جامعة ميدأوشن

كلية العلوم الإنسانية

تخصص علاقات عامة

عنوان البحث

دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين

إعداد الطالب/

منيرة مفلح ناصر القحطاني

العام الدراسي:

٢٠٢٥

بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

إلى القلب الكبير الذي علمني العطاء دون انتظار

إلى أمي الحبيبة، نبع الحنان ومصدر الإلهام

إلى شريك عمري، السند والرفيق في رحلة الحياة

إلى إخوتي وأخواتي، من كانوا دومًا العضد والظهر والسند

إلى كل من رفع يديه بدعاءٍ صادق من القلب

إلى كل من قدّم لي كلمة طيبة أو نصحًا نافعًا أو دعمًا مخلصًا

أهديكم ثمرة جهدي وتعب أيامي، عرفانًا وامتنانًا

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، الذي وفّقني وأعانني ويسّر لي سبل العلم والعمل، وألهمني القوة والصبر والعزيمة لإتمام هذا الجهد العلمي المتواضع.

فله الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه.

أتقدم بجزيل الشكر وخالص التقدير لكل من كان له دور في إنجاز هذه الرسالة العلمية، وعلى رأسهم أساتذتي الأفاضل الذين لم يبخلوا عليّ بعلمهم وتوجيهاتهم السديدة، وكانوا لي نعم المعين والداعم طوال سنوات الدراسة.

كما لا يفوتني أن أعبر عن امتناني العميق لوالديّ العزيزين، مصدر الدعم الروحي والعاطفي، فقد كانا لي سندًا لا ينضب، وبفضل دعائهما وتشجيعهما المستمر وصلت إلى هذه المرحلة.

و أتوجه بالشكر والتقدير إلى إخوتي وأخو اتي وزملائي وزميلاتي الذين مدّوني بالعون والمساندة، وكانوا إلى جانبي في كل مراحل هذا العمل، فلكم جميعًا مني أصدق عبارات الامتنان والتقدير.

وإلى كل من أسهم بكلمة، أو نصيحة، أو دعاء، أو دعم بأي صورة كانت، أقول: جزاكم الله عني كل خير، وبارك فيكم، ووفقكم لما فيه الخير دائمًا.

قائمة المحتويات

اسم المحتوى	رقم الصفحة
الجزء الأول: التمهيد	
الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها	١-٢٢
مقدمة	١
مشكلة الدراسة	٢
أهمية الدراسة	٢
أهداف الدراسة	٣
تساؤلات الدراسة	٤
فروض الدراسة	٤
الدراسات السابقة	٥
التعقيب على الدراسات السابقة	١٥
المنطلقات النظرية للدراسة	١٥
المنهجية وطرق البحث	١٦
فرضيات الدراسة	١٦
نموذج الدراسة	١٧
منهجية الدراسة	١٧
مجتمع وعينة الدراسة	١٨
أدوات الدراسة	١٨
صدق أداة البحث	١٨
ثبات أداة الدراسة	١٩
حدود الدراسة	١٩

الأساليب الإحصائية	١٩
تقسيم الدراسة المقترح	٢٠
الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة	
مقدمة الفصل	**٢٢**
المبحث الأول: إدارة العلاقات العامة	٣٠-٢٢
تمهيد	**٢٣**
مفهوم العلاقات العامة	٢٣
أهمية العلاقات العامة	٢٤
أهداف العلاقات العامة	٢٤
أبعاد العلاقات العامة	٢٥
مبادئ العلاقات العامة	٢٦
ركائز العلاقات العامة	٢٧
وسائل العلاقات العامة	٢٨
وظائف العلاقات العامة	٢٩
المبحث الثاني: دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري	٣٩-٣١
تمهيد	**٣١**
مفهوم الأداء الإداري	٣١
أنواع الأداء الإداري	٣٢
مفهوم جودة الأداء الإداري	٣٣
العوامل المؤثرة في تحقيق جودة الأداء الإداري	٣٣
آلية تعزيز جودة الأداء الإداري	٣٤
دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين	٣٥
تأثير التواصل الداخلي للعلاقات العامة على التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة	٣٥

في شركة نجم لخدمات التأمين	
تأثير التواصل الخارجي للعلاقات العامة في تحسين سمعة الشركة وزيادة الثقة من قبل العملاء والمجتمع	٣٦
تقييم دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في توجيه الجهود الإدارية نحو تحقيق الأهداف طويلة المدى	٣٦
تأثير استجابة العلاقات العامة للأزمات في الحفاظ على استقرار الأداء الإداري أثناء الفترات الصعبة	٣٧
خاتمة الفصل	**٣٩**
الجزء الثالث: الدراسةالعملية وإجراءاتها المنهجية	
الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة	٤١-٥٩
الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها	٦٠-٧١
الفصل الخامس: تحليل النتائج والتصور المقترح	٧٢-٧٣
المراجع	
أولاً: المراجع العربية	٧٥
ثانيًا: المراجع الأجنبية	٧٨

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
(١)	توزيع العينة طبقا لنوع الاجتماعي	٤٤
(٢)	توزيع العينة طبقا لمتغير العمر	٤٥
(٣)	توزيع العينة طبقا لمتغير المؤهل العلمي	٤٦
(٤)	توزيع العينة طبقا لمتغير المسمى الوظيفي	٤٧
(٥)	توزيع العينة طبقا لمتغير اجمالي سنوات الخبرة	٤٨
(٦)	المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة ومتغيراتها	٥١
(٧)	صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد التواصل الداخلي	٥٢

(٨)	صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد التواصل الخارجي	٥٣
(٩)	صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد التخطيط الاستراتيجي	٥٤
(١٠)	صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد إدارة الازمات	٥٥
(١١)	صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للمتغير التابع (الأداء الإداري)	٥٦
(١٢)	معامل الفا كرونباخ لثبات الاستبانة ككل ومحاورها	٥٨
(١٣)	أبعاد المتغير المستقل	٦٠
(١٤)	نتائج اختبار تباين الانحدار المتعدد (Regression Multiple) للفرضية الرئيسية	٦١
(١٥)	نتائج معادلة الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للفرضية الرئيسية	٦٢
(١٦)	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الأولى	٦٤
(١٧)	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الأولى	٦٥
(١٨)	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثانية	٦٦
(١٩)	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثانية	٦٦
(٢٠)	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة	٦٨
(٢١)	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة	٦٨
(٢٢)	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الرابعة	٦٩
(٢٣)	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة	٧٠

قائمة الأشكال

رقم الشكل	اسم الشكل	رقم الصفحة
(١)	نموذج الدراسة	١٧
(٢)	توزيع العينة طبقا للنوع الاجتماعي	٤٤
(٣)	توزيع العينة طبقا لمتغير العمر	٤٦
(٤)	توزيع العينة طبقا لمتغير المؤهل العلمي	٤٧
(٥)	توزيع العينة طبقا لمتغير المسمى الوظيفي	٤٨
(٦)	توزيع العينة طبقا لمتغير سنوات الخبرة	٤٩

قائمة الملاحق

رقم الملحق	اسم الملحق	رقم الصفحة
(١)	استمارة الاستبيان	٨٢

الجزء الأول: التمهيد

الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها

مقدمة:

تعد العلاقات العامة من الأدوات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات والشركات في بناء صورة إيجابية لدى جمهورها المستهدف، وتتمثل أهمية العلاقات العامة في قدرتها على تحسين صورة المؤسسة وزيادة التواصل الفعّال بين الإدارة والعاملين والجمهور الخارجي. من خلال استراتيجيات العلاقات العامة المدروسة، بحيث يمكن للمؤسسة تعزيز سمعتها وبناء الثقة مع العملاء والشركاء. كما أنها تساهم في تعزيز بيئة العمل الداخلية، مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة والإنتاجية بين الموظفين. وبالتالي، يكون لها دور كبير في تحسين جودة الأداء الإداري للمؤسسة (البلوشي، ٢٠٢٠).

وتلعب العلاقات العامة دوراً حيوياً في تعزيز الأداء الإداري من خلال تحسين التواصل بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسة؛ مما يساعد على اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر فاعلية. فعندما يكون هناك تواصل جيد بين مختلف الأقسام، كما تتلاشى الحواجز وتصبح العمليات الإدارية أكثر سلاسة، وتساهم العلاقات العامة في توجيه رسائل واضحة للإعلام والجمهور؛ مما يعزز صورة المؤسسة في السوق ويجذب العملاء الجدد. وهذه العناصر جميعها تساهم في رفع جودة الأداء الإداري بشكل عام (عثمان، ٢٠١٦).

وفي قطاع الأعمال المعاصر، تواجه الشركات تحديات كبيرة في الحفاظ على مكانتها التنافسية؛ مما يستدعي تكثيف الجهود لتطوير استراتيجيات فعّالة في إدارة العلاقات العامة، ومن خلال تفعيل دور العلاقات العامة يمكن للمؤسسات تعزيز الشفافية والمرونة في تعاملاتها مع العملاء والموظفين على حد سواء وبالتالي، تساعد في تقليل المشكلات الإدارية وتحسين مستوى الأداء بشكل مستمر من خلال هذه الاستراتيجيات يصبح للمؤسسة القدرة على إدارة أزمات العلاقات العامة بشكل فعال، مما يؤدي إلى الحفاظ على استقرار الأداء الإداري(نسرين واخرون، ٢٠١٧).

وتعتبر شركة "نجم لخدمات التأمين" من أبرز الشركات التي تولي اهتماماً خاصاً بالعلاقات العامة كأداة استراتيجية في تحسين الأداء الإداري. فمن خلال استراتيجيات علاقات عامة فعّالة، حيث تعمل الشركة على توطيد علاقتها مع عملائها، وتعزيز التواصل الداخلي بين فرق العمل المختلفة، كما أن شركة نجم تسعى من خلال إدارتها للعلاقات العامة إلى خلق بيئة عمل إيجابية، تُسهم في رفع كفاءة الموظفين وزيادة إنتاجيتهم، مما ينعكس بشكل مباشر على الأداء الإداري العام للمؤسسة.

مشكلة الدراسة:

تحسين صورة المؤسسة وتفعيل التواصل بين الإدارة والموظفين والجمهور. تعتبر العلاقات العامة أداة استراتيجية تهدف إلى بناء علاقات متينة وداعمة بين المنظمة وجميع الأطراف المعنية، سواء كانت داخلية مثل الموظفين أو خارجية مثل العملاء والموردين. من خلال إدارة هذه العلاقات بفعالية، يمكن تحسين مستوى الأداء الإداري، حيث يسهم التواصل الجيد في توجيه الموظفين بشكل صحيح وتحفيزهم على تحسين أدائهم. كما تساهم العلاقات العامة في خلق بيئة عمل إيجابية، مما يعزز من التفاعل والمشاركة الفعالة بين الفرق المختلفة داخل المؤسسة. لذلك، ويعدّ تطوير استراتيجيات العلاقات العامة جزءًا لا يتجزأ من تحسين الأداء الإداري وتحقيق الأهداف المؤسسية. كما إن فشل المؤسسات في تطبيق سياسات العلاقات العامة بفعالية قد يؤدي إلى تدهور في مستوى الأداء الإداري، مما ينعكس سلبًا على السمعة العامة للمؤسسة وأدائها العام.

ومن هنا ينبع التساؤل الرئيسي للدراسة في: **كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في تعزيز جودة الأداء الإداري داخل المؤسسات؟**

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة الى قسمين الأهمية العلمية والاهمية العملية، ويمكن توضيحهم من خلال ما يلي:

١. **الأهمية العلمية (النظرية):**

أ. دراسة تأثير العلاقات العامة على الأداء الإداري تضيف معرفة جديدة في مجال الإدارة والعلاقات العامة، وتساهم في توسع الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالعلاقات العامة في القطاعات المختلفة، بما في ذلك التأمين.

ب. البحث في هذا المجال يمكن أن يؤدي إلى تطوير نماذج نظرية جديدة تشرح كيفية تأثير العلاقات العامة على تحسين الأداء الإداري، وبالتالي تسهم في إنشاء قواعد علمية أكثر قوة.

ج. يساهم هذا البحث في تسليط الضوء على كيفية تأثير سمعة الشركة التي يتم بناؤها عبر العلاقات العامة، على اتخاذ القرارات الإدارية وفعالية العمليات داخل المؤسسة.

د. يوفر هذا البحث فهماً أكاديمياً لكيفية تأثير أساليب التواصل الفعّال عبر العلاقات العامة على تحسين الأداء الإداري، بما يعزز البحث في مجالات مثل التواصل المؤسسي واستراتيجيات إدارة الأزمات.

هـ. هذا الموضوع قد يفتح آفاقًا لدراسات أخرى تبحث في تأثير العلاقات العامة على الأداء الإداري في شركات أخرى أو في مجالات مختلفة، مما يعزز مجال البحث الأكاديمي في العلاقات العامة والإدارة.

٢. الأهمية العملية (التطبيقية):

أ. من خلال تطبيق استراتيجيات العلاقات العامة الجيدة، يمكن لشركة نجم تحسين صورتها العامة، ما يعزز الثقة لدى العملاء والمستفيدين، وبالتالي يؤثر إيجابًا على الأداء الإداري.

ب. العلاقات العامة تساهم في تحسين التواصل بين مختلف مستويات الإدارة والموظفين، مما يعزز من روح الفريق ويزيد من كفاءة العمل الجماعي وبالتالي رفع جودة الأداء الإداري.

ج. من خلال الاستراتيجيات المدروسة للعلاقات العامة، يمكن لشركة نجم التعامل مع الأزمات بشكل أكثر احترافية، مما يساعد في تقليل تأثير الأزمات على الأداء الإداري واستمرار سير الأعمال.

د. تساهم العلاقات العامة في توفير البيانات والمعلومات الدقيقة والمباشرة من خلال وسائل التواصل، مما يسهل اتخاذ قرارات إدارية مدروسة تسهم في تحسين الأداء وجودته.

هـ. من خلال إدارة فعالة للعلاقات العامة، يمكن تحسين العمليات الداخلية، وتقليل الخطأ، وتطوير حلول عملية مبتكرة تسهم في تعزيز الأداء الإداري في الشركة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في: الكشف عن دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التامين، ويندرج من ذلك من ذلك التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية متمثلة في:

١. التعرف على ماهية العلاقات العامة وابعادها
٢. تحليل تأثير التواصل الداخلي على التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة في شركة نجم لخدمات التأمين.
٣. دراسة كيفية تأثير التواصل الخارجي على تحسين سمعة الشركة وزيادة الثقة من قبل العملاء والمجتمع.
٤. تقييم دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في توجيه الجهود الإدارية نحو تحقيق الأهداف طويلة المدى.
٥. فحص تأثير استجابة العلاقات العامة للأزمات في الحفاظ على استقرار الأداء الإداري أثناء الفترات الصعبة.

تساؤلات الدراسة:

يتمثل السؤال الرئيسي للدراسة في: كيف تؤثر العلاقات العامة على تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين؟

ويندرج من ذلك من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية متمثلة في:

١. ما هو دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين؟
٢. كيف يؤثر التواصل الداخلي للعلاقات العامة على التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة في شركة نجم لخدمات التأمين؟
٣. ما هو تأثير التواصل الخارجي للعلاقات العامة في تحسين سمعة الشركة وزيادة الثقة من قبل العملاء والمجتمع؟
٤. كيف يساهم التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في توجيه الجهود الإدارية نحو تحقيق الأهداف طويلة المدى؟
٥. كيف تؤثر استجابة العلاقات العامة لإدارة الأزمات على استقرار الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين أثناء الفترات الصعبة؟

فروض الدراسة:

وفقا لما جاء في مشكلة الدراسة وأهدافها، تتمثل فرضيات الدراسة **في الآتي**:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعلاقات العامة على جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

ويندرج تحت الفرضية الرئيسية عدة فرضيات فرعية تتمثل في:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الداخلي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الخارجي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الازمات عبر العلاقات العامة في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين .
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في تعزيز الأداء الإداري **في شركة نجم لخدمات التأمين**

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات الخاصة بالمتغير الأول (العلاقات العامة)

أولًا: الدراسات العربية

١. دراسة (أبو حامد، ٢٠٢٣)، بعنوان "دور العلاقات العامة في تعزيز علاقات الشركات الدولية الناشئة مع المجتمع المحلي: شركة XNGAGE للحلول الرقمية أنموذجاً"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تعزيز علاقات الشركات الدولية الناشئة مع المجتمع المحلي شركة Xngage للحلول الرقمية أنموذجاً، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي. واعتمد الدراسة على الاستبيان والمقابلة كأداتين للدراسة. تمثلت عينة الدراسة في أداة الدراسة الأولى (الاستبانة) من جميع أفراد مجتمع الدراسة والذي شمل جميع موظفي الشركة من المدراء ورؤساء الأقسام والموظفين وممارسي العلاقات العامة في شركة Xngage ، والبالغ عددهم (١٠٠) موظف وموظفة، وتم استرداد (٨٠) استبانة صالحة للتحليل، كما وتم استخدام عينة قصدية لخمسة من مدراء وممارسي العلاقات العامة في الشركة لغرض المقابلة.

تبين من خلال النتائج أن دور العلاقات العامة في تعزيز علاقات الشركات الدولية الناشئة مع المجتمع المحلي شركة Xngage للحلول الرقمية أنموذجاً كبيراً، وحول مدى توظيف دائرة العلاقات العامة في شركة Xngage للحلول الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع المجتمع المحلي فقد جاء كبيراً. وتسهم دائرة العلاقات العامة في شركة Xngage للحلول الرقمية في استقطاب عملاء وموظفين بدرجة كبيرة.

٢. دراسة (غباشي، ٢٠٢١)، بعنوان" أثر استخدام ممارسي العلاقات العامة لمو اقع التواصل الاجتماعي في كفاءة إداراتهم لسمعة المنظمة: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة في المنظمات المختلفة "

تستهدف الدراسة البحث في طبيعة وحدود تأثير استخدام ممارسي إدارة العلاقات العامة بالمنظمات الوسائل الاتصال الجديدة، وتحديدا مواقع التواصل الاجتماعي في كفاءة إداراتهم لسمعة المنظمة، بالتطبيق على ممارسي العلاقات العامة في المنظمات المختلفة. استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ١٢٥ مفردة من ممارسي العلاقات العامة بالمنظمات المختلفة.

ومن أهم نتائج الدراسة: تتعدد المهام التي يقوم بها أفراد العينة داخل إدارات العلاقات العامة؛ تأتي في مقدمتها "تحسين صورة المؤسسة لجمهورها الخارجي بنسبة ٦٧,٢٪)، ثم كل من تحسين صورة المؤسسة أمام جمهورها الداخلي وتوطيد علاقة المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي بنسبة (٦٥,٦٪)، يلي ذلك الترويج لنشاط المؤسسة بنسبة (٦٢٤)،

وأخيرا توضيح موقف المؤسسة تجاه القضايا والأحداث الجارية" بنسبة (٣٢). وتتعدد أنماط تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالمنظمات؛ تأتي في مقدمتها استخدام البريد الإلكتروني في التعامل مع الجماهير بوزن نسبي يبلغ (٩٦٧٪)، ثم استخدام إمكانات الإنترنت في العمل الاعلامي بوزن نسبي (٩٥٣٪). وفي المرتبة الثالثة، ذكر المبحوثون "موقع على الإنترنت" بنسبة (٩٤,٣٪)، ثم رسائل على الموبايل" بنسبة (٩٣). وفي المرتبة السابعة جاء الاعتماد على البريد الإلكتروني في انجاز بعض الأعمال" بنسبة (٨٧٧)، وأخيرا شبكة اتصال داخلية" بنسبة (٨٧,٣%)، وتختلف معدلات استخدام إدارات العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة لمجموعة من الأشكال الاتصالية؛ تتصدرها نشرة إلكترونية للعلاقات العامة بنسبة (٩٩٣)، ثم استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي Face book Twitter" بنسبة (٩٨٧)، يلي ذلك استخدام مواقع تبادل الصور" بنسبة (٩٨)، ثم استخدام الرسائل القصيرة SMS بنسبة ٩٧,٣٪). وفي المرتبة السادسة، ذكر المبحوثون استخدام مواقع البث التليفزيوني عبر الانترنت." بنسبة (٩٥٧٪)، ثم استخدام مواقع الفيديو" بنسبة (٩٥٣)، وأخيرا استخدام مواقع الدردشة" بنسبة (٨٢٣).

٣. دراسة (نسرين واخرون، ٢٠١٧)، بعنوان" دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة"

حاولت الدراسة الموسومة بدور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين بالمؤسسة بتشخيص الواقع الفعلي الجهاز العلاقات العامة في غرفة التجارة والصناعة مرمورة قالمة - ودوره في عملية التحفيز، وقد تعرضت الدراسة إلى مختلف المداخل النظرية والأبحاث الميدانية التي عالجت الموضوع قيد الدراسة، لإبراز أهمية تحفيز العنصر البشري من أجل النهوض بالمؤسسة ورفع الإنتاجية. وقد سعت هذه الدراسة إلى تقصي دور العلاقات العامة والطرق والأساليب التي تستخدمها لتحقيق نظام تحفيز الفعال في المؤسسة، وناقشت عدد من المتغيرات المتعلقة بموضوع الدراسة، وضمن هذا السياق طرحت الدراسة تساؤل رئيسي حول جهاز العلاقات العامة ودوره في تحفيز الموظفين في المؤسسة وأربعة أسئلة فرعية للتحقق من المكانة المميزة التي يحتلها جهاز العلاقات العامة في غرفة التجارة والصناعة مرمورة قالمة - ودوره في خلق نظام تحفيز فعال، وقد اعتمدت الدراسة في تقصي فروضها وتحقيق أهدافها على طريقة المسح الشامل كإحدى طرائق المنهج الوصفي كما استخدمت تقنيات البحث الميداني والمتمثلة في استمارة المقابلة إضافة إلى السجلات والوثائق الجمع البيانات والمعلومات والحقائق اللازمة عن واقع غرفة التجارة والصناعة مرمورة قالمة - وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج مضمونها بأنه يوجد جهاز علاقات عامة بالمؤسسة غير مستقل بذاته ويحتل مكانة بارزة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، حيث يقوم مكتب العلاقات العامة وتقنيات الاتصال بمجموعة من المهام والوظائف التي تعكس واقع وسياسة الغرفة في تعاملها مع الجمهور الداخلي والخارجي. حيث أسفرت هذه الدراسة بأن غرفة التجارة والصناعة

مرمورة قالمة تهتم بخلق نظام تحفيز فعال بالاعتماد على طرق وأساليب وأنشطة العلاقات العامة، حيث تقدم الغرفة مجموعة من الحوافز أغلبها مادية وأحيانا معنوية للموظفين نظرا لأهمية الموارد البشرية ودورها الفعال لتحسيسهم بأهميتهم وخلق روح الولاء والانتماء مما يؤدي إلى تحقيق إنتاجية جيدة للمؤسسة.ومن أهم نتائج الدراسة يوجد جهاز علاقات عامة غير مستقل بذاته في غرفة التجارة والصناعة مرمورة قالمة - ويقوم بمجموعة من المهام وفق حدوه ومسؤولياته. تمنح غرفة التجارة والصناعة مرمورة قالمة - مجموعة من الحوافز لموظفيها مادية مثل المكافآت، ومعنوية مثل مشاركة في اتخاذ القرارات وفقا لإمكانياتها وقدراتها.

