

دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال الإداري داخل شركات المقاولات في الرياض

إعداد الطالب

أياد جادالله الطويل

الرقم الجامعي

243000675

إشراف/

دكتور: فايز جراد

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

رافق التطور حياة البشر بشكل عام خلال مراحل حاتهم المختلفة، والإنسان كائن اجتماعي بالفطرة، وعملية الاتصال ترتبط بالطبيعة البشرية، فعملية الاتصال تحقق السلوك الاجتماعي من خلال نقل المعلومات ومعرفة مواطن القوة والضعف، ومن خلالها يتم تبادل الخبرات وإحداث الاستجابة والتفاعل بين أفراد المجتمع، كما تعمل الإدارة على تقوية علاقاتها بشكل دائم ومنظم بينها وبين منسوبي المؤسسة وبينها وبين العملاء.

يشير الفنجري (2020) إلى أن الشركات في مختلف الأنشطة والمجالات تسعى دائماً إلى التقدم والارتقاء نحو مصاف الشركات الكبرى وتحقيق النمو والتقدم والازدهار، وتولي مكانة بارزة في سلم ترتيب الشركات الكبرى المنافسة لها في المجال، ولذا فإن العلاقات العامة للشركة تحتل مرتبة متقدمة في تحقيق عملية الاتصال والتنسيق بين مختلف الجهات والقطاعات العاملة فيها، كما أنها تعمل على بناء علاقات قوية مع الإدارات ومع الجمهور من أجل البقاء والمنافسة السوقية والحفاظ على ولاء العملاء؛ إذ تعد هذه العلاقات وإدارتها الركيزة الأساسية والقوة المحورية للأنشطة التي تقوم بها الشركة وفي ديمومتها.

ويرى عبادي (2017) أن العلاقات العامة تعتبر نشاطاً جوهرياً في حياة الشركات والمنظمات وعاملاً من عوامل كفاءتها وفعاليتها، بل إن العلاقات العامة وظيفة متخصصة تعتمد على المنظمات بكافة أشكالها في تحقيق أهدافها، وتتميز بكونها نشاطاً اتصالياً متعدد الأهداف والغايات، حيث أنها تربط بين المنظمة والعاملين بها بمختلف مستوياتهم، وبين المنظمة والبيئة المحيطة والمتواجدة فيها.

فالعلاقات العامة استراتيجية اتصالية هامة بين الأفراد، إذ تعمل على كسب ثقة الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة وفي خلق وتدعيم الصورة الجيدة لها، فهي ليست مجرد نشاط يربط المؤسسة بجمهورها بل تعبر عن مجموعة من العلاقات الاجتماعية

المتناسقة، حيث تسعى إلى كسب ثقة الجماهير وتصحيح وتغيير آرائهم ووجهة نظرهم تجاه المؤسسة (مسعي، 2019).

وكضرورة لهذا التفاعل أصبحت علمية الاتصال من مميزات ومكونات المؤسسات الحديثة، فهي وسيلة فعالة لخلق الانسجام الداخلي من خلال ضمان تدفق المعلومات بين مختلف الوظائف، وبدون وجود الاتصال داخل المؤسسة تفقد القدرة على العمل وتحقيق أهدافها، ويرجع السبب في ذلك إلى أن أنظمة الاتصال الإدارية والتنظيمية تزود الممارسين بالإجراءات والخطوات والنماذج والإرشادات الخاصة بالاتصال؛ ولذا تمكن أفراد المؤسسة من تحقيق أهدافها بكفاءة وتمكنهم من إنجاز أعمالهم وتحسين أدائهم (بالعيد، 2015، ص19).

وواجهة عملية الاتصال تعقيد في علاقات الإنسان، وهو ما يظهر بوضوح في الحاجة إلى تأمين توافقهم ومواجهة اختلافاتهم، ولإحداث هذا التوافق والتفاهم بين البشر لابد من وجود نظام والاعتماد أساسيات تتماشى مع الواقع وتخلق التفاهم بينهم في شتى المجالات، ومن بين هذه المجالات نجد المجال الإداري الذي أولى اهتماماً كبيراً للجانب الاتصالي، والذي اعتمد على عدة أشكال للتواصل مع الإدارات والتواصل مع الجمهور (عصماني، 2022).

وتعد عملية الاتصال الإداري من العمليات الحيوية والديناميكية داخل المؤسسات، وتتداخل مع مختلف العمليات، باعتبار أنها من الوسائل التي يتم من خلالها نقل المعلومات والبيانات والتعريف بالمؤسسة وثقافتها، وتؤثر فاعلية الاتصال الإداري على الجانب النفسي لمنسوبي المؤسسات، فهي من الوسائل المحفزة، والتي تقلل من عملية الجمود والمركزية في اتخاذ القرارات، وأيضاً لا يخفى دورها في توفير التغذية الراجعة التي تعزز من فاعلية المهام والمسؤوليات المنوطة بالمؤسسة (Lucas- Estan; Software; passarella & Conti, 2017).

