفى الزهراوي لصورته.

33- مدى تأثير تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها على تشكيل الصورة الذهنية

لمستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي

النسبة	التكرار	الاقتراحات
78%	78	نعم
22%	22	لا
100%	100	المجموع

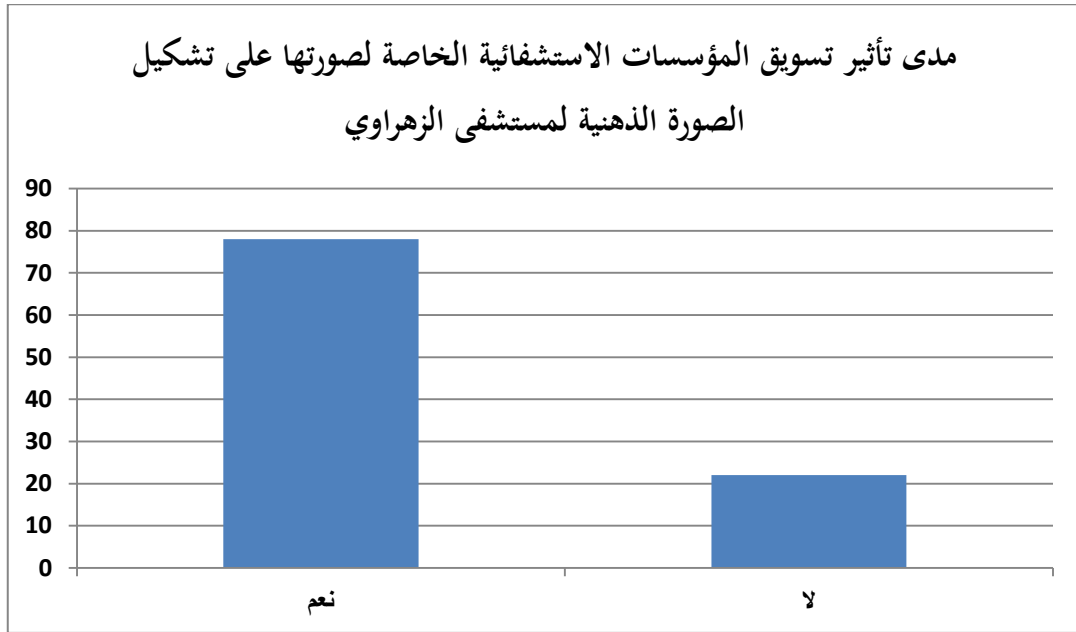
الجدول رقم (34): يوضح مدى تأثير المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي .

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (34) يتبين أن غالبية أفراد العينة بنسبة 78% ترى أن تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها تؤثر على الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية المسيلة، إذ تبرز الفجوة الموجودة بين القطاع العام والخاص من حيث جودة الخدمات واستقدام الكفاءات المؤهلة والقيام بجهود اتصالية تسويقية معتبرة وفتح قنوات اتصال مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على عكس المؤسسة العمومية الاستشفائية بحيث تغيب الفعالية الاتصالية، والاستراتيجية التسويقية.

في حين يرى 22% من المبحوثين أن تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لا يؤثر على الصورة الذهنية للمستشفى العمومي لاختلاف المعايير فالقطاع الخاص هدفه الربح من خلال استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور في حين يهدف القطاع العام إلى تقديم خدمات مجانية والمهم هو الحفاظ على الصحة العامة.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (33): أعمدة بيانية تمثل مدى تأثير تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.

- المحور الرابع: اساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة من وجهة نظر جمهورها الخارجي:

34- رأي الجمهور الخارجي في إعادة مستشفى الزهراوي بناء صورته الذهنية:

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	96	96%
لا	04	04%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (35): يوضح رأي الجمهور الخارجي في إعادة مستشفى الزهراوي بناء صورته الذهنية.

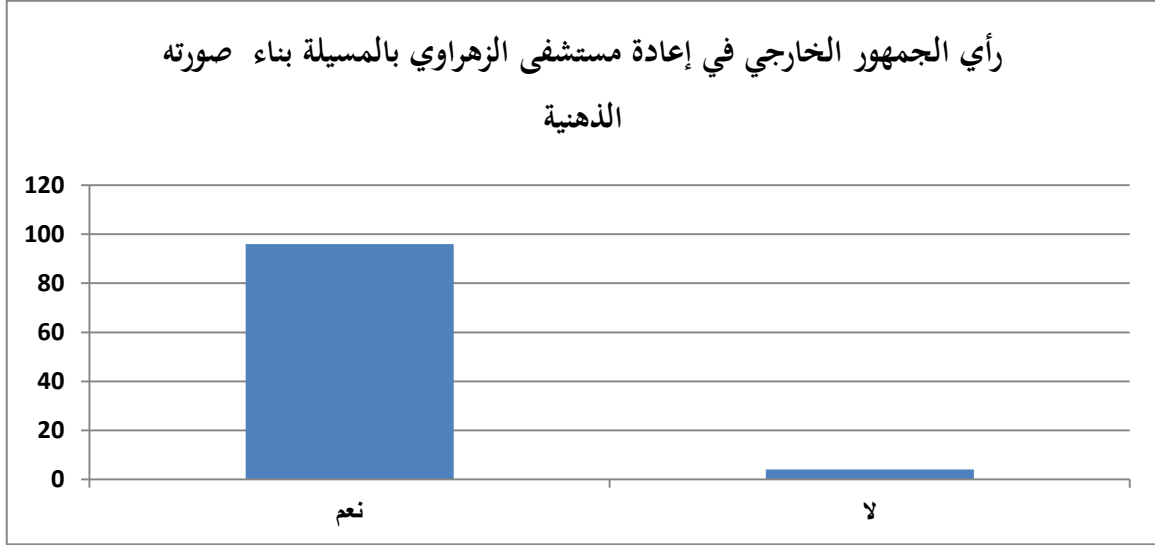
- التحليل الكيفي: من خلال الجدول رقم (35) نجد أن 96% من أفراد العينة تجد أنه على

مستشفى الزهراوي إعادة بناء صورته الذهنية لدى جمهوره لأن صورته الحالية سيئة ولا بد من إعادة

تشكيلها وتسخير كافة الإمكانيات البشرية والمادية للوصول إلى صورة جيدة، وتعكس هذه النسبة المرتفعة عدم رضا الجمهور الخارجي على الصورة الحالية.

في حين تجد نسبة 04% من أفراد العينة (وهي نسبة منخفضة جدا) أنه ليس على المستشفى إعادة بناء صورته الذهنية لدى جمهوره، وتمثل هذه النسبة الفئة التي تفضل المستشفى و راضية على خدماته.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (34): أعمدة بيانية تبين رأي الجمهور الخارجي في إعادة مستشفى الزهراوي بالمسيلة بناء صورته الذهنية.

35- تحديد أي صورة ذهنية ذات أولوية من بين الداخلية أو الخارجية في إعادة بناء الصورة الذهنية :

- التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	الاقتراحات
31%	31	الصورة الداخلية
17%	17	الصورة الخارجية
52%	52	الصورتين معا
100%	100	المجموع

الجدول رقم (36): يوضح تحديد أي صورة بين الداخلية و الخارجية ذات اولوية في إعادة بناء الصورة الذهنية للمستشفى

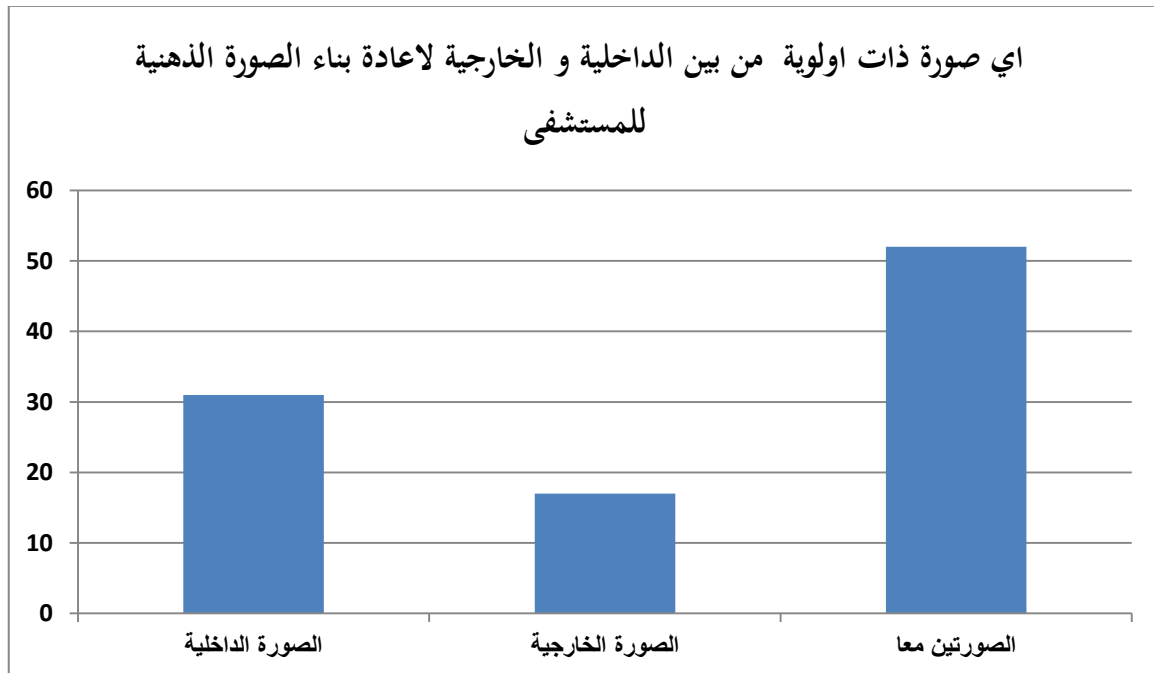
- التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم (36) أن 52% من المبحوثين ترى ضرورة الاهتمام بالصورة الذهنية الداخلية و الخارجية معا ، على اعتبار أهميتهما في تشكيل الانطباعات والإدراكات لدى الجمهور، وأنهما يعملان في شكل متكامل ومترابط لتحقيق الأهداف التي يسعى مستشفى الزهراوي بالمسيلة الى تحقيقها .

ويرى 31% من أفراد العينة أن الأولوية تكمن في الصورة الذهنية الداخلية على اعتبار أن الصورة تبدأ من الداخل، وإذا كان المحيط الداخلي للمستشفى السليم ينعكس إيجابا عن الصورة الذهنية الخارجية والعكس صحيح.

في حين يرى 17% من أفراد العينة أن على هذه المؤسسة إعادة بناء صورتها الذهنية الخارجية باعتبار الجمهور الخارجي المعني بتلقي الخدمات الصحية والمهم تحقيق رضاه بغض النظر عن البيئة الداخلية للمؤسسة.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (35): أعمدة بيانية تمثل: أي صورة ذات أولوية من بين الداخلية و الخارجية لإعادة بناء الصورة الذهنية للمستشفى.

36- أساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة حسب الجمهور الخارجي:

- التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	الاقتراحات
39%	39	من خلال تحسين جودة الخدمات وتطوير مهارات عامليه
20%	20	من خلال تحسين أسلوب تسييره
26%	26	من خلال تفعيل قنوات التواصل مع جماهيره المختلفة
15%	15	من خلال إعادة هيكلة مظهره والاهتمام بشكله
100%	100	المجموع

الجدول رقم (37): يوضح اساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي حسب الجمهور الخارجي:

- التحليل الكيفي:

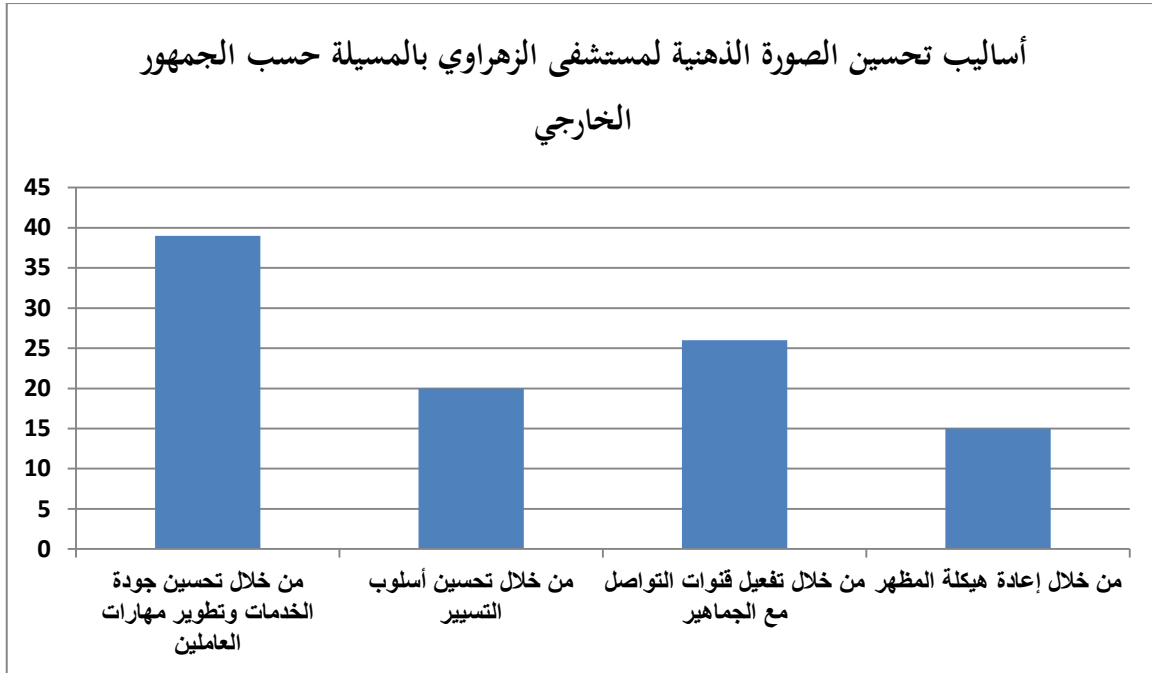
من خلال الجدول رقم (37)، نلاحظ أن نسبة 39% من المبحوثين تعتقد أنه يمكن تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي من خلال تحسين جودة خدماته وتطوير مهارات العاملين به، باعتبارها عامل اساسي في تحقيق رضا الجمهور وترك انطباع إيجابي لديه.

في حين يجد 26% من المبحوثين أن أساليب تحسين الصورة الذهنية تكمن في تفعيل قنوات الاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي لهم متطلباته وحاجاته وخلق تفاعل مشترك وفهم متبادل.

في حين يرى 20% من المبحوثين أن أساليب تحسين الصورة الذهنية ترتبط بتحسين أسلوب تسيير المستشفى وإعادة تنظيمه وفق خطط واستراتيجيات جديدة تحقق التطلعات المطلوبة.

ويعتقد 15% من المبحوثين أن إعادة هيكلة المظهر الخارجي للمؤسسة الاستشفائية والاهتمام بشكلها يؤدي إلى تحسين صورتها على اعتبار أن الأشكال المادية أحد أهم عوامل بناء وتحسين الصورة الذهنية.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (36): أعمدة بيانية تمثل أساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي حسب الجمهور الخارجي.

37- دور الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى.

- التحليل الكمي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة
نعم	91	91%
لا	09	09%
المجموع	100	100%

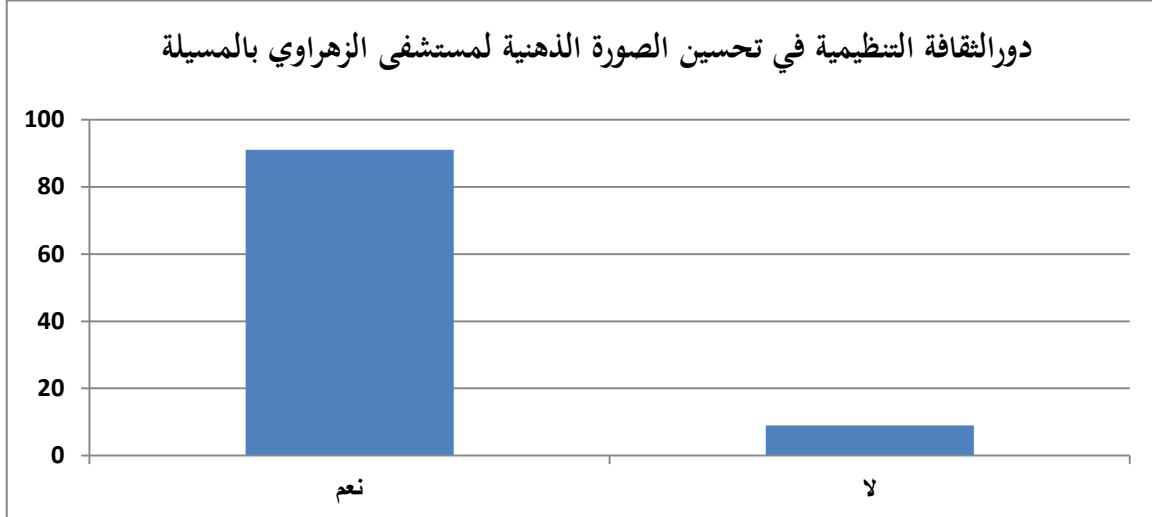
الجدول رقم (38): يوضح دور الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى بالمسيلة.

- التحليل الكيفي: من خلال الجدول رقم (38) نجد أن 91% من المبحوثين يعتقدون أن الثقافة

التنظيمية تلعب دور مهم في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى من خلال إرساء المبادئ والأخلاقيات وتوفير المناخ المناسب للعمل مما يساهم في تحسين الخدمات ورضا الجمهور.

أما ما نسبته 9% من المبحوثين فترى أن الثقافة التنظيمية لا تساهم في تحسين الصورة الذهنية. وقد يرجع ذلك إلى عدم فهم هؤلاء المبحوثين للماهية الثقافة التنظيمية أو عدم وعيهم بمدى أهميتها.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (37): أعمدة بيانية تمثل دور الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

38- كيفية مساهمة الثقافة التنظيمية في تحسين صورة مستشفى الزهراوي بالمسيلة:

- التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	الاقتراحات
35.16%	32	تفعيل العلاقات الايجابية مع الجمهور الداخلي والخارجي
19.78%	18	تجنب الصراعات داخل المؤسسة وفهم مشاكل العمل
45.05%	41	تنظيم العمل وتكريس مبادئ الاحترام والتعاون داخل المستشفى
100%	91	المجموع

الجدول رقم (39): يوضح كيفية مساهمة الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

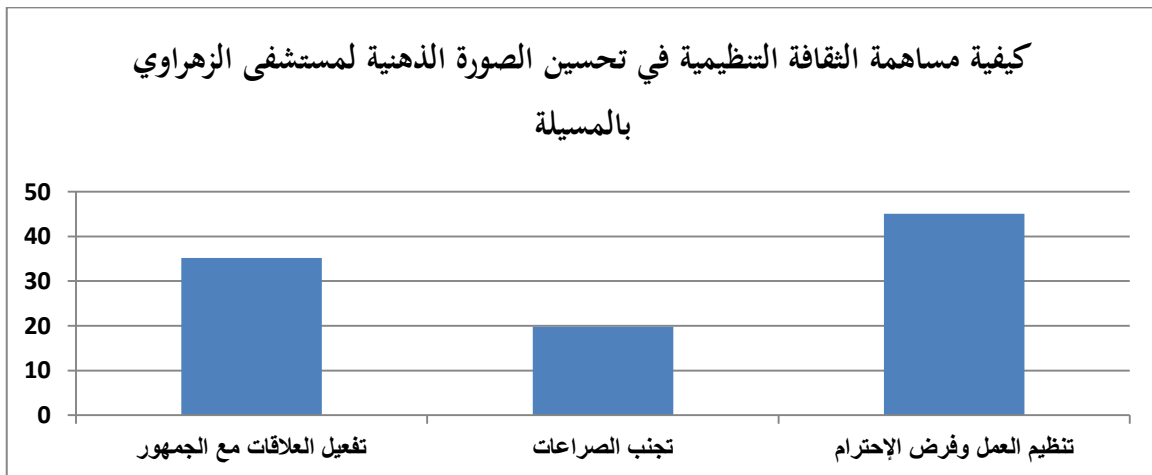
- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (39) الذي يوضح إجابات أفراد العينة على السؤال المفتوح حول كيفية مساهمة الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة قمنا بإعادة تنظيم الإجابات المقدمة من طرف المبحوثين في اقتراحات محددة وإغلاق السؤال المفتوح، ومن نجد أن 41 مفردة من مجموع 91 مفردة أجابت بنعم ترى أن تفعيل الثقافة التنظيمية يساهم في تنظيم العمل وتكريس مبادئ الاحترام والتعاون داخل المستشفى مما يسمح في وجود مناخ مناسب يساعد في تحسين الصورة الذهنية الداخلية وينعكس على الصورة الذهنية الخارجية.

وترى 32 مفردة ونسبة 35.16% من إجمالي 91 مفردة أن الثقافة التنظيمية تساعد على تفعيل العلاقات الإيجابية مع الجمهور الداخلي والخارجي من خلال ترسيخ قيم الاحترام والتشاركية والتقدير وبالتالي المساهمة في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى.

في حين يعتقد 19.78% من المبحوثين الممثلين لـ (18 مفردة) إن الثقافة التنظيمية تساعد على تجنب الصراعات الداخلية وتفهم مشاكل العمل وضغوطه اليومية ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لتقديم خدمات صحية جيدة وبالتالي تحقيق رضا الجمهور وتحقيق صورة ذهنية إيجابية.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (38): أعمدة بيانية تمثل كيفية مساهمة الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.

