جامعة البحرين

كلية الأداب

قسم الإعلام والسياحة والفنون

العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة بالقطاع الصناعي

(مدينة الجبيل الصناعية السعودية أنموذجاً)

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد الطالب

بشير حسن أحمد التاروتي

الرقم الجامعي/: 20170101

إشراف

الأستاذ الدكتور/ أشرف عبدالمغيث

أستاذ مشارك بجامعة البحرين - كلية الأداب-

مملكة البحرين

مارس 2022

University of Bahrain
Deanship of Graduate Studies
And scientific Research



جامعة البحرين
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

قرار لجنة مناقشة أطروحة

اسم الطالب:	بشير حسن التاروتي	الرقم الجامعي:	20170101
الكلية:	كلية الاداب	القسم:	قسم الإعلام والسياحة والفنون
البرنامج:	ماجستير في الإعلام	المعدل التراكمي:	3.26

عنوان الأطروحة:
العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة للقطاع الصناعي (مدينة الجبيل السعودية نموذجا

اجتمعت لجنة المناقشة يوم 09 الموافق 09-Mar-22 بقاعة رقم
مجلس قسم الاعلام وبعد مناقشة الطالب المذكور أعلاه علناً توصي لجنة المناقشة بالتالي:

يمنح الطالب تقدير: A في مقرر الأطروحة: 590

ب	دون إجراء أية تعديلات على الأطروحة.
ج	إجراء التعديلات المرفقة مع هذا القرار.

تصديق أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم		التوقيع
1. اشرف عبد المعيد	المشرف على الأطروحة	
2. د. شعيب الغباشي	الممتحن الداخلي	
3. د. حمزة سعد	الممتحن الخارجي	

Approved at the University Council 6th meeting, 2013
In accordance with Decision No. 226/2013 dated 14/3/2013
Modified by University Council Decision No.2043/2013 dated 20/11/2013

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الهياكل التنظيمية لإدارات العلاقات العامة ومكانتها وأهميتها في المؤسسات الإنتاجية والخدمية في القطاع الصناعي في مدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية.

كما عملت الدراسة على الكشف عن العوامل المؤثرة في تكوين الهياكل التنظيمية لأقسام العلاقات العامة في القطاع الصناعي (مدينة الجبيل الصناعية، المملكة العربية السعودية أنموذجاً). وكذلك تقييم فاعلية وأهداف وأداء الهياكل التنظيمية لإدارات العلاقات العامة في الإدارات العليا للمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية.

بناء على النتائج، توصلت الدراسة إلى التوصيات التالية:

أولاً: تحتاج شركات القطاع الصناعي في الجبيل إلى استيعاب التطورات المتعلقة بأهمية دور العلاقات العامة في أنشطتها الاتصالية وتحسين صورتها الذهنية خاصة في أوقات الأزمات، الأمر الذي يتطلب إنشاء أقسام مهنية ومهنية لأداء ذلك الدور الحيوي.

ثانيًا: من المهم في العصر الحديث لأي شركة تقدم خدمات أو منتجات أن تكون مرتبطة بجمهور المستفيدين، وفتح قنوات تواصل تفاعلية معها، ومعرفة اتجاهات وخيارات الجمهور، وهذا يتطلب وجود جهات فاعلة وأقسام علاقات عامة مؤثرة في الهيكل التنظيمي.

ثالثاً: تعيين مديري إدارات العلاقات العامة من المتخصصين وذوي الخبرات الطويلة في المجال، وتوظيف الكفاءات التي تمتلك أدوات ووسائل الاتصال التي تدعم الشركات وتساهم في تقليص الفجوات المحتملة بين الجمهور وهذه الشركات.

رابعًا: تخصيص ميزانيات لأنشطة العلاقات العامة، وتحفيز القائمين عليها لأداء دورهم التواصلي والتفاعلي مع الجمهور الخارجي بما يعزز ويدعم التواجد المؤسسي والإعلامي للشركات ويزيد من تنافسيتها بين الشركات النظيرة.

" وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ"

صدق الله العظيم

(سورة التوبة 105)

إهداء

إلى وطني المملكة العربية السعودية

إلى والدتي الحبيبة

إلى زوجتي وأولادي

إلى كل من دعمني و ساندني فترة دراستي

شكر وتقدير

شكر خاص لمعلمي وقدوتي المشرف على الرسالة الأستاذ الدكتور أشرف عبدالمغيث لوقوفه إلى جانبي، وصبره علي حيث لم يتوان عن تقديم الدعم المعنوي طيلة فترة دراستي الماجستير بجامعة البحرين.

شكر وتقدير للجنة المناقشة (الممتحن الخارجي الدكتور حمزه سعد والممتحن الداخلي الدكتور شعيب الغباشي).

شكر خاص لجميع زملائي في المهنة، منسوبي مؤسسات وشركات الجبيل الصناعية، كنتم أنتم السند بتوفيركم جميع المعلومات وبالخصوص إدارة الاتصال والإعلام بالهيئة الملكية بالجبيل الصناعية.

تقديري الخاص لمقر عملي "شركة مرافق" وعلى رأسهم الرئيس التنفيذي المهندس محمد بن بركي الزعبي ومدير عام سلاسل الإمداد المهندس فهد الشمري، ومدير إدارة الاتصال والإعلام الأستاذ سعيد العبدالله لإتاحته الوقت لاستكمالي دراستي وإتمام رسالتي.

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
اعتماد لجنة المناقشة	أ
ملخّص الدراسة	ب
آية قرانية	ت
إهداء	ث
الشكر والتقدير	ج
قائمة المحتويات	ح
قائمة الجداول	ح
قائمة الملاحق	خ
الفصل الأول **الإطار المنهجي للدراسة**	1
المقدمة	2
أهمية الدراسة	4
مشكلة الدراسة	4
أسئلة وفروض الدراسة	5
أهداف وحدود الدراسة	6
منهج الدراسة	6
نوع الدراسة وأسباب اختيار الموضوع	7

أدوات الدراسة	8
تعريف المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالدراسة	9
الفصل الثاني **الدراسات السابقة والإطار النظري والمعرفي للدراسة**	11
الدراسات الأجنبية " دراسات الهيكل التنظيمي	13
الدراسات الأجنبية"دراسات هيكل العلاقات العامة"	16
الدراسات العربية " دراسات الهيكل التنظيمي"	17
الدراسات العربية "دراسات هيكل العلاقات العامة"	19
التعليق على الدراسات السابقة	26
الإطار النظري والمعرفي للدراسة	28
المدخل التكاملي	28
النظرية الوظيفية والعلاقات العامة	28
نظرية المنظمة والتنظيم	28
نظرية التقسيم الإداري	30
التعليق على النظريات	31
الفصل الثالث **مجتمع الدراسة**	32

مجتمع الدراسة	34
عينة الدراسة	35
إجراءات المقابلات	39
الفصل الرابع **الإجراءات والقياس**	47
تحليل العينة	48
اختبار الفروض	59
الفصل الخامس النتائج	67
النتائج العامة للدراسة	67
التوصيات	68
الخاتمة	69
المراجع	70
الملاحق	76
Abstract	134

قائمة الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	وجود إدارة العلاقات العامة	34
2	عدد موظفي العلاقات العامة	37
3	خصائص عينة الدراسة	38
4	مسؤولو العلاقات العامة	39
5	حجم إدارة العلاقات العامة	49
6	تكرار عدد موظفي إدارة العلاقات العامة	50
7	ميزانية إدارة العلاقات العامة	52
8	موقع إدارة العلاقات العامة	53
9	خبرة مدير العلاقات العامة	54
10	خلفية مدير العلاقات العامة	56
11	متوسط سنوات خبرة العاملين في إدارة العلاقات العامة	57
12	الاستعانة بمستشارين	58
13	توزيع أهمية وموقع إدارات العلاقات العامة في هياكل المؤسسات	59

14	فعالية أجهزة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة في تشكيلها	60
15	اختلاف العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في المؤسسات	61
16	فهم دور أجهزة العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي بالمؤسسات	63

قائمة الملاحق

الرقم	عناوين الملاحق
1	عينة الشركات المختارة
2	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في بالهيئة الملكية بالجبيل
3	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في بشركة مرافق
4	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة الكهرباء السعودية
5	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة سابك
6	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة صدارة
7	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة سبكيم
8	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة التصنيع
9	الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة الفارابي

10	الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة لشركة المتقدمة
11	الهيكل التنظيمي لإدارة الأمن الصناعي والخدمات لشركة كيمانول
12	الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة اس كيم
13	الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة في شركة ساتورب
14	الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة لشركة ساسرف
15	الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات المؤسسية لشركة جيسكو

الفصل الأول
الإطار المنـهجي للدراسة

مقدمة

تعاظمت أهمية وقيمة العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة لدورها الكبير في الربط بين تلك المنظمات من جهة، والجماهير المستفيدة منها من جهة أخرى، وذلك برز معه الدور الاتصالي الفعّال الذي جعل إدارات وأجهزة العلاقات العامة عظيمة الأثر والتأثير في منظومة العمل بتلك المنظمات. وتؤدي إدارات العلاقات العامة العديد من الوظائف والمسؤوليات التي تساعد الإدارات العليا في اتخاذ القرارات التي تدعم نمو وتطور المنظمات، والمحافظة على صورتها الذهنية الإيجابية، ولذلك فهي ممارسة معنية بتعزيز الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين، أحداها المؤسسة أو المنظمة أو الهيئة أو أي جهة تقدم خدمة أو منتجا من جهة، والجمهور المستفيد من جهة أخرى. استوعبت المؤسسات نشاط العلاقات العامة في هياكلها التنظيمية بوصفه وظيفة حيوية تتوّج جهودها الإنتاجية والخدمية، وتوجد منافذ اتصال مع الجمهور المستفيد، وقد قام العديد من الباحثين والممارسين بإعداد دراسات حول الهيكل التنظيمي لأهميته في تحقيق الأهداف من خلال مساعدة الإدارة في اتخاذ القرارات والتخطيط والاستفادة المثلى من الموارد البشرية المتوفرة. ويعمل الهيكل التنظيمي على تحسين العمليات المختلفة في المنظمة حيث يُقسم الهيكل الأقسام والأفرد على أساس المهام والوظائف والمسؤوليات، ومن جهة آخرى ينسق هذه الأقسام من خلال خطوط الاتصال والقيادة، فعندما تكون وحدات العمل المختلفة مترابطة تكون المنظمة قادرة على العمل ككل، فالهيكل التنظيمي هو نقطة البداية في تحديد شكل المنظمة، ويساعد في تحليل عملياتها، فتأثيرات الهيكل التنظيمي ليست مقتصرة على رفع الإنتاجية والكفاءة الاقتصادية، وإنما يمتد ليشمل كثيرا من الجوانب المعنوية التي تجعل الاتصال الشخصي فعالا في قياس الرضا الذي يساعد في تحقيق الأهداف.

يرتكز نشاط العلاقات العامة في جوهره على القيمة الأساسية لطبيعة عمل المنظمة أو المؤسسة أو الشركة، بحيث أنها الوظيفة التي تفتح قنوات الاتصال بين الإدارة العليا والجمهور المستفيد، وهي عملية اتصال تفاعلي حيوية ومستمرة تعمل على فهم الجمهور والمحافظة عليه، وهي ليست بالوظيفة البسيطة بقدر ما هي وظيفة معقدة ومتواصلة تواكب أي متغيرات في العلاقة بين الممنظمات وجماهيرها المستفيدة، أي خلق نوع من التفاهم الإنساني الذي يحافظ على المصالح المشتركة. ولعل مشكلة أي مؤسسة مهما اختلف نشاطها وأهدافها هي أن تستكشف تلك الأنشطة، وأن تعرف آثارها الاجتماعية، فإذا كانت تتعارض مع الصالح العام ورضا الجماهير فعليها أن تجد الطرق والوسائل لتعديلها لتصبح في خدمة الصالح العام. وبالتالي فإن دراسة السلوك المؤسسي مهمة لوظيفة وأهداف العلاقات العامة لأي مؤسسة أو منظمة.

تعتمد الهياكل على تقسيمات الوظيفة التنظيمية في المنظمة التي تهدف إلى تحقيق التكامل بين الطاقات البشرية المتاحة للمنظمة بالاعتماد على فكرة تقسيم الأعمال، وتجميع التخصصات فى إطار الأدوار الوظيفية والوحدات التنظيمية. وتحقق الهياكل التنسيق بين جهود الأفراد وقدراتهم بالاعتماد على فكرة تحديد المسؤوليات وتفويض الصلاحيات فى إطار المستويات الإدارية والمناصب الوظيفية، بمعنى أن الوظيفة التنظيمية تمهد لتطبيق مبدأ الشخص المناسب فى المكان المناسب بتوصيفها المسؤوليات واختصاصات الوحدات الإدارية وصلاحيتها، وكذلك الواجبات والأدوار الوظيفية وصلاحيتها، ثم تحديد المهارات المطلوبة لتلك الوحدات الإدارية، وكذلك المهارات المطلوبة لدور الوظيفية "المؤهلات" بما يضمن المطابقة بين الوظيفة وشاغلها وبين هيكل الوظائف فى الوحدات الإدارية. ولذلك فإنه من المهم عند تصميم هيكل العلاقات العامة مراعاة العديد من الجوانب المؤثرة في الأداء الوظيفي وفي مقدمة ذلك تحديد الأهداف، وتوزيع الأعمال والمهمات بتنظيم إداري مرن يساعد في فهم الوظائف والأهداف والعمل على تحقيقها.

تُسهم الهياكل التنظيمية في تنظيم العمل ومساعدة العاملين في معرفة أدوارهم بشكل أكثر وضوحا، ويترتب على ذلك توزيع الأعمال والمهام بصورة احترافية ودقيقة يبدع فيها الجميع، ويزداد الإنتاج، ويرتبط ذلك بحجم أعمال المنظمة وحاجتها للاتصال الفعّال مع جمهور المستفيدين، ما يعزز أهمية وجود الإدارات المتخصصة في الهياكل التنظيمة، ومن ثمّ تقسيم تلك الإدارات إلى أقسام فرعية أكثر تخصصا بحيث تستوعب مهارات العاملين، وتمكّنهم من الإبداع في العمل والإنجاز. وقد اتفق علماء الإدارة أن للحجم تأثير على هيكل المنظمة، وله آثاره الواضحة

على التعقيد والرسمية والمركزية، فكلما كانت المنظمة صغيرة كان هيكلها التنظيمي صغيرا، لكن تكون الصعوبة كبيرة نسبيا في عملية تقسيم وتحديد المهام والأنشطة الواجب أداؤها، وذلك يختلف عندما تكون المنظمة كبيرة حيث يكون هيكلها التنظيمي كبيرا، وتتعدد الأنشطة والأعمال وتتنوع وبالتالي يسهل توزيع الأدوار وتنظيم إدارتها بشكل أكثر مرونة.

يعتمد نجاح الهيكل التنظيمي في المنشأة ومدى ملاءمته لها على عدة عوامل وبدرجات متفاوتة أهمها الإستراتيجية حيث يُعد الهيكل التنظيمي وسيلة تساعد المنشأة على تحقيق أهدافها، ولأن الإستراتيجية المعتمدة في المنشأة مشتقة من أهدافها فمن المنطق أن يكون هناك نوع من الترابط والتلاؤم بين الهيكل والإستراتيجية بحكم طردية العلاقة بينهما. وأيضا يُعد حجم المنشأة أحد أهم العوامل التي لقيت اهتماما من قبل الباحثين بهدف التعرف على أثر هذا العامل على طبيعة الهيكل التنظيمي، ويُعد عدد العاملين الدائمين في المنشأة أحد أهم مقاييس حجم المنشأة، ويتفق أغلبية الباحثين على وجود علاقة تبادلية بين هذه الأخيرة وطبيعة الهيكل التنظيمي حيث أن حجم المنشأة يستلزم نمط تنظيمي معين. إضافة إلى ذلك هناك علاقة بين البيئة والهيكل التنظيمي وقد تم بحث التنظيمات الإدارية بناء على هذه العلاقة باعتبار أن المنشأة نظام مفتوح يتفاعل مع العناصر البيئية والاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، لكن البيئية هي الأكثر تأثيرا على التنظيم وهي كل ما يؤثر عليه بشكل مباشر بداية من المناخ التنظيمي السائد في المنشأة وصولا إلى الأطراف ذات العلاقة مع المنشأة. وفي هذا السياق تؤدي التقنية دورا فعالا في عمليات ووظائف الهيكل التنظيمي وتطوير الأعمال والاتصال بشكل أكثر كفاءة ودقة.

من واقع أهمية العلاقات العامة ووظائفها الكبيرة في إبراز جوانب التميّز والنمو والتطور في المنظمات والمؤسسات والشركات خاصة في الدول التي تخطط لمعدلات نمو اقتصادي وتنموي مرتفعة مثل المملكة العربية السعودية من خلال تنفيذ رؤية المملكة 2030، وفي ظل اختلاف فاعلية الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة بالقطاعات المختلفة، فإن ذلك مما حفّز الباحث لإجراء الدراسة بالتطبيق على عينة من المؤسسات الصناعية بعنوان: العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة بالقطاع الصناعي (مدينة الجبيل الصناعية السعودية أنموذجاً).

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تبحث في الآتي:

1. أهمية دور العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة التي تحتاج إلى هذه الوظيفة التي تعمل على تعزيز اتصالها المؤسسي مع الجماهير المستفيدة، خاصة مع التوسع التقني في تطبيقات الإعلام الجديد.
2. ارتفاع مستوى التنافسية بين الشركات والمؤسسات في إبراز خدماتها ومنتجاتها وتحقيق تقارب أكثر مع الجمهور بما يدعم تكوين الصورة الذهنية الإيجابية، ويحافظ على العلاقات المستدامة بين الشركات والمؤسسات من جهة، والمستفيدين من خدماتها ومنتجاتها من جهة أخرى.

3. من خلال الوظائف المتعددة للعلاقات العامة في المنشآت المعاصرة، برزت الحاجة إلى تضمين إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بحيث تتمتع بمرونة أكبر في أداء وظائفها الخدمية.
4. دون وجود تلك الهياكل التي تواكب تحديات العمل الإداري في المنشآت فإن فرص التواصل والاتصال مع الجمهور المستفيد تصبح ضعيفة نظرا لعدم وجود المنصة الرئيسية الداعمة للصورة الذهنية المطلوبة لدى الجمهور.
5. اعتنت الشركات والمؤسسات الكبيرة بوجود هذه الإدارة، وغالبا بجانب الإدارة العليا لتعمل من أجل خدمة الأهداف الإستراتيجية على المدى البعيد، وتمثيلها بما يتوافق مع جهود تحقيق تلك الأهداف.

مشكلة الدراسة:

في ظل التطور الهيكلي في الشركات والمؤسسات المعاصرة، أصبحت هناك حاجة ماسة لدور العلاقات العامة ووظائفها التي تجعل الشركات والمؤسسات تحتفظ بحضور تفاعلي مع الجمهور المستفيد، خاصة وأن تطور وسائل التواصل الاجتماعي جعل انتقال المعلومات أكثر سرعة وتأثيرا، ما يعني دورا معززا لما هو إيجابي في الشركات والمؤسسات، وفي الوقت نفسه، العمل على التعامل المهني مع أي نشر أو تداول ضار للمعلومات قد يؤثر على الصورة الذهنية.

وتتمثل مشكلة الدراسة في تحديد العلاقة بين تشكيل الهياكل التنظيمية والعوامل المؤثرة فيها، ولذلك تسعى إلى قياس تلك العلاقة من خلال دراسة وصفية باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية طبقية قوامها 31 مؤسسة بنطاق الشركات والمصانع البتروكيميائية والخدمات و النفط والغاز بمدينة الجبيل الصناعية خلال العام 2021م، بحيث تغطي هياكلها التنظيمية الشاملة سواء كانت بها إدارات للعلاقات العامة أو تؤدي هذه الوظيفة إدارات أخرى.

ويتطلب الأداء المتميّز والفعّال للعلاقات العامة تأسيس هيكل تنظيمي يستوعب أهمية ودور هذه العلاقات ويمكّنها من العمل بالصورة المثلى التي تتناسب مع الشركة أو المؤسسة، ولذلك فإنه لا غنى لأيّ هيكل تنظيمي عن وجود إدارة متخصصة في العلاقات العامة، ويبرز ذلك لدى الشركات التي لا يوجد في هياكلها التنظيمية إدارة للعلاقات العامة، أو أنها موجودة ولكن لا تتمتع بالمتطلبات اللازمة لأداء دورها ووظائفها الأساسية، ما يشكّل مصدر ضعف واضح في البناء التنظيمي الشامل للشركة أو المؤسسة وعجزها عن مواكبة الواقع.

تساؤلات الدراسة:

بما أن الدراسة تسعى لاستقصاء واقع أجهزة العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية لعيّنة من الشركات والمؤسسات فإن الباحث يحرص على توظيف التساؤلات بشكل متوازن يؤدي في النهاية الى تحقيق النتائج المطلوبة للدراسة، وذلك من خلال الإجابة على التالي:

1. ما حجم أجهزة العلاقات العامة بالهياكل التنظيمية بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟
2. ماعدد موظفي أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟
3. ماهي ميزانية أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟
4. ما هو موقع أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟

5. ماهي خبرة مدراء أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟
6. ما خلفية المدراء والعاملين بأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟
7. ماهو متوسط سنوات خبرة العاملين بأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية في المملكة العربية السعودية؟
8. هل يتم الاستعانة بمستشاريين في اجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية؟
9. ما طبيعة النموذج الوظيفي "الهيكل التنظيمي" الذي يتناسب مع تطورات جهاز العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية؟
10. ما المعوقات والموانع التي تحول دون الاهتمام بهيكلة العلاقات العامة بالمؤسسات الإنتاجية والخدمية بمدينة الجبيل الصناعية؟

فروض الدراسة:

رغم صدور عدد من الدراسات العلمية التي ترى أنه يمكن استبدال الفروض العلمية بالتساؤلات البحثية، إلا أن ذلك لا يلغي تلك الفروض، وقد وضع الباحث الفروض التالية:

1. يوجد ارتباط طردي بين أهمية أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات وموقعها في الهيكل التنظيمي بالقطاعات الصناعية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فعالية أجهزة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة في تشكيلها.
3. يرجع اختلاف الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات الإنتاج والخدمات بمدينة الجبيل الصناعية لاختلاف العوامل المؤثرة في تشكيلها.
4. يوجد قصور في فهم دور أجهزة العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي بمؤسسات القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة، ومكانها ومكانتها في المؤسسات الانتاجية والخدمية في القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية.
- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة بهذا القطاع.
- السعي لتقييم فاعلية الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة وأهدافها وأدائها لدى الإدارات العليا بالمؤسسات الانتاجية والخدمية.
- مقارنة تطور الهياكل التنظيمية بأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات العينة المختارة بالدراسة.

حدود الدراسة:

تقع هذه الدراسة في نطاق الشركات والمصانع البتروكيميائية والخدمات و النفط والغاز بمدينة الجبيل الصناعية خلال العام 2021م، بحيث تغطي هيكلها التنظيمية الشاملة سواء كانت بها إدارات للعلاقات العامة أو تؤدي هذه الوظيفة إدارات أخرى.

الحدود الزمانية:

وهي الفترة التي تمت فيها الدراسة وهي الربع الثاني والربع الثالث من عام 2021م.

الحدود الموضوعية والجغرافية:

العوامل المؤثرة التي تشكّل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية، وستتم على عينة عشوائية طبقية قوامها 31 مؤسسة.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح ، الذي يستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة (سمير، 1998، ص 123)، ويساعد المنهج المسحي في اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر في إطار الدراسة، وهو عملية نتعرف بواسطتها على المعلومات الدقيقة المتعلقة بموضوع البحث، وذلك بالنسبة للمواقف الحالية أو الجارية لا القديمة (بدر، 2005، ص 314)، ويستهدف هذا المنهج تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها، وطرق الحصول عليها(عبد المجيد، 2006، ص 93).

يُعرف منهج المسح بأنه "محاولة منظمة لتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لنظام معين، ويهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للاستفادة منها في المستقبل، خاصة في الأغراض العلمية (حسن، 1982، ص 212)، والهدف النهائي من المسح، سواء أكان هدفه الإجابة على أسئلة أو الحصول على إحصائيات هو عملية القياس، فالمسح يمكن تلخيصه في كلمة واحدة هي القياس. (الوفائي، 1989، ص 93)

ويشمل منهج المسح، تحليل المضمون والذي يعرف في إطار المزج بين الاتجاهين الوصفي والاستدلالي بأنه "مجموعة الخطوات المنهجية، التي تسعى الى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي، والمنظم، للسمات الظاهرة في هذا المحتوى". (محمد، 2006، ص 132)

ويعمل الباحث لاستخدام هذا المنهج لمسح الهياكل التنظيمية للشركات والمصانع البتروكيميائية بمدينة الجبيل الصناعية، ثم مسح أجهزة العلاقات العامة للتعرف على أدوارها ووظائفها التي تُسهم في تواصلها مع الجمهور، وبالتالي معرفة دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية عن الشركات والمصانع، ومواجهة تحدياتها الاتصالية مع ذلك الجمهور.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تتطرق لموضوع معين، والتي تستهدف تصوير وتحليل طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين وتكرارات حدوث الظاهرة (Leady.1993, P143)، وتعتمد على جمع البيانات وتحليلها والوصول إلى الآلية الحديثة في الهياكل التنظيمية بأجهزة العلاقات العامة،ولا تقف الدراسات الوصفية عن حدود الوصف المجرد للظاهرة، بل تتعداه لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتعادلة والوصل على نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها (عبدالحميد، 2000م، ص 13)، وذلك يستهدف بدوره الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها (حسين، 1991م، ص 99)، ما يعمل على الوصول إلى درجة عالية من الدقة في صياغة النتائج والمساعدة على إمكانية التعميم والتنبؤ بها (Arthur, Berger, 1994, P119)، وإلى جانب ذلك يستهدف الحصول على الحقائق والمعلومات التي تساعد على فهم

الظاهرة، وأسباب ظهورها، للوصول إلى إصدار الإحكام وتقديم الحلول (عمر، 1994م) إضافة إلى إمكانية اختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين متغيرات الدراسة (عبدالحميد، 2000م، ص 159).

ويتم ذلك من خلال توصيف وتحليل نماذج للهياكل الإدارية في ممارسة العلاقات العامة في شركات ومؤسسات القطاعات الصناعية بالجبيل الصناعية، بهدف الحصول على المعلومات والبيانات واستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات ومستوى التأثير والتأثر بها.

أسباب اختيار الموضوع:

- الأسباب الذاتية: تكمن في الخبرة العلمية للباحث بتخصص إدارة نظم المعلومات الإدارية، والذي سوف يُسهم في دراسة الهياكل الإدارية، ولخبرته العملية في مجال العلاقات العامة والاتصالات ما سيساعد على دراسة أجهزة العلاقات العامة.
- الأسباب الموضوعية:

أولاً: قلة الدراسات العلمية لأجهزة العلاقات العامة الخاصة بمؤسسات القطاع الصناعي في المملكة العربية السعودية.

ثانياً: لوجود الاهتمام لدى الباحث في التخصص في مجال النظم الإدارية والهيكلية لأجهزة العلاقات العامة لمؤسسات القطاع الصناعي بالمملكة العربية السعودية.

أدوات الدراسة:

استخدم الباحث عدة أدوات لجمع البيانات الخاصة بالبحث، شملت:

(أ) المقابلة المعمقة:

وهي التي يتم جمع البيانات من خلال طرق المقابلة الشخصية، بين الباحث والمبحوثين للوقوف على الأبعاد الجديدة في الدراسة، ويعتبر من أكثر الوسائل مرونة لجمع البيانات والمعلومات (الباح، بدون تاريخ، ص 119).

تستهدف المقابلة المعمقة وهو - أسلوب جمع البيانات - استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، وتعد المقابلة من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح. (عبدالحميد، 2004م، ص 353)

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المقابلة كأداة لجمع المعلومات والبيانات، وذلك من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين لضمان أكبر قدر من دقة الإجابات، وتم جمع هذه البيانات من مديري وممارسي العلاقات العامة في القطاعات التي تم سحبها في العينة.

