

نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في العراق

بحث وصفي

على عينة من المؤسسات الرياضية الحكومية والاهلية في العراق

د. نصير قاسم خلف

ملخص البحث

شمل البحث على خمسة ابواب حيث احتوى الباب الاول على المقدمة التي تطرق لها الباحث عن المؤسسات الرياضية وتعدد منشآتها ومتطلباتها الادارية والتي تشكل العلاقات العامة واحدة من عناصر الادارة التي اخذت حيز في الهيكل التنظيمي لاي مؤسسة رياضية كونها تربط بين المؤسسات فيما بينها وبين المؤسسة وجمهورها .

اما مشكلة البحث فقد تبلورت في قلة الاهتمام بالجانب الاداري للعلاقات العامة في المؤسسات فضلا عن تفاوت في فهم وتطبيق هذا المفصل الاداري من قبل المؤسسات الرياضية .

تضمنت اهداف البحث (وضع نموذج مقترح لادارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية العراقية)

مجال البحث :المجال البشري لعينة من المختصين في المجال الرياضي الاداري للمؤسسات الرياضية الحكومية والاهلية في العراق .

المجال الزماني : للفترة من ١-٢ ولغاية ١/٧/٢٠١١

المجال المكاني : المؤسسات الرياضية الحكومية والاهلية في العراق

اما الباب الثاني : فقد شمل الدراسات النظرية والمشابهة

مفهوم العلاقات العامة

اهمية العلاقات العامة

العلاقات العامة والمؤسسات الرياضية

التكوين الاجتماعي

النشاطات المقدمة والاهداف النظام والهيكل التنظيمي للمؤسسة الرياضية

نجاح العلاقات العامة

انماط العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية

اهداف العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية

وظائف العلاقات العامة

الدراسات المشابهة

دراسة سمير حسين وآخرون ١٩٩١م

دراسة مي عبد الواحد ١٩٩٦م

اما الباب الثالث : منهجية البحث واجراءاته الميدانية

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملائمة طبيعة البحث ثم تم تحديد عينة البحث بالطريقة العمدية حيث بلغ (١٤٢) فرداً من الاختصاصيون في المجال الرياضي في المؤسسات الرياضية العراقية والتي شملت محافظات النجف - كركوك - ديالى .

وشمل الباب على وسائل جمع المعلومات والاجراءات الميدانية والتجربة الاستطلاعية والوسائل الاحصائية .

اما الباب الرابع فقد شمل على عرض وتحليل ومناقشة النتائج وأوردها الباحث على شكل جداول وحسب محاور البحث موضوع الدراسة .

اما الباب الخامس فقد شمل على الاستنتاجات والتوصيات.

الاستنتاجات

- مستوى التنظيم الحاصل في المؤسسات في جانب العلاقات العامة ذات اهمية كبيرة رغم قلة الاهتمام بهذا الجانب .

- اهداف العلاقات العامة في المؤسسات تحتاج الى اعادة صياغة التوصيات.

الاهتمام المباشر في وحدة العلاقات العامة اداريا في كل مؤسسة وضرورة اعداد الملاكات الادارية التخصصية في كل مؤسسة بما يتناسب وحجم الوحدات الادارية .

Research Summary

(Proposed model for the management of public relations in sports organizations in Iraq)

Researcher: Naseer Qassim Khalaf

Research involved five-door and contains the first chapter to the introduction addressed by the researcher for sports organizations and the multiplicity of its facilities and administrative requirements, which are public relations and one of the elements of the administration, which took space in the structure of any mathematical foundation as a link between institutions and between the institution and its audience. The research problem was crystallized in the lack of attention to the administrative side of public relations in the institutions as well as variation in the understanding and application of the detailed administrative by sports institutions.

Research objectives included (a model proposed for the management of public relations in sports institutions of Iraq)

Research: the human sphere of a sample of professionals in the sports field of the administrative institutions of government and private sports in Iraq.

Temporal domain: for the period of 1-2 until 1/7/2011

Spatial domain: sports institutions and civil government in Iraq

Part II: The included theoretical studies and similar

The concept of public relations

The importance of public relations

Public relations and sports institutions

Social structure

Activities provided and the goals the system and organizational structure of the sports organization

The success of public relations

Patterns of public relations in sports institutions

The goals of public relations in sports institutions

And public relations functions

Similar studies

Study Samir Hussein and others, 1991

Study Mai Abdel Wahed, 1996

Part III: the research methodology and field procedures

The researcher used the descriptive method to fit the style survey nature of the research then the research sample was identified as the way was deliberate (142) members of the specialists in the field of sports and sports organizations, which included the Iraqi governorates of Najaf - Kirkuk - Diyala. Included a section on methods of collecting information and procedures of field experience and statistical methods and exploratory.

The fourth section was included to view, analyze and discuss the results and performed by a researcher in the form of tables and themes as subject matter.

The fifth section was included on the conclusions and recommendations.

Conclusions

- The level of regulation in the winning institutions in the public relations of great importance despite the lack of attention to this

aspect.

- The goals of public relations in the institutions need to reformulate the recommendations.

Direct interest in the unity of public relations administrator at each institution and the need to prepare specialized administrative staffs of each institution in proportion to the size of administrative units.

الباب الاول

١- التعريف بالبحث:-

١-١ المقدمة واهمية البحث :

اصبحت الحركة الرياضية في الوقت الحاضر واسعة واكثر انتشارا وتعددت مؤسساتها ومنشآتها وتسمية منافساتها على مدار السنة الامر الذي يتطلب ادارة عالية والتي تعتبر من اهم عناصر اي هيئة أو مؤسسة بل من ضمانات بقائها واستمرارها واكثر من ذلك فان الادارة هي العامل الرئيسي الذي يميز بين مؤسسة واخرى في قياس مدى النجاح وتحقيق الاهداف .

والعلاقات العامة واحدة من عناصر الادارة التي اخذت حيز في الهيكل التنظيمي والاداري لهذه المؤسسات الرياضية كونها تربط بين المؤسسات بعضها ببعض وبينها وبين كافة المتفاعلين معها والعاملين بمختلف المستويات داخل هذه المؤسسات ، كما وتربط العلاقات العامة بين كافة هذه الاطراف على اساس من التقدير والاحترام والرغبة في التعامل بل ابعد من ذلك ((تكون الحاجة اكثر لدوام العلاقة ما بين المؤسسات وتلك الجماهير لان في دوامها ضمان لل تفاهم المتبادل ما بين الجماهير من اجل تحقيق السمعة الطيبة التي لها قيمتها على المدى البعيد

وكهدف اساس لادارة المؤسسات من خلال خلق صورة ذهنية جيدة عن المؤسسات وكافة الانشطة التي تقوم بها ((^(١)).

وعلى هذا الأساس يمكن إعطاء وصف لوظيفة العلاقات العامة في انها تعمل على خلق صلات وعلاقات قوية بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية لهدف الوصول الى اقصى درجة من الفهم المتبادل والمعرفة المتكاملة بين الطرفين كي يؤدي الى الارتقاء بسمعة المؤسسة بين الجماهير الخارجي كنتاج نهائي لنشاط العلاقات العامة في رفع كفاءة الاداء في داخل المؤسسة ومفهومها ايضا فتتضح اهدافها والتي تختلف باختلاف المؤسسة وطبيعتها ويتم تحقيق هذه الاهداف مهما اختلفت من خلال مجموعة من العمليات او الوظائف حيث ان المؤسسة الرياضية مثلها مثل اي مؤسسة اخرى في طبيعة ادارتها وصولا الى اهدافها .

