

العنوان:	توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي بنك فيصل الإسلامي السوداني في الفترة من 2015 - 2018 م.
المصدر:	مجلة العلوم الإنسانية
الناشر:	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
المؤلف الرئيسي:	الإمام، هالة شرف الدين إسحق
مؤلفين آخرين:	يوسف، أسامة حسب الرسول البشير(م. مشارك)
المجلد/العدد:	مج20, ع3
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2019
الشهر:	سبتمبر
الصفحات:	196 - 177
رقم MD:	1019951
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	إدارة البنوك، العلاقات العامة، إدارة الأزمات، السودان
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/1019951">http://search.mandumah.com/Record/1019951</a>

توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات  
دراسة وصفية تحليلية (بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني)  
في الفترة من 2015 – 2018 م

هالة شرف الدين إسحق الإمام<sup>1</sup> وأسامة حسب الرسول البشير يوسف<sup>2</sup>

1. بنك فيصل الإسلامي السوداني

2. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

**المستخلص**

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي تواجه البنوك في مراحلها المختلفة بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وحاولت الدراسة الإجابة على العديد من التساؤلات أهمها : ما مدى توظيف العلاقات العامة في الحد من الأزمات المالية. وخرجت الدراسة بعدد من النتائج من أهمها: أن العلاقات العامة ببنك فيصل الإسلامي تتعامل مع الأزمات وفقاً لتخطيط مدروس، وأن العلاقات العامة تقوم باتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمة. وبناءً على النتائج أوصت الدراسة بالآتي:  
إضافة قسم جديد للعلاقات العامة تحت مسمى ( إدارة الأزمات ) ليتولى مهمة التعامل مع الأزمة والتخطيط لها في شتى مراحلها، وقيام المؤسسات بوضع خطط واستراتيجيات واضحة للتعامل مع الأزمات ولتكون على أتم استعداد لذلك، والاهتمام بوسائل الاتصال أثناء الأزمات ووضع الأساسيات والخطط الواضحة لها، ووضع خطط استراتيجية للإدارة العليا حتى لا يكون عائقاً في طريق حلا لأزمات .

**الكلمات المفتاحية:** العلاقات العامة ، إدارة الأزمة، المؤسسات المالية ، بنك فيصل الإسلامي .

**Abstract**

This study aimed to identify the employment of public relations in the management of crises facing banks in various stages. The study used the analytical descriptive method, and it tried to answer many of the most important questions:

To what extent does public relations employ in reducing financial crises?

The study included Four chapters, the first chapter contains the methodological framework, the second chapter deals with public relations in financial institutions, chapter three included crisis management, while Chapter Four was the study area.

The study came out with a number of results, the most important of which are: The public relations of Faisal Islamic Bank deal with crises according to planned planning, and those public relations are taking preventive measures before the crisis. Based on the results, the study

recommended the following: add a new department of public relations under the name of (crisis management) to take over the task of dealing with the crisis and planning in various stages establishing corporation should clear plans and designing strategies for dealing with crises and be ready to confront crises. Paying attention to Develop strategic plans for senior management so as not to be an obstacle to the solution of crises. the means of communication during crises and laying down clear principles and plans for them.

#### المقدمة:

إن السبب من وراء ظهور العلاقات العامة كمهنة متخصصة هي نسبة لتدنى الظروف الاقتصادية والإجتماعية، المحلية والعالمية.(البادى،1991 م ص 24).

وكان لابد إيجاد منفذ لدرء الأزمات والحيلولة من التدهور المادى لدى المؤسسات المالية والشركات التجارية وحتى الدور الإجتماعية، ان المهمة الإستراتيجية تتضح عند ظهور الأزمات المالية أو إهتزاز الثقة عند الجمهور لدى مؤسسة محدده أو وجود منافسة فى التسوق ومن هذا المنطلق يأتى دور العلاقات العامه متسارعاً متأهباً قبل وقوع الأزمة وكيفية الخروج من هذه الأزمة .

#### مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في خطورة الأزمة ونتائجها على المؤسسات والمجتمع فكان من الضروري الاستعداد لها قبل وقوعها والوقاية تحسباً لحدوثها مرة أخرى وبما أن العلاقات العامة لها دور فعال لتدارك الأزمات كان لابد لها من كشف الأزمات الكامنة والتخطيط لها قبل حدوثها وعلية تتلخص المشكلة البحثية في السؤال الرئيس التالي: ما دور وأهمية العلاقات العامة في الحد من الأزمات ؟ .

#### السؤال الرئيس للبحث :

ما دور الذى تطلع به ادارة العلاقات العامة فى الحد من الازمات التى تواجه البنك.

#### الفرضيات :

الفرضية الأولى ( المحور الأول) كلما رفعت العلاقات العامة من كفاءتها و انشطتها وبرامجها نحو البنك ، قلل ذلك من حدوث الأزمات .

الفرضية الثانية ( المحور الثاني) توجد علاقة عكسية بأنه كلما تم رفع القدرات والتأهيل وتوفير الاحتياجات والميزانيات العملية المناسبة ،بالبنك كما ساهم ذلك في التقليل من حجم الازمات .

الفرضية الثالثة ( المحور الثالث ) زيادة حركة الاتصال الفعال بين الادارات المختلفة والعلاقات العامة بالبنك ، ترفع من القدرات الوقائية والإجرائية، وتمنع حدوث الازمات .

الفرضية الرابعة ( المحور الرابع ) كلما زادت كفاءة المعيار المهنى والفنى كلما ساعد على تكوين صورة ذهنية ايجابية لدى الجمهور .

#### أهداف الدراسة :

1. التعرف على ماهية الأزمات وطبيعتها .
2. كشف جوانب القصور والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات المالية .

3. التعرف على دور العلاقات العامة من خلال مراحل الأزمة .
4. الوقوف على طبيعة الوظيفة العلاجية للعلاقات العامة .
5. تحديد خطة واضحة للتعامل مع الأزمات .
6. الخروج برؤى وتوصيات تساهم في حل الأزمات المالية .

#### أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة من خلال كشف ومعرفة الدور الرئيس الذي تقدمه العلاقات العامة في امكانية امتصاص الازمات والصدمات التي تمر بها المؤسسات ، وامكانية قدرتها على التصدي وعدم حدوثها ، وذلك وفق مهامها ودورها الهيكلي على المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة .

#### منهج الدراسة :

المنهج المتبع في الدراسة هو المنهج الوصفي، وذلك لملاءمته لطبيعة الموضوع المدروس. كما تم استخدام أسلوب دراسة الحالة وأساليب التحليل الإحصائي على بيانات العينة بغرض الوصول إلى النتائج وتحقيق أهداف البحث.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

هم مجموعة من موظفي بنك فيصل الإسلامي بالخرطوم وكانت عينة الدراسة عينة عشوائية وبلغ عددها 50 فرداً من العدد الكلي لموظفي البنك والبالغ عددهم 200 فردا .

