

جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر
العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات الفلسطينية:
دراسة حالة

إعداد

جمال كامل سعيد زبيدي

إشراف

د. فريد أبو ضهير

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة
في كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين

2021

دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر
العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات الفلسطينية
دراسة حالة

إعداد

جمال كامل سعيد زيبيدي

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 9 / 08 / 2021م، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع

.....

1- د. فريد أبو ضهير / مشرفاً ورئيساً

.....

2- د. هنادي دويكات / ممتحنًا خارجيًا

.....

3- د. عامر قاسم / ممتحنًا داخليًا

الإهداء

منذ أن كنت في عامي الثاني في سجون الاحتلال، وأنا في حيرة عند كتابة الإهداء، فلا يمكن إيفاء البعض بقدر عطائهم، فكل الهدايا ناقصة تجاههم، لكن أحاول جاهدا كتابة كلمات تكون بمثابة عهد ووعد لمن وعدت بأن أوصل مسيرة العلم والعطاء، مسيرة العظماء.

إلى من عاهدتهم ووعدتهم فأخلفت ولم تسنح لي الفرصة أن ألتقي بهم بسبب منع الإفراج عني من سجون الاحتلال.

إلى والدي ووالدتي رحمهما الله أخلفت وعدي معكم بعدم وداعكم الأخير، لكن حققت وعدي بمتابعة ما كنتم تتمنونه لي، والارتقاء بمجتمعنا من خلال العلم، ومشاركة العظماء، وأسأل الله أن نكون قد وفينا جزءاً من دينكم علينا.

إلى الذين كانوا السند والدليل..

المرشد والمعلم.. الأخ والصديق.. الأخت والزوجة..

إلى أبنائي وبناتي عمر وعماد وعامر وجنى وريماس..

إلى أساتذتي الكرام الذين بذلوا كل ما بوسعهم لتكون الأفضل، وأخص بالذكر الدكتور فريد أبو ضهير مشرفي في هذه الرسالة، والدكتور عبد الكريم سرحان موجهي، ورئيس قسم العلاقات المعاصرة في جامعة النجاح.

إلى زملائي في مهنة العلاقات العامة والتدريب في جامعة النجاح الوطنية، وشركة الأكاديمية الدولية لقيادة الأعمال، ومركز مانستر للتدريب وأخص بالذكر الأستاذ محمد الفقهاء.

ولك أيها القارئ الكريم

شكر وتقدير

في مقامي هذا لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر لجامعة النجاح الوطنية، وإلى كل العاملين فيها من أكاديميين وإداريين.

أستاذي الفاضل الدكتور/ فريد ابو ضهير المشرف على هذه الرسالة، حيث كان له الفضل الكبير في إنجازها وإخراجها في هذه الصورة، وأشكره على حسن تعامله وتعاونه، وتواضعه في المتابعة المستمرة، وتوجيهاته المميزة.

أستاذي الفاضل الدكتور/ عبد الكريم سرحان رئيس قسم العلاقات العامة المعاصرة أشكره جدا على توجيهاته ومتابعته، تعلمت منه كيف أكتب بأمانة وصدق دون هوى.

كما وأتوجه بالشكر إلى هيئة الأساتذة، كل منهم باسمه ولقبه الدكتور عامر قاسم، والدكتور معين الكوع، والدكتورة سمر الشنار، وإلى الأساتذة المحكمين الدكتور راني شهوان، والدكتور عمر ابو عرقوب، والدكتور حافظ ابو عياش.

وأشكر كل من ساهم في مساعدتي وتوجيهي وإرشادي وأخص بالذكر الزملاء في المركز العالمي الكندي وملتقى المدربين الفلسطينيين، ومركز مانستر للتدريب، ومجموعة الاتصالات الفلسطينية، وأخص بالاسم منهم محمد فقهاء، وزهدية سيد أحمد.

وختاماً فإن كان فيها صواب فبتوفيق من الله عزوجل، وما كان من خطأ فمن نفسي والشيطان والحمد لله رب العالمين.

الإقرار

انا الموقع ادناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات الفلسطينية: دراسة حالة

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة اليه
حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أي درجة أو بحث علمي أو
بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is my
research own work, and has not been submitted elsewhere for any other
degree of qualification.

Students name:

اسم الطالب: جمال كامل سعيد زبيدي

Signature:

التوقيع: 

Date:

التاريخ: 2021/ 8/ 9

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ي	فهرس الجداول
ل	فهرس الأشكالجدول (5):
ن	فهرس الملاحق
س	الملخص
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2	أولاً: المقدمة:
3	ثانياً: مشكلة الدراسة:
4	ثالثاً: أسئلة الدراسة:
4	رابعاً: أهداف الدراسة:
5	خامساً: أهمية الدراسة
6	سادساً: مصطلحات الدراسة
9	الفصل الثاني: الإطار النظري: نظرية بلوم
9	أولاً: نظرية بلوم Bloom Taxonomy
11	ثانياً: الدراسات السابقة
11	الدراسات العربية:
15	الدراسات الأجنبية:

19	رابعاً: التعقيب على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها
22	الفصل الثالث: العلاقات العامة: المفهوم، التطور، وأهمية التدريب
22	المبحث الأول: العلاقات العامة
22	أولاً: تمهيد
23	ثانياً: أهمية العلاقات العامة
25	ثالثاً: مفهوم العلاقات العامة
26	رابعاً: مراحل تطور العلاقات العامة
27	خامساً: وظائف العلاقات العامة
29	سادساً: العاملون في العلاقات العامة
30	سابعاً: تدريب العاملين في العلاقات العامة
38	المبحث الثاني: التدريب
38	أولاً: تمهيد
38	ثانياً: مفهوم التدريب
39	ثالثاً: أهمية التدريب
40	رابعاً: مزايا ومنافع التدريب للمنظمة
41	خامساً: أنواع التدريب: (أنواع التدريب في إدارة الموارد البشرية، 2019)
44	المرحلة الثانية: تطوير الأهداف
45	المرحلة الثالثة: تصميم البرنامج
46	المرحلة الرابعة: تطبيق البرنامج
46	المرحلة الخامسة: التقييم
47	ثامناً: قياس العائد من التدريب

48	المبحث الثالث: مجموعة الاتصالات الفلسطينية.....
48	أولاً: تمهيد
49	ثانياً: رؤية مجموعة الاتصالات الفلسطينية.....
49	ثالثاً: المهمات
49	رابعاً: القيم.....
53	الفصل الرابع: المنهج والإجراءات
53	أولاً: تمهيد
53	ثانياً: منهجية الدراسة:.....
54	ثالثاً: مجتمع الدراسة وعينتها:
55	رابعاً: أدوات الدراسة
57	خامساً: صدق وثبات الأداة
59	سادساً: إجراءات الدراسة
60	سابعاً: متغيرات الدراسة
60	ثامناً: المعالجات الإحصائية.....
63	الفصل الخامس: عرض النتائج
63	النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
63	أولاً: النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)
65	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول
73	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس
84	ثانياً: النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الثانية (المقابلة)
90	الفصل السادس: مناقشة النتائج والتوصيات.....

90	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة الخاصة بالاستبانة:
92	مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني: ما مجال الدورات التدريبية التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة؟
100	التوصيات
102	المصادر والمراجع
108	الملاحق
B	Abstract

فهرس الجداول

- جدول رقم (1): توضيح الدورات المنعقدة في عام 2018 و2019 51
- جدول رقم(2): توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة..... 55
- جدول رقم(3) : فقرات الاستبانة تبعاً لمحاورها 57
- جدول رقم(4) (مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي . 57
- جدول رقم(5): معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha ... 58
- جدول رقم(6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لمحاور دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 64
- جدول رقم(7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الأول (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 66
- جدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الثاني (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 68
- جدول رقم (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الثالث (المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي ... 70
- جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الرابع (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 72
- جدول رقم (11): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي 74

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية
75

جدول رقم (13): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات
العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير
المؤهل العلمي 75

جدول رقم (14): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير
مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى
لمتغير المؤهل العلمي في الدرجة الكلية..... 78

جدول رقم (15): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير
مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى
لمتغير المؤهل العلمي في المحور الأول (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم
دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)..... 78

جدول رقم (16): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير
مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى
لمتغير المؤهل العلمي في المحور الثالث (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات
العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)..... 78

جدول رقم (17): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير
مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى
لمتغير المؤهل العلمي في المحور الرابع (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر
العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم).
79

جدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير سنوات الخبرة للدرجة الكلية 79
جدول رقم (19): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات
العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير
سنوات الخبرة 80

جدول رقم (21): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير عدد الدورات التدريبية.....82

فهرس الأشكال

الشكل رقم (1): حلقة عملية التدريب43
الشكل رقم (2) : نظرية سمات لوضع تقييم الأهداف45
شكل رقم (3): مصفوفة متكاملة لتحليل وتصميم المناهج والحقائب التدريبية46

فهرس الملاحق

- ملحق 1 : استبانة.....108
- ملحق (2): قائمة المحكمين116
- ملحق (3): قائمة المقابلات117

دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات

الفلسطينية: دراسة حالة

إعداد

جمال كامل سعيد زبيدي

إشراف

د. فريد أبو ضهير

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات الفلسطينية: دراسة حالة. واستخدمت المنهج الوصفي، كما تمّ استخدام أسلوب التحليل الكمي والنوعي فيها، لملاءمتها لأهداف الدراسة، لذا لجأ الباحث إلى أداتي الاستبانة والمقابلة، فتمّ تطبيق أداة الاستبانة على جميع العاملين في العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية باستخدام المسح الشامل لمجتمع الدراسة البالغ (26) موظفاً، ثم أجرى الباحث (7) مقابلات شملت مدراء العلاقات العامة ومدراء من الموارد البشرية والتدريب، بالإضافة لخبراء في التدريب.

بيّنت الدراسة وجود درجة استجابة مرتفعة جداً نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين لدوائر العلاقات العامة في الدرجة الكلية، كذلك وجود درجة استجابة مرتفعة جداً على جميع مجالاتها الأربعة، بالإضافة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية، تعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي، وسنوات الخبرة، وعدد الدورات التدريبية، في حين كانت هناك فروق دالة إحصائية، تعزى لمتغير المؤهل العلمي ولصالح مستوى درجة البكالوريوس، وذلك يعود إلى كونهم يشغلون مناصب عملية ترتبط بالجمهور الداخلي والخارجي مباشرة، مما يجعلهم أكثر حاجة للدورات التدريبية.

وقد أظهرت النتائج أن أغلبية المبحوثين يرون أن مجموعة الاتصالات الفلسطينية تتلمس حاجة المؤسسة وحاجة العاملين لدى دائرة العلاقات العامة في اختيار الدورات التدريبية العامة والخاصة بوظيفة العلاقات العامة.

وقد اتفقت نتائج الاستبانة مع نتائج المقابلة على ضرورة تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة، بالإضافة إلى امتلاك مهارات جديدة في تطوير الشخصية، وأن التدريب يضيف إضافة نوعية للمهام التي يقوم بها الموظف.

وأوصت الدراسة بضرورة تطوير قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها، وقيام دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية بالتعريف بالدورات التدريبية التي تعقدها، وأيضاً تشجيع موظفي دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية على الالتحاق بالدورات التدريبية التي تعقدها.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

أولاً: المقدمة:

يعود تاريخ مهنة العلاقات العامة بمفهومها المعاصر إلى بدايات القرن العشرين إبان الحرب العالمية الأولى والثانية، حيث اهتمت الحكومات بتبني علم العلاقات العامة، وفي منتصف قرن العشرين تم وضع المبادئ والأسس العلمية لعلم العلاقات العامة من خلال جمعية العلاقات العامة الدولية، وكذلك جمعية العلاقات العامة الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة.

تطورت وتعددت مهام العلاقات العامة ووظائفها ومجالاتها، لتشمل محاور عدة، أهمها: تحسين سمعة وصورة المؤسسة والمحافظة عليها، وإدارة عمليات التواصل مع الجمهور الخارجي، والمحافظة على الجمهور الداخلي.

أدى التسارع المضطرد في تقدّم تكنولوجيا ووسائل الاتصال والتواصل إلى ازدياد أهمية العلاقات العامة، حيث أصبحت تحتل مركزاً متقدماً على سلم أولويات عمل المنظمات، وتجلّى هذا الاهتمام في:

أولاً: إدراك أهمية الجمهور الداخلي للمؤسسة الذين يشكلون لبنة العلاقات العامة، وجمهورها الداخلي، والقائمون بأنشطة المؤسسة، وسفراؤها في الخارج، ولذا فإن للعلاقات العامة الدور الرئيسي في التأثير على قناعة الأفراد في سياسة المؤسسة العمالية والإنتاجية، وأهميتها لهم وللمؤسسة (السلمي، 2002، ص32).

ثانياً: ضرورة تطوير مهارات العاملين في مجال العلاقات العامة، ورفع قدراتهم على التكيف والتأقلم في عالم يزداد تشابكاً وتعقيداً. "لا شك أن التطوير الدائم يحتاج إلى التنمية المرتبطة ارتباطاً عضوياً مباشراً في التدريب، حتى أنه في كثير من الأحيان يعطي معنىً مزدوجاً لحالة التطوير في ظل التسارع المعلوماتي والتكنولوجي، مما يؤدي إلى تجارب سيئة، ومن بين الحلول للتطوير والتنمية، التدريب (عيسى، 2013، ص5).

ولكي يتم تطوير مهارات العاملين وتنميتها، لا بد من اختيار أسلوب فعال يمكن قياس نتائجه بطرق علمية وموضوعية؛ ومن هذا المنطلق، اختار الباحث أسلوب التدريب في تطوير مهارات العاملين.

وللتدريب أثر كبير في تحقيق أهداف المنظمة، لكن ليس أي تدريب، فالتدريب المتخصص المبني على الاحتياج يكون الهدف منه هو اكتساب مهارات تسد فجوة الأداء، أما التدريب الترفيهي فنتائجه آنية لكن في المستقبل يضعف عطاء الموظف، ويعزى ذلك بأن هذا النوع من الدورات لا يعالج مشكلة ما بل هو تدريب مبني على التزام الشركة بمبدأ التغيير. (عيسى، 2013، ص11).

لكن إذا كان التدريب يكرر التعليم، ولا يعطي مهارات تطبيقية نوعية إضافية، فهو تدريب شكلي لا يحقق غاياته في تعميق فهم موظف العلاقات العامة لما درسه، وجسر الفجوة بين المعلومة وبين الواقع العملي، فالتدريب يقوم على إكساب العاملين المهارات اللازمة التي من شأنها أن تزيد من إنتاجيتهم، كمّاً ونوعاً، كما ترفع من قدرتهم في مواكبة التطور المستمر والتكيف معه واستغلاله.

تسعى هذه الدراسة للكشف عن دور التدريب في تطوير مهارات العاملين لدى دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، من خلال استطلاع آرائهم في التدريب الذي يقدم لهم؛ ومعرفة جدواه، فإن كانت إيجابية فذلك مدعاة أن يتم تعزيزها وتعميمها، وإن كانت سلبية فيتم معالجتها وتطويرها، عندئذ يتحقق هدف التدريب الأسمى الذي يتمثل في تطوير مهارات العاملين بطريقة علمية مدروسة وتحقيق نتائج عملية ملموسة تسعى إليها المؤسسة.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تسعى دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية إلى لعب دور أساسي في إدارة وتحسين السمعة، وبناء الصورة الجيدة، وخلق الانطباع الإيجابي عن المؤسسة، أنشطتها، أهدافها لدى جماهيرها، وصناعة وتعزيز قدرتها التنافسية في تطوير وتقديم منتجاتها وخدماتها إلى الجمهور بطرق تتناسب مع الثورة المعرفية والتكنولوجية، فهل ينجح التدريب كأسلوب عملي ممكن في تحقيق هذه الغايات التي تسعى لها المؤسسات الفلسطينية؟ فهل ينجح التدريب كأسلوب عملي ممكن في تحقيق هذه الغايات التي تسعى لها المؤسسات الفلسطينية؟ حيث أن العديد من الدراسات بحثت في هذا المجال نظراً لأهميته، مثل: دراسة الفقهاء (2012).

في هذا الإطار تأتي هذه الدراسة للإجابة على سؤالها الرئيسي: ما دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية.

ثالثاً: أسئلة الدراسة:

ويندرج تحت سؤال الدراسة الرئيسي الأسئلة التالية:

1. ما مدى سعي مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لموظفي دوائر العلاقات العامة فيها؟
2. ما مجال الدورات التدريبية التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة؟
3. ما المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم؟
4. ما الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم؟
5. هل تختلف اتجاهات العاملين نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، عدد الدورات التدريبية)؟

رابعاً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتمثلة في:

1. إلقاء الضوء على سعي مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم الدورات التدريبية لموظفي دوائر العلاقات العامة فيها.
2. التعرف على مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة.

3. التعرف على المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم.
4. التعرف على الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم.
5. التعرف على اختلاف اتجاهات العاملين نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، عدد الدورات التدريبية).
6. تقديم اقتراحات وتوصيات تساعد مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تحسين العمل في دوائر العلاقات العامة من خلال اختيار التدريب بناءً على رؤية واحتياج العاملين.

خامساً: أهمية الدراسة

تتبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من كونها، حسب علم الباحث، من الدراسات الأولى التي تبحث في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لدى المؤسسات الفلسطينية، أما بالنسبة للأهمية العملية فتتبع من الأمور التالية:

- لفت نظر المسؤولين في المؤسسات الفلسطينية العامة، والخاصة إلى جدوى الدورات التدريبية التي تقدم إلى العاملين في دوائر العلاقات العامة.
- معرفة طبيعة الدورات التدريبية التي ساعدت في تطوير مهارات العاملين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية ودرجة أهميتها للمنظمات، والمؤسسات على مختلف أنواعها.
- معرفة اتجاهات العاملين ضمن دوائر العلاقات العامة وفق الاحتياجات المتكررة للتدريب.
- تكتسب هذه الدراسة الأهمية، خصوصاً أنها تهدف إلى تقييم الاستثمار في التدريب لتطوير مهارات العاملين بدوائر العلاقات العامة، وتساعد أصحاب القرار في المؤسسات الفلسطينية العامة، والخاصة على وضع الخطط التطويرية والتدريبية الملائمة لاحتياجاتها.

سادساً: مصطلحات الدراسة

ويشمل البحث على مجموعة من المصطلحات يمكن توضيحها على النحو التالي:

1. الدور: يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفا معينا في البناء الاجتماعي، أو الأداء الذي تقوم به العلاقات العامة بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة، كالتعليم والتدريب إلخ. (الشلبي، 1994).