39- مدى مساهمة تحسين ظروف العامل (الحوافز والمكافأة، التقدير، السلامة ...) في الرفع من جودة الخدمات الصحية وبالتالي تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي:

- التحليل الكمي:

الافتراضات	التكرار	النسبة
نعم	71	71%
لا	05	05%
أحيانا	24	24%
المجموع	100	100%

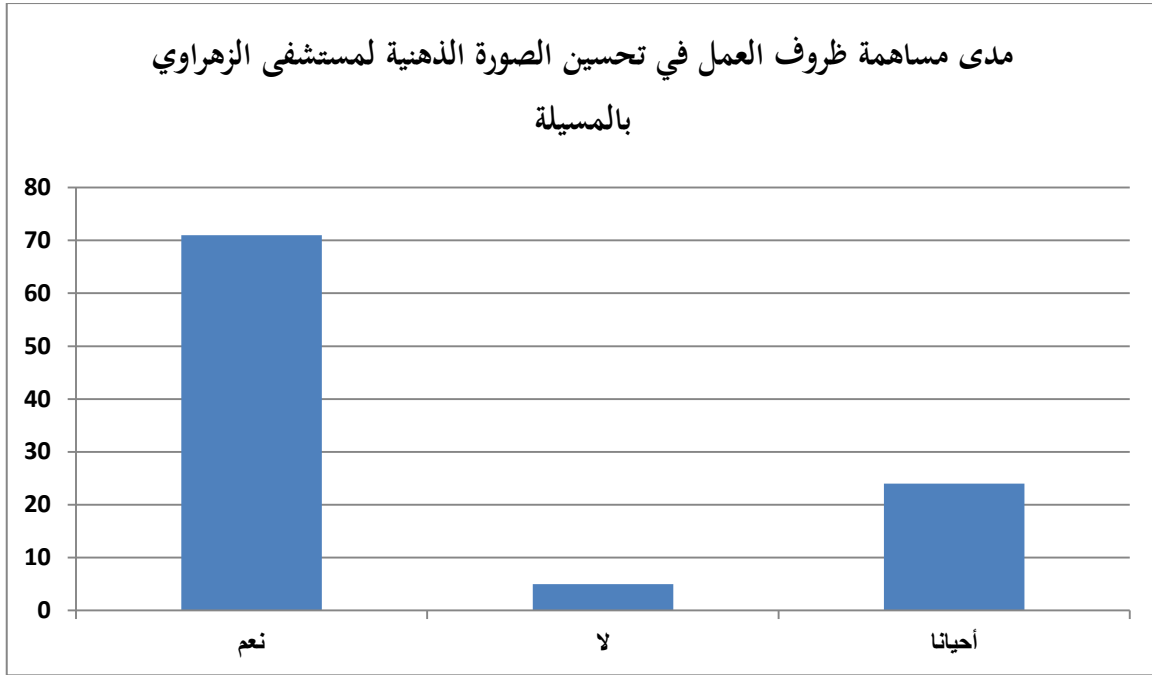
الجدول رقم (40): يوضح مدى مساهمة تحسين ظروف العامل (السلامة، الحوافز، المكافآت، التقدير...) في الرفع من جودة الخدمات الصحية وبالتالي تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (40) يعتقد 71% من إجمالي أفراد العينة أن تحسين ظروف العاملين داخل مستشفى الزهراوي بالمسيلة (أطباء، ممرضين، إداريين...) من حيث السلامة، نظام الحوافز والمكافآت، التقدير،... يساهم في الرفع من جودة الخدمات الصحية لأن العمل داخل المستشفى له خصوصيته فالدوام مستمر على مدار اليوم ويتم تغطية أعداد تفوق طاقة استيعابه مما يشكل عبئاً على العاملين ويضعهم تحت ضغط كبير إضافة إلى الضغوط النفسية الناتجة عن التعامل مع الحالات الانسانية الصعبة والمستعجلة (حوادث مرور، حروق،...) مما يسبب إرهاق وتعب الطواقم المختلفة وعليه على القائمين على مستشفى الزهراوي تحسين ظروف العمل من أجل تخفيف الضغوطات وبالتالي الرفع من جودة الخدمات وتحسين الصورة الذهنية.

وترى نسبة 24% من المبحوثين أن تحسين ظروف العمل ضرورية أحيانا لرسم صورة ايجابية عن المستشفى ورغم ذلك فإن هناك سلوكيات سلبية تتعلق بالفروقات الفردية للعاملين في المستشفى يجب النظر فيها أيضا. أما نسبة 05% من أفراد العينة ترى أن تحسين ظروف العمل لا يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى لأنه يتعلق بعوامل خارجية وأن تقديم خدمات صحية ذات جودة لا يتطلب تحديد شروط بل هو واجب إنساني.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (39): أعمدة بيانية تمثل مدى مساهمة تحسين ظروف العاملين في مستشفى الزهراوي بالمسيلة في تحسين صورته الذهنية.

40- أهمية ربط العلاقات الايجابية بين مستشفى الزهراوي بالمسيلة ووسائل الإعلام المختلفة

في تحسين صورتها الذهنية:

- التحليل الكمي:

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	73	73%
لا	10	10%
أحيانا	17	17%
المجموع	100	100%

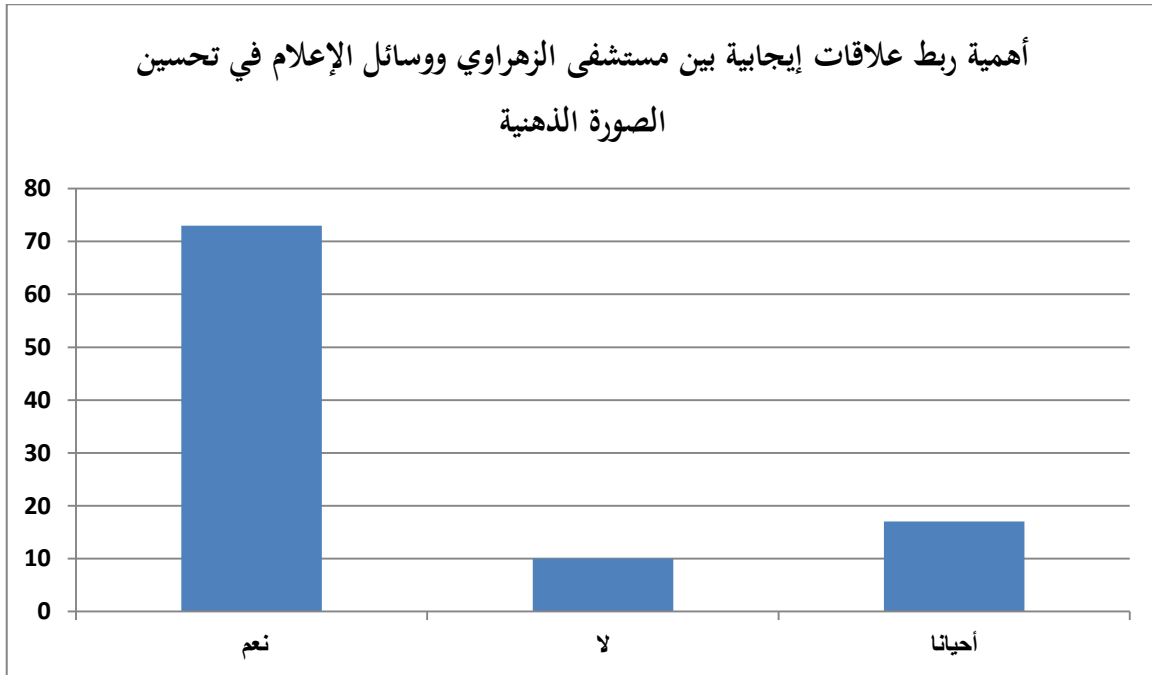
الجدول رقم (41): يوضح أهمية ربط علاقات إيجابية بين مستشفى الزهراوي بالمسيلة ووسائل الإعلام المختلفة في تحسين صورته الذهنية لدى جمهوره الخارجي.

- التحليل الكيفي:

من خلال معطيات الجدول رقم (41) يتبين أن غالبية المبحوثين وبنسبة 73% تعتقد أنه على مستشفى الزهراوي بالمسيلة ضرورة ربط علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام المختلفة من أجل تغطية مختلف نشاطاتها الصحية وخصوصا في مجال المسؤولية الاجتماعية وإبراز دورها الإنساني، ومن هنا يبرز دور قسم الاتصال والعلاقات العامة في تحقيق ذلك.

ويرى 17% من المبحوثين أنه أحيانا يلعب ربط علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام دور كبير في تحسين الصورة الذهنية خصوصا إذا ما تعلق الأمر بالأحداث والنشاطات الإيجابية في حين يرى 10% من المبحوثين أن وسائل الإعلام تركز على الوقائع السلبية أكثر من الإيجابية وبالتالي تنعكس سلبا على الصورة الذهنية للمستشفى.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (40): أعمدة بيانية تمثل أهمية ربط علاقات إيجابية بين مستشفى الزهراوي بالمسيلة ووسائل الإعلام المختلفة في تحسين الصورة الذهنية.

41- مدى مساهمة تفاعل مستشفى الزهراوي بالمسيلة مع جمهوره الخارجي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة بناء وتحسين صورته الذهنية.

- التحليل الكمي:

الافتراحات	التكرار	النسبة
نعم	63	63%
لا	14	14%
أحيانا	23	23%
المجموع	100	100%

الجدول رقم (42): يبين مدى مساهمة تفاعل مستشفى الزهراوي بالمسيلة مع جمهوره الخارجي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورته الذهنية.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (42) يرى 63% من افراد العينة أن تفاعل مستشفى الزهراوي بالمسيلة مع جمهوره الخارجي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين صورته الذهنية من خلال فتح قنوات الحوار ومناقشة المشكلات الموجودة وتبادل الافكار ووجهات النظر ومعرفة حاجات وتطلعات الجماهير وتحقيق الفهم المتبادل والمشارك.

في حين يرى ما نسبته 23% من أفراد العينة انه يمكن أحيانا عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى ولكن يعمل في بعض الأحيان دور عكسي.

ويرى 14% من المبحوثين أنه لا يمكن لتفاعل المستشفى مع جمهوره الخارجي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في المساهمة في تحسين صورته الذهنية لعدة اعتبارات منها غياب الثقافة الاتصالية لدى القائمين على إدارة المستشفى، وعدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة ينظم النشاطات الاتصالية إضافة إلى عدم تقبل النقد.

- التمثيل البياني:



الشكل رقم (41): أعمدة بيانية تمثل مدى مساهمة تفاعل مستشفى الزهراوي بالمسيلة مع جمهوره الخارجي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورته الذهنية.

الجدول المزدوجة:

- العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ومدى رضا الجمهور الخارجي عنها
- التحليل الكمي:

مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي							مدى رضا الجمهور الخارجي على الخدمات الصحية
	متدنية		متوسطة		عالية		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
09	%00	00	%11.11	01	%88.88	08	نعم
52	%80.76	42	%19.23	10	%00	00	لا
39	%00	00	%100	39	%00	00	أحيانا
100	%42	42	%50	50	%08	08	المجموع

الجدول رقم (43): يوضح العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ومدى رضا الجمهور الخارجي عنها:

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (43) الذي يوضح العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ومدى رضا الجمهور الخارجي عنها نلاحظ أن نسبة 88.88% من أفراد العينة الراضين عن الخدمات الصحية يعتبرون أن مستواها عالي، في حين ترى نسبة 11.11% منهم أن مستوى الخدمات الصحية متوسط، أما أفراد العينة غير الراضية على الخدمات الصحية فنجد نسبة 80.76% تعتبر مستواها متدني في حين تعتبر نسبة 19.23% أن مستواها متوسط.

أما أفراد العينة الراضون أحيانا على مستوى الخدمات الصحية فإنهم يعتبرون أن مستوى الخدمات الصحية متوسط.

من خلال قراءة هذه النسب نجد رضا الجمهور الخارجي على الخدمات يرتبط بمستوى هذه الخدمات، فكلما كانت درجة الخدمات عالية كان رضا الجمهور أكبر. وقد تم حساب معامل الارتباط بيرسون و كانت النتيجة 0.89 وهو ارتباط قوي و طردي.

