

Electronic administration and its role in activating the tasks of public relations: A field study on a sample of public relations departments in the public and private sectors in the city of Riyadh

Nahlah Mohammed Bedaiwi

Faculty of Media and Communication || Imam Muhammad Bin Saud Islamic University || KSA

Abstract: The purpose of this study is to identify to what extent the public relations perform its functions through the management of electronic in public and private institutions sector.

To reach the goals of the study, the researcher followed the curriculum survey of the questionnaire methodology; where the researcher collects the information required through the answer for research questions.

The study population are from the departments of public relations in both sectors, public and private in the city of Riyadh.

The sample in this study are the departments of public relations in both sectors, public and private, it has been taken in a manner sample class and represent 40 % of each layer in each sector, and within each layer pulled a sample in a manner sample random simple from each layer.

To achieve the objectives of this study, the researcher conducted a study on two types of departments which departments of public and private administrations sectors in the city of Riyadh.

The following findings are from the field survey:

In the government sector, the researcher found that 57.1 % rely entirely on the electronic management in the management of public relations.

It turned out during the study a differences in the activation of some functions of the electronic management; where it was found that the private sector outperform the government sector in two subjects only; first is the use of public relations management including electronic administration in the research survey of the public's opinion, and the second is the use of public relations management including electronic administration in the campaigns of media.

Keywords: electronic management, public relations - public sectors - private sectors.

الإدارة الإلكترونية ودورها في تفعيل مهام العلاقات العامة دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة في القطاعات العامة والخاصة في مدينة الرياض في الفترة من 2010-2012م

نهله محمد بديوي

كلية الإعلام والاتصال || جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية || المملكة العربية السعودية

المستخلص: هدفت هذه الدراسة معرفة إلى أي مدى تؤدي العلاقات العامة مهامها من خلال الإدارة الإلكترونية في مؤسسات القطاع العام والخاص وما دور استخدام الإدارة الإلكترونية في تفعيل مهام العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص.

وللوصول لأهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج (الوصفي التحليلي). من خلال الاستبانة؛ حيث قامت الباحثة بجمع المعلومات المطلوبة من خلال الإجابة عن تساؤلات البحث.

ومجتمع الدراسة تكون من إدارات العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص في مدينة الرياض. وقد اعتمدت الباحثة في اختيار عينة الدراسة على أسلوب العينة الطبقية وتمثل 40٪ من كل طبقة في كل قطاع، ومن داخل كل طبقة تم سحب العينة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة أجرت الباحثة الدراسة على نوعين من الإدارات وهي إدارات القطاع العام وإدارات القطاع الخاص في مدينة الرياض في الفترة من 2011م-2012م.

وتوصلت الباحثة إلى عدد من النتائج من أبرزها:

يعتمد 57.1٪ من إدارات العلاقات العامة في القطاع الحكومي اعتماداً كلياً على الإدارة الإلكترونية.

اتضح من خلال الدراسة فروق في تفعيل بعض المهام من خلال الإدارة الإلكترونية؛ حيث نجد أن القطاع الخاص يتفوق على القطاع الحكومي فقط في أمرين أحدهما استخدام إدارة العلاقات العامة للتعاملات الإلكترونية في بحوث استطلاع الرأي العام، والأمر الثاني استخدام إدارة العلاقات العامة للتعاملات الإلكترونية في الحملات الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الإلكترونية، العلاقات العامة - القطاعات العامة - القطاعات الخاصة.

مقدمة :

تُعد المنظمات نتاجاً مجتمعياً ؛ بمعنى : أن كل منظمة في المجتمع تعمل على تحقيق هدف ، أو تقديم خدمة ، أو منتج معين لأفراد المجتمع ؛ وعلى هذا الأساس أصبح لأفراد المجتمع أو جمهور المنظمة دور في الاعتراف بوجود المنظمة ، فالجماهير هي التي تمنح الدعم والتأييد الذي تحتاجه أي منظمة في ظل تنوع وتنافس المنظمات ، وتنامي أهمية الرأي العام ، وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي، وقد أدركت معظم الشركات والمؤسسات والمنظمات أن نجاحها يرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير ورسم صورة إيجابية لنفسها، وتحسين سمعتها، للتأثير على الرأي العام.

هذا الواقع جعل العلاقات العامة حاجة ماسة وجوهية لكل المنظمات الحديثة بمختلف أنواعها، فلا يمكن تجنب العلاقات العامة أو حتى تجاهلها؛ ولذلك ينظر إلى العلاقات العامة كمفهوم إداري وفلسفة تحكم أوجه نشاط المنظمة، وكوظيفة متخصصة تخدم الإدارات المختلفة والمنظمة ككل.

ومما لا شك فيه أن هذا الواقع ينعكس على البعد الإستراتيجي للعلاقات العامة فيما يتعلق بإدارة المنظمة وصناعة القرار فيها ؛ نظراً لما تمتلكه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من عناصر قوة إذ باستطاعتها فرض تغيير في أنماط العمل والإدارة في جميع المجالات ، حيث تقوم برفع كفاءة الأداء ، وتوفير الوقت ، والمال ، والجهد ، كما توفر الطفرة الإلكترونية الحديثة إمكانية إشراك المواطنين والمجتمع .

ومن هذا المنطلق نشأت فكرة "الإدارة الإلكترونية" وسعت معظم الدول إلى تفعيل الإدارة الإلكترونية باعتبارها اتجاهاً جديداً في الإدارة المعاصرة ، فأصبحت تسود العالم حركة نشطة لاستثمار كل التقنيات الحديثة لنظم المعلومات والاتصالات المستحدثة في تطوير أعمال المنظمات - سواء كانت منظمات أعمال ، أو منظمات حكومية - وتحويلها إلى منظمات إلكترونية تستخدم شبكة الإنترنت في إنجاز كل أعمالها ومعاملاتها الإدارية من: تخطيط وتنظيم، وتوجيه ورقابة ، وكذلك إنجاز كل وظائفها من تسويق وإنتاج ، وتمويل واستثمار ، وأعمال مكتبية ، وغير ذلك بعقلية عالمية وبسرعة فائقة⁽¹⁾

(1) غنيم. أحمد محمد. (2004 م) . الإدارة الإلكترونية. آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، القاهرة : المكتبة العصرية ، ص 7.

التعريف الإجرائي للدراسة :

- الإدارة الإلكترونية: (عبارة عن استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة شبكة الإنترنت في جميع العمليات الإدارية الخاصة بمنشأة ما بغية تحسين العملية الإنتاجية وزيادة كفاءة وفاعلية الأداء بالمنشأة)⁽²⁾ ويقصد بالإدارة الإلكترونية في هذه الدراسة "الانتقال من إنجاز مهام العلاقات العامة من الطريقة التقليدية إلى الشكل الإلكتروني من أجل استخدام أمثل للوقت ، والمال ، والجهد .
- مهام العلاقات العامة: هي بلورة لمفهوم نشاطات العلاقات العامة التي تتضمن:⁽³⁾
 - 1- قياس وتقييم الاتجاهات المختلفة لدى جمهور المنظمة.
 - 2- تطوير عمل الإدارة ومساعدتها بكيفية الوصول إلى الجماهير وتسويق خدماتها وكسب ثقتهم.
 - 3- العمل على تحقيق درجة عالية من الانسجام بين أهداف المنظمات وحاجات وأهداف الجماهير.
 - 4- توضيح أهداف الشركات والحكومات من خلال ما تصدره من تعليمات أو ما يتم طرحه من منتجات.

الدراسات السابقة :

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى قسمين قسم تناول الإدارة الإلكترونية وقسم تناول العلاقات العامة.

الدراسات التي تناولت الإدارة الإلكترونية :

- دراسة آل دحوان (2008م)⁽⁴⁾ هدفت الدراسة للتعرف على دور إدارة التطوير الإداري في تطبيق الإدارة الإلكترونية وقد أظهرت الدراسة عدم موافقة عينة الدراسة على قيام إدارة التطوير الإداري بدورها في توفير المتطلبات التنظيمية لتطبيق الإدارة الإلكترونية ، وكشفت الدراسة . أيضاً . أن أفراد الدراسة محايدون بشأن قيام إدارة التطوير الإداري بدورها في إكساب العاملين المهارات الفنية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية .
- دراسة الرؤساء (2007م)⁽⁵⁾ وقد سعى الباحث فيها للتعرف على المستوى الحالي للتعاملات الإلكترونية في المنظمات العامة والخاصة في المملكة العربية السعودية باستخدام المنهج المسحي الوصفي ؛ لتحقيق أهداف الدراسة ، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المستوى الكلي والحالي للتعاملات الإلكترونية- في المنظمات بشكل عام في المملكة العربية السعودية - يتم بنسبة ضئيلة.

الدراسات التي تناولت ممارسة مهام العلاقات العامة :

- دراسة الشهري (1424هـ) بعنوان إسهامات تقنيات الاتصال في تحقيق أهداف العلاقات العامة⁽⁶⁾ حيث تناولت بالوصف والتحليل مدى إسهام تقنيات الاتصال المباشر الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة لتحقيق أهدافها ، حيث برزت أهمية وأثر هذه التقنية على أعمال المنظمات المعاصرة ، وركزت على أهمية ربط تقنيات

(2) أحمد، محمد سمير (2009م). الإدارة الإلكترونية، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، ص42

(3) اللوزي، موسى. (2020). أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس كلية الأعمال الجامعة الأردنية. زمزم ناشرون وموزعون.

(4) آل دحوان .عبد الله بن سعيد. (2008م). دور إدارة التطوير الإداري في تطبيق الإدارة الإلكترونية (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك سعود ،الرياض)

(5) الرؤساء. كرم محمد. (2007م). مستوى التعاملات الإلكترونية في المنظمات العامة والخاصة في المملكة العربية السعودية (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك سعود ،الرياض)

(6) الشهري ،عبدالله حمود .(1424هـ). إسهامات تقنيات الاتصال في تحقيق أهداف العلاقات العامة (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية الدعوة والإعلام ، قسم الإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)

الاتصال في مجال العلاقات العامة بقدرتها على تحقيق أهدافها ، وقد استخدم الباحث منهج دراسة الحالة (إدارة العلاقات العامة في شركة أرامكو السعودية عن طريق الدراسة التحليلية والميدانية : لتحقيق أهداف الدراسة . وقد تم ربط النتائج المستخلصة من الدراسة الميدانية والتحليلية بالدراسة النظرية عند عرض النتائج ؛ لمعرفة مدى استخدام هذه التقنيات في إدارة العلاقات العامة ، ومن أهم النتائج ارتفاع مدى استخدام تقنيات الاتصال لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها العلاقات العامة.