#### حدود الدراسة :

**الحدود الزمانية:** في الفترة من 2015م - 2018م هي الفترة الزمنية التي تابعت الباحثة من خلالها الظاهرة مجال الدراسة، وقد تخيرت الباحثة هذه الفترة .

**الحدود المكانية:** بنك فيصل ولاية الخرطوم - السودان.

**الحدود الموضوعية :** دراسة الأزمات المالية ودور العلاقات العامة بالبنوك في مجابهة الأزمة

#### مصطلحات الدراسة :

**التوظيف: لغة:** وظف الشيء على نفسه ووظفه توظيفا : ألزمها إياه والتوظيف هو إسناد وظيفة أو عملا معيناً ( هارون، 1994م، ص 654).

**اصطلاحاً:** هو مجموعة الفعاليات التي تستخدمها المنظمة لاستقطاب مرشحيها للعمل لتحقيق التمييز والقدرة على المساهمة في تحقيق الأهداف وهو النشاط الذي يقتضي الإعلان عنه (عيسى، 2017م، ص 29).

**التعريف الإجرائي:** هو فاعلية عملية الاختيار من خلال جذب أفراد مناسبين يتم توظيفهم بأدوات مختلفة لإحداث تغيير داخل المؤسسة.

**العلاقات العامة: لغة:** جمع علائق وهو ما يتعلق به الإنسان من مال ولد وزوج وما الى ذلك (البغشراحي ، 2001 ، ص12).

**اصطلاحاً:** هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلي كسب والمحافظة علي تفهم وتعاطف وتأييد أولئك اللذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من اجل ربط

سياساتها إجراءاتها قدر الإمكان ولتحقيق تعاون مثمر اكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها. (الصحف، 2009، ص 20).

**التعريف الإجرائي:** هي إدارة الاتصال والسمعة للمؤسسة، حيث تعمل على ربط وإقامة علاقة طيبة مع جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي، إدارة كل ما يتعلق بسمعة وصورة المؤسسة.

**إدارة الأزمة:** لغةً: يقال في اللغة إصابتنا أزمة، أي شدة ويقال أزمتم عليهم السنة أي اشتد قحطها كما جاء في مختار الصحاح، فالأزمة جمع أزم وأزمات وأوزام : الشدة والضيقة (منير وهبي، 2000م، ص 21).

**اصطلاحاً:** هي الجهود الإدارية المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجربة قائمة على أساس التعامل والإقناع والتعامل المتبادل بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية وتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع (منير وهبي، 2000م، ص 20).

**التعريف الإجرائي:** مفهوم إدارة الأزمة المعنى العام لها هو كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة .  
**المؤسسات المالية:**

**لغة:** مؤسس (اسم) اسم فاعل من أسس، مؤسس: اسم المفعول من أسس، مؤسس: فاعل من أسس، مؤسسة اسم الجمع منها مؤسسات، المؤسسة منشأة تؤسس لغرض معين أو لمنفعة عامة ولديها من الموارد ما تمارس فيه هذه المنفعة (هارون، 1994م، ص 634).

**اصطلاحاً:** عبارة عن مؤسسات تتعامل في المجال النقدي أو المالي سوي كان مباشرة أو عن طريق الاستثمار أو التعاقد أو الوسيط وهي التي تتحكم في حركة السوق والصادر والوارد وتتأثر بالبورصات العالمية من حيث استقرار سعر الصرف للعملة الصعبة أو المحلية وكذلك لها ارتباط وسيط بسياسات الدولة (ميهور، 2009، ص 34).

**التعريف الإجرائي:** هي منظومة أو شركة تمارس نشاط معين، داخل منظومة اقتصادية وهيكل تنظيمي، هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج، أو تبادل السلع والخدمات.  
**الدراسات السابقة:**

أطلعت الباحثة على العديد من الدراسات السابقة جاء أهمها :

**دراسة :** بعنوان دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات السودانية (بالنظر على بعض الحالات) (عبد الجبار، 2001م، ماجستير )

**أهداف الدراسة:**

- إبراز أهمية إدارة الأزمات، عن طريق النماذج العلمية الحديثة المتعارف عليها في عملية إدارة الأزمات.
- ربط ممارسة وظائف العلاقات العامة بمنهج إدارة الأزمات، وتحديد العناصر التي تحتاج إليها العلاقات العامة في مجابته للأزمات من خلال المراحل المختلفة لإدارة الأزمة.
- تقويم الأساليب والطرق التي تتبع في العادة لمجابهة الأزمات، والوقوف على المعوقات التي تتسبب في الاستفادة من إدارة الأزمات أثناء مواجهتها للأزمات والكوارث.

• منهج الدراسة: المنهج التحليلي.

أهم نتائج الدراسة:

- إن وجود إدارة العلاقات العامة من العوامل المهمة لنجاح أي عمل تقوم به المؤسسات أو الهيئات والشركات بصفة عامة، وليس في مقدور أي مؤسسة حديثة الاستغناء عنها.
- من الضروري مواجهة الأزمات والتوعية بها، لتقادي الخسائر المادية والمعنوية الجسيمة التي تخلفها.
- الأشكال الإدارية التقليدية أصبحت بيئة غير صالحة لنمو واستفحال الأزمات، الأمر الذي حتم ضرورة استحداث أساليب أخرى تتناسب مع طبيعة العصر الحالي.
- عملية إدارة الأزمات تتطلب توفير فريق متكامل بتبعاتها، تُد إلى مهمة إنهاء الأزمة، ويختلف شكل هذا الفريق باختلاف نوع الأزمة والتعامل معها.

الدراسة الثانية: بعنوان: أثر العلاقات العامة في إدارة الأزمات والكوارث بالتطبيق على الهيئة العامة للطيران المدني (2008 – 2010م) (السماني، 2010م، ماجستير).

أهم الأهداف:

- دراسة أثر العلاقات العامة في الأزمات والكوارث.
- تبين دور العلاقات العامة فيما يخص التنبؤ بالأزمات والكوارث قبل وقوعها وتنفيذ الخطة المناسبة.
- تقييم إستراتيجيات المعالجة للأزمات قبل وأثناء وبعد وقوعها.
- العمل على ربط المنظمات بجمهورها في أوقات الأزمات.

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي

ومن أهم نتائج الدراسة:

- أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بأن للعلاقات دور رئيس في إدارة الأزمات والكوارث.
- أوضحت الدراسة أهمية استفادة العلاقات العامة من توثيق المعلومات والبيانات الخاصة بالكوارث والأزمات.

مفهوم الأزمة

مفهوم الأزمة لغويا: يعرف قاموس ( مختار الصحاح) الأزمة بأنها : الشدة والقحط ( أزم ) أزم الشيء: امسك عنه , وفي الحديث ان سيدنا عمر بن الخطاب سال الحارث بن كلة الداء فقال: ( الأزم ) يعنى الحمية , وكان طبيب العرب .  
(و) (المأزم ) المضيق وكل طريق بين جبلين (مأزم ) وموضع الحرب أيضا ( مأزم ) لضيق المجال وعسر الخلاص منه (الرازي , 2012، ص 15).

