

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة

دراسة ميدانية بمديرية الضرائب بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

د/ سيفون باية

إعداد الطالبتين:

➤ خليصة سمان

➤ خولة حبيب

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الأهداء

نهدي هذا العمل المتواضع الى كل من والدينا
وأفراد عائلتنا والى أصدقائنا
وزملائنا في الحياة اليومية أو أثناء المشوار الدراسي
الى أساتذتنا الذين أشرفوا على تكويننا أثناء المشوار الدراسي كله.
الى كل من نسيه قلمنا وتذكره قلوبنا.

شكر ومعرفة

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

(من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى اليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له)

نتقدم بالشكر الجزيل الى الأستاذة المشرفة الدكتورة **سيفون باية** على كل ارشاداتها وتوجيهاتها القيمة في كل مراحل هذه الدراسة فجزاك الله عنا كل خير.

الى كل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال الذين أشرفوا علينا أثناء مشوارنا الدراسي في الجامعة الذين لم يخلوا علينا بالمعلومة.

شكرا لكل من ساهم في انجاز هذه الدراسة المتواضعة من قريب أو بعيد

وفي الختام سلام

ملخص

هدفت الدراسة الى معرفة مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل مؤسسة الضرائب بالمسيلة، وقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل مديرية الضرائب بولاية المسيلة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية وهي:

1- ما هو دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة؟

2- ما هي مهام وإجراءات أنشطة العلاقات في مديرية الضرائب؟

3- ما هي أساليب أنشطة العلاقات العامة في تحسين علاقات العمل داخل المؤسسة؟

4- ما العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية؟

واعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة حالة كون مجتمع بحثنا يتكون من (50) مفردة والمتمثل في الموظفين الإداريين لمديرية الضرائب وقد استخدمنا الملاحظة واستمارة الاستبيان والمقابلة كأدوات جمع البيانات. ومن أهم النتائج المتوصل اليها:

- عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مديرية الضرائب.
 - خلق مناخ وجو مناسب داخل بيئة العمل بين الموظفين.
 - قدمت العلاقات العامة إضافات واقتراحات جيدة داخل مديرية الضرائب والمعتمدة بشكل كبير في السير الحسن للمؤسسة والانضباط وروح المبادرة.
 - الاتصال الرسمي هو الأكثر استخداما داخل مديرية الضرائب.
 - أنشطة العلاقات العامة من بين الأجهزة الفعالة داخل المؤسسة.
- الكلمات المفتاحية:** أنشطة العلاقات العامة؛ علاقات العمل الإيجابية؛ الموظفين الإداريين؛ مديرية الضرائب.

Résumé de l'étude :

L'étude visait à connaître la contribution des activités de relations publiques au renforcement des relations de travail positives au sein de l'institution fiscale à M'sila. Cette question principale comprend des sous-questions:

1 Quel est le rôle des activités de relations publiques dans l'activation de relations de travail positives au sein de l'institution ?

2 Quelles sont les missions et modalités des activités de relations au sein de la Direction des Impôts? 3 Quelles sont les modalités des activités de relations publiques pour améliorer les relations de travail au sein de l'institution? 4 Quelle est la relation entre les activités de relations publiques et des relations de travail positives?

Cette étude s'est appuyée sur une approche d'étude de cas, puisque notre communauté de recherche est composée de (50) individus, représentés par le personnel administratif de la Direction des Impôts, et nous avons utilisé l'observation, le questionnaire et l'entretien comme outils de collecte de données. Parmi les résultats les plus importants obtenus: L'absence d'organe de relations publiques au sein de la Direction des Impôts. Créer une atmosphère et une atmosphère appropriées dans l'environnement de travail parmi les employés. Les relations publiques ont fait de bons ajouts et suggestions au sein de la direction des impôts et dépendent fortement de la bonne conduite de l'institution, de la discipline et de l'esprit d'entreprise. La communication formelle est la plus utilisée au sein de la Direction des Impôts. Les activités de relations publiques font partie des organes efficaces au sein de l'organisation.

Mots clés : activités de relations publiques ; relations de travail positives; personnel administratif; Direction des Impôts.

خطة الدراسة

الإهداء

شكر وعرفان

ملخص

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة.
2. تساؤلات الدراسة.
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة.
5. أسباب ودواعي اختيار الموضوع.
6. الخلفية النظرية للدراسة
7. مفاهيم الدراسة
8. نوع الدراسة ومنهجها.
9. أدوات جمع البيانات.
10. مجتمع البحث وعينة الدراسة.
11. الدراسات السابقة
12. مجالات الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً: أنشطة العلاقات العامة.

تمهيد.

1. أنشطة العلاقات العامة.
2. نشاط العلاقات العامة في المنظمات والمجال الحكومي.
3. مراحل تقويم برامج وأنشطة العلاقات العامة.
4. أساليب تنفيذ أنشطة العلاقات العامة.
5. الأسس العلمية لتنفيذ نشاطات العلاقات العلمية.
6. تقييم نشاط العلاقات العامة.
7. المعوقات التي تواجه تقويم نشاطات العلاقات العامة.

خاتمة.

ثانيا: علاقات العمل وأساسياتها.

تمهيد.

1. نشأة علاقات العمل.
2. العوامل المساعدة على تطور علاقات العمل.
3. خصائص علاقة العمل
4. أبعاد علاقات العمل.
5. عناصر علاقة العمل.
6. أنواع علاقات العمل.
7. مميزات وأهداف علاقات العمل.
8. إثبات علاقة العمل.

خاتمة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

تمهيد

1. تعريف المديرية الولائية للضرائب بالمسيلة.
2. مهام واختصاصات مديرية الضرائب.
3. الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب.
4. تفرغ البيانات وتحليلها الخاصة بالاستبيان.
5. النتائج العامة للدراسة.
6. الاقتراحات والتوصيات.

خاتمة.

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة بوصفها علما وفنا وممارسة كما تعرفها اليوم، ونمت كمفهوم اداري وعمل مؤسسي سريعا خلال العقود الخمسة الماضية في المجتمعات الغربية المتقدمة، وكان ذلك نتيجة حتمية للتطورات الحاصلة في المجتمع الحديث وعلى الرغم من الاعتراف بأهمية العلاقات العامة في التطبيق العملي داخل المجتمعات المعاصرة، إلا أنني وجدت من خلال حياتي العملية، أن التعامل مع هذا العلم والفن. العلاقات العامة في مجتمعاتنا العربية تعامل غير مدروس ومتبادلة لأقصى الحدود، ومع بلوغ هذه العلاقات درجة كبيرة من التعقيد والترابط في المجتمعات المعاصرة تطلب الأمر دراستها دراسة علمية موضوعية، حيث أضحت العلاقات العامة تعبيراً شائعاً في الفكر الإداري.

ومن هنا ظهرت العلاقات العامة كعلم حديث نسبيا وبرز الاهتمام بها في المجتمعات الغربية، حيث بدأ استعمالها واستخدامها في بيئة الأعمال التجارية الصناعية، ثم استخدمت بعد ذلك في كافة المؤسسات الأخرى على اختلاف طبيعة نشاطاتها، فقد تسعى الإدارة من خلال أنشطتها وأعمالها من أجل أن يكون هناك تجديد دائم في أنشطتها وتقديمها بسهولة وسرعة في كتابة وصياغة المواضيع وتنظيم المؤتمرات والزيارات، وتساهم إدارة أنشطة العلاقات العامة بطريقة فعالة، وذلك لكسب تأييد الجمهور وتحسين صورة المؤسسة وفرض الثقة التامة اتجاه المؤسسة لخلق التعاون بينهم، وقد أولت الجزائر أهمية كبيرة لأنشطة العلاقات العامة في جميع المنظمات والمؤسسات، وبما أن المؤسسات هدفها خدمة الجمهور بالدرجة الأولى فهي تحرض على أن تكون أنشطتها وأعمالها ذات جودة عالية فهي تعتمد على أنشطة العلاقات العامة وتدعم علاقات العمل في إدارة أنشطتها.

ويمثل موضوع بحثي في: **مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة** وأجريت الدراسة بمديرية الضرائب بولاية المسيلة، وقد تم إنجاز هذه الدراسة في أربعة فصول موزعة كالآتي: الفصل الأول: وفيه تم التطرق الى موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية، وذلك من خلال إشكالية وتساؤلات، وكذلك دواعي وأسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، المصطلحات والمفاهيم، واخترت الدراسات السابقة المشابهة ومنهجها البحث وتقييمها، كما تم في ذلك الفصل نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع البحث وعينة الدراسة، مجالات الدراسة، واعتمدنا على استمارة الاستبيان والمقابلة كأداة لجمع البيانات، وفي الأخير الخلفية النظرية للدراسة والمتمثلة في النظرية البنائية الوظيفية، ومدى تطبيقها في أنشطة العلاقات العامة.

مقدمة

أما الإطار النظري وتناولنا في الفصل الثاني: أنشطة العلاقات العامة، والتعرف على أسس انطلاقها وأساليب أنشطتها، وكذلك العلاقات العامة في المنظمات والمجال الحكومي تقييم نشاطها، وفي الأخير قد حددنا المعوقات التي تواجه تقييم نشاطات العلاقات العامة. أما الفصل الثالث: جاء بعنوان علاقات العمل وأساسياتها تم فيه التعرف على نشأة علاقات العمل، وذلك من خلال معرفة خصائصها، أبعادها، مميزاتها، أنواعها معرفة العوامل المساعدة على تطورها.

أما الإطار الأخير وهو الإطار التطبيقي تمّ فيه عرض وتحليل البيانات وعرض النتائج الدراسة من خلال تحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية، لنتحصل في الأخير على النتائج النهائية مع تقديم التوصيات والمقترحات.

وفي الأخير نحمد الله تعالى ونسأله التوفيق لإنجاز هذا العمل.

الفصل الأول:

موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية

1. إشكالية الدراسة.
2. تساؤلات الدراسة.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. أسباب ودواعي اختيار الموضوع.
6. الخلفية النظرية للدراسة.
7. مفاهيم الدراسة.
8. نوع الدراسة ومنهجها.
9. أدوات جمع البيانات.
10. مجتمع البحث وعينة الدراسة.
11. الدراسات السابقة.
12. مجالات الدراسة.

1. الإشكالية:

تتركز مشكلة الدراسة أساسا في التعرف على ماهية العلاقات العامة داخل مؤسساتنا الوطنية، ومدى فعاليتها في تغيير مسار المؤسسة نحو الأحسن، ومع زيادة عدد المؤسسات وتنوع نشاطها، ازدادت طبعاً لذلك الجماهير التي تتفاعل معها من جمهورها الداخلي داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وهذا بفضل ما يسمى بالعلاقات العامة، التي أصبحت من أهم مكونات العملية بالإدارة لأي مؤسسة حكومية أو خاصة اجتماعية أو خدمية، فالعلاقات العامة كنشاط يعتقد البعض أنها شيء نشأ حديثاً وأنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات إلا قريبا، وقد أصبحت العلاقات العامة في عصرنا الحالي جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها وأشكالها، بل أصبح نجاح الكثير من المؤسسات مرهونا الى حد كبير بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها.

حيث تعمل العلاقات العامة على تمثيل دور الرابط بين العمال ومسؤوليهم وبين مختلف الفروع الداخلية للمؤسسة، فالمؤسسة أو المنظمة من ناحية لا يمكن أن تحقق أهدافها دون تعاون الجماهير وتضامنها وإيمانها بأهداف وخطط المنظمة، فالعلاقات العامة عادة ما تساهم في تقريب وجهات التفكير وتفعيل الاتصال باستخدام أدوات الاتصال المباشرة وغير المباشرة لخلق جو من التضامن الذي تقوم به المؤسسة وتدججه في السوق، فعلاقات العمل الإيجابية تحاول تفسير العلاقة ما ترتبط بطبيعة نشاط طرفين أساسيين تمثل أصحاب العمل فهي تنشأ بناء علاقات إنسانية، اجتماعية إضافة أنها تشمل علاقات بين العمال ببعضهم البعض وبين رؤسائهم والهيئات الحكومية، فقد تبين في إحساس العامل بالسعادة داخل المؤسسة وتوفير المناخ الاجتماعي الملائم، فتقوم العلاقات العامة بنظام فعال وناجح لعلاقات العمل وتدعيمها داخل المؤسسة بصورة إيجابية وتنفيذ برامجها الموجهة للموظفين، ومن هذا المنطلق نجد الكثير من الدول قد أدركت مكانة أهمية العلاقات العامة وعلى رأسها الجزائر، التي تقوم من خلال مؤسساتها ومنظماتها بمحاولة تجسيد العلاقات العامة والاستفادة من تطبيق نشاطاتها على أرض الواقع، فقد تنسجم مديرية الضرائب التي تعمل في إطار الحديث وباستخدام أدوات حديثة، وانطلاقاً مما سبق نحاول طرح السؤال الجوهرى التالي: ما مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل مديرية الضرائب بولاية المسيلة؟

2. تساؤلات الدراسة:

يتنوع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هو دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة؟
- 2- ما هي مهام وإجراءات أنشطة العلاقات العامة في مديرية الضرائب؟
- 3- ما هي أساليب أنشطة العلاقات العامة في تحسين علاقات العمل داخل المؤسسة؟
- 4- ما العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية؟

3. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا الى تحديد مكانة العلاقات العامة في هذه المؤسسة ومدى مساهمتها في صناعة القرار وتعزيز الثقة مع جماهيرها، وتوحي أهمية الدراسة الى تسليط الضوء على متغيرين وتنمية الوعي بقيمة العلاقات العامة وأهميتها ورسم صورة جيدة داخل المؤسسة من خلال إعطاء وجهات نظر العاملين وكسب التفاهم والتعاطف وتأييدهم، لكونهم الفئة المناسبة وتطوير تلك المؤسسة لخلق علاقات إيجابية وتبادل المعلومات، بالإضافة الى إضفاء شيء من الأهمية لأهم عنصر يمكنه أن ينسجم مع وظيفة العلاقات العامة في تأدية مهام الاتصال والتواصل مع الجمهور.

4. أهداف الدراسة:

تكمن أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على مكانة العلاقات العامة في مديرية الضرائب.
- التعرف على مهام أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة.
- إبراز أهم الأساليب المستعملة لأنشطة العلاقات العامة في التأثير على الجمهور داخل المؤسسة.
- الكشف عن دور العلاقات بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية وتفعيلها في المؤسسة.

5. أسباب ودواعي اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بموضوع العلاقات العامة ويطرح لأنه ضمن اختصاصنا. وفضولنا الذي دفعنا لمعرفة ما مدى مساهمة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة.
- ميلنا لهذا النوع من الدراسات ورغبتنا في التعمق فيه أكثر لمعرفة ما قد غفلنا عنه في سنواتنا الماضية حول هذا الموضوع.

الأسباب الموضوعية:

- اهتمامنا بأنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل داخل المؤسسة.
- تعرفنا على طبيعة العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية.
- زيادة الاهتمامات البحثية في مجال نشاطات العلاقات العامة والدور الكبير الذي تحققه أنشطة العلاقات العامة في تكوين صورة جيدة للجماهير.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- كون هذا الموضوع يحظى بأهمية جدّ بالغة في جميع المنظمات مهما كان نشاطها.

6. الخلفية النظرية للدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على النظرية البنائية الوظيفية:

أ/ مفهوم النظرية البنائية الوظيفية: تقوم هذه النظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة و متميزة لخلق نظام اعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع. (المشاقبة، 2014، ص. 99) هي تحديد عناصر التنظيم والعلاقة بين هذه العناصر والوظيفة مع تحديد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقة بتنظيم الكل وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الكلي ويتحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر بشكل متكامل. (العبد الله، 2006، ص. 175)

ب/ أهم المفاهيم المتداولة في البنائية الوظيفية:

المجتمع: يتصور الاتجاه البنائي الوظيفي أن المجتمع نسق من الأفعال المحددة المنظمة ويتألف هذا النسق من مجموعة من المتغيرات أو الأبعاد المترابطة بنائياً والمتساندة وظيفياً.

التوازن الاجتماعي: هدفه مساعدة المجتمع على أداء وظائفه وبقائه واستمراره، ويتحقق بالانسجام بين مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعاً برباط من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده وجماعته.

النسق الاجتماعي: هو عبارة عن العلاقات المترابطة والمتساندة بين الأفراد.

البناء الاجتماعي: يستخدم للإشارة إلى نوع من الترتيب بين مجموعة نظم يعتمد بعضها على بعض وتعتبر وحدات البناء الاجتماعي هي ذاتها بناءات فرعية والافتراض الأساسي من هو التكامل أو بقاء الكل يتوقف على العلاقات بين الأجزاء وأدائها لوظائفها.

ج/ أشكال البنائية الوظيفية:

- الوظيفة الفردية: يقع التركيز في هذا الشكل على آليات حاجات الفاعلية الاجتماعية والبنى الاجتماعية التي تظهر لتلبية هذه الحاجات.
- الوظيفة العلاقاتية: يقع هذا التركيز على آليات العلاقات الاجتماعية التي تساعد في التغلب على التوترات التي قد تمر بها العلاقات العامة.
- الوظيفة الاجتماعية: هنا يقع هذا التركيز على البنى والمؤسسات الاجتماعية الكبرى وعلى علاقتها ببعضها البعض وتأثيراتها الموجهة لسلوكيات الأفراد والمجموعات كالوظيفة التي تقوم بها المؤسسات (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة) حيث أن المسألة تتعلق بالمجتمع لا بالأفراد. (كماش، 2016، ص. 177)

د/ أهم رواد النظرية واسهاماتها:

- أوغست كونت: نظر كونت إلى المجتمع باعتباره وحدة تتمتع بالكثير من الاستقرار وكان مؤمناً بأن المجتمع يتصف بالتوازن وليس بالصراعات، لذا رأى في الأنساق الاجتماعية وكأنها أنساق عضوية أو بيولوجية.

- اميل دوركايم: اهتمام دوركايم بالأجزاء المكونة للنسق الاجتماعي وعلاقة الأجزاء ببعضها البعض ومن ثم تأثيرها على المجتمع، كما اهتم كثيرا بالبنى والوظائف في علاقتها وحاجيات المجتمع، وهو ما يعني اهتمامه بالبيئة والوظيفة كعنصرين هامين، ويمكن القول أنّ نظرية دوركايم تبحث في النظام الاجتماعي بكل مكوناته، أي أنّها نظرية الاستقرار والتوازن الاجتماعي.

- **تالكوت بارسوير:** من العلماء البارزين في الاتجاه البنائي الوظيفي ويصف على أنه من طوّر هذا الاتجاه ووضع أسسه، حيث يرى أن الواقع الذي يعيش في نطاقه الفرد يتكون من مجموعة أنساق هذا الأخير يتكون من مجموعة أنساق فرعية تعمل في مجملها وظيفيا لتحقيق الاستمرار والتوازن الاجتماعي وعندما نتكلم عن الأنساق التي تشكل الواقع الاجتماعي فنقصد بها النظام الاقتصادي الثقافي، الاجتماعي. هذه الأنساق الفرعية هي بدورها تتكون من مجموعة من المؤسسات تعمل في مجملها لتحقيق أهداف النسق العام التي تعمل في سياقه، وكل وظائف الأنساق الفرعية تؤثر على النسق العام ومنه على المجتمع ككل. (الدعبلج، 2010، ص. 179)

هـ/ مسلمات النظرية:

- النظر الى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.
- يتجه هذا المجتمع في حركية نحو التوازن ومجموع عناصره تضمنت استمرار ذلك، بحيث لو حدث خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها على استقرار النظام.
- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستقرار وجود هذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة في تلبية حاجاته. (العبدالله، 2006، ص. 78)

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

- تشجيع البنائية الوظيفية على ما أسماه الباحثون بالتفسير القائي الذي يعيش في جوهره اهتمام النظرية بفروض عامة غير قابلة للاختبار.
- المبالغة في تشبيه الأنساق الاجتماعية بالأنساق العضوية ما يعنيه ذلك من وضع افتراض ميتافيزيقي لا مبرر له عن طبيعة العالم والمبالغة في تقليد العلوم الطبيعية وظاهرتها.

- التأكيد على جوانب دون أخرى في البناء الاجتماعي والرغبة الملحة والتشديد على الثبات ومحاولة القاء على إرادة واعية للإنسان بدعوى مبالغ فيها لسمو المجتمع وتفوقه على أعضائه. (أبو شنب، 2000، ص. 98)
- عدم الاتفاق بين الوظيفيين على وحدات الدراسة فالمينوفسكي اختار الجماعة التي أطلق عليها نظاما، أما روبرت اهتم بدراسة الحاجات الإنسانية أما ميترون وليف صمما اطارا شاملا للملاحظة السيكلوجية.
- تعاني المناهج المستخدمة في الاتجاه الوظيفي من ضعف ظاهر لأنها تعتمد في أغلب الأحيان على حدس الباحث وقدرته على الملاحظة للوظائف التي تؤديها البناءات الفرعية.
- جاءت معظم تحليلات الوظيفيين تؤكد على مسلمات أساسية تؤكد على التوازن والتكامل وإدارة التوتر وقللت من أهمية وجود الصراع. (القرشي، 2011، ص. 164)
- وقد تم الارتكاز على مسلمات هذه النظرية في دراستنا هذه في توجيه هذا البحث نحو تحقيق أهداف ذلك.
- أي أن التوازن داخل أي مؤسسة أمر ضروري لتأدية أعمالها بكفاءة وفعالية وذلك من خلال التوصيل الجيد بين عناصرها.
- ومنه تعتبر أنشطة العلاقات العامة التي تقوم بها المؤسسة هي التي تحافظ على استقرار واستمرار العمل داخل المؤسسة.
- ومما سبق فإن النظرية البنائية الوظيفية هي الموجه الأنسب لنا في هذه الدراسة.

7. مفاهيم الدراسة:

1- تعريف الأنشطة:

- أ/ لغة: تنتمي كلمة التنشيط الى الجذر المعجمي (ن، ش، ط) وتفيد لغة حسم المعجم العربي الأساسي: نشط، ينشط، نشاطا، نشط في عمله.
- معنى أنشطة في قاموس المعجم الوسيط للغة العربية المعاصرة: الرائد، لسان العرب، القاموس المحيط، قاموس العربي.
- عربي أنشطة أهلية: أي أنشطة المجتمعات الأهلية، وتعني بالإنجليزية (grassroot activites)

- نشط المعجم لسان العرب " النشاط " : ضد الكسل يكون ذلك في الانسان، نشط، نشاطا ونشط اليه. (38: 24 janvier 2020, 12 : almany.com.allrights resrrued)

ب/ اصطلاحا: الأنشطة هي جمع نشاط، والنشاط كلمة تدل على بذل الجهد في ممارسة عمل ينشط له القائم به ويستمتع به، ومن الطبيعي أن هذا النشاط لن يستمر بلا نهاية وبلا هدف، بل له زمن وذروة يقل بعده النشاط ويضعف، وله هدف كما أن هذا النشاط يحمل في بيئته مكانية معينة ويتأثر النشاط بهذه البيئة وبالوسائل والإمكانات التي توفرها، كما تتأثر بالعقبات والصعوبات التي فيها. (awayeraltbinwi, (blogspot.com, 24 janvier 2020, 12.39

ج/ اجرائيا: هي تلك البرامج والوسائل التي يهتم بها الموظف وتعنى بما يبذله من جهد عقلي أو بدني في ممارسة النشاط الذي يتناسب مع قدراته وميوله واهتماماته داخل المؤسسة وخارجها، بحيث يساعد على إثراء الخبرة واكتساب مهارات متعددة.

2- مفهوم العلاقات العامة:

يتركب مصطلح العلاقات العامة من كلمتين علاقات وعامة وقد تناولت المراجع الكلمتين من حيث معناها اللغوي، وظهر فيها اتفاق على عدة معان منها:

أ/ العلاقات لغة: يعرفها المعجم الوسيط على أنها جمع علاقة، وتعني الصلة ويعرفها المعجم الإعلامي على أنها: الربط بين موضوعين أو أكثر، وهي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو السلوك، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية. (عبواج، 2018، ص. 17)

ب/ العلاقات اصطلاحا: وتعني التواصل الناجم عن تفاعل الفردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقة بعد حدوث قعل ورد فعل إيجابيا وتكون حصيلة علاقات اجتماعية تعاونية أو على العكس من ذلك يكون اتجاهها سلبيا ويقود الى علاقات متوترة قد تؤدي الى التفكك والاختلاف بين الأفراد. (الدليمي، 2012، ص. 142)

ج/ اجرائيا: هي العلاقات بين الأشخاص أو بين شخص أو أكثر، وقد تبني هذه العلاقة على الاستدلال أو الحب أو التضامن الاجتماعي أو تفاعلات العمل المعتادة أو أي أنواع أخرى من العلاقات الاجتماعية، وتشكل هذه العلاقات بين أشخاص في سياق المؤثرات الاجتماعية والثقافية وغيرها.

أ/ عامة لغة: تعني هذه الكلمة حسب القاموس المحيط وفي المختار الصحاح خلافا الخاصة، كما ترادف هذه الكلمة كلمتي شائع أو جماهيري، ويقصد بها كذلك العُلم أي: أمام الناس. (عيواج، 2018، ص. 17)

ب/ عامة اصطلاحاً: وتعني الجمهور أو الناس ويعدّ هذا المفهوم تحديد النطاق لشمولية العلاقات أي أن العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع، ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد، متنوعة الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم. (الدليمي، 2012، ص. 142)

ج/ اجرائياً: تعني عامة الناس لتحقيق تفاعل إيجابي بينهم، ويجب استخدام أساليب فنية متطورة تقع في إطار ما يمكن تسميته بتقني العلاقات العامة وتعتمد هذه على مهارات العاملين في هذا المجال وقدرتهم على انتقاء التقنيات المناسبة واستخدامها استخداماً مناسباً.

العلاقات العامة اصطلاحاً: (Public relations) هو اصطلاح يطلق على الجمهور والمنظمة والعمليات التي تقوم هيئة أو مؤسسة أو منظمة لتنظيم العلاقات بينهم وبين جمهور العاملين بها والجمهور المتعاملين معها. (مشاركة، 2013، ص. 96)

ويمكن تقديم عينة من التعاريف الاصطلاحية للعلاقات العامة على النحو التالي:

1- عرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة بأنها: نشاط أي صناعة أو اتحاد أو مهنة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة بين المؤسسة وفئة الجمهور كعملاء الموظفين أو المساهمين أو الجمهور العام. (هيشي، 2015، ص. 80)

2- وعرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها: الوظيفة الإدارية التي تعمل على تقييم اتجاهات رأي الجمهور وتطابق سياسات المنظمة وإجراءاتها مع الصالح العام وتنفيذ برامج العمل بهدف كسب ثقتهم وتأييدهم لها. (البكري، 2006، ص. 284)

3- قاموس هاشات (Hachatte) عرفها على أنها: مجموعة الوسائل المستخدمة من طرف التنظيمات عمومية أو خاصة لبناء جواً ملائماً ومناسباً داخلياً وخارجياً من أجل المام الجمهور بنشاطاتها. (عيواج، 2018، ص. 97)

4- عرفها " ايفي لي " من وجهة نظر التعريف المهني المتخصص بأنها: مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال والعمل على الإصلاح ثم إعلان الناس بالأمر، فإن مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح المؤسسة بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة مصالحها. (خضر، 1998، ص. 22)

3- مفهوم علاقات العمل:

أ/ العمل لغة: الفعل يقصد، وعمل عملاً: صنع ومهن كما يقول برغسون: " إن عقل الانسان لم يتكون ويتطور إلا لأنه له يدين تصنعان الآلات، وحمل على المتصوفة للذين يحتقرون العمل وقال كلمته المشهورة " العمل جوهر الوجود ". (جعفور وباعمر، د.ت، ص. 709)

ب/ العمل اصطلاحاً: هو الطاقة المصروفة أو الجهد المبذول من طرف الفرد العامل داخل المنظمة لتأدية مهمة أو نشاط محدد وفق شروط معروفة. (جعفور وباعمر، د.ت، ص. 709)

ج/ العمل اجرائياً: يعرف العمل بأنه النشاط الإنتاجي للأفراد في وظيفة أو حرفة معينة، فالنشاط لا بد أن يكون حركياً للوظائف التي تتطلب ذلك، أو ذهنياً في مهن أخرى.

علاقات العمل:

أ/ لغة: هي العلاقات التي تنشأ وتنمو، بسبب الاستخدام وهي تشمل تبعاً لذلك علاقاتهم ببعضهم البعض، وعلاقاتهم برؤسائهم أو مديريهم، إضافة إلى علاقاتهم بالمنشأة التي تستخدمهم، كما تشمل بمعناها الواسع، العلاقات بين إدارات المنشآت ونقابات العمال، وبين أصحاب العمل والهيئات الحكومية. (article : dactric. Matching <http://ontology.bizrit-educnew>)

ب/ اصطلاحاً: يرى كل من دانلوب (Dunlop) وفلاندرز (Flanders) أن منظومة علاقات العمل تعني علاقة التأثير المتبادل بين المأجور والمستأجر والدولة، ويفهم من ذلك أن علاقات العمل هي جملة من القواعد التي تحدد كفاءات معالجة علاقات الشركاء الاجتماعية. أما هنري فورد: فنظر إلى الاختلافات التي قد تطرأ بين أعضاء في المنظمة الصناعية مهما كانت مواقعهم قائلاً: " إن الانسان الذي استطاع التغلب على الآلة يمكن أيضاً التغلب على الصعوبات التي يتسبب فيها سوء التفاهم بين أرباب العمل والعمال. (عصمان بوبكر، 2015، ص. 7). أما من حيث الطبيعة فقد عرفها الأنجلو سكسيون بأنها: العلاقات المتبادلة ذات الطبيعة السيكولوجية والاجتماعية التي تظهر أثناء تأدية العمل الجماعي، مركزين على السيكولوجي والاجتماعي اللذان يتحكمان في سلوك الأفراد ويؤطرانه، ومنه فإن علاقات العمل حسب هذا التوجه ما هي إلا علاقات إنسانية تعمل على تهيئة جو العمل للعمال حتى ينفذون مهامهم بشكل طبيعي، فهي تنطوي على خلق جو من الثقة والاحترام المتبادل والتعاون بين أصحاب العمل والعمال، كما تهدف إلى الروح المعنوية للعاملين وزيادة الإنتاج. (بوبكر، 2015، ص. 8)

ج/ اجرائيا: إن علاقات العمل تتعلق بالجانب العملي بين العمال والمشرفين، وهي تلك العلاقات التي تربطهم ببعضهم البعض داخل المؤسسة لتأدية مهامهم لتحقيق الجودة والفعالية بين العمال

4- تعريف المؤسسة:

أ/ لغة: من فعل أسس أي الأسس والأساس، كل شيء مبتدئ والأسس والأساس هو أصل البناء، والأسس أصل كل شيء وأسس الانسان قلبه لأنه أول متكون في الرحم، وأسس البناء مبتدؤه، وقد أسس البناء يؤسسه أساسا وأسسها تأسيسا وأسست الدار إذا بنيت حدودها ورفعت من قواعدها. (جبور وادريس، 1980، ص. 394)

ب/ اصطلاحا: يعرفها دروكر بأنها: عبارة عن مجموعة بشرية متكونة من أخصائيين يعملون معا لأداء مهمة مشتركة، وهي تتميز بخلاف التجمعات التقليدية، المجتمع، الجماعة أو العائلة. بتصميم قصدي ولا تعتمد على الطبيعة النفسية للإنسان ولا على حاجاته البيولوجية ومع ذلك فقد صممت بصفاتها انتاجا بشريا لتدوم لمدة معتبرة. (دليو، 2003، ص. 19-20)

كما يمكن أن نعرف المؤسسة على أنها منظمة اقتصادية اجتماعية مستقلة نوعا ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني ومكاني. كما يعرفها (Shumpthr) أنها: مركز الابداع ومركز للإنتاج. (غول، 2008، ص. 8)

ج/ اجرائيا: المؤسسة هي عبارة عن نظام ديناميكي مفتوح يؤثر ويتأثر بمحيطه الخارجي والداخلي مرتبط بمكوناته الأساسية التي تعتبر العناصر الرئيسية لنشاطه الذي يهدف الى تحقيق نتائج إيجابية على المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

8. نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية التي تعرف على أنها طريقة أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينهما وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي، التي تلائم الاهداف التي يسعى الباحثون الى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث. (المزاهرة، 2014، ص. 304)

وأنسب منهج لهذا النوع من الدراسات هو منهج دراسة الحالة والذي يعرف على أنه نوع من البحوث النوعية التي من خلالها يكشف الباحث عن الظاهرة المراد دراستها ويجمع المعلومات باستخدام وسائل عدة خلال فترة زمنية معينة. (الضمن، 2007، ص. 152)

ويعرف أيضا بأنه المنهج الذي يهتم بجمع البيانات المتعلقة بظاهرة معينة أو وحدة معينة أو مجموعة أفراد محددين ويقوم على أساس التعمق في الدراسة والنظر الى الجزئيات من خلال الكل بهدف الوصول الى فهم أعمق للظاهرة المدروسة. (النجار والزعي، 2010، ص. 59)

ويعود اختيارنا لمنهج دراسة الحالة، لاعتباره ونوع من البحث المتعمق في فردية وحدة اجتماعية سواء كانت هذه الوحدة نظاما أو مؤسسة اجتماعية يهدف لجمع البيانات أو المعلومات المفصلة عن الوضع القائم للوحدة وعلاقتها مع البيئة، ثم تحليل نتائجها للوصول الى تعميمات يمكن تطبيقها على غيرها من الوحدات المشابهة في المجتمع الذي تنتمي إليه هاته الحالة. (بوحوش، 2001، ص. 77)

9. أدوات جمع البيانات:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها في إطار الدراسة، حيث لا بد للباحث اختيار أكثر الأدوات الملائمة للدراسة لتحقيق والوصول الى الأهداف التي يرغب للوصول إليها من خلال دراسته. لذلك تعدّ الأداة الأنسب لدراستنا هذه الاستبيان:

1/ الاستبيان:

تعتبر على أنها إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم. (عطوي، 2011، ص. 99)

وهي أيضا أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخيرية التي يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، وذلك حسب أغراض البحث. (المزاهرة، 2012، ص. 174) حيث تم تقسيم الاستمارة الى أربعة محاور بالإضافة الى محور البيانات الشخصية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، طبيعة الوظيفة، أما بالنسبة للمحاور: المحور الأول: دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة. المحور الثاني: مهام وإجراءات أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة. المحور الثالث: أساليب أنشطة العلاقات العامة في تحسين علاقات العمل الإيجابي داخل مديرية الضرائب بالمسيلة. المحور الرابع: العلاقات بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية.

