

دور العلاقات العامة في تطوير التنافسية والاستدامة في القطاع الصناعي

إعداد الطالب/

دانه عبدالعزيز المنيع

الرقم الجامعي/

252000482

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد محمد

د. فايز علي جرّاد

العام الدراسي

2025

قائمة المحتويات

3	المقدمة
4	مشكلة الدراسة
5	أهمية الدراسة
6	أهداف الدراسة
7	تساؤلات الدراسة
8	فرضيات الدراسة
8	الدراسات السابقة
13	المنطلقات النظرية للدراسة
16	المنهجية وطرق البحث
18	أدوات الدراسة
19	حدود الدراسة
21	المراجع

المقدمة

تمثل العلاقات العامة من العناصر الجوهرية في بناء الصورة المؤسسية وتعزيز مكانة المنظمات في بيئة الأعمال المعاصرة، التي تتسم بالتغير المستمر وشدة المنافسة والتطور التكنولوجي المتسارع. فقد باتت المؤسسات الصناعية، على وجه الخصوص، مطالبة بتبني استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة تمكنها من تحقيق التكامل بين أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، بما يضمن لها الاستدامة والتنافسية في الأسواق المحلية والعالمية. وتبرز أهمية العلاقات العامة في هذا السياق باعتبارها أداة استراتيجية تسهم في بناء الثقة مع أصحاب المصلحة المختلفين، وتعزيز سمعة المؤسسة، والتواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي، إضافة إلى دعم عمليات الابتكار والتطوير التي تُعدّ ركائز رئيسة للتنافسية المستدامة (Oparaugo، 2021).

في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة واتساع نطاق العولمة الصناعية، لم يعد الأداء المالي وحده معياراً لنجاح المؤسسات، بل أصبح التميز في إدارة العلاقات والتواصل والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من العوامل الحاسمة في تحديد قدرة المؤسسة على البقاء والتطور. ومن هذا المنطلق، تلعب العلاقات العامة دوراً محورياً في صياغة سياسات الاتصال المؤسسي التي تمكن المنشآت الصناعية من إدارة سمعتها بفعالية، وتوضيح رسائلها الاستراتيجية، والتفاعل مع التحديات البيئية والمجتمعية بطريقة تُظهر التزامها بالمبادئ الأخلاقية والتنمية المستدامة. وبذلك تتحول العلاقات العامة من مجرد وظيفة اتصال تقليدية إلى أداة قيادية تدعم صانع القرار وتؤثر في اتجاهات النمو الصناعي والتطوير المستدام (Igben، 2021).

كما أن تطور المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة جعل منها عنصراً فاعلاً في بناء القدرات التنافسية للمؤسسات الصناعية عبر المساهمة في خلق بيئة تنظيمية محفزة للإبداع، وتدعيم التعاون بين الإدارة والعاملين، وتعزيز روح الانتماء المؤسسي. وتعمل العلاقات العامة أيضاً على تحليل الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي تؤثر في القطاع الصناعي، بما يتيح للمؤسسة الاستجابة السريعة للمتغيرات وتبني ممارسات أكثر استدامة وكفاءة. ومن ثمّ، يصبح الدور الاتصالي للعلاقات العامة متكاملاً مع أدوارها الاستراتيجية في التخطيط وصنع القرار، وهو ما يُعزز من قدرتها على دعم تنافسية المؤسسة وتحقيق أهداف التنمية المستدامة (Barros، 2025).

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل دور العلاقات العامة في تطوير التنافسية والاستدامة في القطاع الصناعي، من خلال استعراض الأطر النظرية والممارسات التطبيقية التي تُبرز كيفية مساهمة العلاقات العامة في تعزيز القيمة

المضافة للمؤسسات الصناعية. كما تهدف الدراسة إلى توضيح العلاقة بين إدارة الاتصال المؤسسي الفعّال وبين بناء الثقة والسمعة والقدرة على الابتكار، بما يسهم في رفع كفاءة الأداء الصناعي وتحقيق استدامة طويلة الأمد. ومن شأن هذه الدراسة أن تُقدّم منظورًا تحليليًا معمقًا يُبرز الأهمية الاستراتيجية للعلاقات العامة في دعم التحول نحو صناعات أكثر تنافسية ومسؤولية في الوقت ذاته (Ye، 2022).

مشكلة الدراسة

تواجه المؤسسات الصناعية في العصر الراهن تحديات متزايدة ناتجة عن التحولات الاقتصادية والتكنولوجية والبيئية، التي فرضت عليها ضرورة التكيف السريع مع متطلبات الأسواق العالمية وتعقيدات سلاسل الإمداد وتنامي الوعي المجتمعي بقضايا المسؤولية الاجتماعية والاستدامة. ورغم إدراك العديد من المؤسسات لأهمية العلاقات العامة كوظيفة اتصال استراتيجي تسهم في بناء السمعة وتعزيز التواصل مع أصحاب المصلحة، إلا أن واقع الممارسات يشير إلى قصور واضح في توظيف العلاقات العامة كأداة فاعلة لدعم التنافسية وتحقيق الاستدامة في القطاع الصناعي. فغالبًا ما تُختزل أنشطة العلاقات العامة في مهام ترويجية أو إعلامية محدودة، دون أن تُدمج ضمن منظومة التخطيط الاستراتيجي أو عمليات صنع القرار، مما يقلل من تأثيرها في تطوير الأداء الصناعي وتعزيز قدرة المؤسسات على مواجهة التحديات المستقبلية.

ويترتب على هذا القصور مجموعة من المشكلات الفرعية التي تؤثر سلبًا في استدامة وتنافسية القطاع الصناعي. من أبرز هذه المشكلات ضعف التكامل بين وظائف العلاقات العامة وبقية الإدارات الإنتاجية والتسويقية والبيئية، مما يؤدي إلى غياب رؤية شمولية تربط بين الأهداف الاتصالية والأهداف الاستراتيجية للمؤسسة. كما ينتج عن ذلك ضعف في إدارة السمعة المؤسسية والتواصل مع المجتمع المحلي وأصحاب المصلحة، مما يحدّ من قدرة المؤسسة على بناء الثقة وتحقيق الشفافية. كذلك، يؤدي عدم توظيف العلاقات العامة في دعم ممارسات المسؤولية الاجتماعية والابتكار البيئي إلى تراجع فرص المؤسسات الصناعية في تحقيق الاستدامة طويلة الأمد، وإلى فقدانها لميزة تنافسية في الأسواق التي أصبحت تُقيّم الأداء الصناعي بناءً على معايير أخلاقية وبيئية بقدر ما تُقيّمه بناءً على مؤشرات الربحية والإنتاج (Sujatmiko، 2024).

