

Journal of University Studies for Inclusive Research

Vol.3, Issue 8 (2022), 4010- 4035

USRIJ Pvt. Ltd.,

أثر الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات العلاجية السعودية لتطوير خدماتها الصحية

محمد بن إبراهيم العرف

Mohmmadalorf1990@gmail.com

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمستشفيات الحكومية والخاصة في تطوير الخدمات الصحية بالمؤسسات العلاجية، وكذلك توضيح قدرة العلاقات العامة على توظيف الأنشطة الاتصالية في توعية الجمهور بالخدمات الصحية للمؤسسات العلاجية. ولتحقيق تلك الأهداف، اعتمد الباحث على المنهج المسحي، فيما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، بينما تكوّن مجتمع الدراسة من كافة المستشفيات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض وعددها (102) مستشفى، كما قام الباحث بتطبيق أداة الاستبانة على جمهور المستشفيات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض، وبلغت الاستجابات من جمهور مستشفيات القطاع الحكومي (231)، ومن مستشفيات القطاع الخاص (169)، بعدد إجمالي (400) مفردة. أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج، كان أبرزها: أن التلفاز والملصقات ومنصة توتير هي الأكثر تعرّضاً من قبل الجماهير في المستشفيات الحكومية والخاصة، كما كشفت نتائج الدراسة عن أن الاتصال الهاتفي هو أكثر وسيلة تتفاعل معها المستشفيات الحكومية والخاصة في شكاوى ومقترحات واستفسارات الجمهور، وهو أسرعها. وتوصّلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يرون أن الجانب الاتصالي يؤثر بشكل كبير في تطوير الخدمات الصحية في المملكة العربية السعودية.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة، تطوير الخدمات الصحية، العلاقات العامة



Abstract

The current study aimed to identify the communicative function of the Public Relations Department at Public and Private Hospitals in developing healthcare services inside the treatment facilities, in addition to that the study aimed to clarify the Public Relations ability to engage the communicative activities in raising the public awareness of the healthcare services inside the treatment facilities. To achieve the goal of this study: the researcher adopted the survey method with its descriptive approach. The study population consisted of all Public and Private Hospitals in Riyadh (102). The researcher also adopted the questionnaire instrument on the population of Public and Private Hospitals in Riyadh, the response from the population of the Public Sector Hospitals reached (231), while the response from the population of the Private Sector Hospitals reached (169), with a total of (400) single entry. The study reached a number of findings, the most prominent of which are: the most exposed communicative method in both Public and Private Hospitals are the television, posters, and Twitter platform. The study also found that phone communication is the mean both Public and Private Hospitals interact with the most regarding public complaints, suggestions and inquiries, as it is the fastest mean as well. The study has shown that the majority of individuals in the studied sample believe that the communicative part in the healthcare services has a great influence on the development of the healthcare services in Kingdom of Saudi Arabia.

Keywords: *Communication function of public relations, health services development, public relations*

مقدمة

تسارع في الآونة الأخيرة تطوّر ممارسة العلاقات العامة، لا سيما في عهد التطور التكنولوجي والتطور العلمي بصورة عامة، وصارت تعمل العلاقات العامة في بيئة كلية هي بيئة العمل الكلية للمنظمة؛ ومن ثم فإنجاز الأنشطة والمهام المرتبطة بالعلاقات العامة وكذلك الوظائف الإدارية فيها يتأثر بكل المتغيرات التي تحتويها بيئة العمل الكلية للمنظمة، فالعلاقات العامة هي النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا، والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها، من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية (كمال، 2012).

وتبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تمثل مدخلاً مهماً وأساسياً في تنظيم وإدارة المنظمات الحديثة، وقد شهدت العلاقات العامة تطورات عديدة في الآونة الأخيرة؛ جسدها بروز العديد من النظريات العلمية والممارسات المهنية والأخلاقية، وأثرت هذه التطورات بشكل واضح على طريقة إدراك القائمين بالاتصال بصورة مباشرة، لكيفية إدارة العلاقات العامة الحديثة (الجمال وعياد، 2005).

والمؤسسات التي ينبغي أن يتزايد فيها دور العلاقات العامة هي تلك المؤسسات التي لها تعامل مباشر مع الجمهور، فالمؤسسات العلاجية واحدة من تلك المؤسسات التي لها ارتباط مباشر بالجمهور؛ لذلك يجب أن يتعاظم توظيف الدور الاتصالي للعلاقات العامة فيها، ومن المعلوم أن العلاقات العامة في أي مؤسسة تهدف إلى بناء علاقات طيبة وتدعيم عناصر صناعة الثقة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها؛ ولذلك رأى

الباحث أن يدرس تأثير الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير الخدمات للمؤسسات العلاجية، وخاصة المستشفيات السعودية بمدينة الرياض؛ الحكومية منها والخاصة.

