



جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
قسم / إدارة المشاريع

التحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/روان احمد أبوزحرة

إشراف/

د.الفيصل عبد الحميد
د.فايز جراد

العام الدراسي:

2024

فهرس المحتونات:

4	قائمة الجداول :
5	فهرس الأشكال:
6	المستخلص: Abstract
6	1. الشكل 1: نموذج الاستبيان المستخدم في الدراسة.
6	نتائج قائمة الجداول.
7	الفصل الأول.
8	المقدمة:
9	مشكلة الدراسة.
10	أهمية الدراسة.
12	أهداف الدراسة.
13	تساؤلات الدراسة.
13	التساؤل الأساسي:
13	التساؤلات الفرعية:
14	-فروض الدراسة.
15	النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث.
15	تطبيق النظرية في البحث:
16	أمثلة على التحليل الإحصائي.
18	الفصل الثاني.
18	الدراسات السابقة.
19	مقدمة.
20	-الدراسات السابقة.
21	-الإطار النظري.
23	الفصل الثالث
23	منهجية الدراسة.
24	مقدمة.
26	-المنهجية وطرق البحث.
28	-مجتمع البحث.

30	-حدود البحث
32	الفصل الرابع
32	النتائج والتوصيات
33	-مقدمة
34	-تحليل البيانات
34	التحليل الكمي:
36	-النتائج
37	-التوصيات
39	المراجع
41	الملاحق
42	-الاستبانة
45	-الملخص Abstract

قائمة الجداول :

الرقم	اسم الجدول	الوصف
1	تطور العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية خلال السنوات الماضية	تطور العلاقات العامة في المملكة من خلال السنوات الماضية
2	التحديات الرئيسية التي تواجه ممارسي العلاقات العامة	يلخص التحديات الأكثر شيوعاً في مجال العلاقات العامة
3	الفرص الناتجة عن استخدام التكنولوجيا في العلاقات العامة	يوضح الفرص المتاحة من خلال الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة
4	أمثلة على استراتيجيات إدارة الأزمات في العلاقات العامة	يعرض استراتيجيات مستخدمة لإدارة الأزمات بنجاح
5	أدوات وتطبيقات رقمية مستخدمة في العلاقات العامة	قائمة بأدوات وتطبيقات تساعد في تعزيز ممارسة العلاقات العامة
6	تحليل دراسات حالة عملية في مجال العلاقات العامة	يسلط الضوء على دراسات حالة حقيقية ويوضح كيفية التعامل معها
7	التوصيات لتحسين أداء العلاقات العامة في المملكة	يقترح توصيات لتحسين الأداء والنتائج في مجال العلاقات العامة
8	الإحصائيات المتعلقة برضا العملاء عن خدمات العلاقات العامة	يعرض بيانات وإحصائيات حول رضا العملاء ومستوى الخدمة

فهرس الأشكال:

الرقم	اسم الشكل	الوصف
1	تطور العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية عبر السنوات	يوضح التطور الزمني للعلاقات العامة في المملكة من خلال رسم بياني زمني
2	التحديات الرئيسية التي تواجه ممارسي العلاقات العامة	رسم بياني يعرض التحديات الأكثر شيوعاً في مجال العلاقات العامة
3	الفرص الناتجة عن استخدام التكنولوجيا في العلاقات العامة	يوضح الفرص المتاحة باستخدام التكنولوجيا عبر مخطط بياني
4	أمثلة على استراتيجيات إدارة الأزمات في العلاقات العامة	رسم يوضح استراتيجيات التعامل مع الأزمات
5	أدوات وتطبيقات رقمية مستخدمة في العلاقات العامة	يوضح الأدوات والتطبيقات الرقمية في شكل بياني
6	تحليل دراسات حالة عملية في مجال العلاقات العامة	يوضح دراسات الحالة باستخدام رسوم بيانية
7	التوصيات لتحسين أداء العلاقات العامة في المملكة	يعرض بيانات رضا العملاء في شكل رسم بياني
8	الإحصائيات المتعلقة برضا العملاء عن خدمات العلاقات العامة	رسم يوضح التوصيات لتحسين الأداء في العلاقات العامة

المستخلص : Abstract

1. الشكل 1: نموذج الاستبيان المستخدم في الدراسة
 - النتيجة: ساهم في جمع بيانات شاملة وموثوقة من المشاركين في المجتمع.
2. الشكل 2: تمثيل بياني لمستويات معرفة الأدوات الرقمية بين ممارسي العلاقات العامة
 - النتيجة: وضح الرسم البياني بتفاوت كبير في معرفة الأدوات الرقمية
3. الشكل 3: توزيع الفئات العمرية لممارسي العلاقات العامة
 - النتيجة: اُغلب المشاركون من 25 – 34 سنة
4. الشكل 4: توزيع المشاركين حسب القطاعات
 - النتيجة: القطاع الحكومي 50% والقطاع الخاص 40% والمنظمات غير الربحية 10%
5. الشكل 5: تحليل التحديات التقنية التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة
 - النتيجة: التحدي المهم تدريبهم على الأدوات الرقمية
6. الشكل 6: التوزيع الجغرافي لممارسي العلاقات العامة في المملكة
 - النتيجة: مختلف مناطق المملكة العربية السعودية

نتائج قائمة الجداول

1. الجدول 1: البيانات الديموغرافية للمشاركين
 - النتيجة: ساهمت في تنوع أدائهم في العلاقات العامة
2. الجدول 2: نسبة استخدام الأدوات الرقمية في القطاعات المختلفة
 - النتيجة: القطاع الخاص يستخدم بشكل أوسع واكبر من القطاع الحكومي
3. الجدول 3: التحديات الثقافية التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة
 - النتيجة: من أبرز الصعوبات التي يواجهها ممثلي العلاقات العامة
4. الجدول 4: تأثير الميزانيات المحدودة على فعالية حملات العلاقات العامة
 - النتيجة: توؤثر بشكل سلبي على فعالية الحملة وان يكون هناك ابتكار افضل بكثير من وجود ميزانية محدودة
5. الجدول 5: التحديات التنظيمية ونسبة التنسيق بين الأقسام
 - النتيجة: من الصعوبات والتحديات التي تواجه العلاقات العامة
6. الجدول 6: استراتيجيات إدارة الأزمات الإعلامية المستخدمة
 - النتيجة: بحاجة الى إدارة الازمات بشكل ادق واوسع واشمل
7. الجدول 7: الفرص التكنولوجية وتطبيقها في المؤسسات
 - النتيجة: التكنولوجيا تساعد على تحقيق النتائج بشكل أكبر
8. الجدول 8: نسبة تلقي التدريب والتطوير المهني بين ممارسي العلاقات العامة
 - النتيجة: هناك طلب بشكل كبير على تلقي التدريب والتطوير المهني

الفصل الأول

المقدمة:

في عالمنا الحديث، تلعب العلاقات العامة دورًا محوريًا في بناء وصيانة سمعة المؤسسات والشركات. تمثل العلاقات العامة الجسر الذي يربط بين المؤسسة وجمهورها، سواء كان ذلك الجمهور داخليًا أو خارجيًا. في المملكة العربية السعودية، تزداد أهمية هذا المجال يومًا بعد يوم، نظرًا للتطورات السريعة والتحول الاقتصادي والاجتماعي التي تشهدها المملكة في إطار رؤية 2030.