مشكلة الدراسة:

تتعرض فاعلية الاتصال الإداري على الأنظمة الإدارية وعلى المهام الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، إذ أنها تساعد على متابعة المستجدات لأداء المهام المختلفة بما يرفع من مستوى الأداء، وبالنسبة للمؤسسات وما تشهده من تحدٍ واضح في ظل التحولات التي يشهدها العصر الحالي فإن اتجاه هذه المؤسسات متزايد نحو الحفاظ على تحقيق الميزة التنافسية من خلال إيجاد الوسائل الملائمة واستغلال مواردها لتلبية متطلبات التقدم وتحقيق الكفاءة الأدائية للعاملين بها والجودة مما ينعكس على تطور ونمو المجتمع (لايقة، 2018).

وتشير دراسة السعدي (2020، ص 18) إلى أن أهمية الاتصال الإداري تتمثل في دوره في التنسيق بين المهام والممارسات داخل البيئة، والتأكد من تكامل المهام وترابطها بينهم، إلى جانب دورها في نشر الثقافة التنظيمية بين العاملين فيها، وبيان الآليات والوسائل التي يتم من خلالها تنظيم المهام وتحديد البدائل وتنفيذ ما يتم اتخاذه من قرارات، وعملية الاتصال الإداري من الجوانب المهمة والمؤثر في عملية إدارة الأزمات والظروف المفاجئة التي قد تتعرض لها المؤسسة.

كما تؤكد دراسة (Acikalin & Turan, 2015) على ضرورة سير عملية الاتصال الإداري كحلقة دائرية بين أفراد المؤسسة على أن تدار هذه الحلقة بحكم واتزان من قبل مديري المؤسسة من أجل بناء جسور اتصال مع الجميع لضمان تحقيق الأهداف المرجوة. وأوصت دراسة النجراني (2010) بضرورة قيام الدوائر الحكومية في منطقة تبوك بأخذ دورها في الاهتمام بأبعاد الاتصال الإداري وتعزيزها لما لها من أثر في تحسين الأداء، وأوصت دراسة صالح (2020) بضرورة بتخصيص ميزانية لاستمرار نشاط البحث العملي وتطوير الاتصالات الإدارية من أجل تحسين العمليات عبر قنوات الاتصال المختلفة، وتتمثل مشكلة الدراسة الحالية في الكشف عن دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال الإداري لدى شركات المقاولات بمدينة الرياض.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

1. ما سيوفره البحث من معلومات حول درجة ممارسة منسوبي إدارة العلاقات العامة للاتصال الإداري.
2. إثراء الجانب النظري في مجال العلاقات العامة والاتصال الإداري للعمل على تحسين تلك العلاقة لما لها من أثر في تحسين إنتاجية العاملين وأدائهم المهني.
3. يؤمل من البحث أن يساهم في تحسين عملية الاتصال لدى منسوبي العلاقات العامة وتوظيفها بما ينعكس إيجاباً على أداء العاملين.

الأهمية التطبيقية:

1. قد تساهم نتائج البحث في توجيه الإدارة للاهتمام بتطوير إدارة العلاقات العامة بما ينعكس على تعزيز الاتصال الإداري للعاملين لتحسين وتطوير العاملين بشركات المقاولات.
2. قد يفيد البحث المختصين في عقد دورات تدريبية وورش عمل لمنسوبي العلاقات العامة حول مفهوم الاتصال الإداري وكيفية تطوير مفاهيمه للاستفادة من دوره في تحقيق الفعالية وتحقيق الأهداف.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الهدف الرئيس التالي: الكشف عن دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال الإداري داخل شركات المقاولات في الرياض. ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على درجة ممارسة منسوبي إدارة العلاقات العامة للاتصال الإداري بشركات المقاولات بمدينة الرياض.

2. التعرف على دور العلاقات العامة بأبعادها (البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارية)

في تعزيز الاتصالات الإداري لدى منسوبي شركات المقاولات.

3. التعرف على ما إذا كان فروق دالة إحصائياً بين متوسطات استجابات أفراد عينة

البحث على درجة ممارسة منسوبي إدارة العلاقات العامة للاتصال الإداري تعزى

لمتغيرات (المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي، الدورات التدريبية).

تساؤلات الدراسة:

تتحدد أسئلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما دور العلاقات العامة

في تعزيز الاتصال الإداري داخل شركات المقاولات في الرياض؟

ويتفرع من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما درجة ممارسة منسوبي إدارة العلاقات العامة للاتصال الإداري بشركات

المقاولات بمدينة الرياض؟

2. ما دور العلاقات العامة بأبعادها (البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارية) في تعزيز

الاتصالات الإداري لدى منسوبي شركات المقاولات؟

3. هل توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات استجابات أفراد عينة البحث على

درجة ممارسة منسوبي إدارة العلاقات العامة للاتصال الإداري تعزى لمتغيرات

(المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي، الدورات التدريبية)؟

فروض الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية الإجابة على الفروض التالية:

1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة العلاقات العامة وتعزيز الاتصال

الإداري من وجهة نظر منسوبي شركات المقاولات بمدينة الرياض.

