

نظريات العلاقات العامة

المحاضر : ا.د/ إيناس عبد الحميد

PRL611

برنامج الماجستير في العلاقات العامة

المحاضرة الثالثة



ملخص المحاضرة السابقة: مقدمة في نظريات العلاقات العامة

المحاضرة الثانية

- معنى النظرية ووظائفها .
- تم شرح عناصر النظرية وهي المفاهيم، والتعريفات والافتراضات والعلاقات، والتفسير، والتنبؤ والقابلية، كما تم تطبيق عناصر النظرية على نماذج من النظريات مثل نظرية الغرس الثقافي.

التطور التاريخي لنظريات وممارسات العلاقات العامة



نماذج العلاقات العامة

- مراحل تطور نظريات العلاقات العامة بدءاً من بدايات الممارسة العملية للعلاقات العامة، للمرحلة الثانية المرتبطة بنشأة العلاقات العامة كمجال والتي بدأ فيها التفكير في العلاقات العامة بشكل أكثر تنظيماً وأخلاقية، وبدأت تظهر النماذج الأولى، ثم المرحلة الثالثة المرتبطة بظهور النماذج الكلاسيكية للعلاقات العامة والتي بدأ فيها الباحثون في العلاقات العامة بوضع أطر منهجية لتصنيف وتفسير ممارسات العلاقات العامة، ثم المرحلة الرابعة والتي شهدت تحولاً كبيراً نحو التركيز على العلاقات كأصل استراتيجي. وأخيراً المرحلة الخامسة والتي بدأت مع التطورات التكنولوجية وزيادة شدة المنافسة بين المؤسسات، فظهرت نظريات جديدة أو تطورت نظريات قائمة لتناسب البيئة الحديثة مثل نظريات وسائل التواصل الاجتماعي ، ونظريات إدارة الصورة الذهنية ، ونظريات إدارة الأزمة.

نظريتي أصحاب المصلحة و بناء العلاقات:

- ✓ تحديد وتحليل أصحاب المصلحة وأنواعهم المختلفة.
- ✓ مسؤولية المنظمة تجاه أصحاب المصلحة.
- ✓ استراتيجيات إدارة علاقات المنظمة مع أصحاب المصلحة.
- ✓ دور الاتصالات في بناء والحفاظ على علاقات قوية مع أصحاب المصلحة.
- ✓ العلاقات العامة كعملية بناء علاقات متبادلة المنفعة بين المنظمة وجمهورها والحفاظ عليها.
- ✓ استراتيجيات بناء علاقات قوية وطويلة الأمد.
- ✓ دور الاتصالات في تعزيز جودة العلاقات.
- ✓ نظريتي أصحاب المصلحة وبناء العلاقات.



المحاضرة الثالثة

أصحاب المصلحة؟

أصحاب المصلحة (Stakeholders)

- هم الأفراد أو المجموعات أو المؤسسات التي تؤثر على المؤسسة أو تتأثر بها بشكل مباشر أو غير مباشر نتيجة لأنشطتها أو قراراتها.

ويرجع عدد من الباحثين هذا المصطلح الى ال ٣٠ وال ٤٠ في المؤسسات الأمريكية.

Stakeholders

الفروق بين فئات أصحاب المصلحة:

نوع أصحاب

المصلحة

التعريف

أمثلة

أفراد

فرد يؤثر أو يتأثر بالمؤسسة بشكل مباشر.

- موظف- عميل معين- مستثمر فرد

مجموعات

مجموعة من الأشخاص لهم مصلحة مشتركة ويتعاملون كمجموعة.

- مجتمع سكني محيط بالمؤسسة - اتحاد طلاب-

نقابة عمال

مؤسسات

كيان قانوني مستقل يؤثر أو يتأثر بالمؤسسة.