- دراسة الدريهم (1427هـ) بعنوان دور العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية⁽⁷⁾ هدفت الدراسة إلى التوصل إلى معرفة مدى استعداد أجهزة العلاقات العامة في الأجهزة المركزية في مدينة الرياض لتطبيق الحكومة الإلكترونية ، ومعرفة رأي الإدارة العليا في دور العلاقات العامة في تطبيق الحكومة الإلكترونية ، وقد اعتمد المنهج الوصفي ، وتوصل إلى أن أفراد العينة يجيدون التعامل مع الشبكة الداخلية (lan) أكثر من الشبكة العالمية (الإنترنت) ، وأن إدارة العلاقات العامة كان لها دور كبير في تشجيع جمهورها الداخلي والخارجي لاستخدام تطبيقات الحكومة الإلكترونية.
- دراسة العتوم (2010م) بعنوان أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة⁽⁸⁾ هدفت هذه الدراسة للتعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية ومدى قيامها بالأنشطة الاتصالية ، وخلصت إلى أن إدارة العلاقات العامة والإعلام تستخدم في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الاتصال الشخصي ، والاتصال الإلكتروني ووسائل الاتصال الجماهيري على الترتيب ؛ حيث جاء الاتصال الشخصي في المقدمة بدرجة عالية ، تلاه الاتصال الجماهيري والإلكتروني بدرجة متوسطة.

مناقشة الدراسات السابقة :

بنظرة فاحصة إلى كل هذه الدراسات السابقة نلاحظ أن :

- 1- مجموعة منها ركزت على أهمية الإدارة الإلكترونية في المؤسسات بشكل عام مثل: دراسة آل دحوان ، ودراسة الرؤساء.
- 2- ومجموعة أخرى أظهرت مدى سعي العلاقات العامة لاستخدام الإنترنت وأثره في العلاقات العامة مثل : دراسة الشهري.
- 3- ومجموعة ثالثة اهتمت بتوضيح مدى قيام إدارة العلاقات العامة بالأنشطة الاتصالية المختلفة إضافة إلى تطبيق الحكومة الإلكترونية مثل: دراسة الدريهم ، والعتوم.

أوجه اختلاف الدراسة الحالية عن سابقتها :

أما دراستي . والله الحمد . فلم تتوقف عند مدى بيان أهمية الإدارة الإلكترونية ، ولا إلى أي مدى تستخدم ، ولا عند قضية التسويق التكاملي ، بل ستدرس أداء العلاقات العامة لمهامها تجاه جمهورها الداخلي والخارجي ، ومهامها التطويرية من خلال الإدارة الإلكترونية.

(7) الدريهم، ماجد سعد .(1427هـ) دور العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية (الرياض ، جامعة الملك سعود ، رسالة ماجستير غير منشورة ، مقدمة لكلية الآداب ، قسم الإعلام)

(8) عتوم & أحمد. (2010). أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة دارسة ميدانية في الوزارات الأردنية (Doctoral dissertation, جامعة الشرق الاوسط).

مشكلة الدراسة :

يتضح من خلال العرض السابق أهمية موضوع الدراسة من خلال قيام إدارة العلاقات العامة بأدوار جوهرية في المنظمات باستخدام وسائل الاتصال المختلفة مع الجمهور الداخلي والخارجي. وعليه فإن مشكلة هذه الدراسة تتمحور في التساؤل الرئيس التالي :

ما الدور الذي يؤديه استخدام الإدارة الإلكترونية في تفعيل مهام العلاقات العامة في القطاعات الحكومية والخاصة؟ وما العوامل المؤثرة فيه؟ .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى :

- معرفة إلى أي مدى تؤدي العلاقات العامة مهامها من خلال الإدارة الإلكترونية في مؤسسات القطاع العام والخاص.
- معرفة طبيعة التعاملات الإلكترونية في القطاعين العام والخاص.
- تحديد أهم الوسائل الإلكترونية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة.
- تحديد المهام التي تؤديها العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية .
- وصف أهم إيجابيات الإدارة الإلكترونية في تحقيق مهام العلاقات العامة.
- التعرف على التأثير الذي يحدثه استخدام الإدارة الإلكترونية في تفعيل مهام العلاقات العامة.
- التعرف على المعوقات التي تحد من استخدام موظفي إدارة العلاقات العامة للإدارة الإلكترونية وكيفية تلافيها.

تساؤلات الدراسة:

تساؤلات الجانب النظري :

- 1- ما مفهوم الإدارة الإلكترونية ؟
- 2- ما عناصر نظام الإدارة الإلكترونية ؟
- 3- ما مفهوم العلاقات العامة ؟
- 4- متى نشأت الإدارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية؟
- 5- ما المهام الأساسية التي تؤديها إدارة العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية في كل من القطاعين: العام ، والخاص ؟

تساؤلات الجانب التطبيقي :

- 1- ما حجم استخدام الإدارة الإلكترونية في العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص؟
- 2- ما طبيعة تعامل إدارة العلاقات العامة مع المعاملة الإلكترونية ؟
- 3- ما وسائل الإدارة الإلكترونية في تفعيل مهام إدارة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص ؟
- 4- ما المهام التي تؤديها إدارة العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية ؟
- 5- ما إيجابيات الإدارة الإلكترونية في تحقيق مهام العلاقات العامة ؟
- 6- ما معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة في القطاع العام والخاص؟
- 7- كيف يمكن تلافي معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص؟

منهج الدراسة :

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الكمية بمعنى : أن أنسب المناهج لها هو منهج المسح من خلال الاستبانة ؛ حيث قامت الباحثة بجمع المعلومات المطلوبة من خلال الإجابة عن تساؤلات البحث ؛ للخروج بنتائج ، ثم تحليل تلك النتائج من خلال الاختبارات الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية "spss".

طرق تحليل البيانات :

قامت الباحثة بتحليل البيانات الإحصائية الوصفية : لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة حتى يتسنى تعميم نتائجها على مجتمع البحث.

مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من إدارات العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص في مدينة الرياض.

إدارات العلاقات العامة في القطاع العام :

يقصد بالقطاع العام "المنظمات الحكومية التي تتمركز في مدينة الرياض والتي لها شخصيات اعتبارية وذات ميزانية مستقلة و يشمل هذا التعريف الوزارات والمؤسسات والهيئات العامة حسب تسجيلها في وزارة الخدمة المدنية.

إدارات العلاقات العامة في القطاع الخاص :

يقصد بالقطاع الخاص إدارات العلاقات العامة في كبرى شركات القطاع الخاص من الدرجة الممتازة وفقاً للتصنيف الصادر عن الغرفة التجارية والصناعية بمدينة الرياض لعام 2008م والقطاع الخاص يتكون من ثلاث طبقات:

- 1- إنتاجية مثل الإنتاج الصناعي والتعديني والزراعي .
- 2- خدمة ويدخل من ضمنها عدة خدمات مثل الصحية، وشركات النقل والفنادق والبنوك.
- 3- وتجارية.

ب- عينة الدراسة:

العينة في هذه الدراسة عينة طبقية، ومن داخل كل طبقة سوف تسحب عينة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة، وهي تمثل 40٪ من كل طبقة. ولتحديد مفردات العينة ستجري الباحثة قرعة من خلال كتابة أرقام لجميع الإدارات الحكومية والقطاعات الخاصة - كل على حده- ثم أخذت منها عينة بطريقة العينة العشوائية البسيطة .

الإطار النظري للدراسة

أولاً : مفهوم الإدارة الإلكترونية: (Concept of Ele Management) :

أن المفكرين الذين تعرضوا لمفهوم الإدارة الإلكترونية بمفهومها النظري قد اختلفوا في تعريفها ؛ فقد عرّفها البعض من خلال الربط بين أبرز عناصرها المتمثلة في: (التقنية ، تحقيق الأهداف ، استغلال الموارد) - بأنها :

" التعامل مع موارد معلوماتية تعتمد على الإنترنت وشبكات الأعمال تميل أكثر من أي وقت مضى إلى تجريد الأشياء وما يرتبط بها إلى الحد الذي أصبح رأس المال المعلوماتي المعرفي الفكري هو العامل الأكثر فاعلية في تحقيق أهدافها ، والأكثر كفاية في استخدام مواردها".⁽⁹⁾

هذا التعريف السابق قد مال إلى التجريد والعمومية وابتعد عن الإجرائية .
وتعريف آخر: " منظومة الأعمال والأنشطة التي يتم تنفيذها إلكترونياً وعبر الشبكات"⁽¹⁰⁾.
وبذلك تعتبر وظيفة الإدارة الإلكترونية عملية ديناميكية مستمرة ؛ لتحسين إنجاز الأعمال من خلال استخدام شبكات الاتصالات وفي مقدمتها شبكة الإنترنت.

في حين نجد تعريفاً آخرأ يعرفها بأنها: " أداء العمليات بين مجموعة الشركاء من خلال استخدام تقنية معلومات متقدمة ؛ من أجل زيادة كفاءة وفعالية الأداء"⁽¹¹⁾

وهذا التعريف قد لفت الانتباه إلى جانب مهم في مفهوم الإدارة الإلكترونية الحديثة ألا وهو الشراكة في تداول القرار الإداري عبر الدائرة الإلكترونية ، ونؤه أيضاً إلى أن الإدارة الحديثة لا تعترف بالثوابت بالقدر الذي تسير فيه التطورات ، وقد أشار التعريف إلى أمور أخرى مثل(تقنية معلومات) و (فعالية الأداء) ؛ مما يعكس سعي إدارات التقنية الحديثة إلى تقديم الحلول بشكل فعال وإيجابي.