2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين دور نشاط العلاقات العامة بأبعادها

(البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارة).

3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة العلاقات العامة وأبعاد الاتصال الإداري (اتصالات الأداء، اتصالات المهنة، الاستجابة للاتصال).

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الباحث للأدب النظري يستعرض الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة، وتم تقسيمها إلى محورين على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة.

دراسة الدقاش (2023) هدفت الدراسة للتعرف على فاعلية توظيف العلاقات العامة بالجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعية من خلال دراسة مسحية على العاملين في العلاقات العامة بجامعات المنطقة الشرقية والمتمثلة بجامعة الملك فيصل، وجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل، وجامعة الملك فهد للبترول والمعادن، وجامعة حفر الباطن، وجامعة الأمير محمد بن فهد، والجامعة العربية المفتوحة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحلي، وأسلوب الحصر الشامل، وتكونت عينة الدراسة من (100) مستجيب، وتوصلت الدراسة إلى أن ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السعودية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دائمة في أعمال العلاقات العامة بالجامعة للتواصل والتفاعل مع الجماهير وتحقيق أهداف العلاقات العامة، كما بينت النتائج عدم وجود علاقة بين كل من فاعلية وواقع وعلميات ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة في الجامعات السعودية وبين جميع المتغيرات الديمغرافية (النوع، الخبرة، التخصص الدارسي، الجامعة).

دراسة حرز الله (2020) هدفت الدراسة إلى معرفة دور دائرة العلاقات العامة في جامعة بيرزيت في التواصل خلال الأزمات، والتعرف إلى أبرز الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة خلال الأزمات، بالإضافة إلى تأثير قرارات الإدارة العليا على هذه الإستراتيجيات فتناولت أزمة الأقساط الدراسية في جامعة بيرزيت والتي استمرت القاربة أربعة أسابيع، البدء من 16/12 - 2019 وحتى 9/1/2020.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وأداء المقابلة المعتدلة على كل من نائب رئيس الجامعة للتنمية والاتصال، وفريق العلاقات العامة، بالإضافة إلى 500 فرداً من طلبة الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: القيام دائرة العلاقات العامة بجهود اتصالية جيدة وبدور فعال في التواصل خلال الأزمات، مستخدمة عدة آليات اتصالية بهدف نقل الرسائل الاتصالية، كوسائل التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة، كما توصلت إلى توظيفها لنظرية التواصل خلال الأزمات الموقفية بشكل جزئي، كما أظهرت النتائج التأثير الواضح والمباشر للاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة.

دراسة الفنجري (2020) هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور نشاط العلاقات العامة في شركة كلاسيك فاشون، والتعرف على دور نشاط العلاقات العامة بأبعادها (البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارة) في تحسين سمعة شركة كلاسيك فاشون، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من كافة الموظفين الإداريين في شركة كلاسيك فاشون، وتكونت عينة الدراسة من (148) موظفاً وموظفة من الموظفين الإداريين. في شركة كلاسيك فاشون.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة ناتج تمثلت في وجود مستويات مرتفعة من تطبيق أنشطة العلاقات العامة في مختلف المستويات الإدارية في شركة كلاسيك فاشون، وأظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد البحث في تحسين سمعة شركة كلاسيك. بالإضافة إلى وجود أكثر أو دلالة إحصائية لبعد التخطيط في تحسين سمعة شركة كلاسيك فاشون، وأيضاً وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التنسيق، وودود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الإدارة في تحسين سمعة الشركة، كما بينت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية لإجابات عينة الدراسة حول دور نشاط العلاقات العامة بأبعاده في تحسين سمعة الشركة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية (النوع، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الاتصال الإداري

أجرت القرالة (2022) دراسة هدفت إلى التعرف على أثر فاعلية الاتصال الإداري في جودة القرارات الإدارية من وجهة نظر العاملين في البنوك التجارية في محافظة الكرك، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لمناسبتها لطبيعة الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في البنوك التجارية في محافظة الكرك، وبلغت عينة البحث (118) موظفاً وموظفة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها أن مستوى فاعلية الاتصال الإداري وجودة القرارات الإدارية في البنوك التجارية في محافظة الكرك كان مرتفعاً، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية الاتصال الإداري بأبعاده (وضوح الاتصال، التوقيت المناسب، التغذية الراجعة) في جودة القرارات الإدارية في البنوك التجارية، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة القرارات الإدارية بأبعاده (الشفافية، الدقة، الشرعية، السرعة، المشاركة).