- شركة توريد- وزارة حكومية- منظمة حقوق

المستهلك- بنك

ظهور هذا المصطلح لم يكن وليداً للصدفة وإنما كان نتيجة مجموعة من العوامل التي ساعدت على ظهوره:

- التطورات الإدارية في مجال المؤسسات التي أدت إلى الانتقال من المفهوم الضيق قصير الأمد للكفاءة إلى المفهوم الأشمل والطويل الأمد الذي يجعل الإدارة معنية بالأداء متعدد المجالات.
- الوعي الاجتماعي للمدراء بأن رضا العميل ورضا المجتمع هو المصدر الحقيقي للكفاءة، وهذا لن يتحقق بدون مسؤولية اجتماعية للمؤسسة من أجل قبول العميل والمجتمع لها.

وهناك عدد من التعريفات ذات الصلة بمصطلح "أصحاب المصالح"، إلا أنها تشترك فيما يلي:

التعريف	التفسير
أصحاب المصالح هم أطراف ضرورية لاستمرارية المؤسسة	هم أطراف ترتبط بالمؤسسة وتضمن استمرارية المؤسسة.
أصحاب المصالح هم أطراف تؤثر وتتأثر بنشاط المؤسسة	هم أطراف تستطيع أن تؤثر أو تتأثر بإعداد الأهداف التنظيمية.
أصحاب المصالح هم أطراف تملك حقوقا على المؤسسة	هم أطراف لديها منفعة أو حقوق على المؤسسة.
أصحاب المصالح هم أطراف لها خصائص معينة	مجموعة ممثلين تملك على الأقل خاصية من بين ثلاثة خصائص التالية: السلطة ، الشرعية، سرعة الاستجابة.

- **السلطة:** تعبر عن قوة تأثير أصحاب المصالح المرتبطين باستمرارية المؤسسة أي قوة ممارسة صاحب المصلحة لإرادته على بقية الأفراد، مثل مستثمر كبير يمتلك نسبة كبيرة من الأسهم فيستطيع التأثير في القرارات.
- **الشرعية:** علاقة صاحب المصلحة بالمنظمة "مبررة ومقبولة اجتماعيًا أو قانونيًا أو أخلاقيًا"، أي أن له سببًا حقيقيًا ومشروعًا يجعله مهتمًا أو متأثرًا بأنشطة المؤسسة.
- **سرعة الاستجابة:** أي سرعة الاستجابة في تلبية مطالب أصحاب المصالح وهي تصف درجة أولوية طلبات أصحاب المصالح، مثل ناشط بيئي يطالب بإيقاف مشروع بشكل فوري دون أن تكون له سلطة أو صفة قانونية واضحة، لديه إلحاح لكنه ليس شرعيًا بالضرورة أو ذا نفوذ، مثل موظف متقاعد يطالب بمستحقات لديه حق قانوني، لكنه لا يملك سلطة أو استعجال كافٍ للتأثير المباشر.

أنواع أصحاب المصلحة:

الأطراف خارج المؤسسة
الذين يتأثرون بأنشطتها و يؤثرون عليها

الداخليون

الموظفون

الادارة

المساهمون

الأشخاص داخل المؤسسة

الخارجيون

العملاء

الموردون

الحكومة

المجتمع
المحلي

الجهات
التنظيمية

وسائل
الاعلام

أصحاب المصلحة الخارجيون :

هم الأطراف خارج المؤسسة الذين يتأثرون بأنشطتها أو يؤثرون عليها. مثل:

- **العملاء:** يتأثرون بجودة المنتجات أو الخدمات.
- **الموردون:** يعتمدون على استمرار التعاون للحصول على عوائد.
- **الحكومة:** تهتم بالالتزام بالقوانين والضرائب.
- **المجتمع المحلي:** يتأثر بالأثر البيئي والاجتماعي للمؤسسة.
- **الجهات التنظيمية:** تراقب الالتزام بالمعايير القانونية.
- **وسائل الإعلام:** تؤثر على سمعة المؤسسة وتراقب أداؤها.