((الادارة هي العضو في المؤسسة المسؤول عن تحقيق الاهداف التي وضعت من اجلها المؤسسة فالادارة الحديثة تعد جانباً أساسياً من جوانب النظام الخدمي في أي مجتمع))^(٢)

وانطلاقاً من اهمية العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في تأتي أهمية إجراء هذا البحث في وضع نموذج مقترح لادارة العلاقات العامة في المؤسسات في العراق .

١ مشكلة البحث :

ان المجال الرياضي عبارة عن حقل كبير يشمل العديد من المؤسسات الرياضية الحكومية والاهلية والتي لها قاسم مشترك هو العمل الرياضي في مختلف اتجاهاته ومتطلباته واهدافه المرجوه منه وهذا يتطلب وجود علاقات عامة تقدم ترجمة للفهم المشترك لهذه المؤسسات فيما بينها وبين المؤسسة وجمهورها ولوجود الباحث قريبا لأغلب هذه المؤسسات كونه حكم اتحادي في الكرة الطائرة فقد لاحظ قلة الاهتمام بالجانب الاداري للعلاقات العامة من جهة ومن جهة اخرى فان

(١) سعيد ياسين عمار، علي حميد عبد الوهاب، الفكر المعاصر في التنظيم والادارة، ط٢، القاهرة ١٩٩٢، ص١٤

(٢) سمير محمد حسن، ادارة العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية، معهد الادارة، العلاقات السعودية ١٩٩١ ص٦

المؤسسات تتفاوت في فهم وتطبيق هذا المفصل الاداري المهم وتعتمد على بعض الاجراءات الروتينية التي وجدت لسد حاجة هذا المتطلب لذل أرتنى الباحث اجراء هذه الدراسة لوضع نموذج مقترح لادارة العلاقات العامة في المجال الرياضي.

٢ أهداف البحث :

يهدف البحث الحالي الى وضع نموذج مقترح لادارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية العراقية.

٣ مجالات البحث :

١ - المجال البشري : عينة من المختصين في المجال الرياضي الاداري

للمؤسسات الرياضية الحكومية والاهلية في العراق .

٢ - المجال الزمني : للفترة من ١-٤ ولغاية ١-٧/٢٠١١ .

٣ - المجال المكاني : المؤسسات الرياضية الحكومية والاهلية في العراق.

تحديد المصطلحات :

العلاقات العامة:

((وظيفة ادارية تعمل على تقويم الاتجاهات العامة وتحديد السياسات ووضع

الخطط وتنفيذ البرامج بهدف الحصول على الفهم المتبادل والقبول بين المؤسسات

وجماهيرها))^(١)

يعرفها الباحث:

((احد المستويات الادارية في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الرياضية داخل

المؤسسة من خلال افرادها وادارتها داخليا وخارجها من خلال تعاملاتها مع

المؤسسات الاخرى من جهة وجمهور المؤسسة من جهة اخرى))^(٢)

الباب الثاني

٢- الدراسات النظرية والمشابهة

(1) Penny griswoid ;PR news,127 east street new york 1997 P10

(٢) تعريف اجرائي

٢-١ - الدراسات النظرية :

١ - مفهوم العلاقات العامة :

نمت العلاقات العامة كمفهوم اداري ووظيفي بشكل سريع خلال الفترة الاخيرة من القرن الماضي وهذا نتيجة التعقيد المتزايد في الرأي العام اضافة الى زيادة فهم دوافع الافراد والجماهير ومطالبهم اذ اصبح من الضروري كسب تاييد الاخرين وتعاونهم وتفهمهم عن طريق الاقتناع وهي جزء من العمل اليومي للمدير في اي نوع من انواع المؤسسات كما واصبحت العلاقات العامة تعبيراً شائعاً في اللغة والفكر الإداري^(١).

وهذا ادى الى تعاظم دور العلاقات العامة في الحياة التنظيمية باعتبارها منهج علمي منظم واداة للاتصال الرئيسية في المؤسسات الحديثة وقد ازدادت اهمية تأثيرها الديناميكي على مختلف اوجه النشاطات التي تمارس والوظائف الادارية في المؤسسات وفي تفاعلها مع بيئتها الخارجية بما يحقق لها سبل التكيف مع المتغيرات التي يشهدها المجتمع المحيط بها .

٢-١-٢ اهمية العلاقات العامة:

تعرف العلاقات العامة بمجموعة من التعاريف من خلال آراء الخبراء والباحثين حيث عرفها فريزر وآخرون Fraser and other ((ان العلاقات العامة هي عملية ممارسة ما هو صحيح من اداء والاتصال القائم جوهر هذا الاداء بالمؤسسة))^(٢).

كما يعرفها كورنلان وجوسفيك Qurinlan and Gosefic ((انها تلك الوظيفة الادارية التي تحدد وتوطد وتعمل على استمرار العلاقة المتبادلة بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة))^(٣).

كما يعرفها ايضا سمير محمد حسن ((العلاقات العامة في اي مؤسسة تهدف الى العمل على خلق صلات وعلاقات قوية بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية بهدف الوصول الى اقصى درجة من الفهم المتبادل والمعرفة التكاملة بين الطرفين مما يؤدي

^(١) سمير محمد حسين ،ادارة العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية ،معهد الادارة العامة السعودية، ١٩٩١، ص٣٥

Fraser,P ,Sital, the proactive, of PR ,5th cd USA 1998 P1)2(

Qurin ,Josph ,principles and proactive Internaticanl universits of Ottawa 2000 P.27)3(

في النهاية الى رفع الكفاءة الانتاجية في الداخل وارتفاع سمعة المؤسسة بين الجمهور الخارجي كنتاج نهائي لنشاط العلاقات العامة في الخارج ((^(٤).

كما يشير روبرت بولس Robert Polic ان العلاقات العامة في اي مؤسسة هي وظيفة ادارية مميزة تعمل على توطيد واستمرار العلاقات المتبادلة والاتصال الفعال والفهم المتبادل والتعاون بين المؤسسة و جماهيرها المختلفة وان ادارة العلاقات العامة تعمل على مساعدة الادارة العليا بالمؤسسة من خلال اعلامها بكافة المعلومات المرتبطة بالرأي العام والتأكيد على مسؤولية الادارة في التعامل مع جماهير المؤسسة مستخدمة بذلك كافة الوسائل العلمية والبحثية والادوات المختلفة التي تعينها على تحقيق ذلك^(٥).

٢-١-٣ العلاقات العامة والمؤسسات الرياضية

المؤسسات الرياضية هي مؤسسات ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب بحيث يكون لها هيكل تنظيمي يتفق وحجم تلك المؤسسات واهدافها. بما يعود بالنفع لخدمة ذلك المجتمع متناسبا مع اهدافه.

كما ان المؤسسات الرياضية هي تكوين اجتماعي يرتبط بالمجال الرياضي كمهنة وصناعة تحدد اهدافها بطبيعة الانشطة التي تمارسها تلك المؤسسة والعلاقات المتفاعلة بين تلك الانشطة ومؤسسات المجتمع الاخرى .

