



دورالعلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة دراسة مسحية على الغرفة التجارية بالرياض

إعداد الطالب

م. مشعل متعب مشعل الشلهوب

222001567

د. رهاف حسن البنا محمود علي

222000772

إشراف/

د. وليد سليمان - د. الفيصل حسن

العام الدراسي:

٢٠٢٣

|         |                                                                                       |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| ٦.....  | الفصل الاول : الاطار العام للبحث                                                      |
| ٧.....  | المقدمة                                                                               |
| ٧.....  | مشكلة الدراسة                                                                         |
| ٧.....  | تساؤلات الدراسة                                                                       |
| ٨.....  | أهمية الدراسة                                                                         |
| ٨.....  | أهداف الدراسة                                                                         |
| ٨.....  | فرضيات الدراسة                                                                        |
| ٨.....  | منهجية البحث                                                                          |
| ٨.....  | عينة البحث                                                                            |
| ٩.....  | الدراسات السابقة                                                                      |
| ٩.....  | ادوات الدراسة                                                                         |
| ١٠..... | مجالات الدراسة .                                                                      |
| ١٠..... | خطة البحث:                                                                            |
| ١١..... | مصطلحات البحث                                                                         |
| ١٣..... | الفصل الثاني : الاطار النظري                                                          |
| ١٤..... | المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة والمراسم، ودورهما في بناء وتعزيز هوية المنظمة.    |
| ١٤..... | المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة والمراسم.                                         |
| ١٧..... | المطلب الثاني: دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.              |
| ١٨..... | النتائج                                                                               |
| ١٦..... | المبحث الثاني: دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض. |
| ١٧..... | المطلب الثاني: تحليل المحتوى لوثائق غرفة التجارة بالرياض.                             |
| ٢٠..... | الفصل الثالث المنهجية وطريقة الدراسة.                                                 |
| ٢٣..... | عرض نتائج المحور الأول: خدمات علاجية إجتماعية                                         |
| ٢٨..... | التوصيات                                                                              |
| ٢٩..... | المراجع و المصادر                                                                     |
| ٣١..... | ملاحق                                                                                 |

قائمة الجداول:

|    |                                                          |        |
|----|----------------------------------------------------------|--------|
| 21 | درجات مقياس ليكرت                                        | جدول ١ |
| 22 | لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع                      | جدول ٢ |
| 22 | تقدير النسبة المئوية لم توسط الاستجابة للمحورين وتقديرها | جدول ٣ |
| 23 | يبين التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات        | جدول ٤ |

## المستخلص:

تلعب العلاقات العامة والمراسم دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المنظمة، حيث تعمل على التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، ونقل الصورة الإيجابية للمنظمة، وتعزيز قيمها ومبادئها.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة، من خلال دراسة حالة الغرفة التجارية بالرياض. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقامت بجمع البيانات من خلال استبانة تم توزيعها على عينة من العاملين في الغرفة التجارية بالرياض.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن العلاقات العامة والمراسم تلعب دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المنظمة، من خلال الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها، والتي تساهم في:

- تعريف الجمهور الداخلي والخارجي بالمنظمة وأهدافها.

- تعزيز الصورة الإيجابية للمنظمة.

- بناء العلاقات مع مختلف الجهات ذات العلاقة.

- أن هناك مجموعة من التحديات التي تواجه العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة، أهمها:

- محدودية الموارد المالية.

- نقص الكوادر المؤهلة.

- عدم وجود استراتيجية واضحة لبناء وتعزيز الهوية المؤسسية.

وبناءً على هذه النتائج، قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها:

- ضرورة توفير الموارد المالية اللازمة لأنشطة العلاقات العامة والمراسم.
- تدريب الكوادر العاملة في العلاقات العامة والمراسم على أحدث التقنيات والأساليب.
- وضع استراتيجية واضحة لبناء وتعزيز الهوية المؤسسية.

## Abstract

Public relations and protocol play an important role in building and reinforcing the organization's identity, as they work to communicate with the internal and external audience, and convey the organization's positive image, and reinforce its values and principles.

This study aims to analyze the role of public relations and protocol in building and reinforcing the organization's identity, through a case study of the Riyadh Chamber of Commerce. The study used the descriptive analytical approach, and collected data through a questionnaire distributed to a sample of employees in the Riyadh Chamber of Commerce.

The study reached a set of results, the most important of which are:

Public relations and protocol play an important role in building and reinforcing the organization's identity, through the activities and events it undertakes, which contribute to:

Defining the internal and external audience of the organization and its objectives.

Enhancing the organization's positive image.

Building relationships with various stakeholders.

There are a number of challenges facing public relations and protocol in building and reinforcing the organization's identity, the most important of which are:

Limited financial resources.

Lack of qualified cadres.

Lack of a clear strategy for building and reinforcing institutional identity.

Based on these results, the study made a number of recommendations, the most important of which are:

The need to provide the necessary financial resources for public relations and protocol activities.

Training the cadres working in public relations and protocol on the latest technologies and methods.

Developing a clear strategy for building and reinforcing institutional identity.

## الفصل الأول الاطار العام للبحث

## المقدمة:

تعد هوية المنظمة من أهم الأصول التي تمتلكها، فهي تعكس صورة المنظمة في عيون أصحاب المصلحة، وتساعد على تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

تلعب العلاقات العامة والمراسم دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المنظمة، من خلال الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها والتي تعكس قيم وثقافة المنظمة.

إن العلاقات العامة والمراسم تعدان عاملين حيويين في بناء وتعزيز هوية المنظمة وتحقيق أهدافها، ويتوجب على المنظمات والمؤسسات اليوم أن تكون على دراية بأهمية إدارة العلاقات العامة والمراسم بشكل متقن للتأثير بشكل إيجابي على صورتها وسمعتها في ساحة الأعمال وأمام الجمهور، وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة المسحية لتسلط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة، ومن خلال تحليل ودراسة تطبيقية على الغرفة التجارية بالرياض.

الغرف التجارية تعتبر عنصرًا أساسيًا في البنية الاقتصادية والتجارية والصناعية لأي منطقة أو مدينة. إنها تلعب دورًا حيويًا في تمثيل مصالح الأعمال المحلية وتعزيز التجارة والصناعة، ولذلك يصبح من الضروري بحكم الأمر أن تتبنى الغرف التجارية استراتيجيات قوية لبناء وتعزيز هويتها وسمعتها.

سيضمن هذا البحث تحليلًا شاملاً لأهمية العلاقات العامة والمراسم في سياق الغرف التجارية وكيف يمكن لهذه العناصر أن يساهما في تعزيز هويتها وتحقيق أهدافها.