وذهب بعض الباحثين إلى أن الإدارة الإلكترونية عبارة عن: " منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد أو المنظمات باستخدام كل الوسائل الإلكترونية ، مثل : البريد الإلكتروني (Email) ، والتحويلات الإلكترونية للأموال (Electronic funds Trans Ferceft) والتبادل الإلكتروني للمستندات (Electronic Data Intere Change) أو الفاكس ، والنشرات الإلكترونية"⁽¹²⁾

وفي ضوء هذه التعريفات يتضح أن الإدارة الإلكترونية تتميز بأنها:

- 1- عملية إدارية ، لا تخرج عن نطاق الإدارة سواء في تحديد الأهداف ، ورسم السياسات ، وتوجيه الموارد وفق خيارات إستراتيجية وعملية مراقبة.
- 2- عملية مستمرة ؛ فالمعلومات الرقمية دائمة التدفق تضفي استمرارية على كل شيء حتى التخطيط ؛ مما يحوله من التخطيط الزمني المنقطع إلى التخطيط المستمر.
- 3- نتاج تطور تبادل البيانات الإلكترونية كمجال تخصص ضيق إلى مجال الأعمال الإلكترونية الواسعة.
- 4- تتجه إلى التفاعل والتعاون الإيجابي بين الإدارة والعاملين ، وبين العاملين أنفسهم لخدمة أهداف المنظمة.
- 5- تعتمد الإدارة الإلكترونية على تطوير البنية المعلوماتية داخل المؤسسة بصورة تحقق تكامل الرؤية ؛ ومن ثم أداء الأعمال.

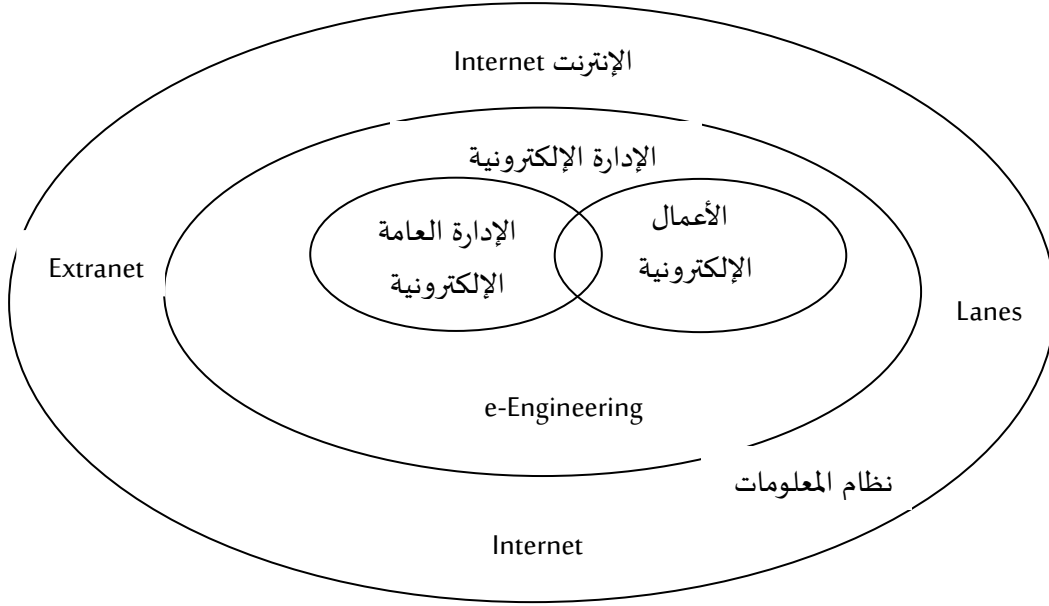
(9) نجم.عبود(2004م). الإدارة الإلكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات (الرياض ، دار المريخ للنشر والتوزيع) ص126.

(10) ياسين. سعيد .(1426هـ). الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية (الرياض ، معهد الإدارة العامة) ص22.

(11) العمري. سعيد معلا.(1424/1423هـ). المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الحكومة الإلكترونية (رسالة ماجستير غير منشورة مقدم إلى جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،الرياض عام) ص12.

(12) الحمادي .بسام عبد العزيز ، الحميضي . وليد سليمان.(2004م) .الحكومة الإلكترونية ، الواقع ، والمعوقات، وسبل التطبيق بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية (الندوة الدورية العاشرة الرياض ، معهد الإدارة العامة)

الشكل يوضح أبعاد مفهوم الإدارة الإلكترونية .



ثانياً: مفهوم العلاقات العامة:

مفهوم العلاقات العامة في الفكر الإداري الحديث :

استخدم مصطلح العلاقات العامة في أواخر القرن التاسع عشر، إلا أنه لم يصبح شائعاً بمعناه الحديث إلا في منتصف القرن العشرين ؛ وذلك من الناحيتين النظرية والتطبيقية.

لذا يمكن القول : بأن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية السليمة بين فئات الجماهير من ناحية ، وتلك المؤسسات من ناحية أخرى⁽¹³⁾

فالعلاقات العامة هي: حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور ذو العلاقة معها؛ فالمؤسسات اليوم بجميع أنواعها تبذل كل الجهود ؛ لتكون سمعتها جيدة لدى جمهورها ، ولتكتسب رضاه وتعاونها معها.⁽¹⁴⁾

وتعتبر العلاقات العامة داخل المنظمات إحدى الوظائف المستحدثة للإدارة ؛ إذ إنها نشأت في بداية القرن الماضي، ولكنها لم تأخذ الشكل المتكامل كوظيفة إدارية - لها انتشارها الكاف - إلا بعد الحرب العالمية الثانية ، فالملاحظ أن أغلب المنشآت الآن تمارس هذه الوظيفة بشكل أو بآخر.

وارتبط بهذا التطور ظهور ما يسمى بالمفهوم الوظيفي أو المني للعلاقات العامة وهو المفهوم الذي يتعامل مع العلاقات العامة كوظيفة ومهنة متخصصة ذات مسؤوليات معينة ، يقوم بها متخصصون في مجالات العلاقات العامة .

تعريف العلاقات العامة :

اتفق جميع مَنْ كُتِبَ في العلاقات العامة أنها نشاط يهدف إلى تحقيق التعاون والتفاهم بين المؤسسة وجمهورها ، ومن تلك التعريفات ما يلي :

(13) إمام. إبراهيم. (1968 م) . العلاقات العامة والمجتمع (القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية) . ص70

(14) حسين. سمير. (1973 م) (العلاقات العامة) مجلة عالم الصناعة ، السنة الثانية ، العدد الحادي عشر. ص 78.

تعريف (جريزويلد) - في نشرته الدورية " أنباء العلاقات العامة " - " أنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة ؛ لتعديل الاتجاهات ، وتحديد خطط وسياسات المؤسسة بما يتفق ومصلحة الجمهور ، وتنفيذ البرامج الهادفة لتوطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه " .⁽¹⁵⁾

وعرفها (إدواردل بييرينز) - الخبير بالعلاقات العامة - بأنها: " التواصل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور ؛ للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها " .⁽¹⁶⁾

وفي تعريف لكاتبين هما (كانفليد ، ومور) للعلاقات العامة بأنها : " فلسفة اجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة والهادفة ؛ لضمان الثقة والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها ، وذلك باستخدام الاتصال ذي الاتجاهين بين الطرفين " .⁽¹⁷⁾

من خلال ما تقدم ، يمكننا تعريف مفهوم العلاقات العامة بأنه: " فلسفة للإدارة تجاه المجتمع بالإضافة إلى وظيفة الإعلام والاتصال ، وهي إحدى الوظائف المهمة للمؤسسة " .

ثالثا : نشأة وتطور الإدارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية:

بذلت العديد من الجهات الحكومية في المملكة جهوداً في تبني تقنية المعلومات بهدف ميكنة إجراءاتها الإدارية والعملية .

فقد ظهر الاهتمام في السنوات الخمس الأخيرة بالتعاملات الإلكترونية الحكومية ، حيث شرعت العديد من الوزارات والمؤسسات الحكومية وإمارات المناطق في تبني مشاريع للتعاملات الإلكترونية الحكومية بعد أن قام بعضها بتطوير البنية التقنية لديها ، ولعل مشروع التعاملات الإلكترونية الحكومية في إمارة المدينة المنورة يعد أحد المشاريع الرائدة ويهدف إلى تفعيل العمل الإلكتروني في الدوائر الحكومية بما يخدم المواطن من خلال تسريع وتفعيل الخدمات المقدمة له ، كما يتضمن المشروع رفع كفاءة الأداء الإداري للموظفين وتوفير المعلومات وحفظ الوثائق وسهولة متابعتها وسرعة استخراجها عن بعد .

كما صدر قرار مجلس الوزراء رقم (7/ب/33181) وتاريخ 1424/7/10هـ المتضمن وضع خطة لتقديم الخدمات والمعاملات الحكومية إلكترونياً من قبل وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. وفي 1427/2/27هـ الموافق 2006/3/27م صدر قرار مجلس الوزراء في المملكة العربية السعودية تحت رقم (40) الذي أقرت فيه ضوابط تطبيق التعاملات الإلكترونية الحكومية في الجهات الحكومية .

وفي شهر ربيع الأول من عام (1427هـ) طرحت وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات مشروعين لإنشاء بوابة وطنية للتعاملات الإلكترونية (Portal) ، ومركز بيانات لبرنامج الحكومة الإلكترونية في منافسة عامة ، وكان الهدف من وراء البرنامجين توفير بيئة محفزة لتطبيق التعاملات الإلكترونية الحكومية في مختلف الجوانب الفنية منها والتنظيمية.

وقد ورد على موقع يسر (www.yesser.gov.sa) حصر وتعريف لبعض مشاريع التعاملات الإلكترونية الحكومية الكبرى التي تقوم بها الجهات الحكومية⁽¹⁸⁾

(15) حسين. سمير. (1973م) العلاقات العامة (مجلة عالم الصناعة ، السنة الثانية ، العدد الحادي عشر. ص 78.