أصحاب المصلحة الداخليون :

هم الأشخاص أو الجهات داخل المؤسسة. مثل:

- **الموظفون:** يتأثرون بالرواتب، ظروف العمل، وسياسات المؤسسة.
- **الإدارة:** تسعى لتحقيق أهداف المؤسسة وتحسين الأداء.
- **المساهمون (في الشركات):** يهتمون بالعوائد على استثماراتهم.

تصنيف آخر هو ذلك التصنيف الأكثر شيوعاً والمتعلق بقدرتهم في التأثير على استمرارية المؤسسة وهو نوعان:

➤ أصحاب المصالح الأساسيون: هم أطراف في المؤسسة لا تستطيع المؤسسة أن تعمل وتستمر بدونهم مثل العاملين، الزبائن، المساهمين والموردين.

➤ أصحاب المصالح الثانويون: هم أطراف تقوم بدور الوسيط لعمل واستمرارية المؤسسة مثل السلطات العامة، وسائل الإعلام، الجمعيات.

تصنيف أصحاب المصلحة يؤثر في نمط التواصل :



تحليل أصحاب المصلحة:

وهناك مجموعة من المعايير يمكن استخدامها لتحديد وترتيب أصحاب المصالح المرتبطين بمؤسستهم بحيث تسمح بتسهيل الرد على مختلف متطلباتهم وهي:

- تقييم تأثير كل صاحب مصلحة وأهميته لنجاح خطط المؤسسة.
- تحديد المخاطر والافتراضات التي ستؤثر على تصميم ونجاح إستراتيجية المؤسسة.
- مدى اهتمامهم بما تقوم به المؤسسة.

أهمية أصحاب المصلحة لأي مؤسسة:

- ان أصحاب المصالح يعدون موارد حيوية للمؤسسة، وتطوير علاقات إيجابية معهم يسهم في تحقيق نجاحها.

- تساهم علاقات أصحاب المصالح في خلق الميزة التنافسية :

فالمؤسسة أدركت أن قدرتها على تطوير علاقات مع أصحاب المصلحة هام جدا في تحقيق النجاح.

- تحقيق الأهداف الاستراتيجية:

التعاون مع أصحاب المصلحة يعزز فرص النجاح وتحقيق الأهداف طويلة المدى.

- تحسين السمعة والقبول الاجتماعي:

رضا العملاء والمجتمع يرفع من سمعة المؤسسة ويساعد في استمراريتها.

- الحد من المخاطر:

فهم توقعات أصحاب المصلحة يساعد على التنبؤ بالمشكلات وتقليل التهديدات.

- تعزيز الولاء والانتماء:

الموظفون والمساهمون الراضون أكثر ولاءً، مما يقلل من معدل الدوران ويزيد الكفاءة.

- الامتثال والتنظيم:

تلبية متطلبات الجهات الحكومية والتنظيمية يجنب المؤسسة العقوبات القانونية.

مثال تطبيقي:

- في أوائل العقد ٢٠١٠، واجهت تويوتا أزمة كبيرة بسبب مشاكل في دواسات البنزين ببعض السيارات.

دور أصحاب المصلحة:

- **العملاء:** فقد بعض العملاء الثقة بسبب المخاطر.
- **الحكومة:** فرضت رقابة صارمة وغرامات.
- **وسائل الإعلام:** نشرت التقارير وسلطت الضوء على الخلل.
- **الموردون:** كان عليهم العمل على تعديل القطع واسترجاع المنتجات.
- **النتيجة:**

تويوتا اضطرت لاسترجاع ملايين السيارات، وأنفقت مليارات على تحسين الجودة والتواصل مع العملاء. وأظهرت أهمية رضا أصحاب المصلحة في استعادة السمعة.