مفهوم الأزمة اصطلاحا: تعددت تعريفات الأزمة فاتفقت في بعض الجوانب واختلفت في بعض الجوانب وفيما يلي عرض لبعض التعريفات:

تعرف الأزمة بأنها: (فترة حرجة أو حالة غير مستقرة يترتب عليها حدوث نتيجة مؤثرة وتتطوي في اغلب الأحوال على إحداث سريعة وتهديد للقيم أو الأهداف التي يؤمن بها من يتأثر بالأزمة ) ( محمد، 2008، ص 9).

علاقة الأزمة بغيرها من المفاهيم المشابهة: كثيراً ما يحدث التداخل بين مفهوم الأزمة وغيرها من المفاهيم الأخرى , مثل مفهوم ( الإدارة بالأزمات ) , ( الكارثة ) , ( الصراع ) , ( الحادث ) . يوضح الباحث الفرق بينهما على النحو التالي :

**مفهوم الإدارة بالأزمة:** هي عبارة عن ( فعل يهدف إلى توقف أو انقطاع نشاط من الأنشطة أو زعزعة استقرار وضع من الأوضاع بهدف أحداث تغيير في هذا النشاط لصالح مدبره ) (الشعلان, 2002, ص 26). كما يعرفها السيد(عليوة) بأنها تقوم على ( افتعال الأزمة وإيجادها كوسيلة لتحقيق أهداف معينة لصناع الأزمة او نتيجة الارتجال وسياسة رد الفعل وغياب المنهج العلمي في ظل ظروف عدم التأكد ). (السيد، 2002 م ص 83).

**مفهوم الكارثة:** الكارثة من كرت بمعنى الغم , تقول فلان اشتد عليه وبلغ منه المشقة والكارثة هو الأمر المسبب للغم الشديد (لويس، 1951 م ص 720).

وعرفها اكسفورد بأنها ( حدث بسبب دمارا واسعا ومعاناة عميقة وهو سوء حظ عظيم ) (الشعلان، 2008 م ص 28).

**مفهوم الصراع أو النزاع:** يركز مفهوم الصراع على العلاقة الاجتماعية بين الأفراد

**مفهوم المشكلة:** تعد باعثا رئيسيا يسبب حالة من الحالات غير المرغوب فيها، غير أنها تحتاج إلى جهد كبير ومنظم بصدد التعامل معها.(عبد الغنى، 2004م، ص 13).

**مفهوم الحادث :** (هو شيء مفاجئ عنيف يتم بشكل سريع وينقضي أثره فور تمامه، وقد تنتج عنه أزمة لكنها لا تمثله فعلا وإنما تكون احد نتائجه).

يمكن القول:( بان الأزمة هي حالة من عدم التوازن تؤدي إلى نتائج غير مرغوب فيها وينتج عنها مواقف جديدة تتطلب استجابة سريعة من قبل المؤسسة للسيطرة عليها والحد والتقليل من أثارها السالبة).

أنواع ومراحل الأزمة: ويمكن تصنيف الأزمات استنادا إلى المعايير التالية:(محمود , 2010 م، ص 21):

**1 / معيار مضمون الأزمة:** هناك أزمة تقع في المجال الاقتصادي أو السياسي .... الخ ووفق هذا المعيار فقد تظهر أزمة بيئية أو أزمة سياسية أو أزمة اجتماعية أو أزمة إعلامية أو اقتصادية في داخل كل نوع قد تظهر فرعية مثل الأزمة المالية ضمن الأزمة الاقتصادية وهكذا.

**2/ معيار النطاق الجغرافي للأزمة:** أن استخدام معيار جغرافي يؤدي إلى ما يعرف (بالأزمات المحلية) التي تقع في نطاق جغرافي محدود وضيق كما يحدث في بعض المدن كانهيار جسر أو حادث قطار ثم هناك (أزمات قومية) تؤثر في المجتمع ككل كالتلوث البيئي أو وجود تهديد عسكري من عدو خارجي.

**3/ معيار حجم الأزمة:** يشيع معيار الحجم أو الضخامة في تصنيف الأزمات فهناك أزمة صغيرة أو محدودة تقع داخل إحدى منظمات أو مؤسسات المجتمع , أزمة متوسطة , وأزمة كبيرة.

عوامل نشوء الأزمة : وكما أن لكل شيء سبباً ؛ فإن هناك عوامل تتسبب في وجود الأزمة؛ فهي ليست وليدة اللحظة، ولكنها نتاج تفاعل أسباب وعوامل نشأت قبل ظهورها.

وتتعدد الأسباب التي تؤدي إلى نشوب الأزمة فمنها (الخضري، 2013 ، ص 20).

1. سوء الفهم: ينشأ سوء الفهم عادة من خلال جانبيين هما: المعلومات المبتورة، والتسرع في إصدار القرارات
2. سوء الإدراك: يمثل الإدراك مرحلة استيعاب المعلومات التي أمكن الحصول عليها، والحكم التقديري على الأمور المعروضة
3. سوء التقييم: وينشأ في كثير من الأحيان نتيجة المغالاة في الثقة بالنفس، وفي القدرة الذاتية على مواجهة الطرف الآخر

4. الإدارة العشوائية: الإدارة العشوائية هي التي تقوم على الجهل وتشجيع الانحراف والتسيب.  
5. اليأس: يعد في حد ذاته أحد الأزمات النفسية والسلوكية التي تشكل خطراً على المؤسسة، وقد يكون اليأس على مستوى الدول أيضاً باعثاً على أزمات طاحنة عنيفة .

6. الإشاعات: وهي أهم مصدر من مصادر الأزمات، بل إن كثيراً من الأزمات يكون مصدرها الوحيد إشاعة أطلقت بشكل معين.

7. استعراض القوة.

8. تعارض المصالح: إذا ما تعارضت المصالح بشكلٍ شديد.

9. تعارض الأهداف.

ومن أهم ما يميز الأزمة:

1. الحدث يقع فجأة دون توقع، أو يكون توقعه قد تم قبل وقوعه بوقت قصير جداً، الأمر الذي لا يسمح باتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهته.

2. تتسبب في وقوع خسائر مادية أو بشرية أو نفسية.

3. تتسبب في خلق مشكلات جديدة لا تملك المؤسسة الخبرة اللازمة لمواجهتها .

4. تهدد القيم العليا أو الأهداف الرئيسية للمؤسسة.

5. تضع صانعي القرار في محك حقيقي؛ بحيث تتطلب اتخاذ قرارات وإجراءات سريعة وراجحة (palpr.com,2009).

**إدارة العلاقات العامة لما قبل الأزمة :**

إن التحديات التي تواجه علم إدارة الأزمة تتمثل في محاولة التعامل مع الأزمة قبل حدوثها، وتعتمد هذه المرحلة على عملية التخطيط؛ والتي تمثل الركيزة الأساسية لأي إدارة فعالة للأزمة . (الخصيري، 2013م، ص 402 . 403) وهي جانبين هما.