وزعت الاستمارة على عينة عشوائية تمثلت في (50) موظف بمديرية الضرائب بالمسيلة.

وقد حكمت من قبل الأساتذة: الأستاذة المشرفة: سيفون باية، الأستاذ: صاوي عبد المالك، الأستاذ: لرقط حسين، الأستاذة: لعزيري سعاد، الأستاذة: شادي حولة

2/ الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أهم أدوات جمع المعلومات الخاصة بظاهرة ما، ويمكن أن نعرفها على أنها: مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفقا لظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين (أحمد، 2003، ص. 157)، وبالتالي فالملاحظة عملية تسجيل لسلوك الأفراد

والأشياء والأحداث من خلال وجود الباحث موقع الحدث ليسجل ما يلاحظه، وعلى ضوء ذلك دعمنا بحثنا هذا بالملاحظة العلمية.

الملاحظة العلمية:

هي التي يقوم بها الباحث بشكل دقيق ومنظم للكشف عن تفاصيل الظواهر والعلاقات التي توجد بين عناصرها وتميز بأنها ملاحظة مخططة وتتم بطرق علمية دقيقة. (أحمد، 2009، ص. 56)

حيث قمنا بزيارة مديرية الضرائب بولاية المسيلة، لاحظنا أن معظم مكاتب المديرية تستخدم مختلف الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة، وتأثيرها على أداء علاقات العامل داخل المؤسسة، كذلك أن هذه الوسائط تربط بين مختلف المكاتب داخل المؤسسة، كمكتب الوسائل وتسيير المطبوعات، والارشيف، مكتب التنظيم والعلاقات العامة، مكتب عمليات الميزانية، مكتب المستخدمين والتكوين، هذا من جهة ومن جهة أخرى تسهل الاتصال ونقل الوثائق والمعلومات بين الموظفين خاصة في مجال إدارة أنشطة العلاقات العامة، كما أفادتنا الملاحظة من خلال تنقلنا بين المكاتب كمكتب الاعلام على معرفة مدى كفاءة وخبرة الموظفين وتمكنهم من علاقات جيدة بين العاملين.

3/ المقابلة:

- يقول طلعت إبراهيم: المقابلة تفاعل لفظي مقصود يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات أو آراء أو اعتقادات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على البيانات الموضوعية. (بودشيشة، 2019-2020، ص. 36)
- تعتبر المقابلة من الأدوات الأساسية في جميع المعلومات والبيانات حول الظاهرة التي يتم دراستها، وهي الوسائل البسيطة الأكثر شيوعا واستعمالا في مختلف البحوث الاجتماعية. (سلطانية، 2004، ص. 317)
- ونستطيع أن نحدد مفهوم المقابلة في البحث العلمي بأنه محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص من جهة أخرى، بغرض الوصول الى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة يحتاج الباحث الوصول اليها، وتمثل المقابلة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والايضاحات التي تتطلب الإجابة عليها والتعقيب، وجها لوجه، بين الباحث والشخص أو الأشخاص المعنيين بالبحث. (الجراح، 2008، ص. 165)

- واعتمدنا في دراستنا على المقابلة الحرة غير المقننة لتمييزها بالمرونة، حيث يترك فيها الحرية للمبحوث للتعبير عن آرائه وأفكاره بحرية كاملة حتى لا يحس بأنه مقيد وأجرينا مقابلات حرة مع بعض المسؤولين في المؤسسة، كالمدير الفرعي للوسائل خرف الله، والمدير الفرعي للرقابة الجبائية بوساق بوسالم.
- وتم خلال هذه المقابلات اجراء حوارات ومناقشات حول عدة أمور منها: العلاقات العامة وأنشطتها المتواجدة العامة وأيضا العلاقات الداخلية للمؤسسة بدء من محضر التنصيب، حيث تسعى هذه القوانين الى تنظيم طبيعة علاقة العمل بينهم المسؤولين والاعوان من خلال احترام علاقة الرئيس مع المرؤوسين واحترام النظام العام للإدارة.

10. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ/ مجتمع البحث: هو جميع الافراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع البحث، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث الى أن يعمم نتائج الدراسة، لذا فإن الباحث يسعى الى اشراك جميع أفراد المجتمع لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيرا بحيث لا يستطيع البحث إشراكهم. (نوفل وآخرون، 2007، ص. 217) وعليه فإن المجتمع دراستنا هذه هم جميع الموظفين في مديرية الضرائب بولاية المسيلة والذي يضم (50 مفردة).

ب/ عينة الدراسة:

إن العينة عرفها أحمد بن مرسل على أنها: الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما. (بن مرسل، د.ت، ص. 170)

وفي دراستنا هذه استخدمنا العينة العشوائية أو ما تسمى بالعينة الصدفية والتي تعرف عادة على أنها العينة التي تتكون من وحدات معينة اعتقادا أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل في هذه الحالة فقد يختار الباحث مفردات محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع الأصلي، وهي تعطي نتائج تكون أقرب ما تكون الى النتائج التي يمكن أن يصل اليها الباحث بمسح المجتمع كله. (صابر وخفاجة، 2002، ص. 200)

وتعرف العينة العشوائية أيضا: هي تلك العينة التي يختار الباحث أفراد المجتمع عشوائية أي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة، لذا فإن هذه العينة لا تمثل المجتمع الأصلي بدقة، ومن ثم يصعب تعميم نتائج البحث على

المجتمع الأصلي كله ولكن لا بدّ منها عندما يصادف الباحث مجتمع دراسة كبيرة الحجم. (الدعيج، 2010، ص 94)

ولهذا فإن عينة دراستنا تشمل 50 موظفاً، وهذا للإجابة على إشكالية البحث المتمثلة في مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة (دراسة ميدانية في مديرية الضرائب الرئيسية بولاية المسيلة)

11. الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: للباحث أمين علوم بعنوان: أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية. قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الاعلام 2010/07/03. حيث تناول الباحث في إشكالية دراسته ما يلي: من خلال ملاحظات البحث للإعلانات عن طلب موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي والخاص مع العلم بأن هناك أعداداً كبيرة من خريجي الصحافة والاعلام في تخصص العلاقات العامة، أكثر من عشرين (20) سنة لم يتم تعيينهم أو طلبهم للتعيين من ديوان الخدمة المدنية الأردنية، فإن مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي في بناء الوزراء كانت بعيدة عن الوزير والقيادات العليا، فإن العلاقات العامة هي فن وعلم ومهنة قائمة على منظمة تختلف في طريقة تطبيق العلاقات العامة بما يناسبها، حيث تتجسد أسئلة الدراسة فيما يلي:

- ما درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والاعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم؟
- ما سبب اختيار العاملين في العلاقات العامة والاعلام في الوزارة للعمل فيها؟
- ما دور إدارة العلاقات العامة والاعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها؟
- ما وظائف الوسائل الاتصالية الجماهيرية المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة والاعلام في الوزارة؟

فرضيات الدراسة:

- لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والاعلام في أنشطتها الاتصالية مع الجمهور الوسيلة الاتصالية.
- لا تتوفر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والاعلام في الوزارات الخصائص والمواصفات.

- لا تتوفر أهداف ووظائف للإدارة العلاقات العامة والاعلام في الوزارة.

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال مسح مجتمع الدراسة لكامل العينة للعاملين في العلاقات العامة.

نتائج الدراسة:

- إن خصائص القدرات الاتصالية جاءت في المرتبة الأولى ويعزو الباحث ذلك الى أهمية تلك الخصائص لموظفي إدارة العلاقات العامة.

- تعمل هذه الوسائل على تحسين العلاقة بين موظفي العلاقات العامة والإدارة المعنية بهم والجمهور وخلق جو من الثقة والتفاهم.

- تحقيق أكبر قدر من الأهداف والوظائف المناطة بإدارة العلاقات العامة وبدرجة عالية جدا يكون لها شخصية ومكانة.

ثانيا: الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

دراسة الباحث عصمان بوبكر بعنوان: **تنظيم وتسيير علاقات العمل في ظل منظومة العمل الدولية**
دراسة ميدانية بمركب صناعة الكوابل الكهربائية بيسكرة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع. 2015/2014

حيث تناول الباحث في إشكالية دراسته ما يلي: تعتبر المنظمات احدى أهم مكونات المجتمع فهي تؤثر بواسطة ما تنتجه وتصدره في شكل مخرجات كيف ما كانت (مادية، معنوية) ومهما كانت وسيلة إخراجها (سلع، خدمات، عنصر بشري) فقد كانت إدارة علاقات العمل بالكيفية الجيدة وحسب توجه منظمة العمل الدولية الذي تتضمن ضرورة توجيه اهتمام إدارة الموارد البشرية نحو زيادة إنتاجية وتحقيق رضا العاملين على حد سواء بالتركيز على علاقات العمل وبناء على ما قدّم الباحث في مشكلة دراسته، فقد يعالج الباحث في اشكالية الاطروحة التساؤل الرئيسي التالي: هل يتكيف نظام تسيير علاقات العمل في المؤسسة الصناعية الجزائرية الى أهداف منظومة العمل الدولية؟

- هل تعمل أساليب تسيير علاقات العمل بالمنظمة الصناعية الجزائرية على تحقيق رضا العاملين؟
- هل تمكن الوسائل التنظيمية لعلاقات العمل في المنظمة الصناعية الجزائرية من تحريك شروط زيادة الإنتاجية؟

الأهداف الرئيسية:

- اثبات حقيقة تأثير العوامل المرتبطة بعلاقات العمل في الإنتاجية علميا اعتمادا على المعاينة والبحث الميداني
- محاولة إعطاء صورة عن واقع التنظيم وتسيير علاقات العمل اعتبارا من أهداف منظومة العمل وتحقيق أهداف العاملين
- جمع ما أمكن جمعه من البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها والبحث في إمكانية تعميمها على باقي المؤسسات الأخرى
- منهج الدراسة: تندرج هذه الدراسة من البحوث الوصفية وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يسعى لتوضيح وتحليل والتفسير ومنها البحث المسحي فقد قام الباحث على استطلاعات الرأي العام والمقابلات وجرد البيانات وتحليل الوثائق والسجلات والمقابلات
- العينة: اعتمد الباحث لإنجاز دراسته الميدانية على العينة العشوائية الطبقية لأنها تتماشى مع مضمون بحثه
- أدوات جمع البيانات: استعمل الباحث في دراسته على الملاحظة وكيفية استخدامها، والاستبيان كأداة لجمع البيانات

نتائج الدراسة:

- تعمل أساليب تسيير علاقات العمل على اضعاف طابع الجدية في العلاقة بين العاملين والمشرفين
- تتضمن أساليب تسيير علاقات العمل المشاركة في عملية اتخاذ بعض القرارات حيث يشرك المسؤولون المشرفون العاملين في اتخاذ بعض القرارات خاصة ذات الطابع المهني والمتعلقة بالأنشطة والمهام المنوطة بهم.
- يساهم انضباط العاملين في رفع كفاءتهم المهنية.

- تعمل الإجراءات التنظيمية لتسيير علاقات العمل على أن تكون العلاقات بين زملاء العمل جيدة يجعلها عاملاً مشجعاً على التزامهم الوظيفي.
- ان الإجراءات التنظيمية لعلاقة العمل المتضمنة الجانب المادي كالأجرة، المنح والتعويضات المرتبطة بتنفيذ المهام تعمل على التزام العاملين بوظائفهم.

الدراسة الثانية:

دراسة الباحثة حاج أحمد كريمة، تناولت عنوان: **العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية (Denitex) مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010/2009.** حيث تناولت الباحثة في اشكالياتها دراسة ما يلي: التعرف على ماهية العلاقات العامة داخل المؤسسة الوطنية، ومدى فعاليتها في تغيير مسار المؤسسة نحو الأحسن، وذلك باعتمادها على عناصر اتصالية أخرى تمكنها من بلوغ الأهداف المرجوة، وعليه فقد طرحت الباحثة السؤال كالتالي: **ما مدى أهمية وفعالية العلاقات العامة كجانب اتصالي في المؤسسة؟** وقد تضمنت الباحثة تساؤلات فرعية:

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية؟
- ما موقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية؟
- ما هي مهام ووظائف العلاقات العامة في مؤسسة (Denitex)؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في وضع القرار بمؤسسة (Denitex)؟

فرضيات الدراسة:

- موقع العلاقات العامة بالمؤسسة الوطنية لا يزال بعيد المنال ومحدوداً، ولم يحظ بعد بالاهتمام.
- مهام ووظائف العلاقات العامة تحت اشراف مديريات وفروع أخرى تقوم بنشاطات العلاقات العامة داخل المؤسسة.
- مساهمة العلاقات العامة في صناعة القرار بالمؤسسة ضعيفة، لأنها لم تتجسد بعد كهيكل مستقل بذاته داخل المؤسسة.
- تساهم التكنولوجيا مساهمة فعالة في تطوير الاتصال داخل المؤسسة، إلا أن الاعتماد في المؤسسة (Denitex) يبقى نسبياً.

منهج الدراسة: استخدمت الباحثة منهج دراسة حالة لدراسة الظاهرة ضمن ظروفها الطبيعية.

أدوات جمع البيانات: استعملت الباحثة في دراستها على المقابلة، والملاحظة بالإضافة الى اطلاعها على الوثائق والتقارير الإدارية. فقد أجرت الباحثة ثلاث مقابلات مع ثلاثة مسؤولين ذوي مهام مختلفة في مؤسسة الصناعات النسيجية.

نتائج الدراسة:

- موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمؤسسة (Denitex) فقد أكدت الباحثة في هذه النتيجة على عدم وجود مكانة لإدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته على باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- دور العلاقات العامة بمؤسسة الصناعات النسيجية فقد أوضحت الباحثة أن الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة كإدارة مهمة في تسيير شؤون المؤسسة تسييرا عصريا وأكثر تطورا غير متجسد داخل المؤسسة.
- مهام أو وظائف العلاقات العامة تحت اشراف إدارات أخرى داخل المؤسسة، فقد أكدت الباحثة على أن كافة المهام والصلاحيات التي يمكن أن تنسب الى إدارة العلاقات العامة تتم تحت اشراف مديريات المؤسسة والمتمثلة في مديرية الأمور المالية والمحاسبة، بحيث تقوم كل هذه المديريات بمهام الاتصال والعلاقات العامة داخل المؤسسة وخارجها.
- مساهمة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل المؤسسة ضعيفة، إن مؤسسة الصناعات النسيجية لا تقوم بإنجاز الدراسات والبحوث اللازمة، وهذا ما تؤكد عليه الفرضية التي تعتبر أن دور العلاقات العامة يبقى محدودا في صناعة القرار بالمؤسسة، وذلك لأن إدارة العلاقات العامة لم تجسد بعد على ارض الواقع ما يمكنها من المساهمة في صناعة القرار داخل المؤسسة.
- الاعتماد على التكنولوجيا الجديدة ومدى مساهمتها في تغيير صورة المؤسسة، في هذه النتيجة فقد أكدت الباحثة أن استقدام التكنولوجيا الحديثة بمؤسسة الصناعات النسيجية لم يرق بعد الى المستوى المطلوب، وهذا نظرا للاستخدامات المحدودة لها في مجال المعدات والأجهزة المناسبة للعملية الاتصالية.

الدراسة الثالثة:

دراسة الباحثة ساعد كريمة، تناولت عنوان **العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية** مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011. حيث تناولت الباحثة في إشكالية دراستها ما يلي: أصبحت العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها وأشكالها، وعلى الرغم من أهمية العلاقات العامة إلا أنها لم تنل الدراسة الموضوعية التي تنطلق من مفهومها الصحيح، فممارسة العلاقات العامة في الدول النامية لا تزال لم تتخط بعد مرحلة التعامل مع وسائل الاعلام والدعاية والاعلان للمؤسسة، جاءت هذه الدراسة لمعرفة مدى ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، وبالأخص جامعة منتوري قسنطينة ومن خلال هذا طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي:

- السؤال الأول: ما المكانة التنظيمية والدور المنوط للمصلحة القائمة بصلاحيات العلاقات العامة في الجامعة محل الدراسة؟
- السؤال الثاني: ما هي الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف المصلحة القائمة بصلاحيات العلاقات العامة في الاتصال ب جماهير الجامعة محل الدراسة؟
- السؤال الثالث: ما هي خصائص العاملين في المصلحة القائمة بصلاحيات العلاقات العامة في الجامعة محل الدراسة؟

الأهداف الرئيسية:

- رصد ممارسة العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية.
- معرفة مكانة وموقع مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة محل الدراسة.
- الكشف عن كيفية عمل مصلحة العلاقات العامة ومعرفة الوسائل الاتصالية المعتمد عليها في الجامعة محل الدراسة.

منهج الدراسة: استخدمت الباحثة في دراستها الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف الى دراسة واقع الاحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع واجراء تعديلات فيه واستكماله وتطويره.

أدوات جمع البيانات: اعتمدت الباحثة في عملية جمع البيانات الميدانية على الأدوات التالية: الملاحظة: فقد اتخذت الباحثة هذه الأداة لجمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة ألا وهو العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، واعتمدت كذلك على استمارة لأنها كأداة رئيسية في هذه الدراسة.

نتائج الدراسة:

- مكانة ودور مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لجامعة منتوري.
- تحتل المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة مكانة هامة في الهيكل التنظيمي وتكون تابعة مباشرة لرئاسة الجامعة.
- تعتبر المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة لها مشاركة نسبية في عملية التخطيط والبحث داخل جامعة منتوري.
- الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف مصلحة العلاقات العامة داخل جامعة منتوري.
- تعد اصدار المنشورات والكتيبات الذي تعتمد عليه الجامعة للتعريف بسياساتها وإنجازاتها لدى الجماهير.

التعقيب على الدراسات السابقة:

1. أوجه الاتفاق:

من خلال ما سبق تناوله من الدراسات السابقة فإنها تتفق مع دراستي، من حيث المتغير المشترك، فهما يطرحها مسألة العلاقات العامة وفعاليتها وكذلك علاقات العمل بين العاملين والموظفين، وهذا ما يتضح من خلال الدراسة الأولى للباحث عصمان بوبكر، وأيضا كلاهما يتناولان جانب العلاقات العامة في المؤسسة.

2. أوجه الاختلاف:

- تختلف الدراسات السابقة في أنها تناولت أسباب وأهداف مختلفة، وذلك حسب الموضوع المراد دراسته، وكذلك تختلف في حجم العينة " عينة الدراسة " وأيضا في مكان إجراء الدراسة، وفي مكان وزمان مختلفين عن الدراسات السابقة.

- رغم قلة الدراسات التي تناولت موضوع بحثي إلا أن الدراسات التي تم الحصول عليها هي دراسات متشابهة ذات علاقة جزئية لها من خلال المتغيرات المتناولة سواء المتغير المستقل أنشطة العلاقات العامة، وكذلك المتغير التابع علاقات العمل.

3. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تجاوز بعض العراقيل والمشكلات التي من شأنها أن تحقق خطوات وإجراء البحث الميداني.
- التعرف على الموضوعات ذات العلاقة بموضوع البحث والاستفادة من تفسير تحليل النتائج.
- تحديد منطلقات البحث بدقة والتحقق منه ميدانيا.
- المساعدة على تطور أهداف البحث وكذلك استخدام المنهج الوصفي وطريقة تطبيقه بسهولة.
- الكشف عن نقاط القوة والضعف الذي تحيط بالموضوع محل الدراسة.
- انتقاء التقنيات أكثر ملاءمة لجمع المعلومات.

12. مجالات الدراسة:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بمديرية الضرائب ولاية المسيلة.

المجال الزمني: انطلقت دراستنا لموضوع مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل مؤسسة الضرائب بولاية المسيلة أتمودجا، عندما تمت الموافقة على دراسة هذا الموضوع من طرف المشرف، وكذلك قبوله من إدارة قسم علوم الاعلام والاتصال، وعليه تمت الدراسة عبر مرحلتين:

- **المرحلة الأولى:** حيث احتوت على الجانب النظري والمفاهيم الذي يتضمن الدراسة الاستطلاعية للجانب الميداني دون اطلاع المبحوثين على هويتنا الحقيقية كباحثين، ليتم بعد ذلك بناء الإشكالية وصياغة الأسئلة ومعالجة الجانب النظري للدراسة، وذلك ابتداء من نهاية شهر جانفي الى منتصف شهر فيفري.
- **المرحلة الثانية:** وتمثلت في الدراسة الميدانية، حيث تم الاتصال المباشر بالمبحوثين وتقديم أنفسنا كباحثين وتم فيها توزيع الاستمارة على الموظفين بمديرية الضرائب الرئيسية لولاية المسيلة خلال شهر أفريل 2022.

المجال البشري: شملت هذه الدراسة كل إدارات مديرية الضرائب بالمسيلة

الإطار النظري للدراسة

أولاً: أنشطة العلاقات العامة

تمهيد

1. أنشطة العلاقات العامة.
 2. نشاط العلاقات العامة في المنظمات والمجال الحكومي.
 3. مراحل تقويم برامج وأنشطة العلاقات العامة.
 4. أساليب تنفيذ أنشطة العلاقات العامة.
 5. الأسس العلمية لتنفيذ نشاطات العلاقات العامة.
 6. تقييم نشاط العلاقات العامة.
 7. المعايير التي تواجه تقويم نشاطات العلاقات العامة.
- خاتمة.

تمهيد:

نشأت العلاقات العامة منذ أن بدأ الانسان بالانضمام للجماعات، فالعلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية فأينما يوجد تجمع انساني فلا بدّ من قيام علاقات بين أفراد هذا التجمع أو المجتمع، فالفرد لا يستطيع أن يعيش في عزلة من غيره من الأفراد والمنشآت كالأفراد لا تعيش بمعزل عن الناس انما يقتضي عملها الاتصال بالجمهور وتحتاج المنشآت الصغيرة أو الكبيرة على حد سواء الى إقامة علاقات طيبة بينها وبين فئات الجمهور المختلفة، وذلك لضمان حسن سير العمل بها وضمان استمرارها، فإن العلاقات العامة ضرورية في كافة المؤسسات والمنظمات على اختلاف أنواعها ونشاطاتها، بحيث لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة أو منظمة كانت، وهذا نظرا لأهميتها الكبيرة في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال القيام بعدد من الأنشطة التي تنفذها إدارات العلاقات العامة، لتثمين العلاقة بينها وبين جمهورها الداخلي.

ولهذه الأهمية سوف نخصص في هذا الفصل فقد تناولنا أساليب ممارسة أداء ومهام نشاطات العلاقات العامة، تناولنا فيه أنشطة العلاقات العامة كالمصنقات والدوريات والمعارض.

1. أنشطة العلاقات العامة:

أولاً: إعداد الكتيبات والملصقات والمطبوعات.

1- الكتيبات:

تحتاج المؤسسات مهما كان حجمها أو طبيعة عملها الى اصدار كتيبات من وقت الى آخر للجمهور الخارجي والداخلي، وإن كانت الصيغة الغالبة على الكتيبات هي الموضوعات التي تهم الجمهور الداخلي للمؤسسة، فالشركات المساهمة تحت التأسيس نجد أن إصدار كتيب يعبر عن مشروعها وطبيعة الصناعة التي تستعمل فيها، ومقدار النجاح المتوقع لأعمالها له فائدة كبيرة في إقناع الجمهور على شراء أسهمها، كما تصدر بعض الشركات كتيبات لموظفيها به أهم المعلومات التي تستفسر الجمهور عنها. وهناك أنواع عديدة من الكتيبات أهمها:

أ/ كتيبات للترحيب بالأفراد الجدد: وذلك للترحيب بالموظفين الجدد بالشركة والزائرين وغيرهم، فتعطي لهم فكرة مختصرة عن حقوق الفرد وواجباته ومسالك النقل والترقية والنظم واللوائح الخاصة بالشركة وما الى ذلك.

ب/ كتيبات للرجوع إليها عند الحاجة: لإعلام الموظفين والعمال بتفاصيل المشاريع المختلفة التي تقوم بها المؤسسة لمصلحتهم مشروع تأمين جماعي أو مشروع معاش أو نظام الاقتراحات أو العناية الطبية أو الرحلات وغيرها. (حسن، 1974، ص ص. 62-63)

ج/ كتيبات لشرح فلسفة الشركة: لتوضيح الفلسفة العامة التي تقوم عليها الشركة وأهدافها وأغراضها حتى يقتنع الأفراد بأهمية مواصلة العمل بهذه الشركة ويقتنع الجمهور الخارجي بأهمية الاستمرار في التعامل معها. وفيما يلي أهم ما يجب أن يحتويه الكتيب:

مقدمة: كلمة ترحيب من المدير العام، فلسفة الإدارة، طبيعة العلاقات العامة.

معلومات متعلقة بالشركة: تاريخها، أقسامها، مكان كل قسم، أسماء ومقدار انتاجها، مركز الشركة بين الشركات المنافسة.

شروط التوظيف: فترة تحت الاختبار، الترقية والنقل والعلاوات الدورية.

ساعات العمل: ساعات العمل العادية والاضافية، مواعيد الحضور والانصراف، مواعيد فترات الراحة ومقدارها، الغياب والتأخير.

الأجور: جدول الأجور وفتاته بالنسبة للوظائف المختلفة، كيف تحسب الأجور، متى تدفع وأين المكافآت.

مدة الخدمة: شرح مفصل عن أهمية طول مدة الخدمة بالمؤسسة في النقل والترقية والاستغناء عن خدمات بعض الأفراد إذا اضطرت المؤسسة الى ذلك. (الحري، 2014، ص. 22)

مما سبق يمكن القول بأن الكتيب من أكثر أساليب الاتصال الجماعي تأثيرا وهو يتضمن عادة كافة المعلومات التي يهتم عمال كل منظمة التعرف عليها لتبديد مخاوفه، فهو بمثابة مرجع لا غنى عنه يجنب العمال الاعتماد على معلومات أو مصادر غير موثوق بها.

2- الملصقات:

الملصقات عبارة عن لوحات مصورة صحائف كبيرة من الورق تلتصق داخل إطارات خشبية تعلق على الجدران أو على جوانب الطرق ومداخل المدن والمواقع الجماهيرية والمعارض والمتاحف، وتعتمد على ضوء الشمس في مشاهدتها على الضوء الصناعي الذي يتخلل بعض المشاهد الليلية، وعادة يتقمص الملصق فكرة

يعبر عنها بالرسم والكتابة بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه ويشير الاهتمام وتدفع المشاهد الى الانفعال أو أداء عمل معين.

وتستخدم الطباعة في اعداد هذه الملصقات عندما يكون الهدف انتاج عدد كبير منها مثل: الملصقات الارشادية والتوجيهية والإعلامية التي تنتجها وزارة الزراعة، أو هيئة الاسرة مثلا أو تلك التي تقدمها بعض الهيئات في المناسبات الخاصة مثل: الملصقات الخاصة بمناسبة الأعياد القومية للمحافظات.

والملصقات التي تنتجها الهيئات العامة للاستعلام، وتلاحظ عند اعداد هذه الملصقات أن يستخدم في اعدادها المواد الأكثر مقاومة للأمطار. (عبد الباقي وأبو قحف، 1993، ص. 185) والملصقات التي نستخدمها في العلاقات العامة عديدة ومن المهم لخبير العلاقات العامة أن يتعرف على أنواعها المختلفة، والمزايا المختلفة لكل نوع وخصائصها والاهداف التي يفيد لتحقيقها كل نوع منها: فهي من حيث الشكل تنقسم الملصقات الى أنواع رئيسية أهمها:

أ/ الملصقات الورقية الكبيرة الحجم وهذه تلتصق بعد طبعها أو رسمها على لوحات خشبية معدة لذلك، وتتميز بسهولة تغييرها كل فترة زمنية.

ب/ لوحات مصنوعة من المعادن والخشب والزجاج وتوضع داخلها الرسالة الإعلامية وهي طويلة العمر وتفيد أكثر باعتبارها وسيلة تذكيرية تحمل رسالة مستمرة طويلة الأجل

ج/ اللافتات التي تكتب على القماش وتوضع في الشوارع أو على أبواب المنشآت في المناسبات المختلفة. ومن حيث الوظيفة الأساسية لهذه الملصقات تنقسم الى:

- استخدام الآلات أو الالتزام بتعليمات الأمن الصناعي، ملصقات تعليمية لزيادة خبرة العمال وتذكيرهم بالأساليب الصحيحة.
- ملصقات تجارية لزيادة المبيعات وخلق تعاطف وجداني لدى المستهلك نحو السلعة أو الخدمة.
- ملصقات اجتماعية وتهدف الى إرساء قواعد السلوك الاجتماعي كالسعي الى تغيير العادات والتقاليد السيئة التي توق الإنتاج وتناقش مثل: تضييع وقت العمل في الثرثرة أو الأحاديث التلفزيونية أو الزيادات الخاصة.
- ملصقات صحية: وهي التي تقدم معلومات عن الأمراض ووسائل انتشارها وطرق الوقاية منها أو التي تتناول الصحة التقنية للعاملين.