مشكلة الدراسة

تتميز الدراسات العلمية بوجود مشكلة بحثية محدّدة تكون في حاجة لمن يتصدّى لها بالدراسة العلمية والبحث والتحليل والتقصي من جوانبها المختلفة؛ لذلك يُعدّ تحديد مشكلة الدراسة وصياغتها في أسلوب علمي سليم من أهم الخطوات التي تؤثر في سيرّ البحث بطريقة علمية منهجية صحيحة (سمير، 1978م).

وتلعب المؤسسة العلاجية دورًا ذا أهمية كبرى في حياة الإنسان، من خلال تقديم الخدمات العلاجية للفرد؛ ويرجع ذلك إلى كون المؤسسة العلاجية ركيزةً من ركائز المجتمع المدني التي لا يمكن الاستغناء عنها بأي شكل من الأشكال، ومن خلال زيارات الباحث المتكررة إلى المؤسسات العلاجية، لاحظ أن هناك خللاً في توظيف الدور الاتصالي للعلاقات العامة بما يساهم في تقديم الخدمات العلاجية بالصورة التي تحسّن من سمعة المؤسسات العلاجية، وتحقّق رضا الجمهور عن هذه المؤسسات العلاجية. وتقودنا مشكلة الدراسة إلى التساؤل الرئيس:

"ما أثر الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير الخدمات الصحية للمؤسسات العلاجية، لا سيما

المستشفيات الحكومية والخاصة بمدينة الرياض؟"

أهداف الدراسة

1. التعرف على أثر الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمستشفيات العامة في تطوير الخدمات بالمؤسسات العلاجية.
2. التعرف على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات العلاجية.
3. الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو الخدمات الصحية التي تقدّمها المؤسسات العلاجية الحكومية والخاصة بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الحالية للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة، وهو: ما أثر الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير الخدمات الصحية للمؤسسات العلاجية، لا سيما المستشفيات الحكومية والخاصة بمدينة الرياض؟

وكذلك الإجابة على الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما أثر الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمستشفيات العامة في تطوير الخدمات بالمؤسسات العلاجية؟
2. ما وجهات نظر الجمهور عن الخدمات الصحية التي تقدّمها المؤسسات العلاجية الحكومية والخاصة بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية؟
3. ما الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات العلاجية؟

أهمية الدراسة

تتمثل أبرز جوانب الأهمية العلمية لهذه الدراسة في الجوانب التالية:

- أ- إلقاء الضوء على أثر توظيف الاتصال في العلاقات العامة بالمؤسسات العلاجية، ومدى مساهمته في تسهيل وتذليل الصعاب التي تواجه المرضى وتحسين بيئة العمل للموظفين.
- ب- إسهام الدراسة في تبين أثر العلاقات العامة في توظيف الاتصال بالمؤسسات العلاجية، وذلك من خلال تفعيل قنواتها الاتصالية في تحقيق أهدافها.

مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: هي الوظيفة أو الإدارة التي تحدّد وتبني وتحافظ على علاقات ذات منفعة متبادلة بين المنظمة و جماهيرها، وهي التي يتوقف عليها نجاح المنظمة وإخفاقها (الجمال و عياد، 2005).

التعريف الإجرائي للعلاقات العامة: يقصد بها الباحث في هذه الدراسة الإدارة المنوط بها تحقيق الدور الاتصالي بالمستشفيات الحكومية السعودية.

المؤسسة: هي التي تمكّن المجتمع من السعي لتحقيق أهداف لا يمكن تحقيقها بواسطة أفراد يعملون بمفردهم.

التعريف الإجرائي للمؤسسات: يقصد بها الباحث في هذه الدراسة المستشفيات الحكومية والخاصة بمدينة الرياض.

الخدمات العلاجية: مجموعة من البرامج والأنشطة هدفها وقاية المجتمع من المشكلات الصحية وعلاج

هذه المشكلات في حال وقوعها.

التعريف الإجرائي للخدمات العلاجية: هي مجموعة من التسهيلات التي تقدّمها المستشفيات الحكومية

والخاصة، وكافة الأنشطة والبرامج التي تعمل في إطار حثّ المجتمع على الوقاية.

الدراسات السابقة

- دراسة السلعوس (2018) بعنوان "الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك

المؤسس عبد الله الجامعي بالأردن ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور"، وقد اعتمد الباحث المنهج المسحي

مستخدمًا الاستبانة أداةً في جمع المعلومات والبيانات، وتكوّنت عينة الدراسة من (13) ممارسًا، مستخدمًا

أسلوب الحصر الشامل في تحديد عينة الدراسة. هدفت الدراسة إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية لجهاز

العلاقات العامة في مستشفى المؤسس الملك عبد الله الجامعي وأهميتها في التواصل مع الجمهورين الداخلي

والخارجي للمستشفى. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن وسائل الإعلام الجديد تتفوّق على بقية

الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المستشفى، كما أن جهاز العلاقات العامة في

المستشفى يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي، كما أن جهاز

العلاقات العامة يمارس الأنشطة الاتصالية التعريفية والإخبارية.