دراسة عوض (2021) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الاتصال الإداري في فاعلية عملية اتخاذ القرارات، ومعرفة وسائل وأساليب الاتصال الإداري وانعكاسها على اتخاذ القرارات، وبيان أهم المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الإداري. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام وسائل وأساليب الاتصال الإداري المناسبة تزيد من فعالية عملية اتخاذ القرارات، وبينت النتائج وجود علاقة طردية بين مهارات الاتصال الإداري وفاعلية اتخاذ القرارات، أي كلما زادت مهارات الاتصال الإداري زادت فاعلية اتخاذ القرارات، كما توجد معوقات للاتصال الإداري بالمنظمة تحد من فاعلية اتخاذ القرارات، وأن عدم استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني يزيد من الجهد والتكاليف، وعدم التخصص في العمل وإهمال التدرج الهرمي يعوق الاتصال الإداري وبالتالي عدم تحقيق فاعلية اتخاذ القرار.

قام صالح بدراسة (2020) هدف الدراسة إلى التعرف على دور الاتصالات الإدارية في تحقيق فاعلية القرارات الإدارية، والتعرف على وسائل الاتصال الإداري التي تستخدم بشكل كبير في عملية اتخاذ القرارات الإدارية بالمصنع، والوقوف على المعوقات التي تحد من كفاءة وسائل الاتصالات الإدارية في عملية اتخاذ القرارات؛ استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، وتكون مجتمع البحث من العاملين في مصنع الشرق الأوسط للتغليف، وتوصلت الدراسة إلى: تعمل الاتصالات الإدارية الواردة من المديرين إلى العاملين بشكل مستمر لتحقيق الأهداف المرجوة من أداء العاملين، تؤمن الإدارة العليا في المصنع بأهمية مشاركة العاملين في عملية الاتصال من خلال إعداد وكتابة المراسلات الفورية وتحليل المشكلات ووضع المعلومات المطلوبة لاتخاذ القرارات.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تمهيد:

يعد العنصر البشري أساس التنمية الوطنية في جميع مجالاتها وأساسها، ولا يمكن لأي مؤسسة أن تتقدم في عملها بكفاءة وفعالية بدونه؛ فالكفاءة في أداء العمل والفاعلية تعتمد على مقومات أساسية من أهمها الرغبة في العمل والنجاح فيه ويتحقق ذلك من خلال تكامل الأدوار وتبادل الخبرات والمعارف داخل المؤسسة، إذ إن أهميتها نابعة من حاجة الفرد للاعتراف بأهمية ما يقوم به من إنجازات ومجهودات، وتقدير الآخرين.

استخدمت العلاقات العامة في كثير من المواطن والقطاعات الحيوية من أهمها الشركات على اختلاف أنشطتها ومجالاتها، فالعلاقات العامة مثلت قناة التواصل والاتصال بين الشركة والعملاء على اختلافهم، كما تمثل العلاقات العامة وسيلة الإعلام التي تسوق صورة الشركة بأفضل حالاتها (الفنجري، 2020).

ويشير القرعان (2016، ص113) إلى أن الاتصال يلعب الدور الأبرز داخل المؤسسات التعليمية لتحقيق الأهداف المرجوة منها، ولا يتحقق شيء بدون اتصال جيد. وعملية الاتصال هي الطريقة التي يتم بواسطتها انتقال المعرفة أو تبادل الخبرات والمهارات من

شخص لآخر وتؤدي إلى التفاهم بين شخصين أو أكثر، ولهذه العملية عناصر ومكونات ولها اتجاه تسير فيه ويؤثر فيها.

المحور الأول: العلاقات العامة:

يشير الجبوري (2001) إلى أن العلاقات العامة أحد أهم وأبرز الأنشطة الاجتماعية التي تعني بدراسة الأفراد وتسليط الضوء على عدة محاور منها دراسة سلوك الأفراد، ومعتقداتهم ووجهة نظرهم، وما لديهم من أفكار ومعارف تجاه الشركة التي ينتمون إليها، كما تعني أنشطة العلاقات العامة بعد جمع كافة تلك البيانات والمعلومات من العملاء والعاملين، ويتم تصويب وتعديل الأمور التي تؤثر على أهداف الشركة، وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للوصول إلى أكبر قاعدة ممكنة.

عرف الدليمي (2011، ص 41) العلاقات العامة بأنها: "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقانونية، ومع الأخلاق العامة في المجتمع".

وعرفت العلاقات العامة بأنها: "مصطلح يتكون من كلمتين يرتبط معناها اللفظي بمعنى الكلمتين الأولى وهي العلاقات: وهي حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين طرفين وهي بهذا المعنى ذات اتجاهين يتحكم بها طرفان وتوقف وجودها على هذين الطرفين، والثانية وهي العامة: ويقصد بها الشائعة وهي عكس الخاصة أي التي تشمل عدد كبير من الأفراد وتكون معلنة وصريحة غير مخفية" (جوهر، 2004، ص 15).