وقد تم توجيه الأسئلة التالية للمبحوثين:

- كم يبلغ حجم الهيكل التنظيمي للمؤسسة؟

- كم يبلغ عدد الموظفين في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة؟

- ما استراتيجية تشغيل العمالة في العلاقات الاعامة بالمؤسسة؟

- كم يبلغ عدد الموظفين في المؤسسة؟

- ما حجم إدارة العلاقات العامة مقارنة بغيرها من الإدارات في المؤسسة؟

- كم يبلغ حجم الميزانية المرصودة لإدارة العلاقات العامة في المؤسسة؟

(ب) تحليل الوثائق (التحليل الثانوي)

إحدى الأدوات البحثية الشائعة في العلوم الاجتماعية، والتي يتم من خلالها اتباع نهج منظم لفهم الوثائق وتفسيرها. ويتضمن التحليل الوثائقي قراءة الكثير من المواد المكتوبة، تشمل: السجلات العامة، وسائل الإعلام، الوثائق المرئية، وغيرها.

وتُعرف الوثيقة بأنها كل ما يُعتمد عليه، ويرجع لأحكام أمر وتثبيته وإعطائه صفة التحقق والتأكد من جهة أو يؤتمن على وديعة فكرية أو تاريخية تساعد في البحث العلمي أو تكشف عن جوهر واقع ما أو تصف عقارا أو تؤكد على مبلغ أو عقد بين اثنين أو أكثر. (المالكي، 2009م، ص 17)

يذهب بعض الباحثين إلى أن تحليل الوثائق أو التحليل الثانوي هو إجراء منهجي لمراجعة أو تقييم الوثائق –المواد المطبوعة والإلكترونية (القائمة على الحاسوب والمنقولة عبر الإنترنت). وهي مثل غيرها من التحليلات بمثابة أساليب في البحث النوعي، ويتطلب تحليل الوثائق أن يتم فحص البيانات وتفسيرها من أجل استنباط المعنى واكتساب الفهم وتطوير التجربة المعرفية. (Corbin & Strauss, 2008; see also Rapley, 2007).

ويشير بعض الباحثين إلى أنه غالبا ما يتم استخدام تحليل الوثائق جنبا إلى جنب مع طرق البحث النوعي الأخرى في إطار مزيج من المنهجيات في دراسة نفس الظاهرة. (Denzin, 1970, p. 291).

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

استخدم الباحث عددا من المصطلحات في سياق عرضه لمشكلة الدراسة والإجابة عن التساؤلات حتى يصل الى النتائج، وهي مصطلحات تتعلق بهيكلية العلاقات العامة، وتعتبر أساسا ومنطلقا لعملها وأداء وظائفها في الإطارين النظري والتطبيقي المهني.

العوامل المؤثرة: هي مجموعة الفقرات والنقاط التي يتم رصدها في إجراءات الدراسة.(السامرائي، 2010، ص 16)

الهياكل التنظيمية: إطار يوضح التقسيمات أو الوحدات أو الأقسام الإدارية التي تتكون منها المؤسسة مرتبة على شكل مستويات فوق بعضها تأخذ شكلا هرميا يربطها خط سلطة رسمية تنساب من خلال الأوامر والتعليمات والتوجيهات من المستوى الاعلى أو الأدنى ومن خلاله تتضح نقاط اتخاذ القرارات ومركز السلطة والمسؤولية. (السالم، 2002، ص 124)

العلاقات العامة: هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين، الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة والجماهير، المؤسسة وجمهورها بين أي مؤسسة باختلاف أنواعها، سواء كانت حكومية أو تجارية أو سياسية أو دينية أو رياضية من جهة، وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة سواء كانوا عاملين أو مستهلكين أو مساهمين أو أفراد المجتمع المحيط بالمؤسسة بشكل عام من جهة أخرى. (إمام، 1968، ص 38)

المؤسسات: المؤسسة هي شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة. (عبود، 1982، ص 58)

الصورة الذهنية: هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شئ آخر مكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم. بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم. (فرجاني، 2018، ص24)

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري والمعرفي للدراسة

الدراسات السابقة
التعليق على الدراسات السابقة
الإطار النظري
استخدام المدخل التكاملي لربط النظريات

الدراسات السابقة:

أ-الدراسات الاجنبية:

دراسات الهيكل التنظيمي

1- أجرى كلٌّ من داني موس، وفريزر ليكلي، وكريسنم، ماريا أباريسيدا فيراري (Danny Mossa Fraser Likely Krishnamurthy Srirameshc Maria Aparecida Ferrari) دراسة في عام 2015م بعنوان هيكلة إداراة العلاقات العامة والاتصال بالاعتماد على دراسة عالمية رئيسية، حيث تم تحليل النتائج من 26 مقابلة من كبار مسؤولي إدارات الاتصال المؤسسي (العلاقات العامة) في كل من القارات الخمس ومن عينة استقصائية لحوالي 278 من مديري البرامج في المؤسسات في مقرها الرئيسي.

وجدت الدراسة اختلافا ملحوظ في نوع وتشكيل الهياكل الإدارية في جميع أنحاء العالم ولم يظهر نموذج هيكلي مهيمن واحد على أرض الواقع، وكل منظمة اعتمدت تصميم هيكلي يناسب ظروفهم الفردية، على الرغم من وجود بعض العناصر الوظيفية الشائعة بشكل معقول داخل كل قسم حيث شملت الدراسة للمنظمات الموجودة في جميع القارات الخمس.

واعتمدت الدراسة على عدد من متغيرات الأبعاد الأساسية ، وأهمها اقتراح العلماء، أنها تشتمل على : التعقيد (مدى التمايز ، عدد الأجزاء المكونة المختلفة ودرجة تقسيم العمل إلى مجموعات من الأنشطة ، المهارات التشغيلية)؛ إضفاء الطابع الرسمي (مدى الأدوار الرسمية والقواعد واللوائح التي تحدد نطاق عمل الناس)؛ التخصص (الدرجة التي يتم بها العمل من قبل الأدوار المتخصصة)؛ المركزية (درجة السلطة والسيطرة على القرارات ضمن التسلسل الهرمي للإدارة العليا)؛ وأخيرًا التكوين (شكل الهيكل الهرمي للمنظمة، بما في ذلك تسلسل القيادة ونطاق السيطرة).

وجاءت النتائج إلى أهمية الحاجة إلى ضرورة التنوع والتفرد في وضع كل منظمة من حيث كيفية تكوينها وإدارة وظيفة العلاقات العامة الخاصة بها بشكل فعال، هو مشابه لما وجده باحثون آخرون ، وأسهم توسع الدراسة للعديد من الهياكل التنظيمية حول العالم في الوصول إلى قراءة موضوعية أكثر إثراء لمبدأ التنوع في الهياكل ومناسبتها للمؤسسات والمنظمات خاصة أنها ركزت على دراسة المتغيرات المتعددة التي تواجهها تلك المؤسسات والمنظمات باختلاف ظروف عملها وتشغيلها، لذلك فإن نتائجها تعزز قيمة المرونة الهيكلية وتمتّع الإدارات برؤية أوسع وأكثر انفتاحا على التغيير والتطوير وبناء استراتيجيات تتوافق مع أهدافها وخططها الاستراتيجية.

(Moss, Likely, Srirameshc,2017,pp.80-90)

2- أجرى الباحثان السيدان فريزر وليكلي (Likely & Frazer)، دراسة في عام 2014م حول الاتصال الاستراتيجي في دولة هولندا، حيث تطرقت الدراسة لفحص طويل وشامل لهياكل لإدارة الاتصالات والعوامل التي تؤثر في اختيار الهيكل التنظيمي، تم إجراء البحث باستخدام أقسام الاتصال الموجودة في القطاعات الربحية وغير الربحية، بهدف تحديد العوامل التي تؤثر على هيكلة إدارة الاتصالات وفعاليتها.
وتمت الدراسة عبر تحديد فريق البحث ثلاثة أهداف: (1) تحديد هياكل إدارات الاتصال؛ (2) تحديد العوامل التي أثرت على هيكل إدارة الاتصال؛ و (3) تحديد العوامل التي تعتبر الأكثر أهمية في تصميم هيكلة إدارات الاتصال.

وبينت النتائج أن هناك قدرا كبيرا من عدم الاستقرار أو عدم اليقين بشأن التنظيم في هياكل إدارات الاتصال في معظم الحالات، شعور مستمرالانتقال والتغيير المنتظم في الهيكل على حد سواء التنظيمي ومستويات إدارات الاتصال.

وأشارت الدراسة إلى الشكل الأكثر فاعلية لهيكل إدارات الاتصال، الذي قد يسهم بشكل أفضل فيه الأداء التنظيمي والنجاح ويضم (مجالات الممارسة الفنية المتخصصة أو مجموعات المهارات مثل: الكتابة / التحرير؛ التخطيط؛ البحث / التقييم؛ إدارة موقع الويب ونشره وصيانته؛ العلاقات الإعلامية، الأحداث /المعارض، التصميم الجرافيكي والإنتاج، قنوات التواصل الاجتماعي، إنتاج سمعي / مرئي؛ إعلانات؛ الترجمة / المراجعة؛ كتابة الكلام إلخ)، ومجموعات أصحاب المصلحة (مثل المحلية، تواصل اجتماعي؛ البيئية، مستثمر، عميل؛ المورد؛ جهات مانحة، عضو، موظف حكومي، شريك تجاري إلخ)، العملاء الداخليون (مثل خط / وحدة الأعمال التشغيلية ؛ الجغرافية / المكتب الإقليمي وظائف الموظفين مثل الموارد البشرية، تسويق، المالية؛ قانوني، مبيعات، جمع التبرعات، مكتب الرئيس التنفيذي إلخ)، وظائف عامة واسعة (مثل إدارة العلاقات؛ المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلخ).

أشارت الدراسة أيضا إلى التسلسل الهرمي لتصنيفات وظائف الموظف، مثل الضابط، المشرف والمدير والمدير وكبير مسؤولي الاتصال.

(Likely,2014,pp.70-150)

3- أجرى الباحثان تران كونج ين وياز هيونتينح (Quangyen Tran, Yezhuang Tian) دراسة في عام 2012م بعنوان العوامل المؤثرة على الهيكل التنظيمي للشركة، حيث ركز الباحثين لسنوات على الكفاءة التنظيمية الشاملة من البيئة حيث تنقسم النظرة التقليدية عادة إلى عوامل داخلية وخارجية حيث تعرض الدراسة نتائج دراسة لتقييم العوامل وتأثيرها على الهيكل التنظيمي لعينة من الشركات التي تقع في هانوي ، فيتنام، وقد تم التعرف على المتغيرات المدروسة من بين العوامل تعتبر في النظرية الموقفية وعناصر التصنيف لنهج الاختيار الاستراتيجي.

بعد تجميع المتغيرات إلى عاملين (المتعلقة الخارجية والداخلية على التوالي) كشفت نتائج ثلاث مجموعات من الشركات تكون الهياكل التنظيمية من النوع "الكلاسيكي المعقد"، بينما تسود الأشكال البسيطة في المجموعة التي تعتقد أن هذه المتغيرات لا تعدل هيكلها.

وحددت الدراسة ثلاث مجموعات من الشركات وفقًا للطرق المختلفة التي ينظرون بها إلى تفاهم المتغيرات التي تؤثر على عوامل التغيير في الهياكل التنظيمية، وتم تجميع هذه المتغيرات في عاملين، الأول يتعلق بالعوامل الداخلية (العوامل التي هي من البيئة المواتية تحت سيطرة الشركة) والثاني إلى العوامل الخارجية (تلك العوامل من البيئة التمكينية التي لا تخضع لسيطرة شركة).

أظهرت نتائج تحليل العوامل الاستكشافية المطبقة على المتغيرات المدروسة أن "لامركزية اتخاذ القرار" تقدم أكبر مساهمة للعامل الأول وأن هذه العينة، والشركات تنظر للعوامل الداخلية على أنها مؤثرة على الشركات بتحديد أشكال تنظيمية مختلفة وأحد السبل لتحسين العوامل التنظيمية المؤثرة على الشركات وتركز الدراسة على ستة عوامل التأثير (الداخلية والخارجية).

وأكدت الدراسة إن العوامل المؤثرة على الهيكل التنظيمي هي إحدى طرق تحسين التأثيرات التنظيمية على الشركات.

(Yen, Tian,2012,pp. 1-5)

4- قدم الباحثون كيلي بيج ويردر Kelly Page Werder و ديرينا هولتزهاوزن Derina Holtzhausen في عام 2011م، دراسة حول الهياكل التنظيمية وعلاقتها بممارسات إدارة الاتصالات من منظور العلاقات العامة من الولايات المتحدة، تفترض هذه الدراسة أن التصميم التنظيمي مرتبط بممارسة العلاقات العامة ويتأثر بها سلوك من نوع الإدارة.

ويشير النموذج السائد في نظرية الإدارة التنظيمية إلى أن الهيكل التنظيمي هو قوة ثابتة تؤثر على السلوك التنظيمي، تفترض هذه الدراسة إن إطار التصميم التنظيمي، والذي يركز على المشكلة العملية المتمثلة في تغيير الهياكل والعمليات التنظيمية، يصعب تحديد الهياكل لأنها تتغير وفقًا للاحتياجات التنظيمية.

وأكدت الدراسة على أهمية دراسة تأثير المتغيرات التنظيمية على ممارسة الاتصال، كما أكدت على أهمية فحص المتغيرات الهيكلية لتحسين فهم إدارة الاتصالات الإستراتيجية، كما بينت الدراسة على أهمية التكنولوجيا في لعب دورًا مهمًا في تسهيل الهياكل التنظيمية الأحدث.

(Werder, Holtzhausen,2011,pp.119-139)

5- قدم الباحث كاستيلي (Joelle Wiley Castelli) دراسة في عام 2007م استهدفت التعرف على استخدام نماذج العلاقات العامة في الحكومة المحلية، وذلك من خلال التعرف على الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة، ورصد الأهمية المنظمات المحلية لدور العلاقات العامة وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 183 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها: أن نموذج الوكالة الصحفية كان من أكثر نماذج العلاقات العامة استخداماً في الحكومة المحلية، وكشفت نتائج الدراسة أن الهيئات الحكومية تهتم بأدوار العلاقات العامة وأهميتها في التخطيط الاستراتيجي، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً إشراك كل من مدير العلاقات العامة والفنيين في عملية صنع القرار من خلال الاتصال في اتجاهين، بما يحقق المزيد من النجاح للمؤسسة مع الجمهور الرئيسي المتعامل معها.

وأكدت النتائج على أن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون نموذج التأثير الشخصي لإنشاء والحفاظ على العلاقات مع الاستراتيجية للعاملين في المجالات الإعلامية والحكومية.

(Castelli, 2007)

دراسات هيكل العلاقات العامة:

1- قدم الباحثون دوير ونويل وهاريسون ووبين (Doyer, Nuell, Harrison and Weben) دراسة في عام 2002م، هدفت إلى التعرف على الدور الذي تقوم العلاقات العامة في المنظمات غير الهادفة للربح في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 21 منظمة بالولايات المتحدة الأمريكية، وتم الاعتماد على المقابلة مع عينة عشوائية بسيطة من القائمين بالاتصال بالمنظمات.

وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج، منها:عدم الإدراك الكامل لفئات الجمهور التي تستهدفها هذه المنظمات، كما قد يؤدي الى قصور في الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في هذه المنظمات.

كما تبين من نتائج الدراسة أن أكثر الوسائل الاتصالية التي تستخدمها هذه المنظمات الاتصال الشخصي، بالمبتبرعين ثم عقد المؤتمرات، وكان نموذج الاتصال المزدوج المتناسق أكثر نماذج العلاقات العامة استخداما فيها.

(Doyer, Nuell, Harrison and Weben, 2002, PP. 34-76)

2- قدم الباحث كليمون (Clemons) دراسة في عام 2009م استهدفت التعرف على تصورات موظفي العلاقات العامة والمديرين العموميين في المنظمات الحكومية فيما يتعلق بطبيعة دور العلاقات العامة في هذه المنظمات.

واعتمدت الدراسة على أداة المقابلة المتعمقه لجمع البيانات، وتوصلت الي العديد من النتائج من أهمها: أن وضع وظيفة العلاقات العامة ضمن مستوى إداري كوظيفة أتصال استراتيجية يساعد على تحقيق أهداف المنظمة.

كما كشفت الدراسة أن مشاركة ممارس العلاقات العامة في اتخاذ القرارات يساعد على تفهم ممارس العلاقات العامة لاحترام وجهة نظرهم أثناء عملية اتخاذ القرارات، كما كشفت نتائج الدراسة أن 86 % من الجهات اتجهت الي إحداث تغيير في المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة بها.

وقد اتجهت النسبة الغالبة لرفع المستوى الإداري للجهاز لديها بنسبة 89,4 % وكان هناك أتجاها سائدا لتحديد عدد العاملين بأجهزة العلاقات العامة من خمسة أشخاص الي أقل من عشرة أشخاص.

(Do Dionne C. Clemons ,2009)

3- أجرى الباحث جي يون (Ji Yeon) دراسة في عام 2009م استهدفت التعرف على كيفية ونوعية إدراك ممارسي العلاقات العامة في شركات ومكاتب العلاقات العامة العالمية لأدوارهم الوظيفية، والكشف عن العوامل التي تدعم هذه الأدوار.

واستخدم الباحث أداة المقابلة المتعمقة للتعرف على آراء ممارسي العلاقات العامة عن أدوارهم الوظيفية في شركات ومكاتب العلاقات العامة العالمية العاملة في كوريا.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن هناك ثلاثة أدوار لممارسي العلاقات العامة في هذه الشركات، وهي: مدير الشركة والمستشار الاستراتيجي والفني غير الاستراتيجي، وكشفت النتائج أيضا عن وجود أهمية كبيرة للاتصالات المتناسقة وإدراك واكتشاف التوقيت المناسب في تحقيق أهداف العلاقات العامة الاستراتيجية.

كما كشفت نتائج الدراسة أيضا عن عدم وجود حلول جاهزة أو صيغ محددة لتحقيق هذه الأهداف، ولكن يجب التفكير خارج هذا النطاق والسماح للمتخصصين والمهنيين بالمشاركة والمراقبة بهدف تعزيز فرص نجاح المؤسسة.

(Ji Yeon, 2009, pp 1-32)

4- قدم الباحث روب (Oldenbannig Rob) دراسة في عام 2013م، هدفت إلى التعرف على تحديد دور ممارسي العلاقات العامة في الحكومة المحلية التي تعمل في بيئة الخدمة المتعددة.

وهدفت الدراسة كذلك إلى التعرف على أثر بيئة الخدمة المتعددة على أدوار ممارسي العلاقات العامة في الحكومة المحلية التي تعمل في بيئة متعددة الخدمات، واستخدم الباحث أداتي الملاحظة والمقابلة للحصول على المعلومات.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن من أهم الوظائف الأساسية والمهمة لممارسي العلاقات العامة بناء علاقات قوية مع المجتمع الخارجي.

وكشفت نتائج الدراسة أن تكوين وإنشاء العلاقات مع الجمهور من الأمور المهمة لأي متخصص في العلاقات العامة، وأكدت الدراسة على ضرورة توافر الدور الإداري لممارس العلاقات العامة.

كما كشفت نتائج الدراسة أيضا على أن البيئة التنظيمية تلعب دورا مهما وفعالا في تشكيل دور ممارس العلاقات العامة في الحكومة المحلية.

(Oldenbannig Rob, 2013)

ب- دراسات العربية:

دراسات الهيكل التنظيمي

1- أجرت الباحثة صارة بوعرعارة دراسة عام 2013 بعنوان تطور الهياكل التنظيمية وعلاقتها بالحوكمة حيث أجريت هذه الدراسة التطبيقية في البنك الخارجي الجزائري، وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد أهمية الهيكل التنظيمي و مدى اهتمام المؤسسات بتطوير الهياكل التنظيمية.

واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي، واعتمدت على المنهج التاريخي لتبين تطورات الهياكل التنظيمية وتطور مفاهيمها، وفي الجزء الميداني من البحث تم الاعتماد على مهنج دراسة حالة على مؤسسة بنكية، من خلال إجراء مقابلة الشخصية .

وتوصلت الدراسة لنتيجة أن الهيكل التنظيمي يمثل العلاقة بين الوحدات التنظيمية داخل كيان العمل (الإدارات والأقسام والوحدات)، كما أن الهيكل الوظيفي يمثل العلاقة بين شاغلي الوظائف ، وأن تطوير الهيكل التنظيمي أدى لسهولة انتقال المعلومات والسرعة في الأداء كما توسعت الوحدات الادارية بما يتناسب مع ازدياد العمال. (بوعرعارة، 2013، ص 92)

2- أعد الباحث بغدود راضية دراسة عام 2008 بعنوان تحليل وتطور التنظيم و الهياكل التنظيمية بدراسة حالة على المؤسسة الوطنية للدهن بمرداس في الجزائر، وتهدف الدراسة لمعرفة أهم العوامل المؤثرة في تصميم الهيكل التنظيمي والتغيرات فيه والتعرف على الأنماط الهيكلية الحديثة وظروف استخدامها.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال عرض مختلف المفاهيم المتعلقة بالموضوع، بالاضافة إلى عرض تطور التنظيم، كما اعتمدت على المنهج التحليلي من خلال دراسة تأثير بعض العوامل على تصميم الهيكل التنظيمي وكيفية تصميمه بالاضافة لتفسير وتحليل بعض الأشكال والجداول، أما المنهج المتبع في الجانب التطبيقي فاعتمد الباحث على منهج دراسة الحالة ، واستخدمت الدراسة نظرية النظم حيث تتكون من من مجموعة من الأجزاء المترابطة والتي تعمل معا لتحقيق هدف باعتبار التنظيم وظيفة من وظائف المنظمة.

واستخلصت الدراسة عدة نتائج منها، إن الهكيل التنظيمي يعتبر كوسيلة لتنفيذ الإستراتيجية يجب أن يتلاءم هيكل المنظمة مع استراتيجيتها، وبذلك تكون الاستراتيجية محدد أساسي لهيكل المنظمة، حيث تعتبر عملية تصميم الهيكل التنظيمي عملية إلزامية، وحتى تكون هذه العملية ذات فعالية لابد أولا وقبل البدء بعملية التصميم من دراسة العوامل المؤثرة في اختيار وتصميم الهيكل المناسب. (راضية، 2008، ص. 18-160)

3- أعد الباحث نور الدين تاوريريت دارسة عام 2006م بعنوان قياس الفعالية التنظيمية من خلال التقييم التنظيمي ومساهمة في بناء نموذج متكامل للتقييم التنظيمي.

وربط الباحث مشكلة البحث بالفعالية التنظيمية في ميدان السلوك التنظيمي، حيث لم يحظى بالقدر الكافي من الدراسات العلمية لبلورة مفهوم محدد ونهائي لها، الأمر الذي جعل من الصعوبة على الباحثين إمكانية قياس الفعالية التنظيمية والخروج بنموذج يمكن تطبيقه على المنظمات- إنتاجية كانت أم خدمية- على اختلاف أهدافها، ومرد عدم الاتفاق بين الباحثين صعوبة تحديد مؤشراتها والظواهر المحيطة بها، وتعدد مداخل دراسة الفعالية.

وهدفت الدراسة للمساهمة العلمية في بناء وتصميم نموذج متكامل للتقييم التنظيمي الشامل للجوانب التنظيمية كالهيكل التنظيمي، وتصميم الوظائف، وأنماط القيادة، وأشكال الاتصلل للمنظمة من جهة والجوانب السلوكية النفسية - اجتماعية (كالرضا المهني، والشعور بالانتماء والولاء، وتماسك جماعة العمل والدافعية المهنية في المنظمة، الوقوف على العلاقة القائمة بين التقييم التنظيمي والفعالية التنظيمية لتحقيق المنظمة لأهدافها.

واستخدمت الدراسة نظام التقييم عموما كمسار منهجي يهدف لقياس نتائج نشاط ما بغية زيادة فاعليته، يعد نظام التقييم منهجا علميا موجها نحو الحلول تدريجيا محل الإشكال أو الممارسات التقليدية للرقابة على أعمال المؤسسات والأشخاص، ومبنيا على أسس استقلالية المقيم وعلى الرصانة العلمية، يعتبر التقييم التنظيمي تشخيص للمنظمة من عدة جوانب سلوكية – اجتماعية وتنظيمية يسعى إلى تحقيق بعض من الأهداف المسطرة.

وتوصلت الدراسة إلى أن يمكن قياس الفعالية التنظيمية بنموذج متكامل للتقييم التنظيمي الشامل للجوانب التنظيمية والسلوكية، وبناء وتصميم نموذج متكامل للتقييم التنظيمي الشامل للجوانب التنظيمية كالهيكل التنظيمي، وتصميم الوظائف، وأنماط القيادة، وأشكال الاتصال...للمنظمة من جهة والجوانب السلوكية) . (تاوريريت، 2006، ص. 7-180)

دراسات هيكل العلاقات العامة

1- أجرت الباحثة رؤى العلوي دراسة حالة في عام 2017 بعنوان العلاقات العامة في شركة نفط البحرين بابكو، وتهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية عمل إدارة العلاقات العامة، ومكانها داخل الهيكل التنظيمي للشركة ومحاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاطها.

اعتمدت الدراسات التحليلية الوصفية ومنهج دراسة الحالة، وبعد الدراسة الميدانية وجمع وتحليل البيانات أظهرت نتائج الدراسة أن جهاز العلاقات العامة تتداخل وظائفه مع الكثير من الدوائر الأخرى بالشركة، وأن العلاقات العامة لا تأخذ مكانها ضمن الهيكل التنظيمي للشركة، و استخدمت الدراسة النظرية البنائية الوظيفية

وانتهت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها: ضرورة إعادة النظر في مكان إدارة العلاقات العامة كإدارة مرتبطة بالإدارة العليا ضمن الهيكل التنظيمي ، وضرورة توفير الإمكانيات اللازمة لها وزيادة المخصصات المالية بحيث تتكافأ مع المسؤوليات الملقاة على عاتقها، والعمل على إزالة القيود الروتينية ، ومحاولة الاستفادة من وسائل الاتصال ودراسة الأساليب الاتصالية داخل الشركة. (العلوي، 2017، ص 109)

2- أجرت الباحثة جهان علاوي عام 2017م دراسة بعنوان أثر الهكيل التنظيمي في تمكين العاملين في شركة النعمان العامة، حيث هدفت الدراسة للتعرف على مدى تواجد أبعاد الهيكل التنظيمي في شركة النعمان العامة.

وتأثيره على دور أجهزة العلاقات العامة، وانطلقت الدراسة من فرضية مفادها أن التعقيد في الهيكل التنظيمي لأجهزة العلاقات العامة يؤدي لاعاقة فاعليته وعطاء موظفيه.

واستنتجت الدراسة أن الهيكل التنظيمي في الشركة اتسم بالجمود والرسمية والتعقيد وأن جميع القرارات الرسمية والمهمة تتخذ من الإدارة العليا دون دور لأجهزة العلاقات العامة.

و أوصت الدراسة بضرورة التوجه نحو أنماط ادارية معاصرة والعمل على تشجيع الهياكل التنظيمية المرنة واعادة صياغة أهدافها و اولوياتها ، وتوسيع دائرة المشاركة في صناعة القرارات. (علاوي، 2017م، ص.157-184)

3- أجرت الباحثة زينب غشة دراسة في عام 2016 م بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة بوكالة الاتصال موبليس بسكرة ، وحددت الباحثة الموقع التنظيمي في الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة ،و استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لوصف دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، وتم اتخاذ النظرية الوظيفة في الدراسة من خلال التعرف على الدور الوظيفي الخاص باعتبارها نشاط ضروري للكشف عن رغبات و مؤشرات الجمهور بما لها دور في محاولة كسب و تعزيز ثقة و التفاهم.

ووضعت الدراسة عدة عوامل تحدد موقع إدارة العلاقات العامة، أهمها (حجم الجماهير،طبيعة عمل المؤسسة، توافر الامكانيات المالية للمؤسسة،طبيعة الإدارة العامة، حجم العلاقات العامة وأهدافها).