٤. **دراسة (عثمان، ٢٠١٦)، بعنوان" دور العلاقات العامة في تحسين النظم الإدارية في المؤسسات الحكومية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الكهرباء والسدود خلال الفترة من يناير ٢٠١٥ م. .يوليو ٢٠١٦ م "**

نسبة لأهمية وفاعلية ادوار ووظائف العلاقات العامة في تحسين البيئة الداخلية وتطبيق المعايير المؤسسية كهدف أساسى تتناولت هذه الدراسة موضوع دور العلاقات العامة في تحسين النظم الإدارية بالتطبيق على وزارة الكهرباء والسدود، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي لتحليل المعلومات والبيانات من مصادرها ومراجعها العلمية المتعددة ليسهل إستنتاج الباحث حلول لمشكلة البحث ونتائجه وتوصياته ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع النظم الإدارية في وزارة الكهرباء والسدود ودور العلاقات العامة في تجويد وتحسين العمل الإداري ودورها الأساسي في تحسين بيئة العمل لتجويد الآداء، والتعرف على الأساليب والبرامج التي تقوم بها العلاقات العامة في وزارة الكهرباء والسدود والتعرف على البناء الهيكلي في وزارة الكهرباء والسدود وتحديد موقع العلاقات العامة فيه ، وكذلك تنمية وعى الجمهور بأهمية وزارة الكهرباء والسدود وذلك بتشكيل القناعات ورفع الوعي بأهميتها من خلال بناء صورة ذهنية إيجابية لها لدى الجمهور الخارجي المتعامل معها، التعرف على حجم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بوزارة الكهرباء والسدود الاتحادية ومعرفة أثر ذلك في تخصيص أهدافها وبرامجها.

٥. **دراسة (بونقير، مسعودان، ٢٠١٤)، بعنوان" دور العلاقات العامة في تحسين الأداء داخل المؤسسة دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس بشلغوم العيد "**

تعتبر العلاقات العامة جزءًا أساسيًا من الأنظمة الإدارية الحديثة، حيث تلعب دورًا مهمًا في تحسين الأداء داخل المؤسسات. تتناول هذه الدراسة دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة، وركزت على مؤسسة "موبيليس" بشلغوم العيد في الجزائر كمجال للدراسة الميدانية. يتضح من الدراسة أن العلاقات العامة في المؤسسة تلعب دورًا حيويًا في بناء الثقة مع الجمهور الداخلي، تحسين صورة المؤسسة داخليًا وخارجيًا، وتحقيق الاستقرار المؤسسي. وتم طرح

تساؤل رئيسي حول كيفية تأثير العلاقات العامة على تحسين أداء المؤسسة، حيث كانت الأهداف الأساسية للدراسة هي توضيح فعالية العلاقات العامة في الحفاظ على مكانة المؤسسة، التعرف على الوظائف التي تؤديها الإدارة في مجال العلاقات العامة، وكذلك تسليط الضوء على دورها في تحسين الأداء العام للمؤسسة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لتحليل دور العلاقات العامة داخل مؤسسة موبيليس، مستخدمةً الاستمارة كأداة لجمع البيانات من الموظفين، وقد تم اختيار عينة من ١٠٠ موظف. النتائج أظهرت أن العلاقات العامة في المؤسسة لم تحقق المستوى المطلوب في تحسين الأداء، حيث كانت الأنشطة تقتصر على المهام الروتينية ولم تكن هناك إطارات متخصصة أو سياسات اتصال معتمدة على البحوث الميدانية والدراسات العلمية. وأشارت النتائج الى أن الأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة في مؤسسة "موبيليس" لا تؤثر بشكل كافٍ في تحسين الأداء، وأن هناك حاجة ماسة لتطوير هذا القطاع داخل المؤسسة لتحقيق الأهداف المرجوة.

٦. **دراسة (السعيدى، ٢٠١٣)، بعنوان" دورالعلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي "الرأي" و"الكويت تايمز" الكويتيتين"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي "الرأي" و"الكويت تايمز" الكويتيتين، ومعرفة العوامل المؤثرة في تحقيق ذلك الرضا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وعلى دراسة العلاقات العامة في مؤسستين صحفيتين هما "الراي" و"الكويت تايمز"، ووزعت استبانة الدراسة على عينة من (٢٣٥) من العاملين في المؤسستين. وكان من أهم نتائج الدراسة: أن أولوية المهمات للعلاقات العامة قد تتغير من مؤسسة إلى أخرى، فقد يكون الاتصال الداخلي هو الأهم بالنسبة لبعض المؤسسات، وقد يكون الاتصال مع الجمهور الخارجي أو البيئة الخارجية هو الأهم بالنسبة لمؤسسات أخرى. وأهمية العدالة في الرواتب والأجور بالنسبة للعاملين، وكذلك العدالة في توزيع المهام والواجبات، وأهمية الضمان الصحي. كما أظهرت النتائج أهمية دراسة أولويات العاملين من قبل الإدارات ومن قبل العلاقات العامة على وجه الخصوص للعمل على هذه الأجندة حسب الأولويات في كل مؤسسة على حدة. كما أن الدراسة كشفت عن أهمية السياسات الحكومية تجاه حرية التعبير والرأي وتوفير المعلومات في التأثير على العاملين في المؤسسات الصحفية على وجه الخصوص، مما يترتب عليه رفع مستوى الرضا للعاملين، وتحقيق أفضل مستوى جودة للمنتج الذي تختص به المؤسسة، سواء كان سلعاً مادية أم مواد إعلامية وثقافية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

١. دراسة (Blotnicky & Thurlow,٢٠٢١) بعنوان" **The impact of public relations and communication functions on perceptions of organizational success, innovation, and reputation** "

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير العلاقات العامة ووظائف الاتصال على تصورات النجاح التنظيمي والابتكار والسمعة، من خلال المنهج الوصفي التحليلي عبر أداة الاستبانة، وبالاعتماد على بيانات المسح التي تم جمعها من كبار مسؤولي العلاقات العامة داخل المنظمات الكندية، تستكشف هذه الورقة إلى أي مدى يؤثر تكامل وظيفة العلاقات العامة في صنع القرار الإستراتيجي على تحقيق نتائج تنظيمية إيجابية، وأن التركيز الإستراتيجي لإدارة العلاقات العامة / الاتصالات من قبل الإدارة التنظيمية العليا له تأثير إيجابي على ابتكار المنظمة.

٢. دراسة (Abdulsadek ,٢٠٢١)، بعنوان" **Dialogue Strategy in Public Relations Practice: A ""Comparative Study between Bahraini and Egyptian Governmental Organizations**"

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في استراتيجية الحوار في العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية البحرينية والمصرية، وتهدف أيضا إلى معرفة اتجاهات ممارسي العلاقات العامة تجاه استراتيجية الحوار في هذه المنظمات المنهج: استخدمت الدراسة منهج المسح بالتطبيق على عينة، قوامها (٢٧٤) مفردة من العاملين في إدارات العلاقات العامة في المنظمات الحكومية البحرينية والمصرية. وأظهرت النتائج أن العوامل التي تعزز ممارسة الحوار، هي مهارات ممارسي العلاقات العامة في التعامل مع الصراع، تاريخ المنظمة، المشاركة والالتزام بين أعضاء المجموعة.

٣. دراسة (Selarz, 2018)، بعنوان" **The extent to which public relations is used to provide marketing information to the public in service organizations in Australia** "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام العلاقات العامة لتوفير معلومات تسويقية للجمهور في المؤسسات الخدمية، ومن أجل تحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي الميداني بأسلوبين كان الأول كمياً والثاني نوعياً وتم الاعتماد على استبانة ومقابلة فردية من أجل تحقيق أهداف الدراسة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك استخدام للعلاقات العامة بدرجة كبيرة جداً من أجل توفير معلومات تسويقية للجمهور في منظمات الخدمية في أستراليا، وأن دائرة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية تعمل في كافة الأوقات من أجل توفير معلومات تسويقية لكافة الجمهور المستفيد من هذه المؤسسات.

المحور الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع (الأداء الإداري)

١. دراسة (البدوى، ٢٠٢٣)، بعنوان" دور المشروعات في تطوير الأداء الإداري"

يهدف البحث للتعرف على دور إدارة المشروعات في تطوير الأداء الإداري. وكذلك معرفة المعوقات التي تواجه إدارة المشروعات لتطوير الأداء الإداري. ومعرفة المقترحات التي تعالج العقبات التي تواجهه إدارة المشروعات لتطوير الأداء الإداري. وتتمثل مشكلة البحث في إهمال الجوانب الإدارية والتنظيمية في كثير من المشروعات مما يؤثر سلبا على الأداء الإداري. وفي هذه البيئة المعقدة والمتطورة لم تعد الأشكال التقليدية في إدارة المنظمات قادرة على النجاح والاستمرار، فمنظمات الأعمال المعاصرة أصبحت أكثر حاجة لان تدار بالمشروع. وبالتالي سيجيب البحث على التساؤل المحوري التالي: كيف يتم تطوير الأداء الإداري في ظل إدارة المشروعات؟ . ويتفرع من السؤال الرئيسي عدة تساؤلات هي وما هو دور إدارة المشروعات في تطوير الأداء الإداري، وما هي المعوقات التي تواجه إدارة المشروعات لتطوير الأداء الإداري، وما هي المقترحات التي تعالج العقبات التي تواجهه إدارة المشروعات لتطوير الأداء الإداري، وتم استخدام منهج الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال التعرف على الظاهرة ووصفها وتحليلها وصولا للنتائج. واعتمد البحث على المصادر الثانوية لجمع البيانات من الكتب والمراجع والرسائل العلمية. وأهم النتائج: الإدارة المشروعات دور في تطوير العمل الإداري يتمثل في جوانب عدة مثل: إتقان العمل الإداري الدقة والسرعة في الإنجاز، وتقليل تكاليف الإنتاج. وهناك عقبات تواجهه إدارة المشروعات لتطوير الأداء الإداري تتمثل في معاناة بعض الإدارات من المشاكل ذات الطابع الفني في إدارة العمليات الإدارية. وللتغلب على العقبات يتطلب الاهتمام بالعنصر البشري وتدريبه على الأساليب الإدارية الحديثة.

٢. دراسة (الخروصي واخرون، ٢٠٢٣)، بعنوان" أثر التغيير التنظيمي على تحسين الأداء الإداري في وزارة الإسكان والتخطيط العمراني بسلطنة عمان

هدفت هذه الدراسة الى تقصي مستوى التغيير التنظيمي والأداء الإداري والعلاقة بينهما من وجهة نظر موظفي وزارة الإسكان والتخطيط العمراني بسلطنة عمان، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثون المنهج الوصفي الارتباطي وتطبيق استبانة تكونت من (٢٥) عبارة توزعت على محورين التغيير التنظيمي، والأداء الإداري، تمثلت عينة الدراسة في (٢٤٥) موظفاً وموظفة. وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تقديرات عينة الدراسة على محور التغيير التنظيمي ككل جاء بدرجة عالية بمتوسط (٣,٥٨)، ومستوى الأداء الإداري جاء بدرجة متوسطة على المقياس ككل بمتوسط حسابي (٣,١٦) ، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين استجابات أفراد العينة حول

التغيير التنظيمي والأداء الإداري بوزارة الإسكان والتخطيط العمراني تعزى لمتغير الخبرة. كما أشارت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التغيير التنظيمي والأداء الإداري. وأوصت الدراسة الى ضرورة نشر الوزارة لرؤيتها وفلسفتها ومبادئها وأهدافها من عملية التغيير التنظيمي، وإعطاء الموظفين المساحة الكافية للمشاركة في عملية التغيير.

٣. **دراسة (حسانين، وآخرون، ٢٠٢٢). بعنوان " تطوير الأداء الإداري لمديري مدارس الحلقة الثانية من التعليم الأساسي على ضوء أحد المعايير الدولية".**

هدفت الدراسة إلى دراسة وتحليل الأداء الإداري لمديري المدارس وفق أحد المعايير الدولية، واستكشاف سبل تطوير هذا الأداء من خلال مجموعة من التوصيات، وتم الإعتماد على المنهج الوصفي لتحقيق هذا الهدف، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تعزيز دور الإدارة المدرسية في مواجهة تحديات المجتمع، كما تبين أن هناك نقصًا في المعايير الموضوعية لتقييم أداء الإداريين، وأن المخصصات المالية ليست كافية لتجهيز المعامل والمدرجات والقاعات الدراسية، بالإضافة إلى ضعف توافر برامج تدريبية مميزة للعاملين داخل المدرسة، وعدم توفر قاعدة بيانات إلكترونية شاملة تدعم أعمال المدرسة، ومحدودية التحفيز والتقدير لأعضاء هيئة التدريس ومعاونهم، وضعف الحوافز والمكافآت المقدمة للإداريين داخل المدرسة.

٤. **دراسة (محمد، وآخرون، ٢٠٢١). بعنوان" متطلبات تطوير الأداء الإداري للعاملين بقطاع المعاهد والأزهرية في ضوء مدخل الإدارة الإستراتيجية".**

هدفت الدراسة إلى استكشاف مدى توافر متطلبات تحسين الأداء الإداري في قطاع المعاهد الأزهرية بناءً على مدخل الإدارة الإستراتيجية، وذلك من خلال دراسة الإطار المفاهيمي لكل من الأداء الإداري والإدارة الإستراتيجية، مع تسليط الضوء على واقع الأداء الإداري في القطاع، كما سعت إلى جمع آراء المشاركين في العينة المستهدفة حول مدى توافر متطلبات تطوير الأداء الإداري للعاملين في القطاع وفقًا لمدخل الإدارة الإستراتيجية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت استبانة على عينة من العاملين في الأزهر بلغ عددها (٥٦٤) فردًا من محافظات القاهرة، الشرقية، وأسيوط، وتوصلت الدراسة إلى أن توافر متطلبات الأداء الإداري في ضوء الإدارة الإستراتيجية كان بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الموزون (١,٧١)، بالإضافة إلى تفاوت في مدى توافر متطلبات تطوير الأداء الإداري، حيث جاء "التوظيف التكنولوجي للمعلومات والاتصالات" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (١,٨٧)، في حين احتل "المشاركة" المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (١,٦٢)، ولم تُظهر النتائج فروقًا ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين استجابات العاملين في المشيخة والعاملين في القطاع في مختلف محاور الدراسة، بينما ظهرت فروق

ذات دلالة إحصائية بين استجابات العاملين في القطاع والعاملين في المناطق والمعاهد لصالح القطاع، كما قدمت الدراسة تصورًا مقترحًا لتطوير الأداء الإداري في القطاع بناءً على مدخل الإدارة الإستراتيجية.

٥. **دراسة (كامل، ٢٠١٩)، بعنوان" و اقع الأداء الإداري على وفق معيار هالينجر وعلاقته بالتميز الإداري لدى مديري المدارس الثانوية "**

انطلاقا من الدور الريادي الذي يؤديه مدير المدرسة، الذي يتطلب مجموعة من المميزات والخصائص والسمات التي تؤهله للقيام بدوره، ولكون تقييم واقع الأداء الإداري لمدير المدرسة يعد أحد الأساليب التقييمية الإدارية لتحسين واقع العمل الإداري، ولأن هذا التقييم يستهدف التأكد من مدى كفاءة المدير في تأدية عمله بشكل فاعل، فينبغي أن تكون هذه العملية شاملة ومستمرة لتكشف عن مواطن القوة ، فتعزز، ومواطن الضعف، فتعالج ، وهذا ما يساعد في تقديم معلومات شاملة تفيد في اتخاذ إجراءات لحل بعض المشكلات الإدارية، فضلاً عن أن الصعوبات والتحديات التي تواجهها المدرسة في وقتنا الحالي قد هيأت فرصاً وتحديات في الوقت نفسه، والسبيل لتحقيق النجاح في التكيف ومواجهة هذه التحديات بصيغ علمية هو أن تكون إدارة المدرسة قوية وقادرة على استثمار الفرص، وأن تمتلك الحنكة في التصرف السليم، والقدرة على إعداد استراتيجيات وخطط مناسبة للظروف التي تمر بها المدرسة، وهذا ما يسوغ ضرورة التميز في الأداء الإداري، لذلك فإن البحث الحالي يهدف إلى تعرف درجة واقع الأداء الإداري وفقاً لمعيار هالينجر، والتميز الإداري والعلاقة بينهما لدى مديري المدارس الثانوية من وجهة نظر معاونيهم، وتعرف دلالة الفرق بين وجهات نظر المعاونين تبعاً للنوع الاجتماعي (ذكور - إناث)، والتخصص الدراسي (علمي انساني). ولتحقيق هدفي البحث، فقد تبنت الباحثة مقياس الأداء الإداري وفقاً لمعيار هالينجر، وإعدت مقياس التميز الإداري، وتحققت من الخصائص القياسية لكل منهما من صدق وثبات، وطبقت على عينة من معاوني مديري المدارس الثانوية في المديرية العامة لتربية بغداد الكرخ الثانية، بلغت (٦٠) معاوناً ومعاونة مناصفة بين الذكور والإناث، منهم (٢٩) من التخصص العلمي، و (٣١) من التخصص الإنساني. وبعد التحليل الإحصائي للبيانات المستحصلة من العينة، باستخدام الحقيبة الاحصائية (SPSS)، أظهرت النتائج أن هناك (٨) أبعاد متحققة من مجموع (١١) بعداً من أبعاد مقياس الأداء الإداري وفقا لمعيار هالينجر، وة بين عناصر الأداء الإداري والتميز الإداري كانت ضعيفة، ما عدا في عنصرين هما متابعة تحصيل الطلبة والمتابعة المستمرة لشؤون المدرسة، فقد كانت العلاقة بينهما وبين التميز الإداري دالة إحصائياً. إنطلاقاً من الدور الريادي الذي يؤديه مدير المدرسة، الذي يتطلب مجموعة من المميزات والخصائص والسمات التي تؤهله للقيام بدوره، ولكون تقييم واقع الأداء الإداري لمدير المدرسة يعد أحد الأساليب التقييمية الإدارية لتحسين واقع العمل الإداري، ولأن هذا التقييم يستهدف

التأكد من مدى كفاءة المدير في تأدية عمله بشكل فاعل، فينبغي أن تكون هذه العملية شاملة ومستمرة لتكشف عن مواطن القوة ، فتعزز، ومواطن الضعف، فتعالج ، وهذا ما يساعد في تقديم معلومات شاملة تفيد في اتخاذ إجراءات لحل بعض المشكلات الإدارية، فضلاً عن أن الصعوبات والتحديات التي تواجهها المدرسة في وقتنا الحالي قد هيأت فرصاً وتحديات في الوقت نفسه، والسبيل لتحقيق النجاح في التكيف ومواجهة هذه التحديات بصيغ علمية هو أن تكون إدارة المدرسة قوية وقادرة على استثمار الفرص، وأن تمتلك الحنكة في التصرف السليم، والقدرة على إعداد استراتيجيات وخطط مناسبة للظروف التي تمر بها المدرسة، وهذا ما يسوغ ضرورة التميز في الأداء الإداري، لذلك فإن البحث الحالي يهدف إلى تعرف درجة واقع الأداء الإداري وفقاً لمعيار هالينجر، والتميز الإداري والعلاقة بينهما لدى مديري المدارس الثانوية من وجهة نظر معاونيهم، وتعرف دلالة الفرق بين وجهات نظر المعاونين تبعاً للنوع الاجتماعي (ذكور - إناث)، والتخصص الدراسي (علمي انساني). ولتحقيق هدفي البحث، فقد تبنت الباحثة مقياس الأداء الإداري وفقاً لمعيار هالينجر، وإعدت مقياس التميز الإداري، وتحققت من الخصائص القياسية لكل منهما من صدق وثبات، وطبقت على عينة من معاوني مديري المدارس الثانوية في المديرية العامة لتربية بغداد الكرخ الثانية، بلغت (٦٠) معاوناً ومعاونة مناصفة بين الذكور والإناث، منهم (٢٩) من التخصص العلمي، و (٣١) من التخصص الإنساني. وبعد التحليل الإحصائي للبيانات المستحصلة من العينة، باستخدام الحقيبة الاحصائية (SPSS)، أظهرت النتائج أن هناك (٨) أبعاد متحققة من مجموع (١١) بعداً من أبعاد مقياس الأداء الإداري وفقا لمعيار هالينجر، وبين عناصر الأداء الإداري والتميز الإداري كانت ضعيفة، ما عدا في عنصرين هما متابعة تحصيل الطلبة والمتابعة المستمرة لشؤون المدرسة، فقد كانت العلاقة بينهما وبين التميز الإداري دالة إحصائياً.

٦. **دراسة (أحمد،٢٠١٥)، بعنوان" أثر التغيير التنظيمي على تحسين الاداء الاداري بالمؤسسات الخدمية"**

هدفت إلى دراسة أثر التغيير التنظيمي على تحسين الأداء الإداري بالمنظمات الخدمية في السودان استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (١٢٠) موظفاً تم توزيع الاستبانة عليهم. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مشاركة العاملين في التخطيط للتغيير التنظيمي يؤدي لنجاحه ويقلل من مقامتهم له، وأن التغيير التنظيمي يمثل خطة إيجابية لتحسين الأداء الإداري.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

١. دراسة (Elsayed,2020)، بعنوان" Identifying Administrative Performance: An Exploratory Study of School Principals from the Viewpoints of Teachers in Sultanate of Oman."

تُعد الإدارة المدرسية ركنًا هامًا من أركان العملية التعليمية، حيث تعمل على تحفيز عناصر العملية التعليمية، المادية والبشرية، وتعمل على تفعيلها من خلال تغلغلها في جميع جوانب النشاط التعليمي. لذا هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأداء الإداري لمديري المدارس في سلطنة عُمان من وجهة نظر المعلمين. لذا، تم استخدام المنهج الوصفي، وتم إعداد استبانة للمعلمين مكونة من (٣٧) فقرة موزعة على (٥) مجالات رئيسية تتعلق بالأداء الوظيفي للمديرين. ثم تم التحقق من صدقها وثباتها، حيث بلغ معامل الثبات (٠,٩٧). تكونت عينة الدراسة من (٢٧٨) معلمًا ومعلمة في مدارس محافظة ظفار. وقد تم تحليل البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل ألفا. وقد توصلت الدراسة إلى أن المتوسط العام لجميع مجالات الاستبانة هو (٣,٨٣)، مما يدل على أن مستوى الأداء الإداري لمديري المدارس في محافظة ظفار للمهام الإدارية كان مرتفعًا. وأوصت بعقد دورات تدريبية لمديري المدارس لتدريبهم على الكفايات الفنية المتعلقة بدور مدير المدرسة ومعرفة المهام الإدارية اللازمة لهم.