• العلاقة بين مدى سرعة وفعالية تقديم الخدمات في مستشفى الزهراوي بالمسيلة ومدى رضا

الجمهور الخارجي عنها

- التحليل الكمي:

مدى سرعة وفعالية الخدمات الصحية							مدى رضا الجمهور الخارجي على الخدمات الصحية
	نادرا		أحيانا		دائما		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
09	%00	00	%11.11	01	%88.88	08	
52	%61.53	32	%38.46	20	%00	00	لا
39	%00	00	%69.23	27	%30.76	12	أحيانا
100	%32	32	%48	48	%20	20	المجموع

الجدول رقم (44) يوضح العلاقة بين مدى سرعة وفعالية تقديم الخدمات في مستشفى الزهراوي بالمسيلة ومدى رضا الجمهور الخارجي عنها.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول (44) الذي يوضح العلاقة بين مدى وسرعة وفعالية الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة ومدى رضا الجمهور الخارجي عليها نلاحظ أن 88.88 % من المبحوثين الراضين على الخدمات الصحية للمستشفى يرون أن الخدمات الصحية دائما ما تقدم بفعالية وسرعة و 11.11% منهم يعتقدون أنها أحيانا بسرعة وفعالية وهو ما يفسر رضاهم عنها وعلى وجود طواقم (إدارية، طبية، تمريضية ...) يقومون بوظائفهم بكفاءة عالية.

كذلك الأمر بالنسبة للمبحوثين الراضين أحيانا على الخدمات الصحية المقدمة، فنجد 30.76% منهم يرون أنه دائما ما تقدم الخدمات بفعالية وسرعة و 69.23% منهم يرون أن ذلك يتم أحيانا ونسبة 30.76% وهذا يدل على أن كفاءة أداء الخدمات الصحية لا يسير على وتيرة ثابتة. أما أفراد العينة غير الراضين على الخدمات فأغبيتهم بنسبة 61.53% يرون أنه نادرا ما تقدم بفعالية وسرعة ونسبة 38.46% تعتقد أنه أحيانا ما تتم الخدمات بفعالية وسرعة، ما يفسر عدم رضاهم عن الإهمال والتقصاع في تأدية المهام المختلفة. و تم حساب معامل الارتباط بيرسون وحمل قيمة 0.73 و هو ارتباط قوي و طردي .

- العلاقة بين مدى رضا الجمهور الخارجي على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ودرجة تفضيل الجمهور له.

- التحليل الكمي:

مدى رضا الجمهور	درجة تفضيل الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة									
	لا أفضله إطلاقا		لا أفضله		محايد		أفضله		أفضله كثيرا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	00	%00	00	%00	00	%00	05	55.55 %	04	44.44 %
لا	30	57.6 %9	22	42.3 %0	00	%00	00	%00	00	%00
أحيانا	00	%00	14	35.8 %9	10	25.64 %	15	38.46 %	00	%00
المجموع	30	%30	36	%36	10	%10	20	%20	04	%04

جدول رقم (45) يوضح العلاقة بين مدى رضا الجمهور الخارجي على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ودرجة تفضيل الجمهور له.

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (45) الذي يوضح العلاقة بين مدى رضا الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي للخدمات الصحية ودرجة تفضيله له. نلاحظ أن 55.55% و 44.44% من الراضين على الخدمات الصحية يفضلون مستشفى الزهراوي ويفضلونه كثيرا على التوالي، وأن 57.69% و 42.30% أجابوا بلا أفضله إطلاقا ولا أفضله على التوالي، ويدل ذلك أن درجة التفضيل تتعلق بمدى الرضا على الخدمات الصحية.

أما المبحوثين الذين ترضيهم الخدمات الصحية للمستشفى فمنهم نسبة 35.89% لا يفضلونه ونسبة 10% محايدون ونسبة 38.46% يفضلونه، وهذا التفاوت في التفضيل راجع إلى أن الرضا غير تام. و بعد حساب معامل الارتباط بيرسون وجدنا قيمته 0.69 و هو ارتباط قوي و طردي.

- العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي والصورة التي يحملها الجمهور الخارجي عنه:
- التحليل الكمي:

الصورة التي يحملها الجمهور الخارجي عن مستشفى الزهراوي							مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
08	%100	00	%00	00	%00	00	
05	%10	05	%80	40	%10	50	
00	%00	02	%4.76	04	%95.23	42	
13		42		45		100	

الجدول رقم (46) يوضح العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي والصورة الذهنية لأفراد العينة حوله.

- التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (46) أن نسبة 100% ممن يعتبرون أن مستوى الخدمات عالية يكونون صورة ذهنية جيدة عن المستشفى، و 80% ممن يعتبرونها متوسطة يكونون صورة حسنة في حين 10% لديهم صورة ذهنية سيئة و 10% لديهم صورة ذهنية جيدة.

أما من يعتبرون أن مستوى الخدمات متدنية، فنسبة 95.23% منهم لديهم صورة ذهنية سيئة عن المستشفى، ونسبة 4.76% منهم لديهم صورة ذهنية حسنة.

وعليه يمكن اعتبار أن طبيعة الصورة الذهنية تتعلق بمستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف المستشفى، فكلما كان المستوى عالي شكّل صورة ذهنية جيدة والعكس صحيح. و بعد حساب معامل الارتباط بيرسون اخذ قيمة 0.82 و هو ارتباط قوي .

الجدول المركبة:

	درجة تفضيل الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي										البيانات الشخصية للمبحوثين	
	أفضله كثيرا		أفضله		محايد		لا أفضله		لا أفضله إطلاقا			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
50	%06	03	%24	12	%12	06	%32	16	%26	13	ذكر	الجنس
50	%02	01	%16	08	%08	04	%40	20	%34	17	أنثى	
06	%16.66	01	%66.66	04	%16.66	01	%00	00	%00	00	أقل من 20 سنة	السن
23	%08.69	02	%30.43	07	%18.96	02	34.78 %	08	%17.39	04	من -20 30 سنة	
34	%00	00	%02.94	01	%05.88	02	35.29 %	12	%55.88	19	من -30 40 سنة	
25	%00	00	%12	03	%16	04	%44	11	%28	07	من -40 50 سنة	
12	%16.66	02	%04.66	05	%00	00	41.66 %	05	%00	00	50 سنة فما أكثر	
02	%100	02	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	غير متعلم	المستوى التعليمي
51	%03.92	02	%23.52	12	%11.76	06	39.21 %	20	%21.56	11	ثانوي فما اقل	
47	%00	00	%19.51	08	%08.51	04	34.04 %	16	%40.42	19	جامعي فما أكثر	
73	%00	00	%09.58	07	%08.21	06	16.57 %	34	%35.61	26	داخل المدينة	الإقامة
27	%14.91	04	%48.14	13	%14.81	04	07.40 %	02	%14.81	04	خارج المدينة	
100	%04	04	%30	20	%10	10	%36	36	%30	30	المجموع	

الجدول رقم (47) العلاقة بين درجة تفضيل الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي والبيانات الشخصية

للمبحوثين

- التحليل الكيفي:

يمثل الجدول رقم (47) العلاقة بين درجة تفضل الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي والبيانات الشخصية للمبحوثين حيث نجد أنه حسب متغير الجنس يرتفع تفضيل الذكور للمستشفى مقارنة بالإناث حيث نجد أن 24% من الذكور أجابوا بأفضله و 06% أجابوا بأفضله كثيرا، وأجاب 32% و 26% منهم بلا أفضله ولا أفضله إطلاقا، في حين 16% و 01% من الإناث أجبن بأفضله وأفضله كثيرا وأجابت 40% و 34% منهن بلا أفضله، ولا أفضله إطلاقا و يفسر ذلك انه غالبا ما تكون المرأة أكثر تواجدا في المستشفى خصوصا بداعي المرافقة وارتباطات الرجل بالعمل ويرجع ذلك ايضا كون المرأة تتصرف بعاطفية وقد تصدر أحكامها نتيجة المظاهر السلبية التي قد تلاحظها في المستشفى مثل قلة النظافة، السلوكيات السيئة لبعض العاملين (سرقة الأدوية، التسبب...)، فهي تمتاز بدقة الملاحظة مقارنة بالرجل. بالنسبة لمتغير السن. نلاحظ أن المستشفى يحظى بأعلى درجة تفضيل في الفئة أقل من 20 سنة حيث نجد 66.66% منهم أجاب بأفضله و 16.66% أجاب بأفضله كثيرا في حين نجد 16.66% منهم محايد ونستنتج أن الصورة الذهنية للمستشفى عند هذه الفئة إيجابية، باعتبار الفئة تمثل الشباب المراهقين الذين يركزون اهتمامهم على تلقي الخدمات الصحية ولا يهتمون بالتفاصيل الأخرى.

أما من 30-40 سنة فتمثل أكبر فئة عمرية تحمل صورة ذهنية سيئة عن المستشفى، وذلك حسب مقياس درجة التفضيل إذ نجد 55.88% عبّر بلا أفضله إطلاقا و 35.29% بلا أفضله. ويرجع ذلك كونها من فئة الشباب الطامح للعيش في مستوى جيد وغير الراضي على الخدمات الصحية المقدمة.

أما الفئة 20-30 سنة فهناك نسبة تقدر بـ 34.78% منها لا تفضل المستشفى و 17.39% لا تفضله إطلاقا، في حين 18.69% محايدون (غير راغبين في التعبير عن موقفهم) و 30.43% و 08.69% تفضله و تفضله كثيرا على التوالي. وتوضح هذه النسب التفاوت في درجة التفضيل في هذه الفئة نتيجة تفاوت طواقم العاملين في أداء مهامهم، فمنهم الكفاء ومنهم السيئ، مما يؤثر على الصورة الذهنية العامة للمستشفى.

كذلك الفئتين من 40-50 سنة و 50 فما أكثر، تميلان لعدم التفضيل بنسبة 44% و 41.66% على التوالي.

وبشكل عام فإن مختلف الفئات لا تفضل هذا المستشفى لعدم تلبية متطلباتها من الخدمات الصحية.

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن 100% من غير المتعلمين يفضلون كثيرا هذا المستشفى، في حين المستوى الثانوي فما أقل تتفاوت فيه درجة التفضيل فنجد 39.21% عبروا بلا أفضله و 23.52% عبروا بأفضله.

أما المستوى جامعي فما أكثر فنسبة المفضلين 19.51% ونسبة غير المفضلين 40.42% بلا أفضله و 34.04% بلا أفضله وتوضح هذه النسب أنه كلما زاد المستوى التعليمي ارتفاعا زادت نسبة عدم التفضيل، نتيجة ارتفاع سقف المطالب، وكذا ارتفاع درجة الفهم والقدرة على تقييم الخدمات من حيث ما هو موجود وما هو ممكن.

أما بالنسبة لمتغير الإقامة فنجد أن المقيمين خارج المدينة أكثر تفضيل من المقيمين داخل المدينة حيث تعبر نسبة 48.14% و 14.81% بأفضله وأفضله كثيرا من القاطنين خارج المدينة نتيجة حصولهم على خدمات صحية لا تتوفر في مناطق إقامتهم ويحملون صورة ذهنية جيدة حول المستشفى، و 14.81% و 07.40% بلا أفضله إطلاقا ولا أفضله.

في حين ترتفع نسبة عدم التفضيل بالنسبة للمقيمين داخل المدينة بت 35.61% و 16.57% نتيجة احتكاكهم بالثقافة المحيطة واطلاعهم عن كثب على مشاكله.