-دراسة إدريس (2017) بعنوان "وظيفة العلاقات العامة في تطوير المؤسسات الصحية: دراسة وصفية تحليلية على مستشفى المستقبل في جدة بالمملكة العربية السعودية"، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كمنهج لها، واستعانت بالاستبانة كأداة لتحقيق أهداف الدراسة، وتكوّن مجتمع الدراسة من مستشفى المستقبل بالمملكة العربية السعودية، وهدفت الدراسة إلى فهم دور العلاقات العامة في المجتمع، وتبسيط الضوء على أهمية العلاقات العامة، وتغيير نظرة المجتمع للعلاقات العامة، والسعي لإبراز الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية، ومعرفة المشاكل والصعوبات التي تواجه العلاقات العامة لمستشفى المستقبل بالمملكة العربية السعودية، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، من أهمها: أن العلاقات العامة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسات والهيئات والشركات، وأن العلاقات العامة وظيفة استثمارية، وكذلك أن تبعية العلاقات العامة وتوفير الإمكانيات وإجراءات البحوث تساهم في تطوير المؤسسات الصحية، كما أن العلاقات العامة بالمستشفى لا تقوم بقياس رضا العميل، ولا تقوم بالترويج أو الإعلان لخدمات المستشفى عبر وسائل الاتصال المختلفة.

- دراسة هارون (2015) بعنوان "واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة وصفية تحليلية على مركز سبها الطبي في ليبيا"، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي كمنهج للدراسة، واعتمدت الاستبانة كأداة للدراسة، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من مركز سبها الطبي، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن مكانة العلاقات العامة لدى الإدارة العليا، وتبسيط الضوء على أساليب وممارسات إدارة العلاقات العامة، والكشف عن مدى فعالية أنشطة العلاقات العامة؛ وذلك للوصول إلى أهم المعوقات والمشكلات التي تواجه قسم العلاقات العامة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها: أن العلاقات العامة تواجه الكثير من المعوقات في

المركز، كما أوضحت الدراسة أن قسم العلاقات العامة لا يؤدي الوظائف والأنشطة المسؤول عنها بالصورة المطلوبة، كما أظهرت الدراسة ضعف الاهتمام بتقويم الأنشطة والبرامج للوقوف على مدى النجاح والفشل في التنفيذ.

- دراسة أبو العسل (2014) بعنوان "الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية"، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي كمنهج للدراسة، واستعانبت بالاستبانة كأداة للدراسة. هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة ومستوى الممارسات الاتصالية والإدارية والأنشطة الإعلامية التي تقوم بها أقسام العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية، وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج من أهمها: أنه لا يكاد يخلو مستشفى من مستشفيات العينة من جهاز علاقات عامة تحت عدة مستويات إدارية، حاز من بينها مستوى (قسم) على النسبة الأعلى، كما تفوّقت نسبة العاملين الذكور على الإناث. وكشفت الدراسة أن النسبة الغالبة من العاملين في العلاقات العامة ليسوا من المتخصصين في هذا الحقل أو في الإعلام وفروعه؛ حيث كانت نسبة المتخصصين في حقل العلاقات العامة (17.4%)، وأن معظم أجهزة العلاقات العامة في العينة ترتبط بمدير المستشفى مباشرةً بنسبة (91,7%)، وأن نصف عينة الدراسة تمارس عمل العلاقات العامة من خلال النموذج الاتصالي المتوازن باتجاهين بنسبة (57,35)، وقد كانت الوسيلة الاتصالية الأعلى استخدامًا هي: صناديق الشكاوى والمقترحات بنسبة (84%).

- دراسة صالح (2013) بعنوان "فعالية العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة وصفية تحليلية تطبيقاً على المركز القومي للعلاج بالأشعة والطب النووي"، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من المركز القومي للعلاج بالأشعة والطب النووي، وهدفت الدراسة إلى التعرف على فعالية إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، والكشف عن وظائف العلاقات العامة والبرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، للوصول إلى أهم المعوقات ونواحي القصور التي تواجه إدارة العلاقات العامة وإيجاد الحلول المناسبة لها. وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها: وجود قسم علاقات عامة بالمركز القومي للعلاج بالأشعة والطب النووي. كما اتضح من خلال الدراسة أن الجهة التي يتبع لها جهاز العلاقات العامة هي المدير العام بنسبة (81%)، وهذا إشارة إلى مكانة وأهمية هذا القسم في المركز، كما أوضحت الدراسة أن الإدارة العليا بالمستشفى تتفهم بالكامل وظيفة العلاقات العامة بنسبة (55%).

