



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة أم القرى
كلية العلوم الاجتماعية - قسم الاعلام

بحث بعنوان

" دور إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية "

بحث تكميلي للحصول على درجة الماجستير في الاعلام
(علاقات عامة)

إعداد الباحث : هاني بن حسن حافظ

43980300

إشراف سعادة الدكتور:

أحمد بن منصور هيبه

الأستاذ المساعد بقسم الاعلام بجامعة أم القرى

1441هـ / 2020 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

((وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ

رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا))

(سورة الأسراء: آية ٨٥)

صدق الله العظيم

ملخص البحث باللغة العربية

هدفت هذه الدراسة الي معرفة دور إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية وذلك من خلال معرفة الأنشطة الاتصالية التي تقوم باستخدامها، بالإضافة الي التعرف على الصورة الذهنية لدى الجمهور عن هذه الخدمات البلدية ، والادوار التوعوية نحو ذلك .

وقد أستخدم الباحث منهج المسح الوصفي في هذه الدراسة حيث قام بتوزيع الاستبيان على (٢٠٠) مفردة باستخدام العينة العشوائية من مجتمع مكة المكرمة وقام بتحليلها علمياً وتفسير نتائجها حيث كانت أبرز النتائج كالتالي :-

- ١- أكدت نتائج الدراسة فيما يتعلق بنوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة حصول النظافة العامة لمكة المكرمة على المركز الاول في نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها الامانة بأهمية نسبية مقدارها (٩٩%) .
- ٢- أشاره النتائج فيما يتعلق بنوعية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة حصول الحملات التوعوية علي المركز الاول في نوعية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الامانة بأهمية نسبية مقدارها (٨٢.٧٥%) .
- ٣- أسفرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بنوعية الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة على أن نسبة (٤٨.٥%) من أفراد العينة يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة .
- ٤- بينت نتائج الدراسة أن درجة التأثير للوسائل الاتصالية التي تؤثر في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية كانت وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب الاول بمتوسط (٢.٤٢) .
- ٥- إشارة النتائج فيما يتعلق بتواصل الجمهور مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) وأثبتت أن نسبة (٦٠%) من أفراد العينة تواصلوا مع الأمانة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) .
- ٦- أظهرت النتائج أن نسبة (٢٥%) من أفراد العينة معجبون بدرجة كبيرة بتجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم .
- ٧- أكدت نتائج الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة لا تقدم المعلومات اللازمة عن المشاريع البلدية للجمهور المستهدف في الترتيب الاول بمتوسط (٣.٧٠) .
- ٨ - توصلت النتائج الي أن نسبة (٣٨.٨%) من أفراد العينة يرون ان من أهم الاسباب التي دفعتهم الي عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) هو الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم .

Abstract

This study aimed to know the role of public relations management in the secretariat of the Holy Capital towards awareness of municipal services, through the communication activities that use them, in addition to the public image of the public about these municipal services, and awareness roles towards that

The researcher used the descriptive survey method in this study, where he distributed the questionnaire to (200) individuals using the random sample from Makkah Al-Mukarramah society and analyzed it scientifically and interpreted its results as the most prominent results were as follows :-

- 1- The results of the study confirmed with regard to the quality of municipal services carried out by the secretariat of the Holy Capital. General cleaning of Holy Mecca was ranked first in the quality of municipal services carried out by the secretariat with a (relative importance of 99%
- 2- Indicating the results regarding the quality of the communication activities carried out by the Holy Capital Secretariat. The awareness campaigns got the first place in the type of (communication activities carried out by the Secretariat with an importance of 82.75%
- 3- The results of the study with regard to the quality of the most appropriate way to carry out the communication activities carried out by the Holy Capital Secretariat resulted in that (48.5%) of the respondents believe that social media is the most appropriate way to carry out the communication activities of the Holy Capital Secretariat
- 4- The results of the study indicated that the degree of influence of the communication means that affect its conduct of communication activities towards awareness of municipal (services was social media in the first rank with an average of 2.42
- 5- Indicating the results regarding the public's communication with the Holy Capital Secretariat to benefit from the municipal services provided through the unified number (940), and it has been proven that (60%) of the respondents have contacted the secretariat (through the unified number 940
- 6- The results showed that (25%) of the respondents admire greatly the responsiveness and quality of the municipal services that meet their needs
- 7- The results of the study confirmed that the public relations department of the Holy Capital Secretariat does not provide the necessary information on municipal projects to the target audience in the first order with an average (3.70).
- 8- The results concluded that the percentage (38.8%) of the respondents believe that one of the most important reasons that led them to not communicate through the unified number (940) is the prevailing belief that there will be no response from them

إهداء

أهدي هذا الجهد المتواضع الي والدي ووالدتي يرحمهما الله فكم تمنيت أن يكونا معي ليشاركوني فرحتي وما توصلت اليه بفضل من الله ثم بفضل دعواتهم لي ،

كما أهدي هذا العمل الي من هم أقرب لي من روعي وبهم استمد عزمي وإصراري وهم :

أستاذي ومعلمي : مهدي عبدالرحمن بهادر

شريكة حياتي زوجتي : وديان جميل صدقه

أخوتي : محمد وعاطف وعباس ونجوى ونجود وزينب

أبنائي : عبدالعزيز وعزام وكنان وحلا

الي أحبتي وأصدقائي وزملائي

إليكم جميعاً أهدي لكم هذا البحث المتواضع ،،،

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد بن عبدالله وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان الى يوم الدين وبعد :

فإنه الحمد الذي بنعمته تتم الصالحات فله الحمد أولاً واخيراً ، فأشكر أولئك الأخيار الذين مدوا لي يد العون خلال هذه الفترة العلمية والعملية وفي مقدمتهم مشرف الدراسة الدكتور: أحمد منصور هيبه الذي سخر وقته وجهده لخدمة العلم بصدق وإيمان بأهمية البحث العلمي وتطوره ، كما أتوجه بالشكر والعرفان لجميع أساتذتي بجامعة أم القرى كلية العلوم الاجتماعية قسم الإعلام وعلى رأسهم رئيس القسم سعادة الدكتور: سالم علي عريجه ، الذين أسهموا في نجاح هذه الدراسة ببحور العلم التي تعلمتها منهم .

كما أشكر السادة سكان مدينة مكة المكرمة (عينة الدراسة) الذين أسهموا في نجاح هذه الدراسة بتجاوبهم وتعاونهم لأسئلة الاستبيان .

والشكر موصول لكل من مد لي يد العون والمساعدة أو أسدى لي معروف أو قدم لي نصيحة أو كانت له إسهامات في إنجاز هذه الدراسة فله مني خالص التقدير والعرفان والامتنان ،،،

الباحث

هاني حسن حافظ

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٣	آية قرآنية كريمة
٤	الملخص باللغة العربية
٥	الملخص باللغة الإنجليزية
٦	الإهداء
٧	الشكر والتقدير
٨	قائمة المحتويات
٩	مقدمة الدراسة
الفصل الأول : الإطار النظري والمنهجي للدراسة	
المبحث الأول	
١١	مصطلحات البحث
١٢	الدراسات السابقة
١٧	مشكلة البحث + أهمية البحث
١٨	أهداف البحث + تساؤلات البحث
المدخل النظري	
١٩	العلاقات العامة ومفهومها
المبحث الثاني	
٢٦	نوع البحث ومنهجه + مجتمع البحث والعينة + أداة جمع البيانات
٢٧	إجراءات الصدق والثبات + حدود البحث
٢٨	أساليب المعالجة الإحصائية
الفصل الثاني : عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها	
٣٠	نتائج الدراسة الميدانية
الخاتمة	
٦٣	النتائج العامة
٦٦	التوصيات
٦٧	المراجع
٧٠	استمارة الاستبيان
٧٤	أسماء المحكمين

المقدمة :-

"من منا لا يسعى إلى تأسيس علاقات جيدة مع الآخرين، ويكون ناجحاً في الوصول إليهم وإيصال أفكاره ومبادئه وعمله على أفضل وجه، من منا لا يتمنى أن يفهم الآخرين ويعرف أطباعهم وسلوكهم ومطالبهم وخاصة إذا كان منتجاً، والمنتج هنا يمكن أن يكون تاجراً بسيطاً أو منتجاً كبيراً، شركة خاصة، مؤسسة حكومية، أو وزارة معينة، فندقاً، مطعماً، منظمة خيرية.

كل أولئك يطمحون لأن يبنوا سلسلة متصلة من العلاقات الجيدة والناجحة، الداخلية منها (مع الموظفين والعمال الذي يعملون لصالحهم) أو الخارجية (مع الجمهور المختلف الذي نتعامل معه للوصول إلى تحقيق أهدافنا) ^١. (سلوم، ٢٠٠٠م، ص ١)

ولقد أصبحت العلاقات العامة في السنوات الأخيرة أحد الأنشطة الهامة التي تساعد الإدارة العليا في المنشآت المختلفة حتى تكون هذه الإدارة على علم مستمر وعلى اتصال دائم مع الجماهير في الداخل والخارج مما يعمل على تجويد قدراتها وتصحيح مسارها خاصة تلك التي تعكس أثراً على الناس ^٢. (المصري، ٢٠٠١/ص ١)

وتقوم أمانة العاصمة المقدسة بتوفير سلسلة من الخدمات البلدية لجميع سكان مدينة مكة المكرمة حيث أنها إحدى الجهات الحكومية التي تسعى إلى تطلعات حكومتنا الرشيدة وإلى تحقيق رؤية ٢٠٣٠م بإذن الله، وأن إدارة العلاقات العامة بها هي الجهة المسؤولة عن التوعية والتعريف بهذه الخدمات البلدية لجميع القاطنين بالعاصمة المقدسة.

ومن هذا المنطلق تتمحور دراستنا عن دور إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بهذه الخدمات البلدية، وتأتي أهمية هذه الدراسة في التعريف عن مدى استخدام سكان مكة المكرمة لهذه الخدمات البلدية وما هي نسبة رضاهم عنها وذلك عن طريق الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة من خلال الصورة الذهنية لديهم.

الفصل الأول

الإطار النظري والمنهجي للدراسة

المبحث الأول: الإطار النظري

المبحث الثاني: الاجراءات

المنهجية للدراسة

أولاً : الإطار النظري للدراسة :-

مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية :-

تتمحور مصطلحات البحث في المفاهيم التالية:

١ . العلاقات العامة :-

هي الترويج لإيجاد نوع من الصلات القوية بين الشخص والشركة أو المؤسسة، والأشخاص الآخرين أو للمجتمع بصفة عامة من خلال الاتصالات المستمرة. وتغيير الأحداث والتفاعل بين الأفراد والجماعات، ثم تقييم ردود الفعل الناتجة عن هذا الاتصال والتفاعل^٣ . (المصري، ٢٠٠١م، ص ٢)

٢ . التوعية :-

جعل الناس على علم بأمر ما ديني أو دنيوي، وإقناعهم به للعمل بمقتضاه، أو هي مجموعة من الأنشطة التواصلية الهادفة إلى إيجاد حس ديني أو دنيوي في نفوس الناس يترجم إلى سلوك وعمل^٤ . (بن عمر، ندوة الحج الكبرى، ص ٣٩) .

٣ . أمانة العاصمة المقدسة :-

جهاز حكومي أنشئت عام ١٣٤٥ هـ في عهد الملك عبدالعزيز آل سعود - رحمه الله - حيث أصدر أمر بضم الهيئات البلدية في مكة المكرمة إلى إدارة واحدة ذات صلاحيات ومسؤوليات محددة بمسمى (أمانة العاصمة)، وفي عام ١٣٩٧ هـ أضيفت كلمة (المقدسة) إلى تسميتها^٥ . (أمانة العاصمة المقدسة، ٢٠١٧) .

٤ . الخدمات البلدية :-

هي التي تعمل على تخطيط وتطوير المدن والقرى المحيطة بها بالإضافة إلى الخدمات العامة مثل: إنارة الطرق وتجهيز الشوارع وزراعة الأشجار واللوحات الإرشادية والعمل على تنظيم الأسواق ومخططات البناء والحفاظ على نظافة المدينة، حيث تقوم الدولة بتخصيص ميزانية مناسبة للبلدية لتطوير وتحسين شكل المدينة^٦ . (موقع موضوع، ٢٠١٧) .

الدراسات السابقة :-

١. دراسة ماهر عبدالجليل نجوم (٢٠١٩) بعنوان (دور العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة في إبراز الجهود المبذولة في تطوير المرافق البلدية بمكة المكرمة. (دراسة ميدانية).

هدفت هذه الدراسة على التعرف على مدى أهمية وجود إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة لدى الجمهور، وتوظيف وسائل الإعلام الجديد لإبراز هذه الجهود، وطبيعة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها، والصورة الذهنية لدى الجمهور المستفيد من هذه المرافق البلدية.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي عن طريق الاستبيان، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن معظم مرتادي الحدائق راضون عن ما تقوم به العلاقات العامة من دور فعال من خلال أنشطتها في جمع آراء المواطنين وتقديمها للجهات القائمة على هذه المرافق البلدية^٧. (نجوم، ٢٠١٩).

٢. دراسة ثامر محمد العتيبي (٢٠١٨) بعنوان "الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة لدى القيادات الإدارية وموظفي العلاقات العامة في بعض المؤسسات بمكة المكرمة" دراسة مسحية على عينة من الجهات الحكومية.

هدفت هذه الدراسة على رصد أسباب تكوين الصورة الذهنية الحالية لدى القيادات العليا في بعض المؤسسات بمكة المكرمة، والتعرف على إدراكها بدور العلاقات العامة وجودتها في أعمال مؤسساتهم ومكانة العلاقات العامة في هيكلها التنظيمي، واستخدم الباحث هنا في هذه الدراسة منهج المسح الوصفي.

وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن القيادات الإدارية وضعوا إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي في الإدارة العليا، وقاموا بتجديد أعمالها والتي من ضمنها قياس مدى رضا عملاء الجهة أو المؤسسة^٨. (العتيبي، ٢٠١٨).

٣. دراسة أمل عبدالرحمن الجدعان (٢٠١٧م) بعنوان " دور المواقع الالكترونية في دعم أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية، دراسة تطبيقية على أمانة العاصمة المقدسة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة والأساليب الاتصالية الالكترونية التي يتم الاعتماد عليها من قبل العاملين في العلاقات العامة وطرق تقويم أنشطة إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة، والتعرف على الصعوبات التي تواجهها في تواصلها مع جماهيرها. وكان منهج هذه الدراسة هو المنهج الوصفي باستخدام العينة العمدية بأسلوب الحصر الشامل.