(16) جرادات. عبدالناصر، الشامي. لبنان . (2009م) أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق (الأردن ، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية) ص18

(17) جرادات. عبدالناصر، الشامي. لبنان . (2001م) العلاقات العامة في الإدارة المبادئ والأسس العلمية (الأردن ، المركز القومي للنشر ، الطبعة الأولى) ص19.

رابعاً: المهام الأساسية التي تؤديها العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية:

مهما اختلفت الوظائف المحددة لإدارة العلاقات العامة من منظمة إلى أخرى ، يتفق العديد من الكُتَّاب على محور عام لتلك الوظائف بصرف النظر عن طبيعة المنظمة التي تعمل فيه . حيث يمكن تحديد مهام ووظائف العلاقات العامة ضمن المحاور الأساسية للتخصصات الوظيفية الثلاثة على النحو التالي:

الوظائف الإعلامية :

- توعية جمهور المنظمة بمخرجاتها (سلعاً وخدمات) وكيفية الانتفاع بها أو الإسهام في تطويرها.
 - تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية ؛ بما يحقق مرونة التفاعل الإيجابي مع جهود المنظمة .
 - رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة ؛ لتحسين العلاقات مع الجمهور، ويدفعها باتجاهات إيجابية .
 - تزويد وسائل الإعلام المختلفة بكافة البيانات والمعلومات عن المنظمة.
 - إعداد الحملات الإعلامية في الصحف والمجلات والتلفزيون عن أنشطة المنظمة.
 - إجراء البحوث المسحية لجمهور المنظمة أو الرأي العام ؛ وصولاً إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها من المنظمة.
- وتتنوع الوظيفة الإعلامية التي تؤديها العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية- بحسب الجمهور المستهدف - إلى نوعين : إعلام داخلي ، وإعلام خارجي.

1- الإعلام الداخلي :

تسعى العلاقات العامة من خلال العمل الإعلامي الداخلي إلى تحقيق مصلحة الجمهور الداخلي ، الذي يتكون من الأفراد الذين يعملون في خدمة المنظمة مثل : مجلس الإدارة والرؤساء ، والمديرين ، والموظفين من خلال تنمية الشعور بالانتماء للمنظمة ، والاستقرار الوظيفي ، وتقدير المنظمة لعمل الأفراد ، وتحقيق الذات لهم ، عن طريق نقل الأخبار والمعلومات الدقيقة والصادقة عن هذا الجمهور⁽¹⁹⁾.

2- الإعلام الخارجي :

يقوم الإعلام الخارجي بنشر الأخبار والمعلومات الدقيقة والصادقة للجمهور التي تتعامل مع المنظمة على اختلاف أنواعها سواء كان هذا الجمهور محلي أم عالمي⁽²⁰⁾.

وظائف التنسيق :

- ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة .
- تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة ، بما يتفق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمنظمة وينسجم مع الوحدات المختلفة في ذات المنظمة .
- برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى في المنظمة ؛ لمنع التداخل أو الازدواجية.
- تنسيق فعاليات المتابعة لبرامج العلاقات العامة في إطار المتابعة والمراقبة للبرامج الأخرى في المنظمة.

(18) الكتاب التوثيقي لندوة التعاملات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية الواقع والتطلعات. (2007م) (معهد الإدارة العامة) ص 35-36 .

(19) العنود .عبد الرحمن.(1991 م) (أساليب تعامل العلاقات العامة مع البيئة الجماهيرية) مجلة جامعة الملك سعود ، المجلد الثالث ص 657

(20) إمام. إبراهيم.(1968 م) .العلاقات العامة والمجتمع (القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية) ص 226.

الدراسة الميدانية

أولاً: مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من إدارات العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص في مدينة الرياض.

ثانياً: العينة:

العينة في هذه الدراسة هي إدارات العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص ، وقد أخذت بأسلوب العينة الطبقية و تمثل 40٪ من كل طبقة في كل قطاع، ومن داخل كل طبقة سحبت عينة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من كل طبقة .

• مفردات القطاع العام :

الوزارات	المؤسسات العامة	الهيئات
وزارة الشؤون الإسلامية	المؤسسة العامة لتحلية المياه	هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات
وزارة الحج	المؤسسة العام للتعليم المهني والتدريب الفني	الهيئة العامة للأمر بالمعروف والنهي عن المنكر
وزارة الدفاع	مؤسسة البريد السعودي	الهيئة العامة للطيران المدني
وزارة الخارجية	المؤسسة العامة للخطوط الجوية العربية السعودية	هيئة المساحة الجيولوجية
وزارة المالية		هيئة الرقابة والتحقيق
وزارة المياه والكهرباء		هيئة التحقيق والإدعاء العام
وزارة الصناعة والتجارة		هيئة حقوق الإنسان
وزارة الشؤون الاجتماعية		هيئة الغذاء والدواء
وزارة التعليم العالي		

• مفردات القطاع الخاص :

المنتجات الانتاجية	الشركات الصناعية	سباك ، مصنع الرياض للأثاث ، شركات صناعات الخريف ، شركة مصنع السعودية للإسمنت.
	الشركات التعدينية	شركة التعدين السعودي (معادن) ، الشركة الوطنية للبتروليكيماويات ، الشركة المتحدة للصناعات التعدينية .
	الشركات الزراعية	الشركة العربية للخدمات الزراعية (اراسكو) ، الشركة الوطنية للتنمية الزراعية (نادك)
المؤسسات الخدمية	الخدمات الصحية والمستشفيات	المستشفى السعودي الألماني ، الشركة السعودية لمختبرات الخاصة ، مستشفى الحمادي ، شركة التنميات الطبية .
	شركات النقل	شركة ناس للطيران المحدودة ، شركة السلام للطائرات المحدودة.
	الفنادق	فندق انتركونتينتال، فندق ريدسون ساس.
	البنوك	بنك الرياض ، بنك البلاد ، البنك السعودي للاستثمار، مصرف الإنماء.

المؤسسات التجارية	شركة التأمين العربية التعاونية ، شركة العامر للمفروشات ، مجموعة عبدالله السيد للمقاولات ، شركة إعمار البيادر للتطوير والتجارة ، مؤسسة الرياض للمقاولات ، الشركة العربية للتسويق ، الشركة السعودية للتجارة والإنشاء ، شركة دار الأركان للتطوير العقاري .
-------------------	---

ثالثاً : أداة الحصول على المعلومات:

نظراً لأن البحث ينتمي إلى منهج المسح بأسلوب الاستبانة ؛ فإن الاستبانة هي أداة الحصول على المعلومات .

رابعاً: إجراءات الصدق والثبات :

يقصد بقياس درجة الصدق في أداة جمع المعلومات هو مدى قدرة هذه الأداة على قياس ما صممت لأجله ، وأيضاً شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى بحيث تكون مفهومة .

وقد عمدت الباحثة للتحقق من صدق أداة القياس (الاستبانة) من خلال ما يلي :

1- الصدق :

- أ- الصدق الظاهري : للتأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة ومدى إجابتها الدقيقة على أسئلة الدراسة ومتغيراتها ولتحقيق أهداف البحث استعانت الباحثة لهذا الغرض بعدد من المحكمين من أساتذة الإعلام⁽²¹⁾ لتحكيم استبانة الدراسة ، للتأكد من تحقيقها لأهداف الدراسة.
- ب- صدق الاتساق الداخلي: للتأكد من تماسك العبارات بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه نقوم بقياس صدق الاتساق الداخلي للأداة ، من خلال بيانات استجابات أفراد الدراسة بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه.

المحور الأول: المهام التي تؤديها إدارة العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية

جدول (1) معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه

م	الفقرة	معامل الارتباط	
		حكومي	خاص
1	تفعيل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الموقع الإلكتروني التابع لها بشكل مستمر.(إن وجد).	معامل بيرسون الدلالة	0.763** 0.00
2	استخدام إدارة العلاقات العامة للتعاملات الإلكترونية في إجراء بحوث استطلاع الرأي العام للجمهور الداخلي والخارجي.	معامل بيرسون الدلالة	0.727** 0.00
3	استخدام إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة للتعاملات الإلكترونية في التخطيط لمهامها وأنشطتها.	معامل بيرسون الدلالة	0.848** 0.002
4	قيام إدارة العلاقات العامة في المؤسسة باستخدام التعاملات الإلكترونية في حملاتها الإعلامية.	معامل بيرسون الدلالة	0.865** 0.002
5	استخدام إدارة العلاقات العامة للتعاملات الإلكترونية في	معامل بيرسون	0.855**

(21) هم كل من : الدكتور /عبدالحافظ صلوي ، الدكتور/ محمد محفوظ الزهري ، الدكتور / محمد الصبيحي، الدكتور/عبدالراضي حمدي، الدكتور/علاء الشامي.

م	الفقرة	معامل الارتباط		
		خاص	حكومي	الدالة
	تقييم خططها وأنشطتها.	0.00	0.00	
6	قيام إدارة العلاقات العامة بتغطية المناسبات الداخلية إعلامياً عن طريق التعاملات الإلكترونية.	**0.766	**0.835	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة
7	تواصل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة مع وسائل الإعلام إلكترونياً.	**0.705	**0.468	معامل بيرسون
		0.00	0.026	الدالة
8	قيام إدارة العلاقات العامة بالرد على استفسارات الجمهور الخارجي والداخلي من خلال التعاملات الإلكترونية.	**0.645	**0.852	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة

(**) دالة عند 0.01

يظهر لنا من الجدول رقم (1) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور.

المحور الثاني: إيجابيات التعاملات الإلكترونية في أداء مهام إدارة العلاقات العامة
جدول (2) معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	الفقرة	معامل الارتباط		
		خاص	حكومي	الدالة
9	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى سرعة التفاعل بين إدارة العلاقات العامة والجمهور الداخلي والخارجي .	**0.709	**0.896	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة
10	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى توفير الإمكانيات المادية الخاصة بإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة	**0.762	**0.865	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة
11	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى التغلب على الروتين الإداري.	**0.851	**0.891	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة
12	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى سرعة إنجاز المهام في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة .	**0.768	**0.910	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة
13	سهولة التواصل بين إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة ووسائل الإعلام المختلفة .	**0.671	**0.756	معامل بيرسون
		0.00	0.00	الدالة

(**) دالة عند 0.01

يتضح من الجدول رقم (2) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور.