ومن حيث المضمون تحتوي الملصقات على الكتابة فقط أو صور فوتوغرافية أو رسوم طبيعية أو تخطيطية أو كاريكاتورية، وقد تجمع بين الكتابة والصور والرسوم وقد تحتوي على رسوم متسلسلة أو مقسمة أو مركبة. (محمود، 2002، ص. 108)

3- المطبوعات:

كثيرا ما تعتمد المنشآت التجارية والصناعية والخدمية على إصدار مطبوعات خاصة بها، يقوم بإعدادها الأخصائيون في العلاقات العامة الملتحقين بها، وكلما كبرت المنشأة كلما استطاعت أن تصدر مطبوعات كبيرة ومتنوعة وعلى مستوى راق من الإخراج الفني ومثل هذه المطبوعات قد تتعدد وتتخذ عدة أشكال منها:

أ/ **النشرات:** من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في إتمام الاتصال مع الجماهير المختلفة وعادة ما تكون هذه النشرات إعلامية تحتوي بعض البيانات عن المنشأة وموقع عملها والخدمات والسلع التي تقدمها، وأنسب طرق الاتصال بها سواء عن طريق المقابلات أو الزيارات أو الاتصال التلفزيوني أو غيرها. وتهتم العلاقات العامة بإخراج هذه النشرات باعتبارها تتضمن إعلانات نشاط المنشأة وتتفق المنشآت الكبيرة عليها مبالغ كبيرة وتعدّ منها عدة أنواع تتناسب كل نشرة منها جمهورا معينا. من أمثلة هذه النشرات تلك التي تصدرها العلاقات العامة في هيئة الأمم المتحدة ومنظماتها المختلفة عن حقوق الانسان وحقوق الطفل والأغذية والزراعة... وغيرها. (خضر، 1998، ص. 149)

ب/ **الموجز المصور المطبوع:** وهو الموجز المصور والمطبوع، يعد إعدادا جيدا لاعتبار أنه يوضع في أماكن معينة أو في المعارض الصناعية ويجوي صورا ملونة أو مختارة بدقة كبيرة. والبعض منها يتضمن رسوما توضيحية أو صورا مأخوذة من عدة زوايا للسلعة أو أماكن تقديم الخدمة ومن أمثلة ذلك ما تقدمه شركات السياحة والنقل السياحي.

ج/ **الدوريات:** ومن الدوريات ما تصدره بعض إدارات العلاقات العامة من اخبار المنشآت والأنشطة التي تعمل فيها أو آخر تطورات التكنولوجيا والصناعة في المنشآت الصناعية في العديد من الدول. وقد تكون هذه الدوريات أسبوعية أو شهرية أو كل ربع سنة مثل: المجلات المتخصصة وهناك بعض الدوريات التي تصدرها القطاعات النوعية مثل: قطاع الصناعات الهندسية أو قطاع الصناعات الكيماوية وغيرها. وكذلك يدخل في الدوريات التقارير السنوية عن المركز المالي للمنشأة.

د/ الأدلة الإرشادية: تمثل نوعاً من المطبوعات أو الوسائل المطبوعة أو المقروءة التي تعدها العلاقات العامة في المنشأة الصناعية والمنشأة الخدمية وكذلك المنشأة الحكومية.

وتتضمن هذه الأدلة الإرشادية بيانات واضحة وموجزة ترشد المواطن أو المستهلك أو العميل الى كيفية التعامل مع المنشأة والإجراءات التي تتخذ معه، والأوراق التي يجب أن يستوفيه عند التعامل، وفي الأدلة التي تصدرها الأجهزة الحكومية ما يساعد الجمهور والمواطنين على إتمام اتصالاتهم وأداء حاجاتهم في أقصر وقت ممكن. (عليان والسمرائي، 2010، ص. 292)

ثانياً: إعداد مجلة المؤسسة:

1- مجلة المؤسسة: هي إحدى المطبوعات التي تصدرها المؤسسة في مناسبات معينة أو بصورة دورية للاتصال بالجمهور وتزويده بكل المعلومات التي يرغب في معرفتها بغرض التفسير أو تحسين الصورة الذهنية عنها أو للإعلان.

2- أنواع المجلات:

أ/ مجلة المؤسسة الخارجية: وهذه المجلة تصدرها المؤسسة خصيصاً للجمهور الخارجي مستخدمة في ذلك أفضل أنواع الورق وأفضل المطابع، وتتضمن الموضوعات التي تهتم الجمهور وتلبي رغباته، مستعينة بأفضل الكتاب والمحررين، وتستخدم الصور والرسوم البيانية... أما توزيعها فهو واسع، وذلك لدعم سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.

ب/ مجلة موجهة للجمهورين معاً: إن هذا النوع من المجلات أصدر أساساً الى الجمهور الداخلي فتحوّلت لتصبح إحدى المجلات الكبرى الموجهة للجمهور العام وما تتميز به هو أنها تصل الى عدد كبير من الافراد، كما يمكن الرجوع اليها وقت الحاجة وهذا كله من أجل تحسين العلاقة بين المؤسسة وبين القراء. (جودة، 2007، ص. 96). أما عن مضمون المجلة فيجب أن يكون واضحاً وأغلب المجلات يدور مضمونها ضمن الفئات التالية:

أخبار العاملين: وتتمثل في:

- الأخبار الخاصة بالعاملين: كأعياد ميلادهم والذكرى السنوية لمناسباتهم الخاصة.
- الهوايات التي يمارسها العاملون.
- الأنشطة الرياضية المختلفة التي يزاولونها وما يحققونه من نجاحات فيها.

- التريقات في العمل وفي الحياة الاجتماعية.
 - أسماء العاملين الجدد الملتحقين بالمؤسسة مع التعريف بهم.
 - جوانب من تعامل هؤلاء مع المؤسسة ووجهة نظرهم فيها.
 - الاخبار الاجتماعية الهامة لهؤلاء.
- أخبار المؤسسة: وتشمل:

- أخبار حركة مبيعاتها أو خدماتها.
- القاء الضوء على خطة المؤسسة. أخبار عن فرص التدريب المتاحة فيها.
- أخبار المؤسسة الجديدة وتوسعها.
- القاء الضوء على السياسات والقواعد المتبعة فيها.
- أخبار التغييرات التنظيمية فيها.
- أخبار المديرين وتشمل جوانب مختلفة عن أنشطتهم وكفاءاتهم وما الى ذلك من أخبار منتجاتها الجديدة.
- الأخبار العامة التي تهم منظمة الاعمال أو نوع المواد التي تتعامل بها. (صبيطي ومسعودي، 2010، ص. 131)

في الأخير يمكن القول إن المنظمة تصدر مجلة أو صحيفة خاصة بها، تتضمن عدد من المواضيع والمعلومات التي تهم جمهور المنظمة بهدف خلق تأثير معين في اتجاهات ومواقف وآراء ذلك الجمهور إزاء سياسات المنظمة وإنجازاتها وخططها.

ثالثاً: تنظيم واعداد الاجتماعات والندوات والمؤتمرات العلمية المتخصصة للمؤسسة:

1- الاجتماعات:

تعتبر الاجتماعات احدى صور النشاط الهام في مختلف التنظيمات والمنشآت بأنواعها، والاجتماعات على كافة صورها واشكالها تتمثل في عدد من الأفراد، قد يكون اثنين أو أكثر، وقد يصل الى المنشآت كما هو الحال في الندوات والمؤتمرات.

ويتمثل الاجتماع في لقاء بين أكثر من فرد في مكان محدد وزمان محدد للتداول والتشاور وتبادل الرأي حول موضوع أو مشكلة بغرض تحليلها واتخاذ قرار بشأنها وينطوي الاجتماع على مفهوم التعاون بين أفراد قد

تختلف ثقافتهم وخبراتهم ومع ذلك يحاولون معا عن طريق المناقشة الموضوعية الوصول الى حل للمشكلات المعروضة عليهم، وتعتبر الاجتماعات التطبيق العلمي لمبدأ المشاركة في الإدارة، حيث يشترك المرؤوسون مع الرؤساء في اتخاذ القرارات الإدارية التي تتعلق بتخطيط العمل ومراقبة تنفيذه، ومع ذلك فإن المشاركة في الإدارة لا تعني بالضرورة اشتراك المرؤوسين في جميع الخطوات التي تمر بها عملية اتخاذ القرار. (أحمد، 2010، ص. 19-20)

ويعتبر تنظيم وإعداد الاجتماعات من صميم عمل العلاقات العامة وقد تكون هذه الاجتماعات رسمية أو غير رسمية ومهما كانت طبيعتها فيجب أن يخطط لها بشكل جيد فهي تساعد على ما يلي:

- تساعد في بث الروح الجماعية والدافع لخدمة المؤسسة.
 - تساعد في الوصول الى قرارات.
 - تهيئ الفرصة لتكوين وتدعيم العلاقات الاجتماعية بين الأعضاء.
 - توفر الفرص لإشعار الأعضاء بقيمتهم وأهميتهم وكذلك بمسؤوليتهم الفردية والجماعية فيم يتخذونه من قرارات. (صبيطي ومسعودي، 2010، ص. 138)
- من خلال ذلك يمكن القول أنّ الاجتماعات عملية إدارية يتم فيها التفاعل بين أعضاء الاجتماع وتبادل الرأي وحل المشاكل جماعيا كما تظهر فيها المهارات الإدارية الخاصة بتخطيط واعداد الاجتماع كما يحتاج الامر الى القيادة والتحفيز والاتصال والعمل الجماعي.

2- الندوات:

أ/ **التعريف:** تعد الندوات احدى الأنشطة التي تستخدمها العلاقات العامة لتحقيق الاتصال بين القيادات الإدارية والخبراء وبين العاملين من أجل النقاش حول الموضوعات التي تطرح للبحث والدراسة وتحاول الوصول الى قرارات بشأنها.

- يتطلب أن يكون الحوار فيها ذا طابع ديمقراطي ليخلق روح الفريق لدى الحاضرين وتحقيق الولاء والتعاون والترابط بينهم.
- تستخدم الندوات لمعرفة آراء المتخصصين في العديد من الموضوعات التي لا يوجد عليها اتفاق تام، لتقريب وجهات النظر.

- تستخدم الندوات لتعزيز ثقة العاملين بالإدارة التي توضع لهم نشاط المنظمة والإنجازات التي تمت أو شرح القوانين والاتجاهات الجديدة لرفع مستوى العاملين ومناقشة الأمور بصراحة ووضوح للوصول الى حلول لها.

- تعدّ الندوة قناة اتصالية ذات اتجاهين يتم بها تبادل المعلومات والخبرات والتفاعل بين المرسل وهم المتخصصون وبين الجمهور حول موضوع معين بما يخلق روح الالفة والود. (الشامي، 2003، ص. 155)

ب/ مميزات الندوة:

- تتيح الفرصة للنقاش بين الجمهور والخبراء بتلقائية مما يجعل الاتصال يسير في اتجاهين.

- تتميز بقدرتها على التأثير ولا سيما إذا كان الموضوع غير مفهوم لأغلب الحاضرين.

- تتميز الندوة بأنها طبيعية وتلقائية ومثيرة للاهتمام. (عجوة، 2001، ص. 155)

ج/ الضوابط التي يجب مراعاتها من قبل المسؤولين عن إقامة الندوة:

- أن يحسنوا اختيار الافراد الذين يناقشون أمام الجمهور.

- أن تنظم وجهة نظر ودور كل فرد من أعضاء الندوة.

- أن يلتزم مدير الندوة بمساعدة الجمهور وأعضاء الندوة بموضوع المناقشة، ويتيح الفرصة لعرض مختلف وجهات النظر ويشجع الجمهور على الاشتراك في المناقشة.

د/ إجراءات تساعد على التخطيط لإقامة ندوات ناجحة:

مرحلة الاعداد: ويتم فيها تحديد موضوع الندوة تحديدا دقيقا في إطار الأهداف المرجوة من خلال:

- تحديد الخبراء اللازمين للندوة.

- تحديد الجمهور.

- الإعلان عن الندوة ودعوة الخبراء.

- اعداد لجنة سكرتاريا لتسجيل وقائع الندوة.

مرحلة التنفيذ: ويتم فيها:

- افتتاح الندوة بكلمة تعريفية بموضوع الندوة.

- بدء الخبراء بترتيب القاء الضوء عن كل جانب من جوانب الموضوع.

- السماح للجمهور بالاستفسار والتوضيح والمناقشات والتعليق حتى يمكنهم من الامام بالموضوع.
 - يقوم مدير الندوة بمهمة تلخيص كل جزء من الندوة.
 - يقوم مدير الندوة بتلقي أسئلة الجمهور.
- مرحلة التقويم: وفيها يتولى مدير الندوة ملاحظة سلوك الجمهور ومعرفة ردود أفعالهم أو اجراء استفتاء لمعرفة آرائهم أو يطلب من الجمهور كتابة تقارير عن رأيهم في الندوة ومدى استفادتهم. (محمود، 2002، ص. 133)

3- المؤتمرات:

أ/ التعريف: المؤتمرات أحد أنشطة إدارات العلاقات العامة التي تقيمها المؤسسات لغرض جذب اهتمام الجمهور، لموضوع معين أو مسألة محددة أو إقناع المسؤولين الحكوميين بما تصل اليه المؤتمرات من توصيات، والمؤتمرات عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين أعضائه حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو مظاهرة يهتمون بها ومرتبطة بظروفهم بقصد التوصل الى آراء عامة ومناسبة. (<http://weziwzzy.com>), 22:08, 02/02/2022

ب/ أنواع المؤتمرات وتصنيفها: تقسم المؤتمرات من حيث المستوى الى:

- مؤتمرات محلية.
 - مؤتمرات قومية.
 - مؤتمرات إقليمية.
 - مؤتمرات دولية.
- ومن حيث الأهداف الاتصالية تقسم الى:
- مؤتمرات مصادر المعلومات.
 - مؤتمرات بغرض تبادل المعلومات.
 - مؤتمرات البحوث.
 - مؤتمرات اتخاذ القرارات.
 - المؤتمرات الصحفية.
- ومن حيث طبيعة موضوعاتها تقسم الى:

- مؤتمرات عامة.

- مؤتمرات نوعية ومهنية.

إن العلاقات العامة في المؤتمرات أصبحت دعامة أساسية من دعومات نجاح المؤتمرات وتحقيق أهدافها المختلفة، وإذا كان الخبراء قد اعتبروا العلاقات العامة الدعامة الرابعة بالإضافة إلى الإنتاج والتوزيع والتمويل بالنسبة للمؤسسات والمعامل والمنشآت الاقتصادية، فإن العلاقات العامة دعامة أولى من دعومات المؤتمرات وعليها يتوقف نجاح المؤتمر أو فشله، لا يقتصر دور العلاقات العامة في أي مؤتمر على الأعمال الصحفية بل هناك أعمال كثيرة جدا منها الأعمال الإدارية والمالية والاتصال العام والخدمة العامة.

فالمؤتمرات تمثل أحد النشاطات الاتصالية المهمة التي تسهم في تحقيق رأي متجانس بين المؤسسة وجمهورها، وفي تحقيق التعاون بينهما وتسهم المؤتمرات أيضا في رفع الروح المعنوية بين العاملين وأشعارهم بأهميتهم في المجتمع.

ج/ إجراءات إدارات العلاقات العامة في تنظيم المؤتمرات فيها:

مرحلة الاعداد والتهيئة: وتشمل:

- تحديد أهداف المؤتمر ومحاور الموضوعات واعداد الدراسات والتقارير.

- تحديد الأعضاء ودليل عمل اللجان ونظام الجلسات.

- تحديد موعد المؤتمر ومكانه.

مرحلة انعقاد المؤتمر: وفي هذه المرحلة يتكثف نشاط العلاقات العامة وعلى مستويات مختلفة، وبإجراءات تنظيمية هدفها توفير الجو المناسب للمؤتمرات لأداء عملهم بشكل فعال، وتوفير الأسباب الموجبة لإنجاح المؤتمر وتحقيق أهدافه، ومن بين الإجراءات.

- اختيار زي موحد للعاملين في إدارة العلاقات العامة أو تعليق (badge) أو إشارة مميزة حتى يمكن التعرف عليهم.

- استقبال الوفود وتسهيل الإجراءات وواجبات الضيافة وتسيير سبل الانتقال لهم.

- طبع بطاقات أسماء وعناوين الأعضاء على أمتعتهم الخاصة فور وصولهم على السيارات المخصصة لتنقلاتهم.

- دعوة رجال الاعمال لمتابعة أعمال المؤتمر.

د/ نشاطات وأعمال العلاقات العامة في المؤتمرات: يمكن تفصيل نشاط العلاقات العامة في أي مؤتمر بالنقاط التالية:

- الإقامة.

- الاستقبال.

- التنقل.

- الزيارات.

- الخدمة العامة. (اللمي، د.ت، ص. 158)

- المعلومات والأرشيف.

- الشؤون العامة. (أحمد، 2010، ص ص. 78-79)

ومن خلال ما تم تقديمه حول المؤتمرات يتبين لنا أن العلاقات العامة في المؤتمرات أصبحت دعامة أساسية من دعومات نجاح المؤتمرات، وتحقيق أهدافها المختلفة، وإذا كان الخبراء قد اعتبروا العلاقات العامة الرابعة بالإضافة الى الإنتاج والتوزيع والتمويل بالنسبة للمؤسسات، فإن العلاقات العامة دعامة أولى من دعومات المؤتمرات وعليها يتوقف نجاح المؤتمر أو فشله.

رابعاً: تنظيم المعارض والحفلات والدعوات.

1- المعارض:

المعرض هو طريقة سهلة أو وسيلة لعرض فكرة أو التعبير عنها وذلك بترتيب الأجسام وخاصة غير الحية منها ترتيباً مقصوداً وفق خطة معينة.

المعرض يشكل صورة مجسمة عن نشاط المنظمة، بترتيب وتعليم الجمهور بدور المنظمة الاجتماعي والخدمات التي تؤديها في هذا المجال تستخدم الى جانب المنتجات المعروضة، النماذج والملصقات والمجسمات الصغيرة، والفولدرات وغيرها.

الترتيبات التي يجب مراعاتها من قبل ممارسي العلاقات العامة عند التخطيط لإقامة المعارض تتمثل بالآتي:

- أن يكون للمعرض غرض أو هدف يسعى الى تحقيقه.

- تحديد نوع الجمهور الذي سيزور المعرض حتى يتناسب المعرض مع نوع الجمهور وخصائصه.
- تحديد مكان العرض بحيث يسهل الوصول اليه.
- أن يتناسب مكان العرض مع نوع المعارضات وحجمها وأن تتوفر له الإضاءة الكافية.
- اختيار المعارضات يتم على أساس تحقيق الهدف والمساعدة في توصيل رسالة محددة الى الجمهور.
- اعداد نماذج وعينات صغيرة من المعارضات فضلا عن المنشورات توزع على المشاهدين من زائري المعرض.
- اختيار عدد من المرافقين والادلاء لإرشاد الزائرين والاجابة عن تساؤلاتهم واستفساراتهم. (سلطان، 2011، ص. 199)
- وتتعدد أهداف المعارض غير أن الهدف الأساسي الذي هو تحسين صورة المؤسسة لدى الرأي العام وكسب تأييده وذلك بواسطة تزويد الرأي العام بالمعلومات المختلفة، حيث تكون هذه الأخيرة على شكل رسومات وتخطيطاتها وتستخدم المعارض للإعلان كما يلي:
- تاريخ المؤسسة والنشاط الحالي لها.
- خطط المؤسسة ومنتجاتها.
- التكريمات والجوائز التي حصلت عليها.
- مدى استفادة الجمهور من المؤسسة.
- وتعرض هذه الموضوعات عن طريق الصور، الرسوم، الخرائط المصغرة والنماذج عرض الآلات القديمة. (صبيطي ومسعودي، 2010، ص. 142)

2- الحفلات والدعوات:

يدخل تنظيم الحفلات في اختصاص إدارة العلاقات العامة ويمثل نوع من أنواع الاتصال المباشر مع الجماهير، سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المنشأة أو الجمهور المتعامل معها، أو عمل المنشأة، وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المنشأة والمدعوين الى الحفل ويتبادلون مع بعضهم البعض الحديث والمناقشات التي تجعل كل منهم أكثر تفهما للآخرين واتجاهاتهم وآرائهم، وقد تكون الحفلات لغرض التكريم أو لاستقبال الزوار الأجانب، ومثل هذه الحفلات يجب اعدادها بالمستوى المناسب الشخصي ومكانة هؤلاء الزوار، كما قد يدخل ضمن هذه الحفلات: الدعوة المحدودة لعدد قليل من الزوار على الغداء أو العشاء في أحد الأماكن الممتازة بالمدينة ويتم في هذه اللقاءات إنجازات كثيرة. (خضر، 1998، ص. 144)

من هنا يمكن القول بأن الدعوة عامة كانت أو مفتوحة يمكن أن تستخدم في أغراض كثيرة باعتبارها أداة مهمة للعلاقات العامة بالمجتمع، فيتم من خلالها اعلام العملاء والموردين والمستهلكين ورجال الصحافة كيف تعمل المنظمة على الطبيعة، وهو أمر يكفل ادماجهم مع المنظمة ومعايشتهم لواقعها وارتباطهم بها وشعورهم بالانتماء لها.

خامسا: تنظيم الرحلات والزيارات.

1- الرحلات:

تعد الرحلات من بين الأعمال التي تستخدمها العلاقات العامة لاكتساب العاملين المعارف من خلال مشاهدة الواقع والتعرف على الحقائق وللترويج عنهم وتقوية الود والصداقة بينهم، الامر الذي يساعد على تماسكهم وارتباطهم.

ويبذل العاملون في إدارات العلاقات العامة جهدا بارزا في تنظيم الرحلات، فنجاح الرحلة في تحقيق اغراضها يتوقف على ما بذل في اعدادها وتنفيذها وتقويمها وعلى مدى الاعتماد على التخطيط العلمي لهذه المرحلة، وهناك مجموعة من الاختيارات ينبغي مراعاتها لضمان نجاح الرحلة، ففي مرحلة الاعداد للرحلة يتم تحديد الهدف من الرحلة ومكانها وما يتطلبه ذلك من توقيعات وتصريحات وتحديد أماكن المبيت والإجراءات التي تتخذ لذلك ووسيلة المواصلات. وتحديد برنامج الرحلة ووضع دليل سليم للأعضاء وتحديد مسؤوليات المشرفين على الرحلة وعقد اجتماع للمشاركين في الرحلة مع المشرفين كعرفة التعليمات الخاصة بذلك. (حجاب ووهبي، 1999، ص. 124)

أما مرحلة تنفيذ الرحلة فتبدأ بالقيام بالرحلة في الوقت المحدد وتوزيع المسؤوليات على الأعضاء، بحيث تكون واضحة محددة، والتأكد من كل منهم يقوم بمسؤولياته ويراعي الالتزام بالبرنامج المحدد والاطمئنان على سلامة المشاركين جميعا عند العودة من الرحلة. أما مرحلة تقييم الرحلة فتبدأ بالعودة وينصب التقويم على البرنامج ومحتوياته وطريقة التنفيذ... ومدى تحقيق البرنامج للعرض من الرحلة وعوامل النجاح والفشل وأيضا تقويم سلوك الأعضاء في الرحلة من حيث سلوكهم الفردي والجماعي ومدى تحملهم المسؤولية. وينبغي مراعاة ارسال خطابات شكر كل من قدم خدمات للرحلة عند العودة تدعيما للأعمال الطيبة بين المنشأة وهذه الجهات المختلفة. (حجاب، 2006، ص. 485)

2- الزيارات:

الزيارة هي نوع من الاحداث الخاصة تعدها إدارة العلاقات العامة هدفها هو وتبيين طريقة العمل، وكذا عرض إمكانيات المؤسسة وتتم هذه الزيارات في مناسبات معينة، غير أن هناك بعض المؤسسات تقوم بهذا النشاط يوميا الى اعتبار أن هذا النشاط دائم لإدارة العلاقات العامة.

وتمثل الزيارات احدى وسائل الاتصال الشخصي المباشر، حيث تستخدم للاتصال بقيادة الرأي في المجتمع، وذلك بدعوتهم من طرف المؤسسات لزيارتهم واشراكهم في الأمور المتصلة بالبرعات والخدمات العامة...

كما قد يطلبون لإسداء النصح والمشورة للمؤسسة في الأمور التي تحتاج الى رأي، وهذه الآراء هي آراء استشارية إلا أنها تترك أثرا طيبا في النفوس لأنها تشعرهم بالاحترام والتقدير الذي تكنه لهم المؤسسة.

وتعتبر الزيارات أكثر وسائل الاتصال تأثيرا على الناس لأنها أكثر اقناعا وأصدق تعبيراً، والمؤسسة التي تستخدم هذه الوسيلة فإنها تقوم ببداية لصداقة طويلة تحافظ عليها بعد ذلك بإرسال المطبوعات والكتيبات والبطاقات الخاصة في المناسبات لكيلا تنقطع الصلة بينهم وبين السلطة. (صبيطي ومسعودي، 2010، ص. 138)

دعوة بعض الجماهير الخارجية لزيارة المؤسسة للاطلاع على أنشطتها ومنتجاتها وخدماتها وعلى إدارة العلاقات العامة تعيين شخص لاستقبال الجمهور ويتصف هذا الشخص باللباقة والفصاحة وحسن الاستقبال والتعامل... الخ لأن هذا الأخير يعتبر بمثابة المرآة العاكسة لصورة المؤسسة، ويقوم بتعريفهم بالمؤسسة وأهدافها، إلا أن بعض المؤسسات التي لا تهتم بهذه الزيارات وتعارضها وذلك لأجل الحفاظ على سرية أعمالها وأنشطتها. (العاصي، 2006، ص. 122)

تقوم إدارة العلاقات العامة بتنظيم زيارات واتصالات مع مختلف المؤسسات الشعبية وهذا ما يمكنها من اللقاء مع أكبر عدد ممكن من الأشخاص، وهنا تقدم لها الكتيبات والنشرات التي تشرح وتوضح اهداف ونشاطات المؤسسة، وحتى تنجح الزيارات يجب على موظفي العلاقات العامة أن يختاروا الجهات الأكثر تعاملًا واحتكاكا مع المؤسسة وخلال هذه الزيارات يتم توزيع بعض الهدايا للتأثير على الجمهور. (صبيطي ومسعودي، 2010، ص. 139)

ومن خلال ما تم تقديمه حول الزيارات يمكن القول بأنها من المجالات الهامة التي تعمل فيها إدارة العلاقات العامة في تنظيم زيارات الجمهور لمواقع الشركة، وخاصة للمصانع أو أماكن العمل التي تتميز بالاتفاق وتشجيع الجمهور على احترام المنشأة والاقبال على التعامل معها.

سادسا: الاشراف على لوحة الإعلانات في المؤسسة.

1-تعريفها: حيث تعتبر لوحة الإعلانات من الوسائل واسعة الاستعمال في مختلف أنواع المنشآت، فلا تكاد تخلو منشأة من هذه اللوحة التي تعتمد عليها الإدارة الى حد كبير في إخبار العاملين بها بالأوامر والتوجيهات والتعليمات والارشادات اليومية الخاصة بالعمل وكذلك إخبار العاملين بنتائج اجتماعات مجالس الإدارة وإخبار الأنشطة الترفيهية الرياضية والثقافية والاجازات والمعاشات... وينشر أحيانا في لوحة الإعلانات بعض ما يصدر في الصحف والمجلات المختلفة والقوانين الخاصة بالعاملين في الدولة... وبهذا ترتبط هذه اللوحة هؤلاء العاملين بالمجتمع وبما يستجد فيه من تشريعات تنظيم حياتهم العملية. وتسهل لوحة الإعلانات مهمة خير العلاقات العامة في الوصول الى الجمهور الداخلي وتساعد في القضاء على الشائعات أو المعلومات التي لا أساس لها.

2-عوامل نجاح لوحة الإعلانات:

- الاهتمام بتحسين إعدادها وإدراجها في ثوب شيق يشجع على القراءة ومراعاة سهولة اللغة ووضوح المعنى وتسلسله عند إعداد مادتها.
- مراعاة دقة التوزيع للمواد على اتساع اللوحة.
- مراعاة التنوع والاقتصار على الحقائق وما يهم العاملين معرفته فعلا.
- العناية بتجديدها بحيث لا تكون الأخبار التي تتضمنها متقدمة أو غير ذات موضوع حتى لا يضيق القارئ من رؤية اللوحة بشكل متكرر بدون تجديد. (حجاب ووهبي، 1999، 161)
- وفي الأخير يمكن القول بأن لوحة الإعلانات يجب أن تلقى اهتمام من طرف مختصين في إدارات العلاقات العامة لأن إذا أحسن إعدادها وجوده معنوياتها أول بأول يمكن أن تصبح ذات أهمية كبيرة في توصيل المعلومات الى الجمهور.

سابعا: تخطيط وإعداد الحملات.

1-تعريفها: الحملات الاعلانية نشاط منتظم يستخدم العديد من الأساليب المستحدثة والمبتكرة التصميم إعلانات تحقق الاتصال المقنع والمؤثر والمتميز لتحقيق الأهداف المخطط لها، من جانب المنظمات والحملات الاعلانية هي البرنامج الإعلاني المخطط المحدد من جانب المعلن الى المستهلكين الحاليين والمرتبين، وتتضمن مجموعة عمليات جهود مخططة تهدف الى تحقيق أهداف محددة وتعد عمليات تخطيط وإعداد الحملات الاعلانية نمطا من أنماط التخطيط الاستراتيجي لأنشطة المؤسسة.

2- خصائص تخطيط وإعداد الحملات:

- المخاطرة والمجازفة في عمليات اعداد الحملات.
- طبيعة التكثيف مع الظروف البيئية وخاصة الخارجية.
- الحاجة الى قدر كبير من المعلومات الخارجية المؤثرة.
- التركيز على البعد الزمني وأهمية في العمل.
- تحديد أفق زمني مناسب لتحقيق الأهداف المرجوة. (عمر، 2013، ص ص. 96-97)
- توفير الواقعية وإمكانية التنفيذ للبرنامج الإعلاني بنجاح، وفي البداية يجب أن يحدد المعلن الأسلوب المطلوب لتوقيت بدء الحملة بما يتوافق مع طبيعة السلطة أو الخدمة المعلن عنها.

3- أساليب التوقيت المستخدمة في الحملات.

- بدء الحملة قبل دخول المنتج الى السوق حتى تمهد أذهان المستهلكين لتقبل السلعة الجديدة واثارة اهتمامهم وكيفية استخدامها.
- أن يصاحب الحملة بدء عمليات التوزيع للسلع أو الخدمات الجديدة في السوق حتى يجدها المستهلك متاحة له فور الإعلان عنها.
- ويؤكد الخبراء على أهمية أن يراعي المعلن في تخطيط الحملات الاعلانية في كافة الوسائل المستخدمة ويشير الخبراء الى أربعة أنواع من التشابه:

- التشابه في الجانب المرئي: تكرار نفس الأشخاص المستخدمة في مختلف أنواع الحملة.
- التشابه في المضمون اللفظي: استخدام نفس الكلمات والتعبيرات في الإعلانات المختلفة.
- التشابه في الجانب السمعي: استخدام نفس المؤثرات الصوتية والموسيقى أو صوت معين بالتعريف بخصائص السلعة (ينطق على الإعلانات المرئية) (عمر، 2013، ص. 97). ومما سبق يمكن حصر أنشطة العلاقات العامة في ثلاث محاور هي:

محور الاعلام:

التعريف بالمؤسسة: من خلال الشرح والتحليل والتفسير عبر وسائل الاعلام المختلفة وبلغة سهلة الفهم للجماهير.

- اعداد وصياغة وتحرير البيانات والمعلومات وايصالها لوسائل الاعلام الأخرى.