ومن أبرز نتائج الدراسة كانت تقوم إدارة العلاقات العامة بإبراز أنشطة الإدارات الأخرى للجمهور، وهي المسؤولة عن التخطيط لأنشطة أمانة العاصمة المقدسة، واقتناعهم بأهمية المواقع الالكترونية كوسيلة اتصال فعالة مع الجمهور. ^٩ (الجدعان، ٢٠١٧).

٤. دراسة مرام عامر الحثيرشي (٢٠١٧) بعنوان " دور إدارة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وتأثيره في تحسين أداء المؤسسات الخدمية"، هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أهمية إدارة العلاقات العامة ودورها الإيجابي في تحسين أداء المؤسسة وتعزيز ثقة العاملين بها وعلاقتها مع جمهورها الخارجي. وكان منهج هذا البحث هو المنهج الوصفي المسحي والذي يهدف إلى التعرف على الأوصاف الدقيقة لحدث معين.

وفي أبرز نتائج هذه الدراسة اهتمام المؤسسات بالتخطيط الاستراتيجي ووضع الخطط البديلة في حالات الأزمات والطوارئ، من أكبر المعوقات لمشاركة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي عدم الاعتراف من الإدارة العليا بأهمية العلاقات العامة ودورها في التخطيط ^{١٠}. (الحثيرشي، ٢٠١٧).

٥. دراسة صالح إبراهيم بوبكر (٢٠١٦) بعنوان "معايير الأداء المهني للعلاقات العامة ودرجة الالتزام بها في المؤسسات الحكومية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة معايير الأداء المهني لممارسة العلاقات العامة وأهميتها في رفع مستوى الأداء وتطوره ودرجة الالتزام بها داخل هذه المؤسسات الحكومية ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي إضافة إلى استمارة الاستبيان حيث قام الباحث بتحديد هدفها وفق فترة زمنية محددة حيث بلغ عدد ممارسي العلاقات العامة الذين أجرى عليهم الباحث العينة ١٧٠ ممارس داخل نطاق مدينة بنغازي، وتوصلت النتائج إلى أن نسبة ٤٥% من إجمالي العينة يلتزمون بتطبيق الأداء المهني لممارسة نشاط العلاقات العامة، كما أكد ٥١% من الممارسين أنهم يواجهون مشاكل من الإدارة العليا في تطبيق هذه المعايير^{١١}. (بوبكر، ٢٠١٦).

٦. دراسة سوزان محمد القرشي (٢٠١٦) بعنوان "العلاقة بين تطبيق المعرفة ومستوى الأداء الوظيفي في المنظمات الحكومية"، (دراسة تطبيقية على أمانة محافظة جدة).

استهدفت الدراسة التعرف على مفهوم إدارة المعرفة ومستوى الأداء الوظيفي في المنظمات والمؤسسات الحكومية من خلال أمانة محافظة جدة، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الميداني على مجموعة من الممارسين للعلاقات العامة من خلال استمارة الاستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى نسبة ٧٥% من الممارسين لمنصة العلاقات العامة أن إدارة المعرفة من أهم مدخلات التطوير والتغيير في الوقت الحالي حيث ساهمت في إحداث نقلة نوعية في مستوى أداء المؤسسات الحكومية الخدمة^{١٢}. (القرشي، ٢٠١٦).

7. Sultan Almarshed(2012): Municipal Awareness and Citizen Satisfaction: the case of Northern Borders in Saudi Arabia.

بعنوان: الوعي البلدي والمواطن بمنطقة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية.
واستهدفت هذه الدراسة سكان المنطقة الشمالية بالمملكة العربية السعودية وذلك للبحث عن الوعي البلدي ورضا المواطنين، واستخدم في هذه الدراسة منهج الملاحظة والمقابلة.

وتوصلت الدراسة للنتائج التالية: وجود علاقة بين الوعي البلدي ورضا المواطنين وهي علاقة سببية بمعنى أنها كلما زاد الوعي البلدي كلما زاد رضا المواطنين وكلما قل الوعي البلدي كلما قل رضا المواطنين وذلك بحسب النموذج المستخدم في الدراسة.^{١٣} (Almarshed(2015)

٨. دراسة هباس رجاء الحربي (٢٠١٤) بعنوان دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الوظيفي للعلاقات العامة في بعض الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، واستخدمت هذه الدراسة الأسلوبين الكيفي والكمي وفي كلا الأسلوبين اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة وقد كان جل اهتمام الباحث في معرفة طبيعة دور العلاقات العامة في المنشآت الحكومية، وجاءت أهم النتائج في الدراسة أن مفهوم العليا لدى إدارات العلاقات العامة في إدارتهم يتمحور بالدرجة الأولى على مسألة إعداد الاستراتيجيات واتخاذ القرارات^{١٤}. (الحربي، ٢٠١٤).

9. Dannis yao Dzansi and Lineo Winifred Dzansi (2010).

استهدفت هذه الدراسة علاقة موظف البلدية مع الجمهور الخارجي وتحديد أفضل ممارسات الموارد البشرية التي تمكن الموظفين وتساعدهم على الالتزام بتقديم أفضل الخدمات البلدية لهؤلاء المستهدفين. واستخدمت الدراسة المنهج النوعي بالإضافة إلى دراسة اللوائح والأنظمة الحالية، وتوصلت الدراسة إلى أن هنالك بعض الثغرات في هذه اللوائح والأنظمة المتعلقة باختيار عينة الموظفين مما جعل هناك تفاوت واضح في كفاءات العمل، وهنالك علاقة إيجابية بين تمكين وتحفيز الموظف وبين زيادة حسن المسؤولية والتفاني في العمل^{١٥}. (Dzansi, 2010).

10. Peter Girard et al (2009) Public- Private Partnership and cooperative Agreements in Municipal Service Delivery.

استهدفت هذه الدراسة إيجاد العلاقة بين إظهار دور العلاقات العامة في جودة المشاريع والمبالغ المدفوعة من الدولة بخدمات القطاع البلدي ودور إدارة العلاقات العامة في تنمية ذلك وإظهاره للجمهور المستهدف.

واستخدمت هذه الدراسة المنهج الكيفي والكمي، وتوصلت الدراسة إلى وجود رضا عام من الجمهور المستهدف المستفيد من الخدمات البلدية^{١٦}. (Girard, 2009)

مشكلة البحث :-

تقوم أمانة العاصمة المقدسة بالعديد من الخدمات البلدية لجمهورها ولكافة شرائح المجتمع وكثير من الناس تتكون لديهم صورة ذهنية عن الأمانة بسبب هذه الخدمات البلدية المقدمة منها الظاهرة والملموسة والتي تكون صورة ذهنية إيجابية ومنها غير الظاهرة والمعروفة وتكون صورة ذهنية سلبية عن الأمانة ويحكم عليها أنها مقصرة.

ويسعى الباحث هنا إلى دراسة ومعرفة دور إدارة العلاقات العامة في التوعية وإبراز هذه الخدمات البلدية كما يسعى أيضاً إلى معرفة الصورة الذهنية عن هذه الخدمات البلدية من خلال الإجابة عن السؤال الرئيسي وهو:-

(١) ما هو دور إدارة العلاقات العامة في التوعية وإبراز جهود أمانة العاصمة المقدسة في ما تقدمه من الخدمات البلدية بالعاصمة المقدسة.

أهمية البحث :-

تعتبر الأمانات والبلديات من المؤسسات الخدمية الحيوية لكافة شرائح المجتمع والتي يوليها الإعلام اهتماماً بالغاً ومن هنا تأتي أهمية بحثنا وهي :

١. يقوم الإعلام بإبراز الجهود المبذولة والمعروفة للجماهير والظاهرة للإعلام مثل السفنات والرصف والإنارة.
٢. ينقد الإعلام بعض الخدمات البلدية غير المروجة من أجل الاجتهاد قدر المستطاع في تحسينها وتطويرها.
٣. تسليط الضوء على الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للتوعية بالخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة.
٤. الدور التوعوي المقدم للجمهور المستفيد من الخدمات البلدية بأمانة العاصمة المقدسة.
٥. وسائل الإعلام القديمة والحديثة المستخدمة في التوعية بهذه الخدمات البلدية.

أهداف البحث :-

١. التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة.
٢. معرفة مدى توظيف وسائل الإعلام القديمة والحديثة من قبل إدارة العلاقات العامة في التوعية وإبراز الخدمات البلدية.
٣. التعرف على الصورة الذهنية لدى المواطنين بالعاصمة المقدسة تجاه الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة.
٤. التعرف على الدور التوعوي الذي تقوم به أمانة العاصمة المقدسة تجاه ما تقدمه من خدمات بلدية.

تساؤلات البحث :-

١. ما طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في التوعية وإبراز الخدمات البلدية بأمانة العاصمة المقدسة.
٢. ما مدى استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام القديم والجديد في التوعية بالخدمات البلدية بأمانة العاصمة المقدسة.
٣. ما مدى انطباق الجمهور نحو معرفة الصورة الذهنية عن الخدمات البلدية في أمانة العاصمة المقدسة.
٤. ما رأي الجمهور نحو جودة الخدمات البلدية الخدمة المقدمة من قبل أمانة العاصمة المقدسة بالعاصمة المقدسة.
٥. ما هو الدور التوعوي الذي تقوم به أمانة العاصمة المقدسة تجاه ما تقدمه من خدمات بلدية.

المدخل النظري :-

العلاقات العامة ومفهومها :-

برزت العلاقات العامة في العديد من دول العام لتصبح علماً وفناً مترسخ الجذور والاهداف والممارسات واتسعت دائرة الاعتماد عليها في تسيير شؤون الحياة المختلفة والملاحظ ان دول العالم المتقدم تهتم بدرجة عالية بالعلاقات العامة وذلك لما للعلاقات العامة من أهمية في ايجاد حلول مدروسة للمشكلات التي تواجه المنشأة ، اما الدول النامية فان النظرة للعلاقات العامة ما زالت قاصرة الامر الذي اثر سلباً في تأخر عجلة التقدم في هذه الدول وهذا بالطبع يستدعي جهوداً متواصلة في مجال العلاقات العامة وذلك انقل المجتمع لحالة اكثر تقدماً فالمسؤولية الكبرى للعلاقات العامة في هذه الدول هي اعادة التوازن والتوافق بين هيئاته ومؤسساته المختلفة من اجل تحسين الصورة الذهنية لدي الجمهور المستهدف لها .

علي الرغم من أن مصطلح "العلاقات العامة" أصبح شائعاً في ميدان العلوم الاتصالية والادارية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية بل في كل نواحي الحياة اليومية الا أن ذلك لا يدل على وضوح مفهومه أو بساطة مضمونه فهناك اشكالية في مفهوم هذا المصطلح بين تخصص واخر وفئة واخري حتي أن خبراء العلاقات العامة أنفسهم لم يتوصلوا الي تعريف محدد يتفقوا عليه فالعلاقات العامة تمارس كنشاط علمي تحت أسماء عديدة منها الشؤون العامة ، المعلومات العامة، الاعلام والنشر، الاستعلامات، الدعاية، وهذا لا يقلل من أهمية العلاقات العامة بل نتيجة طبيعة لكون العلاقات العامة ظاهرة حديثة بدأت تتبلور في مطلع القرن العشرين اضافة الي انها فرعاً من العلوم الاجتماعية التطبيقية التي يصعب وضع تعريف لها يصلح لكل زمان ومكان وذلك لتعلق تطبيقها بالفرد والجماعة والمجتمع وما يسود فيه من أوضاع متغيرة في كل وقت وحين.^{١٧}(الشيخلي واخرون، ١٩٨٦، ص١٢)

وتتعدد تعريفات العلاقات العامة وتختلف باختلاف الاهتمامات الا أنه وبالرغم من ذلك تتداخل هذه التعريفات تداخلاً كبيراً ويمكن القول بأن العلاقات العامة فلسفة أو اتجاه أو علم تدار بمقتضاه المنظمة أو المؤسسة أو الهيئة أو الوزارة ، بحيث تتمكن من القيام بمسؤولياتها الاجتماعية فتحلل رغبات وحاجات كل الاطراف والجماعات المعنية بالإمر سواء كانت سلطة حكومية أو موظفين أو عمال أو عملاء مستهلكين أو الجمهور بصفة عامة كي تستجيب لاهتماماتهم ، ويقوم جهاز العلاقات العامة بالتعرف بأهداف المنظمة ونشاطها تعريفاً صحيحاً عن طريق تقديم المعلومات الصحيحة ثم تعمل علي تكييف اتجاهات المنظمة واعمالها مع

مختلف الجماعات وتحاول كسب التأييد المستمر لهذه الاهداف أو لهذا النشاط بمختلف طرق
الاقناع .^{١٨} (ملكية، ١٩٧٠، ص٢٨٩)

ومن هذا المنطلق فإننا نورد بعض التعريفات التي قدمت من قبل الدارسين أو الممارسين أو
الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة والتي عكست الي حد كبير وجهة النظر التاريخية لتطويرها،
فقد ركز البعض على اعتبار العلاقات العامة فن فعرفوها علي انها " فن الاتصال بال جماهير
والانسجام مع الناس " وقال البعض " بأن العلاقات العامة هي فن الإعلام وليس فن الأعلان "

وقد سارع الاتحاد الدولي للعلاقات العامة الي تعريفها علي النحو التالي: - هي وظيفة ادارية
ذات طبيعة تخطيطية دائمة تهدف المنظمات والمؤسسات العامة والخاصة من خلالها الي
استمرار كسب وتأييد وتعاضد أولئك الذين تهتم بهم عن طريق تقديم الرأي العام لهم بغرض
ايجاد ارتباط وتوثيق سياساتها وإجراءاتها وأكثر انتاجية وكفاءة من اجل تحقيق مصالحها
المشتركة.^{١٩} (الجوهري، ١٩٦٤، ص١٦)

هذا مع العلم بأن ادوار بيرنز الذي لعب دوراً كبيراً في بلورة أفكار العلاقات العامة بعد ايفي
لي، فقد عرف العلاقات العامة بأنها " فن استخدام المعلومات عن طريق الاقناع والتكليف
لكسب التأييد العام لنشاط أو هدف أو حركة مؤسسة ما ".^{٢٠} (بيرنز واخرون، ١٩٦٧، ص١٦)

أما إبراهيم إمام فيعرف العلاقات العامة بقولة " نشر المعلومات والافكار والحقائق مشروحة
ومفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول الي الانسجام أو التكيف الاجتماعي بين
المؤسسة والجماهير ".^{٢١} (إمام، ١٩٦٣، ص١٩)

هي الترويج لإيجاد نوع من الصلات القوية بين الشخص والشركة أو المؤسسة، والأشخاص
الآخرين أو للمجتمع بصفة عامة من خلال الاتصالات المستمرة. وتغيير الأحداث والتفاعل بين
الأفراد والجماعات، ثم تقييم ردود الفعل الناتجة عن هذا الاتصال والتفاعل.