أهمية العلاقات العامة:

تقوم العلاقات العامة بدراسة سلوك العملاء (الداخلي، الخارجي) ويظهر رغباتهم بشكل واضح ودقيق وماهية العوامل التي تؤثر بسلوكهم وتحرك إرادتهم لتبني وجهة نظر معينة إزاء خلق الولاء للشركة أو منتج معين (جرادات والشامي، 2009)؛ كما تبرز أهمية

العلاقات العامة في أنها تسعى دائماً إلى تنمية الاتصالات حول السلع التي تنتجها الشركة، فهي تعبر عن كفاءة الشركة وقدرتها على التواصل وخلق قنوات اتصال مع الجمهور لتحديد احتياجاته، والتواصل مع الإدارة لتلبية هذه المتطلبات (سعدان، 2016).

المحور الثاني: الاتصال الإداري

تعرف علمية الاتصال بأنها: "عملية إنتاج وتوفير جميع المعلومات والبيانات اللازمة والضرورية لاستمرار العمل ثم نقل هذه المعلومات وتبادلها والإعلان عنها بحيث يمكن الإجابة بأخبار وأمور وأفكار جديده وأفكار جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو التعديل والتغيير في هذا السلوك أو توجيههم وجهة معينة" (فليه وعبدالمجيد، 2014، ص24).

يعد الاتصال من الوسائل المستخدمة لتنظيم الحياة وتحقيق الاستقرار على المستوى الفرد والجماعي، ويتم من خلالها نقل المعاني والمعلومات المختلفة ونشر الثقافات من جيل إلى آخر بالاعتماد على التفاعلات التي تنشأ بين الأفراد والجماعات، والقدرة على التأثير عليهم والإشارة إلى المتغيرات الحالية والسابقة التي يواجهونها (Nielsen & Thommsen, 2018).

والاتصال أساس التقارب والتفاعل الاجتماعي بين عناصر البيئة المشتركة، فهو عنصر أساسي في جهد الإنسان لكي يتحكم في نفسه وتصرفاته وبيئته ويعمل على تقليص الفجوة وتقريب وجهات النظر بين العاملين في المنظومة وإدارتها العليا، وبلوغ أهداف منشودة فلا بد من التواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد لتوحيد الآراء والأفكار وتوازن السلوكيات والتصرفات، وهو شرط لاستمرار الوجود لأي مؤسسة، وذلك من خلال بناء رؤية مشتركة تمكن من الحصول على المعلومات اللازمة لبناء الأهداف الفرعية وتوزيع المهام وفق الأدوار المنوطة بعناصر المجموعة (بني مفرح، 2013، ص20).

أولاً: مفهوم الاتصال الإداري

يعرف الاتصال الإداري بأنه: "العملية التي يتم من خلالها تبادل الرسالة في صورة أفكار ومعلومات، ومشاعر، والانفعالات، ونقل الخبرات والعلوم المختلفة باستخدام المحادثة، والكتابة، والرموز، والأشكال، والإيحاءات، والحصول على ردة فعل من الطرف المستقبل للتأكد من فهم محتوى الرسالة (الجهني وأبو أسعد، 2019، ص412).

كما يعرف الاتصال الإداري بأنه: "عملية التفاعل الإيجابية والسلبية بين الأفراد التي يتم من خلالها التأثير على الممارسات والسلوكيات والاتجاهات، والتأكد من تحقق التوافق النفسي والانفعالي من خلال التأكد من التفاهم وإدراك الأدوار والمهام، والأهداف التي يسعون إلى تحقيقها وضمان الاستقرار بينهم (Stacho, Stachova, Papula,) (Papulova, Kohnova, 2019, p393).

ثانياً: أهمية الاتصال الإداري

والاتصال وظيفة أساسية للعمل الإداري ووسيلة يتم عبرها القيام بالوظائف الإدارية بفاعلية، كما يعد تأسيس نظام فعال للاتصال والسعي للمحافظة على استمرارية فاعليته من أكثر الأمور تحدياً في إدارة النظام (العريني، 2011، ص1).

وتبرز أهمية الاتصال الإداري في أنه يساعد الإدارة في توصيل التوجيهات والتعليمات إلى العاملين في المؤسسة، والتعرف على مشاعرهم واتجاهاتهم ومشكلاتهم، فالاتصال الإداري أحد أهم العمليات الإدارية التي تؤثر في العمليات والوظائف الأخرى (الأغبري، 2013، ص58).

ويشير الفاضل (2011، ص 188) أن أهمية الاتصال الإداري تتمثل في نقل المعنى، فالإنسان ينشغل طوال حياته في محاولة فهم الآخرين وإتاحة المجال أمامهم لفهمه، وتتأثر طبيعة الإنسان والاتجاهات التي يكونها والآراء التي يعبر عنها ونجاحه وفشله في الحياة بمدى براعته في فن الاتصال، وذلك لأن الفشل في توجيه الحياة من خلال

عملية الاتصال الإداري لا يؤدي إلى إخفاق في نوع ملائم من التكيف الاجتماعي فحسب، بل ربما يصبح تفكك في الشخصية ذاته ويؤثر على قدرة الفرد في تأدية واجباته بصورة مناسبة.