- اعداد وتحرير النشرات والبوسترات والبروسترات والكتيبات والمطبوعات والمطويات.
 - السعي لإحداث موقع الكتروني في المؤسسة واعداد مجلة متخصصة في المؤسسة.
 - تخطيط وتنفيذ الملصقات والاعلانات.
 - تنظيم المؤتمرات والندوات واللقاءات والحفلات.
 - تنظيم الزيارات والرحلات والأيام المفتوحة والاستقبال والمعارف.
 - اعداد كافة المواد الاذاعية والتلفزيونية.
 - الاشراف على لوحة الإعلانات في المؤسسات.
 - رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات. (جريدة، 2011، ص ص. 216-217)
- محور الاستعلام:** ويشمل هذا المحور:
- إجراء البحوث والدراسات وجمع المعلومات عن جمهور المؤسسة أو الرأي العام للوصول الى مؤشرات دقيقة عن مواقفها تجاه المؤسسة.
 - تحليل اتجاهات الجمهور والرأي العام في المؤسسة ومتابعة هذه الاتجاهات لمعالجة الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها تجاه المؤسسة.
 - التأكد من صحة المعلومات التي تنقل للجمهور والعمل كون هذه المعلومات غير صحيحة.
 - متابعة شكاوى الجماهير والتعرف على أسبابها وتقديم الحلول لها.
 - متابعة ما ينشر عن المؤسسة في وسائل الاعلام المختلفة والتصدي للرد على أي اشاعات أو أخبار كاذبة أو معلومات غير صحيحة عن المؤسسة.
- محور التنسيق:** ويشتمل هذا المحور على ما يلي:
- ربط خطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمؤسسة.
 - ربط أنشطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى والتنسيق فيما بينها بما ينعف التداخل والتعارض بينها، تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المؤسسة والمشاركة في اتخاذ القرارات التي تؤثر في جماهير المؤسسة.
 - تأمين الاتصالات بين الإدارات المختلفة في المؤسسة.

1. نشاط العلاقات العامة في المنظمات والمجال الحكومي:

أ/ في المجال الحكومي: وهو التوعية والإرشاد والاعلام، في جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والدبلوماسية، للوصول الى مساندة الجماهير لها، ومشاركتهم المعنوية والمادية في البرامج التنموية الشاملة التي تخطط لها الحكومة.

- كسب الرأي العام للسياسات الحكومية الداخلية والخارجية.
- التعرف على توجهات الرأي العام، وتقييم الخدمات العامة لوظائفها المحددة، ومدى تلبيتها لرغبات الجمهور.
- العمل على دحض الشائعات، والتصدي للحملات الإعلامية المضادة وإبراز الحقائق عن طريق مصارحة الجماهير.
- الاهتمام بشؤون الموظفين الحكوميين. (بلخيري وجابري، 2013، ص. 217)
- في المنظمات والهيئات الحكومية:** التعريف بأهدافها وسياساتها وتوثيق الصلة والتعاون بين المواطن والمنظمة أو الهيئة الحكومية للوصول الى الهدف المطلوب.
- دراسة مواقف الرأي، ونقل رغبات ومطالب الجماهير العريضة للمسؤولية، تمهيدا لإيجاد الحلول لها، وتلبيتها وفق الظروف المتاحة.
- الاهتمام بشؤون العاملين في تلك المنظمات والهيئات الحكومية.
- الاتصال بالهيئات والمنظمات الحكومية المشابهة، لتحقيق أفضل صورة من التعاون بينهما في لداخل والخارج. (بلخيري وجابري، 2013، ص. 218)

2. مراحل تقويم برامج وانشطة العلاقات العامة:

يقوم تقويم برامج العلاقات العامة في الأساس على جميع الطرق البحثية وباستخدام أدوات البحث المختلفة بحسب البرنامج المنفذ. وهناك ثلاثة أنواع من التقويم الرئيسية لأنشطة وبرامج العلاقات العامة:

- التقويم القبلي السابق على تنفيذ البرنامج.
- التقويم المرحلي أثناء تنفيذ البرنامج.
- التقويم النهائي بعد تنفيذ البرنامج.

أ/ التقييم القبلي السابق على تنفيذ البرنامج: عندما تقرر المنظمة أو المؤسسة تنفيذ برنامج اعلامي كبير ذو كفاءة عالية تعلق عليه الآمال في تحقيق نتائج هامة وحاسمة يكون من الضروري اختيار تأثير شكل البرنامج ومضمونه ومدى قابليته للفهم قبل التنفيذ.

ب/ التقييم المرحلي أثناء تنفيذ البرنامج: تزداد أهمية هذا الأسلوب في البرنامج الذي ينفذ على نطاق واسع لتحقيق اهداف اجتماعية من خلال المنظمات القائمة في المجتمع المحلي أو القومي.

ج/ التقييم النهائي بعد تنفيذ البرنامج: أما التقييم النهائي فإنه يفيد في تحديد الآثار التي تتركب على تنفيذ برنامج معين بالكامل، كما أنه يفيد في اكتشاف الأخطاء التي وقعت ويجب تفاديها لاحقاً. (هلال مزاهرة، 2015، ص. 218)

3. أساليب تنفيذ أنشطة العلاقات العامة:

إذا كانت العلاقات العامة تستهدف تحقيق السمعة الطيبة ومصالح الناس من خلال أنشطة المؤسسة لتسهيل نجاحها وتوسيعها، وكذلك الحفاظ على سمعة المؤسسة وتعزيزها، وكذلك الحفاظ على سلامة العلاقات الداخلية في المؤسسة. وتلجأ المؤسسات في العادة الى واحد من الاسلوبين التاليين لتسيير أمور العلاقات العامة:

- أن توكل المهمة الى جهة خارجية وخبراء ومستشاري وكالات العلاقات العامة.
 - أن تقوم المؤسسة داخليا القيام بالعلاقات العامة من خلال جهاز خاص يقوم بهدف المهمة.
 إن المؤسسات والإدارات المختلفة التي تهتم بالعلاقات العامة تسعى الى تحقيق أهدافها العامة ومن أجل تحقيق هذه الأهداف لا بدّ أن تعتمد في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة على أحد الأساليب التالية:

- أسلوب الاستعانة بالمستشار الخارجي (مستشار أو خبير أو وكالة متخصصة في العلاقات العامة)
 - أسلوب متكامل يعتمد على الجمع بين المستشار الخارجي وبين الجهاز المتخصص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة.

- أسلوب الاعتماد على الجهاز المتخصص داخل المؤسسة (إدارة، سوق، أو شعبة العلاقات العامة).
 (أبو صبح، 1998، ص. 119)

ومن هنا يمكن القول أن: المؤسسة أو المنظمة في تحقيق أهدافها تعتمد على أسلوب من هذه الأساليب الثلاثة لتحقيق سمعة جيدة لدى الجماهير.

4. الأسس العلمية لتنفيذ نشاطات العلاقات العامة:

يجمع خبراء العلاقات العامة وكتابها ومفكرها ومحليلها بأن الأسس العلمية لتنفيذ نشاطات العلاقات العامة تمر بأربع مراحل أو خطوات أو عمليات وهي:

1- البحث وجمع المعلومات: ويقصد بالبحث بالعلاقات العامة بالدراسات والبحوث المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين كل من جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، وجمع الحقائق والبيانات والمعلومات الخاصة بذلك ومن ثم القيام بتحديد مدى نجاح الحملات والبرامج والأنشطة الإعلامية، كما يمكن بواسطة البحث الى حل مشكلة معينة من خلال التحري الشامل وجمع واستنتاج الأدلة التي لها علاقة بالمشكلة المعنية.

2- التخطيط: هو المحور الثاني من محاور نشاطات وخطوات العلاقات العامة وهو من أبرز مراحلها وخاصة بعد تحديد المشكلة تحديداً دقيقاً من خلال المعلومات والمعارف التي حصلنا عليها من خلال عملية البحث والتنقيب والاستقصاء. (بوطوقة، 2018-2019، ص. 90)

3- الاتصال: يعتبر الاتصال الوظيفة الثالثة من وظائف إدارة العلاقات العامة وهي تكشف عن مدى قدرة الإدارة في الوصول الى الرأي العام والتأثير على الجماهير المستهدفة وعليه يحكم مدى تحقيق العلاقات العامة لأهدافها.

4- التقويم: عملية التقويم لنشاطات العلاقات العامة تعتبر المرحلة الرابعة للعلاقات العامة لكنها ليست الوظيفة الأخيرة، بل امتداد للوظيفة الأولى، ويقصد بالتقويم قياس النتائج الفعلية لتطبيق برامج العلاقات العامة وتحديد أوجه التقصير، وبالتالي اتخاذ الإجراءات لتصحيح أوجه الخلل ولضمان فعالية الأهداف المنشودة.

5. تقييم نشاطات العلاقات العامة:

تستهدف الرقابة بصفة عامة التأكد من دقة وسلامة عمليات إنجاز الأنشطة والخطط ومدى ملاءمة الآليات المستخدمة في التنفيذ بالإضافة الى رصد أو تحديد المشكلات التي تواجه التنفيذ، أما عملية تقييم الأداء فهي في الواقع جزء من نظام الرقابة، والتقييم ينطوي على تحديد جوانب القصور أو الضعف وجوانب النجاح أو القوة. (بودشيشة، 2020/2019، ص 97)

1- صعوبات تقييم نتائج أنشطة وأعمال العلاقات العامة: وفي هذا السياق يجدر بالذكر أن قياس وتقييم نتائج إنجاز أعمال العلاقات العامة ليست بالسهولة التي قد يتصورها البعض، وهذا راجع الى عدة أسباب من بينها ما يلي:

- الفجوة الزمنية بين تنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة وبين نتائج التنفيذ، فنتائج تنفيذ الأنشطة عادة تظهر في الأجل الطويل أو على الأقل لا تظهر بسرعة.
- اختلاف خصائص جماهير المنظمة.
- عدم ثبات الآراء واتجاهات الجماهير وكذلك السلوكيات الخاصة بهم.
- صعوبة عزل تأثير متغيرات وعوامل أخرى ترتبط بتنفيذ سياسات أعمال المنظمة ككل مثل: السياسات التسويقية والإدارية... الخ
- إن كثيرا من الآثار التي تحدثها البرامج تكون غير ملموسة. (أبو قحف، د.س، ص ص. 212-222)
- يمكن استخدام عدة أساليب لتقييم أنشطة وأعمال العلاقات العامة ومن بين هذه الأساليب ما يلي:

- الأسلوب التجريبي: يعتبر هذا الأسلوب سابقا على تنفيذ برنامج العلاقات العامة، وبافتراض مثلا أن المنظمة تواجه مشكلة معينة أو سوف تتبنى سياسة جديدة من شأنها رفع سعر سلعة، أو تثبيت أجور العمال لفترة زمنية معينة، فطبقا لهذا الأسلوب يتم اختيار عينة الجمهور المستهدف المستهلكين أو العمال ويتم تطبيق البرنامج عليهم بأن يتم تحريب الطريقة المقترحة لمواجهة الموقف إذا ما حدث استياء أو لشرح تبني السياسات الجديدة.

وإذا كانت المنظمة في نشر رسالة معينة من خلال وسائل الإعلان المقروء " صحف ومجلات " يمكن اختيارها على عدد من الأشخاص قبل نشرها للتأكد من مدى إمكانية فهم هذه الرسالة من قبل الجمهور المستهدف، كما يمكن بنفس الأسلوب دراسة وتحليل الآثار المتوقعة لنشاطات العلاقات العامة على مجموعات متباينة من جماهير المنظمة لتقرير ما يلي: قبل تعميم أو تنفيذ البرنامج أو النشاطات.

- ما هي الأنشطة والأعمال الأكثر اثارة وجاذبية؟
- ما هي الأنشطة والأعمال الأكثر فائدة؟
- ما هي الأنشطة والأعمال الأكثر اقناعا؟
- ما هي الموضوعات المتعددة المعقدة أو الأكثر تعقيدا في الفهم من قبل الجمهور...؟
- ما هي وسائل الاتصال الملائمة لكل نشاط أو عمل أو رسالة؟

الأسلوب البعدي أو اللاحق على تنفيذ برامج وانشطة العلاقات العامة:

وفي ضوء هذا الأسلوب يمكن أن يتم قياس نتائج تنفيذ البرامج طبقا لعدة محاور منها: (أبو فحف، 1998، ص ص. 225-226)

- مدى التغذية الجغرافية.
 - نوع ودرجة الاستجابة من قبل الجمهور.
 - نسبة الوصول، وصول الرسالة الى الجمهور المستهدف.
 - الاستعانة بخبراء ومستشاري العلاقات العامة بالمكاتب الخارجية سواء في المرحلة السابقة على التنفيذ أو المرحلة اللاحقة.
- ويجدر بالذكر أخيرا الى أن تقييم أعمال وبرامج العلاقات العامة لا يقتصر فقط على الجوانب المرتبطة بالجمهور المستهدفة بل يشمل أيضا تقييم الأهداف والأساليب تنفيذ الأعمال والبرامج وكذلك تنظيم الأعمال وغيرها داخل إدارة العلاقات العامة. (أبو فحف، 1998، ص. 227)

6. المعوقات التي تواجه تقييم نشاطات العلاقات العامة.

إن نشاطات العلاقات العامة من أصعب النشاطات من منطلق أن نشاطاتها فكرية وذهنية تتعلق بردات فعل نفسية للجمهور بينما نشاطات الدوائر الأخرى بالمؤسسة هي نشاطات كمية تخضع للحساب المادي والانتاجي، ولذلك فإن عملية تقييم نشاطات العلاقات العامة ما زالت سلبية في المؤسسات وخاصة في دول العالم الثالث، فهناك نقاط ضعف مرتبطة بردود الفعل، فالصورة الشائعة عن العلاقات العامة في المؤسسات الناتجة عن النظرة الخاطئة من الأداء لوظيفة العلاقات العامة والتي تحدد كل نشاطات العلاقات العامة، ومدى صلاحية أساليب تقييمها، ومن هنا فإن أبرز المعوقات التي تواجه تقييم نشاطات العلاقات العامة على النحو التالي:

- 1- اختلاف النظرة الى نشاطات العلاقات العامة عن نشاطات المديرية الأخرى في المؤسسة، فالأولى لا يمكن قياسها لأنها ذهنية بينما الثانية إنتاجية يمكن قياس بالمقاييس المتعارف عليها، بحيث يمكن تحديد وزنها الإداري.
- 2- نظرة المؤسسة الخدمية والإنتاجية الى أداء العلاقات العامة، والتي تحدد كل من نشاطات العلاقات العامة ومدى صلاحية أساليب تقييمها ومنها ما يلي:

- قصور الفهم لوظيفة العلاقات العامة وعدم وجود من يقوم بعملية التقييم.
- غياب الكوادر المتخصصة بالعلاقات العامة، وعدم وجود من يقوم بعملية التقييم.
- عدم وجود ميزانية، وعدم الاهتمام بالتقييم، والأهم من ذلك إن وجدت ميزانية فهي لا تكفي. (الجرائدة، 2013، ص ص. 267-268)
- المؤسسة تتلمس نتائج أعمالها أولاً بأول دون الحاجة للتقييم.
- محدودية أهداف العلاقات العامة، وعدم الحاجة للتقييم.
- نشاط العلاقات العامة معنوي ويصعب تقييمه.
- جهاز العلاقات العامة لا يهتم بالتقييم.

خاتمة:

من خلال الفصل نستنتج أن أنشطة العلاقات العامة هي المحرك الرئيسي والأساسي للإدارة، فهي تعتمد على مجموعة من البرامج والأنشطة ذات العلاقة بالأفراد والجماعات التي تعمل داخل المؤسسة للحصول على ثقتهم وبناء صورة جيدة وحسنة وواضحة للجماهير داخليا.

ثانياً: علاقات العمل وأساسياتها

تمهيد

1. نشأة علاقات العمل.
2. العوامل المساعدة على تطور علاقات العمل.
3. خصائص علاقة العمل.
4. أبعاد علاقات العمل.
5. عناصر علاقة العمل.
6. أنواع علاقات العمل.
7. مميزات وأهداف علاقات العمل.
8. إثبات علاقة العمل.

خاتمة.

تمهيد:

ظهرت فكرة العمل مع تكاثر البشرية وتطور فكر الانسان ووسائل عمله، وصراعه الدائم مع الطبيعة من أجل الوجود وضمان الراحة والرخاء والعيش الكريم له ولعائلته وبلده ووطنه، كما يعتبر موضوع علاقات العمل موضوعاً جوهرياً محورياً للتحليل في نظرية المنظمة، وقد نخب الدراسة التنظيمية وبحثها إلى جوانب عدة بهدف الإحاطة بالأبعاد والجوانب المكونة للموضوع، وهي العناصر التي تجعل من موضوع العمل وعلاقات العمل أكثر من مسألة تنظيمية مقتصرة على بيئة المنظمة إنما تترامى حواملها وآثارها في المجتمع والاقتصاد وغيرها... ولهذا الأهمية سنخصص في هذا الفصل علاقات العمل ومميزاتها تناولنا فيه النشأة والعوامل المساعدة على تطور علاقات العمل والعناصر والمميزات والأنواع...

1. نشأة علاقات العمل:

إن فكرة علاقة العمل أزلية، ظهرت مع ظهور الانسان وتطورت مع نشأته وتطوره، لهذا اتخذت علاقة العمل هذه عدة أشكال وصور منذ الحضارات القديمة إلى الحضارات الحديثة الأمر الذي أثر على قيمة العمل وتقديره ضيقاً واتساعاً، احتقاراً وتقديساً، وهو ما تجدر الإشارة إليه، والبحث عنه عن المعرفة مفهوم علاقة العمل عبر الحضارات المتتالية القديمة، الوسطى ثم الحديثة، لبيان مفهومها وطبيعتها في كل مرحلة.

عرفت مصر علاقة العمل في عهود الحضارات الأولى عند قيام صناعة الآجر والاسمنت والزجاج إلى جانب صناعة النسيج، كما عرفت الحضارة البابلية هذه العلاقة عند اهتمامها بالصيد أكثر من الزراعة، كما تعتبر من الحضارات القليلة القديمة التي كانت تحدد فيها الأجور من قبل الدولة إلى جانب تحديد الأسعار، وذلك بمقتضى قوانين الملك حمورابي، أما في الحضارة الفينيقية التي يعود تاريخها إلى القرن (28) قبل الميلاد، فقد نشط أهلها في الصناعة والتجارة الخارجية، واشتهروا بصناعة الزجاج والمعادن والأسلحة... أما اليهود فيعتبرون من الشعوب الأكثر اقبالاً على العمل، حيث عملوا في النشاط الفلاحي بتربية المواشي وزراعة الكروم والزيتون، كما كانت العلاقات الاجتماعية عندهم تقوم على ثلاثة ركائز أساسية هي: الملكية، الأسرة والدين. (واضح، 2002، ص.ص. 10-12)

أما الحضارة الرومانية فقد عرفت ازدهاراً اقتصادياً ومادياً، حيث كان العمل ينجز من طرف العبيد، ويستبعد كل علاقة مهنية مع الأسياد، وقد اشتهر أشرف الرومان بحب العمل الفلاحي واحتقار الأعمال اليدوية الأخرى، فكانوا يقضون أغلب أوقاتهم في أراضيهم، أما الصناعة فقد نشأت في البيوت وهي بالأساس

موجهة للاستهلاك العائلي، وتوسعت فيما بعد كي تشمل الصناعات المنجمية، الخشب، الآثار والأسلحة... ولم تنل التجارة ما نالته الصناعة، إذ كانوا يعتبرونها عمل شريف تهدف الى الشراء بأرخص الأثمان والبيع بأرفعها. في المقابل يلاحظ حلول نظرة جديدة نحو العمل جاءت بها الديانات المسيحية، تقوم على خلق ضوابط تحكم العمل وتنظم علاقاته، مثلما بينه القس (Saint Paul) عندما قال بصدد اجبارية العمل: " إن الذي لا يعمل لا يأكل "

وبصفة عامة فإن مفهوم علاقات العمل في بعض الحضارات القديمة لم يكن واضحاً ولا مقدرًا تقديره، رغم قيام الحضارات على العمل، إذ لم تعرف قيمة العمل إلا بمجىء الديانات السماوية. (واضح، 2002، ص. 13)

أما في الحضارة الإسلامية فقد ورد مصطلح العمل، وما يدل على علاقاته ومعناه في حوالي ثلاث وستين آية قرآنية، اقترن فيها العمل بالإيمان، إذ يقصد بلفظة العمل عمل الدنيا والدين معاً، فالعمل الدنيوي دون إيمان يعتبر جموداً وهروباً، فلم يكتب القرآن الكريم بالحث على العمل والسعي الدائب، لاكتساب القوت بمختلف الطرق المشروعة. بل جعل من العمل درجات من حيث الجزاء في اتقانه والإخلاص فيه.

أما في السنة النبوية، فقد احتل العمل مكانة هامة في أعمال وأقوال الرسول صلى الله عليه وسلم فقد أشادت بالعمل وحثت عليه مباشرة القائمين به جزاء عند الله، كما سارت جمهرة الأنظمة والعلماء على نفس المنهج مشجعة بذلك على العمل والنشاط. (واضح، 2002، ص. 20)

لقد عرفت القرون الوسطى نظام الاقطاع، يملك فيه الأسياد مساحات زراعية وسعة يستغلون فيها الرقيق أو الاقنان، حيث يقيم هؤلاء في هذه الأرض ولا يغادرونها الا بموافقة السيد، إذ كان من أهم واجباتهم أثناء استغلال الأراضي دفع مجموعة من الضرائب والايجارات للدولة، وبعضها السيد المالك، وما يلاحظ على هذا النظام أنه كان يقوم على الولاء المتبادل بين السيد والعبد، فيدافعون عنه كلما تعرضوا لاعتداء خارجي، ويحميهم من جهته ويمنح لهم نوعاً من الحرية في ممارسة بعض النشاطات الخاصة بهم، وتتكون المدن وازدهارها أخذ نظام الطوائف المهنية أو الحرفية (حيث تعني هذه الأخيرة منظمة عمالية تمارس حرفة معينة كحرفة التجارة، الحدادة، الغزل والحياكة والصناعة... الخ وممارسة الحرفة تحت اشراف ورقابة الطائفة وقادتها) مكانة هامة في النظام الصناعي البدائي والحرفي في ذلك الوقت.

إن للطائفة الحرفية هدفين أساسيين أولهما تريد تحقيق المساواة بين أسياد ومعلمي الحرفة الواحدة، كما اهتمت بتنظيم أساليب وضع الإنتاج كتحديد مواصفات الأدوات المستخدمة في الإنتاج وعدد الصناع والصبيان الذين يمارسون الحرفة وعدد ساعات العمل ومستويات الأجور، والهدف الثاني يتجسد في محافظتها على وضعها الاقتصادي في المجتمع. وتحقيقا لهذا الهدف فرض عليها اتخاذ بعض الإجراءات المهمة التي من شأنها أن تقلل كمية الإنتاج، كإعطاء العامل الواحد حق انتاج السلعة بأكملها وعدم التخصص في عملية إنتاجية واحدة.

إن الصناع في نظام الطائفة الحرفية وعدم التخصص لم يكن جزء من العملية الإنتاجية المتخصصة التي يلمسها في نظام المصنع الحديث، فالعلاقات الاجتماعية للعمل في هذا النظام لا تعتمد على العملية الإنتاجية بقدرها تعتمد على تركيب وقيم المنظمة الحرفية، ذلك أن سمعة ومنزلة الحرفة تتحددان بطبيعة نوعية العمل المنجز ومدى الالتزام بقوانين ونظم الحرفة وبالمركز الوظيفي الذي يحتله الصناع في المنظمة الحرفية إضافة الى أن أنماط علاقات العمل كعلاقة السلطة بالصانع تعتمد بصورة مباشرة على البناء الاجتماعي الرسمي للطائفة الحرفية. (حسن، 2005، ص. 51)

بدأ نظام الطوائف الحرفية بالانحلال منذ بداية القرن (16م) حيث أخذ نظام المصنع يحل تدريجيا محل نظام الطوائف الحرفية، ويعود الانحلال الى عدة عوامل:

أ/ كثرة العوائق التي وضعها المعلمون أمام الصناع ليحولوا دون تدرجهم ليصبحوا معلمين مما أدى الى تدمير هؤلاء الصناع ووقوفهم ضد المعلمين، فقد أدى هذا الصراع بينهم الى تدخل سلطات المدن في شؤون الطائفة مما أضعفها وأفقدتها لبعض صلاحياتها. (الدسي، 2005، ص. 52)

ب/ كثرة الصراع وحدته بين الطوائف الحرفية مع غيرها من الجماعات الصناعية الأخرى، كالصناع الذين لا ينتمون الى الطوائف الحرفية، والصناع الريفيين وغيرهم من الصناع، وقد تمكنت هذه الفئات من التأثير على الدولة للتدخل في شؤون الطوائف.

ج/ كثرة الصراعات بين الطوائف الحرفية أنفسهم، حيث أخذوا يشغلون صناعا لا ينتمون الى الطائفة، وذلك من أجل زيادة ثروتهم، فأخذت تبرز فئة من المعلمين الأثرياء أخذوا يسيطرون على الطائفة مما أدى الى قيام منازعات بينهم، خاصة أن الأثرياء منهم لم يكن يهتمون بتحسين الإنتاج، مما أفقد طائفة دعامة مهمة في استقرار النظام الطائفي.

د/ قيام بعض الحرفيين بالعمل في التجارة بدلا من الصناعة نظرا لوفرة الأموال لديهم، وعدم رغبتهم في العمل اليدوي لما فيه من تعب ومشقة. (واضح، 2002، ص. 15)

وظل الأمر على هذا الحال الى نهاية القرن (18م)، وقيام الثورة الفرنسية سنة (1789م) هذه الثورة التي أدت بمفهوم علاقات العمل، يرتبط فيها العمل بالفلسفة والمبادئ التي قامت عليها الثورة، والتي تركز أساسا على مبدأ سلطان الإرادة وحرية التصرفات القانونية والتعاقدية في ابرام هذه العلاقات، غير أن هذه المبادئ التي أقرتها لا سيما حرية الانسان وحرية العمل التي تضمنها القانون المسمى ب: (D'allande Loi) المؤرخ في 02 و 07 مارس 1791 الذي ينص على أنه يحق فيه لكل شخص ولكل حرية أن يمارس أي عمل أو أي مهنة يريدتها... عرفت تدهورا في الأوضاع لأن هذه الطلاقة في التمتع بهذه الحرية تتعارض مع وجود التجمعات المهنية وبصودور (La challetier) المؤرخ في: 14 و 17 جوان 1971 ضيقت النطاق على العمال والمستخدمين وانشاء علاقة عمل فردية وبشروط معقولة، وهو الأمر الذي نادى به الاقتصاديون الغربيون في قوانينهم فيما بعد، خاصة آدم سميث في مؤلفه: " ثروة الأمم " ومبدأ " دعه يعمل دعه يمر " هذا المبدأ الذي قيد من سلطة القانون في تنظيم علاقات الأفراد والأشخاص المعنوية ولا يدع مجالات لتدخل القاضي إلا في المنازعة. (واضح، 2002، ص. 17)

2. العوامل المساعدة على تطور علاقات العمل:

إن التطور الذي شهد النظام الاقتصادي والاجتماعي في شتى مجالاته والعمليات المصاحبة لهذا التطور وتشابكها أدى الى ضرورة البحث والتفكير لإيجاد الحلول لمسايرة هذا التطور ومحاولة وضع ضوابط تساعد كل الأطراف، لأن الافراط في اعتماد مبدأ السلطان وقوة الإدارة وحرصها على ابرام علاقات العمل أدى الى اجحاف كبير وهدر لحقوق العمال مما زاد في سوء أحوالهم المادية والاجتماعية، ودفعهم للدخول في صراع مرير مع أصحاب العمل من أجل الدفاع عن حقوقهم وتحسين أوضاعهم، وهذه الأسباب كانت بمثابة الدافع المباشر لتدخل الدولة تنظيم العلاقات بين العمال وأصحاب العمل من جهة، والعمل على صيانة الحقوق المكتسبة والبحث عن إعادة نوع التوازن الاقتصادي من جهة أخرى أي العمل على التخفيف من حدة الصراع من أجل تحقيق كل الأطراف.

1- العوامل السياسية والاقتصادية:

إن تدخل الدولة في وضع قواعد قانونية في مختلف المجالات التي تتناولها علاقات العمل كان له الأثر الحسن في الطبقة العمالية، خاصة إن تمكنت هذه الأخيرة من أن تصبح قوة مؤثرة في الأحداث، وفي صنع السياسة العامة والاجتماعية في مجال التوظيف وقطاع الشغل، حيث أصبحت هذه التجمعات العمالية بدورها تشارك بصفة مباشرة في صنع القوانين لتحقيق مطالبها.

هذا ولم يكن تدخل الدولة فقط من أجل رفع الظلم الذي كان يمارسه أصحاب العمل على الطبقة العمالية، بل هناك عوامل أخرى تتمثل في تخوف الحكومات من زحف الطبقات العمالية نحو السلطة لا سيما بعد أن بدأت هذه الأخيرة في تنظيم نفسها وتنسيق جهودها ومنهج عملها. لقد سارعت الحكومات والأحزاب الحاكمة لحماية نفسها وذلك بوضع قواعد قانونية وتنظيمية أملا في إعادة التوازن بين الطبقة المالكة لوسائل الإنتاج وتلك المالكة لقوة العمل، بهدف منح هذه الأخيرة بعض الحقوق، وهو ما يفسر الطابع الإلزامي لبعض الإجراءات التي أقرتها النصوص القانونية مثل: حماية الأجور، توفير الأمن والوقاية من أماكن العمل... الخ (أونيس، 2011، ص ص. 402-403)

1/ اتجاه الدولة نحو التوجيه والتخطيط الاقتصادي: اتجهت الدولة نحو التخطيط الاقتصادي وتأمين بعض المؤسسات الصناعية الكبرى التي تحتوي على أكثر عدد من اليد العاملة، وهو ما أدى الى تحولها من دور الحكم الذي يسهر على تطبيق التدخل عند حدوث النزاعات بين العمال وأصحاب العمل، الأمر الذي أدى الى تحول الكثير في علاقات العمل من الطابع التعاقدى الى الطابع القانوني والتنظيمي.

2/ تخوف النظم الرأسمالية من تأثير الاشتراكية: هذه الأفكار الاشتراكية التي بدأت تعرف انتشار واسع بعد الثورة البلشفية 1917 م، واعتماد المناهج الاشتراكية في التنظيم الاقتصادي كالتخطيط واشتراك العمال بصفة مباشرة في إدارة واستغلال وسائل الإنتاج، ومنحهم صلاحيات واسعة جعلتهم المسيرين والمستفيدين من مختلف الممتلكات الموضوعة تحت تصرفهم.

ومن هذا يظهر أن تدخل الدولة في تنظيم علاقات العمل قد تحكمت فيه عدة عوامل سياسية واقتصادية مباشرة، مما جعل أحكام قانون العمل والعلاقات المتخضعة عنها تتطور بسرعة كبيرة من بلد الى آخر نظرا للتأثيرات المتفاوتة في كل دولة، ونظرا لمدى اهتمام كل دولة بالطبقة العمالية من مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

2- العوامل الاجتماعية والمهنية:

لقد لعبت الطبقة العمالية دورا هاما في تطوير قوانين العمل هي البداية، بحيث كان للضغوط التي مارسوها على أصحاب العمل والدولة عبر مختلف المراحل عن طريق الإضرابات وغيرها كان لها أثر مباشر على تدخل الدولة لوضع هذه القوانين حيث تحولت مطالب العمال بصورة مستمرة من المطالب التقليدية الى المطالب الاجتماعية الحديثة. (أونيس، 2011، ص ص. 404-405)

1/ المطالب الأساسية التقليدية: فيما يتعلق بهذه المطالب فقد انحصرت في بادئ الأمر بصفة خاصة في:

- حماية الاجر والمحافظة على القدرة الشرائية والعمل على تجسيدها باستمرار.
- ضمان استمرار الدخل بنفس المستوى في حالة تخفيض مدى العمل أو المرحلة الأولى لفقد منصب العمل.
- حماية العمال عن طريق الرقابة ضد التسريح الفردي أو الجماعي التعسفي، وضد الفسخ الانفرادي لعقود العمل.
- العمل على تحسين ظروف العمل سواء من حيث مدة العمل اليومية أو إيجاد تنظيمات عملية لصالح العمال مثل العمل التناوبي، وتقسيم العمل، وتوفير النقل والسكن والترقية المهنية والمادية... الخ.
- هذه المطالب شكلت أرضية الانطلاق نحو مطالب أكثر تطورا وحساسية تتمثل على وجه الخصوص في المطالب بتحسين ظروف العمل في شتى المجالات وضرورة وضع مخططات واضحة في مجال التشغيل والتكوين، والعمل المتواصل لخلق مناصب لا سيما في المناطق التي تعاني ضعف التشغيل وانتشار البطالة.