^{٢٢} (المصري، ٢٠٠١م، ص ٢)

وإذا كان لنا أن نضيف تعريفاً لمصطلح العلاقات العامة بعد أن استعرضنا جملة من التعاريف التي تتناول كل منها وصفاً للعلاقات العامة كلاً حسب وجهة نظره لها، فإننا نورد التعريف التالي: العلاقات العامة هي فلسفة اجتماعية للإدارة في مختلف المجالات، وفن للاتصال بال جماهير يعتمد على الإعلام واستخدام وسائل الاتصال المختلفة باتجاهين للتأثير على الرأي العام وكسب تأييده والاستفادة منه، وهي وظيفة إدارية ونشاط إداري مستمر ومخطط وهادف لتحقيق مصلحة المنظمة والمصلحة العامة معاً.^{٢٣} (فهد وكنجو، ٢٠١١، ص ٥٠)

- أمانة العاصمة المقدسة:

يعود تاريخ إنشاء أمانة العاصمة المقدسة إلى عام ١٣٤٥ هـ في عهد جلالة الملك عبد العزيز طيب الله ثراه بعد صدور أمر منه يرحمه الله بضم الهيئات البلدية في مكة المكرمة إلى إدارة واحدة ذات صلاحيات ومسؤوليات محددة بسمى (أمانة العاصمة) وأطلق على رئيسها مسمى (أمين العاصمة) وفي عام ١٣٩٧ هـ أضيفت كلمة (المقدسة) إلى التسميتين، وقد ترأسها حتى الآن (١٨) أمين، كان اخرهم معالي المهندس محمد بن عبد الله القويحص.

(<http://www.holymakkah.gov.sa/Static/Pages/mayors.aspx>²⁴)

- الرؤية:

أن تكون مكة المكرمة من أفضل عشر مدن عالمية في الخدمات البلدية التي تحقق جودة الحياة بتقنيات وخبرات ذات معايير عالمية.

- الرسالة:

خدمات بلدية راقية لساكني أم القرى وقاصديها.

- الهدف العام:

القيام بجميع الاعمال المتعلقة بتنظيم المنطقة واصلاحها وتجميلها والمحافظة على الصحة والراحة والسلامة العامة.

مهام أمانة العاصمة المقدسة: -

نصت المادة الخامسة من نظام البلديات والقرى الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٥ وتاريخ ١٣٩٧/٢/٢١ هـ المبني على قرار مجلس الوزراء رقم ١٣٠ وتاريخ ١٣٩٧/٢/٦ هـ بتحديد مهام واختصاصات البلديات ومن ضمنها أمانات المدن، مع عدم الاخلال بما تقتضي به الانظمة من اختصاص عام لبعض الادارات أو المصالح تقوم البلديات بجميع الاعمال المتعلقة بتنظيم منطقتها واصلاحها وتجميلها والمحافظة على الصحة والراحة والسلامة العامة ولها في سبيل ذلك اتخاذ التدابير اللازمة وهي على النحو التالي: -

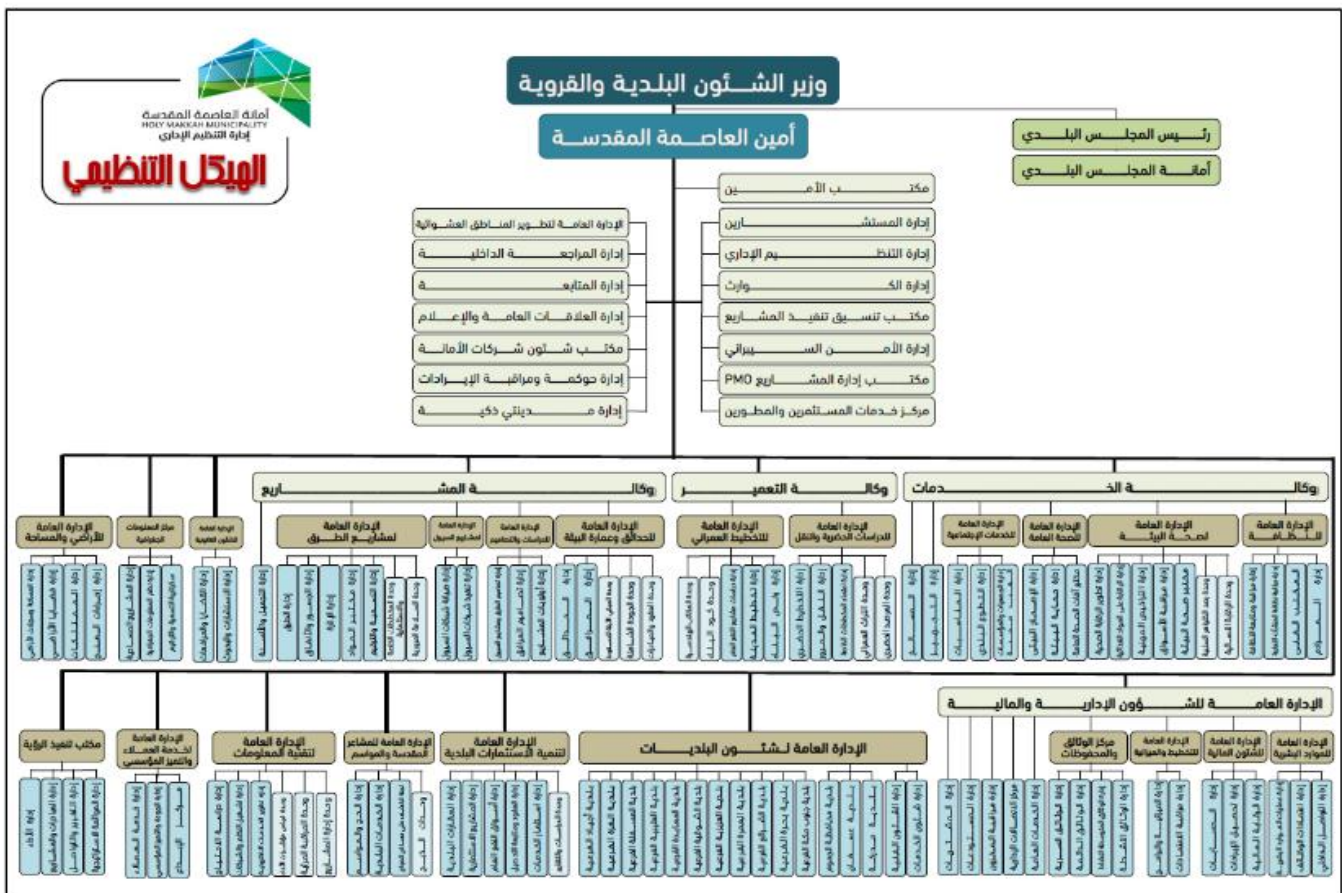
- ١- تنظيم وتنسيق المدينة وفق مخطط تنظيمي مصدق اصولاً من الجهات المختصة.
- ٢- الترخيص بإقامة الانشاءات والأبنية وجميع التمديدات العامة والخاصة ومراقبتها.
- ٣- المحافظة على مظهر ونظافة المدينة، وإنشاء الحدائق والساحات والمنزهات وأماكن السباحة العامة وتنظيمها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ومراقبتها.
- ٤- وقاية الصحة العامة وردم البرك والمستنقعات ودرء خطر السيول وإنشاء أسوار من الاشجار حول المدينة لحمايتها من الرمال.
- ٥- مراقبة المواد الغذائية والاستهلاكية والاشراف على تموين المواطنين بها، ومراقبة أسعارها وأسعار الخدمات العامة ومراقبة الموازين، والمكاييل، والمقاييس، بالاشتراك مع الجهات المختصة ووضع الاشارة (الدمغة) عليها سنوياً.
- ٦- إنشاء المسالخ وتنظيمها.
- ٧- إنشاء الاسواق وتحديد مراكز البيع.
- ٨- الترخيص بمزاولة الحرف والمهن وفتح المحلات العامة ومراقبتها صحياً وفنياً.
- ٩- المحافظة على السلامة والراحة وبصورة خاصة اتخاذ الاجراءات اللازمة بالاشتراك مع الجهات المعنية لدرء وقوع الحرائق وإطفائها، وهدم الأبنية الآيلة للسقوط أو الاجزاء المتداعية منها وانشاء الملاجئ العامة.

- ١٠- تحديد مواقف الباعة المتجولين والسيارات والعربات بالاتفاق مع الجهات المختصة.
- ١١- تنظيم النقل الداخلي وتحديد أجوره بالاتفاق مع الجهات المختصة.
- ١٢- نزع ملكية العقارات للمنفعة العامة.
- ١٣- تحديد واستيفاء رسوم وعوائد البلدية والغرامات والجزاءات التي توقع على المخالفين لأنظمتها.
- ١٤- الاشراف على انتخابات وترشيح رؤساء الحرف والمهن ومراقبة أعمالهم وحل الخلافات التي تحدث بينهم.
- ١٥- حماية الأبنية الأثرية بالتعاون مع الجهات المختصة.
- ١٦- تشجيع النشاط الثقافي والرياضي والاجتماعي والمساهمة فيه بالتعاون مع الجهات المعنية.
- ١٧- التعاون مع الجهات المختصة لمنع التسول، التشرّد، وإنشاء الملاجئ للعجزة والأيتام والمعوقين وذوي العاهات وأمثالهم.
- ١٨- إنشاء المقابر والمغاسل، وتسويرها وتنظيمها ودفن الموتى.
- ١٩- تلافى أضرار الحيوانات السائبة والكاسرة والرفق بالحيوان.
- ٢٠- منع وإزالة التعدي على أملاكها الخاصة والاملاك العامة الخاضعة لسلطتها.
- ٢١- أي اختصاصات اخري يصدر بها قرار من مجلس الوزراء.

الهيكل التنظيمي :-

يُعتبر الهيكل التنظيمي بمثابة الهيكل العظمي لأي مؤسسة، أو منظمة، حيث إنّ من شأنه بيان الوحدات التنظيمية التي تتألف منها ضمن مستويات هرمية مرتبطة ببعضها بروابط السلطة التي تتخللها التعليمات، والأوامر، والعلاقات. ومن هنا كان لا بُد من تسليط الضوء على مفهوم الهيكل التنظيمي، حيث ورد تعريف (الهيكل) لغة على أنه: البناء المُشرف، كما ورد تعريف الهيكل التنظيمي في قاموس المعجم الوسيط على أنه: رسم يُبين، أو يوضّح المهام، والمسؤوليات لأجزاء الشركة.

ومن هنا نجد أنّ الهيكل التنظيمي يعني: بناء يُحدّد الإدارات، وأجزائها الداخلية، بحيث يحتوي على مستويات إدارية ضمن شكلٍ هرمي، وهو يضمن تأمين الإطار الملائم لعمليات التشغيل، والأداء المُتوقَّع، والسماح بتنسيق النشاطات، والرقابة عليها بهدف اتّخاذ القرار من قِبَل الإدارة.



التوعية: -

جعل الناس على علم بأمر ما ديني أو دنيوي، وإقناعهم به للعمل بمقتضاه، أو هي مجموعة من الأنشطة التواصلية الهادفة إلى إيجاد حس ديني أو دنيوي في نفوس الناس يترجم إلى سلوك وعمل.^{٢٥} (بن عمر، ندوة الحج الكبرى، ص ٣٩).

الخدمات البلدية: -

هي التي تعمل على تخطيط وتطوير المدن والقرى المحيطة بها بالإضافة إلى الخدمات العامة مثل: إنارة الطرق وتجهيز الشوارع وزراعة الأشجار واللوحات الإرشادية والعمل على تنظيم الأسواق ومخططات البناء والحفاظ على نظافة المدينة، حيث تقوم الدولة بتخصيص ميزانية مناسبة للبلدية لتطوير وتحسين شكل المدينة.^{٢٦} (موقع موضوع، ٢٠١٧).

هي أحد المفاهيم الحديثة التي تعتمد على استخدام تقنية الاتصالات والمعلومات للوصول إلى استخدام أمثل للخدمات التي توفرها البلديات الفرعية للمراجعين داخل أسوارها بطريقة ميسرة وجودة عالية. ويمكن تعريفها بـ"الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات، لتسهيل وتسريع التعاملات بدقة عالية بين أمانة المنطقة و الجهات الحكومية (حكومة-حكومة) وبينها وبين تلك التي تربطها بالأفراد (حكومة- فرد)، وقطاعات الأعمال (حكومة- أعمال)، سعياً لتوفير خدمة مميزة للأفراد، ولقطاع الأعمال، وللجهات الحكومية".

وانطلاقاً من هذا الأساس صدر الأمر السامي الكريم رقم (٤٠) وتاريخ ١٤٢١/٢/٢٧ هـ الذي تم فيه تحديد ضوابط تطبيق التعاملات الإلكترونية الحكومية والمنبثق من الخطة الوطنية المعتمدة لتقنية المعلومات والاتصالات.

ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة :-

نوع البحث ومنهجه :-

إن المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح الوصفي وهو عبارة عن دراسة للظواهر الطبيعية والتربوية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإدارية الراهنة بمعنى وصف ما هو كائن ويتضمن وصف الظاهرة الراهنة وتركيبها وعملياتها والظروف السائدة وتسجيل ذلك وتحليله وتفسيره ولا يتوقف هنا بل يشمل جمع المعلومات والبيانات وتبويبها وتحليلها وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى توصيف دقيق للمشكلة أو الظاهرة ونتائجها وإخضاعها للدراسة الدقيقة .^{٢٧}(الهنداوي، ٢٠١٦).

