



جامعة ميد أوشن
ماجستير علاقات عامة
كلية العلوم الإنسانية

خطة بحث بعنوان:

(تحليل واقع ممارسة العلاقات العامة في شركات المشغلين
الجويين السعوديين)
"دراسة مسحية على منظمات القطاع الخاص"

"خطة بحث مقدمة استكمالاً لمتطلبات التخرج."

إعداد:

الطالبة:فاتن خالد العرفج

الرقم الجامعي: (.....252000605...)

إشراف:

الدكتور/فايز جراد

الدكتور/الفصل عبد الحميد

العام الجامعي

2025م – 1447هـ

المقدمة

إن العلاقات العامة هي سياسة اتصالية تنتهجها المؤسسة في معرفة آراء واتجاهات الرأي العام، وهي عبارة عن رجوع صدى للمعلومة التي تلقيها المؤسسة لتنتظر الرد من طرف الجمهور، سواء بالرفض أو القبول، وهذا يعتبر الحوار الحقيقي بين المؤسسة وجمهورها الخارجي والفض يعود إلى الاتصال الإيجابي والفعال الذي يخلق نوعاً من التغيير في السلوكيات، ليس فقط سلوكيات الجمهور المستهدف من طرف المؤسسة، بل أيضاً يضيفي تغييراً على المؤسسة في حد ذاتها.

فالمؤسسة التي تقرر ممارسة علاقات عامة مستمرة وفعالة هي مجبرة على الأخذ بعين الاعتبار وبشكل واقعي كل المعلومات التي تصدر من الجمهور ومنها في نفس الوقت، وهذا ام يقودها إلى المقدرة على المنافسة للإستمرار والتطور. وشركات الطيران العاملة بالمملكة تعتبر من أهم منظمات القطاع الخاص التي تحتاج إلى التطور والحدثة ومواكبة سياسات اتصالية متميزة بينها وبين المؤسسات التي تتعامل معها، بحيث تسعى دائماً إلى تطوير منتجاتها وما يناسب طلبات وحاجيات المؤسسات الأخرى ضماناً منها لاستمرارها في السوق المحلية.

إن دور العلاقات العامة داخل المؤسسة يرتبط بالسؤال عن ماهية المؤسسة، وتساعد الإجابة هنا عن الكشف عن الطبيعة المحورية للاتصال ودوره الحقيقي في ربط عناصر وهيكل المؤسسة ومن ثم الدور الأساسي والاستراتيجي الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة. (الشامي وجرادات، 2005)

من هنا يتضح لنا عن كثب الهدف من الدراسة، وهو التعرف على واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمة القطاع الخاص.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة أساساً في التعرف على ماهية العلاقات العامة داخل منظمات القطاع الخاص، ومدى فعاليتها في تغيير مسار المنظمة نحو الأحسن، وذلك باعتمادها على عناصر اتصالية أخرى تمكنها من بلوغ الأهداف المرجوة، كالإشهار الذي يُعد الركيزة الأساسية لأيّة مؤسسة تود الوصول وتحقيق أعلى وأهم الإيرادات والنجاح، وعليها تم تحديد أهداف وتساؤلات الدراسة في بيان ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمة القطاع الخاص.

وكنموذج للدراسة، شركة طيران ناس السعودية ممثلة لشركات الطيران السعودية والتي تعمل كإحدى منظمات القطاع الخاص، وكمؤسسة إنتاجية وفيها إدارة مستقلة للعلاقات العامة للبحث والاستقصاء وطرح التساؤلات حول الموضوع.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية البحث الحالي في النقاط التالية :

- إن دراسة الدور الذي تلعبه وظيفة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص لا سيما تطوير مجالات البيع وتوسيع حجم التسويق للشركة بالسوق، يحتم علينا تناول مثل هذه الدراسات ووضع تصوراً لتقديمه لتلك المنظمات العاملة في القطاع الخاص.

- إن تناول موضوع واقع ممارسات العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص بوجه عام وشركات الطيران بوجه خاص يمكن أن ينتج عنه توسيع عوائد ربحية لتلك الشركات والاقتصاد القومي للدولة.