- دراسة Arora et al. (2012) بعنوان "ممارسات العلاقات العامة وتأثيرها على فعالية مستشفى البشير في الأردن"، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة. هدفت الدراسة إلى توضيح العلاقة ما بين العلاقات العامة في مستشفى البشير من حيث عوامل الثقة والانفتاح والمشاركة المجتمعية والالتزام ورضا العملاء، وتأثير تلك العوامل على المستشفى، وتحديد أي من تلك العوامل يمكن أن يكون له تأثير وفعالية أكبر على المستشفى، وأظهرت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في مستشفى البشير غير فاعلة، ولا تملك علاقات مفتوحة مع عملائها، كما أن المريض لا يشارك في أي اقتراحات حول الأساليب التي يمكن من خلالها تطوير المستشفى، كما أنها لم تسع إلى بناء علاقات فاعلة مع الجمهور، وأشارت النتائج

إلى أن ارتفاع عدد زوّار مستشفى البشير أدى إلى تدني التزام المستشفى بالتواصل مع المرضى وإيجاد علاقة اهتمام؛ لأن العلاقات العامة ليست على دراية كافية بمتطلبات الجمهور، وهدفها الرئيسي هو تلبية احتياجات الإدارة العليا.

- دراسة محمد (2012) بعنوان "دور إدارة العلاقات العامة في تطوير مفهوم الخدمة الطبية: دراسة تطبيقية على مستشفيات القطاع العام"، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تطوير مفهوم الخدمة الطبية بالتطبيق على المستشفيات، وتحقيق أعلى مستويات تقديم الخدمة الطبية والصحية من خلال تطوير مفهوم إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الصحية، كما هدفت الدراسة إلى الكشف عن الصلاحيات الممنوحة للعلاقات العامة بالمؤسسة العلاجية، ومدى تدريب وتخصّص الكادر بمكتب العلاقات العامة بالمؤسسة العلاجية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها غياب المعرفة بوظيفة العلاقات العامة مما ساهم في عدم تطوير مفهوم الخدمة الطبية بالمستشفيات، وأن عدم التدريب الفعّال أثر سلباً على جودة الخدمة الطبية بالمستشفيات العامة، كما أن غياب التمويل الكافي تسبّب في ضعف الخدمة الطبية بالمستشفيات العامة، وأن عدم تخصيص ميزانية كافية بمستشفيات القطاع العام أدى إلى ضعف الخدمة الطبية فيها، وأن التوعية الطبية والتثقيف الطبي أساس لتقديم خدمة سليمة بالمستشفيات العامة، وعدم تدريب وتثقيف العاملين بحجم الخدمة المطلوبة في إدارة العلاقات العامة أدى إلى ضعف الخدمة الطبية بالمستشفيات العامة، وغياب الوعي بأهمية إدارة العلاقات العامة أدى إلى حصرها وتحديد صلاحياتها؛ مما انعكس سلباً على تطوير الخدمة الطبية بالمستشفيات العامة.

- دراسة **Tomic et al. (2010)** بعنوان "العلاقات العامة في الرعاية الصحية"، هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية عمل العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحية والآلية التي تتبعها في العملية الاتصالية مع الجمهورين الداخلي والخارجي المستهدفين في المؤسسات الصحية، سواء في المستشفيات أم مراكز الرعاية الأولية، بهدف إيجاد الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الصحية وتحقيق الاحترام المتبادل والتفاهم وتعزيز المصالح المتبادلة. وتناولت الدراسة الجمهور وتقسيماته في المؤسسة الصحية داخلياً وخارجياً، وآليات الاتصال وتعامل العلاقات العامة مع هذه الجماهير لبناء علاقات طويلة الأمد وإدارة سمعة المستشفى، وتعزيز النظام العام في قطاع الرعاية الصحية وتحسينه، باستخدام الاتصال باتجاهين، ومبادئ الاتصال الفعال الذي يستخدم البحث والتخطيط والتنبؤ. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن موظفي العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية الصحية هم المسؤولون عن تعزيز النظام العام في المؤسسة الصحية وتحسينه، من خلال مساهمتهم في الاتصال الفاعل مع الجمهور، وأن من أهم أدوارهم تقديم الأساليب الاستباقية، وهي خطوة التخطيط في عمل العلاقات العامة لحل المشاكل، وعلى المؤسسات الصحية أن تنتقل من ردود الأفعال تجاه المشكلات التي تواجهها، إلى الأساليب الاستباقية في العمل من خلال التواصل مع جماهيرها، ويجب أن يكون الاتصال ثنائياً الاتجاه لتلبية مصالح المرضى والمستشفى.