2/ المطالب الاجتماعية الحديثة:

لقد انتقلت مطالب العمال مع مرور الزمن الى المطالبة بالمشاركة في التسيير ووضع القرار على مستوى المؤسسة التي يعملون بها بغض النظر عن طبيعتها القانونية، وذلك عن طريق اعتماد أساليب تسيير تمكن العمال من المشاركة الفعلية، كأسلوب التسيير الذاتي، هذا المطلب لم يبق محصورا في المؤسسة المستخدمة فقط، بل تجاوز ذلك الى المؤسسات العليا للدولة، بل وحتى على المستوى الدولي حيث أصبح العمال يطالبون بأحسن تقسيم للعمل لا سيما بعد بروز ما يعرف الشركات المتعددة الجنسيات، وهذا كله من أجل إرساء علاقات العمل ذات طابع انساني محركة لمعنويات العامل من أجل تحسين أدائه الأمر الذي نتج عنه حتمية

الاعتراف بالحق في التكوين المستمر للعامل في مختلف التخصصات وفي مختلف الدول. (أونيس، 2011، ص. 406)

وهنا نرى أن المطالب السابقة وغيرها تميزت بطابع التحرك الجماعي للعمال، حيث ثبت لهم أن المواجهة الفردية لا يمكن أن تحقق لهم أهدافهم ولا تحدم مصالحهم، فهذه التحركات كان لها تأثير مباشر على قواعد قانون وعلاقات العمل القائمة بينهم وبين الإدارة المستخدمة لهم في المؤسسة، لتتحول فيما بعد الى نصوص قانونية وتنظيمية وتتطور مع التطور السياسي الاقتصادي لمستوى ظروف العمال أو بمكانتهم في النسيج الاجتماعي والاقتصادي. (أونيس، 2011، ص. 408)

3/ العوامل الفقهية والدولية:

لقد بينت آراء الفقهاء والخبراء والدارسين في مجال علاقات العمل ومساوئ النظم القانونية التي تحكم هذه الأخيرة ودرجة تكافؤ الحقوق والالتزامات بين كل من العمال وأصحاب العمل، وذلك من أجل أن تعطي دفعا جديدا لتطور تنظيم علاقات العمل بتصحيح هذه الأوضاع وتقديم الحلول المناسبة لها، إذ كان دور المنظمات الدولية المتخصصة كمنظمة العمل الدولية أثر كبير في تطوير وتوسيع دائرة تنظيم علاقات العمل عن طريق التوصيات والاتفاقيات الدولية قصد تقنين بعض الجوانب المهنية وفرض احترامها على الدول المشاركة فيما بعد تصديقها على هذه المعاهدات، الى جانب حسن استغلال الدراسات والأبحاث التي تعدها هذه المنظمات في معالجة وتنظيم القضايا المطروحة وبالتالي المساهمة في توحيد القوانين والنظم المعمول بها في مجال تنظيم علاقات العمل. (واضح، 2002، ص. 39)

وعليه يتضح أن التطور المستمر لقانون العمل، لم يأت نتيجة عامل واحد، بل كان نتيجة لعدة عوامل مختلفة الأهداف والأبعاد اجتمعت من أجل صياغة قانون عمل حديث يراعي العلاقات الانسانية قبل أي اعتبار ويستجيب لمتطلبات الحياة الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية المعاصرة. (أونيس، 2011، ص. 409)

3. خصائص علاقة العمل:

إن أهم ما يميز علاقات العمل عن غيرها من العلاقات الأخرى، وتبعاً للتغيرات والتحويلات التي عرفتتها المؤسسات الاقتصادية ما يلي:

- علاقات إنسانية اجتماعية، لأن لها قواعد معينة من قبل الدولة بصفتها الاجتماعية، ولأنها تربط بين العمال وأرباب العمل في مجال النشاط الاقتصادي والمهني.

- علاقات جماعية في تكوينها وتطبيقها لأنها تتكون بإرادة ممثلي العمال بصورة رضائية جماعية وتهدف الى تنظيم روابطهم وشؤونهم المهنية المتبادلة بحسب القانون والاتفاقية الجماعية، كما يتفق فقهاء قانون العمل على أن علاقات العمل تتخذ بصورة مضطربة صبغة جماعية مؤداها أن العلاقة القائمة بين رب العمل والعمال لا تحكمها قواعد قانون العمل فحسب، بل تخضع أيضا لعلاقات القوى القائمة بين المنظمات العمالية، ومنظمات أرباب العمل من جهة أخرى، وما تسفر عنه هذه العلاقات من إبرام عقود العمل المشتركة وحل ما يثور بشأنها من خلافات عن طريق التوفيق والتحكيم، أو عن طريق استخدام النقابات لحق الاضراب. (البرعي، 1976، ص.01)

- علاقات اقتصادية تقوم بالتنظيم والإنتاج لإشباع حاجات الناس الطبيعية والاقتصادية.
- علاقات لها مردود فردي وجماعي لأنها تحقق الاستقرار في مجال العمل، مما تكون له آثار إيجابية على الإنتاج كما ونوعا.

وانطلاقا من تعريف المشرع الجزائري لقانون العمل بأنه مجموعة القواعد القانونية التي تنظم أحكام عقد العمل، هذا الأمر يقودنا الى تعريف عقد العمل بأنه ذلك العقد الذي يتعهد بمقتضاه عامل بأن يشتغل تحت إدارة صاحب العمل وإشرافه مقابل أجر. (أخنوخ، 1982، ص. 03)

إن علاقة العمل المرتبطة بقانون علاقات العمل تتركز على خاصيتين هما:

1- **التبعية:** إن قانون العمل لا يحكم سوى العلاقات الناشئة عن العمل الذي يقوم به شخص لحساب غيره، وتحت إدارة وإشراف هذا الغير، ويشترط أن يكون العامل خاضعا في عمله لإدارة صاحب العمل، ويعبر عنه بقيام رابطة التبعية بين العامل ورب العمل حتى يمكن توافر معنى علاقة العمل. إذن فمقصود بالعمل التابع هو ذلك العمل الذي يتم تحت إشراف وتوجيه ورقابة من يتم لحسابه العمل، بحيث يكون العامل في أدائه لعمله في مركز التابع لصاحب العمل، إلا أنه يشترط لخضوع العمل التابع للقانون علاقات العمل أن يكون مأجورا، بحيث إذا كان تبرعا غير مأجور فإنه يخضع للقواعد العامة في العقد والالتزام الواردة في القانون المدني. (زهران، 2003، ص. 12)

2- **الأجرة:** قانون العمل لا يحكم سوى العلاقات التي تنشأ عن عمل انسان يقوم به مقابل أجر، وعلى ذلك فإن العمل الذي يتم بدون مقابل من القائم به أو على سبيل التبرع، لا يدخل في إطار العلاقات التي يحكمها قانون العمل ولو كان الالتزام قانوني، ومتى توافر المقابل اعتبرت العلاقة " علاقة عمل " مهما كانت صورته نقدية أو عينية، وفي تحديد مدلول المقابل لا ينظر الى رب العمل

بل الى العامل، فالجمعيات الخيرية التي لا تسعى الى الربح يخضع العاملون فيها القانون العمل لأن المقابل يشترط فقط بالنسبة للعامل وليس لرب العمل. (أخوخ، 1982، ص. 12)

4. أبعاد علاقات العمل:

من المنظور السوسولوجي علاقة العمل كائن اجتماعي متعدد الأبعاد نمط علائقي رسمي شكلي، وفي ذات الوقت ذات طابع سوسيو-تنظيمي ناتج عن توافر ثلاث أبعاد أساسية في الموقف التفاعلي بين العامل من ناحية وصاحب العمل من ناحية أخرى، تتمثل تلك الأبعاد فيما يلي:

1- البعد التنظيمي أو المؤسسي: هو البعد الذي يعبر عن المجال المكاني أو موقع العمل، الذي في

ثناياه يتجسد فيه المواقف التفاعلية التنظيمية بين طرفي علاقة العمل وردود أفعالهم التنظيمية والموجهة بجملة من القيم التنظيمية المعتمدة، إضافة الى أنواع النشاطات الممارس المرتبط بالمستوى التنظيمي داخل المؤسسة، الذي ينتمي له العامل موضعا نمط محدد من الممارسة التنظيمية المطلوبة منه والمحددة الملامح العريضة في علاقة العمل، كما تحدد حجم السلطة التنظيمية المسموح بها تنظيميا لأداء العمل المكلف بها بالكفاءة المطلوبة منه، من جهة ومن جهة أخرى مرتبطة بالمستوى التنظيمي.

2- البعد التعاقدية: يدل هذا البعد على صفة الاتفاق الناشئة بموجب عقد مكتوب أو غير مكتوب

بين طرفي علاقة العمل، وبالتالي يضيف هذا البعد الصفة الرسمية الشكلية على العلاقة، وبناء عليه فالعلاقة تأخذ الصفة التعاقدية الاتفاقية، مما يجعل علاقة العمل تأخذ المسار القانوني، وفي المقابل أسلخ نفسها من الجانب الإنساني والعاطفي الوجداني أثناء الممارسة الأدائية لمهام العمل، وبذلك يصبح هذا الأخير قابل للتقييم، وبالتالي تقدير مكافأة أو العقاب في حالة تحديد أجر طرفي علاقة العمل عن نمط الممارسة المحددة في عقد العمل، تزيد الصيغة التعاقدية من إلزام الطرفين من الالتزام بالعقد وبنوده.

3- بعد التراضي: يكشف هذا البعد في علاقات العمل عن ضرورة وجود التراضي في عقد العمل الذي

يضمن التفاني في العمل والسعي في اتقان أدائه، ومن ثمة في انشاء علاقة العمل، وعن أهمية أو ضرورة قناعة العامل بالعمل المكلف به والأجر المتقاضى في المقابل، بغرض خلق حقل عريض من الثقة عن طرفي العلاقة حيال بعضهم البعض، وبالتالي سد فرص تسرب استشعار أحد طرفي العلاقة، في الغالب يكون العامل بالاستغلال وميل القانون لكفة الطرف المتعاقد معه، وبذلك يتمكن عقد العمل، ومن ثمة علاقة العمل من تحقيق درجة عالية من الالتزام لبنود العقد الصارمة وبالتالي يتجسد التراضي بين العامل وصاحب العمل. (عرعور، 2014، ص. 22)

5. عناصر علاقة العمل:

بناء على تفاعل الابعاد السالفة الطرح والمتغلغلة في كينونة علاقة العمل، فإن العناصر المستفادة من وجود هذه العلاقة وتميزها عن بقية العلاقات الاجتماعية، وهي عناصر لا يمكن فصلها عن بعضها البعض، إذ أن عنصر العمل يعتبر موضوع التزام العامل، والأجر يعتبر محل التزام صاحب العمل، مدة العقد تعتبر عمر علاقة العمل، أما العنصر الأخير فيمثل التبعية أو الاشراف على مسار علاقة العمل، ولأنه هذه العناصر لها دورها الكبير في كينونة علاقة العمل سوف يتم التعرض لها بدرجة من التحليل السوسولوجي المفصل:

1- عنصر العمل: يعتبر العمل عن موضوع عقد العمل بين العامل وصاحب العمل والسبب الذي يدعو

ويدفع الطرفين الى المواظبة على الاستمرار، حيث عرف العمل في أوساط المختصين بأنه: مجموعة من الأنشطة ذات أهداف محددة، يؤديها الفرد بواسطة عقله وجسده في وجود مجموعة من الأدوات والآلات وينفذها على المادة ويقتضي الأمر خلق علاقات اجتماعية بين العامل وصاحب العمل، وعليه فإن التجسيد الفعلي للعمل يستدعي ضرورة توافر شروط أولها الأداء الشخصي للعمل، الذي يعني به قيام الشخص المتعاقد ذاته بالعمل المكلف به دون أن ينوب عنه أحد مقرب أو غير ذلك في أي ظرف كان، أما الثاني: فيتمثل في ممارسة حقيقية لا يشوبها وهم أو تخيل، أما آخر شرط هو أداء العمل وفق تعليمات المتعاقد عليها صاحب العمل وأوامره، والذي يشير به الى قيام الفرد المتعاقد دون تعديل عفوي أو مقصود من العمال حتى وإن كان الموقف التنظيمي والمهني يستدعي ذلك.

يمكن القول إن العامل بالمؤسسة المستخدمة له ليس أجرا في العمل أداء ووجودا من نواحي ثلاث أولها: القانونية، الثانية: تنظيمية، والمعطى الثالث هو: تقني، ومع ذلك فالعامل مسؤولا عن كل الأخطاء الممكن حدوثها في مسار الأداء الفعلي للعمل سواء كان الخطأ عن قصد أو دونه، وفي المقابل يكون صاحب العمل مسؤولا عن توفير وسائل أداء العمل وتقديم الأجر في الموعد المحدد دون تأجيل. (عرعور، 2014، ص. 23)

2- عنصر الأجر (الراتب): يعتبر مفهوم الأجر أحد المعطيات الاقتصادية، لذا فقد اعتبره المختصين في

مجال العمل معيار يتحكم بدرجة كبيرة في كفاءة أداء العمل، من منطلق أنه تلك القيمة المالية التي يلتزم صاحب العمل بدفعها مقابل الجهد أو العمل الذي يقدمه، تبعا لشروط التعاقد، وعليه عادة ما يعتبر الأجر المبلغ المتفق عليه في العقد المبرم مع صاحب العمل، لكن دلالة الأجر التأثيرية على العامل وكل سلوكياته اعتبر مؤشرا له دلالاته النفسية والاجتماعية التي أقر بها علماء الاجتماع والنفس وعلماء النفس الاجتماعي بالحسبان، لما له من أثر في دافعية العامل ورضاه وعليه فقط اعتبر العامل

الأجر (الراتب) معيار دافعي قوي بالدرجة الأولى في تحريك العامل للبحث عن العمل، كما اعتبر الأجر أيضا سببا يدفع صاحب العمل للالتزام ويجمعه مع العامل في مواقف تفاعلية قد تتصف بالحدة خاصة عندما يطالب الأول برفعه ويعمل الثاني على تدنيه، وهنا ينشأ التدافع بين الطبقتين العاملة وأرباب العمل، مما يستدعي الوضع الى تدخل الدولة كطرف حيادي وصي على تطبيق قانون تشريع العمل.

أن المتعارف عليه بين أوساط العمال هو أنه يأخذ الأجر أشكالا عديدة أولها: المبلغ المالي ويكون في أغلب الأحوال الاعتيادية الذي يتقاضاه يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو سنويا لكن هناك حالات قد يكون كله أو بعضه في صورة مزايا عينية كالسكن، الغذاء، الملابس والأكل، في حالة الأجير بلقمة العيش، وقد كانت سائدة في أزمنة قديمة، كما يأخذ الأجر شكل ملحقات وما يلحق به من مزايا مادية مرتبطة به كالمناح التي تتبع الأجر الشهري في كل شهر، كل سنة أو كل مناسبة دينية، وطنية أو عالمية في السنة، وبالتالي فإن الأجر المتقاضي من طرف العامل يتكون من شطرين أساسيين: الشطر الأول ذات الصفة الثابتة، يعرف هذا الشطر بالأجر القاعدي للعمل الذي يتقاضاه العامل وفق التوظيف الوظيفي المعمول به بالمؤسسات الاقتصادية الموجودة في مختلف دول العالم الحديث تختلف عن بعضها البعض وتأثيرها الاقتصادي في البلد، من حيث تبنيتها لفاعليها تبعا لشروط الانتماء التي تضعها تلك المؤسسات بمعنى أنها تختلف في بنائها وطبيعة نشاطها وهو محدد بالمنصب المالي وبالشهادة العلمية التي يتطلبها المنصب ذاته، أما الشطر الثاني المتغير يعرف أيضا بالتعويضات وهو الجزء الخاضع للتغير في مقابل التغير الذي يطرأ على الإنتاج، الأرباح، كذلك أقدمية العامل وكذا تغير الظروف الاجتماعية للعامل، وعادة ما يعتبر هذا الجزء بمثابة حوافز مالية وتعويضات.

3- عنصر الزمن (مدة العمل): عموما يشير عنصر الزمن في عقد العمل الى تلك المدة الزمنية التي يضع العامل فيها نشاطه، جهده وخبرته في خدمة ومصلحة صاحب العمل من خلال العمل المؤدي والمحدد في عقد العمل، ووفق ما لدى العامل من خبرات ومعارف التي كونها في مراحل عمرية سابقة، عديدة طويلة ومختلفة، والمهم توظيفها دون تردد أو اختزال أو توفير أثناء قيامه بالعمل، إذ يقوم صاحب العمل بتوجيهها الى منصب عمل معين من المفروض أنها تتناسب ومتطلبات ذلك المنصب، لأن القضية هنا متعلقة بمصلحة العامل بالدرجة الأولى ومن ثمة بمصلحة صاحب العمل، ذلك أن الأجر المتقاضي مقابل قابل للزيادة والنقصان تبعا للجهد المبذول الذي ينعكس على درجة الأداء، إضافة الى المهارات والمعارف المكتسبة قبل العمل أو بعد، أما فيما يتعلق بمصلحة صاحب العمل، فإنها تكمن في تقليل الخطأ وتحسين... الخ ومن هنا فإن لصاحب العمل الحق القانوني في بلورة

الكيفية والأساليب التي يجب أن يؤدي بها العمل، والتي قد تحقق الربح الممكن للمؤسسة، التي عادة تكون غير محددة كقاعدة عامة، غير أنه يمكن بصفة استثنائية تعيين مستخدمين مؤقتين للعمل خلال مدة محددة عند الحاجة الاقتصادية كالحاجة التسييرية والتنظيمية كقلة اليد العاملة في المؤسسة، كذلك عند الضرورة الاجتماعية في حالة ارتفاع معدل البطالة في المجتمع. (عرعور، 2014، ص ص. 24-26)

4- عنصر التبعية (الاشراف): من الناحية التنظيمية المؤسسة بها عدد من العمليات التنظيمية كالخطيط، الرقابة والاشراف... الخ لكن احداها وهي الأساسية والمتمثلة في التبعية أو الاشراف، اعتبرت عنصرا أساسيا في نشوء علاقة العمل، هذه الأخيرة التي تعرف حسب العالم (جورج دهااليسي) بأنه: اختيار الشخص الصالح للوظيفة اثاره اهتمام كل فرد في عمله، تعليمية كيفية أدائه، قياس أدائه وتقدير كفايته للاطمئنان الى وجود الطاقم العملي الكفؤ بالمؤسسة، كما تطمئن على العامل في حد ذاته أثناء تواجده في مواقع العمل وفي فترات قيامه بنشاطه الوظيفي أو المهني، وذلك وفق ما حدده قانون المال العام للعمل بالتنسيق مع التنظيم الداخلي الخاص بالمؤسسة مكان العمل، وعليه فإن صاحب العمل أو الهيئة المستخدمة مكلفة بممارسة تلك العمليات بموجب الزامية قانون تشريع العمل الذي صاغ عقد العمل، وهنا يكون الخضوع الكامل لها من طرف العامل، وعليه فإن عنصر التبعية أو الاشراف يضمن لصاحب العمل قدرة التحكم بالشطر المتغير من عنصر الأجر بالارتفاع أو الانخفاض، وبالتالي يأخذ عنصر التبعية (الاشراف) ثلاث صيغ بغرض منع سيطرة القوي أي رب العمل في علاقة العمل على القطب الضعيف أي العامل، وبالتالي تحقيق اتزان علاقة العمل من الناحية التأثيرية بوجود ثلاث أقطاب أو ركائز أساسية تستند عليها العلاقة تتمثل في:

أ/ الصيغة القانونية التنظيمية: هي الصيغة التعاقدية التي تستوجب من العامل بذل كل ما لديه من طاقة فكرية ومعرفية وكذلك عضلية في المواقف المهنية للقيام بما هو موكل به من طرف رب العمل مرورا بعقد العمل، ومن ثمة توظيف كل المهارات والكفاءات في أداء العمل المنوط به والمحافظة عليه، وكذلك المواظبة على العمل والالتزام بتعليمات صاحب العمل، وفي ذلك الوقت تمكن هذه الأخيرة من تقدير نوع وحجم العمال الواجب انضمامها للمؤسسة وتقييم العامل فيها دون تحيد عن المعايير والطرق النظامية في ذلك بغرض الحفاظ على استمرار المؤسسة وتوازنها وتحقيق أهدافها.

ب/ الصيغة الفنية التنفيذية: وجدت هذه الصيغة بغرض تحديد أطر وكيفيات قيام العامل بالعمل من خلال فرض كيفية أدائية معينة للعامل المناسبة لطبيعة العمل والأساليب والطرائق الحديثة المرتبطة بالتكنولوجيا المتطورة لوسائل العمل التي تحقق الربح الموجود للمؤسسة أو المنظمة، والمنتظر من رب العمل، وما تستدعيه فلسفة

التخصص في العمل كذلك، إضافة الى التدريب والتأهيل وتوقيته وطرائقه، وتبعاً لتلك المتطلبات التنظيمية لسير العمل وجدت أساليب وتقنيات محددة يلجأ إليها العامل لتنفيذ العمل.

ج/ **الصيغة الاقتصادية:** تعد علاقة العمل جوهر البناء الاقتصادي في الدولة، فهي تحقق توازن المنظمات الاقتصادية من خلال تحقيق توازن المصالح والاهداف والوسائل بين العامل وصاحب العمل في ذات الوقت، إذ يترتب عن الصيغة الاقتصادية المكسب المادي للعامل بالدرجة الأولى، الذي بدوره دفعه للبحث عن عمل، ويتحقق لد القدر الاكتفاء الذاتي له يمنع عنه العوز، ومن ثمة اشباع حاجاته الأساسية وكذا الكمالية، أما بالنسبة لصاحب العمل فإنها تضمن له تحسين العمل وتطوير أداء العامل، وبالتالي رفع رأسماله وتوسيع نشاطه. (عرعور، 2014، ص ص. 27-28)

6. أنواع علاقات العمل:

وتعد علاقة العمل رباطاً تعاقدياً يتم من خلالها تبادل المنافع بين مستويين اجتماعيين في إطار المنظمة أو المؤسسة الاقتصادية، لذا فهي نتاج سوسيو-تنظيمي تفرز عن تواصل وتفاعل بين أصحاب العمل ومجموعة عمالهم كقطبين اجتماعيين لكل قطب خصائصه الاجتماعية، مكانته التنظيمية والتسييرية بالمؤسسة، مصالحه وأهدافه، مجال القوة معين محدد التأثير، كم ونوع الوسائل التأثيرية في النشاط المؤدى من طرف العامل، وبناء عليه فإن طبيعة علاقة العمل لا تتوقف في كينونتها على البعد السيولوجي وما يحمله من تمايز بين كم من القيم، الحاجات، طرق الاشباع، كذلك تتوقف في جانب منها اكتسبته من وجود بعد مستمد التأثير من توافر عنصرى العمل والتبعية أو الاشراف، إذ فإن مرجعية علاقة العمل قانونية تنظيمية في مضمونها أكثر من كونها اجتماعية نفسية، إذ تقل حدة هذه الأخيرة مقارنة بالنوعين الآخرين، القانونية والتنظيمية، العقد المبرم بين صاحب العمل والعامل الذي يكون محدد المدة أو دائم، وعليه تكون طبيعة علاقة العملية لمدة محددة أو غير محددة بداية العمل ونهايته. بناء عليه فإن طبيعة علاقات العمل تأخذ صيغتين إحداهما دائمة والأخرى تدعى بالمؤقتة. (عرعور، 2014، ص ص. 31-35)

إن نمطي عقد العمل المبرم من العامل الدائم والمؤقت يترتب عنها نمطين من علاقات العمل، إضافة الى أن عقد العمل هو المؤشر الأساسي الذي يبنى على أساس الاتصال والتعاقد بين العامل وصاحب العمل، مما يفرز فئتين من العمال، وذلك في أغلب المستويات التنظيمية بالمؤسسة، النوع الأول هم العمال الدائمون ويشكلون علاقات دائمة مع صاحب العمل، والنوع الثاني هم العمال المؤقتين وبدورهم يشكلون علاقات مؤقتة، والمهم

في هذين النوعين من علاقات العمل أنهما مختلفين من حيث المهام المؤداة، المسؤوليات، السلطات بالمؤسسة، وكذلك حقوق العامل بتحديد وعلى هذا الأساس كان من الضروري التطرق للنوعين بشيء من التفصيل الممكن لوضع الحد الفاصل بينهما.

1- علاقة العمل الدائمة: وهي النوع الذي يؤسس على إبرام عقد عمل بين العامل وصاحب العمل

دون تحديد مسبق لتاريخ بطلانه أو نهاية ممارسة المنشأ المهني للعامل بالمؤسسة بموجب عقد العمل غير محدد مدة العمل بين العامل وصاحب العمل أو الهيئة المستخدمة، حيث يتم اللجوء الى هذا النموذج من علاقات العمل في غالب الأحيان أي تتوافر أسباب تتلخص في مجملها في رصد الهيئة المستخدمة بالمؤسسة الاحتياج الكمي والنوعي من طرف المؤسسة للموارد البشرية لتغطية المهام الإدارية والفنية بها ويصنف هذا الرصد في الاطار التنظيمي للمنظمة، ويتبعه إقرار صاحب العمل ووجوب التزامه المالي حيال العامل، لأن هذا الأخير يصبح أجيرو دائما، حيث يتم لجوء المنظمة الى العديد من إجراءات التوظيف بدء باجتذاب القوة العاملة وتدبير الاحتياجات من الافراد الذين يحتاج اليهم المشروع، فيهم عناصر ذات مستوى عال من الكفاءة والخبرة والمهارة ووضعهم في مناصب شغل تتناسب وتكوينهم ومستواهم الثقافي، الذي يعد الجزء الحي في قيام العامل بموجبات العمل، والمهم أن الامتياز الذي يحصل عليه العامل ذو العلاقة الدائمة في المنظمة يتمثل في المقام الأول ثبات الأجر الكامل والمحدد قانونيا وفق المستوى المهني للعامل وكل ملحقاته المادية المردودية السنوية، عائدات الأرباح الضمان الاجتماعي... الخ وتبعاته المعنوية المتمثلة في التكوين، التدريب وحق العطل السنوية... الخ

2- علاقة العمل المؤقتة: هي العلاقة التي تكون مدة العمل فيها محددة كبند من بنود العقد المبرر

تحديدا مسبقا ملزما العامل بترك العمل عند انقضاء تلك المدة إذ يترتب عنه انقطاع في العلاقة التي تربط بين العامل وصاحب العمل بمجرد انقضاء تلك المدة، فلا يكون أي تفاعل بينهما، وعليه فهي تختلف في مضمونها الوجودي عن سابقتها في العناصر الأساسية لعلاقة العمل الدائمة، أولها أن عمرها محدود وقصير، منذ النشأة الأولى لها وباتفاق مسبق بين العامل وصاحب العمل أو الهيئة المستخدمة حيث تنشأ علاقة العمل المؤقتة في الغالب عند حالات استثنائية ظرفية ومحدودة يستدعيها وضع تنظيمي للمؤسسة كما هو حال علاقات العمل في الجزائر في السنوات العشر الأخيرة، قد تتجسد في عقود تشغيل الشباب، عقود ما قبل التشغيل، عقود الادماج، وفي هذه النماذج يتم تشكيل عقود عمل مؤقتة وتتمثل هذه الوضعيات فيما يلي:

- عندما يستدعي وضع طارئ ما يتطلب القيام بذلك العمل الطارئ مثل حالات الاستنفار أين توجد كوارث طبيعية، انتخابات رئاسية أو برلمانية، أو مؤتمرات علمية دولية، وهنا تظهر وظائف مؤقتة تختفي بمرور فترة زمنية قصيرة.
 - عندما يستدعي الموقف المهني أو التنظيمي وجود ادراج عمال جدد لفترة محددة متعلقة بموسم الإنتاج عند دخول جني محصول زراعي ما مرتبط جنيته بعامل الزمن، تكاثف المادة الخام بمصنع ما ويخشى عليه من التلف، وهنا يضطر المصنع الى إضافة ورديات جديدة لتكثيف التصنيع أو حالة استخلاف عامل دائم لفترة قانونية كالعطلة المرضية أو عطلة الأمومة في التدريس... الخ
- وهنا يتم الاستعانة بعدد من العمال وفق الحاجة بعقود عمل مؤقتة ولفترة تناسب هذه العملية فقط.

3- تحول العلاقة المؤقتة الى الدائمة: إن الحديث عن نمطي علاقة العمل يدفع للبحث عن إجابة

لتساؤل في غاية الأهمية ومفاده هل من الممكن تحول أحد النمطين الى النمط الآخر؟ وبما أن نمطي العلاقات المؤقتة والدائمة لهما اختلافات جذرية قانونية وتنظيمية فإن إمكانية التحول تمر بالضرورة على نظامين أساسيين هما نظام التفاوض بين أطراف العلاقة والوسطاء، والنظام القانوني الذي يضمن حقوق وواجبات ذات الطرفين.

1/ النظام التفاوضي: يقصد بالتفاوض وجود حلقة اتقان تربط بين طرفي علاقة العمل العامل ورب العمل تكمن من تبادل الأفكار حول مبتغيات كل منهما، وبالتالي فالنظام يكفي وجود مجال ذا درجة التوافقية تعني كل منهما، والأهم أن التفاوض يفرز رضا المتفاوضين، والهدف من وجود النظام تحقيق التقريب بين أهدافهما ومصالحهما وما يقدمه كل منهما للطرف المقابل له، إذ يقدم العامل الجهد الكافي للعمل وفق الوقف المحدد في عقد العمل دون تكاسل، في المقابل يقدم صاحب العمل الأجر المناسب لذلك الجهد دون اقتطاع غير قانوني، وبالتالي نظام التفاوض في العمل سهل العديد من القواعد التي تشير التقريب بين الطرفين إضافة الى تحديد وجود الطرف الوسيط.

2/ النظام القانوني:

ونقصد به الرزنامة من القواعد القانونية والتشريعية المتعلقة بسيرورة العمل وكيفيات أدائه داخل المنظمة من تعليمات، تسلسل اداري... الخ إضافة الى كل ما يرتبط ببيئة العمل الفيزيائية وشروطها، وحيث أن العرض من وجود النظام القانوني الاهتمام بتغيير بنود عقد العمل المؤقت الى بنود عقد العمل دائم في حالت يحددها النظام القانوني ذاته وفق ما تنص عليه تشريعات العمل الرامية في النهاية الى حفظ حقوق العامل بالدرجة الأولى وضمان التزاماته. عموما يتم تحويل العامل في علاقته بصاحب العمل أو المؤسسة

المستخدمة له من الصيغة المؤقتة الى الصيغة الدائمة بالتركيز على عنصرين من عناصر علاقة العمل هما الأجر المتقاضي من طرف العامل وزمن عمله بالمؤسسة وفق ما تنص عليه تشريعات العمل المعمول بها في الغالب.