ومن هذا المفهوم يمكن ان يحدد المفهوم عن المؤسسات الرياضية من خلال

ثلاثة محاور مرتبطة بمفهوم المؤسسات الرياضية كما اشار اليها Daft and

Roppins^(١)

١- التكوين الاجتماعي :

والمقصود به ان المؤسسات الرياضية مهما اختلف تصنيفها او نوعها تتكون من مجموعات وافراد يتفاعلون فيما بينهم لاتمام وظائف تلك المؤسسة فضلا عن

^(٤) سمير محمد حسين، مصدر سبق ذكره ص ١٤

^(٥) Roobert police ,unpublished lectures,Algonquen college Canada. 1999 .P.27

Roobing ,Daft,orgunizuton thory and design 4th edition staplewest 1992.p.15

الاهداف الاجتماعية التي تؤديها تلك المؤسسة لخدمة المجتمع الذي توجد فيه وتأثيرها على الفرد والاسرة.

٢ -النشاطات المقدمة والاهداف :

تختلف المؤسسات الرياضية طبقا لنوع النشاطات المقدمة وطبقا للاهداف المقدمة لتلك المؤسسات فالاندية والشركات والعباب الجيش والشرطة كلها مؤسسات وداخلها مؤسسات رياضية تمثلها وتختلف كل مؤسسة عن الاخرى تبعا لطبيعة النشاط الممارس وكذلك الاهداف التي ترسمها المؤسسة لنفسها وسياستها الخارجية والترويجية^(٢).

٣ -النظام والهيكل التنظيمي للمؤسسة الرياضية :

للمؤسسة الرياضية مفهوم كما يعرفه Dast ((انها مؤسسة كبرى تدار بفكر اداري علمي مثلها مثل المؤسسات المجتمعية الاخرى محدد البناء بحيث يكون مدرك وملمس تحدد بداخله الاقسام والشعب المختلفة للمؤسسة وكذلك المستويات الادارية داخل هذا التنظيم مع عديد الاختصاصات والمسؤوليات لكافة الادارات والاقسام))^(٢).

كما يوضح بعض المختصين ان المؤسسات الرياضية لها نظرية بنائية ونظام بنائي اي هيكل تنظيمي في بعض المصادر يرتبط هذا النظام البنائي بطبيعة وحجم العمل الذي تؤديه هذه المؤسسة وان الدراسات في مجال الادارة الرياضية تهتم بوضع هيكل بنائي تنظيمي يتفق وحجم المؤسسات الرياضية مما يساعد على اتاحة الفهم الجيد والاسلوب الامثل لتنظيم هذه المؤسسات واتاحة الفرصة للتعرف على المستويات الادارية والاقسام التي من الممكن ان يشملها التنظيم داخل المؤسسة الرياضية وفقا لحجمها ووظائفها .

ويرى الباحث ان المؤسسة الرياضية لاختلف في العمل الاداري عن المؤسسات الاخرى بشكل عام كون المؤسسات هي خدمة عامة داخل المجتمع لكن من حيث

⁽²⁾ Robing daft organization theory and design 4th edition staple west 1992.p25

الهيكل التنظيمي فيمكن تصنيفها ودراستها والتحكم في مستوياتها الادارية طبقا لحجم وعدد الافراد العاملين بها .

٢-١-٤ نماذج العلاقات العامة:

يمكن توضيح مصطلح النموذج على انه وصف لمجموعة من القيم واشكال السلوك التي توضح المنهج المتخذ بواسطة الادارة العامة او بواسطة اخصائي العلاقات العامة نحو المؤسسة او النظام الموجود به ادارة العلاقات العامة .

اي ان في بعض الحالات لوضع البرامج او حملات العلاقات العامة فان تصميم النموذج لهذه الاغراض يهدف الى وصف النموذج والشكل الخارجي للبرامج او تلك الحملات دون وصف الادوات المرتبطة بهذا الشكل والوظائف المرتبطة به .

وان هذه النماذج للعلاقات العامة هي اساس لفهم اسلوب ممارسة العلاقات العامة او هي القاعدة التي تنطلق منها التمثيل التوضيحي لكافة العمليات التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية.

٢-١-٥ انماط العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية :

وضع كل من Hayand hall اربعة انماط للعلاقات العامة في المؤسسات الرياضية^(١).

١- النمط التقليدي :

وفيه يكون الاداء الاداري للعلاقات العامة بشكل مركزي اي من خلال الادارة العليا والمسؤولية تقل في الادارة الوسطى.

٢- النمط الميكانيكي :

وهو على عكس النمط التقليدي تقريبا حيث تقل فيه الاداء للادارة العليا اي المركزية وبعض تحويل في السلطات للادارة الاقل او الوسطى.

٣- النمط العضوي :

(1)Hage hall,Atypology of environmental niches base on know ledge and scale ,univcrsity mary land college park,1982.p191

وهنا تكون المؤسسة متناسقة ومترابطة بالاجراءات الادارية داخل الهيكل التنظيمي حيث يتم تنسيق الاعمال بين كافة اجزاء المؤسسة فتصبح المؤسسة مرتبطة الاجراء .

٤- النمط المختلط :

وفي هذا النمط يوجد في المؤسسات الكبرى ذات التعقيد الاداري نتيجة صميم المؤسسة وكثرة منشآتها والادارات المرتبطة بها مثل الوزارات حيث تكثر اهداف هذه المؤسسات وتكثر معها الوظائف المتكررة لكل مستوى ادارة في كل منشأة تابعة للمؤسسة الرئيسية حيث تزداد حركة العلاقات العامة .

٢-١-٦ اهداف العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية :

بصورة عامة الاهداف هي نتائج مطلوب تحقيقها مستقبلا بالجهد اي انها غايات يرجى الوصول اليها. اي العلاقات العامة يجب ان تكون اهداف غاياتها استراتيجية ذات مدى بعيد ويمكن تحقيقها من خلال اهداف تكتيكية قصيرة الاجل لذلك من الضروري ان تكون اهداف العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية واضحة ومفهومة من جميع الافراد ويجب صياغتها صياغة واضحة داخل المؤسسة على ان تصدر الخطوط العريضة للاهداف من الادارة العليا.

ويؤكد السيد الهواري ((ان الاهداف توضع بواسطة الادارة العليا ويطلب من اقل المستويات الادارية رفع مقترحاتهم بخصوص الاهداف التي يريدون التوصل اليها وعن الاحتياجات اللازمة من الامكانيات لتحقيق تلك الاهداف))^(٢) وان ادارة العلاقات العامة ترتبط اهدافها باهداف المؤسسة ككل .