بناءً على ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة الرئيسية في: قصور توظيف العلاقات العامة كأداة استراتيجية في دعم التنافسية وتحقيق الاستدامة داخل القطاع الصناعي، مما يُضعف من قدرة المؤسسات الصناعية على مواكبة متطلبات البيئة التنافسية الحديثة.

أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية

تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة في مساهمتها في توسيع الإطار النظري لمفهوم العلاقات العامة، من خلال ربطها بمفاهيم حديثة أصبحت تشكل محور الاهتمام في الدراسات الإدارية والاقتصادية، وهي التنافسية والاستدامة. فالدراسة تسعى إلى تقديم طرح أكاديمي متعمق يبرز كيف يمكن للعلاقات العامة أن تتجاوز دورها التقليدي في الاتصال والإعلام، لتصبح وظيفة استراتيجية تؤثر في قدرة المؤسسات الصناعية على المنافسة المستدامة. ومن خلال تحليل العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة ومؤشرات الأداء الصناعي، فإن هذه الدراسة تُثري الأدبيات الأكاديمية في مجال الإدارة الصناعية والاتصال المؤسسي، وتقدم إطاراً نظرياً يساعد الباحثين في فهم ديناميكية العلاقة بين التواصل المؤسسي وإدارة السمعة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. كما تضيف الدراسة بعداً جديداً إلى النقاش العلمي حول الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في مواجهة التحديات العالمية المرتبطة بالتحول الصناعي والرقمنة والالتزامات البيئية، الأمر الذي يجعلها تساهم في سد فجوة معرفية قائمة في هذا المجال.

تساهم الدراسة في تطوير مناهج البحث العلمي المتعلقة بإدارة العلاقات العامة في القطاعات الإنتاجية، من خلال تقديم نموذج تحليلي يُمكن أن يُستخدم في دراسات مستقبلية لقياس أثر استراتيجيات الاتصال المؤسسي على عناصر التنافسية والاستدامة. ومن هذا المنطلق، تمثل الدراسة إضافة نوعية للأبحاث الأكاديمية التي تهدف إلى الدمج بين الفكر الاتصالي والإدارة الاستراتيجية، بما يعزز من تكامل العلوم الاجتماعية والإدارية في معالجة القضايا المعاصرة التي تواجه القطاع الصناعي (Andersson، 2024).

- الأهمية العملية

تكتسب الدراسة أهمية عملية بالغة من واقع حاجة المؤسسات الصناعية إلى أدوات واستراتيجيات فعالة تُعينها على تحقيق التوازن بين متطلبات السوق التنافسية والالتزامات الأخلاقية والبيئية والاجتماعية. فالدراسة تُقدم حلولاً

عملية ورؤى تطبيقية تمكّن إدارات العلاقات العامة في القطاع الصناعي من أداء دور أكثر فاعلية في دعم استراتيجية المؤسسة وتعزيز قدرتها على الاستدامة. ومن خلال ما ستقدمه من نتائج وتوصيات، يمكن للمؤسسات الاستفادة في بناء أنظمة اتصال مؤسسي متكاملة تُسهم في تحسين السمعة المؤسسية، وزيادة ولاء العاملين، ورفع درجة الثقة لدى العملاء والمجتمع المحلي. كما تساعد الدراسة المديرين والممارسين في مجال العلاقات العامة على فهم كيفية توظيف أدوات الاتصال الحديثة والتقنيات الرقمية في تعزيز الشفافية والمسؤولية الاجتماعية، بما يدعم تنافسية المؤسسة في الأسواق المحلية والعالمية.

يمكن أن تسهم هذه الدراسة في توجيه صنّاع القرار في القطاع الصناعي نحو أهمية إدماج العلاقات العامة ضمن منظومة الإدارة الاستراتيجية، وعدم حصرها في نطاق الترويج الإعلامي فقط. فبتفعيل هذا الدور، يمكن للمؤسسات أن تضمن بناء علاقات إيجابية ومستدامة مع جميع أصحاب المصلحة، وتحسين قدرتها على مواجهة الأزمات والتغيرات البيئية والاقتصادية، وتحقيق توازن بين الأهداف الربحية ومتطلبات التنمية المستدامة. وبذلك، فإن الأهمية العملية للدراسة لا تقتصر على تقديم حلول أنية، بل تمتد لتشكيل إطار تطبيقي طويل الأمد يُسهم في بناء صناعة أكثر تنافسية واستدامة على المستويين المحلي والدولي (Sunny، 2024).

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور العلاقات العامة في تطوير التنافسية وتعزيز الاستدامة داخل القطاع الصناعي، من خلال دراسة كيفية مساهمة استراتيجيات الاتصال المؤسسي في تحقيق التكامل بين الأداء الاقتصادي والمسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات الصناعية.

الأهداف الفرعية:

1. تحليل أثر استراتيجيات العلاقات العامة على بناء السمعة المؤسسية في القطاع الصناعي، ودورها في تعزيز ثقة أصحاب المصلحة والعلاقات طويلة الأمد معهم.
2. تحديد العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية، وكيف يمكن توظيف هذه الممارسات في دعم أهداف التنمية المستدامة.