سنقوم بدراسة موجزة للعوامل والتحديات التي قد تواجه الغرف التجارية في هذا السياق والأفضليات التي يمكن أن تستفيد منها.

سنستخدم منهجية استقصائية لجمع البيانات واستبيانات موجهة إلى أعضاء وموظفي الغرفة التجارية بالرياض لفهم وتقييم تجاربهم ووجهات نظرهم.

## مشكلة الدراسة

على الرغم من أهمية دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة، إلا أن هناك نقصًا في الدراسات التي تتناول هذا الموضوع بشكل أكاديمي. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة، من خلال دراسة مسحية على الغرفة التجارية بالرياض، وبالتالي تتمثل مشكلة البحث في التعرف على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة دراسة مسحية على الغرفة التجارية بالرياض.

## تساؤلات الدراسة

يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما هو دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة؟
٢. ما هي العوامل التي تؤثر على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة؟
٣. ما هي التوصيات التي يمكن تقديمها لتعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة؟

## أهمية الدراسة

تتمثل أهمية البحث في ما يلي:

الأهمية النظرية:

١. سيساهم هذا البحث في تطوير المعرفة النظرية حول دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

٢. سيساعد هذا البحث في فهم العوامل التي تؤثر على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

الأهمية التطبيقية:

١. سيقدم هذا البحث توصيات عملية لتعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

٢. سيساعد هذا البحث المسؤولين عن العلاقات العامة والمراسم في تطوير خطط وبرامج أكثر فعالية لبناء وتعزيز هوية المنظمة.

## أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. الكشف عن دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

٢. تحديد العوامل التي تؤثر على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

٣. تقديم توصيات عملية لتعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة

## فرضيات الدراسة

١. هناك علاقة إحصائية بين استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة من قبل المنظمة وبين صورتها في الرأي العام.

٢. هناك تأثير إحصائي لتنظيم المراسم والفعاليات من قبل المنظمة على تعزيز هويتها المؤسسية والتفاعل مع الجمهور المستهدف.

٣. هناك ارتباط إحصائي بين استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة من قبل المنظمة وبين مدى تفاعل شركائها وعملائها معها.

## المنهجية طرق البحث

مجتمع البحث

يشمل مجتمع البحث جميع العاملين في الغرفة التجارية بالرياض، بما في ذلك الموظفين والمديرين والمسؤولين.

## عينة البحث

تتكون عينة البحث من ١٠٠ موظف من العاملين في الغرفة التجارية بالرياض، تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

## تساؤلات الدراسة

يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما هو دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة؟
٢. ما هي العوامل التي تؤثر على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة؟
٣. ما هي التوصيات التي يمكن تقديمها لتعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة؟

## الدراسات السابقة

تناولت العديد من الدراسات دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة. من أبرز هذه الدراسات:

- دراسة (الربيع، ٢٠١٧) بعنوان "دور العلاقات العامة في بناء وتعزيز هوية المؤسسة الاقتصادية". تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور العلاقات العامة في بناء وتعزيز هوية المؤسسة الاقتصادية، من خلال مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها. توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المؤسسة الاقتصادية، من خلال الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها، والتي تعكس قيم وثقافة المؤسسة.
- دراسة (الموسى، ٢٠١٨) بعنوان "دور العلاقات العامة في تعزيز هوية المنظمة". تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور العلاقات العامة في تعزيز هوية المنظمة، من خلال مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها. توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في تعزيز هوية المنظمة، من خلال الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها، والتي تعكس قيم وثقافة المنظمة، وتساهم في بناء علاقات إيجابية مع أصحاب المصلحة.
- دراسة (العوضي، ٢٠١٩) بعنوان "دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة". تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة، من خلال مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها. توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة والمراسم تلعبان دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المنظمة، من خلال الأنشطة والفعاليات التي تقومان بها، والتي تعكس قيم وثقافة المنظمة، وتساهم في بناء علاقات إيجابية مع أصحاب المصلحة.

## ادوات الدراسة

استبيانات:

يُستخدم الاستبيان لجمع البيانات من الأفراد داخل المنظمة أو خارجها، ممن لديهم تجربة أو معرفة بسياسات العلاقات العامة والمراسم.

يتم تصميم الأسئلة لفحص آراء وتصورات الأفراد حول دور العلاقات العامة والمراسم في هوية المنظمة.

مقابلات شخصية:

تتيح المقابلات الشخصية فرصة للتفصيل وفهم أعمق لأراء الأشخاص وتجاربهم فيما يتعلق بالموضوع المدروس.  
يمكن استخدام المقابلات للحصول على رؤى مفصلة حول كيفية تأثير العلاقات العامة والمراسم على هوية المنظمة.  
مراجعة الوثائق والتقارير:

من خلال مراجعة الوثائق المتاحة، مثل التقارير السنوية أو الوثائق الداخلية، يمكن فهم كيفية توجيهات وسياسات العلاقات العامة والمراسم في المنظمة.  
تحليل المحتوى:

يمكن استخدام تحليل المحتوى لفحص الرسائل والمواد التي تصدرها المنظمة، مثل الإعلانات والتغريدات والمقالات، لفهم كيفية عرض هوية المنظمة والتأثير المحتمل للعلاقات العامة والمراسم.  
مسح الأداء والرضا:

#### مجالات الدراسة (بشري، مكاني، زمني).

يعتمد هذا البحث على مجموعة من الحدود، منها:  
الحدود الزمانية: سيركز هذا البحث على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض خلال الفترة من ٢٠٢٢ إلى ٢٠٢٣.

الحدود المكانية: سيركز هذا البحث على الغرفة التجارية بالرياض فقط.

الحدود الموضوعية: سيركز هذا البحث على دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من وجهة نظر الجمهور الداخلي والخارجي.

#### خطة البحث:

الفصل الأول يحتوي على مقدمة البحث، ومشكلة البحث وأهدافه وتسؤلاته وأهمية البحث ومنهج البحث وحدود البحث. والدراسات السابقة ومصطلحات البحث

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة والمراسم، ودورهما في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة والمراسم.

المطلب الثاني: دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

المبحث الثاني: دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض.

المطلب الأول: تحليل الأدبيات والدراسات السابقة حول دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

المطلب الثاني: تحليل المحتوى لوثائق غرفة التجارة بالرياض.

الخاتمة:

النتائج: تحليل الأدبيات والدراسات السابقة وتحليل المحتوى لوثائق غرفة التجارة بالرياض.

التوصيات: مجموعة من التوصيات لغرفة التجارة بالرياض لتعزيز هويتها من خلال العلاقات العامة والمراسم.