٢-١-٧ وظائف العلاقات العامة :

(٢) السيد الهواري؛التنظيم،مكتبة عين شمس القاهرة ط١٩٩٢، ص٣٦

ان عدم اتفاق المختصين من خلال الدراسات حول وظائف العلاقات العامة واهدافها بشكل او آخر الى تداخل اختصاصات العلاقات العامة كوظيفة اساسية في المؤسسات الرياضية مع اختصاصات وأعمال أخرى في الوظائف الإدارية الأخرى داخل المؤسسة الواحدة وأكثر من ذلك ادى الى قيام اجهزة العلاقات العامة بمهام واعمال لا تمت لها بصلة وليس من اختصاص العلاقات العامة فضلا عن قيام بعض الادارات الاخرى بمهام العلاقات العامة حيث ((تمتزج وظائف العلاقات العامة وتختلط بنوعيات من الانشطة التي تؤدي الى تضارب في الاختصاصات بين وظائف واهداف العلاقات العامة بالمؤسسات))^(٣).

وقد اختلف المهتمون بالعلاقات العامة فيما بينهم في تحديد وظائف للعلاقات العامة في المؤسسات الا ان Fraser P. Seltel وجون مارستون Jon Marston حددا للعلاقات العامة اربعة وظائف هي^(٤):

١- البحوث Research

٢- التنفيذ (الاداء) Communication

٣- التقويم Evaluation

٤- التخطيط Planning

٢ ٢ الدراسات المشابهة :

٢-٢-١ دراسات سمير حسين وآخرون ١٩٩١م^(١)

اسم الدراسة : ادارة العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية

^(٣) حنان فاروق محمد ،تأثير أنشطة العلاقات العامة مع فاعلية الوظائف الادارية للمنشأة دراسة تحليلية م شركات قطاع الاعمال في مصر (اطروحة دكتوراه غير منشورة ،جامعة القاهرة ١٩٩٥ ،ص٢٤٢)

^(٤) Fraser P siyal: the prouctive of P.R ,5th ea USA 1998 P7

^(١) سمير حسين وآخرون ، ادارة العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية ١٩٩١

هدف الدراسة: التعرف على مدى ادراك المسؤولين في الادارة العليا لوظيفة العلاقات العامة وتأثير هذا الادراك على الدور الذي تؤديه في الاجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية .

دراسة الجوانب الادارية والتنظيمية واساليب ممارسة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي بالمملكة العربية السعودية.

اهم الاستنتاجات :

- اظهرت النتائج ان كلاً من المسؤولين من الادارة العليا والممارسين لعمل العلاقات العامة ينظرون الى وظيفة العلاقات العامة على انها وظيفة دعائية كوظيفة فيها اتخاذ القرارات او تقديم المشورة للادارة العليا .

- اثبتت الدراسة ان هناك تاثير متبادل في وجهات النظر بين كلا من المسؤولين في الادارة العليا والمشتغلين بمهنة العلاقات العامة.

٢-٢-٢ دراسة محي عبد الواحد ١٩٩٦م^(٢)

اسم الدراسة: تنظيم العلاقات العامة بدولة الامارات العربية المتحدة .

اهم الاستنتاجات:

- زيادة التدخل بين اعمال جهاز العلاقات العامة واعمال الاجهزة الاخرى.
- تمارس بعض اجهزة العلاقات العامة اعمال لا ترتبط بوظائفها .
- زيادة الاهتمام بالجمهور الخارجي دون الجمهور الداخلي.

مناقشة الدراسات المشابهة والمرتبطة :

من خلال عرض الدراسات المشابهة والمرتبطة والتي تشابهت مع دراسة الباحث في استخدام المنهج الوصفي وباسلوب الدراسات المسحية فضلاً عن تشابه جزء من عينة البحث وهما المعنيين في الجانب الاداري بالعلاقات العامة او الذين

^(٢) مي عبد الواحد ،تنظيم وادارة العلاقات العامة بدولة الامارات العربية المتحدة ١٩٩٦

واجبهم الاداري هي العلاقات العامة في المؤسسات الا ان اهتمام الباحث تركز في وضع نموذج مقترح من وجهة نظر المعنيين بذا الجانب.

الباب الثالث

٣- منهجية البحث وإجراءاته الميدانية

٣-١ منهج البحث

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملائمة طبيعة البحث

٣-٢ مجتمع البحث وعينته

تم تحديد مجتمع البحث من المعنيين بالعلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في العراق وحيث بلغ عددهم (١٤٢) فردا ينتمون إلى الأندية والاتحادات ومراكز الشباب (المنتديات الشبابية) لمحافظة بغداد - النجف - كركوك - ديالى حيث اختيرت هذه المؤسسات وكذلك المحافظات بالطريقة العمدية لتوفر جمهور ثابت وملازم لكل مؤسسة فضلا عن وجود عمل اداري مسمى العلاقات العامة في هذه المؤسسات .

٣-٣ ادوات البحث ووسائل جمع المعلومات :

- المصادر العربية والاجنبية

- استمارة استطلاع آراء الخبراء حول مفردات المحاور

- استمارة الاستبيان الرئيسية

- المقابلات الشخصية

- تحليل محتوى الوثائق

- اقلام الرصاص

- الوسائل الاحصائية

- شبكة المعلوماتية (الانترنت)

الاجهزة :

- حاسبة شخصية (Yh105 prapo)

- جهاز حاسوب (Pentium 4)

٣-٤ إجراءات البحث الميدانية :

اتبع الباحث الخطوات العلمية لتصميم استمارة الاستبيان في ضوء اطلاعه على المصادر العلمية :

١ تم الاستعانة بالمراجع العلمية للابحاث المرتبطة بمجال الدراسة فضلا عن المقابلات الشخصية.

٢ تم اعداد استمارة استبيان تحتوي على (٣) محاور استنادا الى المراجع والمصادر وطبيعة البحث والاهداف المراد تحقيقها وعرضها على الخبراء ملحق (١) والمحاور هي :

أ - محور التنظيم الاداري للعلاقات العامة

ب محور اهداف العلاقات العامة

ج- محور وظائف العلاقات بالعامه

٣- في ضوء آراء الخبراء تم اعداد استمارة الاستبيان النهائية التي تضمنت ثلاثة محاور لمجموع (١٨) فقرة واستخدم الباحث الاستبيان المغلق لافراد عينة البحث على ان تكون الاجابة بميزان (نعم ، احيانا ، كلا) وبتقدير (٣) درجات في حال الاجابة بنعم و(٢) درجة في حال الاجابة احيانا و(١) درجة في حال الاجابة بكلا ، ولسهولة تميزها في المعالجات الاحصائية ملحق (٢) .

٤- تم توزيع استمارة البحث ٣ العينة الرئيسية بتاريخ ٢٥/٦/٢٠١١ بمساعدة فريق العمل المساعد ملحق (٣) .

٣-٥ هدف الاستمارة :

قام الباحث بتاكيد هدف محتوى الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء الذين تم ذكرهم من اجل الافادة من ارائهم ومقترحاتهم والتعديلات التي يشيرون اليهم كل محور من محاور ملحق (١) كما وقد استخدم الباحث الصدق

التلازمي لاختبار معامل الاتساق الداخلي لكل فقرة وذلك من خلال توزيع الاستمارة على (٤٥) فردا من خارج عينة البحث الرئيسية جدول (١، ٢، ٣).

