

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة المخاطر



دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة: دراسة تطبيقية على شركة

ياسرف بالمدينة المنورة

إعداد الطالب/

عبدالرحمن عبدالمانع القحطاني

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

العام الدراسي:

2024

3.....	مقدمة:
4.....	مشكلة الدراسة:
5.....	أهمية الدراسة:
7.....	أهداف الدراسة:
7.....	تساؤلات الدراسة
8.....	فروض الدراسة:
10.....	الدراسات السابقة:
18.....	الفجوة البحثية
20.....	المنطلقات النظرية للدراسة:
21.....	المنهجية وطرق البحث:
21.....	مصادر البيانات :
22.....	أدوات الدراسة:
22.....	الأساليب الإحصائية المستخدمة:
23.....	حدود الدراسة:
25.....	المراجع:

مقدمة:

تعتبر مخاطر السمعة من العوامل المهمة والمؤثرة في كيان منظمات الأعمال والتي يجب قياسها والإفصاح عنها للتحوط منها، حيث تؤدي تداعياتها السلبية إلى خسارة المليارات من القيمة السوقية للمنظمات، هناك العديد من الأسباب وراء هذا النوع من المخاطر، ولكن من الصعب جداً التنبؤ بها ويمكن تحديدها وتصويرها في شكل سلسلة سببية، يتدفق معظمها إلى قرارات أصحاب المصلحة. (أبو العز، 2022)

كما تمثل السمعة نقطة ارتكاز أساسية ليس فقط في رحلة حياة الشخص؛ وفي الواقع، في رحلة المنظمات والمؤسسات والشركات أيضاً، يستغرق بناء السمعة سنوات، ولكن من الممكن أن يتم تدميرها في لحظة وعلى المستوى العالمي، هناك العديد من العوامل التي تساهم في ترسيخ سمعة الشركة، مثل جودة المنتجات والخدمات، ومشاركة الموظفين، والوعي البيئي، فهي ركائز أساسية في تشكيل ثقافة الشركة وهويتها بشكل عام، تعد مخاطر السمعة نتيجة طبيعية لفشل الشركة في إدارة واحد أو كل أنواع المخاطر التي تواجهها. (نويجي، 2023)

وقد تنشأ أيضاً إذا كانت شركات الكهرباء غير فعالة، مما يتسبب في ردود فعل سلبية واسعة النطاق، إن انتهاك الاحتياطات الأمنية، سواء بسبب الهجمات الداخلية أو الخارجية على نظام شركات الكهرباء، يؤدي إلى تقويض ثقة العملاء في سلامة عمليات الشركة، و تنشأ مخاطر السمعة أيضاً إذا لم يتم تزويد العملاء بالخدمات وفقاً للتوقعات أو إذا لم يتم إعطاؤهم بيانات كافية حول كيفية استخدام المنتج أو خطوات حل المشكلات. (الحاج، 2016)

مشكلة الدراسة:

يعد التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة من العناصر الحاسمة في إدارة السمعة المؤسسية، وخاصة في القطاعات الصناعية الكبرى مثل النفط والغاز. تواجه الشركات في هذا القطاع العديد من المخاطر التي تهدد سمعتها، بما في ذلك الأزمات البيئية والتغطية الإعلامية السلبية والمخاطر التشغيلية. يعتبر الحفاظ على السمعة المؤسسية أحد التحديات الرئيسية، حيث يؤثر بشكل مباشر على ثقة الجمهور وأصحاب المصلحة في المؤسسة، ما قد يؤدي إلى تداعيات سلبية على المدى الطويل. من هنا تأتي أهمية التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة كأداة للتخفيف من حدة هذه المخاطر وتحسين القدرة المؤسسية على إدارة الأزمات.

وتتطلب مشكلة الدراسة من الحاجة إلى استكشاف دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف، إحدى الشركات الرائدة في قطاع النفط بالمملكة العربية السعودية. في ظل التحديات المتزايدة التي تواجه الشركات النفطية، يصبح من الضروري فهم كيف يمكن للتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة أن يساعد في الحفاظ على السمعة الإيجابية للشركة وتقليل الأضرار الناتجة عن الأزمات المحتملة. كما أن غياب استراتيجيات واضحة وفعالة لإدارة السمعة قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية طويلة الأمد على الأداء المؤسسي.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة، مثل دراسة حمامدى (2021) التي تناولت دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة السمعة في شركات الكهرباء، نجد أن المؤسسات التي تتبنى خططاً استراتيجية محكمة للعلاقات العامة تتمتع بقدرة أكبر على حماية سمعتها وتعزيزها. ومع ذلك، تبين أن معظم الدراسات السابقة ركزت على القطاعات الخدمية أو التجارية، وهو ما يطرح تساؤلاً

حول مدى تطبيق هذه الاستراتيجيات في القطاعات الصناعية الثقيلة مثل قطاع النفط، الذي يشكل بيئة معقدة تتطلب استراتيجيات أكثر دقة وشمولية.