مسئولية المؤسسة تجاه أصحاب المصلحة:

- مسؤولية المنظمة تجاه أصحاب المصلحة تتمثل في التزامها الأخلاقي والاجتماعي والاقتصادي تجاه كل الأطراف التي تتأثر بأنشطتها أو تؤثر عليها.

هذه المسؤولية تتجاوز تحقيق الربح فقط، وتركز على تحقيق توازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح أصحاب المصلحة على المدى الطويل.

أهم مجالات المسؤولية العامة تجاه أصحاب المصلحة:

١. الشفافية والمصادقية

- توفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب.
- الوضوح في السياسات والقرارات التي تؤثر على أصحاب المصلحة.

٢. العدالة والمساواة

- معاملة جميع أصحاب المصلحة بعدل وبدون تمييز.
- ضمان تكافؤ الفرص (خاصة للموظفين والعملاء).

٣. الاحترام والتقدير

- الاعتراف بحقوق كل طرف واحترام توقعاتهم.
- تشجيع الحوار والمشاركة في اتخاذ القرار.

٤. الاستدامة والمسؤولية البيئية

- اتخاذ قرارات تراعي الأثر البيئي والاجتماعي.
- الاستثمار في الممارسات المستدامة.

٥. الامتثال للقوانين والأنظمة

- احترام القوانين المحلية والدولية.
- العمل بشفافية مالية وضرائبية.

٦. المساهمة في تنمية المجتمع

- المشاركة في المبادرات التعليمية والصحية والاجتماعية.
- دعم الاقتصاد المحلي من خلال التوظيف والتوريد المحلي.

هذه المسؤوليات مهمة لأنها تؤدي إلى:

تقليل المخاطر والنزاعات
المحتملة

بناء ثقة دائمة مع أصحاب
المصلحة

زيادة فرص النمو والاستثمار
على المدى الطويل

تحسين سمعة المؤسسة

استراتيجيات إدارة علاقات المنظمة مع أصحاب المصلحة:

إدارة علاقات أصحاب المصلحة تتطلب خطة واضحة تهدف إلى كسب ثقتهم، والتفاعل معهم بفعالية، وتحقيق توازن بين مصالحهم ومصالح المؤسسة. من أبرز هذه

الاستراتيجيات:

١. تحليل أصحاب المصلحة

- تحديد أصحاب المصلحة الرئيسيين.
- تصنيفهم حسب درجة التأثير والاهتمام.
- تحديد طرق التواصل المناسبة لكل فئة.

٢. إشراك أصحاب المصلحة

- إشراكهم في صنع القرار، خاصة في المشاريع الحساسة.
- عقد ورش عمل واستبيانات واستشارات دورية.

٣. بناء الثقة والشفافية

- مشاركة المعلومات والقرارات بوضوح.
- تقارير دورية (مالية، بيئية، اجتماعية).
- الرد السريع على الشكاوى والملاحظات.

٤. التخصيص في التواصل

- تخصيص الرسائل والمحتوى حسب احتياجات وتوقعات كل فئة من أصحاب المصلحة (موظفون، مستثمرون، عملاء...).

دور الاتصالات في بناء علاقات قوية مع أصحاب المصلحة والحفاظ عليها:

١. الاتصال كأداة استراتيجية

- الاتصال الفعال ليس فقط تبادل معلومات، بل هو أداة للتأثير، والإقناع، وبناء الولاء والثقة.
- الاتصال له دور في تعزيز جودة الاتصالات عن طريق:
- بناء الثقة من خلال الصدق والشفافية.
- حل النزاعات من خلال توضيح المواقف وسرعة الرد.
- دعم الولاء من خلال التقدير والمشاركة.
- تحقيق الاستفادة من خلال إبقاء الحوار مفتوحا ومستمرا.

٢. أدوات الاتصال المؤسسي

- المؤتمرات والندوات.
- التقارير السنوية والنشرات الإخبارية.
- وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي.
- البريد الإلكتروني والاجتماعات المباشرة.