كما طرحت الدراسة عدة نماذج بالتنظيم الداخلي :التقسيمات الداخلية لإدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي على انه لا يوجد تقسيمات ثابتة للإدارة العلاقات العامة.

وجاءت نتيجة الدراسة إن العلاقات العامة تحتل أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة و تستند لها أدوار حيوية تتعلق بإبراز الصورة وهي بدالك تشكل حلقة اتصال و تواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة و خارجها، فنجاح المؤسسة سواء اكانت حكومية واقتصادية او خدماتية لا يتوقف على ما تحققه من نجاح وإنجاز إذا لم تتمكن من إبراز هدا الانجاز إلى الفئات المستهدفة من جمهورها ومن المتعاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة و برامج التطوير. (غشة، 2016، ص. 14- 109)

4- أجرت الباحث سحنون ريحانة دراسة عام 2015 بعنوان واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية حيث بينت الدراسة مشكلة الدراسة باختلاف المؤسسات الخدماتية الجزائرية أنها بحاجة ماسة إلى وظيفة العالقات العامة التي تعتبر أداة من أدوات عمل المؤسسة الخدماتية وسبب من أسباب نجاحها فهي وسيلة من وسائل تفاعل، وتهدف الدراسة إلى معرفة مكانة العلاقات العامة في المديرية العملية للاتصالات بالجزائر و تحديد أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة للعلاقات العامة داخل هذه المؤسسة، واستخدم الباحث النظرية الوظيفية كمنظور لدراسة العلاقات العامة .

وبينت النتائج إن إدارة الاتصال كبديل للعلاقات العامة أنها تحتل مكانة هامة في الهيكل التنظيمي للمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالرغم من عدم وجود مؤهلون مختصون في الاتصال. وذلك من أجل تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي. (ريحانة، 2014، ص. 14- 180)

5- قام الباحث أحمد شاذلي بدراسة عام 2015م بعنوان فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية حيث هدفت الدراسة وضع أساس علمي ومنهجي لعمل إدارات وأقسام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتحقيق النتائج المرجوة ايجاد نموذج للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي لدراسة الظاهرة والأوضاع القائمة من خلال تجميع المعلومات والبيانات ثم العمل على تحليلها وايجاد تفسيرات لها.

ووصلت الدراسة لعدة نتائج منها إن جميع المؤسسات السودانية مجال الدراسة تعمل على إيجاد أجهزة للعلاقات العامة في هياكلها التنظيمية.

وأوضحت الدراسة غياب مفهوم العلاقات العامة لدى الإدارات العليا للمؤسسات من خلال تعدد تبعية إدارة العلاقات العامة.

وأوصت النتائج إن غالبية العينة المدروسة يرون أن موقع العلاقات العامة فى الهيكل الإداري مناسب لأداء وظائفها(شاذلي، 2015، ص.201)

6- أعد الباحث يوسف السعيدي دراسة عام 2013 بعنوان دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكوييتيتين تهدف إلى استكشاف دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في الصحيفتين المشار إليهما.

و استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي بكونه منهجا يحقق أهداف الدراسة المتمثلة في وصف ظاهرة معينة، بهدف التعرف على سمات هذه الظاهرة .

و توصلت الدراسة في نتائجها إلى أهمية العناية بوظيفة العلاقات العامة وضرورة اعطائها الموقع المناسب في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وأهمية إسناد هذه الوظيفة لأشخاص مؤهلين و متخصصين في تنفيذ أنشطتها وذلك لرفع مستوى أدائها . (السعدي، 2013، ص. 18-88)

7- أجرى الباحث مشعل المطيري دراسة عام 2012م بعنوان العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية حيث تم في هذه الدراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية من منظور المسؤولية الاجتماعية.

هدفت الدراسة التعرف على واقع العلاقات العامة من منظور ممارستها المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات في دولة الكويت.

استخدمت الدراسة في إطارها النظري نظرية النظم حيث تعد وسيلة معرفية مفيدة لممارسي العلاقات العامة داخل المنظمة. من جانب آخر، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي.

وأوصت الدراسة بتعزيز موظفي العلاقات العامة بمديرين أو موظفين متخصصين في المسؤولية الاجتماعية ولهم قدرة على فهم مشكلات المجتمع والبيئة والزبائن والموظفين، وذلك من خلال توزيع المهمات أيضا على تلك المجالات. (المطيري، 2013، ص.67-105)

8- أعد الباحث حاج أحمد كريمة دراسة عام 2010م بعنوان العلاقات العامة داخل مؤسسة الصناعات النسيجية: في الجزائر.

تهدف الدراسة إلى معرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسجية ومختلف فروعها وتحاول أن تحدد مكانة العلاقات العامة في هذه المؤسسة ومدى مساهمتها في صنع القرار وتعزيز الثقة مع جماهيرها.

وتقوم الدراسة على فرضية أن موقع العلاقات العامة مايزال صعب المنال ولا يلبي الحاجة كما أن دوره ليس كما يجب. واعتمد الباحث منهج الدراسة الميدانية لمعرفة الأسباب التي تجعل مؤسساتنا الوطنية يشوبها هذا النقص، ولمعرفة المتغيرات الحاصلة ميدانياً خاصة أن أغلبية المؤسسات اليوم تأخذ أشكالا تنظيمية جديدة دون الاهتمام بإدارة العلاقات العامة، وعلى ضوء الإشكالية المطروحة، فإن هذه الدراسة اعتمدت على منهج دراسة حالة ومن ثم بإمكاننا دراسة الظاهرة ضمن ظروفها الطبيعية.

ونتج عن الدراسة انعدام وجود إدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الادارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، كما أوضحت الدراسة أن الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة كإدارة مهمة في تسيير شؤون المؤسسة تسييراً عصرياً غير متجسد داخل المؤسسة، وأغلب الموظفين يرغبون في وجود إدارة علاقات عامة.

ووصلت الدراسة لنتيجة أن العلاقات العامة كنظام تسيير فعال للمؤسسة من المصطللحات الغربية على إدارة المؤسسات الوطنية مما يعود بالسلب على الاتصال الداخلي قبل الاتصال الخارجي. (كريمة، 2010، ص.17-100)

9- أعد الباحث عاطف بضياف دراسة عام 2010م حول فعالية العلاقات العامة لمعرفة المكانة التي توليها المؤسسة الجزائرية لها و الدور الفعال الذي يمكن تصل إليه العلاقات العامة، وبالتالي المساهمة في بلوغ أهداف المؤسسة العامة، إبراز أهمية العلاقات العامة كإدارة لا يمكن الاستغناء عنها، خاصة ونحن مقبلين.

تقوم الدراسة على النظرية البنائية الوظيفية (أن التنظيم و علاقاته يعد جزءا من نسق أكبر، والعمليات التي تؤدي إلى وجود تلك التنظيمات مثل) التعاون، الصراع، الاتصال (تحدث كنتيجة للتفاعل بين أجزاء معينة في النسق تتأثر و تتكيف مع بعضها البعض من أجل حماية البناء ككل.

واعتمدت الدراسة على فرضية بأن العلاقات العامة بالمؤسسة تحضى موضوع البحث بمكانة هامة تسمح لها بمزاولة مهامها على أكمل وجه في الهيكل التنظيمي الصلاحيات الممنوحة لمصلحة الاتصال والعلاقات العامة.

واستخلصت النتائج محدودية عمل الجهة المكلفة بالاتصال، ليست متاحة بالقدر الكافي لكافة الفئات المهنية. إذن من خلال هذا التحليل يتضح لنا بان المؤسسة تبدل مجهودات من أجل تحسين ظروف العمل داخل المؤسسة إلا أنها لم ترقى إ لى المستوى المطلوب، والذي يعبر عن الأهداف الحقيقية للعلاقات العامة على المستوى الداخلي لأي مؤسسة اقتصادية. (بضياف، 2010، ص. 158).

10- أعد الباحث مصطفى الصادق عام 2010م دراسة تطرق فيها للعلاقات العامة واثرها في تطوير وتنمية السلوك التنظيمي في المؤسسات العامة وشركات القطاع الخاص.

هدفت هذه الدراسة التعرف على واقع العلاقات العامة في السودان ومعرفة اتجاهات القيادات الادارية نحو مفهوم العلاقات العامة من مختلف جوانبها الادارية والتنظيمى والوظيفية واساليب ممارسة عملها و الوقوف على اهم العقبات التى تعترض ادارة العلاقات العامة فى القيام بمهامها الادارية.

وتوصلت الدراسة إلى نتيجة عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة وتداخل عمل الادارات الاخرى مع عملها وعليه فان مفهوم العلاقات العامه فى المؤسسات العامه وشركات القطاع الخاص لا يزال غير مفهوم ويعتبر مفهوما هامشيا ويؤكد ذلك 51% من المبحوثين بالهيئة القومية للكهرباء و58% من المبحوثين بالشركة السودانية للاتصالات. وهذه النتيجه تشير الى ما تعانيه العلاقات العلاقات العامة من القصور فى ممارسة انشطتها وتداخل عملها مع عمل الإدارات الأخرى وعدم وضوح للهيكل التنظيمي، كما توصلت الدراسة الى أن موقع العلاقات العامة فى الهيكل الإداري للمنشأة له تاثير فى قدرتها على قيام بدورها بفاعلية، وإن قربها من الإدارة العليا له أهمية من الناحية التنظيمية. (الصادق،2010، ص. ن- ع)

11- أجرى الباحث أحمد عتوم عام 2010م دراسة ميدانية بعنوان أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية.

وتطرقت مشكلة الدراسة إلى الفجوة المعرفية بمكان العلاقات العامة في الهكيل التنظيمي حيث تتواجد حالياً بعيداً عن الوزير والقيادات العليا في الوزارة.

استخدمت الدارسة المنهج الوصفي المسحي من خلال مسح مجتمع الداراسة لكامل العينة للعاملين في العلاقات العامة في مراكز الوزارات في العاصمة عمان، كما اعتمدت الدراسة على نماذج جيمس جرونج (Gruning) وهنت (Hunt) بممارسة العلاقات العامة للسلوك الاتصالي للمنظمات.

ووصلت الدراسة لعدة نتائج منها ضم العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي مع مكتب الوزير مباشرة وضرورة ضم مديريات العلاقات العامة والإعلام في مديرية واحدة ليسهل التنسيق والتنفيذ والقيام بالواحبات وبالعملية

الاتصالية على أكمل وجه، كما اقترحت الدراسة أن تكون تسمية العلاقات العامة في الوزارات والهيئات والمنظمات والمؤسسات الحكومية والخاصة (بالعلاقات العامة الاتصالية). (عتوم، 2010، ص. 5 – 150)

12- أعدت الباحثة عيوج عذراء دراسة ميدانية عام 2009 بعنوان واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية ببلدة قسنطينة بالجزائر بعنوان الكشف عن واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية ومكانتها في الهيكل التنظيمي، ومعرفة طبيعة المجهودات التي تبذلها الإدارة المحلية في سبيل تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يهتم بجمع الحقائق وتلخصيها والمرتبطة بعدد من الأشياء، أو مجموعة من الظروف أو النظم التي يرغب الفرد في دراستها وبمعنى أبسط هو ذلك المنهج الذي يدرس الظواهر الطبيعية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي الذي يعتبر من مناهج البحوث الوصفية التي تعتمد في جمع وتحليل البيانات على أدوات بحثية كالمقابلة والاستمارة والملاحظة.

وأكدت نتائج الدراسة بضرورة تفعيل دور مديرية العلاقات العامة الموجودة في الهيكل التنظيمي بتجسيدها على أرض الواقع من خلال جهاز إداري مختص في الإتصال الداخلي والخارجي، ووضع السياسات المحددة له، والتي تشمل مبادئ وقواعد العمل التي تحكم أهداف الجهاز، وتحديد إطار عمله وتنظيم علاقاته داخلياً وخارجياً، كما توصلت النتائج إلى الاقتناع بأهمية العلاقات العامة، ودورها الكبير في إنجاح العمل الإداري وضمان استقرار الوحدة المحلية.

(عذراء، 2009، ص. 25-241)

13- أعد الباحث ياسين مسيلي دراسة ميدانية عام 2009م بعنوان العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية تهدف الدراسة التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة ومختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطه ومحاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة.

وتحددت مشكلة الدراسة بأنه مع زيادة عدد المؤسسات وتنوع نشاطها، ازدادت طبقا لذلك الجماهير التي تتفاعل معها من جمهورها الداخلي المتكون من جماعات العمال والمسؤولين داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة إلى جمهورها الخارجي المتكون من مساهمين وعملاء وموزعين ومستهلكين وغيرهم.

واستخدمت الدراسة النظرية الوظيفية كنموذج إرشادي لدراسة العلاقات العامة والتي تعتبر مجموعة القوانين العلمية والمبادئ والقضايا العامة المرتبطة ارتباطا منهجيا ومنطقيا، والتي تتناول بالتفسير وتحليل ظواهر وحقائق مترابطة ومتصلة بموضوع ما.

اتضح بنهاية الدراسة بأن العلاقات العامة لازالت مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة، ولا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى، فرغم أن الإدارة تضم ضمن هيكلها التنظيمي مكتب للإعلام والاتصال توكل إليه مهام العلاقات العامة إلا أنه بعيد كل البعد عن جهاز العلاقات العامة، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على نقص الاهتمام بالعلاقات العامة وعدم فهم دورها الكبير في النهوض بالمؤسسة.

وأظهرت النتائج بضرورة إقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في النهوض بالمستشفى. (مسلي، 2009، ص. 19- 288)

14- أعد الباحث محمد قيراط دراسة عام 2005م بعنوان ممارسة العلاقات العامة في الأمارات العربية المتحدة المعوقات التنظيمية ، المشاكل الهيكلية، وآفاق المستقبل.

وهدفت الدراسة إلى استقصاء وبحث واقع ممارسة العلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة ، من خلال دراسة ماورائية تحليلية لـ 68 مشروع بحثي، وركزت الدراسة على تحديد أهم المعوقات والمشاكل التي تعاني منها إدارة العلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة، والتعرف على خلفية ممارس العلاقات العامة ، ورصد موقع جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، والمهام والصلاحيات الموكلة إليه.

أكدت نتائج الدراسات والأبحاث أن الغالبية العظمى من المؤسسات والمنظمات في الدراسة لم تضع جهاز العلاقات في موقع قريب من الإدارة العليا، ففي معظم الأحيان كان قسم العلاقات العامة تابعاً لإدارة الموارد البشرية، أو لإدارة الشؤون المالية أو الإدارية أو للخدمات العامة، هذا الوضع أدى إلى تهميش جهاز العلاقات العامة في معظم المؤسسات، وأدى إلى تهميش جهاز العلاقات العامة في معظم المؤسسات، كما أدى إلى تفريغ هذا الجهاز من محتواه الحقيقي ومن مهامه الاستراتيجية.

وبينت الدراسة أن نموذج ممارسة العلاقات العامة المطبق في دولة الإمارات العربية المتحدة هو نموذج النشر والتنسيق مع وسائل الإعلام.

وأوصت الدراسة لتصحيح مفهوم العلاقات العامة على مستوى الفرد والأسرة والمنظمة والمجتمع، وإسناد مسؤولية العلاقات العامة لاصحاب الاختصاص، وفتح قنوات الاتصال والتعاون بين المؤسسات التكوينية (أقسام الإعلام والاتصال الجماهيري والعلاقات العامة وسوق العمل). (قيراط، 2005، ص. 153-183)

15- قام الأستاذ محمد قيراط بدراسة عام 1998م بعنوان العلاقات العامة في المؤسسات الصحية بدولة الإمارات العربية المتحدة.

تهدف هذه الدراسة لبحث مكانة وموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لوزارة الصحة ومختلف منشأتها بدولة الإمارات العربية المتحدة، والصلاحيات الموكولة إليها.

تمثلت منهجية الدراسة في توزيع استبيان يحتوي على 30 سؤال على جميع مسؤولي وموظفي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأبوظبي، كما اعتمد الباحث في منهجيته على جمع المادة العلمية والبيانات المختلفة المتعلقة باشكالية البحث على اتصالاته المكثفة بالمسؤولين بوزارة الصحة وذلك باعتماد الدراسة على منهج المسح ودراسة الحالة فقد عايش الباحث وعاين بالملاحظة والمشاركة لمدة فترة زمنية ، تمثلت منهجية الدراسة في توزيع استبيان يحتوي على 30 سؤال على جميع مسؤولي وموظفي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأبوظبي ، كما اعتمد الباحث على جمع المادة العلمية والبيانات المختلفة المتعلقة باشكالية البحث على اتصالاته المكثفة بالمسؤولين بوزارة الصحة وذلك خلال فترة زمنية معينة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظمي غير واضح وإن جهاز العلاقات العامة يكون خاضعا في أغلب الأحيان إلى أدرارت أخرى تحت مسميات آخرى، أما بالنسبة لعدد الموظفين فإن 92% من المبحوثين أجابوا بأن عدد الموظفين في قسم العلاقات العامة غير كاف للقيام بالمهام المسندة إلى القسم. (قيراط، 1998، ص. 11-45)

التعليق على الدراسات السابقة:

- أظهرت الدراسات أن العلاقات العامة تحتل جانبا مهما من جوانب الإدارة سواء في مؤسسات الأعمال أو في المنظمات الحكومية، فهي في المجمل تمثل نشاطا يهدف إلى كسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة لأهداف وسياسات وإنجازات الشركة أو المؤسسة وخلق جو من التعاون ما بينها وجماهيرها المختلفة

الداخلية والخارجية، فهي كلها تهدف في النهاية إلى الوصول إلى الثقة والاحترام والفهم المتبادل ما بين الشركة والمؤسسة والجمهور الداخلي والخارجي.

- معظم الدراسات اعتمدت النظرية الوظيفية بمختلف توجهاتها الاجتماعية والإدارية.
- لاحظ الباحث إن العديد من الدرسات السابقة للعلاقات العامة والإدارية بمختلف تصنيفاتها استخدمت المنهج الوصفي ودراسة الوثائق بما فيها الهياكل التنظيمية.
- تبين للباحث أن معظم الدراسات السابقة استخدمت المقابلات المعمقة للتبين من الوثائق والهياكل التنظيمية.
- أكدت نتائج أغلب الدراسات إن معظم المؤسسات والمنظمات لم تضع جهاز العلاقات في موقع قريب من الإدارة العليا، ففي معظم الأحيان كان قسم العلاقات العامة تابعاً لإدارة الموارد البشرية، أو لإدارة الشؤون المالية أو الإدارية أو غير موجود بتاتاً مما أدى هذا الوضع إلى تهميشه في معظم المؤسسات، كما أدى إلى تفريغ هذا الجهاز من محتواه الحقيقي ومن مهامه الاستراتيجية.
- واعتمدت بعض الدراسات على عرض تطور التنظيم، كما اعتمدت على المنهج التحليلي من خلال دراسة تأثير بعض العوامل على تصميم الهيكل التنظيمي وكيفية تصميمه بالاضافة لتفسير وتحليل بعض الأشكال والجداول.
- لاحظ الباحث إن الغالبية العظمى في الجانب التطبيقي اعتمدت على منهج دراسة الحالة، واستخدمت الدراسة نظرية النظم حيث تنكون من من مجموعة من الأجزاء المترابطة والتي تعمل معا لتحقيق هدف باعتبار التنظيم وظيفة من وظائف المنظمة، حيث تهدف النظرية إلى تطوير الهياكل التنظيمية وتحقيق التكامل بين الأنشطة والوظائف وعليه فأنه عند بناء أي تنظيم لابد من مراعاة المتغيرات (حجم المنظمة، شخصية العاملين، درجة التداخل، توافق الأهداف، مستوى صنع القرار، ميزانية الإدارة).
- اتفق أغلب الباحثين في الدراسات السابقة في النتائج بضرورة إقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في النهوض بالمؤسسات، حيث أن توجه الإدارة العليا لتبني وجهات نظر العلاقات العامة هو الطريق الوحيد لتطوير هذه الوظيفة.
- اعتمدت بعض الدراسات في دراسة الهياكل التنظيمية عبر تحديد ثلاثة أهداف: (1) تحديد هياكل إدارات الاتصال (2) تحديد العوامل التي أثرت على هيكل إدارة الاتصال، (3) تحديد العوامل التي تعتبر الأكثر أهمية في تصميم هيكلة إدارات الاتصال.
- وأشارت بعض الدراسات إلى الشكل الأكثر فاعلية لهيكل إدارات الاتصال" العلاقات العامة، الذي قد يساهم بشكل أفضل فيه الأداء التنظيمي والنجاح ويضم (مجالات الممارسة الفنية المتخصصة أو مجموعات المهارات مثل: الكتابة / التحرير؛ التخطيط؛ البحث / التقييم؛ إدارة موقع الويب ونشره وصيانته؛ العلاقات الإعلامية، الأحداث /المعارض، التصميم الجرافيكي والإنتاج، قنوات التواصل الاجتماعي، إنتاج سمعي / مرئي ؛ إعلانات؛ الترجمة / المراجعة؛ كتابة الكلام، إلخ)، ومجموعات أصحاب المصلحة (مثل المحلية، تواصل اجتماعي؛ البيئية، مستثمر، عميل ؛ المورد؛ جهات مانحة، عضو، موظف حكومي، شريك تجاري)، العملاء الداخليون (مثل خط / وحدة الأعمال التشغيلية؛ الجغرافية / المكتب الإقليمي وظائف الموظفين مثل الموارد البشرية، تسويق،المالية؛ قانوني، مبيعات، جمع التبرعات، مكتب الرئيس التنفيذي إلخ)، وظائف عامة واسعة (مثل إدارة العلاقات؛ المسؤولية الاجتماعية للشركات).
- أشارت الدراسات إلى التسلسل الهرمي لتصنيفات الوظائف في هياكل أجهزة العلاقات العامة، مثل (الموظف، مثل الضابط، المشرف والمدير والمدير وكبير مسؤولي الاتصال).
- لاحظ الباحث من الدراسات السابقة وجود علاقة عكسية، وهي كلما زاد عدد الطبقات في الهيكل التنظيمي، فإن هناك درجة أكبر من لامركزية السلطة والسيطرة وبالتالي ضعف أجهزة العلاقات العامة.

- أكدت أغلب الدراسات أن مهام وظائف العلاقات العامة يتم اسنادها لإدارات آخرى داخل المؤسسات فهناك نقص واضحاً في الهيكل التنظيمي للمؤسسة والمتمثل في غياب إدارة العلاقات العامة.
- تبيّن للباحث إن أغلب الدراسات أكدت أهمية إسناد وظيفة العلاقات العامة لأشخاص مؤهلين ومتخصصين في تنفيذ أنشطتها وذلك لرفع مستوى أدائها وإقناع الإدارات العليا بأداء الجهاز.
- تبيّن للباحث تشابه معظم الدراسات السابقة مع البحث الحالي في معرفة العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة بالقطاع الصناعي.

الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

مع ازدهار نشاط العلاقات العامة ودوره في المحافظة على الصورة الذهنية للمنشآت، فقد شهد إقبالا كبيرا وسريعا من المنشآت الكبيرة سواء في مجال الأعمال العامة والخاصة، وارتبط ذلك التطور المهني والوظيفي لها بازدياد الاهتمام العلمي والأكاديمي بالعلاقات العامة كعلم له أسسه نظرياته ونماذجه، ما انعكس على تحقيق كثير من الأهداف التي تسعى إليها المنشآت خلال أعمالها.

ولأن كسب ثقة الجمهور الذي تتعامل معه المنشآت ليس أمرا سهلا كان لا بد من إنشاء أجهزة وإدارات متخصصة ف يالعلاقات العامة تؤدي العديد من المهام والوظائف التي تربط المنشآت بذلك الجمهور، وتعمل على كسب ثقته وتأييده، خاصة في ظل تنامي برامج المسؤولية الاجتماعية وتحقيق تواصل مع المجتمعات المحلية التي تنشط فيها الشركات والمؤسسات.

وبناء على ذلك أصبحت العلاقات العامة نشاطاً مهما وأساسياً من أنشطة الشركات والمؤسسات، كما أنها أصبحت عاملا رئيسيا من عوامل نجاح الجمهور التنظيمية حيث تستهدف دعم ومساندة أنشطة الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي الذي يتفاعل مع المؤسسات الصناعية ومحاولة تكوين صورة إيجابية عن هذه المؤسسات وخدماتها والتعرف على ردود فعل الجمهور، وتعزيز التواصل مع الجماهير الخارجية لهذه المؤسسات لرفع مستوى الأداء والكفاءة المهنية. (عجوة ويوسف، 2005م، ص 8)

المدخل التكاملي:

اعتمدت هذه الدراسة على أسس المدخل التكاملي الذي يقوم عند بناءه وتنفيذه على الترابط المنظم بين مختلف فروع المعرفة والنظريات مما يتيح تخطي الحواجز بين مجالات وموضوعات المواد الدراسية المختلفة، بهدف الوصول إلى وحدة المعرفة وترابطها.

أولاً: النظرية الوظيفية والعلاقات العامة:

- **النظرية الوظيفية:** مجموعة القوانين العلمية، والمبادئ والقضايا العامة المرتبطة ارتباطا منهجيا ومنطقيا، والتي تتناول بالتفسير والتحليل ظواهر وحقائق مترابطة ومتصلة بموضوع ما ويشير كل من روثنتال ويادين إلى أن النظرية تعتبر بمثابة نسق من المعرفة التعميمية، أو تفسير للجوانب المختلفة للواقعأما النظرية الوظيفية فهي من النظريات المهمة، وتركز هذه النظرية بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية، ومعرفة دورها الوظيفي، وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام، واستمرارية تطوره وتحديثه في الوقت نفسه، وهذا ما تمثل في أفكار رواد علماء الاجتماع الغربيين من أمثال: أوجست كونت، وإيميل دوركايم، وهربرت سبنسر، وآراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين مثل تالكوت بارسونز، وروبرت ميرثون، وتتكون ركائز النظرية الوظيفية: يهتم الاتجاه الوظيفي بتحليل العلاقة بين النظام ككل، والوحدات المكونة لهذا النظام، ويمكن تلخيص ذلك في فكرتين :الأولى: تركز اهتمامها على وظيفة الوحدات الصغرى في المجتمع، والثانية اعتبارها محل التحليل السوسيولوجي والنظرية الوظيفية تهتم بالوظيفة أكثر من اهتمامها بالبنى الظاهرة أوغير الظاهرة، وهذا جعلها واقعية إلى حد كبير، وبعبارة أخرى فإن الاتجاهات الوظيفية تستخدم لتفسير الدور والوظيفة الاجتماعية اللذين تقوم بهما ظاهرة معينة أو نظام معين في البناء أو النسق، أو التنظيم الاجتماعي باعتباره جزءاً منه، فكل نظام في النسق الاجتماعي يرتبط مع بقية النظم الأخرى .(العلوي،2017، ص.33)

النظرية الوظيفية في دراسة العلاقات العامة:

جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة العلاقات العامة بقصد التعرف على الدور الوظيفي

المنوط بالعلاقات العامة ولاسيما بعد تزايد الاهتمام بهذه الوظيفة من طرف معظم المؤسسات.
فالنظرية الوظيفية تعتبر ضرورة لتحقيق مزيد من التفسير والموضوعية في دراسة العلم ووضع الأسس والقواعد العريضة له، فالعلاقات العامة كعلم تفيد من العلوم الاجتماعية الأخرى من خلال الاستعانة بها كخلفية نظرية تسهم في إرساء قواعد هذا العلم الذي يتميز بالحداثة.
من هذا المنطلق كان من الضروري استخدام النموذج في مجال العلاقات العامة من أجل تحقيق نتائج إيجابية للمؤسسة، وتعد العلاقات العامة مثلها مثل سائر العلوم الأخرى علما له قواعده ونظرياته، كما أن العلاقات العامة كعلم ترتبط أشد الارتباط بعلوم أخرى مثل علم الاجتماع، والاقتصاد، والإدارة، وأيضا تهتم بدراسات الاتصال الجماهيري ودراسات التنظيم، ولهذا فإن وجود النظرية في ميدان العلاقات العامة ينطلق في اتجاهين ، أحدهما يركز على القيم والمهارات كخلفية علمية ونظرية، ثانيهما يركز على الاهتمام بالكيفية التي يستخدمها التنظيم من خلال الاتصال في التعامل مع جمهور وعليه تشكل العلاقات العامة وفقا للنظرية الوظيفية نسق فرعي من النسق التنظيمي الأكبر الذي تعمل من خلاله والذي ينتمي بدوره إلى نسق مجتمعي أكبر يتبادل معه التأثير والتأثر، وهنا تتمكن من أداء أدوارها ووظائفها بكفاءة وفعالية بحيث تعمل على تدعيم التعاون والتكامل والاندماج مع تحسين الصورة وتدعيم العلاقات العامة مع الجمهور،ووفقا للمنظور الوظيفي فالعلاقات العامة تعد من الأنشطة المتكررة التي تسعى إلى تحقيق الاستقرار والتوازن بين مصالح المؤسسة ومحيطها الداخلي والخارجي، هذه الأخيرة تعتبر أمر ضروري في وظائف العلاقات العامة. (ريحانة، 2015، ص45).
كما يمكن تحديد مكانة جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لشركة ما بالنظر إلى الدور الذي تؤديه بقوة وفعالية، وهذا يتطلب ضرورة تكوين نسق من المعلومات حول العلاقات العامة وكل ما له صلة بها من مشاكل أو حلول، مع ضرورة تحديد طرق العمل فيها كبناء وكعملية، وتحديد الكيفية التي تتفاعل بها مع سائر العناصر التنظيمية الأخرى، كما في تصنيف وظائف العلاقات العامة لمجموعة من الباحثين قاموا بدراسة تنظيمات العلاقات العامة في الشركات والهيئات والمؤسسات وتوصلوا إلى تحديد خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة تتمثل في البحث: ويكون عن طريق(الدراسات العلمية الموجهة ووضع حلول لها – التخطيط -التنسيق- الخدمة الإدارية ويقصد بها تقديم الخدمات لسائر الإدارات - الإنتاج: يتصل بهذه الوظيفة عدد كبير من الأعمال الهامة المتعلقة بالإعلام والنشر وعقد المؤتمرات) ، و حصر منير حجاب أهم وظائف العلاقات العامة في كلا من (تعريف الجمهور بالمنشأة- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه - التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر صحيحة - إطلاع الشركة بكل التطورات الحاصلة في الرأي العام- تهيئة جو ملائم لنمو علاقات الثقة والتفاهم بين المنشأة والأفراد -إطلاع الإدارة العليا على رد فعل الجمهور الداخلي والخارجي تجاه سياستها وبرامجها. (العلوي، 2017، ص.38 ،49).