مجتمع البحث والعينة :-

مجتمع البحث يشمل جميع المستفيدين من الخدمات البلدية المقدمة من أمانة العاصمة المقدسة بمكة المكرمة من الذكور والإناث على حدٍ سواء، ونظراً لاتساع حجم مجتمع الدراسة فإن الباحث سيقنصر على أخذ عينة منهم.

سيتم اختيار عينة قوامها (٢٠٠) من المستفيدين من الخدمات البلدية في مدينة مكة المكرمة، وذلك خلال عام ١٤٤١ هـ، وتم تقسيمهم وفقاً لخصائص العينة من حيث: النوع، السن، المستوى التعليمي.

أداة جمع البيانات :-

قام الباحث بإعداد استمارة استبيان وذلك لمعرفة دور العلاقات العامة تجاه التوعية بالخدمات البلدية بأمانة العاصمة المقدسة بمكة المكرمة.

إجراءات الصدق والثبات :-

أولاً : صدق الاستمارة :

وهو اختبار صدق أداة جمع المعلومات والبيانات ومدى قدرتها على أن تقيس أهداف وتساؤلات البحث وقام الباحث بإجراء اختبار صدق المحكمين وهو يسعى للصدق الظاهري وذلك بعرض الاستمارة على مجموعة من المتخصصين في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية ومناهج البحث من أساتذة الجامعات والذين أشاروا بمدى صلاحية أسئلة الاستبيان وقد أكد بعضهم على بعض التعديلات اما بالحذف أو بالإضافة ثم أشاروا بعد ذلك بصلاحية صياغة الأسئلة وقدرتها على قياس أهداف وتساؤلات البحث .

ثانياً: ثبات الاستمارة :

قام الباحث بتطبيق الاستمارة على عينة من المبحوثين بواقع ١٠% من العينة الكلية بمعنى ٢٠ فرد وذلك للتأكد من وضوح الاسئلة والعبارات وسهولة الاجابة عليها ومدى فهمها وتم إدخال التعديلات اللازمة بحيث أصبحت الاستمارة جاهزة للتطبيق في شكلها النهائي .

حدود البحث :-

الحدود الموضوعية: حيث تشمل الحدود الموضوعية دراسة عنوان وموضوع الدراسة وهو دور إدارة العلاقات العامة تجاه التوعية بالخدمات البلدية بأمانة العاصمة المقدسة بمكة.

الحدود المكانية: حيث تخص الحدود المكانية مدينة مكة المكرمة وسكانها في الفترة المقدره للبحث وهي ٢٠٢٠م ١٤٤١هـ.

أساليب المعالجة الإحصائية :-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS "

Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:-

(١) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

(٢) اختبار كا^٢ Chi Square Test .

لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

(٣) معامل كرامرز في Crammer's V .

والذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من ٠.٣٠ ومتوسطة إذا تراوحت بين ٠.٣٠ - ٠.٧٠ وقوية إذا زادت عن ٠.٧٠

(٤) تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis of Variance

المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

(٥) الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة LSD .

لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيا بينها.

(٦) الأهمية النسبية.

(٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

الفصل الثاني

عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

ثانياً: الخاتمة

النتائج العامة + التوصيات

أولاً - نتائج الدراسة الميدانية :-

أ: البيانات الأولية:

- الخصائص الديموغرافية للجمهور المتعامل مع أمانة العاصمة المقدسة ؟
تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لتوضيح خصائص مجتمع الدراسة في ضوء متغيرات الدراسة كما يلي :

١- توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس:

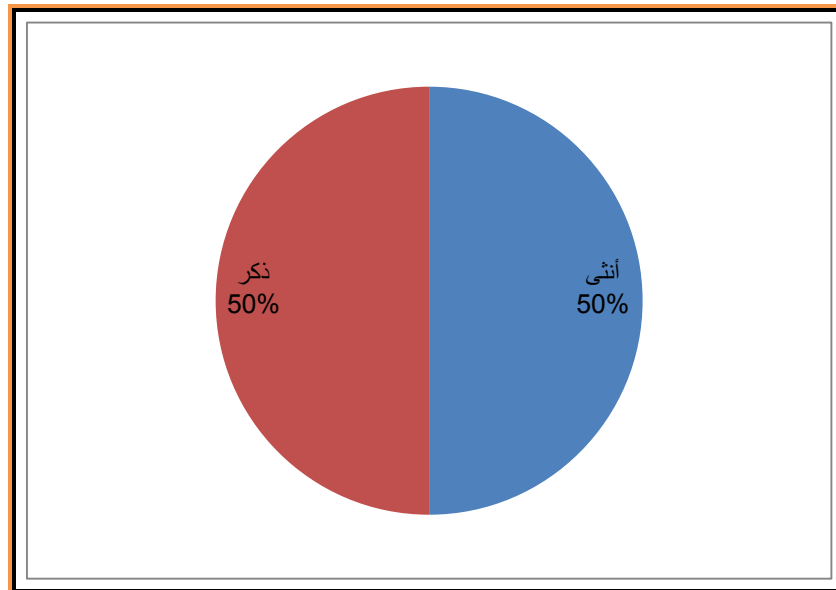
جدول رقم (١)

توزيع مجتمع الدراسة وفقاً للجنس :-

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	١٠٠	٥٠
إناث	١٠٠	٥٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يظهر الجدول رقم (١) : أن عينة الدراسة ذكور بنسبة مئوية بلغت (٥٠%) من العينة وأن الإناث بلغوا بنسبة (٥٠%) من عينة الدراسة.

شكل رقم (١) توزيع مجتمع الدراسة وفقاً للجنس



٢- توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي :

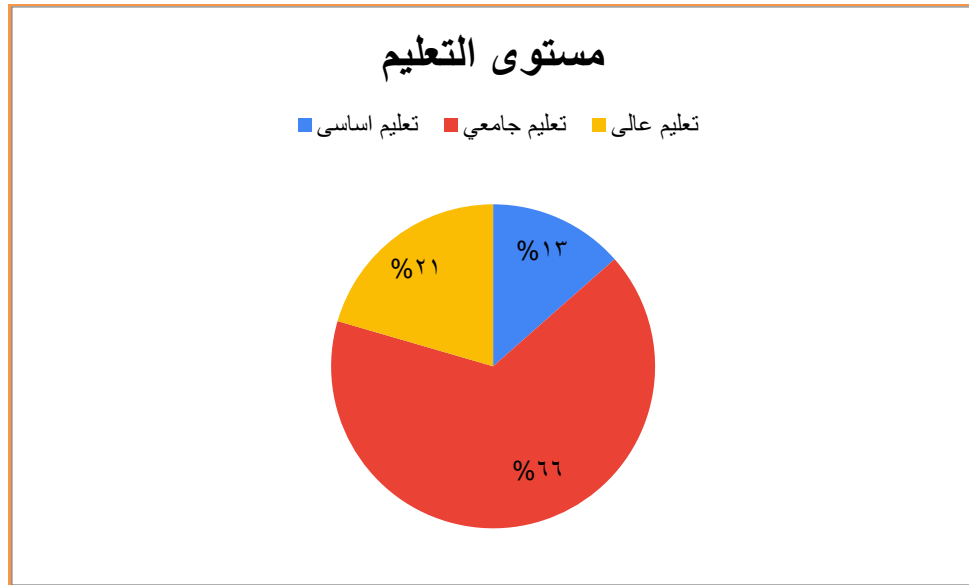
جدول رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي :-

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
١٣.٥	٢٧	تعليم أساسي
٦٦	١٣٢	تعليم جامعي
٢٠.٥	٤١	تعليم عالي
١٠٠	٢٠٠	المجموع

يظهر الجدول رقم (٢) : أن (٦٦ %) من عينة الدراسة مستوى تعليمهم جامعي، يليهم من مستوى تعليمهم عالي بنسبة مئوية بلغت (٢٠.٥ %) من عينة الدراسة وباقي افراد عينة الدراسة مستوى تعليمهم أساسي بنسبة (١٣.٥ %).

شكل رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي



٣- توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر:

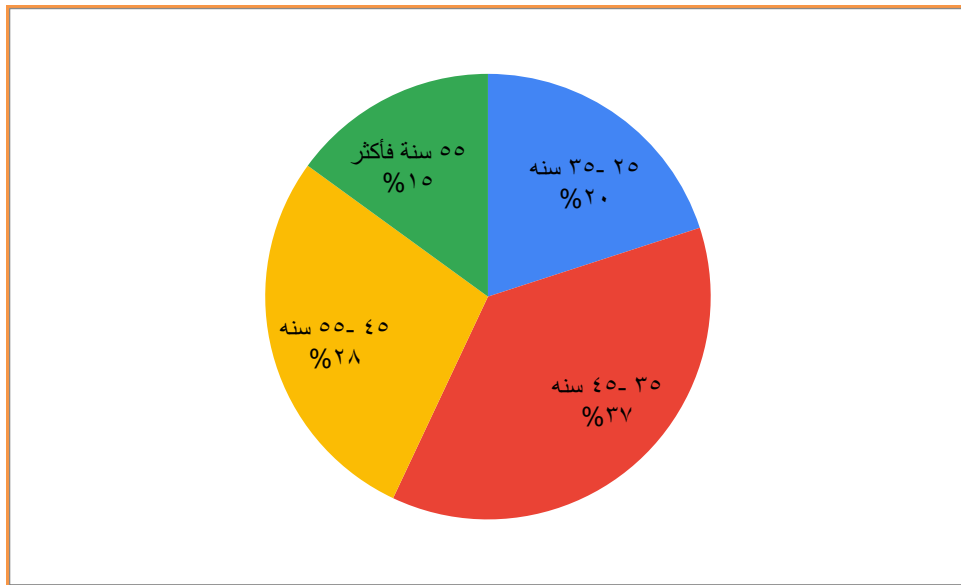
جدول رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر:-

العمر	العدد	النسبة المئوية
٢٥- ٣٥ سنة	٤٠	٢٠
٣٥- ٤٥ سنة	٧٤	٣٧
٤٥- ٥٥ سنة	٥٦	٢٨
٥٥ سنة فأكثر	٣٠	١٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يظهر الجدول رقم (٣) : أن (٣٧ %) من عينة الدراسة في الفئة العمرية ٣٥- ٤٥ سنة ، يليهم من في الفئة العمرية ٤٥- ٥٥ سنة بنسبة مئوية بلغت (٢٨ %) من عينة الدراسة ، يليهم من في الفئة العمرية ٢٥- ٣٥ سنة بنسبة مئوية بلغت (٢٠ %) من عينة الدراسة ، وباقي افراد عينة الدراسة في الفئة العمرية ٥٥ سنة فأكثر بنسبة (١٥ %) من عينة الدراسة.

شكل رقم (٣) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر



ب : نتائج الدراسة الميدانية المرتبطة بدور إدارة العلاقات العامة
بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية :

تم تحليل النتائج في صورة جداول ونستعرض لها فيما يلي :-

١- نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة. وتتضمن الجدول الآتي:

جدول رقم (٤)

يوضح الأهمية النسبية والترتيب لنوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة

الترتيب	الأهمية النسبية	%	المجموع	الاستجابات				نوعية الخدمات البلدية
				لا		نعم		
				%	ك	%	ك	
١	٩٩	١٠٠	٢٠٠	٢	٤	٩٨	١٩٦	النظافة العامة لمكة المكرمة
٢	٩٤	١٠٠	٢٠٠	١٢	٢٤	٨٨	١٧٦	تخطيط وتطوير مدينة مكة المكرمة والقرى التابعة لها
٣	٩٣	١٠٠	٢٠٠	١٤	٢٨	٨٦	١٧٢	أنارة الطرق وتجهيز الشوارع العامة والفرعية
٤	٩٢.٥	١٠٠	٢٠٠	١٥	٣٠	٨٥	١٧٠	تنظيم الاسواق والرقابة الصحية ومتابعة الصحة العامة
٥	٩٠.٥	١٠٠	٢٠٠	١٩	٣٨	٨١	١٦٢	الترخيص بإقامة الإنشاءات والأبنية وجميع التمديدات العامة والخاصة ومراقبتها
٦	٨٦.٧٥	١٠٠	٢٠٠	٢٦.٥	٥٣	٧٣.٥	١٤٧	إنشاء المسالخ وتنظيمها
٧	٧٧.٢٥	١٠٠	٢٠٠	٤٥.٥	٩١	٥٤.٥	١٠٩	نزع ملكية العقارات للمنفعة العامة
٨	٦٦	١٠٠	٢٠٠	٦٨	١٣٦	٣٢	٦٤	تنظيم النقل الداخلي وتحديد أجوره بالاتفاق مع الجهات المختصة

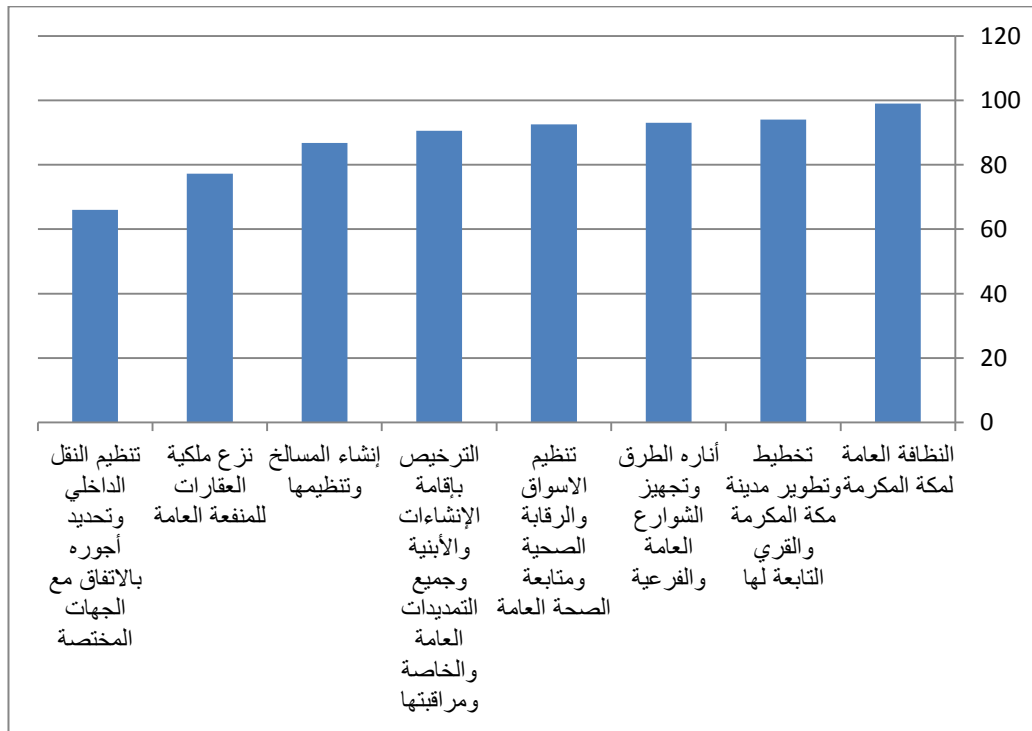
ملاحظة : المجموع هنا (١١٩٦) أعلى من مجموع العينة (٢٠٠) بسبب أن أفراد عينة الدراسة اختاروا

أكثر من إجابة على هذا السؤال .