وتتجلى الفجوة البحثية في أن هناك قلة من الدراسات التي استكشفت هذه العلاقة في سياق قطاع النفط بالمملكة العربية السعودية. على الرغم من أن دراسة الغافود (2020) تناولت مخاطر السمعة في المصارف التجارية الليبية وأشارت إلى أهمية التخطيط في التعامل مع تلك المخاطر، فإن هذا القطاع يختلف من حيث طبيعة المخاطر وسياقها عن المخاطر التي تواجه الشركات النفطية. لذا، هناك حاجة ملحة لدراسة أثر التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في هذا القطاع المهم والحيوي للاقتصاد الوطني.

لذلك تسعى الدراسة إلى سد الفجوة البحثية من خلال استكشاف العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة وإدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف.

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية هذه الدراسة إلى شقين رئيسيين: الأهمية العلمية والأهمية العملية.

• الأهمية العلمية للدراسة:

- تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من كونها تساهم في سد الفجوة البحثية المتعلقة بدور التخطيط

الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في بيئة صناعية حساسة مثل شركة

ياسرف في المملكة العربية السعودية.

- على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في مؤسسات خدمية وتجارية، فإن الأبحاث التي تركز على هذا المجال في قطاع النفط والغاز قليلة، ما يجعل هذه الدراسة إضافة قيمة إلى الأدبيات العلمية في مجال الإدارة والعلاقات العامة.

- تقدم نموذجاً علمياً متكاملًا يعتمد على تحليل العوامل المؤثرة في إدارة مخاطر السمعة، مما يعزز من فهمنا لكيفية تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على الحفاظ على السمعة الإيجابية في قطاع حساس ومعقد.

• الأهمية العملية للدراسة:

- تكمن الأهمية العملية للدراسة في قدرتها على تقديم توصيات تطبيقية لصناع القرار في شركة يأسرف والشركات المماثلة حول كيفية تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة مخاطر السمعة.
- تساعد نتائج الدراسة المؤسسات في تحسين سياساتها واستراتيجياتها لتجنب الأزمات التي قد تضر بسمعتها، من خلال تطبيق تخطيط استراتيجي للعلاقات العامة يأخذ بعين الاعتبار السياقات المختلفة والعوامل المؤثرة في السمعة.
- تساهم في تعزيز مرونة المؤسسات في التعامل مع الأزمات المحتملة وتقديم حلول عملية لتقليل تأثيرها السلبي على السمعة، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة بين الشركة وأصحاب المصلحة وتحقيق استدامة طويلة الأمد في الأداء المؤسسي.

أهداف الدراسة:

يكمُن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة بأبعادها (مؤشرات تحليل البيئة الداخلية والخارجية - مؤشرات وجود توجهات استراتيجية للشركة - مؤشرات وجود خطة استراتيجية وتنفيذية - مؤشرات تنفيذ الخطة الاستراتيجية - مؤشرات مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية) على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

وتنبثق من الهدف الرئيسي مجموعة من الاهداف الفرعية تتمثل في:

- التعرف على العلاقة بين مؤشرات تحليل البيئة الداخلية والخارجية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.
- دراسة مدى تأثير مؤشرات وجود توجهات استراتيجية للشركة على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.
- التعرف على مدى تأثير مؤشرات وجود خطة استراتيجية وتنفيذية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.
- دراسة مدى تأثير مؤشرات تنفيذ الخطة الاستراتيجية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.
- معرفة مدى تأثير مؤشرات مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

تساؤلات الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

السؤال الرئيسي: هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لدور

التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة بأبعادها (مؤشرات تحليل البيئة الداخلية والخارجية - مؤشرات

وجود توجهات استراتيجية للشركة - مؤشرات وجود خطة استراتيجية وتنفيذية - مؤشرات تنفيذ

الخطة الاستراتيجية - مؤشرات مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية) على إدارة مخاطر السمعة في