3. دراسة دور العلاقات العامة في تحسين التواصل الداخلي داخل المؤسسات الصناعية، بما يسهم في رفع كفاءة الأداء التنظيمي وتعزيز روح الانتماء والولاء لدى العاملين.
4. استكشاف إسهام العلاقات العامة في تعزيز الابتكار والاستجابة للتغيرات التكنولوجية، باعتبارها أحد العوامل المؤثرة في رفع مستوى التنافسية الصناعية.
5. اقتراح إطار استراتيجي لتفعيل دور العلاقات العامة في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، بما يضمن استدامة القطاع الصناعي على المدى الطويل.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي للدراسة:

- ما الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في تطوير التنافسية وتعزيز الاستدامة في القطاع الصناعي؟

الأسئلة الفرعية:

1. كيف تُسهم استراتيجيات العلاقات العامة في بناء السمعة المؤسسية وتعزيز ثقة أصحاب المصلحة في المؤسسات الصناعية؟
2. ما العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة وتفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية في إطار تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟
3. إلى أي مدى يمكن للعلاقات العامة أن تُحسن من كفاءة التواصل الداخلي بين العاملين والإدارة داخل المؤسسات الصناعية، بما ينعكس إيجابًا على الأداء التنظيمي؟
4. كيف تساهم العلاقات العامة في دعم الابتكار والتطور التكنولوجي داخل القطاع الصناعي بما يعزز قدرته التنافسية في الأسواق؟
5. ما الإطار الاستراتيجي الأمثل لتفعيل دور العلاقات العامة في تحقيق التكامل بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لضمان استدامة القطاع الصناعي؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية للدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فاعلية ممارسات العلاقات العامة وتطوير التنافسية والاستدامة في القطاع الصناعي.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة إيجابية بين تطبيق استراتيجيات العلاقات العامة الفعالة وبناء السمعة المؤسسية بما يسهم في تعزيز ثقة أصحاب المصلحة ويدعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية.
2. تؤثر ممارسات العلاقات العامة تأثيرًا مباشرًا في تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية، مما يعزز من مساهمتها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
3. تسهم العلاقات العامة في تحسين التواصل الداخلي بين العاملين والإدارة في المؤسسات الصناعية، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى الأداء التنظيمي والإنتاجية.
4. تؤدي توظيف العلاقات العامة في دعم الابتكار والتطور التكنولوجي إلى تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية، من خلال تحسين استجابتها للتغيرات في بيئة الأعمال.
5. يساعد دمج العلاقات العامة ضمن التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات الصناعية في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، مما يدعم استدامة القطاع الصناعي على المدى الطويل.

الدراسات السابقة

استهدف بحث (ابراهيم، 2025) فحص التأثير المباشر وغير المباشر للقيادة المستدامة (المنظور طويل المدى، أولوية أصحاب المصلحة، قيم ورؤية الاستدامة، الابتكار، المسؤولية الاجتماعية والبيئية والسلوك الأخلاقي) على استدامة المؤسسات من خلال توسيط ثقافة الاستدامة بالتطبيق على العاملين في شركات القطاع الصناعي الأردني المدرجة في بورصة عمان. وقام الباحثون بسحب عينة (عمدية) قوامها 216 مفردة من مجتمع البحث، وقد بلغت الصحيحة منها 192. واستخدم الباحثون قائمة استقصاء تم توزيعها على مفردات العينة، كما تم تحليل البيانات باستخدام أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية (WarpPLS- SEM). وأشارت النتائج إلى عدم وجود تأثير معنوي إيجابي لمعظم التأثيرات المباشرة لأبعاد القيادة المستدامة على أبعاد استدامة المؤسسات باستثناء السلوك الأخلاقي على البُعد

البيئي والابتكار على البُعد الاقتصادي وبالتالي فإن الفرض الأول لم يُرفض بالكامل، مما يشير إلى أن التأثير المباشر ضعيف أو غير معنوي في أغلب العلاقات، كما أظهرت النتائج وجود تأثير معنوي إيجابي لثقافة الاستدامة على أبعاد استدامة المؤسسات، بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي لإيجابي غير مباشر لأبعاد القيادة المستدامة على استدامة المؤسسات عند توسيط ثقافة الاستدامة.

تهدف دراسة (أحمد، 2025) إلى التعرف على واقع تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك محل الدراسة، من حيث الأبعاد والاستراتيجيات المتبعة، ورصد مجالات تطبيقها. كما ستبحث تأثير نمط ملكية البنوك على استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية، وانعكاس ذلك على تحقيق الميزة التنافسية. اعتمدت الدراسة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية على خمس استراتيجيات (الدفاعية، المطاوعة، الإدارية، الاستراتيجية، المدنية) والتي تعكس مستوى التزام المنظمات بأدوارها الاجتماعية، أما فيما يتعلق بالميزة التنافسية فتم الاعتماد على الاستراتيجيات التنافسية لبورتر (التميز، التركيز، قيادة التكلفة). وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في أقسام المسؤولية الاجتماعية في المواقع الإلكترونية الرسمية للبنوك المسجلة لدى البنك المركزي، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في (37) مسئولاً من مسؤولي إدارة العلاقات العامة داخل هذه البنوك، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون الكيفي، المقابلات المتعمقة. توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى تنوع استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية بين البنوك، حيث تبنت معظمها استراتيجيات إدارية تدمج فيها معايير الاستدامة ضمن استراتيجيات أعمالها، وكان البعد الإنساني الخيري الأكثر تطبيقاً. أما الاستراتيجيات التنافسية التي تحققت من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية، فجاءت استراتيجية التميز في المقدمة من خلال منتجات بنكية اجتماعية مبتكرة، تلمها استراتيجية القيادة في التكلفة، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية مع مسؤولي إدارة العلاقات العامة إلى أن المسؤولية الاجتماعية تعد جزءاً أساسياً من استراتيجيات البنوك بمختلف أنواعها، بهدف تحسين المجتمع وتعزيز السمعة وزيادة ثقة العملاء. تشمل البرامج مجالات التعليم والصحة والبيئة والتنمية الاقتصادية ودعم الفئات الضعيفة. تختلف استراتيجيات التنفيذ حسب القيم المؤسسية واحتياجات المجتمع، حيث تعتمد بعض البنوك على الابتكار وأخرى على الشراكات. تُعتبر هذه البرامج استثماراً طويل الأجل يعزز التميز التنافسي، رغم التحديات المتعلقة بالموارد وقياس التأثير. كما أن التغيرات الاقتصادية والسياسية قد تؤثر على تنفيذها، مما يتطلب مرونة استراتيجية.