- العلاقة بين البيانات الشخصية للمبحوثين والصورة الذهنية التي يحملونها حول مستشفى الزهراوي:
- التحليل الكمي:

		العلاقة بين البيانات الشخصية للمبحوثين والصورة الذهنية حول مستشفى الزهراوي						البيانات الشخصية للمبحوثين	
		سيئة		حسنة		جيدة			
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
50	42%	21	44%	22	14%	07	ذكر	الجنس	
50	48%	24	40%	20	12%	06	أنثى		
06	16.66%	01	33.33%	02	50%	03	أقل من 20 سنة	السن	
23	78.26%	18	13.04%	03	08.69%	02	من 20-30 سنة		
34	64.70%	22	32.35%	11	02.94%	01	من 30-40 سنة		
25	12%	03	76%	19	12%	03	من 40-50 سنة		
12	08.33%	01	58.33%	07	33.33%	04	أكثر من 50 سنة		
02	00%	00	00%	00	100%	02	غير متعلم		المستوى
51	43.13%	22	45.09%	23	11.76%	06	ثانوي فأقل	التعليمي	
47	48.93%	23	40.42%	19	10.63%	05	جامعي فأكثر		
73	52.05%	38	42.46%	31	05.47%	04	داخل المدينة	الإقامة	
27	25.92%	07	40.74%	11	33.33%	09	خارج المدينة		
100	45%	45	42%	42	13%	13		المجموع	

الجدول رقم (48) يوضح العلاقة بين البيانات الشخصية للمبحوثين والصورة الذهنية التي يحملونها

حول مستشفى الزهراوي:

- التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم (48) المتعلق بالعلاقة بين الصورة الذهنية التي يحملها المبحوثون حول مستشفى الزهراوي وبياناتهم الشخصية نجد حسب متغير الجنس نجد من إجابات الذكور (14% جيدة، 44% حسنة، 42% سيئة) في حين إجابات الإناث (12% جيدة، 40% حسنة، 48% سيئة). نسبة الإناث التي تحمل صورة سيئة عن المستشفى أكبر من نسبة الذكور وهو يفسر عدم رضاهم على خدماته الصحية المقدمة.

حسب متغير السن فإن الفئة أقل من 20 سنة تحمل أكبر نسبة ممثلة للصورة الجيدة بنسبة 50% في حين الفئة من 20-30 سنة تحمل أكبر نسبة ممثلة للصورة السيئة بـ 78.26% وهي فئة أكثر نضجا وفهما وأكثر فئة غير راضية على خدمات المستشفى بـ 69.56%.

حسب المستوى التعليمي فإن غير المتعلمين يحملون صورة جيدة عن المستشفى، في حين أن المستوى الجامعي فما أكثر هم أكثر نسبة تحمل صورة ذهنية سيئة عن المستشفى بنسبة 48.93% وهذا راجع لدرجة الوعي والفهم وإدراك الواقع.

أما بالنسبة لمتغير الإقامة فإن أغلبية المقيمين داخل المدينة يحملون صورة ذهنية سيئة حول المستشفى وبنسبة 52.05% في حين 40.47% و 33.33% من المقيمين خارج المدينة يحملون صورة ذهنية حسنة وجيدة على التوالي، ويفسر هذا أن المقيمين في المدينة هم أكثر قربا من المستشفى وإدراكا للمشاكل والصعوبات ومستوى الخدمات وكذا تأثيرات البيئة المحيطة مقارنة بالمقيمين خارج المدينة.

3- نتائج الدراسة:

خلصت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج نلخصها في النقاط التالية:

• على ضوء تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول: ما هو انطباع الجمهور الخارجي للخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة؟

- الفعالية والسرعة في تقديم الخدمات الصحية في المستشفى ليست بصفة دائمة، إذ يعرف أحيانا نقصا كبيرا فيها.
- مستوى الخدمات الصحية المقدمة تتراوح ما بين المتوسط والمتدني.
- لا يتوفر المستشفى على تجهيزات طبية حديثة، وما يملكه من معدات لا يغطي الطلب المتزايد على الخدمات الصحية وغير متاح للجميع.
- يتم الحفاظ على خصوصية المريض أحيانا وفي بعض الأحيان يتم التدخل فيها وهو ما يشكل انطباع سيئ لدى المريض وأهله.
- غياب النظافة في المستشفى غالبا خصوصا في المناطق الحساسة ودورات المياه مما يشكل انطباع سيئ لدى المريض وأهله.
- يحافظ المستشفى على أمن الأفراد بدرجة كبيرة مع تسجيل بعض التجاوزات.
- يتوفر مستشفى الزهراوي على هياكل صحية مناسبة لتقديم الخدمات، لكنها تعاني القدم ولا تتماشى والمواصفات الحديثة، كما يتوفر اللوحات الإرشادية ومكتب الاستقبال.
- درجة رضا أفراد العينة عن الخدمات الصحية للمستشفى متفاوتة لكن أغلبهم غير راضون خصوصا عند الإناث، وكذا عند الفئة العمرية — من 20-30 سنة—، وعند المستوى التعليمي جامعي فما أكثر، وكذا القاطنين داخل المدينة.

التساؤل الثاني: ما نوع الصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور الخارجي حول مستشفى الزهراوي؟

- يحمل أغلب المبحوثين صورة سيئة عن مستشفى الزهراوي.

- يحظى الطاقم الطبي بانطباع جيد لدى أغلبية المبحوثين، في حين يوجد انطباع سيئ حول الأعوان شبه الطبية، وهناك انطباع حسن عموماً حول الطاقم الإداري لكن كإدارة عامة هناك صورة ذهنية سيئة.

- يعاني مستشفى الزهراوي بشكل عام من صورة ذهنية سيئة وهذا ما أظهرته نتائج مقياس التفضيل.

التساؤل الثالث: ما هي عوامل تشكيل هذه الصورة الذهنية والوسائل الاتصالية المستخدمة؟

- يعد التعامل المباشر مع المستشفى أهم الأساليب الاتصالية التي ساهمت في تكوين الصورة الذهنية للمبحوثين إضافة إلى دور الأقارب والأصدقاء.
- تعمل العوامل الثقافية على تكوين الصورة الذهنية للمستشفى لدى جمهورها الخارجي إضافة إلى العوامل التنظيمية.
- تؤثر وسائل الإعلام المختلفة في تكوين الانطباعات والإدراكات خصوصاً الإذاعة. كما يساهم الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية حول المستشفى وعادة ما تكون سيئة.
- لا يعمل مستشفى الزهراوي على تسويق صورته بالاعتماد على أساسيات الاتصالات التسويقية، ويقوم فقط ببعض النشاطات كحملات التبرع بالدم ...
- أغلب المبحوثين يعتقدون أن تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها يؤثر على تكوين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.

التساؤل الرابع: ماهي أساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي من وجهة نظر الجمهور الخارجي؟

- هناك تقريباً إجماع من المبحوثين على ضرورة إعادة مستشفى الزهراوي بناء وتحسين صورته الذهنية لدى جمهوره الخارجي من خلال الاهتمام بالصورتين الداخلية والخارجية معاً لأنهما متكاملتان لتشكلا صورة ذهنية كلية، والبدء بتحسين الخدمات وتكوين الكفاءات وتفعيل قنوات الاتصال مع الجمهور، إضافة إلى تغيير أسلوب التسيير بما يتوافق مع أساسيات الإدارة الحديثة.
- يرى أغلب المبحوثين أن تفعيل الثقافة التنظيمية من خلال تكريس قيم العدل والاحترام والتعاون وكذا تحسين ظروف العمل من حيث (التنظيم، التواصل، السلامة، النظافة، الأمن، الحوافز والمكافأة ...) يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى.

- يعتبر ربط علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام والتفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من الأمور المهمة المساعدة في بناء وتحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.

• نتائج الدراسة على ضوء المداخل النظرية للدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على نظريتين من أهم نظريات العلوم الاجتماعية.

نظرية المعرفة الإدراكية:

- تؤثر الإدراكات المعرفية التي يكونها الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي على سلوكياته، وبالتالي الانطباعات السيئة المكونة لديه بصفة عامة هي نتاج لتلك الإدراكات.
- يعد التعامل المباشر مع مستشفى الزهراوي من أهم عوامل تشكيل الصورة الذهنية له لدى جمهوره الخارجي من خلال التفسيرات التي يصنعها هذا الجمهور لما يلاحظه من تعاملات وأشياء محيطة به يحدث السلوك والاستجابة ويعبر عنه بالصورة الذهنية التي يكونها والتي غالبا ما تكون سيئة نتيجة الملاحظات السلبية.
- يتأثر الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي بالعوامل الاجتماعية والثقافية وهي من أهم عوامل بناء النظام الإدراكي للفرد.

نظرية التفاعلية الرمزية:

- تتكون الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي من إجمالي الانطباعات لدى الجمهور الخارجي بمعنى أن الأفراد يشكلون وحدات صغرى لفهم الوحدات الكبرى ويعد هذا مبدأ أساسي في التفاعلية الرمزية.
- تشكل الانطباعات السيئة الغالبة لدى الجمهور الخارجي من خلال تفسيره للرموز والمعاني المختلفة (لغوية، إشارات...).
- يعد تفاعل الجمهور الخارجي مع العاملين في مستشفى الزهراوي من أهم عوامل تشكيل صورته الذهنية حوله، والتفاعل من أهم الخصائص المرتبطة بالتفاعلية الرمزية.
- تؤثر وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي من خلال الرموز والمعاني التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل وتأويلها.
- يعد الاتصال عامل أساسي في تكوين الصورة الذهنية عن المستشفى وهو جوهر التفاعلية الرمزية.

4- الاقتراحات والتوصيات:

من خلال دراستنا هذه التي تمحورت حول الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة (مستشفى الزهراوي) و بناءً على النتائج المتوصل إليها خلصنا إلى مجموعة من الاقتراحات المتمثلة في:

- ضرورة تحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة من طرف العاملين في مستشفى الزهراوي.
- الحرص على السلامة الطبية والاهتمام بالنظافة باعتبارها الغائب الأكبر في مستشفى الزهراوي.
- إعادة هيكلة المستشفى بما يتوافق مع المواصفات الحديثة.
- تدريب العاملين في المستشفى وتحسين مهاراتهم.
- تحسين طرق التعامل مع المرضى والمرافقين والزوار.
- الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية والمالية ومختلف الأجهزة.
- الالتزام بأخلاقيات المهن الطبية والمحافظة على علاقة طيبة بين المريض والطبيب.
- تفعيل الثقافة التنظيمية وتكريس المبادئ العامة للعمل وتحسين ظروف العمل.
- تفعيل الاتصالات التسويقية من أجل إدارة الصورة الذهنية.
- إنشاء قسم للاتصال والعلاقات العامة لتنظيم النشاطات الاتصالية (العلاقة مع الجمهور، العلاقة مع الصحافة، الإشهار ...).
- تفعيل الاتصال من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وفتح قنوات اتصال متبادل مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- الاهتمام بأداء واتجاهات الجمهور.
- مراجعة الخدمات الطبية ومدى رضا المرضى عنها وتطوير مستوى الرعاية الصحية وتحسين جودة الخدمات.