ثانياً: نظرية المنظمة والتنظيم:

تتطرق هذه النظرية لعلم التنظيم للهياكل التنظيمية المختلفة التي تتناسب ومختلف التنظيمات ومن مفردات هذا العلم والمفاهيم والمصطلحات المتصلة بالتنظيم والسلوك التنظيمي والتصميم التنظيمي، كما يشمل الهياكل التنظيمية التي يجري تصميمها والعوامل المحددة لنوعية التنظيم وهي نوعية الاستراتيجية وحجم التنظيم ونوع التكنولوجيا المستخدمة وطبيعة البيئة التي يعمل فيها التنظيم وعلاقات السلطة وتتكون من (التنظيم عبارة عن لب العملية الإدارية، الهيكل التنظيمي الطريقة التي يتم من خلالها تنظيم المهام، وتحديد الأدوار الرئيسية للعاملين، وتبين نظام المعلومات، وتحديد آليات التنسيق، وأنماط التفاعل اللازمة بين الأقسام المختلفة والعاملين فيها ويتكون - الهيكل التنظيمي لأية مؤسسة من عناصر ثلاث وبدرجات تتفاوت في الشكل والمضمون، التطور والتعقيد يتسم أي هيكل تنظيمي بتقسيم الأعمال التي يؤدي من خلالها العمل على عدد من المهام يتولى القيام بها عدد من الوحدات الإدارية المنتشرة أفقياً والمرتبة عمودياً، الرسمية تقتضي مرحلة تعقد وتطور التنظيم وجود تقنن لأساليب واجراءات العمل وتنميطها بشكل يضمن ضبط سلوك العاملين، التسلسل الإداري يؤكد هذا المبدأ على ضرورة وجود مرجعية إدارية واضحة أمام العاملين، التصميم التنظيمي يضع الخارطة التنظيمية ويحدد فيه مختلف الوحدات الإدارية، ويوضح خطوط الاتصال والسلطة) و تتكون مبررات دراسة نظرية التنظيم من (تزايد حجم وتأثير المنظمات الإدارية في المجتمع، التطورات الصناعية والتكنولوجية والحضرية ومايصاحبها من ضرورات تنظيمية، ويؤكد منظور نظرية النظم على أهمية النظر للتنظيم باعتباره نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالعوامل البيئية المحيطة ويتفاعل معها

وليس نظاماً مغلقاً، وجاءت النظرية بعدة مراحل منها المرحلة الإبداعية والمرحلة الجماعية والمرحلة الرسمية والرقابة ومرحلة تطوير الهيكل التنظيمي حيث يصبح النظام في هذه المرحلة قادراً على الانتشار والتوسع في نشاطه وما يقدمه من سلع وخدمات، ويزداد الاهتمام بالبحث عن فرص التطور، الأمر الذي يوجب تطوير وتعديل التنظيم للاستجابة لهذه التطورات. (القريوتي، 2008، ص. 40)

ثالثاً. نظرية التقسيم الإداري أو نظرية المبادئ الإدارية:

من أهم رواد هذه النظرية الفرنسي هنري فايول، بالإضافة إلى ليندل أرو يك جيمس موني، وألن ريلي. وركزت هذه النظرية اهتمامها بشكل واضح على المنظمة ككل أكثر من اهتمامها بالأفراد العاملين ، حيث تبنت فلسفة مفادها أن جميع المنظمات تتطلب نفس العملية الإدارية، وقد اعتمدت تلك الفلسفة على افتراضين أساسين هما (جوهر العملية الإدارية واحد بغض النظر عن اختلاف أنواع المنظمة- يمكن تقنين العملية الإدارية في عدد من الوظائف والمبادئ المحددة كالتخطيط، التنظيم) ويرى فايول أن مبادئ الإدارة أربعة عشر، هي: تقسيم العمل- السلطة والمسؤولية -الانضباط- وحدة إصدار الأوامر - وحدة الرقابة - يجب أن تخضع المصلحة الشخصية (الفرد) للمصلحة العامة (المنشأة) - المكافأة والتعويض - مدى صلاحيات المدير - تدرج السلطة – الترتيب - العدل في المعاملة - الاحتفاظ بالعاملين الأكفاء لتحقيق الإنتاجية العالية واستقرار العمل- تشجيع روح المبادرة التعاون. (الحاج، 2018، ص.15)

رابعاً: التعليق على النظريات :

يرى الباحث أن المدخل التكاملي أتاح له استخدام العديد من النظريات التي من خلالها يستطيع بناء هيكل تنظيمي واضح للعلاقات العامة وهو أحد أهداف الدراسة المطروحة من خلال مبادئ الإدارة الواضحة وباختلاف الهياكل التنظيمية وتقسيم المسؤوليات والتعرف على الدور الوظيفي المناط للعلاقات العامة، فالعلاقات العامة جزء مهم لا يتجزئ من العملية الإدارية و العناصر الإدارية التي أقرها علماء الإدارة مؤخراً .

وقد استخدم الباحث النظرية الوظيفية لما يتوفر بها من أسس ومفاهيم لتحليل الهياكل والوقوف على دورها التنظيمي والوظيفي الذي يخدم المؤسسات والمنظمات، ومرونته في مواكبة المتغيرات الإدارية والتنظيمية، مع إمكانية التحديث والتطوير بما يتوافق مع المصلحة العامة لتلك المؤسسات والمنظمات.

وتبدو هذه النظرية مهمة في مجال العلاقات العامة الذي أصبح أحد العلوم المتطورة التي تستوعب مثل هذه النظريات لمواكبة تحديات التطور في الأجهزة الهيكلية للمؤسسات والمنظمات، حيث يمكنها أن تعمل على إضافة أبعاد تنظيمية لهياكلها وإكسابها القوة المطلوبة في مواجهة التحديات التي تتعلق بالتنظيم الإداري والتشغيلي.

واستخدم الباحث كذلك نظرية المنظمة والتنظيم، وهي ذات صلة مباشرة بالفضاء البحثي لهذه الدراسة المعنية بأجهزة وإدارات العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية بوصفها محددات لقابلية المؤسسات والمنظمات للنمو والتطور وبناء الاستراتيجيات بما يُسهم في تحقيق المصلحة العامة لها، وتحقيق أهدافها في ظل النظام والتنظيم الذي يمكن أن تعمل به، فالهياكل التنظيمية تعمل على تنظيم الأعمال وتحديد المهام والأدوار بدقة، إلى جانب تصنيف وتنظيم البيانات والمعلومات والعمل بمقتضاها بعد تحليلها بصورة علمية منظمة.

وفي إطار استيعاب الباحث للنظرات ذات الصلة بموضوعه البحثي استخدم كذلك نظرية التنظيم الإداري المعنية بمفهوم التنظيم، وهي نظرية متقدمة ومتطورة عن كثير من النظريات الأخرى، فهي قدمت رؤية عصرية حديثة للتنظيم الإداري المثالي الذي يواكب متطلبات العصر ويعزز المرونة الهيكلية والتنظيمية في المؤسسات والمنظمات.

وبالنسبة إلى نظرية النظم فهي تعكس تطورا عصريا في الرؤية النظرية للمنظومة الإدارية بحيث تنفتح هذه النظرية على كل ما يعمل على تطوير جوانب العمل الإداري والتنظيمي في المؤسسات والمنظمات ويمنحها القدرة والقابلية للنمو والتطور ومواكبة المتغيرات ومواجهة التحديات بسهولة بحيث يبقى الهيكل التنظيمي أكثر ملاءمة وقدرة على الاستمرارية.

كما استخدم الباحث كذلك نظرية التقسيم الإداري أو نظرية المبادئ الإدارية، وهي مركزت على جوانب التطوير الإداري في المؤسسات والمنظمات دون تصنيف محدد لها بحيث يمكن لأي مؤسسة أو منظمة في أي قطاع أن تعمل بمقتضى النظرية وتطور هيكلها، وتدعمه بقدرات تنظيمية تمكّن من أداء الوظائف والمهام بكفاءة ومهنية.

الفصل الثالث

مجتمع الدراسة

- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- إجراءات المقابلات المعمقة

أولاً: مجتمع الدراسة:
يُقصد بمفهوم مجتمع الدراسة جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، وهو في هذه الدراسة مؤسسات القطاع الصناعي في الجبيل الصناعية بالمملكة العربية السعودية، وقد وضع الباحث المعيارين الأساسيين الذين يجب أخذهما في الاعتبار عند تحديد مجتمع الدراسة، أولهما: مجال موضوع الدراسة يجب أن يتماشى مع القضايا البحثية ويرتبط بأهداف الدراسة، وثانيهما: الفترة الزمنية التي يجب أن يكون كافية من حيث طولها، مما يسمح بحدوث الظاهرة موضع الدراسة. (طايع، 2001م، ص 242)
ويُعرف مجتمع الدراسة أيضا بأنه مجموع المفردات التى يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وهو يمثل الجمهور المستهدف الذى يهدف الباحث لدراسته وتصميم نتائج الدراسة وتصميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه لضخامته، لهذا تم التركيز على المجتمع المتاح الذى يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه. (عبدالحميد، 2000م، ص 158).
ويشير تعريف آخر إلى أنه مجموعة المفردات التى يستهدف الباحث دراستها تحقيقا لأهداف الدراسة، ويمثل الجمهور المستهدف الذى يهدف الباحث دراسته لتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. (العبد والعبد، 2007م، ص 97). ومجتمع الدراسة هو جميع ممارسي العلاقات العامة في شركات ومؤسسات القطاعات الصناعية بالجبيل الصناعية.

يضم مجتمع الدراسة 31 شركة في مدينة الجبيل الصناعية، تشمل شركات ومؤسسات الخدمات: الهيئة الملكية بالجبيل - شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع – شركة الكهرباء السعودية – شركة جواب لخدمات المياه والكهرباء- شركة ماسا للتشغيل والصيانة. وشركات البتروكيمياويات: شركة سابك - شركة صدارة – شركة سبكيم – شركة التصنيع – شركة الفارابي – شركة المتقدمة- شركة كيمانول- شركة الجبيل شيفرون اس كم – شركة الرازي – شركة البيروني – شركة ابن سينا - شركة شرق – شركة غاز – شركة بتروكيميا – شركة سافكو – شركة ابن زهر – شركة المتحدة – شركة كيان السعودية – شركة حديد - شركة رفاقو الشرق الأوسط – شركة سبائك – شركة نماء. إضافة إلى شركات النفط والغاز والمعادن: شركة ساتورب – شركة ساسرف- شركة جيسكو – يونيكويل.

بدراسة الهياكل التنظيمية لهذه الشركات، تفاوت اهتمامها بإدارة العلاقات العامة، بل إن بعضها لم توجد به إدارة معنية بذلك رغم أن الحجم الرأسمالي والاستثماري لها كبير، وبحسب الجدول (1) فإن 18 شركة لا توجد بها إدارة علاقات عامة.

جدول رقم (1) – وجود إدارة العلاقات العامة

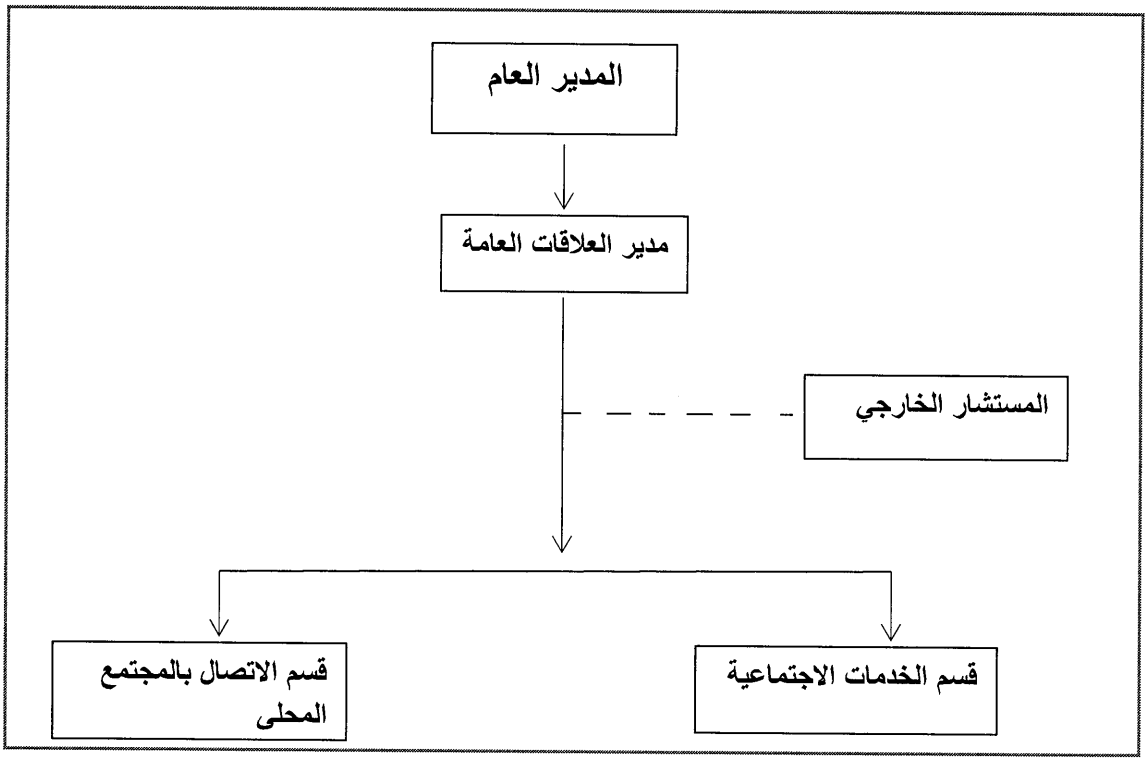
الموضوع	التكرار	النسبة
توجد بها إدارات	13	%41.9
لا توجد بها إدارات	18	%58.1

من بين الشركات التي لا توجد بها إدارات للعلاقات العامة توجد 13 شركة يتراوح رأسمالها بين 2 مليار ريال إلى 42 مليار ريال، ذلك يعني أن هذه الشركات لا تهتم لوظيفة العلاقات العامة وربما تضعها في مرتبة ثانوية بإحالة وظائفها إلى إدارات أخرى، ولذلك تأثيره السلبي على اتصالها بجمهور المستفيدين منها، فيما 5 شركات يتراوح رأسمالها بين 5 ملايين ريال إلى 655 مليون ريال (التفصيل في الملحقات).

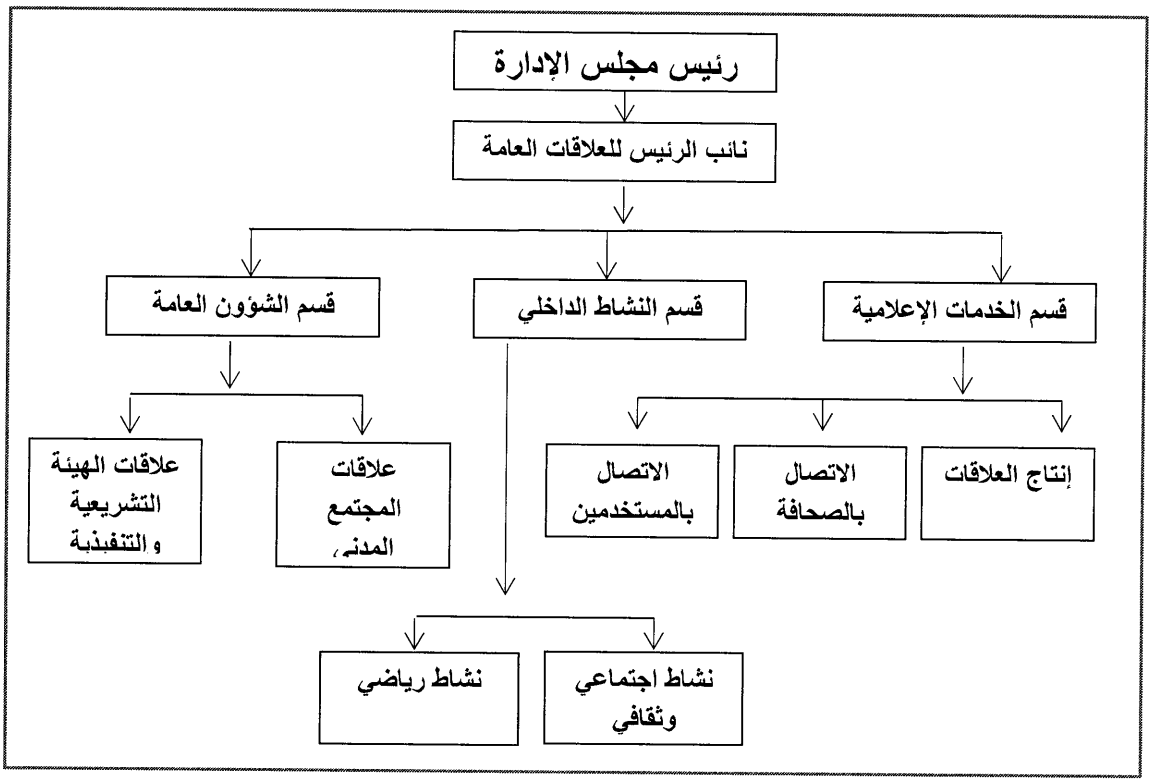
ثانياً: عينة الدراسة:
اختار الباحث عينة الدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة، والتي تختار على أساس عشوائي بإعطاء جميع مفردات المجتمع الفرص المتكافئة نفسها للاختيار دون تقيد بترتيب معين أو نظام مقصود. (شفيق، 2000م، ص 198)، وهي عينة عشوائية طبقية منتظمة تشمل مجموعة المؤسسات والشركات بالقطاع الصناعي في مدينة الجبيل الصناعية بالمملكة العربية السعودية.
ويتفاوت الحجم الإداري للعلاقات العامة في الشركات والمؤسسات بحسب تعدد النماذج الإدارية وفقا لما تبيّنه الأشكال الآتية:

شكل رقم (1)

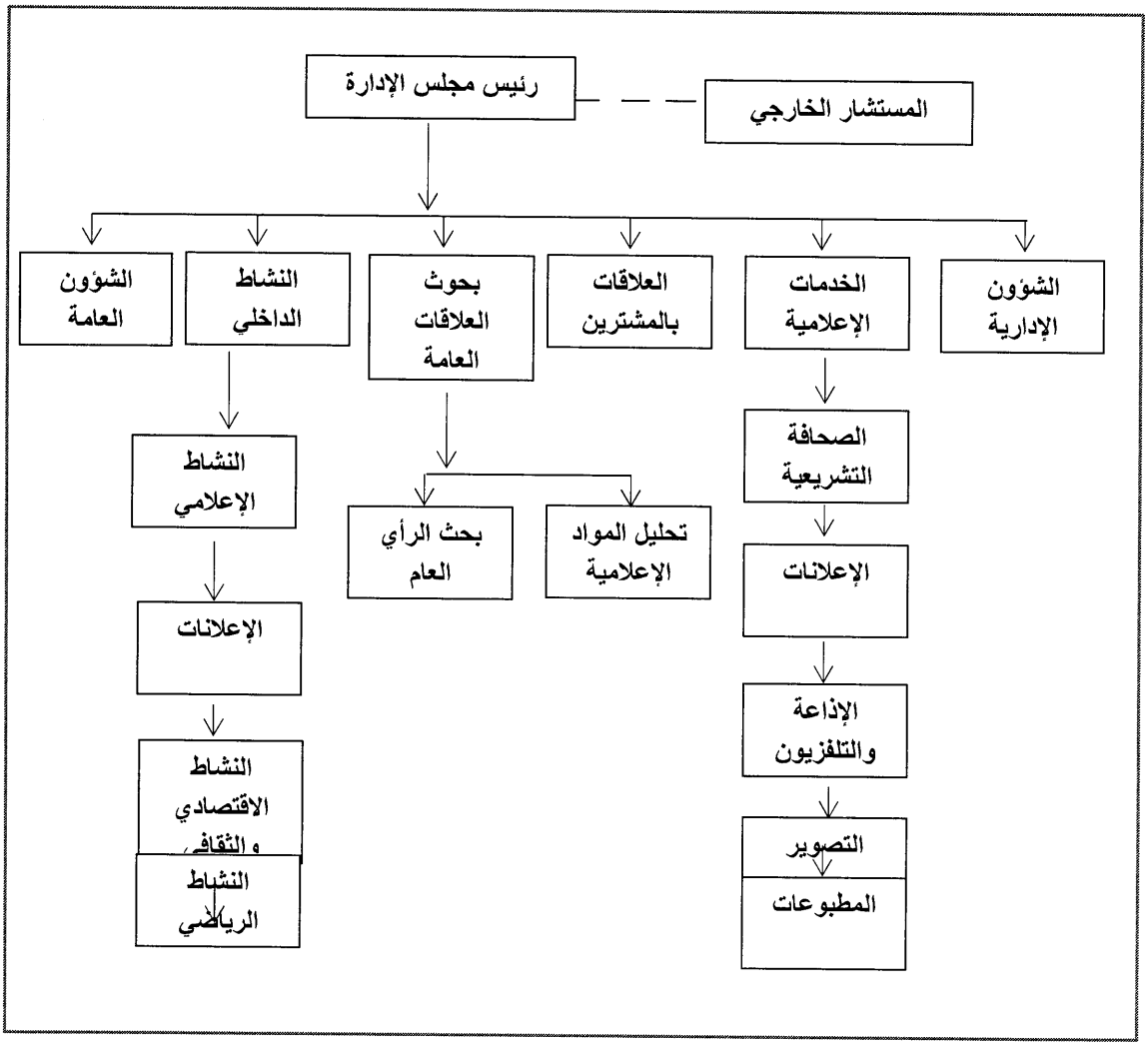
نموذج إداري - علاقات عامة صغيرة الحجم (الصحن، 2005، ص 65)



شكل رقم (2) نموذج إداري - علاقات عامة متوسطة الحجم (الصحن، 2005، ص 66)



شكل رقم (3) نموذج إداري - علاقات عامة كبيرة الحجم (الصحن، 2005، ص 67)



أجرى الباحث الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها 31 من أجهزة العلاقات العامة في شركات ومؤسسات الجبيل الصناعية، وعينة من ممارسي العلاقات العامة بهذه الأجهزة، وبياناتها على النحو التالي:

جدول رقم (2)

موظفو العلاقات العامة

الشركة / المؤسسة	العدد
الهيئة الملكية بالجبيل	63
شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع	6
الشركة السعودية للكهرباء	60
الشركة السعودية للصناعات الأساسية	35
شركة صدارة للكيميائيات	30
شركة الصحراء العالمية للبتروكيماويات	9
شركة التصنيع الوطنية	7
شركة الفارابي للبتروكيمياويات	7
شركة المتقدمة للبتروكيماويات	7
شركة كيمانول للبتروكيمياويات	10
شركة الجبيل شفرون اس كيم	3
شركة ساتورب	13
شركة ساسرف	13
شركة جيسكو	18

تم تقسيم العينة لثلاثة أقسام حسب الصناعات المتواجدة في الجبيل الصناعية :

- ✓ شركات ومؤسسات الخدمات (الهيئة الملكية بالجبيل - شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع – شركة الكهرباء السعودية – شركة جواب لخدمات المياه والكهرباء- شركة ماسا للتشغيل والصيانة).
- ✓ شركات البتروكيمياويات: (شركة سابك - شركة صدراة – شركة سبكيم – شركة التصنيع –شركة الفارابي – شركة المتقدمة- شركة كيمانول- شركة الجبيل شيفرون اس كم – شركة الرازي – شركة البيروني – شركة ابن سينا -شركة شرق – شركة غاز – شركة بتروكيميا – شركة سافكو – شركة ابن زهر – شركة المتحدة – شركة كيان السعودية – شركة حديد – شركة سبائك – شركة نماء – شركة رفاقو).
- ✓ شركات النفط والغاز والمعادن: (شركة ساتورب – شركة ساسرف- شركة جيسكو – يونيكويل).

جدول رقم (3)

خصائص عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة
نوع الشركة	الخدمات	5	%16.1
	البتروكيمياويات	22	%71
	النفط والغاز والمعادن	4	%12.9
المستوى الإداري للعلاقات العامة	وحدة إدارية	9	%29
	وحدة إدارية مرتبطة بأخرى	4	%12.9
	لا توجد إدارة	18	%58.1

ثالثاً: إجراءات المقابلات

تمت مقابلة مسؤولي العلاقات العامة في الشركات حيث يضم مجتمع الدراسة 31 شركة في مدينة الجبيل الصناعية، تشمل شركات ومؤسسات الخدمات: الهيئة الملكية بالجبيل – شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع – شركة الكهرباء السعودية – شركة جواب لخدمات المياه والكهرباء- شركة ماسا للتشغيل والصيانة. وشركات البتروكيمياويات: شركة سابك – شركة صدارة – شركة سبكيم – شركة التصنيع – شركة الفارابي – شركة المتقدمة- شركة كيمانول- شركة الجبيل شيفرون اس كم – شركة الرازي – شركة البيروني – شركة ابن سينا – شركة شرق – شركة غاز – شركة بتروكيميا – شركة سافكو – شركة ابن زهر – شركة المتحدة – شركة كيان السعودية – شركة حديد – شركة رفاقو الشرق الأوسط – شركة سبائك – شركة نماء. إضافة إلى شركات النفط والغاز والمعادن: شركة ساتورب – شركة ساسرف- شركة جيسكو – يونيكوي

مسؤولو العلاقات العامة:

في إطار جهود الباحث لاستكمال الدراسة واستخدام أدواتها بصورة منهجية، التقى مسؤولي العلاقات العامة في الشركات والمصانع موضع الدراسة، حيث تم توجيه عدد من الأسئلة لهم لمعرفة طبيعة أعمالهم وأدوارهم، ووضع العلاقات العامة في هياكل شركاتهم ومصانعهم.