في ظل الثورة التكنولوجية الاتصالية الحديثة واتجاه العالم للتحول الرقمي في جميع المجالات المختلفة كان من الضروري إلقاء الضوء على تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الشركات السياحية حيث أن اعتماد الشركات السياحية في الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي يعزز من القيمة التنافسية بينها وبين الشركات العاملة في ذات المجال والذي من شأنه أن ينعكس على تنشيط السياحة القادمة إلى المقصد السياحي وهو ما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي ، وتوظيف هذه التقنيات يعمل على تحسين تجربة الجمهور المتعامل مع الشركات السياحية وزيادة الكفاءة والإنتاجية، وتقليل التكاليف. وتستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي بطرق متعددة في جميع مجالات قطاع السياحة ، بدءًا من خدمة العملاء الآلية وروبوتات الدردشة والتعرف على الوجه إلى المركبات ذاتية القيادة وتحليلات البيانات. وهدفت دراسة (حسين، 2025) إلى تقييم تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الشركات السياحية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في شركات السياحة. و قد تم استخدام المنهج الوصفي واعتمدت الدراسة على تصميم استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وتوزيعها على عينة من القائمين بالاتصال في (10) شركات سياحة محل الدراسة بلغ عددهم 125 موظف في مستويات ادارية مختلفة ، وقد تم التوصل الى بعض النتائج من أهمها أن من أسباب استخدام الشركات - محل الدراسة- لتقنيات الذكاء الاصطناعي، هو المنافسة القوية مع الشركات المماثلة، وأن العالم أصبح في مرحلة التحول الرقمي، ثم سبب توفر الاعتماد على العنصر البشري في عملية التسويق بالخارج والداخل، وأن سهولة الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور المستهدف، توفر الوقت والجهد.

يعتمد نجاح أي منظمة على تحقيق الأهداف المخطط لها مسبقًا والقدرة على الحفاظ على الأداء أو تطويره على المدى الطويل ونتيجة الرضا المستمر لأصحاب المصلحة في المنظمة بمرور الوقت. وفقًا لمنظمة المعايير العالمية، ترتبط استدامة المنظمة بقدرتها على مراقبة البيئة الخارجية للفرص والتغيرات والاتجاهات والمخاطر. تعتمد استدامة المنظمة على التوازن بين الفوائد المالية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمنظمة وأصحاب المصلحة المباشرين وغير المباشرين. إحدى السمات البارزة للعصر الحالي هي تعقيد البيئة الداخلية والخارجية للمنظمات والمؤسسات الاجتماعية. لقد حدثت العديد من التغيرات في بيئات الأعمال التي غيرت طريقة عمل المنظمات. أصبح التغيير التنظيمي أمرًا لا مفر منه، وفي الواقع يعتمد تميز المنظمات واستدامتها على التنسيق مع التغيير البيئي. بمعنى آخر، يتطلب بقاء المنظمات في الظروف الحالية المعقدة والمتغيرة تطبيق نهج جديد في تطوير الاستراتيجيات التنظيمية. في الماضي القريب، كانت القرارات التنظيمية تتأثر فقط بالاحتياجات الحالية للعملاء والربحية المرجوة لمساهمي المنظمة،

ولكن اليوم، مع ظهور أصحاب المصلحة المتعددين، اتسع نطاق المنافسة بين المنظمات وأصبح رضا مجموعات أصحاب المصلحة المتعددين ضروريًا لتطوير المنظمة وبقائها. وفي الوقت نفسه، لعبت وحدات العلاقات العامة في المنظمات دورًا حاسمًا في تطوير التواصل والتفاعلات الفعالة بين المنظمة وأصحاب المصلحة ويجب أن تستخدم جميع تقنيات وأساليب الاتصال والمعلومات الفعالة لمراقبة المجتمع المستهدف والتعاون معه. المنظمة والاستقرار والاستدامة تحتاج كل منظمة إلى الاستقرار والنظام والاستقرار من أجل البقاء والتقدم بما يتماشى مع أهداف ورؤية المنظمة. يمكن تقسيمها إلى فئتين عامتين من العوامل الداخلية والخارجية: العوامل الداخلية إلى العوامل بما في ذلك تطوير وتنفيذ آليات تحفيز الموظفين لتطوير الإبداع المستدام وزيادة الأداء المستدام وتحسين صحة الموظفين وتحسين ظروف العمل وتحديد الآثار البيئية الضارة وتقليلها وتحقيق كفاءة الطاقة وخفض التكاليف والابتكار التكنولوجي والتزام أصحاب المصلحة (Ahmadi، 2022).

تستند دراسة (Tworzydło، 2024) إلى دراسة لبيئة العلاقات العامة في بولندا، وتحتوي على العديد من الإشارات إلى المشكلات التي يتعين على متخصصي العلاقات العامة البولنديين التعامل معها أثناء أداء واجباتهم المهنية اليومية. الغرض من المقالة هو تحديد العوامل التي تحدد وتيرة استخدام عناصر التنمية المستدامة في حملات العلاقات العامة. تتكون وحدة التحليل من ردود 315 متخصصًا في العلاقات العامة يمثلون منظمات مختلفة ويقدمون خدمات لعملائهم ولأنفسهم، مما يساهم في هياكل العلاقات العامة للشركات الخاصة والعامة. كانت تقنية البحث الرئيسية هي استطلاع رأي CAWI عبر الإنترنت الذي أجري في عام 2022. تفترض الفرضية الرئيسية للمقالة أن الخبرة المهنية لمختصي العلاقات العامة البولنديين تحدد وتيرة استخدام عناصر التنمية المستدامة في حملات العلاقات العامة. في ضوء الاعتبارات المذكورة أعلاه، يمكن أن تقدم هذه المقالة مساهمة قيمة في المناقشة حول تطور دور أخصائي العلاقات العامة في سياق التنمية المستدامة.