**أ. الوقاية من الأزمة**

**ب. الإعداد لإدارة الأزمات .**

• تحديد وسائل الإعلام

تتوقف كافة إدارة الأزمة في المؤسسة على كفاءتها في التعامل مع وسائل الإعلام .

• تحديد الجماهير

إذ على خطة الاتصالات أن تحدد الجماهير المستهدفة ، والتي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأزمة، وهذه الخطة تشمل الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة ويوصي الخبراء بضرورة تحديد الجماهير في كل أزمة محتملة .

• إعداد الرسالة :

يعتبر إعداد رسالة مفيدة فعالة وخطوة بالغة في مواجهة الأزمات، إذ أن ما تقوله أثناء الأزمة قد يعد أكثر أهمية مما تفعله - خاصة في الساعات الأولى من وقوع الأزمة، ومن الضروري أن تصمم الرسائل لتلائم اهتمامات واحتياجات كل فئة من الجمهور المستهدف



• تحديد وسائل الاتصال:

هناك مقولة إعلامية شهيرة تقول بأن "الوسيلة هي الرسالة" ، بمعنى أنه إذا أحسن اختيار الوسيلة التي يخاطبها الجمهور المستهدف ؛ فقد تم ضمان قدر كبير من نجاح الرسالة المقدمة ، وبالتالي لا يمكن النظر إلى الرسائل بدون النظر إلى وسائلها .

**إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمة:**

هناك الكثير من المهمات التي تقع على عاتق العلاقات العامة في المؤسسات أثناء الأزمات أهمها تلك التي تتعلق بالصورة الذهنية للمؤسسة أو علاج الأوضاع الخاطئة أو إدارة القضايا أو حل المشكلات الطارئة . وبعيداً عن المهمات التقليدية والشكلية، أو المتعارف عليها لدى المديرين؛ توجد مهام تحتم على العلاقات العامة إنجازها أثناء الأزمة (الخضيري، 2013م، ص 410).

**تقييم الأزمة:**

بعد زوال الأزمة، يجب على العلاقات العامة أن تتعرف على مدى نجاحها وفعاليتها في مواجهة الأزمة، ومدى تأثير المؤسسة وسمعتها بنتائج الأزمة وتتطلب هذه العملية عدداً من الإجراءات من؛ بينها ما يلي:

1. استقصاء رأي الجمهور الداخلي بالمؤسسة:

حيث تقوم المؤسسة باستقصائهم بهدف محاولة التعرف على آرائهم حول الإجراءات التي اتبعت في إدارة الأزمة، وكذا الاستفهام حول النقاط الموجودة فيها .

2. استقصاء رأي الجماهير الخارجية المعنية :

حيث تقوم العلاقات العامة بأخذ رأي كل من له علاقة بالمؤسسة من الخارج، مما يسمح بأخذ صورة عن وجهة نظرهم واقتراحاتهم فيما يخص التعديلات التي يجب إدخالها على الخطة، وخاصةً فيما يتعلق باتصالات الأزمة.

3. استقصاء رأي وسائل الإعلام :

لمعرفة رأي المسؤولين فيها عن طرق وأساليب إبلاغهم بالأزمة، ومدى وفرة المعلومات التي تم طلبها، والتي تم إيصالها إليهم، وهذا لمعرفة مدى نجاح إجراءات الاتصال مع وسائل الإعلام.

4. تقييم أسلوب إدارة الأزمة ذاته

حيث يتم تقييمه مقابل الأساليب التي استخدمت من قبل، أو تلك التي استخدمتها مؤسسات أخرى، واستقصاء رأي الخبراء وأساتذة الجامعات وغيرهم ، وهذا من أجل معرفة مدى تحسن أداء المؤسسة في إدارة الأزمة، وكذا معرفة مستواها في ذلك بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى، والبحث عن كيفية الوصول إلى مستوى أعلى من الإدارة، وذلك بإجراء التعديلات اللازمة (الشعلان، 2002، ص 32).

## الفصل الرابع الدراسة الميدانية :

### نبذة تعريفية عن بنك فيصل الإسلامي:

بدأت فكرة تأسيس بنوك إسلامية في منتصف السبعينات حيث كانت البداية بإنشاء البنك الإسلامي للتنمية بجدة وهو بنك حكومات وتبع ذلك جهد شعبي وخاص نحو إنشاء بنوك إسلامية كان لسمو الأمير محمد الفيصل فيها الريادة بدعوته لإنشاء بنوك إسلامية.

لم يكن السودان بعيد عن تلك الجهود، بل فكرة إنشاء بنك إسلامي بالسودان قد برزت لأول مرة بجامعة أم درمان الإسلامية عام 1966م والفكرة لم تجد طريقها للتنفيذ وقد أفلحت جهود الأمير محمد الفيصل ونفر من السودانيين في الحصول على موافقة الرئيس الأسبق جعفر محمد نميري على قيام بنك فيصل الإسلامي السوداني وذلك في فبراير 1976م وبموجب السلطة التشريعية (مجلس الشعب) تمت إجازة القرار رقم (9) لسنة 1977 م.

أهداف البنك وأغراضه : حدد البند الرابع من بنود التأسيس أهداف البنك وأغراضه في الآتي: (كتيب تعريفى ببنك فيصل الإسلامي، ص7):

- القيام بجميع الاعمال المصرفية والتجارية والمالية واعمال الاستثمارات والمساهمة فى مشروعات التصنيع والتنمية الاقتصادية والعمرانية والزراعية والاجتماعية فى اى اقليم او منطقة او مديرية بجمهورية السودان او خارجها.
- سحب واستخراج وقبول وتظهير وتنفيذ واصدار الكمبيالات والشيكات سواء كانت تدفع فى جمهورية السودان او الخارج وبوالص الشحن واى اوراق قابلة للتحويل او النقل او التحصيل فى هذه الاوراق شرطة خلوها من اى محظور شرعى.

ثانياً: العلاقات العامة ببنك فيصل الإسلامي السوداني:

عبارة عن قسم فيه عدد من الموظفين على رأسهم مدير القسم وهو المسئول عن تقديم التقارير إمام الإدارة العامة. كما توجد وحدة أرشفة داخل العلاقات العامة وعدد الموظفين بالقسم أربعة أشخاص للمتابعة ورصد الأخبار داخل المؤسسة وخارجها والعمل الترويجي والقيام بتحسين الصورة الذهنية للجمهور والاهتمام بحاجة العملاء وتسهيل الخدمات وأتاحتها. للحصول على معلومات أو في استطاع الباحث إجراء مقابلة مع موظف بنك فيصل الإسلامي. الإجراءات المنهجية:

تناولت الباحثة هذه الدراسة وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبعته في تنفيذ هذه الدراسة، ويشمل ذلك وصف المجتمع، وعينة الدراسة وطريقة إعداد أداة جمع البيانات والإجراءات التي اتخذت للتأكد من صدق وثباتها والطريقة التي أتبعته لتطبيقها، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما يشمل الفصل تحديد وصف منهج الدراسة وتحليل البيانات على النحو التالي:

