

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير العلاقات العامة.



عنوان البحث

دور العلاقات العامة في تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي

إعداد الطالب/الهام عبد الرحمن البواردي

إشراف/

العام الدراسي:

2023

مقدمة:

شهدت المملكة العربية السعودية تحول ملحوظا في ظل رؤية المملكة 2030، بعد ان أسهمت الاصلاحيات الاجتماعية والتفافية والتحول الرقمي وتحسين الخدمات العامة التلبية احتياجات المواطنين والمقيمين والشركات في بناء مجتمع حيوي، أصبحت المملكة دولة ترحب بتنوع الثقافات وتعزيز الفرص وتمكين الجميع من إطلاق طاقاتهم الإبداعية الكاملة لذا، تعتبر العلاقات العامة أحد العناصر الأساسية في نجاح أي منظمة أو مؤسسة، سواء كانت تجارية أو حكومية. وبالنظر إلى القطاع البلدي، فإن خدمة الضيف تلعب دوراً حاسماً في تحسين العلاقة بين البلدية والمواطنين والزوار. فعندما يشعرون الضيوف بالترحيب والاهتمام والراحة، يصبحون أكثر رضا وولاءً تجاه المدينة أو البلدة التي يزورونها.

تهدف المبادرة إلى تطوير خدمات المستفيدين من خلال دراسة وتحسين رحلة العميل بالقطاع البلدي، وتستهدف المبادرة عملاء القطاع البلدي وأصحاب العلاقة وأيضاً تسم المبادرة بالارتقاء في مستوى الخدمة وتحقيق رضا المستفيدين.

مشكلة الدراسة:

تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي يواجه عدة تحديات يمكن أن تؤثر على جهود العلاقات العامة. ومن بين هذه التحديات:

1. ضيق الموارد: يعتبر قيود الميزانية والموارد الضيقة أحد التحديات الرئيسية. قد يكون من الصعب تخصيص موارد كافية لتطوير برامج وفعاليات تعزز خدمة الضيف بشكل فعال. يجب أن تسعى العلاقات العامة إلى العمل داخل هذه القيود والبحث عن حلول إبداعية لتعزيز الخدمة.

2. عدم التوازن في التوعية: قد يواجه القطاع البلدي تحديًا في نقل رسالته ورؤيته الخاصة بتعزيز خدمة الضيف بشكل فعال إلى جميع الفئات المستهدفة. بعض الضيوف قد لا يكونون على دراية بالخدمات المتاحة أو قد لا يفهمون تمامًا فوائدها. على العلاقات العامة التركيز على تعزيز التواصل والتوعية لجميع الفئات وضمان وصول الرسالة بشكل فعال.

3. تحقيق التوازن بين المتطلبات المتنوعة: يتطلب تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي معالجة احتياجات وتوقعات متنوعة من الضيوف. قد يكون هناك تحدي في تلبية تلك المتطلبات المتنوعة والحفاظ في الوقت نفسه على جودة الخدمة وتجربة الضيف. يتعين على العلاقات العامة تحقيق توازن بين هذه المتطلبات وتطوير استراتيجيات متعددة لتلبية احتياجات مختلف الضيوف.

4. إدارة الشكاوى والتحسينات: يجب أن تكون العلاقات العامة قادرة على التعامل مع الشكاوى والتعلم منها لتحسين خدمة الضيف. يمكن أن تشكل التحسينات المستمرة تحديًا في تنفيذها وتحقيق التوازن بين تلبية احتياجات الضيف الحالية وتحقيق التحسين المطلوب.

5. التواصل مع الجمهور المحلي: يعد التواصل المؤثر مع الجمهور المحلي تحديًا آخر يواجهه القطاع البلدي. يجب على العلاقات العامة التعامل مع توقعات ومتطلبات الجمهور المحلي والعمل على بناء الثقة والتفاعل الإيجابي معهم.

مواجهة هذه التحديات يتطلب. يعتبر تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي تحديًا هامًا للعلاقات العامة. يجب أن تكون العلاقات العامة قادرة على التعامل مع هذه التحديات من خلال التخطيط الجيد وتنفيذ استراتيجيات فعالة.

أهمية الدراسة:

1/ **تعزيز الاتصال والتواصل:** تساهم دراسة دورة العلاقات العامة في تعلم مهارات التواصل الفعال وبناء علاقات إيجابية مع الضيوف. فهم كيفية التواصل مع الضيوف بشكل لبق ومهذب يساعد على تحسين تجربتهم وإشعارهم بأنهم محل تقدير واهتمام.