الخاتمة

الخاتمة:

رغم ان بناء صورة ذهنية ايجابية يساهم بقسط كبير في تحقيق التطور و الاستمرارية للمؤسسة و يشكل قاعدة اساسية للنجاح، و من خلال دراستنا هذه خلصنا إلى كون مستشفى الزهراوي يعاني من تدهور في صورته الذهنية لدى جماهيره الخارجية انطلاقا من مجموعة من المعطيات شكلت عنه انطباع سيء. فالمستشفى لا يمكنه العيش بمعزل عن التحولات الراهنة أمام الضغوط المالية، مشاكل الإدارة والتسيير، نقص الهياكل الصحية القاعدية، نقص الإطارات المؤهلة، هجرة الأطباء إضافة إلى ارتفاع وعي المواطن الذي أصبح يطالب بخدمات صحية ذات جودة عالية دون أن ننسى تأثير وسائل الإعلام التقليدية والحديثة الرافعة لشعار الصحة مريضة في الجزائر، وكذا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، كلها عوامل ساهمت في بناء صورة ذهنية سيئة حوله لدى جمهوره الخارجي . كما ساهم هذا المستشفى في تسويق صورة سيئة عن نفسه من خلال تدني مستوى خدماته المقدمة والعديد من النقائص المسجلة مثل غياب النظافة، سوء التنظيم، ضعف الهياكل ...

و بناءً عليه يرى جمهوره أن عليه إعادة بناء وتحسين صورته الذهنية الداخلية والخارجية وإعادة النظر في كيفية تسييره إذا ما أراد كسب الثقة والتأييد، وذلك يتم في إطار مخطط ووفق تخطيط سليم.

إن واقع الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي، وبالرغم أنها في الغالب سلبية إلا أنه يملك من المقومات ما يؤهله لإعادة بناء صورة ذهنية إيجابية والتحلي برؤية واضحة وسليمة وتحديد أهداف بعيدة المدى وفق خطط دقيقة. نظرا لدوره في تقديم الخدمات الصحية لمناطق واسعة من ولاية المسيلة وحاجة الجمهور لهذه الخدمات، ويتم ذلك من خلال تقييم واضح لصورته الذهنية استنادا لأسس ومعايير علمية، والوقوف على النقائص المسجلة بكل موضوعية من أجل وضع قواعد سليمة لتجاوزها واستغلال كافة الامكانيات المتاحة، فهو يضم كفاءات مؤهلة قادرة على الإبداع إذا ما توفر لها الجو الملائم للعمل، مع ضرورة الاهتمام بالجمهور الخارجي من خلال إنشاء قنوات اتصال دائم ومتبادل قصد تحقيق تفاعل إيجابي والمساهمة في إعادة بناء صورة جيدة حوله وهو الهدف المنشود.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

القرآن الكريم

المراجع:

• الكتب باللغة العربية:

1. السعيد عبد الفتاح، محمد . (1993). التسويق. ط5. المكتب العربي الحديث . مصر.
2. إبراهيم عبد الرزاق، انتصار، والسرموك، صفد حسام. (2011). الإعلام الجديد وتطور الأداء والوسيلة الوظيفية. ط1. الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة. بغداد
3. الطرابشي، مرفت، والسيد، عبد العزيز، (دون سنة نشر). نظريات الاتصال. دط. دار النهضة العربية. القاهرة.
4. أنجس، مورييس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية) ترجمة مصطفى ماضي . ط2. دار القصة. الجزائر.
5. النجار، فريد. (2007). إدارة المستشفيات وشركات الأدوية. ط1 . دار نشر الثقافة. الإسكندرية.
6. الصيرفي، محمد. (2009). إدارة المستشفيات العامة والخاصة وكيفية تميز العاملين فيها. ط1. دار الفكر الجامعي. الاسكندرية.
7. الدمرداش إبراهيم، طلعت. (2000). اقتصاديات الخدمات الصحية. ط2. مكتبة المدينة. مصر.
8. الطائي، حميد عبد النبي. (2002). أصول الصناعة السياحية. دط. دار حامد. عمان.
9. المحمود، رضوان. (2011). العلاقات العامة في الاعلام. دط. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.

10. الورثيلاني، درادي سفيان. (2015). إدارة العلاقات التجارية من الأسس المفاهيمية إلى القرارات الاستراتيجية. ط1. دار أسامة للنشر. عمان.
11. بن مرسللي، احمد. (2007). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال. ط3. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
12. بطرس جلدة، سليم. (2007). إدارة المستشفيات والمراكز الصحية. ط1. دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
13. برو محمد، (2014). الموجه في منهجية العلوم الاجتماعية. ط1. الأمل للطباعة والنشر والتوزيع. تيزي وزو.
14. توفيق نصيرات، فريد. (2006). إدارة منظمات الرعاية الصحية. ط1. دار إثراء للنشر والتوزيع. عمان.
15. توفيق نصيرات، (2014). إدارة المستشفيات. ط1. دار الميسرة. عمان.
16. جاسم الصميدي، محمود، وعثمان يوسف، ردينة. (2014). تسويق الخدمات. ط2. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان.
17. حامد الضمور، هاني. (2015). تسويق الخدمات. ط6. دار وائل للنشر والتوزيع. عمان.
18. حجاب، منير. (2005). الاتصال الفعال للعلاقات العامة. ط1. دار الفجر للنشر و التوزيع. القاهرة.
19. دليو، فضيل. (2003). اتصال المؤسسة إشهار-علاقات عامة- علاقات مع الصحافة. ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.
20. ريتشارد، لورمان. (2005). إدارة الخدمات - ترجمة عمرو الملاح. دط، دار العبيكات. السعودية.
21. زيان عمر، محمد. (1997). البحث العلمي منهجه وتقنياته. دط. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.

22. سلطان، محمد. (2011). العلاقات العامة ووسائل الاتصال. دط. دار الميسرة للنشر والتوزيع. الأردن.
23. صالح الرشيد، صالح. (2009). مناهج البحث التربوي. رؤية تطبيقية مسبقة. ط1. دار الكتاب الحديث. الكويت.
24. صالح سليمان. (2005). وسائل الإعلام والصورة الذهنية. دط. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. بيروت.
25. عبد المجيد إبراهيم، مروان. (دون سنة نشر). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. دط. مؤسسة الورق للنشر والتوزيع. الأردن.
26. عبد الله العسكري، عبود. (2007). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ط3. دار الزمير. دمشق.
27. عليوة، السيد. 2002. العلاقات العامة في ظروف المنافسة. دط. إتراك للنشر والتوزيع. القاهرة.
28. عوجة، علي ، و كريمان ، فريد. (2008). إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية و إدارة الازمات. ط2. عالم الكتب. القاهرة
29. غواري، مليكة. (2016). جودة خدمات الرعاية الصحية في المؤسسات الاستشفائية. الطبعة العربية. دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان.
30. فاروق صالح ، هناء . (2009). صورة الامم المتحدة و جامعة الدول العربية لدى الراي العام المصري. دط. دار العالم العربي .مصر.
31. فاضل زيان الجواري، ناهد. (2016). العلاقات العامة والصورة الذهنية. ط1. دار أبجد للنشر والتوزيع. الأردن.
32. فطناسي، عبد الرحمن. (2015). المسؤولية الإدارية للمؤسسات الصحية العمومية. دط. دار الجامعة الجديدة. الاسكندرية.

33. قاشي، خالد، وبودرجة، رمزي. (2018). التسويق والمسؤولية الاجتماعية مدخل لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة. دط. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.
34. مجيد الشطري، حامد. (2013). الاعلان التلفزيوني و دوره في تكوين الصورة الذهنية. ط1. دار اسامة للنشر و التوزيع .عمان.
35. محمد نذير حريستاني، حسان. (1990). إدارة المستشفيات. دط. الإدارة العامة للبحوث. السعودية.
36. محمد الدليمي، عبد الرزاق. (2011). مدخل للعلاقات العامة. دط. دار الثقافة للنشر و التوزيع. الاردن.
37. محمد محمد الدليمي، عبد الرزاق. (2005). العلاقات العامة و العولمة. ط1. دار جرير للنشر و التوزيع. الاردن.
38. المصري، احمد. (2006). ادارة المستشفيات. د ط. مؤسسة شباب الجامعة. الاسكندرية.
39. محمد، ذياب صلاح (2009). ادارة المستشفيات و المراكز الصحية الحديثة منظور شامل. ط1. دار الفكر. عمان.
40. محمد، يوسف، و عبده مصطفى. (2004). مقدمة في العلاقات العامة. دط. دار الكتاب. القاهرة.
41. مقري، زكية، و يحياوي، نعيمة. (2015). التسويق الاستراتيجي مداخل حديثة. ط1. دار الراية للنشر و التوزيع .عمان.
42. فهمي خوخة، اشرف. (2007). استراتيجيات الدعاية والاعلان (الاطر النظرية و النماذج التطبيقية). دط. دار المعرفة الجامعية. الاسكندرية .
43. منصور ندا، ايمن. (2014). الصورة الذهنية و الاعلامية عوامل التشكيل و استراتيجيات التغيير. ط1. المدينة برس طباعة نشر- تسويق إعلامي . مصر.

44. حاروش، نور الدين(2009): إدارة المستشفيات العمومية في الجزائر. دط. دار الكتامة للنشر والتوزيع. الجزائر .

45. وحيد دويدري، رجاء. 2000. البحث العلمي أساساته النظرية وممارساته العلمية. ط1. دار الفكر المعاصرة. دمشق.

46. ياسر البكري، ثامر.(2005). إدارة المستشفيات. الطبعة العربية. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان.

• الكتب باللغة الفرنسية:

-1 Kapferer, Jean-Noel. (2004). **Les marques capital de l'entreprise**.

4eme édition. d'organisation. Paris.

-2 Lendervie, J, et Brochand, B (2001). **Le nouveau publicateur**. 5eme édi. Dalloz. Paris.

- Moreau,j ,et Truchet ,d .(2005).**Droit de la santé publique** .6 ème édition.Dalloz.Paris

-3 Panzol, Jean Marie. (2000). **Marketing et action commerciale**. Edition d'organisation. Paris.

-4 Revie, J Lend, et D.Lindon. (2000). **Mercator, Théorie et pratique du marketing**. 8eme édi. Dallaz. Paris.

• المجالات:

1- حنان عبد الرحيم ، الاحمدي .(2000).التحسين المستمر للجودة المفهوم وكيفية التطبيق في المنظمات الصحية . مجلة المعلوماتية للصحة . العدد 3. الرياض.

2- عرابي ، عماد.(2007). ادارة المشافي و نظم المعلومات الصحية . مجلة المعلوماتية الصحية . المعلومات الصحية . العدد 21

• الرسائل و المذكرات :

1- الحلبا ، خلف لافي .(2014). الصورة الذهنية لرجل الامن لدى الراي العام الاردن . رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة و الاعلام . جامعة البتراء . الاردن .

2- رابح ، بلقاسم . (2006). صورة المؤسسة و تقييم فعالية الاتصال التسويقي - دراسة حالة - مجمع صيدال . مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق . جامعة الجزائر . الجزائر .

3- عبد المنعم احمد عبد الفتاح ، فادي .(2011). دور الاتصال الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للخدمات الصحية من وجهة نظر عملاء الشركة الاردنية الفرنسية للتأمين - دراسة حالة - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الاعمال . جامعة الشرق الاوسط .