وتشير دراسة السعدي (2020، ص 18) إلى أن أهمية الاتصال الإداري تتمثل في دوره في التنسيق بين المهام والممارسات داخل البيئة العملية، والتأكد من تكامل المهام وترابطها بينهم، إلى جانب دورها في نشر الثقافة التنظيمية بين العاملين فيها، وبيان الآليات والوسائل التي يتم من خلالها تنظيم المهام وتحديد البدائل وتنفيذ ما يتم اتخاذه من قرارات، وعملية الاتصال الإداري من الجوانب المهمة والمؤثر في علمية إدارة الأزمات والظروف المفاجئة التي قد تتعرض لها المدرسة.

المنهجية وطرق البحث:

يتضمن هذا الفصل البحث وصفاً للطريقة والإجراءات التي اتبعها الباحث في بحثه وتحديد مجتمع البحث وعينته، واستخدام أداة البحث، وخطوات التحقق من صدق الأداة وثباتها، إضافة إلى وصف متغيرات البحث والطرق الإحصائية المتبعة في تحليل البيانات.

1- منهج البحث:

استناداً إلى الأهداف التي سعى البحث الحالي لتحقيقها؛ فإن المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي التحليلي.

2- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث الحالي من منسوبي إدارات العلاقات العامة بشركات المقاولات بمدينة الرياض.

3- عينة البحث:

تتكون عينة البحث من (120) فرداً من منسوبي العلاقات العامة بشركات المقاولات بمدينة الرياض، ويتم اختيارها بطريقة عشوائية.

4- أداة البحث:

يقصد بأداة البحث: الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف اختبار فرضيات البحث أو الإجابة عن تساؤلاته (القحطاني، وآخرون، 2004م).

يعتمد البحث على الاستبانة؛ للتعرف على دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال الإداري لدى منسوبي شركات المقاولات بمدينة الرياض، وسبب اختيار الاستبانة هو سرعة الحصول على البيانات المطلوبة. فالاستبانة هي وسيلة لجمع البيانات من مجموعة من الأفراد، عن طريق إجاباتهم عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة حول موضوع معين، دون مساعدة الباحث لهم أو حضوره أثناء إجاباته عنها (القحطاني، وآخرون، 2004م).

أ - خطوات تصميم الاستبانة:

يقوم الباحث بالاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية السابقة ذات الصلة بموضوع البحث للتعرف على الجوانب المتعلقة بالبحث بشكل عام، وفي إعداد محاور أداة البحث (الاستبانة) بشكل خاص.

ب - وصف أداة البحث (الاستبانة)

تشتمل أداة البحث (الاستبانة) على خطاب من الباحث يوضح فيه الغرض من الاستبانة ويطلب من المستجيب الإجابة على عباراتها بوضع علامة (✓) أمام العبارة في التي تمثل رأيه، وتم توضيح أن كل ما يقدمونه من معلومات لا يتم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي فقط، ويورد الباحث وصفاً كاملاً لمحتوى الاستبانة:

تتكون أداة البحث من جزئين

الجزء الأول: يتضمن البيانات الأولية (المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة البحث) والتي تضمن (المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الرتب الوظيفية، الدورات التدريبية).

الجزء الثاني: ويتضمن محاور الاستبانة

المحور الأول: درجة ممارسة منسوبي إدارة العلاقات العامة (البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارية) للاتصال الإداري بشركات المقاولات بمدينة الرياض.

المحور الثاني: دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال الإداري بأبعاده (اتصالات الأداء، اتصالات المهنة، الاستجابة للاتصال) داخل شركات المقاولات في الرياض.

ج- تقنين أداة البحث

صدق المحكمين (الصدق الظاهري): يتم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة البحث على مجموعة من المحكمين، ويطلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة البحث من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وضعت فيه إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، ويقوم الباحث بدراسة توصيات المحكمين، واقتراحاتهم، وأجريت التعديلات في ضوء ملاحظاتهم، ويعتبر الباحث الأخذ بملاحظات المحكمين، وإجراء التعديلات المشار إليها أعلاه بمثابة الصدق الظاهري، وصدق المحتوى للأداة، وتم اعتماد نسبة الاتفاق أن لا تقل عن (80%) وعليه يتم تعديل بعض العبارات وإعادة صياغة البعض الآخر.

ثبات أداة البحث (Reliability):

تعد خاصية الثبات (Reliability) من أهم الخواص الواجب توافرها في المقياس العلمي، قبل الشروع في تطبيقه؛ ويعني الثبات كما ذكر ملحم (2005، ص327): "مدى الاتساق بين البيانات التي تجمع عن طريق إعادة تطبيق نفس المقياس على

نفس الأفراد أو الظواهر، وتحت نفس الظروف، أو تحت ظروف متشابهة إلى أكبر قدر ممكن"، والمقصود بثبات الاستبانة أن تعطي النتائج نفسها تقريباً لو تكرر تطبيقها أكثر من مرة على الأشخاص أنفسهم في ظروف مماثلة.