منهج الدراسة

اعتمدت على المنهج المسحي؛ لكونه يهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد الظاهرة المدروسة وتحليلها والتعرف على مظاهرها وخصائصها، وتستعين الدراسة بالمنهج المسحي الذي يقوم على توصيف الظاهرة موضع الدراسة، من خلال الإجابة على تساؤلات الدراساتين التحليلية والميدانية، واستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية التي تقدّم الإجابات الكمية لرصد متغيرات الدراساتين ووصفها.

مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة هو كافة المستشفيات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض وعددها (102) (إحصائية

هيئة الإحصاء، 2018).

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية للدراسة في التعرف على الدور الاتصالي للعلاقات العامة

في تطوير الخدمات في المؤسسات العلاجية بمدينة الرياض.

الحدود المكانية: تقتصر الحدود المكانية للدراسة على المستشفيات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض،

وذلك بحكم أنه يوجد بها أكبر المستشفيات في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: الفترة الزمانية من شهر 2020/3 إلى نهاية شهر 2020/6؛ لأن هذه الفترة هي الفاصل

بين الشتاء والصيف وتغيّر الأجواء؛ مما يسبب زيارة الجمهور المتكررة إلى المستشفيات.

أدوات الدراسة

بناءً على طبيعة البيانات المطلوبة، وكذلك المنهج المتبع في الدراسة، وجد الباحث أن أنسب الأدوات

هي:

1. الملاحظة العلمية.

2. استمارة استبانة.

عينة الدراسة

1. يحدد حجم عينة المستشفيات بـ (14) مستشفى تمثل نسبة (13.7%) من حجم العينة، نصفها من

القطاع الحكومي، ونصفها الآخر من القطاع الخاص، أو تؤخذ بطريقة العينة العشوائية الطبقية؛ بحيث

يؤخذ من أحياء الرياض الرئيسية أو ذات الكثافة السكانية (أحياء غرب الرياض وجنوبها، وسط الرياض

الجغرافي (العليا والمعذر والسليمانية)، شرق الرياض، شمال الرياض الجديد (النخيل والربيع والصحافة

والمحمدية وغيرها).

2. عينة الجمهور يحدد حجمها وفق معادلة هولستي (384) شخصًا، وتزداد إلى (420) لضمان زيادة

التمثيل، ونوعها عينة متاحة تؤخذ من جماهير المستشفى في غرف الانتظار وأجنحة التنويم، وتقسّم

حسب عينة المستشفيات؛ أي يكون من كل مستشفى (30).

صدق أداة الدراسة وثباتها

• صدق أداة الدراسة (الاستبانة)

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها تقيس ما أُعدت لقياسه، كما يُقصد به شمول الاستبانة لكل العناصر التي تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح عباراتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها. وقد قام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال:

➤ صدق الاتساق الداخلي

من خلال الاتساق الداخلي يُعرّف مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه. ولحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة تم حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)، والذي من خلاله تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك عبر عينة استطلاعية مكوّنة من (30) مفردة، لكل عبارة من عبارات الدراسة حيث كانت المحاور متسقة مع الدرجة الكلية موجبة، ودالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (0.01)؛ حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.664) كحد أدنى و(0.888) كحد أعلى، ويشير ذلك إلى وجود صدق اتساق داخلي.

• ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)

تم التأكد من ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) من خلال استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha (α))، وذلك عبر عينة استطلاعية مكوّنة من (30) مفردة وكانت القيمة تراوحت بين (0.700) كحد

أدنى و(0.942) كحد أعلى، وهو يُعدّ قيمة عالية لألفا كرونباخ. وهذا يعني أن الاستبانة تتمتع بدرجة ثبات مرتفعة، ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة، كما يُعدّ مؤشرًا مهمًا على أن العبارات المكوّنة للاستبانة تعطي نتائج مستقرة وثابتة في حال إعادة تطبيقها على أفراد عينة الدراسة مرةً أخرى؛ ومن ثمّ توجد طمأنينة تجاه تحليل بيانات الدراسة.

أساليب المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة، وتحليل البيانات التي تمّ جمعها، فقد استُخدم العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences، التي يرمز لها اختصارًا بالرمز (SPSS)، وكذلك برنامج تحليل البيانات النوعية (NVivo)، وكانت على النحو التالي:

1. التكرارات، والنسب المئوية، والرسوم البيانية: للتعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة، وتوزيعهم حسب البيانات الشخصية والديمغرافية.
2. المتوسط الحسابي "Mean"؛ وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الاستبانة، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي.
3. الانحراف المعياري "Standard Deviation"؛ للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من الاستبانة، عن متوسطها الحسابي. ويُلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات الاستبانة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركّزت الاستجابات، وانخفض تشتتها.