يمكن إبراز هذه الأهمية في الجانبين التاليين :

أ) **الأهمية العلمية :** تنبع أهمية البحث في محاولة إثراء المكتبة العلمية بدراسة مسحية لواقع شركات الطيران ومدى ممارسة العلاقات العامة من خلال مجموعة من العوامل والمؤثرات التي تلعب دوراً فاعلاً في واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص، مما يوفر قاعدة من المعلومات التي يمكن أن تثري مجال العلاقات العامة والاتصال.

ب) **الأهمية العملية:** حاولت هذه الدراسة أن تكشف عن واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص، أما عن أهمية الدراسة التطبيقية فلاشك أن أهمية دراسة واقع ممارسة العلاقات العامة يساعدنا في تقديم التصور اللازم لتطوير العلاقات العامة من خلال الدراسة فتتجلى أهميتها في عمل برامج وخطط تمكن من تطوير الأداء داخل منظمات القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة:

يهدف البحث الحالي إلى هدف رئيسي وهو : التوصل إلى واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمة القطاع الخاص، والذي يتفرع عنه مجموعة أهداف فرعية وهي : -

1. دراسة واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص.
2. قياس مدى الاستفادة من ممارسة العلاقات العامة في منظمة القطاع الخاص.
3. اقتراح بعض الخطوط العريضة للتدخل التطويري لمنظمات القطاع الخاص، تنبني على ما يسفر عنه البحث من نتائج.

تساؤلات الدراسة:

تطرح مشكلة البحث الحالي في تساؤل رئيسي وهو : ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص ؟ ، والذي يتفرع عنه مجموعة من الأسئلة تستحق الإجابة عليها منها:

1. ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص؟.
2. قياس مدى الاستفادة من ممارسة العلاقات العامة في منظمة القطاع الخاص؟.
3. هل من الممكن تقديم مقترح بعض الخطوط العريضة للتدخل التطويري لمنظمات القطاع الخاص، تنبني على ما يسفر عنه البحث من نتائج؟.

دراسات سابقة :

تجدر الإشارة إلى أن الدراسات السابقة حول موضوع العلاقات العامة داخل منظمات القطاع الخاص قليلة، وقد تطرقت الباحثة لعدد منها وهي:-

دراسة (كريمة، 2010م) بعنوان (العلاقات العامة داخل المؤسسة، حالة مؤسسة الصناعات النسيجية) ، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية ومختلف فروعها، وتحديد مكانة العلاقات العامة في هذه المؤسسة، استخدمت الاستبانة كأداة للدراسة وجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها عدم وجود مكاناً لإدارة العلاقات العامة كفرع مستقبلي بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وأن الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة كإدارة مهمة في تسيير شؤون المؤسسة تسيراً عصبياً وأكثر تطوراً غير متجسد داخل المؤسسة، كما أكدت نتائج الدراسة بأن كافة المهام والصلاحيات التي يمكن أن تنسب إلى إدارة العلاقات العامة تتم تحت إشراف مديريات المؤسسة والمتمثلة في مديرية الأمور المالية والمحاسبية، وبالرغم من عدم وجود إدارة للعلاقات العامة بمؤسسة الصناعات النسيجية إلا أن أغلب المبحوثين أكدوا فعالية

العلاقات العامة في مواجهة أزمات المؤسسة وهذا ما يؤكد الفرضية التي تعتبر أن مساهمة العلاقات العامة غير موجودة.

دراسة (كرمية إبراهيم، 2004م) بعنوان : (العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية: دراسة حالة لوزارة السياحة الجزائرية)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام :

هدفت الدراسة إلى محاولة لتحديد موقع العلاقات العامة بوزارة السياحة ومدى مساهمتها في صناعة وتعزيز الثقة مع الجمهور، وعلاقتها بالسياحة في حد ذاتها كون هذه الأخيرة أصبحت ظاهرة اقتصادية مهمة في البلاد، وتهدف كلها إلى التعرف على نواحي الضعف في هذا الجانب، وذلك باقتراح أهم الحلول التي بإمكانها أن تؤدي إلى علاج الجوانب السلبية للمؤسسة في إعطائها الأهمية المستحقة لوظيفة العلاقات العامة، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة وجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها : ضرورة التحديد العلمي للعلاقات العامة ، إنشاء أجهزة متفرغة للعلاقات العامة ، وضع ميزانية ملائمة ونشاطات العلاقات العامة ، الاهتمام الجدي بإقامة إدارة مستقلة للعلاقات العامة داخل المؤسسة.