شركة ياسرف بالمدينة المنورة؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية: -

• السؤال الفرعي الأول: ما هو أثر مؤشرات تحليل البيئة الداخلية والخارجية على إدارة مخاطر

السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة؟

• السؤال الفرعي الثاني: هل يوجد علاقة بين مؤشرات وجود توجهات استراتيجية للشركة وبين

إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة؟

• السؤال الفرعي الثالث: ما هو أثر مؤشرات وجود خطة استراتيجية وتنفيذية على إدارة مخاطر

السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة؟

• السؤال الفرعي الرابع: هل يوجد علاقة بين تنفيذ الخطة الاستراتيجية على إدارة مخاطر

السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة؟

• السؤال الفرعي الخامس: ما هو أثر مؤشرات مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية وبين إدارة

مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة فقد أعتمد على مجموعة من الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لدور التخطيط

الاستراتيجي للعلاقات العامة بأبعادها (مؤشرات تحليل البيئة الداخلية والخارجية - مؤشرات وجود توجهات استراتيجية للشركة - مؤشرات وجود خطة استراتيجية وتنفيذية - مؤشرات تنفيذ الخطة الاستراتيجية - مؤشرات مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية) على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

وينبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

1. الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمؤشرات

تحليل البيئة الداخلية والخارجية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

2. الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمؤشرات

وجود توجهات استراتيجية للشركة وبين إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

3. الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمؤشرات

وجود خطة استراتيجية وتنفيذية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

4. الفرضية الفرعية الرابعة: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمؤشرات

تنفيذ الخطة الاستراتيجية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

5. الفرضية الفرعية الخامسة: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمؤشرات

مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

دراسة نوبجي (2023)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل إدارة مخاطر سلاسل الإمداد وأثرها على سمعة العلامة التجارية في شركات التجارة الإلكترونية في قطاع الأغذية والمشروبات بالقاهرة. ركزت الدراسة على الشركات الكبيرة المتخصصة في هذا القطاع، حيث تم تطبيق البحث على عينة مكونة من 13 شركة. تم استخدام استبيانات لجمع البيانات من هذه الشركات وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS.

أظهرت الدراسة أن إدارة مخاطر سلاسل الإمداد بأبعادها المختلفة - قبل حدوث المخاطر، أثناء حدوثها، وبعد حدوثها - تؤثر بشكل كبير على سمعة العلامة التجارية. أكدت الدراسة أن الشركات التي تدير سلاسل الإمداد بشكل فعال تحسن سمعتها وتقلل من الآثار السلبية المحتملة. كما أظهرت البيانات أن التعامل مع المخاطر بشكل استباقي يمكن أن يقلل من الضرر على العلامة التجارية. أوصت الدراسة بضرورة تطبيق استراتيجيات متقدمة لإدارة المخاطر في سلاسل الإمداد. وأشارت إلى أن القرارات الاستباقية المبنية على أساس علمي تساعد في تقليل الصدمة التجارية وتحسين مرونة الشركات في مواجهة المخاطر. كما أوصت بتحسين التواصل مع العملاء خلال الأزمات لضمان الحفاظ على الثقة في العلامة التجارية.

من خلال هذه الدراسة، تم التأكيد على أهمية مراقبة أداء سلاسل الإمداد باستمرار والاستجابة السريعة للأزمات المحتملة لضمان الحفاظ على سمعة العلامة التجارية بشكل إيجابي ودائم.

دراسة أبو العز (2023)

ركزت هذه الدراسة على إدارة مخاطر السمعة في منظمات الأعمال وكيفية تأثيرها على كيان المنظمة. حددت الدراسة أن مخاطر السمعة تعد من العوامل المهمة التي يجب قياسها والإفصاح عنها لحماية المنظمة من الخسائر المالية الكبيرة. اعتمد الباحث على تحليل سلسلة سببية تربط بين القرارات المتخذة من قبل أصحاب المصالح والمخاطر الناتجة عن تلك القرارات.

أظهرت الدراسة أن تأثير مخاطر السمعة غالباً ما يكون غير متوقع، مما يزيد من صعوبة التنبؤ به. استخدم الباحث مقياسين لقياس هذه المخاطر: أحدهما كمي من خلال تحليل العوائد غير الطبيعية، والآخر تحليلي يعتمد على المؤشرات المالية وغير المالية. هذا النهج ساعد في تقديم صورة شاملة حول تأثير مخاطر السمعة على منظمات الأعمال المصرية.