المحور الثالث: معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.
جدول (3) معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	الفقرة	معامل الارتباط		
		خاص	حكومي	الدالة
14	عدم توفر الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتطبيق الإدارة	**0.779	**0.872	معامل بيرسون

م	الفقرة	معامل الارتباط	خاص
	الإلكترونية.	الدلالة	0.00
15	عدم توفر الخبرة الفنية والتقنية الكافية لدى ممارسي العلاقات العامة في التعامل الإلكتروني.	معامل بيرسون	**0.883
		الدلالة	0.00
16	التطورات المتسارعة للتقنية في الاتصالات الإلكترونية وحاجتها للخبرة الفنية والتقنية.	معامل بيرسون	**0.686
		الدلالة	0.00
17	سيطرة الروتين الإداري على إدارة العلاقات العامة وتفضيله عن الإدارة الإلكترونية.	معامل بيرسون	**0.663
		الدلالة	0.00
18	عدم توفر الأمن المعلوماتي اللازم في استخدام التعاملات الإلكترونية.	معامل بيرسون	**0.743
		الدلالة	0.00

(**) دالة عند 0.01

يتضح من الجدول رقم (3) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور.

المحور الرابع: مقترحات للاستفادة من مكونات الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة
جدول (4) معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	الفقرة	معامل الارتباط	خاص
19	ضرورة توفير الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة .	معامل بيرسون	**0.698
		الدلالة	0.00
20	تدريب العاملين بشكل مستمر على تقنيات الاتصالات الإلكترونية والمهارات الإعلامية للتعامل معها.	معامل بيرسون	**0.574
		الدلالة	0.00
21	الاستعانة بجهات مختصة في مجال الإنترنت لتوفير الحماية اللازمة لعمليات المؤسسة الإلكترونية .	معامل بيرسون	**0.827
		الدلالة	0.00
22	توفير المرونة الإدارية التي تحفز إدارة العلاقات العامة على استخدام التعاملات الإلكترونية في إنجاز مهامها.	معامل بيرسون	**0.954
		الدلالة	0.00

(**) دالة عند 0.01

يتضح من الجدول رقم (4) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور.

2- الثبات:

يقصد باختبار ثبات نتائج أداة جمع المعلومات والبيانات: أن تكون الأداة قادرة على إعطاء النتيجة ذاتها حين استخدامها لأكثر من مرة .

وقد قامت الباحثة هنا باستخدام طريقة إعادة الاختبار لقياس مدى ثبات أداة الاستبانة حيث اختارت عينة عشوائية صغيرة من مجتمع البحث (10 إدارات) وطبق عليهم أداة الدراسة ثم بعد أسبوعين أعادت التطبيق

على الإدارات نفسها، كما تم حساب ثبات الأداة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ ويوضح الجدول رقم (5) قيمة معامل الثبات .

الجدول رقم (5) قيم معاملات الثبات لكل محور من محاور الاستبانة

معامل الثبات		المحور
خاص	حكومي	
0.8283	0.9204	المهام التي تؤديها إدارة العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية
0.7997	0.9116	إيجابيات التعاملات الإلكترونية في أداء مهام إدارة العلاقات العامة
0.8006	0.8229	معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة
0.7194	0.7078	مقترحات للاستفادة من مكونات الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة

ويتضح من الجدول رقم (5) أن قيم معامل الثبات لمحور المهام التي تؤديها إدارة العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية بالنسبة للقطاع الحكومي بلغ (0.9204)، وللقطاع الخاص بلغ (0.8283) وهي قيم مرتفعة، ولمحور إيجابيات التعاملات الإلكترونية في أداء مهام إدارة العلاقات العامة بالنسبة للقطاع الحكومي بلغ (0.9116)، وللقطاع الخاص بلغ (0.7997) وهي قيم مرتفعة، ولمحور معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة بمؤسستنا بالنسبة للقطاع الحكومي بلغ (0.8229).

وللقطاع الخاص بلغ (0.8006) وهي قيم مرتفعة، ولمحور مقترحات للاستفادة من مكونات الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة بالنسبة للقطاع الحكومي بلغ (0.7078)، وللقطاع الخاص بلغ (0.7194) وهي قيم مرتفعة، مما يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات

عرض نتائج الدراسة:

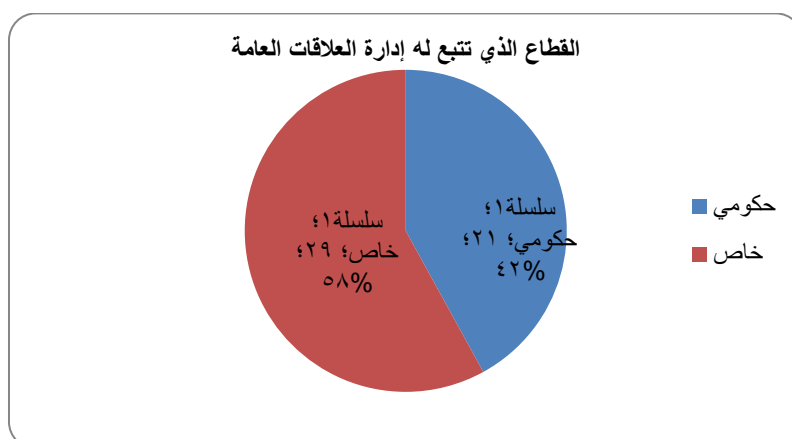
أولاً: السمات العامة لعينة الدراسة :

- نوع القطاع الذي تتبع له إدارة العلاقات العامة.

جدول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب القطاع

النسبة (%)	التكرار	القطاع
42	21	حكومي
58	29	خاص
100	50	المجموع

يظهر لنا الجدول (6) أن 58٪ من أفراد العينة من القطاع الخاص، وأن 42٪ من القطاع الحكومي.

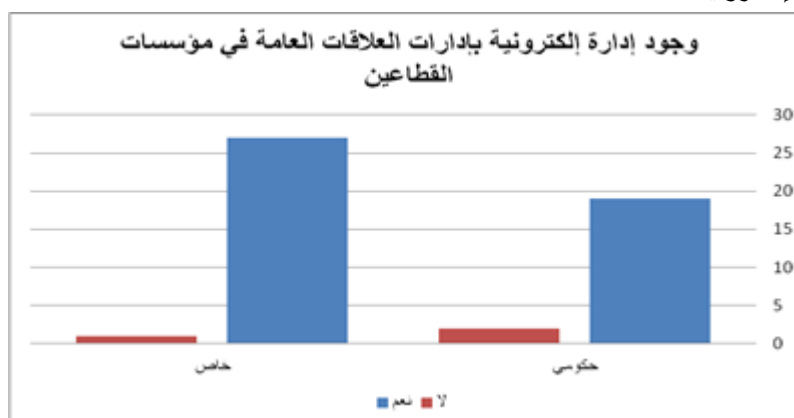


- وجود إدارة إلكترونية بإدارات العلاقات العامة في مؤسسات القطاعين .

جدول (6) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجود إدارة إلكترونية في إدارات العلاقات العامة

الإجابة	حكومي		خاص	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
نعم	19	90.5	27	93.1
لا	2	9.5	1	3.4
لم يبين	-	-	1	3.4
المجموع	21	100	29	100

يتضح من الجدول (6) أن 90.5% من القطاع الحكومي لديهم إدارة إلكترونية للعلاقات العامة، وأن 9.5% لا يوجد لديهم إدارة إلكترونية، ويتضح أن 93.1% من القطاع الخاص لديهم إدارة إلكترونية للعلاقات العامة، وأن 3.4% لا يوجد لديهم إدارة إلكترونية.



ارتباط إدارات العلاقات العامة في المؤسسات بجهات خارجية عن طريق التعاملات الإلكترونية في القطاعين.

جدول (7) ارتباط إدارات العلاقات العامة بجهات خارجية عن طريق التعاملات الإلكترونية

مدى الارتباط	حكومي		خاص	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
دائماً	5	23.8	12	41.4
غالباً	10	47.6	13	41.4
أحياناً	2	9.5	4	13.8

مدى الارتباط	حكومي				خاص	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
نادراً	2	9.5	0	0	0	0
لا ترتبط إطلاقاً	2	9.5	0	0	0	0
المجموع	21	100	29	100	100	100

يتضح من الجدول (7) أن 47.6٪ من القطاع الحكومي يرتبطون غالباً بجهات خارجية عن طريق التعاملات الإلكترونية، وأن 23.8٪ يرتبطون دائماً، وأن 9.5٪ يرتبطون أحياناً و نادراً ولا يرتبطون مطلقاً على التوالي، ويتضح أن 41.4٪ من القطاع الخاص يرتبطون دائماً بجهات خارجية عن طريق المعاملات الإلكترونية، وأن 41.4٪ يرتبطون غالباً، وأن 13.8٪ يرتبطون أحياناً.