٢. دراسة (Mihai, 2012)، بعنوان" formance Evaluation In Administration And Management Of Public erprises In Accordance With The Corporate Governance'S Principles"

تُثير القيود المحددة التي يواجهها القطاع العام، لا سيما في العقدين الأخيرين، سلسلة من التساؤلات، ليس فقط من منظور قدرة الدولة على ممارسة دورها كمساهم، بل أيضًا من منظور قدرة المؤسسات العامة على تحقيق الأداء. وتهدف إعادة هيكلتها إلى تطبيق آليات حوكمة الشركات ومواءمة نظام الحوكمة مع المعايير الدولية في مجال المؤسسات العامة الأوروبية، وكذلك مع الإطار التشريعي الوطني. وقد أدى دخول القانون التنظيمي الصادر عن الحكومة الرومانية بشأن حوكمة الشركات في المؤسسات العامة حيز النفاذ في عام ٢٠١١ إلى تقييم اللوائح في مجال العمليات وعلاقات الإدارة والإدارة، مما أدى إلى خلق مقدمات لعمل القطاع العام من حيث الأداء. وتنطلق هذه الدراسة من فرضية مفادها أن فعالية نظام حوكمة المشغل العام تُولد اختلافات في الأداء في إدارته وتسييره. تهدف هذه الورقة إلى دراسة آثار حوكمة الشركات على أداء المؤسسات العامة في رومانيا، مع التركيز على تقييم الأداء في الإدارة والتنظيم، من خلال وثيقتين استراتيجيتين: خطة الإدارة وخطة الإدارة.

التعقيب على الدراسات السابقة

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في إلقاء الاهتمام حول كافة المعلومات ذات العلاقة بدور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري، وقد حققت جميعها الإجابة على كافة التساؤلات البحثية التي طرحتها كل دراسة، كما أنها توصلت إلى النتائج التي تؤيد ذلك، إلى جانب اعتماد الدراسات السابقة على المنهج الوصفي التحليلي وبعض المناهج الأخرى من أجل توضيح ظاهرة الدراسة، وبيان دور العلاقات العامة فى تعزيز الأداء الإداري.

اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في ربط العلاقة بين متغيرات الدراسة، فالدراسة الحالية تهتم بتسليط الضوء حول دور العلاقات العامة على تعزيز الأداء الإداري بالمؤسسات، أي أنها تقوم بدراسة الأثر من أبعاد مختلفة، إلى جانب اختلاف الدراسة التطبيقية من مجتمع وأداة الدراسة، حيث تقوم الدراسة الحالية بالتطبيق على شركة نجم للتامين بالمملكة العربية السعودية وهو مالم تتطرق إليه الدراسات السابقة.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تُعتبر العلاقات العامة عنصرًا أساسيًا في تحسين جودة الأداء الإداري داخل المؤسسات، حيث تساهم في بناء صورة إيجابية وتعزيز التواصل الفعال بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي. تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المنطلقات النظرية التي تبرز أهمية هذا الدور:

١. **نظرية العلاقات العامة الحديثة**: تُشير هذه النظرية إلى التطور الذي شهدته ممارسات العلاقات العامة مع ظهور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. تركز على التفاعل الثنائي والتواصل المباشر مع الجمهور، مما يعزز من مصداقية المؤسسة ويُحسّن من صورتها الذهنية. هذا التفاعل يساهم في تعزيز جودة الأداء الإداري من خلال الاستجابة السريعة لاحتياجات الجمهور وتوقعاته.

٢. **نظرية الامتياز في العلاقات العام**: تُركز هذه النظرية على أهمية تبني ممارسات علاقات عامة قائمة على القيم الأخلاقية والتوازن بين مصالح المؤسسة والجمهور. تشير إلى أن المؤسسات التي تعتمد ممارسات علاقات عامة ممتازة تتمتع بسمعة قوية وعلاقات مستدامة مع جمهورها، مما ينعكس إيجابًا على جودة أدائها الإداري.

٣. **نظرية التواصل المؤسسي:** تؤكد هذه النظرية على أن التواصل الفعّال داخل المؤسسة ومع جمهورها الخارجي هو أساس نجاح الأداء الإداري. تسهم ممارسات العلاقات العامة في تحسين هذا التواصل، مما يؤدي إلى تعزيز التنسيق بين الأقسام المختلفة وزيادة فعالية العمليات الإدارية.

٤. **نظرية إدارة السمعة المؤسسية**: تُشير هذه النظرية إلى أن السمعة الجيدة للمؤسسة تُعتبر موردًا استراتيجيًا يُساهم في تحقيق الميزة التنافسية. تعمل العلاقات العامة على بناء والحفاظ على هذه السمعة من خلال استراتيجيات التواصل المدروسة، مما يعزز من جودة الأداء الإداري ويُحسّن من صورة المؤسسة في السوق.

٥. **نظرية إدارة الأزمات**: تركز هذه النظرية على كيفية تعامل المؤسسات مع الأزمات والمواقف الطارئة. تُظهر الدراسات أن ممارسات العلاقات العامة تلعب دورًا حيويًا في إدارة الأزمات من خلال التواصل الشفاف والسريع مع الجمهور، مما يساعد في تقليل التأثيرات السلبية على سمعة المؤسسة وضمان استمرارية العمليات الإدارية.

المنهجية وطرق البحث:

١. فرضيات الدراسة

وفقا لما جاء في مشكلة الدراسة وأهدافها، تتمثل فرضيات الدراسة **في الاتي**:

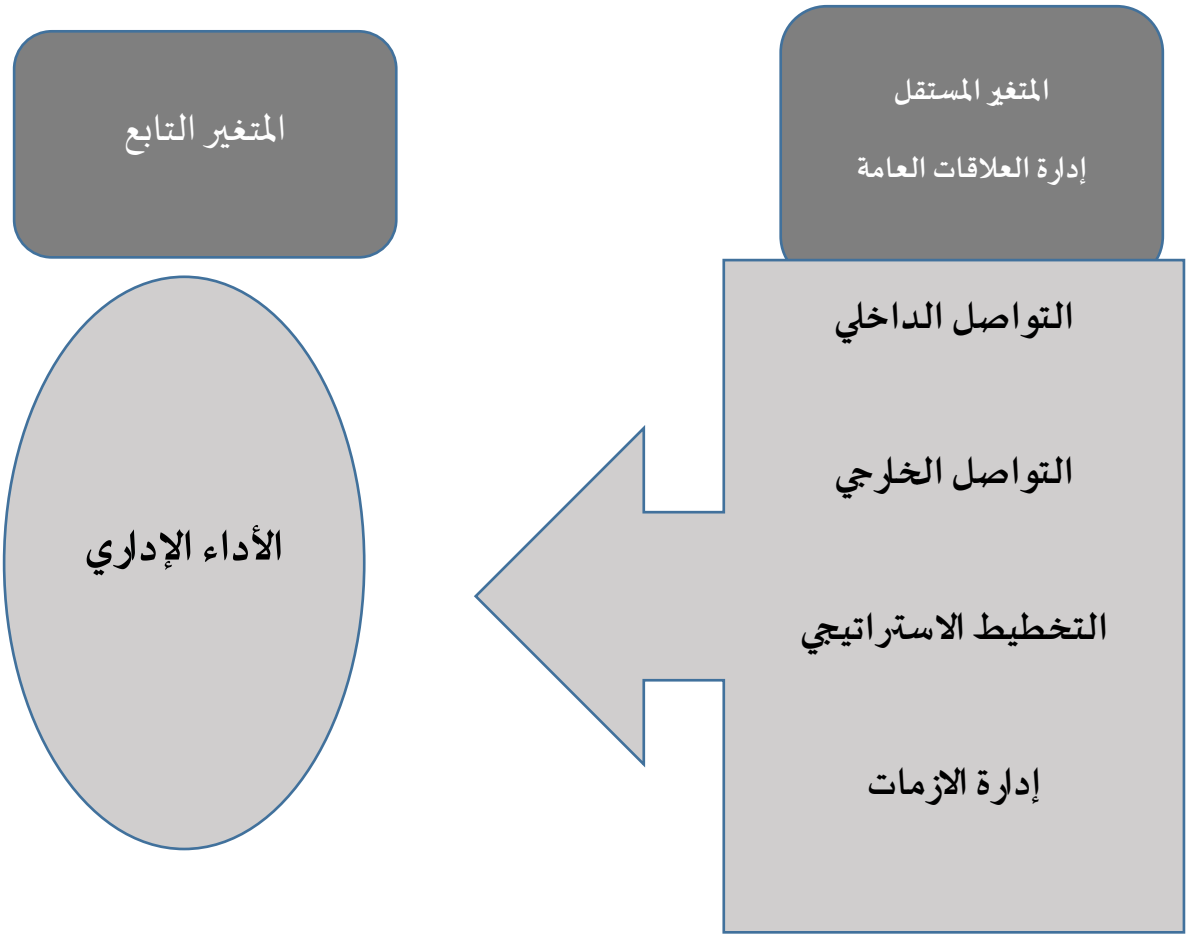
- **الفرضية الرئيسية**: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعلاقات العامة على جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

ويندرج تحت الفرضية الرئيسية عدة فرضيات فرعية تتمثل في:

- **الفرضية الفرعية الأولى**: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الداخلي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الثانية**: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الخارجي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الثالثة**: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الازمات عبر العلاقات العامة في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين .
- **الفرضية الفرعية الرابعة**: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في تعزيز الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

٢. نموذج الدراسة:

الشكل رقم (١) نموذج الدراسة



٣. منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لموضوع الدراسة ،والذي يهدف إلى توضح العلاقة بين بعض المتغيرات ودراسة تأثيرهم وتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة للدراسة لجمع البيانات، حيث سيتم من خلاله وصف العلاقة بين متغيرات محل الدراسة المتمثلة فى العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التامين في وتمثلت متغيرات الدراسة في المتغير المستقل (التواصل الداخلى ، التواصل الخارجي، التخطيط الاستراتيجي، أدارة الازمات) والمتغير التابع (الأداء الادارى)، وتم اختيار شركة نجم للتامين بالرياض لتمثل مجتمع الدراسة لدراسة تأثير العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين عن طريق البرنامج الإحصائي SPSS.

٤. مجتمع وعينة الدراسة:

أ. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في شركة سابك للصناعات الأساسية بالرياض.

ب. عينة الدراسة:

بسبب كبر حجم مجتمع الدراسة يمكن تحديد حجم عينة البحث من خلال دراسة (ROBERT V. KREJCIE, 1970)، بواسطة القانون التالي:(Salih,Mahdi,2021,473)

$$\text{حجم العينة} = \frac{Z^2 * p * (1-p)}{\alpha^2}$$

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمعامل الثقة الذي تم اختياره ٩٥٪.

p: نسبة العينة من المجتمع التي تم اختيارها ١٠٪

α: مستوى المعنوية المسموح به في النتائج وهو ٥٪.

بالتعويض في القانون السابق:

$$\text{حجم العينة} = \frac{1.96^2 * 0.1 * 0.9}{0.05^2} = 138 \text{ مفردة من مجتمع البحث}$$

٥. أدوات الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة في الاستبانة لجمع البيانات من عينة البحث، **وتتكون الاستبانة من ثلاث محاور تتمثل في الآتي**:

أ. **المحور الأول:** سيتضمن الخصائص الشخصية والوظيفية للموظفين والعمال من عينة الدراسة، والمتمثلة في (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة...الخ).

ب. **المحور الثاني:** سيتضمن فقرات إدارة العلاقات العامة وأبعاده (المتغير المستقل).

ج. **المحور الثالث:** سيتضمن الفقرات التي تقيس الأداء الإداري (المتغير التابع).

صدق أداة البحث:

سيتم التأكد من صدق الاستبانة بواسطة عرضها في هيئتها الأولية على عدد من الأكاديميين المتخصصين في إدارة الأعمال، وإجراء التعديلات طبقًا لوجهات نظر المحكمين على الاستبانة.

ثبات أداة الدراسة:

سوف يتم التحقق من ثبات الاستبانة بواسطة استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) على محاور الدراسة لمعرفة مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة لكل بعد ولكل متغير، ومن خلال النتائج سوف نتأكد من مدى صدق وصحة وثبات أداة الدراسة (الاستبانة) ومدى صلاحيتها في التحليل الإحصائي.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** اقتصرت حدود الدراسة الموضوعية على تسليط الضوء حول دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على شركة نجم لخدمات التامين.
- **الحدود البشرية:** طُبقت هذه الدراسة على عينة حجمها نحو (١٣٨) من موظفي شركة شركة نجم لخدمات التأمين بالمملكة العربية السعودية.
- **الحدود الزمنية:** طبقت هذه الدراسة خلال العام الدراسي ٢٠٢٥م.

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجمعها، سوف يتم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام البرامج الإحصائية (SPSS Version 26):

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.
- المتوسط الحسابي (Mean)، وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.
- استخدام الانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل بُعد من أبعادها الرئيسية عن متوسطها الحسابي.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis لمعرفة أثر كل بُعد من أبعاد (العلاقات العامة) على (الأداء الادارى).
- تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لمعرفة أثر أبعاد (العلاقات العامة) على (الأداء الادارى).

تقسيم الدراسة المقترح:

- **الفصل الأول:** الإطار التمهيدي للبحث.
- **الفصل الثاني**: الإطار النظري.
- **الفصل الثالث:** الدراسة الميدانية.
- **الفصل الرابع:** مناقشة النتائج.
- **قائمة المراجع.**
- **الملاحق.**

الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة

المقدمة:

على مدار العقود، تطور دور العلاقات العامة ليصبح أداة رئيسية في تعزيز جودة الأداء الإداري داخل المؤسسات الحكومية، والتجارية، والخيرية، والدينية، وغيرها. فكل مؤسسة تعمل ضمن بيئة خاصة بها، وتعتمد في بقائها ونجاحها على بناء علاقات إيجابية مع جمهورها. وتُعد العلاقات العامة وظيفة قيادية وإدارية تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة، وتحدد فلسفتها، وتساعد على إحداث تغييرات إيجابية فيها. ومن هذا المنطلق، يتضح أن للعلاقات العامة دورًا مؤثرًا في صياغة الاستراتيجيات الإدارية وفعالية تنفيذها، حيث تُعرف الاستراتيجية بأنها إطار متكامل ومنسجم لاتخاذ القرار وتوزيع الموارد بما يخدم الأهداف التنظيمية. وعندما يتم وضع الاستراتيجية بشكل جيد، وتُزرع في ثقافة المؤسسة، وتُنفذ وتُراقب بفعالية، فإنها تُمكن المنظمة من بناء ميزة تنافسية تؤدي إلى تحقيق أداء متفوق ومستدام على المدى الطويل. ومن المهم التأكيد على أن قيمة ممارسة العلاقات العامة من المنظور الإداري يمكن قياسها من خلال جودتها، وكفاءتها من حيث التكلفة، إضافة إلى تأثيرها في تغيير المواقف والسلوكيات ومستوى المعرفة أو الوعي، فضلاً عن مدى فاعلية العمليات الإدارية والتنظيمية. (Ugoani, 2020, pp:63-64)

وتُعد العلاقات العامة كذلك عملية مستمرة ومنهجية تهدف إلى التعامل مع مختلف فئات الجمهور، حيث تلعب دورًا مهمًا في تزويد إدارة المنظمات بالمعلومات المتعلقة بالسياسات والعلاقات ووسائل التواصل، مما يساهم في اتخاذ قرارات إدارية فعالة تنعكس إيجابياً على جودة الأداء العام للمنظمة. وتمتلك معظم المؤسسات الكبرى وحدات خاصة بالعلاقات العامة أو قد تستعين بخدمات خارجية في هذا المجال لتعزيز كفاءة الإدارة وتحسين صورة المؤسسة. وتتمثل وظيفة العلاقات العامة في بناء علاقات مستدامة وإيجابية بين المؤسسة والجمهور، بما يعزز من صورة العلامة التجارية. كما تُعد العلاقات العامة أداة أساسية في الحفاظ على صورة المؤسسة والتواصل مع العملاء والمستثمرين والجمهور بشكل عام، مما ينعكس بشكل مباشر على جودة الأداء الإداري، فكلما كانت صورة المؤسسة إيجابية في نظر الجمهور، ارتفع مستوى الأداء التنظيمي والكفاءة الإدارية. (Ejiofo et al, 2023, p:2)

المبحث الأول: إدارة العلاقات العامة

لقد شهدت العلاقات العامة تطورا منذ ظهورها الذي كان ملازماً لوجود الإنسان واختلاطه مع غيره. فكان نشاط العلاقات العامة جزء من تفكير الإنسان وتحركه وتفاعله لتنظيم حياته. ومع ازدياد متطلبات العصر، أصبح نشاط العلاقات العامة علم يُدرس في المعاهد والجامعات التي اولت اهتمام واسع لم يُسبق له مثيل. وبعد الحرب العالمية

الثانية نشط هذا العلم وأصبح وظيفة ذات أهمية وضرورة لا غنى عنها لأي مؤسسة تستهدف الثبات والاستقرار، باعتبارها نشاط إداري واتصالي تهدف من خلاله إلى ربط المؤسسة بالجمهور الذي يمثل الهدف النهائي. كما تُعد إدارة العلاقات العامة جزءًا حيوياً في البناء التنظيمي لأي مؤسسة ولا يمكن تجاهل أهمية دورها في كسب السمعة الطيبة وبناء الثقة المتبادلة بين الإدارة وجماهيرها على اختلاف تنوع فئاته، إذ لا يكتمل نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة إلا بتضافر الجهود وتحديد المسؤوليات والمهام التي تقع على عاتق العنصر البشري الذي يُعد القوة المحركة لجميع سياسات وبرامج وأنشطة المؤسسة، وهو أساس نجاح أي نشاط والمحدد لفعالية عناصر الإنتاج، فالبشر هم الذين ينشؤون المؤسسة ويحددون صيغة وجودها وأهدافها وذلك بما يملكونه من عقول مفكرة ومبدعة تمتلك القدرات والمؤهلات على الإنجاز والاستجابة لتحديات العصر. (بوناب وآخرون، ٢٠١٧، ص:٣)

أولاً: مفهوم العلاقات العامة

تشمل الممارسات في العلاقات العامة الجهود المخططة والمستمرة بهدف بناء والحفاظ على تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها. وتعتبر العلاقات العامة كفرع من النشاطات التي تعزز وتدعم نقاط الالتقاء بين مستخدمي الخدمات، المستفيدين منها، وكذلك الموظفين والإدارة داخل المؤسسة، وتشمل أنشطة العلاقات العامة كل الجهود المبذولة لتعزيز العلاقات المتبادلة داخل وخارج أنظمة المؤسسة، ويكون ذلك غالبًا من خلال مبادئ التواصل؛ لذلك، يُعد التواصل الأداة الأساسية التي يتم من خلالها تنفيذ مهام العلاقات العامة. وعلاوة على ذلك، تُعرف العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية مميزة تساعد في بناء والحفاظ على خطوط اتصال متبادلة وفهم وقبول وتعاون بين المؤسسة وجمهورها، كما تتضمن إدارة القضايا والمشكلات، وتمكن الإدارة من متابعة آراء الجمهور والاستجابة لها، وتُبرز مسؤولية الإدارة في خدمة المصلحة العامة. وتساعد العلاقات العامة الإدارة على مواكبة التغييرات والاستفادة منها بشكل فعال، وتعمل كنظام إنذار مبكر لمتابعة الاتجاهات المستقبلية. كما تعتمد في ذلك على البحث والتواصل الأخلاقي كأدوات رئيسية. (Christianah & Olayinka, 2023, p:580)

العلاقات العامة لغة: هي عبارة عن مفهوم لفظي مكون من كلمتين: الأولى "العلاقات" والثانية "العامة"، و"العلاقات" جمع علاقة، والعلاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر، وبذلك فإن العلاقات هي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو أسلوب، والاستجابة هي شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية. والعلاقة هي مجموع من الصلات والاتصالات التي تكون بين هيئة أو شركة أو منظمة من جهة، والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى. أما

"العامة"، فتشير إلى الجماهير، ويُقصد بها الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه ونشاطاته بالمنظمة. (باشوشي، ٢٠٢٢، ص.ص:١٢-١٣)

العلاقات العامة اصطلاحاً: هي فلسفة اجتماعية للمؤسسات العاملة في المجتمع، العامة، والخاصة، والربحية، وغير الربحية، والإنتاجية، والخدماتية. (باشوشي، ٢٠٢٢، ص.ص:١٢-١٣)

التعريف الاجرائي: هي وظيفة إدارية استراتيجية تهدف إلى بناء علاقات إيجابية ومتبادلة المنفعة بين منظمة أو فرد وجماهيرهم المختلفة.

ثانيًا: أهمية العلاقات العامة

تبرز أهمية العلاقات العامة في أن الشركات تنتج العديد من السلع التي تهدف إلى إيصالها إلى أيدي المشترين والمستثمرين، وفي ذلك ترتبط بالموردين والشركات الأخرى التي تتعاون معها وتمدها باحتياجاتها المختلفة، بالإضافة إلى احتياج جمهورها الداخلي الذي يتمثل في الموظفين والعمل إلى من يربطهم بالشركة وأهدافها ويحببهم فيها، ويزيد من إخلاصهم وولائهم لها، وتنبع أهمية العلاقات العامة في ان الشركة تسعى دائما إلى تنمية هذه الاتصالات وتكوين الأراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة، وإذا لم تكن إدارة العلاقات العامة في الشركات على مستوى علمي عالي من الخبرة والكفاءة، فلا شك أن علاقتها مع جمهورها الداخلي والخارجي سوف تتأثر بذلك، وقد يحدث أن تواجه الشركة بمواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللباقة والحكمة في معالجتها، حتى لا يظهر رأي مضاد أو كراهية للشركة ومنتجاتها. (بدراني وعبدلي، ٢٠١٧، ص:٢٢)

ثالثًا: أهداف العلاقات العامة

إن وظيفة العلاقات العامة تسعى لتحقيق عدة أهداف لا تختلف في جوهرها من مؤسسة لأخرى، وفي هذا الإطار يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة مع الجمهور كالاتي: (مانع، ٢٠١٤، ص:٢٧٢)

١. **الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي ويمكن ترتيبها وفق ما يلي:**
   أ. بناء الثقة بين المؤسسة والموظفين.
   ب. نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهميتهم في المؤسسة.
   ج. تحسين الكفاءة الإنتاجية للعاملين.
   د. تخفيض معدل دوران العامل.