#### مصطلحات البحث

فيما يلي تعريفات لبعض المصطلحات المستخدمة في البحث:

- العلاقات العامة: هي مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها المنظمة لتعزيز صورتها وبناء علاقات إيجابية مع أصحاب المصلحة.
- المراسم: هي مجموعة من الإجراءات والممارسات التي تتبعها المنظمة في المناسبات الرسمية.
- هوية المنظمة: هي مجموعة من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من المنظمات.
- القيم: هي المبادئ والأفكار التي تؤمن بها المنظمة وتسعى إلى تحقيقها.
- الثقافة: هي مجموعة من المعتقدات والقيم والعادات والتقاليد التي تحكم سلوك الأفراد في المنظمة.
- أصحاب المصلحة: هم الأفراد أو المجموعات التي تؤثر عليها المنظمة أو تتأثر بها.

التعريفات التفصيلية:

- العلاقات العامة: هي مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها المنظمة لتعزيز صورتها وبناء علاقات إيجابية مع أصحاب المصلحة. وتسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، منها:
  - o تعريف أصحاب المصلحة بأهداف ورسالة المنظمة.
  - o بناء علاقات إيجابية مع أصحاب المصلحة.
  - o تعزيز الثقة بين المنظمة وأصحاب المصلحة.
  - o إدارة الأزمات والمشكلات التي قد تواجه المنظمة.
- المراسم: هي مجموعة من الإجراءات والممارسات التي تتبعها المنظمة في المناسبات الرسمية. وتسعى المراسم إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، منها:
  - o تنظيم المناسبات الرسمية للمنظمة.
  - o تمثيل المنظمة في المناسبات الخارجية.
  - o تعزيز صورة المنظمة أمام أصحاب المصلحة.
- هوية المنظمة: هي مجموعة من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من المنظمات. وتعكس هوية المنظمة قيم وثقافة المنظمة، وأهدافها ورسالتها، ومنتجاتها وخدماتها.

- القيم: هي المبادئ والأفكار التي تؤمن بها المنظمة وتسعى إلى تحقيقها. وتعكس القيم المنظمة أخلاقها وسلوكها.
- الثقافة: هي مجموعة من المعتقدات والقيم والعادات والتقاليد التي تحكم سلوك الأفراد في المنظمة. وتعكس الثقافة المنظمة أسلوب عملها وعلاقاتها الداخلية.
- أصحاب المصلحة: هم الأفراد أو المجموعات التي تؤثر عليها المنظمة أو تتأثر بها. وتشمل أصحاب المصلحة الموظفين، والعملاء، والموردين، والمستثمرين، والحكومة، والمجتمع المحلي.

## الفصل الثاني الاطار النظري

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة والمراسم، ودورهما في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة والمراسم.

تعريفات العلاقات العامة

تعددت تعريفات العلاقات العامة واختلفت فيما بينها طبقاً لهدف من يقوم بالتعريف ونوع الوسائل والأدوات والطرق التي تستخدم لتحقيق الهدف، فإذا أخذنا البناء اللفظي يتكون من كلمة "علاقات" والتي تعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجمهور التي تتعامل معها والكلمة الأخرى "عامة" ويقصد بها جماهيرية، أي مجموعة الجماهير المختلفة التي ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة أو المؤسسة.

تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني:

هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها. ويتضح من التعريف أن العلاقات العامة هي جهود مخططة لكسب ثقة الجماهير والوصول إلى تحقيق التفاهم بين المنظمة والجماهير.

تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

هي نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام.

تعريف جون مارستون:

وظيفة من وظائف الإدارة، معنية بتحليل سلوك الجمهور لمعرفة اتجاهاته واحتياجاته والعمل على وضع البرامج التي تتفق مع الصالح العام في مقابلة هذه الاحتياجات.

العلاقات العامة والمراسم هي مجموعة من الممارسات والتقنيات التي تسعى إلى بناء وتعزيز العلاقات بين المنظمة والجمهور، بهدف تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة.

تتضمن العلاقات العامة مجموعة متنوعة من الأنشطة، مثل:

- التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك من خلال وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الرقمية.
- بناء العلاقات مع الجهات ذات العلاقة، مثل الجهات الحكومية والشركات والمؤسسات الأخرى.
- تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة في المجتمع، وذلك من خلال الحملات الإعلامية والأنشطة العامة والفعاليات.
- أما المراسم فهي فرع من فروع العلاقات العامة، وتركز على تنظيم الفعاليات والمناسبات الرسمية للمنظمة، مثل المؤتمرات والندوات والاحتفالات.

يمكن أن تساهم العلاقات العامة والمراسم في تحقيق مجموعة متنوعة من الأهداف، مثل:

- تعزيز مكانة المنظمة في المجتمع.

• زيادة ثقة الجمهور بالمنظمة.

• جذب الاستثمارات والعملاء.

• تعزيز سمعة المنظمة.

تلعب العلاقات العامة والمراسم دورًا مهمًا في نجاح المؤسسات والشركات، حيث تساعد على التواصل مع الجمهور وبناء علاقات إيجابية معها، مما يساهم في تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

فيما يلي بعض الأمثلة على كيفية استخدام العلاقات العامة والمراسم لتحقيق أهداف المؤسسات والشركات:

• قد تستخدم شركة ما العلاقات العامة لإطلاق منتج جديد، وذلك من خلال تنظيم مؤتمر صحفي أو إطلاق حملة إعلامية.

• قد تستخدم منظمة غير ربحية العلاقات العامة لتعزيز رسالتها، وذلك من خلال تنظيم فعاليات توعية أو إطلاق حملات إعلامية.

• قد تستخدم حكومة العلاقات العامة لتعزيز خططها وبرامجها، وذلك من خلال تنظيم مؤتمرات صحفية أو إطلاق حملات إعلامية.

المطلب الثاني: دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.

تلعب العلاقات العامة والمراسم دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المنظمة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل، مثل:

• التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك من خلال وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الرقمية. حيث يمكن للعلاقات العامة والمراسم أن تساعد المنظمة على التواصل بفعالية مع الجمهور الداخلي، مثل الموظفين والمساهمين، وكذلك الجمهور الخارجي، مثل العملاء والموردين والجهات الحكومية.

التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي

• بناء العلاقات مع الجهات ذات العلاقة، مثل الجهات الحكومية والشركات والمؤسسات الأخرى. حيث يمكن للعلاقات العامة والمراسم أن تساعد المنظمة على بناء علاقات إيجابية مع الجهات ذات العلاقة، مما يساهم في تعزيز مكانة المنظمة في المجتمع.

• تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة في المجتمع، وذلك من خلال الحملات الإعلامية والأنشطة العامة والفعاليات. حيث يمكن للعلاقات العامة والمراسم أن تساعد المنظمة على تعزيز صورتها الذهنية في المجتمع، وذلك من خلال التركيز على قيم المنظمة ورسالتها وأهدافها.

• تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة في المجتمع

يمكن أن تساهم أنشطة العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة من خلال:

• تحديد هوية المنظمة ورسالتها وأهدافها. حيث يجب أن يكون لدى المنظمة فهم واضح لهويتها ورسالتها وأهدافها، حتى تتمكن من التواصل بشكل فعال مع الجمهور.

• تطوير استراتيجية للعلاقات العامة والمراسم. يجب أن تضع المنظمة استراتيجية للعلاقات العامة والمراسم، تحدد الأهداف والوسائل التي سيتم استخدامها لتحقيق هذه الأهداف.

• تنفيذ أنشطة العلاقات العامة والمراسم بشكل فعال. يجب أن تنفذ المنظمة أنشطة العلاقات العامة والمراسم بشكل فعال، حتى تحقق الأهداف المرجوة.

فيما يلي بعض الأمثلة على كيفية استخدام العلاقات العامة والمراسم لبناء وتعزيز هوية المنظمة:

• قد تقوم شركة ما بإطلاق حملة إعلامية لتعزيز قيمها، مثل المسؤولية الاجتماعية والابتكار.

إطلاق حملة إعلامية لتعزيز القيم

• قد تنظم منظمة غير ربحية حدثًا عامًا لزيادة الوعي برسالتها.

• قد تطلق حكومة حملة إعلامية لتعزيز برنامج جديد.

بشكل عام، تلعب العلاقات العامة والمراسم دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية المنظمة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل التي تساعد المنظمة على التواصل بفعالية مع الجمهور وبناء علاقات إيجابية معها.

المبحث الثاني: دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض.

تتمثل أهم أدوار العلاقات العامة في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض فيما يلي:

• التعريف بالغرفة وأهدافها ورسالتها: تسعى العلاقات العامة إلى التعريف بالغرفة وأهدافها ورسالتها، وذلك من خلال مجموعة من الوسائل الإعلامية المختلفة، مثل الموقع الإلكتروني للغرفة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمطبوعات، وغيرها.

• التواصل مع مختلف الجهات ذات العلاقة: تحرص العلاقات العامة على التواصل مع مختلف الجهات ذات العلاقة، مثل أعضاء الغرفة، والجهات الحكومية، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، وذلك من أجل بناء علاقات إيجابية معهم، وتعزيز التعاون المشترك.

• تنظيم الفعاليات والأحداث: تنظم العلاقات العامة مجموعة من الفعاليات والأحداث المختلفة، مثل المؤتمرات، والندوات، والمعارض، وغيرها، وذلك من أجل تعزيز حضور الغرفة وتأثيرها في المجتمع.

دور المراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض

تتمثل أهم أدوار المراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض فيما يلي:

• تنظيم استقبال الضيوف والزوار: تحرص المراسم على تنظيم استقبال الضيوف والزوار بشكل رسمي و متميز، وذلك من أجل إبراز مكانة الغرفة واحترامها.

• التنظيم والترتيب لمختلف الفعاليات والأحداث: تساهم المراسم في تنظيم وترتيب مختلف الفعاليات والأحداث التي تنظمها الغرفة، وذلك من أجل إنجازها وتحقيق أهدافها.

• الحفاظ على اللوائح والأنظمة: تحرص المراسم على الحفاظ على اللوائح والأنظمة الخاصة بالغرفة، وذلك من أجل ضمان سير العمل وفقاً للمعايير والضوابط المحددة.

بناءً على ما سبق، يوصي الباحث بضرورة تعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات، منها:

• تطوير الخطط والبرامج التي تعنى ببناء وتعزيز الهوية: يجب تطوير الخطط والبرامج التي تعنى ببناء وتعزيز الهوية، وذلك من أجل تحقيق الأهداف المرجوة منها.

• توفير الموارد البشرية والمالية اللازمة: يجب توفير الموارد البشرية والمالية اللازمة لتعزيز دور العلاقات العامة والمراسم، وذلك من أجل تنفيذ الخطط والبرامج الموضوعية.

• التعاون مع الجهات ذات العلاقة: يجب التعاون مع الجهات ذات العلاقة، مثل أعضاء الغرفة، والجهات الحكومية، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، وذلك من أجل تحقيق الأهداف المشتركة.

تلعب العلاقات العامة والمراسم دوراً مهماً في بناء وتعزيز هوية غرفة التجارة بالرياض، وذلك من خلال مجموعة من الوسائل والأدوات التي تساهم في التعريف بالغرفة وأهدافها ورسالتها، وكذا الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها، بالإضافة إلى التواصل مع مختلف الجهات ذات العلاقة.

المطلب الأول: تحليل الأدبيات والدراسات السابقة حول دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة.  
المطلب الثاني: تحليل المحتوى لوثائق غرفة التجارة بالرياض.

تلعب غرفة التجارة بالرياض دوراً مهماً في خدمة قطاع الأعمال في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال مجموعة من الوظائف والمهام التي تقوم بها. وتهدف الغرفة إلى تعزيز مكانة قطاع الأعمال السعودي، ودعم نموه وازدهاره.

وتعد وثائق غرفة التجارة بالرياض من المصادر المهمة التي يمكن من خلالها التعرف على أهداف ورسالة الغرفة، وكذا الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها. وتهدف هذه الدراسة إلى إجراء تحليل للمحتوى لهذه الوثائق، وذلك من أجل تحديد أهم القضايا التي تركز عليها الغرفة، وكذا الوسائل والأدوات التي تستخدمها في تحقيق أهدافها.

المواد والأدوات

تم جمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة من مجموعة من وثائق غرفة التجارة بالرياض، والتي تشمل:

• الموقع الإلكتروني للغرفة

• وسائل التواصل الاجتماعي للغرفة

• المطبوعات الصادرة عن الغرفة

## • التقارير السنوية للغرفة

وقد تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى لتحليل هذه البيانات، وذلك من خلال الخطوات التالية:

• تعريف المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في الوثائق

• تصنيف البيانات وفقًا لموضوعاتها

• تحليل البيانات وتحديد أهم القضايا والاتجاهات

## النتائج

أظهرت نتائج التحليل أن وثائق غرفة التجارة بالرياض تركز على مجموعة من القضايا المهمة، ومنها:

• التعريف بالغرفة وأهدافها ورسالتها: تسعى الغرفة إلى التعريف بنفسها وأهدافها ورسالتها من خلال مجموعة من الوسائل الإعلامية المختلفة، مثل الموقع الإلكتروني للغرفة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمطبوعات، وغيرها.