جدول (١)

معامل الارتباط (الاتساق) لمحور التنظيم الاداري للعلاقات العامة

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط
١	هل لدى مؤسستكم وحدة ادارية خاصة للعلاقات العامة	٢,٧٧٥	٠,٥٧٧	٠,٤٠٠
٢	ماهو مستوى هذه الوحدة كبيرة ام متواضعة	٢,٥٦	٠,٧٥١	٠,٤٩٢
٣	هل لدى هذه الوحدة اقسام مثل العلاقات الخارجية والداخلية	٢,٧٠٠	٠,٦٥٧	٠,٥٨٠
٤	هل ترى عدد العاملين في وحدة العلاقات العامة مناسب او كافي	٢,٥٠٠	٠,٦٦٢	٠,٤٦٢
٥	هل تم الاستعانة من قبل العلاقات العامة بخبرات خارجية	٢,٨٢٥	٠,٥٠١	٠,٦٠٢
٦	هل توفر العلاقات العامة معلومات عامة كافية لعمل المؤسسات	٢,٦٧٠	٠,٦٥٦	٠,٦٥٧

قيمة معاملات الارتباط عند مستوى دلالة ٠,٠٥

جدول (٢)

معامل الارتباط (الاتساق) لمحور اهداف العلاقات العامة

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط
١	هل هناك اهداف مكتوبة ومحددة لادارة العلاقات العامة يتم العمل بها	٢,٨٢٥	٠,٥٠١	٠,٣٨٧
٢	هل هذه الاهداف واضحة للعاملين بالعلاقات العامة	٢,٧٢٠	٠,٦٤٠	٠,٣٦٦
٣	هل تعمل هذه الاهداف على اتاحة المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار بالادارة العليا في المؤسسة	٢,٦٥٦	٠,٧٥١	٠,٤٩٢
٤	هل ضمن اهداف العلاقات العامة تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة مع الجماهير	٢,٧٠٠	٠,٦٥٧	٠,٥٨٠
٥	هل توفر الاهداف فتح قنوات اتصال مع مؤسسات اخرى وكسب الثقة	٢,٧٧٥	٠,٥٧٧	٠,٤٠٠

٠,٦٥٧	٠,٦٥٦	٢,٦٥٠	هل يتم نقل المعلومات من الجمهور الى المؤسسة بشكل صادق وواقعي الى المسؤولين في المؤسسة لدراساتها	٦
-------	-------	-------	---	---

قيمة معامل الارتباط عند مستوى دلالة ٠,٠٥

جدول (٣)

معامل الارتباط (الاتساق) لمحور وظائف العلاقات العامة

معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	ت
٠,٣٤٨	٠,٥٨٨	٢,٧٥٠	هل يوجد خطة موضوعية يتم على اساسها العمل في العلاقات العامة	١
٠,٣٦٦	٠,٦٤٠	٢,٧٢٠	هل يتم وضع مدة زمنية لخطة عمل العلاقات العامة	٢
٠,٣٣٦	٠,٥١٦	٢,٨٠٠	هل يوجد عقبات ادارية تقف عائق لخطة العلاقات العامة	٣
٠,٣٧٣	٠,٦٠٧	٢,٦٢٠	هل للعلاقات العامة مشاركة في اتخاذ القرارات للمؤسسة من خلال الخبير الاستشاري	٤
٠,٣٨٧	٠,٥٠٠	٢,٨٢٥	هل تشارك العلاقات العامة في الاعداد لاهداف المؤسسة المستقبلية	٥
٠,٣٢١	٠,٤٨٢	٢,٨٥٠	هل توجد صعوبات تواجه العلاقات العامة عند الاتصال	٦

٦-٣ ثبات الاستمارة :

قام الباحث بحساب معامل ثبات الارتباط عن طريق تطبيق الاختبار واعادة تطبيقه بعد (١٥) يوم على عينة خارج عينة البحث (٤٥) ثم تم حساب معامل الارتباط للثبات باستخدام معامل الارتباط البسيط (بيرسون) .

معامل الثبات	العينة
٠,٧٥	المحور الاول
٠,٧٣	المحور الثاني
٠,٨١	المحور الثالث

٧-٣ التجربة الاستطلاعية :

تم اجراء التجربة الاستطلاعية على العينة نفسها التي استخدمت في استخراج معامل الثبات والبالغ عددها (٤٥) من غير عينة البحث الرئيسية وكان الغرض من اجرائها لتحديد مايتي :-

- ١ - التعرف على الزمن الذي يستغرق لاداء العينة للاجابة على الاستبانة .
- ٢ - توضيح كيفية اسلوب الاجابة على الاستبانة من قبل العينة
- ٣ - تاكيد وتوزيع واجبات فريق العمل المساعد.
- ٤ - استخراج معامل الثبات.
- ٥ - التعرف على معوقات العمل التي تواجه تنظيم الاجراءات.

٨ ٣ الوسائل الاحصائية^(١)

(١) الحقيبة الاحصائية SPSS

استخدم الباحث النظام الاحصائي SPSS .

الباب الرابع

٤- عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها .

٤-١ عرض نتائج محور التنظيم الاداري للعلاقات العامة .

جدول (٥)

ت	الفقرات	الاجابات	تكرار	نسبة مئوية	قيمة كا
١	هل لدى مؤسستكم وحدة ادارية خاصة للعلاقات العامة؟	نعم	٨٥	٦٠%	١١,١٧٠
		احيانا	٢	١%	
		كلا	٥٥	٣٩%	
		مجموع	١٤٢		
٢	ما هو مستوى هذه الوحدة كبير؟	نعم	صفر	صفر	١٣,٤٩٨
		احيانا	٣٥	٢١%	
		كلا	١١٢	٧٩%	
		مجموع	١٤٢		
٣	هل لدى هذه الوحدة اقسام مثل العلاقات الخارجية والداخلية؟	نعم	صفر	صفر	١٢,٤٣٠
		احيانا	٣٤	٢٤%	
		كلا	١٠٨	٧٦%	

		١٤٢	مجموع		
١٤,٦٤٩	١١%	١٥	نعم	هل ترى عدد العاملين في وحدة العلاقات العامة مناسب او كافي؟	٤
	١٩%	٢٧	احيانا		
	٧٠%	١٠٠	كلا		
		١٤٢	مجموع		
١١,٦٧٨	صفر	صفر	نعم	هل يتم الاستعانة من قبل العلاقات العامة بخبرات خارجية؟	٥
	٢٠%	٢٨	احيانا		
	٨٠%	١١٤	كلا		
		١٤٢	مجموع		
١٥,٢١٠	٨٣%	١١٨	نعم	هل توفر العلاقات العامة معلومات عامة كافية لعمل المؤسسات؟	٦
	١١%	١٦	احيانا		
	٥٦%	٨	كلا		
		١٤٢	مجموع		

يتضح من جدول (٥) ان اجابات العينة جاءت في الفقرة (١) نعم بتكرار (٨٥) وبنسبة مئوية (٦٠%) واحيانا بتكرار (٢) وبنسبة مئوية (١%) وكلا بتكرار (٥٥) ونسبة مئوية (٣٩%) وجاءت كما (٢١,١٧٠) ، وهي دلالة على وجود فروق في الاجابات الثلاثة للعينة ويرى الباحث ان وجود وحدة ادارية خاصة بالعلاقات العامة في المؤسسات الرياضية مهم جدا لسير عمل هذه المؤسسات كونها على تماس مباشر مع الجمهور من جهة وباقي المؤسسات الاخرى مما يوجب التخصص في العمل الاداري.