2/ **إدارة الصورة العامة:** تعتبر العلاقات العامة أداة قوية لإدارة الصورة العامة للقطاع البلدي وتعزيز سمعته. من خلال تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة الملائمة، يمكن للمؤسسات البلدية بناء صورة إيجابية حول خدماتها والجهود التي تبذلها في خدمة الضيوف.

3/ **تعزيز الثقة والرضا:** عن طريق فهم أسس علاقات العامة وتنفيذها بشكل صحيح، يمكن للقطاع البلدي بناء علاقات طويلة المدى مع الضيوف وكسب ثقتهم. التفاعل الإيجابي والاهتمام بمتطلبات الضيف يؤدي إلى رضا أكبر وتجربة أفضل للضيف.

4/ **التعامل مع الشكاوى والمشكلات:** تعلم مهارات إدارة العلاقات العامة يمكن أن يساعد الموظفين في القطاع البلدي على التعامل بفعالية مع الشكاوى وحل المشكلات المحتملة. يمكن للتعامل الجيد مع الضيوف المستاءين تحويل تجربتهم السلبية إلى تجربة إيجابية والحفاظ على رضا الضيوف.

5/ **بناء علاقات قوية مع الجمهور والضيوف المحتملين:** من خلال التواصل بشكل فعال وكذلك التعامل مع الضيوف الصعبين وكبار السن بكل احترام وتقدير.

أهداف الدراسة

1/ الارتقاء بقيادة ورعاية تجربة العميل

ضمان قيادة ورعاية مناسبة لتجربة العميل في القطاع

2/ تعزيز التركيز على العميل

تضمين عقلية التركيز على العميل عبر اعتماد منهجية من الخارج الى الداخل جهود استباقية لإسعاد العميل.

3/ ضمان التميز في تقديم التجربة

العمل المستمر على تحسين الإجراءات والقنوات وكل ما يتعلق بتجربة العميل من أجل ضمان تجربة عميل مميزة

4/ تمكين الموظفين بمعرفة ومهارات تجربة العميل

الموظفين عبر ضمان تواجد الأدوات المناسبة لمساعدتهم في تنفيذ مهامهم ومسؤولياتهم بكفاءة وفعالية .

5/ قياس ومعالجة أولويات العملاء وفقا للبيانات

الاستفادة من بيانات العملاء وتحليلها من أجل تحسين عملية اتخاذ القرارات في تجربة العميل

6/ ترسيخ ثقافة تجربة العميل في القطاع البلدي

اثراء الثقافة والكفاءات التي تتمحور حول تجربة العميل .

تساؤلات الدراسة

1/ ما هي الطرق التي يمكن للبلديات من خلالها بناء علاقات قوية مع العملاء؟

2/ كيف يمكن للبلديات استخدام العلاقات العلامة لتحسين جودة الخدمات التي تقدمها؟

3/ ما هي فوائد تعزيز خدمة الضيف من خلال العلاقات العامة

4/ ما هي التحديات التي تواجه البلديات في بناء علاقات قوية مع العملاء؟

5/ كيف يمكن للبلديات قياس تأثير العلاقات العلامة على خدمة الضيف؟

:الخلاصة

تُعد العلاقات العلامة أداة قوية يمكن للبلديات استخدامها لتحسين خدمة الضيف من خلال بناء علاقات قوية مع العملاء، يمكن للبلديات خلق وتعزيز رضا العملاء تجارب إيجابية تدوم طويلاً، مما يؤدي إلى زيادة الولاء للعلامة التجارية وتحسين سمعة البلدية.

فروض الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى فحص دور العلاقات العلامة في تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي. وتقوم الدراسة على مجموعة من الفروض الرئيسية التي سيتم اختبارها من خلال جمع وتحليل البيانات.

لفروض الرئيسية:

- فرض 1: تؤثر العلاقات العلامة بشكل إيجابي على جودة خدمة الضيف في القطاع البلدي.
- فرض 2: يوجد ارتباط إيجابي بين العلاقات العلامة ورضا العملاء في القطاع البلدي.
- فرض 3: تساهم العلاقات العلامة في تعزيز الولاء للعلامة التجارية للبلدية.
- فرض 4: تواجه البلديات تحديات في بناء علاقات قوية مع العملاء.
- فرض 5: يمكن قياس تأثير العلاقات العلامة على خدمة الضيف من خلال مؤشرات محددة.