٣. مبادئ الاتصال الفعال مع أصحاب المصلحة

- الوضوح والشفافية.
- التوقيت المناسب.
- التفاعل والاستماع الفعال.
- التخصيص والثقافة المناسبة.

استراتيجيات بناء علاقات قوية وطويلة الأمد مع أصحاب المصلحة:

الاستراتيجية

التفسير

التواصل المستمر

توفير قنوات مفتوحة ودورية للتواصل والملاحظات

الاستماع الفعال

فهم توقعات واحتياجات أصحاب المصلحة بعمق

الاحترام المتبادل

التعامل مع كل فئة بعدالة وشفافية

المرونة

القدرة على التكيف مع تغيرات مصالح الأطراف

الاعتراف والمكافأة

تقدير مساهمات الأطراف (موظفين، متطوعين، عملاء...)

نظرية أصحاب المصلحة:

هي نظرية في الإدارة الاستراتيجية والأخلاقيات، تفترض أن المؤسسة يجب ألا تهتم فقط بتحقيق الأرباح للمساهمين، بل يجب أن تأخذ في الاعتبار مصالح جميع الأطراف المتأثرة أو المؤثرة في أنشطتها.

فمنذ الثمانينات، كان هناك ارتفاع كبير في بروز النظرية، حيث واصل العلماء في جميع أنحاء العالم التشكيك في استدامة التركيز على ثروة المساهمين كأهم هدف أساسي للأعمال التجارية.

- ويرجعو باحثون آخرون أصل نظرية أصحاب المصالح إلى سنوات الخمسينات وبداية سنوات الستينات فهم يعتقدون أن الأفكار الأولى حول هذا المفهوم بدأت مع أعمال ١٩٥٩ Penrose معتبرين أنه أحد الرواد لهذه النظرية، في حين نجد أن آخرين يعتقدون أن ١٩٦٨ Ansoff هو من رجع أول مرة لاستعمال هذا المفهوم في تعريفه للأهداف التنظيمية. أما ١٩٧٩ Sturdivant فيشير إلى أنه من الصعب تحديد وبدقة أصول نظرية أصحاب المصلحة.

نظرية أصحاب المصالح: البحث عن التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الاقتصادية .

- اذا تعارضت المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على المدى القصير، فإنه لا يمكن أن يكون كذلك وباستمرار على المدى الطويل، وبالتالي لا يوجد ضرورة للتركيز على جانب واحد فقط وإهمال الجانب الآخر .
- وبشكل عام فإن مسألة المسؤولية الاجتماعية ودرجة تبنيها أو عدم تبنيها من قبل المؤسسات يقوم في جوهره على ميل المؤسسة للتركيز على الجانب الاقتصادي أو الجانب الاجتماعي.
- في هذا الصدد قامت جامعة هارفارد بإجراء دراسة مقارنة للمؤسسات، حيث أظهرت أن تلك التي تولي اهتماماً متوازناً بمختلف فئات المستفيدين **قد حققت معدلات نمو أكبر** بأربع مرات من تلك المؤسسات التي حصرت اهتمامها بالمساهمين فحسب، وتشير تلك الدراسات إلى أن المؤسسات ذات المسؤولية الاجتماعية العالية قد حققت أيضاً معدلات نمو في التوظيف فاقت ثمانى أضعاف تلك المؤسسات التي ركزت على المساهمين فقط.



مثال تطبيقي:

دراسة بعنوان : "نظرية أصحاب المصالح: البحث عن التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الاقتصادية - حالة مجمع صيدال – "

• الباحثة: عقيلة صدوقي (٢٠١٩) / الجزائر

• <https://shorturl.at/4KJbq>

الهدف من الدراسة :

• توضيح إسهام نظرية أصحاب المصالح في علاقة التوازن بين المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية.