توصي الدراسة بضرورة تبني آليات فعالة لإدارة هذه المخاطر، بما في ذلك وضع خطط استباقية للتعامل مع تأثيرات السمعة على المنظمة. وأشارت إلى أهمية تعزيز الشفافية في التعامل مع المخاطر والاعتماد على المؤشرات المالية وغير المالية لقياس الأداء والتأثيرات.

أكدت الدراسة على أن الإدارة الجيدة لمخاطر السمعة يمكن أن تساعد المنظمات على تقليل الخسائر وتحسين مكانتها في السوق. من المهم أن تعمل الشركات على توظيف الأدوات اللازمة للتنبؤ بالمخاطر واتخاذ الإجراءات المناسبة للحد منها.

دراسة حمادى (2021)

ركزت هذه الدراسة على دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة من خلال دراسة حالة شركة كهرباء الشمال الفلسطينية. هدفت الدراسة إلى تحليل العوامل المختلفة التي

تؤثر على إدارة السمعة مثل تحليل البيئة الداخلية والخارجية، ووجود خطط استراتيجية وتنفيذها بفعالية. تم اختيار عينة عشوائية شملت 381 مشاركاً، إلى جانب مقابلات مع مختصين في التخطيط الاستراتيجي.

أظهرت الدراسة أن التغطية الإعلامية الجيدة والتواصل الفعال مع الجمهور يساهمان بشكل كبير في تعزيز سمعة الشركة وتقليل المخاطر المرتبطة بها. وأكدت النتائج أن الإعلام يلعب دوراً محورياً في توثيق إنجازات الشركة والترويج لها عبر القنوات المختلفة، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية.

أوصت الدراسة بضرورة وضع خطة استراتيجية شاملة لجميع أقسام الشركة لضمان تكامل الجهود في إدارة السمعة. كما أكدت على أهمية القيام باستطلاعات دورية للتعرف على توقعات العملاء والعمل على تحسين الخدمات المقدمة لتلبية هذه التوقعات وتعزيز الثقة بالشركة.

قدمت الدراسة نموذجاً لتوظيف التخطيط الاستراتيجي في إدارة مخاطر السمعة، مشيرة إلى أن التخطيط الجيد يمكن أن يحمي الشركة من الأزمات ويعزز من مكانتها في السوق.

دراسة البدور (2020)

تناولت هذه الدراسة أثر إدارة مخاطر السمعة على قيمة البنك في الأردن من خلال دراسة تطبيقية على المصارف التجارية المدرجة في بورصة عمان. استخدم الباحث نسبة Tobin's Q كأداة لتقدير قيمة البنك، وتم تطوير مؤشر لقياس مدى تطبيق إدارة مخاطر السمعة في كل بنك. شملت العينة 13 مصرفاً تجارياً، وتم جمع البيانات من التقارير السنوية لهذه المصارف.

أظهرت النتائج أن هناك تأثيراً إيجابياً لإدارة مخاطر السمعة على قيمة البنك، حيث تبين أن المصارف التي تطبق إدارة مخاطر السمعة بشكل أفضل تحقق نتائج مالية أعلى وتحسن في قيمتها السوقية. كما أظهر التحليل الإحصائي وجود اختلافات بين المصارف في درجة تطبيق إدارة مخاطر السمعة. أوصت الدراسة بضرورة تحسين مستوى تطبيق إدارة مخاطر السمعة في البنوك الأردنية من خلال تبني تقنيات متقدمة وإجراءات استباقية للحد من المخاطر التي قد تؤثر على السمعة. أشارت النتائج إلى أن التطبيق الناجح لإدارة المخاطر يسهم بشكل كبير في تحسين أداء البنوك وزيادة ثقة العملاء. تؤكد الدراسة على أهمية إدارة مخاطر السمعة كأداة لتحسين قيمة البنك، وأنه من الضروري اعتماد آليات لقياس هذه المخاطر بطرق علمية واستراتيجية لضمان تحقيق نتائج إيجابية مستدامة.

دراسة الغافود (2020)

تناولت الدراسة مخاطر السمعة في المصارف التجارية الليبية، وهدفت إلى التعرف على محددات هذه المخاطر، وكذلك الأسباب التي تؤدي إلى حدوثها. ركزت الدراسة على تحليل تأثير ثلاثة عوامل رئيسية وهي المصرف، الإدارة، والموظفين على سمعة المصارف التجارية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات، وتم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لاختبار فرضيات الدراسة.