**المنهج المستخدم في الدراسة:** استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي.

**تصميم أداة الدراسة:** لقد قامت الباحثة بتصميم استبيان يشتمل على المعلومات الأساسية ومحاور الدراسة.

اختبار درجة ثبات ومصدقية البيانات عن طريق ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة:

اختبار مدى توافر الثبات والاتساق الداخلي بين الإجابات على الأسئلة تم احتساب معامل ألفا كرنباخ ( Alpha-

Cronbach) وتعتبر القيمة المقبولة إحصائياً لمعامل ألفا كرنباخ 60% والثبات يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه

أما الصدق فيقصد به أن المقياس يقيس ما وضع له. ويمكن حساب معامل الصدق عن طريق حساب جذر معامل الثبات وقد تم إجراء الاختبار على إجابات المستجيبين للاستبانة لجميع محاورها وقد بلغ عددهم 40 من أصل 50. مجتمع الدراسة:

والعينة المتمثلة في هذا البحث هم مجموعة من موظفي بنك فيصل الإسلامي - الخرطوم تم توزيع 50 استمارة على عينة من موظفي بنك فيصل وتم استرجاع 40 استمارة أي بنسبة 80% ممثلة لبقية أفراد مجتمع البحث. الجداول والرسوم البيانية

### الفرضية الأولى ( المحور الأول)

كلما رفعت العلاقات العامة من كفاءتها في انشطتها وبرامجها نحو المؤسسة

كلما قلت من حدة الأزمات .

جدول رقم (1): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات في محور العلاقات العامة

لا اوافق بشدة		لا اوافق		محايد		اوافق		اوافق بشدة		العبارة
0	0	0	0	57.5	23	22.5	9	20%	8	ادارة العلاقات العامة في المؤسسات المالية مؤهلة لإدارة الأزمات.
0	0	0	0	52.5	21	25	10	22.5	9	العلاقات العامة مهمة إدارية تعتمد على جميع أشكال الاتصال.
0	0	0	0	47.5	19	25	10	27.5	11	توجد العلاقات العامة في موقع مناسب في الهيكل الإداري بالإدارة العليا.
0	0	0	0	32.5	13	30	12	37.5	15	تستخدم العلاقات العامة الوسائل الملائمة لتوصيل رسائلها.
0	0	0	0	42.5	17	32.5	13	25	10	وظائف العلاقات العامة الوقاية والعلاج والتصحيح والتخطيط.
0	0	0	0	45	18	17.5	7	37.5	15	العلاقات العامة وليدة من رحم الأحداث.

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل

من الجدول أعلاه يتضح الآتي:

1. أن إدارة العلاقات العامة في المؤسسات المالية مؤهلة لإدارة الأزمات بنسبة موافقة 42.5% و اشارت نسبة محايد 57.5% يعتبر مؤشر طبيعي لموظفي البنك تجاة العلاقات العامة .
2. أن العلاقات العامة مهمة إدارية تعتمد على جميع أشكال الاتصال بنسبة موافقة 47.5%.
3. أن العلاقات العامة توجد في موقع مناسب في الهيكل الإداري بالإدارة العليا بنسبة موافقة 52.5%.
4. أن العلاقات العامة تستخدم الوسائل الملائمة لتوصيل رسائلها بنسبة موافقة 67.5%.
5. أن وظائف العلاقات العامة الوقاية والعلاج والتصحيح والتخطيط بنسبة موافقة 57.5%.

6. أن العلاقات العامة وليدة من رحم الأحداث بنسبة موافقة 45% وهذا لا يتنافى مع نسبة التخطيط لمواجهة الازمات من قبل الادارة العليا والتي كانت وفق للمعايير المهنية والفنية للتقليل من حدوث الازمة .

### الفرضية الثانية ( المحور الثاني)

توجد علاقة عكسية أنه كلما تم رفع القدرات والتأهيل وتوفير الاحتياجات والميزانيات العملية المناسبة ، ساهم ذلك في تناقص حجم الازمات بالمؤسسة .

جدول رقم (2): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات عبارات محور قدرات وإمكانيات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات المالية

لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
0	0	0	0	2.5	1	0	0	97.5	39	السلطات الممنوحة للعلاقات العامة تساعد في حل الأزمة
0	0	0	0	2.5	1	5	2	92.5	37	التدريب والتأهيل الأكاديمي له دور ملموس في إدارة الأزمة
0	0	0	0	0	0	10	4	90	36	توجد ميزانية مخصصة للعلاقات العامة للتعامل مع حالات الطوارئ والأزمات.
0	0	0	0	2.5	1	12.5	5	85	34	هناك تخطيط مدروس لإدارة الأزمة.

من الجدول أعلاه يتضح الآتي:

1. أن السلطات الممنوحة للعلاقات العامة تساعد في حل الأزمة بنسبة موافقة 97%.
  2. أن التدريب والتأهيل الأكاديمي له دور ملموس في إدارة الأزمة بنسبة موافقة 97.5%.
  3. أنه توجد ميزانية مخصصة للعلاقات العامة للتعامل مع حالات الطوارئ والأزمات بنسبة موافقة 100%.
  4. أن هناك تخطيط مدروس لإدارة الأزمة بنسبة موافقة 97%.
- يؤكد ذلك على أن إدارة البنك تهتم بالعلاقات العامة والدور الذي تقوم به مع الإدارات الأخرى في مواجهة الأزمة. نستخلص من الجدول أعلاه أن هناك إجماع من أفراد العينة بأن الإدارة العليا ببنك فيصل تخصص ميزانية للعلاقات العامة في كل الأحوال.

الفرضية الثالثة ( المحور الثالث )

زيادة حركة الاتصال الفعال بين الإدارات المختلفة والعلاقات العامة ، ترفع من القدرات الوقائية والإجرائية بالمؤسسة ، وتمنع حدوث الازمات .

جدول رقم (3): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات عبارات

دور العلاقات العامة في محور إدارة الأزمات

لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبرة
0	0	0	0	37.5	15	20	8	42.5	17	اغلب الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة يتم حلها عبر العلاقات العامة.
0	0	0	0	10	4	15	6	75	30	تطور وسائل الاتصال ساعد في إدارة الأزمات.
0	0	0	0	12.5	5	20	8	67.5	27	تتعامل إدارة العلاقات العامة مباشرة مع أزمات المؤسسات.
0	0	0	0	10	4	5	2	85	34	تتعاون إدارة العلاقات العامة مع إدارات أخرى في إدارة الأزمات
0	0	0	0	5	2	7.5	3	87.5	35	تساهم العلاقات العامة في اتخاذ قرارات متعلقة بإدارة الأزمات.
0	0	0	0	10	4	17.5	7	72.5	29	يتم اتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمات.
0	0	0	0	5	2	15	4	85	34	تشكل الإدارة العليا عائقاً أحياناً في طريق حل الأزمات.
0	0	0	0	15	6	7.5	3	77.5	31	عامل الزمن يشمل أهمية في تحديد موقف الأزمة.
0	0	0	0	17.5	7	5	2	77.5	31	فيما يتعلق بالأزمات المالية يتم علاجها من قبل الإدارة العليا دون تدخل.
0	0	0	0	22.5	9	15	6	62.5	25	بعد نهاية الأزمة تعد العلاقات العامة تقارير وافية عن الأزمة لضمان عدم تكرارها.