إشكالية الدراسة :

هل استطاعت المؤسسة في ظل نظرية أصحاب المصالح أن توازن بين مسؤوليتها الاجتماعية ومسؤوليتها الاقتصادية؟.

للإجابة عن هذه الإشكالية تم الاستعانة بالفرضية التالية:

يقع على عاتق المؤسسة إضافة إلى مسؤوليتها الاقتصادية المسؤولية الاجتماعية أيضا.

- وقد استندت هذه الدراسة على جانب نظري وآخر تطبيقي باستخدام أسلوب دراسة الحالة على أهم مؤسسة في القطاع الصيدلاني بالجزائر وهي مجمع صيدال الذي يسعى إلى تحقيق الاتزان في تحمل المسؤولية الاجتماعية جنباً إلى جنب مع المسؤولية الاقتصادية.
- يعتبر مجمع صيدال من بين المؤسسات الصيدلانية في الجزائر، الموكلة لها مهمة إنتاج واستيراد وتصدير وتسويق كل ما يتعلق بالمواد الصيدلانية والكيميائية سواء على شكل مواد أولية أو منتجات نصف مصنعة أو تامة الصنع بغرض الاستعمال البشري.
- وبالتالي يمكن القول بأن هذا النشاط له تأثير قوي على مستوى صحة الإنسان من جهة ومن جهة أخرى على مستوى البيئة. لذا فإن المجمع يتابع التزاماته نحو حماية البيئة ونحو أحسن تأمين لأفراده وجيرانه من المؤسسات ومستهلكيه. وهو ما يعكس ثقافته المبنية أساساً على حماية المستهلك والحفاظ على البيئة أي الحق في الحياة في بيئة خالية من التلوث.

- **العينة :** نظراً لتعدد وكثرة فئات أصحاب المصالح لأي مؤسسة سواء داخلها أو خارجها ، في الدراسة تم اختيار الأطراف التالية: أصحاب الأسهم، الأفراد، الزبائن، المجتمع المحلي، البيئة.
- **مبررات للاختيار:**
- **حملة الأسهم:** يمثلون فئة مهمة جداً من أصحاب المصالح والمستفيدين المباشرين من نشاط المؤسسة. تنتظر هذه الفئة تحقيق أكبر ربح ممكن، تعظيم قيمة السهم، رسم صورة محترمة للمؤسسة، زيادة حجم المبيعات...إلخ.
- **الأفراد:** تشمل هذه الفئة جميع العاملين من إداريين وفنيين وفئات أخرى، لهم مصلحة مهمة في المؤسسة لا تقتصر على الأجور وإنما تتعداها إلى الحصول على فرص ترقية، عدالة وظيفية، المشاركة في القرارات...إلخ.
- **الزبائن:** يرتبط وجود أي مؤسسة بإنتاج سلع وخدمات يستهلكها زبائن ينتظرون منها منتجات بأسعار مناسبة ونوعية جيدة، تطوير مستمر للسلع والخدمات، التزام بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع...إلخ.

- **المجتمع المحلي:** أهم المعايير الخاصة بالمجتمع كصاحب مصلحة من وجود المؤسسات: المساهمة في دعم البنى التحتية للمجتمع، خلق فرص عمل جديدة، دعم المؤسسات العلمية، احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع...إلخ.
 - **البيئة:** يقصد البيئة الطبيعية، التربة، الماء والهواء. ولقد أصبحت المؤسسات تسعى إلى التقليل من الآثار السلبية لأنشطتها على البيئة وهو ما يصطلح عليه بتخضير الأعمال.
- يمكن الحكم على أداء المؤسسات في هذا المجال بما يلي: ربط الأداء البيئي ، الوقاية من التلوث، تثقيف الجمهور برسالة المؤسسة، وجود قسم خاص أو وحدة خاصة بالبيئة، تثقيف الجمهور بقضايا البيئة، المشاركة مع جمعيات حماية البيئة...