7. مميزات وأهداف علاقات العمل:

من البديهي أن يتكون المنتج الاجتماعي من تفاعل العديد من العناصر المختلفة التركيبية والنوع، بحيث تكون خصائص المركب ليست كمثباتها في أي مركب اجتماعي آخر، وعليه فإن اختيار علاقة العمل مركب اجتماعي فريد ناتج عن تفاعل عنصر العمل، الأجر، الزمن وأخيرا عنصر التبعية أو الاشراف يمنحها تميزا واضحا عن بقية أنماط العلاقات الاجتماعية الأخرى كالعلاقة التنظيمية، العلاقة السرية، علاقة المصاهرة... الخ إذ يرجع ذلك التميز الى ميزتين أساسيتين ومرتبطين في الوجود والتأثير كذلك هنا:

1- التنظيم القانوني للعلاقة: تنبث هذه علاقات العمل عادة من وجود قواعد وتشريعات للعمل

تتضمن تحديدا تفصيليا وشاملا بجملة النشاطات العامل بالمؤسسة المحددة من طرف صاحب العمل في العلاقة الرسمية (Relation Formal) يرضى عنها العامل بموجب تعاقدته معه على بنود العقد، وفي المقابل يتقاضى العامل أجرا مقابل أدائه لتلك الممارسات ويكون محدد كذلك في ذلك العقد أما صاحب العمل فهو ملزم الزاما قانونيا صارما بدفع ذلك الأجر في الوقت المحدد، حيث لا يسمح القانون بأي تواني في الالتزام من طرف العامل أو صاحب العمل على حد سواء في حالة قيام أحد طرفي علاقة العمل بأي تواني في التزامه حتما سوف يلاحقه القانون بالعقاب فمثلا لا يمكن للعامل أن ينتقل من المستوى التنظيمي المحدد له في العقد بمحض ارادته أو القيام بمهام تدرج في غير مستواه التنظيمي وإن كان الموقف التنظيمي أو المهني يستدعي ذلك الانتقال لصالح العمل والمؤسسة معا أو القيام بتلك المهام هذا من ناحية العامل. أما بالنسبة لصاحب العمل فلا يجوز له أن يطلب من العامل الزيادة في عدد ساعات العمل أو الكم المهام... الخ مع بقاء الأجر على حالة دون الزيادة، كما هو محدد في العقد، ومن هنا تضيف ميزة التنظيم القانوني لعلاقة العمل بين العامل وصاحب العمل الشرعية القانونية على كل حقوقه وتكسبها صفة الرسمية التنظيمية، مما يجعل ممارسة العلاقة من طرفيها المتعاقدين يطغى عليها الالتزام ووجوب الانضباط بدرجة عالية أكثر من أي نموذج علائقي آخر وجد في أي مؤسسة اجتماعية أخرى وترجع قوة الالتزام في القانون لوجود نصوص قانونية تعاقب من يقلل من نسبة الالتزام بما يجب عليه في علاقة العمل سواء بالنسبة للعامل أو رب العمل لأنهم وفق القانون هم طرفين في العلاقة متساوون.

2- الشمولية التنظيمية: ترتبط هذه الميزة الى حد كبير جدا بطبيعة البنية التنظيمية للمؤسسة ذاتها المتمثل في الهيكل التنظيمي الذي يعتبره العالم الفرنسي آلن (Allan) بأنه: المعطى التنظيمي الأساسي الذي يوضح سيرورة العمل ويقسمه الى مجموعات والذي يوضح المسؤوليات والسلطات في شكل بناء يترتب على نحو معين يتضمن سير العمل والقيام بالنشاطات الموكلة لمختلف الفعاليات، حيث تترتب تلك المجموعات ترتيبا تصاعديا هرميا حسب تلك المسؤوليات والسلطات مخولة في العادة الى طاقم الأفراد القائمين بتلك النشاطات، وبناء عليه فإن جملة العاملين بأي مؤسسة أو منظمة يتفاوتون في مستوى مسؤولياتهم حسب الحاجة التسييرية والتنظيمية. بناء على ذلك التفاوت في الهرمية السلطوية والمسؤولية المرتبطة بدورها بالوظائف والمهن، فإن العقد المبرم بين العمال وأصحاب العمل يجب أن يعكس ذلك التفاوت بشكل واضح وصريح لا يدعو الى الإيحاء أو تعدد القراءات الاحتمالية أو الالتباس من طرف العامل أثناء أداء العمل، والمهم في القضية الى المميزات التي كسبتها علاقات العمل في هذا الحيز كانت بغرض تحقيق جملة من الأهداف الأساسية.

بالنسبة للهدف الأول يعمل على التخفيف من حدة الصراع الصناعي داخل المنظمة بين الطبقات الاجتماعية، إضافة الى التقليل من تعقد العلاقات الصناعية الي عادة ما تنشأ في وسط المؤسسات الصناعية، خاصة بين العمال وهيئة التسيير والتنظيم، ومن هنا تم الحصول على ما يعرف بالتوازن الاجتماعي والتنظيمي داخل المنظمة، الذي لا علاقة له بجيئات اجتماعية خاصة بأحد العمال أو بمكوناته الوجدانية الانفعالية العاطفية، صحيح أن الرؤى الحديثة لعلاقات العمل وحقوق الانسان بلغت الى حد ما في تجسيد درجة عالية من السيطرة على ميكانيزمات الصراع الطبقي بين العمال ورب العمل، وترتب على تلك إعطاء العامل قيمة أكثر من وسائل الإنتاج الأخرى التي وصفت بالخدمة، لكن يبقى تحقيق الهدف الموالي رهن النمو الاجتماعي والتنظيمي في المجتمع في كل المجالات. أما الهدف الثاني يعمل على تحقيق بيئة عمل تتميز بالسلام المهني بالمؤسسات والتنظيمات الصناعية خاصة، ومن ثمة في المجتمع برمته من خلال تحقيق قدر من الاشباع المادي العالي المستوى وارتقاء العمال الى مستوى تحقيق اشباع على مستوى الصحة النفسية والاجتماعية بين سائر شرائح العمال وذلك بتوفير الظروف المهنية الاجتماعية والفيزيقية المناسبة تساعد العامل على وضع مرجعية مهنية للعمل والتنظيم المؤسساتي، إضافة الى تحقيق الاستقرار النفسي الذي يقلل من دوزان العمل ويمكن العامل من التكيف في الوسط المهني الرسمي، وبالتالي رفع مستوى الرضا عنده والروح المعنوية مما يترتب عنه التقليل من الغياب والتغيب وكثرة الإحباط والشكاوي من سيرورة العمل وضغوطات العمل المختلفة المصدر والقوة.

يعتبر هذا الهدف علاقات العمل هدفا مستقبليا يرمي الى تحقيق قانون علاقات العمل في العالم الموضوعي من خلال التعديلات المتوالية للقواعد القانونية بين الحين والآخر التي تجريها الدول ومنظمات العمل العربية والعالمية لسد الثغرات والفجوات القانونية التي تقلل من إمكانية الوصول اليه في أوقات قريبة، مع ما تقدمه العلوم الإنسانية من إفادات تنمي به الوعي العمالي وثقافة الاستثمار عند أرباب العمل. (عرعور، 2014، ص ص. 28-32)

8. إثبات علاقة العمل:

يمكن إثبات علاقات العمل أو عقد العمل بأية وسيلة كانت، هذا ما تنص عليه كافة النصوص القانونية الخاصة بتنظيم علاقات العمل، وبهذه القاعدة العامة فإن طرق ووسائل اثبات علاقات العمل تختلف عن أحكام لإثبات المعمول بها في المعاملات والعلاقات والالتزامات المدنية والتجارية الأخرى، وذلك نظرا لاختلاف وسائل انعقاد هذه العلاقة والتي كما بينها من قبل تتم بعقد مكتوب أو غير مكتوب، وتعتبر قائمة بمجرد قيام شخص بالعمل لحساب شخص آخر.

ونستخلص مما تقدم أن إثبات علاقات العمل تتم بالنظر الى الأداة التي تتم بها هذه العلاقة فإذا تمت بمقتضى عقد مكتوب. (المادة 10 من ق. ع. ج رقم: 11/90). فإن أداة الاثبات تكون بالرجوع الى وثيقة ذلك العقد سواء كانت الأصلية أو نسخة مطابقة لها، أما في الحالات التي لا يكون فيها عقد العمل مكتوبا، يمكن اللجوء الى وسائل الاثبات المختلفة دون استثناء كالبنية والقرائن، واليمين أو الشهود الى غير ذلك من الوسائل، وبالإضافة الى كل ما سبق فإن الميدان العلمي غالبا ما يقدم لنا أدوات ووسائل اثبات قاطعة من بينها ملف العامل الذي يحتفظ به صاحب العمل وما يحتويه من وثائق مختلفة الى جانب إمكانية اللجوء الى بعض المصالح والإدارات التي لها علاقات بأصحاب العمل مثل مصالح الضرائب والضمان الاجتماعي التي يلتزم صاحب العمل بدفع الاقتطاعات من المرتبات والأجور كل شهر، كما يمكن اثبات هذه العلاقة بواسطة قسيمة الأجور التي يلتزم صاحب العمل بتقديمها شهريا الى العامل. (سليمان، 2002، ص ص. 86-87)

إلا أن كل هذه الوسائل يمكن أن تكون لها فعالية في اثبات هذه العلاقة في الحالات التي تتم فيها علاقة العمل بين الطرفين بصفة شفوية وخاصة في حالات العمل المؤقت، الذي كثيرا ما لا يقوم فيه صاحب العمل بالتصريح لمصالح الضمان الاجتماعي، وعدم دفعه للأقسام المستحقة لها ولمصالح الضرائب، وهي حالات كثيرة الوقوع في بعض قطاعات العمل الموسمي في الأرياف مثلا.

خاتمة:

من خلال هذا الفصل نستنتج أن علاقات العمل لها دور كبير داخل المنظمات نظرا لأنها تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة، وهذا ما يجعل من الضروري إعطاء علاقات العمل الاهتمام المناسب لها داخل المؤسسة.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد.

1. تعريف المديرية الولائية للضرائب بالمسيلة.
2. مهام واختصاصات مديرية الضرائب.
3. الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب.
4. تفرغ البيانات وتحليلها الخاصة بالاستبيان.
5. النتائج العامة للدراسة.
6. الاقتراحات والتوصيات.

خاتمة

تمهيد:

تعد الجزائر من الدول النامية أو السائرة في طريق النمو وتسعى من خلال ذلك الى تحقيق التنمية الاقتصادية أو الإقلاع الاقتصادي، وهذا من أجل التقدم ومواكبة الركب الحضاري.

وللوصول الى هذا الهدف أو المبتغى لا بدّ من وجود سياسة اقتصادية حقيقية وفعلية، تركز على وجود نظام جبائي خاص ومميز يضمن المشاركة المالية لجميع المواطنين من أجل تمويل الخزينة العامة والتي تستغل في تغطية احتياجات المواطنين.

فتعتبر المديرية الولائية للضرائب جزء لا يتجزأ من الهيكل العام للضرائب، إذ هي القاعدة له، وهي إدارة جبائية ذات طابع مالي وخدمي تقوم بتحصيل الضرائب والرسوم وفق قواعد قانونية يطلق عليها القانون الجبائي وتدفع الى ذوي الحقوق في حدود اختصاصها القانوني ولها علاقات في الإدارات الأخرى مثل: العدالة والبنك والبريد تتكفل بتحصيل المبالغ، وذلك من حيث أنها تمثل نسبة معتبرة من إيرادات ميزانية الدولة.

1. تعريف مديرية الضرائب لولاية المسيلة.

المديرية الولائية للضرائب هي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري، تمارس مهامها ضمن اختصاص ولائي ومقرها مركز الولاية وتشرف على المصالح الخارجية التابعة لها في كل دائرة وتسمى هذه المصالح بالمراكز الجوارية للضرائب، إضافة الى المركز الولائي للضرائب ومقره مركز الولاية.

2. مهام واختصاصات مديرية الضرائب:

- ضمان المديرية الولائية للضرائب بممارسة السلطة السلمية لمراكز الضرائب والمراكز الجوارية للضرائب.
- السهر على احترام التنظيم والتشريع الجبائي، ومتابعة ومراقبة نشاط المصالح وتحقيق الأهداف المحددة لها.
- تنظيم جمع العناصر اللازمة لإعداد التقديرات الجبائية.
- اصدار الجداول وقوائم المنتوجات وشهادات الإلغاء أو التخفيض وتعابنها وتصادق عليها وتقوم النتائج وتعّد الحصيللة الدورية.
- تحليل وتقييم دوريا عمل المصالح الخاضعة لاختصاصها، اعداد تلخيصا عن ذلك واقتراح أي اجراء من شأنه أن يحسن عملها.

- الجداول وسندات الإيرادات وتحصيل الضرائب والأتاوى.
 - مراقبة التكفل والتصفية اللتين يقوم بهما كل مكتب القباضة ومتابعة تسوية ذلك.
 - متابعة تطور الدعاوى المرفوعة أمام القضاء في مجال منازعات التحصيل.
 - ضمان الرقابة القبليّة وتصفية حسابات تسيير القابضين.
 - تنظيم جمع المعلومات الجبائية واستغلالها.
 - اعداد برامج التدخل لدى المكلفين بالضريبة ومتابعة تنفيذها وتقييم نتائجها.
 - وضع الرقابة المقررة فيما يخص القيم والأسعار وتأذن بالزيادة إن اقتضى الأمر ذلك.
 - دراسة العرائض وتنظيم أشغال لجان الطعن ومتابعة المنازعات ومسك الملفات المرتبطة بها بصفة منتظمة.
 - متابعة تطور القضايا المرفوعة أمام القضايا في مجال وعاء الضريبة.
 - تقدير احتياجات المديرية من الوسائل البشرية والمادية والتقنية والمالية وإعداد تقديرات الميزانية المطابقة لذلك.
 - ضمان تسيير المستخدمين والاعتمادات المخصصة لهذه المصالح.
 - توظيف وتعيين المستخدمين الذين لم تقرر طريقة أخرى لتعيينهم.
 - تنظيم وتطبيق أعمال التكوين وتحسين المستوى التي تبادر بها المديرية العامة للضرائب.
 - تكوين رصيذا وثائقيا للمديرية الولائية وتسييره وضمان توزيعه وتعميمه.
 - السهر على مسك ملفات جرد الأملاك العقارية والمنقولة كما السهر على صيانة هذه الأملاك والحفاظة عليها.
 - تنظيم استقبال المكلفين بالضريبة وإعلامهم.
 - نشر المعلومات والآراء لفائدة المكلفين بالضريبة.
3. الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب:

المديرية الولائية للضرائب بالمسيلة: تتكون من (05) مديريات فرعية هي:

- 1- المديرية الفرعية للعمليات الجبائية: وتكلف بـ:
 - تنشيط المصالح وإعداد الاحصائيات وتجميعها، كما تكلف بأشغال الإصدار.

- التكفل بطلبات اعتماد حصص شراء بالإعفاء من الرسم على القيمة المضافة ومتابعتها ومراقبتها.
 - متابعة أنظمة الإعفاء والامتيازات الجبائية الخاصة.
- تعمل على تسيير:

أ/ مكتب الجداول: ويكلف بـ:

- التكفل بالجداول العامة والتصديق عليها.
- التكفل بمصفوفات الجداول العامة وسندات التحصيل.

ب/ مكتب الاحصائيات: ويكلف بـ:

- استلام احصائيات الهياكل الأخرى في المديرية الولائية.
- مركزة المنتجات الإحصائية الدورية الخاصة بالوعاء والتحصيل.
- مركزة الوضعيات الإحصائية الدورية وضمان حالتها الى المديرية الجهوية للضرائب.

ج/ مكتب التنظيم والعلاقات العامة: ويكلف بـ:

- استلام ودراسة طلبات الاعتماد في نظام الشراء بالإعفاء من الرسم على القيمة المضافة مع تسليم هذه الاعتمادات.

- متابعة الأنظمة الجبائية الخاصة والامتيازية.

- نشر المعلومة الجبائية واستقبال الجمهور وإعلامه وتوجيهه.

د/ مكتب التنشيط والمساعدة: ويكلف لا سيما بضمان ما يأتي:

- التكفل بالاتصال مع الهياكل الجهوية والمديريات الولائية للضرائب وكذا بتنشيط المصالح المحلية ومساعدتها قصد تحسين مناهج العمل وانسجامها.
- متابعة تقارير التحقيق في التسيير ومعالجتها.

2- المديرية الفرعية للتحصيل: وتكلف بـ:

- التكفل بالجداول وسندات الإيرادات ومراقبتها ومتابعتها وكذا بوضعية تحصيل الضرائب والرسوم وكل نتائج آخر أو أتاوى.

- متابعة العمليات والقيود المحاسبية والمراقبة الدورية لمصالح التحصيل وتنشيط قابضات الضرائب في مجال تنفيذ أعمالها للتطهير وتصفية الحسابات وكذا التحصيل الجبري للضريبة.
 - التقييم الدوري لوضعية التحصيل وتحليل النقائص لا سيما فيما يخص التصفية مع اقتراح تدابير من شأنها أن تحسن الناتج الجبائي.
 - مراقبة القابضات ومساعدتها قصد تطهير حسابات قابضات الضرائب بغية تصفية الحسابات وتطهيرها.
- تعمل على تسيير:

أ/ مكتب مراقبة التحصيل: ويكلف بـ:

- دفع نشاطات التحصيل.
- المحافظة على مصالح الخزينة بمناسبة الصفقات العقارية الموثقة وعند ارجاع فائض المدفوعات.
- اعداد عناصر الجباية الضرورية لوضع الميزانية وتبليغها للجماعات المحلية وكذا الهيئات المعنية.

ب/ مكتب متابعة عمليات القيد وأشغاله: ويكلف بضمان:

- متابعة أعمال التأشير والتوقيع على المدفوعات وعلى شهادات الإلغاء من الجدول وسندات الإيرادات المتكفل بها.
- المراقبة الدورية لوضعية الصندوق وحركة الحسابات المالية والقيم غير النشطة.
- التكفل الفعلي بالأوامر والتوصيات التي يقدمها المحققون في التسيير، بخصوص مهام المراقبة وتنفيذها.
- ضمان إعداد وتأشير عمليات والقيود عند تسليم المهام بين المحاسبين.

ج/ مكتب التصفية: ويكلف بضمان:

- مراقبة التكفل بالجداول العامة وبسندات التحصيل أو الإيرادات المتعلقة بمستحقات ومستخرجات الأحكام والقرارات القضائية في مجال الغرامات والعقوبات المالية أو الموارد غير الجبائية.
- استلام المنتجات الإحصائية التي يعدها قابضو الضرائب والمصادقة عليها.
- مركزة حسابات تسيير الخزينة والمستندات الملحقه.
- التكفل بجداول القبول في الإرجاء للمبالغ المتعذر تحصيلها وجدول تصفية منتجات الخزينة وسجل الترحيل ومراقبة كل ذلك.

3- المديرية الفرعية للمنازعات: وتكلف بضمانك

- معالجة الاحتجاجات المقدمة برسم المرحلتين الإداريتين للطعن النزاعي أو المرحلة الاعفائية، وتبليغ القرارات المتخذة والأمر بصرف الالغاءات والتخفيضات الممنوحة.
- معالجة طلبات استرجاع الدفع المسبق للرسم على القيمة المضافة.
- تشكيل ملفات إيداع التظلمات أو طعون الاستئناف والدفاع أمام الهيئات القضائية المختصة عن مصالح الإدارة الجبائية.

تعمل على تسيير:

أ/ مكتب الاحتجاجات: ويكلف ب:

- استلام دراسة الطعون الهادفة سواء الى ارجاع الحقوق أو الى الغاء القرارات الملاحقة أو الى المطالبة بأشياء محجوزة.

- استلام ودراسة الطلبات المتعلقة باسترجاع اقتطاعات الرسم على القيمة المضافة.

ب/ مكتب لجان الطعن: ويكلف ب:

- دراسة الاحتجاجات أو الطلبات التي يقدمها المكلفون بالضريبة وتقديمها للجان المصالحة والطعن النزاعي أو الاعفائي المختصة.

- تلقي الطلبات التي يتقدم بها قابضوا الضرائب الرامية الى التصريح بعدم إمكانية التحصيل أو إخلاء المسؤولية أو إرجاء دفة أقساط ضريبية أو رسوم أو حقوق غير قابلة للتحصيل وعرضها على لجنة الطعن الاعفائي المختصة.

ج/ مكتب المنازعات القضائية: ويكلف ب:

- اعداد وتكوين ملفات إيداع الشكاوى لدى الهيئات القضائية الجزائية المختصة.
- الدفاع أمام الهيئات القضائية المختصة على مصالح الإدارات الجبائية عند الاحتجاج على فرض ضريبة.

د/ مكتب التبليغ والأمر بالصرف: ويكلف بـ:

- تبليغ المكلفين بالضريبة والمصالح المعنية بالقرارات المتخذة برسم مختلف أصناف الطعن.
- الأمر بصرف الإلغاءات والتخفيضات الممنوحة مع إعداد الشهادات الخاصة بذلك.

4- المديرية الفرعية للمراقبة الجبائية: وتكلف بـ:

- إعداد برامج البحث ومراقبة التقييمات ومتابعة إنجازها.

تعمل على تسيير:

أ/ مكتب البحث عن المعلومة الجبائية: الذي يعمل في شكل فرق ويكلف بـ:

- تشكيل فهرس للمصادر المحلية للمعلومات التي تعني وعاء الضريبة ومراقبتها وكذا تحصيلها.
- تنفيذ برامج التدخلات والبحث وكذا تنفيذ حق الاطلاع وحق الزيارة بالتنسيق مع المصالح والمؤسسات المعنية.

ب/ مكتب البطاقات والمقارنات: ويكلف بـ:

- تكوين وتسيير مختلف البطاقات الممسوكة.
- التكفل بطلبات التعريف الجبائية للمكلفين بالضريبة.
- مراقبة استغلال المصالح المعنية لمعطيات المقارنة وإعداد وضعيات إحصائية وحواصل دورية لتقييم نشاطات المكتب.

ج/ مكتب المراجعات الجبائية: الذي يعمل في شكل فرق ويكلف بضمان:

- متابعة تنفيذ برامج المراقبة والمراجعة.
 - تسجيل المكلفين بالضريبة في مختلف برامج المراقبة.
 - إعداد الوضعيات الإحصائية والتقارير الدورية التقييمية.
- د/ مكتب مراقبة التقييمات: الذي يعمل في شكل فرق ويكلف بـ:

- استلام واستغلال عقود نقل الملكية بالمقابل أو مجاناً.
- المشاركة في أشغال التحيين للمعايير المرجعية (التنطيق).

- متابعة أشغال الخبرة في إطار الطلبات التي تقدمها السلطات العمومية.
- 5- المديرية الفرعية للوسائل: وتكلف ب:
 - تسيير المستخدمين والميزانية والوسائل المنقولة وغير المنقولة للمديرية الولائية للضرائب.
 - السهر على تنفيذ البرامج المعلوماتية وتنسيقها، وكذا السهر على إبقاء المنشآت التحتية والتطبيقات المعلوماتية في حالة تشغيل.

تعمل على تسيير:
- أ/ مكتب المستخدمين والتكوين: ويكلف ب:
 - السهر على احترام التشريع والتنظيم الساريين المفعول في مجال تسيير الموارد البشرية والتكوين.
 - إنجاز أعمال ضبط التعداد وترشيد مناصب العمل، التي يشرع فيها بالاتصال مع الهياكل المعنية في المديرية الجهوية.

ب/ مكتب عمليات الميزانية: ويكلف ب:

 - القيام في حدود صلاحياته بتنفيذ العمليات الميزانية.
 - تحرير أمر بصرف ملفات استرداد الرسم على القيمة المضافة، وذلك في حدود الاختصاص المخول له.
 - تحرير أمر بصرف فوائض المدفوعات الناتجة عن استعمال شهادات الإلغاء الصادرة بخصوص الضرائب محل النزاع، الموجودة في حدود اختصاص المديرية الولائية للضرائب ومراكز الضرائب.
 - الاعداد السنوي للحساب الإداري للمديرية.
- ج/ مكتب الوسائل وتسيير المطبوعات والأرشيف: ويكلف ب:
 - تسيير الوسائل المنقولة وغير المنقولة وكذا مخزن المطبوعات وأرشيف كل المصالح التابعة للمديرية الولائية للضرائب تنفيذ التدابير المشروع فيها من أجل ضمان أمن المستخدمين والهياكل والعتاد والتجهيزات مع إعداد تقارير دورية عن ذلك.

د/ مكتب الاعلام الآلي: ويكلف ب:

 - التنسيق في مجال الاعلام الآلي بين المصالح على الصعيدين المحلي والجهوي.
 - المحافظة في حالة شغل للمنشآت التحتية التكنولوجية ومواردها.

باستثناء مديرتي الضرائب لولابتي ايليزي وتندوف فهما مكونتان من ثلاث (03) مديريات فرعية:

1- المديرية الفرعية للعمليات الجبائية والتحصيل: تضم:

- أ. مكتب الجداول والاحصائيات.
- ب. مكتب التنظيم والتنشيط والعلاقات العمومية.
- ت. مكتب مراقبة التحصيل.
- ث. مكتب متابعة العمليات وأشغال القيد والتصفية.

2- المديرية الفرعية للمنازعات والرقابة الجبائية: تضم:

- أ. مكتب الاحتجاجات.
- ب. مكتب المنازعات القضائية ولجان الطعن.
- ت. مكتب التبليغات والأمر بالصرف.
- ث. مكتب البحث عن المعلومة الجبائية والمراجعات الجبائية ومراقبة التقييمات.

3- المديرية الفرعية للوسائل: تضم:

- أ. مكتب المستخدمين والتكوين.
- ب. مكتب العمليات الميزانية.
- ت. مكتب الوسائل والاعلام الآلي.



شكل رقم (01): يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب لولاية المسيلة

4. تفريغ البيانات وتحليلها.

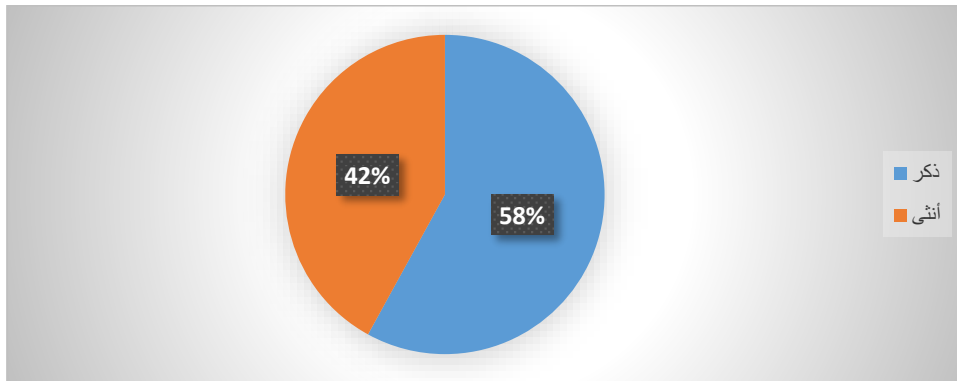
أولاً: البيانات الشخصية

1-الجنس:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
58,0%	29	ذكر
42,0%	21	أنثى
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن 29 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 58%، أما حجم الإناث فقد بلغ 21 أنثى بنسبة قدرت بـ 42%، وهذا كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



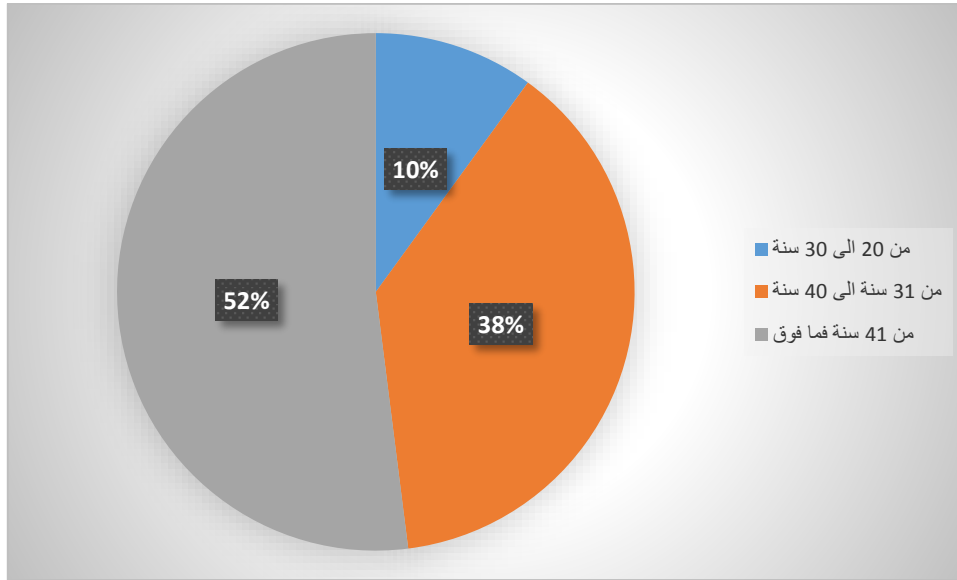
الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

2-السن:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
10,0%	5	من 20 الى 30 سنة
38,0%	19	من 31 سنة الى 40 سنة
52,0%	26	من 41 سنة فما فوق
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين أعمارهم من 20 – 30 سنة بلغ عددهم 5 أفراد بنسبة 10%، أما الذين يتراوح سنهم من 31 – 40 فقد كان عددهم 19 بنسبة قدرت بـ 38%، وفيما يتعلق بالذين هم من 41 سنة فما فوق فقد بلغ عددهم 26 أفراد بنسبة 52%، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



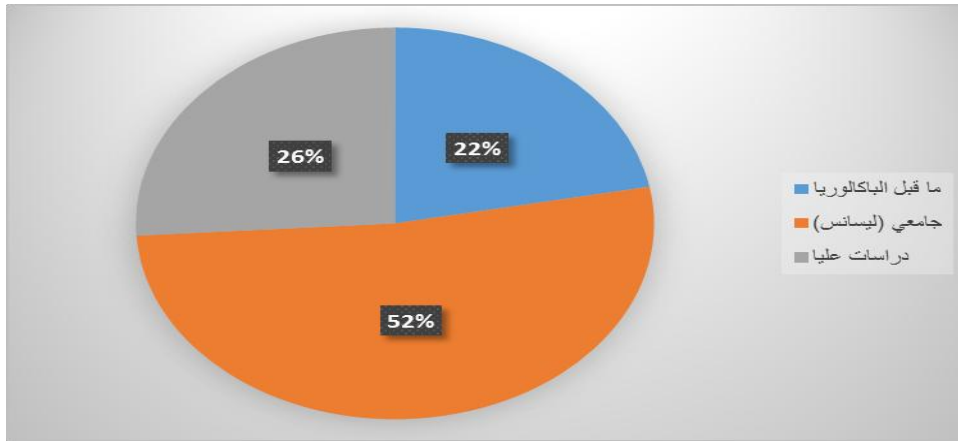
الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

3- المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
22,0%	11	ما قبل البكالوريا
52,0%	26	جامعي (ليسانس)
26,0%	13	دراسات عليا
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن (11) فرد يمثلون الأفراد ذوي مستوى ما قبل البكالوريا بنسبة بلغت 22%، في حين نلاحظ أن 26 أفراد يمثلون الأفراد ذوي مستوى جامعي بنسبة بلغت 52%، أما حجم الذين لديهم مستوى دراسات عليا فقد بلغ عددهم 13 بنسبة قدرت بـ 26%، وهذا كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

4- الخبرة المهنية:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

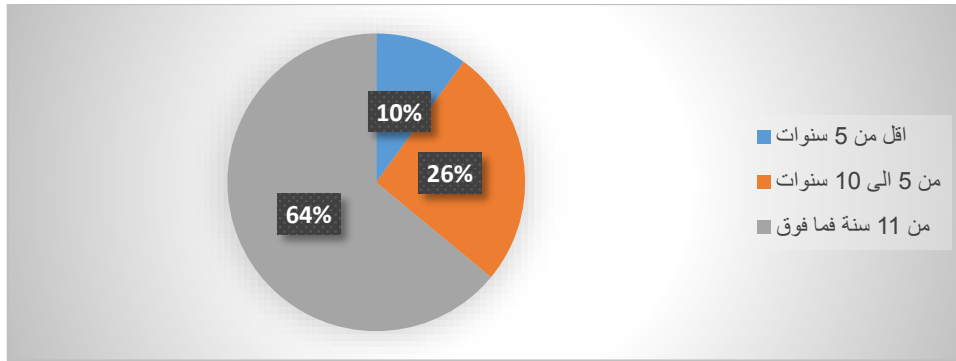
النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة المهنية
10,0%	5	أقل من 5 سنوات
26,0%	13	من 5 إلى 10 سنوات
64,0%	32	من 11 سنة فما فوق
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (50) فرداً،

نلاحظ أن (05) أفراد يتراوح سنهم (أقل من 05 سنوات) بنسبة بلغت 10 %، أما من تتراوح خبرتهم من

(من 05 إلى 10 سنوات) فقد بلغ عددهم (13) فرد بنسبة قدرت بـ 26 %، أما من تتراوح خبرتهم من

(من 11 سنة فما فوق) فقد بلغ عددهم (32) فرد بنسبة قدرت بـ 64 %، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



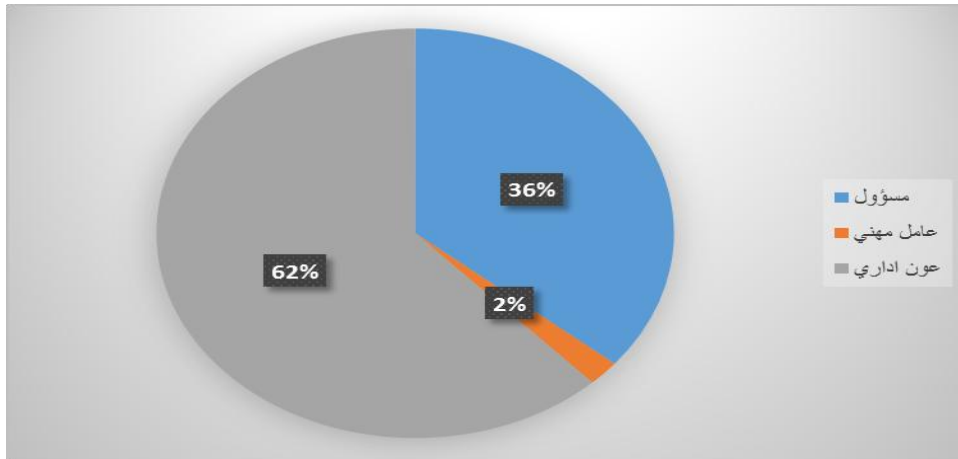
الشكل رقم (05) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.