هـ. شرح وتوضيح سياسة وأهداف المؤسسة ودور العاملين في انجاز هذه الأهداف.

و. تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا بشأن القضايا التي تواجه المؤسسة.

٢. **الأهداف المرتبطة بالجماهير الخارجية وتتمثل في التالي:**

أ. التحسين المستمر لسمعة وصورة المؤسسة لدى جماهيرها الخارجية.

ب. استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة للمؤسسة.

ج. توفير المعلومات للإدارة عن الأطراف المتعامل معها خارجيا.

د. شرح دور المؤسسة في خدمة البيئة والمواطن بصفة عامة.

٣. **الأهداف من وجهة نظر الممارسين لمهنة العلاقات العامة وتتمثل في التالي:**

أ. زيادة شهرة الشركة عن طريق إنماء فهم الجمهور لما تقوم به الشركة من خدمات ونشاطات.

ب. بناء سمعة طيبة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور الذي تتعامل معه.

ج. تكوين فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة.

رابعًا: أبعاد العلاقات العامة

تتمثل أبعاد العلاقات العامة في (التواصل الداخلي، التواصل الخارجي، والتخطيط الاستراتيجي)، ويمكن شرح كل منهم على النحو **التالي:**

١. **التواصل الداخلي:** يحتوي هذا النوع من الاتصالات على المعلومات المتبادلة بين أطراف الجمهور الداخلي، ويمكن استخدام الوسائل التالية: المقابلات الشخصية، الاجتماعات الدورية، الخطابات والكتيبات والنشرات، مجلة الحائط ولوحة الإعلانات الثابتة، صناديق الشكاوى والاقتراحات، مجلة المؤسسة، التقارير الدورية والخاصة. (عواج، ٢٠١٧، ص:٣٩)

٢. **التواصل الخارجي:** هذا النوع من الاتصالات يتم من خلاله تحسين سمعة أو صورة المؤسسة لدى الجماهير، وذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة، وشرح سياساتها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو خاصة، وتفسرها تفسيرا جيدا حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها. ويكون ذلك عن طريق برامج توطيد السلعة وتنظيم الزيارات الجماهيرية للمؤسسة، أو تنظيم المعارض أو من خلال مساهمة المؤسسة في أنشطة المجتمع المحلي، التي تمكن من زيادة المبيعات، كما تساهم أيضا في الأنشطة الثقافية والرياضية أو الفنية

والاجتماعيـة، والهـدف الكلـي مـن ذلـك هـو التـرويج لاسـم المؤسسـة وتحسـين سـمعتها. (لقصـير، ٢٠٠٧، ص.ص:٧٧-٧٨)

٣. **التخطيط الاستراتيجي:** يحقق التخطيط لأنشطة العلاقات العامة العديد من المزايا من ناحية تنفيذ برامج شاملة تخدم الأهداف المراد إنجازها، وكسب تأييد الإدارة والمشاركة في أنشطة البرامج، من خلال التخطيط الجيد تقوم العلاقات العامة باختيار الموضوعات والأوقات والأساليب المناسبة الأكثر فاعلية في التنفيذ، وعند قيام العلاقات العامة بالتخطيط يمكنها ذلك من التأكيد على الجانب الإيجابي لها في المنظمة. تسعى إدارة العلاقات العامة من خلال عملية التخطيط الاستراتيجي إلى التكامل حتى تتواءم مع خطط المنظمة الاستراتيجية لتعيد تشكيلها في إطار العلاقـات العامـة، ولـذلك عليهـا تبني الفكـر الاسـتراتيجي لتصـبح أعمالهـا أكثر فعاليـة، بالإضـافة إلى اسـتخدام الأساليب والموارد اللازمة لتحقيق الأهداف، ومن الطبيعي أن يكون هناك تكامل وتوافق بين التخطيط الاستراتيجي على مسـتوى المنظمـة ككل والتخطـيط الاسـتراتيجي للعلاقـات العامـة كنشـاط مـن أنشـطة المنظمـة، وذلـك لأن مخرجات أنشطة العلاقات العامة تتأثر بشكل كبير بالمدخلات المرتبطة بالمنظمة، والتي تشمل أهداف وسياسات المنظمة والتغييرات البيئية والداخلية لها. (قادوس، ٢٠٢٢، ص:٥١)

٤. **إدارة الأزمات:** تُعبر الأزمة عن حدث مفاجئ غير متوقع يحتاج إلى أن يتم اتخاذ قرارات سريعة وارتجالية، ذلك لأنها تشكل خطرًا على حياة الفرد والمجتمع ككل كما أنها تؤثر على البيئة الداخلية وما يحيط بما في الخارج، بالتالي فهي تحتاج إلى أن يتم فهمها ومعرفة أبعادها وأسباب حدوثها إضافة إلى البحث عن آليات للتحكم فيها حتى لا تتفاقم وتخرج عن سيطرة الإنسان، وهنا يكون دور العلاقات العامة من خلال اعتماد مختلف وسائل الاتصال في تغطية الأزمة في مختلف مراحلها والمساهمة في اتخاذ القرارات الصحيحة إضافة إلى طمأنة الجمهور وإيصال المعلومات التي يحتاجها حول الأزمة وطرق الحماية من أجل خفض الخسائر البشرية والمادية قدر الإمكان. (معمر، ٢٠٢٥، ص:١٥٩)

خامسًا: مبادئ العلاقات العامة

إن للعلاقات العامة مبادئ وأهداف محددة تسلكها في خط واضح وذلك من أجل الوصول لما هو أفضل في إطار مجالها وللوصول لأكبر قدر ممكن من الجماهير وللعلاقات العامة مجموعة من المبادئ يلتزم بها المتخصصون في عملهم بتلك العمليات العملية المخطط المرسومة، وهي: (الخالدي، ٢٠١٢، ص.ص:٦-٧)

١. **مراعاة الصدق والأمانة في إبلاغ المعلومات:** يهتم باتساع أعمال المؤسسة، واتخاذ مبدأ الصدق والأمانة وتنفيذ العدالة وأن تقوم على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بينها وبين جمهورها، فيجب أن تتسم برامج العلاقات العامة بها بالصدق والبعد عن وسائل الخداع والغش وفي مؤسسات الخدمات يجب أن توضح أسباب النجاح أو الفشل في الخدمات التي تقدمها وهذا يؤكد عنصر أساسي في الهدف الأخلاقي للعلاقات العامة باعتبارها أداة قوية في تنمية الضمير الاجتماعي.

٢. **نشر الوعي بين الجماهير:** يعني ذلك أن يكون جهاز العلاقات العامة على يقين بأن المنظمة التي لها ومن أجلها تتواجد داخل مجتمع وإنها تستمد قوتها من هذا المجتمع، لذلك كان من الواجب عليها أن تعمل على تحقيق الرفاهية للمجتمع، وذلك يجعل خدمة المجتمع من أهدافها الرئيسية، ويكون ذلك عن طريق تقديم المنتج أو السلعة في أفضل صورة وبأقل كلفة ممكنة، كما يجب ان تكون البرامج الإعلامية للعلاقات العامة هادفة إلى تثقيف أفراد المجتمع كافة ولا تقتصر على فئة محددة فقط.

٣. **تعاون المؤسسة مع المؤسسات الأخرى:** لنجاح أي منظمة في المجتمع عليها أن تؤدي رسالتها بربط علاقاتها مع المنظمات الأخرى، فلا يمكن مثلاً أن تمارس المنظمة نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتعمل تعاونها مع المنظمات الأخرى، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين المنظمات وبعضها للاتفاق على أسس التعاون بينها لاسيما في برامج العلاقات العامة.

٤. **مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:** يجب على إدارة المؤسسة أن تعمل على أن تكون مؤسستها عضواً نافعاً في المجتمع يعمل على تقدم المجتمع ورفاهيته، ولم يعد الآن هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب مادي للمؤسسة، بل أصبح الهدف هو رفاهية المجتمع لاسيما في المجتمعات الاشتراكية فالمشروع النجاح في النهاية هو الذي يعتمد على تأييد الجماهير له داخل المؤسسة وخارجها.

سادسًا: ركائز العلاقات العامة

هناك عدة ركائز تقوم عليها العلاقات العامة والتي تساعد على نجاحها في أداء رسالتها وتحقيق أهدافها، ويمكن الإشارة إليها في الاتي: (رمضان، ٢٠٢١، ص:٣٦)

١. الديناميكية والحيوية تقوم على التفاعل بين القائمين بالعلاقات العامة في المنظمات المؤثرة وبين الزبائن المتأثر، فالمنظمات يجب أن تتصف بالفاعلية الإيجابية.

٢. العلاقات العامة يتسع نشاطها حتى يمكنها أن تعمل في جميع المجالات ولا تقتصر على أنواع معينة فقط، فهي توجد في مجال الصناعة والتجارة، والإدارة، والتعليم، والصحة،.. الخ، وتشمل القطاعين العام والخاص وحتى المختلفة.

٣. ترتكز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية تقو معلى أساس من الثقة والاحترام المتبادل بني الطرفين، ويجب أن تبتعد العلاقات العامة في برامجها عن الغش، والتضليل، والدعاية المزيفة، والخداع.

٤. تتميز العلاقات العامة في تركيزها على الجانب الإنساني.

سابعًا: وسائل العلاقات العامة

لقد زاد حجم المعلومات التي تنتجها المؤسسات، وزادت إمكانيات وسائط الحصول عليها، فقد أصبح بمقدور الشخص الوصول للمعلومات التي يريدها بسهولة، وتمتد بسهولة أيضاً في عملية استخدامها دون عناء، كما كان الحال في الماضي، ويرجع الفضل في ذ لك إلى تطوير وسائل الاتصال وانخفاض تكلفة النشر بأشكاله المتعددة، وتتضمن وسائل الاتصال في العلاقات العامة ما يلي: (قوراي، ٢٠١٥، ص.ص:٣٦-٣٨)

١. الوسائل المكتوبة:

أ. **الصحف:** من الدوريات لهذا فإنه ينطبق عليها تعريف الدوريات، أي هي مطبوعات يتم إصدارها بصورة منتظمة ولها عنوان متميز، ويشترك في الكتابة فيها عدد من الكتاب والصحفيين وتعطي صفحاتها الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية المختلفة.

ب. **مجلة المؤسسة:** هي إحدى المطبوعات التي تقوم المؤسسة بإصدارها في مناسبات محددة أو بشكل دوري بهدف الاتصال بجمهورها وتزويده بمختلف المعلومات التي يحتاجها، بغرض التفسير أو تحسين الصورة الذهنية عنها أو الإعلان، وهناك ثلاث أنواع من المجلات وهي: مجلة المؤسسة الداخلية، ومجلة المؤسسة الخارجية، ومجلة موجهة للجمهورين معاً، أما عن المجلة فهي تحوي: الأخبار الخاصة بالعاملين، أخبار جماهير المؤسسة، أخبار المؤسسة.

ج. **النشرات:** هي الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في إتمام الاتصال مع الجماهير المختلفة، وعادة ما تكون هذه النشرات إعلامية تحتوي بعض البيانات عن المؤسسة، ومواقع عملها والخدمات والسلع التي تقدمها، وأنسب طرق الاتصال بها سواء عن طريق المقابلات أو الزيارات أو الاتصال التلفوني وغيرها.

٢. **الوسائل المسموعة:** وتتمثل فيما يلي:

أ. **الراديو:** هناك عدة أشكال اتصالية تستخدمها الإذاعة في تقديم المضامين الاتصالية كنشرات الأخبار، البرامج بأنواعها، والمسلسلات بأنواعها. وينبغي على محترفي العلاقات العامة الاهتمام بكتابة الخبر الإذاعي للنشرة الإخبارية وكتابة سيناريو الفيلم التسجيلي ...الخ.

ب. **المؤتمرات:** هي عبارة عن منافسة وتبادل فكري بين أعضائه حول قضية، أو موضوع، أو توصيات، أو قرارات مناسبة والعمل على الالتزام بها.

ج. **الندوات:** هي إحدى وسائل الاتصال التي يتم استخدامها على المستوى الإداري لتحقيق الاتصال بين القيادات الإدارية والخبراء وبين العاملين، ومن أجل النقاش حول الموضوعات التي تطرق للبحث والدراسة وتحاول الوصول إلى قرارات بشأنها.

٣. **الوسائل السمعية البصرية:** وتتمثل في التالي:

أ. **المعارض:** هي طريقة سهلة أو وسيلة لغرض فكرة أو التعبير عنها، وذلك بترتيب الأجسام وخاصة غير الحي منها ترتيباً معقودًا وفق خطة معينة.

ب. **التلفاز:** يجمع مزايا الإذاعة والأفلام، من خلال قدرته على عرض صورة بصرية، حركية، وصتية للأحداق وقت وقوعها، أي على الهواء مباشرة، مما يجعل عين المشاهد الذي تحول ظروفه دون التوجه إلى مكان الحدق الذي يرغب في مشاهدته.

ثامنًا: وظائف العلاقات العامة

هناك عدة وظائف رئيسية للعلاقات العامة تتمثل فيما يلي: (قويدر وابن قومار، ٢٠٢٠، ص.ص:٢٤-٢٦)

١. **البحث:** تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة أراءهم واتجاهاتهم حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة.

٢. **التخطيط:** هي الوظيفة الأخرى من وظائف العلاقات العامة، فهي النشاط الفعلي الإداري الذي يوجه لاختبار أمثل استخدام لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محدودة.

٣. **الاتصال:** هو وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب ابتكار الإدارة لوسائل نقل الخطة للواقع، والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفهية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة، والاتصالات ليست في اتجاه واحد أي أن العملية غير مقتصرة على إرسال الرسالة واستلامها، بل إدراك مستلمها لمحتواها ومكنونها. حيث

يتم الاتصال بين إدارة العلاقات العامة مع الإجراءات المختلفة وكذلك مع المؤسسات المختلفة في المجتمع وإبراز صورتها الطيبة وموقعها وأهميتها في خدمة الجهور.

٤. **التنسيق:** تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر الهامة في العلاقات العامة، حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة، ولابد من التنسيق المستمر مع هيئات المجتمع المحلي والهيئات التي تماثلها والمراكز الإعلامية، وتقوم كذلك بتأمين الاتصالات الإعلامية اللازمة مع الهيئات والمؤسسات الإعلامية لنقل صورة المؤسسة ونشاطاتها المختلفة ووظيفتها في خدمة المجتمع.

٥. **التقويم:** يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة، كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وظهر التقويم نتيجة للحاجة المستمرة إلى معرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمرة، وكذلك فهي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة لتلافيها في الخطط المستقبلية، بما يساهم في نجاح المؤسسة، وهذا يؤكد على أن عملية التقويم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية والتعبيرية، وهناك ثلاثة أنواع من عمليات التقويم وهي: التقويم السابق على التنفيذ، والتقويم المتزامن مع التنفيذ، والتقويم اللاحق للتنفيذ.

المبحث الثاني: دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري

يُعد مفهوم العلاقات العامة مفهوما حديثًا وشائعًا في وقتنا الحالي، كان ظهوره نتيجة للتطورات الاقتصادية والتقدم العلمي والتكنولوجي السريع، حيث تعمل المؤسسات مع باقي أفراد المجتمع لتحقيق الأهداف وتقديم الخدمات للأفراد، وفي مقابل ذلك فإن الأفراد والجمهور يمنح لهذه المؤسسات الدعم والتأييد اللازمين لنجاحها في تحقيق أهدافها، خاصة في ظل التنافس بين مختلف المؤسسات الإنتاجية والخدمية وحتى السياسية. ومن هذا المنطلق، فإن إدارة العلاقات العامة لا تكتفي فقط ببناء صورة إيجابية للمؤسسة لدى الجمهور، بل تساهم أيضاً بشكل فعال في تعزيز جودة الأداء الإداري، من خلال دعم بيئة العمل الداخلية وتعزيز قنوات الاتصال بين الإدارة والموظفين، مما يؤدي إلى رفع كفاءة اتخاذ القرار، وزيادة الانسجام بين مختلف الأقسام. لذا تعمل المؤسسات جاهدة للحصول على دعم جمهورها من خلال إقامة علاقة جيدة معهم، وهذا ما جعل العلاقات العامة تلعب دورا أساسيا ومحوريا في النهوض بالمؤسسات وتنمية أدائها، وخصوصاً على الصعيد الإداري. فكلما تحسنت العلاقات والتواصل داخل المؤسسة، زادت القدرة على تحقيق أداء إداري عالي الجودة، قائم على التفاهم والثقة وتحقيق الأهداف بكفاءة. حيث أصبح لزاما على كل مؤسسة مهما كانت طبيعتها سواء عامة أو خاصة الاعتماد على العلاقات العامة من أجل تنمية أدائها، وتحقيق أهدافها وغاياتها، والوصول إلى النجاح المأمول، وباتت العلاقات العامة وظيفة هامة وجوهرية تحتاجها كل منظمة أو مؤسسة، ليس فقط للتواصل مع العملاء والجمهور، بل أيضاً لدعم الإدارة وتعزيز فاعليتها التنظيمية، وضمان أكبر قدر من التفاهم والثقة والود، وبالتالي تحقيق النجاح الإداري والمؤسسي الشامل. (غانية، ٢٠١٦، ص(أ))

أولًا: مفهوم الأداء الإداري

هي عبارة عن مجموعة من الوظائف والانشطة التي يقوم بتنفيذها أي شخص إداري، من أجل تحقيق الأهداف التي تضعها أية مؤسسة أو شركة من الشركات وتضم العملية الإدارية عمليات مرتبطة مع بعضها البعض، يتم تجزئتها لتسهيل دراستها وتطبيقها على أرض الواقع، كما تتأثر هذه العملية بعدة عوامل مختلفة منها العوامل الإنسانية كالقدرات، والمهارات الشخصية في تأدية نشاط معين، والعوامل الفنية التي تشمل الأسس، والقواعد والإمكانات المادية التي يلجأ إليها الإداري لتحقيق الأهداف المنشودة. (الخروصي وآخرون، ٢٠٢٢، ص.ص:٣٧-٣٨)

ثانيًا: أنواع الأداء الإداري

يمكن تقسيم الأداء وتصنيفه كغيره من التصنيفات المتعلقة بالظواهر المختلفة كذلك ما يطرح إشكالية المسار الدقيق والعملي في الوقت ذاته الذي يمكن الاعتماد عليه التحديد الأداء من هنا يمكن تقسيم الأداء إلى خمسة أقسام وهي: (فقراوي ومولة، ٢٠٢٤، ص.ص:١٧-١٨)

١. **من حيث الشمولية:**

- **الأداء الكلي:** هو الذي يتجسد في الإنجازات التي ساهمت جميع المناسر والوظائف أو الأنظمة الفرعية في تحقيقها ولا يمكن نسب إنجازها إلى أي عنصر دون مساهمة باقي العناصر وفي إطار هذا النوع من الأداء يمكن الحديث عن مدى وكيفية بلوغ المؤسسة أهدافها الشاملة كالاستمرارية والشمولية، ويمكن الإشارة إلى أن الأداء هو تفاعل أدائيات المؤسسة وأنظمتها الفرعية.
- **الأداء الجزئي:** هو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة وينقسم بدوره إلى عدة أنواع تختلف باختلاف المعيار المعتمد لتقسيم عناصر المؤسسة حيث يمكن أن يقسم حسب المعيار الوظيفي إلى أداء الوظيفة المالية وأداء الوظيفة الاقتصادية كأداء وظيفة التمويل وأداء وظيفة الإنتاج وأداء وظيفة التسويق.

٢. **من حيث الطبيعة:**

- **الأداء الاقتصادي:** يتم تطبيق المبادئ الاقتصادية وسريانها بالنسبة لظروف الوحدة وبيئتها المحيطة بها، ويتم قياسه عادة باستخدام مقاييس الربحية بأنواعها المختلفة ويعتمد قياس الأداء الاقتصادي على سجلات ودفاتر المؤسسة كذلك ما تعده من قوائم وتقارير ومن ثم فإن أدوات تقييم الأداء الاقتصادي هي للتحليل المالي بما يعتمد عليه من نسب كمؤشرات مالية .
- **الأداء الاجتماعي:** يتميز هذا النوع من الأداء بنفس المقاييس الكمية المتاحة لتحديد مدى مساهمة المؤسسات في المجالات الاجتماعية التي تربط بينها وبين الجهات التي تتأثر بها بما يزيد من صعوبة إجراء التقييم الاجتماعي للأداء ولذا يتطلب الأمر بذل المزيد من المحاولات والجهد من أجل التوصل إلى مقاييس عادلة لتقييم الأداء الاجتماعي.
- **الأداء الإداري:** يتمثل الجانب الثالث من جوانب الأداء في المؤسسات في الأداء الإداري للخطط كالسياسات والتشغيل بطريقة ذات كفاءة وفعالية، ويتم تحقيق ذلك بحسن اختيار أحسن البدائل التي تحقق أعلى المخرجات الممكنة وللتفسير الإداري يمكن استخدام الأساليب المختلفة لبحوث العمليات وذلك البرمجة الخطية.

٣. **من حيث المصدر:**

- **الأداء الداخلي:** وهو الأداء الناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة.
- **الأداء الخارجي:** هو الأداء الناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة.

ثالثًا: مفهوم جودة الأداء الإداري

إن جودة الأداء الإداري يرتبط دائما بالقياس واستخدام الأساليب الإحصائية في مراقبة جودة الأداء الإداري سواء في عملية أداء الخدمة أو مراقبة المدخلات والعمليات والمخرجات وتحليل أساليب الخلل الذي يصدر عنها. ويختلف مفهوم الجودة من سياق إلى آخر، وقد تطرق إليه رواد وجمعيات الجودة من أكثر من جانب، مما أدى إلى حدوث تنوع وتعدد في هذا المفهوم، ويمكن إجمالها على النحو التالي: (الكميم وصلح، ٢٠١٩، ص.ص:٨١-٨٢)

- المطابقة مع المواصفات.
- أحد مفاهيم الإدارة الحديثة القائمة على مجموعة من المبادئ التي يمكن لأي إدارة أن تتبناها من أجل تحقيق الأداء الأفضل والتي تسعى لتحسين نوعية الخدمات التي تقدمها لعملائها من أجل كسب رضاهم.
- ثقافة واستراتيجية تتبناها المنظمة لتلبية رغبات الزبائن وتوقعاتها من خلال اشتراك الجميع بإرتقاء الجودة بشكل مستمر واعتبار الزبائن والموردين جزء من عائلة المنظمة.