1. أن العلاقات العامة تساهم في اتخاذ قرارات متعلقة بإدارة الازمات بنسبة موافقة 95%.
2. أنه يتم اتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الازمات بنسبة موافقة 90%.
3. ان ادارة العلاقات العامة تتعامل مباشرة مع ازمات المؤسسات بنسبة موافقة 87.5%.
4. أن ادارة العلاقات العامة تتعاون مع ادارات اخرى في ادارة الازمات بنسبة موافقة 90%.
5. أن اغلب الازمات التي تتعرض لها المؤسسة يتم حلها عبر العلاقات العامة بنسبة موافقة 62.5%.
6. إن تطور وسائل الإتصال ساعد في إدارة الأزمات بنسبة موافقة 90%.
7. أن الادارة العليا تشكل عائقاً أحياناً في طريق حل الازمات بنسبة موافقة 100%.
8. أن عامل الزمن يشمل أهمية في تحديد موقف الازمة بنسبة موافقة 85%.
9. أنه فيما يتعلق بالأزمات المالية يتم علاجها من قبل الإدارة العليا دون تدخل بنسبة موافقة 82.5%.
10. أنه بعد نهاية الازمة تعد العلاقات العامة تقارير وافية عن الازمة لضمان عدم تكرارها بنسبة موافقة 77.5%. وهذا مؤشر على أن إدارة البنك تعتمد على إدارة العلاقات العامة في جمع وتحليل المعلومات من الجمهور ورفعها إلى متخذي القرار بالبنك.

الفرضية الرابعة ( المحور الرابع )

كلما ارتفع المعيار المهني والفني بإدارة العلاقات العامة في رسم صورة ذهنية ايجابية والتعامل مع الجمهور الخارجي للمؤسسة ، كلما قل حدوث الازمات والصعوبات بالمؤسسة .

جدول رقم (4) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الأول

م	العبارة	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	قيمة كأي تربيع
1	إدارة العلاقات العامة في المؤسسات المالية مؤهلة لإدارة الأزمات.	4.83	أوافق بشدة	0.611	118.4
2	العلاقات العامة مهمة إدارية تعتمد على جميع أشكال الاتصال.	4.48	أوافق بشدة	0.702	160
3	توجد العلاقات العامة في موقع مناسب في الهيكل الإداري بالإدارة العليا.	4.53	أوافق بشدة	0.611	46.3
4	تستخدم العلاقات العامة الوسائل الملائمة لتوصيل رسائلها.	4.43	أوافق بشدة	0.688	49.5
5	وظائف العلاقات العامة الوقاية والعلاج والتصحيح والتخطيط.	4.42	أوافق بشدة	0.923	47.4
6	العلاقات العامة وليدة من رحم الأحداث.	4.24	أوافق بشدة	0.923	48.8
	إجمالي المحور	4.51	أوافق بشدة	0.169	89.6

1. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.83) بانحراف معياري (0.403) كما بلغت قيمة كأي تربيع (118.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن إدارة العلاقات العامة في المؤسسات المالية مؤهلة لإدارة الأزمات.
2. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.48) بانحراف معياري (0.502) كما بلغت قيمة كأي تربيع (160) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن العلاقات العامة مهمة إدارية تعتمد على جميع أشكال الاتصال.
3. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4.53) بانحراف معياري (0.540) كما بلغت قيمة كأي تربيع (46.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن العلاقات العامة توجد في موقع مناسب في الهيكل الإداري بالإدارة العليا.
4. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.42) بانحراف معياري (0.516) كما بلغت قيمة كأي تربيع (49.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن العلاقات العامة تستخدم الوسائل الملائمة لتوصيل رسائلها.
5. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4.51) بانحراف معياري (0.522) كما بلغت قيمة كأي تربيع (47.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق

ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن وظائف العلاقات العامة الوقاية والعلاج والتصحيح والتخطيط.

6. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (4.54) بانحراف معياري (0.520) كما بلغت قيمة كأي تربيع (48.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن العلاقات العامة وليدة من رحم الأحداث.

7. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور الأول (4.51) بانحراف معياري (0.169) كما بلغت قيمة كأي تربيع (89.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على عبارات المحور.

نستنتج من ذلك أن إدارة البنك من خلال الدور الذي تقوم به العلاقات العامة من توظيف لوسائل الإعلام والاتصال وإنتاجها لرسالة البنك الموجهة إلى العملاء تتطلع بدور فاعل في التعامل مع الأزمات التي تواجه البنك.

وعليه يمكن تلخيص نتائج المحور الأول في الجدول التالي:

#### جدول رقم (5) ملخص نتائج المحور الأول

المحور الأول	نسبة الموافقة	المتوسط العام	التفسير	قيمة كأي تربيع	مستوى المعنوية
محور العلاقات العامة	97.7%	4.51	أوافق بشدة	89.6	0.000

المصدر: اعداد الباحثة من نتائج التحليل

#### جدول رقم (6) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارة المحور الثاني:

##### قدرات وإمكانات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات

العبارة	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	قيمة كأي تربيع
1 السلطات الممنوحة للعلاقات العامة تساعد في حل الأزمة	4.64	أوافق بشدة	0.611	61.9
2 التدريب والتأهيل الأكاديمي له دور ملموس في إدارة الأزمة	4.54	أوافق بشدة	0.702	100.8
3 توجد ميزانية مخصصة للعلاقات العامة للتعامل مع حالات الطوارئ والأزمات.	4.64	أوافق بشدة	0.611	122
4 هناك تخطيط مدروس لإدارة الأزمة.	4.47	أوافق بشدة	0.688	134.3
إجمالي المحور	4.48	أوافق بشدة	0.640	104.2

من الجدول أعلاه يتضح الآتي:

1. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.64) بانحراف معياري (0.611) كما بلغت قيمة كأي تربيع (61.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات

دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن السلطات الممنوحة للعلاقات العامة تساعد في حل الأزمة.

2. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.54) بانحراف معياري (0.702) كما بلغت قيمة كأي تربيع (100.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على ان التدريب والتأهيل الأكاديمي له دور ملموس في إدارة الأزمة.

3. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4.64) بانحراف معياري (0.611) كما بلغت قيمة كأي تربيع (122) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أنه توجد ميزانية مخصصة للعلاقات العامة للتعامل مع حالات الطوارئ والأزمات.

4. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.47) بانحراف معياري (0.688) كما بلغت قيمة كأي تربيع (134.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن هناك تخطيط مدروس لإدارة الأزمة.