ثانياً: المهام التي تؤديها إدارات العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية:

جدول (8) المهام التي تؤديها إدارات العلاقات العامة في القطاعين من خلال الإدارة الإلكترونية

م	العبارة	درجة التوفر أو الاستخدام										الانحراف المعياري	الترتيب	
		دائماً		غالباً		أحياناً		نادراً		لا يحدث إطلاقاً				
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1	تفعيل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الموقع الإلكتروني التابع لها بشكل مستمر.(إن وجد).	10	47.6	7	33.3	3	14.3	1	4.8	0	0	4.23	0.88	2
	خاص	6	55.2	7	24.1	4	13.8	2	6.9	0	0	4.27	0.95	2
2	استخدم إدارة العلاقات العامة التعاملات الإلكترونية في إجراء بحوث استطلاع الرأي العام للجمهور الداخلي والخارجي.	0	0	2	10	7	35	7	35	4	20	2.5	0.93	8
	خاص	6	21.4	8	28.6	4	14.3	8	28.6	2	7.1	3.28	1.30	8
3	استخدم إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة التعاملات الإلكترونية في التخطيط لمهامها و أنشطتها.	4	20	4	20	9	45	1	5	2	10	3.35	1.18	5
	خاص	10	34.5	8	27.6	9	31	1	3.4	1	3.4	3.86	1.05	6
4	قيام إدارة العلاقات العامة في المؤسسة باستخدام التعاملات الإلكترونية في حملاتها الإعلامية.	5	23.8	3	14.3	6	28.6	1	4.8	6	28.6	3	1.54	7
	خاص	12	41.4	7	24.1	8	27.6	2	6.9	0	0	4	1	5

م	العبارة	درجة التوفر أو الاستخدام										الانحراف المعياري	الترتيب			
		دائماً		غالباً		أحياناً		نادراً		لا يحدث إطلاقاً						
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%					
5	استخدم إدارة العلاقات العامة التعاملات الإلكترونية في تقييم خطتها وأنشطتها.	حكومي	3	14.3	5	23.8	7	33.3	2	9.5	4	19	3.04	1.32	6	
	خاص	6	20.7	11	37.9	8	27.6	4	13.8	0	0	3.65	0.97	7		
6	قيام إدارة العلاقات العامة بتغطية المناسبات الداخلية إعلامياً عن طريق التعاملات الإلكترونية.	حكومي	11	52.4	5	23.8	3	14.3	1	4.8	1	4.8	4.14	1.15	3	
	خاص	16	55.2	6	20.7	4	13.8	2	6.9	1	3.4	4.17	1.13	3		
7	تواصل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة مع وسائل الإعلام إلكترونياً.	حكومي	12	57.1	6	28.6	3	14.3	0	0	0	0	4.42	0.74	1	
	خاص	16	57.1	8	28.6	1	3.6	3	10.3	0	0	4.32	0.98	1		
8	قيام إدارة العلاقات العامة بالرد على استفسارات الجمهور الخارجي والداخلي من خلال التعاملات الإلكترونية.	حكومي	6	28.6	7	33.3	4	19	1	4.8	3	14.3	3.57	1.36	4	
	خاص	13	44.8	7	24.1	5	17.2	4	13.8	0	0	4	1.10	4		
المتوسط الحسابي للحكومي = 3.48										الانحراف المعياري للحكومي = 0.91						
المتوسط الحسابي للخاص = 3.91										الانحراف المعياري للخاص = 0.68						

من الجدول (8) يتضح لنا أن المهام التي تؤديها إدارة العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية لدى أفراد العينة تترتب وفق الترتيب التالي:

- 1- تواصل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة مع وسائل الإعلام إلكترونياً : حصلت على الترتيب الأول للقطاع الحكومي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.42) مما يدل على أنها تتواصل دائماً، حيث أتضح أن 57.1٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 28.6٪ يرون أنها غالباً، وأن 14.3٪ منهم يرون أنها أحياناً، وحصلت على الترتيب الأول للقطاع الخاص : حيث بلغ المتوسط (4.32) مما يدل على أنها تتواصل دائماً، حيث أتضح أن 57.1٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 28.6٪ يرون أنها غالباً، وأن 3.6٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 10.3٪ يرون أنها نادراً.
- 2- تفعل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الموقع الإلكتروني التابع لها بشكل مستمر (إن وجد) حصلت على الترتيب الثاني للقطاع الحكومي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.23) مما يدل على أنها تفعل دائماً، حيث أتضح أن 47.6٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 33.3٪ يرون أنها غالباً، وأن 14.3٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 4.8٪ يرون أنها نادراً، وحصلت على الترتيب الثاني للقطاع الخاص : حيث بلغ المتوسط (4.27) مما

يدل على أنها تفعل دائماً، حيث أتضح أن 55.2٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 24.1٪ يرون أنها غالباً، وأن 13.8٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 6.9٪ يرون أنها نادراً.

3- قيام إدارة العلاقات العامة بتغطية المناسبات الداخلية إعلامياً عن طريق التعاملات الإلكترونية؛ حصلت على الترتيب الثالث للقطاع الحكومي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.14) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 52.4٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 23.8٪ يرون أنها غالباً، وأن 14.3٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 4.8٪ يرون أنها نادراً، وأن 4.8٪ يرون أنها لا تحدث إطلاقاً، وحصلت على الترتيب الثالث للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.17) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 55.2٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 20.7٪ يرون أنها غالباً، وأن 13.8٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 6.9٪ يرون أنها نادراً، وأن 3.4٪ يرون أنها لا تحدث إطلاقاً.

4- قيام إدارة العلاقات العامة بالرد على استفسارات الجمهور الخارجي والداخلي من خلال التعاملات الإلكترونية حصل القطاع الحكومي على الترتيب الرابع؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.57) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 28.6٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 33.3٪ يرون أنها غالباً، وأن 19٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 4.8٪ يرون أنها نادراً، وأن 14.3٪ يرون أنها لا تحدث إطلاقاً، وحصلت على الترتيب الرابع للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 44.8٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 24.1٪ يرون أنها غالباً، وأن 17.2٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 13.8٪ يرون أنها نادراً.

ويتضح من المتوسط الحسابي العام للقطاع الحكومي والبالغ (3.48) أن عبارات هذا المحور تكون غالباً، ويتضح أيضاً من المتوسط الحسابي العام للقطاع الخاص والبالغ (3.91) أن عبارات هذا المحور تكون غالباً.

ثالثاً: إيجابيات التعاملات الإلكترونية في أداء مهام إدارات العلاقات العامة:

جدول (9) يبين رأي الجمهور عينة الدراسة حول إيجابيات التعاملات الإلكترونية في أداء مهام إدارات العلاقات العامة في القطاعين

م	العبارة	درجة التوفر أو الاستخدام										المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
		دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	لا يحدث إطلاقاً	ك	%	ك	%	ك	%		
9	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى سرعة التفاعل بين إدارة العلاقات العامة والجمهور الداخلي والخارجي	8	38.1	9	42.9	2	9.5	0	0	0	2	9.5	4	1.18
10	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى توفير الإمكانيات المادية الخاصة بإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.	5	23.8	9	42.9	4	19	2	9.5	1	4.8	3.71	5	1.10
11	استخدام التعاملات	10	47.6	5	23.8	4	19	1	4.8	1	4.8	4.04	3	1.16

م	العبارة	درجة التوفر أو الاستخدام										الانحراف المعياري	الترتيب					
		دائماً		غالباً		أحياناً		نادراً		لا يحدث إطلاقاً								
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%							
	الإلكترونية أدى إلى التغلب على الروتين الإداري.	12	41.4	10	34.5	7	24.1	0	0	0	0	4.17	080	4				
12	استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى سرعة إنجاز المهام في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.	9	42.9	9	42.9	2	9.5	0	0	1	4.8	4.19	0.98	2				
	خاص	15	51.7	12	41.4	2	6.9	0	0	0	0	4.44	0.63	1				
13	سهولة التواصل بين إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة	9	42.9	9	42.9	3	14.3	0	0	0	0	4.28	0.71	1				
	ووسائل الإعلام المختلفة .	14	48.3	12	41.4	3	10.3	0	0	0	0	4.37	0.67	2				
المتوسط الحسابي للحكومي = 4.04										الانحراف المعياري للحكومي = 0.89								
المتوسط الحسابي للخاص = 4.24										الانحراف المعياري للخاص = 0.59								

من الجدول (9) يتضح لنا أن إيجابيات التعاملات الإلكترونية في أداء مهام إدارة العلاقات العامة لدى أفراد العينة تترتب وفق الترتيب التالي:

- 1- سهولة التواصل بين إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة ووسائل الإعلام المختلفة حصلت: على الترتيب الأول للقطاع الحكومي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.28) مما يدل على أنها تكون دائماً، حيث اتضح أن 42.9٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 42.9٪ يرون أنها غالباً، وأن 14.3٪ منهم يرون أنها أحياناً، وحصلت على الترتيب الثاني للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.37) مما يدل على أنها تكون دائماً، حيث اتضح أن 48.3٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 41.4٪ يرون أنها غالباً، وأن 10.3٪ منهم يرون أنها أحياناً.
- 2- أدى استخدام التعاملات الإلكترونية إلى سرعة إنجاز المهام في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة: حصلت على الترتيب الثاني للقطاع الحكومي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.19) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 42.9٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 42.9٪ يرون أنها غالباً، وأن 9.5٪ منهم يرون أنها أحياناً، وحصلت على الترتيب الأول للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.44) مما يدل على أنها تكون دائماً، حيث اتضح أن 51.7٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 41.4٪ يرون أنها غالباً، وأن 6.9٪ منهم يرون أنها أحياناً.
- 3- استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى التغلب على الروتين الإداري: حصلت على الترتيب الثالث للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.04) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 47.6٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 23.8٪ يرون أنها غالباً، وأن 19٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 4.8٪ يرون أنها نادراً، وأن 4.8٪ يرون لا تحدث إطلاقاً، وحصلت على الترتيب الرابع للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.17) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 41.4٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 34.5٪ يرون أنها غالباً، وأن 24.19٪ منهم يرون أنها أحياناً.
- 4- استخدام التعاملات الإلكترونية أدى إلى سرعة التفاعل بين إدارة العلاقات العامة والجمهور الداخلي والخارجي: حصلت على الترتيب الرابع للقطاع الحكومي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (4) مما يدل على أنها

تكون غالباً، حيث اتضح أن 38.1٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي يرون أنها دائماً، وأن 42.9٪ يرون أنها غالباً، وأن 9.5٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 9.5٪ يرون لا تحدث إطلاقاً، وحصلت على الترتيب الثالث للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.20) مما يدل على أنها تكون غالباً، حيث اتضح أن 44.8٪ من أفراد عينة القطاع الخاص يرون أنها دائماً، وأن 34.5٪ يرون أنها غالباً، وأن 17.2٪ منهم يرون أنها أحياناً، وأن 3.4٪ يرون أنها نادراً.