5- طبيعة الوظيفة:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة الوظيفة

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة الوظيفة
36 %	18	مسؤول
2 %	1	عامل مهني
62 %	31	عون اداري
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن (18) أفراد يمثلون الأفراد يشغلون وظيفة مسؤول بنسبة بلغت 36%، في حين نلاحظ أن فرد واحد (01) أفراد يمثلون الأفراد يشغلون وظيفة عامل مهني بنسبة بلغت 02%، أما حجم الذين يشغلون وظيفة عون اداري فقد بلغ عددهم 31 بنسبة قدرت بـ 62%، وهذا كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (06) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة الوظيفة

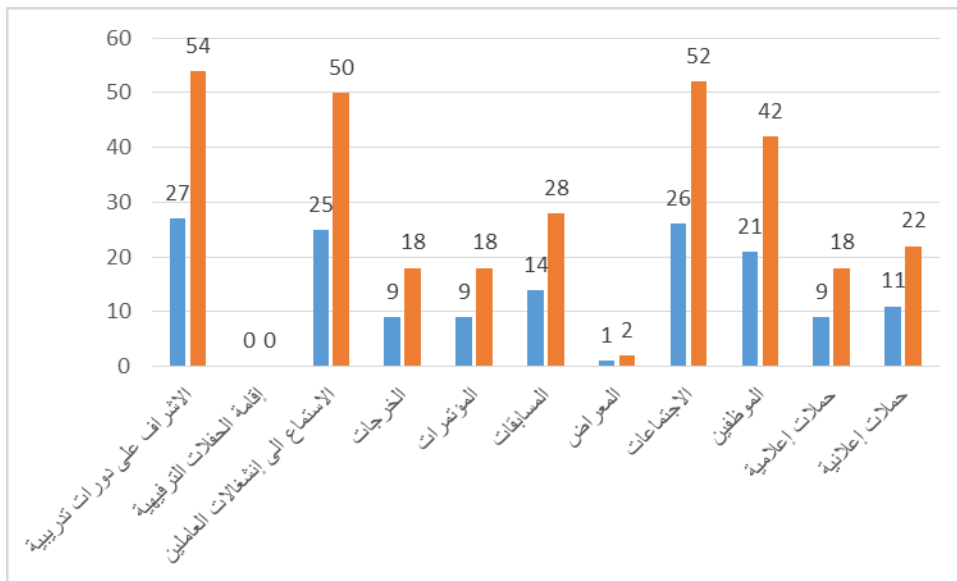
المحور الاول: دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل علاقات العمل الايجابية داخل المؤسسة
السؤال رقم (06):

نص السؤال رقم (6) على: ماهي أهم نشاطات العلاقات العامة التي تقوم بها خلية الاتصال للموظفين؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 6
1	%54,0	27	الاشراف على دورات تدريبية
///////	%0,0	0,0	إقامة الحفلات الترفيهية
3	%50,0	25	الاستماع الى انشغالات العاملين
7	%18,0	9	الخرجات
7	%18,0	9	المؤتمرات
5	%28,0	14	المسابقات
10	%2,0	1	المعارض
2	%52,0	26	الاجتماعات
4	%42,0	21	الموظفين
7	%18,0	9	حملات إعلامية
6	%22,0	11	حملات إعلانية
//////////	%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (50) فرد نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (6): ماهي أهم نشاطات العلاقات العامة التي تقوم بها خلية الاتصال للموظفين؟ حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (الإشراف على دورات تدريبية) ب 27 تكرار ونسبة مئوية قدرت ب 54%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (الاجتماعات) بمجموع تكرار بلغ 26 ونسبة مئوية قدرت ب (52%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (الاستماع الى انشغالات العاملين) بمجموع تكرار بلغ (25) ونسبة مئوية قدرت ب 50%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (الموظفين) بمجموع تكرار بلغ (21) ونسبة مئوية قدرت ب 42%. وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (المسابقات) بمجموع تكرار بلغ (14) ونسبة مئوية قدرت ب 28%. وفي المرتبة السادسة جاء البديل (حملات إعلانية) بمجموع تكرار بلغ (11) ونسبة مئوية قدرت ب 22%. وفي المرتبة السابعة جاء البدائل (المؤتمرات/الخرجات/ حملات إعلامية) بمجموع تكرار بلغ (11) ونسبة مئوية قدرت ب 18%. وفي الأخير جاء البديل (المعارض) بمجموع تكرار بلغ (11) ونسبة مئوية قدرت ب 22%. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (07) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة على السؤال (06)

السؤال رقم (07):

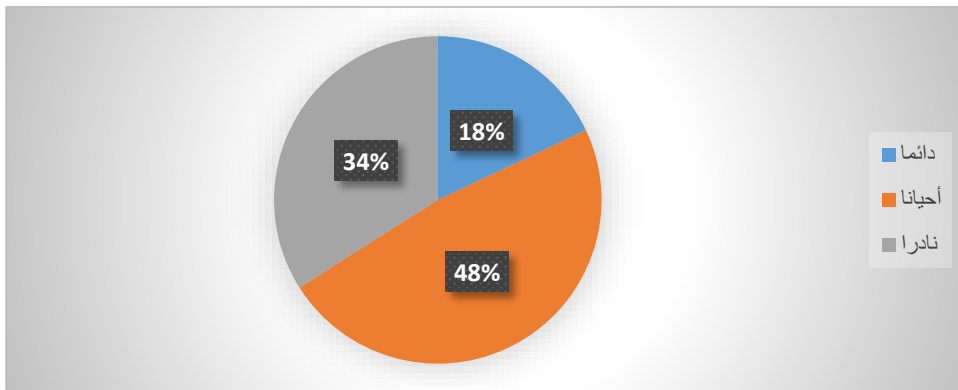
نص السؤال رقم (7) على: هل تهتم مؤسستكم بأنشطة العلاقات العامة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)

السؤال 7	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	9	18 %
أحيانا	24	48 %
نادرا	17	34 %
الإجمالي	50	100 %

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 50 فردا، نلاحظ أن الذين أكدوا بأن مؤسستهم تهتم بأنشطة العلاقات العامة (دائما) بلغ عددهم 9 فرد بنسبة 18%، أما الذين أكدوا بأن مؤسستهم تهتم بأنشطة العلاقات العامة (أحيانا) فقد كان عددهم 24 فرد بنسبة قدرت بـ 48 %، أما الذين أكدوا بأن مؤسستهم تهتم بأنشطة العلاقات العامة (نادرا) فقد كان عددهم 17 فرد بنسبة قدرت بـ 34 %.

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن مؤسستهم أحيانا ما تهتم بأنشطة العلاقات العامة، وهذا كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)

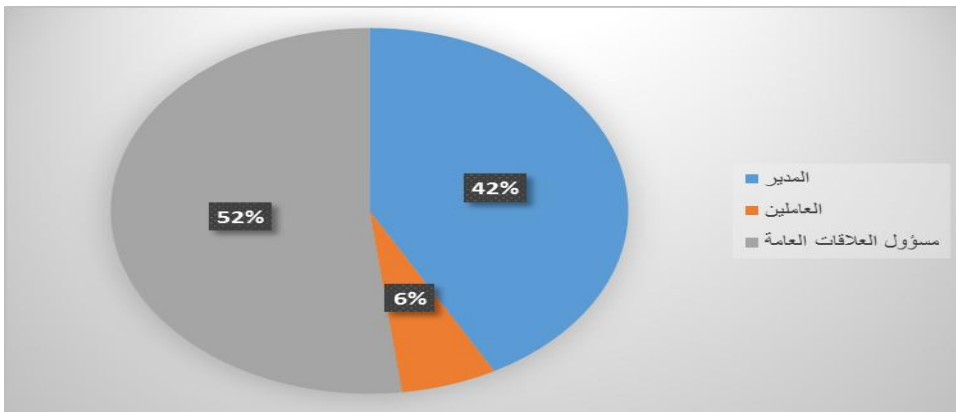
السؤال رقم (08):

نص السؤال رقم (8) على: من هو المسؤول عن إعداد وتنظيم أنشطة العلاقات العامة في مؤسستكم؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8)

السؤال 8	التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
المدير	21	42,0%	2
العاملين	3	6,0%	3
مسؤول العلاقات العامة	26	52,0%	1
الإجمالي	50	100%	//////////

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (50) فرد نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (08): من هو المسؤول عن إعداد وتنظيم أنشطة العلاقات العامة في مؤسستكم؟ حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (مسؤول العلاقات العامة) بـ 26 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 52%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (المدير) بمجموع تكرار بلغ 21 ونسبة مئوية قدرت بـ (42%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (العاملين) بمجموع تكرار بلغ (3) ونسبة مئوية قدرت بـ 6%. الاستنتاج: وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08) أن المسؤول عن إعداد وتنظيم أنشطة العلاقات العامة في مؤسستهم هو مسؤول العلاقات العامة بالدرجة الأولى ثم يليه المدير. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8)

السؤال رقم (09):

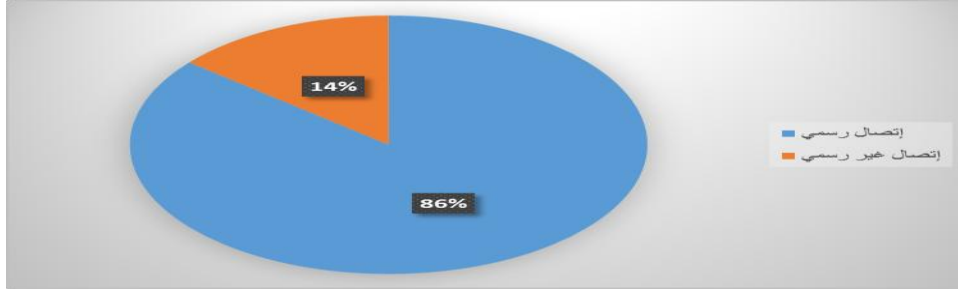
نص السؤال رقم (9) على: ما هو شكل الاتصال الغالب في مؤسستكم وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 9
1	%86,0	43	اتصال رسمي
2	%14,0	7	اتصال غير رسمي
//////////	%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين أكدوا بأن الاتصال الغالب في المؤسسة هو (اتصال رسمي) بلغ عددهم 43 فرد بنسبة 86 %، أما الذين أكدوا بأن الاتصال الغالب في المؤسسة هو (اتصال غير رسمي) فقد كان عددهم 07 فرد بنسبة قدرت بـ 14 %.

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن شكل الاتصال الغالب في مؤسستهم هو الاتصال الرسمي كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)

السؤال رقم (10):

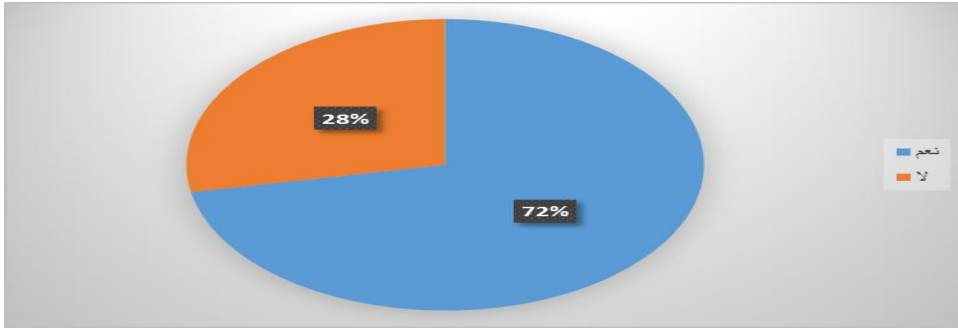
نص السؤال رقم (10) على: هل تعتبر مؤسستك بأن أنشطة العلاقات العامة من بين الأجهزة الفعالة في المؤسسة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 10
72,0%	36	نعم
28,0%	14	لا
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين أجابوا على السؤال رقم (10) والذي نص على: هل تعتبر مؤسستك بأن أنشطة العلاقات العامة من بين الأجهزة الفعالة في المؤسسة؟ بالبديل (نعم) بلغ عددهم 36 فرد بنسبة 72%، أما الذين أجابوا على السؤال بالبديل (لا) فقد بلغ عددهم 14 فرد بنسبة قدرت بـ 28%.

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأنه مؤسستهم تعتبر أنشطة العلاقات العامة من بين الأجهزة الفعالة في المؤسسة. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

المحور الثاني: مهام وإجراءات أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة؟
السؤال رقم (11):

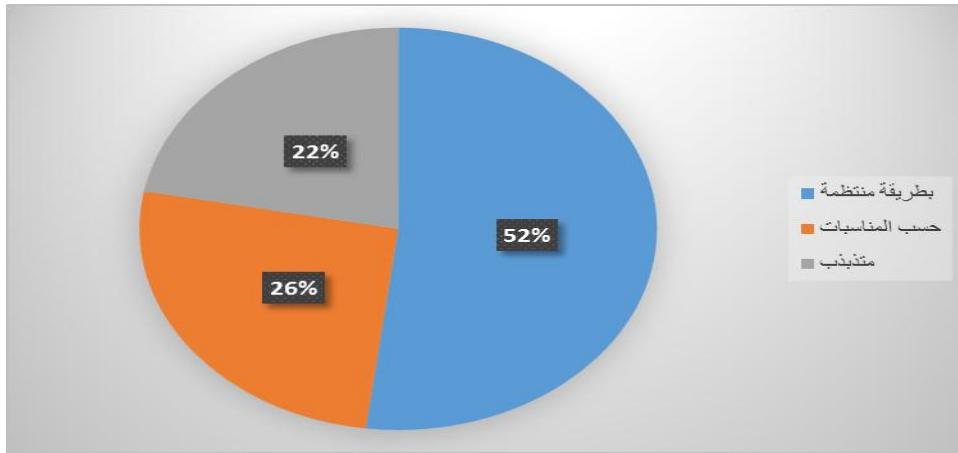
نص السؤال رقم (11) على: هل تركز مؤسستكم على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 11
1	52,0%	26	بطريقة منتظمة
2	26,0%	13	حسب المناسبات
3	22,0%	11	متذبذب
////////////////	100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين أكدوا بأن مؤسستهم تركز على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة بـ (بطريقة منتظمة) بلغ عددهم 26 فرد بنسبة 52 %، أما الذين أكدوا بأن مؤسستهم تركز على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة (حسب المناسبات) فقد كان عددهم 13 فرد بنسبة قدرت بـ 26 %، أما الذين أكدوا بأن مؤسستهم تركز على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة بشكل (متذبذب) فقد كان عددهم 11 فرد بنسبة قدرت بـ 22 %،

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن مؤسستهم تركز على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة بطريقة منتظمة. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

السؤال رقم (12):

نص السؤال رقم (12) على: فيما تتمثل أبرز مهام العلاقات العامة في مؤسستكم؟ وبعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

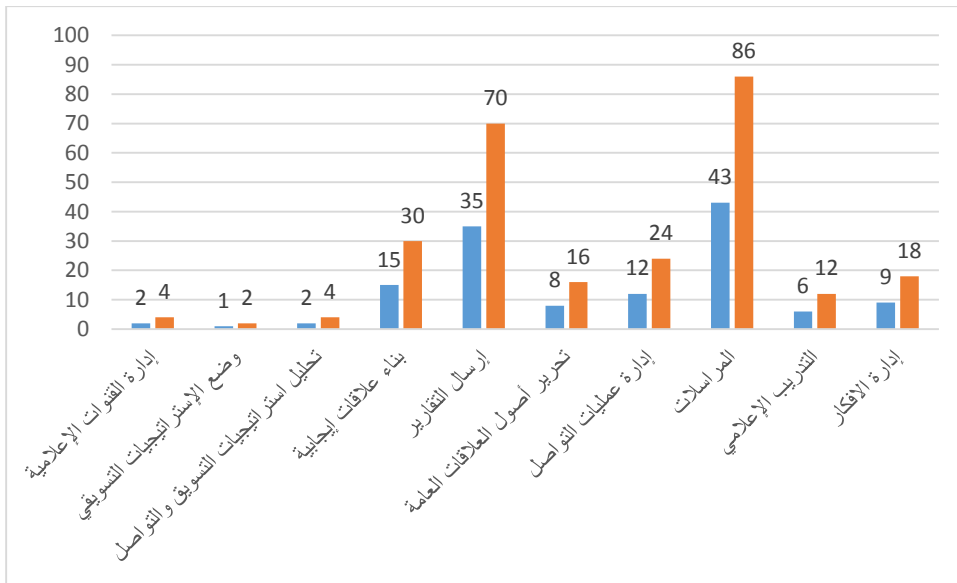
الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 12
8	4,0%	2	إدارة القنوات الإعلامية
10	2,0%	1	وضع الاستراتيجيات التسويقية
8	4,0%	2	تحليل استراتيجيات التسويق والتواصل
3	30,0%	15	بناء علاقات إيجابية
2	70,0%	35	إرسال التقارير
6	16,0%	8	تحرير أصول العلاقات العامة
4	24,0%	12	إدارة عمليات التواصل
1	86,0%	43	المراسلات
7	12,0%	6	التدريب الإعلامي
5	18,0%	9	إدارة الأفكار

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (50) فرد نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (12): فيما تتمثل أبرز مهام العلاقات العامة في مؤسستكم؟ حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (المراسلات) ب 43 تكرار ونسبة مئوية قدرت ب 86%، وفي المرتبة الثانية جاء البديل (إرسال التقارير) بمجموع تكرار بلغ 35 ونسبة مئوية قدرت ب (70%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (بناء علاقات إيجابية) بمجموع تكرار بلغ (15) ونسبة مئوية قدرت ب 30%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (إدارة عمليات التواصل) بمجموع تكرار بلغ (12) ونسبة مئوية قدرت ب 24%. وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (إدارة الافكار) بمجموع تكرار بلغ (09) ونسبة مئوية قدرت ب 18%. وفي المرتبة السادسة جاء البديل (تحرير أصول العلاقات العامة) بمجموع تكرار بلغ (08) ونسبة مئوية قدرت ب 16%. وفي المرتبة السابعة جاء البديل (التدريب الإعلامي) بمجموع تكرار بلغ (06) ونسبة مئوية قدرت ب 12%. وفي المرتبة الثامنة جاء البديلين (تحليل استراتيجيات التسويق والتواصل/ إدارة القنوات الإعلامية) بمجموع تكرار بلغ لكل منهما (2) ونسبة مئوية قدرت ب 04%. وفي المرتبة العاشرة جاء البديل (وضع الاستراتيجيات التسويقية) بمجموع تكرار بلغ (01) ونسبة مئوية قدرت ب 02%،

اما بالنسبة للمهام الأخرى التي ذكرها افراد العينة في السؤال المفتوح هي:

-اعلام الموظفين بالتغييرات الجذرية الحاصلة.

الاستنتاج: وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12) أن اغليبتهم أكدوا أن أبرز مهام العلاقات العامة في مؤسستهم تتمثل بالدرجة الأولى المراسلات وإرسال التقارير وأيضا بناء علاقات إيجابية بالإضافة الى إدارة عمليات التواصل، ثم اجتماعي. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

السؤال رقم (13):

نص السؤال رقم (13) على: ماهي أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة؟ وبعد المعالجة

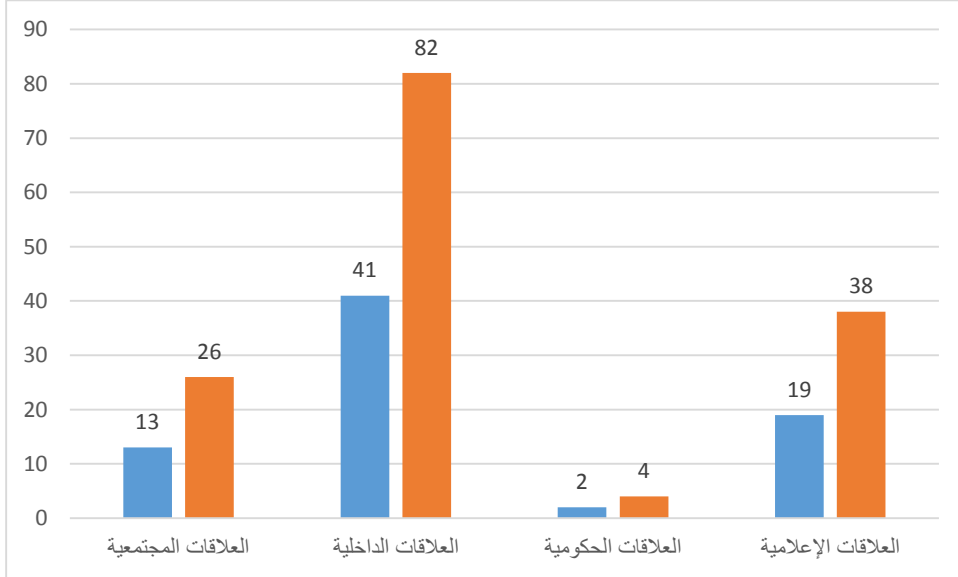
الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 13
3	26,0%	13	العلاقات المجتمعية
1	82,0%	41	العلاقات الداخلية
4	4,0%	2	العلاقات الحكومية
2	38,0%	19	العلاقات الإعلامية
//////////	100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ من خلال استجاباتهم على السؤال رقم (13): ماهي أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة؟ أن الأفراد الذين أكدوا بأن أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة هي (العلاقات الداخلية) بلغ عددهم 41 فرد بنسبة 82 %، أما الذين أكدوا بأن أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة (العلاقات الإعلامية) فقد كان عددهم 19 فرد بنسبة قدرت بـ 38 %، أما الذين أكدوا بأن

أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة (العلاقات المجتمعية) فقد كان عددهم 13 فرد بنسبة قدرت بـ 26 %، أما الذين أكدوا بأن أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة (العلاقات الحكومية) فقد بلغ عددهم 02 فرد بنسبة قدرت بـ 04 %، الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة هي العلاقات الداخلية والعلاقات الإعلامية. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

المحور الثالث: أساليب أنشطة العلاقات العامة في تحسين علاقات العمل الايجابية داخل مديرية الضرائب بالمسيلة

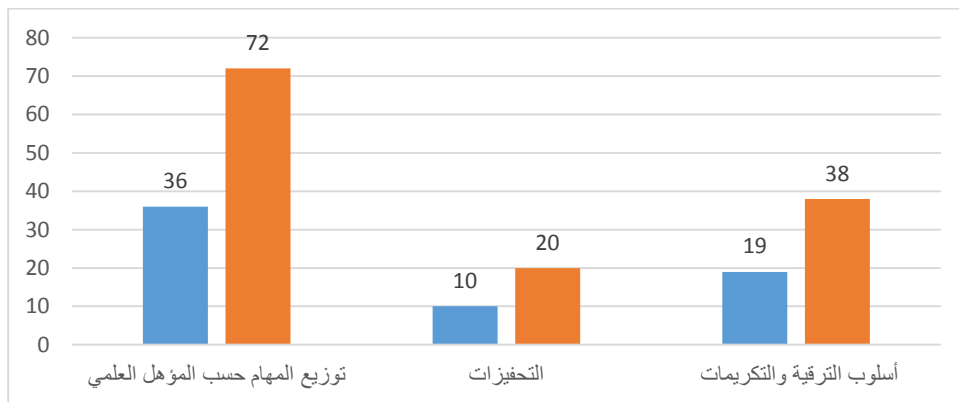
السؤال رقم (14):

نص السؤال رقم (14) على: ماهي الخطوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تفعيل الرضا الوظيفي؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 14
1	72,0%	36	توزيع المهام حسب المؤهل العلمي
3	20,0%	10	التحفيزات
2	38,0%	19	أسلوب الترقية والتكريمات

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين أكدوا بأن بالخطوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تفعيل الرضا الوظيفي حيث جاء في المرتبة الأولى (توزيع المهام حسب المؤهل العلمي) بمجموع تكرار بلغ 36 فرد بنسبة 72 %، أما في المرتبة الثانية فجاء البديل (أسلوب الترقية والتكريمات) بمجموع تكرار بلغ 19 فرد بنسبة قدرت بـ 38 %، أما في المرتبة الثالثة فجاء البديل (التحفيزات) بمجموع تكرار بلغ 10 فرد بنسبة قدرت بـ 20 %، الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن الخطوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تفعيل الرضا الوظيفي هي على النحو الترتيبي التالي: توزيع المهام حسب المؤهل العلمي بالمرتبة الأولى ثم يليها أسلوب الترقية والتكريمات. وفي الأخير التحفيزات. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

السؤال رقم (15):

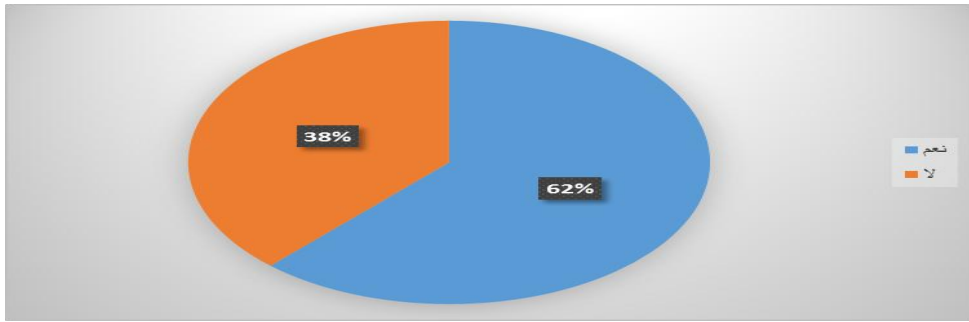
نص السؤال رقم (15) على: هل ترى بأن تنظيم وتوزيع المهام بين العاملين والمصالح الإدارية يتم بشكل منسق ومنظم؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 15
62,0%	31	نعم
38,0%	19	لا
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين استجابوا على السؤال رقم (15) والذي نص على: " هل ترى بأن تنظيم وتوزيع المهام بين العاملين والمصالح الإدارية يتم بشكل منسق ومنظم؟ " البديل (نعم) حيث بلغ عددهم (31) فرد بنسبة 62 %، أما الذين استجابوا على السؤال رقم (15) بالبديل (لا) فبلغ عددهم 19 فرد بنسبة قدرت بـ 38 %.

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن تنظيم وتوزيع المهام بين العاملين والمصالح الإدارية يتم بشكل منسق ومنظم. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

السؤال رقم (16):

نص السؤال رقم (16) على: ماهي مؤشرات نجاح عمل العلاقات العامة لديكم؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 16
2	48,0%	24	السير الحسن للمؤسسة ذو مشاكل
1	58,0%	29	الصورة الايجابية التي تكتسبها المؤسسة
3	12,0%	6	الزيادة في عدد متعاملين مؤسستكم

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين استجابوا على السؤال رقم (16) والذي نص على: " ماهي مؤشرات نجاح عمل العلاقات العامة لديكم؟ " البديل (الصورة الايجابية التي تكتسبها المؤسسة) حيث بلغ عددهم (29) فرد بنسبة 58

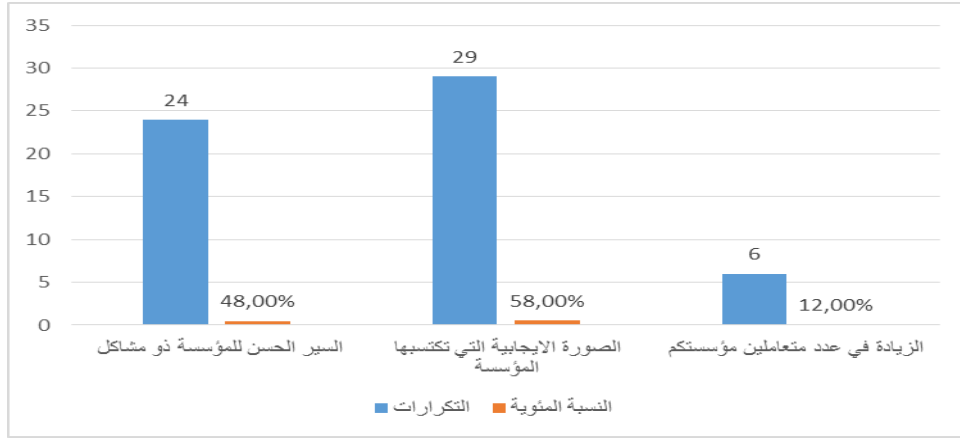
%، أما الذين اجابوا على السؤال رقم (15) بالبديل (السير الحسن للمؤسسة ذو مشاكل) فبلغ عددهم 24 فرد بنسبة قدرت بـ 48%. وقدّر حجم من اجابوا على السؤال رقم (15) بالبديل (الزيادة في عدد متعاملين مؤسستكم) بـ (06) أفراد بنسبة 12%.

اما بالنسبة للاقتراحات التي اضافها افراد العينة نذكر منها ما يلي:

1- المحافظة على مردود المؤسسة بحسن المعاملة والاستماع لانشغالات المواطنين.