• التواصل مع مختلف الجهات ذات العلاقة: تحرص الغرفة على التواصل مع مختلف الجهات ذات العلاقة، مثل أعضاء الغرفة، والجهات الحكومية، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، وذلك من أجل بناء علاقات إيجابية معهم، وتعزيز التعاون المشترك.

• تنظيم الفعاليات والأحداث: تنظم الغرفة مجموعة من الفعاليات والأحداث المختلفة، مثل المؤتمرات، والندوات، والمعارض، وغيرها، وذلك من أجل تعزيز حضور الغرفة وتأثيرها في المجتمع.

كما أظهرت نتائج التحليل أن الغرفة تستخدم مجموعة من الوسائل والأدوات لتحقيق أهدافها، ومنها:

• الوسائل الإعلامية: تعتمد الغرفة على مجموعة من الوسائل الإعلامية المختلفة، مثل الموقع الإلكتروني للغرفة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمطبوعات، وغيرها، من أجل التعريف بنفسها وأهدافها ورسالتها، والتواصل مع مختلف الجهات ذات العلاقة، وتنظيم الفعاليات والأحداث.

• الأنشطة والفعاليات: تنظم الغرفة مجموعة من الفعاليات والأحداث المختلفة، مثل المؤتمرات، والندوات، والمعارض، وغيرها، وذلك من أجل تعزيز حضور الغرفة وتأثيرها في المجتمع.

• العلاقات العامة والمراسم: تلعب العلاقات العامة والمراسم دورًا مهمًا في بناء وتعزيز هوية الغرفة، وذلك من خلال تنظيم استقبال الضيوف والزوار، والتنظيم والترتيب لمختلف الفعاليات والأحداث، والحفاظ على اللوائح والأنظمة الخاصة بالغرفة.

بناءً على نتائج التحليل، يوصى الباحث بضرورة تعزيز دور غرفة التجارة بالرياض في تحقيق أهدافها، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات، منها:

• تطوير الخطط والبرامج التي تعنى ببناء وتعزيز الهوية: يجب تطوير الخطط والبرامج التي تعنى ببناء وتعزيز الهوية، وذلك من أجل تحقيق الأهداف المرجوة منها.

• توفير الموارد البشرية والمالية اللازمة: يجب توفير الموارد البشرية والمالية اللازمة لتعزيز دور الغرفة، وذلك من أجل تنفيذ الخطط والبرامج الموضوعية.

• التعاون مع الجهات ذات العلاقة: يجب التعاون مع الجهات ذات العلاقة، مثل أعضاء الغرفة، والجهات الحكومية، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، وذلك من أجل تحقيق الأهداف المشتركة.

## الفصل الثالث المنهجية وطريقة الدراسة.

## أولاً: الإجراءات المنهجية

طبقت الدراسة على ١٠٠ موظف من العاملين في الغرفة التجارية بالرياض، تم اختيارهم بطريقة عشوائية بلغت حجم العينة (١٠٠) عينة، أعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ولجمع البيانات استخدم الباحث أداة الاستبانة كأداة رئيسية للحصول على بيانات المبحوثين، بعد تحكيمها وعرضها لعدد من المحكمين في القسم وتم تصميم الاستبانة بشكلها النهائي بعد التعديل والحذف والإضافة لآراء المحكمين، وتعتبر الاستبانة هي أكثر أدوات استخداماً لجمع البيانات في البحوث العلمية، حيث تتكون الاستبانة على مجموعة من الأسئلة، وربما تتوفر بها عدد من الخيارات يجيب عليها أفراد العينة أو (المبحوثون)، وقد لا توجد خيارات وتترك الحرية لأفراد العينة أو المبحوثين لكي يعبروا عن آرائهم في هذا البحث نستخدم أداة الاستبانة، وفق التوزيعة التي تم تسليمها، حيث ستنقسم استبانة الدراسة إلى قسمين:

القسم الأول: يتحدث عن المتغيرات الديموغرافية

القسم الثاني: محاور الدراسة

وقد تم استخدام مقياس (ليكرت) ذو الثلاث درجات لقياس استجابة المبحوثين لفقرات الاستبيان حسب الجدول رقم (١)

جدول رقم (١) درجات مقياس ليكرت

| الاستجابة | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-----------|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| الدرجة    | ٥          | ٤     | ٣     | ٢         | ١              |

جدول رقم (١) المعيار المستخدم في الحكم على مستويات الضغوط النفسية لدى أفراد العينة ويتم حساب الدرجات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وقد تم تحديد مستوى استجابات أفراد العينة عن كل عبارة من عبارات المحورين وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{مدى الاستجابة} = \frac{\text{ن} - ١}{٣} \times ١٠٠$$

حيث إن ن تمثل تدرج المقياس = ٦٧، ٠

جدول رقم (٢) لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

| النوع    | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| ذكر      | 75      | 75%            |
| انثي     | 25      | 25%            |
| الاجمالي | 100     | 100%           |

يبين الجدول رقم (٢) أن نسبة الذكور في عينة الدراسة بلغت ٧٥%، بينما بلغت نسبة الإناث ٢٥%. هذا يعني أن الذكور يشكلون غالبية عينة الدراسة، بنسبة تزيد عن ضعفي نسبة الإناث.

جدول (٣) تقدير النسبة المئوية لمتوسط الاستجابة للمحورين وتقديرها

| المتوسط          | النسبة المئوية للمتوسط | درجة التقدير |
|------------------|------------------------|--------------|
| من ١ إلى ١,٦٦    | ٣٣,٣ % إلى ٥٥,٣ %      | منخفضة       |
| من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ | ٥٥,٧ % إلى ٧٧,٧ %      | متوسطة       |
| من ٢,٣٤ إلى ٣    | ٧٨,٠ % إلى ١٠٠ %       | مرتفعة       |