ويتضح من المتوسط الحسابي العام للقطاع الحكومي والبالغ (4.04) أن عبارات هذا المحور تكون غالباً، ويتضح أيضاً من المتوسط الحسابي العام للقطاع الخاص والبالغ (4.24) أن عبارات هذا المحور تكون دائماً.

رابعاً: معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة في مجتمع الدراسة:

جدول (10) يبين رأي الجمهور عينة الدراسة حول معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات في القطاعين

م	العبرة	درجة الموافقة														
		أوافق بشدة		أوافق		لا أعلم		لا أوافق		لا أوافق مطلقاً		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب		
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%					
14	حكومي	6	28.6	4	19	1	4.8	8	38.1	2	9.5	3.19	1.47	4	عدم توفر الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية.	
	خاص	6	20.7	9	31	2	6.9	10	34.5	2	6.9	3.24	1.32	2		
15	حكومي	6	28.6	8	38.1	0	0	7	33.3	0	0	3.61	1.24	2	عدم توفر الخبرة الفنية والتقنية الكافية لدى ممارسي العلاقات العامة في التعامل الإلكتروني.	
	خاص	5	17.2	10	34.5	0	0	10	34.5	4	13.8	3.06	1.41	4		
16	حكومي	8	38.1	12	57.1	0	0	1	4.8	0	0	4.28	0.71	1	التطورات المتسارعة للتقنية في الاتصالات الإلكترونية وحاجتها للخبرة الفنية والتقنية.	
	خاص	9	31	14	48.3	1	3.4	4	13.8	1	3.4	3.89	1.11	1		
17	حكومي	8	38.1	4	19	0	0	7	33.3	2	9.5	3.42	1.53	3	سيطرة الروتين الإداري على إدارة العلاقات العامة وتفضيله عن الإدارة الإلكترونية.	
	خاص	7	24.1	4	13.8	2	6.9	11	37.9	5	17.2	2.89	1.49	5		
18	حكومي	4	19	5	23.8	0	0	10	47.6	2	9.5	2.95	1.39	5	عدم توفر الأمن المعلوماتي اللازم في استخدام التعاملات الإلكترونية.	
	خاص	4	13.8	11	37.9	2	6.9	9	3	3	10.3	3.13	1.30	3		
المتوسط الحسابي للحكومي = 3.49										الانحراف المعياري للحكومي = 0.99						
المتوسط الحسابي للخاص = 3.24										الانحراف المعياري للخاص = 0.99						

من الجدول (10) يظهر أن معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة لدى أفراد العينة تترتب وفق الترتيب التالي:

1- التطورات المتسارعة للتقنية في الاتصالات الإلكترونية وحاجتها للخبرة الفنية والتقنية : حصلت على الترتيب الأول للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.28) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 38.1٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 57.1٪ موافقون، وأن 4.8٪ لا يوافقون، وحصلت على الترتيب الأول للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (3.89) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، حيث اتضح أن 31٪ من أفراد عينة القطاع الخاص موافقون بشدة على ذلك، وأن 48.3٪ موافقون، وأن 3.4٪ منهم لا يعلمون بذلك، وأن 13.8٪ لا يوافقون، وأن 3.4٪ لا يوافقون مطلقاً.

2- عدم توفر الخبرة الفنية والتقنية الكافية لدى ممارسي العلاقات العامة في التعامل الإلكتروني: حصلت على الترتيب الثاني للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.61) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، حيث اتضح أن 28.6٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 38.1٪ موافقون، وأن 33.3٪ لا يوافقون، وحصلت على الترتيب الرابع للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (3.06) مما يدل على أن أفراد العينة لا يعلمون بذلك، حيث اتضح أن 17.2٪ من أفراد عينة القطاع الخاص موافقون بشدة على ذلك، وأن 34.5٪ موافقون، وأن 34.5٪ لا يوافقون، وأن 13.8٪ لا يوافقون مطلقاً.

3- سيطرة الروتين الإداري على إدارة العلاقات العامة وتفضيله عن الإدارة الإلكترونية: حصلت على الترتيب الثالث للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.42) مما يدل على أن أفراد العينة لا يعلمون بذلك، حيث اتضح أن 38.1٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 19٪ موافقون، وأن 33.3٪ لا يوافقون، وأن 9.5٪ لا يوافقون مطلقاً ، وحصلت على الترتيب الخامس للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (2.89) مما يدل على أن أفراد العينة لا يعلمون بذلك، حيث اتضح أن 24.1٪ من أفراد عينة القطاع الخاص موافقون بشدة على ذلك، وأن 13.8٪ موافقون ، وأن 6.9٪ منهم لا يعلمون بذلك، وأن 37.9٪ لا يوافقون، وأن 17.2٪ لا يوافقون مطلقاً

4- عدم توفر الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية: حصلت على الترتيب الرابع للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.19) مما يدل على أن أفراد العينة لا يعلمون بذلك، حيث اتضح أن 28.6٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقين بشدة على ذلك، وأن 19٪ موافقون، وأن 4.8٪ منهم لا يعلمون بذلك، وأن 38.1٪ لا يوافقون، وأن 9.5٪ لا يوافقون مطلقاً ، وحصلت على الترتيب الثاني للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (3.24) مما يدل على أن أفراد العينة لا يعلمون بذلك، حيث اتضح أن 20.7٪ من أفراد عينة القطاع الخاص موافقون بشدة على ذلك، وأن 31٪ موافقون، وأن 6.9٪ منهم لا يعلمون بذلك، وأن 34.5٪ لا يوافقون، وأن 6.9٪ لا يوافقون مطلقاً.

ويتضح من المتوسط الحسابي العام للقطاع الحكومي والبالغ (3.49) أن أفراد العينة موافقون على عبارات هذا المحور، ويتضح أيضاً من المتوسط الحسابي العام للقطاع الخاص والبالغ (3.24) أن أفراد العينة لا يعلمون بعبارات هذا المحور.

خامساً: مقترحات الجمهور عينة الدراسة للاستفادة من مكونات الإدارة الإلكترونية في إدارات العلاقات العامة: جدول (11) يبين رأي الجمهور عينة الدراسة حول مقترحات للاستفادة من مكونات الإدارة الإلكترونية في إدارات العلاقات العامة في القطاعين

م	العبارة	درجة الموافقة										الانحراف المعياري	الترتيب	
		أوافق بشدة		أوافق		لا أعلم		لا أوافق		لا أوافق مطلقاً				
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
19	حكومي	16	76.2	5	23.8	0	0	0	0	0	0	4.76	0.43	2
	خاص	18	62.1	10	34.5	0	0	1	3.4	0	0	4.55	0.68	3
20	حكومي	18	85.7	3	14.3	0	0	0	0	0	0	4.85	0.35	1
	خاص	21	72.4	8	27.6	0	0	0	0	0	0	4.72	0.45	1
21	حكومي	12	57.1	8	38.1	0	0	0	0	1	4.8	4.42	0.92	4
	خاص	13	44.8	13	4.8	1	3.4	2	6.9	0	0	4.27	0.84	4
22	حكومي	14	66.7	7	33.3	0	0	0	0	0	0	4.66	0.48	3
	خاص	17	58.6	12	41.4	0	0	0	0	0	0	4.58	0.50	2
المتوسط الحسابي للحكومي = 4.67					الانحراف المعياري للحكومي = 0.43									
المتوسط الحسابي للخاص = 4.53					الانحراف المعياري للخاص = 0.47									

يبين الجدول (11) رأي الجمهور عينة الدراسة حول أساليب الاستفادة من مكونات الإدارة الإلكترونية في إدارات العلاقات العامة في القطاعين وفق الترتيب التالي:

- 1- تدريب العاملين بشكل مستمر على تقنيات الاتصالات الإلكترونية والمهارات الإعلامية للتعامل معها: حصلت على الترتيب الأول للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.85) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 85.7٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 14.3٪ موافقون، وحصلت على الترتيب الأول للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.72) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 72.4٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 27.6٪ موافقون.

- 2- ضرورة توفير الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة: حصلت على الترتيب الثاني للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.76) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 76.2٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 23.8٪ موافقون، وحصلت على الترتيب الثالث للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.55) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 62.1٪ من أفراد عينة القطاع الخاص موافقون بشدة على ذلك، وأن 34.5٪ موافقون، وأن 3.4٪ لا يوافقون.
- 3- الاستعانة بجهات مختصة في مجال الإنترنت لتوفير الحماية اللازمة لتعاملات المؤسسة الإلكترونية: حصلت على الترتيب الرابع للقطاع الحكومي حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.42) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 57.1٪ من أفراد عينة القطاع الحكومي موافقون بشدة على ذلك، وأن 38.1٪ موافقون، وأن 4.8٪ لا يوافقون مطلقاً، وحصلت على الترتيب الرابع للقطاع الخاص حيث بلغ المتوسط (4.27) مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، حيث اتضح أن 44.8٪ من أفراد عينة القطاع الخاص موافقون بشدة على ذلك، وأن 4.8٪ موافقون، وأن 3.4٪ منهم لا يعلمون بذلك، وأن 6.9٪ لا يوافقون.
- ويتضح من المتوسط الحسابي العام للقطاع الحكومي والبالغ (4.67) أن أفراد العينة موافقون وبشدة على عبارات هذا المحور، ويتضح أيضاً من المتوسط الحسابي للعالم للقطاع الخاص والبالغ (4.53) أن أفراد العينة موافقون وبشدة على عبارات هذا المحور.