2- تطبيق القوانين بشكل صحيح.

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن مؤشرات نجاح عمل العلاقات العامة لديهم يرجع الى عاملين رئيسيين هما: الصورة الايجابية التي تكتسبها المؤسسة والسير الحسن للمؤسسة ذو مشاكل. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

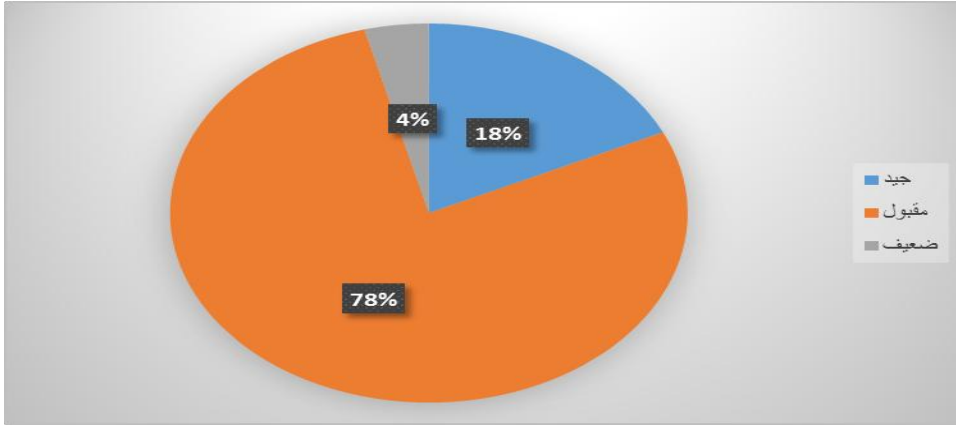
السؤال رقم (17):

نص السؤال رقم (17) على: كيف تقيم على العموم الاداء الوظيفي للعمال في المؤسسة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 17
2	18,0%	9	جيد
1	78,0%	39	مقبول
3	4,0%	2	ضعيف
//////////	100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين استجابوا على السؤال رقم (17) والذي نص على: " كيف تقيم على العموم الاداء الوظيفي للعمال في المؤسسة؟ " البديل (جيد) حيث بلغ عددهم (09) فرد بنسبة 18 %، أما الذين استجابوا على السؤال رقم (17) بالبديل (مقبول) فبلغ عددهم 39 فرد بنسبة قدرت بـ 78 % . وقدر حجم من اجابوا على السؤال رقم (17) بالبديل (ضعيف) بـ (02) تكرار بنسبة 04 % .
الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا مستوى الأداء الوظيفي للعمال في المؤسسة مقبول .
كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

السؤال رقم (18):

نص السؤال رقم (18) على: ماهي الإضافات التي قدمتها لك العلاقات العامة خلال قيامك بوظائفك داخل المؤسسة؟ وبعد تجميع إجابات أفراد العينة على السؤال المفتوح رقم (18) كانت اجاباتهم على النحو التالي:

- اكتساب التجربة والامام بالمعلومة في وقتها.
- السير الحسن للمؤسسة.
- الانضباط وروح المبادرة.
- التكوين والتدريب.
- سير العمل دون مشاكل.

السؤال رقم (19):

نص السؤال رقم (19) على: ماهي المقترحات التي تقدمها لتنفيذ دور العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين؟ وبعد تجميع إجابات أفراد العينة على السؤال المفتوح رقم (19) كانت اجاباتهم على النحو التالي:

- إقامة الندوات وشرح القوانين والتغييرات الطارئة في قانون المالية.
- الملتقيات الجهوية والوطنية.
- الرسكلة (الدورات التدريبية والاجتماعات الدورية)

المحور الرابع: العلاقات بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية.

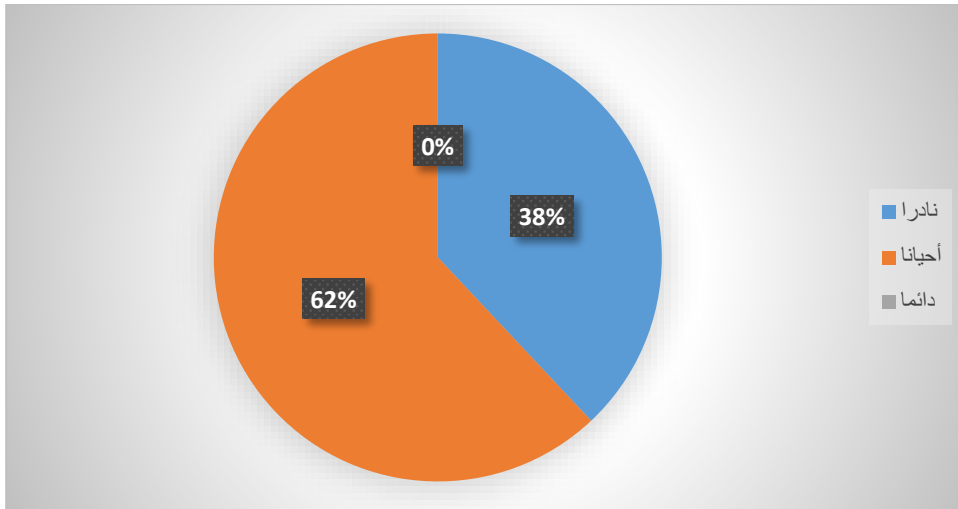
السؤال رقم (20):

نص السؤال رقم (20) على: هل ترى أن اقتراحات العلاقات العامة في مؤسستكم تؤخذ بعين الاعتبار؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 20
38,0%	19	نادرا
62,0%	31	أحيانا
00%	00	دائما
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 50 فردا، نلاحظ أن الذين استجابوا على السؤال رقم (20) والذي نص على: " هل ترى أن اقتراحات العلاقات العامة في مؤسستكم تؤخذ بعين الاعتبار؟ " بالبديل (نادرا) حيث بلغ عددهم (19) فرد بنسبة 38 %، أما الذين استجابوا على السؤال بالبديل (أحيانا) فبلغ عددهم 31 فرد بنسبة قدرت بـ 62 % . في قدر عدد من استجابوا السؤال (20) بالبديل (دائما) فبلغ عددهم 00 فرد بنسبة قدرت بـ 00 % .
الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأنه أحيانا ما تؤخذ اقتراحات العلاقات العامة في مؤسستهم بعين الاعتبار. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

السؤال رقم (21):

نص السؤال رقم (21) على: هل أنت راض عن طريق إيصال مقترحاتكم المتعلقة بالعمل داخل مؤسستكم؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

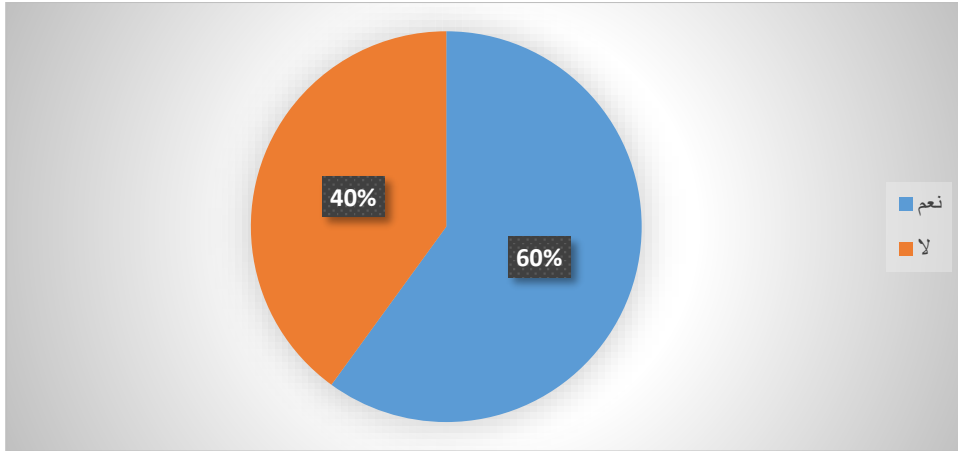
السؤال 21	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	30	60,0%
لا	20	40,0%
الإجمالي	50	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 50 فردا، نلاحظ أن الذين استجابوا على السؤال رقم (21) والذي نص على: " هل أنت راض عن طريق إيصال مقترحاتكم المتعلقة بالعمل داخل مؤسستكم؟ " البديل (نعم) حيث بلغ عددهم (30) فرد بنسبة 60 %، أما الذين استجابوا على السؤال رقم (21) بالبديل (لا) فبلغ عددهم 20 فرد بنسبة قدرت بـ 40 %.

في حالة الإجابة بلا، لماذا؟ وبعد تجميع إجابات افراد العينة على السؤال المفتوح كانت إجاباتهم على النحو التالي:

- لعدم وجود طريقة حوار بين الموظفين والإدارة.
- لأنه حتى وان وصلت الاقتراحات لا يعطى لها أدنى اعتبار.

الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأنهم راضون عن طريقة إيصال مقترحاتهم المتعلقة بالعمل داخل مؤسستهم. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

السؤال رقم (22):

نص السؤال رقم (22) على: عندما تصادفك مشكلة في العمل هل تتصل بـ، وبعد المعالجة الإحصائية

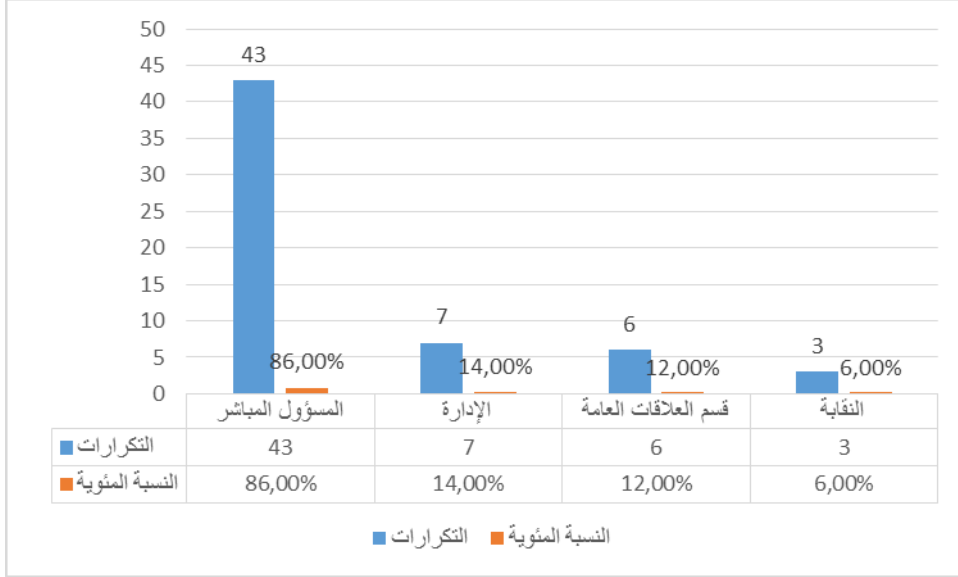
تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 22
1	86,0%	43	المسؤول المباشر
2	14,0%	7	الإدارة
3	12,0%	6	قسم العلاقات العامة
4	6,0%	3	النقابة

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن الذين أكدوا بأنه عندما تصادفهم مشكلة في العمل يتصلون بـ (المسؤول المباشر) بلغ عددهم 43 فرد بنسبة 86 %، أما الذين أكدوا بأنه عندما تصادفهم مشكلة في العمل يتصلون بـ (الإدارة) فقد كان عددهم 07 فرد بنسبة قدرت بـ 14 %، أما الذين أكدوا بأن عندما تصادفهم مشكلة في العمل يتصلون بـ (قسم العلاقات العامة) فقد كان عددهم 06 فرد بنسبة قدرت بـ 12 %، أما الذين أكدوا بأنهم يتصلون بـ (النقابة) فقد كان عددهم 03 فرد بنسبة قدرت بـ 06 %.

اما بالنسبة للبديل أخرى فقد ذكر افراد العينة: الزملاء
الاستنتاج: أي أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أكدوا بأنه عندما تصادفهم مشكلة في العمل يتصلون بـ
(المسؤول المباشر). كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

5. النتائج العامة للدراسة:

- بينت نتائج الدراسة أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الاناث، حيث قدرت بـ: (58%) وأن (52%) من الموظفين أعمارهم تتراوح بين (41 سنة فما فوق)
- وأن (64%) من أفراد العينة لديهم الخبرة المهنية أكثر من (11 سنة فما فوق).
- أظهرت نتائج الدراسة (48%) من أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن مديرية الضرائب أحيانا ما تهتم بأنشطة العلاقات العامة.
- أكدت نتائج الدراسة أن (52%) من أفراد العينة أن المسؤول عن إعداد وتنظيم أنشطة العلاقات العامة في مديرية الضرائب هو مسؤول العلاقات العامة ثم يليه المدير.
- أظهرت نتائج الدراسة (86%) من أفراد العينة يقولون بأن الاتصال الرسمي هو الأكثر استخداما داخل مديرية الضرائب.
- بينت نتائج الدراسة أن نسبة (72%) من أفراد العينة تعتبر أنشطة العلاقات العامة من بين الأجهزة الفعالة داخل المؤسسة.

- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة (52%) من أفراد العينة أن مديرية الضرائب تركز على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة بطريقة منتظمة.
- يرى (86%) من أفراد العينة أن أبرز مهام العلاقات العامة في مديرية الضرائب تتمثل بالدرجة الأولى في المراسلات وإرسال التقارير وأيضا بناء علاقات إيجابية بالإضافة إلى إدارة عمليات التواصل.
- أظهرت نتائج الدراسة أن (82%) من أفراد العينة يروا أن أبرز وظائف العلاقات العامة في مديرية الضرائب هي العلاقات الداخلية والعلاقات الإعلامية.
- أكدت نتائج الدراسة أن (72%) من أفراد العينة أن الخطوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تفعيل الرضا الوظيفي هي على النحو الترتيبي التالي: توزيع المهام حسب المؤهل العلمي بالمرتبة الأولى ثم يليها أسلوب الترقية والتكريمات، وفي الأخير التحفيزيات.
- بينت نتائج الدراسة أن نسبة (62%) من أفراد العينة أن تنظيم وتوزيع المهام بين العاملين والمصالح الإدارية يتم بشكل منسق ومنظم.
- أظهرت نتائج الدراسة أن (58%) من أفراد العينة يرون بأن مؤشرات نجاح عمل العلاقات العامة لديهم يرجع إلى عاملين رئيسيين هما: الصورة الإيجابية التي تكتسبها المؤسسة والسير الحسن للمؤسسة ذو مشاكل.
- يرى (78%) من أفراد العينة أن مستوى الأداء الوظيفي للعمال في المؤسسة مقبول.
- يرى (62%) من أفراد العينة أن أحيانا ما تؤخذ اقتراحات العلاقات العامة في مؤسستهم بعين الاعتبار، وهذا راجع إلى عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مديرية الضرائب.
- بينت نتائج الدراسة أن (60%) من أفراد العينة أنهم راضون عن طريقة إيصال مقترحاتهم المتعلقة بالعمل داخل مؤسستهم، وهذا راجع إلى خلق مناخ وجو مناسب داخل بيئة العمل بين الموظفين.
- أظهرت نتائج الدراسة أن (73%) من أفراد العينة أنه عند حدوث مشاكل داخل المديرية فالمكلف بهذه المشاكل هو المسؤول المباشر وأيضا يكون هو المسؤول على أنشطة العلاقات بطريقة متكامل مع الوظائف.
- قدمت العلاقات العامة إضافات واقتراحات جيدة داخل مديرية الضرائب والمعتمدة بشكل كبير في السير الحسن للمؤسسة والانضباط وروح المبادرة، إقامة الندوات وشرح القوانين والتغيرات الطارئة في قانون المالية.

6. الاقتراحات والتوصيات:

- تغيير اسم خلية الاتصال باسم قسم العلاقات العامة وإعطائها صلاحيات أكثر.
- إعادة النظر في جهاز العلاقات العامة كمكتب متخصص ومستقل بحد ذاته.
- توفير الإمكانيات المادية والمعنوية من أجل تشجيع الموظفين.
- السهر على الاحترام التام وغير المنقوص من أجل تطبيق عوامل الالتزام بها مما يعزز التزامهم الوظيفي.
- توفير أكثر من وسيلة اتصال جماهيرية خاصة بالمديرية والتعريف بخدماتها وأهدافها.
- تنظيم دورات تدريبية للمكلفين بأنشطة العلاقات العامة من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة العمل.

الخاتمة

الخاتمة:

تم اختياري لموضوع أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية كون هذا العمل ضروري ومهم في مجال البحث العلمي، ويمكننا أن نقول أنّ العلاقات العامة باتت نشاطا يتزايد فعاليته في حياة المؤسسات، وأصبحت للعلاقات العامة أهميتها كنشاط اداري يسهم في نجاح المؤسسات سواء أكانت تجارية أم خدمائية أم حكومية، ولم تعد مجرد مجال لموهبة الفرد وقدراته الاتصالية.

وسوف تستمر العلاقات العامة النمو في السنوات القادمة وتكون جزء من عملية اتخاذ القرار على مستوى العمل، بدلا من أن تكون شيئا، وأن تكون القرارات اتخذت على المستوى العلمي هي الأساس والقاعدة لنجاح المشروعات، وستصبح هي ذاتها المفتاح الحقيقي الى المستقبل، فقد أفرزت البحوث والدراسات العلمية التكنولوجية الهادفة الى رفع مستوى الإنتاج الى ضرورة البحث لإيجاد الصيغ والإجراءات المناسبة والضرورية لأن تجعل من علاقات العمل تساير وتتماشى مع ما حققته التكنولوجيا من تطور.

قائمة المراجع

- إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي، ط1، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- إبراهيم زكي أحنوخ، شرح قانون العمل الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1982.
- احسان محمد الحسن، علم الاجتماعي الصناعي، ط2، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- احمد حافظ فرج، مهارات البحث العلمي في الدراسات التربوية والاجتماعية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- احمد حسن البرعي، علاقات العمل الجماعية في القانون المصري (النقابات)، دار الفكر العربي، مصر، 1976.
- امام محمد محمود زهران، قانون العمل عقد العمل الفردي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003.
- أونيس عبد المجيد أونيس، إدارة العلاقات الإنسانية (مدخل سلوكي)، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن، 2011.
- بسام عبد الرحمن الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- بسام عبد الرحمن الجرايدة، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة، معجم مصطلحات العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- بلقاسم سلطانية وحسان الجيلالي، منهجية العلوم الاجتماعية، د.ط، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، 2004.
- تسيير مشاركة، مبادئ في الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 1998.
- جمال أبو شنب، الاتصال والاعلام والمجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2000.

قائمة المراجع

- جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي " مفاهيمه وادواته "، ط4، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- حسين محمود هيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- رشيد واضح، علاقات العمل في ظل الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع والطباعة، الجزائر، 2002.
- رضوان بلخيري وسارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار جسور للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- سليمان احمية، التنظيم القانوني لعلاقات العمل في التشريع الجزائري (علاقات العمل الفردية)، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
- شريف احمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- صالح خليل أبو صبح، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- صلاح الدين عبد الباقي وعبد السلام أبو قحف، العلاقات العامة، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1993.
- عادل حسن، العلاقات العامة، ط2، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1974.
- عبد الرزاق محمد الديلمي، مدخل الى وسائل الاعلام الجديدة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2012.
- عبد السلام أبو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، د.ط، مكتب العربي الحديث، الإسكندرية، د.ت.
- عبيدة صبيطي وكلثوم مسعودي، مدخل الى العلاقات العامة، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2010.
- عذراء عيواج، العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية، ط1، منشورات الف للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2018.
- علي عجوة، العلاقات العامة (بين النظرية والتطبيق)، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 2001.
- عماد الدين تاج الستر فقير عمر، اعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، ط1، البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2013.

قائمة المراجع

- عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وإعداد البحوث، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
- غني ناصر حسين القريشي، المداخل النظرية لعلم الاجتماع، ط1، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- غول فرحات، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- فضيل ديلو، اتصال المؤسسة (إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- لبنان هاتف الشامي، العلاقات العامة (المبادئ والأسس)، ط1، منشورات اليازوري، دمشق، 2003.
- محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة (مفاهيم، ممارسات)، ط4، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- محمد أحمد، اعداد وتنظيم الاجتماعات والمؤتمرات والحفلات، ط1، زمزم للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- محمد خليل محمد بكر نوفل وآخرون، مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- محمد سرو الحرير، إدارة العلاقات العامة، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- محمد منير حجاب وسحر محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة " المدخل الاتصالي "، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
- محمود محمد الجراح، أصول البحث العلمي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- مصطفى السيد أحمد، البحث العلمي (مفهومه، اجراءاته ومناهجه)، ط2، دار الفلاحة للطباعة والنشر، مصر، 2003.
- مصطفى ربحي عليان وإيمان فاضل السمراي، تسويق المعلومات وخدمات المعلومات، ط1، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

قائمة المراجع

- مليكة عرعور، سوسيولوجيا علاقات العمل، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002.
- منال هلال المزاهرة، العلاقات الدولية، د.ط، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- منال هلال المزاهرة، مناهج البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- منذر الضمن، اساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.
- نبيل جمعة النجار وماجد راضي الزغبي، أساليب البحث العلمي " منظور تطبيقي "، ط2، دار الحامد للنشر، عمان، 2010.
- يورا لازم كماش، البحث العلمي (مناهجه، اقسامه واساليبه الاحصائية) ط1، عمان، الأردن، 2016.

الأطروحات:

- بوبكر عصمان، تنظيم وتسيير علاقات العمل في ظل منظومة العمل الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، قسم علم الاجتماع، 2015.

المجلات:

- ربيعة جعفرور والزهرة باعمر، مفهوم العمل لدى الأساتذة الجامعيين، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد التاسع والثلاثين (39)، ورقلة، الجزائر.

القواميس:

- عبد النور جبور وسهيل ادريس، قاموس المنهل، دار الادب للنشر والتوزيع، لبنان، 1980.

المراسيم:

- المادة 1 من قانون علاقات العمل الجزائري رقم: 11/90.

- [http : // ontology-birzrit-edu,new art cle : diacrtic.](http://ontology-birzrit-edu.newartcle.com)
Matching of arabic words. 2455229, birzeit university 24
février 2020
- www.Almaany.Com all rights resrred 24 janvier 2020,
12 :38
- www.nwayeraltbinwi.blogspot.com 24 janvier 2020,
12 :39
- <http://weziwezzi.com> 22 :08, 02/02/2022

المذكرات:

- بودشيشة وحيدة، مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل داخل المؤسسة، مذكرة
مكاملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي،
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، 2020/2019
- بوطوقة أمال، دور تقنيات الاتصال الحديثة في إدارة أنشطة العلاقات العامة، مذكرة مقدمة لنيل
شهادة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، كلية العلوم
الاجتماعية والإنسانية، 2019/2018

الملاحق

جامعة محمد بوضياف-المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم إعلام واتصال
السنة ثانية ماستر

استمارة استبيان

مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الايجابية داخل

المؤسسة " مديرية الضرائب بالمسيلة نموذجاً "

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الاستاذة

إعداد الطالبتين:

- سيفون باية

- سمان خليصة

- حبييل خولة

ملاحظة: هذه الاستمارة تدخل ضمن متطلبات التحضير لنيل شهادة الماستر علوم الاعلام والاتصال

تذكير: وعلى هذا الاساس الاجابة على أسئلة الاستمارة ستستعمل لأغراض علمية فقط

الرجاء وضع علامة (X) أمام الجواب الذي تراه مناسباً

السنة الجامعية

2022/2021

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر انثى
- 2- السن: من 20 الى 30 سنة من 31 الى 40 سنة من 41 سنة فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: ما قبل البكالوريا جامعي دراسات عليا
- 4- الخبرة المهنية: أقل من 5 سنوات من 5 الى 10 سنوات من 11 سنة فما فوق
- 5- طبيعة الوظيفة: مسؤول عامل مهني عون اداري

المحور الأول: دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة

6- ما هي أهم نشاطات العلاقات العامة التي تقوم بها خلية الاتصال للموظفين؟

- الاشراف على دورات تدريبية
- إقامة الحفلات الترفيهية
- الاستماع الى انشغالات العاملين
- الخرجات
- المؤتمرات
- المسابقات
- المعارض
- الاجتماعات
- الموظفين
- حملات إعلامية
- حملات إعلانية

7- هل تهتم مؤسستكم بأنشطة العلاقات العامة؟

دائماً أحياناً نادراً

8- من هو المسؤول عن اعداد وتنظيم أنشطة العلاقات العامة في مؤسستكم؟

المدير العاملين مسؤول العلاقات العامة

9- ما هو شكل الاتصال الغالب في مؤسستكم؟

اتصال رسمي اتصال غير رسمي

10_ هل تعتبر مؤسستك بأن أنشطة العلاقات العامة من بين الأجهزة الفعالة في المؤسسة؟

نعم لا

المحور الثاني: مهام وإجراءات أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة

11_ هل تركز مؤسستكم على تنظيم وتخطيط إجراءات أنشطة العلاقات العامة؟

بطريقة منتظمة حسب المناسبات متذبذب

12_ فيما تتمثل أبرز مهام العلاقات العامة في مؤسستكم؟

- إدارة القنوات الإعلامية
- وضع الاستراتيجيات التسويقية
- تحليل استراتيجيات التسويق والتواصل
- بناء علاقات إيجابية
- ارسال التقارير
- تحرير أصول العلاقات العامة
- إدارة عمليات التواصل
- المراسلات
- التدريب الإعلامي
- إدارة الأفكار

أخرى، تذكر

13_ ما هي أبرز وظائف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة؟

- العلاقات المجتمعية
- العلاقات الداخلية
- العلاقات الحكومية
- العلاقات الإعلامية

المحور الثالث: أساليب أنشطة العلاقات العامة في تحسين علاقات العمل الإيجابية داخل مديرية الضرائب بالمسيلة.

14_ ما هي الخطوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تفعيل الرضا الوظيفي؟

• توزيع المهام حسب المؤهل العلمي

• التحفيز

• أسلوب الترقية والتكريمات

15_ هل ترى بأن تنظيم وتوزيع المهام بين العاملين والمصالح الإدارية يتم بشكل منسق ومنظم؟

نعم لا

16_ ما هي مؤشرات نجاح عمل العلاقات العامة لديكم؟

• السير الحسن للمؤسسة ذو مشاكل

• الصورة الإيجابية التي تكتسبها المؤسسة

• الزيادة في عدد متعاملين مؤسستكم

• أخرى، تذكر

17_ كيف تقيم على العموم الأداء الوظيفي للعمال في المؤسسة؟

جيد مقبول ضعيف

18_ ما هي الإضافات التي قدمتها لك العلاقات العامة خلال قيامك بوظائفك داخل المؤسسة؟

.....

19_ ما هي المقترحات التي تقدمها لتفعيل دور العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين؟

.....

المحور الرابع: العلاقات بين أنشطة العلاقات العامة وعلاقات العمل الإيجابية

20_ هل ترى أن اقتراحات العلاقات العامة في مؤسستكم تؤخذ بعين الاعتبار؟

نادرا أحيانا دائما

21_ هل أنت راض عن طريق إيصال مقترحاتكم المتعلقة بالعمل داخل مؤسستكم؟

نعم لا

في حالة الإجابة بلا، لماذا؟

22_ عندما تصادفك مشكلة في العمل هل تتصل بـ:

- المسؤول المباشر
- الإدارة
- قسم العلاقات العامة
- النقابة

أخرى، تذكر



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

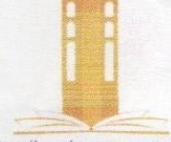
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: مساهمة أنشطة العلاقات الخاصة في تدعيم علاقات العمل
الإيجابية داخل المؤسسة (مدرسة الفنون بالمسيلة نموذجاً)

إعداد الطلبة:

- 1- حليل خولة رقم التسجيل: 16 1635095643
 - 2- سنان خليفة رقم التسجيل: 171735087890
- القسم: علوم الإعلام والاتصال الشعبية: التخصّص: العلاقات العامة
إشراف: د. سيفون يالوية الرتبة: أستاذ محاضر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة): رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2022/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): للمان خلية

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 201023228

الصادرة بتاريخ: 02-02-2017 عن دائرة: جام الضلع

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 171735087920

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: مساهمة أنشطة العلاقات العامة في دعم

علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة
(مديرية التمرات بولاية المسيلة نموذجاً)

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور اعلاه

07 جوان 2022

المسيلة في:

امضاء المعني(ة):



المرجع: القرار الوزاري رقم: 993 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and

Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

الرقم: 2022/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

إذا الممضى ادناه :

السيد(ة): حليل خولة

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2.00357084

الصادرة بتاريخ: 2016/04/25 عن دائرة: حمام الكندجة

المسجل بكلية: علوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 161635095643

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العمل الإيجابية داخل المؤسسة (مدرسة الفرائش بالمسيلة نموذجا)

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

07 جوان 2022

الاكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني(ة):



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المتعلق بقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الإهداء

شكر وعرفان

ملخص باللغة العربية

ملخص باللغة الفرنسية

مقدمة أ-ب

الفصل الأول: موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية

1. إشكالية الدراسة. 13
2. تساؤلات الدراسة. 14
3. أهمية الدراسة. 14
4. أهداف الدراسة. 14
5. أسباب اختيار الموضوع. 15
6. الخلفية النظرية. 15
7. مفاهيم الدراسة. 18
8. نوع الدراسة ومنهجها. 23
9. أدوات جمع البيانات. 24
10. مجتمع البحث وعينة الدراسة. 26
11. الدراسات السابقة. 27
12. مجالات الدراسة. 34

الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً: أنشطة العلاقات العامة.

- تمهيد 36
1. أنشطة العلاقات العامة. 36
 2. نشاط العلاقات العامة في المنظمات والمجال الحكومي. 53
 3. مراحل تقويم برامج وأنشطة العلاقات العامة. 53
 4. أساليب تنفيذ أنشطة العلاقات العامة. 54
 5. الأسس العلمية لتنفيذ نشاطات العلاقات العلمية. 55
 6. تقييم نشاط العلاقات العامة. 56

57	المعوقات التي تواجه تقويم نشاطات العلاقات العامة
58	خاتمة
ثانياً: علاقات العمل وأساسياتها.	
60	تمهيد
60	1. نشأة علاقات العمل
63	2. العوامل المساعدة على تطور علاقات العمل
66	3. خصائص علاقة العمل
68	4. أبعاد علاقات العمل
69	5. عناصر علاقة العمل
70	6. أنواع علاقات العمل
75	7. مميزات وأهداف علاقات العمل
77	8. إثبات علاقة العمل
78	خاتمة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

80	تمهيد
80	1. تعريف المديرية الولائية للضرائب بالمسيلة
80	2. مهام واختصاصات مديرية الضرائب
81	3. الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب
89	4. تفرغ البيانات وتحليلها الخاصة بالاستبيان
111	5. النتائج العامة للدراسة
113	6. الاقتراحات والتوصيات
114	خاتمة
116	قائمة المراجع
122	قائمة الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
1	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	89
2	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	89
3	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	90
4	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	91
5	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة الوظيفة	92
6	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)	93
7	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)	95
8	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8)	96
9	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)	97
10	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)	98
11	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)	99
12	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)	100
13	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)	102
14	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)	103
15	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)	104
16	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	105
17	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)	106
18	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)	108
19	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)	109
20	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)	110

فهرس الأشكال

الصفحة	الأشكال	الرقم
88	يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب لولاية المسيلة	01
89	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	02
90	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	03
91	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	04
92	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.	05
93	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة الوظيفة	06
94	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة على السؤال (06)	07
95	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)	08
96	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8)	09
97	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)	10
98	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)	11
100	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)	12
102	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)	13
103	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)	14
104	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)	15
105	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)	16
106	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	17
107	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)	18
109	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)	19
110	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)	20
111	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)	21