أظهرت النتائج أن هذه العوامل تؤثر بشكل كبير على أداء المصارف التجارية الليبية. فقد تبين أن الموقع الجغرافي، الشكل الداخلي والخارجي للمصرف، مرونة الإدارة في التعامل مع العملاء، وجودة الخدمات التي يقدمها الموظفون تؤثر بشكل مباشر على سمعة المصرف. هذه العوامل تعتبر حاسمة في تعزيز الثقة بالمصرف لدى العملاء والمجتمع.

أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بجميع العوامل التي تؤثر على سمعة المصرف، مثل تحسين البنية التحتية، وتدريب الموظفين على مهارات التعامل مع العملاء، والعمل على تعزيز النزاهة والأخلاق في التعامل. كما شددت على أهمية تطوير خدمات المصرف بما يتناسب مع توقعات العملاء من أجل تعزيز مكانته في السوق.

تعتبر هذه الدراسة إضافة مهمة لفهم محددات مخاطر السمعة في القطاع المصرفي الليبي، وأظهرت الحاجة الملحة لتطوير استراتيجيات فعالة لإدارة هذه المخاطر لضمان استمرار النجاح والتميز في القطاع المصرفي.

دراسة أحمد (2019)

هدفت الدراسة إلى استكشاف فعالية التخطيط للعلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات، مع التركيز على مدى استخدام التخطيط في المؤسسات ومدى التزام العلاقات العامة بخطوات التخطيط. سعت الدراسة إلى تحديد الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تخطيط البرامج والأنشطة المؤسسية، ومدى تأثير التخطيط الفعّال على نجاح المؤسسات في تحقيق أهدافها.

استخدم الباحث المنهج التاريخي والوصفي للتحليل، وأجريت الدراسة على عينة من العاملين في وزارة الشؤون الاستراتيجية والمعلومات بولاية الخرطوم. أظهرت النتائج أن التخطيط الفعّال للعلاقات العامة ساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف الوزارة وتعزيز الربط بين الإدارة العليا وجمهور المؤسسة. كما بينت الدراسة أن التخطيط يساهم في تحسين كفاءة العلاقات العامة في المؤسسات.

أوصت الدراسة بأهمية الاهتمام بالتخطيط في مجال العلاقات العامة، وأكدت على ضرورة نشر مفهوم التخطيط في المؤسسات لضمان تحقيق أهدافها بكفاءة أكبر. كما نصحت المؤسسات بمتابعة التخطيط بشكل مستمر لضمان توافق برامج العلاقات العامة مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

خلصت الدراسة إلى أن التخطيط الفعال للعلاقات العامة يمكن أن يكون أداة قوية لتحقيق النجاح المؤسسي، وذلك من خلال تحسين التواصل بين المؤسسة وجمهورها وضمان تنفيذ استراتيجيات فعالة على المدى الطويل.

دراسة الحاج (2016)

هدفت الدراسة إلى تحليل المنظور الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسات الخدمية بالسودان، مع التركيز على الشركة السودانية للتوليد الحراري. سعى الباحث إلى استكشاف العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة وأهداف المؤسسة الخدمية، مع تسليط الضوء على كيفية توافق الأهداف التنفيذية للعلاقات العامة مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي والمسحي لتحقيق أهداف الدراسة، وتم إجراء مسح شامل لممارسات العلاقات العامة في الشركة السودانية للتوليد الحراري. أظهرت النتائج أن هناك توافقاً كبيراً بين رسالة الشركة وأهدافها الاستراتيجية وبرامج العلاقات العامة. كما تبين أن إدارة الشركة تولي اهتماماً كبيراً بتوظيف الكوادر المؤهلة لتطبيق المفاهيم الاستراتيجية في أداء الوظائف.

أوصت الدراسة بضرورة إعداد استراتيجية علاقات عامة متكاملة تشمل برامج واضحة يتم تنفيذها على مدار العام، مع تحديد هدف استراتيجي لإيصال الرسالة المناسبة للجمهور المستهدف. كما أكدت الدراسة على الحاجة إلى تعزيز المهنية والتخصص في مجال العلاقات العامة لضمان تحقيق الأهداف بفعالية.

تعتبر هذه الدراسة خطوة مهمة في تسليط الضوء على دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في تحسين الأداء المؤسسي، وتقديم توصيات يمكن أن تساهم في تعزيز مكانة المؤسسات الخدمية من خلال تفعيل استراتيجية فعالة للعلاقات العامة.