إن ممارسي العلاقات العامة في المملكة يواجهون العديد من التحديات التي تتطلب تفكيرًا استراتيجيًا وحلولًا مبتكرة. من بين هذه التحديات، نذكر التغيرات التكنولوجية المتسارعة، والتحديات الثقافية، والتعامل مع الأزمات الإعلامية. إلا أن هذه التحديات تأتي مصحوبة بفرص هائلة، حيث يمكن لممارسي العلاقات العامة استخدام الأدوات الرقمية الجديدة للوصول إلى جمهور أوسع وتعزيز صورة المؤسسة بشكل أكثر فعالية.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف التحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، من خلال تحليل ميداني ودراسة حالات عملية، لتقديم توصيات تساعد في تحسين الأداء وتعزيز الدور الحيوي للعلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات.

مشكلة الدراسة.

تلعب العلاقات العامة دورًا حيويًا في التواصل بين المؤسسات وجمهورها، ولها أهمية متزايدة في ضوء التحولات الاقتصادية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية. ومع ذلك، يواجه ممارسو هذا المجال العديد من التحديات التي قد تعيق فعالية عملهم.

مشكلة الدراسة: الصعوبات والتحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية وتعزيز أدائهم والفرص المتاحة لهم و تتنوع بين تحديات تقنية واقتصادية وثقافية

من خلال هذه الدراسة، تم حصر عدد من المشاكل الأساسية التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية:

1. التحديات التقنية:

- نقص المعرفة والأدوات الرقمية: صعوبة في التأقلم مع التقنيات الحديثة واستخدام الأدوات الرقمية
- الأمن السيبراني: التعامل مع التدخل الإلكتروني وحماية البيانات الحساسة

2. التحديات الثقافية:

- اختلاف الثقافة بين الجمهور المحلي والدولي : طريقة التعامل مع الثقافات المتنوعة
- التعامل مع التقاليد والعادات المحلية : الحرص على الحفاظ العادات والتقاليد المحلية

3. التحديات الاقتصادية:

- الميزانيات المحدودة: العديد من المؤسسات قد تواجه صعوبة في تخصيص ميزانيات كافية لتنفيذ استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة.
- الضغط لتحقيق عائد استثمار سريع: التوقعات العالية لتحقيق نتائج فورية يمكن أن تكون مرهقة للممارسين.

4. التحديات التنظيمية:

- نقص التنسيق بين الأقسام المختلفة: عدم وجود تنسيق بين فرق العمل يمكن أن يؤدي إلى تعارض في الجهود وفقدان الفرص.
- البيروقراطية والروتين: يوجد احتمالية أن تعيق المرونة والابتكار في تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة.

5. التحديات الإعلامية:

- إدارة الأزمات الإعلامية: التعامل مع الأخبار السلبية والشائعات بسرعة وكفاءة
- الحفاظ على تفاعل مستمر مع الجمهور: البقاء على اتصال مستمر مع الجمهور عبر مختلف الوسائط يمثل تحدياً للحفاظ على الاهتمام والمصداقية.

أهمية الدراسة.

تحسين الأداء العملي: فهم التحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة يمكن أن يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين أداء العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية.

تعزيز المعرفة التقنية: من خلال تسليط الضوء على التحديات التقنية، يمكن للمؤسسات وممارسي العلاقات العامة العمل على تحسين مهاراتهم التقنية واستخدام الأدوات الرقمية بشكل أكثر كفاءة.

الاستفادة من الفرص المتاحة: التعرف على الفرص الناتجة عن استخدام التكنولوجيا والتغيرات الاجتماعية يمكن أن يساعد ممارسي العلاقات العامة في تحسين استراتيجياتهم والابتكار في طرق التواصل.

دعم التكيف الثقافي: توفير فهم أفضل للتحديات الثقافية يمكن أن يساعد في تطوير استراتيجيات تواصل أكثر انسجاماً مع الثقافة المحلية، مما يعزز فاعلية الرسائل الموجهة للجمهور.

زيادة رضا العملاء: من خلال تحسين استراتيجيات العلاقات العامة، يمكن للمؤسسات زيادة رضا العملاء وبناء علاقات طويلة الأمد معهم.

توفير توصيات عملية: تقدم الدراسة توصيات تستند إلى تحليل شامل للمشكلات والفرص، مما يساعد المؤسسات على اتخاذ قرارات مستنيرة لتحقيق أهدافها في مجال العلاقات العامة.

المساهمة في رؤية 2030: تعزيز ممارسات العلاقات العامة يتماشى مع أهداف رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية في تطوير القطاعات المختلفة وتعزيز الابتكار والتطوير المهني.

أهمية الدراسة العلمية:

- إثراء الأدبيات: تساهم هذه الدراسة في تعزيز الأدبيات الموجودة حول العلاقات العامة في السياق السعودي من خلال تقديم بيانات وتحليلات جديدة.
- البحث العلمي: تقدم الدراسة إطاراً لفهم التحديات والفرص في مجال العلاقات العامة، مما يتيح للباحثين في المستقبل البناء على هذه النتائج لاستكشاف مواضيع ذات صلة.
- المعرفة الأكاديمية: توفر الدراسة insights جديدة للطلاب والأكاديميين في مجال العلاقات العامة، مما يساهم في تطوير المنهجيات والممارسات التعليمية.

أهمية الدراسة العملية:

- تحسين الممارسات المهنية: تقدم الدراسة توصيات عملية يمكن لممارسي العلاقات العامة تبنيها لتحسين أدائهم وتجاوز التحديات اليومية.
- تطوير السياسات: تساعد النتائج على صياغة سياسات واستراتيجيات مؤسسية تعزز من دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة.
- تعزيز التفاعل مع الجمهور: تمكن الدراسة المؤسسات من فهم أفضل لكيفية التعامل مع جمهورها، مما يؤدي إلى بناء علاقات أكثر إيجابية ومستدامة.

بذلك، تسهم هذه الدراسة في تحقيق توازن بين الجوانب النظرية والعملية، مما يعزز من قيمة وأهمية العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية

أهداف الدراسة.

1. فهم التحديات الراهنة:
 - تحليل التحديات الرئيسية التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية.
 - تحديد العوامل التي تعيق الأداء الفعال للعلاقات العامة.
2. استكشاف الفرص المتاحة:
 - الكشف عن الفرص الناشئة من التحولات الاقتصادية والاجتماعية في المملكة.
 - دراسة تأثير التكنولوجيا الحديثة على ممارسة العلاقات العامة وكيفية الاستفادة منها.
3. تحسين الممارسات المهنية:
 - تقديم توصيات عملية مبنية على تحليل البيانات والنتائج لتعزيز أداء ممارسي العلاقات العامة.
 - تطوير استراتيجيات جديدة لمواجهة التحديات والاستفادة من الفرص.
4. تعزيز التفاعل الثقافي:
 - دراسة كيفية تعزيز التفاعل بين المؤسسات والجمهور ذات الخلفيات الثقافية المتنوعة.
 - تقديم حلول للتعامل مع التقاليد والعادات المحلية مع مراعاة التطورات الحديثة.
5. توفير إطار علمي للبحوث المستقبلية:
 - تقديم إطار نظري يمكن استخدامه كأساس للبحوث المستقبلية في مجال العلاقات العامة.
 - إثراء المعرفة الأكاديمية وتعزيز الأدبيات العلمية المتعلقة بالعلاقات العامة في السياق السعودي.
6. المساهمة في تحقيق رؤية 2030:
 - تعزيز دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف رؤية المملكة 2030 من خلال تحسين التواصل والابتكار.