2. التدريب: عملية منظمة مدروسة لتغيير وتطوير الفرد والمجموعة، من خلال التأثير على المعارف والمهارات والاتجاهات للحصول على نتائج ملموسة في فترة زمنية محددة (التايه، 2018، ص16).

ويمكن تعريف التدريب إجرائياً بأنه تغيير ملموس في الأداء، حيث يتم تطوير مهارات العاملين من خلال تحليل الاحتياج، ومن ثم يتم تصميم المادة التدريبية ليتم تطبيقها وفق منهجية منظمة.

1. التطوير: نمط من أنماط التغيير التي يمر بها الفرد أو النظم الاجتماعية نتيجة لتفاعل العديد من القوى، مثل: الأفراد والمنظمات المجتمعية والعادات الاجتماعية، وهو تغيير يتصف بالمرونة لوظيفة أو مهارة معينة، وهو يعتمد على مراحل متعددة (شحاتة، النجار، وعمار، 2003، ص107).

2. تطوير المهارات: هي الجهود المبذولة نحو جعل المهارات التي اكتسبها الفرد نتيجة التعليم والتدريب والخبرة أكثر توافقاً في محتواها ومستويات وسرعة أدائها ودقة إتقانها مع ما يستجد من متغيرات اجتماعية واقتصادية وتربوية تفرضها ظروف البيئة المحيطة، ومتطلبات الحياة واحتياجات سوق العمل (الحبشي، 2016، ص292).

3. العلاقات العامة: هي النشاط المستمر لتوجيه السياسات والخدمات والأعمال ذات العلاقة بالأفراد والجماعات التي تعمل في المؤسسة، للحصول على ثقتهم، وكذلك العمل على شرح تلك السياسات والخدمات والأعمال بما يؤدي إلى فهمها وتقبلها وتقديرها من قبل جمهور المؤسسة

الخارجي من أجل بناء صورة واضحة وحسنة للجماهير عن المؤسسة (جرادات و الشامي، 2009).

4. تعريف دائرة العلاقات العامة إجرائيا: هي مجموعة الأشخاص الذين يقومون بنشاطات العلاقات العامة تحت إطار منظم.

5. مجموعة الاتصالات الفلسطينية: مجموعة الاتصالات الفلسطينية هي إحدى الشركات الرائدة في فلسطين، وتختص الشركة في تقديم خدمات ومنتجات الاتصالات والتقنيات وفق المعايير والمواصفات العالمية في السوق الفلسطينية. تأسست المجموعة عام 1995 كشركة مساهمة عامة، وتضم المجموعة عدة شركات (الاتصالات الفلسطينية، حضارة، ريتش، جوال) (مجموعة الإتصالات الفلسطينية، 2021).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري: نظرية بلوم

أولاً: نظرية بلوم Bloom Taxonomy

"تعتبر نظرية بلوم Bloom للتعلم نموذجاً موسعاً لفكرة الـ KSA (المعارف Knowledge)، (المهارات Skill)، (السلوك والتوجهات Attitude)". تعود هذه النظرية إلى عالم النفس التربوي في جامعة شيكاغو بنجامين بلوم الذي نشر نسختها الأولى عام 1956 ميلادي، وتعتبر أول نظرية تهدف إلى تصنيف الأهداف التدريسية وفق فكرة KSA.

وقد قام الباحث بتوظيف نظرية بلوم كونها تعد مدخلاً لدراسة دور التدريب وتحقيق الأهداف التدريسية وتركيباتها، ومعرفة إن كان التدريب هو الأداة المثلى لتطوير مهارات العاملين في العلاقات العامة وفق تركيبة الأهداف وتحققها وفق النظرية، وبالتالي التركيز على الأهداف التي من الممكن أن تساهم في تطوير مهاراتهم، أو التوصية في استخدام أدوات أخرى في حال لم تتوافق نتيجة الدراسة مع النظرية.

يقوم أساس هذه النظرية على تقسيم الأهداف التدريسية وفق السلوكيات، النفس حركي، والإداري أو الذهني، ومن ثم تقسيمها إلى ست مستويات تبدأ بالتذكر ومن ثم إلى الفهم فالتطبيق مروراً إلى التحليل والتركيب وأخيراً إلى التقويم، مما يجعل القياس لأثر العملية التدريسية أكثر دقة.

"وهذا التصنيف هرمي، بمعنى أن الوصول إلى مرحلة أعلى في التعلم تعتمد على اكتساب المعرفة والمهارة الأدنى منها. وكان هدف بلوم من طرح هذا التصنيف هو تشجيع المدرسين على التركيز على النطاقات الثلاثة من أجل خلق نظام تعليمي شمولي". (التايه، 2018، ص69).

ويقسم بلوم الأهداف التعليمية والتدريبية إلى ثلاث نطاقات:

1. المجال المعرفي: ويقصد به بناء المعارف والتزود بالمعلومات اللازمة لتغيير سلوك أو تطوير مهارة معينة.

2. المجال الوجداني: ويقصد به القيم والاتجاهات التي يتفاعل معها الشخص، وما يهمننا في عالم التدريب في هذا المجال هو التفكير والتفكير.

3. المجال المهاري: ويقصد به التغيير والتطوير المراد بالشخصية أو المهنة، وعادة ما يأتي بعد المجالين السابقين. **Invalid source specified.**

ولذلك اعتمد خريجو علم النفس وطلاب بلوم على الجهود الجماعية في بناء مصفوفته وعملوا على اختبارها، وإعادة تصميمها لتنظيم وصياغة الإطار العام للأهداف المعرفية والسلوكية والمهارية، في محاولة لبناء منهج تعليمي فكري. (صدقي، 2015)

وفي عام 2001 قدما أندرسون وكراثول شكلا جديدا معدلا لمصفوفة بلوم يحتوي على بعدين اثنين: 1. بعد المعرفة، ويحتوي على مستويات أربعة: (الحقائق، المفاهيم، الإجراءات، والمعرفة فوق المعرفية) واعتبر المعرفة فوق المعرفة من أرفع مستويات المعرفة، حيث قصد بها بحث العقل بنفسه عما يقوم به. 2. بعد العملية المعرفية نفسها، وهنا لا بد من الحديث عن أن أندرسون وكراثول لم يغيرا عدد الأجزاء الستة، لكن هناك أفعال عامة حددها المستويات الست المنضوية تحت البعد الثاني و(يتذكر، يفهم، يطبق، يحلل، يقوم، يبتكر) (خلف، 2017).

وبناء على النموذج المعدل، يورد خلف (2017) أن أندرسون وكراثول قاما بتقسيم الأهداف التدريبية إلى ثلاثة أقسام:

1. الأهداف التعليمية: ويقصد بها إكتساب المعارف الضرورية في العمل.
2. الأهداف المتعلقة بحل المشكلات: وهي العمليات التحليلية التي يقوم فيها الشخص بالبحث عن الحلول التطبيقية الجديدة الخارجة عن المألوف، بحيث يحقق نتائج ملموسة، وعادة ما ترتبط بالسلوك أو الاتجاه.
3. الأهداف التطبيقية المفتوحة: وهي الأهداف المرتبطة بالتنوير الدائم لتحقيق أهداف المنظمة، حيث تطوير المهارات، وتحقيق الأهداف بعيدة الأجل والأهداف التي يطمح أن يصل إليها الموظف والمنظمة.

وبناءً على هذا التقسيم يمكن قياس مدى فاعلية التدريب، وتأثيره في تطوير مهارات الأفراد، ومدى استفادتهم من الدورات التدريبية، وقياس نسبة التطبيق العملي، مما يجعل تحقيق أهداف الدراسة ممكناً وأكثر واقعية، وكما استخدمت النظرية في معرفة أهم المهارات والمعارف والاتجاهات التي يتم من خلالها تطوير مهارات العاملين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية.

ثانياً: الدراسات السابقة

نستعرض في هذا الجزء عدداً من الدراسات السابقة. فقد قام الباحث ببحث واسع حول الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بموضوع البحث، إلا أنه لم يجد أي بحث يتعلق بمجال التدريب في العلاقات العامة. ولذلك عمل الباحث على توسيع دائرة البحث بحيث شملت مجال التدريب من جهة، ودور العلاقات العامة في التدريب في المؤسسات من جهة أخرى، سعياً لإثراء فكرة هذه الدراسة.

وقد تم التعقيب على كل دراسة من هذه الدراسات لمعرفة مدى التشابه والاختلاف مع بحثنا، كما تم التعقيب على جميع الدراسات السابقة في نهاية هذا الجزء للخروج بصورة أوضح حول علاقة هذه الدراسات بدراستنا الحالية. ثم تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحليل النتائج في الفصل الأخير لربط نتائج هذه الدراسة بالدراسات السابقة.

الدراسات العربية:

1. دراسة أبو سلمية (2007) بعنوان: مدى فاعلية التدريب في تطوير الموارد البشرية في مكتب الأونروا الإقليمي في غزة.

تهدف الدراسة للكشف عن فاعلية التدريب في تطوير الموارد البشرية في مكتب الأونروا في غزة، وذلك من خلال بحث محاور العملية التدريبية والمتمثلة بتحليل الاحتياجات التدريبية، وتخطيط التدريب، وتنفيذه، ومن ثم تقييمه، بالإضافة لدعم الإدارة، ولتحقيق هدف الدراسة تم إختيار عينة عشوائية تتألف من 172 موظفاً من مجتمع الدراسة البالغ عدده 430 موظفاً.

خلصت الدراسة إلى أنه يتم تحديد الاحتياجات بناء على مبادئ الموارد البشرية وبشكل مقبول، وبينت أن عملية التدريب في مكتب الأونروا تتم بشكل مهني، وفي ضوء معايير محددة، لكن هناك غموض فيما يتعلق بعملية التقييم ما بعد التدريب، كما وخلصت الدراسة إلى أن فعالية التدريب أدت إلى تحسين أداء المتدربين على المدى البعيد، مما يساهم في رفع إنتاجية مكتب الأونروا. وقد انتهت الدراسة إلى خلاصات، أهمها: أنه يجب تفعيل دور القائمين على إدارة التدريب، من أجل زيادة فعالية التدريب، والالتزام بالتقييم القبلي والآني وما بعد التدريب.

تتشابه هذه الدراسة إلى حدٍ كبير مع الدراسة موضوع البحث - التدريب وفعاليتها، وفي استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، بالإضافة إلى استخدام الاستبانة، لكنها تختلف من حيث مجال الدراسة، حيث تناولت موضوع فعالية التدريب في تطوير الموارد البشرية.

2. دراسة المطرودي (2020) بعنوان: دور التدريب التحويلي في إعادة تنمية القدرة المهنية في ضوء التجربة اليابانية وإمكانية الاستفادة منها في المملكة العربية السعودية.

تناولت الدراسة دور التدريب في النمو الاقتصادي والاجتماعي، ودور التدريب التحويلي في إعادة تنمية القدرة المهنية للراغبين في تغيير تخصصاتهم أو وظائفهم، واستخدمت الباحثة المنهج التحليلي والوصفي في دراستها واعتمدت إدارة التحليل الكيفي فمن خلاله تم البحث وتجميع البيانات. كانت أهم نتائج هذه الدراسة: أن عمليات التخطيط لبرامج التدريب التحويلي تسهم بشكل فعال في رفع القدرات العلمية والمهنية للمتدربين، بما يرفع قدراتهم على مواجهة التحديات من أجل تنمية اجتماعية واقتصادية للمجتمع.

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في دراسة دور التدريب، وفي استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، وتختلف من حيث مجال الدراسة، حيث أنها تتناول إعادة تنمية القدرات المهنية في ضوء التجربة اليابانية، واختلفت أيضا باستخدام أداة التحليل الكيفي للبيانات والمعلومات.

3. دراسة الفقهاء (2012) بعنوان: دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج.

تهدف الدراسة للتعرف على دور دائرة العلاقات العامة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تأهيل العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج ، وكذلك التعرف إلى المحاور أو الأهداف التي تسعى لها البرامج التدريبية للدائرة، وتمثل سؤال الدراسة الرئيسي في: "ما دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة في تدريب العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني؟".

استخدمت الدراسة لتحقيق أهدافها المنهج الوصفي وأداة الاستبيان الذي طبق على عينة من 263 مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: إظهار تقييمات المبحوثين للدورات جاءت بدرجة سلبية كبيرة جداً، وهذا يعني أن جميع فقرات هذا المجال تؤكد سوء تقييم الدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وأكدت نتائج التحليل الإحصائي لمستويات الرضا عند المبحوثين انخفاضاً في مستويات الرضا عن الدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وهذا الانخفاض حسب رأي الباحثة يعزى إلى مستوى مدى إدراك العينة لأهمية هذه الدورات.

4. دراسة خليل (2016) بعنوان: فعالية البرامج التدريبية الممولة من الخارج في القطاع الصحي الحكومي.

هدفت الدراسة إلى التعرف على فعالية البرامج التدريبية الممولة خارجياً في أقسام الأشعة في مستشفيات قطاع غزة في وزارة الصحة وكذلك الكشف عن الفروق الإحصائية بين الفاعلية والمتغيرات الديمغرافية من وجهة نظر العاملين في أقسام الأشعة من المدراء والمتدربين.

استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي، وأسلوب الحصر الشامل لإجراء الدراسة، حيث كان مجتمع الدراسة مكون من 114 عاملاً، وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك فروقاً واضحة بين آراء المدراء والمتدربين حول فاعلية البرامج التدريبية، وكان من أهم التوصيات العمل على أهداف واضحة وقابلة لقياس البرامج التدريبية وخطة سنوية تدريبية شاملة وبمشاركة جميع من يهيمه التدريب.

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في دراسة فعالية برامج التدريب، وفي استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، وتختلف من حيث مجال الدراسة، حيث أنها تتناول البرامج الممولة من الخارج في القطاع الحكومي.

5. دراسة العلاطي (2011) بعنوان: المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية.

تهدف الدراسة إلى التعرف على المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، من حيث التأهيل والتدريب والخبرات وتقييمهم للظروف الوظيفية التي يعملون بها، ولتحقيق هذا تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد تكونت عينة الدراسة من 250 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها، أولاً: أن الأكثرية من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الحكومية الكويتية من الإناث بنسبة 60%. ثانياً: بلغت نسبة ممارسو العلاقات العامة غير المتخصصين في الإعلام والعلاقات العامة 81%. ثالثاً: من أبرز جوانب النقص التي يعاني منها ممارسو العلاقات العامة، النقص في الدورات التدريبية والتخطيط وعدد الموظفين.

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في دراسة مهارات العاملين في العلاقات العامة، وفي استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، وتختلف من حيث مجتمع الدراسة، حيث أن مجتمع الدراسة هو الوزارات الحكومية الكويتية.

6. دراسة السماوي (2014) بعنوان: أثر التدريب والتنمية في أداء العاملين بوجود إدارة المعرفة وزارة المالية في اليمن: دراسة حالة.

هدفت الدراسة إلى بيان دور إدارة المعرفة كمتغير وسيط بين التدريب والتنمية وأداء العاملين في وزارة المالية في اليمن، وتكونت عينة الدراسة من 250 مبحوثاً يعملون في المستويات الإدارية الثلاثة: العليا، الوسطى، والدنيا المشمولة بالدراسة، وكان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي 160، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أولاً: أن مستوى التدريب والتنمية في وزارة المالية في اليمن كان متوسطاً، وبينت الدراسة أن التدريب والتنمية يؤثران تأثيراً مباشراً في أداء العاملين في ظل وجود إدارة المعرفة كمتغير وسيط، وكان من أهم توصيات الباحث، إشراك

المديرين في الدوائر المختلفة في الوزارات عند تصميم البرامج التدريبية، بحيث توضع المادة التدريبية بناء على احتياج مدير الإدارات. **ثانياً:** التأكيد بضرورة أن تقوم وزارة المالية ومن خلال المعهد المالي بعقد دورات تدريبية للعاملين حول تطبيق المعرفة لتحقيق أهداف محددة في الدوائر المختلفة للوزارة.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي، ولكنها تختلف معها في أنها تبحث في أثر التدريب في القطاع العام اليمني.

الدراسات الأجنبية

7. دراسة برينكرهوف (Robert, 2005) بعنوان: **نهج التقييم الاستراتيجي وزيادة تأثير التدريب.**

هدفت الدراسة إلى معرفة نهج التقييم الاستراتيجي لزيادة القيمة وتأثير التدريب. أجريت الدراسة على العاملين في منظمة SimPak (وهي اسم وهمي لشركة عالمية تعمل في تصنيع وتقديم خدمات في مجال تكنولوجيا المعلومات)، خلصت الدراسة **أولاً:** أن التدريب كان فعالاً جداً في تعليم المهارات بشكل جيد إذ أن هناك نسبة كبيرة من المتدربين لم يستخدموا تدريبهم على الإطلاق. **ثانياً:** أن التدريب كان يساهم في عائد استثمار إيجابي للغاية عندما تمت مقارنة قيمة النتائج المحققة مع التكاليف. لكن نسبة الموظفين، التي بلغت 40% من الذين لم يستخدموا مهاراتهم التي تحققت من التدريب يشير بشكل خطير إلى ضعف الجدوى الاقتصادية للدورة التدريبية. **ثالثاً:** ومما زاد الأمر سوءاً، السلوك الغريب الذي تمثل في إعادة تسجيل الأشخاص الذين لم يتمكنوا من استخدام التدريب لتلقي التدريب مرة أخرى، مما أدى إلى تزام شديد للراغبين في التسجيل له، مما هدد بعدم حصول الموظف الذي يحتاج التدريب فرصة للتسجيل، وبالتالي إمكانية حدوث مشاكل وانقطاع في أعمال عملاء الشركة وازدياد شكاويهم بسبب عدم قدرة موظفي الشركة الذين لم يتلقوا التدريب من خدمتهم وحل مشاكلهم.

أوصى الباحث أنه يجب أن يكون هناك دليل كاف على أن تطبيق التدريب هو الذي أدى إلى نتيجة ذات قيمة. إذا كان لا يمكن التحقق من ذلك، فإنه لا يعتبر حالة نجاح.

وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي.

8. دراسة هونج وكيت بترا (Hong and Geeta Batra, 1995) بعنوان: تدريب البلدان

النامية من البنك الدولي نظرة عامة على الوقوع والمحددات ونتائج الإنتاجية.

تم تجميع البيانات على مستوى الشركة من خمس بلدان نامية، كولومبيا، ماليزيا، أندونيسيا، المكسيك، تايوان، والصين.

وخلص الباحثان في هذه الدراسة إلى أن للتدريب تأثير كبير ومهم على إنتاجية العمال المهرة دون العمال غير المهرة، وكذلك لبرامج التدريب الرسمية الداخلية مقارنة مع معظم المصادر الخارجية للتدريب. وبعبارة أخرى، فإن استثمارات المؤسسة في التدريب، وخاصة برامج التدريب الداخلي، وتدريب العمال المهرة، لها مردودات إيجابية كبيرة.