رابعًا: العوامل المؤثرة في تحقيق جودة الأداء الإداري

يعتبر الأداء الإداري جهد بشري، يقوم به أفراد مؤهلون، وفق قوانين وأنظمة المنظمة، أخذين في الاعتبار الارتقاء بمستوى الأداء بها، هذا هو الأصل في العمل الإداري، ومن أهم العوامل المؤثرة على الأداء، ما يلي: (العوفي، ٢٠٢١، ص.ص:٨٧-٨٨)

- المشاركة في الإدارة.
- اختلاف مستويات الأداء.
- ضرورة توافر أهداف محددة.
- مشكلات الرضا الوظيفي.
- التسيب الإداري.

كما يتأثر الأداء بجملة من العوامل الداخلية والخارجية من أهمها:

١. **عوامل إدارية تنظيمية مثل:** عدم توافر مناخ يساعد على العمل والإنتاجية في المنظمة، صراع بين الموظف ورئيسه وبين الموظف وزملائه، عدم تحديد واجبات الموظف، ضعف في الهيكل التنظيمي، ونقص في الموارد أو تأخر وصولها.

٢. **العوامل الفنية:** وتشمل التقدم التكنولوجي، المواد الخام، وطرائق وأساليب العمل. وإن الجوانب الفنية تؤثر بشكل واضح ومباشر على كفاءة المنظمة والأفراد، فنوعية الآلات وكميتها والطرائق والأساليب العملية المستخدمة في العمل جميعها تؤثر على مستوى الإنتاجية والأداء بشكل عام.

٣. **عوامل بيئية خارجية مثل:** صراع بين القيم والاتجاهات التي يحملها الموظف وبين القيم والاتجاهات السائدة في المجتمع.، الأحوال الاقتصادية وظروف سوق العمل، تشريعات حكومية، سياسات النقابات، والاضطراب السياسي.

٤. **عوامل تتعلق بالموظف نفسه مثل:** نقص في رغبته ودافعيته، تغيب مستمر عن العمل، مشكلات عائلية، انخفاض مستوى المعرفة والتعليم والخبرة، ونقص في التدريب والمهارة.

خامسًا: آلية تعزيز جودة الأداء الإداري

إن تحسين جودة الأداء الإداري وتطويره يهدف إلى تطوير قدرة المؤسسة مما يساعدها على تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية أكبر ويساعدها على التكيف مع متغيرات العصر، وذلك قد يحتاج إلى عدة متطلبات حتى يمكن للمؤسسة تطوير أدائها وتحقيق ميزة تنافسية بين المؤسسات وهناك بعض الإجراءات التي يمكن للإدارة القيام بها لتعزيز جودة أدائها وهي: (حسانين، ٢٠٢٢، ص:١٠٢٣)

١. **تحديد الأسباب الرئيسة لمشاكل الأداء:** يتمثل في تحديد أسباب انحراف أداء العاملين عن الأداء المعيار أهمية عند كل من الإدارة، والعاملين، فالإدارة تستفيد من ذلك في الكشف عن عملية التقييم أنها تمت بموضوعية.

٢. **الحد من الصراعات التنظيمية بين الإدارة والعاملين:** يتم ذلك من خلال تحديد أسباب تدني أداء العاملين، ومن هذه الأسباب الدوافع والفاعلية، والعوامل الموقفية في بيئة المؤسسة والعمل، حيث أن الفاعلية تعكس المهارات والقدرات التي يتمتع بها العاملون، وتتأثر الدوافع بعدة متغيرات خارجية كالأجور، والحوافز، إضافة إلى المتغيرات الذاتية والعوامل الموقفية التي تتضمن الكثير من العوامل التنظيمية المؤثرة على الأداء مثل ظروف العمل والمواد المستخدمة.

٣. **تطوير خطة عمل للوصول إلى الحلول:** وتتمثل في وضع خطة عمل للحد من مشاكل الأداء ووضع الحلول المناسبة لها وذلك بالتعاون بين الإدارة والعاملين من جهة وبين الإدارة، والجهات الاستشارية المختصة في تطوير الأداء من جهة أخري.

٤. **الاتصالات المباشرة:** تعد الاتصالات المباشرة بين المشرفين والعاملين ذات أهمية في تحسين الأداء، لذا لابد من تحديد محتوى الاتصال وأسلوبه، وأنماطه المناسبة.

سادسًا: دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين

تلعب العلاقات العامة دورًا محوريًا في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات وتنظيم عمليات التواصل بينها وبين الجمهور. إن كفاءة الإدارة تعتمد على قدرة المؤسسة على تنظيم وتوجيه مواردها البشرية والمادية بطريقة تضمن تحقيق الأهداف التنظيمية. تتطلب الإدارة قيادة تعتمد على تواصل مستمر مع المجتمع ومستجيبة لحاجاته وتطلعاته. ومن هنا يصبح دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري محورًا أساسيًا في البحث عن استراتيجيات جديدة لتحسين الأداء المؤسسي. (TITI & TITI, 2025, p:459)

ويمكن اعتبار العلاقات العامة استراتيجيةً للتواصل العام. حيث تُهيئ العلاقات العامة، كاستراتيجية للتواصل العام، مناخًا وحالةً من الاستقرار الاجتماعي. حيث تلعب العلاقات العامة دور مُولِّدٍ لتدفقات التواصل بين المؤسسة والجمهور وأصحاب المصلحة، بحيث تُمكن هذه المؤسسات من التعرف على الاهتمامات الحقيقية للجمهور، ويُمكن للجمهور، في المقابل، من الثقة بالمؤسسات والمسؤولين. تُعد العلاقات العامة بالغة الأهمية للمؤسسات لأنها تُتيح فرصًا للتواصل الحقيقي مع الجمهور. وفي الوقت الحاضر، لا يمكن لأي شركة أو مؤسسة أن تعمل بكفاءة دون معرفة بيئة عملها، أي العمال والشركاء والعملاء. (Pocovnicu, 2014, p:217)

سابعًا: تأثير التواصل الداخلي للعلاقات العامة على التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة في شركة نجم لخدمات التأمين

يحتوي هذا النوع من الاتصالات على المعلومات المتبادلة بين الأطراف الداخلية للمؤسسة، وذلك من خلال استخدام الاتصال الجمعي وكذلك وسائل الاتصال الجماهيري المطبوعة أو المكتوبة. (جفال، ٢٠١٤، ص:٣٣)

ويؤثر التواصل الداخلي على التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة في شركة نجم لخدمات التأمين، من حيث قدرته على إمداد العاملين بالبيانات المتعلقة بالمنظمة وتاريخها وأهدافها وسياساتها، كما يساهم التواصل الداخلي في تدعيم التعاون بين العاملين بالمنظمة وتوطيد العلاقات بينهم، كما يساعد على توصيل وشرح توجيهات الإدارة العليا إلى العاملين، بالإضافة إلى مساعدته على رفع الروح المعنوية للعاملين داخل المنظمة من خلال إشعارهم بأهمية العمل الذي يؤديه. (ابن عبد الرحمان وبديار، ٢٠٢٠، ص:٤٧)

ثامنًا: تأثير التواصل الخارجي للعلاقات العامة في تحسين سمعة الشركة وزيادة الثقة من قبل العملاء والمجتمع

تحتاج المؤسسة لضمان نجاحها واستمراريتها الاتصال مع الجمهور الخارجي لها وبناء ثقة بينهم، ولتحقيق ذلك لا بد أن تتواصل معهم وأن تقوم بوضع خطط مدروسة لذلك، وأصبح الاتصال الخارجي للمؤسسة مع جماهيرها علم له نظريات وقواعد وخطط، وأصبح له مجالات وتخصصات للتعامل معه بطريقة علمية سليمة، وهناك العديد من المدارس في هذا المجال والعديد من الطرق للقيام بالاتصال، وأهم ما يحدد شكل الاتصال المستخدم مع الجماهير هو بيئة المؤسسة والمجتمع المحيط بها والعديد من العوامل الأخرى. يعتبر الاتصال الخارجي هو حلقة وصل بين المؤسسة ومحيطها الخارجي، وبفضله تتمكن المؤسسة من بناء ثقة الجمهور بها واستدامتها، والتعرف على ميول الناس لإرضائهم. ويضم الاتصال الخارجي كل إجراءات الاتصال الموجهة للجمهور الخارجي في إطار الخدمة العامة. ويؤثر التواصل الخارجي على تحسين سمعة الشركة وزيادة الثقة من قِبل العملاء والمجتمع، من خلال ماي يلي: (يحيى، ٢٠٢٥، ص.ص:٩-١١)

- يساعد في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة وتحقيق شهرة المؤسسة، من خلال التركيز على ضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسمها وشعارها وعلامتها والمشاركة في المناسبات التي تناسب طبيعة عملها.
- تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات التي تقدمها.
- تلبية رغبة الجمهور في معرفة المعلومات التي يريدها حول المنتج أو الخدمة.

تاسعًا: تقييم دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في توجيه الجهود الإدارية نحو تحقيق الأهداف طويلة المدى

يعتبر التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة أداة محورية في توجيه الجهود الإدارية لتحقيق الأهداف التنظيمية بكفاءة وفعالية. حيث يسمح التخطيط الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة بنشر الموارد بشكل أكثر فاعلية

واستراتيجية من خلال تسليط الضوء على أوجه التآزر والفرص المشتركة في مختلف البرامج ومجالات العمل، إن استخدام الخطة الاستراتيجية يمثل تحولاً ثقافياً نحو إدراك واضح بأن جميع الجهود المنظمة تعتمد بشكل جوهري على عنصر الاتصال، كما يُعد خطوة هامة نحو بناء هيكل إداري متماسك. يمكن استخدام التخطيط الاستراتيجي من قِبل خبراء العلاقات العامة لبناء ورعاية والحفاظ على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها العام. وعلاوة على ذلك، لا يعد التخطيط الاستراتيجي وسيلة لتطوير رؤية مشتركة فحسب، بل أيضاً إحساس بالتمكين والتنشيط لأصحاب المصلحة في تلك المنظمة على حد سواء، مما يعزز من فعالية الإدارة ويزيد من مواءمتها للتغيرات المحيطة. ويمكن استخدام الاستراتيجية وفقاً لها لتسهيل التطورات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية التي تقوم بها المنظمات. إن تجسيد الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة يمكن العثور عليه في التحول الأساس الذي حدث في علاقة الأعمال بالأفراد وبالمجتمع ككل، حيث اكتسبت القضايا الاجتماعية والسياسية والبيئية والأخلاقية أهمية استراتيجية، وحيث يجب مراعاة جميع أصحاب المصلحة الاستراتيجيين وكذلك القيم والمعايير المجتمعية عند تحديد اتجاه الشركة التي تعتمد سمعتها الجيدة الآن على اعتبارها جديرة بالثقة. وهذا ما يؤكد على أن العلاقات العامة، عبر التخطيط الاستراتيجي، تلعب دوراً محورياً في قيادة الجهود الإدارية نحو النجاح وتحقيق أهداف المنظمة المستدامة. (حمامدي، ٢٠٢١، ص.ص:٢٧-٢٨)

عاشرًا: تأثير استجابة العلاقات العامة للأزمات في الحفاظ على استقرار الأداء الإداري أثناء الفترات الصعبة

تلعب العلاقات العامة دورًا بالغ الأهمية في إدارة الأزمات في المنظمات، حيث إنها إذا كانت تمثل مكونًا حيويًا في حياة أية مؤسسة في ظروف العمل العادية، فإنها تصبح أكثر أهمية خلال الأزمات التي قد تعترضها، على اعتبار أنها تعمل في بيئة تتسم بالحركة والتغيير، حيث تُعد جزءًا أساسيًا لإدارة الأزمة، فالعلاقات العامة القائمة على علاقات وطيدة مع جماهير المؤسسة (وسائل الإعلام، والرأي العام، والجماهير المعنية بالمؤسسة) هي بالتأكيد المدخل الصحيح لحماية سمعة المؤسسة وصورتها أثناء الأزمات. وُتعد العلاقات العامة ركنًا هامًا في المنظومة الإدارية للمنظمات، ولا سيما عند مواجهتها للازمات، فإنها تعول كثيرًا على العلاقات العامة في مساعدتها على تخطي آثارها وتداعياتها، وتكمن أهمية العلاقات العامة في مواجهة الأزمات في الدور الفعال الذي تؤديه من خلال أنشطتها الاتصالية، وبرامجها التي تمكن الشركة من التوافق والتعاطي مع الأزمة، كما تكمن أهميتها في قدرتها على اكتشاف الأزمات قبل وقوعها، وتجنب المنظمة عواقبها، من خلال إعداد الخطط والدراسات والبحوث الوقائية، وتحديد المخاطر المحتملة، ويظهر دور العلاقات العامة

في الأخذ بيد الإدارة العليا في المنظمة ومساعدتها لتخطي الأزمات التي قد تتعرض لها، من خلال القيام بعمل أجندة معلوماتية تحمل في طياتها كافة التفاصيل الهامة التي تساعد الإدارة على معرفة ماهية أزمتها، ومن ثم كشف غموضها حتى يمكن مواجهتها، كما أن العلاقات العامة تساهم بشكل فعال في الحفاظ على استقرار الأداء الإداري داخل المنظمة أثناء الأزمات، إذ إن وضوح الرؤية وتدفق المعلومات بشكل منظم يسهمان في التقليل من الارتباك الداخلي الذي قد يصاحب الأزمات، فالعلاقات العامة تعمل على توفير قنوات اتصال داخلية فعالة بين مختلف مستويات الإدارة والعاملين، مما يساعد على تنسيق الجهود وتوحيد الرسائل والتوجهات، ويضمن استمرارية العمل الإداري بكفاءة رغم التحديات. (علي، ٢٠٢٣، ص.ص:٣٠٧-٣٠٩)

خاتمة الفصل

لم تعُد العلاقات العامة مجرد أداة تكميلية أو نشاطًا تقليديًا، بل تحولت إلى عنصر استراتيجي محوري في المنظومة الإدارية الحديثة، وضرورة لا غنى عنها لضمان نجاح المؤسسات واستمراريتها في بيئة تتسم بالتغير السريع والتعقيد المتزايد. فقد تم التأكيد على أن العلاقات العامة تساهم بفعالية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة، وتعزيز سمعتها، وترسيخ الثقة مع مختلف جماهيرها الداخلية والخارجية، مما يجعلها أداة لا غنى عنها للإدارة الرشيدة في عملية اتخاذ القرار والتخطيط المستقبلي، كما تم إبراز العلاقة الوثيقة بين جودة الأداء الإداري ودور العلاقات العامة في تعزيز هذه الجودة من خلال تحسين بيئة العمل الداخلية، وتفعيل قنوات الاتصال، وتقديم الدعم في أوقات الأزمات، كما أن التكامل بين أبعاد العلاقات العامة يجعلها شريكًا فعالاً في العملية الإدارية، خاصة عندما يتم دمجها ضمن الخطط الاستراتيجية الشاملة للمؤسسة. وفي هذا السياق، تصبح العلاقات العامة بمثابة جسر يربط بين طموحات المؤسسة وتطلعات جمهورها، ويساهم في تهيئة بيئة تنظيمية مرنة ومتكاملة قادرة على مواجهة التحديات وتحقيق الاستدامة. وعليه، فإن استثمار المؤسسات في تطوير إدارات العلاقات العامة، وتأهيل كوادرها، وتفعيل دورها ضمن مختلف العمليات الإدارية، يمثل أحد أهم مؤشرات الوعي المؤسسي بمتطلبات النجاح في العصر الحديث.

الجزء الثالث: الدراسة العملية

وإجراءاتها المنهجية

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها

الفصل الخامس: تحليل النتائج والتصور المقترح

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد:

تناولت الدراسة في الاجزاء السابقة الإطار النظري، وفي هذا الجزء نتناول وصفا لمنهج الدراسة، والأفراد مجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها، وصدقها وثباتها كما يتضمن هذا الجزء وصفا للإجراءات التي قمت في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وأخيرا المعالجات الإحصائية التي اعتمدت عليها في تحليل الدراسة.

منهجية الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قمت باستخدام المنهج الوصفي المسحي والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول إحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون التدخل في مجرياتها ونستطيع أن تتفاعل معها فنصفها ونحللها، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التامين.

حرص الباحث بعد الانتهاء من جمع البيانات في كل مفردة من مفردات العينة بمراجعة هذه البيانات الواردة في كل استمارة، وذلك للتأكد من اكتمال البيانات، وصحة المعلومات، وللتحقق من نسبة المردود لهذه الاستمارات ونسبة الفاقد في البيانات وبعد الانتهاء من مراجعتها بالشكل النهائي قمت بالدخول في مرحلة جديدة وهي تحويل البيانات الأولية إلى أرقام ليتم التعامل معها إحصائياً، ولتحقيق ذلك استخدمت دليل الترميز لتحويل الكميات الكبيرة من البيانات الخام الواردة في استمارة الاستبيان إلى بيانات مختصرة لتناسب عملية تفريغ البيانات والتحليل الإحصائي فيما بعد، فقد تم تحويل البيانات الأولية الواردة في الاستمارة إلى رموز رقمية في دليل الترميز، وفقا لقواعد ومستويات وحدات القياس التي طورت لقياس خصائص المتغيرات الداخلة في الدراسة.

وقد كانت الإجابات على كل فقرة وفق مقياس ليكارت الخماسي كما يلي:

التصنيف	أو افق بشدة	أو افق	محايد	أرفض	أرفض بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

وبعد الانتهاء من مرحلة ترميز البيانات والتي تم فيها تحويل هذه البيانات من شكلها الكيفي إلى شكلها الكمي ثم نقلت هذه البيانات الكمية إلى بطاقات التفريغ المخصصة لذلك وفقا للقواعد السابقة وأعطيت أرقام متسلسلة لاستمارات المقابلة بحيث تعكس كل واحدة من الاستمارات مفردة من مفردات مجتمع البحث.

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من ١٣٨ مفردة لدراسة دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التامين.

حدود الدراسة:

سوف يتناول الباحث موضوع الدراسة مع الالتزام بالحدود التالية - :

- **الحدود الموضوعية:** اقتصرت حدود الدراسة الموضوعية على تسليط الضوء حول دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على شركة نجم لخدمات التامين.
- **الحدود البشرية:** طُبقت هذه الدراسة على عينة حجمها نحو (١٣٨) من موظفي شركة شركة نجم لخدمات التأمين بالمملكة العربية السعودية.
- **الحدود الزمنية:** طبقت هذه الدراسة خلال العام الدراسي ٢٠٢٥م.

محاور الدراسة الميدانية:

تمثلت متغيرات الدراسة فيما يلي: -

<u>المتغير المستقل</u>: إدارة العلاقات العامة

- التواصل الداخلي
- التواصل الخارجي
- التخطيط الاستراتيجي
- إدارة الازمات

<u>المتغير التابع</u>: الأداء الادارى

أسلوب الدراسة:

بناءً على طبيعة الدراسة والأهداف التي سعيت إلى تحقيقها، فقد قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع واهتم بوصفها وصفاً دقيقاً والتعبير عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، كما لم أكتفي بجمع المعلومات من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل تعداه إلى التحليل والربط والتفسير للوصول إلى استنتاجات أبني عليها الفروض الخاصة بالبحث بحيث تزيد رصد المعرفة الموضوعية، وقد تم الاعتماد على الدراسة الميدانية كما يتضح على النحو التالي:

الدراسة الميدانية:

تم الاعتماد هنا على أسلوب قوائم الاستبيان لجمع البيانات الأولية اللازمة لإجراء وإتمام الدراسة بالإضافة إلى مراجعة البيانات الثانوية.

١. قوائم الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان أداة ملائمة بشكل كبير في تقصي الآراء ووجهات النظر حول مسألة أو قضية ما، وقد تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسة للحصول على البيانات الأولية من مجتمع الدراسة، وتم تصميم استمارة الاستبيان في ضوء أهداف البحث.

٢. الدراسة الوصفية المسحية:

وتم تفريغ البيانات من استمارة الاستبيان وتصفيتها وتبويبها لتسهيل عملية تحليلها، وذلك لاستخلاص النتائج والمؤشرات منها حول موضوع البحث باستخدام وسائل إحصائية مناسبة تتفق مع الفروض الأساسية الخاصة بالدراسة.

- **التكرارات والنسب المئوية**

يتم دراسة البيانات الشخصية (الديموغرافية) وذلك باستخدام التكرارات والنسب المئوية والرسوم البيانية وذلك كما يلي:

١. متغير النوع الاجتماعي

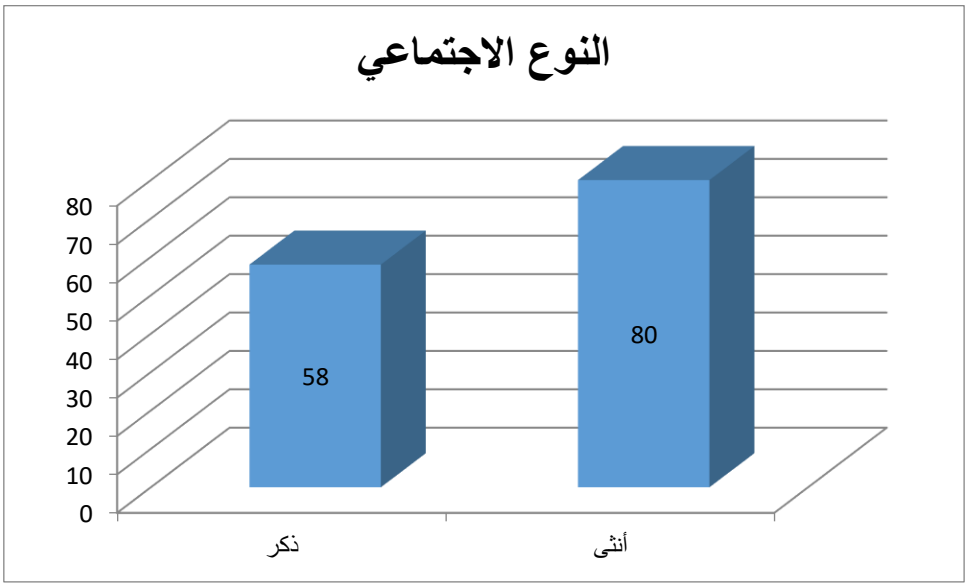
جدول (١) يوضح توزيع العينة طبقا لنوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي		
	التكرار	النسبة
ذكر	58	42.0
أنثى	80	58.0
الإجمالي	138	100.0

الجدول يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير النوع الاجتماعي لمجموعة معينة من الأفراد، وفقًا للجدول:

تظهر النتائج الإحصائية بخصوص النوع الاجتماعي لتوزيع العينة من موظفين شركة نجم لخدمات التامين وفقًا للنوع الاجتماعي، فقد يُلاحظ أن عدد الاناث في العينة بلغ ٨٠ فردًا، وهذا يمثل نسبة ٥٨.% من إجمالي عدد الأفراد المشمولين في الدراسة، بالتالي، يبدو أن الاناث يمثلون النسبة الأكبر في عينة الدراسة، ومن الجدير بالذكر أن الذكور يبلغ عددهن 58 مفردة، ما يمثل نسبة 42% من إجمالي عدد الأفراد في العينة.