في ضوء الاهتمام الدولي المتزايد بالعلاقات العامة (PR) في صناعة الضيافة، يُجرى دراسة (Elkasem، 2024) بهدف دراسة دور العلاقات العامة في دعم وتطوير الاستدامة في الفنادق. ولهذا الغرض، أُجريت دراسة تجريبية على عينة من الدراسة والتي تشمل (العلاقات العامة) في فندق خمس نجوم في القاهرة الكبرى لتحديد تأثير ممارسات العلاقات العامة في تحقيق الاستدامة الاقتصادية في الفنادق. طبقت هذه الدراسة استبيانات مغلقة على المشاركين في الدراسة لجمع معلومات موثوقة حول دور العلاقات العامة في دعم وتطوير الاستدامة في الفنادق لفهم كيفية تأثير

العلاقات العامة على الاستدامة الاقتصادية للفنادق. أشارت نتائج البحث إلى أن التأثير الاقتصادي للعلاقات العامة واضح في مجالات مثل دعم الاقتصادات المحلية وضمان استراتيجيات التسعير التنافسية. وقد حظيت المبادرات التي تعتمد على العلاقات العامة مثل الحصول على المنتجات محلياً (المتوسط: 4.13) ودعم الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال أنشطة سلسلة التوريد بتقدير كبير. ومع ذلك، تكشف الدراسة عن نقاط ضعف في إعادة استثمار الأرباح في تنمية المجتمع (المتوسط: 3.11) والتعاون مع الشركات الأخرى لتعزيز الاستدامة الاقتصادية الإقليمية (المتوسط: 3.37). وتشير هذه النتائج إلى ضرورة أن تُعطي الفنادق الأولوية لمساهمتها طويلة الأجل في النمو الاقتصادي المحلي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أوجه التشابه في الدراسات السابقة

تشارك الدراسات السابقة في التركيز على أهمية الاستدامة والتنافسية في المؤسسات والمنظمات المختلفة، سواء في القطاع الصناعي أو الخدمي، من خلال استخدام استراتيجيات محددة لتعزيز الأداء المؤسسي. كما تؤكد جميعها على الدور الحيوي لـ العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في تعزيز تفاعل المنظمة مع أصحاب المصلحة، وتحقيق أهدافها على المدى الطويل. كما تتفق معظم الدراسات على أن الممارسات الاستراتيجية مثل القيادة المستدامة، والمسؤولية الاجتماعية، واستخدام التقنيات الحديثة، تمثل عوامل أساسية في تحسين القدرة التنافسية والاستدامة، سواء عبر التأثير المباشر على الأداء المؤسسي أو عبر تأثيرات وسيطة كالثقافة المؤسسية والتواصل المؤسسي الفعال.

- أوجه الاختلاف في الدراسات السابقة

رغم التشابه في الهدف العام، تختلف الدراسات السابقة من حيث مجال التطبيق والمنهجية المتبعة. بعض الدراسات ركزت على القطاع الصناعي بشكل مباشر، مع قياس أثر القيادة المستدامة وثقافة الاستدامة على أداء المؤسسات، بينما تناولت دراسات أخرى القطاع البنكي والفندقي والسياحي لدراسة أثر المسؤولية الاجتماعية أو استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي في تعزيز التنافسية. كما تختلف الدراسات في أدوات البحث المستخدمة؛ فبعضها اعتمد على استبيانات كمية وتحليل إحصائي متقدم مثل نمذجة المعادلات الهيكلية، بينما اعتمدت أخرى على المقابلات المعمقة والتحليل النوعي. إضافة إلى ذلك، تختلف الدراسات في مستوى التحليل، فهناك دراسات ركزت على الموظفين والإداريين، وأخرى ركزت على سياسات المؤسسات ككل أو على أداء القطاع الاقتصادي كلياً.

- الفجوات البحثية التي يميزها البحث الحالي

تظهر الفجوات البحثية في الحاجة إلى دراسة دور العلاقات العامة بشكل مباشر في تعزيز التنافسية والاستدامة في المؤسسات الصناعية ضمن بيئة محلية محددة، مع دمج التأثير المباشر وغير المباشر عبر المتغيرات الوسيطة مثل الثقافة المؤسسية ورضا أصحاب المصلحة. كما يبرز نقص الدراسات التي تربط بين استراتيجيات العلاقات العامة والابتكار المؤسسي والاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الوقت نفسه، مع التركيز على تحليل بيانات كمية شاملة باستخدام أدوات إحصائية دقيقة. كذلك، هناك فجوة في استقصاء أثر العلاقات العامة على الاستدامة المؤسسية عبر المنهج الكمي في القطاع الصناعي، مقارنة بالدراسات السابقة التي ركزت على القطاعات الخدمية أو الاقتصادية بشكل أوسع، مما يتيح للبحث الحالي تقديم مساهمة علمية عملية واضحة وقابلة للتطبيق في تحسين الأداء المؤسسي وتعزيز التنافسية.

المنطلقات النظرية للدراسة

تعد المنطلقات النظرية الأساس العلمي الذي تستند إليه أي دراسة أكاديمية، إذ تُسهم في توضيح المفاهيم والمبادئ التي تُبنى عليها مشكلة البحث وأهدافه وتحليلاته. وفي هذه الدراسة، التي تتناول دور العلاقات العامة في تطوير التنافسية والاستدامة في القطاع الصناعي، تمثل المنطلقات النظرية الإطار الفكري الذي يربط بين ثلاثة مفاهيم رئيسية هي: العلاقات العامة، والتنافسية، والاستدامة. فالعلاقات العامة تُعنى بإدارة الاتصال والتواصل بين المؤسسة وجمهورها، بينما تهدف التنافسية إلى تعزيز موقع المؤسسة في السوق، أما الاستدامة فتتركز على تحقيق توازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. ومن خلال الجمع بين هذه المفاهيم، تسعى الدراسة إلى بناء رؤية متكاملة توضح كيف يمكن للعلاقات العامة أن تُسهم في تطوير أداء المؤسسات الصناعية لتصبح أكثر تنافسية واستدامة في آن واحد. وتستمد هذه المنطلقات أهميتها من التطور الكبير الذي يشهده القطاع الصناعي عالمياً ومحلياً، وما يفرضه ذلك من تحديات تتعلق بالابتكار، وحماية البيئة، وتعزيز الثقة مع المجتمع. ومن ثم، فإن فهم الأسس النظرية للعلاقات العامة ودورها في دعم الاستراتيجيات الصناعية يُعدّ خطوة ضرورية نحو توظيفها كأداة استراتيجية تُحقق التوازن بين متطلبات السوق وواجبات المؤسسة تجاه المجتمع والبيئة. بناءً على ذلك، تتناول الفقرات التالية توضيح الجوانب النظرية الأساسية التي تركز عليها هذه الدراسة.