دراسة رمضان و منصور (2019)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر التخطيط الاستراتيجي على الأداء في الشركات الصناعية الفلسطينية المدرجة في بورصة فلسطين. تم توزيع استبيانات على عينة من الشركات لجمع البيانات حول مدى استخدام التخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء المؤسسي. شملت العينة 13 شركة صناعية فلسطينية وتم تحليل البيانات باستخدام أدوات إحصائية مختلفة.

أظهرت الدراسة أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين التخطيط الاستراتيجي وأداء الشركات، حيث تبين أن الشركات التي تتبنى التخطيط الاستراتيجي تحقق أداءً أفضل. كما أظهرت الدراسة أن مكونات التخطيط مثل التحليل البيئي، الأهداف المستقبلية، الرؤية والرسالة، والبدائل الاستراتيجية تؤثر بشكل مباشر على الأداء.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز استخدام التخطيط الاستراتيجي في الشركات الصناعية من خلال بناء شراكات مع الشركات متعددة الجنسيات وتبني بدائل استراتيجية لمواجهة التحديات الاقتصادية والسياسية. كما نصحت الدراسة الشركات بالتركيز على التخطيط المستقبلي لضمان الاستقرار والنمو في ظل التحديات الاقتصادية.

تؤكد هذه الدراسة على أن التخطيط الاستراتيجي ليس فقط أداة لتحسين الأداء، بل هو ضرورة لضمان استدامة النجاح في بيئات اقتصادية وسياسية معقدة مثل فلسطين.

دراسة (Iriqat 2019)

هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير التخطيط الاستراتيجي على تحسين جودة أداء العاملين في الجامعات الفلسطينية. ركزت الدراسة على كيفية تأثير التخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء الوظيفي، مع تحليل أبعاد التخطيط المختلفة مثل الرؤية، الرسالة، الأهداف، والاستراتيجية. تم تطبيق الدراسة على 261 موظفًا في الجامعات الفلسطينية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

أظهرت النتائج أن التخطيط الاستراتيجي له تأثير إيجابي وملحوظ على أداء العاملين، حيث وجدت الدراسة أن الجامعات التي تطبق التخطيط الاستراتيجي تحقق مستويات أفضل من جودة الأداء الوظيفي. كما تبين أن الأبعاد المختلفة للتخطيط، بما في ذلك وضوح الرؤية والرسالة، تسهم في تحسين كفاءة العمل وتوفير بيئة عمل أفضل.

أوصت الدراسة بضرورة توفير الجامعات الفلسطينية للموارد المالية الكافية لتطوير وتنفيذ التخطيط الاستراتيجي. كما أكدت على أهمية اعتماد التخطيط الاستراتيجي في اتخاذ القرارات المتعلقة بالموارد البشرية، لضمان تحسين الأداء العام للجامعات.

أبرزت الدراسة أن التخطيط الاستراتيجي يمثل أداة مهمة في تحسين الأداء المؤسسي، وأن تطبيقه بشكل فعال يمكن أن يسهم في رفع كفاءة العاملين ويعزز من تحقيق الأهداف الاستراتيجية للجامعات.

دراسة (Ramadan & Mansour 2019)

ركزت الدراسة على أثر التخطيط الاستراتيجي على أداء الشركات الصناعية الفلسطينية المدرجة في بورصة فلسطين. هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير تطبيق التخطيط الاستراتيجي على تحسين أداء

الشركات الصناعية من خلال تحليل أبعاد التخطيط الاستراتيجي المختلفة مثل التحليل البيئي، الأهداف المستقبلية، الرسالة والرؤية، والبدائل الاستراتيجية.

تم جمع البيانات من 13 شركة صناعية فلسطينية باستخدام استبيانات وزعت على 91 موظفاً، وتم تحليلها باستخدام الأدوات الإحصائية. أظهرت النتائج أن التخطيط الاستراتيجي يسهم بشكل كبير في تحسين أداء الشركات، وأن الشركات التي تطبق التخطيط الاستراتيجي بشكل جيد تحقق أداءً أفضل مقارنة بالشركات التي لا تطبق هذا النوع من التخطيط.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز استخدام التخطيط الاستراتيجي في الشركات الصناعية، خاصة في ضوء التحديات الاقتصادية والسياسية التي تواجه الشركات في فلسطين. كما أكدت على أهمية البحث عن بدائل استراتيجية للتعامل مع التأثيرات الخارجية مثل الاحتلال الإسرائيلي، واقترحت تعزيز الشراكات مع الشركات متعددة الجنسيات لتحقيق استقرار أكبر.