النتائج

❖ النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيرية والخاصة والإلكترونية

جدول (1): الوسائل الجماهيرية التي تستخدمها المستشفيات السعودية الحكومية والخاصة في إرسال الرسائل الإعلامية والإعلانية للجمهور

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	دائمًا	غالبًا	أحيانًا	نادرًا	لا تُعَرَّض	الوسائل الجماهيرية	الرقم
1	55.9%	1.31	2.79	65	46	99	122	68	التكرار	1
				16.25	11.5	24.75	30.5	17	النسبة	
2	43.8%	1.23	2.19	28	41	59	124	148	التكرار	2
				7	10.25	14.75	31.0	37.0	النسبة	
3	43.2%	1.29	2.16	26	49	65	83	177	التكرار	3
				6.5	12.25	16.25	20.75	44.25	النسبة	
4	38.35%	1.17	1.92	12	46	47	87	208	التكرار	4
				3.0	11.5	11.75	21.75	52	النسبة	

يوضح الجدول السابق أهم الوسائل الجماهيرية التي تستخدمها المستشفيات السعودية الحكومية والخاصة في إرسال الرسائل الإعلامية والإعلانية للجمهور؛ حيث كان أهم هذه الوسائل: "التلفاز" بالمرتبة الأولى حسب الوزن النسبي 55.9%، و"الإذاعة" بالمرتبة الثانية حسب الوزن النسبي 43.8%، و"الصحف" بالمرتبة الثالثة حسب الوزن النسبي 43.2%، و"المجلات" بالمرتبة الأخيرة حسب الوزن النسبي 38.35%.

جدول (2): وسائل الاتصال الخاصة التي تستخدمها المستشفيات السعودية لتوصيل رسالتها

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	دائمًا	غالبًا	أحيانًا	نادرًا	لا أتعرض	وسائل التواصل الخاصة	الرقم
4	48%	1.41	2.40	53	35	87	71	154	التكرار	1
				13.25	8.75	21.75	17.75	38.5	النسبة	
5	46.9%	1.40	2.34	50	43	59	91	157	التكرار	2
				12.5	10.7	14.75	22.75	39.25	النسبة	
6	43.1%	1.30	2.16	27	51	59	84	179	التكرار	3
				6.75	12.75	14.75	21	44.75	النسبة	
1	59.9%	1.39	2.99	80	68	100	75	77	التكرار	4
				20	17	25	18.75	19.25	النسبة	
2	58.7%	1.34	2.93	64	84	87	92	73	التكرار	5
				16	21	21.75	23	18.25	النسبة	
3	56.3%	1.42	2.81	68	74	71	90	97	التكرار	6
				17	18.5	17.75	22.5	24.25	النسبة	

يوضح الجدول السابق أهم وسائل الاتصال الخاصة التي تستخدمها المستشفيات السعودية لتوصيل رسالتها، كانت أهم هذه الوسائل: "الملصقات" بالمرتبة الأولى حسب الوزن النسبي 59.9%، و"المطويات" بالمرتبة الثانية حسب الوزن النسبي 58.7%، و"نشرات العلاقات العامة" بالمرتبة الثالثة حسب الوزن النسبي 56.3%، و"مجلة المؤسسة" بالمرتبة الرابعة حسب الوزن النسبي 48%، و"صحيفة المؤسسة" بالمرتبة الخامسة حسب الوزن النسبي 46.9%، و"كتاب المؤسسة" بالمرتبة الأخيرة حسب الوزن النسبي 43.1%.

جدول (3): وسائل الاتصال الرقمية الخاصة بالمستشفيات الحكومية والخاصة

الرقم	وسائل الإنترنت	لا أعرض	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	الموقع الرسمي	التكرار 52	59	109	73	107	3.3	1.35	66.2%	2
	النسبة	13	14.75	27.25	18.25	26.75				
2	تويتر	التكرار 50	29	82	86	153	3.65	1.38	73.1%	1
	النسبة	12.5	7.25	20.5	21.5	38.25				
3	فيس بوك	التكرار 209	69	63	32	27	1.99	1.27	40%	6
	النسبة	52.25	17.25	15.75	8	6.75				
4	سناب شات	التكرار 102	52	78	73	95	3.01	1.51	60.3%	3
	النسبة	25.5	13	19.5	18.25	23.75				
5	البريد الإلكتروني	التكرار 145	60	78	45	72	2.59	1.51	51.9%	5
	النسبة	36.2	15	19.5	11.25	18				
6	انستقرام	التكرار 117	52	82	74	75	2.84	1.49	56.9%	4

يوضح الجدول السابق أهم وسائل الاتصال الرقمية الخاصة بالمستشفيات الحكومية والخاصة؛ حيث كان أهم هذه الوسائل في المستشفيات الحكومية: "موقع تويتر" بالمرتبة الأولى حسب الوزن النسبي 73.1%، و"الموقع الرسمي للمستشفى" بالمرتبة الثانية حسب الوزن النسبي 66.2%، و"تطبيق سناب شات" بالمرتبة الثالثة حسب الوزن النسبي 60.3%، و"تطبيق انستقرام" بالمرتبة الرابعة حسب الوزن النسبي 56.9%، و"البريد الإلكتروني" بالمرتبة الخامسة حسب الوزن النسبي 51.9%، و"موقع فيس بوك" بالمرتبة الأخيرة حسب الوزن النسبي 40%.