جدول رقم (4) مسؤولو العلاقات العامة

مسؤول العلاقات العامة	جهة العمل	محاور المقابلة
فيصل الظفيري	الهيئة الملكية بالجبيل	مقابلة معمقة تناولت أسئلة عن:
سعيد العبدالله	شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع	- حجم الهيكل التنظيمي
محمود الرويعي	الشركة السعودية للكهرباء	- عدد الموظفين
محمد المدني	الشركة السعودية للصناعات الأساسية	- استراتيجية تشغيل العمالة
محمد الضبيعي	شركة صدارة للكيميائيات	- عدد الموظفين
سامي أمين	شركة الصحراء العالمية للبتروكيماويات	- حجم إدارة العلاقات العامة
حاتم الشمري	شركة التصنيع الوطنية	- الميزانية
تركي القحطاني	شركة الفارابي للبتروكيمياويات	
محمد الزهراني	شركة المتقدمة للبتروكيماويات	
سعود الشمري	شركة كيمانول للبتروكيمياويات	
أحمد العلياني	شركة الجبيل شفرون اس كيم	
حسن الشخص	شركة ساتورب	
راكان الحارثي - أسامة المزيني	شركة ساسرف	
ناهض السهلي	شركة جيسكو	

1. تمت مقابلة الأستاذ فيصل الظفيري مدير إدارة العلاقات العامة والاتصال بالهيئة الملكية بالجبيل حيث أجريت المقابلة بتاريخ 15 مارس 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :
   - **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بالجبيل الصناعية عبارة عن وحدة إدارية مرتبطة بوحدات أخرى خارد النطاق الجغرافي ترتبط بأعلى الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**
يتكون عدد الموظفين من 63 موظف.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**
80 بالمئة العمالة – 20 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**
لايوجد بها ميزانية فقط عقود تشغيلية.

2. تمت مقابلة الأستاذ سعيد العبدالله مدير إدارة العلاقات العامة والاتصال بشركة مرافق حيث أجريت المقابلة بتاريخ 15 مارس 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :
   - **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بالجبيل الصناعية عبارة عن وحدة إدارية ذات

مستويات متعددة ترتبط بأسفل الهرم

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**
يتكون عدد الموظفين من 6 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**
60 بالمئة العمالة – 40 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**
8 ملايين ريال

3. تمت مقابلة الأستاذ محمود الرويعي ممثل العلاقات العامة بالقطاع الشرقي بالشركة السعودية للكهرباء حيث أجريت المقابلة بتاريخ 16 مارس 2021 من خلال الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :
   - **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بالقطاع الشرقي عبارة عن وحدة إدارية ذات

مرتبطة بوحدات أخرى خارج النطاق الجغرافي ترتبط برأس الهرم

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**
يتكون عدد الموظفين من 60 موظف.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**
70 بالمئة العمالة – 30 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**
10 ملايين ريال

4. تمت مقابلة الأستاذ محمد المدني ممثل العلاقات العامة بالقطاع الشرقي بالشركة السعودية للصناعات الأساسية حيث أجريت المقابلة بتاريخ 6 أبريل 2021 من خلال الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بالقطاع الشرقي عبارة عن وحدة إدارية ذات

مرتبطة بوحدات أخرى خارج النطاق الجغرافي ترتبط برأس الهرم

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 35 موظف.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

70 بالمئة العمالة – 30 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

25 مليون ريال

5. تمت مقابلة الأستاذ محمد الضبيعي مديرعام إدارة الاتصال والإعلام بشركة صدارة للكيميائيات حيث أجريت المقابلة بتاريخ 29 سبتمبر 2021 من خلال اجتماع في مكتبه في شركة صدارة وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية ذات مستويات متعددة ترتبط برأس الهرم

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 30 موظف.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

10 ملايين ريال

6. تمت مقابلة الأستاذ محمد الدحيم أخصائي الاتصال والإعلام والمسؤولية المجتمعية بشركة الصحراء العالمية للبتروكيماويات (سبكيم)، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 8 أبريل 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية ذات مستويات متعددة ترتبط برأس الهرم

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 9 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

4 ملايين ريال

7. تمت مقابلة الأستاذ حاتم الشمري مدير إدارة الاتصال المؤسسي والإعلام بشركة التصنيع الوطنية، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 8 أبريل 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

مرتبطة بوحدات أخرى خارج النطاق الجغرافي مرتبطة برأس الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 7 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

5 ملايين ريال

8. تمت مقابلة الأستاذ محمد الزهراني مدير إدارة الاتصال المؤسسي والإعلام بشركة المتقدمة للبتروكيمياوت، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 13 مايو 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

مرتبطة بوحدات أخرى خارج النطاق الجغرافي مرتبطة برأس الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 7 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات.

- **المحور الرابع: الميزانية:**

5 ملايين ريال

9. تمت مقابلة الأستاذ سامي أمين مدير عام إدارة الاتصال المؤسسي والإعلام بشركة جيسكو، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 10 يوليو 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

ذات مستويات متعددة مرتبطة برأس الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 18 موظف.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

40 بالمئة العمالة – 60 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

2 مليون ريال

10.تمت مقابلة الأستاذ سعود الشمري ممثل العلاقات العامة بشركة كيمانول، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 10 يوليو 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لا يحتوي على إدارة العلاقات العامة وتسند المهام لممثل علاقات

عامة تحت إدارة آخرى.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

40 بالمئة العمالة – 60 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

1 مليون ريال

11.تمت مقابلة الأستاذ تركي القحطاني مدير عام العلاقات العلاقات العامة و الحكومية بشركة الفارابي للبتروكيمياويات، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 11 أغسطس 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

ذات مستويات متعددة مرتبطة بمنتصف الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 7 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات

المحور الرابع: الميزانية: 2 مليون ريال.

12.تمت مقابلة الأستاذ أحمد العلياني مدير إدارة الخدمات والموارد البشرية بشركة اس كيم شفرون، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 1 مارس 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

ذات مستويات متعددة مرتبطة باسفل الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 7 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

40 بالمئة العمالة – 60 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

6 مليون ريال

13. تمت مقابلة الأستاذ حسن الشخص ممثل العلاقات العامة بشركة ساتورب، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 2 مارس 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية :

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

ذات مستويات متعددة مرتبطة باسفل الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 13 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

13 مليون ريال

14. تمت مقابلة الأستاذ راكان الحارثي والأستاذ أسامة المزيني ممثلي العلاقات العامة بشركة ساسرف، حيث أجريت المقابلة بتاريخ 2 مارس 2021 من خلال برنامج الويب اكس وتم سؤاله العديد من الأسئلة بخصوص الهكيل التنظيمي للإدارة و تم تناول المحاور التالية:

- **المحور الأول حجم الهكيل التنظيمي (إدارة العلاقات العامة)**

تمت الإجابة على أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة عبارة عن وحدة إدارية

ذات مستويات متعددة مرتبطة باسفل الهرم.

- **المحور الثاني :عدد الموظفين**

يتكون عدد الموظفين من 13 موظفين.

- **المحور الثالث :استراتيجية تشغيل العمالة**

50 بالمئة العمالة – 50 بالمئة آلات

- **المحور الرابع: الميزانية:**

13 مليون ريال

الفصل الرابع
الإجراءات والقياس

- التحليل
- تحليل الهياكل التنظيمية والإجابة عن أسئلة الدراسة
- اختبار الفروض

أولا تحليل العينة

تؤدي العلاقات العامة وظيفة محورية في العملية الاتصالية للمنظمات والمؤسسات التي لديها مصالح مع الجمهور، وهي وظيفة مركبة تتعدد المهام فيها بما يدعم ويعزز دور تلك المنظمات والمؤسسات في الوسط الذي تعمل فيه، وبالتالي فإن سمعتها وصورتها الذهنية ترتكز إلى حدٍّ كبيرٍ إلى وجود جهاز أو إدارة علاقات عامة منظمة وتحتل مرتبة متقدمة في هياكلها التنظيمية.

يوفر الهيكل التنظيمي الذي يحتوي على إدارة علاقات عامة تحظى بأهمية لدى الإدارة العليا كثيرا من الجهد والوقت في إدارة وممارسة العملية الاتصالية بكفاءة، وهو الأمر الذي يحسّن من الصورة الذهنية ويتتبع رجع الصدى لأي عمليات إيجابية أو سلبية في المنظمة أو المؤسسة، وكلما حظيت العلاقات العامة بوضع هيكلي متقدم دلّ ذلك على استيعاب الإدارة العليا لأهمية هذه الإدارة كواجهة مع الجمهور المستهدف بالخدمات أو المنتجات.

دون وجود إدارة علاقات عامة تجد المنظمات والمؤسسات صعوبة في التواصل مع الجمهور، ولذلك تعتمد هياكل المنظومات الإدارية الحديثة هذه الإدارة في مرتبة متقدمة بجانب الإدارة العليا، خاصة وأن مهامها لم تعد تقتصر على الممارسة الإعلامية التقليدية، وإنما تشمل كل متطلبات الاتصال الحديث، بما فيه من مبادرات اتصالية وتحليل بيانات واستقراءات لاتجاهات الجماهير والأسواق.

تحليل الهياكل التنظيمية والاجابة على أسئلة الدراسة

بدراسة وتحليل الهياكل التنظيمية للشركات في مجتمع الدراسة، فقد ذلك بناء على عدد من العوامل التي تُسهم في تحديد مدى أهمية ودور العلاقات العامة في الشركات، ويشمل ذلك:

1- حجم إدارة العلاقات العامة

يشير حجم إدارة العلاقات العامة إلى مدى تبنّي الإدارة العليا لوظيفة العلاقات العامة ودورها في خدمة الشركة وربطها بالجمهور المستفيد من الخدمات والمنتجات، ويوضح الجدول (3-2) حجم هذه الإدارة في شركات الدراسة.

جدول رقم (5) – حجم إدارة العلاقات العامة

حجم إدارات العلاقات العامة		مؤسسات القطاعات الصناعية			المجموع
		شركات ومؤسسات الخدمات	شركات البتروكيمياويات	شركات النفط والغاز والمعادن	
وحدة إدارية مرتبطة بوحدات أخرى	التكرار	2	2	0	4
	النسبة	%6.5	%6.5	%0	%13
وحدة إدارية ذات مستويات متعددة	التكرار	1	5	3	9
	النسبة	%3.2	%16.1	%9.7	%29
لا توجد إدارة للعلاقات	التكرار	2	15	1	18
	النسبة	%6.5	%48.8	%3.2	%58
المجموع	التكرار	5	22	4	31
	النسبة	%16.1	%70.9	%13	%100

يوضح الجدول أن حجم إدارة العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية لشركات العينة الدراسية تتراوح في الشركات التي لديها إدارات علاقات عامة بين وحدة إدارية مرتبطة بوحدات أخرى خارج النطاق الجغرافي في (4) شركات بنسبة تصل إلى 13%، ووحدة إدارية ذات مستويات متعددة في (9) شركات بنسبة 29%. فيما لا توجد إدارة للعلاقات وتوكل مهامها لإدارة أخرى في (18) شركة 58%.

ذلك يعني أن حوالي 13% من الشركات لديها إدارات علاقات عامة تابعة لإدارات أخرى، بينما حوالي 29% من الشركات تهتم بإدارة العلاقات العامة وتجعلها جزءا رئيسيا من هيكلها التنظيمي، فيما 58% من الشركات غير معنية بأهمية أو وظيفة العلاقات العامة.

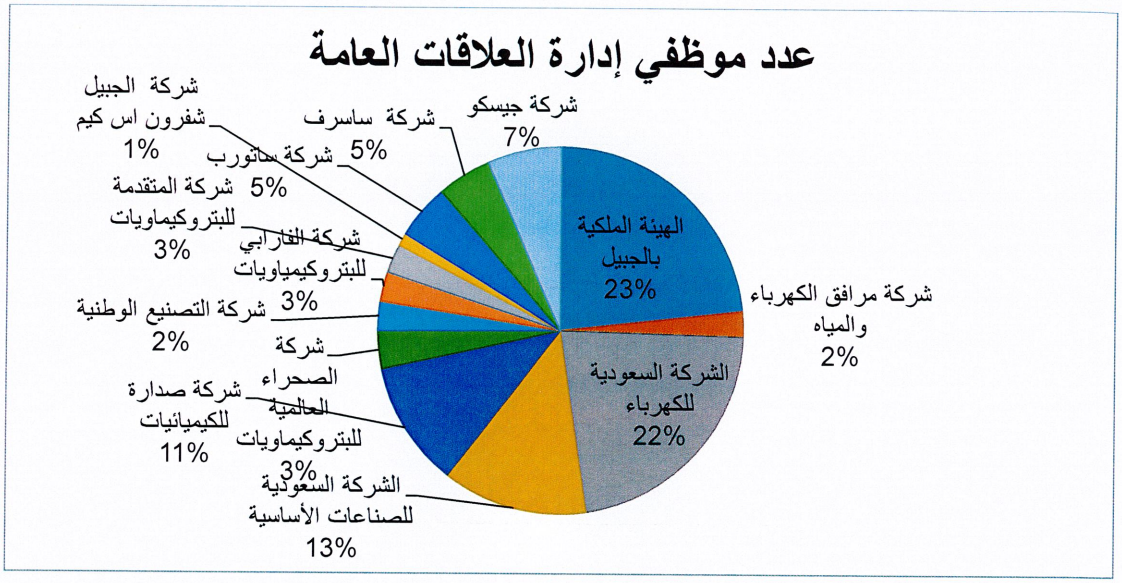
2- عدد موظفي إدارة العلاقات العامة

يوضح الجدول (6) عدد موظفي إدارة العلاقات العامة في شركات العينة وتناسب هذا العدد مع فهم أهمية ودور العلاقات العامة وتحديد ميزانية لها بحسب الأنشطة التي يؤديها هؤلاء الموظفين.

جدول رقم (6) – تكرار عدد موظفي إدارة العلاقات العامة

عدد موظفي العلاقات العامة	إدارات	مؤسسات القطاعات الصناعية			المجموع
		شركات ومؤسسات الخدمات	شركات البتروكيمياويات	شركات النفط والغاز والمعادن	
أكثر من 50	التكرار	2	0	0	2
	النسبة	%6.5	%0	%0	%6.5
50 - 26	التكرار	0	2	0	2
	النسبة	%0	%6.5	%0	%6.5
25 - 1	التكرار	1	5	3	9
	النسبة	%3.2	%16.1	%9.7	%29
لا يوجد موظفين	التكرار	2	15	1	18
	النسبة	%6.5	%48.8	%3.2	%58
المجموع	التكرار	5	22	4	31
	النسبة	%16.1	%70.9	%13	%100

شكل (4) – عدد موظفي إدارة العلاقات العامة



يعكس الجدول رقم (6) علاقة التناسب بين وجود إدارة العلاقات العامة وعدد الموظفين القائمين بمهامها في الشركات، وبحسب الشكل فإن الهيئة الملكية تتصدر عدد موظفي العلاقات العامة بين شركات العينة بنسبة 23%، تليها الشركة السعودية للكهرباء بنسبة 22%، تليها الشركة السعودية للصناعات الأساسية بنسبة 13% وشركة صدارة للكيميائيات بنسبة مقاربة 11%، فيما انخفض العدد في بقية الشركات بنسب تصل إلى 1%. ولا يوجد موظفو علاقات عامة في 18 شركة حيث لا توجد بها إدارات للعلاقات العامة.

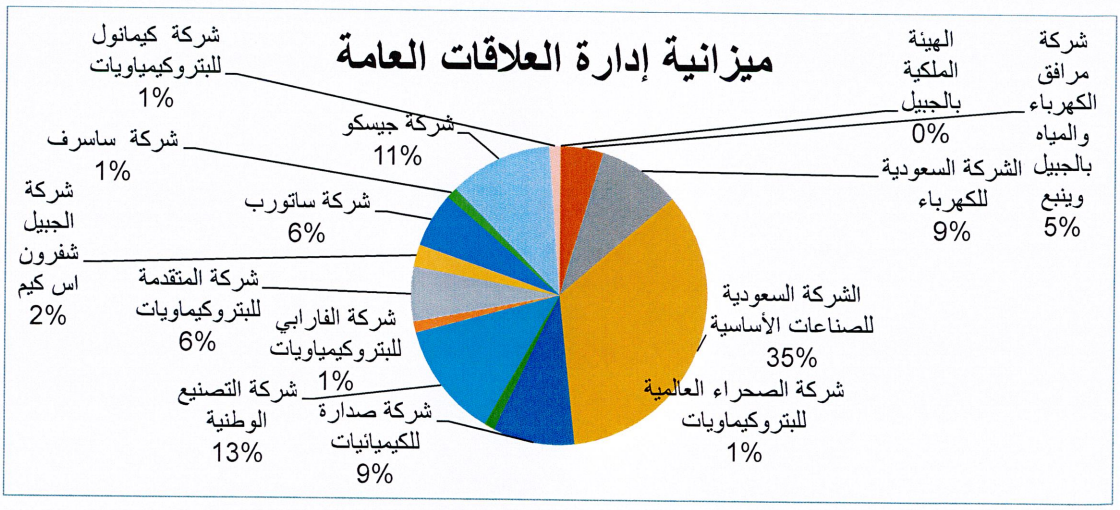
ومن الجدول والشكل، يبدو واضحا ارتفاع عدد موظفي العلاقات العامة في الشركات الكبيرة التي لديها منتجات وخدمات أكبر يتم تقديمها للمستفيدين، فيما يتراجع العدد إلى صفر موظفين في بقية الشركات نظرا لعدم وجود إدارات معنية بمهام ووظائف العلاقات العامة بها.

3- ميزانية إدارة العلاقات العامة

جدول رقم (7) – ميزانية إدارة العلاقات العامة

ميزانية إدارات العلاقات العامة		مؤسسات القطاعات الصناعية			المجموع
		شركات ومؤسسات الخدمات	شركات البتروكيمياويات	شركات النفط والغاز والمعادن	
أكثر من 50 مليون	التكرار	1	1	0	2
	النسبة	%3.2	%3.2	%0	%6.5
50 - 26	التكرار	0	0	0	0
	النسبة	%0	%0	%0	%0
25 - 1	التكرار	2	7	3	12
	النسبة	%6.5	%22.6	%9.7	%38.7
لا توجد ميزانية	التكرار	2	14	1	17
	النسبة	%6.5	%45.1	%3.2	%54.8
المجموع	التكرار	5	22	4	31
	النسبة	%16.1	%70.9	%13	%100

شكل (5) – ميزانية إدارة العلاقات العامة



يوضح الجدول والشكل أن الشركات التي لديها إدارات للعلاقات العامة تعمل بشكل مؤسسي من خلال إدراج ميزانية لوظائف ومهام العلاقات العامة، وقد تصدرت الشركة السعودية للصناعات الأساسية بالميزانية الأكبر بنسبة 35% وذلك لأنها الأكثر اتصالا بجمهور المستفيدين، محليا ودوليا، تلتها شركة التصنيع الوطنية بنسبة 13%، وشركة جيسكو بنسبة 11%، وهي أيضا شركات لها منتجات وخدمات مباشرة مع الجمهور.

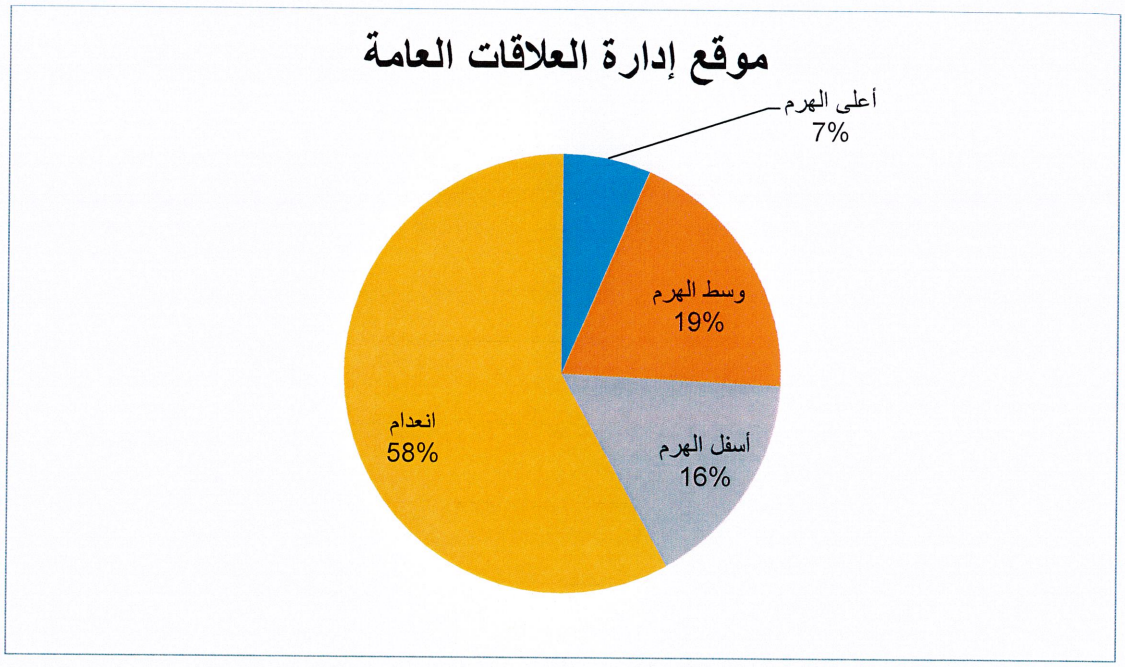
من بين شركات العينة هناك 17 شركة بنسبة 54.8%، أكثر من نصف الشركات، لا تنفق على أعمال العلاقات العامة لعدم وجود إدارة متخصصة ضمن هياكلها.

4- موقع إدارة العلاقات العامة

جدول رقم (8) – موقع إدارة العلاقات العامة

الموقع	التكرار	النسبة
أعلى الهرم	2	%6.5
وسط الهرم	6	%19.3
أسفل الهرم	5	%16.1
انعدام	18	%58.1
المجموع	31	%100

شكل (6) – موقع إدارة العلاقات العامة



بالنسبة لموقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لشركات الدراسة، فبحسب الجدول والشكل يتضح أن 13 شركة فقط تتمتع بهيكل يستوعب إدارة العلاقات العامة، فيما هناك 18 شركة بنسبة 58% من الشركات تفتقر إلى العلاقات العامة في هياكلها.

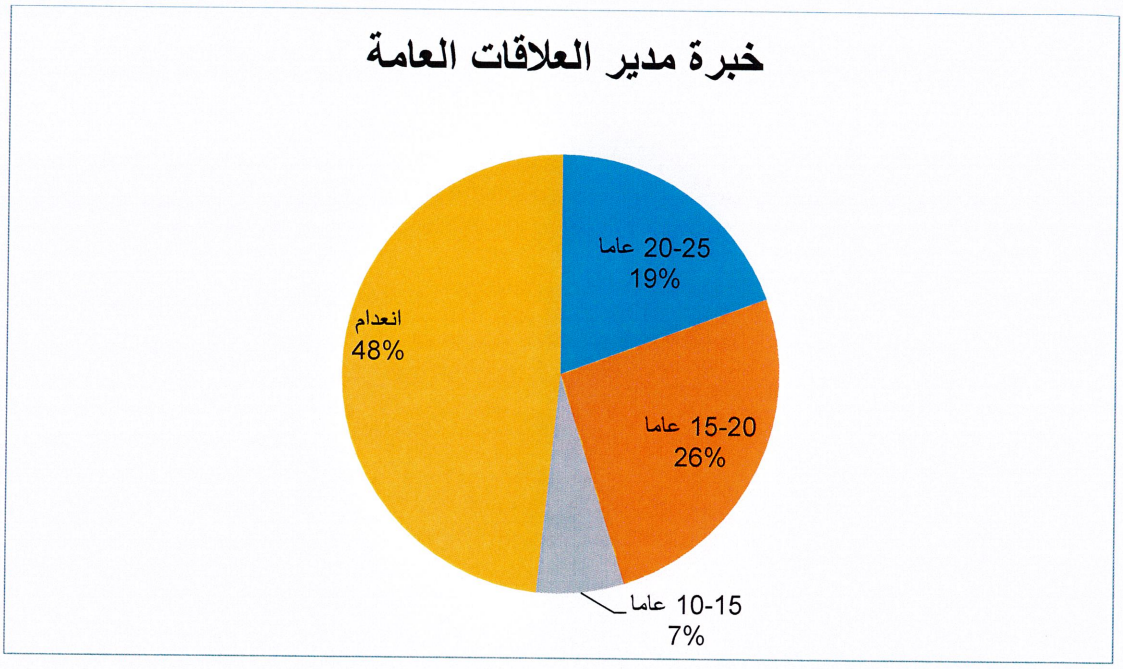
يحتل الموقع وسط الهرم صدارة مواقع العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية بنسبة 19%، يليه أسفل الهرم بنسبة 16%، ثم أعلى الهرم بنسبة 7%، ما يعني أن العلاقات العامة لا تجد الأهمية التي تناسب أدوارها في أغلب الشركات التي تعتمدها.

5- خبرة مدير العلاقات العامة

جدول رقم (9) – خبرة مدير العلاقات العامة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
25 – 20	6	%19.3
20 – 15	8	%25.8
15 – 10	2	%6.5
انعدام	15	%48.4

شكل (7) – خبرة مدير العلاقات العامة



بحسب الجدول والشكل تنعدم الخبرة لدى مديري العلاقات العامة لدى 55% من الشركات لأنها لا تعتمد هذا المجال في أعمالها أو هياكلها التنظيمية، وكانت أقصى أعوام الخبرة التي تتوفر للمديرين بين 20-25 عاما وكذلك لأعوام الخبرة بين 15-20 عاما بنسبة 19% لكل منهما، فيما كانت النسبة الأقل لأعوام الخبرة بين 10-15 عاما بنسبة 7%.

يوضح ذلك أن الشركات التي لديها إدارات علاقات عامة توظف مديرين للعلاقات العامة من أصحاب الخبرات الطويلة في مجال العلاقات العامة أو المجالات ذات الصلة.

6- خلفية مدير العلاقات العامة

جدول رقم (10) – خلفية مدير العلاقات العامة

خلفية مدير العلاقات العامة		مؤسسات القطاعات الصناعية			المجموع
		شركات ومؤسسات الخدمات	شركات البتروكيمياويات	شركات النفط والغاز والمعادن	
العلاقات العامة والإعلام	التكرار	1	2	1	4
	النسبة	%3.2	%6.5	%3.2	%13
الإدارة	التكرار	1	4	0	5
	النسبة	%3.2	%13	%0	%16.1
أخرى	التكرار	1	2	2	5
	النسبة	%3.2	%6.5	%6.5	%16.1
لا توجد خلفية	التكرار	2	14	1	17
	النسبة	%6.5	%45.1	%3.2	%54.8
المجموع	التكرار	5	22	4	31
	النسبة	%16.1	%70.9	%13	%100

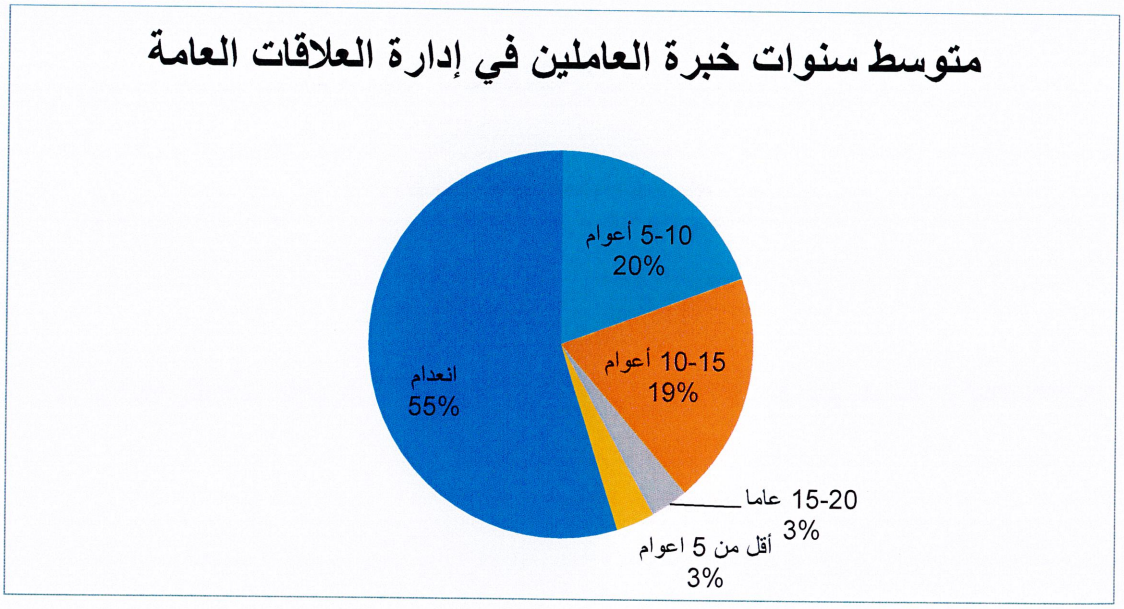
من خلال الجدول يتضح أن خلفية مدير العلاقات العامة، أو مجاله العلمي والعملي في الشركات التي لديها إدارات علاقات عامة، ليست بالضرورة مجال العلاقات العامة أو الاتصال، إذ من بين 14 شركة لديها هذه الإدارة، توجد 4 إدارات بنسبة 13% يديرها مديرون من مجال العلاقات العامة، والاتصال والإعلام، وبقية الإدارات وعددها 10 إدارات، لديها مديري علاقات عامة ليسوا ذوي صلة علمية بالمجال من تخصصات إدارية وغيرها، إذ تنوعت اختصاصاتهم بين: التدريس، إدارة صناعية، هندسة، إدارة أعمال وتسويق، إدارة، موارد بشرية، هندسة صناعية، أمن صناعي.