خلصت الدراسة إلى أن التخطيط الاستراتيجي هو عنصر حاسم في تحسين أداء الشركات، ويجب على الشركات الفلسطينية تبني هذا النهج لضمان تحقيق استدامة ونجاح طويل الأمد في بيئة عمل معقدة.

الفجوة البحثية

تتفق الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة من حيث التركيز على أهمية التخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء المؤسسي وإدارة المخاطر. على سبيل المثال، دراسة حمامدى (2021) تناولت دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة من خلال دراسة حالة لشركة كهرباء الشمال. وكما هو الحال في دراستك، ركزت تلك الدراسة على تأثير التغطية الإعلامية

الجيدة والاستراتيجية الفعالة في تعزيز سمعة الشركة وتقليل المخاطر المرتبطة بها. وبالمثل، تناولت دراسة Ramadan & Mansour (2019) تأثير التخطيط الاستراتيجي على الأداء في الشركات الصناعية الفلسطينية، وأشارت إلى أن التحليل الاستراتيجي الفعّال يسهم بشكل مباشر في تحسين الأداء وتقليل المخاطر.

وعلى الرغم من التشابه في المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي وإدارة المخاطر، هناك عدة اختلافات تميز دراستك الحالية. أولاً، تختلف البيئة الثقافية والتنظيمية بين الدراسات السابقة ودراستك، حيث تركز دراستك على شركة ياسرف في المملكة العربية السعودية، وهي شركة تعمل في قطاع النفط. بينما ركزت معظم الدراسات السابقة على مؤسسات خدمية أو صناعية في بيئات ثقافية مختلفة، مثل فلسطين أو السودان. هذا الفارق في البيئة التنظيمية يخلق حاجة لفهم كيفية تكيف التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة السمعة داخل السياق السعودي، وهو ما لم يتم تناوله بعمق في الدراسات السابقة.

ثانياً، تختلف دراستك من حيث نطاق الدراسة، إذ أنها تستهدف قطاعاً صناعياً حساساً (قطاع النفط) وهو مجال ذو سمات خاصة من حيث المخاطر المحتملة، سواء على مستوى السمعة أو العمليات. العديد من الدراسات السابقة ركزت على قطاعات مثل الخدمات العامة أو التجارة الإلكترونية، حيث تترتب المخاطر والسمعة على عوامل مختلفة.

تظهر الفجوة البحثية الأساسية في أن الدراسات السابقة ركزت على تحليل التخطيط الاستراتيجي في قطاعات مختلفة وبيئات مؤسسية متباينة، ولكن لم تدرس بشكل دقيق دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في بيئة صناعية مثل شركة ياسرف. هذه الفجوة تمنح دراستك الحالية ميزة استكشاف جوانب جديدة لم يتم تناولها، مثل تأثير التخطيط

الاستراتيجي على سمعة شركة في قطاع النفط ضمن بيئة ثقافية وتنظيمية سعودية، مما يجعلها إضافة مهمة للأدبيات الأكاديمية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

✍ التخطيط الاستراتيجي: يُعرف التخطيط الاستراتيجي بأنه "عملية تحديد الأهداف بعيدة المدى للمؤسسة، وتحديد الموارد والإجراءات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف بطريقة فعالة ومرنة" (Ramadan & Mansour, 2019). يشمل التخطيط الاستراتيجي تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، ووضع خطط لتحقيق الأهداف الاستراتيجية بناءً على الرؤية والرسالة التي تم وضعها.

✍ العلاقات العامة: العلاقات العامة هي "إحدى الوظائف الإدارية التي تهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات الإيجابية بين المؤسسة وجمهورها، وتكوين صورة ذهنية طيبة عنها" (الحاج، 2016). يعتبر التخطيط للعلاقات العامة ضرورياً في بناء استراتيجيات تواصل فعالة تساعد على تحقيق الأهداف المؤسسية وتعزيز الثقة بين المؤسسة وجمهورها.