وعن الفقرة (٢) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (صفر) وبنسبة مئوية (صفر) واحيانا بتكرار (٣٥) وبنسبة مئوية (٢١%) وكلا بتكرار (١١٢) وبنسبة مئوية (٧٩%) وجاءت قيمة كما (١٣,٤٩٨) وهي دلالة على وجود فروق في الاجابات ويرى الباحث ان عدم ارتقاء وحدة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية الى

حجم يستوعب عمل المؤسسة نفسها وهذا من شأنه ان يعيق تحقيق الاهداف وخصوصا ان حصل توسع في المؤسسة مستقبلا.

اما فيما يخص الفقرة (٣) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (صفر) وبنسبة مئوية (صفر) و احيانا بتكرار (٣٤) وبنسبة مئوية (٢٤%) وكلا بتكرار (١٠٨) وبنسبة مئوية (٧٦%) وجاءت قيمة كا (١٢,٤٣٠) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث . ويرى الباحث ان تقسيم وحدة العلاقات العامة وبنفس الجهد دلالة على اهتمام المؤسسة الرياضية بعلاقات الافراد الاداريين في مختلف الاختصاصات من جهة وعلاقة المؤسسة بجمهورها والمؤسسات الاخرى من جهة اخرى وبنفس الاهتمام .

اما عن الفقرة (٤) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (١٥) وبنسبة مئوية (١١%) و احيانا بتكرار (٢٧) وبنسبة مئوية (١٩%) وكلا بتكرار (١٠٠) وبنسبة مئوية (٧٠%) وجاءت قيمة كا (١٤,٦٤٩) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث رغم وجود عدد كافي في وحدة العلاقات العامة الا ان مبدأ التخصص في هذا المجال مهم جدا لغرض طبيعة عمل العلاقات العامة وما يجب ان يتمتع به الفرد العامل في هذا المجال فضلا عن كفاءة الافراد العاملين .

اما عن الفقرة (٥) فقد جاءت نعم بتكرار (صفر) وبنسبة مئوية (صفر) و احيانا بتكرار (٢٨) وبنسبة مئوية (٢٠%) وكلا بتكرار (١١٤) وبنسبة مئوية (٨٠%) وجاءت قيمة كا (١١,٦٧٨) وهي دلالة على وجود فروق في الاجابات ويرى الباحث ان الاستعانة بخبرات مؤسسات اخرى في مجال العلاقات العامة بما يتيح نوع من التدريب واكتساب المهارات الادارية الخاصة بهذا العمل من الاشياء الجيدة.

اما عن الفقرة (٦) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (١١٨) وبنسبة مئوية (٨٣%) و احيانا بتكرار (١٦) ونسبة مئوية (١١%) وكلا بتكرار (٨) وبنسبة مئوية (٥٦) وجاءت قيمة كا (١٥,٢١٠) وهي دلالة على وجود فروق في الاجابات ويرى الباحث ان اساس عمل العلاقات هو توفير المعلومات وتبادلها

واستيعاب الافكار المقابلة ومقترحات الجمهور وكل ما يتعلق بعمل المؤسسة من معلومات عامة.

٢-٤ عرض نتائج محور اهداف العلاقات العامة

جدول (٦)

ت	الفقرات	الاجابات	تكرار	نسبة مئوية	قيمة كا
١	هل هناك اهداف مكتوبة ومحددة لادارة العلاقات العامة يتم العمل بها ؟	نعم	٨٠	٥٦%	١١,٦٨٥
		احيانا	١٣	٩%	
		كلا	٤٩	٣٥%	
		مجموع	١٤٢		
٢	هل هذه الاهداف واضحة للعاملين بالعلاقات العامة؟	نعم	٦٧	٤٧%	١٢,٩٥١
		احيانا	٢٤	١٧%	
		كلا	٥١	٣٦%	
		مجموع	١٤٢		
٣	هل تعمل هذه الاهداف على اتاحة المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات الادارية العليا في المؤسسة؟	نعم	٩١	٦٤%	١٥,٨١٠
		احيانا	١٩	١٣%	
		كلا	٣٢	٢٣%	
		مجموع	١٤٢		
٤	هل ضمن الاهداف للعلاقات العامة هي تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة مع الجماهير؟	نعم	١١٥	٨٠%	١٣,٩٧٢
		احيانا	صفر	صفر	
		كلا	٢٧	٢٠%	
		مجموع	١٤٢		
٥	هل توفر الاهداف فتح قنوات اتصال مع مؤسسات اخرى لكسب الثقة؟	نعم	٦٠	٤٢%	١٦,٢٨٨
		احيانا	٢٨	٢٠%	
		كلا	٥٤	٣٨%	

		١٤٢	مجموع		
١٤,٣٦١	٥٥%	٧٨	نعم	هل يتم نقل المعلومات من الجمهور الى المؤسسة بشكل صادق وواقعي الى المسؤولين في المؤسسة لدراستها؟	٦
	٣٠%	٤٢	احيانا		
	١٥%	٢٢	كلا		
		١٤٢	مجموع		

يتضح من جدول (٦) ان اجابات العينة جاءت نعم بتكرار (٨٠) وبنسبة مئوية (٥٦%) و احيانا بتكرار (١٣) وبنسبة مئوية (٩%) وكلا بتكرار (٤٩) وبنسبة مئوية (٣٥%) وجاءت قيمة كا (١١,٦٨٥) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان وجود اهداف محددة مسبقا وبشكل مكتوب لجزء من التخطيط هو قمة العمل الاداري ومسار اداري للعلاقات العامة.

اما عن الفقرة (٢) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (٦٧) وبنسبة مئوية (٤٧%) و احيانا بتكرار (٢٤) وبنسبة مئوية (١٧%) وكلا بتكرار (٥١) وبنسبة مئوية (٣٦%) وجاءت قيمة كا (١٢,٩٥١) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان وضوح الاهداف بشكل كامل لكل العاملين في العلاقات العامة يوفر مساحات ادارية لتحقيقها فضلا عن سهولة تطبيقها واختصار في الوقت .

اما عن الفقرة (٣) فقد جاءت اجابات نعم بتكرار (٩١) وبنسبة مئوية (٦٤%) و احيانا بتكرار (١٩) وبنسبة مئوية (١٣%) وكلا بتكرار (٣٢) وبنسبة مئوية (٢٣%) وجاءت قيمة كا (١٥,٨١٠) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان الادارة العليا في المؤسسات الرياضية تعتمد بشكل مباشر على المعلومات والمقترحات التي توفر العلاقات العامة والمفاصل الادارية الاخرى وعليه ان اتمام واحب العلاقات العامة في توفير مثل هذه المعلومات يرفد ادارة المؤسسة بكل ما هو مطلوب.

اما عن الفقرة (٤) جاءت اجابات نعم بتكرار (١١٥) وبنسبة مئوية (٨٠%) واحيانا بتكرار (صفر) وبنسبة مئوية (صفر) وكلا بتكرار (٢٧) وبنسبة مئوية (٢٠%) وجاءت قيمة كا (١٣,٩٧٢) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة و جماهيرها وتبادل الثقة في التعامل هي اهداف توضع عن طريق المؤسسة لجزء من العمل ووسيلة الاتصال بين المؤسسة و جماهيرها هي العلاقات العامة وتخصصها.