ويقوم الباحث بحساب ثبات أداة البحث عن طريق معادلة ألفا كرونباخ (α) (cronbach,s Alpha)، وهو مقياس ثبات يعتبره القحطاني، وآخرون (1431هـ، ص239) "من أشهر المقاييس المستخدمة لقياس الثبات الداخلي" عن طريق حساب درجة ثبات كل بعد من أبعاد البحث ومحاورها، وكذلك حساب قيمة الثبات الكلي لأداة البحث.

الاتساق الداخلي: يتم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية تتكون من (30) فرداً من منسوبي العلاقات العامة بشركات المقاولات بمدينة الرياض، ويتم من خلال نتائجهم حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة من خلال: حساب معامل الارتباط بيرسون (العلاقة الارتباطية) بين درجة كل عبارة، والدرجة الكلية بمحور الحوافز، للبعد الذي تنتمي له كل عبارة.

د - إجراءات توزيع وجمع البيانات (الاستبانة):

بعد الانتهاء من تعديلات المحكمين وعرضها على سعادة المشرف، تم إنشاء رابط إلكتروني بأداة البحث (الاستبانة)، ويتم توزيعها على أفراد عينة البحث عن طريق إرساله عبر تطبيق الواتس آب.

إجراءات التطبيق الميداني لأداة البحث:

يتم تطبيق أداة البحث بعد إتمام خطوات بنائها وتقنينها والتأكد من صدقها وثباتها؛ وإخراجها في صورتها النهائية، واستكمال الإجراءات النظامية لتطبيقها، وذلك في الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي (2025).

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات التي جمعها الباحث، فقد استخدم الباحث عدداً من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS)، وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم استخرج الباحث النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية (Percentage & Frequencies)؛ للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة البحث وتحديد اجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة البحث.

2. المتوسط الحسابي الموزون (المرجح) (Weighted Mean)؛ لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض اجابات أفراد عينة البحث على كل عبارة من عبارات البحث الأساس، مع العلم بأن هذا المقياس يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.

3. المتوسط الحسابي (Mean)؛ لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض اجابات أفراد عينة البحث عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأن الباحث قد أفاد منه في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

4. الانحراف المعياري (Standard Deviation)؛ للتعرف على مدى انحراف اجابات أفراد عينة البحث لكل عبارة من عبارات متغيرات البحث، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي، وقد استخدم الباحث هذا الأسلوب نظراً لأن الانحراف المعياري يوضح التشتت في اجابات أفراد عينة البحث لكل عبارة من عبارات متغيرات البحث، إلى جانب المحاور الرئيسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

5. معامل ارتباط بيرسون (Pearson)؛ لقياس صدق الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة (الاستبانة) وكل محور تنتمي إليه.

6. معامل الثبات ألفا كرونباخ (α , cronbach,s)؛ لحساب معامل ثبات أداة البحث.

7. تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)؛ لتوضيح دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة البحث طبقاً إلى اختلاف متغيراتهم التي تنقسم إلى أكثر من فئتين.

8. اختبار (أقل فرق معنوي) (LSD)، لتوضيح دلالة الفروق، في إجابات أفراد عينة البحث بين فئات المتغيرات الشخصية، والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين، في حالة إذا ما أظهر اختبار تحليل التباين، وجود فروق بين فئات هذه المتغيرات.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على التعرف دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال الإداري داخل شركات المقاولات في الرياض.

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على منسوبي إدارة العلاقات العامة بشركات المقاولات بمدينة الرياض.

الحدود الزمنية: يتم تطبيق أدوات الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني للعام 1446هـ-2025.

المراجع:

- الأغبري، عبدالصمد. (2013). الإدارة المدرسية البعد التنظيمي والتخطيطي المعاصر. ط3، بيروت، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- بالعيد، أمال. (2015). دور الاتصالات الإدارية في اتخاذ القرار: دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز بالوادي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- بني مفرح، محمد. (2013). منظمة التعلم والتطوير الأداء الإداري، ط1، عمان، دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع.
- الجبوري، عبدالكريم. (2001). العلاقات العامة: فن وإبداع: تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، ط1، دار الهلال للنشر والطباعة، بيروت، لبنان.
- جرادات، عبدالناصر؛ والشامي، لبنان. (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الجهني، محمد؛ وأبو أسعد، أحمد. (2019). أنماط التواصل لدى آباء طلبة المرحلة المتوسطة في المملكة العربية السعودية وعلاقتها بالرضا الحياتي لديهم. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، مج27، ع2، ص ص 408 - 429.
- جوهر، محمد. (2004). العلاقات العامة: المبادئ والتطبيقات، ط1، دار القلم للنشر والتوزيع، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
- حرز الله، فاطمه نبيل علي. (2020). دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمات، جامعة بيرزيت نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- الدقاش، عبدالله بن احمد بن علي. (2023). فاعلية توظيف العلاقات العامة بالجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية على الممارسين بجامعات المنطقة الشرقية، رسالة ماجستير، جامعة الملك فيصل، السعودية.