تساؤلات الدراسة

التساؤل الأساسي:

1. ما هي التحديات والفرص التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية؟

التساؤلات الفرعية:

التحديات التقنية. 1.1: كيف يؤثر نقص المعرفة والأدوات الرقمية على أداء ممارسي العلاقات العامة؟ 1.2: ما هي أبرز التحديات الأمنية التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة فيما يتعلق بالأمن السيبراني؟

التحديات الثقافية. 2.1: كيف يمكن لممارسي العلاقات العامة التعامل مع اختلافات الثقافات بين الجمهور المحلي والدولي؟ 2.2: ما هي الاستراتيجيات الفعالة للتوازن بين التقنيات الحديثة والتقاليد والعادات المحلية؟

التحديات الاقتصادية. 3.1: كيف تؤثر الميزانيات المحدودة على استراتيجيات العلاقات العامة في المؤسسات السعودية؟ 3.2: ما هي الضغوطات المتعلقة بتحقيق عائد استثمار سريع وكيف يمكن التعامل معها؟

التحديات التنظيمية. 4.1: كيف يمكن تحسين التنسيق بين الأقسام المختلفة في المؤسسات لتعزيز فعالية العلاقات العامة؟ 4.2: ما هي الآثار السلبية للإجراءات البيروقراطية على مرونة وابتكار استراتيجيات العلاقات العامة؟

التحديات الإعلامية. 5.1: ما هي التحديات المتعلقة بإدارة الأزمات الإعلامية وكيف يمكن مواجهتها بفعالية؟ 5.2: كيف يمكن الحفاظ على تفاعل مستمر مع الجمهور عبر مختلف الوسائط؟

من خلال هذه التساؤلات، يمكن للدراسة أن تقدم رؤية شاملة للتحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، وبالتالي تقديم توصيات ملموسة لتحسين الأداء والممارسات في هذا المجال الحيوي.

-فروض الدراسة

1. **الفرضية الأساسية:**
 - يواجه ممارسو العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية مجموعة من التحديات والفرص التي تؤثر على أداء عملهم بشكل كبير.
2. **فروض التحديات التقنية:**
 - نقص المعرفة والأدوات الرقمية يؤثر سلبًا على كفاءة ممارسي العلاقات العامة.
 - التحديات المتعلقة بالأمن السيبراني تشكل عقبة كبيرة أمام حماية البيانات والتواصل الفعال.
3. **فروض التحديات الثقافية:**
 - عدم التكيف مع الثقافات المتنوعة للجماهير المحلية والدولية يقلل من فعالية حملات العلاقات العامة.
 - التوازن بين التقنيات الحديثة والتقاليد المحلية يساهم في تحقيق نتائج أفضل في العلاقات العامة.
4. **فروض التحديات الاقتصادية:**
 - الميزانيات المحدودة تعيق تنفيذ استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة.
 - الضغوط لتحقيق عائد استثمار سريع تؤدي إلى اتخاذ قرارات متسرفة قد تؤثر سلبًا على الأداء الطويل الأمد.
5. **فروض التحديات التنظيمية:**
 - نقص التنسيق بين الأقسام المختلفة في المؤسسات يحد من فعالية جهود العلاقات العامة.
 - الإجراءات البيروقراطية تؤدي إلى بطء في تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة وتقلل من المرونة والابتكار.
6. **فروض التحديات الإعلامية:**
 - إدارة الأزمات الإعلامية تتطلب استراتيجيات فعّالة ومواكبة لتطورات وسائل الإعلام.
 - الحفاظ على تفاعل مستمر مع الجمهور عبر مختلف الوسائط يعزز من مصداقية المؤسسات وثقتها لدى الجمهور.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

لبناء أساس قوي لهذا البحث، سنستخدم النظرية الظرفية للعلاقات العامة (Situational Theory of Publics) كأساس علمي. هذه النظرية، التي وضعها جيمس غروينغ، تُعنى بفهم كيفية تفاعل الجماهير مع القضايا والمشكلات، وتقدم إطاراً مفيداً لتحليل كيفية استجابة الأفراد والمؤسسات للتحديات والفرص في العلاقات العامة.

عناصر النظرية الظرفية للعلاقات العامة:

1. التعرف على المشكلة: (Problem Recognition)
 - مدى وعي الجمهور بالمشكلة الموجودة. في حالة بحثنا، سنقوم بدراسة كيفية تعرف ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية على التحديات والفرص.
2. مستوى المشاركة: (Level of Involvement)
 - مقدار تأثير المشكلة على الأفراد ومشاركتهم في حلها. سنبحث في كيفية تأثير التحديات المختلفة على ممارسي العلاقات العامة ومدى انخراطهم في التعامل معها.
3. القيود والعوائق: (Constraint Recognition)
 - العوائق التي تواجه الجمهور في محاولة حل المشكلة. سنستكشف العوائق التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة وكيفية التغلب عليها.

تطبيق النظرية في البحث:

- تحليل تحديات العلاقات العامة: سنستخدم النظرية الظرفية لتحليل كيف يتعرف ممارسو العلاقات العامة في المملكة على التحديات التي يواجهونها ومدى تأثير هذه التحديات على عملهم.
- استكشاف الفرص: ستمكننا النظرية من فهم الفرص المتاحة لممارسي العلاقات العامة وكيفية استغلالهم لها لتحقيق نتائج إيجابية.
- تقديم التوصيات: بناءً على تحليلنا باستخدام النظرية الظرفية، سنقدم توصيات عملية لتحسين ممارسات العلاقات العامة في المملكة.

تطبيق النظرية الظرفية للعلاقات العامة (Situational Theory of Publics)

- وضع الفرضية: تم وضع فرضية أن نقص التدريب على الأدوات الرقمية يعتبر تحدياً كبيراً.
- جمع البيانات: تم جمع البيانات من خلال استبيانات تسأل ممارسي العلاقات العامة عن مستوى معرفتهم بالتقنيات والأدوات الرقمية.
- التحليل: استخدم تحليل التباين (ANOVA) لمقارنة مستوى المعرفة الرقمية بين ممارسي العلاقات العامة في القطاعات الحكومية والخاصة.

- **النتائج:** أظهرت النتائج أن هناك اختلافات معنوية في مستوى المعرفة الرقمية بين القطاعات، حيث أن القطاع الخاص يستخدم الأدوات الرقمية بشكل أكبر مقارنةً بالقطاع الحكومي.

2. تطبيق نظرية إدارة الأزمات (Crisis Management Theory)

- **وضع الفرضية:** تم وضع فرضية أن استراتيجيات إدارة الأزمات الحالية ليست كافية.
- **جمع البيانات:** تم جمع البيانات من خلال مقابلات شخصية مع ممارسي العلاقات العامة حول تجاربهم في إدارة الأزمات الإعلامية.
- **التحليل:** استخدم التحليل النوعي لتحليل البيانات النصية واستنباط المواضيع الرئيسية.
- **النتائج:** أظهرت النتائج أن معظم ممارسي العلاقات العامة يواجهون صعوبة في إدارة الأزمات بفعالية، وأكدوا الحاجة إلى تطوير استراتيجيات أكثر استباقية.

3. تطبيق النظرية الثقافية (Cultural Theory)

- **وضع الفرضية:** تم وضع فرضية أن التحديات الثقافية تؤثر على فعالية حملات العلاقات العامة.
- **جمع البيانات:** تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات تسأل عن تأثير التقاليد الثقافية على استراتيجيات التواصل.
- **التحليل:** تم استخدام التحليل النوعي لفهم التحديات الثقافية وكيفية التعامل معها.
- **النتائج:** أظهرت النتائج أن ممارسي العلاقات العامة يجدون صعوبة في توجيه الرسائل التي تحترم التقاليد المحلية وتكون مبتكرة في نفس الوقت.

4. تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

- **وضع الفرضية:** تم وضع فرضية أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز فعالية حملات العلاقات العامة.
- **جمع البيانات:** تم جمع البيانات من خلال استبيانات تسأل عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نتائج الحملات.
- **التحليل:** استخدم التحليل الوصفي والإحصائي لفهم مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها.
- **النتائج:** أظهرت النتائج أن 80% من المشاركين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز من فعالية حملاتهم.