- بعد تحديد الأطراف ذات المصلحة ، تم تقييم ما حققته المؤسسة لكل لمتطلبات الأطراف المحددة.
- أصحاب الأسهم: تشير الأرقام إلى وصول الأرباح المتوقعة.
- الأفراد: يؤمن المجمع بأن احترام شخصية وكرامة كل عامل هي أساس تطور بيئة العمل المبنية على أساس الثقة المتبادلة والولاء الذي يثريه مساهمة كل فرد، لذا فإن المجمع يتبنى ما يلي:
- إجراء دورات تدريبية، تقديم خطابات شكر، تقديم مكافئات لما لها من تأثير كبير على السلوكيات والتي تمس جميع الأفراد (وفقا لشروط محددة).
- -إعداد وطرح استبيان يتعلق برضا الأفراد.
- إعداد برامج احتياطية للفترات الشتوية والفترات شديدة الحرارة.

- الزبائن: ينتظر الزبائن من أي مؤسسة منتجات بأسعار مناسبة ونوعية جيدة، تطوير مستمر للسلع والخدمات، التزام بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع...إلخ. لذلك يسعى مجمع صيدال لتحقيق كل هذا، من خلال:

- التعريف والتحديد الواضح لجميع مراحل التصنيع واثبات قدرتها المستمرة على تحقيق النتائج المرجوة عن طريق إجراء الدراسات الضرورية.

- وجود ملصقات صحيحة، إجراءات وتعليمات معتمدة، وسائل تخزين ونقل ملائمة.

- إعداد السجلات أثناء التصنيع حيث تظهر أن جميع الخطوات المحددة في طرق العمل والتعليمات قد اتخذت بالفعل، وأن كميات المستحضر قد تمت كما هو متوقع. وأن أي خروج

على ذلك يجري تسجيله بدقة والتحقيق فيه.

-وجود نظام لاسترجاع المستحضرات غير المطابقة من الأسواق.

- هناك نظام مناسب لمعالجة الشكاوى.

• المجتمع المحلي:

- يتبنى المجمع عدة أنشطة تدخل في إطار التوعية ودعم المؤسسات العلمية :
- تنظيم مركز للقطاعات الصحية في ثلاثة مناطق تجارية.
- يقوم المجمع أيضا برعاية حدثين مهمين: تنظيم ندوات في إطار ترويج المنتجات الجديدة، ورعاية حصة (إرشادات طبية) بالتلفزيون الجزائري.
- قام المجمع برعاية قوافل طبية عالجت أكثر الأمراض انتشاراً مثل: أمراض القلب، أمراض الغدد، أمراض الحساسية، أمراض الجلد و أمراض العيون.

• البيئة:

- الاهتمام بالآثار البيئية للقرارات التي يتخذها.
- وجود قسم خاص بالبيئة تحت اسم المديرية المركزية للأمن والبيئة والتي تقوم بإعداد وتوجيه و تطبيق كل سياسات المجمع المتعلقة بالأمن الداخلي الصناعي والبيئي، حيث تقوم بمراقبة دورية لإجراءات الأمن للتأكد من تطبيق قواعد السلامة والصحة، وكذلك المصادقة على أعمال الصيانة والأعمال الجديدة.

نظرية بناء العلاقات:

- هي نظرية تشير الى أن الدور الرئيسي للعلاقات العامة ليس فقط نشر المعلومات أو تحسين الصورة الذهنية، بل يتمثل في بناء علاقات طويلة الأمد، متبادلة المنفعة، قائمة على الثقة والاحترام بين المنظمة و جماهيرها المختلفة.

عناصر النظرية :

- ١. العلاقات كهدف استراتيجي

العلاقات العامة لا تهدف فقط لإيصال الرسائل، بل إلى إنشاء "علاقات فعالة" تحقق منفعة لكل الأطراف (المنظمة + الجمهور).