الدليمي، عبدالرزاق. (2011). الهندسة البشرية والعلاقات العامة: هندسة القبول والرضا، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

سعدان، فؤاد. (2016). المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مركز الكتاب الجامعي، اليمن.

السعدي، محمد محمود. (2020). درجة فاعلية الاتصال الإداري في الجامعات الأردنية في شمال الأردن وعلاقتها بالفاعلية التنظيمية من وجهة نظر القادة الأكاديميين وأعضاء هيئة التدريس فيها، رسالة دكتوراة، جامعة اليرموك، كلية التربية، الأردن.

السعدي، محمد محمود. (2020). درجة فاعلية الاتصال الإداري في الجامعات الأردنية في شمال الأردن وعلاقتها بالفاعلية التنظيمية من وجهة نظر القادة الأكاديميين وأعضاء هيئة التدريس فيها، رسالة دكتوراة، جامعة اليرموك، كلية التربية، الأردن.

صالح، إقبال صالح محمد. (2020). دور الاتصالات الإدارية في تحقيق فاعلية القرارات الإدارية: دراسة حالة مصنع الشرق الأوسط للتغليف خلال الفترة من 2017-2020، رسالة ماجستير، جامعة النيلين، السودان.

عبادي، إيمان. (2017). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، (11)، ص ص 128-155.

العريني، أحمد. (2011). مدى توفر مهارات الاتصال غير اللفظي لدى هيئة التدريس في كلية العلوم بجامعة القصيم من وجهة نظر الطلبة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.

عصماني، عائشة. (2022). العلاقات العامة عبر الوسائط الجديدة: دراسة تحليلية لعينة من منشورات صحيفة عسيلة هايبرمارشي - ورقة عمل على موقع فيسبوك. رسالة ماجستير، جامعة قصدي مرباح - ورقلة، الجزائر.

عوض، هيثم طلعت عيسى. (2021). الاتصال الإداري وأثره في فاعليه عملية اتخاذ القرارات: دراسة تطبيقية جامعة شندي، مجلة القلزم للدراسات الاقتصادية والاجتماعية، (3)، ص ص 201 - 122.

الفاضل، محمد. (2011). تجديرات في الإدارة التربوية في ضوء الاتجاهات المعاصرة. عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع.

فليه، فاروق عبده؛ وعبد المجيد، السيد محمد. (2014). السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط4، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الفنجري، نفين عبد أحمد. (2020). دور العلاقات العامة في تحسين سمعة الشركة: دراسة حالة شركة كلاسيك فاشون. رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، الأردن.

القحطاني، سالم؛ والعامري، احمد بن سالم؛ وآل مذهب، معدي بن محمد؛ والعمر، بدران بن عبدالرحمن. (2004م) منهج البحث في العلوم السلوكية مع تطبيقات على SPSS، الرياض، مكتبة العبيكان.

القرالة، تهاني خالد سلمان. (2022). أثر فاعلية الاتصال الإداري في جودة القرارات الإدارية من وجهة نظر العاملين: دراسة ميدانية في البنوك التجارية في محافظة الكرك، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن.

القرعان، نخلة محمد. (2016). فاعلية برنامج إرشادي سلوكي في تنمية مهارات الاتصال لطلاب جامعة الأمير سطاتم بن عبدالعزيز، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، الأردن، مج5، ع1، ص ص 110 - 129.

لايقة، هشام. (2018). دور الالتزام التنظيمي والفاعلية التنظيمية في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة، دراسة حالة على شركة جود للأدوات الكهربائية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، 40(4)، ص ص 157 - 176.

مسعي، محمد أحمد. (2019). دور العلاقات العامة في تنشيط القطاع السياحي: دراسة حالة ولاية الوادي، رسالة ماجستير، جامعة قصدي مرباح- ورقلة، الجزائر.

ملحم، سامي محمد. (2005). مناهج البحث في التربية وعلم النفس. ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن.

النجراني، فايز حسين. (2010). أثر فاعلية الاتصال الإداري على مفهوم الشفافية: دراسة ميدانية لدى موظفي الدوائر الحكومية بالمملكة العربية السعودية في منطقة تبوك، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن.

المراجع الأجنبية:

Acikalin, A & Turan, S .(2015). The- Effective- Principal Acikalin, Okullarda etkili iletisim. Ankara; pegem Akademi .

Lucas-Estan, M; Software, M; Rapits, T; Passarella, A& Conti, M (2017). A Software defined hierarchical communication and data management architecture for industry. 14th Annual Conference on Wireless On-Demand Network Systems and Services (WONS), France April 6-8, 2018.

Stacho, Z., Stachova, K., Papula, J., Papulova, Z., Kohnova, L. (2019). Effective communication in organions increases their competitveness. Polish Journal of management Studied, 19 (1), 391- 403.

Nielsen, A &Thomsen, C. (2018). Reviewing corporate social responsibility communication: a Legitimacy perspective. Emerald-corporate social Responsibility Communication, [doi: 10.1108/ CCIJ-04-2018-0042](https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2018-0042), 1- 22.