بالنسبة للمشغلين وأرباب العمل، فإن هذه النتائج يجب أن تبعد الشكوك حول التأثيرات الإيجابية للتدريب على الإنتاجية؛ أما بالنسبة إلى صناع السياسات، فإن هذه النتائج تشكل الأساس لوضع سياسات ملائمة لتشجيع القطاع الخاص على لعب دور أكبر في تطوير المهارات وتنمية الإنتاجية.

وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي، وفي أنها تبحث في أثر التدريب في القطاع الخاص.

9. دراسة شفيق وحمزة (Shafiq and Hamza, 2017) دراسة بعنوان: أثر التدريب والتطوير

على أداء العاملين في شركة خاصة في ماليزيا

والتي أجريت على 105 من الموظفين، تم خلالها دراسة تأثير المتغيرات المطلقة التالية (التدريب أثناء العمل - التدريب في المراكز التدريبية - إثراء الوظيفة - الدوران الوظيفي) على أداء العاملين، حيث تبين وجود علاقة ارتباط إيجابية بين التدريب بأبعاده (التدريب أثناء العمل، التدريب في المراكز التدريبية، إثراء الوظيفة، الدوران الوظيفي) والأداء، ولكنها أقوى في حالة إثراء الوظيفة. وأوصت الدراسة أن الشركة بحاجة إلى تبني سياسات وتنفيذ برامج موارد بشرية

متقدمة لتحقيق هدفها، رفع أداء موظفي المنظمة، وإيجاد بيئة عمل مريحة لموظفيها. إضافة إلى ذلك يجب على المنظمة أن تدعم التدريب والتطوير بالأدوات التكنولوجية الحديثة، وأن تقدم الثقافة اللازمة لتطوير التدريب المناسب، وعلى المنظمة أن تبتكر نشاطات تدريبية وتطويرية كثيرة لتحسن أداء العاملين من خلال تحسين معلوماتهم عن الشركة، وتحسين مهارات العاملين، بالإضافة إلى أن على المنظمة أن تبني شبكة اتصالات فعالة بين موظفيها.

وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي وفي أنها تبحث في أثر التدريب في القطاع الخاص في إحدى الشركات الخاصة في ماليزيا.

10. دراسة رامايا (Ramaia, 2017) بعنوان: أثر التدريب في أداء العاملين لدى مصنع أنابيب مانجلور في الهند.

والتي أجريت على 22 مديراً و18 موظفاً في مصنع أنابيب مانجلور في الهند، حيث درست العلاقة بين برامج التدريب كمتغير مستقل، وأداء العاملين كمتغير تابع، وبينت أن التدريب يلعب دوراً مهماً في بناء وتحسين الكفاءات لكل من العاملين الجدد والقدامى، مما يساعدهم على أداء وظائفهم بطريقة فعالة، وتجاوز مواطن الضعف في أي مجال في الوظيفة. توصلت الباحثة أيضاً إلى أن الهدف الرئيسي من كل دورة تدريبية هو إضافة قيمة لأداء الموظفين، وبالتالي كل نوع من الشركات تطور برامج التدريب والتطوير حسب نشاطها. أهم ما أوصت به الدراسة: أن التدريب يجب أن يصمم بناء على الحاجات المحددة للشركة وأهدافها. أن الصناعة يجب أن تعطي فرص أكبر للعاملات النساء. يجب تحديث التكنولوجيا الحالية لتقليل الضغط والتوتر على العاملين. الصناعة يجب أن تأخذ خطوات محددة لتحسين أداء العاملين. وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي وفي أنها تبحث في أثر التدريب في القطاع الخاص في أحد مصانع دولة الهند.

11. دراسة أكبار (Hafeez, Akbar, 2015) بعنوان: أثر التدريب في أداء العاملين في صناعة الأدوية في كراتشي بالباكستان.

حيث اعتبرت التدريب كمتغير مستقل (محتوى التدريب - أهداف التدريب - معلومات المدرب) وأداء الموظف كمتغير تابع، وحددت مجالات الأداء (تعزيز روح الفريق ومهارات التواصل وخدمة الزبائن والعلاقات الشخصية والحد من حالات الغياب)، ومجالات التطوير (بالرضا الوظيفي وتحفيز الموظفين واستخدام التكنولوجيا والطرائق الحديثة والكفاءة في الأداء)، حيث تم اختيار أربع شركات أدوية في دراسة استقصائية عن 356 موظفاً في شركات صناعة الأدوية في باكستان وأظهرت الدراسة أن التدريب المعطى للموظفين يساهم لدرجة كبيرة في مختلف مجالات الأداء والتطوير، وقد أوصت الدراسة بأن تقوم الشركات الدوائية ببرامج تدريبية إدارية بشكل منتظم، وأن تقوم بتقييم هذه البرامج لتضمن أنها تحاكي رغبات الموظفين، وهذا له أهمية كبيرة لأنها تساعد في ضمان نجاح الدورة التدريبية، وأن على المدراء تحليل الحاجة للتدريب لكي يحقق هدفه.

وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي، وفي أنها تبحث في أثر التدريب في شركات مهمة في صناعة الأدوية.

12. دراسة تاهير وآخرون (Taheer et al, 2014) بعنوان: أثر التدريب والتطوير على أداء العاملين وإنتاجيتهم، دراسة حالة البنوك المتحدة المحدودة في مدينة بيشاور بالباكستان.

تمت الدراسة على 76 عاملاً من العاملين في البنوك المتحدة المحدودة في مدينة بيشاور حيث تم توزيع الاستبيانات في ثمانية فروع. هدفت هذه الدراسة لدراسة أثر التدريب والتطوير كمتغيرات مستقلة على أداء العاملين وإنتاجيتهم كمتغيرات تابعة، وتوصلت إلى وجود أثر إيجابي للتدريب والتطوير على أداء العاملين وإنتاجيتهم. وأهم ما أوصت به الدراسة: أن تعتمد إدارات البنوك المهمة بكفاءتها وإنتاجيتها على التدريب والتطوير كخيارها الأول.

وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي، وفي أنها تبحث في أثر التدريب في شركات مهمة في القطاع الخاص وهي البنوك المتحدة في باكستان.

رابعاً: التعقيب على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها

تشابهت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث الهدف، وهو قياس أثر التدريب في تطوير مهارات العاملين، مثل: دراسة أبو سلمية (2007) بعنوان مدى فاعلية التدريب في تطوير الموارد البشرية في مكتب الأونروا الإقليمي في غزة، ودراسة المطرودي (2020) بعنوان دور التدريب التحويلي في إعادة تنمية القدرة المهنية في ضوء التجربة اليابانية، وإمكانية الاستفادة منها في المملكة العربية السعودية، ودراسة الفقهاء (2012) بعنوان دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج، ودراسة خليل، (2016) بعنوان فعالية البرامج التدريبية الممولة من الخارج في القطاع الصحي الحكومي، ودراسة العلاطي (2011) بعنوان المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، ودراسة السماوي (2014) بعنوان أثر التدريب والتنمية في أداء العاملين بوجود إدارة المعرفة وزارة المالية في اليمن، ودراسة روبرت (Robert، 2005) بعنوان: نهج التقييم الاستراتيجي، وزيادة تأثير التدريب، ودراسة هونج وكيت بترا (Hong and GeetaBatra,1995) بعنوان تدريب البلدان النامية من البنك الدولي نظرة عامة على الوقوع والمحددات ونتائج الإنتاجية، ودراسة شفيق و حمزة (Shafiq and Hamza, 2017) دراسة بعنوان أثر التدريب والتطوير على أداء العاملين في شركة خاصة في ماليزيا، ودراسة رامايا (Ramaia, 2017) بعنوان أثر التدريب في أداء العاملين لدى مصنع أنابيب مانجلور في الهند، ودراسة حافيز أكبار (Hafeez, Akbar, 2015) بعنوان أثر التدريب في أداء العاملين في صناعة الأدوية في كراتشي بالباكستان، ودراسة تاهير وآخرون (2014)، (Taheer et al) بعنوان: أثر التدريب والتطوير على أداء العاملين وإنتاجيتهم، دراسة حالة البنوك المتحدة المحدودة في مدينة بيشاور بالباكستان.

وكذلك تتشابه مع الدراسات السابقة من حيث المنهج المستخدم، وهو المنهج الوصفي التحليلي، مثل: دراسة أبو سلمية (2007)، دراسة دراسة المطرودي (2020)، دراسة دراسة الفقهاء (2012)، دراسة خليل (2016)، دراسة العلاطي (2011)، دراسة السماوي (2014)، دراسة روبرت (2005)، (Robert)، دراسة هونج وكيت بترا (Hong and GeetaBatra,1995)، دراسة شفيق و حمزة

(Shafiq and Hamza, 2017)، دراسة رامايا (Ramaia, 2017)، وحافيز أكبار (Hafeez, 2015)، ودراسة تاهير وآخرون (Taheer et al, 2014).

وكذلك تتشابه مع الدراسات الأجنبية التالية: دراسة شفيق و حمزة (Shafiq and Hamza, 2017)، دراسة رامايا (Ramaia, 2017)، وحافيز أكبار (Hafeez, Akbar, 2015)، ودراسة تاهير وآخرون (Taheer et al, 2014) في أنها تبحث في أثر التدريب في شركات مهمة في القطاع الخاص.

تختلف الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة (عدا دراسة خليل، (2016) بعنوان: فعالية البرامج التدريبية الممولة من الخارج في القطاع الصحي الحكومي في فلسطين، من حيث البيئة التي أجريت فيها، وهي البيئة الفلسطينية).

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، في أنها الدراسة الأولى في مجالها حسب علم الباحث بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، وكل ما وجد الباحث في مجال التدريب بشكل عام أو في مجال العلاقات العامة أو مجالات أخرى لكن دون العلاقة بربط التدريب بتطوير مهارات العاملين في العلاقات العامة، حيث يعتقد الباحث أن هذا البحث يمكن تصنيفه من الأبحاث الاستكشافية، وبالتالي يفتح المجال في المستقبل أمام الباحثين في الاستفادة منه والبناء عليه، وبالتالي ستكون رافداً للباحثين والعاملين في مجال العلاقات العامة والتدريب، وأيضاً المهتمين في مجال التدريب بشكل متخصص.

الفصل الثالث

العلاقات العامة: المفهوم، التطور، وأهمية التدريب

الفصل الثالث

العلاقات العامة: المفهوم، التطور، وأهمية التدريب

المبحث الأول: العلاقات العامة

يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول مفهوم العلاقات العامة من حيث أهميته واتجاهاته وأهم المهام والوظائف التي يقوم بها العاملون في هذا المجال المهني. أما المبحث الثاني فيقارب مفهوم التدريب وأهميته وأبعاده وتحديداً طرق تحليل الاحتياج التدريبي وقياس أثره من حيث القيمة التي يضيفها للمؤسسة. أخيراً يقدم المبحث الثالث نبذة مختصرة عن مجموعة الاتصالات الفلسطينية، والتي سيكون العاملون في دائرة العلاقات العامة فيها محور دراستنا.

أولاً: تمهيد

تعتبر وظيفة العلاقات العامة من أهم الوظائف التي تعتمد عليها الدول والمنظمات في وقتنا الحالي نتيجة للتطور الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، فسخرت لها أدوات لوضع خطط تساهم في بناء علاقات مترابطة إيجابية من خلال بناء صورة ذهنية لامعة تعزز الثقة والألفة بينها وبين جماهيرها، فأنشأت الوزارات والأقسام المتعددة، منها: وزارات الإعلام، دوائر وأقسام العلاقات العامة (زويلف، 2015، ص19).

أما مؤسسات الأعمال فقد اهتمت في مجال العلاقات العامة من خلال اتباع العديد من الأساليب بعد توسع مجالات عملها وظهور التكنولوجيا الحديثة، فأدركت المؤسسات ضرورة الاهتمام المشترك بينها وبين جماهيرها، ومعرفة توجهات الجمهور لوضع خطتها المستقبلية، فأنشأت دوائر العلاقات العامة لتكون ممثلاً لها أمام الجماهير، وارتبطت نجاحات دائرة العلاقات العامة وكفاءتها بالصلاحيات الممنوحة لها من قبل إدارة المؤسسة.

تتوقف كفاءة العلاقات العامة على قناعة الإدارة العليا بضرورة وأهمية تطوير مهارات العاملين فيها، لأن مؤشرات رضا الجماهير الداخلية والخارجية تتعلق بقدره هؤلاء العاملين على مجاراة التسارع في التأثير على آراء الجماهير وقراراتهم (الضلاعين، وشمائلة، ولحام، وكافي، 2015، ص123).

ويشير عيسى (2013) إلى أنه من السهولة بمكان أن نحول الأخطاء العامة إلى أخطاء خاصة تتسبب إلى أداء الموظفين، وهناك في الواقع كثير من الأسباب التي تجعل الأخطاء متكررة في الأعمال، من بينها عدم وجود مهارة وقدرة عند الموظف على ممارسة المطلوب منه، خصوصا متابعة العملاء لجديد التكنولوجيا، فكان لا بد من تطوير مهاراتهم لمجابهة هذا التسارع. ويضيف الباحث، خصوصا إذا كانت في جانب متجدد، وفيها أدوات مبتكرة تحتاج إلى التطوير الدائم، علما أن المنظمات دائما ما تقدم التحفيز والتدريب للموظفين، لكن الكثير من العوامل التي تحول دون القيام بأداء جيد غالبا ما تعود إلى وجود خطط تدريبية غير مبنية على الاحتياج، أو بالأحرى يتم تقديم تدريب ناقص، أو عدم وجود منهاج منظم.

حيث أن الباحث قام ببحثه عن دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية، لما يعتقد أن له تأثير على خلق صورة ذهنية لديهم وتحقيق الأهداف المطلوبة منهم في ظل التغيرات التكنولوجية المتسارعة، كما سنرى في سياق الحديث عن التدريب في المبحث الثاني من هذا الفصل، مما يعني أن دوائر العلاقات العامة بحاجة ماسة ومستمرة إلى تبني أساليب وابتكار أدوات خلاقية تسعى من خلالها إلى تطوير مهارات موظفيها، ولا شك أن من بين هذه الأساليب الأكثر فعالية هو التدريب.

ثانياً: أهمية العلاقات العامة

أصبحت العلاقات العامة في السنوات الأخيرة من الوظائف الهامة فهي تعمل على دراسة الاتجاهات العامة للبيئة المحيطة بالمؤسسة، ومحاولة جعل سياسة المؤسسة واهدافها تتفق مع توجهات الجماهير باختلاف أنواعها (جرادات والشامي، 2009، ص48).

وقد ازدادت هذه الأهمية وتعززت في عصر تتسارع فيه تكنولوجيا المعلومات، حيث تطورت الأعمال وتوسعت المؤسسات، مما جعل الحاجة إلى وجود دائرة فعالة للعلاقات العامة أمراً ضرورياً وحيوياً لاستمرارية المؤسسة في تقديم منتجاتها وخدماتها بشكل عصري يناسب هذا التطور.

ويعتقد جرادات والشامي (2009) أن من واجب المسؤولين في المؤسسة أن يدرسوا ميول الرأي العام واتجاهاته، حتى يسهل إقناع الجماهير بوجهة نظر المؤسسة، حيث أن استمراريتها في تقديم الخدمات والمنتجات يعتمد على رضى الجماهير وتعاونهم معها.

إضافة إلى ذلك تقع على إدارة العلاقات العامة في المؤسسة مسؤوليات حيوية، أهمها: مساعدة إدارتها وأقسامها من خلال تقديم النصح والمشورة في مجال الظهور الإعلامي والإعلاني للجمهور الخارجي، وإيجاد بيئة عمل مريحة يسودها الاحترام المتبادل مما يساعد على تحقيق الأهداف الوظيفية المطلوبة بفاعلية وفعالية، إضافة إلى مساعدة الإدارة العليا من خلال تقارير دورية عن المتغيرات التي تحدث في اتجاهات الجماهير، مصحوبة بحلول مدروسة تساعد الإدارة العليا على اتخاذ قرارات، وعمل تعديلات لمواجهة هذه التغييرات أو الاستفادة منها، ومتابعة وسائل التواصل مع الجماهير بطرق تناسبهم، وبذلك تدخل العلاقات العامة في الوظائف الإدارية التي تختص بتقييم الاتجاهات وتقديم النصح والمشورة (الباوي، 1995، ص8).

من ناحية أخرى تكمن أهمية العلاقات العامة فيما تقوم به من تخفيض معاناة الجماهير في بعض المؤسسات، من خلال تقليل حدة تأثير السلبيات والاستجابة للمشاكل غير المقصودة التي تحدثها ما شأنه أن يسهم في تحسين صلة الجمهور بالمؤسسة، وتدعيم ثقته فيها، وتعزيز ولائه لها. بذلك تصبح العلاقات العامة قلب المؤسسة النابض، وضميرها من خلال إسهاماتها القيّمة في بناء وتمتين العلاقات بين المؤسسة وجماهيرها والمساهمة بشكل فاعل في رسم صورة لائقة حول سياسات هذه المؤسسة ونشاطاتها في أذهان جماهيرها، وبذلك تساعد المجتمع ككل على فهم وتفهم حقيقة المؤسسة، وطبيعة نشاطاتها ودورها المحوري في نهضة الدول (الكبيسي، 1979).

ويرى الباحث أن أهمية العلاقات العامة يمكن إجازها بما يلي:

1. تهيئة الرأي العام المعني لتقبل أفكار المؤسسة.

2. تعزيز قدرة المؤسسة على التكيف وخلق تفاهم إيجابي مشترك فيما بينها وبين جماهيرها.

3. غرس ودعم روح المسؤولية الاجتماعية لدى جماهير المؤسسة.

4. دراسة وتحديد اتجاهات جماهير المؤسسة ورغباتهم واحتياجاتهم بهدف إدارتها.

ثالثاً: مفهوم العلاقات العامة

اختلف المختصون في تحديد مفهوم العلاقات العامة رغم اتفاقهم أنها من أهم الوظائف التي تشارك الإدارة في رسم السياسات وتطبيقها. فقد عرّفها بول جاريت (Paul Garrett) أحد أهم مسؤولي العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز الأمريكية عام 1931 على أنها جهود إدارية مستمرة الهدف، منها: كسب ثقة الجمهور من خلال الاهتمام بمتطلباته، وتحقيق رغباته ضمن ما تقدمه المؤسسة (عجوة، 2000، ص23).

ويرى ساليغان الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الأمريكية أنها وظيفة الإدارة التي تقوم على إدارة عملية الاتصال بين المنظمة والجمهور، وتقوم بدراسة ردات الفعل تجاه ما تقوم به المؤسسة، واعتبر ساليغان أن التنبؤ بالآراء واتجاهات الجمهور من أهم الوظائف الإدارية للعلاقات العامة (قنديل، 2020، ص7).