• يظهر الجدول رقم (٤) :-

حصول النظافة العامة لمكة المكرمة على المركز الأول في نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة بأهمية نسبية مقدارها (٩٩%) ، يليها في المركز الثاني تخطيط وتطوير مدينة مكة المكرمة والقرى التابعة لها بأهمية نسبية مقدارها (٩٤%) ، و أناره الطرق وتجهيز الشوارع العامة والفرعية بالمركز الثالث بأهمية نسبية مقدارها (٩٣%) ، يليها تنظيم الاسواق والرقابة الصحية ومتابعة الصحة العامة في المركز الرابع بأهمية نسبية مقدارها (٩٢.٥%) ، ويأتي في المركز الخامس الترخيص بإقامة الإنشاءات والأبنية وجميع التمديدات العامة والخاصة ومراقبتها بأهمية نسبية مقدارها (٩٠.٥%) ، وإنشاء المسالخ وتنظيمها بالمركز السادس بأهمية نسبية مقدارها (٨٦.٧٥%) ، يليها نزع ملكية العقارات للمنفعة العامة في المركز السابع بأهمية نسبية مقدارها (٧٧.٢٥%) ، وأخيرا في المركز الثامن تنظيم النقل الداخلي وتحديد أجوره بالاتفاق مع الجهات المختصة بأهمية نسبية مقدارها (٦٦%).

شكل رقم (٤) نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة



٢- مدى تعرض المستفيدين (عينة الدراسة) للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة.

وتتضمن الجداول الآتية:

(٢-أ) الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) في درجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة

جدول رقم (٥)

يوضح قيمة كا ٢ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في درجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة

الدلالة د ح ٢	كا ٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة التعرض
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٤٣٦ غيردالة	١.٦٦٢	٧	١٤	٨	٨	٦	٦	كثيف
		٤١.٥	٨٣	٤٥	٤٥	٣٨	٣٨	متوسط
		٥١.٥	١٠٣	٤٧	٤٧	٥٦	٥٦	ضعيف
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٧%) من أفراد العينة يتعرضون للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة بدرجة كثيفة موزعة بنسبة (٦%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٨%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يتعرض (٤١.٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٣٨%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٥%) لأفراد العينة الإناث ، في حين يتعرض لها بدرجة ضعيفة نسبة (٥١.٥%) موزعة بنسبة (٥٦%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٧%) لأفراد العينة الإناث.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور- إناث) في درجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة ، حيث كانت قيمة

(كا ٢ = ١.٦٦٢) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

(٢- ب) الفروق بين المستويات التعليمية لـ (عينة الدراسة) ودرجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة

جدول رقم (٦)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المستوى التعليمي لـ (عينة الدراسة) ودرجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة

التعليم		أساسي		جامعي		عالي		الإجمالي	
درجة الأقبال		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كثيف		١	٣.٧	١١	٨.٣	٢	٤.٩	١٤	٧
متوسط		١٠	٣٧	٥٣	٤٠.٢	٢٠	٤٨.٨	٨٣	٤١.٥
ضعيف		١٦	٥٩.٣	٦٨	٥١.٥	١٩	٤٦.٣	١٠٣	٥١.٥
المجموع		٢٧	١٠٠	١٣٢	١٠٠	٤١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

كا^٢ = ٢.٢٥٧ درجة الحرية = ٤ الدلالة = ٠.٦٨٩ غير دالة

• يتضح من الجدول السابق :-

أن نسبة (٧%) من أفراد العينة يتعرضون للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة بدرجة كثيفة موزعة بنسبة (٣.٧%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٨.٣%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤.٩%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما يتعرض (٤١.٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٣٧%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٤٠.٢%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤٨.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، في حين يتعرض لها بدرجة ضعيفة نسبة (٥١.٥%) موزعة بنسبة (٥٩.٣%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٥١.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤٦.٣%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في درجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة ، حيث كانت قيمة (كا = ٢٠٢٥٧) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

٣- نوعية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة.

جدول رقم (٧)

يوضح الأهمية النسبية والترتيب لنوعية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة

الترتيب	الأهمية النسبية	%	المجموع	الاستجابات				نوعية الأنشطة الاتصالية
				لا		نعم		
				%	ك	%	ك	
١	٨٢.٧٥	١٠٠	٢٠٠	٣٤.٥	٦٩	٦٥.٥	١٣١	الحملة التوعوية
٢	٧٩.٥	١٠٠	٢٠٠	٤١	٨٢	٥٩	١١٨	الفعاليات والمهرجانات
٣	٧٦.٥	١٠٠	٢٠٠	٤٧	٩٤	٥٣	١٠٦	إعلانات الطرق
٤	٧٢.٢٥	١٠٠	٢٠٠	٥٥.٥	١١١	٤٤.٥	٨٩	تويتر
٥	٦٩.٢٥	١٠٠	٢٠٠	٦١.٥	١٢٣	٣٨.٥	٧٧	المعارض والمؤتمرات
٦	٦٨	١٠٠	٢٠٠	٦٤	١٢٨	٣٦	٧٢	سناپ شات
٧	٦٣.٢٥	١٠٠	٢٠٠	٧٣.٥	١٤٧	٢٦.٥	٥٣	الصحف والمجلات
٨	٦١	١٠٠	٢٠٠	٧٨	١٥٦	٢٢	٤٤	المطويات والكتيبات
٩	٦٠.٢٥	١٠٠	٢٠٠	٧٩.٥	١٥٩	٢٠.٥	٤١	انستجرام
١٠	٥٨.٧٥	١٠٠	٢٠٠	٨٢.٥	١٦٥	١٧.٥	٣٥	فيس بوك

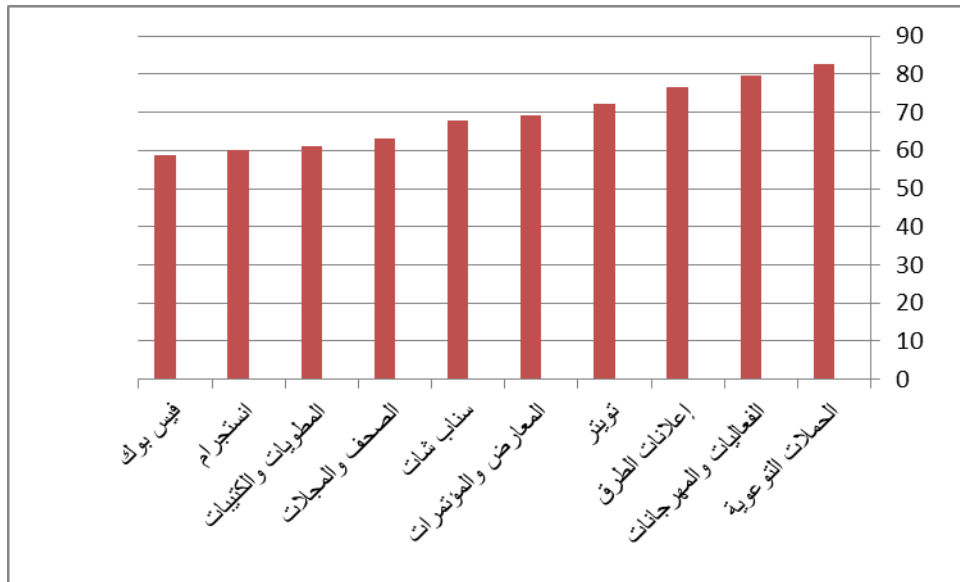
ملاحظة : المجموع هنا (٧٦٦) أعلى من مجموع العينة (٢٠٠) بسبب أن أفراد عينة الدراسة

اختاروا أكثر من إجابة على هذا السؤال .

• يظهر الجدول رقم (٧) :-

حصول الحملات التوعوية على المركز الأول في نوعية الانشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة بأهمية نسبية مقدارها (٨٢.٧٥%) ، يليها في المركز الثاني الفعاليات والمهرجانات بأهمية نسبية مقدارها (٧٩.٥%) ، وإعلانات الطرق بالمركز الثالث بأهمية نسبية مقدارها (٧٦.٥%) ، يليها تويتر في المركز الرابع بأهمية نسبية مقدارها (٧٢.٢٥%) ، ويأتي في المركز الخامس المعارض والمؤتمرات بأهمية نسبية مقدارها (٦٩.٢٥%) ، وسناب شات بالمركز السادس بأهمية نسبية مقدارها (٦٨%) ، يليها الصحف والمجلات في المركز السابع بأهمية نسبية مقدارها (٦٣.٢٥%) ، ويأتي في المركز الثامن المطويات والكتيبات بأهمية نسبية مقدارها (٦١%) ، و انستجرام بالمركز التاسع بأهمية نسبية مقدارها (٦٠.٢٥%) ، وأخيرا فيس بوك بالمركز العاشر بأهمية نسبية مقدارها (٥٨.٧٥%).

شكل رقم (٥) نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة



٤- الوسيلة الانسب في رأي المستفيدين (عينة الدراسة) للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة.

وتتضمن الجداول الآتية:

(٤-أ) الفروق بين الجنسين (ذكور- إناث) في رأيهم نحو الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة
جدول رقم (٨)

يوضح قيمة كا ٢ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في رأيهم نحو الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة

الدلالة ح د	كا ٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الوسيلة الانسب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٩٠٦ غيردالة	١.٠٢٣	٤٨.٥	٩٧	٤٥	٤٥	٥٢	٥٢	وسائل التواصل الاجتماعي
		٢٦	٥٢	٢٨	٢٨	٢٤	٢٤	الرسائل النصية sms
		١٢	٢٤	١٣	١٣	١١	١١	الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة
		١١.٥	٢٣	١٢	١٢	١١	١١	اللوحات الاعلانية في المواقع العامة
		٢	٤	٢	٢	٢	٢	اعلانات الصحف
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٤٨.٥%) من أفراد العينة يرون ان وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة موزعة بنسبة (٥٢%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٥%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يرى (٢٦%) منهم الرسائل النصية sms موزعة بنسبة (٢٤%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٨%) لأفراد العينة الإناث ، في حين يرى نسبة (١٢%) الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة موزعة بنسبة (١١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٣%) لأفراد العينة الإناث، بينما يرى (١١.٥%) منهم اللوحات الاعلانية في المواقع العامة موزعة بنسبة (١١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٢%) لأفراد العينة الإناث ، في حين يرى نسبة (٢%) اعلانات الصحف موزعة بنسبة (٢%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢%) لأفراد العينة الإناث.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رأيهم نحو الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة، حيث كانت قيمة (كا^٢ = ١.٠٢٣) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

(٤- ب) الفروق بين المستويات التعليمية لـ (عينة الدراسة) ودرجة اقبالهم على الاعمال التطوعية

جدول رقم (٩)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المستوى التعليمي لـ (عينة الدراسة)

في رأيهم نحو الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة

الإجمالي		عالي		جامعي		أساسي		التعليم الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٨.٥	٩٧	٦٥.٩	٢٧	٤٥.٥	٦٠	٣٧	١٠	وسائل التواصل الاجتماعي
٢٦	٥٢	٩.٨	٤	٢٨.٨	٣٨	٣٧	١٠	الرسائل النصية sms
١٢	٢٤	١٤.٦	٦	١٠.٦	١٤	١٤.٨	٤	الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة
١١.٥	٢٣	٧.٣	٣	١٣.٦	١٨	٧.٤	٢	اللوحات الاعلانية في المواقع العامة
٢	٤	٢.٤	١	١.٥	٢	٣.٧	١	اعلانات الصحف
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤١	١٠٠	١٣٢	١٠٠	٢٧	المجموع

كا^٢ = ١٢.١٠٧ درجة الحرية = ٨ الدلالة = ٠.١٤٧ غير دالة

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٤٨.٥%) من أفراد العينة يرون ان وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة موزعة بنسبة (٣٧%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٤٥.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٦٥.٩%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما يرى (٢٦%) منهم الرسائل النصية sms موزعة بنسبة (٣٧%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٢٨.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٩.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، في حين يرى نسبة (١٢%) الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة موزعة بنسبة (١٤.٨%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١٠.٦%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (١٤.٦%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما يرى (١١.٥%) منهم اللوحات الاعلانية في المواقع العامة موزعة بنسبة (٧.٤%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١٣.٦%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٧.٣%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، في حين يرى نسبة (٢%) اعلانات الصحف موزعة بنسبة (٣.٧%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٢.٤%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في رأيهم نحو الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة ، حيث كانت قيمة (كا = ٢١٠.١٠٧) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

٥- درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية.

وتتضمن الجداول الآتية:

(٥-أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب

جدول رقم (١٠)

يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب

لدرجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية

الترتيب	المتوسط	%	ضعيف	%	متوسط	%	قوى	الوسيلة الاتصالية
١	٢.٤٢	٥٩.٥	١١٩	٢٣	٤٦	١٧.٥	٣٥	وسائل التواصل الاجتماعي
٢	٢.٢٢	١٦.٥	٣٣	٤٥	٩٠	٣٨.٥	٧٧	اللوحات الاعلانية في المواقع العامة
٣	٢.٠٦	٣٢.٥	٦٥	٢٩	٥٨	٣٨.٥	٧٧	الرسائل النصية sms
٤	١.٨٣	٣٦.٥	٧٣	٤٤	٨٨	١٩.٥	٣٩	الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة
٥	١.٨٢	٣٤	٦٨	٥٠	١٠٠	١٦	٣٢	اعلانات الصحف الالكترونية
٦	١.٤٨	٥٧.٥	١١٥	٣٧	٧٤	٥.٥	١١	اعلانات الصحف الورقية

يتضح من الجدول السابق أن أهم الوسائل الاتصالية التي تؤثر في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية ووسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب الاول بمتوسط ٢.٤٢ ، ثم اللوحات الاعلانية في المواقع العامة في الترتيب الثاني بمتوسط ٢.٢٢ ، يليه الرسائل النصية sms في الترتيب الثالث بمتوسط ٢.٠٦ ، ثم الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة

المقدسة في الترتيب الرابع بمتوسط ١.٨٣، ثم اعلانات الصحف الالكترونية في الترتيب الخامس بمتوسط ١.٨٢ ، وفي الترتيب السادس والاخير اعلانات الصحف الورقية بمتوسط ١.٤٨ .