- مفهوم العلاقات العامة وأهميتها الاستراتيجية

تعد العلاقات العامة من الركائز الأساسية في منظومة الإدارة الحديثة، إذ لم تُعد مجرد نشاط إعلامي أو أداة ترويجية، بل أصبحت وظيفة استراتيجية تُسهم في تحقيق أهداف المؤسسة عبر بناء علاقات متوازنة ومستمرة مع مختلف فئات الجمهور الداخلي والخارجي. وتستند العلاقات العامة إلى مبادئ الاتصال المتكامل والإدارة الشمولية للسمعة، إذ تهدف إلى تكوين صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة وتعزيز الثقة والمصدقية تجاهها. وفي السياق الصناعي تحديداً، تبرز أهمية العلاقات العامة في قدرتها على ربط المؤسسة ببيئتها الاقتصادية والاجتماعية، والتعبير عن سياساتها وممارساتها بما يتماشى مع متطلبات التنمية المستدامة والابتكار الصناعي. ومن هذا المنطلق، يمكن القول إن العلاقات العامة أصبحت أداة فاعلة في صياغة توجهات المؤسسة وصنع القرارات الاستراتيجية، خصوصاً في ظل المنافسة العالمية والتطور التكنولوجي المتسارع الذي يتطلب بناء شبكات تواصل أكثر كفاءة وفاعلية (Aslan، 2023).

- التنافسية في القطاع الصناعي ودور العلاقات العامة في تعزيزها

تُعدّ التنافسية أحد المفاهيم الجوهرية التي تحدد مدى قدرة المؤسسة على الاستمرار والنمو في بيئة الأعمال المتغيرة. ويقصد بالتنافسية قدرة المؤسسة على تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة أعلى أو قيمة مضافة أكبر مقارنة بالمنافسين، من خلال استغلال مواردها البشرية والمادية والمعرفية بكفاءة. وهنا يأتي دور العلاقات العامة في دعم هذا التوجه من خلال بناء سمعة مؤسسية قوية تُميّز المؤسسة في السوق، وتعزيز العلاقات مع الموردين والعملاء والمستثمرين، إضافة إلى المساهمة في تحسين بيئة العمل الداخلية التي تُعدّ عاملاً مؤثراً في الإنتاجية والابتكار. كما تُسهم العلاقات العامة في تحليل الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية، وتزويد الإدارة العليا ببيانات دقيقة تساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية تعزز من مركزها التنافسي. وبهذا المعنى، تصبح العلاقات العامة أداة استراتيجية لتقوية الميزة التنافسية، ليس فقط من خلال الصورة الذهنية الإيجابية، بل عبر دورها الفعلي في دعم عمليات الابتكار والتطوير الصناعي المستمر (Hancoo، 2022).

- مفهوم الاستدامة وأبعادها في القطاع الصناعي

تُعتبر الاستدامة مفهوماً متكاملًا يهدف إلى تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي، والحفاظ على البيئة، وتحقيق العدالة الاجتماعية. وفي القطاع الصناعي، تزداد أهمية هذا المفهوم في ظل الضغوط المتزايدة من الحكومات والمستهلكين

والمجتمع المدني نحو تبني ممارسات إنتاجية مسؤولة وصديقة للبيئة. وتتمثل أبعاد الاستدامة الصناعية في ثلاثة محاور أساسية: البعد الاقتصادي الذي يركز على تحسين الكفاءة والإنتاجية، والبعد البيئي الذي يهتم بتقليل الأثر السلبي للعمليات الصناعية على البيئة، والبعد الاجتماعي الذي يعنى برعاية حقوق العاملين والمجتمعات المحلية. وتلعب العلاقات العامة دورًا محوريًا في تحقيق هذا التكامل من خلال التواصل الفعال بشأن مبادرات المؤسسة في مجالات البيئة والمسؤولية الاجتماعية، وتعزيز وعي الجمهور والمستثمرين بجهود المؤسسة في التنمية المستدامة، وهو ما ينعكس إيجابًا على سمعتها واستمراريتها في السوق (Zafarullah، 2025).

- التكامل بين العلاقات العامة والاستدامة الصناعية

إن العلاقة بين العلاقات العامة والاستدامة الصناعية هي علاقة تكاملية تقوم على مبدأ الاتصال المسؤول، إذ تعمل العلاقات العامة كوسيط بين المؤسسة وبيئتها الخارجية لشرح سياساتها في مجالات البيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة. ومن خلال استراتيجيات الاتصال الفعالة، تُسهم العلاقات العامة في توعية العاملين والجمهور بأهمية تبني ممارسات صناعية مستدامة، كما تساعد في بناء توافق بين مصالح المؤسسة ومصالح المجتمع. إضافة إلى ذلك، تُسهم العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية والاجتماعية التي قد تواجه المؤسسة، وتساعد في ترميم الثقة والحفاظ على سمعتها المؤسسية. وبالتالي، فإن دمج العلاقات العامة ضمن منظومة الاستدامة يعزز من قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن بين الربحية والالتزام الأخلاقي والبيئي، وهو ما يجعلها أكثر قدرة على المنافسة والاستمرارية في المدى البعيد (Olukorede، 2024).

- الإطار المفاهيمي للعلاقة بين العلاقات العامة والتنافسية والاستدامة

تستند الدراسة إلى افتراض رئيسي مفاده أن العلاقات العامة تُشكل حلقة وصل بين مفهومي التنافسية والاستدامة داخل المؤسسة الصناعية. فالتنافسية تُركّز على تحقيق التميز في الأداء، بينما تهتم الاستدامة بتحقيق النمو المستمر بطريقة مسؤولة ومتوازنة. والعلاقات العامة تُعدّ العامل الذي يربط بين هذين البعدين عبر الاتصال والتواصل وبناء السمعة والثقة. إذ تعمل العلاقات العامة على تحويل مبادئ الاستدامة إلى ممارسات اتصالية ملموسة تُسهم في تعزيز الصورة المؤسسية، كما تُسهم في تحويل الميزة التنافسية من مجرد أداء اقتصادي إلى قيمة اجتماعية وبيئية شاملة. ومن هذا المنطلق، يمثل الإطار النظري للدراسة رؤية تكاملية تؤكد أن العلاقات العامة ليست وظيفة تابعة، بل عنصرًا محوريًا في بناء مؤسسات صناعية قادرة على المنافسة المستدامة في بيئة عالمية معقدة ومتغيرة (Alkandi، 2025).