أما ركس هارلو (Rexe Harlow) فعرفها أنها علم وفن أساسه علم الاجتماع الإنساني ويسعى إلى تحسين العلاقات في حياتهم الجماعية، ونرى هنا أن ركس أعطى صفة الفن، وعادة ما يتم استخدام هذه الصفة إلى المهارة في أداء العمل (عوض، 1983، ص11).

وفي تعريف تيشوري (2010) يعتبر العلاقات العامة أنها علم اجتماعي تطبيقي لها أساليبها، وأدواتها المختلفة، ويكون لها هيكل تنظيمي خاص في المنظمة، ويعتبرها المسؤولة عن التواصل مع الجماهير بمصداقية، بالإضافة إلى إعلام الجمهور وإغرائه بهدف تغيير ميوله واتجاهاته، مما جعل الباحث يعلق هنا أن المصداقية إذا كان يقصد بها تيشوري مصداقية مطلقة تتأفي وتعارض الجزء الثاني من التعريف، حيث أنه يقصد إغراء المستهدف بهدف تغيير ميوله.

فيما عرفها سكوث و سنتر (Scott and Center) كونها ذات مضمون عام وشامل يشير إلى السلوك العام للمؤسسة في المجتمع الذي تمارس فيه أعمالها (زويلف، 2015، ص18).

نستنتج من خلال التعريفات السابقة أنه يمكن تعريف العلاقات العامة، بأنها وحدة إدارية متخصصة تقوم بتقديم خطط وبرامج للمؤسسة تتعلق بالعلاقات بين المؤسسة والرأي العام من أفراد واتجاهات وسلوك سواء لمن هم خارج المؤسسة أو داخلها، محللة سياسة المؤسسة وإجراءاتها لتلائم حاجات جماهيرها ومنفعة المجتمع، "كما تؤمن وسائل التواصل بين الإدارة ومحيطها لتبادل المعلومات وتوحيد الرؤيا، كما تسعى لتصحيح الأفكار والمعتقدات سواء داخل المؤسسة أو خارجها محققة الصالح العام، وأخيرا لا بد أن تسعى لتجديد وإدامة علاقة المؤسسة" (زويلف، 2015، ص18).

وكما يتفق تعريف زويلف بتعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة وجمعية العلاقات العامة الدولية، بأنها الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها بهدف كسب تأييد وتعاطف الجماهير لضمان توافقهم مع سياساتها ونشاطاتها (عجوة، 2000، ص24).

رابعاً: مراحل تطور العلاقات العامة

لقد قسم ادوارد بيرنيز (Edward Bernays) تطور العلاقات العامة إلى المراحل التالية: (محمد وسحر، 1992، ص21) مرحلة ما قبل الحرب العالمية الأولى، حيث اتسمت هذه المرحلة بمرحلة التأسيس البسيط باعتمادها على الأسس العلمية في إظهار أهمية طرح الأفكار، وتبادل المعلومات وإعداد الخطط وتوزيع الأدوار، لكن لم يكن مفهوم العلاقات العامة على درجة من الوضوح، ويشير (اللوزي، 2010، ص40) أن هذه المرحلة نبهت إلى أهمية هذا العلم ودوره لتحقيق التفاهم المشترك في جميع الأطراف.

مرحلة الحرب العالمية الأولى حيث بدأت فيها ظهور الدول الدستورية الحديثة، وزيادة تدخل مؤسسات الدولة في كثير من أمور الحياة، ففي الولايات المتحدة اهتمت حكومات الولايات إلى أهمية هذا العلم في كسب وتأييد الرأي العام الأمريكي والتأثير فيه، وبحسب موقع بيت (2014)، بدأت مراحل تطور

العلاقات العامة بمرحلة الكساد الاقتصادي الكبير 1919-1929، حيث كانت هذه المرحلة ضرورية للحكومات في تبني علم العلاقات العامة من خلال وضع سياسات تدخل في جميع جوانب الحياة المختلفة.

مرحلة 1935، وما صاحبها من أزمات بين الدول وأزمات اقتصادية، حيث اضطرت بعض الحكومات إلى وضع ميزانية خاصة لدعم إدارة العلاقات العامة، وجعلها قادرة على القيام بأدوارها، إضافة إلى ذلك ساعدت الحرب العالمية الثانية في تطوير مفهوم هذا العلم من خلال حاجة هذه الدول إلى التأثير على الرأي العام والبحث عن تأييده في هذه المرحلة.

وفي هذه الفترة تم تأسيس جمعية العلاقات العامة الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة، وكذلك إنشاء جمعية العلاقات العامة الدولية، التي تأسست عام 1955، حيث عملت على وضع مبادئ وأسس علمية لكي يتم العمل بموجبها، وفي هذه المرحلة انتشر علم العلاقات العامة في العديد من الدول، منها: أستراليا وبلجيكا حيث تم في عام 1952 تأسيس مركز فيها للعلاقات العامة، وفي عام 1960 فقط تم وضع أول دستور خاص بمهنة العلاقات العامة وأخلاقياتها من قبل جمعية العلاقات العامة الأمريكية، ومنذ تلك الفترة أصبح مفهوم العلاقات العامة له قواعده وأسسه وأصبح رسمياً يدرس في الجامعات، مما أتاح للجامعات فكرة إنشاء أقسام متخصصة، ونستنتج من خلال هذه المراحل أن العلاقات العامة لها أهمية ودور كبير في حل معظم المشكلات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

خامساً: وظائف العلاقات العامة:

تتمثل المهام الوظيفية التي يمارسها العاملون في العلاقات العامة بما يلي: (اصبح، 1998، ص102)

1. الاتصال بالجمهور الداخلي، ويقصد به: تعزيز طرق الاتصال بالعاملين من خلال اللقاءات والاجتماعات والمقابلات لشرح وبيان أهداف المنظمة وسياستها، وعمل حلقة وصل بين الموظفين والإدارة.

2. الاتصال بالجمهور الخارجي، ويقصد به: تعزيز الثقة بالمؤسسة من خلال إطلاعهم على سياسات المنظمة وأهدافها، والتعرف على ما يواجهه هؤلاء من معوقات أو مشاكل والعمل على تقديم الحلول بعد اطلاع الإدارة العليا عليها، كما ويتطلب هذا الدور ضرورة إجراء دراسات مسحية لمعرفة اتجاهات الجمهور، وردود أفعالهم حول ما تقدمه المؤسسة.

3. إعداد البرامج والنشاطات، وتتضمن عقد نشاطات ولقاءات واجتماعات تساعد على استقطاب الجمهور الخارجي.

4. إعداد التقارير السنوية والدورية لتقييم ما تم إنجازه من خلال النشاطات المنعقدة.

5. الاتصال بوسائل الإعلام المحلية والعالمية، وتتضمن: إقامة المعارض والزيارات، واستقبال الضيوف، ولا يوجد شكل واحد لتنظيم العلاقات، حيث أنه يختلف أسلوب تنظيمها من منظمة إلى أخرى، وفقا لطبيعة أهدافها، وتختلف وظائف العلاقات العامة باختلاف أهدافها، حسب نوع المؤسسة، وطبيعة عملها، ومستواها.

وتعتبر وظائف العلاقات العامة بالنسبة للمضامين وآخرين (2015):

1. البحث، ويقصد به الدراسات الخاصة المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام للجماهير.
2. التخطيط، ويقصد بها رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة بالجمهور، وتتفق مع خطة المؤسسة العامة.
3. التنسيق، ويقصد بها إشراك العلاقات العامة مع الإدارة حتى يتحقق التفاهم، والاتصال، والتنسيق، وإقامة علاقات مع مؤسسات أخرى.
4. الإدارة، وهي إحدى أهم وظائف العلاقات العامة، حيث تقوم بتقديم الخدمات لسائر الإدارات الأخرى بالمؤسسة.

5. الإنتاج، ويتصل به عدد كبير من الأعمال الهامة، مثل: إدارة السمعة، وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، والاهتمام بالإعلام والنشر إلى جانب الاتصال بالصحفيين وإصدار البيانات وعقد المؤتمرات (علي ، ماهر، محمود، ومصطفى، 2015، ص151).

سادساً: العاملون في العلاقات العامة

إن اختيار العاملين في قسم العلاقات العامة يتطلب معرفة المؤهلات المعرفية والمهارية المطلوبة ومواصفات المرشحين لهذه المهنة، ومتطلباتها وأخلاقياتها، وطبيعة التدريب الذي قد يحتاجونه في هذا المجال.

أما المؤهلات والمواصفات للعاملين، فتنقسم إلى:

1. مواصفات موروثية، وهي فطرية.
 2. مواصفات شخصية عامة، وهي مكتسبة، مثل: القدرة على التعامل مع الآخرين، الرغبة في تتبع ما يجري بذكاء، القدرة على الاحتمال والصبر، دراسة كل ما يتعلق بالمؤسسة من أنظمة أو تعليمات، قوة الشخصية، الذكاء في التعامل مع الناس، والقدرة على استكشاف العقبات.
 3. صفات شخصية نسبية، وهذه تقتضيها طبيعة العمل وظروف المؤسسة، مثل: القدرة الكلامية، وامتلاكه تخصصاً مهنيًا يتناسب مع طبيعة العمل.
 4. المتطلبات العلمية، مثل: أن يمتلك معرفة في أساليب البحث العلمي، وأن يمتلك حصيلة علمية وأن يكون له إلمام في الدراسات السلوكية، مثل: علم النفس (الوهاب، 1990، ص226).
- أما أخلاقيات مهنة العلاقات العامة، فهي من أولى واجبات رجل العلاقات العامة، إذ تتطلب احترام رأي الفرد والإيمان بالرأي العام، وأن يلتزم رجل العلاقات بتقديم الحقيقة، وأن تلتزم المؤسسة بالنزاهة والصدق والأمانة، ويجب أن لا تتعارض برامج العلاقات العامة مع تقاليد وأعراف المجتمع (زويلف، 2015، ص138).

سابعاً: تدريب العاملين في العلاقات العامة

إن من أشد ما تحتاجه المؤسسات العامة والخاصة في الدول توفير عاملين متخصصين في التأثير والتفسير والإقناع، ومن ذوي القدرة على استيعاب المعلومات ونقلها وشرحها وتفسيرها، إلى جانب العديد من المواصفات التي تتطلبها طبيعة عمله، ويضيف زويلف (2015، ص139) أن هنالك طريقتين لتنمية وتطوير العاملين في العلاقات العامة:

1. الدراسات الأكاديمية، والتي توفر أجيالاً متخصصة بالعلاقات العامة، حيث تحتاجها مؤسساتنا، وعادة ما تمتلك المعرفة وجزءاً من التطبيق مصدرها الدراسات الأكاديمية.

2. التدريب، ويتمثل في تنمية وتعزيز المعارف والمعلومات والمهارات بهدف إحداث تغيير ملموس في الأداء، وهو ما لا تقوم به الدراسات الأكاديمية، حيث أن التعليم وحده لا يؤهل الفرد بشكل مثالي لوظيفة العلاقات العامة مما يجعل التدريب ضرورة ملحة لكسر الفجوة بين العلوم النظرية من المؤسسات التعليمية وكيفية تطبيقها في سوق العمل.

ونظراً لعدم وجود مراجع تبحث في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين لدى دوائر العلاقات العامة، فقد رأى الباحث أن يقوم بإجراء مقابلة مع خبير في التدريب في محاولة لفهم إن كان هناك إمكانية لتطوير وتصميم تدريبات متخصصة للعاملين في مجال العلاقات العامة، ومعرفة أهم الدورات المقدمة لهم، وتنفيذها، وقياس أثرها بشكل علمي موضوعي، في تطوير مهاراتهم.

يقول فقهاء (2021)، خبير التدريب في مقابلة أجراها الباحث معه، أن دور دائرة العلاقات العامة في المؤسسات يتلخص في أن الشركات والمؤسسات الخاصة ليست جمعيات خيرية، وإنما تستثمر مواردها لتحقيق هدفين اثنين، أولهما: الحصول على عائد عادة ما يمكن قياسه وتكميمه من كمية بسهولة كالربح، زيادة في الحصة السوقية، زيادة في المبيعات، ارتفاع في قيمة أسهمها في السوق المالي، وهكذا. وثانيهما: الحد من خسائر أو مواجهة تحديات قد تؤثر سلباً في قيمة الأمثلة التي ذكرت نقص في المبيعات انخفاض في الحصة السوقية، ومن الاستثمارات التي تقدم عليها الشركات، الاستثمار في مجال العلاقات العامة، لكن ماذا عن المؤسسات العامة والحكومية ما هي أهدافها أم أن هذه الدوائر فيها هي مجرد ديكور وبطالة مقنعة. فقد لاحظنا خلال أزمة الكورونا، وتحديداً في

بدايتها أن الذي يقوم بمخاطبة الجماهير هو المتحدث الرسمي في مجلس الوزراء وأحياناً رئيس الوزراء نفسه وأحياناً أخرى أحد مسؤولي وزارة الصحة، ولم نستشعر دوراً لدوائر العلاقات العامة في الوزارات المعني ولا لوزارة الإعلام، هذا موضوع يحتاج إلى نقاش وتمحيص قد لا يتسع المجال له هنا في هذا البحث.

إن أحد أهم أدوار ومسؤوليات دائرة العلاقات العامة في أي مؤسسة خاصة أو عامة هو أن تعمل كجهاز استشعار حساس، مبادر، مباديء، يستشعر الفرص والتحديات والتهديدات سواء كانت داخلية أم خارجية. فيصنفها وفقاً لمدى تأثيرها المتوقع سلباً كان أم إيجاباً، ويصنفها كذلك حسب احتمالية حدوثها، ومن ثم يقوم بوضع خطط لإدارتها (عابد و أبو السعيد، 2013)

ورداً على سؤالنا حول تعريف العلاقات العامة أفاد الفقهاء أن عملية إدارة العلاقات العامة تتلخص في رأيي بكلمات بسيطة غير معقدة، وهي أن تقوم دائرة العلاقات العامة بجمع المعلومات والبيانات المناسبة بطريقة مناسبة وتحليلها ومن ثم نشر المعلومات المناسبة بصيغة مناسبة وأسلوب مناسب بالوسيلة المناسبة في الوقت المناسب للفئة المستهدفة المناسبة. ويجب التركيز هنا على ضرورة أن تكون دائرة العلاقات العامة مبادئة، مبادرة في محاولاتها تشكيل وصياغة آراء الفئة المستهدفة كلياً أو تعديلها وتحويرها، أو أن تناقضها بشكل كلي وهذا أيضاً ما يتفق مع عابد وأبو السعيد (2013)، في تعريف التنظيم في العلاقات العامة.

وحول ازدياد الاهتمام بالعلاقات العامة في الفترة الأخيرة وسبب ذلك، يجيب الفقهاء أن أهمية العلاقات العامة قد ازدادت في الآونة الأخيرة بسبب التقدم التكنولوجي المضطرد في وسائل الاتصال والتواصل، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا التقدم التكنولوجي شكّل فرصة مهمّة تتلخص في أنه أتاح للعلاقات العامة منصات متعددة سريعة قليلة التكلفة نسبياً تستطيع من خلالها الوصول إلى فئات مستهدفة معينة بسرعة وسهولة ويسر، وأحياناً وللأسف يتم استغلال بيانات أعضاء ومشاركي منصات التواصل بطرق غير قانونية، ولأهداف قد ترتقي إلى كونها غير مشروعة، فقد قرأنا أو سمعنا ما حدث حول تغريم شركة فيسبوك Facebook مبلغ 50000 جنيه استرليني من قبل جهة حكومية بريطانية لضلوعها في بيع بيانات لحوالي خمسين مليون مستخدم إلى شركة

كامبريدج أناليتيكا Cambridge Analytica عام 2014 بهدف التنبؤ بتوجهاتهم الانتخابية مسبقاً ومحاولة التأثير عليها وتغييرها من خلال توجيه إعلانات انتخابية لهم تصب في صالح الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب، وذلك من خلال برامج محوسبة صممت لهذا الغرض. كما لاحظنا أن الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب استغل موقع تويتر بشكل كبير لتمرير رسائله إلى العالم أجمع، فبلغ مجموع متابعيه حوالي ثمانين مليوناً، إذا هذه المنصات هي فرصة كبيرة لمن أراد أن يستغلها لإيصال رسائل ذات مغزى إلى فئات يستهدفها.

من جهة أخرى شكّلت وسائل التواصل الاجتماعي تهديداً معتبراً للشركات والمؤسسات وحتى الحكومات. فقد ازدادت أعداد المجموعات الضاغطة - اللوبيات - الافتراضية المناوئة لسياسات هذه الشركات وأهدافها. من هذه اللوبيات ما هو اجتماعي، مثل مع أو ضد سيداو، أو سياسي، كمنوئة سياسات الاحتلال من قبل مجموعة مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، أو اقتصادي، كجمعيات حماية المستهلك، أو حتى ديني، كمجموعة مقاطعة المنتجات الفرنسية أو الدنماركية من خلال مجموعة "الآ رسول الله"، وهكذا.

وقد واجهت بعض شركاتنا ومؤسساتنا الخاصة والعامة مثل هذه المجموعات، كالحراك العمالي الموحد ضد قانون الضمان الاجتماعي ومجموعات كفي يا شركة الاتصالات للضغط على الشركة لخفض أسعارها كما لاحظنا في الفترة الأخيرة استخدام واستغلال وسائل التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية لمرشحي انتخابات المجلس التشريعي الفلسطيني.

وفي معرض رده على سؤال ماذا يجب على المؤسسات أن تقوم به وما هو دور العلاقات العامة خارجياً وداخلياً يشير الفقهاء أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار ما ذكرنا آنفاً أعتقد أن على المؤسسات بغض النظر عن تصنيفاتها الخاصة والعامة، الصغيرة والكبيرة، الأهلية والحكومية، الربحية وغير الربحية، وعلى حدٍ سواء، أن تولي العلاقات العامة الأهمية التي تستحقها، فهي خط الدفاع الأول عنها للمحافظة على سمعتها، اسمها التجاري، مبادئها وأهدافها وهي رأس الحربة إن أرادت شن هجوم، سواء كان هجوماً مبادراً لصياغة وتشكيل رأي عام حول سياساتها وأهدافها وعلامتها التجارية

وسمعتها، أو هجوماً مضاداً لمواجهة مجموعات أو جهات مناوئة وتشكيل رأي عام مخالف لهذه المجموعات وتهميشها وتشثيتها وإضعافها.