أمثلة على التحليل الإحصائي

مثال 1: تحليل التباين (ANOVA)

- **الفرضية:** هناك فرق معنوي بين مستوى استخدام الأدوات الرقمية في القطاعات الحكومية والخاصة.
- **النتائج:** قيمة p أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فرق معنوي بين القطاعين.

مثال 2: التحليل الوصفي

- البيانات: نسبة استخدام الأدوات الرقمية.
- النتائج: أظهر التحليل الوصفي أن 60% من المشاركين في القطاع الخاص يستخدمون الأدوات الرقمية بفعالية مقارنة بـ 40% في القطاع الحكومي.

مثال 3: التحليل النوعي

- البيانات: مقابلات حول إدارة الأزمات الإعلامية.
- النتائج: أظهرت التحليلات النوعية أن هناك حاجة لتحسين الاستراتيجيات الحالية وإضافة استراتيجيات استباقية لإدارة الأزمات.

الفصل الثاني الدراسات السابقة

مقدمة

إن دراسة التحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية تعتمد بشكل كبير على تحليل الأدبيات السابقة التي تناولت هذا الموضوع من جوانب مختلفة. تحظى العلاقات العامة بأهمية متزايدة في المملكة نظرًا للتطورات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تشهدها البلاد.

تشمل الدراسات السابقة أبحاثًا تناولت التطور التاريخي للعلاقات العامة، والتحديات التقنية التي تواجه الممارسين، بالإضافة إلى الفوائد التي يمكن جنيها من استخدام التكنولوجيا الحديثة. وقد تم تسليط الضوء على تأثير الثقافة المحلية والعوامل الاقتصادية في تشكيل ممارسات العلاقات العامة في المملكة.

من خلال مراجعة الأدبيات السابقة، سنتمكن من الحصول على فهم أعمق للمواضيع التالية:

1. **التحديات التقنية:** كيف يؤثر التطور التكنولوجي السريع على ممارسات العلاقات العامة؟
2. **التحديات الثقافية:** ما هي العوامل الثقافية التي يجب على ممارسي العلاقات العامة أخذها في الاعتبار؟
3. **التحديات الاقتصادية:** كيف تؤثر التغيرات الاقتصادية على استراتيجيات العلاقات العامة؟
4. **الفرص التكنولوجية:** كيف يمكن للتكنولوجيا أن تحسن من أداء العلاقات العامة؟
5. **إدارة الأزمات:** ما هي الاستراتيجيات الفعالة لإدارة الأزمات في مجال العلاقات العامة؟

تعتمد هذه الدراسة على تحليل الدراسات السابقة لاستخلاص الدروس والتوصيات التي يمكن تطبيقها في السياق السعودي، مع التركيز على كيفية التعامل مع التحديات واستغلال الفرص لتحسين أداء العلاقات العامة.

-الدراسات السابقة

دراسات عن التحديات التقنية:

- **الدراسة الأولى:** "تحديات التكيف مع التكنولوجيا الرقمية في العلاقات العامة"، تناولت هذه الدراسة تأثير التطورات التكنولوجية السريعة على ممارسي العلاقات العامة ومدى جاهزيتهم للتكيف معها.
- **الدراسة الثانية:** "الأمن السيبراني في العلاقات العامة"، بحثت هذه الدراسة في التهديدات الأمنية التي تواجهها المؤسسات وطرق حماية المعلومات الحساسة في بيئة رقمية.

دراسات عن التحديات الثقافية:

- **الدراسة الثالثة:** "تأثير الثقافة على ممارسات العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية"، تناولت هذه الدراسة كيفية تعامل ممارسي العلاقات العامة مع التحديات الثقافية المحلية والدولية.
- **الدراسة الرابعة:** "التفاعل بين التكنولوجيا والتقاليد الثقافية"، استكشفت هذه الدراسة التوازن بين استخدام التقنيات الحديثة والحفاظ على التقاليد والعادات المحلية.

دراسات عن التحديات الاقتصادية:

- **الدراسة الخامسة:** "تأثير الميزانيات المحدودة على استراتيجيات العلاقات العامة"، بحثت هذه الدراسة في كيفية تأثير قيود الميزانية على تنفيذ استراتيجيات فعالة.
- **الدراسة السادسة:** "تحقيق العائد على الاستثمار في العلاقات العامة"، تناولت هذه الدراسة الضغوط المتعلقة بتحقيق نتائج سريعة وكيفية تحقيق توازن بين الأهداف قصيرة الأمد والطويلة الأمد.

دراسات عن الفرص التكنولوجية:

- **الدراسة السابعة:** "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العلاقات العامة"، استعرضت هذه الدراسة الفرص التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي لزيادة فعالية التواصل مع الجمهور.
- **الدراسة الثامنة:** "تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة"، بحثت هذه الدراسة في كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين أداء حملات العلاقات العامة.

دراسات عن إدارة الأزمات:

- **الدراسة التاسعة:** "استراتيجيات إدارة الأزمات في العلاقات العامة"، تناولت هذه الدراسة الخطوات الفعالة لإدارة الأزمات وكيفية الحفاظ على سمعة المؤسسة.

- **الدراسة العاشرة:** التواصل الفعال أثناء الأزمات"، بحثت هذه الدراسة في طرق التواصل مع الجمهور أثناء الأزمات لضمان الشفافية والثقة.

-الإطار النظري

1. النظرية الظرفية للعلاقات العامة (Situational Theory of Publics)

تطبيقها في البحث:

- **وضع الفرضية:** أن نقص المعرفة والتدريب على الأدوات الرقمية يؤثر على أداء ممارسي العلاقات العامة.
- **جمع البيانات:** استبانة تسأل ممارسي العلاقات العامة عن مدى معرفتهم واستخدامهم للأدوات الرقمية.
- **تحليل البيانات:** استخدم تحليل التباين (ANOVA) لمقارنة مستوى المعرفة الرقمية بين مختلف القطاعات.
- **النتائج:** أظهرت النتائج أن هناك اختلافات معنوية بين القطاعات، حيث يظهر القطاع الخاص معرفة أكبر بالأدوات الرقمية مقارنة بالقطاع الحكومي.

2. نظرية إدارة الأزمات (Crisis Management Theory)

تطبيقها في البحث:

- **وضع الفرضية:** أن استراتيجيات إدارة الأزمات الحالية غير كافية.
- **جمع البيانات:** مقابلات شخصية مع ممارسي العلاقات العامة حول تجاربهم في إدارة الأزمات الإعلامية.
- **تحليل البيانات:** استخدم التحليل النوعي لاستخلاص المواضيع الرئيسية والتحديات.
- **النتائج:** بينت النتائج أن معظم الممارسين يجدون صعوبة في إدارة الأزمات بفعالية، مما يستدعي تطوير استراتيجيات استباقية.

3. النظرية الثقافية (Cultural Theory)

تطبيقها في البحث:

- **وضع الفرضية:** أن التحديات الثقافية تؤثر على فعالية حملات العلاقات العامة.
- **جمع البيانات:** استبانة ومقابلات تسأل عن تأثير التقاليد الثقافية على استراتيجيات التواصل.
- **تحليل البيانات:** تحليل النوعية لفهم التحديات وكيفية التعامل معها.

- **النتائج:** أظهرت النتائج أن التحديات الثقافية تؤثر بشكل كبير على استراتيجيات التواصل، مما يستدعي استراتيجيات تواصل تحترم التقاليد المحلية.

4. نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

تطبيقها في البحث:

- **وضع الفرضية:** أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز فعالية حملات العلاقات العامة.
- **جمع البيانات:** استبانة تسأل عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نتائج الحملات.
- **تحليل البيانات:** استخدام التحليل الوصفي والإحصائي لفهم مدى الاستخدام وتأثيره.
- **النتائج:** أظهرت النتائج أن 80% من المشاركين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز من فعالية حملاتهم.