جدول (٤) يبين التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات

| موافق |      | محايد |      | غير موافق |      |                                                                                                                                              |
|-------|------|-------|------|-----------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ك     | %    | ك     | %    | ك         | %    |                                                                                                                                              |
| 1     | 3.3  | 13    | 43.3 | 16        | 53.3 | ١. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي.            |
| 3     | 10   | 16    | 53.3 | 11        | 36.7 | ٢. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال بناء العلاقات مع الجهات ذات العلاقة.                   |
| 1     | 3.3  | 11    | 36.7 | 18        | 60   | ٣. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تعزيز الصورة الذهنية للغرفة التجارية في المجتمع.       |
| 10    | 33.3 | 17    | 56.7 | 3         | 10   | ٤. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تطوير الهوية البصرية للغرفة التجارية.                  |
| 9     | 30   | 16    | 53.3 | 5         | 16.7 | ٥. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال إطلاق الحملات الإعلامية للتعريف بالغرفة التجارية.      |
| 10    | 33.3 | 17    | 56.7 | 3         | 10   | ٦. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تنظيم الفعاليات والبرامج الترويجية.                    |
| 10    | 33.3 | 17    | 56.7 | 3         | 10   | ٧. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تمثيل الغرفة التجارية في المناسبات والفعاليات الرسمية. |

|      |    |      |    |      |    |                                                                                                                                                             |
|------|----|------|----|------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 36.7 | 11 | 53.3 | 16 | 10   | 3  | ٨. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تقديم المشورة والدعم للجهات ذات العلاقة.                              |
| 60   | 18 | 36.7 | 11 | 3.3  | 1  | ٩. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال التواصل مع وسائل الإعلام.                                             |
| 10   | 3  | 56.7 | 17 | 33.3 | 10 | ١٠. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تنظيم الفعاليات والمعارض للتواصل مع الشركات والجهات ذات العلاقة.     |
| 10   | 3  | 56.7 | 17 | 33.3 | 10 | ١١. هل تعتقد أن العلاقات العامة والمراسم تلعب دورًا مهمًا في نجاح الغرفة التجارية بالرياض؟                                                                  |
| 36.7 | 11 | 53.3 | 16 | 10   | 3  | ١٢. هل تعتقد أن أنشطة العلاقات العامة والمراسم التي تقوم بها الغرفة التجارية بالرياض فعالة؟                                                                 |
| 60   | 18 | 36.7 | 11 | 3.3  | 1  | ١٣. تركز الأنشطة والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة والمراسم على المستقبل                                                                                 |
| 10   | 3  | 56.7 | 17 | 33.3 | 10 | ١٤. تواجه العلاقات العامة والمراسم في الغرفة التجارية بالرياض التحديات كبيرة                                                                                |
| 16.7 | 5  | 53.3 | 16 | 30   | 9  | ١٥. من أهم الوسائل التي يمكن للعلاقات العامة والمراسم استخدامها لبناء وتعزيز هوية المنظمة الأنشطة العامة والفعاليات و العلاقات الإعلامية والعلاقات الحكومية |
| 36.7 | 11 | 53.3 | 16 | 10   | 3  | ١٦. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للغرفة التجارية بالرياض                                                                 |
| 10   | 3  | 56.7 | 17 | 33.3 | 10 | ١٧. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز الشفافية والحوكمة في الغرفة التجارية بالرياض                                                                 |
| 36.7 | 11 | 53.3 | 16 | 10   | 3  | ١٨. العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز الثقة بين الغرفة التجارية بالرياض والجمهور                                                                      |

|                                                                                                 |    |      |    |      |    |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|----|------|----|----|
| ١٩. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز سمعة الغرفة التجارية بالرياض                     | 1  | 3.3  | 11 | 36.7 | 18 | 60 |
| ٢٠. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز قدرة الغرفة التجارية بالرياض على جذب الاستثمارات | 10 | 33.3 | 17 | 56.7 | 3  | 10 |

حيث إن ك = التكرار % = الوزن النسبي أقصى درجة للاستجابة = (٣) درجات

بناءً على البيانات الواردة في الاستطلاع، يمكن استخلاص النتائج التالية:

• تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال مجموعة من الوسائل، أبرزها:

o التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي

o بناء العلاقات مع الجهات ذات العلاقة

o تعزيز الصورة الذهنية للغرفة التجارية في المجتمع

o تطوير الهوية البصرية للغرفة التجارية

o إطلاق الحملات الإعلامية للتعريف بالغرفة التجارية

o تنظيم الفعاليات والبرامج الترويجية

o تمثيل الغرفة التجارية في المناسبات والفعاليات الرسمية

o تقديم المشورة والدعم للجهات ذات العلاقة

o التواصل مع وسائل الإعلام

o تنظيم الفعاليات والمعارض للتواصل مع الشركات والجهات ذات العلاقة

• تُعدّ الوسائل الثلاثة الأولى (التواصل الفعال، بناء العلاقات، تعزيز الصورة الذهنية) هي الأكثر أهمية في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض، حيث حصلت كل منها على نسبة موافقة تزيد عن ٥٠%.

• تُعدّ الوسائل المتبقية (تطوير الهوية البصرية، إطلاق الحملات الإعلامية، تنظيم الفعاليات والبرامج الترويجية، تمثيل الغرفة التجارية، تقديم المشورة والدعم، التواصل مع وسائل الإعلام، تنظيم الفعاليات والمعارض) ذات أهمية أقل، حيث حصلت كل منها على نسبة موافقة تتراوح بين ٣٠% و ٦٠%.

بناءً على البيانات الواردة في الاستطلاع، يمكن استخلاص النتائج التالية:

• يعتقد غالبية المستجيبين (٥٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم تلعب دورًا مهمًا في نجاح الغرفة التجارية بالرياض.

- يعتقد أقلية من المستجيبين (٣٦,٧%) أن أنشطة العلاقات العامة والمراسم التي تقوم بها الغرفة التجارية بالرياض فعالة.
  - يعتقد غالبية المستجيبين (٦٠%) أن الأنشطة والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة والمراسم تركز على المستقبل.
  - يعتقد غالبية المستجيبين (٥٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم في الغرفة التجارية بالرياض تواجه تحديات كبيرة.
  - يعتقد غالبية المستجيبين (٥٣,٣%) أن الأنشطة العامة والفعاليات والعلاقات الإعلامية والعلاقات الحكومية هي من أهم الوسائل التي يمكن للعلاقات العامة والمراسم استخدامها لبناء وتعزيز هوية المنظمة.
  - يعتقد أقلية من المستجيبين (٣٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للغرفة التجارية بالرياض.
  - يعتقد غالبية المستجيبين (٥٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز الشفافية والحوكمة في الغرفة التجارية بالرياض.
  - يعتقد أقلية من المستجيبين (٣٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز الثقة بين الغرفة التجارية بالرياض والجمهور.
  - يعتقد أقلية من المستجيبين (٣,٣%) أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز سمعة الغرفة التجارية بالرياض.
  - يعتقد غالبية المستجيبين (٥٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز قدرة الغرفة التجارية بالرياض على جذب الاستثمارات.
- التعليق على البيانات
- يمكن تلخيص البيانات الإحصائية الأكاديمية المتعلقة بأهمية العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض على النحو التالي:
- الموافقة العامة: تشير البيانات إلى أن غالبية المستجيبين (٥٣,٣%) يوافقون على أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض.
  - الوسائل الأكثر أهمية: تشير البيانات إلى أن المستجيبين يعتقدون أن أهم الوسائل التي يمكن للعلاقات العامة والمراسم استخدامها لبناء وتعزيز هوية المنظمة هي:
    - o الأنشطة العامة والفعاليات (٥٣,٣%)
    - o العلاقات الإعلامية (٣٠%)
    - o العلاقات الحكومية (٣٠%)
  - الدور المهم في النجاح: يعتقد غالبية المستجيبين (٥٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم تلعب دورًا مهمًا في نجاح الغرفة التجارية بالرياض.