فمثلاً، على المستوى الحكومي الرسمي نرى أن الحرب الإعلامية وحرب العلاقات العامة تزداد ضراوة واتساعاً وشمولية مع الاحتلال، وعلى كل كافة الأصعدة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وحتى الأمنية. على سبيل المثال: نرى أن الاحتلال يدعي امتلاكه لمورثات ثقافية فلسطينية، وإن كانت في نظر البعض بسيطة هامشية، مثل: ادعائه بأن بعض المأكولات الشعبية تعود إليه كالحمص والفلفل، وبعض الأزياء التقليدية كالكوفية والمطرزات الفلسطينية. وما نراه من بعض الصفحات على وسائل التواصل الاجتماعي كصفحة المنسق أو صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال أفيخاي أدري إلا أحد أشكال تمظهر هذه الحرب الإعلامية.

كذلك يجب أن لا نغفل أو نقفز فوق دور دائرة العلاقات العامة في التأثير على موظفي الشركة داخليا من حيث استشعار آرائهم وتوجهاتهم ومخاوفهم وتوقعاتهم خاصة عند حاجة أو رغبة الشركات في إحداث أو تبني تغيير جوهري كالاندماج مع شركات أخرى، بيع أجزاء من الشركة، شراء شركات أخرى، تقليل أو زيادة في حجم نشاطاتها، تغيير في القيادة كمجلس الإدارة أو تغيير في الإدارة العليا كالمدير العام، وهكذا.

ولكن ما هي الخطوات العملية التي يجب على المؤسسات أن تتخذها؟ يجيب الفقهاء أنه لا بدّ للمؤسسات، وسريعا، دون تلوؤ أو إبطاء أو تأخير من:

أولاً: تجنيد واستثمار مصادر وموارد بشرية ومادية ووسائل فعالة مناسبة، وتخصيص موازنات كافية للاستثمار في مجالات متعددة، أولها وأهمها: التدريب بهدف إعادة صياغة دور دائرة العلاقات في المؤسسات العامة والخاصة وتفعيله.

ثانياً: وضع وتطوير سياسات داخلية لإعادة الهيبة والاحترام اللائقين لدائرة العلاقات العامة اللذين تستحقهما وتفعيل دورها، وإبراز دورها المهم والمحوري في الذود عن الشركة ومصالحها وحماية موظفيها. من جهة أخرى لا بدّ من إشراك، أو على الأقل الاستماع إلى رأي دائرة العلاقات عند وضع خطط استراتيجية على مستوى المؤسسة.

ثالثاً: يجب على الإدارات العليا أن تطوّر وسائل وأساليب، وأن تبتكر صيغاً خلاقاً لإنشاء تعاون وتنسيق بناء وتعزيزهما بين دوائر المؤسسة من جهة وبين دائرة العلاقات من جهة أخرى، وأخص بالذكر دائرة التسويق في حال مخاطبة الجماهير الخارجية كما في حالة لتسويق منتج جديد أو خدمة جديدة أو خلق انطباعات أو آراء إيجابية حول الشركة بشكل عام، أو الدفاع عنها و تعزيز سمعتها لدى الرأي العام. ويتفق مع فقهاء في هذه النقطة رحال (2015)، حيث يعتبر أنه لا بدّ من تعزيز التنسيق بين دائرة العلاقات العامة ودائرة الموارد البشرية في حال مخاطبة الجماهير الداخلية، وبناء تفاهم مشترك مع الجمهور الخارجي من خلال التعاون بين دائرتي التسويق والعلاقات العامة.

رابعاً: وهذا قد يبدو في نظر البعض عمل انتهازي، غير أخلاقي إلا أنه أسلوب واقعي يتلخص في أن تقوم المؤسسات المعنية بعقد علاقات شراكة وتحالفات مع وسائل الإعلام والإعلان من خلال:

- توقيع عقود إعلانية ودعائية لمنتجاتها وخدماتها عبر المؤسسات الإعلامية.
 - عقد اتفاقيات رعاية لبرامج المؤسسات الإعلامية.
 - توقيع اتفاقيات لتغطية نشاطات المؤسسات المعنية من قبل المؤسسات الإعلامية، وإتاحة المجال لمسؤوليها وموظفيها من الظهور على منصات المؤسسات الإعلامية.
 - اتفاقيات تدريب يتم من خلالها تدريب موظفي المؤسسة من قبل المؤسسات الإعلامية.
 - تبرعات نقدية وعينية للمؤسسات الإعلامية.
- بهذه الطريقة تحرم المؤسسات، إلى حدّ كبير، من أن يتم استخدام المؤسسات الإعلامية كمنصات يتم عرض مواقف أو أحداث أو آراء تعارض سياساتها وأهدافها، لأن ذلك قد يؤدي إلى خسارة المؤسسات الإعلامية مورداً ورافداً مالياً مهماً، أما بخصوص المؤسسات الصغيرة، فأرى أن تقوم بأحد الخيارات الآتية:
- تشكيل نواة دائرة علاقات عامة تتطور وتنمو تدريجياً مع تطور الشركة.

- تخصيص موظف في إحدى الدوائر ذات العلاقة، مثل: دائرة التسويق أو الموارد البشرية أو تكنولوجيا المعلومات، ليقوم بدور موظف علاقات عامة وتأهيله بالمعارف والمهارات الأساسية لذلك.

- الحصول على خدمات شركات علاقات عامة خارجية عند الحاجة.

وحول سؤالنا إن كان يرى من دور للتدريب في تأهيل العاملين في دوائر العلاقات العامة للقيام بالأدوار والمسؤوليات المناطة بهذه الدائرة، أجاب الفقهاء أن التحديات كبيرة والمخاطر جسام والفرص متوفرة، على المؤسسات الخاصة والعامة أن تلتقطها، وبسرعة، من خلال تأهيل كادر مهني ملتزم يتم دعمه وتعزيزه، بشكل مبادر، من خلال تدريب احترافي، منهجي، مستمر، ومتطور، لا أن يكون تدريباً مجتزأً، ارتجالياً، لمرة واحدة أو تكراره مرات معدودة، أو أن يكون نتيجة ردّة فعلٍ، أو استجابة انفعالية عابرة لمؤثر خارجي.

والتدريب كما أعرفه، وبلغة بسيطة، تطوير للمعارف والمهارات والتوجهات إلى حدّ معيّن مقرر سلفاً بطريقة منهجية لتحقيق هدف محدّد ضمن فترة زمنية محددة. يتلخص هدف التدريب عادة في تأهيل المتدرب لأداء مهامّ عمله بشكل صحيح، فعّال، واعٍ ومسؤول، وهذا ما يتفق مع تعريف التايه (2018) في ان التدريب هو تطوير للمعارف والمهارات بحيث يكون هناك نتائج ملموسة من خلالها يطبق المشارك ما يحتاجه من التدريب.

إذن، ينبغي على كافة المؤسسات أن تضع تدريب كادر دائرة العلاقات العامة على رأس سلم أولوياتها وأن تبادر، وسريعاً، دون إبطاء أو تأخير، إلى تطوير خطة استراتيجية للتدريب تشارك فيها الإدارة العليا ودائرة العلاقات العامة والجهات ذات العلاقة داخل المؤسسة وخبراء ومختصين من خارجها.

وفيما يتعلق بأهم المجالات والمواضيع التدريبية التي يجب الاستثمار فيها من قبل المؤسسات، يشير الفقهاء أنه لتحديد مواضيع ومجالات التدريب المطلوبة، فإني أقترح العودة إلى تعريفي المبسط لدور دائرة العلاقات العامة الذي يتلخص في أن تقوم الدائرة بجمع المعلومات والبيانات المناسبة بطريقة مناسبة، وتحليلها، ومن ثمّ نشر المعلومات المناسبة بصيغة مناسبة وأسلوب مناسب بالوسيلة المناسبة

في الوقت المناسب للفئة المستهدفة المناسبة، وهنا ممكن الإشارة أنه من خلال المقابلات التي اجراها الباحث اتفق لداودة و السرغلي أنه يتم تحديد الدورات بناءً على إحتياج العاملين.

يمكن أن أستنبط من هذا التعريف المجالات أو المواضيع أو إن شئت الدورات التدريبية المتخصصة الآتية:

- طرق وأساليب استشعار واستشراق المتغيرات في آراء وانطباعات وحتى أذواق الجماهير الخارجية.
- تخطيط وتصميم وتنفيذ المسوح واستطلاعات الرأي الميدانية والإلكترونية وتحليل نتائجها.
- التسويق الإلكتروني.
- إدارة السمعة والعلامة التجارية.
- كتابة وتطوير المحتوى الإلكتروني، ويشمل الموقع الإلكتروني للمؤسسة على الإنترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي.
- كتابة التقارير والبيانات الصحفية والتصوير الاحترافي وصياغة قصص النجاح.
- إجراء المقابلات الإعلامية الإذاعية والمتلفزة كمدیر/ميسر للمقابلة أو كضيف.
- التحدث أمام جمهور وتصميم شرائح العرض.
- مهارات التشبيك وخلق التحالفات، وإنشاء مجموعات تأثير على وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة الاجتماعات.
- إدارة الوقت.
- مهارات التفاوض والإقناع وحل المشاكل.
- طرق تشكيل فريق وإدارته.

فالعاملون في العلاقات العامة في الوقت الحاضر أمام تحدي كبير من خلال أهمية الوظيفة والمهام المطلوبة منهم وما يقع على عاتقهم من مهام وأعمال، وكما يشير العلق (2009)، تبدأ مهام العاملين في العلاقات العامة بوضع الخطط للمؤسسة، وتحديد اتجاهات الدوائر الشريكة معها، وتمر بوضع الأطر العملية للحفاظ على سمعة المنظمة بالتنسيق بين الدوائر الأخرى لبناء التفاهم المشترك مع الجمهور.

وللوصول إلى الهدف المطلوب لابد من تطوير مهارات العاملين في جميع الوظائف المطلوبة منهم.

المبحث الثاني: التدريب

أولاً: تمهيد

إن من أهم ما تحتاجه المؤسسات العامة والخاصة والحكومية، يتمثل في توفير موظف/ين علاقات عامة متخصص/ين يمتلك/ون الشخصية المؤثرة، وفي ذات الوقت تتوفر لديه/هم المعارف الضرورية والكافية بهدف تحقيق أهداف العلاقات العامة في المنظمة، ومن بين الطرق التي من خلالها يمكن تطوير معارف ومهارات موظف العلاقات العامة، هي: الدراسات الأكاديمية والدورات التطبيقية (زويلف، 2015، ص137).

يستنتج الباحث أن موظف العلاقات العامة لا بد أن يمتلك مهارات تختلف عن نظرائه في الدوائر الأخرى، فهو على اتصال مباشر مع جماهير وفئات المنظمة، ومن بين هذه المهارات التي تتطلب تطويراً دائماً، مهارات الاتصال والتواصل، التخطيط، القدرة على تحمل ضغط العمل وتحدياته، إضافة إلى إجادة العمل ضمن فريق وتدريب النفس على تقبل الآراء والانتقادات والقدرة على إدارة الاجتماعات.

ثانياً: مفهوم التدريب

التدريب: هو ما يقدم للفرد من معارف أو مهارات أو اتجاهات ذهنية لأزمة لتطوير العمل من وجهة الإدارة، "هو تجهيز الفرد للعمل المثمر والاحتفاظ به على مستوى الخدمة المطلوبة"، عملية مستمرة خلال حياة الفرد في المؤسسة تبدأ منذ الحصول على الوظيفة، وتستمر حتى آخر يوم له في المنظمة، وفقاً لاحتياج العامل كأحد أعضاء فريق العمل، وهو يسعى إلى مواكبة التسارع التكنولوجي ليقدّم أفضل ما لديه من خلال تعريضه لأساليب ووسائل تدريبية متطورة مبنية على سد الثغرات الموجودة ضمن البيئة التي يعمل بها (الطعاني، 2010، ص17).

وبحسب Harvard Business Review – Arabic (دليل المفاهيم الإدارية في تحليل الاحتياجات التدريبية) التدريب يعني أولاً: القيام بمعرفة وتحديد وتقييم الاحتياجات التدريبية التي يتم من خلالها إكساب الموظف و/أو تطوير مهاراته بهدف زيادة كفاءته، كمّاً ونوعاً، في أداء النشاطات الوظيفية

الخاصة به. فمرحلة تحليل الاحتياج لا بدّ أن تسبق عملية تصميم وتنفيذ التدريب، فهي متطلب يتم من خلالها معرفة ما يعرف اصطلاحاً، فجوة الأداء، والتي تتمثل في تقييم، وبأسلوب علمي موضوعي، الفرق بين الأداء الحالي للموظف والأداء المتوقع، ونتيجة لذلك يتم تحديد الفجوة التدريبية التي تحدد المهارات المطلوبة، وتقيّم درجة إجادتها لتأدية الوظيفة، ومجموعة المهارات الحالية التي يمتلكها عضو معين في الفريق.

ويعرف التايه (2018) التدريب على أنه "عملية منظمة ومدروسة للتغيير والتطوير في قدرات وأداء الفرد والمجموعة من خلال التأثير على المعارف والمهارات والسلوك، للحصول على نتائج ملموسة في فترة زمنية محددة." ويستنتج من ذلك أن ما يقصد بالتدريب هو إحداث تغيير ملموس محدد في الأداء لتحقيق نتيجة محددة ضمن فترة زمنية محددة.

أما رضا (2003)، يعرف التدريب بأنه: مجموعة من التطبيقات التي من خلالها يتم إكساب الموظف المعارف، والمهارات اللازمة في تحسين، وتطوير الأداء من أجل تحقيق أهداف المنظمة.

ثالثاً: أهمية التدريب:

تتبع أهمية التدريب كونه يلعب دوراً محورياً مكملاً لدور المؤسسات التعليمية، في مواكبة التقدم العلمي المضطرد وتطبيقه، بالإضافة إلى كونه أحد أشكال الاستثمار في المؤسسة، استثمار يتيح خلق ثقافة تنظيمية إيجابية، ويسرع من تحقيق وتطوير أهدافها، ويعزز قدراتها التنافسية. أما على المستوى الفردي، فإن التدريب يؤدي إلى تحسين الأداء الحالي للموظف بالإضافة إلى إعداده وتأهيله لأدوار ومسؤوليات متوقعة في المستقبل (السكرانة، 2010، ص21).

ويعتقد التايه (2018) أنّ للتدريب أهمية كبيرة في رفع كفاءة العاملين، وتحقيق عوائد أكبر، كما يتخلل ذلك حسن إدارة التغيير والصراع والتنافس.

أما الشامي، فيعتبر أنّ أهمية التدريب تكمن في توحيد وتنسيق اتجاهات العاملين بهدف تحقيق الأهداف المشتركة، واستكشاف المعارف وزيادة قدرات وسلوك العاملين، لأن التدريب هو أحد الاستثمارات التي يجب أن تحظى بالاهتمام اللائق (2006، ص139).

ويمكن أن نلاحظ العامل المشترك في أهمية التدريب عند سكارنة، التايه، الشامي، وذلك يتلخص في أن التدريب هو مكمل ضروري لمرحلة التعليم، وأن الاهتمام برفع كفاءة العاملين يزيد من عوائد الاستثمار على مستوى الفرد والمؤسسة، ويؤدي إلى إنجاز وظيفي أفضل كمّاً ونوعاً ما من شأنه خفض التكاليف و/أو زيادة أرباح المؤسسة.

وكما أسلفنا فإن الآثار الإيجابية للتدريب تعود على الفرد والمؤسسة على حدٍ سواء، نفضلها كما يأتي.

رابعاً: مزايا ومنافع التدريب للمنظمة:

وتعتبر أكاديمية أي بي اس للتدريب (2017) أن للتدريب مزايا ومنافع كثيرة، منها:

1. أنه يعمل على تعزيز معارف واتقان مهارات قائمة، مما يؤهل هذا الكادر لأداء أكثر إنتاجية كمّاً ونوعاً، ويعمل على توفير موارد المؤسسة والمحافظة عليها، كذلك يوفر فرصة للاستفادة من فرص متاحة ومواجهة تحديات ومخاطر محتملة.

ويساعد على صقل شخصية الموظف، وإكسابه صفات ومهارات شخصية تعدّه لتفاعل إيجابي مسؤول ومثمر مع كلِّ من زملائه ومدرائه ومرؤوسيه مما يؤدي إلى خلق وتعزيز ثقافة مؤسسية إيجابية والحفاظ على بيئة عمل صحية آمنة مثمرة.

أيضاً يساهم التدريب في تعزيز الحافزية لدى الموظفين مما يعود بالفائدة على المؤسسة من خلال الإبقاء على تعزيز ميزتها التنافسية وتعزيز قدراتها على المنافسة محلياً وإقليمياً.

بينما أشار التايه (2018) أن من أهم منافع التدريب والتطوير الدائم للموظفين:

2. توجيه الموظفين الجدد.
3. رفع الكفاءة والحصول على أداء أقل تكلفة.
4. مقابلة وتحدي المنافسين.
5. التأقلم مع ظروف وتغيرات العمل والتكنولوجيا.
6. الارتقاء في السلم الوظيفي.

ويضيف الباحث: من أهم أهداف التدريب هو تطوير وتعزيز كفاءة الموظف، ونعني بالكفاءة قدرة الموظف على تقديم أداء أفضل للمهام المطلوبة منه، أي تفوق مخرجات أداء مدخلاته، وهذا يعني أن الاستغناء عن موظف كفو، أو أن يترك المنظمة طوعاً هو خسارة مضاعفة للمنظمة، حيث أنها خسرت موظفاً كفوفاً، وعلى الأغلب استفاد منافسوها من جهود الموظف الكفو الذي غادرها.

ويجدر بالذكر أن هناك فرقاً بين الكفاءة في العمل والكفاءة في التدريب، فالكفاءة في العمل عبارة عن امتلاك مهارة أو معرفة أو خبرة كافية مناسبة لتحقيق هدف معين. أما الكفاءة في التدريب فهي عبارة عن عملية تعليمية تركز على كفاءات أساسية معينة تم تعريفها بشكل واضح (التايه، 2018، ص151).

فمفهوم الكفاءة مبني على تطوير الأداء، وتطوير الأداء مبني على النظرة للإنتاجية، وهي نظرة متباينة تبعاً لتباين القصد والهدف من التدريب، وقد تتنوع الأهداف في ذلك، فقد يكون الهدف اقتصادياً أو اجتماعياً أو غير ذلك (الطعاني، 2010، ص29).

يشير الباحث، اعتماداً على خبرته العملية في التدريب، إلى أن الوظائف التي يكون فيها التواصل مع الجمهور بشكل مستمر تحتاج إلى تطوير دائم في المهارات، خصوصاً تلك التي تتعلق بمهارات الاتصال والذكاء العاطفي والإبداع والابتكار والإدراك والقدرة على تقديم وتحليل وتقييم الأفكار بما يتناسب مع الواقع المتغير باستمرار، فالتدريب التطبيقي من أهم الوسائل التي تعطي قيمة إضافية نوعية للموظف.