7- متوسط سنوات خبرة العاملين في إدارة العلاقات العامة

جدول رقم (11) – متوسط سنوات خبرة العاملين في إدارة العلاقات العامة

متوسط سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
10 - 5	6	%19.3
15 - 10	6	%19.3
20 - 15	1	%3.2
أقل من 5 سنوات	1	%3.2
انعدام	17	%54.8

شكل (8) – متوسط سنوات خبرة العاملين في إدارة العلاقات العامة



يوضح الجدول والشكل أن متوسط سنوات خبرة العاملين في إدارة العلاقات العامة تبدو أكبر في الفترة الزمنية التي تلي العام العاشر من الخبرة العملية، فقد كان المتوسط الأعلى لسنوات الخبرة بين 10-15 عاما بنسبة 19%، تلاه سنوات الخبرة بين 5-10 أعوام بنسبة 16%، فيما كان متوسط سنوات الخبرة بين 15-20 عاما وهي الفترة الأكبر بنسبة 7%، وأخيرا سنوات الخبرة أقل من 5 اعوام بنسبة 3%.

ينعدم المتوسط بنسبة 55% في الشركات التي ليس لديها إدارات للعلاقات العامة في هياكلها التنظيمية، وبحسب الجدول فإن فرص عمل ذوي الخبرة المحدودة أقل من 5 أعوام قليلة للالتحاق بالشركات التي لديها إدارات للعلاقات العامة.

8- الاستعانة بمستشاريين

جدول رقم (12) – الاستعانة بمستشارين

الاستعانة بمستشارين		مؤسسات القطاعات الصناعية			المجموع
		شركات ومؤسسات الخدمات	شركات البتروكيمياويات	شركات النفط والغاز والمعادن	
نعم	التكرار	3	4	2	9
	النسبة	%9.7	%13	%6.5	%29.1
لا	التكرار	0	4	1	5
	النسبة	%0	%13	%3.2	%16.1
لا توجد استشارات	التكرار	2	14	1	17
	النسبة	%6.5	%45.1	%3.2	%54.8
المجموع	التكرار	5	22	4	31
	النسبة	%16.1	%70.9	%13	%100

بحسب مؤشرات الجدول فإن عددا من الشركات تستعين بمستشارين رغم وجود إدارات للعلاقات العامة وموظفين من الممارسين للمهنة، فيما تنعدم الاستشارات حتى لدى الشركات التي ليست لديها إدارات للعلاقات العامة.

توجد 9 شركات لديها إدارات علاقات عامة ومع ذلك تستعين بالمستشارين بنسبة 29.1%، فيما لا تستعين 5 شركات بالمستشارين لوجود إدارات علاقات عامة بها تؤدي أعمال هذه الوظيفة، وذلك مؤشر إلى اتساع نطاق الاستشارات في الشركات التي لديها إدارات للعلاقات العامة، فيما لا تستعين 17 شركة بمستشارين بنسبة 54.8%.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: يوجد ارتباط طردي بين أهمية أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات وموقعها في الهيكل التنظيمي بالقطاعات الصناعية.

جدول رقم (13)

توزيع أهمية وموقع إدارات العلاقات العامة في هياكل المؤسسات

موقع إدارات العلاقات العامة		مؤسسات القطاعات الصناعية			المجموع
		شركات ومؤسسات الخدمات	شركات البتروكيمياويات	شركات النفط والغاز والمعادن	
أعلى الهرم	التكرار	1	0	1	2
	النسبة	%50	%0	%50	%100
وسط الهرم	التكرار	1	4	1	6
	النسبة	%16.7	%66.6	%16.7	%100
أسفل الهرم	التكرار	1	3	1	5
	النسبة	%20	%60	%20	%100
منعدم	التكرار	2	15	1	18
	النسبة	%11.1	%83.3	%5.6	%100
المجموع	التكرار	5	22	4	31
	النسبة	%16.1	%71	%12.9	%100

بحسب ما يوضح الجدول رقم (14) جاءت أجهزة العلاقات العامة في أعلى هيكل شركة واحدة من شركات ومؤسسات الخدمات، وأخرى من شركات النفط والغاز والمعادن، فيما لم تظهر هذه الأجهزة في أعلى هرم شركات البتروكيمياويات، ما يعني عدم وضع العلاقات العامة كأولوية بالنسبة لغالب شركات العينة.

بالنسبة لوضع ومكانة العلاقات العامة في وسط الهرم فهناك 6 شركات فقط لا تقلل من أهميتها وفي الوقت نفسه لا تضعها ضمن أولوياتها، ومن بينها شركة واحدة من شركات ومؤسسات الخدمات بنسبة 16.7%، فيما ارتفعت

المكانة في هذا السقف التنظيمي لدى شركات البتروكيمياويات من خلال 4 شركات بنسبة 66.6%، وشركة واحدة من شركات النفط والغاز والمعادن بنسبة 16.7%.

وضعت شركة واحدة من ضمن 5 شركات من مؤسسات القطاعات الصناعية، االعلاقات العامة في أسفل الهرم التنظيمي بنسبة 20% ومثلها لشركات النفط والغاز والمعادن، فيما ارتفعت النسبة لدى شركات البتروكيمياويات إلى 60%. وقد انعدمت مكانة العلاقات العامة لدى 18 شركة منها 2 من شركات ومؤسسات الخدمات بنسبة 11.1%، و15 من شركات البتروكيمياويات بنسبة 83.3%، وشركة واحدة من شركات شركات النفط والغاز والمعادن بنسبة 5.6% ، وتم اثبات الفرض بوجود العلاقة الطردية

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فعالية أجهزة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة في تشكيلها.

جدول رقم (14)

فعالية أجهزة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة في تشكيلها

الفعالية		العوامل المؤثرة في تشكيل أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات					
		رأس المال	عدد الأيدي العاملة	طبيعة نشاط المنظمة	الإدارة العليا	نمط الملكية	ميزانية العلاقات العامة
قوية	التكرار	25	4	31	3	31	6
	النسبة	%80.6	%12.9	%100	%9.7	%100	%19.3
متوسطة	التكرار	2	3	0	12	0	2
	النسبة	%6.5	%9.7	%0	%38.7	%0	%6.5
ضعيفة	التكرار	4	6	0	18	0	6
	النسبة	%12.9	%19.3	%0	%58.1	%0	%19.3
منعدمة	التكرار	0	18	0	0	0	17
	النسبة	%0	%58.1	%0	%0	%0	%54.8
المجموع	التكرار	31	31	31	31	31	31
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100

يوضح الجدول رقم (15) وجود علاقة متفاوتة بين فعالية أجهزة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة في تشكيلها، ففي الشركات ذات رأس المال الكبير كانت الفعالية قوية بنسبة 80.6%، ومتوسطة بنسبة 6.5%، وضعيفة لدى 4 شركات بنسبة 12.9%. ووفقا لقوة رأس المال يترتب مجمل نشاط الشركة ويؤثر ذلك في بقية العوامل حيث نجد أن فعالية عدد الأيدي العاملة كان مؤثرا بشكل قوي بنسبة 12.9% في 4 شركات كبيرة، ومتوسطا بدرجة اقل في 3 شركات بنسبة 9.7%، وضعيفا في 6 شركات بنسبة 19.3%، فيما انعدمت الفعالية في هذا المؤثر في 18 شركة بنسبة 58.1%.

وبالنسبة لطبيعة نشاط الشركات فقد كان لدورها الاستثماري والصناعي دروا كبيرا في قوة فعاليتها بنسبة 100%، بينما نجد أن فعالية الإدارة العليا برزت بقوة في 3 شركات بنسبة 9.7%، وبفعالية متوسطة بنسبة 38.7%، وضعيفة بشكل واضح في 18 شركة بنسبة 58.11% وذلك لعدم اعتناء هذه الإدارات بوجود أجهزة علاقات عامة في شركاتها. وبالنسبة لنمط الملكية فقد كان عاملا مؤثرا بقوة بنسبة 100% مع تعدد أنشطة العلاقات العامة وتكليف إدارات ذات صلة ببعض تلك الأنشطة للقيام بها.

ويبرز التأثير واضحا أيضا في ميزانية العلاقات العامة، حيث تمتعت بعض الإدارت بميزانيات مقدرة، ومن بين شركات العينة كانت الميزانية مؤثرة بصورة قوية في 6 شركات بنسبة 19.3%، ومتوسطة بنسبة 6.5%، وضعيفة في 6 شركات بنسبة 19.3%، فيما انعدم التاثير في 17 شركة لا توجد بها أجهزة علاقات عامة أو ميزانيات مخصصة لها وذلك بنسبة 54.8%.

تم اثبات الفرض الثاني بوجودعلاقة ذات دلالة إحصائية بين فعالية أجهزة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة في تشكيلها

الفرض الثالث: يرجع اختلاف الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات الإنتاج والخدمات بمدينة الجبيل الصناعية لاختلاف العوامل المؤثرة في تشكيلها.

جدول رقم (15)اختلاف العوامل المؤثرة في تشكيل الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في المؤسسات

الفعالية		العوامل المؤثرة في تشكيل أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات					
		رأس المال	عدد الأيدي العاملة	طبيعة نشاط المنظمة	الإدارة العليا	نمط الملكية	ميزانية العلاقات العامة
تأثير عالٍ	التكرار	14	6	29	6	31	6
	النسبة	%45.2	%19.3	%93.5	%19.3	%100	%19.3
تأثير متوسط	التكرار	2	8	2	8	0	2
	النسبة	%6.5	%25.8	%6.5	%25.8	%0	%6.5
تأثير منخفض	التكرار	11	15	0	15	0	6
	النسبة	%35.5	%48.4	%0	%48.4	%0	%19.3
منعدم	التكرار	4	2	0	2	0	17
	النسبة	%12.9	%6.5	%0	%6.5	%0	%54.8
المجموع	التكرار	31	31	31	31	31	31
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100

يبيّن الجدول رقم (16) اختلاف تأثير الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات الإنتاج والخدمات بمدينة الجبيل الصناعية وفقا لاختلاف العوامل المؤثرة في تشكيلها، فبالنسبة إلى رأس المال فقد كان له تأثير عالٍ لدى 14 شركة بنسبة 45.2%، وتأثير متوسط في شركتين بنسبة 6.5%، ومنخفض في 11 شركة بنسبة 35.5%، وانعدم التأثير في 4 شركات لا تتمتع برأس مال كبير وذلك بنسبة 12.9%.

أما عامل الأيدي العاملة فقد بدا تأثيره عاليا في 6 شركات كبيرة بنسبة 19.3%، ومتوسطا في 8 شركات بنسبة 25.8%، ومنخفضا في 15 شركة بنسبة 48.4%، وانعدم التاثير في شركتين لقلة رأس المال وذلك بنسبة 6.5%. وبالنسبة لعامل طبيعة نشاط الشركات فهي متقاربة جميعا حيث كان التاثير عاليا في هذا العامل في 29 شركة بنسبة 93.5% ومتوسطا في شركتين بنسبة 6.5%، قياسا بتعدد وظائف العلاقات العامة ومنها أعمال البروتوكول التي تحتاجها الشركات.

وتوضح النتائج أن تأثير الإدارة العليا يرتبط بحضورة وقوة وزن الشركة، فقد كان التأثير عاليا في 6 شركات كبيرة بنسبة 19.3%، ومتوسطا في 8 شركات بنسبة 25.8%، ومنخفضا في 15 شركة بنسبة 48.4%، فيما انعدم في شركتين فقط بنسبة 6.5%. وكان تأثير نمط الملكية واحدا في جميع الشركات بنسبة 100% إذ تقوم بعض الإدارات ذات الصلة بمتابعة بعض مهام العلاقات العامة في عدم وجودها بتأثير من قرار المساهمين وحماية مصالحهم من خلال أي جهد للمحافظة على الصورة الذهنية.

وبالنسبة لعامل ميزانية العلاقات العامة فقد كان التأثير عاليا في 6 شركات بنسبة 19.3%، ومتوسطا في شركتين بنسبة 6.5%، ومنخفضا في 6 شركات بنسبة 19.3%، وانعدم في 17 شركة بنسبة 54.8%، ما يوضح أهمية وجود أجهزة للعلاقات العامة تدعم الصورة الذهنية الإيجابية للشركة أو المؤسسة.

تم اثبات الفرض الثالث يرجع اختلاف الهياكل التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات الإنتاج والخدمات بمدينة الجبيل الصناعية لاختلاف العوامل المؤثرة في تشكيلها.

الفرض الرابع: يوجد قصور في فهم دور أجهزة العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي بمؤسسات القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية.

جدول رقم (16) فهم دور أجهزة العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي بالمؤسسات

دور أجهزة العلاقات العامة		الموقع في الهيكل التنظيمي بالمؤسسات				المجموع
		أعلى الهرم	وسط الهرم	أسفل الهرم	منعدم	
دور فعّال	التكرار	1	4	3	0	8
	النسبة	%3.2	%12.9	%9.7	%0	%25.8
دور فعّال إلى حد ما	التكرار	1	2	1	0	4
	النسبة	%3.2	%6.5	%3.2	%0	%12.9
دور غير فعّال	التكرار	0	0	1	18	19
	النسبة	%0	%0	%3.2	%58.1	%61.3
المجموع	التكرار	2	6	5	18	31
	النسبة	%6.5	%19.3	%16.1	%58.1	%100

يوضح الجدول رقم (17) مدى القصور في فهم دور أجهزة العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي بمؤسسات القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية، حيث أن هذا الدور كان فعالا في 8 شركات فقط بنسبة 25.8%، وفعالا إلى حد ما في 4 شركات بنسبة 12.9%، وغير فعال في 19 شركة بنسبة 61.3%.

وحتى في الشركات التي كانت أجهزة العلاقات العامة في أعلى الهرم فقد كان فعالا بنسبة 3.2% في شركة واحدة فقط، وفعالا إلى حد ما في شركة أخرى. أما في وسط الهرم فقد كان الدور فعالا في 4 شركات بنسبة 12.9%، وفعالا إلى حد ما في شركتين.

بالنسبة إلى أسفل الهرم فقد كان الدور فعالا بنسبة 9.7% في 3 شركات فقط، وفعالا إلى حد ما في شركة واحدة فقط بنسبة 3.2%، وغير فعال في شركة أخرى، فيما كان الدور غير فعال في 18 شركة بنسبة 58.1% لعدم وجود أجهزة علاقات عامة.

ويتضح من ذلك أن 18 شركة من شركات العينة لا تتمتع بفعالية العلاقات العامة بكامل أدوارها وأنشطتها لعدم وجود أجهزة وممارسين وميزانيات لذلك ما يكشف عن قصور في فهم وظيفة العلاقات العامة لدى غالب شركات العينة.

وهذا يثبت الفرضية في قصور في فهم دور أجهزة العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي بمؤسسات القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية.

الفصل الخامس

- النتائج
- التوصيات
- الخاتمة

أولا. النتائج العامة للدراسة:

لا تهتم أكثر الشركات في القطاع الصناعي بمدينة الجبيل الصناعية بوجود إدارات للعلاقات العامة في هياكلها التنظيمية، وبشكل عام هناك ارتباط طردي بين أهمية إدارات العلاقات العامة في الشركات وموقعها في الهيكل التنظيمي، وذلك له دلالاته في ضعف وانعدام الاتصال المؤسسي في تلك الشركات وهو ما يُعزى إلى قصور في فهم دور العلاقات العامة وأدائها ومكانها الطبيعي في الهيكل التنظيمي.

يوجد تفاوت واضح في اهتمام الشركات بإدارة العلاقات العامة، ودورها الاتصالي من جهة، وفي تحسين صورتها الذهنية من جهة أخرى، ويبرز ذلك التفاوت في أن بعض تلك الشركات لا توجد بها إدارة معنية بنشاط العلاقات العامة رغم أن حجمها الرأسمالي والاستثماري كبير.

نسبة كبيرة من الشركات في مدينة الجبيل الصناعية لا يبدو أنها معنية أو مهتمة بأي دور وظيفي للعلاقات العامة في أنشطتها، وهي بعيدة عن أي ممارسات اتصالية مع الجمهور المستفيد من منتجاتها أو خدماتها، فيما توجد شركات أقل لديها هذه الإدارات وتعمل بوظيفة العلاقات العامة بوصفها إدارة مساندة ورئيسية في هيكلها التنظيمي، وعدد قليل آخر لديها إدارة مختصة ولكنها تابعة لإدارات أخرى.

فيما يتعلق بمديري العلاقات العامة فالغالب أنهم ليسوا منذ ذوي الاختصاص في أكثر الشركات التي لديها إدارات علاقات عامة، ويتم توظيف هؤلاء المديرين وفقا للخبرات الطويلة في هذا المجال أو المجالات ذات الصلة، وكذلك يتم التوظيف بحسب ارتفاع سنوات الخبرة في المجال، ويرتفع عددهم الموظفين في الشركات الكبيرة التي لديها منتجات وخدمات أكبر يتم تقديمها للمستفيدين.

بالنسبة للمؤهلات العلمية لموظفي العلاقات العامة في الشركات فإن أكثر الشركات التي لديها إدارات معنية توظف ممن لديه التأهيل في مجالات متخصصة في العلاقات العامة وإدارات أخرى ذات صلة مثل: الإعلام، الصحافة، التسويق، العلاقات الحكومية، وذلك ما يعزز فرص ممارسة النشاط بصورة مهنية واحترافية.

تخصص الشركات بمختلف مستويات وجود إدارة العلاقات العامة في هياكل الشركات ميزانيات تشغيلية لهذه الإدارة، فيما لا توجد ميزانيات لأنشطة العلاقات العامة في أكثر من نصف الشركات لعدم وجود إدارة متخصصة ضمن هياكلها.

لا يعني وجود إدارات متخصصة للعلاقات العامة في الشركات عدم استشارة الخبراء أو بيوت الخبرة، فهناك عدد كبير من الشركات التي لديها تلك الإدارات تواصل الاستعانة بالاستشاريين في أعمال العلاقات العامة، وذلك لقدرتها المالية على ذلك، فيما تكتفي بعض الشركات بما تقوم به إدارات العلاقات العامة بها ولا تنفق على الاستشارات.

ثانياً. التوصيات

أولا: تحتاج شركات القطاع الصناعي في مدينة الجبيل إلى استيعاب التطورات المتعلقة بأهمية دور العلاقات العامة في أنشطتها الاتصالية وتحسين صورتها الذهنية خاصة في أوقات الأزمات، ما يتطلب تأسيس إدارات مهنية واحترافية لأداء هذا الدور الحيوي.

ثانيا: من الأهمية في العصر الحديث أن ترتبط أي شركة تقدم خدمات أو منتجات بجمهور المستفيدين، وفتح قنوات تواصل تفاعلية معهم، ومعرفة اتجاهات الجمهور وخياراته، وذلك يتطلب وجود إدارات علاقات عامة فاعلة ومؤثرة في الهيكل التنظيمي.

ثالثا: تعيين مديرين لإدارات العلاقات العامة من المتخصصين وأصحاب الخبرات الطويلة في المجال، وتوظيف الكفاءات التي تملك الأدوات والوسائل الاتصالية التي تدعم الشركات وتُسهم في تقليص الفجوات المحتملة بين الجمهور وهذه الشركات.

رابعا: تخصيص ميزانيات لأنشطة العلاقات العامة، وتحفيز القائمين عليها لأداء دورهم الاتصالي والتفاعلي مع الجمهور الخارجي بما يعزز ويدعم الحضور المؤسسي والإعلامي للشركات وزيادة تنافسيتها وسط الشركات النظيرة.

خامساً: ربط إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي برأس الهرم لضمان فعاليتها الداخلية مع الموظفين والخارجية مع أصحاب المصلحة.

سادساً: تدريب موظفي إدارات العلاقات العامة بالدورات المختصة بالاتصال المؤسسي والإعلام لمواكبة التطورات الجديدة.

سابعاً: يجب تدريب رؤساء الشركات والإدارات التنفيذية على كيفية التعامل مع ادارت العلاقات العامة والإعلام وتكثيف الدور الإعلامي للشركات الصناعية .

ثالثاً. الخاتمة

أصبحت العلاقات العامة في العصر الحديث من أهم الإدارات التي تعتمد عليها الشركات والمؤسسات والمنظمات في تقديم خدماتها ومنتجاتها للجمهور المستفيد، وأصحاب المصلحة، والمستثمرين، وهي تمثل الواجهة التي يتم الاعتماد عليها في تحسين الصورة الذهنية، ومواجهة الأزمات خاصة حين يكون لها صدى إعلامي أو تفاعلي في المنصات الاجتماعية.

ومن واقع وظائفها الحيوية في خدمة الشركات أصبحت تحتل موقعا متقدما في الهياكل التنظيمية تأكيدا لأهميتها والحاجة إليها في الممارسات الإعلامية والاتصالية في تقديم رسائل الشركات التي تعزز دورها الاقتصادي والاستثماري، ودون وجود هذه الوظيفة تظل الشركات مكشوفة أمام الرأي العام ودون غطاء مهني واحترافي يتعامل مع التطوراتوالمستجدات ذات الصلة بأنشطة وأداء الشركات.

وفي إطار حرص الشركات، بمختلف أحجامها الاستثمارية، على وظيفة العلاقات العامة فإنها لم تعد تترك مجالا لانكشاف إعلامي أو اتصالي، خاصة إذا كانت تلك الشركات مدرجة في سوق الأسهم و لديها استثمارات مع شركاء آخرين يتمتعون بوجود إدارات للعلاقات العامة تتعامل مع تطورات أعمالهم بحرفية.

لكل شركة رسائل ترغب في إيصالها للجمهور المستفيد، ولم يعد من جدوى للانعزال أو التعامل بسوء فهم إداري مع قيمة ودور العلاقات العامة، لأن ذلك قد يكلف الشركات فراغا ينتج عنه ضررا اتصاليا يؤثر في سمعة الشركة وقيمتها إن لم تكن لديها إدارة معنية بالتفاعل مع أي أزمات أو تطورات إيجابية ينبغي تعظيمها والإعلان عنها.

ونظرا لعدم وجود إدارات للعلاقات العامة في كثير من الشركات فإنها لكي تقدم نفسها بصورة متماسكة وطموحة بحاجة إلى وجود إدارات متخصصة في هياكلها التنظيمية تخدم رؤيتها ورسالتها وتواصلها مع المجتمعات التي تعمل فيها، فذلك يختصر الطريق كثيرا في التعريف بنفسها كشركة قابلة للنمو والتطور وجاذبة للاستثمار فيها.

وفي ظل تحديات الإعلام المعاصر وظهور النشاط التفاعلي الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي، تبدو الحاجة ماسة لكل شركة لإعادة النظر في وضع إدارة العلاقات العامة في هيكلها التنظيمي وتزويدها بمقومات العمل اللازمة لكل الأنشطة التفاعلية سواء في المجال الإعلامي أو التواصل الاجتماعي، حتى تبرز جهودها وأدوارها أو تتعامل بمهنية مع أي تناول سلبي عن أداء الشركة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم إمام (1968م). العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.

2. أحمد بدر (1978م). أصول البحث العلمي ومناهجه، الطبعة الرابعة، الكويت، وكالة المطبوعات.

3. صمويل عبود (1982م). اقتصاد المؤسسة (الطبعة الثانية)، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

4. سمير محمد حسين (1991م). بحوث الإعلام :الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب.

5. خليفة شحاتة الباح (1992م). طرق البحث العلمي، الطبعة الأولى، بنغازي، منشورات جامعة قاريونس.

6.السيد احمد مصطفي عمر (1994م). البحث العلمي: مفهومه وإجراءاته المنهجية، بني غازي، منشورات جامعة قازيونس.

7. سامي طايع (2001م). بحوث الإعلام (الطبعة الأولى)، القاهرة، دارة النهضة العربية.

8. علي عجوة ومحمود يوسف (2005م). إدارة وتخطيط العلاقات العامة (الطبعة الأولى). القاهرة.

9. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد (2007م). الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفكر العربي.

10. سامية جفال وبوزيد سليمة (2008م). العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة . الجزائر.

11. عبدالناصر جرادات ولبنان الشامي (2008م). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق (الطبعة العربية) دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان. الأردن

12.بغدود راضية (2008م). تحليل وتطور التنظيم والهياكل التنظيمية. بومرداس،الجزائر.

غادة الذيبان ونورة المحيا (2008م). المنهج التكاملي. الرياض، المملكة العربية السعودية.

13. عيوج عذراء (2009م). واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية دراسة ميدانية ببلدة قسطينة، الجزائر.

14. أحمد أمين عتوم (2010م) أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية.

15. الصادق مصطفى (2010م). العلاقات العامة و أثرها في تطوير وتنمية السلوك التنظيمي في المؤسسات العامة والقطاع الخاص. السودان .

16. بضياف عاطف (2010م). فعالية العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية،دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياء.

17. عباس السامرائي (2010م). العوامل المؤثرة على المستوى الدراسي لطلبة المدارس الثانوية في قضاء سامراء. العراق.دراسات تربوية .العدد العاشر .

18. حاج أحمد كريمة (2010م). العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية.Denitex وهران،الجزائر.

19. حميدشة نبيل (2010م). البنائية الوظيفية ودراسة الواقع والمكانة . مجلة البحوث والدراسات الانسانية ،العدد 05مايو 2010.

20. كرمي كريمة (2010م). التغيير التنظيمي وأثره على الولاء التنظيمي لدى موظفي مؤسسة الكهرباء والغاز.عنابة،الجزائر.

21. رافع أحمد دراغمة (2011م). دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقة مع مجتمع الطلبة .لاهاي،هولندا.

22. عدنان والي (2012م). بناء الهياكل التنظيمية .العراق.

23. بوعرعارة صارة (2013م). تطور الهياكل التنظيمية وعلاقتها بالحوكمة.سعيدة.الجزائر.

24. سحنون ريحانة (2015م). واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية الجزائرية دراسة ميدانية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر.

24. شاذلي أحمد (2015م). فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الإعلام.السودان.

25.زينب غشة (2016م). دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة دراسة ميدانية بوكالة الاتصال موبليس بسكرة. الجزائر.

26. جهان سلمان علاوي، (2017م). أثر الهيكل التنظيمي في تمكين العاملين .مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، معهد الإدارة التقني ،بغداد،العراق العدد الثالث والخمسون.

27. روى العلوي (2017م). العلاقات العامة في شركة نفط البحرين بابكو(دراسة حالة)البحرين.

28. حاج أحمد كريمة (2018م). العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الاتصالية.وهران،الجزائر.

29. علي فرجاني (2018م). العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، الطبعة الأولى، عمّان، دار أمجد للنشر والتوزيع.

30. ماهر عبد القادر محمد علي (بدون تاريخ). المنطق ومناهج البحث، دار النهضة العربية، بيروت.