اهمية هذه الفروض:

- تُساهم هذه الفروض في فهم العلاقة بين العلاقات العلامة وح خدمة الضيف في القطاع البلدي.
- تُقدم إرشادات للبلديات حول كيفية تحسين علاقاتها مع العملاء وتعزيز جودة الخدمات التي تقدمها.
- تُساعد في تحديد مؤشرات قياس فعالية العلاقات العلامة.

أهمية دراسة دور العلاقات العامة في تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي:

- تزايد أهمية خدمة الضيف في القطاع البلدي: أصبحت خدمة الضيف عنصراً هاماً في تميز البلديات ونجاحها في تحقيق أهدافها.
- دور العلاقات العامة في تحسين صورة البلدية: تلعب العلاقات العامة دوراً هاماً في تحسين صورة البلدية وبناء علاقات إيجابية مع الجمهور.
- نقص الدراسات حول دور العلاقات العامة في خدمة الضيف في القطاع البلدي : هناك نقص في الدراسات التي تبحث عن دور العلاقات العامة في تعزيز خدمة الضيف في القطاع البلدي.

الدراسات السابقة:

- إنشاء وزارة الشؤون البلدية والقروية عام 2020 قام معالي الوزير الاستاذ ماجد الحقييل باستحداث إدارة عامة سميت "تجربة العميل

- " The Role of Public Relations in Enhancing Guest Satisfaction in the Hospitality Industry: A Case Study of Hotels in the United States " - تم نشر هذه الدراسة في مجلة الضيافة والسياحة في الولايات المتحدة. استكشفت الدراسة كيفية تأثير العلاقات العامة في تحسين رضا الضيوف في صناعة الضيافة وتقديم توصيات لتحسين الخدمة.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تعمل العلاقات العامة على بناء صورة إيجابية للبلدية من خلال إبراز إنجازاتها وجهودها في تقديم خدمات مميزة للمواطنين والزوار.

تهدف إلى التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي لبناء علاقات إيجابية وتبادل المعلومات والتفاهم لتحقيق الأهداف المنشودة للقطاع

وظيفة الاستماع: فهم احتياجات ورغبات الجمهور.

وظيفة التقييم: قياس فعالية برامج العلاقات العامة.

وظيفة الإدارة: تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة.

لسرعة: تقديم الخدمة بسرعة وكفاءة.

الدقة: تقديم الخدمة بدقة وخلو من الأخطاء.

المهارة: امتلاك موظفي الخدمة للمهارات اللازمة لتقديم الخدمة.

الموقف: إظهار موقف إيجابي وودود تجاه الضيف.

التواصل: التواصل الفعال مع الضيف والاستماع لاحتياجاته

- تشمل قنوات التواصل المختلفة مثل مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي والمراكز الخدمية.

• تقديم تجارب استثنائية للعملاء: تشمل السرعة والدقة والفعالية في تقديم الخدمات.

• بناء الثقة مع العملاء: تشمل الاستماع إلى احتياجاتهم وتلبية توقعاتهم.

• إدارة الشكاوى بكفاءة: تحويل الشكاوى إلى فرص لتحسين الخدمات.

• تعزيز المشاركة المجتمعية: تشجيع العملاء على المشاركة في صنع القرار.

أمثلة على ممارسات العلاقات العلامة الفعالة في القطاع البلدي:

• إنشاء برامج الولاء: تقديم حوافز للعملاء على تكرار استخدام الخدمات.

• تقديم برامج الشكاوى والاقتراحات: إتاحة الفرصة للعملاء للتعبير عن آرائهم.

• تنظيم فعاليات تفاعلية مع العملاء: مثل ورش العمل والندوات.

• استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع العملاء: الرد على الأسئلة والتعليقات وتقديم المعلومات.

المنهجية وطرق البحث

أدوات الدراسة :

جمع البيانات من خلال:

استطلاعات الرأي: استطلاع آراء العملاء حول تجاربهم مع خدمات البلدية.

المقابلات: إجراء مقابلات مع موظفي البلدية والمسؤولين عن خدمة العملاء.
تحليل البيانات الثانوية: تحليل البيانات المتاحة حول رضا العملاء ومؤشرات الأداء الرئيسية للبلدية.

استخدام النتائج لتقديم توصيات للبلديات حول كيفية تحسين علاقاتها مع العملاء وتعزيز جودة الخدمات التي تقدمها.

المراجع:

مجلة دورية تصدر عن وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان في مدينة الرياض

12 العدد يناير 2022