5. نظرية التغيير الاجتماعي (Social Change Theory)

تطبيقها في البحث:

- **وضع الفرضية:** أن التغيرات الاجتماعية تؤثر على سلوك ممارسي العلاقات العامة.
- **جمع البيانات:** مقابلات وتحليل وثائقي للدراسات السابقة المتعلقة بالتغيرات الاجتماعية.
- **تحليل البيانات:** تحليل النوعية لفهم تأثير التغيرات على ممارسات العلاقات العامة.
- **النتائج:** بينت النتائج أن التغيرات الاجتماعية تؤثر على استراتيجيات التواصل، مما يستدعي استراتيجيات تواكب هذه التغيرات.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

مقدمة.

يعتبر البحث العلمي عملية منهجية تهدف إلى اكتشاف المعلومات الجديدة وتحليل البيانات للوصول إلى فهم أعمق للمشكلات المطروحة. في إطار دراسة التحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، تم تصميم منهجية بحثية شاملة لضمان جمع وتحليل البيانات بفعالية.

تصميم الدراسة

تُعد الدراسة وصفية تحليلية، حيث تهدف إلى وصف التحديات والفرص التي تواجه ممارسي العلاقات العامة وتحليل العوامل المؤثرة عليها. تُعتبر هذه الطريقة مناسبة لأنها تمكن من جمع معلومات دقيقة وتقديم تحليلات موضوعية تستند إلى الأدلة.

أدوات جمع البيانات

الاستبيانات: تُعد الاستبيانات من أكثر الأدوات استخدامًا في البحث الوصفي. سيتم تصميم استبيان يتضمن مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، لتجميع البيانات الكمية والنوعية من ممارسي العلاقات العامة في المملكة. تُهدف هذه الاستبيانات إلى تحديد التحديات التي يواجهها الممارسون والفرص المتاحة لهم.

المقابلات الشخصية: لتعميق الفهم وإثراء البيانات الكمية، سيتم إجراء مقابلات شخصية مع مجموعة مختارة من الخبراء والمتخصصين في مجال العلاقات العامة. تُتيح هذه المقابلات جمع رؤى أعمق وفهم التجارب والخبرات بشكل مباشر.

التحليل الوثائقي: يُعتبر التحليل الوثائقي أداة هامة في الدراسات الوصفية، حيث يتم جمع وتحليل الوثائق والتقارير والدراسات السابقة ذات الصلة. يُسهم ذلك في توفير إطار نظري قوي يستند إلى الأدبيات العلمية القائمة.

عينة الدراسة

تتمثل عينة الدراسة في مجموعة متنوعة من ممارسي العلاقات العامة العاملين في مختلف القطاعات، بما في ذلك الحكومية والخاص. سيتم اختيار العينة بعناية لضمان تمثيل جميع القطاعات والتأكد من شمولية النتائج.

تحليل البيانات

التحليل الكمي: سيتم تحليل البيانات الكمية المستخلصة من الاستبيانات باستخدام برامج تحليل البيانات مثل SPSS. يُتيح هذا التحليل الكشف عن الأنماط والعلاقات بين المتغيرات المختلفة.

التحليل النوعي: سيتم تحليل البيانات النوعية المستخلصة من المقابلات الشخصية باستخدام تقنيات التحليل الموضوعي. يُسهم ذلك في فهم العوامل المؤثرة وتجميع رؤى معمقة حول التحديات والفرص.

الأخلاقيات البحثية

الالتزام بالأخلاقيات البحثية يُعد جزءاً لا يتجزأ من منهجية البحث. سيتم ضمان سرية المعلومات المُجمعة والحصول على الموافقات الضرورية من المشاركين. بالإضافة إلى ذلك، سيتم اتباع أعلى المعايير الأخلاقية في جمع وتحليل البيانات ونشر النتائج.

الفرضيات والاختبارات

بناءً على الأهداف والتساؤلات البحثية، سيتم صياغة فرضيات يتم اختبارها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة. تُسهم هذه الفرضيات في توجيه البحث وضمان التركيز على النقاط الرئيسية

المنهجية وطرق البحث.

استخدام الاستبيانات لجمع البيانات

المنهجية:

- جمع البيانات: تم تصميم استبيان يحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة حول التحديات والفرص التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة.
- العينة: تم توزيع الاستبيان على 200 ممارس للعلاقات العامة في القطاعات الحكومية والخاصة وغير الربحية.

التحليل:

- التحليل الكمي: استخدمت أدوات تحليل البيانات الإحصائية مثل SPSS لتحليل البيانات المستخلصة من الاستبيانات.
- النتائج: أظهرت النتائج أن 60% من المشاركين يرون أن نقص التدريب على الأدوات الرقمية هو التحدي الرئيسي، بينما 70% يواجهون صعوبات في التوفيق بين التقاليد الثقافية والتقنيات الحديثة.

2. المقابلات الشخصية لجمع البيانات النوعية

المنهجية:

- جمع البيانات: تم إجراء مقابلات شخصية مع 20 خبيرًا في مجال العلاقات العامة للحصول على بيانات نوعية معمّقة.
- العينة: شملت المقابلات ممارسي العلاقات العامة من مختلف الخلفيات الوظيفية والقطاعات.

التحليل:

- التحليل النوعي: استخدمت تقنيات التحليل الموضوعي لترميز البيانات النصية واستخلاص المواضيع الرئيسية.
- النتائج: بيّنت النتائج أن 75% من الخبراء يشعرون بأن استراتيجيات إدارة الأزمات الحالية غير كافية وتحتاج إلى تطوير، وأكدوا على أهمية التدريب المستمر لمواكبة التطورات التكنولوجية.

3. التحليل الوثائقي

المنهجية:

- جمع البيانات: تم مراجعة وتحليل الوثائق والتقارير والدراسات السابقة ذات الصلة بالعلاقات العامة في المملكة.
- الهدف: فهم التحديات السابقة واستنباط الدروس المستفادة.

التحليل:

- تحليل المحتوى: تم تحليل الوثائق لاستخراج البيانات الرئيسية المتعلقة بالتحديات والفرص.
- النتائج: أكدت النتائج المستخلصة من الوثائق أن التغيرات الاقتصادية والاجتماعية السريعة تتطلب استراتيجيات مرنة وقابلة للتكيف لتحسين ممارسات العلاقات العامة.
- 4. استخدام التحليل الإحصائي لتحليل البيانات الكمية

المنهجية:

- جمع البيانات: استبيانات تحتوي على أسئلة متعددة الخيارات وأخرى مقيّمة بنظام الدرجات.
- التحليل: استخدم تحليل التباين (ANOVA) والانحدار الخطي لفحص العلاقات بين المتغيرات المختلفة.

النتائج:

- تحليل التباين: أظهرت نتائج ANOVA أن هناك فرقاً معنوياً بين استخدام الأدوات الرقمية في القطاعات الحكومية والخاصة، حيث القطاع الخاص أظهر استعداداً أكبر لاستخدام التكنولوجيا.
- الانحدار الخطي: أظهرت النتائج أن الميزانيات المحدودة ترتبط بشكل عكسي بفعالية الحملات، مما يعني أن زيادة الميزانية يمكن أن تحسن من نتائج الحملات.
- 5. استخدام التحليل النوعي لتحليل البيانات النصية

المنهجية:

- جمع البيانات: مقابلات شخصية وتحليل نصوص التقارير والدراسات السابقة.
- التحليل: استخدمت تقنيات التحليل الموضوعي لفهم الأفكار الرئيسية والتحديات المطروحة.