❖ النتائج المتعلقة بمجالات البرامج الاتصالية لإدارات العلاقات العامة في المستشفيات لتطوير الخدمات الصحية

جدول (4): توزيع استجابات أفراد العينة على فقرات محور مجالات البرامج الاتصالية لإدارات العلاقات العامة في المستشفيات

الرقم	العبرة	المستشفيات الحكومية (ن=231)			المستشفيات الخاصة (ن=169)		
		الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
1	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بإجراءات السلامة في المرافق الصحية.	83.8%	1.00	4.19	73.0%	1.24	3.65
2	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بأخطار التدخين.	84.8%	1.03	4.24	78.8%	1.19	3.94
3	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بأخطار السمنة.	81.2%	1.05	4.06	73.8%	1.16	3.69
4	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور للكشف المبكر عن مرض السرطان.	83.2%	0.99	4.16	77.4%	1.13	3.87

12	64.0%	1.32	3.20	12	72.6%	1.25	3.63	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بأساليب التعامل مع الإصابات المرورية.	5
4	75.2%	1.20	3.76	7	80.6%	1.12	4.03	تقوم المستشفيات بتسهيل استخدام الخدمات الإلكترونية لحجز المواعيد.	6
10	68.0%	1.36	3.40	11	75.8%	1.25	3.79	تهتم المستشفيات بتبنيه الجمهور بمواعيد تطعيم الأطفال للوقاية من الأمراض.	7
13	62.2%	1.31	3.11	13	70.4%	1.29	3.52	تهتم المستشفيات بفتح خط مباشر مع الكادر الصحي.	8
11	65.8%	1.34	3.29	10	76.6%	1.25	3.83	تهتم المستشفيات بتقديم خدمات خاصة لكبار السن.	9
8	70.4%	1.28	3.52	8	78.8%	1.20	3.94	تهتم المستشفيات بتقديم خدمات خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة.	10
9	68.8%	1.33	3.44	9	77.2%	1.26	3.86	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بالأمراض المنقولة.	11
7	72.4%	1.28	3.62	4	83.4%	1.04	4.17	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بالأمراض المعدية.	12
1	86.0%	1.05	4.30	1	90.0%	0.99	4.50	تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بالأوبئة مثل وباء كورونا.	13

الجدول السابق يوضّح توزيع استجابات أفراد العينة على فقرات محور مجالات البرامج الاتصالية لإدارات العلاقات العامة في المستشفيات لتطوير الخدمات الصحية؛ حيث جاءت العبارة التي تنص على: "تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بالأوبئة مثل وباء كورونا" في المرتبة الأولى من وجهة نظر المتعاملين مع المستشفيات الحكومية بوزن نسبي 90%، ومن وجهة نظر المتعاملين مع المستشفيات الخاصة أيضًا بوزن نسبي 86%، كما جاءت العبارة التي تنص على: "تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بأخطار التدخين" في المرتبة الثانية من وجهة نظر المتعاملين مع المستشفيات الحكومية بوزن نسبي 84.8%، ومن وجهة نظر المتعاملين مع المستشفيات الخاصة بوزن نسبي 78.8%.

بينما جاءت العبارة التي تنص على: "تهتم المستشفيات بفتح خط مباشر مع الكادر الصحي" على المرتبة الأخيرة من وجهة نظر المتعاملين مع المستشفيات الحكومية بوزن نسبي 70.4%، ومن وجهة نظر المتعاملين مع المستشفيات الخاصة بوزن نسبي 62.2%.

يُشار إلى أن النسبة الأعلى من العينة المبحوثة في المستشفيات الحكومية والخاصة، يرون أن المستشفيات تهتم بتوعية الجمهور بالأوبئة مثل وباء كورونا، ويُرجع الباحث ذلك إلى الفترة التي تم عمل الدراسة فيها ومواكبتها لفيروس كورونا الذي تصدّرت أخباره معظم الوسائل الاتصالية، كما أنه يدل على قوة وكفاءة أهداف وزارة الصحة السعودية؛ حيث وضعت الوزارة أهدافاً إستراتيجية مرتبطة بركائز إستراتيجية تساهم في تحقيق الأهداف، وكان الهدف الإستراتيجي الثالث لوزارة الصحة هو تعزيز الوقاية من المخاطر الصحية، وعلى رأسها التعامل مع الأوبئة والكوارث.