المنهجية وطرق البحث

- مقدمة عن المنهجية الكمية

تعتمد هذه الدراسة على المنهجية الكمية لقياس العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة والتنافسية والاستدامة في القطاع الصناعي. وتُعتبر المنهجية الكمية أداة علمية دقيقة تهدف إلى جمع البيانات وتحليلها إحصائيًا، ما يمكن الباحث من اختبار الفرضيات والتحقق من صحة العلاقات بين المتغيرات المختلفة. وتتيح هذه المنهجية تحويل الظواهر والمعطيات إلى أرقام قابلة للقياس، مما يوفر نتائج موضوعية تدعم التوصيات العملية. وقد تم اختيار المنهج الكمي نظرًا لقدرته على تقديم صورة دقيقة عن مدى تأثير العلاقات العامة على الأداء المؤسسي، وقياس مساهمتها في تعزيز السمعة المؤسسية والابتكار والمسؤولية الاجتماعية، وهو ما يصعب تحقيقه باستخدام المناهج النوعية التي تعتمد على التفسير والتحليل النصي.

- مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المؤسسات الصناعية العاملة في القطاع الصناعي، بما يشمل المؤسسات الكبيرة والمتوسطة والصغيرة. وتم اختيار هذا المجتمع لتمثيله للواقع الصناعي المتنوع، ولقدرته على توفير بيانات دقيقة حول ممارسات العلاقات العامة والتنافسية والاستدامة. أما عينة الدراسة، فقد تم تحديدها باستخدام العينة العشوائية الطبقية لضمان شمول مختلف أنواع المؤسسات الصناعية من حيث الحجم ونوع النشاط والموقع الجغرافي. ويساعد هذا الأسلوب في الحصول على بيانات تمثل المجتمع بدقة، ما يعزز من صحة النتائج وقابليتها للتعميم على القطاع الصناعي ككل.

- أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الكمية. وتم تصميم الاستبيان وفقًا لمقاييس معيارية لقياس فعالية العلاقات العامة وأثرها على التنافسية والاستدامة. ويحتوي الاستبيان على أسئلة مغلقة ومقاييس Likert لتقييم ممارسات العلاقات العامة مثل: بناء السمعة، تعزيز الابتكار، تفعيل المسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الاستدامة البيئية والاقتصادية. ولضمان صحة وموثوقية البيانات، تم إجراء تجربة أولية للاستبيان على عينة صغيرة

للتحقق من وضوح الأسئلة ومصداقية المقاييس. كما تم استخدام اختبار كرونباخ ألفا لقياس الثبات الداخلي، ما يؤكد موثوقية النتائج المستخلصة من الاستبيانات.

- طرق تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، تم تنظيمها وترميزها في برامج التحليل الإحصائي مثل SPSS لإجراء التحليلات اللازمة. وتشمل طرق التحليل:

1. التحليل الوصفي لتقديم صورة عامة عن خصائص المجتمع والعينة، بما في ذلك النسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري.
2. اختبارات الفرضيات باستخدام معامل الارتباط وتحليل الانحدار لتحديد العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة والتنافسية والاستدامة.
3. تحليل الفروق لدراسة الاختلافات بين المؤسسات الصناعية المختلفة من حيث فعالية العلاقات العامة وأثرها على الأداء المؤسسي.

- مبررات اختيار المنهجية الكمية

تم اختيار المنهجية الكمية لهذه الدراسة لعدة أسباب رئيسية:

- قدرتها على قياس العلاقة بين المتغيرات بدقة وموضوعية، وهو أمر ضروري لتحديد أثر العلاقات العامة على التنافسية والاستدامة.
- إمكانية اختبار الفرضيات بطريقة علمية قابلة للتكرار، مما يعزز مصداقية النتائج.
- توفير قاعدة بيانات قابلة للتعميم على مؤسسات صناعية أخرى مشابهة، ما يزيد من قيمة الدراسة العملية.
- تسهيل إجراء التحليلات الإحصائية واستخلاص استنتاجات واضحة تدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية في القطاع الصناعي.

أدوات الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهجية الكمية، لذلك فإن أدوات جمع البيانات تم تصميمها لتناسب هذا المنهج العلمي، بحيث تكون قادرة على قياس العلاقات بين متغيرات الدراسة بطريقة رقمية وإحصائية دقيقة. وتهدف أدوات الدراسة إلى جمع معلومات موثوقة حول فاعلية ممارسات العلاقات العامة وأثرها على التنافسية والاستدامة في القطاع الصناعي، بما يمكن الباحث من اختبار الفرضيات واستخلاص نتائج قابلة للتعميم.

- الاستبيان كأداة رئيسية

تم اختيار الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات الكمية، نظرًا لفاعليته في قياس الاتجاهات والآراء والممارسات المتعلقة بالعلاقات العامة داخل المؤسسات الصناعية. ويحتوي الاستبيان على أسئلة مغلقة ومقاييس Likert للتقييم عدة أبعاد، منها:

1. بناء السمعة المؤسسية لقياس مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة أمام أصحاب المصلحة.
2. تعزيز التنافسية لقياس أثر العلاقات العامة في تطوير قدرة المؤسسة على المنافسة في الأسواق المحلية والدولية.
3. الابتكار والتطوير الصناعي لتقييم دور العلاقات العامة في دعم استراتيجيات الابتكار والتحول التكنولوجي.
4. المسؤولية الاجتماعية والاستدامة لقياس مساهمة العلاقات العامة في تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية والممارسات البيئية المستدامة.
5. التواصل الداخلي والخارجي لتقييم فاعلية قنوات الاتصال بين الإدارة والعاملين وبين المؤسسة والجمهور الخارجي.

- تصميم الاستبيان وضمان صلاحيته

تم تصميم الاستبيان بعد مراجعة الأدبيات السابقة لضمان شمول جميع أبعاد الدراسة النظرية والتطبيقية. كما تم اختباره على عينة تجريبية صغيرة للتحقق من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها من قبل المستجيبين. وتم قياس الثبات الداخلي للأداة باستخدام معامل كرونباخ ألفا للتأكد من موثوقية الاستبيان وقدرته على تقديم نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي.