✍ إدارة مخاطر السمعة: تُعرف إدارة مخاطر السمعة بأنها "العملية التي يتم من خلالها تحديد وتقييم ومراقبة العوامل التي قد تؤثر على سمعة المؤسسة واتخاذ الإجراءات المناسبة للتقليل من التأثيرات السلبية المحتملة" (أبو العز، 2023). إدارة مخاطر السمعة تتطلب استراتيجيات فعالة للتواصل والشفافية مع أصحاب المصلحة لضمان الحفاظ على صورة إيجابية للمؤسسة.

✍ مخاطر السمعة: تُعرف مخاطر السمعة بأنها "التحديات التي تواجهها المؤسسات نتيجة الأزمات أو سوء الإدارة أو التغطية الإعلامية السلبية، والتي تؤدي إلى تضرر سمعة المؤسسة

أمام جمهورها" (الغافود، 2020). هذه المخاطر قد تؤدي إلى خسائر كبيرة في القيمة السوقية أو تقليل ثقة العملاء في المؤسسة.

المنهجية وطرق البحث:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة .

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- **المصادر الثانوية:** قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- **المصادر الأولية:** قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة بالتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- **القسم الأول:** وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من مديري وعاملين شركة ياسرف بالمدينة المنورة والمتمثلة بـ: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للمديرين والعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للمديرين والعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للمديرين والعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات المديرين والعاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.

- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات المديرين والعاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانيا: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ ألفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.
- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

14.1 حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** قامت الدراسة بقياس دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة بأبعادها (مؤشرات تحليل البيئة الداخلية والخارجية - مؤشرات وجود توجهات استراتيجية للشركة - مؤشرات وجود خطة استراتيجية وتنفيذية - مؤشرات تنفيذ الخطة الاستراتيجية - مؤشرات مراقبة وتقييم الخطة الاستراتيجية) على إدارة مخاطر السمعة في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.
- **حدود مكانية:** شركة ياسرف بالمدينة المنورة.
- **حدود زمانية:** العام الدراسي 2024.

– حدود بشرية تم التطبيق علي المدراء والعاملين في شركة ياسرف بالمدينة المنورة.

المراجع:

- أبو العز، نهى عاطف عبد الحليم،(2023)، مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة في منظمات الأعمال بهدف تدعيم قرارات أصحاب المصالح، مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة بورسعيد، كلية التجارة، ع2، مصر.
- أحمد، ولاء سليمان مختار محمد،(2019)، فاعلية التخطيط للعلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات "دراسة تحليلية بالتطبيق على وزارة الشؤون الاستراتيجية والمعلومات بولاية السودان، مجلة العلوم الانسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مج60، ع2.
- البدور، مجد حابس،(2020)، أثر إدارة مخاطر السمعة على قيمة البنك: دليل من الأردن، (رسالة ماجستير)، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، الأردن.
- الحاج، محمد عمر محمد،(2016)، امتطور الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسات الخدمية بالسودان "دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على العلاقات العامة برئاسة السودانية للتوليد الحراري بولاية الخرطوم، (رسالة دكتوراه)، جامعة أم درمان الاسلامية، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، السودان.
- حمامدي، هبة صبحي حسن،(2021)، دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة "شركة ترويد كهرباء الشمال نموذجاً"، (رسالة ماجستير)، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، فلسطين.
- الغافود، عبد السلام،(2020)، محددات مخاطر السمعة بالمصارف التجارية الليبية، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، الجامعة الأسمرية الاسلامية، كلية الاقتصاد والتجارة، ع15، ليبيا.

- نوبجي، عبد العزيز دسوقي، (2023)، إدارة مخاطر سلاسل الامداد وأثرها على سمعة العلامة التجارية" بالتطبيق على قطاع التجارة الالكترونية في القاهرة، مجلة البحوث الادارية، أكاديمية السادات للعلوم الادارية، مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، مج41، ع3

المراجع الأجنبية

- Iriqat, R. A. M. (2019). "The Impact of Strategic Planning In Enhancing the Quality of Employees' Performance in Palestinian Universities" (Unpublished master's thesis). Arab American University - Jenin, Jenin.
- Ramadan, N., & Mansour, M. (2019). "Impact of Strategic Planning on the Performance of Companies listed on Palestine Exchange" (Unpublished master's thesis). Arab American University - Jenin, Jenin.

Mid-Ocean University

College of Management

Department of risk Management



**The Role of Strategic Planning for Public Relations in Managing
Reputation Risks: An Applied Study on YASREF Company in Medina**

:Preparation

Abdulrahman Abdulmana Al-Qahtani

Supervision:

Dr. Asmaa Abu Anza

1445-2024