أهم النتائج :

- في ظل التطورات الحديثة والمتسارعة في مجال الإلكترونيات وبداية الانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية في (المعلومات ، والعلاقات ، والمعاملات) ، فإن ثمة مبادئ جديدة تأخذ مكانها وتفرض نفسها على الإدارات سواء كانت إدارات قطاع عام أو إدارات قطاع خاص . ولهذا السبب سعت هذه الدراسة لتوضيح الدور الذي تقوم فيه الإدارة الإلكترونية لتفعيل مهام العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص . ولتحقيق أهداف هذه الدراسة أجرت الباحثة الدراسة على نوعين من الإدارات وهي إدارات القطاع العام وإدارات القطاع الخاص في مدينة الرياض وقد توصلت من خلال المسح الميداني إلى ما يلي :
- 1- في القطاع الحكومي نجد أن 57.1٪ يعتمدون اعتماداً كلياً على الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة، وأن 38.1٪ يعتمدون إلى حد ما، وأن 4.8٪ لا يعتمدون عليها إطلاقاً، وهي تعتبر نسبة ضئيلة بالنسبة لحجم العينة، كما يتضح أن 62.1٪ من القطاع الخاص يعتمدون اعتماداً كلياً على الإدارة الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة، وأن 34.5٪ يعتمدون إلى حد ما.
- 2- وتساوت النسب تقريباً بين كل من القطاعين العام والخاص من حيث التعامل مع المعاملة الإلكترونية كمعاملة مساندة أو اتخاذها في بعض الإدارات كمعاملة كاملة الأثرو تغني عن المعاملة الورقية ، مما يؤكد على أهمية وجود المعاملة الإلكترونية في إدارات العلاقات العامة سواء كانت بشكل كلي أو مساند .
- 3- اتضح من خلال الدراسة فروق في تفعيل بعض المهام من خلال الإدارة الإلكترونية؛ حيث نجد أن القطاع الخاص يتفوق على القطاع الحكومي فقط في أمرين أحدهما استخدام إدارة العلاقات العامة لتعاملات الإلكترونية في بحوث استطلاع الرأي العام، والأمر الثاني استخدام إدارة العلاقات العامة لتعاملات الإلكترونية في الحملات الإعلامية، أما ما عداها من مهام مثل استخدام التعاملات الإلكترونية في التخطيط لمهام العلاقات

- العامة، وتغطية المناسبات الداخلية، والتواصل مع وسائل الإعلام، والرد على استفسارات الجمهور الداخلي والخارجي إلكترونياً؛ فلا يوجد فروق تذكر بين القطاع العام والقطاع الخاص
- 4- أظهرت النتائج أن الوسيلة الأكثر اتباعاً من قبل إدارات العلاقات العامة لتفعيل مهامها من خلال التعاملات الإلكترونية لكل من للقطاع الحكومي والقطاع الخاص هي البريد الإلكتروني بنسبة 95.5٪ في القطاع الحكومي ونسبة 100٪ في القطاع الخاص، وأن النسبة الأقل اتباعاً هي الشبكات الاجتماعية في كلا القطاعين بنسبة 23.8٪ في القطاع الحكومي ونسبة 37.9٪ في القطاع الخاص مما يوضح أن كلا القطاعين يهتمون بالبريد الإلكتروني بصورة أكبر من غيرها من الوسائل الأخرى مثل الشبكة المحلية، موقع المؤسسة، والشبكات الاجتماعية، والوسائل الإعلامية. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة الدريهم (1427هـ) التي أجريت على القطاع العام لمعرفة دور العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية وهي أن العينة تحبذ التعامل مع الشبكة الداخلية أكثر من الشبكة المحلية.
- 5- يتفق القطاعان العام والخاص على إيجابيات تفعيل التعاملات الإلكترونية في إدارة العلاقات العامة ومن ذلك سهولة التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة وسرعة التجاوب مع الجمهور الداخلي والخارجي والقضاء على الروتين الإداري.
- 6- أظهرت النتائج تركيز القطاعين على ضرورة عقد دورات تدريبية للعاملين في إدارات العلاقات العامة على التعاملات الإلكترونية كأحد أهم المقترحات لتجاوز معوقات استخدام الإدارة الإلكترونية والتي من أهمها عدم توفر الخبرة الفنية والتقنية الكافية لدى ممارسي العلاقات العامة في التعاملات الإلكترونية والتي تمكنهم من مواكبة التطورات المتلاحقة في هذا المجال.

التوصيات :

- 1- التوصيات العلمية:
 - ❖ عناية الباحثين وطلاب الدراسات العليا بدراسة الجوانب التي تنهض بالمستوى الفني والمهني في إدارات العلاقات العامة.
 - ❖ انطلاقاً من ندرة المراجع العربية التي تعنى بالممارسة الحديثة للعلاقات العامة والتي تعتبر إحدى الصعوبات التي واجهت الباحثة توصي الباحثة بضرورة التأصيل العلمي في هذا المجال.
- 2- التوصيات العملية:
 - ❖ ضرورة تكثيف استخدام الإدارة الإلكترونية في أداء مهام العلاقات العامة لكل من القطاع العام والقطاع الخاص لكي تواكب إدارات العلاقات العامة التطورات المتسارعة في هذا المجال.
 - ❖ العمل على تحديد سياسات وضوابط لأداء مهام إدارات العلاقات العامة من خلال الإدارة الإلكترونية.
 - ❖ ضرورة توفير الإمكانيات المناسبة مثل (الكوادر البشرية المؤهلة، الأجهزة والبرمجيات، المرونة الإدارية) في إدارات العلاقات العامة لكي تتمكن إدارة العلاقات العامة من تفعيل مهامها بشكل ملحوظ من خلال الإدارة الإلكترونية.

المراجع :

أولاً: الكتب:

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

- 2- أحمد غنيم : الإدارة الإلكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل (القاهرة ، المكتبة العصرية، 2004م).
- 3- رأفت رضوان : الإدارة الإلكترونية (القاهرة ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار).
- 4- سعد ياسين : الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية (الرياض ، معهد الإدارة العامة ، 1426هـ).
- 5- شيماء السيد سالم: الاتصالات التسويقية المتكاملة (القاهرة ،مجموعة النيل العربية ، 2006م).
- 6- عبد الرحمن توفيق : الإدارة الإلكترونية في الشؤون الإدارية (مركز الخبرات المهنية للإدارة ، الطبعة الثانية ، 2007م)
- 7- عبدالناصر جرادات ، لبنان الشامي : أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق (الأردن ، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية، 2009).
- 8- عبود نجم : الإدارة الإلكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات (الرياض ، دار المريخ للنشر والتوزيع ، 2004م).
- 9- علاء السالبي: الإدارة الإلكترونية ،(عمان، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثانية، عام 2009م)
- 10- علي عجوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة (القاهرة ، عالم الكتب ، 1988م).
- 11- علي عجوة : العلاقات العامة في المنشآت المالية (القاهرة ، عالم الكتب ، 1983م).
- 12- محمد طلعت عيسى : العلاقات العامة كأداة للتنمية (القاهرة ، دار المعارف ، الطبعة السابعة ، 1970م).
- 13- محمد فريد الصحن : العلاقات العامة المبادئ والتطبيق (الإسكندرية ، الدار الجامعية ، 2009م).

ثانياً: الرسائل والبحوث المنشورة:

- 1- أحمد عبد الحسين : الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقها (دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في جامعة الكوفة).
- 2- محمد الشبل : تطبيقات الوظيفة الاستشارية للعلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية (سلسلة الرسائل الجامعية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض ، 1428هـ).
- 3- محمد قيراط : دراسة حول استخدام أقسام العلاقات العامة للإنترنت في دولة الإمارات العربية (الإمارات العربية ، جامعة الشارقة) .

ثالثاً: الرسائل والبحوث غير المنشورة:

- 1- أحمد العتوم : أهمية الأنشطة الانصالية في عمل العلاقات العامة (رسالة ماجستير غير منشورة ، مقدمة إلى كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط ، عمان).
- 2- أكرم محمد الرؤساء : مستوى التعاملات الإلكترونية في المنظمات العامة والخاصة في المملكة العربية السعودية (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك سعود ، الرياض، عام 2007م).
- 3- حمد بن ناصر الموسى : استخدام الاتصال التسويقي المتكامل في الشركات السعودية الكبرى (رسالة دكتوراة غير منشورة مقدمة لكلية الدعوة والإعلام قسم الإعلام في جامعة الإمام ، الرياض ، عام 2007م).
- 4- سعيد معلا العمري : المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الحكومة الإلكترونية (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، عام 1423/1424هـ).
- 5- عبدالله حمود الشهري : إسهامات تقنيات الاتصال في تحقيق أهداف العلاقات العامة (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية الدعوة والإعلام قسم الإعلام بجامعة الإمام ، الرياض ، عام 1424هـ).

- 6- عبد الله بن سعيد آل دحوان : دور إدارة التطوير الإداري في تطبيق الإدارة الإلكترونية (رسالة ماجستير غير منشور مقدمة لكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك سعود، الرياض، عام 2008م).
- 7- علي الغامدي : اتجاهات القيادات الإدارية في المؤسسات التعليمية السعودية نحو العلاقات العامة وأنشطتها (رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية الآداب قسم الإعلام ، الرياض ، 2004هـ).

رابعاً: المجالات والدوريات:

- 1- بسام عبد العزيز الحمادي ، وليد سليمان الحميضي : الحكومة الإلكترونية ، الواقع ، والمعوقات، وسبل التطبيق بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ، الندوة الدورية العاشرة (الرياض ، معهد الإدارة العامة ، 2004م)
- 2- سمير حسين: العلاقات العامة (مجلة عالم الصناعة ، السنة الثانية ، العدد الحادي عشر ، 1973م).
- 3- عبد الرحمن العنادر : أساليب تعامل العلاقات العامة مع البيئة الجماهيرية (مجلة جامعة الملك سعود ، المجلد الثالث ، 1991م).
- 4- عادل المفرجي ، أحمد صالح، بيداء البياتي :الإدارة الإلكترونية مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيس علمية ، (القاهرة ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، عام 2007 م)

خامساً: المواقع الإلكترونية :

- 1- <http://30dz.justgoo.com/t336-topic>
- 2- <http://mediacom.jeeran.com/archive/2009/9/938497.html>
- 3- <http://www.arado.org.eg/homepage/ActDetail.aspx?actid=15145>
- 4- <http://www.hrdiscussion.com/hr685.html#>
- 5- <http://ar.wikibooks.org/wiki>
- 6- <http://kenanaonline.com/users/SAIFREDA/posts/132777>
- 7- www.yesser.gov.sa