- مبررات استخدام الاستبيان

اختيار الاستبيان كأداة رئيسية يركز على عدة أسباب:

- قدرته على جمع بيانات كمية من عدد كبير من المستجيبين بسرعة وفعالية.
- توفير معلومات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي، مما يدعم اختبار الفرضيات بدقة.
- إمكانية قياس أبعاد متعددة في وقت واحد، مثل التنافسية والاستدامة والسمعة المؤسسية.
- القدرة على تعميم النتائج على مؤسسات صناعية مشابهة، بما يزيد من قيمة الدراسة العملية والعلمية.

حدود الدراسة

- الحدود البشرية

تقتصر الدراسة على العاملين والإداريين في المؤسسات الصناعية الذين لهم دور مباشر أو غير مباشر في تنفيذ ممارسات العلاقات العامة داخل هذه المؤسسات. ويشمل ذلك مسؤولي الاتصال المؤسسي، وأقسام التسويق والعلاقات العامة، وفئات معينة من الموظفين الذين يشاركون في برامج المسؤولية الاجتماعية والمبادرات البيئية. وقد تم اختيار هذه الفئة لأنها الأكثر قدرة على تقديم معلومات دقيقة وموضوعية حول كيفية تطبيق العلاقات العامة ودورها في تعزيز التنافسية والاستدامة، مما يجعل النتائج قابلة للتحليل العلمي والتطبيق العملي.

- الحدود الزمانية

تركز الدراسة على الفترة الزمنية من بداية عام 2023 حتى منتصف عام 2025، وذلك لقياس أثر ممارسات العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية ضمن سياق حديث يعكس التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية الأخيرة. اختيار هذا الإطار الزمني يتيح رصد استراتيجيات حديثة في تطوير التنافسية والاستدامة، مع مراعاة التغيرات التي طرأت على أساليب التواصل المؤسسي وأدوات العلاقات العامة في القطاع الصناعي خلال هذه الفترة.

- الحدود المكانية

تقتصر الدراسة على المؤسسات الصناعية العاملة في المنطقة الجغرافية المحددة، والتي تشمل المدن الصناعية والمناطق الاقتصادية المعتمدة على الإنتاج الصناعي. وتم اختيار هذا الإطار المكاني لضمان إمكانية الوصول إلى البيانات

والمستجيبين، ولضبط المتغيرات البيئية والاجتماعية التي قد تؤثر على ممارسات العلاقات العامة ومستوى التنافسية والاستدامة. كما يساعد هذا الاختيار على تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق على مؤسسات صناعية مماثلة في نفس السياق المحلي أو الإقليمي.

المراجع

- المراجع العربية

- ابراهيم, ع. ي. (2025). العلاقة بين القيادة المستدامة واستدامة المؤسسات: الدور الوسيط لثقافة الاستدامة "دراسة تطبيقية على العاملين في شركات القطاع الصناعي الأردني المدرجة في بورصة عمان Retrieved from https://alat.journals.ekb.eg/article_443374.html
- أحمد, ن. م. (2025). دور برامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في تحقيق الميزة التنافسية لها: دراسة على قطاع البنوك العاملة في مصر Retrieved from https://sjocs.journals.ekb.eg/article_415427.html
- حسين, ح. ن. (2025). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الميزة التنافسية للشركات السياحية: دراسة على القائم بالاتصال Retrieved from https://sjocs.journals.ekb.eg/article_415425.html

- المراجع الأجنبية

- Ahmadi, M. (2022). The Role of Public Relations in the sustainability of the organization. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/359722107_The_Role_of_Public_Relations_in_the_sustainability_of_the_organization
- Alkandi, I. (2025). Green Supply Chain Management, Business Performance, and Future Challenges: Evidence from Emerging Industrial Sector. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/1/29>
- Andersson, R. (2024). Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/374074612_Public_Relations_Strategizing_A_Theoretical_Framework_for_Understanding_the_Doing_of_Strategy_in_Public_Relations
- Aslan, A. (2023). Communication in Public Relations. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/375062112_Communication_in_Public_Relations
- Barros, R. d. (2025). Exploring creativity and innovation in organizational contexts: A systematic review and bibliometric analysis of key models and emerging opportunities. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853125000617>
- Elkasem, A. A. (2024). The Impact of Public Relations Practices in Achieving Economic Sustainability in Hotels. Retrieved from https://mfth.journals.ekb.eg/article_416067.html?lang=en
- Hancco, J. F. (2022). Competitiveness: A Strategic Resource-Based Approach To Business Management. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/366679272_Competitiveness_A_Strategic_Resource-Based_Approach_To_Business_Management

Igben, H. (2021). Public relations practitioners' perception of new media influence on promotion of mutual understanding between organisation and strategic publics in Nigeria. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/355835349_Public_relations_practitioners'_perception_of_new_media_influence_on_promotion_of_mutual_understanding_between_organisation_and_strategic_publics_in_Nigeria

Olukorede, A. (2024). Stakeholder engagement and participation in environmental contexts, social responsibility and society based on a study conducted in Rome, Italy. Retrieved from <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-025-00111-8>

Oparaugo, B. (2021). Role of Public Relations in Corporate Image Building and Sustenance. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/352032448_Role_of_Public_Relations_in_Corporate_Image_Building_and_Sustenance

Sujatmiko, S. (2024). Global Supply Chain Management: Trends, Challenges, and Strategies. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/389306837_Global_Supply_Chain_Management_Trends_Challenges_and_Strategies

Sunny, F. A. (2024). Influential Theories of Economics in Shaping Sustainable Development Concepts. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2076-3387/15/1/6>

Tworzydło, D. (2024). Sustainability in Public Relations Campaigns: Diagnosis of the Phenomenon Using the Example of PR Industry Research in Poland. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/10/4252>

Ye, P. (2022). Influence of leadership empowering behavior on employee innovation behavior: The moderating effect of personal development support. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9806223/>

Zafarullah, H. (2025). Balancing economic growth and sustainability for environmental protection in Southeast Asia: a regional perspective. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/390392220_Balancing_economic_growth_and_sustainability_for_environmental_protection_in_Southeast_Asia_a_regional_perspective

Midocean University

College of Management

Master's Specialization in Public Relations



**The Role of Public Relations in Developing Competitiveness and Sustainability in
the Industrial Sector**

Prepared by the student/

Dana Abdulaziz Al-Manea

University ID/

252000482

Supervisor/

Dr. Faisal Abdulhameed Mohammed

Dr. Fayez Ali Jarad

Year

2025