خامساً: أنواع التدريب: (أنواع التدريب في إدارة الموارد البشرية، 2019)

1- **التدريب التعريفي:** وهو عبارة عن الإرشادات والمعلومات الأساسية التمهيديّة التي تعطى للموظف الجديد، وتوضح له المهام والقواعد والقوانين الواجب عليه الالتزام بها، وتكون من خلال تسليمه ملف بتفاصيل المهام المطلوبة منه، أو بتفويض موظف زميل لإعلامه وتعليمه ما هو مطلوب منه.

2- **التدريب الوظيفي:** يتم تقديم هذا النوع من التدريب من قبل مختصين في نفس المجال، لزيادة معرفة الموظفين، لتحقيق المهارات اللازمة لوظيفة محددة، وهذا النوع من التدريب يتم دمجها في بعض الأحيان في التدريب التعريفي.

3- **التدريب للترقية:** عبارة عن التدريب الذي يجعل الحاصل عليه يرتقي إلى مناصب وظيفية أعلى، فيكون الشرط في الوظيفة الأعلى حصول العامل على دورة تدريبية معينة في مجال المهمة المطلوبة، ويتم توفير هذا التدريب للموظفين الذين سيتم نقلهم لهذه المناصب على حساب المؤسسة، كما يمكن إرسالهم لتمثيل المؤسسة أمام المنظمات الأخرى.

4- **التدريب التنشيطي:** وهو التدريب الذي يحتوي على النشاطات الحركية والتفريغية، المقصود بها التفريغ النفسي والحركي، خصوصاً في بعض المهام التي يتفاعل فيها العاملون مع الجمهور، وعادة ما تقدم لشخص هم الموظفون خارج أوقات الدوام الرسمي وكذلك خارج مكان العمل.

5- **التدريب الترويجي:** ويعنى بتطوير مهارات الموظفين الموهوبين الحاليين والجدد بهدف تأهيلهم وتعزيز لياقتهم لشغل وظائف يكون فيها التعامل مباشراً مع الجمهور وكذلك للاطلاع على مسؤوليات العمل في الوظائف العليا.

6- **التدريب المهني:** ويهدف إلى تحسين معارف الموظف حول الوظيفة التي يرتبط بها، وإكساب الموظف المهارات اللازمة في مجاله، من خلال تزويده بالمعلومات والمهارات اللازمة.

7- **التدريب أثناء العمل:** وهو تدريب خاص في مكان العمل، لتوفر الأدوات والآلات التي تستخدم في مكان العمل، عدم قدرة المؤسسة على الاستغناء عن الموظف، محاكاة التدريب في بيئة العمل، وهنا يكون تطوير المهارات حسب احتياج الموظف.

يضيف السكارنة (2010): أنواع التدريب لها عدة أصناف، منها ما يصنف حسب عدد الأفراد: التدريب الفردي، والتدريب الجماعي. وإما حسب المكان: التدريب في موقع العمل، أو خارج موقع العمل. وإما حسب وقت التنفيذ: التدريب قبل الخدمة، أو بعد الخدمة مباشرة، أو أثناء العمل، ويكون اختيار النوع والصنف مبنياً على المهارة والكفاءة المطلوبة وقدرة المؤسسة.

سادساً: مجالات التدريب: (زويلف، 2014، ص144).

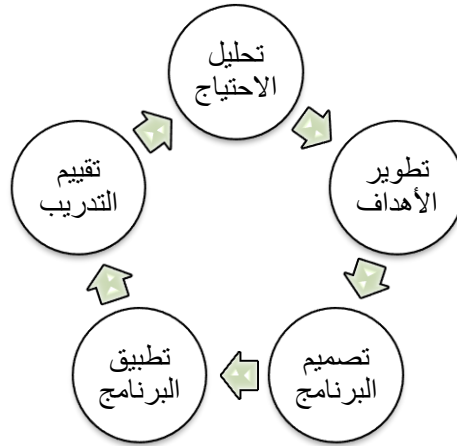
1. تدريب الموظف الجديد الذي يجب أن يلمّ بالمبادئ العامة للعلاقات العامة في دراسته الأكاديمية، فجاء هذا التدريب ليوضح كيفية تطبيق معارفه الأكاديمية.

2. التدريب للعاملين الحاليين، وهو يستهدف تعريف المتدرب على المستجدات من الفنون والمهارات، لكي يجدد معلوماته.

3. إعادة التدريب: ويهدف لتعريف موظف العلاقات العامة على أي نشاط آخر غير نشاطه الأساسي، لإكسابه أفقاً أوسع، ولينتقل بين أعمال العلاقات العامة المتنوعة عند الحاجة.

4. التدريب لقادة العلاقات العامة: وهذا يعتبر ضرورياً كونهم من يخطط لأنشطة دائرة العلاقات العامة، لذلك يجب أن يعرفوا ويتعرفوا ويتقنوا كل ما هو جديد ويطبّقوه، مما يرشحهم لقيادة دائرة العلاقات العامة.

يرى التايه (2018) أن عملية التدريب عادة ما يتم تصويرها كدائرة أو حلقة للدلالة على استمرارية تطورها من حيث طريقة التدريب وأساليبه وأدواته، أو من حيث التطور المهني الذي يحققه المتدربون الذين بحاجة إلى تطوير مهني مستمر متصاعد. ويعتبر التايه أن مصطلح حلقة التدريب يعتبر نموذجاً متكاملًا ومتسلسلاً لعمليات التدريب في جميع المنظمات والأعمال، حيث يمكننا ملاحظة عناصر حلقة التدريب (انظر الشكل رقم 1) في أي برنامج تدريبي، سواء كان معداً مسبقاً، أو تمّ إعداده كلياً من قبل جهة في المنظمة أو خارجها.



الشكل رقم 1: حلقة عملية التدريب التايه (2018)

تقسم حلقة عملية التدريب إلى خمس مراحل متصلة متداخلة تتمثل في الشكل (1):

المرحلة الأولى: تحليل الاحتياج

وهي عملية يتم من خلالها تقييم وتحليل البيانات، لنصل إلى تحديد الاحتياجات التدريبية، وهي ضرورية لسببين، أولهما: التأكد من أن هناك حاجة فعلية لإقامة تدريب، مما يحقق الهدف المطلوب، وثانيهما: تحديد طبيعة ونوعية المعلومات والاتجاهات والمهارات التي يجب أن يتضمنها التدريب لإحداث تغيير أو تطوير في السلوك والاتجاهات بهدف تحقيق الأهداف المطلوبة من تنفيذ التدريب.

ويلخص التايه (2018، ص85) خطوات تحليل الاحتياج فيما يأتي:

1- تحليل مهامّ الموظف.

2- تحديد فجوة الأداء من خلال مقارنة أداء الموظف الفعلي الحالي بالأداء المطلوب، والمتوقع منه وتطلبه الإدارة.

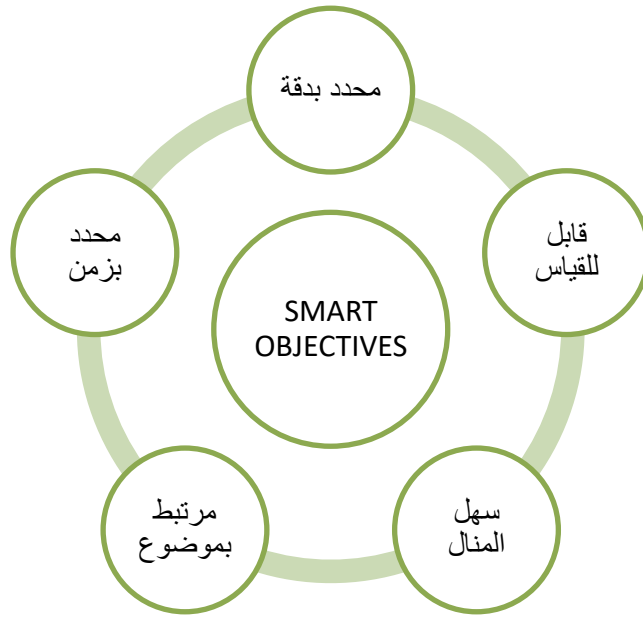
3- اقتراحات الموظفين وتوصياتهم.

يعتبر الباحث أنّ مرحلة تحليل الاحتياج تعتبر أساس العملية التدريبية، حيث يتم فيها تحديد وتحليل الأسباب الحقيقية لفجوة الأداء، وبالتالي تحديد إن كان هناك حاجة حقيقية ملحة للتدريب لجسر الفجوة، أو أن هناك خيارات أخرى مناسبة تحقق الهدف.

المرحلة الثانية: تطوير الأهداف

بعد تحديد وتحليل وقياس فجوة الأداء واختيار أسلوب التدريب المناسب لا بد من وضع أهداف التدريب وتحديد المعارف والمهارات والسلوكيات بموجب نظرية بلوم التي يجب تعليمها وتطويرها وتمييزها لدى المتدرب.

ويمكن الاستعانة بطريقة سمارت (أنظر الشكل رقم 2) لوضع وتقييم الأهداف (التايه، 2018).



الشكل رقم 2 : نظرية سمارت لوضع تقييم الأهداف عوض، 2015

المرحلة الثالثة: تصميم البرنامج

في هذه المرحلة يتمّ تصميم البرنامج التدريبي وفق تحليل الاحتياج والأهداف التدريبية الموضوعة، وذلك من خلال تحويل نقاط الضعف لدى المتدرب إلى محاور تدريبية أساسية يتم من خلالها تحديد محتوى الدورة التدريبية، وتصميمه، اختيار الأسلوب الملائم، الوسائل التدريبية المناسبة، ومكان ووقت التدريب.

تعتبر المصفوفة المتكاملة لتحليل وتصميم المناهج والحقائب التدريبية (INSTRUCTIONAL MATRIX ANALYSIS SYSEM- IMAS) من النماذج العملية الفعالة في تصميم البرنامج التدريبي التي يستخدمها خبراء التدريب في المنظمات، ومراكز التدريب لضمان جودة الدورات التدريبية(سنتر، 2019).

Day... of ...		Title	0	1	2	3	4	5	*	0	1	2	3	4	5	*	0	1	2	3	4	5	*	0	1	2	3	4	5	*	0	1	2	3	4	5	*	STATISTICS
Drivers	Tools	Activities Techniques Methods Tools Ways																																				Total #: ▲ + ● + Total # (No Repetition): TP SP G G*
	Social Context																																					Hours
	Est. Duration																																					
Handling Objectives	Topics	Subjects Concepts Topics Opportunities Issues Problems																																				Total #:
	Objective #																																					K S A
	Objective Type																																					D B A
Analysis	Depth of Practice																																					A D A
	A, I, D, A*																																					Total #:
	Trainer's Role																																					Option 1, Option 2
Level Of Involvement	9. Evaluating																																					Option 1, Option 2
	8. Tutoring																																					Option 1, Option 2
	7. Practising																																					Option 1, Option 2
	6. Discussing																																					Option 1, Option 2
	5. Analyzing																																					Option 1, Option 2
	4. Demo - Visual																																					Option 1, Option 2
	3. Watching																																					Option 1, Option 2
	2. Reading																																					Option 1, Option 2
	1. Listening																																					Option 1, Option 2

شكل رقم (3): مصفوفة متكاملة لتحليل وتصميم المناهج والحقايب التدريبية كندا جلوبال سنتر (2018)

المرحلة الرابعة: تطبيق البرنامج

تختلف أنماط التدريب والأهداف التدريبية، وموازنة التدريب من مؤسسة لأخرى، لذا تتنوع طرق تنفيذ البرامج التدريبية بين التدريب في مكان العمل، أو خارجه، أو بوجود مدرب، أو من خلال برامج محوسبة خاصة. يتم اختيار طريقة تنفيذ التدريب بناء على عوامل عدة، أهمها: نوعية المعارف والمهارات والسلوكيات، حجم البرنامج التدريبي وتكلفته، الأدوات التدريبية، مكان التدريب، نوع التدريب (التايه، 2018، ص93).

المرحلة الخامسة: التقييم

ويقصد بها معرفة مدى تحقيق البرنامج التدريبي لأهدافه المحددة، وإبراز نقاط القوة لتدعيمها، ونواحي الضعف للحد منها، والتغلب عليها أو العمل على تلافيتها في البرامج المشابهة المقبلة (عيسى، 2013).

يعتمد نجاح البرنامج التدريبي على اعتبارات عدة، من بينها: حجم المؤسسة التي تستثمر في عملية البرنامج التدريبي، ومن العوامل التي تؤثر في نجاح التدريب في المؤسسات الكبيرة:

- 1- اقتناع الإدارة العليا بضرورة وأهمية تطوير قدرات موظفيها (أبو سلمية، 2018).
- 2- أن يسبق عملية التدريب تحليل للاحتياج في حال كان الهدف من التدريب سد فجوة في العمل (الفقهاء، 2021).
- 3- قدرة المدرب وخبرته في موضوع التدريب (التايه، 2018).
- 4- وجود بيئة ملائمة للعملية التدريبية (المكان، الأدوات، التجهيزات، النشاطات) (وصفي، 2017).
- 5- توافر الرغبة والدافع للتدريب من قبل العاملين (عيسى، 2011).
- 6- الاستعداد قبل الدورة التدريبية (شاهين، 2012).
- 7- تحديد النوع المطلوب من التدريب (الشامي، 2006).
- 8- وضع معايير الأداء وقواعد تقييمه (النجاح، 2014).

ثامناً: قياس العائد من التدريب

ويعرف بأنه: عملية احتساب الفائدة التي تترتب على تنفيذ برنامج تدريبي/ دورة تدريبية. وهي من أهم العمليات التي يتم من خلالها قياس القيمة الواقعية التي تنشأ من عمل مقارنة بين نتائج ما قبل التدريب، ونتائج ما بعد التدريب، ويعتقد فليبس (2016)، أن تطوير أداء الموظفين لا يكون بإعطاء الموظف المزيد من الدورات، بينما تبقى المشكلات نفسها، لذلك لابد من معرفة طرق قياس العائد من التدريب.

وبحسب رودين (2005)، يمكن قياس العائد من التدريب من خلال إكساب الموظف الجديد المهارات اللازمة في إنجاز مهامه المطلوبة، واستجابة الموظفين القدامى للتدريب على مهارات جديدة تساعدهم في إنجاز المهام المتجددة بصورة أفضل.

أما محمد (2019)، فيرى أن قياس العائد من التدريب يبدأ مع التخطيط للتدريب، فيعتبر أن تحليل الاحتياج، وتصميم البرنامج التدريبي بناء عليه يعد من أهم خطوات القياس، فتحقيق أهداف التدريب تبنى على الاحتياج التدريبي.

المبحث الثالث: مجموعة الاتصالات الفلسطينية

أولاً: تمهيد

منذ أكثر من 20 عاماً، وشركة الاتصالات الفلسطينية Paltel هي المستثمر الأكبر في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والذي بدوره يعتبر القطاع الأكثر تطوراً في قطاعات البنية التحتية الفلسطينية، فمنذ اللحظة الأولى؛ تعهدت Paltel ببناء البنية التحتية للشبكة الفلسطينية، وتجهيزها بصورة متطورة، وقامت على مدار تلك الأعوام باستثمار مئات ملايين الدولارات لنشر شبكتها من رفح إلى جنين.

تقدم Paltel خدمات متنوعة، ومنها: الاتصالات الثابتة، خدمات الإنترنت، تراسل المعطيات، وغيرها من الخدمات، بالإضافة لتقديم خدمات المبيعات بالجملة لكبرى شركات الاتصالات العاملة في الشرق الأوسط.

كما وتأسست المجموعة عام 1995 كشركة مساهمة عامة، لتوفر خدمات الاتصالات الثابتة، والخلوية، وخدمات الإنترنت، إضافة إلى تطويع آخر التطورات والتطبيقات التكنولوجية من أجل بناء المستقبل التكنولوجي في فلسطين، وهي رائدة قطاع الاتصالات في فلسطين، وتتصدر توفير أحدث التقنيات، وتعتبر المنشأة الأولى في فلسطين من حيث القدرة التوظيفية ضمن مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني (مجموعة الإتصالات الفلسطينية، 2019).

وتتكون مجموعة الاتصالات الفلسطينية من عدة شركات، أهمها: شركة الاتصالات الفلسطينية بالتل، شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية جوال، شركة حضارة، الاستثمار التكنولوجي، وشركة ريتش لخدمات الاتصالات، شركة بوابة أريحا للاستثمار العقاري (مجموعة الإتصالات الفلسطينية، 2019).

ثانياً: رؤية مجموعة الاتصالات الفلسطينية

تلتزم أن تكون الخيار الأول لمشاركي خدمات الاتصالات، من خلال الالتزام بالقيم والمبادئ الخاصة بالمجتمع الفلسطيني، واتباع المعايير العليا في الممارسات الإدارية والعناية بالزبائن، وتوفير أفضل خدمات الاتصالات في فلسطين (مجموعة الإتصالات الفلسطينية، 2021).

ثالثاً: المهمات

العمل على تعزيز وإلهام البيئة الاجتماعية في المجتمع الفلسطيني من خلال بناء فلسطين الرقمية الحديثة والمرتبطة في العالم (مجموعة الإتصالات الفلسطينية، 2021).

رابعاً: القيم

تعتمد مجموعة الاتصالات الفلسطينية على القيم الجوهرية في أداء عمل العاملين فيها، وتمكين القيم المؤسسية من خلال قيامهم بواجباتهم تجاه جماهير المجموعة.

1- الشفافية والاستدامة: لضمان الاستدامة في خدمات وتوجهات مجموعة الاتصالات الفلسطينية، يتم تطبيق معايير الشفافية في كل أعمالها ومشاريعها.

2- النزاهة والأمانة: المحافظة على ثقة الجماهير من خلال مراعاة قيم النزاهة والأمانة، يحافظ على تدعيم خطط المجموعة، والسير نحو تحقيق أهدافها، مع المحافظة على حقوق موظفيها ومشاركتيها.

3- تعزيز القدرات الداخلية: الاهتمام بالعامل البشري، يساهم في نجاح عمل الشركات التابعة للمجموعة.

4- الجودة والتميز في خدماتها: قراءة المستقبل التكنولوجي، يساعد على تنمية الخبرات المحلية، ويساعد على التكيف المستمر مع الواقع الفلسطيني.

5- رضا المشتركين: الاهتمام بالجمهور، ومعرفة احتياجاته من أهم الأولويات التي تهتم بها مجموعة الاتصالات الفلسطينية، حيث تبذل جهداً كبيراً لتلبية رغباتهم.

6- الأخلاقيات والبادئ: تستمد مجموعة الاتصالات الفلسطينية المبادئ من أخلاق المجتمع الفلسطيني التي تشكل أساساً لعملها، ومنازة لتوجهاتها المستقبلية.

7- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والوطنية: من خلال تعزيز قطاع الاتصالات في فلسطين، تلتزم المجموعة بالمسؤولية الاجتماعية لتحقيق التنمية المستدامة من خلال المسؤولية الوطنية الواقعة على عاتقها.

8- الشراكة نحو بناء المستقبل التكنولوجي: تطمح المجموعة للعمل كشريك مع كل مؤسسة فلسطينية ومواطن فلسطيني، من أجل بناء مستقبل تكنولوجي مميز في فلسطين (مجموعة الإتصالات الفلسطينية، 2019).

خامساً: التدريب في مجموعة الاتصالات الفلسطينية

يعد الموظف من أهم الموارد التي تقوم عليها الشركة، ومجموعة الاتصالات الفلسطينية تركز على الاستثمار في الموظف، فتسعى لتزويدهم بالتدريب الكافي، لمواكبة كل المستجدات، والوصول إلى إنتاجية أعلى، وتعزيز ثقتهم بأنفسهم، بالإضافة إلى تنظيم الدورات الخاصة بالكفاءات السلوكية، والمشاركة في مؤتمرات عالمية وإقليمية (تقرير مجموعة الاتصالات الفلسطينية، 2020)

وفي عام 2019 تم عقد 144 دورة لها علاقة بطبيعة الوظيفة، و29 دورة لها علاقة بالكفاءات السلوكية، مقارنة بسنة 2018 التي عقد فيها 130 دورة لها علاقة بالكفاءات السلوكية، و60 دورة لها علاقة بطبيعة الوظيفة، حيث بلغ عدد الملتحقين بالدورات من الموظفين في سنة 2018 مقارنة بسنة 2019 في الدورات التي لها علاقة بالكفاءات السلوكية 1063 موظف، و1022 موظف التحقوا بدورات لها علاقة بطبيعة الوظيفة، وفي عام 2019 عدد الملتحقين بدورات لها علاقة بطبيعة الوظيفة 779 موظف، بينما عدد الملتحقين التي تتعلق بالكفاءات السلوكية بلغ 358 حسب تقرير مجموعة الاتصالات الفلسطينية لعام 2019.

وفي مايلي جدول يوضح الدورات المنعقدة في عام 2018 و2019.

جدول رقم 1: توضيح الدورات المنعقدة في عام 2018 و 2019

2019		2018		#	عنوان التدريب
عدد الملتحقين	عدد الدورات	عدد الملتحقين	عدد الدورات		
779	144	1022	60		دورات مرتبطة بطبيعة الوظيفة
358	29	1063	130		الكفاءات السلوكية

علما أنه لا يوجد مراجع حول الدورات التدريبية التي تقدم للموظفين في مجموعة الإتصالات الفلسطينية في ظل أزمة كورونا المستجدة حيث تعذر عقد الدورات التدريبية خوفا من تفشي الفايروس بين الموظفين.

الفصل الرابع
المنهج والإجراءات

الفصل الرابع

المنهج والإجراءات

أولاً: تمهيد

تركز منهجية البحث بشكل أساسي على كيفية قيام الباحث بتصميم دراسته لضمان الوصول إلى نتائج مثبتة وموثوقة تتناول أهداف وغايات الدراسة التي تتمحور حول "دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية". ويتم ذلك من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية:

1. ما هي منهجية الدراسة؟
2. ما هي البيانات التي تم جمعها؟
3. ما هي مصادر تلك البيانات؟ كيفية تحديد عينة البحث؟
4. كيف يتم جمع البيانات؟
5. كيف يتم تحليل البيانات التي تم جمعها؟

يتناول هذا الفصل وصفاً لمنهجية الدراسة، أداة الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، إجراءات الدراسة ومتغيرات الدراسة.

ثانياً: منهجية الدراسة:

قام الباحث باتباع المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لأغراض هذه الدراسة، وهو المنهج الذي يهتم بالظاهرة كما هي في الواقع، ويعمل على وصفها، وتحليلها، وربطها بالظواهر الأخرى (الآغا، 2000). حيث اعتمد الباحث على مصادر المعلومات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتحليلها، و ثم تجميع البيانات عن طريق الاستبانة، التي تم إعدادها بناء على الإطار النظري والدراسات السابقة.

والدراسة الحالية أول ما تهدف إلى وصف الحالة المتعلقة بتطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة، ودور التدريب في تحسين مهارات العاملين، ومن ثم التعرف على الآليات والخطوات المتبعة في اختيار الدورات، وتقديمها والفائدة المرجوة منها، فهي تحاول الوصف، ثم تهدف إلى تفسير وتحليل الحالة التي عليها مستويات وأنواع التدريب المقدم للعاملين في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية. ولهذا، وجد الباحث أن هذا المنهج هو الأكثر ملاءمة لطبيعة البحث.

ثالثاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، إذ يبلغ عدد العاملين في دائرة العلاقات العامة لدى شركة الاتصالات الفلسطينية (14) عاملاً (مقابلة مع مدير دائرة العلاقات العامة في شركة الاتصالات الفلسطينية، 2021)، بينما بلغ عدد العاملين في دائرة العلاقات العامة في شركة الاتصالات الخلوية جوال (12) عاملاً (مقابلة مع مدير دائرة شركة الاتصالات الخلوية جوال، 2021).

وقد تم اختيار مجموعة الاتصالات الفلسطينية لأنها تعتبر من أكبر الشركات الفلسطينية، ولتميزها بعدد من الميزات، أهمها وجود قسمين متخصصين بإدارة العلاقات العامة، وبأقدميتها في السوق الفلسطيني، كذلك الاهتمام بتطوير العاملين لديها.

استخدم الباحث أسلوب المسح الشامل، والذي يعبر عن المعطيات التي يتم جمعها من مفردات المجتمع الإحصائي، كافة مفردات المجتمع الإحصائي. **Invalid source specified.**

حيث قام الباحث باختيار عينة مؤلفة من ستة وعشرين (26) موظفاً منهم، وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة من العاملين في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية حسب متغيراتها:

جدول (2): توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية (%)
النوع	ذكر	12	46.2
	أنثى	14	53.8
	المجموع	26	100.0
المؤهل العلمي	دبلوم	3	11.5
	بكالوريوس	19	73.1
	دراسات عليا	4	15.4
	المجموع	26	100.0
الحالة الاجتماعية	أعزب/ أعزباء	20	76.9
	متزوج/ة	6	23.1
	المجموع	26	100.0
العمر	أقل من 25	15	57.7
	25 أقل من 35	8	30.8
	35 أقل من 45	3	11.5
	45 فأكثر	0	0
	المجموع	26	100.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	18	69.2
	5 إلى 10 سنوات	4	15.4
	أكثر من 10 سنوات	4	15.4
	المجموع	26	100.0
عدد الدورات التدريبية	بدون	4	15.4
	1-5 دورات تدريبية	16	61.5
	أكثر من 5 دورات تدريبية	6	23.1
	المجموع	26	100.0

يتضح من الجدول رقم (2) أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

رابعاً: أدوات الدراسة

- بناءً على طبيعة البيانات المراد جمعها، وعلى المنهج المتبع في البحث، وبحسب الإمكانيات المتاحة، وللحصول على نتائج أكثر دقة، ولأن عدد أفراد المجتمع (26) مبحوث، بالتالي وبهدف تصنيف البيانات وترتيبها بشكل مبسط ومفهوم ومعبر، لجأ الباحث لاستخدام أداة الاستبانة، وللحصول على معلومات أكثر وتفصيلية تم اختيار الأداة الثانية المقابلة لعدد معين من أصحاب

المصلحة، حيث قام الباحث بتطوير أداتين للدراسة لجمع البيانات الكمية والنوعية المتعلقة بموضوع الدراسة وهو التعرف على دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، وهاتين الأداتان هما:

• الاستبيان: حيث يعد أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين من خلال تقديم عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين (عبيدات، 1988، ص 121).

• المقابلة: وهي عبارة عن حوار يدور بين الباحث والشخص الذي تتم مقابله. يبدأ هذا الحوار بخلق علاقة وئام بينهما، ليضمن الباحث الحد الأدنى من تعاون المستجيب، ثم يشرح الباحث الغرض من المقابلة، وتعتبر المقابلة استبانة شفوية ممكن أن تكون وجاهية، أو من خلال وسائل اتصال أخرى (غنيم، 2000).

تم استخدام الأداتين كما يأتي:

1. الاستبانة

قام الباحث بتصميم الاستبانة وتطويرها كأداة لجمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري المتعلق بدوائر العلاقات العامة في المؤسسات الخاصة.

2. مراجعة الأبحاث والدراسات والكتب التي بحثت في التدريب.

3. المناقشات والأفكار مع المتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت الاستبانة من جزئين يشمل الجزء الأول منها المعلومات الأولية الديموغرافية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة. أما الجزء الثاني فاشتمل على خمسة وثلاثين (35) فقرة موزعة على أربعة محاور هي: قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها، ومجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، والمهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة

الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم، مثل: مهارات بناء السمعة و القدرة على التأثير على الزبائن (الإقناع)، والاتجاهات والسلوكيات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم، مثل: إدراك أهمية العمل على بناء السمعة، وأهمية تطوير مهارات الإقناع، كما يبين الجدول 2:

جدول (3) : فقرات الاستبانة تبعاً لمحاورها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها	7
2	مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية	13
3	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	7
4	الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	8
المجموع		35

وقد أعطيت درجات الفقرات ال 35 من خلال مقياس ليكرت الخماسي كما يبين الجدول رقم (3)

جدول (4) مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	الاستجابة			
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة
	5	4	3	2
				1

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمحاورها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين الجدول الاستجابة على كل محور ودرجتها.

خامساً: صدق وثبات الأداة

تمّ التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في تدريس العلاقات العامة ومدربين مختصين وخبراء ومحلل إحصائي (ملحق رقم 2)، وقد طلب

من المحكمين إبداء الرأي في فقرات الاستبانة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمحور الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها، أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى أحد المحكمين ضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات لغوياً، بينما وافق الآخرون على طرحها، لقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من محورين وخمسة وثلاثين (35) فقرة، وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق رقم 1).

وقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha والجدول (4) يبين معاملات الثبات للاستبانة ومحاورها.

جدول (5): معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha

الرقم	المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها	7	87.1
2	مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية	13	95.0
3	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	7	91.6
4	الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	8	95.9
	الثبات الكلي للأداة	35	96.1

يتضح من الجدول رقم (4) أن معاملات الثبات لمحاور الاستبانة تراوحت بين (87.1 - 95.9) للمحور الأول: (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والثاني: (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (96.1)، وهي معاملات ثبات عالية تفي بأغراض البحث العلمي.

2. المقابلة

قام الباحث بتصميم نموذج مقابلة تتكون من مجموعة من الأسئلة تتعلق بالتدريب وتدريب الموظفين والمهارات التدريبية التي يكتسبونها، وقد تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض نموذج المقابلة على مجموعة من المختصين بمجال العلاقات العامة والتدريب وخبراء ومحلل إحصائي (ملحق رقم 2)، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في أسئلة المقابلة من حيث صياغة الأسئلة، ومدى مناسبتها للموضوع الذي وضعت لأجله، وقد أجمع المحكمون على صلاحيتها.

سادساً: إجراءات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- الحصول على موافقة الجهات ذات الاختصاص.
- قام الباحث بتوزيع الاستبانة إلكترونياً، وقد تم استرجاع (26) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد نسبة 100% من مجتمع الدراسة.
- مقابلة مدراء العلاقات العامة في شركتي الاتصالات وجوال ومدراء في الموارد البشرية والتدريب ومدربين مختصين وخبراء ومحلل إحصائي.
- إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

سابعاً: متغيرات الدراسة

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ - المتغيرات الديموغرافية:

- النوع الاجتماعي: وله مستويان (ذكر، وأنثى).
- المؤهل العلمي: وله ثلاثة مستويات (دبلوم، وبكالوريوس، ودراسات عليا).
- الحالة الاجتماعية: وله مستويان (أعزب، ومتزوج).
- سنوات العمر: وله أربعة مستويات (أقل من 25، و25 أقل من 35، و35 أقل من 45، وأكثر من 45).
- سنوات الخبرة: وله ثلاثة مستويات (أقل من 5 سنوات، و5 إلى 10 سنوات، وأكثر من 10 سنوات).
- الدورات التدريبية: وله ثلاثة مستويات (بدون دورات، 1-5 دورات، وأكثر من 5 دورات).

ب - المتغير التابع:

يتمثل المتغير التابع في استجابات المبحوثين من العاملين في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بدور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية أنموذجاً.

ثامناً: المعالجات الإحصائية

بعد تفريغ إجابات أفراد العينة على الأداة الأولى (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.
2. معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار.
3. اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لمعرفة الفروق المتعلقة بمتغيرات (المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة، وسنوات العمر، وعدد الدورات التدريبية).
4. اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample T- test لمعرفة الفروق المتعلقة بمتغير (النوع الاجتماعي، والحالة الاجتماعية).
5. اختبار المقارنات البعدية LSD لمعرفة الفروق في المتغيرات التي يتم رفض الفرضيات الخاصة بها.

الفصل الخامس

عرض النتائج

الفصل الخامس

عرض النتائج

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات الفلسطينية: دراسة حالة، ومن أجل تحقيق ذلك استخدم الباحث استبانة مؤلفة من أربعة محاور وخمس وثلاثين (35) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من ستة وعشرين (26) موظفاً من العاملين في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)

فيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيسي، والذي ينص على: ما دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور أداة الدراسة (الأول) المتمثل في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية بمحاورة: (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها، ومجالات الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، والمهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم، والاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)؛ إذ حسبت طول المدى وهو (5-1 = 4) ثم قسمته على 5 فترات (5/4 = 0.8) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمد الباحث التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يأتي:

المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة مرتفعة جداً.

المتوسط الحسابي (3.41- 4.20 ويعادل 68.2% - 84.0) درجة مرتفعة.

المتوسط الحسابي (2.61- 3.40 ويعادل 52.2% - 68.0 %) درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي (1.81- 2.60 ويعادل 36.2% - 52.0 %) درجة منخفضة.

المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة منخفضة جداً.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم(6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لمحاور دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم المجال	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	1	مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية	4.34	0.50	86.8	مرتفعة جداً
2	2	الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	4.30	0.57	86.0	مرتفعة جداً
3	3	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	4.25	0.57	85.0	مرتفعة جداً
4	4	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها	3.93	0.66	78.6	مرتفعة
						الدرجة الكلية
			4.21	0.47	84.2	مرتفعة جداً

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (5) أن درجة محاور دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية كانت جميعها بين المرتفعة والمرتفعة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.93) و(4.34)، وهما المجالان (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها) و(مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.21).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول

والذي ينص على: ما مدى سعي مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لموظفي دوائر العلاقات العامة فيها؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور أداة الدراسة الأول (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والجدول (6) يبين ذلك:

جدول رقم(7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الأول (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	تنظم دائرة العلاقات العامة دورات تدريبية تلبي احتياجات المؤسسة	4.42	0.64	88.4	مرتفعة جداً
2	3	تتعرف دائرة العلاقات العامة إلى احتياجات المؤسسة من الدورات	4.34	0.68	86.8	مرتفعة جداً
3	2	تشرك دائرة العلاقات العامة خبراء متخصصين في التدريب	4.30	0.78	86.0	مرتفعة جداً
4	6	التحقت بدورات تدريبية بسبب تشجيع دائرة العلاقات العامة عليها	4.19	0.56	83.8	مرتفعة
5	5	تجري دائرة العلاقات العامة جولات في الأقسام للتعريف بالدورات التدريبية	3.73	1.04	74.6	مرتفعة
6	4	توزع دائرة العلاقات العامة نشرات تعريفية بالدورات التدريبية	3.69	1.08	73.8	مرتفعة
7	7	دورات العلاقات العامة مضيعة للوقت والجهد ولا تساهم في تنمية الموظفين	2.88	1.47	57.6	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.93	0.66	78.6	مرتفعة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6) أن فقرات (6) قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها) كانت جميعها بين المتوسطة والمرتفعة جداً، فقد

تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.88) و(4.42) وهما الفقرات (دورات العلاقات العامة مضيعة للوقت والجهد ولا تساهم في تنمية الموظفين) و(تنظم دائرة العلاقات العامة دورات تدريبية تلبي احتياجات المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.93).

وهذه النتيجة تشير بوضوح إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يرون أن دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تنظم الدورات التي تلبي احتياجات المؤسسة، وتسعى للتعرف باستمرار على هذه الاحتياجات بهدف تلبيتها، وتقوم بإشراك الخبراء والمتخصصين في عملية التدريب. وتشير النتائج بدرجة أقل إلى أن المبحوثين شاركوا في مثل هذه الدورات بتشجيع من دائرة العلاقات العامة، وأن هذه الدائرة تقوم بعمل جولات بين الأقسام للتعريف بالدورات، كما أنها تقوم بتوزيع النشرات التوعوية حول هذه الدورات. إلا أن النتائج تشير بدرجة أقل (درجة متوسطة) لإجابة المبحوثين حول اعتبار هذه الدورات مضيعة للوقت والجهد ولا تساهم في تنمية الموظفين، وهي نقطة تستحق الاهتمام. فمن الواضح أن تقييم المبحوثين للدورات عالية إلى عالية جدا، إلا أن السؤال المتعلق بجدوى هذه الدورات، وقيمة الاستفادة منها بقيت متوسطة، الأمر الذي قد يشير إلى أن تلك الدورات لم تشبع احتياجات وتطلعات المبحوثين. ويعزى ذلك إلى أن المبحوثين قد استفادوا على المستوى الشخصي، لكن على المستوى المهني اعتبروا أن جزءا من الدورات كان ترفيهيا، ومضيعة للوقت، خصوصا إذا نظرنا إلى ضغط العمل وضرورة المشاركة في الدورات أثناء العمل.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: ما مجال الدورات التدريبية التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة؟ ولإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور أداة الدراسة الثاني: (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، والجدول (7) يبين ذلك:

جدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الثاني (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع الجمهور الخارجي للشركة	4.57	0.50	91.4	مرتفعة جداً
2	10	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بإدارة الأزمات	4.46	0.58	85.2	مرتفعة جداً
3	2	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بمهارات الإنتاج الاعلامي المرئي	4.46	0.58	89.2	مرتفعة جداً
4	3	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات في إدارة السمعة الرقمية عن الشركة	4.42	0.57	88.4	مرتفعة جداً
5	4	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات متخصصة في البيان الصحفي	4.38	0.57	87.6	مرتفعة جداً
6	5	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بالتشبيك مع المؤسسات الخاصة والعامة	4.38	0.75	87.6	مرتفعة جداً
7	6	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بإنشاء وإدارة المحتوى	4.34	0.56	86.8	مرتفعة جداً
8	7	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق	4.34	0.79	86.8	مرتفعة جداً

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
		بالتنسيق مع وبين دوائر الشركة المختلفة				
9	8	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات في إنشاء مجموعات الضغط والتأثير	4.30	0.73	86.0	مرتفعة جداً
10	9	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	4.26	0.60	85.2	مرتفعة جداً
11	11	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق باستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية	4.19	0.74	83.8	مرتفعة
12	12	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات متخصصة بالأبحاث واستطلاعات الرأي	4.15	0.78	83.0	مرتفعة
13	13	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع موظفي الشركة	4.15	0.61	83.0	مرتفعة
		الدرجة الكلية	4.34	0.50	86.8	مرتفعة جداً

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (7) أن فقرات (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، كانت جميعها بين المرتفعة والمرتفعة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (4.15) و(4.57)، وهما الفقرتان (يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع موظفي الشركة)، و(يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع الجمهور الخارجي للشركة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.34).