31. محمد عبد المجيد (2006م). بحوث الصحافة، القاهرة، دار الكتب.

32. محمد فريد الصحن (2005م). العلاقات العامة / المبادئ والتطبيق (الطبعة الأولى)، بيروت، الدار الجامعية.

33. محمد عبدالحميد (2000م). البحث العلي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب .

34. محمد عبد الحميد (2004م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الطبعة الثانية)، القاهرة، عالم الكتب.

35. محمد شفيق (2000م). مناهج البحث: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، المكتبة الجامعية.

36. محمد قيراط (2005) ممارسة العلاقات العامة في الأمارات العربية المتحدة : المعوقات التنظيمية/المشاكل الهيكلية و آفاق المستقبل.مجلة جامعة الشارقة، الإمارات، المجلد2، العدد3.

37. محمد قيراط (1998م). العلاقات العامة في المؤسسات الصحية:دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الإمارات العربية المتحدة .المجلة الجزائرية للاتصال.الجزائر العدد17.

48. منصور حماد (2016م). دور محددات تصميم الهياكل التنظيمية في تحسين جودة اتخاذ القرارات الادارية في جهاز الشرطة الفلسطينية. فلسطين.

39.محمد القريوتي (2008م). نظرية المنظمة والتنظيم (الطبعة الثالثة) دار وائل للنشر.عمان.

40. محمد العلي وسيد هواري (1992م). نظرية التنظيم الإداري (الطبعة الخامسة) الدار السعودية للنشر والتوزيع. المملكة العربية السعودية.

41. ياسين مسيلي (2009م). العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية.

42. يوسف السعيدي (2013م). دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكويتيتين . الكويت.

43. وليام ل. ريفرز، تيودور بيترسون، جاي جنس (1975م). وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة الدكتور إبراهيم إمام، القاهرة، دار المعرفة.

44. علي عجوة ومحمود يوسف (2005م). إدارة وتخطيط العلاقات العامة، القاهرة، جامعة القاهرة.

45.مبجل لازم المالكي (2009م). علم الوثائق. عمان، مؤسسة الوراق.

46. دليل الصناعات بمدينة الجبيل الصناعية (2013م). مطبوعات الهيئة الملكية.

47. الدليل التسويقي للصناعات الثانوية (2007م). مطبوعات الهيئة الملكية.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

50. Arthur , Asa Berger , Media Research Techniques , 2th, 1994, ed, London , Sag Publication.

51. Danny Moss and Fraser likely (2017) Structure of the public relation/ communaction department.

52. Do Dionne C. Clemons ,2009, Co-oienlation of public Relations Role Within the pubic Sector , unpublished Doctor of Mass communicatian and Media , the faculty of graduate School of Howand univevety.

53. Holtazhausen, Derina and Werder Kelly (2011) Orgnaiztional Sturctures and Their Relationship with Communcatuon Mangment Practices.

54 .James t.Oconnor (2005)Orgnzationatanal Structure and commenation on the SH 130 Project.

55. Jeong, Ji Yeon, 2009, what do PR Professionals do? Exploring the Core Factors Affecting PR Practitioners Perception of Their Job Roles in Global PR Firms in Korea, International Communication Association, Annual Meeting.

56. Joelle Wiley Castelli, 2007, Government Public Relations : A Quantitative Assessment of Government Public Relations Practitioner Roles and Public Relations Model usage , Unpublished MA Degree, University of South Florida , Department of Mass Communication.

57. Oldenbannig Rob, 2013, Excellent Leadership in Public Relations: A question of Experience and the PR Practitioner, Unpublished MA Degree, University of South Florida, Graduate School.

58. Poul D.Leady, 1993,Practical Research: Planning and Design, 5th ,ed, New York, Mac Millan Company.

59. Sam, Doyer, Teri Nuell, Mashere Harrison and Sarah Weben, 2002, Managinig Public Relations in Non- Profit orgnizations (Public Relations Quarterly , vol 47, wenter).

60. Corbin, J. & Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

61. Rapley, T. (2007). Doing conversation, discourse and document analysis. London: Sage.

62. Denzin, N. K. (1970). The research act: A theoretical introduction to sociological methods. New York: Aldine.

الملاحق

عينة الشركات المختار

م	إسم الشركة	الشعار	رأس المال	استراتيجية تشغيل العمالة	عدد موظفي الشركة	عدد موظفي إدارة العلاقات العامة	ميزانية إدارة العلاقات العامة	الهيكل التنظيمي للشركة
1	الهيئة الملكية بالجبيل		استقلال مالي وإداري.	80 بالمئة العمالة 20 بالمئة آلات	12000	63	لا يوجد ميزانية فقط عقود تشغيلية	الهيكل التنظيمي
2	شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع	مرافق MARAFIQ	2.5 مليار	60 بالمئة العمالة 40 بالمئة آلات	1600	6	8 ملايين ريال	الهيكل التنظيمي
3	الشركة السعودية للكهرباء		41.6 مليار	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	37769	60	10 ملايين	الهيكل التنظيمي
4	شركة الجبيل للمياه والكهرباء	جواب JWAP	(12.6) مليار ريال سعودي	10 بالمئة العمالة 90 بالمئة آلات	15	0	0	الهيكل التنظيمي
5	شركة ماسا للتشغيل والصيانة	ماسا Masa	30 مليون ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	1080	0	0	الهيكل التنظيمي
6	الشركة السعودية للصناعات الأساسية	سابك sabic	30 مليار	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	40000	35	25 مليون ريال	الهيكل التنظيمي
7	شركة صدارة للكيميائيات	صدارة Sadara	75 مليار	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	3700	30	10 ملايين ريال	الهيكل التنظيمي
8	شركة الصحراء العالمية للبتروكيماويات		7.3 مليار ريال سعودي	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	1700	9	4 ملايين ريال	الهيكل التنظيمي
9	شركة التصنيع الوطنية	التصنيع TASNEE	6,689 مليار ريال سعودي	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	3400	7	5 ملايين ريال	الهيكل التنظيمي
10	شركة الفارابي للبتر وكيميائيات	FARABI	نصف مليار ريال سعودي	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	600	7	2 مليون ريال	الهيكل التنظيمي
11	شركة المتقدمة للبتروكيماويات	المتقدمة Advanced	2 مليار ريال سعودي	40 بالمئة العمالة 60 بالمئة آلات	500	7	3ملايين ريال	الهيكل التنظيمي
12	شركة كيمانول للبتروكيماويات	كيمانول CHEMANOL	2 مليار ريال سعودي	40 بالمئة العمالة 60 بالمئة آلات	430	10	1 مليون ريال	الهيكل التنظيمي
13	شركة الجبيل شفرون اس كيم	S-Chem	4,800,000,000 ريال سعودي	40 بالمئة العمالة 60 بالمئة آلات	1200	3	6 ملايين ريال	الهيكل التنظيمي
14	شركة ستورب		1,2 مليار ريال سعودي	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	1300	13	10 ملايين دولار	الهيكل التنظيمي
15	شركة ساسرف	ساسرف SASREF	1,6 مليار ريال سعودي	30 بالمئة العمالة 70 بالمئة آلات	800	13	9 مليون ريال	الهيكل التنظيمي
16	شركة جيسكو	جسكو GSCO	مليار ريال سعودي	40 بالمئة العمالة 60 بالمئة آلات	1000	18	2 مليون ريال	الهيكل التنظيمي
17	الشركة السعودية للميثانول	الرازي ar-razi	5,5 مليار سعودي	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	603	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
18	شركة الجبيل للأسمدة	البيروني albayroni	2,46 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	346	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
19	الشركة الوطنية للميثانول	ابن سينا ibn sina	2.36 مليار	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	313	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
20	الشركة الشرقية للبتروكيماويات	شرق sharq	1890 مليون ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	1068	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
21	الشركة الوطنية للغازات الصناعية	غاز gas	5 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	251	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
22	الشركة العربية للبتروكيماويات	بترو كيميا	14,3 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	1824	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
23	شركة الأسمدة العربية السعودية	سافكو safco	2.5 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	869	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
24	الشركة السعودية الأوربية للبتروكيماويات	ابن زهر ibn zahr	1.025 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	630	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
25	شركة الجبيل للبتروكيماويات (المتحدة)	المتحدة united	2.495 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	752	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
26	كيان السعودية للبتروكيماويات	كيان السعودية saudi kayan	42 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	1794	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
27	الشركة السعودية للحديد والصلب (حديد)	حديد hadeed	18,1 مليار ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	4038	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
28	شركة رفائو الشرق الأوسط	Revago	70 مليون ريال	30 بالمئة العمالة 70 بالمئة آلات	60	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
29	الشركة العالمية لطلاء المعادن يونيكويل	يونيكويل UNICOIL	خمسة ملايين ريال	20 بالمئة العمالة 80 بالمئة آلات	400	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
30	شركة الخليج للسبائك المعدنيةسبانك		655 مليون ريال	20 بالمئة العمالة 80 بالمئة آلات	200	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة
31	شركة الجبيل للصناعات الكيماوية	نماء NAMA	235.2 مليون ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	200	0	0	لا يوجد إدارة للعلاقات العامة

شركات الدراسة

أولا: شركات ومؤسسات الخدمات

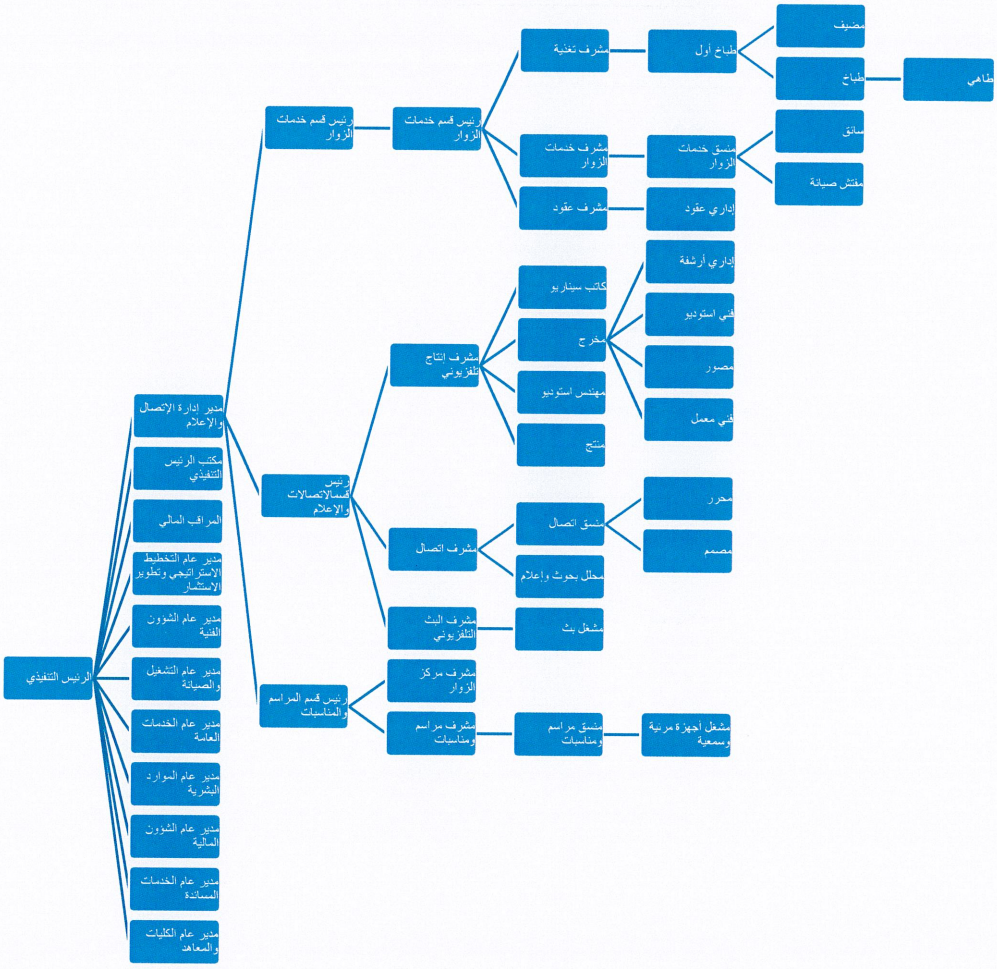
1- الهيئة الملكية بالجبيل:

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
استقلال مالي وإداري.	12000	63	60 بالمئة العمالة 40 بالمئة آلات	النشأة تأسست الهيئة الملكية للجبيل وينبع بموجب مرسوم ملكي أصدره الملك خالد بن عبد العزيز آل سعود في 16 رمضان عام 1395هـ الموافق 21 سبتمبر عام 1975م. وجاء في المرسوم الملكي: (تُشكَّل هيئة ملكية لتنفيذ خطة التجهيزات الأساسية اللازمة لإعداد منطقتي الجبيل وينبع كمنطقتين صناعيتين ويكون لهذه الهيئة شخصية معنوية مستقلة). كما خُصصت للهيئة الملكية ميزانية مستقلة لتنفيذ أعمالها..

- التوصيف لمهام إدارة العلاقات العامة والإعلام:

(تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - التواصل مع الإعلام وكتابة الأخبار الصحفية - الإشراف على المجلة الداخلية التأكد من تطبيق هوية الشركة والعلامة التجارية – المونتاج – الخدمات الإدارية – المرسم - إدارة شبكات التواصل الاجتماعي -كتابة الخطابات الرسمية بإسم الشركة والأشراف على المسؤولية الاجتماعية - الأشراف على إصدار الوسائط المتعددة).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في بالهيئة الملكية بالجبيل



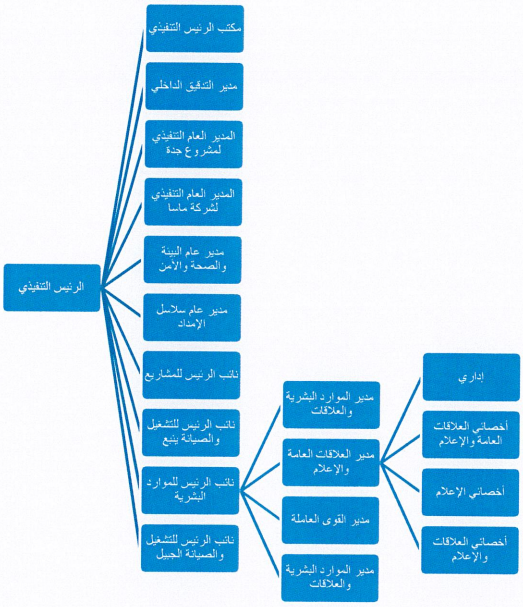
2- شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع:

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2.5 مليار	1700	6	8 ملايين	60 بالمئة العمالة 40 بالمئة آلات	تأسست شركة مرافق بناء على المرسوم الملكي رقم م/29 الصادر بتاريخ 17أكتوبر 2000 (21رجب1421هـ) كشركة مساهمة ويمتلكها أربعة مساهمين رئيسيين وهم : شركة الزيت العربية السعودية (أرامكو السعودية) ، الهيئة الملكية للجبيل وينبع ، الشركة السعودية للصناعات الأساسية (سابك) ، وصندوق الاستثمارات العامة ، بالإضافة إلى سبعة مستثمرين من القطاع الخاص والذين يمثلون باقي المساهمين ، وقد بدأت مرافق العمل كشركة خاصة لمرافق الطاقة والمياه في 1يناير 2003

- التوصيف لمهام إدارة العلاقات العامة والإعلام:

(تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - التواصل مع الإعلام وكتابة الأخبار الصحفية - الإشراف على المجلة الداخلية التأكد من تطبيق هوية الشركة والعلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي -كتابة الخطابات الرسمية باسم الشركة والإشراف على المسؤولية الاجتماعية -الإشراف على إصدار الوسائط المتعددة).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في بشركة مرافق



3- الشركة السعودية للكهرباء:

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
41.665.938.150	37,769	60	10 ملايين	70 بالمئة العمالة 40 بالمئة آلات	تاسست بموجب المرسوم الملكي رقم م/16 الصادر في ديسمبر 1999 حيث تم دمج بين جميع الشركات المحلية العاملة في مجال تقديم الخدمة الكهربائية في كيان واحد. تتكون الملكية الحكومية المباشرة من 74.3 في المائة بزيادة 6.9% تملكها عن طريق "شركة أرامكو السعودية". 18.8 في المائة المتبقية يمتلكها عامة الناس في المملكة، سواء عن طريق المؤسسات أوالمستثمرين الفرديين. تتمتع الشركة السعودية للكهرباء بوضع احتكاري في النقل والتوزيع في جميع أنحاء المملكة ماعدا ينبع الصناعية، وهي مسؤولة عن غالبية قدرات التوليد بالمملكة

توصيف مهام إدارة الإتصال المؤسسي في شركة الكهرباء: (استراتيجية التسويق والاتصالات - استراتيجية العلامة التجارية - ثقافة المنظمة - العلاقات والإعلام - المسؤولية المجتمعية - استراتيجية إدارة أصحاب المصلحة - التواصل مع أصحاب المصلحة، التواصل الرقمي – التواصل الداخلي ، الاتصالات الإعلامية).

4- جواب (شركة الجبيل للمياه والكهرباء)

رأس المال	عدد العاملين	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
(12.6) مليار ريال سعودي	15	10 بالمئة العمالة 90 بالمئة آلات	تأسست شركة جواب بموجب مرسوم ملكي في 21ربيع الأول 1428ه الموافق 9أبريل 2007بهدف تشغيل وتطوير وتشييد وإدارة المشروع المزدوج لإنتاج الكهرباء والمياه في مدينة الجبيل الصناعية والمساهمون في هذا المشروع كل من شركة مرافق الكهرباء والمياه بالجبيل وينبع، صندوق الاستثمارات العامة، الشركة السعودية للكهرباء، واتحاد الشركات المطورة للمشروع ويضم شركة أعمال المياه والطاقة العربية المحدودة، وشركة سويز البلجيكية الفرنسية، ومؤسسة الخليج للاستثمار. شركة (جواب) تعد الأكبر من نوعها في العالم لإنتاج الكهرباء والمياه حيث يبلغ انتاجها 2.750ميجاوات من الكهرباء و 800ألف متر مكعب من المياه المحلاة يوميا.

ملاحظة :

لا يوجد إدارة مختصة بالعلاقات العامة والإعلام والاتصال المؤسسي وانعدام التواصل مع الإعلام.

5- شركة ماسا للتشغيل والصيانة :

رأس المال	عدد العاملين	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
30 مليون ريال	1080	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	شركة مرافق سور للتشغيل والصيانة (ماسا) هي أول شركة للمياه خاصة في المملكة العربية السعودية ومقرها في مدينتي الجبيل وينبع تأسست في عام 2012 لتكون من بين أكبر المدن الصناعية البتروكيماويات في العالم. دور ماسا هو لتشغيل وصيانة المرافق مثل مياه الشرب، استصلاح المياه للري و تبريد مياه البحر. أقامت ماسا طريقها لتصبح واحدة من شركاة المياه الرائدة في المملكة العربية السعودية، من خلال الالتزام غير المسبوق لخدمة المناطق الصناعية والتجارية والسكنية في مدينتي الجبيل وينبع. وقد زودت أكثر من 6 مليارات M3 من مياه البحر لتبريد الجبيل، وأكثر من 167 مليون M3 من المياه الصالحة للشرب وعملية توزيعها على جبيل وينبع، أكثر من 100 مليون M3 من مياه الصرف الصناعي والصرف الصحي التي تم جمعها ومعالجتها في ينبع والجبيل. تستخدم شركة ماسا أفضل الممارسات العالمية لتطوير الاقتصاد الوطني، وضمان استمرارية الأعمال وإعداد التنمية المستقبلية. حافظة ماسا على تحسين وإطالة العمر الزمني للمعدات من أجل الحفاظ على الطلب المتزايد من مناطق الصناعات والتجارية والمناطق السكنية.

ملاحظة :

لا يوجد إدارة مختصة بالعلاقات العامة والإعلام والاتصال المؤسسي وانعدام التواصل مع الاعلام.

ثانياً: شركات البتروكيمياويات:

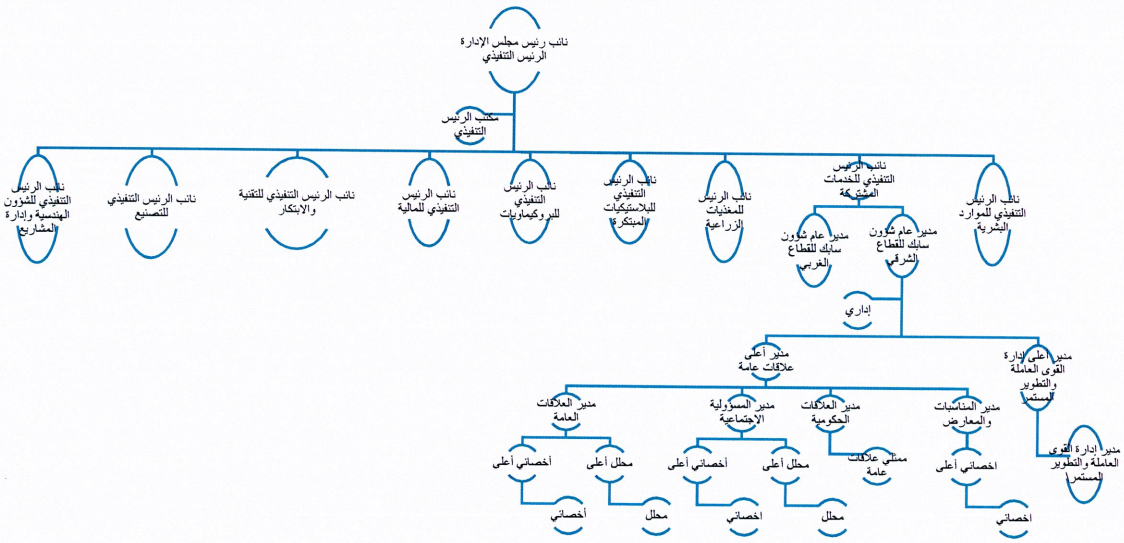
1- الشركة السعودية للصناعات الأساسية "سابك"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	الميزانية	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
30.000.000.000.00	40000	35	25 مليون ريال	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	تعد (سابك) من أكبر الشركات العالمية القيادية في مجال الصناعات البتروكيماوية، وهي شركة مساهمة عامة يقع مركزها الرئيس في مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية، وتمتلك (أرامكو السعودية) حالياً 70% من أسهمها ، أما النسبة الباقية البالغة 30% ، فهي متداولة في سوق الأسهم السعودية . تأسست (سابك) عام 1396هـ (1976م) بموجب مرسوم ملكي، وكان نموها أشبه بالمعجزة، حيث تدير الآن عملياتها في أكثر من 50 بلداً ، ويعمل بمواقعها حول العالم أكثر من (33) ألف من الموظفين الموهوبين والمبدعين. يقع مقر (سابك) ومركزها الرئيس في مدينة الرياض، وتدير الشركة أعمالها في حوالي 50 دولة حول العالم، وتضم شبكتها الصناعية (64) موقعًا صناعيًا تعمل بمقاييس عالمية في منطقة الشرق الأوسط والأمريكيتين وأوروبا وآسيا.

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي:

- (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة سابك

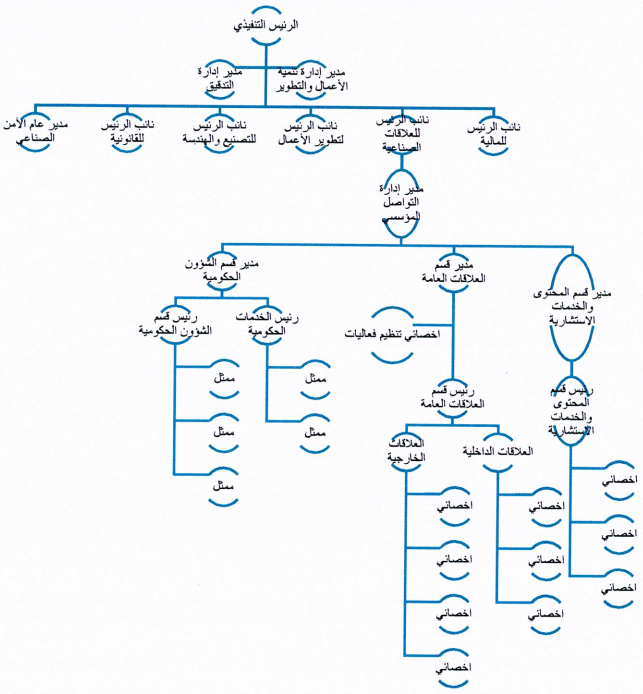


2- شركة صدارة للبتروكيماويات:

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	ميزانية العلاقات العامة	نبذة عن الشركة
75 مليار ريال سعودي	3700	30	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	10 ملايين	أسست شركة صدارة للكيميائيات (صدارة) في أكتوبر 2011م، كمشروع مشترك بين شركة الزيت العربية السعودية (أرامكو السعودية) وشركة داو كيميكال (داو). ويمثل مشروع صدارة تحدياً غير مسبوق، إذ يُعتبر أكبر مجمع كيميائي متكامل في العالم يتم بناؤه دفعة واحدة، حيث يتكون من 26 مصنعاً عالمي المستوى، بطاقة إنتاجية تتجاوز ثلاثة ملايين طن متري من المنتجات الكيميائية سنوياً. كما يبلغ حجم استثمارات المشروع الإجمالية حوالي 75 مليار ريال سعودي (20 مليار دولار أمريكي).

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية- العلاقات الحكومية).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة صدارة

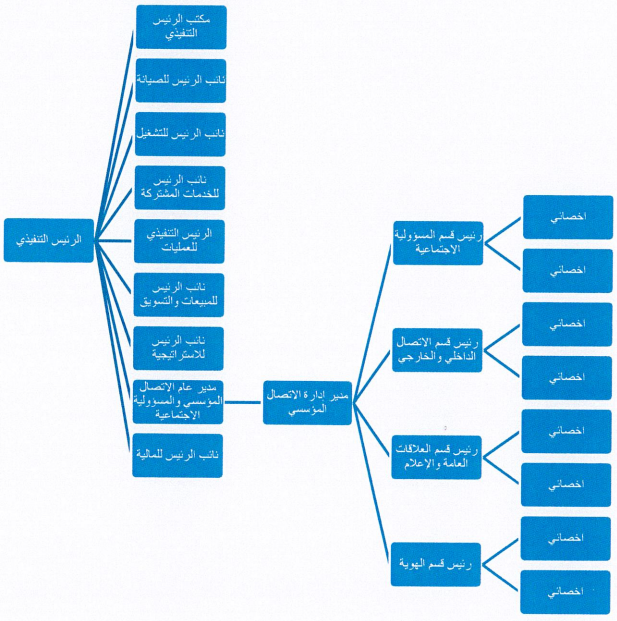


3- شركة الصحراء العالمية للبتروكيماويات (سبكيم):

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
7.3 مليار ريال سعودي	1700	09	4 ملايين	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	تُعد شركة الصحراء العالمية للبتروكيماويات (سبكيم) من أبرز الشركات في قطاع البتروكيماويات، حيث تتمتع الشركة بأكثر من 35 عاماً من الخبرة التشغيلية المشتركة وحضور دولي في أكثر من 40 دولة حول العالم، فضلاً عن أنها تملك أصولاً إجمالية بمقدار 21.8 مليار ريال سعودي. منذ تأسيس الشركة في عام 1999، وعلى اعتبارها شركة رائدة على المستوى التكنولوجي، حرصت سبكيم على وضع المسؤولية البيئية في صميم أعمالها، مما ساهم في أن تكون أول شركة بتروكيماويات في المملكة حاصلة على شاهدة "الرعاية المسؤولة". كما حازت سبكيم على جائزة "أفضل بيئة عمل" في المملكة في عام 2010. وفي عام 2006، أصبحت سبكيم شركة مدرجة في السوق المالية، وحققت إيرادات تتجاوز الـ 5 مليار ريال في عام 2018 بوجود أكثر من 1000 موظف من جميع أنحاء العالم في الشركة. ومن الإنجازات الأخرى غير المسبوقة لسبكيم هو إدراجها في مؤشر "إم إس سي آي" للأسواق الناشئة في عام 2019، والذي بدوره أدى إلى زيادة عدد المستثمرين الأجانب المؤهلين بأكثر من 8% خلال الأشهر القليلة الماضية

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة الصحراء العالمية" سبكيم"

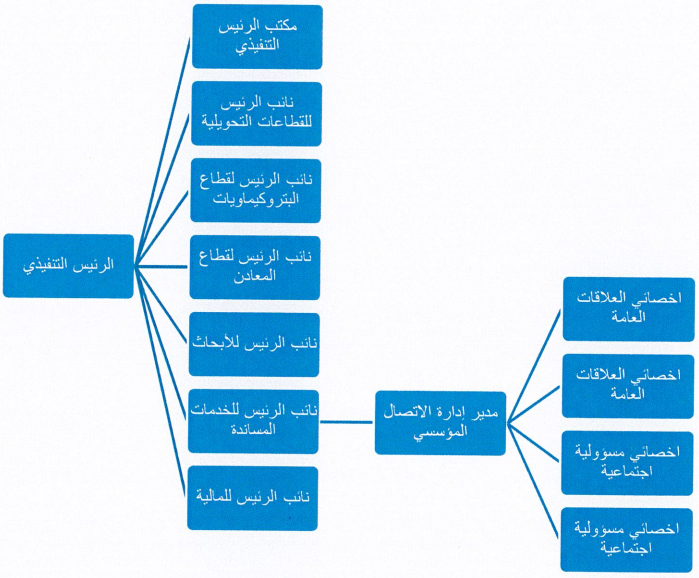


4- شركة التصنيع الوطنية:

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
6,689,141,660.00 مليار ريال سعودي	3400	07	خمسة ملايين	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	شركة التصنيع الوطنية، أول شركة صناعية سعودية مساهمة مملوكة بالكامل للقطاع الخاص. تأسست التصنيع في عام 1985 ولديها مجموعة من الاستثمارات في مجال البتروكيماويات والكيماويات والبلاستيك والمعادن والصناعات التحويلية والخدمات الصناعية والتكنولوجيا والبيئة.. وباعتبارها واحدة من أكبر الشركات الصناعية والبتروكيماوية السعودية وواحدة من أكبر المستثمرين الدوليين في مادة ثاني أكسيد التيتانيوم ، تتميز التصنيع الآن بقدر كبير من الخبرات والكفاءات والتقنيات الحديثة والحلول المبتكرة التي تضيف القيمة لمنتجاتنا وخدماتنا حول العالم.