#### جدول رقم (7) ملخص نتائج المحور الثاني

المحور الثاني	نسبة الموافقة	المتوسط العام	التفسير	قيمة كاي تربيع
محور قدرات وإمكانيات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات	95%	4.48	أوافق بشدة	104.2

#### جدول رقم (8) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثالث

العبارة	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	قيمة كاي تربيع
1 اغلب الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة يتم حلها عبر العلاقات العامة.	4.18	أوافق	1.01	100.9
2 تطور وسائل الاتصال ساعد في إدارة الأزمات.	4.13	أوافق	1.12	78.5
3 تتعامل إدارة العلاقات العامة مباشرة مع أزمات المؤسسات.	4.50	أوافق بشدة	0.643	85.7
4 تتعاون إدارة العلاقات العامة مع إدارات أخرى في إدارة الأزمات	4.15	أوافق	1.09	77.7
5 تساهم العلاقات العامة في اتخاذ قرارات متعلقة بإدارة الأزمات.	4.44	أوافق	1.05	158.6
6 يتم اتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمات.	4.28	أوافق بشدة	0.922	94
7 تشكل الإدارة العليا عائقاً أحياناً في طريق حل الأزمات.	4.15	أوافق	1.09	77.7
8 عامل الزمن يشمل أهمية في تحديد موقف الأزمة.	4.55	أوافق بشدة	0.715	102.4
9 فيما يتعلق بالأزمات المالية يتم علاجها من قبل الإدارة العليا دون تدخل.	4.15	أوافق	1.09	77.7
10 بعد نهاية الأزمة تعد العلاقات العامة تقارير وافية عن الأزمة لضمان عدم تكرارها.	4.15	أوافق	1.09	77.7
إجمالي المحور	4.02	أوافق بشدة	0.622	88.1



1. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.18) بانحراف معياري (1.01) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (100.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن اغلب الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة يتم حلها عبر العلاقات العامة.
2. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.13) بانحراف معياري (1.12) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (78.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن تطور وسائل الاتصال ساعد في إدارة الأزمات.
3. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4.50) بانحراف معياري (0.643) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (85.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن إدارة العلاقات العامة تتعامل مباشرة مع أزمات المؤسسات.
4. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.15) بانحراف معياري (1.09) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (77.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن إدارة العلاقات العامة تتعاون مع إدارات أخرى في إدارة الأزمات.
5. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4.44) بانحراف معياري (1.05) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (158.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن العلاقات العامة تساهم في اتخاذ قرارات متعلقة بإدارة الأزمات.
6. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (4.28) بانحراف معياري (0.922) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (94) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على انه يتم اتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمات.
7. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.58) بانحراف معياري (0.727) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (163.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن تشكل الإدارة العليا عائقا أحيانا في طريق حل الأزمات.
8. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4.55) بانحراف معياري (0.715) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (102.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن عامل الزمن يشمل أهمية في تحديد موقف الأزمة.
9. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.15) بانحراف معياري (1.09) كما بلغت قيمة كأي ترتيب (77.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات

دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أنه فيما يتعلق بالآزمات المالية يتم علاجها من قبل الإدارة العليا دون تدخل.

10. بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.58) بانحراف معياري (0.727) كما بلغت قيمة كأي تربيع (163.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أنه بعد نهاية الأزمة تعد العلاقات العامة تقارير وافية عن الأزمة لضمان عدم تكرارها، نستخلص من ذلك أن الدور الذي تُسهم به العلاقات العامة كواحدة من الإدارات التابعة للبنك في منع حدوث الأزمة هو إعداد المعلومات ووضعها في تقارير للاستناد عليها في عملية اتخاذ القرارات. وعلية يمكن تلخيص نتائج المحور الثالث في الجدول التالي:

#### جدول رقم (9) ملخص نتائج المحور الثالث

المحور الثالث	نسبة الموافقة	المتوسط العام	التفسير	قيمة كأي تربيع	مستوى المعنوية
محور إدارة الآزمات	%88	4.02	أوافق	88.1	0.000

#### جدول رقم (10): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات عبارات محور دور العلاقات العامة ببنك فيصل

لا اوافق بشدة		لا اوافق		محايد		اوافق		اوافق بشدة		العبارة
0	0	12.5	5	12.5	5	72.5	29	2.5	1	1. تحظى إدارة العلاقات العامة ببنك فيصل باستقلالية في اتخاذ القرار
0	0	10	4	30.0	12	30.0	12	30.0	12	2. للعلاقات العامة ببنك فيصل حرية كاملة في وضع سياساتها وخططها
2.5	1	2.5	1	17.5	7	40.0	16	37.5	15	3. لعلاقات العامة ببنك فيصل لديها ميزانية خاصة بها للبرامج والتسيير
0	0	2.5	1	12.5	5	30.0	12	55.0	22	4. العلاقات العامة ببنك فيصل هي التي تقوم بالتواصل بين البنك ووسائل الإعلام المختلفة
0	0	0	0	10.0	4	25.0	10	65.0	26	5. تصمم العلاقات العامة ببنك فيصل الحملات الإعلامية الخاصة بالبنك
0	0	0	0	2.5	1	35.0	14	62.5	25	6. تسهم العلاقات العامة بدورها المنوط بها في مجال الإعلانات الخاصة بالبنك
2.5	1	2.5	1	7.5	3	20.0	8	76.5	27	7. للعلاقات العامة دور فعال في رسم الصورة الذهنية الحقيقية للبنك لدى العملاء وعامة جمهور وسائل الإعلام
0	0	0	0	15.0	6	12.5	5	72.5	29	8. تستخدم العلاقات العامة ببنك فيصل وسائل الإعلام التقليدية والانترنت في خدمة الأهداف العامة للبنك

1. أن العلاقات العامة تسهم بدورها المنوط بها في مجال الإعلانات الخاصة بالبنك بنسبة موافقة 97.5%.
2. أن العلاقات العامة بينك فيصم الحملات الإعلامية الخاصة بالبنك بنسبة موافقة 90%.
3. أن للعلاقات العامة دور فعال في رسم الصورة الذهنية الحقيقية للبنك لدى العملاء وعامة جمهور وسائل الإعلام بنسبة موافقة 87.5%.
4. أن العلاقات العامة بينك فيصم تستخدم وسائل الإعلام التقليدية والمرئية في خدمة الاهداف العامة للبنك بنسبة موافقة 85%.
5. أن العلاقات العامة بينك فيصم هي التي تقوم بالتواصل بين البنك ووسائل الإعلام المختلفة بنسبة موافقة 80%.
6. أن لعلاقات العامة بينك فيصم لديها ميزانية خاصة بها للبرامج والتسيير بنسبة موافقة 77.5%.
7. أن للعلاقات العامة بينك فيصم حرية كاملة في وضع سياساتها وخططها بنسبة موافقة 60%.
8. أن إدارة العلاقات العامة بينك فيصم تحظى باستقلالية في اتخاذ القرار بنسبة موافقة 75%.