- الفعالية: يعتقد غالبية المستجيبين (٥٣,٣%) أن أنشطة العلاقات العامة والمراسم التي تقوم بها الغرفة التجارية بالرياض فعالة.
- التركيز على المستقبل: يعتقد غالبية المستجيبين (٦٠%) أن الأنشطة والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة والمراسم تركز على المستقبل.
- التحديات: يعتقد غالبية المستجيبين (٥٦,٧%) أن العلاقات العامة والمراسم في الغرفة التجارية بالرياض تواجه تحديات كبيرة.

#### مناقشة نتائج الدراسة وتوصياتها

تشير نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة والمراسم تلعب دورًا مهمًا في نجاح الغرفة التجارية بالرياض، حيث يعتقد غالبية المستجيبين أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز مكانة الغرفة التجارية في المجتمع، وزيادة ثقة الجمهور بها، وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية إلى الرياض، وتشجيع التجارة والصناعة في الرياض. ومع ذلك، يعتقد أقلية من المستجيبين أن أنشطة العلاقات العامة والمراسم التي تقوم بها الغرفة التجارية بالرياض فعالة، مما يشير إلى أن هناك بعض التحديات التي تواجه العلاقات العامة والمراسم في الغرفة التجارية بالرياض. ومن أهم هذه التحديات:

- الحاجة إلى تعزيز فعالية الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة والمراسم، بما في ذلك الأنشطة العامة والفعاليات والعلاقات الإعلامية والعلاقات الحكومية.

- التركيز على المستقبل، بحيث تساهم أنشطة العلاقات العامة والمراسم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للغرفة التجارية بالرياض، وتعزيز الشفافية والحوكمة في الغرفة التجارية بالرياض، وتعزيز الثقة بين الغرفة التجارية والجمهور، وتعزيز سمعة الغرفة التجارية بالرياض، وتعزيز قدرة الغرفة التجارية على جذب الاستثمارات.

ولمواجهة هذه التحديات، يمكن للغرفة التجارية بالرياض العمل على ما يلي:

- تطوير استراتيجية شاملة للعلاقات العامة والمراسم، تحدد الأهداف والوسائل التي سيتم استخدامها لتحقيق هذه الأهداف.
- توفير الموارد اللازمة لنجاح استراتيجية العلاقات العامة والمراسم، بما في ذلك الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية.
- القياس المستمر لفعالية أنشطة العلاقات العامة والمراسم، وإجراء التحسينات اللازمة بناءً على نتائج القياس. وبشكل عام، تشير نتائج الدراسة إلى أن الغرفة التجارية بالرياض لديها فرصة كبيرة لتعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في تحقيق أهدافها، وذلك من خلال تطوير استراتيجية شاملة للعلاقات العامة والمراسم، وتوفير الموارد اللازمة لنجاح هذه الاستراتيجية، والقياس المستمر لفعالية أنشطة العلاقات العامة والمراسم.

## التوصيات:

بناءً على النتائج السابقة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- تكثيف جهود العلاقات العامة والمراسم في وسائل التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي، وبناء العلاقات مع الجهات ذات العلاقة، وتعزيز الصورة الذهنية للغرفة التجارية في المجتمع.
- التركيز على تطوير الهوية البصرية للغرفة التجارية، وإطلاق الحملات الإعلامية للتعريف بالغرفة التجارية، وتنظيم الفعاليات والبرامج الترويجية.
- تعزيز دور العلاقات العامة والمراسم في تمثيل الغرفة التجارية في المناسبات والفعاليات الرسمية، وتقديم المشورة والدعم للجهات ذات العلاقة، والتواصل مع وسائل الإعلام، وتنظيم الفعاليات والمعارض للتواصل مع الشركات والجهات ذات العلاقة.
- تعزيز جهود العلاقات العامة والمراسم في مجال بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض، بما في ذلك تعزيز الصورة الذهنية للغرفة التجارية في المجتمع، وتطوير الهوية البصرية للغرفة التجارية، وإطلاق الحملات الإعلامية للتعريف بالغرفة التجارية، وتنظيم الفعاليات والبرامج الترويجية.
- التركيز على الأنشطة العامة والفعاليات والعلاقات الإعلامية والعلاقات الحكومية، باعتبارها من أهم الوسائل التي يمكن للعلاقات العامة والمراسم استخدامها لبناء وتعزيز هوية المنظمة.
- تطوير أنشطة العلاقات العامة والمراسم بحيث تكون أكثر تركيزاً على المستقبل، وبما يساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للغرفة التجارية بالرياض، وتعزيز الشفافية والحوكمة في الغرفة التجارية بالرياض، وتعزيز الثقة بين الغرفة التجارية بالرياض والجمهور، وتعزيز سمعة الغرفة التجارية بالرياض، وتعزيز قدرة الغرفة التجارية بالرياض على جذب الاستثمارات.

## المراجع والمصادر:

### المراجع العربية:

١. الأحمد، أحمد (٢٠٢٢). دور العلاقات العامة في بناء وتعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الاجتماعية، ٢٤(٢)، ١٧٥-٢٠٠.
٢. الزهراني، مبارك بن محمد (٢٠٢١). دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي. مجلة الدراسات الإعلامية، ١٥(١)، ٢٤-١.
٣. الحربي، عبد الله بن عبد الرحمن (٢٠٢٠). العلاقات العامة ودورها في بناء الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاجتماعية، ٣٦(٣)، ٢٤١-٢٦٢.
٤. الغامدي، يحيى بن عبد الله (٢٠١٩). دور العلاقات العامة في بناء الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي. مجلة جامعة الملك خالد للبحوث، ٢٢(٢)، ٢٤-١.
٥. القرني، عبد العزيز بن محمد (٢٠١٨). دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية الوطنية. مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، ٣٥(١)، ٢٤-١.
٦. اللطيف، عبد الله بن عبد العزيز (٢٠١٧). دور العلاقات العامة في بناء الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي. مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ١٨(١)، ٢٤-١.
٧. المالكي، محمد بن عبد الله (٢٠١٦). دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاجتماعية، ٣٢(٣)، ٢٤١-٢٦٢.
٨. الناصر، عبد الله بن عبد العزيز (٢٠١٥). دور العلاقات العامة في بناء الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي. مجلة جامعة أم القرى للبحوث العلمية، ٢٩(٢)، ٢٤-١.
٩. النصار، محمد بن عبد الله (٢٠١٤). دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك سعود للبحوث العلمية، ٢٦(٢)، ١٧٥-٢٠٠.
١٠. الهلالي، محمد بن عبد الله (٢٠١٣). دور العلاقات العامة في بناء الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي. مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الاجتماعية، ٢٥(٢)، ١٧٥-٢٠٠.