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة التصنيع

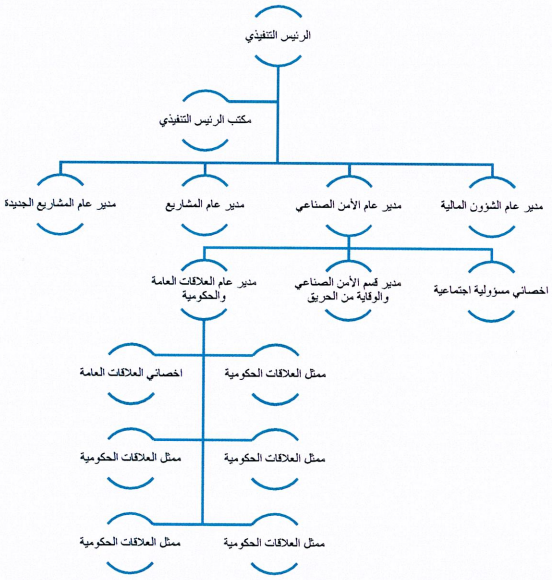


5- شركة الفارابي للبتروكيمياويات

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية إدارة العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
نصف مليار ريال سعودي	600	07	2 مليون	50 بالمئة العمالة 50 بالمئة آلات	تعتبر شركة الفارابي للبتروكيماويات المنتج الوحيد في المملكة العربية السعودية لمادتي ألكيل البنزين الخطي و البارافين العادي. وقد بدأت إنتاجها في مدينة الجبيل الصناعية عام 2006 و استمرت بزيادة إنتاجها حتى اصبحت أكبر منتج للمادتين في الشرق الأوسط ويمتلك الفارابي كلاً من الشيخ عبدالله الراجحي ، الشيخ أحمد الراجحي، عبدالعزيز السبيعي، صالح السريع، محمد العقيل، صاحب السمو الأمير نايف بن سلطان سعود الكبير. لدى شركة الفارابي للبتروكيماويات في بناء مصنعها في ينبع وذلك للتوسع في إنتاج المزيد من المادتين (ألكيل البنزين الخطي و البارافين العادي) لتصبح, أكبر منتج في العالم لمادة البارافين العادي و ثاني اكبر منتج في العالم لمادة ألكيل البنزين الخطي و الذي سيبدأ انتاجه في منتصف العام الحالي

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال المؤسسي في شركة الفارابي

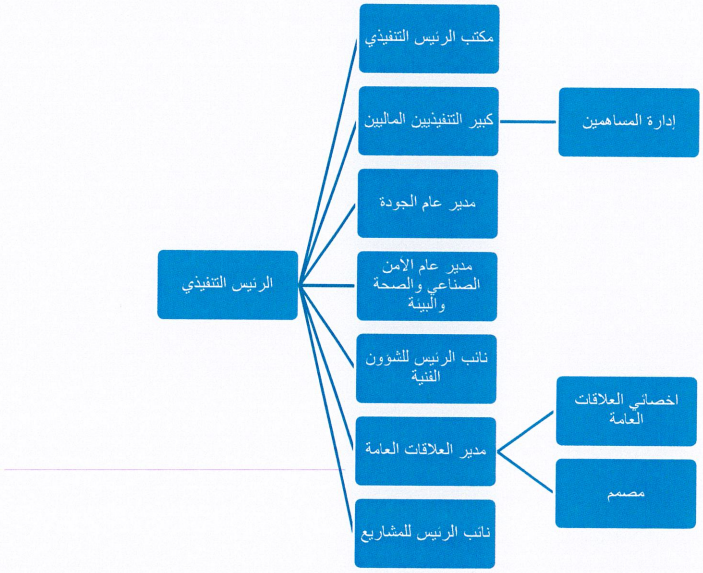


6- شركة المتقدمة للبتروكيمياويات

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2 مليار ريال سعودي	500	07	3 ملايين	40 بالمئة موظفين 60 بالمئة آلات.	تم تأسيس الشركة من قبل الشركة الوطنية للبولى بروبلين المحدودة والذي يشترك في ملكيتها السيد خليفة الملحم ، كبير الموظفين التنفيذيين بالشركة آنذاك، والسيد منذر اللاحق، والذي قام بالتفاوض على جميع الصفقات المتعلقة بالمشروع، إما قبل أو بعد إنشاء الشركة المتقدمة للبتروكيماويات. حاليا تمتلك الشركة الوطنية للبولى بروبلين المحدودة 7.9% من الشركة المتقدمة للبتروكيماويات. بدأت الشركة المتقدمة للبتروكيماويات في بناء مصانعها في مايو 2005 وتنتج الشركة حاليا 455,000 طنا من مادة البروبلين و450,000 طنا من مادة البولى بروبلين سنويا وذلك في موقع الشركة بمدينة الجبيل الصناعية في الساحل الشرقي من المملكة العربية السعودية . وقد بدأت الشركة الإنتاج التجاري من مادة البولى بروبلين فى 3 مارس 2008.

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية - التصميم).

الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة لشركة المتقدمة

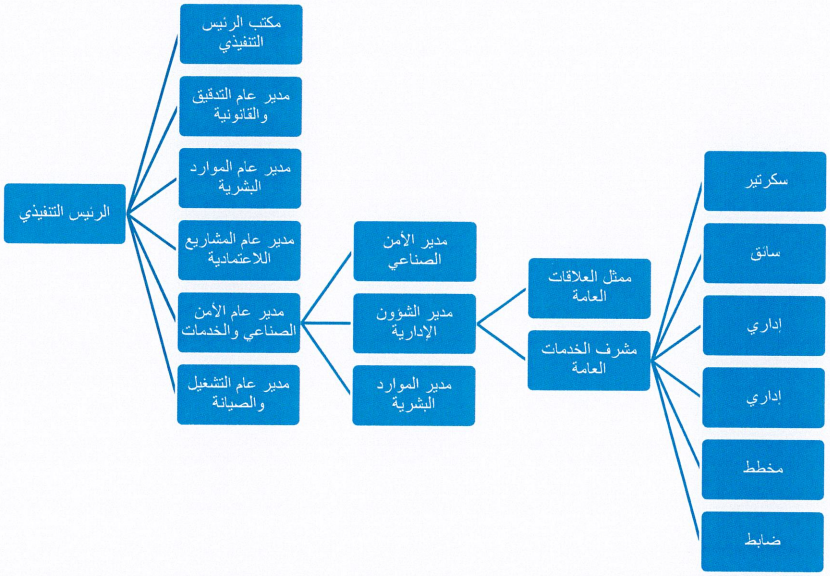


7- شركة كيمانول للبتروكيمياويات

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية إدارة العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2 مليار ريال سعودي	430	10	1 مليون	40 بالمئة موظفين 60 بالمئة آلات.	تم تأسيس الشركة من قبل الشركة الوطنية للبولى بروبلين المحدودة والذي يشترك في ملكيتها السيد خليفة الملحم ، كبير الموظفين التنفيذيين بالشركة آنذاك، والسيد منذر اللاحق، والذي قام بالتفاوض على جميع الصفقات المتعلقة بالمشروع، إما قبل أو بعد إنشاء الشركة المتقدمة للبتروكيماويات. حاليا تمتلك الشركة الوطنية للبولى بروبلين المحدودة 7.9% من الشركة المتقدمة للبتروكيماويات. بدأت الشركة المتقدمة للبتروكيماويات في بناء مصانعها في مايو 2005 وتنتج الشركة حاليا 455,000 طنا من مادة البروبلين و450,000 طنا من مادة البولى بروبلين سنويا وذلك في موقع الشركة بمدينة الجبيل الصناعية في الساحل الشرقي من المملكة العربية السعودية . وقد بدأت الشركة الإنتاج التجاري من مادة البولى بروبلين فى 3 مارس 2008.

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة الأمن الصناعي والخدمات لشركة كيمانول

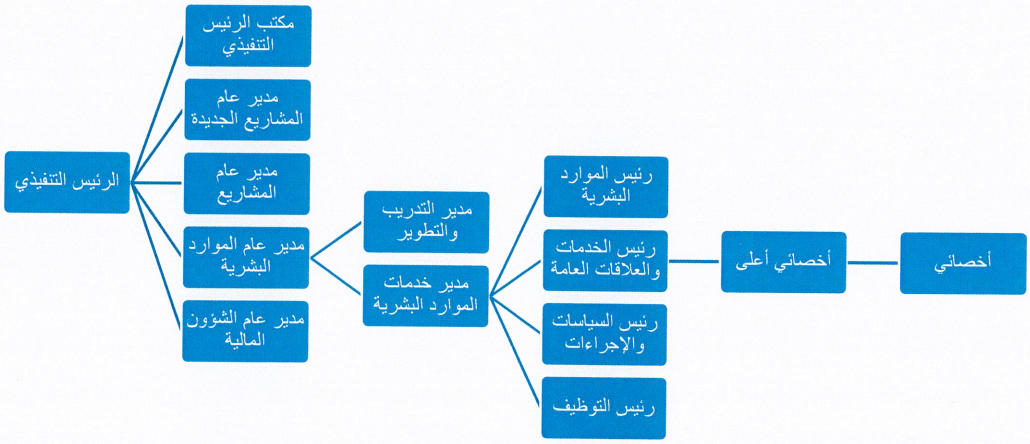


8- شركة الجبيل شفرون اس كيم:

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة اس كيم	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
4،800،000،000 ريال سعودي	1200	03	6 ملايين ريال	40 بالمئة موظفين 60 بالمئة آلات.	اس- كيم هي وليدة الشراكة بين المجموعة السعودية للاستثمار الصناعي (SIIG) وشركة شيفرون فيليبس للكيماويات (CPChem) من خلال شركتها التابعة شركة شيفرون فيليبس العربية للبتروكيماويات (ACP).تتمثل هذه الشراكة في مشروعان مشتركان بحصة مماثلة(50%) لكل منهما وهما شركة شيفرون فيليبس السعودية، وشركة الجبيل شيفرون فيليبس (JCP) والواقعان في مدينة الجبيل الصناعية شرقي المملكة العربية السعودية.

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة اس كيم



9- الشركة السعودية للميثانول " الرازي"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة الرزاي	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
5،5 مليار سعودي	603	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	يشار إلى أن شركة "الرازي" هي عبارة عن مشروع مشترك بنسبة 50:50 بين كل من الشركة السعودية للصناعات الأساسية (سابك) وتحالف شركات يابانية بقيادة شركة متسوبيشي للغاز والصناعات الكيمائية اليابانية. تقوم حاليا بتشغيل أربعة مصانع للميثانول في مدينة الجبيل الصناعية، اثنان منها بسعة إنتاجية قدرها 700,000 طن متري/العام لكل واحد منهما واثنان آخران بسعة 850,000 طن متري لكل واحد من المصنعين.

9- شركة الجبيل للأسمدة " البيروني"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة البيروني	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2،46 مليار ريال	346	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	تأسست شركة الجبيل للأسمدة بالمملكة العربية السعودية عام 1979، ويقوم نشاطها الرئيسي على تصنيع المنتجات البتروكيماوية و التي تشمل اليوريا و غاز الأمونيا و الهكسانول الإيثيلي و فتالات ثنائية الأوكتيل

10- الشركة الوطنية للميثانول" ابن سينا"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة ابن سينا	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2.36 مليار	313	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	بدأت شركة (ابن سينا) التابعة لشركة (سابك) – شركة مملوكة مناصفة مع شركة (سي تي إي) المملوكة من قبل شركات تابعة لشركتي (سيلانيز) و(ديوك إنيرجي) – تشغيل مصنع (البولي أسيتال) في الجبيل؛ وهو المصنع الأول من نوعه في الشرق الأوسط وأفريقيا، ما يعطي دفعة قوية لمكانة (سابك) في مجال اللدائن الحرارية الهندسية العالمية.

11- الشركة الشرقية للبتروكيماويات " شرق"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة شرق	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
1890 مليون ريال	1068	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	تأسست الشركة الشرقية للبتروكيماويات بمدينة الجبيل الصناعية كمشروع مشترك بين شركة سابك و شركة أس بي دي سي اليابانية عام 1981، و يقوم نشاطها الرئيسي على إنتاج جلايكول الإيثيلين و البولي إيثيلين منخفض الكثافة الخطي و عالي الكثافة و الاوليفينات وغيرهم

12- الشركة العربية للبتروكيماويات "بتروكيميا"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة بتروكيميا	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
14،3 مليار ريال	1824	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	تأسست الشركة بمدينة الجبيل عام1981 ، بدأت إنتاجها في عام 1985 بإنشاء مصنع للإيثيلين بطاقة 500 الف طن سنويًا وهي مملوكة بالكامل لشركة "سابك"، وتمتلك العديد من المصانع التي تنتج المواد البيتروكيماوية مثل البيوتان والبوليسترين والبروبليين . إنتاج المواد البتروكيماوية مثل الايثلين و البولي ستايرين والبولي ايثلين والبنزين والبولي بروبلين

13- شركة الأسمدة العربية السعودية "سافكو"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة سافكو	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2.5 مليار ريال	869	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	شركة الأسمدة العربية السعودية" سافكو " هي شركة مساهمة سعودية، تأسست بتاريخ الحادي عشر من جمادى الأولى عام 1385 هـ الموافق عام 1965، برأس مال قدره 100 مليون ريال سعودي، مقسم بين الدولة والقطاع الخاص حيث تمتلك الدولة 51 % من رأس المال و49 % للقطاع الخاص. ثم تتابع التطور في نهج الشركة إلى أن تمت مضاعفة رأس المال عدة مرات، وأصبح مليارين وخمسئة مليون ريال مقسمة إلى 250 مليون سهم تمتلك الشركة السعودية للصناعات الأساسية سابك 42.99% و57.01% للقطاع الخاص

14- الشركة السعودية الأوربية للبتروكيمياويات " ابن زهر"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة ابن زهر	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
1.025 مليار ريال	630	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	تأسست الشركة بمدينة الجبيل الصناعية عام 1984 كمشروع مشترك بين شركة سابك و(إكوفيول) الإيطالية والشركة العربية للاستثمارات البترولية (أبيكورب)، وبدأت الشركة عملية الانتاج سنة 1988 بتدشين مصنع الـMTBE بطاقة انتاجية تقدر ب500 الف طن في مدينة الجبيل الصناعية وتشمل منتجاتها البنزين و البولي بروبلين وغيرهما. و تنتج الشركة ميثيل ثالثي بوتيل الإيثر والبيوتان و البروبلين MTBE والبولي بروبلين

15- شركة الجبيل للبتروكيماويات (المتحدة)

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة المتحدة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
2،495 مليار ريال	752	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	تأسست شركة الجبيل المتحدة للبتروكيماويات بالمملكة العربية السعودية عام 2000، و يقوم نشاطها الرئيسي على إنتاج الإيثيلين، جلايكول الإيثيلين، البولي إيثيلين و أولفينات ألفا الخطية.

16- كيان السعودية للبتروكيمياويات"كيان السعودية"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في كيان السعودية	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
42 مليار ريال	1794	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	شركة كيان السعودية للبتروكيماويات (كيان السعودية)؛ هي شركة مساهمة سعودية رائدة في مجال إنتاج الكيماويات، والبوليمرات والمنتجات المتخصصة، ويقع مركزها الرئيس في مدينة الجبيل الصناعية، ويعتبر مجمع شركة كيان السعودية للبتروكيماويات من أكبر المجمعات في العالم ويقع في مدينة الجبيل الصناعية.

17- الشركة السعودية للحديد والصلب (حديد)

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في حديد	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
18،1 مليار ريال	4038	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	حديد هي شركة تصنيع مملوكة بالكامل لشركة سابك ,وتعد أول مصانع سابك بالمملكة العربية السعودية حيث بدأت تصنيع وإنتاج حديد التسليح عام 1983، تمتلك الشركة 6خطوط إنتاج بطاقه إنتاجية سنويه مايقارب 6 ملايين طن حديد (2 خطوط إنتاج مسطحات الصلب) (4 خطوط إنتاج حديد التسليح)

18- شركة رفاقو الشرق الأوسط

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في رفاقو	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
70 مليون ريال	60	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	تنتج مجموعة رفاقو أكثر من 6600000 طن متري من مبيعات البوليمر السنوية التي تخدم أكثر من 50000 عميل نشط من خلال أكثر 4000 موقع.

19- شركة الخليج للسبائك المعدنية "سبائك"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في سبائك	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
655 مليون ريال	200	0	0	20 بالمئة العمالة 80 بالمئة آلات	هي شركة ذات مسؤولية محدودة تعمل في المملكة العربية السعودية (الجبيل). تأسست الشركة في ديسمبر 1992 بموجب قانون الشركات السعودي كشركة سعودية مشتركة ، بدأ الإنتاج في عام 1997 في مدينة الجبيل الصناعية. تنتج سبائك التي تعتبر إضافات أساسية في صناعة الصلب. تبلغ سعتها القصوى 140،000 طن متري مع القدرة على تغطية احتياجات دول مجلس التعاون الخليجي.

20- الشركة العالمية لطلاء المعادن يونيكويل

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في يونيكويل	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
خمسة ملايين ريال	400	0	0	20 بالمئة العمالة 80 بالمئة آلات	حققت الشركة العالمية لطلاء المعادن (يونيكويل) منذ تأسيسها في العام 1997 وحتى اليوم قفزة كبيرة في قطاع إنتاج لفائف وألواح الحديد المجلفن والملون والألمنيوم، وأصبحت تشتهر بريادتها في أسواقها الإقليمية كأول شركة في الشرق الأوسط متخصصة في هذا المجال. شارك في تأسيس يونيكويل شركتان صناعيتان رائدتان (شركة مجموعة الزامل القابضة و مجموعة راشد عبدالرحمن الراشد وأولاده) كمشروع مشترك في المملكة العربية السعودية مع شركة بي أتش بي BHP الأسترالية، إحدى أكبر شركات طلاء الحديد في العالم. وقد أصبحت يونيكويل في العام 2004 شركة سعودية 100%. تملك يونيكويل مصنعين في مدينتي الجبيل وجدة الصناعيتين

21- شركة الجبيل للصناعات الكيماوية "نماء"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في نماء	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
235.2 مليون ريال	200	0	0	70 بالمئة العمالة 30 بالمئة آلات	شركة نماء للكيماويات التي تأسست في العام 1992، شركة سعودية مساهمة، تسهم في خلق قيمة مضافة للاقتصاد الوطني من خلال الاستفادة المثلى من الموارد الطبيعية المحلية وفي إطار استراتيجيتها للنمو الديناميكي في النشاطات الكيميائية والبتروكيميائية التي تعمل بها. وتسعى بكل جهد ممكن لتلبية الطلب العالمي المتزايد على المنتجات عالية الجودة التي تسهم في تعزيز سلامة وجودة الحياة بالنسبة للملايين في شتى أنحاء العالم .

ثالثاً: قطاع النفط والغاز:

1.شركة ساتورب.

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية إدارة العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
1,2 مليار ريال سعودي	1300	13	10 مليون دولار	50 بالمئة موظفين 50 بالمئة آلات.	ساتورب (بالإنجليزية:)(SATORP مصفاة بترول تابعة لشركة أرامكو السعودية وشركة توتال الفرنسية، وهو أكبر مشروع تكريري بتروكيماوي عطري في العالم، وأول مصفاة بترول متكاملة في المملكة العربية السعودية بطاقة 400 ألف برميل يومياً، وتقع المصفاة في مدينة الجبيل الصناعية شرق المملكة العربية السعودية. 62.5٪ أرامكو السعودية و37.5٪ وشركة توتال ريفاينق آند كيميكالز ساودي أرابيا إس. إيه. إس).

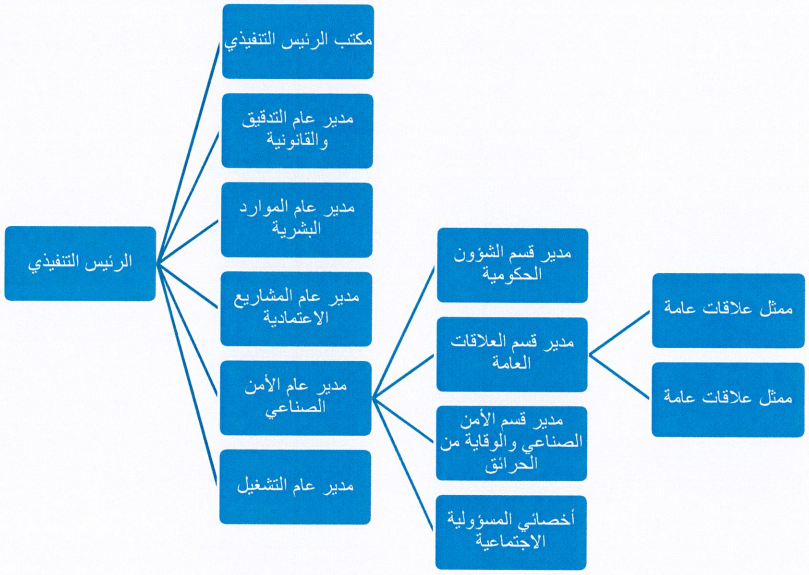
التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية).

2.شركة ساسرف:

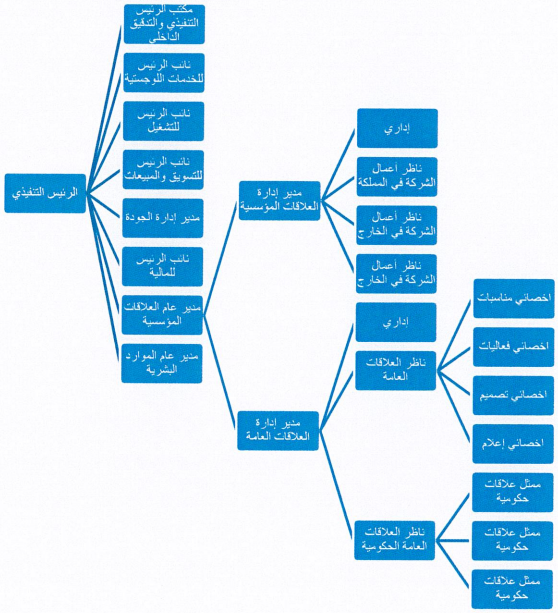
رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية إدارة العلاقات العامة	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
1,6 مليار ريال سعودي	800	13	9 ملايين ريال	30 بالمئة موظفين 60 بالمئة آلات.	شركة مصفاة أرامكو السعودية الجبيل (ساسرف) هي شركة سعودية مملوكة بالكامل لشركة أرامكو السعودية. تقع المصفاة في مدينة الجبيل الصناعية. تقوم المصفاة بعملية تكرير النفط الخام وتحويله إلى منتجات بترولية لإمداد السوق المحلية والخارجية. تبلغ الطاقة الانتاجية للمصفاة 000,305 برميل يوميا. المنتجات الرئيسية للشركة هي غاز البترول المسال, النفثا, الكيروسين, الديزل, زيت الوقود والكبريت. المصفاة توظف أكثر من 700 موظف وموظفة ,ونحن فخورون بأن الغالبية منهم سعوديون. نحن نساهم بشكل فاعل في تنمية المسؤولية اتجاه المجتمع والاقتصاد المحلي.

التوصيف الوظيفي لإدارة الاتصال المؤسسي: (البروتوكلات - تنظيم المناسبات الداخلية والمؤتمرات الخارجية - كتابة الأخبار الصحفية - تطبيق العلامة التجارية -إدارة شبكات التواصل الاجتماعي - المسؤولية الاجتماعية).

الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة لشركة ساسرف



الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات المؤسسية لشركة جيسكو



5. الشركة الوطنية للغازات الصناعية "غاز"

رأس المال	عدد العاملين	عدد العاملين في العلاقات العامة	ميزانية العلاقات العامة في شركة غاز	استراتيجية تشغيل العمالة	نبذة عن الشركة
5 مليار ريال	251	0	0	70 بالمئة موظفين 30 بالمئة آلات.	المملكة العربية السعودية. وهي إحدى الشركات التابعة لـالشركة السعودية للصناعات الأساسية - سابك، كما تمتلك شركة الغاز والتصنيع الأهلية - غازكو نسبة 9% من رأسمالها، ويتمثل نشاطها في إنتاج الغازات الصناعية. تاريخ التأسيس: 1983.

Abstract

This study aimed to identify the organizational structures of public relations departments, their place and importance in the production and service institutions in the industrial sector in Jubail Industrial City in Saudi Arabia.

The study also worked on revealing the factors affecting the formation of organizational structures for public relations departments in the industrial sector (Jubail Industrial City, Saudi Arabia as a model). As well as evaluating the effectiveness, objectives and performance of the organizational structures of public relations departments in the higher departments of production and service institutions in Jubail Industrial City.

The researcher reached the following recommendations:

1st: The industrial sector companies in Jubail need to absorb developments related to the importance of the role of public relations in its communication activities and improve its mental image, especially in times of crisis, which requires the establishment of professional and professional departments to perform this vital role.

2nd : It is important in the modern era for any company that provides services or products to be linked to the audience of beneficiaries, open interactive channels of communication with it, and know the public's trends and options, and this requires the presence of effective and influential public relations departments in the organizational structure.

3rd : Appointing directors of public relations departments who are specialists and have long experiences in the field, and employ competencies who possess the tools and means of communication that support companies and contribute to reducing potential gaps between the public and these companies.

4th : Allocating budgets for public relations activities, and motivating those in charge of them to perform their communicative and interactive role with the external audience in a way that enhances and supports the institutional and media presence of companies and increases its competitiveness among peer companies.

UNIVERSITY OF BAHRAIN

Collage of Arts communication,

Department of Tourism and Fine arts

Factors affecting the organizational structures formation for public relations department in the industrial sector (Jubail Industrial City, Saudi Arabia as a model)

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Master's degree in the Media

Submitted by:

Basheer Hassan AlTarouty

University Number: 20170101

Supervised By:

Dr. Ashraf Ahmed Abdelmogeth

Associate Professor, Department of Media, Tourism and Arts

College of Arts

Bahrain University

Kingdom Of Bahrain

2022