(٥-ب) الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) في درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية
جدول رقم (١١)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المستفيدين لدرجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية

الدلالة	ت	اناث (ن=١٠٠)		ذكور (ن=١٠٠)		النوع
		ع	م	ع	م	
ح.د ١٩٨						درجة التأثير
٠.٥٥٢	-٠.٥٩٦	٠.٤٨٨	١.٩٩	٠.٤٦٠	١.٩٥	درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية
غير دالة						

يتضح من الجدول السابق :-

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الاناث على مقياس درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية كدرجة كلية ،حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

(٥-ج) الفروق بين المستويات التعليمية في درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية

جدول رقم (١٢)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية باختلاف المستويات التعليمية

الدالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	درجة التأثير للوسائل الاتصالية	الفروق تبعا إلى المستوى التعليمي
٠.٢٢٨		٠.٣٣٣	٢	٠.٦٦٦	بين مجموعات		
غير داله	١.٤٩١	٠.٢٢٣	١٩٧	٤٤.٠٠٧	داخل		
			١٩٩	٤٤.٦٧٣	مجموع		

جدول رقم (١٣)

يوضح المتوسط والانحراف المعياري للمستويات التعليمية في درجة التأثير للوسائل الاتصالية

ع	م	ن	المستوى التعليمي	
٠.٥٤٦	١.٨٤	٢٧	أساسي	درجة التأثير للوسائل الاتصالية
٠.٤٤٦	٢.٠٠	١٣٢	جامعي	
٠.٥٠٣	١.٩٣	٤١	عالي	
٠.٤٧٣	١.٩٧	٢٠٠	جملة	

ينضح من الجدولين السابقين :-

عدم وجود فروق بين أفراد العينة بالمستويات التعليمية الثلاث في درجة التأثير للوسائل الاتصالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية كدرجة كلية ، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

٦- تواصل المستفيدين (عينة الدراسة) مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠).

وتتضمن الجداول الآتية:

(٦- أ) الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) في تواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠)

جدول رقم (١٤)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث وتواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة

الدلالة د ح ١	كا ^٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع التواصل
		%	ك	%	ك	%	ك	
غيردالة ٠.٢٤٨	١.٣٣٣	٦٠	١٢٠	٦٤	٦٤	٥٦	٥٦	نعم
		٤٠	٨٠	٣٦	٣٦	٤٤	٤٤	لا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٦٠%) من أفراد العينة يتواصلون تواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) موزعة بنسبة (٥٦%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٦٤%) لأفراد العينة الإناث ، بينما لا يتواصل (٤٠%) منهم موزعة بنسبة (٤٤%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٣٦%) لأفراد العينة الإناث .

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في تواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) ، حيث كانت قيمة (كا^٢ = ١.٣٣٣) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

(٦-ب) الفروق بين المستويات التعليمية لـ (عينة الدراسة) وتواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠)

جدول رقم (١٥)

يوضح قيمة كاي^٢ لدلالة الفروق بين المستوى التعليمي لـ (عينة الدراسة) وتواصلهم مع

أمانة العاصمة المقدسة

التعليم		أساسي		جامعي		عالي		الإجمالي	
التواصل	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	١٤	٥١.٩	٨٢	٦٢.١	٢٤	٥٨.٥	١٢٠	٦٠	
لا	١٣	٤٨.١	٥٠	٣٧.٩	١٧	٤١.٥	٨٠	٤٠	
المجموع	٢٧	١٠٠	١٣٢	١٠٠	٤١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	

كا^٢ = ١.٠٣١ درجة الحرية = ٢ الدلالة = ٠.٥٩٧ غيردالة

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٦٠%) من أفراد العينة يتواصلون تواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) موزعة بنسبة (٥١.٩%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٦٢.١%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٥٨.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما لا يتواصل (٤٠%) منهم موزعة بنسبة (٤٨.١%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٣٧.٩%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤١.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في تواصلهم مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) ، حيث كانت قيمة (كا^٢ = ١.٠٣١) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

٧- رأى المستفيدين (عينة الدراسة) في تجاوب وجود الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم.

وتتضمن الجداول الآتية:

(٧-أ) الفروق بين الجنسين (ذكور- إناث) في رأيهم حول تجاوب وجود الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم

جدول رقم (١٦)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في رأيهم حول تجاوب وجود الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم

الدلالة د ح ٢	كا ^٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع تجاوب وجود الخدمات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٨٧٥ غيردالة	٠.٢٦٨	٢٥	٣٠	٢٦.٦	١٧	٢٣.٢	١٣	راضى جداً
		٥٠	٦٠	٥٠	٣٢	٥٠	٢٨	راضى الى حد ما
		٢٥	٣٠	٢٣.٤	١٥	٢٦.٨	١٥	غير راضى
		١٠٠	١٢٠	١٠٠	٦٤	١٠٠	٥٦	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٢٥%) من أفراد العينة معجبون بدرجة كبيرة بتجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم موزعة بنسبة (٢٣.٢%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٦.٦%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يعجب (٥٠%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٥٠%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٥٠%) لأفراد العينة الإناث ، في حين لا يعجب نسبة (٢٥%) موزعة بنسبة (٢٦.٨%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٣.٤%) لأفراد العينة الإناث.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رأيهم حول تجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 0.268$ وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

(٧- ب) الفروق بين المستويات التعليمية لـ (عينة الدراسة) في رأيهم حول تجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم
جدول رقم (١٧)

يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين المستوى التعليمي لـ (عينة الدراسة)

في رأيهم حول تجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم

الإجمالي		عالي		جامعي		أساسي		التعليم تجاوب وجودة الخدمات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٥	٣٠	٢٠.٨	٥	٢٦.٨	٢٢	٢١.٤	٣	راضى جداً
٥٠	٦٠	٤١.٧	١٠	٥٤.٩	٤٥	٣٥.٧	٥	راضى الى حد ما
٢٥	٣٠	٣٧.٥	٩	١٨.٣	١٥	٤٢.٩	٦	غير راضى
١٠٠	١٢٠	١٠٠	٢٤	١٠٠	٨٢	١٠٠	١٤	المجموع

كا^٢ = ٦.٤٠٤ درجة الحرية = ٤ الدلالة = ٠.١٧١ غير دالة

• **يتضح من الجدول السابق:-**

أن نسبة (٢٥%) من أفراد العينة معجبون بدرجة كبيرة بتجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم موزعة بنسبة (٢١.٤%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٢٦.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٢٠.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما يعجب (٥٠%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٣٥.٧%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٥٤.٩%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤١.٧%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، في حين لا يعجب نسبة (٢٥%) موزعة بنسبة (٤٢.٩%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١٨.٣%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٣٧.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في رأيهم حول تجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم، حيث كانت قيمة (كا^٢ = ٦.٤٠٤) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

٨- رأى المستفيدين (عينة الدراسة) فى الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠).

وتتضمن الجداول الآتية:

(٨-أ) الفروق بين الجنسين (ذكور- إناث) فى الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠)

جدول رقم (١٨)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠)

الدلالة د ح ٣	كا ^٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الاسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠٤ دالة	١٣.٥٠٩	٣٨.٨	٣١	٥٥.٦	٢٠	٢٥	١١	الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم
		٣٥	٢٨	١٦.٧	٦	٥٠	٢٢	أفضل ان اتواصل شخصياً مع موظفي الامانة لتلبية احتياجاتي
		١٣.٨	١١	١٩.٤	٧	٩.١	٤	تجربة سلبية سابقة تجاه تلبية احتياجاتي والتجاوب معي
		١٢.٥	١٠	٨.٣	٣	١٥.٩	٧	أمانة العاصمة المقدسة تقوم بدورها علي أكمل وجه لذا لم يكن هناك داعي للتواصل معهم
		١٠٠	٨٠	١٠٠	٣٦	١٠٠	٤٤	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٣٨.٨%) من أفراد العينة يرون ان من اهم الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) هو الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم موزعة بنسبة (٢٥%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٥٥.٦%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يرى (٣٥%) منهم أفضل ان اتواصل شخصياً مع موظفي الامانة لتلبية احتياجاتي موزعة بنسبة (٥٠%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٦.٧%) لأفراد العينة الإناث ، في حين يرى نسبة (١٣.٨%) انها تجربة سلبية سابقة تجاه تلبية احتياجاتي والتجاوب معي موزعة بنسبة (٩.١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٩.٤%) لأفراد العينة الإناث، بينما يرى (١٢.٥%) منهم أمانة العاصمة المقدسة تقوم بدورها علي أكمل وجه لذا لم يكن هناك داعي للتواصل معهم موزعة بنسبة (١٥.٩%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٨.٣%) لأفراد العينة الإناث.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في Cramer's V = ٠.٤٤١) وهي دالة عند مستوى ٠.٠١ ، كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) ، حيث كانت قيمة (كا^٢ = ١٣.٥٠٩) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠.٠١).

(٨-ب) الفروق بين المستويات التعليمية لـ (عينة الدراسة) في الاسباب التي دفعتهم الى

عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠)

جدول رقم (١٩)

يوضح قيمة كاي^٢ لدلالة الفروق بين المستوى التعليمي لـ (عينة الدراسة) في الاسباب التي دفعتهم

الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠)

الإجمالي		عالي		جامعي		أساسي		التعليم	الاسباب
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٣٨.٨	٣١	٢٩.٤	٥	٤٢	٢١	٣٨.٥	٥	الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم	
٣٥	٢٨	٤٧.١	٨	٣٤	١٧	٢٣.١	٣	أفضل ان اتواصل شخصياً مع موظفي الامانة لتلبية احتياجاتي	
١٣.٨	١١	١١.٨	٢	١٤	٧	١٥.٤	٢	تجربة سلبية سابقة تجاه تلبية احتياجاتي والتجاوب معي	
١٢.٥	١٠	١١.٨	٢	١٠	٥	٢٣.١	٣	أمانة العاصمة المقدسة تقوم بدورها علي أكمل وجه لذا لم يكن هناك داعي للتواصل معهم	
١٠٠	٨٠	١٠٠	١٧	١٠٠	٥٠	١٠٠	١٣	المجموع	

كاي^٢ = ٣.٢٦٥ درجة الحرية = ٦ الدلالة = ٠.٧٧٥ غير دالة

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (٣٨.٨%) من أفراد العينة يرون ان من اهم الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) هو الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم موزعة بنسبة (٣٨.٥%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٤٢%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٢٩.٤%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما يرى (٣٥%) منهم أفضل ان اتواصل شخصياً مع موظفي الامانة لتلبية احتياجاتي موزعة بنسبة (٢٣.١%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٣٤%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليم الجامعي ونسبة (٤٧.١%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، في حين يرى نسبة (١٣.٨%) انها تجربة سلبية سابقة تجاه تلبية احتياجاتي والتجاوب معي موزعة بنسبة (١٥.٤%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١٤%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (١١.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي ، بينما يرى (١٢.٥%) منهم أمانة العاصمة المقدسة تقوم بدورها علي أكمل وجه لذا لم يكن هناك داعي للتواصل معهم موزعة بنسبة (٢٣.١%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١٠%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (١١.٨%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في الاسباب التي دفعتهم الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) ، حيث كانت قيمة (كا^٢ = ٣.٢٦٥) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

٩- تقييم المستفيدين للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة

بالتوعية بالخدمات البلدية

(٩-أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب

جدول رقم (٢٠)

يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لتقييم المستفيدين للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية

الترتيب	المتوسط	غير موافق/بشدة	غير موافق/ة	محايدة/ة	موافق/ة	موافق/ة بشدة	العبارة
١	٣.٧٠	٥٥	٦٢	٥٧	٢٠	٦	لا تقدم إدارة العلاقات العامة المعلومات اللازمة عن المشاريع البلدية للجمهور المستهدف
٢	٣.٥٠	٤٥	٥٠	٧٢	٢٥	٨	لا تقوم إدارة العلاقات العامة بإصدار البيانات الرسمية تحقيقاً لمبدأ الوضوح والشفافية مع الجمهور
٣	٣.٣٦	٥٥	٣٤	٦٨	٣٤	٩	لا تشجع إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة الانشطة الرياضية والثقافية والاجتماعية ولا تساهم فيه.
٤	٣.٣١	١٢	٢٩	٧٨	٤٨	٣٣	تقوم إدارة العلاقات العامة بإبراز الجهود الواضحة في تطوير الخدمات البلدية بمدينة مكة المكرمة
٤	٣.٣١	١٣	٢٩	٧٣	٥٤	٣١	تنظم إدارة العلاقات العامة الحملات التوعوية التي تهدف الي رفع مستوى الشعور بالمسؤولية والمحافظة علي النظام والسلوك الحسن والذوق العام
٥	٣.٢٩	١١	٣٣	٧٥	٥٠	٣١	تقوم إدارة العلاقات العامة ببناء صورة ذهنية جيدة عن الامانة وانشطتها الاتصالية المختلفة
٦	٣.٢١	١٩	٣٣	٧١	٤٢	٣٥	يسهم ما تنقله إدارة العلاقات العامة من آراء المواطنين للجهات المختصة في تطوير الخدمات البلدية
٧	٣.١٨	١٦	٣٨	٧٤	٣٩	٣٣	تقوم إدارة العلاقات العامة بخلق علاقة ودية حميمة مع المواطنين من خلال الانشطة الاتصالية المختلفة
٨	٢.٩٨	٢٥	٣٨	٧٦	٣٨	٢٣	تقوم إدارة العلاقات العامة بالاطلاع علي آراء المواطنين مستخدمى الخدمات البلدية لمعرفة جودة الخدمات البلدية عبر موقع الامانة الالكتروني
٩	٢.٩٢	٢٦	٤٢	٧٥	٣٧	٢٠	تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق مع البلديات الفرعية التابعة لها لمعرفة المشاكل التي يعاني منها المواطنين مستخدمى الخدمات البلدية
١٠	٢.٨١	٣٧	٣٩	٧١	٣١	٢٢	تقوم إدارة العلاقات العامة بإجراء مقابلات مباشرة مع المواطنين مستخدمى الخدمات البلدية لمعرفة آرائهم عن جودتها