اما عن الفقرة (٥) فقد جاءت اجابات نعم بتكرار (٦٠) وبنسبة مئوية (٤٢%) واحيانا بتكرار (٢٨) وبنسبة مئوية (٢٠%) وكلا بتكرار (٥٤) وبنسبة مئوية (٣٨%) وجاءت قيمة كا (١٦,٢٨٨) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان تعدد مكاسب كل هدف من اهداف المؤسسة دليل على دقة دعم المؤسسة الرياضية لهذه الاهداف وفتح قنوات الاتصال هي الثقة نفسها بين مؤسسة واخرى في مجال العلاقات العامة.

اما عن الفقرة (٦) فقد جاءت اجابات نعم بتكرار (٧٨) وبنسبة مئوية (٥٥%) واحيانا بتكرار (٤٢) وبنسبة مئوية (٣٠%) وكلا بتكرار (٢٢) وبنسبة مئوية (١٥%) وجاءت قيمة كا (١٤,٣٦١) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان كل معلومة مهما كانت بسيطة اذا ما نقلت وبشكل واقعي الى مسؤولي المؤسسة وهي العملية الكفيلة في الكشف المبكر عن نقاط القوة والضعف ومعالجتها .

٣-٤ محور وظائف العلاقات العامة

جدول (٧)

ت	الفقرات	الاجابات	تكرار	نسبة منوي	قيمة كا
١	هل يوجد خطة موضوعة يتم على اساسها العمل في وحدة العلاقات العامة	نعم	٨٠	٥٦%	١٠,٤٦١
		احيانا	١٧	١٢%	
		كلا	٤٥	٣٢%	

		١٤٢	مجموع		
١٢,٢٥٦	هل يتم وضع مدة زمنية لخطة عمل العلاقات العامة؟	٦٥	نعم	٢	
		٢٢	احيانا		
		٥٥	كلا		
		١٤٢	مجموع		
١٤,٤٩٨	هل يوجد عقبات ادارية تقف عائق لخطة العلاقات العامة؟	٨٩	نعم	٣	
		صفر	احيانا		
		٥٣	كلا		
		١٤٢	مجموع		
١٣,٤٣٠	هل للعلاقات العامة مشاركة في اتخاذ القرارات للمؤسسة من خلال الدور الاستشاري؟	٩٨	نعم	٤	
		٦	احيانا		
		٣٨	كلا		
		١٤٢	مجموع		
١٦,٣٨٣	هل تشارك العلاقات العامة في الاعداد لتطوير المؤسسة المستقبلية؟	١١٣	نعم	٥	
		صفر	احيانا		
		٢٩	كلا		
		١٤٢	مجموع		
١٤,٤٦٥	هل توجد صعوبات تواجه العلاقات العامة بطريقة الاتصال بالجمهور؟	٧٦	نعم	٦	
		٢٤	احيانا		
		٤٢	كلا		
		١٤٢	مجموع		

يتضح من جدول (٧) ان اجابات العينة في الفقرة (١) جاءت نعم بتكرار (٨٠) وبنسبة مئوية (٥٦%) و احيانا بتكرار (١٧) وبنسبة مئوية (١٢%) وكلا بتكرار (٤٥) وبنسبة مئوية (٣٢%) وجاءت قيمة كا (١٠,٤٦١) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان قلب العملية الادارية هو

التخطيط في مجموعة الخطط تكون التخطيط ومما يزيد رصانة عمل العلاقات العامة هو سير متطلبات الاداء للخطة الموضوعة لتحقيق الهدف.

اما عن الفقرة (٢) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (٦٥) وبنسبة مئوية (٤٦%) واحيانا بتكرار (٢٢) وبنسبة مئوية (١٤%) وكلا بتكرار (٥٥) وبنسبة مئوية (٣٩%) وجاءت قيمة كا (١٢,٢٥٦) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان كل خطة وعمل اداري ينبغي ان ترهن بعامل الوقت وهو سبب النجاح فكلما جاءت الخطة مطابقة للفترة الزمنية التي حددت لها دليل على نجاح الخطة والعمل معا والعلاقات العامة تحتاج الى تطابق زمن تلك الخطط .

اما عن الفقرة (٣) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (٨٩) وبنسبة مئوية (٦٣%) واحيانا بتكرار (صفر) وبنسبة مئوية (صفر) وكلا بتكرار (٥٣) وبنسبة مئوية (٣٧%) وجاءت قيمة كا (١٤,٤٩٨) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان العقبات الادارية متى ما وجدت في عمل العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية دلالة على عدم تفهم بعض العاملين لاهمية وطبيعة عمل العلاقات العامة وما تحتاجه من متطلبات لاتمام الواجبات المرجوة من توفير المعلومات الترابطية بين اجزاء المؤسسة نفسها اداريا وبالتالي ضمان آلية سير العملية الادارية برمتها.

اما عن الفقرة (٤) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (٩٨) وبنسبة مئوية (٧٠%) واحيانا بتكرار (٦) وبنسبة مئوية (٤%) وكلا بتكرار (٣٨) وبنسبة مئوية (٢٦%) وجاءت قيمة كا (١٣,٤٣٠) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان القرارات الادارية اذا ما اريد ان تصبح فعالة والاطول وقت يمكن الاستشهاد على وجوب وجود الاستشارة في العمل الاداري واذا توفر ذلك من خلال العلاقات العامة كونها مصدرا للمعلومات الخارجية والداخلية للمؤسسة الرياضية.

اما عن الفقرة (٥) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (١١٣) وبنسبة مئوية (٨٠%) واحيانا بتكرار (صفر) وبنسبة مئوية (صفر) وكلا بتكرار (٢٩)

وبنسبة مئوية (٢٠%) وجاءت قيمة كا (١٦,٣٨٣) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان اساس ديمومة أي عمل ادارة ينبغي ان يسلك طريق التطوير المستمر والمستقبلي ومشاركة العلاقات العامة في تطوير العمل الاداري للمؤسسات الرياضية المستقبلي يتيح الفرص للنجاح بشكل مستمر .

اما عن الفقرة (٦) فقد جاءت الاجابات نعم بتكرار (٧٦) وبنسبة مئوية (٥٣%) واحيانا بتكرار (٢٤) وبنسبة مئوية (١٧%) وكلا بتكرار (٤٢) وبنسبة مئوية (٣٠%) وجاءت قيمة كا (١٤,٤٦٥) وهي دلالة على وجود فروق في اجابات العينة الثلاث ويرى الباحث ان تعدد طرق الاتصال بال جماهير الخاصة بالمؤسسة تقلل من الصعوبات التي يمكن تواجه العلاقات العامة واذا ما واجهت العلاقات العامة صعوبات الاتصال فهذا بسبب مستويات الجماهير وقربهم من المؤسسة الرياضية مما يوجب توسيع برامج العلاقات العامة التي تضمن الاحتكاك المباشر بالجماهير والمؤسسة .

ومما تقدم ومن خلال فقرات محاور العلاقات العامة يتم تحقيق هدف البحث في وضع نموذج مقترح لادارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في العراق.