شكل (٢) يوضح توزيع العينة طبقا للنوع الاجتماعي



٢. متغير العمر:

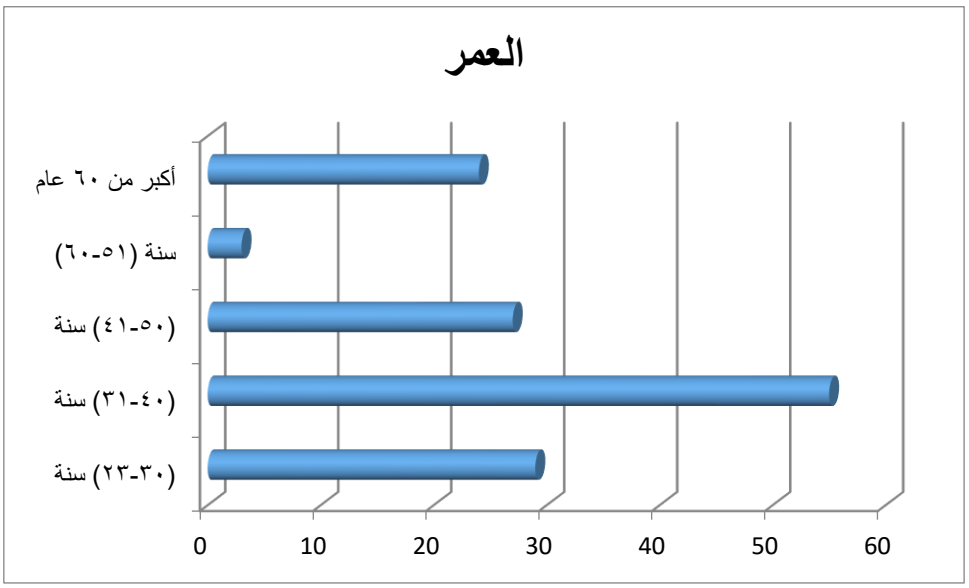
جدول (٢) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير العمر

العمر		
	التكرار	النسبة
(٢٣-٣٠) سنة	29	21.0
(٣١-٤٠) سنة	55	39.9
(٤١-٥٠) سنة	27	19.6
سنة (51-60)	3	2.2
أكبر من ٦٠ عام	24	17.4
الإجمالي	138	100.0

النتائج الإحصائية بخصوص العمر تعكس توزيع الاعمار لموظفين شركة شركة نجم لخدمات التامين الذين شملتهم الدراسة. ودلت النتائج على التالي:

العمر (٢٣-٣٠) سنة جاء بنسبة (٢١٪): تمثل ٢٩ فرد من موظفي شركة نجم لخدمات التامين ، وجاء العمر (٣١-٤٠) سنة بنسبة (٣٩,٩٪): تمثل هذه الفئة العمرية ٥٥ فرد من العينة المقصودة وهي تمثل الفئة الأكثر مشاركة في العينة، وجاءت الفئة العمرية (٤١-٥٠) سنة بنسبة (١٩,٦٪): وتمثل هذه الفئة العمرية ٢٧ فرد من العينة المختارة. وجاءت الفئة العمرية (٥١-٦٠) سنة بنسبة (٢,٢٪): تمثل ٣ فرد وهي تمثل الفئة الأقل مشاركة في العينة، وجاءت الفئة العمرية أكبر من ٢٤ عام بنسبة (١٧,٤٪) مشارك في العينة المأخوذة.

شكل (٣) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير العمر



٣. متغير المؤهل العلمي:

جدول (٣) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير المؤهل العلمي

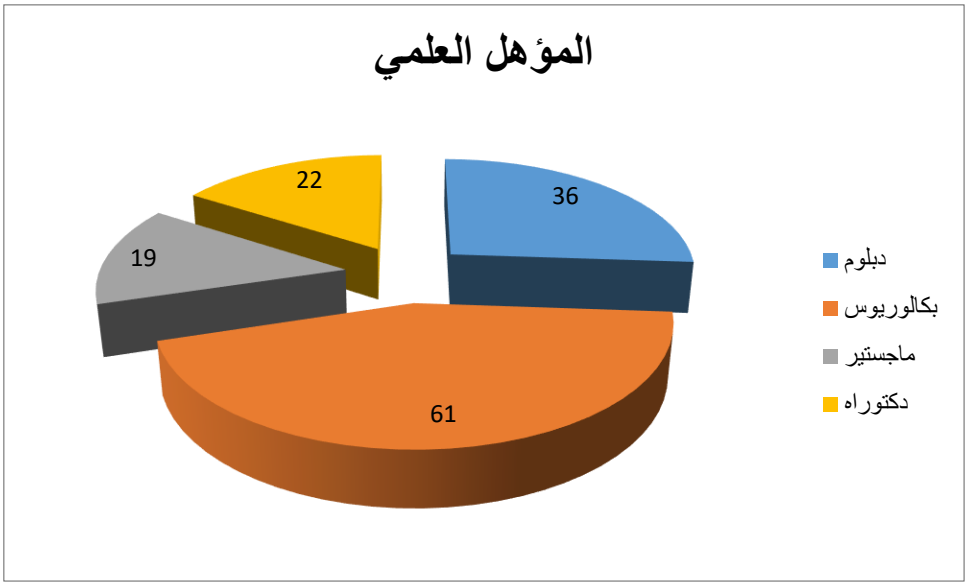
المؤهل العلمي		
	التكرار	النسبة
دبلوم	36	26.1
بكالوريوس	61	44.2
ماجستير	19	13.8
دكتوراه	22	15.9
الإجمالي	138	100.0

هذا الجدول يقدم لنا نظرة شاملة حول توزيع المشاركين في الاستبانة من موظفي شركة نجم لخدمات التامين وفقًا للمؤهل العلمي كالتالي:

ماجستير (١٢,٨٪): وتمثل ١٩ مفردة من المشاركين في العينة ويظهر أن هذه الفئة تمثل النسبة الأصغر في العينة المأخوذة من موظفي شركة نجم لخدمات التامين ، بكالوريوس (٤٤,٢٪): يشكل حاملة البكالوريوس النسبة الأكبر

من العينة، حيث يشارك في الدراسة ٦١ فرد، دبلوم (٢٦,١٪): تمثل هذه الفئة نسبة معقولة من المشاركين بلغت ٣٦ شخصًا، دكتوراه (١٥,٩٪): يتمثل هذه الفئة ٢٢ مفردة من الأفراد المشاركين في العينة بشركة نجم لخدمات التامين .

شكل (٤) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير المؤهل العلمي



٤. المسمى الوظيفي:

جدول (٤) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير المسمى الوظيفي

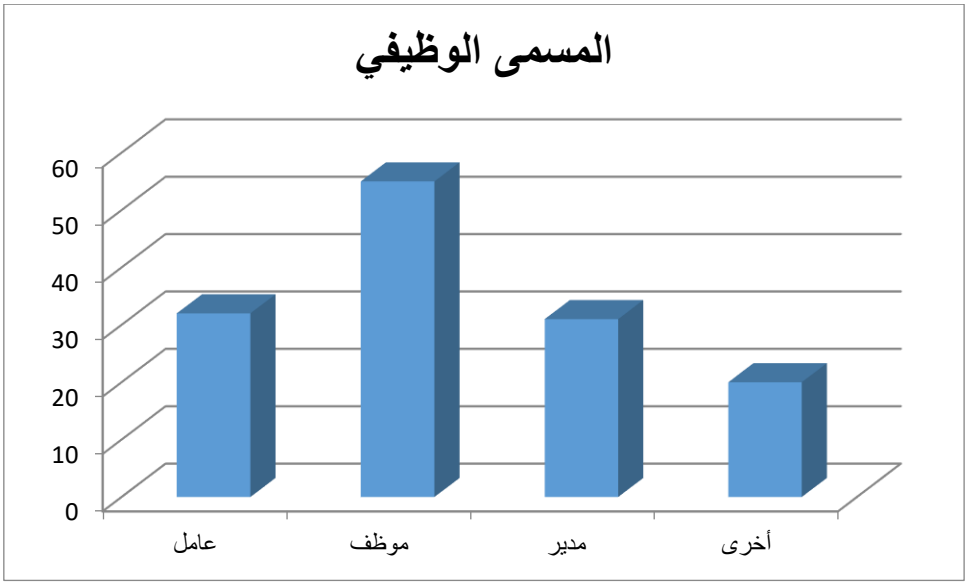
المسمى الوظيفي		
	التكرار	النسبة
عامل	32	23.2
موظف	55	39.9
مدير	31	22.5
أخرى	20	14.5
الإجمالي	138	100.0

يوضح الجدول السابق المسميات الوظيفية في العينة المأخوذة وجاءت النتائج كالتالي:

جاء عدد المسمى الوظيفي لعامل ٣٢ شخص وذلك بنسبة (٢٣,٢٪) ، وجاء المسمى الوظيفي لموظف ٥٥ شخص وذلك بنسبة (٣٩,٩٪) وهي أعلى نسبة مشاركة في العينة بشركة نجم لخدمات التامين، كما جاء عدد المسمى الوظيفي

لمدير ٣١ شخص وذلك بنسبة (٢٢,٥٪)، وجاء عدد المسمى الوظيفي للمسميات الأخرى البالغ عددهم ٢٠ شخص، وذلك بنسبة ١٤,٥٪ من أفراد العينة بشركة نجم لخدمات التامين وهي تمثل النسبة الأقل مشاركة في العينة المأخوذة.

شكل (٥) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير المسمى الوظيفي



٥. إجمالي سنوات الخبرة:

جدول٥) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير اجمالي سنوات الخبرة

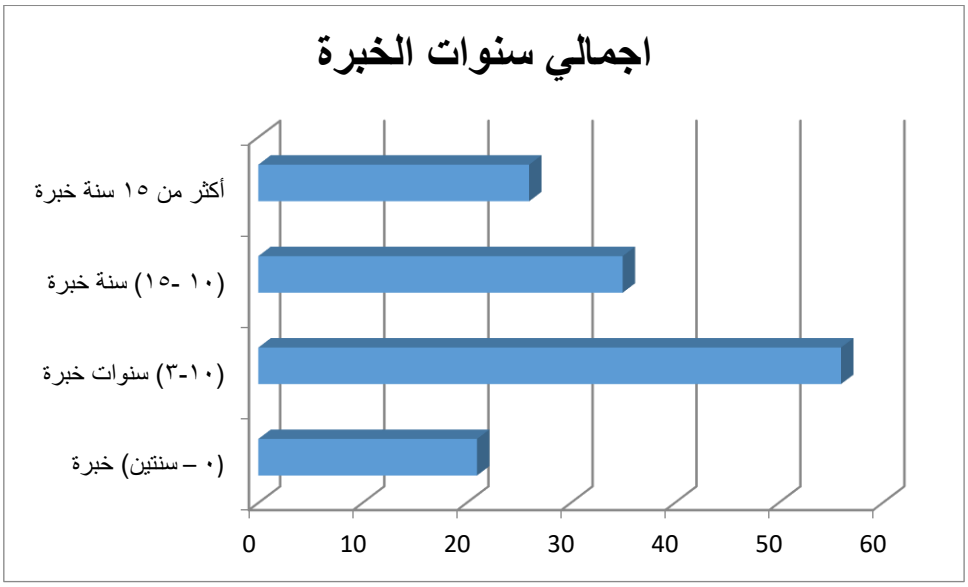
اجمالي سنوات الخبرة		
	التكرار	النسبة
(٠ – سنتين) خبرة	21	15.2
(٣-١٠) سنوات خبرة	56	40.6
(١٠ -١٥) سنة خبرة	35	25.4
أكثر من ١٥ سنة خبرة	26	18.8
الإجمالي	138	100.0

الجدول السابق يوضح توزيع أفراد العينة تبعا لإجمالي سنوات الخبرة كالتالي:

(٠-سنتين) خبرة (١٥,٢٪): تشكل هذه الفئة أصغر فئة من المشاركين حيث بلغت ٢١ أشخاص فقط، (١٠-٣) سنوات خبرة (٤٠,٦٪): تشكل هذه الفئة أكبر فئة من المشاركين حيث بلغت ٥٦ شخص من المشاركين في العينة المأخوذة

من شركة نجم لخدمات التامين، وفئة من (١٠ -١٥) سنة خبرة (٢٥,٤٪): تمثل هذه الفئة ٣٥مشارك في العينة، وبلغت الفئة التي لديها سنوات خبرة (أكثر من ١٥) خبرة ٢٦ فرد وذلك بنسبة (١٨,٨٪).

شكل (٦) يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير سنوات الخبرة



تم الاعتماد على مصدرين لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة:

١. **مصادر ثانوية:**

وذلك من خلال مسح الإنتاج العلمي حول موضوع الدراسة ومتغيراتها وذلك بالاعتماد على الكتب، والأبحاث المنشورة والدوريات، وأطروحات الدكتوراه، ومواقع الإنترنت الرسمية، فيما يتعلق بمتغيرات نموذج الدراسة وبناء الجانب النظري منها.

٢. **مصادر أولية:**

وهي تلك البيانات التي قام الباحث بجمعها من خلال أداة الدراسة المتمثلة في الاستبانة التي تم إعدادها لغرض الحصول على آراء أفراد عينة الدراسة (موظفي شركة نجم لخدمات التامين) حول أبعاد الدراسة.

أداة الدراسة:

تم الاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة في تطوير استبانة لجمع البيانات الأولية، **حيث تتكون الاستبانة من جزأين رئيسين وهي:**

الجزء الأول: يتعلق هذا الجزء بالمعلومات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة وتضمن خمس متغيرات: (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، إجمالي عدد سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).

الجزء الثاني: يتكون هذا الجزء من عدة فقرات لقياس متغيرات الدراسة، **وذلك على النحو التالي:**

١. **المتغير المستقل**: يتكون من (١٦) فقرة لقياس المتغير المستقل إدارة العلاقات العامة موزع على أربع أبعاد (التواصل الداخلى، التواصل الخارجي، التخطيط الاستراتيجي، إدارة الازمات)، كل بعد من الأبعاد يشمل ٤ فقرات.

٢. **المتغير التابع**: يتكون من (١٠) فقرات لقياس المتغير التابع الأداء الادارى.

♣ **تصحيح الأداة:**

لقياس تقديرات أفراد العينة على فقرات الاستبانة تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي:

(أوافق بشدة)، (أوافق)، (محايد)، (ارفض)، (ارفض بشدة)

وعليه تم إعطاء أوزان لإجابات عينة الدراسة لقياس درجة التقدير وذلك على النحو التالي:

(أوافق بشدة "٥"، أوافق "٤"، محايد "٣"، أرفض "٢"، أرفض بشدة "١")

ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبانة وعلى كل مجال من مجالاتها، فقد تم احتساب المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى (للأوزان)}}{\text{عدد الفئات المفترضة}} = \frac{1-5}{5} = 0.8$$

واستناداً لذلك تم اعتماد المعيار التالي: عبارة "ارفض بشدة" في الفترة [١- أقل من ١,٨] ، عبارة "أرفض بشدة" في الفترة [١,٨- أقل من ٢,٦] ، وعبارة "محايد" في الفترة [٢,٦- أقل من ٣,٤]، وعبارة "أو افق" في الفترة [٣,٤- أقل من ٤,٢] ، وعبارة "أو افق بشدة" في الفترة[٤,٢- ٥]، والجدول التالي يوضح المعيار الإحصائي لمتوسطات الحسابية للفقرات:

الجدول (٦): المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة ومتغيراتها

المتوسط الحسابي	درجة المو افقة
من ١,٠٠ – اقل من ١,٨	ارفض بشدة
من ١,٨ – أقل من ٢,٦	أرفض
من ٢,٦ – أقل من ٣,٤	محايد
من ٣,٤ – أقل من ٤,٢	أو افق
من ٤,٢ – ٥	أو افق بشدة

- **صدق وثبات الأداة:**

للتأكد من صلاحية أداة الدراسة لقياس متغيرات الدراسة تم القيام بعدة إجراءات وهي:

اولاً: الصدق الظاهري للأداة:

الخصائص السيكومترية لمحاور استبانة الدراسة:

الثبات والصدق:

صدق الاستبانة يعنى تمثيله للمجتمع المدروس بشكل جيد حيث إن الإجابات التي نحصل عليها من أسئلة الاستبانة تعطينا المعلومات التي وضعت لأجلها الأسئلة، أما ثبات الاستبانة فيعنى إننا إذا أعدنا توزيع هذا الاستبانة على عينة أخرى من نفس المجتمع ونفس حجم العينة فإن النتائج ستكون مقرابه للنتائج التي حصلنا عليها من العينة الأولى وتكون النتائج بين العينتين متساوية باحتمال يساوى معامل الثبات.

ويتم اختبار صدق وثبات الاستبانة باستخدام معامل الفا كرونباخ والتي تعبر قيمته عن مدى ثبات الأسئلة وصدقها في التعبير عن المؤشر التي وضعت لقياسه وتتراوح قيم الفا كرونباخ بين الصفر والواحد الصحيح. حيث إنه كلما اقترب مقياس الفا كرونباخ من ١ الصحيح كلما كان ثبات أداة القياس والاستمارة أقوى (وقد جرى بين الإحصائيين اتخاذ قيمة ٠,٧ فأكثر كقيمة مقبولة لهذا المعامل).

♣ **تقدير صدق عبارات المقياس**

الاتساق الداخلي

تم تقدير الاتساق الداخلي لعبارات المقياس من خلال حساب معامل الارتباط بين عبارات المقياس والأبعاد الفرعية، وثم حساب معامل الارتباط بين الأبعاد الفرعية والدرجة الكلية للمقياس.

حساب معامل الارتباط بين عبارات المقياس والأبعاد الفرعية.

١. **صدق الاتساق الداخلي لبعد التواصل الداخلى :**

جدول (٧) يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد التواصل الداخلى

		التواصل الداخلى
يعزز التواصل الداخلي التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة في شركة نجم لخدمات التأمين.	معامل ارتباط بيرسون	.٦٦٧**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	138
يساعد التواصل الداخلي على فهم توجهات الإدارة العليا وتفسيرها بشكل صحيح.	معامل ارتباط بيرسون	.٧٦٨**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
يساهم التواصل الداخلي في تحسين التعاون بين الموظفين داخل شركة نجم لخدمات التأمين.	معامل ارتباط بيرسون	.634**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
يتمتع التواصل الداخلي في شركة نجم لخدمات التأمين بالشفافية والوضوح الكافي.	معامل ارتباط بيرسون	.651**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الأول من المحور الأول والمحور الأول نفسه معنوية وقوية مما يدل على وجود علاقة قوية بين البعد الأول (التواصل الداخلي) من المحور الأول

(إدارة العلاقات العامة) والمحور الأول نفسه، مما يدل على أن البعد الأول من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) ككل تتسم بالصدق.

٢. **صدق الاتساق الداخلي لبعد التواصل الخارجي:**

جدول (٨) يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد التواصل الخارجى

		التواصل الخارجى
تساهم جهود العلاقات العامة الخارجية في تحسين صورة شركة نجم لخدمات التأمين لدى جمهورها الخارجي.	معامل ارتباط بيرسون	.604**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تعتقد أن الانطباع العام الذي يتم تكوينه عن الشركة من خلال الإعلام والاتصالات مخطط له بشكل جيد.	معامل ارتباط بيرسون	.612**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تعمل العلاقات العامة الخارجية على تعزيز الثقة بين الشركة والعملاء والمجتمع.	معامل ارتباط بيرسون	.737**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تتبع إدارة العلاقات العامة في شركة نجم لخدمات التأمين استراتيجية واضحة لبناء صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور.	معامل ارتباط بيرسون	.715**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الثانى من المحور الأول والمحور الأول نفسه معنوية وقوية مما يدل على وجود علاقة قوية بين البعد الثانى (التواصل الخارجى) من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) والمحور الأول نفسه، مما يدل على أن البعد الثاني من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) ككل تتسم بالصدق.

٣. **صدق الاتساق الداخلي لبعد التخطيط الاستراتيجي :**

جدول (٩) يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد التخطيط الاستراتيجي

		التخطيط الاستراتيجى
تعتمد إدارة العلاقات العامة في شركة نجم لخدمات التأمين على التخطيط المسبق لتنفيذ أنشطتها بفعالية.	معامل ارتباط بيرسون	.630**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
يساهم التخطيط الاستراتيجي في اختيار الأساليب والموضوعات المناسبة لأنشطة العلاقات العامة.	معامل ارتباط بيرسون	.682**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
يتم ربط خطط العلاقات العامة الاستراتيجية مع الخطط العامة لشركة نجم لخدمات التأمين بشكل منسجم.	معامل ارتباط بيرسون	.722**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تعتقد أن الاستخدام الفعال للموارد والأساليب ضمن تخطيط العلاقات العامة يؤدي إلى تحسين جودة العمل الإداري.	معامل ارتباط بيرسون	.657**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الثالث من المحور الأول والمحور الأول نفسه معنوية وقوية مما يدل على وجود علاقة قوية بين البعد الثالث (التخطيط الاستراتيجى) من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) والمحور الأول نفسه، مما يدل على أن البعد الثالث من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) ككل تتسم بالصدق.

٤. **صدق الاتساق الداخلي لبعد إدارة الازمات :**

جدول (١٠) يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لبعد إدارة الازمات

		إدارة الازمات
تعتقد أن إدارة العلاقات العامة في شركة نجم لخدمات التأمين تفهم أبعاد وأسباب الأزمات بشكل واضح.	معامل ارتباط بيرسون	.623**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تساهم إدارة العلاقات العامة في اتخاذ قرارات صحيحة وسريعة أثناء الأزمات.	معامل ارتباط بيرسون	.678**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تلعب إدارة العلاقات العامة دورًا فعالاً في طمأنة الجمهور داخل وخارج الشركة أثناء الأزمات.	معامل ارتباط بيرسون	.673**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
يساعد الاتصال المستمر والشفاف أثناء الأزمات في الحفاظ على استقرار العمل الإداري.	معامل ارتباط بيرسون	.526**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	138
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الثالث من المحور الأول والمحور الأول نفسه معنوية وقوية مما يدل على وجود علاقة قوية بين البعد الثالث (إدارة الازمات) من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) والمحور الأول نفسه، مما يدل على أن البعد الثالث من المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) ككل تتسم بالصدق.