#### جدول رقم (11) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الرابع

م	العبارة	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	قيمة كأي تربيع	مستوى المعنوية
1	تحظى إدارة العلاقات العامة بينك فيصم باستقلالية في اتخاذ القرار	3.65	أوافق	.735	49.2	.000
2	للعلاقات العامة بينك فيصم حرية كاملة في وضع سياساتها وخططها	3.80	أوافق	.992	4.8	.187
3	للعلاقات العامة بينك فيصم لديها ميزانية خاصة بها للبرامج والتسيير	4.07	أوافق بشدة	.944	26.5	.000
4	العلاقات العامة بينك فيصم هي التي تقوم بالتواصل بين البنك ووسائل الإعلام المختلفة	4.37	أوافق بشدة	.806	25.4	.000
5	تصمم العلاقات العامة بينك فيصم الحملات الإعلامية الخاصة بالبنك	4.55	أوافق بشدة	.677	19.4	.000
6	تسهم العلاقات العامة بدورها المنوط بها في مجال الإعلانات الخاصة بالبنك	4.60	أوافق بشدة	.545	21.6	.000
7	للعلاقات العامة دور فعال في رسم الصورة الذهنية الحقيقية للبنك لدى العملاء وعامة جمهور وسائل الإعلام	4.47	أوافق بشدة	.933	60.5	.000
8	تستخدم العلاقات العامة بينك فيصم وسائل الإعلام التقليدية والانترنت في خدمة الأهداف العامة للبنك	4.57	أوافق بشدة	.747	27.6	.000
	إجمالي المحور	4.26	أوافق بشدة	.797	29.4	.000

#### من الجدول أعلاه يتضح الآتي:

1. بلغت قيمة المتوسط للعبارة الأولى (3.65) بانحراف معياري (.735) كما بلغت قيمة كأي تربيع (49.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين فقط على أن إدارة العلاقات العامة بينك فيصم تحظى باستقلالية في اتخاذ القرار.

2. بلغت قيمة المتوسط للعبارة الثانية (3.80) بانحراف معياري (.992) كما بلغت قيمة كأي تربيع (4.8) بمستوى معنوية (0.187). وهذه القيمة أكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك لا يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين فقط على أن للعلاقات العامة بينك فيصّل حرية كاملة في وضع سياساتها وخطتها.
3. بلغت قيمة المتوسط للعبارة الثالثة (4.07) بانحراف معياري (.944) كما بلغت قيمة كأي تربيع (26.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن لعلاقات العامة بينك فيصّل لديها ميزانية خاصة بها للبرامج والتسيير .
4. بلغت قيمة المتوسط للعبارة الرابعة (4.37) بانحراف معياري (.806) كما بلغت قيمة كأي تربيع (25.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن للعلاقات العامة بينك فيصّل هي التي تقوم بالتواصل بين البنك ووسائل الإعلام المختلفة.
5. بلغت قيمة المتوسط للعبارة الخامسة (4.55) بانحراف معياري (.677) كما بلغت قيمة كأي تربيع (19.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن للعلاقات العامة بينك فيصّل تصمم الحملات الإعلامية الخاصة بالبنك.
6. بلغت قيمة المتوسط للعبارة السادسة (4.60) بانحراف معياري (.545) كما بلغت قيمة كأي تربيع (21.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن للعلاقات العامة تسهم بدورها المنوط بها في مجال الإعلانات الخاصة بالبنك.
7. بلغت قيمة المتوسط للعبارة السابعة (4.51) بانحراف معياري (.933) كما بلغت قيمة كأي تربيع (60.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن للعلاقات العامة دور فعال في رسم الصورة الذهنية الحقيقية للبنك لدى العملاء وعامة جمهور وسائل الإعلام.
8. بلغت قيمة المتوسط للعبارة الثامنة (4.57) بانحراف معياري (.747) كما بلغت قيمة كأي تربيع (27.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن للعلاقات العامة بينك فيصّل تستخدم وسائل الإعلام التقليدية والانترنت في خدمة الأهداف العامة للبنك.
9. بلغت قيمة المتوسط لكل عبارات المحور (4.26) بانحراف معياري (.797) كما بلغت قيمة كأي تربيع (29.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على عبارات محور دور العلاقات العامة بينك فيصّل .

## النتائج العامة للبحث:

1. توصلت الدراسة إن الأزمات تتسم بالمفاجأة والسرعة والتهديد، ويمكن للعلاقات العامة إدارتها بسهولة في حال إتباع الخطط الخاصة في التعامل معها.
2. أكدت الدراسة ان العلاقات العامة فى البنك تهتم بالازمات المالية التى تواجهه .
3. كشفت الدراسة ان العلاقات العامة بينك فيصل الاسلامى تستخدم الاتصال الفعال للتعامل مع الازمات .

## التوصيات:

### أوصت الدراسة بالآتي:

1. على ادارة بنك فيصل الاسلامى التخطيط لمواجهة الازمات وفق ادارة العلاقات العامة .
2. ضرورة الاستعانة بمستشارين للعلاقات العامة وإدارة الأزمات - إن لم يكن في المؤسسة ذلك لإرشاد المؤسسة بكيفية التعامل مع الأزمة.
3. الاهتمام بوسائل الاتصال أثناء الأزمات ووضع الأساسيات والخطط الواضحة لها.
4. الاهتمام باحاطة الجمهور عند حدوث الازمة ونوعها وطبيعتها وكيفية التعامل معها فيما يتعلق بأشراك الجمهور فى تكوين الراى العام تجاه البنك ومن ثم تكوين صورة ذهنية جيدة

## المصادر والمراجع:

1. البادي, محمد, 1991م المشكلات المهنية في العلاقات العامة ، ط1، القاهرة مكتبة الانجلو المصرية .
2. البكري، تامر، الاتصالات التسويقية والترويج . الأردن-عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2006.
3. التهامي، مختار ، الداوقوي، ابراهيم 1980 م ، مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية، دار المعرفة، الطبعة الأولى.
4. حسين، سمير، 1982 م . دور وسائل الإعلام في ترشيد الاستهلاك في مصر، مجلة الدراسات الإعلامية العدد 27 .
5. الحوت، على 1991 م ، اسس التنمية والتخطيط الاعلامى .
6. الخضيرى، 2003 م محسن ، ادارة الازمات ، القاهرة : مجموعة النيل العربية.
7. رشدى ، 1999 م ادارة الازمات في عالم متغير .
8. شافعى، محمد، 1973م التنمية الاقتصادية ، القاهرة ، دار النهضة العربية.
9. عوجة ، على ، 1970 م الاسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ك عالم الكتب.
10. العنانى، عصام الدين ، 1999 م ازمات الصيانة واستخدام انظمة وبرامج الحاسب الالى لتفعيل ادارتها المؤتمر الرابع لادارة الازمات والكواثر جامعة القاهرة.
11. كتيب تعريفى بنك فيصل، 2016م.
12. مجلة مديديا، عدد خاص، آ ب 2008م.
13. منير وهبي -2000- ص20- دار الفجر للنشر والتوزيع .