وأكدت الدراسة بعدم كفاية عدد الموظفين والأجهزة المتوفرة لممارسة العلاقات العامة أيضاً بعدم كفاية الميزانية المخصصة لإدارة العلاقات العامة بوزارة السياحة، ودلت نتائج الدراسة بأن 57.2% من المبحوثين غير راضين عن المهام والوظائف المسندة لإدارة العلاقات العامة.

دراسة (الفيشاني، 2000م) بعنوان (تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية) ، رسالة ماجستير غير منشورة: الجامعة الأردنية ، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى ممارسة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية للوظائف العلمية

للعلاقات العامة، والتعرف على المشكلات المالية والبشرية التي تعاني منها وحدات العلاقات العامة، واستخدام الباحث الاستبيان لجمع البيانات وقدم نتائج الدراسة وكان من أهمها تدني درجة ممارسة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية لوظيفة الاتصال والبحث وقياس اتجاهات الرأي العام.

النظريات المفسرة للدراسة

هناك عدد من النظريات التي حاولت تفسير موضوع الدراسة، وقد اختارت الباحثة النظرية التالية لتفسير واقع ممارسة العلاقات العامة في منظمات القطاع الخاص، وهي (نظرية النظم) :-

فيشير الكثير من أكاديمي العلاقات العامة إلى **نظرية النظم** لشرح هيكل وعمليات المنظمات أو المؤسسة وتفاعلاتها مع البيئة، ويصف "Cultip" النظام على أنه مجموعة من الوحدات المتداخلة التي تتسم بالثبات مع مرور الوقت داخل حدود مستقرة والتكيف مع التغيرات التي تحصل على مستوى البيئة بغرض تحقيق الأهداف المرجوة، كما يتوقف نجاح واستمرارية المؤسسة على إنشاء العلاقات والمحافظة عليها سواء في الداخل أو مع البيئة المحيطة بها، وبالتالي لابد لها أن تتكيف وتعديل وتغير من سلوكياتها عند إحداث التغيير لها ولبيئتها، فالمؤسسة تعتبر جزءاً من نظام اجتماعي يتكون من أفراد وجماعات، مثل العاملين، الموردين، الموزعين، والذين يندمجون جميعهم في مجتمع واحد، وهنا يظهر دور العلاقات العامة التي تقوم على تنمية وصيانة العلاقات مع هذه المجموعات، وذلك بغرض تحقيق المؤسسة لأهدافها.

إذ يفترض كل من "Gruning" و "Hunt" بأن المؤسسات تطور بالتدرج وظيفة رسمية للاتصال، وهذا ما إذا كان هناك شرخ أو عدم تفاهم بين المؤسسة وجمهورها، وبالتالي تنشأ مسألة علاقات عامة، التي تسعى لتوحيد التفاهم والانسجام بين المؤسسة والجمهور. (أليسون وبكر، 2004، ص 58)

منهج الدراسة :

من أجل الوصول إلى فهم أي ظاهرة فلا بد من اللجوء إلى طرق متعددة، وبالتالي منهجيات متعددة، ولكن موضوع البحث لا يستلزم بالضرورة استخدام كل المناهج، وإنما يجب اختيار منهجاً واحداً فقط يسمح لنا بفهم أحسن للظاهرة المدروسة.

والأعمال القليلة حول أهمية وظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة يؤدي إلى التفكير في البحث عن جدية العلاقات العامة ودورها المتميز في تغيير صورة المؤسسة، وعليه من الضروري القيام بدراسة ميدانية لدراسة الأسباب التي تجعل منظمات القطاع الخاص قد يشوبها بعض النقص، ولمعرفة المتغيرات الحاصلة ميدانياً، خاصة أن أغلبية المؤسسة اليوم تأخذ أشكالاً تنظيمية جديدة دون الاهتمام بإدارة العلاقات العامة.

وعلى ضوء الإشكالية المطروحة، فإن هذه الدراسة اعتمدت على المنهج المسحي للملائمة لطبيعة البحث؛ كما أنه أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وبحوث الرأي العام.