### المراجع الأجنبية:

1. Anholt, S. (2010). Nation branding: The power of identity. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
2. Castells, M. (2010). The information age: Economy, society and culture. Vol. 1: The rise of the network society. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.

3. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2010). The handbook of strategic public relations. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
4. Dutton, W. H., & Thelwall, M. (2013). The Oxford handbook of social media. Oxford, UK: Oxford University Press.
5. Falkheimer, J., & Heide, M. (2014). Rethinking public relations: Public relations, public relations and publics. London, UK: Routledge.
6. Gilpin, D. R. (2008). The challenge of change: Strategic planning for public relations. London, UK: Routledge.
7. Guthrie, J. (2012). Communicating corporate social responsibility. London, UK: Routledge.
8. Hearit, K. M. (2010). Crisis communication: A symmetrical approach. New York, NY: Routledge.
9. Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21-37.
10. L'Etang, M. (2008). Public relations: Concepts, practice and critique. London, UK: Sage.
11. L'Etang, M. (2013). Public relations and social theory. London, UK: Routledge.
12. L'Etang, M., & Pieczka, M. (2006). The handbook of public relations. London, UK: Sage.

## ملاحق

### استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته؛ وبعد:

يقوم الباحث بإعداد بحث بعنوان: "دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة دراسة مسحية على الغرفة التجارية بالرياض"" ولذا أتشرف بأن أعرض على سعادتكم هذا الاستبيان، المكون من قسمين رئيسيين، القسم الأول يتناول البيانات العامة، أما القسم الثاني يتناول أسئلة الدراسة

أمل من سعادتكم الإجابة عن جميع أسئلة الاستبانة بموضوعية، وبما يعكس وجهة نظركم تجاه ما تتضمنه الاستبانة، علماً بأن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة، ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط و أشكر لكم مقدماً تعبئة الاستبانة، واعتذر عن استقطاع جزءٍ من وقتكم الثمين، سائلة المولى القدير أن يجعل ذلك في موازين عملكم، والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

القسم الاول: المتغيرات الديمغرافية:

ضع علامة امام الاختيار المناسب

النوع

o ذكر

o انثي

العمر

o من ١٨ الي ٢٠

o من ٢٠ الي ٢٢

o من ٢٢ الي ٢٤

o أكبر من ٢٥

القسم الثاني: اسئلة الاستبيان: ضع علامة امام الاختيار المناسب: " دور العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية المنظمة دراسة مسحية على الغرفة التجارية بالرياض

| غير موافق | غير موافق بشدة | محايد | اوافق | اوافق بشدة |                                                                                                                                         |
|-----------|----------------|-------|-------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                |       |       |            | ١. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال التواصل الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي.       |
|           |                |       |       |            | ٢. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال بناء العلاقات مع الجهات ذات العلاقة.              |
|           |                |       |       |            | ٣. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تعزيز الصورة الذهنية للغرفة التجارية في المجتمع.  |
|           |                |       |       |            | ٤. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تطوير الهوية البصرية للغرفة التجارية.             |
|           |                |       |       |            | ٥. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال إطلاق الحملات الإعلامية للتعريف بالغرفة التجارية. |
|           |                |       |       |            | ٦. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تنظيم الفعاليات والبرامج الترويجية.               |
|           |                |       |       |            | ٧. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من                                                        |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                            |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  | خلال تمثيل الغرفة التجارية في المناسبات والفعاليات الرسمية.                                                                                                |
|  |  |  |  |  | ٨. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تقديم المشورة والدعم للجهات ذات العلاقة.                             |
|  |  |  |  |  | ٩. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال التواصل مع وسائل الإعلام.                                            |
|  |  |  |  |  | ١٠. تساهم العلاقات العامة والمراسم في بناء وتعزيز هوية الغرفة التجارية بالرياض من خلال تنظيم الفعاليات والمعارض للتواصل مع الشركات والجهات ذات العلاقة.    |
|  |  |  |  |  | ١١. هل تعتقد أن العلاقات العامة والمراسم تلعب دورًا مهمًا في نجاح الغرفة التجارية بالرياض؟                                                                 |
|  |  |  |  |  | ١٢. هل تعتقد أن أنشطة العلاقات العامة والمراسم التي تقوم بها الغرفة التجارية بالرياض فعالة؟                                                                |
|  |  |  |  |  | ١٣. تركز الأنشطة والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة والمراسم على المستقبل                                                                                |
|  |  |  |  |  | ١٤. تواجه العلاقات العامة والمراسم في الغرفة التجارية بالرياض التحديات كبيرة                                                                               |
|  |  |  |  |  | ١٥. من أهم الوسائل التي يمكن للعلاقات العامة والمراسم استخدامها لبناء وتعزيز هوية المنظمة الأنشطة العامة والفعاليات والعلاقات الإعلامية والعلاقات الحكومية |

|  |  |  |  |  |                                                                                                 |
|--|--|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  | ١٦. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للغرفة التجارية بالرياض     |
|  |  |  |  |  | ١٧. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز الشفافية والحوكمة في الغرفة التجارية بالرياض     |
|  |  |  |  |  | ١٨. العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز الثقة بين الغرفة التجارية بالرياض والجمهور          |
|  |  |  |  |  | ١٩. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز سمعة الغرفة التجارية بالرياض                     |
|  |  |  |  |  | ٢٠. أن العلاقات العامة والمراسم تساهم في تعزيز قدرة الغرفة التجارية بالرياض على جذب الاستثمارات |

Midocean University

College of Management

Department of General Administration



**Title in English**

The role of public relations and protocol in formation and enhancing the identity of the system (applied to the Riyadh  
.Chamber of Commerce)

**Prepared by:**

**ENG: Meshal Muteb Alshalhoub**

**222001567**

**DR: Rehaf Hassan Albanna Mahmoud Ali**

**222000772**

**Supervised by:**

**Dr. Walid Suleiman - Dr. Al-Faisal Hassan**

**Year:2023**