٥. **صدق الاتساق الداخلي للمتغير التابع (الأداء الادارى)**

جدول (١١) يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للمتغير التابع (الأداء الإداري)

		الأداء الإداري
تحرص إدارة شركة نجم لخدمات التأمين على مراجعة قواعد وإجراءات سير العمل وتعمل على تطويرها بشكل مستمر.	معامل ارتباط بيرسون	.591**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تساعد المعارف والمهارات التي تكتسبها الإدارة من البرامج التدريبية على ابتكار أساليب جديدة لأداء الأعمال.	معامل ارتباط بيرسون	.669**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تحاول إدارة شركة نجم لخدمات التأمين اكتشاف المشاكل والعوائق قبل وقوعها.	معامل ارتباط بيرسون	.774**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تظهر نتائج الأداء الإداري بوضوح في جودة الخدمات المقدمة للعملاء.	معامل ارتباط بيرسون	.681**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تشعر بأن الإدارة تحفز الموظفين وتشجعهم على الأداء الأفضل.	معامل ارتباط بيرسون	.678**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تقترح إدارة شركة نجم لخدمات التأمين أساليب جديدة لتحسين العمل رغم علمها بالمخاطر المترتبة على ذلك.	معامل ارتباط بيرسون	.772**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	١٣٨
تحرص إدارة شركة نجم لخدمات التأمين على معرفة أوجه القصور أو الضعف فيما تقوم به من أعمال.	معامل ارتباط بيرسون	.725**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	138
تتخذ إدارة شركة نجم لخدمات التأمين إجراءات واضحة	معامل ارتباط بيرسون	.703**

لمعالجة التحديات.	مستوى المعنوية	.000
	العدد	٨13
يتخذ المسؤولون الإداريون قرارات مدروسة ومبنية على معلومات دقيقة.	معامل ارتباط بيرسون	.713**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	138
تستخدم إدارة شركة نجم الموارد المتاحة بكفاءة.	معامل ارتباط بيرسون	.642**
	مستوى المعنوية	.000
	العدد	13٨
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والمحور نفسها معنوية وقوية مما يدل على وجود علاقة قوية بين عبارات المحور الثاني والمحور الثاني نفسه، مما يدل على أن محور الأداء الإداري ككل يتسم بالصدق.

ثبات المقياس

يتم اختبار ثبات الاستبانة باستخدام معامل الفا كرونباخ والتي تعبر قيمته عن مدى ثبات الأسئلة وصدقها في التعبير عن المؤشر التي وضعت لقياسه وتتراوح قيم الفا كرونباخ بين الصفر والواحد الصحيح. حيث إنه كلما اقترب مقياس كرونباخ الفا من١ الصحيح كلما كان ثبات أداة القياس والاستمارة أقوى (وقد جرى بين الإحصائيين اتخاذ قيمة ٠,٧ فأكثر كقيمة مقبولة لهذا المعامل).

تم تقدير ثبات المقياس باستخدام ألفا – كرونباخ، وذلك على النحو التالي:

(ثبات محاور عناصر الدراسة):-

جدول (١٢) يوضح معامل الفا كرونباخ لثبات الاستبانة ككل ومحاورها

المحور	معامل الفا كرونباخ	عدد العبارات
التواصل الداخلي	٠,٧٩٨	٤
التواصل الخارجي	٠,٧٥٠	٤
التخطيط الاستراتيجي	٠,٨١٠	٤
إدارة الازمات	٠,٨٢١	٤
الأداء الإداري	٠,٨٧٩	١٠
الثبات العام	٠,٩٣٣	٢٦

تظهر نتائج اختبار الفا كرونباخ الخاصة بثبات محاور عناصر الدراسة أن الاستبانة التي تم استخدامها لقياس المتغيرات المختلفة تبدو ذات ثبات جيد جدا، وأن القيم المذكورة لمعامل الفا كرونباخ تشير إلى مدى اتساق الأسئلة الموجودة في كل محور على حدة وفي الاستبانة ككل.المحور " **التواصل الداخلى**" لديه معامل الفا كرونباخ قدره ٠,٧٩٨، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتحليل التواصل الداخلى في الاستبانة تعطي نتائج متقاربة ومتسقة عندما يتم قياسها معًا، بالإضافة إلى ذلك، المحور " **التواصل االخارجى**" لديه معامل الفا كرونباخ قدره ٠,٧٥٠ ، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتحليل التواصل الخارجى في الاستبانة تعطي نتائج متقاربة ومتسقة، والمحور " **التخطيط الاستراتيجي**" لديه معامل الفا كرونباخ قدره ٠,٨١٠ ، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي في الاستبانة تعطي نتائج متسقة والمحور " **إدارة الازمات** " لديه معامل الفا كرونباخ قدره ٠,٨٢١، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بإدارة الازمات في الاستبانة تعطي نتائج متسقة ، والمحور " **الأداء الإداري**" لديه معامل الفا كرونباخ قدره ٠,٨٧٩وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بالأداء الإداري في الاستبانة تعطي نتائج متقاربة ومتسقة عندما يتم قياسها معًا، وهذه القيم تشير إلى أن جميع المحاور لديها درجة جيدة جدا من الثبات، ونجد أن الثبات العام للاستبانة ككل يساوي ٠,٩٣٣ومن ثم يمكننا القول أن هذا المقياس يتسم بدرجة ثبات مرتفعة ويمكن الاعتماد عليه. عمومًا، يعتبر أن معاملات الفا العالية تشير إلى زيادة في مستوى الثبات والموثوقية، بناءً على هذه النتائج، يمكن الاعتماد على الاستبانة لقياس العوامل المذكورة في الدراسة والتوصل إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجمعها، سوف يتم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام البرامج الإحصائية (SPSS Version 26):

١. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

٢. المتوسط الحسابي (Mean)، وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.

٣. استخدام الانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل بُعد من أبعادها الرئيسية عن متوسطها الحسابي.

٤. تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis لمعرفة أثر كل بعد من أبعاد (إدارة العلاقات العامة) على (الأداء الإداري).

٥. تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لمعرفة أثر أبعاد (إدارة العلاقات العامة) على (الأداء الإداري).

الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد:

بعد أن تناولت فصول الدراسة السابقة الإطار النظري والدراسات والبحوث السابقة وفروض الدراسة واجراءاتها، سيتناول هذا التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة بالأساليب الاحصائية ثم عرض لما توصلت إليه الدراسة من نتائج، ثم مناقشة وتفسير هذه النتائج، وتقديم التوصيات وفيما يلي بيان ذلك:

١. **أبعاد إدارة العلاقات العامة:**

جدول (١٣) يوضح أبعاد المتغير المستقل

أبعاد استخدام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
التواصل الداخلى	4.1649	.83433	٣	موافق
التواصل الخارجي	4.1965	.72259	١	موافق
التخطيط الاستراتيجي	4.1685	.80540	٢	موافق
إدارة الازمات	4.1582	.84176	٤	موافق
المتوسط العام	٤,١٧٣٩			موافق

الجدول السابق يوضح التحليل الوصفي لأبعاد إدارة العلاقات العامة المتمثلة في (التواصل الداخلي، التواصل الخارجي، التخطيط الاستراتيجي، إدارة الازمات)، كالتالي:

١. جاء بعد التواصل الخارجي في الترتيب الاول في درجة الموافقة لأبعاد إدارة العلاقات العامة وذلك بمتوسط ٤,١٩٦٥، وانحراف معياري ٠,٧٢٢٥٩، وذلك بدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على مدي أهمية بعد التواصل الخارجي على الأداء الإداري.

٢. جاء بعد التخطيط الاستراتيجي في الترتيب الثانى في درجة الموافقة لأبعاد إدارة العلاقات العامة وذلك بمتوسط ٤,١٦٨٥، وانحراف معياري ٠,٨٠٥٤٠، وذلك بدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على مدي أهمية بعد التخطيط الاستراتيجي على الأداء الإداري.

٣. جاء بعد التواصل الداخلي في الترتيب الثالث في درجة الموافقة لأبعاد إدارة العلاقات العامة وذلك بمتوسط ٤,١٦٤٩، وانحراف معياري ٠,٨٣٤٣٣، وذلك بدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على مدي أهمية بعد التواصل الداخلي على الأداء الإداري.

٤. جاء بعد إدارة الازمات في الترتيب الرابع في درجة الموافقة لأبعاد إدارة العلاقات العامة وذلك بمتوسط ٤,١٥٨٢، وانحراف معياري ٠,٨٤١٧٦، وذلك بدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على مدي أهمية بعد إدارة الازمات على الأداء الإداري.

اختبار الفرضيات ومناقشتها:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعلاقات العامة على جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض العدمي: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعلاقات العامة على جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعلاقات العامة على جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الجدول (١٤): نتائج اختبار تباين الانحدار المتعدد (Regression Multiple) للفرضية الرئيسية

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.000[b]	33.743	6.817	4	27.267	.491	.506	.711[a]
		.202	132	26.666			
			136	53.933			

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي المتعدد لتفسير الظاهرة حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة والتابعة (٠,٧١١) وهي تشير إلى علاقة قوية، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (٠,٥٠٦) أي أن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر ما نسبته (٥١%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع الأداء الإداري والباقي يعزى لمتغيرات أخرى، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (٠,٤٩١)

نجد أن قيمة مستوي المعنوية (sig) أصغر من 0.05 وبالتالي سيكون القرار رفض الفرض العدمي مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي المتعدد، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول (١٥): نتائج معادلة الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للفرضية الرئيسية

Coefficients[a]						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	6.196		.255	1.582	(Constant)	1
٠٠.0	2.473	.184	.056	.139	التواصل الداخلي	
٠٠٠.	1.192	.126	.092	.110	التواصل الخارجي	٢
٠٠٠.	-.469	-.048	.079	-.037	التخطيط الاستراتيجي	٣
.000	7.222	.579	.060	.433	إدارة الازمات	٤
a. Dependent Variable: الأداء الادارى						

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم إدارة العلاقات العامة على تحقيق جودة الأداء الادارى حيث يتبين أن:

- متغير (التواصل الداخلي) يؤثر بصورة معنوية على (الأداء الإداري) حيث إن قيمة مستوى المعنوية (sig) تساوى ٠,٠٠٠ وهي أقل من 0.05، إذن نقبل الفرض البديل ونرفض الفرض العدمي القائل أي أنه ذو دلالة إحصائية بين التواصل الداخلي وبين الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التأمين .
- متغير (التواصل الخارجي) يؤثر بصورة معنوية على (الأداء الإداري) حيث إن قيمة مستوى المعنوية (sig) تساوى ٠,٠٠٠ وهي أقل من 0.05، إذن نقبل الفرض البديل ونرفض الفرض العدمي القائل أي أنه ذو دلالة إحصائية بين التواصل الخارجي وبين الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التأمين .

- متغير (التخطيط الاستراتيجي) يؤثر بصورة معنوية على (الأداء الإداري) حيث إن قيمة مستوى المعنوية (sig) تساوى ٠,٠٠٠ وهي أقل من 0.05، إذن نقبل الفرض البديل ونرفض الفرض العدمي القائل أي أنه ذو دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي وبين الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التأمين .
- متغير (إدارة الازمات) يؤثر بصورة معنوية على (الأداء الإداري) حيث إن قيمة مستوى المعنوية (sig) تساوى ٠,٠٠٠ وهي أقل من 0.05، إذن نقبل الفرض البديل ونرفض الفرض العدمي القائل أي أنه ذو دلالة إحصائية بين إدارة الازمات وبين الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التأمين .

وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$Y = 1.582 + 0.139\,X_1 + 0.110X_2 - 0.037X_3 + 0.433X_4$$

حيث:

Y: المتغير التابع (الاداء الإداري)

X_1: البعد الأول في المتغير المستقل (التواصل الداخلي)

X_2: البعد الثانى في المتغير المستقل (التواصل الخارجي)

X_3: البعد الثالث في المتغير المستقل (التخطيط الاستراتيجي)

X_4 : البعد الرابع في المتغير المستقل (إدارة الازمات)

- في حالة زيادة المتغير المستقل (التواصل الداخلي) بمقدار وحدة واحدة فان المتغير التابع (الأداء الإداري) سوف تزداد بمقدار ٠,١٣٩
- في حالة زيادة المتغير المستقل (التواصل الخارجي) بمقدار وحدة واحدة فان المتغير التابع (الأداء الإداري) سوف تزداد بمقدار ٠,١١٠
- في حالة زيادة المتغير المستقل (التخطيط الاستراتيجي) بمقدار وحدة واحدة فان المتغير التابع (الأداء الإداري) سوف تنخفض بمقدار ٠,٠٣٧
- في حالة زيادة المتغير المستقل (إدارة الازمات) بمقدار وحدة واحدة فان المتغير التابع (مقاومة التغيير) سوف تزداد بمقدار ٠,٤٣٣

- في حالة انعدام تأثير (التواصل الداخلي، التواصل الخارجي، التخطيط الاستراتيجي، إدارة الازمات) تكون قيمة تخطى الأداء الإداري ١,٥٨٢

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الداخلي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض العدمي: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الداخلي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الداخلي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الجدول (١٦): نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الأولى

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.000[b]	25.248	8.693	1	8.693	٠,٤٨٣	٠,٤٨٤	96[a].٦
		.344	136	46.826			
			137	55.519			

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة والتابعة (٠,٦٩٦) وهي تشير إلى علاقة قوية، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (٠,٤٨٤) أي أن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر ما نسبته(٤٨٪) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع الأداء الإداري والباقي يعزى لمتغيرات أخرى، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (٠,٤٨٣). نجد أن قيمة مستوي المعنوية (sig) أصغر من 0.05 وبالتالي سيكون القرار رفض الفرض العدمي مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول (١٧): نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الأولى

Coefficients[a]						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	11.746		.255	2.997	(Constant)	1
.000	5.025	.396	.060	.302	التواصل الداخلى	
a. Dependent Variable: الأداء الادارى						

يظهر من الجدول السابق يتبين أن التواصل الداخلي لها أثر إيجابي دال إحصائياً بشكل منفرد على الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التامين عند مستوى الدلالة (0.05) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية (٠,٣٠٢)، وبلغت قيمة (t) لها (٥,٠٢٥) أعلى من قيمتها الجدولية، وبمستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05)، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$Y = 2.997 + 0.302X_1$$

حيث:

Y: المتغير التابع (الأداء الإداري)

X_1: البعد الأول في المتغير المستقل (التواصل الداخلي)

أي أن زيادة وحدة واحدة في (التواصل الداخلي) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٧٤) وحدة في الأداء الإداري ، وفي حالة انعدام تأثير (التواصل الداخلي) تكون قيمة الأداء الإداري ٢,٩٩٧

وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبعد التواصل الداخلي كأحد أبعاد ادارى العلاقات العامة على وهذا يشير إلى أن التواصل الداخلي يلعب دورًا هامًا في التأثير في الأداء الإداري .

<u>الفرضية الفرعية الثانية:</u> يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الخارجي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض العدمي: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الخارجي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل الخارجي في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الجدول (١٨): نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثانية

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.000[b]	49.132	14.391	1	14.391	.261	.267	.517[a]
		.293	135	39.542			
			136	53.933			

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة والتابعة (٠,٥١٧) وهي تشير إلى علاقة متوسطة القوة، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (٠,٢٦٧) أي أن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر ما نسبته (27%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع الأداء الإداري والباقي يعزى لمتغيرات أخرى، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (٠,٢٦١).

نجد أن قيمة مستوي المعنوية (sig) أصغر من 0.05 وبالتالي سيكون القرار رفض الفرض العدمي مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول (١٩): نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثانية

Coefficients[a]						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	8.684		.273	2.375	(Constant)	2
.000	7.009	.517	.064	.450	التواصل الخارجي	
a. Dependent Variable: الأداء الإداري						

يظهر من الجدول السابق يتبين أن التواصل الخارجي لها أثر إيجابي دال إحصائياً بشكل منفرد على الأداء الادارى بشركة النجم لخدمات التامين عند مستوى الدلالة (0.05) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية (٠,٤٥٠)، وبلغت قيمة (t) لها (٧,٠٠٩) أعلى من قيمتها الجدولية، وبمستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05)، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$Y = 2.375 + 0.450X_2$$

حيث:

Y: المتغير التابع (الأداء الإداري)

X_2: البعد الثانى في المتغير المستقل (التواصل الخارجي)

أي أن زيادة وحدة واحدة في (التواصل الخارجي) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٤٥٠) وحدة في تحقيق الأداء الإداري، وفي حالة انعدام تأثير (التواصل الخارجي) تكون قيمة الأداء الإداري ٢,٣٧٥

وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبعد التواصل الخارجى كأحد أبعاد إدارة العلاقات العامة على تحقيق الأداء الإداري وهذا يشير إلى أن التواصل الخارجي يلعب دورًا هامًا في التأثير الأداء الادارى.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي عبر العلاقات العامة في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين ..

الفرض العدمي: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي عبر العلاقات العامة في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين .

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي عبر العلاقات العامة في تحسين جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الجدول (٢٠): نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.000[b]	36.141	11.656	1	11.656	.204	.210	.458[a]
		.323	136	43.863			
			137	55.519			

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة والتابعة (٠,٤٥٨) وهي تشير إلى علاقة متوسطة القوة ، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (٠,٢١٠) أي أن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر ما نسبته (21%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع جودة الأداء الإداري والباقي يعزى لمتغيرات أخرى، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (٠,٢٠٤).

نجد أن قيمة مستوي المعنوية (sig) أصغر من 0.05 وبالتالي سيكون القرار رفض الفرض العدمي مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول (٢١): نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة

Coefficients[a]						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	10.734		.256	2.745	(Constant)	3
.000	6.012	.458	.060	.362	التخطيط الاستراتيجي	
a. Dependent Variable: الأداء الادارى						

يظهر من الجدول السابق يتبين أن التخطيط الاستراتيجي لها أثر إيجابي دال إحصائياً بشكل منفرد على جودة الأداء الإداري التغيير بشركة النجم لخدمات التامين عند مستوى الدلالة (0.05) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية

(٠,٣٦٢)، وبلغت قيمة (t) لها (٦,٠١٢) أعلى من قيمتها الجدولية، وبمستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05)، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$Y = 2.745 + 0.362X_3$$

حيث:

Y: المتغير التابع (الأداء الادارى)

X_3: البعد الثالث في المتغير المستقل (التخطيط الاستراتيجي)

أي أن زيادة وحدة واحدة في (التخطيط الاستراتيجى) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٣٦٢) وحدة في تخطى مقاومة التغيير، وفي حالة انعدام تأثير (الثقافة التنظيمية) تكون قيمة جودة الأداء الادارى ٢,٧٢٨

وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبعد التخطيط الاستراتيجي كأحد أبعاد إدارة العلاقات على جودة الأداء الإداري وهذا يشير إلى أن التخطيط الاستراتيجي يلعب دورًا هامًا في جودة الأداء الإداري.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الازمات للعلاقات العامة في تعزيز الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض العدمي: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الازمات للعلاقات العامة في تعزيز الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الازمات للعلاقات العامة في تعزيز الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين.

الجدول (٢٢): نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الرابعة

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.000[b]	96.972	23.109	1	23.109	.412	.416	.645[a]
		.238	136	32.410			
			137	55.519			

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة والتابعة (٠,٦٤٥) وهي تشير إلى علاقة قوية، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (٠,٤١٦) أي أن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر ما نسبته (٤٢%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع جودة الأداء الإداري والباقي يعزى لمتغيرات أخرى، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (٠,٤١٢).

نجد أن قيمة مستوي المعنوية (sig) أصغر من 0.05 وبالتالي سيكون القرار رفض الفرض العدمي مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول (٢٣): نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة

Coefficients[a]						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	10.591		.210	2.226	(Constant)	٤
.000	9.847	.645	.050	.488	إدارة الازمات	
a. Dependent Variable: الأداء الادارى						

يظهر من الجدول السابق يتبين أن بعد إدارة الازمات لها أثر إيجابي دال إحصائياً بشكل منفرد على جودة الأداء الإداري التغيير بشركة النجم لخدمات التامين عند مستوى الدلالة (0.05) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية (٠,٤٨٨)، وبلغت قيمة (t) لها (٩,٨٤٧) أعلى من قيمتها الجدولية، وبمستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05)، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$Y = 2.226 + 0.488X_4$$

حيث:

Y: المتغير التابع (الأداء الادارى)

X_4: البعد الرابع في المتغير المستقل (إدارة الازمات)

أي أن زيادة وحدة واحدة في (إدارة الازمات) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٤٨٨) وحدة في جودة الأداء الادارى، وفي حالة انعدام تأثير (إدارة الازمات) تكون قيمة جودة الأداء الإداري ٢,٢٢٦

وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبعد إدارة الازمات كأحد أبعاد إدارة العلاقات على جودة الأداء الإداري وهذا يشير إلى أن بعد إدارة الازمات يلعب دورًا هامًا في جودة الأداء الإداري.

الفصل الخامس: تحليل النتائج والتصور المقترح

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرض النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة ومناقشة هذه النتائج، وبناء على هذه النتائج تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات، وتلخص كالتالي:

تحليل النتائج:

أكدت نتائج التحليل الإحصائي على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة للفرضية الرئيسية حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) لأبعاد إدارة العلاقات العامة على جودة الأداء الإداري بشركة النجم لخدمات التأمين، حيث نجد أن أبعاد إدارة العلاقات العامة (التواصل الداخلي، التواصل الخارجي، التخطيط الاستراتيجي، إدارة الازمات)، يؤثرون بصورة معنوية علي المتغير التابع (جودة الأداء الإداري)حيث توضح النتائج الإحصائية على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لأبعاد إدارة العلاقات العامة على جودة الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التامين واتفقت هذه النتائج مع دراسة (أبو حامد،٢٠٢٣) وهذه الدراسة أظهرت أن العلاقات العامة تساهم بشكل كبير في تعزيز العلاقة مع المجتمع المحلي، واستقطاب العملاء والموظفين، من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتواصل الفعّال.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الفرعية الأولى على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين التواصل الداخلي وجودة الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التامين "، ويتبين وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لبعد التواصل الداخلي كأحد ابعاد إدارة العلاقات العامة على جودة الأداء الإداري، هذا يشير إلى أن التواصل الداخلي يلعب دور مهم في التأثير على وجودة الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التامين.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الفرعية الثانية على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين التواصل الخارجي وجودة الأداء الادارى بشركة نجم لخدمات التامين "، ويتبين وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لبعد التواصل الخارجى كأحد ابعاد إدارة العلاقات العامة على جودة الأداء الإداري ، هذا يشير إلى أن التواصل الخارجي يلعب دور مهم في التأثير على وجودة الأداء الإداري بشركة نجم لخدمات التامين.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الفرعية الثالثة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الأداء الادارى بشركة نجم لخدمات التامين "، ويتبين وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لبعد التخطيط الاستراتيجي كأحد ابعاد إدارة العلاقات العامة على جودة الأداء الادارى ، هذا يشير إلى أن التخطيط الاستراتيجي يلعب دور مهم في التأثير على وجودة الأداء الادارى بشركة نجم لخدمات التامين.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الفرعية الرابعة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث إنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين إدارة الازمات وجودة الأداء الادارى بشركة نجم لخدمات التامين "، ويتبين وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لبعد إدارة الازمات كأحد ابعاد إدارة العلاقات العامة على جودة الأداء الادارى ، هذا يشير إلى أن إدارة الازمات يلعب دور مهم في التأثير على وجودة الأداء الادارى بشركة نجم لخدمات التامين.