مجتمع الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من كافة شركات الطيران العاملة بالمملكة العربية السعودية والبالغ عددها (10) شركات.

عينة الدراسة :

تم اختيار مجتمع الدراسة بطريقة العشوائية الطبقية من إحدى شركات الطيران العاملة بالمملكة، وهي شركة (طيران ناس) والتي تمارس نشاطها بالمملكة العربية السعودية من عام 2007م، وسوف يتم توزيع (150) استمارة على العينة المستهدفة بالشركة.

أداة الدراسة :

لكي يستطيع الباحث جمع معلومات وبيانات عن موضوع بحثه ، يلجأ للاعتماد على أداة ، أو مجموعة أدوات لذلك ، فقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أداة الاستبانة المغلقة التي ستضمن أسئلة تهدف إلى التعرف على مدى ممارسة العلاقات العامة والإنسانية أيضاً داخل المؤسسة، وأهميتها في تحقيق الفعالية لها، حيث يعتبر الاستبيان سهل الوصول إلى أكبر عدد من أفراد العينة، كما أنها تسمح للمشاركين بالإدلاء بآرائهم بصراحة تامة، كما أن نسبة تحيز المبحوثين في الإجابة تقل وتمنحهم فرصة كافية للتفكير عند طرح الإجابة.

طريقة تحليل المعلومات :

ستستخدم الباحثة الأسلوب الإحصائي في التحليل باستخدام برنامج SPSS .

تقسيمات الدراسة:

نظراً لما تتطلبه الدراسة فقد قامت الباحثة بتقسيم الدراسة إلى عدة مباحث ومطالب كما يلي:-

الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة :

- المبحث الأول : العلاقات العامة: النشأة والتطور

○ المطلب الأول : ماهية العلاقات العامة

○ المطلب الثاني : أسس ومهام العلاقات العامة

○ المطلب الثالث: العلاقات العامة والجمهور

○ المطلب الرابع : الهيكل التنظيمي لشركة (طيران ناس)

- المبحث الثاني: الاتصال واستراتيجيات العلاقات العامة داخل المؤسسة

- المطلب الأول : الاتصال مفهومه وأهميته
- المطلب الثاني : استراتيجيات العلاقات العامة داخل المؤسسة
- الفصل الثاني : الإطار الميداني للدراسة :**
- المطلب الأول : التعريف بميدان الدراسة
- المطلب الثاني : مهام ونشاطات شركة (طيران ناس)
- المطلب الثالث: مرحلة التقييم (المقابلات وتوزيع الاستبيان
"الاستمارة")
- المطلب الرابع: عرض النتائج وتحليلها
- المطلب الخامس: تحليل النتائج ومناقشة تساؤلات الدراسة
- خاتمة الدراسة وتشتمل على خلاصة نتائجها وتوصياتها.**

قائمة المراجع

- (1) أليسون ويكر (2004م): دليل العلاقات العامة، ترجمة: عبدالحكيم أحمز الخزامي، دار الفجر للنشر والتوزيع.

- (2) حجاب، محمد منير (2006م) **المداخل الأساسية للعلاقات العامة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة.
- (3) الفيشاني، عبد الملك هلال أحمد (2000م) **تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية: دراسة ميدانية**، رسالة ماجستير، الجماعة الأردنية.
- (4) الشامي، لبنان وجرادات، عبد الناصر (2009م) **أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**، عمان: دار اليازوري العلمية.
- (5) كرمية، إبراهيم (2004): **العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية**، دراسة حالة لوزارة السياحة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.
- (6) كريمة، حاج احمد (2010م): **العلاقات العامة في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران.
- (7) مقدم عبد الحفيظ، (2003م) **الإحصاء والقياس النفسي والتربوي**، ط2 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر

الفهرس

الموضوع	رقم الصفحة
المقدمة	1

2	مشكلة الدراسة
2	أهمية الدراسة
3	أهداف الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
4	دراسات سابقة
5	التعقيب على الدراسات السابقة
5	النظريات المفسرة للدراسة
6	منهج الدراسة
6	مجتمع الدراسة
6	عينة الدراسة
6	أدوات الدراسة
7	طريقة تحليل المعلومات
7	تقسيمات الدراسة
9	قائمة المراجع
10	الفهرس