كما يمكن الإشارة إلى حصول العبارة التي تنص على: "تهتم المستشفيات بتوعية الجمهور بأخطار التدخين" بالمستشفيات الحكومية والخاصة على المرتبة الثانية، حسب رأي أفراد العينة المبحوثة، ويُرجع الباحث ذلك إلى ما تُوَكِّد عليه وزارة الصحة في هدفها الاستراتيجي الثالث الذي يهدف إلى تعزيز الوقاية من المخاطر الصحية، وذلك للتحكم بالأمراض غير المعدية مثل أمراض التدخين، وكيفية خفض معدلات انتشار عوامل الإصابة بالأمراض غير المعدية، ومن خلال ملاحظة الباحث يجدر الإشارة إلى الحملات المستمرة التي تقوم بها المستشفيات الحكومية والخاصة للتوعية ضد أخطار التدخين، من خلال العريبات المتقلة والحملات داخل المستشفيات لعمل برامج إقلاع عن التدخين، كما أنه قُبيل أزمة كورونا كان هناك تركيز للحملات الوقائية والتثقيفية من المخاطر الصحية لأمراض التدخين، بدلاً من إضافة ضريبة انتقائية على منتجات التبغ وتعديل العُلب الخاصة بمنتجات التبغ إلى لون واحد وشكل واحد، ويمكن الإشارة أيضاً إلى الحملات التي قامت بها وزارة الصحة ممثلة في العديد من المستشفيات لحجز مواعيد للإقلاع عن التدخين.

توصيات الدراسة

عطفاً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يتقدّم الباحث بعدد من التوصيات:

1. اتضح قلة الدراسات المحلية التي تطرقت إلى دور العلاقات العامة بالمؤسسات العلاجية؛ وعليه توصي الدراسة بإجراء دراسات تناقش دور العلاقات العامة وأثرها في المؤسسات العلاجية وتحسين خدماتها.
2. توصي الدراسة بالتركيز على الجانب الاتصالي للعلاقات العامة؛ وذلك لتحسين الخدمات الصحية.
3. نظرًا لما كشفت عنه نتائج الدراسة من أن تعرّض الجمهور لموقع تويتر كان بالمرتبة الأولى؛ فإن الدراسة الحالية توصي بتحليل وتجويد وصناعة محتوى جيد لموقع تويتر، والتركيز على هذه المنصة بشكل كبير.
4. نظرًا لما كشفت عنه نتائج الدراسة من أن التلفاز هو الوسيلة الجماهيرية الأولى من ناحية تعرّض الجماهير لها؛ فإن الدراسة الحالية توصي بالتركيز على التلفاز لخلق محتوى إبداعي من خلال برامج وفقرات تُبثُّ على التلفاز في أوقات الذروة.
5. توصي الدراسة بالتركيز على اختيار الأماكن الجيدة للمصقات، وكذلك على صناعة المحتوى الجيد، ومراعاة الإخراج الجيد للمحتوى؛ فإنه يساعد في توصيل رسالة المستشفيات الحكومية والخاصة.

المراجع

المراجع العربية

1. أبو العسل، نوزات صالح مصطفى؛ والموسى، عصام سالم سليمان. (2014). "الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية"، رسالة ماجستير. جامعة اليرموك، إربد.
2. إدريس، أمل الجزولي. (2017). وظيفة العلاقات العامة في تطوير المؤسسات الصحية: دراسة وصفية تحليلية على مستشفى المستقبل بالمملكة العربية السعودية (جدة)، رسالة ماجستير غير منشورة.
3. الجمال، راسم محمد؛ عياد، خيرت معوض. (2005) إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، ط4، ص15.
4. السلعوس، محمد هاشم. (2018). "الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب: اتحاد الجامعات العربية - الجمعية العلمية لكليات الآداب، مج15، ع2، 739-769.
5. سمير محمد حسين. (1978م). بحث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط2، ص7.
6. صالح، خالدة خليل سعد. (2013). فعالية العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة وصفية تحليلية تطبيقًا على المركز القومي للعلاج بالأشعة والطب النووي، يناير 2013 - يناير 2014، رسالة ماجستير غير منشورة.
7. قنديلجي، عامر. (2007). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.



8. كمال، محمد مصطفى. (2012). العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات، ط1، دار المنهل

اللبناني، ص30.

9. محمد، الرشيد. (2012م). دور العلاقات العامة في تطوير مفهوم الخدمة الطبية: دراسة تطبيقية على

مستشفيات القطاع العام، رسالة ماجستير غير منشورة.

10. هارون، علي حامد. (2015). واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة وصفية تحليلية

على مركز سبها الطبي، رسالة ماجستير غير منشورة.

المراجع الأجنبية

1. Arora, Nitin & Khurana, Pratik (2012) 'The Public Relations Practice & Impact on Effectiveness of al-Basheer Hospital in Jordan' Amity Global Business Review, vol. 7, p,39-49.
2. Tomic Zoran. Lasic Davor, Teo Tomic (2010). 'Public Relations in Health Care'. Materia Socio Medical, vol.22 Lssue (1),p.25-27.