توصيات الدراسة

ووفقًا لنتائج الدراسة؛ أشار الباحث إلى مجموعة من التوصيات الهامة التي يجب وضعها في الحسبان والتي يمكن توضيحها من خلال ما يلي:

١. تعزيز قنوات التواصل الداخلي بين الإدارات والعاملين لضمان تدفق المعلومات بشكل فعّال وسريع.
٢. تطوير استراتيجية فعالة للتواصل الخارجي تعزز من صورة الشركة لدى الجمهور وتبني علاقات إيجابية مع العملاء.
٣. إدماج إدارة العلاقات العامة في عمليات التخطيط الاستراتيجي العامة للشركة لتحقيق تكامل أكبر بين الإدارات.
٤. تأسيس وحدة متخصصة لإدارة الأزمات ضمن إدارة العلاقات العامة، وتحديد آليات استجابة واضحة عند حدوث الأزمات.
٥. تنفيذ برامج تدريبية دورية لموظفي العلاقات العامة في مجالات الاتصال الفعّال، التخطيط، وإدارة الأزمات.
٦. اعتماد مؤشرات قياس أداء واضحة لربط أنشطة العلاقات العامة بجودة الأداء الإداري الفعلي.
٧. تشجيع ثقافة تنظيمية قائمة على الشفافية والتواصل لتعزيز الانتماء المؤسسي وتحفيز الموظفين.
٨. استخدام التكنولوجيا الحديثة في إدارة العلاقات العامة مثل أنظمة إدارة المحتوى، والتواصل الداخلي الرقمي.
٩. تعزيز التنسيق بين إدارة العلاقات العامة وباقي الإدارات لضمان توحيد الرسائل وتحقيق أهداف استراتيجية موحدة.
١٠. إجراء دراسات رضا دورية للعملاء والموظفين لتقييم كفاءة قنوات التواصل وجودة الأداء الإداري.
١١. إعداد خطط طوارئ إعلامية مسبقة تُفعل فور وقوع أزمة، مع تحديد ناطقين رسميين وتدريبهم على ذلك.
١٢. تعزيز الابتكار في الرسائل الإعلامية وحملات العلاقات العامة لتكون أكثر تأثيراً وجذباً للجمهور المستهدف.

الجزء الرابع: ملاحق الدراسة

مراجع الدراسة العربية والأجنبية

ملاحق الدراسة

ملخص الدراسة باللغة العربية

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. ابن عبد الرحمن، مصطفى وبديار، عبد الكريم، (٢٠٢٠)، دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال الداخلي والخارجي في الإذاعة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر.

٢. أحمد، مناهل احمد يوسف (٢٠١٥). أثر التغيير التنظيمي على تحسين الاداء الاداري بالمؤسسات الخدمية رسالة دكتوراه غير منشورة فلسفة ادارة الاعمال السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

٣. البدوى، محمد البشير. (٢٠٢٣)، دور ادارة المشروعات في تطوير الاداء الادارى، جامعة وادى النيل، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الاعمال.

٤. البلوشي، محمد عباس حمزة. (٢٠٢٠). دور العلاقات العامة في تحسين بيئة الأداء لدى العاملين بالمؤسسات العامة بدولة الكويت، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم البيئية، جامعة مدينة السادات، مصر.

٥. الخالدي، خزيم سالم، (٢٠١٢)، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة: منظور حديث، مجلة الصورة والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، المجلد (١)، العدد (١)، الأردن، ١-١٠.

٦. الخروصي، زيد بن خميس بن علي، الخروصي، عيسى بن خميس بن علي، الخروصي، سلطان بن خميس بن راشد، (٢٠٢٢)، أثر نظم المعلومات الإدارية في الأداء الإداري لدى مديري المدارس الحكومية بسلطنة عمان، المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، المجلد (٣)، العدد (٧)، مصر، ٣١-٦٨.

٧. الخروصي، يوسف بن خميس؛ الخروصي، عيسى بن خميس؛ الخروصي، سلطان بن خميس. (٢٠٢٣). أثر التغير التنظيمي على تحسين الأداء الإداري في وزارة الإسكان والتخطيط العمراني بسلطنة عمان، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد (٧)، العدد (٨)، ص٤٠.

٨. العوفي، هيفا سويعد، (٢٠٢١)، دور القيادة الفعَّالة في تحقيق جودة الأداء الإداري دراسة ميدانية على القيادات الإدارية بقطاع التعليم بمنطقة المدينة المنورة، مجلة القراءة والمعرفة، المجلد (٢١)، العدد (٢٣٩)، ٧٧-١٠٧.

٩. الكميم، جمال ناصر علي، صلح، عبد الملك هاشم هاشم عبد الله، (٢٠١٩)، دور تكنولوجيا المعلومات في جودة الأداء الإداري (دراسة حالة البوابة الإلكترونية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالجمهورية اليمنية)، مجلة الجامعة اليمنية، الجامعة اليمنية، العدد (٢)، ٧١-١٠٩.

١٠. باشوشي، كنزة، (٢٠٢٢)، مطبوعة بيداغوجية في مقياس إدارة العلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، الجزائر.

١١. بدراني، الطيب وعبدلي، مختارية، (٢٠١٧)، أهمية العلاقات العامة في حملات الترويج للمنتجات الجديدة -دراسة ميدانية بمؤسسة LG تيسمسيلت-، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بن يحي الونشريسي-تيسمسيلت، الجزائر.

١٢. بن عيسى، (٢٠١٤). دور العلاقات العامة في تحسين الأداء داخل المؤسسة: دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس بقالمة. رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة.

١٣. بوناب، أمينة، بويدة، حدة وقيراطي، مروة، (٢٠١٧)، دور العلاقات العامة في تنمية الموارد البشرية -دراسة ميدانية برئاسة جامعة ٨ ماي ١٩٤٥-، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، الجزائر.

١٤. جفال، سامية، (٢٠١٤)، الاتصال في العلاقات العامة .. الوسائل والجمهور، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد (٣٣)، الجزائر، ٢٩-٤٩.

١٥. حسانين، نجوي إبراهيم الدسوقي رمضان، (٢٠٢٢)، تطوير الأداء الإداري لمديري مدارس الحلقة الثانية من التعليم الأساسي على ضوء أحد المعايير الدولية، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، المجلد (١٦)، العدد (٩)، ١٠١٠-١٠٤٩.

١٦. حمامدي، هبه، (٢٠٢١)، دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة شركة تزويد كهرباء الشمال نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

١٧. رمضان، حلمي موفق، (٢٠٢١)، دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية الفلسطينية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

١٨. عثمان متوكل سليمان الفاضل وعلي عبد الرحمن محمد (٢٠١٦) دور العلاقات العامة في تحسين النظم الإدارية في المؤسسات الحكومية دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الكهرباء والسدود خلال الفترة من يناير ٢٠١٥م. - يوليو ٢٠١٦ م (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القرآن الكريم والعلوم).

١٩. علي، السيد عبد الرحمن، (٢٠٢٣)، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات، مجلة بحوث الإعلام الرقمي، المجلد (١)، العدد (١)، ٢٥٧-٣٤٤.

٢٠. عواج، سميرة، (٢٠١٧)، الاتصال الداخلي للعلاقات العامة في المؤسسة الجامعية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد (١٤)، العدد (٢٧)، ٢٦-٥١.

٢١. غانية، رحيل، (٢٠١٦)، دور العلاقات العامة في تنمية أداء المؤسسات العمومية دراسة ميدانية: مؤسسة الأنابيب الصغرى بالرغاية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق -بودواو-، جامعة امحمد بوقرة. بومرداس.، الجزائر.

٢٢. غباشي، نيفين احمد. (٢٠٢١)، أثر استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في كفاءة إداراتهم لسمعة المنظمة: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة في المنظمات المختلفة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، العدد(٢١).

٢٣. فقراوي، منير وأبو بكر، مولة، (٢٠٢٤)، دور الرقمنة في تحسين الأداء الإداري بالمؤسسات التعليمية دراسة حالة عينة من الأساتذة بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف -ميلة-، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، الجزائر.

٢٤. قادوس، غدير عبد الخالق محمد شريف، (٢٠٢٢)، التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأزمات لدى دوائر العلاقات العامة في القطاع المصرفي الفلسطيني، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

٢٥. قوراي، نعيمة، (٢٠١٥)، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة السياحية للجزائر، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي أحمد بن يحي الونشريسي -تيسمسيلت-، الجزائر.

٢٦. قويدر، حياة حاج وابن قومار، خديجة، (٢٠٢٠)، أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية (دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية، الجزائر.

٢٧. كامل، ج. ح. (٢٠١٩). واقع الأداء الإداري وفقًا لمعيار هالنجر وعلاقته بالتميز في الأداء لدى مديري المدارس الثانوية. _مجلة الأستاذ للعلوم الإنسانية والاجتماعية_ ، جامعة بغداد، كلية التربية ابن رشد، (عدد خاص)، ٣٩-٧٤.

٢٨. لقصير، رزيقة، (٢٠٠٧)، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري -قسنطينة، الجزائر.

٢٩. مانع، فاطمة، (٢٠١٤)، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة حسيبة بن بوعلي- الشلف، المجلد (١)، العدد (١٠)، الجزائر، ٢٦٩-٢٩٠.

٣٠. محمد، عبد الرحمن عطية متولي؛ محمدين، حشمت عبد الحكم؛ حمدي، أحمد عبد الفتاح. (٢٠٢١). متطلبات تطوير الأداء الإداري للعاملين بقطاع المعاهد الأزهرية في ضوء مدخل الإدارة إستراتيجية، كلية التربية بنين، جامعة الأزهر بالقاهرة، العدد (١٩٠)، الجزء (٢)، ص٤٧٩.

٣١. معمر، عادل حسن عبد النبي، (٢٠٢٥)، إدارة الأزمات في العلاقات العامة (دراسة نظرية)، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية الآداب، جامعة بني وليد، المجلد (٤)، العدد (٢)، ليبيا، ١٥٣-١٦٢.

٣٢. نسرين واخرون. (٢٠١٧). دوور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.

٣٣. يحيى، عائشة محمود عبد الخالق، (٢٠٢٥)، أشكال الاتصال الداخلي والخارجي في ظل وجود وغياب دائرة العلاقات العامة في المؤسسة: دراسة مقارنة بين الغرف التجارية الصناعية الفلسطينية في الضفة الغربية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Abdulsadek, A. H. (2021). The Dialogue Strategy in Public Relations Practice: A Comparative Study Between Government Organizations in Bahrain and Egypt. Journal of the Gulf & Arabian Peninsula Studies, 47(181).
2. Al-Kharusi, Y. K., Al-Kharusi, I. K., Al-Kharusi, Z. K., & Al-Kharusi, S. K. (2023). Impact of organizational change to improve administrative performance in Ministry of Housing and Urban Planning in Sultanate of Oman. _Journal of Economic, Administrative and Legal Sciences, 7_ (8), 32-48.
3. Al-Sabti, Y. A. A. (2013). The role of public relations in achieving job satisfaction for workers in 'Al Rai' and 'Kuwait Times' newspapers. (Bachelor's Thesis). Middle East University, Department of Public Relations and Advertising.

4. Blotnicky, K. A., & Thurlow, A. (2021). The Influence of Public Relations and Communication Functions on Perceptions of Organizational Success, Innovation and Reputation. International Journal of Management and Marketing Research, 14(1), 1-17.
5. Christianah, A.O & Olayinka, A.P, (2023), The impact of effective public relations on organizational performance in Micmakin Nigeria limited, International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation, Joseph Ayobabalola University, Vol.4, 579-585.
6. Cioc, M., & Ursacescu, M. (2012, November). Performance Evaluation in Administration and Management of Public Enterprises in Accordance with the Corporate Governance's Principles. _Conference Paper_ . Bucharest University of Economic Studies.
7. Ejiofo, N.E, Ngong, C.A, Chukwuemeka, O.J, Chuka, I, Ugbam, C.O and Ibe, G.I, (2023), Effect of public relations planning on human resource management performance of the Independent National Electoral Commission in Nigeria, Cogent Social Sciences, 9(1), 1-13.
8. Elsayed, A. M. (2020). Identifying Administrative Performance: An Exploratory Study of School Principals from the Viewpoints of Teachers in Sultanate of Oman. _PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology_ , 17(6), 1733-1747.
9. mahdi, dala saleh.(2022). the role of job Satisfaction in developing administrative performance and creativity, Journal of Asian Finance Economics and Business, vol 8, no6, pp466- 473.
10. Pocovnicu, D, (2014), Public Relations in Public Administration: Role And Management, In A Socio-Political Marketing Context, Studies and Scientific Researches, Interdisciplinary Doctoral School in Marketing, "Transilvania" University of Braşov, No.19, 216-221.
11. Selarz, F. (2018). The extent to which public relations are used to provide marketing information to the public in service organizations in Australia. Journal of Management and Entrepreneurship, 14(3), 342-354.

12. TITI, M.H and TITI, F.H, (2025), The Role of Public Relations in Enhancing the Efficiency of Educational Administration: An Analytical Study of Communication and Interaction Methods Between the School and The Community, International Journal of Humanities and Social Sciences, 7(2), 457-484.
13. Ugoani, J.N.N, (2020), Public Relations Practice and Its Impact on Strategy Effectiveness, International Journal of Economics and Business Administration, College of Management and Social Sciences, Rhema University, 6(2), Nigeria, 63-71.

الملاحق

استمارة الاستبيان

دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

عزيزي المشارك تحية طيبة وبعد.....

نقدم لكم مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بموضوع دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري في شركة نجم لخدمات التأمين، وهذه الاستبانة لن تأخذ الكثير من وقتكم فنحن نقدم لكم هذه الاستبانة لأننا في حاجة مساعدتكم لنا في ملئ هذه الاستبانة، لذلك نطلب من حضراتكم قراءة الأسئلة بتمعن واختيار الإجابة التي تعكس رأيكم، مع العلم بأن المعلومات الواردة في الاستبانة يتم استخدامها فقط لإجراء بحث علمي وأنها ستكون سرية تامة ولم يتم نشرها.

المحور الأول: البيانات الديموغرافية

١. **النوع الاجتماعي:**
   - ذكر
   - أنثى
٢. **العمر:**
   - (٢٣-٣٠) سنة.
   - (٣١-٤٠) سنة
   - (٤١-٥٠) سنة
   - (٥١-٦٠) سنة
   - ٦١ فأكثر
٣. **المؤهل العلمي**
   - دبلوم
   - بكالوريوس
   - ماجستير
   - دكتوراه
٤. **إجمالي عدد سنوات الخبرة**
   - (٠ – سنتين) خبرة
   - (٣-١٠) سنوات خبرة
   - (١٠ -١٥) سنة خبرة
   - أكثر من ١٥ سنة خبرة
٥. **المسمى الوظيفي**
   - أخصائي تأمين
   - مسؤول خدمة عملاء
   - أخصائي موارد بشرية
   - أخرى

م	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المحور الثاني: إدارة العلاقات العامة						
البعد الأول: التواصل الداخلي						
١	يعزز التواصل الداخلي التنسيق بين الفرق والإدارات المختلفة في شركة نجم لخدمات التأمين.					
٢	يساعد التواصل الداخلي على فهم توجهات الإدارة العليا وتفسيرها بشكل صحيح.					
٣	يساهم التواصل الداخلي في تحسين التعاون بين الموظفين داخل شركة نجم لخدمات التأمين.					
٤	يتمتع التواصل الداخلي في شركة نجم لخدمات التأمين بالشفافية والوضوح الكافي.					

البعد الثاني: التواصل الخارجي						
١	تساهم جهود العلاقات العامة الخارجية في تحسين صورة شركة نجم لخدمات التأمين لدى جمهورها الخارجي.					
٢	تعتقد أن الانطباع العام الذي يتم تكوينه عن الشركة من خلال الإعلام والاتصالات مخطط له بشكل جيد.					
٣	تعمل العلاقات العامة الخارجية على تعزيز الثقة بين الشركة والعملاء والمجتمع.					
٤	تتبع إدارة العلاقات العامة في شركة نجم لخدمات التأمين استراتيجية واضحة لبناء صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور.					
البعد الثالث: التخطيط الاستراتيجي						
١	تعتمد إدارة العلاقات العامة في شركة نجم لخدمات التأمين على التخطيط المسبق لتنفيذ أنشطتها بفعالية.					
٢	يساهم التخطيط الاستراتيجي في اختيار الأساليب والموضوعات المناسبة لأنشطة العلاقات العامة.					
٣	يتم ربط خطط العلاقات العامة الاستراتيجية مع الخطط العامة لشركة نجم لخدمات التأمين بشكل منسجم.					
٤	تعتقد أن الاستخدام الفعال للموارد					

	والأساليب ضمن تخطيط العلاقات العامة يؤدي إلى تحسين جودة العمل الإداري.					
البعد الرابع: إدارة الأزمات						
١	تعتقد أن إدارة العلاقات العامة في شركة نجم لخدمات التأمين تفهم أبعاد وأسباب الأزمات بشكل واضح.					
٢	تساهم إدارة العلاقات العامة في اتخاذ قرارات صحيحة وسريعة أثناء الأزمات.					
٣	تلعب إدارة العلاقات العامة دورًا فعالاً في طمأنة الجمهور داخل وخارج الشركة أثناء الأزمات.					
٤	يساعد الاتصال المستمر والشفاف أثناء الأزمات في الحفاظ على استقرار العمل الإداري.					
المحور الثالث: جودة الأداء الإداري						
١	تحرص إدارة شركة نجم لخدمات التأمين على مراجعة قواعد وإجراءات سير العمل وتعمل على تطويرها بشكل مستمر.					
٢	تساعد المعارف والمهارات التي تكتسبها الإدارة من البرامج التدريبية على ابتكار أساليب جديدة لأداء الأعمال.					
٣	تحاول إدارة شركة نجم لخدمات التأمين اكتشاف المشاكل والعوائق قبل وقوعها.					

٤	تظهر نتائج الأداء الإداري بوضوح في جودة الخدمات المقدمة للعملاء.					
٥	تشعر بأن الإدارة تحفز الموظفين وتشجعهم على الأداء الأفضل.					
٦	تقترح إدارة شركة نجم لخدمات التأمين أساليب جديدة لتحسين العمل رغم علمها بالمخاطر المترتبة على ذلك.					
٧	تحرص إدارة شركة نجم لخدمات التأمين على معرفة أوجه القصور أو الضعف فيما تقوم به من أعمال.					
٨	تتخذ إدارة شركة نجم لخدمات التأمين إجراءات واضحة لمعالجة التحديات.					
٩	يتخذ المسؤولون الإداريون قرارات مدروسة ومبنية على معلومات دقيقة.					
١٠	تستخدم إدارة شركة نجم الموارد المتاحة بكفاءة.					

شكرًا جزيلاً لوقتك وتعاونك في الإجابة على هذا الاستبيان

رابط الاستبيان:

https://forms.gle/FxvmnGb4uyLbpGA17

المستخلص

هدف البحث إلى تسليط الضوء حول معرفة دور العلاقات العامة في تعزيز جودة الأداء الإداري: بالتطبيق على شركة نجم لخدمات التأمين، وذلك من خلال توضيح أبعاد إدارة العلاقات العامة، بالإضافة إلى الكشف عن دور إدارة العلاقات العامة بأبعادها على جودة الأداء الادارى، ولقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من أجل تحقيق أهداف الدراسة، حيث استخدم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، حيث طبق هذا البحث على مجتمع دراسة تتمثل في شركة نجم لخدمات التامين إذ تكونت عينة البحث من عينة عشوائية قدرها (١٣٨) مفردة، ولتحليل هذه المعلومات تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

ولقد توصل هذا البحث إلى مجموعة من النتائج الهامة والتي تتمثل أبرزها في أن أبعاد إدارة العلاقات العامة (التواصل الداخلى، التواصل الخارجي، التخطيط الاستراتيجي، أدارة الازمات)تلعب دورًا هامًا في تحقيق جودة الأداء الإداري بشكل عام، ولقد أوصى الباحث بمجموعة من التوصيات منها أن تتمثل التوصيات الرئيسية بضرورة تفعيل دور إدارة العلاقات العامة بشركة نجم لخدمات التأمين، من خلال تعزيز التواصل الداخلي لضمان تدفق المعلومات بشكل فعّال بين الموظفين والإدارات. كما تؤكد أهمية تطوير التواصل الخارجي لتعزيز صورة الشركة وبناء علاقات قوية مع العملاء، وتدعو الدراسة إلى إدماج العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي لتحقيق تكامل وظيفي يدعم أهداف الشركة. وتبرز أهمية إنشاء وحدة لإدارة الأزمات وتوفير خطط طوارئ إعلامية فعالة، كما توصي بتدريب الكوادر بشكل مستمر، وتبني مؤشرات أداء لقياس أثر العلاقات العامة على جودة الأداء الإداري، وأخيرًا، تشدد على أهمية استخدام التكنولوجيا وتعزيز ثقافة تنظيمية قائمة على الشفافية والتواصل.

Abstract

The study aimed to shed light on the role of public relations in enhancing the quality of administrative performance, applying it to Najm Insurance Services Company. This was achieved by clarifying the dimensions of public relations management, in addition to revealing the role of public relations management in its dimensions on the quality of administrative performance. To achieve the study objectives, the researcher relied on a descriptive and analytical approach. A questionnaire was used as a tool for collecting information. This study was applied to a study population represented by Najm Insurance Services Company. The study sample consisted of a random sample of (138) individuals. The statistical analysis program (SPSS) was used to analyze this information.

This study reached a set of important results, the most prominent of which is that the dimensions of public relations management (internal communication, external communication, strategic planning, crisis management) play a significant role in achieving the quality of administrative performance in general. The researcher made a set of recommendations, including the following: The study recommends the need to activate the role of public relations management at Najm Insurance Services Company by enhancing internal communication to ensure the effective flow of information between employees and departments. It also emphasizes the importance of developing external communication to enhance the company's image and build strong relationships with clients. The study calls for integrating public relations into strategic planning to achieve functional integration that supports the company's objectives. It highlights the importance of establishing a crisis management unit and providing effective media emergency plans. It also recommends continuous staff training and the adoption of performance indicators to measure the impact of public relations on the quality of administrative performance. Finally, it emphasizes the importance of utilizing technology and fostering an organizational culture based on transparency and communication.

Mid Ocean University
College of Humanities
Public Relations Major

The Role of Public Relations in Enhancing the Quality of Administrative Performance: An Application to Najm Insurance Services Company

Preparation

Munira Mufleh Nasser Al-Qahtani

2025