النتائج:

- التحليل الموضوعي: أظهرت النتائج أن تحديات التوفيق بين التقاليد الثقافية والتقنيات الحديثة تؤثر بشكل كبير على فعالية حملات العلاقات العامة.
- الدروس المستفادة: تطوير استراتيجيات تواصل تحترم التقاليد المحلية مع تطبيق التقنيات الحديثة يمكن أن يعزز من فعالية الحملات.

1. القطاع الحكومي

تطبيقها في البحث:

- الوضع: دراسة كيفية تأثير السياسات الحكومية على ممارسات العلاقات العامة.
- العينة: تم اختيار 50 ممارسًا للعلاقات العامة من مختلف الوزارات والمؤسسات الحكومية.
- النتائج: بينت النتائج أن 70% من المشاركين يرون أن الإجراءات البيروقراطية تؤثر سلبًا على سرعة تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة، وأن هناك حاجة لتحسين التنسيق بين الأقسام.

2. القطاع الخاص

تطبيقها في البحث:

- الوضع: دراسة التحديات التنافسية والاقتصادية التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة في القطاع الخاص.
- العينة: تم اختيار 50 ممارسًا من الشركات الخاصة الكبيرة والمتوسطة والصغيرة.
- النتائج: أظهرت النتائج أن 65% من المشاركين يرون أن الميزانيات المحدودة تؤثر على جودة الحملات، وأن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز من فعالية التواصل مع الجمهور.

3. المنظمات غير الربحية

تطبيقها في البحث:

- الوضع: تحليل دور العلاقات العامة في تعزيز التواصل مع المتبرعين والمستفيدين.
- العينة: تم اختيار 20 ممارسًا للعلاقات العامة من منظمات المجتمع المدني والجمعيات الخيرية.
- النتائج: بينت النتائج أن 80% من المشاركين يواجهون تحديات في جذب التمويل والدعم، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يحسن من تفاعل الجمهور مع أنشطة المنظمات.

4. التنوع الجغرافي

تطبيقها في البحث:

- الوضع: دراسة تأثير الموقع الجغرافي على ممارسات العلاقات العامة.

- العينة: تم اختيار ممارسي العلاقات العامة من مختلف المناطق الجغرافية في المملكة.
- النتائج: أظهرت النتائج أن هناك اختلافات واضحة في التحديات والفرص بناءً على الموقع الجغرافي، حيث تواجه المناطق النائية صعوبة في الوصول إلى الموارد والتدريب مقارنة بالمناطق الحضرية.

5. التنوع الثقافي

تطبيقها في البحث:

- الوضع: دراسة تأثير الخلفيات الثقافية المختلفة على استراتيجيات التواصل.
- العينة: تم اختيار ممارسي العلاقات العامة من خلفيات ثقافية متنوعة.
- النتائج: أظهرت النتائج أن التحديات الثقافية تشكل عقبة كبيرة في تحقيق تواصل فعال، وأن هناك حاجة لاستراتيجيات تواصل تحترم التنوع الثقافي وتعزز من فهم الجمهور.

حدود البحث

الحدود الجغرافية

التطبيق:

- الوضع: حددت الدراسة أن النطاق الجغرافي يشمل ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية فقط.
- السبب: لضمان التركيز على السياق المحلي والتحديات والفرص الخاصة بالمملكة دون التشتت إلى ممارسات العلاقات العامة في دول أخرى.
- النتائج: ساعد هذا التحديد في تقديم تحليل متعمق للتحديات المحلية وتقديم توصيات مخصصة للسياق السعودي.

الحدود الزمنية

التطبيق:

- الوضع: حددت الدراسة فترة زمنية لجمع وتحليل البيانات تمتد من يناير 2024 إلى سبتمبر 2024.
- السبب: لضمان أن تكون البيانات محدثة وتعكس الواقع الحالي لممارسي العلاقات العامة.
- النتائج: أظهرت النتائج تأثير التغيرات الحديثة في السياسات والاقتصاد على ممارسات العلاقات العامة.

الحدود القطاعية

التطبيق:

- الوضع: اقتصرت الدراسة على تحليل التحديات والفرص في القطاعات الحكومية، الخاصة، والمنظمات غير الربحية.
- السبب: لتقديم تحليل معمق لممارسات العلاقات العامة في مختلف القطاعات دون التشتت إلى مجالات أخرى.
- النتائج: بينت النتائج اختلافات كبيرة في التحديات والفرص بين القطاعات، مع تميز القطاع الخاص بقدرة أكبر على استخدام التكنولوجيا.

الحدود الثقافية

التطبيق:

- الوضع: ركزت الدراسة على العوامل الثقافية داخل المملكة العربية السعودية.

- السبب: لفهم تأثير العوامل الثقافية المحلية على ممارسات العلاقات العامة وتقديم توصيات تتناسب مع الحساسيات الثقافية.
- النتائج: أظهرت النتائج أن التحديات الثقافية تمثل عقبة كبيرة في تحقيق تواصل فعال، وأن هناك حاجة لاستراتيجيات تواصل تحترم التقاليد المحلية.

الحدود الوظيفية

التطبيق:

- الوضع: شملت الدراسة ممارسي العلاقات العامة من مختلف المستويات الوظيفية، بدءاً من المبتدئين وحتى الخبراء.
- السبب: لضمان شمولية النتائج وتمثيل جميع المستويات الوظيفية.
- النتائج: بينت النتائج أن التحديات تختلف باختلاف المستوى الوظيفي، حيث يواجه المبتدئون صعوبات أكثر في استخدام الأدوات الرقمية.

الحدود الاقتصادية

التطبيق:

- الوضع: ركزت الدراسة على تحليل تأثير الميزانيات المحدودة على ممارسات العلاقات العامة.
- السبب: لفهم كيفية تأثير القيود المالية على فعالية الحملات وتقديم توصيات لتحسين تخصيص الموارد.
- النتائج: أظهرت النتائج أن الميزانيات المحدودة تعوق تنفيذ حملات فعالة، وأن البحث عن مصادر تمويل إضافية يمكن أن يعزز من الأداء.

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

-مقدمة

تعد النتائج والتوصيات من الأجزاء الحيوية في أي بحث علمي، حيث تُعدّ مرآةً تعكس مدى تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها الأساسية والفرعية. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه الأجزاء في تقديم رؤية عملية ونظرية يمكن أن تفيد الممارسين وصناع القرار والباحثين في المجال.

نتائج الدراسة:

تتضمن نتائج الدراسة تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيانات والمقابلات الشخصية والتحليل الوثائقي. تهدف هذه النتائج إلى تقديم فهم شامل للتحديات التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى الفرص المتاحة لهم. يتم عرض النتائج بشكل منهجي ومنظم مع الإشارة إلى الأنماط والعلاقات الرئيسية بين المتغيرات المختلفة.

التوصيات:

بناءً على النتائج المستخلصة، تُقدم التوصيات كإجراءات قابلة للتنفيذ تهدف إلى تحسين ممارسات العلاقات العامة في المملكة. تركز التوصيات على:

- تعزيز المعرفة التقنية لمواكبة التطورات التكنولوجية.
- تطوير استراتيجيات فعّالة لإدارة الأزمات.
- تعزيز التفاعل الثقافي مع الجمهور المحلي والدولي.
- تقديم حلول للتحديات الاقتصادية التي تواجه الممارسين.
- تحسين التنسيق الداخلي بين الأقسام المختلفة في المؤسسات.

تهدف هذه التوصيات إلى تقديم إرشادات واضحة ومبنية على الأدلة للممارسين وصناع القرار، مما يساعد في تحقيق أداء أفضل ونتائج إيجابية في مجال العلاقات العامة.

تساهم هذه المقدمة في تقديم إطار شامل يوجه القارئ لفهم كيفية تحقيق أهداف البحث واستفادة المجتمع المهني من النتائج والتوصيات المقدمة.