الباب الخامس

٥- الاستنتاجات والتوصيات

١-٥ الاستنتاجات

اظهرت نتائج البحث ومن خلال الاستنتاجات التالية مايلي :-

١ محور التنظيم الاداري للعلاقات العامة ان مستوى التنظيم الحاصل في المؤسسات في جانب العلاقات العامة ذات اهمية كبيرة رغم قلة الاهتمام بهذا المفصل الاداري في المؤسسات الرياضية.

٢ محور اهداف العلاقات العامة للمؤسسات الرياضية تحتاج الى اعادة صياغة ووضوح بما يتناسب مع امكانية كل مؤسسة وتوسع عمل هذه المؤسسة مستقبلا طبقا للخدمات التي تقدمها.

٣ محور وظائف العلاقات العامة ان هناك نقص في ربط وظائف العلاقات العامة مع باقي المفاصل الادارية مما قد يوجد عقبات ادارية ليس من السهل تفاديها.

٢-٥ التوصيات

١- الاهتمام المباشر في وحدة العلاقات العامة اداريا في كل مؤسسة بما يتناسب وعمل المؤسسة وكثرة احتياجاتها والتفاعل مع المؤسسات الاخرى من جهة ومع الجمهور من جهة اخرى .

٢- ضرورة اعداد الملاكات الادارية التخصصية في كل مؤسسة بما يتناسب وحجم الوحدات الادارية للعلاقات العامة .

٣- ربط وحدة العلاقات العامة في المؤسسة مع باقي الوحدات الادارية الاخرى بشكل فعال بحيث يتم اسهام العلاقات العامة في بناء التخطيط لعمل المؤسسة.

٤- زيادة قنوات الاتصال مع المؤسسات الرياضية المتناظرة وغير المتناظرة وذلك لزيادة عمل ورسالة وحجم تبادل المعلومات وربط ذلك بخطة عمل العلاقات العامة .

المصادر

- ✓ سعيد ياسين عمار وعلي حميد عبد الوهاب ،الفكر المعاصر في التنظيم
والادارة ، ط٢ ، ١٩٩٨
- ✓ سمير محمد حسن ، ادارة العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية في
المملكة العربية السعودية ،معهد الادارة العلاقات السعودية ١٩٩١
- ✓ سيد الهواري ، التنظيم، مكتب عين شمس القاهرة ، ط٢ ، ١٩٩٢ ، ٥
- ✓ جنان فاروق محمد ،تاثير أنشطة العلاقات العامة على فاعلية الوظائف
الادارية للمنشأة دراسة تحليلية ميدانية على شركات القطاع، الاعمال في
مصر اطروحة دكتوراه غير منشورة كلية الاعلام جامعة القاهرة ١٩٩٥ .

✓ مي عبد الواحد ، تنظيم وإدارة العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة ١٩٩٦ .

- ✓ Renny griswoold,prnews,127east street new york 1997.
- ✓ Sraser, p , sital : The prouctive of P.R , 5then USA 1998.
- ✓ 8- Qurinl , Josph , principlesand proactive in ternatican university of ottawa a 2000.
- ✓ 9- Robert Police ,an published lectures ,Alyonguen,college , Canada,1999
- ✓ 10- Rebing , Daft, organizuton thory and design 4th edition staplewest 1992.
- ✓ 11- Hays hdlle , Atypology of environmental niches hase on know ledgend scale , university mary land college park ,1982.

الملاحق

ملحق (١)

اسماء السادة الخبراء :

١. أ.د جلال علي العبادي كلية التربية الرياضية جامعة بغداد
٢. أ.د نوري ابراهيم الشوك كلية التربية الرياضية جامعة بغداد
٣. أ.د هيثم يعقوب كلية الادارة والاقتصاد جامعة ديالى
٤. أ.د عبدالمجيد احمد عبدالله كلية الادارة والاقتصاد جامعة بغداد
٥. أ.د ابراهيم نعمة محمود كلية التربية الاساسية جامعة ديالى

فريق العمل المساعد

١. م.د كامل عبود حسين كلية التربية الرياضية جامعة ديالى
٢. م.م محمد فاضل مصلح مديرية التربية الرياضية والفنية جامعة ديالى
٣. م.م عماد خضير عباس مديرية التربية الرياضية والفنية جامعة ديالى
٤. م.م عمار فاضل حسن مديرية التربية الرياضية والفنية جامعة ديالى
٥. م.م احمد عريبي سبع مديرية التربية الرياضية والفنية جامعة ديالى
٦. م.م احمد كامل كرجي مديرية التربية الرياضية والفنية جامعة ديالى
٧. م.م علي حسين علي مديرية التربية الرياضية والفنية جامعة ديالى
٨. م.م منير مصطفى رسول كلية التربية الرياضية جامعة ديالى

ملحق (٣)

استمارة الاستبيان الرئيسية

السيد..... المحترم

يروم الباحث الى اجراء بحثه الموسوم (نموذج مقترح لادارة العلاقات العامة

في المؤسسات الرياضية في العراق)

يرجى التفضل بالاجابة وبشكل دقيق على مضمون الاسئلة المرفقة طيا

والتأشير امام كل سؤال (نعم. احيانا. كلا) خدمة لكم .

مع الشكر والتقدير

الباحث

د.نصير قاسم خلف

جدول (٥)

ت	الفقرات	نعم	احيانا	كلا
١	هل لدى مؤسستكم وحدة ادارية خاصة للعلاقات العامة؟			
٢	ما هو مستوى هذه الوحدة كبير؟			
٣	هل لدى هذه الوحدة اقسام مثل العلاقات الخارجية والداخلية			
٤	هل ترى عدد العاملين في وحدة العلاقات العامة مناسب او كافي؟			
٥	هل يتم الاستعانة من قبل العلاقات العامة بخبرات خارجية؟			
٦	هل توفر العلاقات العامة معلومات عامة كافية لعمل المؤسسات؟			

جدول (٦)

ت	الفقرات	نعم	احيانا	كلا
١	هل هناك اهداف مكتوبة ومحددة لادارة العلاقات العامة يتم العمل بها؟			
٢	هل هذه الاهداف واضحة للعاملين بالعلاقات العامة؟			
٣	هل تعمل هذه الاهداف على اتاحة المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات الادارية العليا في المؤسسة؟			

			هل ضمن الاهداف للعلاقات العامة هي تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة مع الجماهير؟	٤
			هل توفر الاهداف فتح قنوات اتصال مع مؤسسات اخرى لكسب الثقة؟	٥
			هل يتم نقل المعلومات من الجمهور الى المؤسسة بشكل صادق وواقعي الى المسؤولين في المؤسسة لدراستها؟	٦

جدول (٧)

ت	الفقرات	نعم	احيانا	كلا
١	هل يوجد خطة موضوعة يتم على اساسها العمل في وحدة العلاقات العامة			
٢	هل يتم وضع مدة زمنية لخطة عمل العلاقات العامة؟			
٣	هل يوجد عقبات ادارية تقف عائق لخطة العلاقات العامة؟			
٤	هل للعلاقات العامة مشاركة في اتخاذ القرارات للمؤسسة من خلال الدور الاستشاري؟			
٥	هل تشارك العلاقات العامة في الاعداد لتطوير المؤسسة المستقبلية؟			
٦	هل توجد صعوبات تواجه العلاقات العامة بطريقة الاتصال بالجماهير؟			