• يتضح من الجدول السابق :-

أن أهم دور تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية أنها لا تقدم المعلومات اللازمة عن المشاريع البلدية للجمهور المستهدف في الترتيب الاول بمتوسط ٣.٧٠ ، ثم لا تقوم ادارة العلاقات العامة بإصدار البيانات الرسمية تحقيقاً لمبدأ الوضوح والشفافية مع الجمهور في الترتيب الثاني بمتوسط ٣.٥٠، يليه لا تشجع ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة الانشطة الرياضية والثقافية والاجتماعية ولا تساهم فيه في الترتيب الثالث بمتوسط ٣.٣٦ ، ثم تقوم ادارة العلاقات العامة بإبراز الجهود الواضحة في تطوير الخدمات البلدية بمدينة مكة المكرمة وتنظم ادارة العلاقات العامة الحملات التوعوية التي تهدف الي رفع مستوي الشعور بالمسؤولية والمحافظة علي النظام والسلوك الحسن والذوق العام في الترتيب الرابع بمتوسط ٣.٣١، ثم تقوم ادارة العلاقات العامة ببناء صورة ذهنية جيدة عن الامانة وانشطتها الاتصالية المختلفة في الترتيب الخامس بمتوسط ٣.٢٩ ، وفي الترتيب السادس يسهم ما تنقله ادارة العلاقات العامة من اراء المواطنين للجهات المختصة في تطوير الخدمات البلدية بمتوسط ٣.٢١، يليه تقوم ادارة العلاقات العامة بخلق علاقة ودية حميمية مع المواطنين من خلال الانشطة الاتصالية المختلفة في الترتيب السابع بمتوسط ٣.١٨ ، ثم تقوم ادارة العلاقات العامة بالاطلاع علي آراء المواطنين مستخدمي الخدمات البلدية لمعرفة جودة الخدمات البلدية عبر موقع الامانة الالكتروني في الترتيب الثامن بمتوسط ٢.٩٨، ثم تقوم ادارة العلاقات العامة بالتنسيق مع البلديات الفرعية التابعة لها لمعرفة المشاكل التي يعاني منها المواطنين مستخدمي الخدمات البلدية في الترتيب التاسع بمتوسط ٢.٩٢ ، وفي الترتيب العاشر والاخير تقوم ادارة العلاقات العامة بإجراء مقابلات مباشرة مع المواطنين مستخدمي الخدمات البلدية لمعرفة آرائهم عن جودتها بمتوسط ٢.٨١.

(٩-ب) الفروق بين الجنسين (ذكور- إناث) في تقييمهم للدور الذي تقوم به إدارة

العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية

جدول (٢١)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المستفيدين لتقييمهم للدور الذي تقوم به

إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية

الدلالة	ت	اناث (ن=١٠٠)		ذكور (ن=١٠٠)		النوع
		ع	م	ع	م	
١٩٨ ح.د						التقييم
٠.٥١٣	٠.٦٥٥	٠.٨٧١	٣.١٩	٠.٨١٦	٣.٢٦	الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية
غير دالة						

• يتضح من الجدول السابق :-

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الاناث على مقياس تقييم للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية كدرجة كلية ،حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

(٩-ج) الفروق بين المستويات التعليمية في تقييمهم للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية
جدول (٢٢)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تقييمهم للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	التقييم	الفروق تبعا إلى المستوى التعليمي
٠.٠٣٣ داله	٣.٤٧٢	٢.٤٠٩	٢	٤.٨١٨	بين مجموعات		
		٠.٦٩٤	١٩٧	١٣٦.٦٨٥	داخل		
			١٩٩	١٤١.٥٠٣	مجموع		

جدول رقم (٢٣)

يوضح اختبار LSD المتوسطات والانحرافات المعيارية لتقييم الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية

عالي	جامعي	أساسي	انحراف معياري	متوسط	ن	التقييم
٠.٢٥٤	-٠.١٣٦		٠.٧٧٤	٣.١٩	٢٧	أساسي
*٠.٣٩٠			٠.٨٤٨	٣.٣٢	١٣٢	جامعي
			٠.٨١٩	٢.٩٣	٤١	عالي
			٠.٨٤٢	٣.٢٣	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدولين السابقين وجود فروق بين أفراد العينة بالمستويات التعليمية الثلاث في تقييمهم للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية كدرجة كلية ، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي و ذوى المستوى التعليمي العالي في تقييمهم للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية لصالح أفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي عند مستوى ٠.٠٠١ .

١٠- مدى رضا المستفيدين (عينة الدراسة) عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية.

وتتضمن الجداول الآتية:

(١٠ - أ) الفروق بين الجنسين (ذكو- إناث) ومدى رضاهم عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية

جدول رقم (٢٤)

يوضح قيمة كآ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث

ومدى رضاهم عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية

الدلالة	كآ	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٤٢٩ غيردالة	١.٦٩٥	١١.٥	٢٣	١٢	١٢	١١	١١	راضى جداً
		٥١.٥	١٠٣	٤٧	٤٧	٥٦	٥٦	راضى الى حد ما
		٣٧	٧٤	٤١	٤١	٣٣	٣٣	غير راضى
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (١١.٥%) من أفراد العينة راضين بدرجة كبيرة عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية موزعة بنسبة (١١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٢%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يرضى (٥١.٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٥٦%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٧%) لأفراد العينة الإناث ، في حين لا يرضى نسبة (٣٧%) موزعة بنسبة (٣٣%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤١%) لأفراد العينة الإناث.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور- إناث) في رضاهم عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية ، حيث كانت قيمة χ^2 (كا = ١.٦٩٥) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

(١٠- ب) الفروق بين المستويات التعليمية لـ (عينة الدراسة) ومدى رضاهم عن دور

ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية

جدول رقم (٢٥)

يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين المستوى التعليمي لـ (عينة الدراسة) ومدى رضاهم عن دور

ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية

التعليم		أساسي		جامعي		عالي		الإجمالي	
مدى الرضا		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
راضى جداً		٢	٧.٤	١٨	١٣.٦	٣	٧.٣	٢٣	١١.٥
راضى الى حد ما		١٣	٤٨.١	٧٣	٥٥.٣	١٧	٤١.٥	١٠٣	٥١.٥
غير راضى		١٢	٤٤.٤	٤١	٣١.١	٢١	٥١.٢	٧٤	٣٧
المجموع		٢٧	١٠٠	١٣٢	١٠٠	٤١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

كا = ٦.٦٧٦ درجة الحرية = ٤ الدلالة = ٠.١٥٤ غير دالة

• يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة (١١.٥%) من أفراد العينة راضين بدرجة كبيرة عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية موزعة بنسبة (٧.٤%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (١٣.٦%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٧.٣%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي، بينما يرضى (٥١.٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٤٨.١%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٥٥.٣%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤١.٥%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي، في حين لا يرضى نسبة (٣٧%) موزعة بنسبة (٤٤.٤%) لأفراد العينة الذين ذوى المستوى التعليمي الأساسي ونسبة (٣١.١%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٥١.٢%) لأفراد العينة ذوى المستوى التعليمي العالي.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم ومدى رضاهم عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية، حيث كانت قيمة ($\chi^2 = 6.676$) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

ثانياً - الخاتمة :-

أ - النتائج العامة :-

١- أكدت نتائج الدراسة فيما يتعلق بنوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة حصول النظافة العامة لمكة المكرمة على المركز الاول في نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها الامانة بأهمية نسبية مقدارها (٩٩%) ، يليها في المركز الثاني تخطيط وتطوير مدينة مكة المكرمة والقري التابعة لها بأهمية نسبية مقدارها (٩٤%) ، وأناره الطرق وتجهيز الشوارع العامة والفرعية بالمركز الثالث بأهمية نسبية مقدارها (٩٣%) ، يليها تنظيم الاسواق والرقابة الصحية ومتابعة الصحة العامة في المركز الرابع بأهمية نسبية مقدارها (٩٢.٥%).

٢- وبخصوص مدى تعرض المستفيدين للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة جاءت نسبة (٧%) من أفراد العينة يتعرضون للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الامانة بدرجة كثيفة موزعة بنسبة (٦%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٨%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يتعرض (٤١.٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٣٨%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٥%) لأفراد العينة الإناث ، في حين يتعرض لها بدرجة ضعيفة نسبة (٥١.٥%) موزعة بنسبة (٥٦%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٧%) لأفراد العينة الإناث .

٣- أشاره النتائج فيما يتعلق بنوعية الانشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة حصول الحملات التوعوية علي المركز الاول في نوعية الانشطة الاتصالية التي تقوم بها الامانة بأهمية نسبة مقدارها (٨٢.٧٥%) ، يليها في المركز الثاني الفعاليات والمهرجانات بأهمية نسبية مقدارها (٧٩.٥%) ، وإعلانات الطرق بالمركز الثالث بأهمية نسبية مقدارها (٧٦.٥%) ، يليها تويتر في المركز الرابع بأهمية نسبية مقدارها (٧٢.٢٥%) .

٤- أسفرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بنوعية الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة على أن نسبة (٤٨.٥%) من أفراد العينة يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الانسب للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة موزعة بنسبة (٥٢%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٥%) لأفراد العينة الإناث ، بينما يرى (٢٦%) منهم الرسائل النصية

SMS بالمركز الثاني موزعة بنسبة (٢٤%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٨%) لأفراد العينة الإناث ، في حين يرى نسبة (١٢%) الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة في المركز الثالث موزعة بنسبة (١١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٣%) لأفراد العينة الإناث .

٥- بينت نتائج الدراسة أن درجة التأثير للوسائل الاتصالية التي تؤثر في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية كانت وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب الاول بمتوسط ٢.٤٢ ، ثم اللوحات الاعلانية في المواقع العامة في الترتيب الثاني بمتوسط ٢.٢٢ ، يليه الرسائل النصية SMS في الترتيب الثالث بمتوسط ٢.٠٦ ، ثم الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة في الترتيب الرابع بمتوسط ١.٨٣ .

٦- كما إشارة النتائج فيما يتعلق بتواصل الجمهور مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) وأثبتت أن نسبة (٦٠%) من أفراد العينة تواصلوا مع الأمانة عبر الرقم الموحد (٩٤٠) موزعة بنسبة (٥١.٩%) لأفراد العينة الذين ذوي المستوى التعليمي الاساسي ونسبة (٦٢.١%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٥٨.٥%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي العالي ، بينما لا يتواصل (٤٠%) منهم موزعة بنسبة (٤٨.١%) لأفراد العينة الذين ذوي المستوى التعليمي الاساسي ونسبة (٣٧.٩%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤١.٥%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي العالي .

٧- أظهرت النتائج أن نسبة (٢٥%) من أفراد العينة معجبون بدرجة كبيرة بتجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتهم موزعة بنسبة (٢١.٤%) لأفراد العينة الذين ذوي المستوى التعليمي الاساسي ونسبة (٢٦.٨%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٢٠.٨%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي العالي ، بينما يعجب (٥٠%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٣٥.٧%) لأفراد العينة الذين ذوي المستوى التعليمي الاساسي ونسبة (٥٤.٩%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي ونسبة (٤١.٧%) لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي العالي .

٨- أظهرت النتائج عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في رأيهم حول تجاوب وجودة الخدمات البلدية التي

تلبية احتياجاتهم حيث كانت قيمة (كا^٢ = ٦.٤٠٤) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥) .

٩- أشاره النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور- إناث) في الاسباب التي دفعتهم الي عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) حيث كانت قيمة (كا^٢ = ١٣.٥٠٩) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠.٠١) .

١٠- توصلت النتائج الي أن نسبة (٣٨.٨%) من أفراد العينة يرون ان من أهم الاسباب التي دفعتهم الي عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) هو الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم ، بينما يرى بنسبة (٣٥%) منهم أفضلية أن يتواصل شخصياً مع موظفي الأمانة لتلبية احتياجاتهم ، في حين يرى نسبة (١٣.٨%) انها تجربة سلبية تجاه تلبية احتياجاتهم والتجاوب معهم .

١١- أشاره النتائج الي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم في الاسباب التي دفعتهم الي عدم التواصل عبر الرقم الموحد (٩٤٠) حيث كانت قيمة (كا^٢ = ٣.٢٦٥) وهي غير دالة عند مستوي دلالة (٠.٠٥) .

١٢- أكدت نتائج الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة لا تقدم المعلومات اللازمة عن المشاريع البلدية للجمهور المستهدف في الترتيب الاول بمتوسط ٣.٧٠ ، ثم لا تقوم إدارة العلاقات العامة بإصدار البيانات الرسمية تحقيقاً لمبدأ الوضوح والشفافية مع الجمهور في الترتيب الثاني بمتوسط ٣.٥٠ ، يليه لا تشجع إدارة العلاقات العامة بالأمانة الانشطة الرياضية والثقافية والاجتماعية ولا تساهم فيه في الترتيب الثالث بمتوسط ٣.٣٦ .

١٣- أشاره نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس تقييم للدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية كدرجة كلية حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى (٠.٠٥) .

١٤- أكدت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف مستويات تعليمهم ومدى رضاهم عن دور إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية حيث كانت قيمة (كا^٢ = ٦.٦٧٦) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥) .

ب - التوصيات :-

- يوصي الباحث في نهاية هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات التالية :
- ١- ضرورة الاهتمام بقياس آراء الجمهور واتجاهاتهم نحو ما تقدمه إدارة العلاقات العامة تجاه التوعية بالخدمات البلدية بأمانة العاصمة المقدسة .
 - ٢- التخطيط العلمي لأهداف إدارة العلاقات العامة لإبراز سياسة أمانة العاصمة المقدسة وبرامجها ومشروعاتها المستقبلية لخدمة الجمهور المستهدف وحثهم على التفاعل مع تلك المشروعات والاستفادة منها .
 - ٣- التعاون والاستفادة من الوكالات المتخصصة والمؤسسات الأكاديمية في مجال العلاقات العامة لتطوير نشاط و برامج ووسائل إدارة العلاقات العامة .
 - ٤- الاهتمام المستمر بالتجارب الرائدة في مجال العلاقات العامة وما تستحدثه من مهام وخدمات وتقنيات والتي تلبي احتياجات الجمهور المستفيد بفاعلية .
 - ٥- يجب أن تقوم إدارات العلاقات العامة بتطوير وتحسين نقاط القوة ونقاط الضعف من خلال الدراسات والبحوث العلمية المعمول بها والاستفادة منها .
 - ٦- تحسين الصورة الذهنية لأمانة العاصمة المقدسة بصورة أكثر فاعلية وذلك بقيام إدارة العلاقات العامة بوضع رؤية واستراتيجية واضحة للأمانة .
 - ٧- يجب أن تكون الأهداف الاستراتيجية لإدارة العلاقات العامة على نظام واقعي بعيد عن التخمين والحدس وقابلة للمتابعة والتقييم والرقابة .
 - ٨- توفير لغة الاتصال والحوار بين إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة والمستفيدين من الخدمات البلدية من أجل فتح آفاق جديدة للتطوير والتحسين ومحاولة الوصول الي بيئة تفاعلية .
 - ٩- توفير الدعم المادي والمعنوي من قبل الادارة العليا لإدارة العلاقات العامة والإيمان بقدراتها لتحقيق جميع الأنشطة الاتصالية .
 - ١٠- توفير وتعيين المتخصصين في مجال العلاقات العامة مما ينعكس على نجاح طبيعة أعمال إدارة العلاقات العامة .
 - ١١- إعطاء موظفي إدارة العلاقات العامة العديد من الدورات التخصصية وورش العمل في هذا المجال لصقل مهاراتهم الوظيفية .

المراجع :-

- ١- سلوم، الياس (٢٠٠٠م)، تقنية العلاقات العامة، (ص١)، دمشق: دار الرضا للنشر.
- ٢- المصري، أحمد محمد (٢٠٠١)، العلاقات العامة، (ص١)، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة.
- ٣- المصري، أحمد محمد (٢٠٠١)، العلاقات العامة، (ص٢)، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة.
- ٤- بن عمر، عمر صالح/ مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، ندوة الحج الكبرى، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، متاح على: <http://www.abgadi.net/.pdfs/.pmejwng.pdf>
- ٥- أمانة العاصمة المقدسة، (٢٠١٧)، نبذة عن أمانة العاصمة المقدسة، متاح على: <https://www.holymakkah.gov.sa/pages/default.aspx>
- ٦- موقع موضوع الالكتروني، (٢٠١٧) تعريف البلدية، متاح على: <https://mawdoo3.com> تعريف البلدية
- ٧- نجوم، ماهر عبدالجليل (٢٠١٩) "دور العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة في إبراز الجهود المبذولة في تطوير المرافق البلدية بمكة المكرمة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى .
- ٨- العتيبي، ثامر محمد، (٢٠١٨) "الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة لدى القيادات الإدارية وموظفي العلاقات العامة في بعض المؤسسات بمكة المكرمة"، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى .
- ٩- الجدعان، أمل عبدالرحمن (٢٠١٧)، "دور المواقع الالكترونية في دعم أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.
- ١٠- الحثيرشي، مرام عامر (٢٠١٧) "دور إدارة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وتأثيره في تحسين أداء المؤسسات الخدمية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.
- ١١- بوبكر، صالح، (٢٠١٣) بعنوان: "معايير الأداء المهني للعلاقات العامة ودرجة الالتزام بها في المؤسسات الحكومية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة بنغازي.
- ١٢- القرشي، سوزان، الزهراني، ابتسام (٢٠١٤ / ١٤٢٥) "أثر تطبيق إدارة المعرفة على مستوى الأداء الوظيفي في المنظمات الحكومية، دراسة تطبيقية على أمانة محافظة جدة (المجلة العربية للإدارة، العدد الثاني، المجلد ٣٦)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية.
- 13- Almarshed , S (2015) Municipal Awareness and Citizen Satisfaction: The case of Northern Borders in Saudi Arabia.
- International Review of Management and Marketing. Retrieved form: -١٣ <https://dergipark.org.tr/tr/pub/irmm/issue/32084/355078>.
- ١٤- الحربي، هباس رجا (٢٠١٤) "دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية". <http://daly.blogspot.com/2014/31.htm1>
- 15- Dzansi, D. Y., & Dzani , L.w. (2010), Understanding the Impact of Human Resource Management practices on Municipal service Delivery in South Africa: An Organizational Justice Approach.
African Journal of Business Management. Retrieved from <https://academicjournals.org/AJBM>.

16- Girard, P., Mohr, R.D., Deller, S.C. and Halstead, J.M.(2009), Public Private Partnerships and Cooperative agreements in Municipal Service delivery. (Online) University of New Hampshire Scholars' available at : https://scholars.unh.edu/nren_facpub/27/.

١٧- الشبخلي، عبدالرزاق، سلمان، فخري، زلزلة، فضيلة.(١٩٨٦). العلاقات العامة. العراق: دار الكتاب للطباعة والنشر.

١٨- مليكة، لويس. (١٩٧٠). سيكولوجية الجماعات والقيادة. القاهرة: مكتبة النهضة العربية .

١٩ - الجوهرى، محمود محمد. (١٩٦٤). دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات القاهرة: الدار القومية للطباعة .

٢٠- بيرنز، ادوارد، أخرون. (١٩٦٧). فن العلاقات العامة. ترجمة ودبع فلسطين. القاهرة: دار المعارف .

٢١ - أمام، ابراهيم. (١٩٦٣). العلاقات العامة والمجتمع. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية .

٢٢ - المصري، أحمد محمد. (٢٠٠١). العلاقات العامة. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة .

٢٣ - فهد، ابراهيم، كنجو، (٢٠١١). العلاقات العامة وإدارتها : مدخل وظيفي. عمان: الوراق للنشر

٢٤ - موقع أمانة العاصمة المقدسة الالكتروني : متاح على

www.holymakkah.gov.sa

٢٥ - بن عمر، عمر صالح/ مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، ندوة الحج الكبرى،

جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، متاح على:

<http://www.abgadi.net/.pdfs/pmepjiwg.pdf>

٢٦ - موقع موضوع الالكتروني، (٢٠١٧) تعريف البلدية، متاح على: <https://mawdoo3.com>

٢٧ - الهنداوي، زينب (٢٠١٦)، أسس المنهج الوصفي : متاح على :

<http://business.uobabylon.edu.iq/lecture.aspx?FId=9&1cid=s9003>

السلامة

بسم الله الرحمن الرحيم

استمارة استبيان

الموقرين

سكان مدينة مكة المكرمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " دور إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية " (دراسة ميدانية).

وتهدف هذه الدراسة الي التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها ادارة العلاقات العامة بغرض التعريف بالخدمات البلدية التي تقدمها أمانة العاصمة المقدسة، ومدى استفادة ادارة العلاقات العامة من وسائل الاعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي الحديثة، وطبيعة الصورة الذهنية التي ساهمت هذه الوسائل الاتصالية في تكوينها لوعي المستفيدين عن خدمات الأمانة، كما تهدف الدراسة الي التعرف على الادوار التوعوية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتوعية سكان مكة المكرمة حيال الخدمات البلدية.

أمل منكم مشاركتي في الاجابة على فقرات الاستبانة لتعم الفائدة بعون الله علي الجميع، علماً بأن جميع الاجابات التي سيتم الحصول عليها ستكون سرية ومخصصة فقط لأغراض البحث العلمي.

ولكم فائق التقدير والامتنان ،،،

الباحث

هاني حسن حافظ

جوال رقم 0504523524

hanihafez2009@gmail.com

البيانات الشخصية: -

١- الجنس: -

أنثي

ذكر

٢- العمر: -

45-35

35-25

55 فأكثر

55-45

٣- المستوي التعليمي: -

تعليم عالي

تعليم جامعي

تعليم أساسي

٤- مكان الإقامة: -

أخرى تذكر

مدينة مكة المكرمة

٥- ما نوعية الخدمات البلدية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة. (يمكن اختيار أكثر من جواب)

أ- تخطيط وتطوير مدينة مكة المكرمة والقرى التابعة لها.

ب- أنارة الطرق وتجهيز الشوارع العامة والفرعية.

ت- النظافة العامة لمكة المكرمة.

ث- تنظيم الاسواق والرقابة الصحية ومتابعة الصحة العامة.

ج- الترخيص بإقامة الإنشاءات والأبنية وجميع التمديدات العامة والخاصة ومراقبتها.

ح- إنشاء المسالخ وتنظيمها.

خ- نزع ملكية العقارات للمنفعة العامة.

د- تنظيم النقل الداخلي وتحديد أجوره بالاتفاق مع الجهات المختصة.

ذ- أخرى أذكرها

٦- ما مدى تعرضك للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة.

أ- كثيف

ب- متوسط

ت- ضعيف

٧- ماهي الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها أمانة العاصمة المقدسة في رأيك .

أ- الحملات التوعوية

ب- الفعاليات والمهرجانات

ت- المعارض والمؤتمرات

ث- المطويات والكتيبات

ج- إعلانات الطرق

ح- الصحف والمجلات

خ- التويتير

د- الفيس بوك

ذ- السناب شات

ر- الاستقرام

ز- أخرى أذكرها

٨- ما الوسيلة الانسب في رأيك للقيام بالأنشطة الاتصالية لأمانة العاصمة المقدسة.

أ- وسائل التواصل الاجتماعي

ب- اعلانات الصحف

ت- اللوحات الاعلانية في المواقع العامة

ث- الرسائل النصية sms

ج- الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة

ح- أخرى أذكرها

٩- ما درجة التأثير للوسائل التالية في قيامها بالأنشطة الاتصالية تجاه التوعية بالخدمات البلدية؟

م	الوسيلة الاتصالية	درجة التأثير		
		قوي	متوسط	ضعيف
١	وسائل التواصل الاجتماعي			
٢	اعلانات الصحف الورقية			
٣	اعلانات الصحف الالكترونية			
٤	اللوحات الاعلانية في المواقع العامة			
٥	الرسائل النصية sms			
٦	الموقع الالكتروني لأمانة العاصمة المقدسة			

١٠- هل سبق وأن قمت بالتواصل مع أمانة العاصمة المقدسة للاستفادة من الخدمات البلدية المقدمة عبر

الرقم الموحد (940) ؟

أ- نعم (إذا اجبت بنعم انتقل للسؤال رقم ١١)

ب- لا (إذا اجبت بلا انتقل للسؤال رقم ١٢)

١١- كيف ترى التجاوب وجودة الخدمات البلدية التي تلبي احتياجاتك.

أ- راضى جداً

ب- راضى الى حد ما

ت- غير راضى

١٢- من وجهة نظرك ما الاسباب التي دفعتك الى عدم التواصل عبر الرقم الموحد (940).

أ- الاعتقاد السائد بأنه لن يكون هناك تجاوب منهم

ب- أفضل ان اتواصل شخصياً مع موظفي الامانة لتلبية احتياجاتي

ت- أمانة العاصمة المقدسة تقوم بدورها علي أكمل وجه لذا لم يكن هناك داعي للتواصل معهم

ث- تجربة سلبية سابقة تجاه تلبية احتياجاتي والتجاوب معي

ج- أخرى أذكرها

١٣- تقوم إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة بالتوعية بالخدمات البلدية، ما تقييمك للدور الذي تقوم به من خلال موافقتك أو عدم موافقتك على العبارات التالية؟

م	العبارة	الاستجابة			
		موافق/ة بشدة	موافق/ة	محايدة	غير موافق/ة بشدة
١	تقوم ادارة العلاقات العامة ببناء صورة ذهنية جيدة عن الامانة وانشطتها الاتصالية المختلفة				
٢	تقوم ادارة العلاقات العامة بخلق علاقة ودية حميمية مع المواطنين من خلال الانشطة الاتصالية المختلفة				
٣	تنظم ادارة العلاقات العامة الحملات التوعوية التي تهدف الي رفع مستوى الشعور بالمسؤولية والمحافظة علي النظام والسلوك الحسن والذوق العام				
٤	لا تقوم ادارة العلاقات العامة بأصدار البيانات الرسمية تحقيقاً لمبدأ الوضوح والشفافية مع الجمهور				
٥	لا تقدم ادارة العلاقات العامة المعلومات اللازمة عن المشاريع البلدية للجمهور المستهدف				
٦	لا تشجع ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة الانشطة الرياضية والثقافية والاجتماعية ولا تساهم فيه.				
٧	تقوم ادارة العلاقات العامة بإبراز الجهود الواضحة في تطوير الخدمات البلدية بمدينة مكة المكرمة				
٨	تقوم ادارة العلاقات العامة بالتنسيق مع البلديات الفرعية التابعة لها لمعرفة المشاكل التي يعاني منها المواطنين مستخدمي الخدمات البلدية				
٩	تقوم ادارة العلاقات العامة بإجراء مقابلات مباشرة مع المواطنين مستخدمي الخدمات البلدية لمعرفة آرائهم عن جودتها				
١٠	تقوم ادارة العلاقات العامة بالاطلاع علي آراء المواطنين مستخدمي الخدمات البلدية لمعرفة جودة الخدمات البلدية عبر موقع الامانة الالكتروني				
١١	يسهم ما تنقله ادارة العلاقات العامة من اراء المواطنين للجهات المختصة في تطوير الخدمات البلدية				

١٤- ما مدى رضاك عن دور ادارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بالخدمات البلدية:-

- أ- راضي جداً
- ب- راضي الي حد ما
- ت- غير راضي

أشكر لكم كريم صنيعكم والله يحفظكم ويرعاكم ،،،

أسماء السادة الدكاترة المحكمين لاستمارة الاستبيان وهم :

م	الاسم	الوظيفة
١	أ.د / محمد علي غريب	أستاذ الإعلام بجامعة أم القرى
٢	أ.د / وديع سعيد العززي	أستاذ الإعلام بجامعة أم القرى
٣	د / سمير عبدالرحمن توكل	الأستاذ المساعد بجامعة أم القرى
٤	د / الأمير الصحاح فايز	الأستاذ المساعد بجامعة أم القرى