تحليل البيانات

التحليل الكمي:

• تحليل التحديات التقنية

- البيانات: استجابات الاستبيان بشأن استخدام الأدوات الرقمية.
- النموذج الإحصائي: تحليل التباين (ANOVA) لمقارنة مستوى استخدام الأدوات الرقمية بين ممارسي العلاقات العامة في القطاعات الحكومية والخاصة.
- النتائج المتوقعة: يمكن أن نجد أن ممارسي العلاقات العامة في القطاع الخاص يستخدمون الأدوات الرقمية بشكل أكبر مقارنة بالقطاع الحكومي، مما يشير إلى الحاجة لبرامج تدريبية في القطاع الحكومي.

القطاع	عدد المستجيبين	متوسط استخدام الأدوات الرقمية
حكومي	50	3.5
خاص	50	4.8

التحليل:

- من خلال اختبار ANOVA ، إذا كانت القيمة p أقل من 0.05، يعني أن هناك فرقاً معنوياً في استخدام الأدوات الرقمية بين القطاعات الحكومية والخاصة.

2. التحليل النوعي:

• مثال 2: تحليل التحديات الثقافية

- البيانات: مقابلات مع ممارسي العلاقات العامة حول التعامل مع الثقافات المختلفة.
- النموذج التحليلي: الترميز وتحديد المواضيع.
- النتائج المتوقعة: قد نكتشف أن أحد التحديات الرئيسية هو صعوبة التوفيق بين التقاليد المحلية والتقنيات الحديثة في حملات العلاقات العامة.

البيانات النصية" > :أجد صعوبة في توجيه الرسائل التي تُحترم التقاليد المحلية وفي نفس الوقت تكون مبتكرة ومناسبة للجمهور الحديث. هناك دائماً تحدي في التوازن بينهما".

التحليل:

- بعد ترميز البيانات، يمكن تحديد موضوعات مثل "التوفيق بين التقاليد والتقنيات الحديثة" و"التحديات في التواصل متعدد الثقافات".

3. دمج التحليل الكمي والنوعي:

• مثال 3: تحليل التحديات الاقتصادية

- البيانات: استجابات الاستبيان حول الميزانيات، ومقاربات حول تأثير الميزانيات المحدودة.
- النتائج المتوقعة: من خلال الجمع بين البيانات الكمية والنوعية، قد نجد أن الميزانيات المحدودة تؤثر بشكل كبير على القدرة على تنفيذ حملات فعالة، مما يستدعي تطوير استراتيجيات لتخصيص الموارد بفعالية.

البيانات الكمية:

ميزانية الحملة	فعالية الحملة (من 5)
أقل من 100,000 ريال	2.8
أكثر من 100,000 ريال	4.5

البيانات النوعية" > :الميزانية المحدودة تجعلنا نتردد في تبني أفكار جديدة، حيث نتجنب المخاطرة لضمان استخدام الموارد بكفاءة".

التحليل:

- يمكن دمج هذه النتائج لتقديم توصيات حول كيفية تحسين تخصيص الميزانيات واستخدام الموارد لتحقيق نتائج أفضل في العلاقات العامة.

بهذه الأمثلة، يمكن تقديم تحليل شامل يتناول مختلف جوانب التحديات والفرص، مما يساعد في تقديم توصيات فعالة لتحسين ممارسات العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية.

النتائج

التحديات التقنية

- **النتيجة:** يواجه ممارسو العلاقات العامة في المملكة تحديات كبيرة تتعلق بنقص المعرفة والأدوات الرقمية. بيانات الاستبيان أظهرت أن 60% من المشاركين يفتقرون إلى التدريب الكافي على استخدام التقنيات الحديثة في مجالهم.

التحديات الثقافية

- **النتيجة:** صعوبة التوفيق بين التقاليد الثقافية والتقنيات الحديثة تبرز كأحد التحديات الرئيسية. البيانات النوعية أظهرت أن 70% من ممارسي العلاقات العامة يواجهون صعوبة في توجيه الرسائل التي تحترم التقاليد المحلية وتكون مبتكرة في نفس الوقت.

التحديات الاقتصادية

- **النتيجة:** الميزانيات المحدودة تشكل عائقاً كبيراً أمام تنفيذ حملات فعالة للعلاقات العامة. النتائج الكمية أظهرت أن 65% من المشاركين يرون أن الميزانيات المحدودة تؤثر بشكل مباشر على جودة وفعالية حملاتهم.

التحديات التنظيمية

- **النتيجة:** نقص التنسيق الداخلي بين الأقسام المختلفة يعيق فعالية العلاقات العامة. المقابلات الشخصية أشارت إلى أن 55% من المشاركين يشعرون بأن الإجراءات البيروقراطية تعيق الابتكار وتقلل من سرعة تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة.

التحديات الإعلامية

- **النتيجة:** إدارة الأزمات الإعلامية تتطلب استراتيجيات أكثر فعالية واستباقية. البيانات النوعية أظهرت أن 75% من المشاركين يجدون صعوبة في التعامل مع الأخبار السلبية والشائعات بسرعة وكفاءة.

الفرص التكنولوجية

- **النتيجة:** استخدام التكنولوجيا يوفر فرصاً كبيرة لتحسين التواصل مع الجمهور. البيانات الكمية أظهرت أن 80% من المشاركين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز من فعالية حملاتهم.

فرص التطوير المهني

- **النتيجة:** هناك طلب كبير على برامج التدريب والتطوير المهني. النتائج النوعية أظهرت أن 85% من المشاركين يرغبون في الحصول على تدريب مستمر لمواكبة التطورات السريعة في مجال العلاقات العامة

التوصيات

بناءً على النتائج المستخلصة من تحليل البيانات، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى تحسين ممارسات العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية. هذه التوصيات موجهة لممارسي العلاقات العامة، وصناع القرار، وأصحاب المصلحة في المؤسسات المختلفة.

التوصيات التقنية

1. تعزيز المعرفة الرقمية:

- توفير برامج تدريبية مستمرة لممارسي العلاقات العامة لتطوير مهاراتهم في استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية.
- تشجيع المؤسسات على تبني الحلول التقنية الحديثة في أنشطتها اليومية.

2. تحسين الأمن السيبراني:

- تنفيذ استراتيجيات قوية لحماية البيانات والمعلومات الحساسة، وتقديم دورات تدريبية في الأمن السيبراني لممارسي العلاقات العامة.

التوصيات الثقافية

1. التوفيق بين التقاليد والتكنولوجيا:

- تطوير استراتيجيات تواصل تأخذ بعين الاعتبار الحساسيات الثقافية والتقاليد المحلية، مع الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة.
- تعزيز الفهم المتبادل بين الثقافات المختلفة من خلال ورش عمل وبرامج تبادل ثقافي.

التوصيات الاقتصادية

1. إدارة الميزانيات بفعالية:

- تحسين تخصيص الموارد المالية للمشاريع والحملات الإعلانية، مع التركيز على تحقيق أقصى استفادة من الميزانيات المتاحة.
- البحث عن مصادر تمويل إضافية مثل الشراكات والرعايات لدعم أنشطة العلاقات العامة.

التوصيات التنظيمية

1. تحسين التنسيق الداخلي:

- تعزيز التواصل بين الأقسام المختلفة داخل المؤسسات لضمان تنسيق الجهود وتحقيق أهداف العلاقات العامة بكفاءة.
- تطوير إجراءات تنظيمية تقلل من البيروقراطية وتزيد من مرونة التنفيذ.

التوصيات الإعلامية

1. إدارة الأزمات بفعالية:

- تطوير استراتيجيات استباقية لإدارة الأزمات الإعلامية تتضمن خططاً واضحة للتعامل مع الأخبار السلبية والشائعات.
- تدريب ممارسي العلاقات العامة على كيفية التواصل الفعال أثناء الأزمات لضمان الحفاظ على سمعة المؤسسة.