- ٢. المنفعة المتبادلة

لا بد أن يشعر الطرفان بأن هناك منفعة متبادلة:

- الجمهور يحصل على المعلومة أو الخدمة أو الاحترام.
- المنظمة تكسب الثقة، الولاء، الدعم المجتمعي.

• ٣. الاستمرارية

العلاقة ليست مؤقتة أو قائمة على أزمة فقط، بل تستمر على المدى الطويل مع التواصل الدائم.

• ٤. الاتصال ثنائي الاتجاه

- استماع المنظمة للجمهور.
- تفاعل فعال من الطرفين.
- تجنب الاتصال الأحادي (مثل الإعلان فقط).

أهداف نظرية بناء العلاقات في العلاقات العامة:

- تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة.
- تحقيق ولاء الجمهور.
- إدارة الأزمات بشكل فعال من خلال علاقات مبنية مسبقاً.
- تحسين سمعة المؤسسة داخلياً وخارجياً.
- تقوية الدعم المجتمعي والسياسي والإعلامي

أبعاد العلاقة الجيدة وفق النظرية:

وفق الباحثين مثل **Ledingham** و **Bruning**، العلاقة الجيدة بين المؤسسة والجمهور تقوم على عدة أبعاد:

البعد	التوضيح
الثقة	تصديق الجمهور لنية وأفعال المؤسسة.
الالتزام	مدى التزام المؤسسة بالحفاظ على العلاقة.
الرضا	شعور الجمهور بالرضا عن تعامل المؤسسة.
التفاهم المتبادل	فهم متبادل لاحتياجات وتوقعات كل طرف.
التبادل	العلاقة تقوم على الأخذ والعطاء وليس طرف واحد فقط.

كيف يمكن قياس فعالية المؤسسة في بناء العلاقات؟

البعد	كيف تم تطبيقه عملياً في المؤسسات؟
الثقة	نشر تقارير شفافة صادقة ودقيقة.
الالتزام	قيام المؤسسات بتنفيذ برامج مسؤولية اجتماعية طويلة الأمد مثل تعليم طلاب المدارس عن إعادة التدوير.
الرضا	استطلاعات شهرية لقياس رضا العملاء وتحسين الخدمات وفقاً للنتائج.
التفاهم المتبادل	عقد ورش عمل مع سكان الأحياء للاستماع لمقترحاتهم وتطوير الخدمات.
التبادل	الشركة تمنح خصومات على المنتجات الصديقة للبيئة مقابل تسليم المواد القابلة لإعادة التدوير.

- استراتيجيات الاتصال التي يمكن استخدامها:
- وسائل التواصل الاجتماعي: لنشر معلومات، فيديوهات تعليمية، والرد على الأسئلة.
- رسائل بريدية شهرية: تحتوي على نصائح بيئية وتحديثات حول المشاريع.
- منصات تفاعلية: مثل تطبيق إلكتروني يتيح تتبع مساهمات الأفراد في التدوير.

إذا الدروس الاستفادة من النظريتين:

- العلاقة المستمرة تبني ولاءً طويل الأمد، وليس مجرد رضا مؤقت.
- الاستماع والتفاعل يعزز الثقة أكثر من الإعلانات فقط.
- المنفعة المتبادلة تجعل الجمهور شريكًا وليس مجرد متلقي.

ملخص المحاضرة:

أجابت هذه المحاضرة على عدة أسئلة :

- من هم أصحاب المصلحة ؟
- على أي أساس تم تقسيم أصحاب المصلحة؟
- ما أسس التعامل مع كل فئة من أصحاب المصالح؟
- ما أهمية أصحاب المصلحة للمؤسسة؟
- ما مسئولية المؤسسة تجاه أصحاب المصلحة؟
- ما هي نظرية أصحاب المصالح ؟ وكيف يمكن تطبيقها في تقييم عمل المؤسسات؟
- ما هي نظرية بناء العلاقات في العلاقات العامة؟



Thank You