• الملتقيات :

1- حجو ، يوسف .(2018). تسويق صورة المؤسسة العمومية الاستشفائية . الملتقى الوطني حول الصحة و تحسين الخدمات الصحية في الجزائر يومي 11/10 افريل . الجزائر .

• المواد القانونية :

- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-467 المؤرخ في 02 ديسمبر 1997 والذي يحدد قواعد إنشاء المراكز الاستشفائية الجامعية

- المادة 02 من المرسوم التنفيذي 97-465 المؤرخ في 02 شعبان 1418 الموافق ل 02 ديسمبر 1997 والمحدد لقواعد إنشاء المؤسسات الاستشفائية المتخصصة وتنظيمها وسيرها

لمرسوم التنفيذي رقم 97-465 المؤرخ في 1997/12/02 المحدد لقواعد إنشاء المؤسسات الاستشفائية وتنظيم سيرها.

- المادة 67 من دستور 1976 حول الحق في الرعاية الصحية .

- المادة 54 من دستور 1996

- المادة 54 من دستور 1996

- المادة 115 من قانون الصحة 1985

- المادة 54 من دستور 1996 حول بناء الهياكل الصحية .

• **المراسيم و القرارات :**

- المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 19/05/2007 القاضي بإنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيم سيرها

- المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 19/05/2007 القاضي بإنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيم سيرها

- المرسوم التنفيذي رقم 97-465 المؤرخ في 02/12/1997 المحدد لقواعد إنشاء المؤسسات الاستشفائية وتنظيم سيرها.

- القرار رقم 22 المؤرخ في 05/09/1981 القاضي بتنظيم وتسيير القطاعات الصحية.

• **المقابلات:**

- مقابلة مع السيد :بريكي فيصل المدير الفرعي لمستشفى الزهراوي.يوم 03/06/2019 بمكتبه في مستشفى الزهراوي.

• **المواقع الالكترونية :**

www.dsp-msila.dz

www.wordpress.com

www.sociolar.com

www.academic-space.blogspot.com

www.eph-msila.dz

الملاحق

قسم علوم الاعلام والاتصال

إستمارة إستبيان:

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان:

الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإستشفائية لدى جمهورها
الخارجي

دراسة مسحية لعينة من الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة

نتشرف بوضع هذه الاستمارة بين أيديكم، ونرجو منكم الإجابة على الأسئلة المطروحة

إن المعلومات التي تفضلون بها في إجاباتكم لن تستعمل إلا في مجال البحث العلمي، فلا تترددوا في الإجابة

شكرا على تفهمكم ومساعدتكم.

إشراف الدكتورة

براردي نعيمة

اعداد الطالبة :

دحمون صورية

السنة الجامعية : 2019/2018

• ضع علامة (X) في المكان المناسب .

- البيانات الشخصية.

- (1) - الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐
- (2) - السن : أقل من 20 ☐ من 20 - 30 ☐ من 30 - 40 ☐ من 40 - 50 ☐ أكثر من 50 ☐
- (3) - المستوى التعليمي : غير متعلم ☐ ثانوي فما أقل ☐ جامعي فما أكثر ☐
- (4) الإقامة : داخل المدينة ☐ خارج المدينة ☐

المحور الأول : انطباع الجمهور الخارجي حول الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي :

(5) هل سبق لك التعامل مع مستشفى الزهراوي ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

(6) ماهي دواعي حضورك للمستشفى ؟

من أجل إجراء فحص طبي ☐ أجل الاستشفاء ☐ من أجل عيادة (زيارة) مريض ☐

اسباب أخرى أذكرها

(7) كم عدد مرات زيارتك للمستشفى ؟

مرة واحدة ☐ مرتان ☐ ثلاث مرات ☐ أكثر من ثلاث مرات ☐

(8) هل كانت هذه الزيارة في ؟

النهار ☐ الليل ☐ نهارا وليلا ☐

(9) هل يقدم مستشفى الزهراوي الخدمات الصحية بسرعة وفعالية ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

(10) ما هو انطباعك على مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ؟

عالية ☐ متوسطة ☐ متدنية ☐

11 هل يمتلك مستشفى الزهراوي تجهيزات طبية حديثة؟

نعم ☐ لا ☐

12 إذا كانت الإجابة بنعم هل هي متاحة للجميع؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

13 هل يحافظ مستشفى الزهراوي على خصوصية المريض؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

14 هل يسهر مستشفى الزهراوي على نظافة المكان ودورات المياه؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

15 هل يحرص مستشفى الزهراوي على السلامة الطبية للمرضى والعاملين فيه؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

16 هل يحافظ مستشفى الزهراوي على الأمن و السلامة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

17 هل يهتم مستشفى الزهراوي بالمظهر الخارجي له (البنيات-الألوان - الاثاث - المساحات الخضراء) ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

18 هل هناك لوحات إرشادية و مكتب استقبال لتسهيل الوصول إلى الأقسام الأجنحة ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

19 هل أنت راضٍ على الخدمات الصحية المقدمة من طرف المستشفى لك ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

20 ما هي درجة اهتمام المستشفى برضا جمهوره الخارجي ؟

كبيرة ☐ متوسطة ☐ صغيرة ☐ منعدمة ☐

المحور الثاني: طبيعة الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى جمهوره الخارجي:

(21) هل الصورة الذهنية التي تحملها عن مستشفى الزهراوي ؟

جيدة ☐ حسنة ☐ سيئة ☐

(22) ما هي الصورة الذهنية التي تحملها عن الأطباء في مستشفى الزهراوي ؟

جيدة ☐ حسنة ☐ سيئة ☐

(23) ما هي صورتك الذهنية حول الأعوان شبه الطبية (المرضين) في مستشفى الزهراوي ؟

جيدة ☐ حسنة ☐ سيئة ☐

(24) ما هي صورتك الذهنية اتجاه الطاقم الإداري لمستشفى الزهراوي ؟

جيدة ☐ حسنة ☐ سيئة ☐

(25) كيف تجد تعامل العاملين في هذا المستشفى في حالة الاكتظاظ ؟

بهدوء وسلاسة ☐ بقليل من الانفعال ☐ بانفعال شديد وفوضى ☐

(26) ما هي درجة تفضيلك لمستشفى الزهراوي ؟

لا أفضله إطلاقا ☐ لا أفضله ☐ محايد ☐ أفضله ☐ أفضله كثيرا ☐

المحور الثالث: عوامل تشكيل الصورة الذهنية حول مستشفى الزهراوي والوسائل الاتصالية المستخدمة في ذلك.

(27) ما هي الأساليب الاتصالية التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لديك حول مستشفى الزهراوي ؟

الأقارب ☐ الأصدقاء ☐ التعامل المباشر مع المستشفى ☐

(28) هل أثرت الثقافة السائدة في مجتمعك في بناء صورتك الذهنية اتجاه مستشفى الزهراوي ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

29 هل أثرت العوامل التنظيمية (سياسة المستشفى وطريقة تقديمه للخدمات) في تشكيلك للصورة الذهنية عنه؟

أثرت بشكل كبير ☐ أثرت بشكل متوسط ☐ أثرت بشكل ضعيف ☐ لم تؤثر ☐

30 ماهي أهم وسائل الاتصال والإعلام التي ساهمت في تكوين صورتك الذهنية حول مستشفى الزهراوي؟

الصحافة المكتوبة ☐ الإذاعة ☐ التلفزيون ☐ الإعلام الرقمي ☐ مواقع التواصل الاجتماعي ☐

31 ماهي طبيعة التأثير الذي تتركه وسائل الإعلام في ذهن الجمهور حول مستشفى الزهراوي؟

تأثير إيجابي ☐ تأثير سلبي ☐

32 هل يسوق مستشفى الزهراوي لصورته الذهنية لبناء صورة جيدة عنه؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

33 هل يؤثر تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها الذهنية على تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

المحور الرابع: أساليب تحسين الصورة الذهنية.

34 هل ترى أنه على هذا المستشفى إعادة بناء صورته الذهنية لدى جمهوره الخارجي؟

نعم ☐ لا ☐

35 هل ترى أن الأولوية تكمن في الصورة الداخلية أم الصورة الخارجية ؟

الصورة الداخلية ☐ الصورة الخارجية ☐ الصورة الداخلية والخارجية معا ☐

36 ماهي الأساليب التي تساهم في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي؟

من خلال تحسين جودة الخدمات وتطوير مهارات عامليه ☐ من خلال تحسين أسلوب تسييره ☐

من خلال تفعيل قنوات التواصل مع جماهيره المختل ☐ من خلال إعادة هيكلة مظهره والاهتمام بشكله ☐

37 هل لتفعيل الثقافة التنظيمية داخل مستشفى الزهراوي دور في تحسين صورته الذهنية؟

نعم ☐ لا ☐

(38) إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك؟

.....

.....

.....

(39) هل يؤدي تحسين ظروف العامل في المستشفى من خلال نظام (الحوافز والمكافآت) إلى الرفع من جودة الخدمات وبالتالي تحسين الصورة الذهنية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

(40) هل يدعم ربط علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام إعادة بناء صورة مستشفى الزهراوي؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

(41) هل يعمل تفاعل مستشفى الزهراوي مع جمهوره الخارجي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة بناء وتحسين صورته الذهنية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

فهرس المحتويات

العنوان	
إهداء	
الشكر والتقدير	
الملخص	
أ	مقدمة.....
	الإطار المنهجي للدراسة
4	1- الاشكالية.....
5	2- أهمية الدراسة.....
6	3- أهداف الدراسة.....
6	4- أسباب اختيار الموضوع.....
7	5- المدخل النظري للدراسة.....
10	6- تحديد المفاهيم.....
12	7- منهج الدراسة.....
13	8- أدوات جمع البيانات.....
15	9- مجتمع البحث.....
16	11- لدراسات السابقة.....
	الإطار النظري للدراسة
25	1- الصورة الذهنية للمؤسسة.....
25	1-1- نشأة وتطور الصورة الذهنية للمؤسسة.....
26	1-2- خصائص وأنواع الصورة الذهنية للمؤسسة.....
30	1-3- أبعاد ومكونات الصورة الذهنية للمؤسسة.....
33	1-4- عوامل تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة.....
35	1-5- دور وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة.....
36	1-6- أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة.....
37	1-7- قياس الصورة الذهنية.....
41	2- المؤسسة العمومية الاستشفائية.....
41	2-1- التطور التاريخي للمؤسسات العمومية الاستشفائية في الجزائر.....
43	2-2- خصائص المؤسسة الاستشفائية.....
44	2-3- أنواع المؤسسات الاستشفائية العمومية.....
47	2-4- مكونات المؤسسة الاستشفائية العمومية.....