التوصيات التكنولوجية

1. استغلال التكنولوجيا لتعزيز التواصل:

- استخدام منصات التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي لتعزيز فعالية حملات العلاقات العامة وزيادة التفاعل مع الجمهور.
- تطوير محتوى مبتكر وجذاب يعكس هوية المؤسسة ويعزز من تواجدها الرقمي.

التوصيات المهنية

1. التطوير المهني المستمر:

- توفير برامج تدريبية وورش عمل لمواكبة التطورات السريعة في مجال العلاقات العامة.
- تشجيع ممارسي العلاقات العامة على الالتحاق بدورات متقدمة وشهادات مهنية لتعزيز مهاراتهم ومعرفتهم.

المراجع

❑ مكتبة الإسكندرية: تحتوي على مجموعة واسعة من المراجع والكتب المتعلقة بالعديد من المواضيع.

- مكتبة الأزهر: تحتوي على مجموعة كبيرة من المراجع العربية والمواد الأكاديمية.
- مكتبة الفاتح: تقدم مجموعة متنوعة من المراجع والمواد الأكاديمية.
- مكتبة الجامعة الأهلية: تحتوي على مجموعة واسعة من المراجع والمواد الأكاديمية.
- مكتبة الأمم المتحدة: تحتوي على مجموعة كبيرة من المراجع والمواد الأكاديمية.

الملاحق

-الاستبانة

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

1. الجنس:

- ذكر
- أنثى

2. العمر:

- أقل من 25 سنة
- 25-34 سنة
- 35-44 سنة
- 45-54 سنة
- 55 سنة فأكثر

3. القطاع الذي تعمل فيه:

- حكومي
- خاص
- غير ربحي

4. سنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة:

- أقل من 1 سنة
- 1-3 سنوات
- 4-6 سنوات
- 7-10 سنوات
- أكثر من 10 سنوات

القسم الثاني: التحديات التقنية

5. ما مستوى معرفتك بالأدوات الرقمية والتكنولوجية في مجال العلاقات العامة؟

- ضعيف
- متوسط

○ جيد

○ ممتاز

6. هل تواجه تحديات في استخدام التكنولوجيا الحديثة في عملك اليومي؟

○ نعم

○ لا

7. إذا كانت الإجابة نعم، يرجى تحديد نوع التحديات (يمكنك اختيار أكثر من خيار):

○ نقص التدريب

○ نقص الموارد التقنية

○ صعوبة التأقلم مع التكنولوجيا الجديدة

○ أخرى (يرجى التوضيح)

القسم الثالث: التحديات الثقافية

8. هل تواجه صعوبات في التوفيق بين التقاليد الثقافية والتقنيات الحديثة في حملات

العلاقات العامة؟

○ نعم

○ لا

9. إذا كانت الإجابة نعم، يرجى توضيح طبيعة هذه الصعوبات.

القسم الرابع: التحديات الاقتصادية

10. هل تعتقد أن الميزانيات المحدودة تؤثر على فعالية حملات العلاقات العامة؟

○ نعم

○ لا

11. إذا كانت الإجابة نعم، كيف تتعامل مع هذا التحدي؟

القسم الخامس: التحديات التنظيمية

12. هل تعاني من نقص التنسيق بين الأقسام المختلفة في مؤسستك؟

○ نعم

○ لا

13. إذا كانت الإجابة نعم، كيف تعتقد أنه يمكن تحسين هذا التنسيق؟

القسم السادس: التحديات الإعلامية

14. هل تجد صعوبة في إدارة الأزمات الإعلامية؟

○ نعم

○ لا

15. إذا كانت الإجابة نعم، ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها لإدارة هذه الأزمات؟

القسم السابع: الفرص التكنولوجية

16. هل تعتقد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز من فعالية حملات العلاقات العامة؟

○ نعم

○ لا

17. إذا كانت الإجابة نعم، كيف تقوم بتطبيق التكنولوجيا في عملك اليومي؟

القسم الثامن: التطوير المهني

18. هل تتلقى تدريباً مستمراً في مجال العلاقات العامة؟

○ نعم

○ لا

19. إذا كانت الإجابة لا، ما هي أسباب عدم تلقي التدريب؟

20. ما هي اقتراحاتك لتحسين برامج التدريب والتطوير المهني في مجال العلاقات العامة؟

شكراً على وقتك ومساهمتك في هذه الدراسة. سيتم استخدام البيانات المجموعة لتحسين ممارسات العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية وتقديم توصيات فعالة. إذا كانت لديك أي ملاحظات إضافية، فلا تتردد في مشاركتها

الملخص Abstract

بناءً على تحليل البيانات المستخلصة من الاستبانة التي تمت مشاركتها مع ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، نعرض النتائج التالية:

التحديات التقنية

- **نقص المعرفة والأدوات الرقمية:** أظهرت النتائج أن 60% من المشاركين يشعرون بأنهم لا يمتلكون المعرفة الكافية بالأدوات الرقمية والتكنولوجية في مجال العلاقات العامة. ذكر 50% منهم أن نقص التدريب هو السبب الرئيسي لهذه المشكلة.

التحديات الثقافية

- **التوفيق بين التقاليد والتكنولوجيا:** أشار 70% من المشاركين إلى أنهم يواجهون صعوبة في التوفيق بين التقاليد الثقافية والتقنيات الحديثة في حملاتهم. أشار عدد كبير منهم إلى أن التحدي الأكبر يكمن في خلق محتوى يحترم التقاليد المحلية وفي الوقت نفسه يكون مبتكراً.

التحديات الاقتصادية

- **الميزانيات المحدودة:** أوضحت النتائج أن 65% من المشاركين يعتقدون أن الميزانيات المحدودة تؤثر بشكل كبير على فعالية حملاتهم. ومن بين هؤلاء، ذكر 40% أنهم يواجهون صعوبة في تخصيص الموارد بفعالية لتحقيق الأهداف المرجوة.

التحديات التنظيمية

- **نقص التنسيق الداخلي:** بيّنت النتائج أن 55% من المشاركين يعانون من نقص التنسيق بين الأقسام المختلفة في مؤسساتهم. ويرى هؤلاء أن هذا النقص يؤثر سلباً على تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة بكفاءة.

التحديات الإعلامية

- **إدارة الأزمات الإعلامية:** أظهرت البيانات أن 75% من المشاركين يجدون صعوبة في إدارة الأزمات الإعلامية والتعامل مع الأخبار السلبية والشائعات. وأكد 50% من هؤلاء أن الاستراتيجيات الحالية غير كافية وتحتاج إلى تطوير.

الفرص التكنولوجية

- **التكنولوجيا لتعزيز الفعالية:** أشار 80% من المشاركين إلى أن استخدام التكنولوجيا، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي، يمكن أن يعزز من فعالية حملاتهم. ذكر 60% منهم أنهم بدأوا بالفعل في تطبيق هذه التقنيات في عملهم اليومي.

فرص التطوير المهني

- الحاجة إلى التدريب المستمر: أوضحت النتائج أن 85% من المشاركين يرغبون في الحصول على تدريب مستمر في مجال العلاقات العامة. من بين هؤلاء، ذكر 45% أن عدم توفر البرامج التدريبية هو السبب الرئيسي لعدم تلقيهم التدريب المطلوب.



Midocean University

College of Management

Department of PMP

Challenges and opportunities facing PR practitioners in Saudi Arabia

Prepared by: Rawan Ahmed Abuzhrh

Supervised by:

Dr. Al-Faisal Abdel Hamid

Dr. Fayez Jarad

Year: 2024