48	2-5- وظائف المؤسسة العمومية الاستشفائية:.....
49	2-6- مبادئ وأهداف المؤسسة العمومية الاستشفائية.....
51	2-7- الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية في الجزائر.....
	الإطار التطبيقي
56	1- التعريف بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمسيلة.....
60	2- عرض وتحليل البيانات.....
124	3- نتائج الدراسة.....
127	4- الاقتراحات والتوصيات.....
129	الخاتمة.....
	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان
60	الجدول رقم (01) يوضح نسبة الإناث والذكور من العينة المبحوثة.
61	الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.
62	الجدول رقم (03) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.
63	الجدول رقم (04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة.
65	الجدول رقم (05) يوضح تعامل المبحوثين مع مستشفى الزهراوي.
66	الجدول رقم (06) يوضح دواعي حضور المبحوثين إلى مستشفى الزهراوي
68	جدول رقم (07) يوضح عدد مرات زيارة المبحوثين لمستشفى الزهراوي
69	الجدول رقم (08): يوضح وقت زيارة المبحوثين لمستشفى الزهراوي
70	الجدول رقم (09) يوضح مدى سرعة وفعالية تقديم الخدمات الصحية من طرف مستشفى الزهراوي.
71	الجدول رقم (10): يوضح مستوى الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة.
72	الجدول رقم (11): يمثل مدى امتلاك مستشفى الزهراوي لتجهيزات طبية حديثة.
73	الجدول رقم (12): يوضح مدى إتاحة التجهيزات الطبية الحديثة للجميع.
74	الجدول رقم (13): يوضح مدى محافظة مستشفى الزهراوي على خصوصية المريض.
76	جدول رقم (14): يوضح مدى حرص مستشفى الزهراوي على نظافة المكان ودورات المياه.
77	الجدول رقم (15): يوضح مدى حرص مستشفى الزهراوي على السلامة الطبية للمرضى والزوار والعاملين فيها.
79	الجدول رقم (16): يوضح مدى محافظة مستشفى الزهراوي بالمسيلة على الأمن والسلامة داخله.
80	الجدول رقم (17): يمثل مدى اهتمام مستشفى الزهراوي بمظهره الخارجي (البنيات، الألوان، الأثاث، المساحات الخضراء...).
82	الجدول رقم (18): يوضح مدى وجود لوحات إرشادية ومكتب استقبال لتسهيل الوصول إلى الأقسام المختلفة.
83	الجدول رقم (19): يوضح مدى رضا المبحوثين على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة.

85	الجدول رقم (20): يوضح درجة اهتمام مستشفى الزهراوي بالمسيلة برضا جمهورها الخارجي.
86	الجدول رقم (21): يوضح طبيعة الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي.
87	الجدول رقم (22): يوضح الصورة الذهنية للجمهور الخارجي حول الطاقم الطبي.
88	الجدول رقم (23): يوضح الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الأعوان شبه الطبية (الممرضين) بمستشفى الزهراوي.
90	الجدول رقم (24): يوضح الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الإداري لمستشفى الزهراوي.
91	الجدول رقم (25): يوضح كيفية تعامل العاملين في حالة الاكتظاظ بمستشفى الزهراوي.
92	الجدول رقم (26): يوضح درجة تفضيل المبحوثين لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
92	الجدول رقم (27): البيانات الإحصائية لمقياس التفضيل. (مخرجات SPSS)
93	الجدول رقم (28): يمثل الأساليب الاتصالية المساهمة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.
95	الجدول رقم (29): يوضح مدى تأثير ثقافة المجتمع في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى جمهورها الخارجي.
96	الجدول رقم (30): يوضح تأثير العوامل التنظيمية في تشكيل الصورة الذهنية عن مستشفى الزهراوي بالمسيلة.
98	الجدول رقم (31): يوضح أهم وسائل الاتصال والإعلام المكونة للصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى الأفراد.
100	الجدول رقم (32): يبين التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال والإعلام على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.
101	الجدول رقم (33): يوضح مدى تسويق مستشفى الزهراوي بالمسيلة لصورته.
102	الجدول رقم (34): يوضح مدى تأثير المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي .
103	الجدول رقم (35): يوضح رأي الجمهور الخارجي في إعادة مستشفى الزهراوي بناء صورته الذهنية.
104	الجدول رقم (36): يوضح تحديد أي صورة بين الداخلية و الخارجية ذات أولوية في إعادة بناء

	الصورة الذهنية للمستشفى
106	الجدول رقم (37): يوضح اساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي حسب الجمهور الخارجي
107	الجدول رقم (38): يوضح دور الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى بالمسيلة.
108	الجدول رقم (39): يوضح كيفية مساهمة الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
110	الجدول رقم (40): يوضح مدى مساهمة تحسين ظروف العامل (السلامة، الحوافز، المكافآت، التقدير...) في الرفع من جودة الخدمات الصحية وبالتالي تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.
111	الجدول رقم (41): يوضح أهمية ربط علاقات إيجابية بين مستشفى الزهراوي بالمسيلة ووسائل الإعلام المختلفة في تحسين صورته الذهنية لدى جمهوره الخارجي.
113	الجدول رقم (42): يبين مدى مساهمة تفاعل مستشفى الزهراوي بالمسيلة مع جمهوره الخارجي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورته الذهنية.
114	الجدول رقم (43): يوضح العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ومدى رضا الجمهور الخارجي عنها:
115	الجدول رقم (44) يوضح العلاقة بين مدى سرعة وفعالية تقديم الخدمات في مستشفى الزهراوي بالمسيلة ومدى رضا الجمهور الخارجي عنها.
117	جدول رقم (45) يوضح العلاقة بين مدى رضا الجمهور الخارجي على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي ودرجة تفضيل الجمهور له.
118	الجدول رقم (46) يوضح العلاقة بين مستوى الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي والصورة الذهنية لأفراد العينة حوله.
119	الجدول رقم (47) العلاقة بين درجة تفضل الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي والبيانات الشخصية للمبحوثي
122	الجدول رقم (48) يوضح العلاقة بين البيانات الشخصية للمبحوثين والصورة الذهنية التي يحملونها حول مستشفى الزهراوي:

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان
60	الشكل رقم (01) أعمدة بيانية تمثل نسبة الذكور والإناث من العينة المبحوثة
62	الشكل (02): أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.
63	الشكل رقم (03): أعمدة بيانية تمثل المستوى التعليمي للمبحوثين.
64	الشكل رقم (04): أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة.
66	الشكل رقم (05): أعمدة بيانية تمثل تعامل المبحوثين مع مستشفى الزهراوي
67	الشكل (06): أعمدة بيانية تمثل دواعي حضور المبحوثين إلى مستشفى الزهراوي.
68	الشكل رقم (07): أعمدة بيانية تمثل عدد مرات زيارة المبحوثين لمستشفى الزهراوي.
69	الشكل رقم (08): أعمدة بيانية تمثل وقت ذهاب المبحوثين لمستشفى الزهراوي.
70	الشكل رقم (09): أعمدة بيانية تمثل مدى سرعة وفعالية مستشفى الزهراوي في تقديم الخدمات الصحية.
72	الشكل رقم (10): أعمدة بيانية تمثل مستوى الخدمات المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي.
73	الشكل رقم (11): أعمدة بيانية تمثل مدى امتلاك مستشفى الزهراوي لتجهيزات طبية حديثة.
74	الشكل رقم (12): أعمدة بيانية تمثل مدى إتاحة التجهيزات والمعدات الطبية الحديثة للجميع.
75	الشكل (13): أعمدة بيانية تمثل مدى محافظة المستشفى على خصوصية المريض.
77	الشكل رقم (14): أعمدة بيانية تمثل مدى حرص مستشفى الزهراوي على نظافة المكان ودورات المياه.
78	الشكل رقم (15): أعمدة بيانية تمثل مدى حرص مستشفى الزهراوي بالمسيلة على السلامة الطبية للمرضى والزوار والعاملين فيه.
80	الشكل رقم (16): أعمدة بيانية تمثل مدى محافظة مستشفى الزهراوي بالمسيلة على الأمن والسلامة داخله
81	الشكل رقم (17): أعمدة بيانية تمثل مدى اهتمام مستشفى الزهراوي بمظهره الخارجي (البنيات، الألوان، الأناث، المساحات الخضراء ...).
83	الشكل رقم (18): أعمدة بيانية تمثل مدى وجود لوحات إرشادية ومكتب استقبال لتسهيل الوصول إلى الأقسام المختلفة
84	الشكل رقم (19): أعمدة بيانية تمثل مدى رضا المبحوثين على الخدمات الصحية المقدمة من طرف مستشفى الزهراوي بالمسيلة.
85	الشكل (20): أعمدة بيانية تمثل درجة اهتمام مستشفى الزهراوي بالمسيلة برضا جمهوره الخارجي.
86	الشكل رقم (21): أعمدة بيانية تمثل طبيعة الصورة الذهنية المكونة حول مستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي.
88	الشكل رقم (22): أعمدة بيانية تمثل الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الطبي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
89	الشكل رقم (23): أعمدة بيانية تمثل الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الأعوان شبه الطبية (الممرضين)

- 90 الشكل رقم (24): أعمدة بيانية تبين الصورة الذهنية لأفراد العينة حول الطاقم الإداري لمستشفى الزهراوي.
- 91 الشكل رقم (25): أعمدة بيانية تمثل كيفية تعامل العاملين في مستشفى الزهراوي بالمسيلة في حالة الاكتظاظ.
- 93 الشكل (26): أعمدة بيانية تمثل درجة تفضيل أفراد العينة لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- 94 الشكل رقم (27): أعمدة بيانية تمثل الأساليب الاتصالية المساهمة في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة لدى جمهوره الخارجي .
- 96 الشكل رقم (28): أعمدة بيانية تمثل مدى تأثير ثقافة المجتمع على تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي لدى الجمهور الخارجي.
- 97 الشكل رقم (29): أعمدة بيانية تمثل كيفية تأثير العوامل التنظيمية في تشكيل الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- 99 الشكل رقم (30): أعمدة بيانية تمثل أهم وسائل الاتصال والإعلام المكونة للصورة الذهنية للمستشفى بالمسيلة لدى أفراد العينة.
- 100 الشكل رقم (31): أعمدة بيانية تمثل نوع التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال والإعلام على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- 101 الشكل رقم (32): أعمدة بيانية تمثل مدى تسويق مستشفى الزهراوي لصورته.
- 103 الشكل رقم (33): أعمدة بيانية تمثل مدى تأثير تسويق المؤسسات الاستشفائية الخاصة لصورتها على الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي.
- 104 الشكل رقم (34): أعمدة بيانية تبين رأي الجمهور الخارجي في إعادة مستشفى الزهراوي بالمسيلة بناء صورته الذهنية.
- 105 الشكل رقم (35): أعمدة بيانية تمثل: أي صورة ذات أولوية من بين الداخلية و الخارجية لإعادة بناء الصورة الذهنية للمستشفى.
- 107 الشكل رقم (36): أعمدة بيانية تمثل اساليب تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي حسب الجمهور الخارجي.
- 108 الشكل رقم (37): أعمدة بيانية تمثل دور الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- 109 الشكل رقم (38): أعمدة بيانية تمثل كيفية مساهمة الثقافة التنظيمية في تحسين الصورة الذهنية لمستشفى الزهراوي بالمسيلة.
- 111 الشكل رقم (39): أعمدة بيانية تمثل مدى مساهمة تحسين ظروف العاملين في مستشفى الزهراوي بالمسيلة في تحسين صورته الذهنية.

- الشكل رقم (40): أعمدة بيانية تمثل أهمية ربط علاقات إيجابية بين مستشفى الزهراوي بالمسيلة ووسائل الإعلام المختلفة في تحسين الصورة الذهنية.
- 112
- الشكل رقم (41): أعمدة بيانية تمثل مدى مساهمة تفاعل مستشفى الزهراوي بالمسيلة مع جمهوره الخارجي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورته الذهنية.
- 114

تَقَرُّتْ بِحَمْدِ اللَّهِ