وهذه النتيجة تشير بوضوح إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يرون أنه كان من الأكثر أهمية عقد دورات خاصة بكيفية التعامل مع الجمهور الخارجي، وعقد دورات تتعلق بمهارات الإنتاج الاعلامي المرئي.

وتشير النتائج بدرجة أقل إلى اهتمام المبحوثين بالدورات الخاصة بالأبحاث واستطلاعات الرأي، والدورات الخاصة في التعامل مع موظفي الشركة، ويعتقد الباحث أن السبب في ذلك هو وجود قسم متخصص بأبحاث واستطلاعات الرأي، يعمل ضمن دائرة التسويق، بالإضافة إلى وجود دائرة الموارد البشرية التي من أهم صلاحياتها الاهتمام والتواصل مع الجمهور الداخلي.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث

والذي ينص على: ما المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور أداة الدراسة الثالث (المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم)، والجدول (8) يبين ذلك:

جدول رقم (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الثالث (المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	القدرة على قياس حاجات الجمهور الخارجي والداخلي فيما يتعلق بخدمات الشركة	4.42	0.57	88.4	مرتفعة جداً
2	2	القدرة على إدخال تقنيات إعلامية جديدة في الشركة واستخدامها	4.42	0.70	88.4	مرتفعة جداً
3	3	القدرة على إدارة السمعة الإلكترونية وتعزيز الصورة الذهنية للشركة	4.34	0.48	86.8	مرتفعة جداً

مرتفعة جداً	86.8	0.84	4.34	مهارات الإقناع	4	4
مرتفعة جداً	84.6	0.71	4.23	مهارات أساسية في مجال الإعلام والإعلان	5	5
مرتفعة	81.4	0.79	4.07	مهارات التحليل و التفكير الناقد	6	6
مرتفعة	79.2	0.99	3.96	مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير	7	7
مرتفعة جداً	85.0	0.57	4.25	الدرجة الكلية		

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8)، أن فقرة (المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم)، كانت جميعها بين المرتفعة والمرتفعة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.96) و(4.42)، وهما الفقرات (مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير)، و(القدرة على قياس حاجات الجمهور الخارجي والداخلي فيما يتعلق بخدمات الشركة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.25).

ويعتقد الباحث أن السبب الرئيسي في ذلك يعود إلى أهمية اكتساب العاملين لمهارات جديدة من خلال التدريب، تواكب العصر التكنولوجي الحالي، فالغالبية العظمى من المبحوثين يرون أن المهارات الخاصة بكيفية التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي، بالإضافة إلى امتلاك مهارات جديدة في التعامل مع التقنيات الحديثة من أهم أولوياتهم، ما يعني أن الحاجة إلى هذه المهارات أهم من مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير، ومهارات التحليل والتفكير الناقد، ويعزو الباحث وجود دوائر أخرى من مهامها إنشاء علاقات مع أصحاب المصلحة المؤثرون، و ابتكار أفكار تسويقية جديدة.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع

والذي ينص على: ما الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور أداة الدراسة الرابع (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، والجدول (9) يبين ذلك:

جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمحور الرابع (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	أهمية مواكبة (معرفة واستخدام) التطور التكنولوجي في مجال العلاقات العامة	4.38	0.63	87.6	مرتفعة جداً
2	2	امتلاك مهارات جديدة في تطوير الشخصية	4.34	0.62	86.8	مرتفعة جداً
3	3	إضافة نوعية للمهام التي أقوم بها	4.34	0.62	86.8	مرتفعة جداً
4	4	أهمية البرامج التدريبية لتعزيز الصورة الذهنية للشركة	4.30	0.61	86.0	مرتفعة جداً
5	6	أهمية دور العلاقات العامة في دعم دوائر الشركة الأخرى وتحديدا دائرة التسويق	4.26	0.72	85.2	مرتفعة جداً
6	4	أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الولاء لدى زبائن الشركة	4.26	0.60	85.2	مرتفعة جداً
7	5	أهمية إنشاء تحالفات وعلاقات شراكة مستدامة	4.26	0.91	85.2	مرتفعة جداً

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
8	7	تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة	4.26	0.60	85.2	مرتفعة جداً
الدرجة الكلية			4.30	0.57	86.0	مرتفعة جداً

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (9) أن فقرات (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، كانت جميعها مرتفعة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (4.26) و(4.38)، وهما الفقرات (تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة)، و(أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الولاء لدى زبائن الشركة، وأهمية إنشاء تحالفات وعلاقات شراكة مستدامة، وأهمية مواكبة (معرفة واستخدام التطور التكنولوجي في مجال العلاقات العامة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.30).

ويرى الباحث أن ذلك يعود إلى اهتمام الشركة بأمر تتعلق بالتقنيات الحديثة في العمل، ومهارات تطوير الشخصية، ومهارات تتعلق بالمهام التي يقوم بها الموظف، والتي لها أولوية للشركة في إكسابها موظفيها.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس

والذي ينص على: هل تختلف اتجاهات العاملين نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، عدد الدورات التدريبية)؟

من أجل الإجابة عن هذا السؤال ، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample T- test لمعرفة الفروق المتعلقة بمتغير (النوع الاجتماعي)، واختبار التباين الأحادي

One Way ANOVA لمعرفة الفروق المتعلقة بمتغيرات (المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة، وعدد الدورات التدريبية)، اختبار المقارنات البعدية LSD لمعرفة الفروق في المتغيرات التي يتم رفض الفرضيات الخاصة بها، والجداول التالية توضح ذلك:

1. متغير النوع الاجتماعي

جدول رقم (11): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي

مستوى الدلالة *	قيمة (ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	النوع الاجتماعي	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها
0.995	0.006	0.61	3.94	12	ذكر	
		0.72	3.93	14	أنثى	
0.617	-0.507	0.52	4.28	12	ذكر	مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية
		0.49	4.39	14	أنثى	
0.948	-0.066	0.48	4.25	12	ذكر	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم
		0.66	4.26	14	أنثى	
0.594	0.541	0.37	4.37	12	ذكر	الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم
		0.71	4.25	14	أنثى	
0.990	0.013	0.39	4.21	12	ذكر	الدرجة الكلية
		0.55	4.21	14	أنثى	

= $\alpha(0.05)$ * (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.990)، وهذه القيمة أكبر من (0.05). وكذلك الامر بالنسبة لمحاور الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المحاور الأربعة.

2. متغير المؤهل العلمي

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دبلوم	3	3.82	0.17
بكالوريوس	19	4.37	0.43
دراسات عليا	4	3.70	0.26
الكلية	26	4.21	0.47

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المؤهل العلمي) ،حيث كان أعلاها لمستوى بكالوريوس (4.37)، يليه مستوى دبلوم (3.82)، وأخيراً مستوى دراسات عليا (3.70)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (12).

جدول رقم (13): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها	المحور الأول
*0.032	3.998	1.422	2	2.845	بين المجموعات		
		0.356	23	8.183	داخل المجموعات		
			25	11.027	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية	المحور الثاني
0.459	0.805	0.206	2	0.412	بين المجموعات		
		0.256	23	5.887	داخل المجموعات		
			25	6.299	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	المحور الثالث
*0.039	3.740	1.027	2	2.054	بين المجموعات		
		0.275	23	6.315	داخل المجموعات		
			25	8.368	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الاتجاهات التي يكتسبها
---------------	----------	----------------	-------------	----------------	--------------	------------------------

*0.001	10.546	2.005	2	4.010	بين المجموعات	العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	المحور الرابع
		0.190	23	4.372	داخل المجموعات		
			25	8.382	المجموع		
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية	
*0.007	6.282	1.003	2	2.006	بين المجموعات		
		0.160	23	3.673	داخل المجموعات		
				25	5.679	المجموع	

* (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.007)، وهذه القيمة أقل من (0.05). أما بالنسبة لمحاور الدراسة، فإنه توجد فروق في المحور الأول: (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والثالث: (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، والرابع: (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، بينما لا يوجد فروق في المحور الثاني (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية).

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول التالية توضح ذلك

جدول رقم (14): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي في الدرجة الكلية.

المستوى	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
دبلوم	_____	*-0.55279	0.12165
بكالوريوس	_____	_____	*-0.67445
دراسات عليا	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (بكالوريوس) ومستويات (دبلوم، ودراسات عليا) ولصالح مستوى (بكالوريوس) بفارق (0.55279) عن الدبلوم، و(0.67445) بفارق عن مستوى دراسات عليا.

جدول رقم (15): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي في المحور الأول (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها).

المستوى	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
دبلوم	_____	-0.56391	0.28571
بكالوريوس	_____	_____	*0.84962
دراسات عليا	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (بكالوريوس) ومستوى (دراسات عليا) ولصالح مستوى (بكالوريوس) بفارق (0.84962) بفارق عن مستوى دراسات عليا.

جدول رقم (16): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي في المحور الثالث (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم).

المستوى	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
دبلوم	_____	-0.66667	-0.05952
بكالوريوس	_____	_____	*0.60714
دراسات عليا	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (بكالوريوس) ومستوى (دراسات عليا) ولصالح مستوى (بكالوريوس) بفارق (0.60714) بفارق عن مستوى دراسات عليا.

جدول رقم (17): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق حول دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي في المحور الرابع (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم).

المستوى	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
دبلوم	_____	*0.87939	.01042
بكالوريوس	_____	_____	*0.88980
دراسات عليا	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (بكالوريوس) ومستويات (دبلوم، ودراسات عليا) ولصالح مستوى (بكالوريوس) بفارق (0.87939) عن الدبلوم، وبفارق (0.88980) عن مستوى دراسات عليا.

2. متغير سنوات الخبرة

جدول رقم(18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير سنوات الخبرة للدرجة الكلية

سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من 5 سنوات	18	4.17	0.52
5 إلى 10 سنوات	4	4.28	0.55
أكثر من 10 سنوات	4	4.30	0.12
الكلية	26	4.21	0.47

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (سنوات الخبرة)، حيث كان أعلاها لمستوى (أكثر من 10 سنوات)، يلي ذلك مستوى (5 إلى 10 سنوات)، وأخيراً

مستوى (أقل من 5 سنوات)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (18)

جدول رقم (19): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير سنوات الخبرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها	المحور الأول
0.852	0.162	0.076	2	0.153	بين المجموعات		
		0.473	23	10.875	داخل المجموعات		
			25	11.027	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية	المحور الثاني
0.935	0.068	0.018	2	0.037	بين المجموعات		
		0.272	23	6.262	داخل المجموعات		
			25	6.299	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة	المحور الثالث
0.974	0.026	0.009	2	.019	بين المجموعات		

		0.363	23	8.349	داخل المجموعات	لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم
			25	8.368	المجموع	

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	المحور الربع
0.710	.348	0.123	2	0.246	بين المجموعات		
		0.354	23	8.136	داخل المجموعات		
			25	8.382	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
0.844	.171	0.042	2	0.083	بين المجموعات	
		0.243	23	5.596	داخل المجموعات	
			25	5.679	المجموع	

* (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير سنوات الخبرة،

فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.844)، وهذه القيمة أكبر من (0.05). أما بالنسبة لمحاور الدراسة ، فإنه لا توجد فروق في المحاور الأربعة.

4. متغير عدد الدورات التدريبية

جدول رقم(20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير عدد الدورات التدريبية للدرجة الكلية

عدد الدورات التدريبية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بدون	4	4.23	0.47
أقل من 5	16	4.18	0.56
أكثر	6	4.26	0.20
الكلية	26	4.21	0.47

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (عدد الدورات التدريبية)، وحيث كان أعلاها لمستوى (أكثر)، يلي ذلك مستوى (أقل من 5)، وأخيراً مستوى (5) فأقل، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (20)

جدول رقم (21): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير عدد الدورات التدريبية

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها	المحور الأول
0.983	0.018	0.008	2	0.017	بين المجموعات		
		0.479	23	11.011	داخل المجموعات		
			25	11.027	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مجالات الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية	المحور الثاني
0.582	0.553	0.145	2	0.289	بين المجموعات		
		0.261	23	6.009	داخل المجموعات		
			25	6.299	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة له	المحور الثالث
0.993	0.008	0.003	2	0.005	بين المجموعات		
		0.364	23	8.363	داخل المجموعات		
			25	8.368	المجموع		

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم	المحور الرابع
0.721	0.331	0.117	2	0.235	بين المجموعات		
		0.354	23	8.147	داخل المجموعات		
			25	8.382	المجموع		
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية	

0.948	0.053	0.013	2	0.026	بين المجموعات
		0.246	23	5.653	داخل المجموعات
			25	5.679	المجموع

* (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تعزى لمتغير عدد الدورات التدريبية، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.948)، وهذه القيمة أكبر من (0.05). أما بالنسبة لمحاور الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المحاور الأربعة.

ثانياً: النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الثانية (المقابلة)

1. النتائج المتعلقة بالمحور الأول بقدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات

تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها

عند السؤال عن قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها، أجاب باسل المصري مدير دائرة التدريب في شركة الاتصالات الفلسطينية، أنه يتم أخذ دورات تخصصية في الإدارة المالية، وحسب احتياج الموظف، فيتم إعطاؤهم الأفضل ليقدموا كل ما عندهم، بالتالي تم استقطاب من عندهم شغف وحب وولاء. أما مدير الموارد البشرية لشركة الاتصالات سليمان فأجاب أن حل المشكلة يعتمد على المدرب نفسه، حسب التوصيات والتقييم، يتم أخذ نقاط الضعف الموجودة فيه، والعمل عليها. وذكر مؤيد دويكات رئيس نقابة العاملين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية سابقاً والخبير في مجال التدريب أنه يتم دراسة الاحتياجات التدريبية لكل الشركة، وهناك قسم يتبع له اسمه التدريب والتطوير، هو الذي يكون معنياً بتدريب الموظفين والكوادر البشرية الموجودة بالشركة، لكن الاتصالات التسويقية قد يكون لها دور في الترشيح أو في التدريب الذي يخص موظفيها، يعني مثلاً تبحث عن دورات معينة،

أو عن احتياجات معينة تناسب الموظفين، أو تبحث عن أشياء مطورة جديدة، فالمخلص أن هناك قسماً خاصاً مسؤولاً عن التدريب تحت قسم الموارد البشرية، وليس تحت قسم العلاقات العامة. وذكر حازم عكاوي مدير العلاقات العامة في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال يكون هناك تواصل مع المدرب ومع دائرة الموارد البشرية، وإدارة تشرف على ذلك، ويكون هناك تقييم مهم ما بعد التدريب، والزملاء الذين لم يحضروا هذا التدريب، يقوم الموظف الذي حضره بشرح ما تم أخذه لهم بطريقة أو بأخرى، ويكون هناك متابعة. وأشار بهجت لدادوة، خبير التدريب المعتمد والمدرب لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية، أن العلاقات العامة تقوم بتقديم دورات في المساهمة للمؤسسة، وتعزيز دورهم فيها.

يتبين مما سبق اتفاق المصري، والسرغلي على أن الدورات التدريبية تتم حسب الحاجة، كذلك اتفق مدير الموارد البشرية في شركة الاتصالات معهم عند إشارته إلى أن تنظيم الدورات يتم حسب التوصيات والتقييم، وكذلك اتفق دويكات معهم عندما ذكر أنه يتم دراسة الاحتياجات التدريبية لكل الشرك. في المقابل أشار عكاوي أن التقييم مهم في فترة ما بعد التدريب، كما أكد لدادوة على أهمية التدريب وتأثيره في تطوير مهارات العاملين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، وخاصة العاملين في دوائر العلاقات العامة.

2. النتائج المتعلقة بمجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية

وعند السؤال عن مجال الدورات التي يحتاجها العاملون أجاب المصري أنه يتم أخذ دورات تخصصية في الإدارة المالية، وحسب احتياج الموظف، فإذا كان موظفاً جديداً يأخذ الإكسل المبتدئ، ومن ثم المتقدم، ومن ثم التعامل مع الزبائن، وفن التعامل مع الجمهور، وهذه كلها دورات تخصصية تبدأ في المبتدئ، و تذهب إلى المتقدم.

وبالنسبة للاختلاف بين الدورات، ذكر المصري أن هناك دورات مشتركة بين العاملين في دوائر العلاقات العامة وبين الموظفين الآخرين، وأضاف هناك دورات تكون متخصصة للمدراء أو لمدراء المدراء. وأنه من أكثر الدورات التي فادت موظفوا العلاقات العامة دورات الكوتش بشكل

فردية، والتي يقصد بها الدورات الخاصة حيث يتم متابعة الموظف من قبل خبير في مجال، وأيضاً بناء العلامة التجارية، وكانت من خلال مدربين مختصين، كيفية التعامل مع الإعلام والمهارات، التصميم الجرافيكي، الكتابة التحريرية، مثلاً: للحملات، وذلك يعمل على توسيع مجالات الإدراك. أما السرعلي فذكر أن الدورات في العلاقات العامة في الشركة نوعان، نوع حسب الاحتياج، حيث يقوم المدير بتقييمهم، ومعرفة احتياجاتهم والعمل عليها، ونوع تتم المبادرة فيها، ليتم الاستثمار فيهم وتطويرهم، فإما الموارد البشرية فتعرض دورات، ويتم تقييم ما هو مناسب للموظفين، وإما أن يتم عرض دورات عليهم ليوفروها للموظفين الذين يتم ترشيحهم لذلك. وأضاف أبو حجلة أنه خلال أول كل شهر يتم تنزيل الدورات التي ستكون خلال الشهر والموظف يختار، وهذا يعتمد على الموظف نفسه. وأشار دويكات أنه يتم التركيز على مهارات الاتصال والتواصل، وفي موضوع التسويق، يتم الاهتمام بدورات الإتيكيت، وأيضاً هناك دورات أخرى يتم الاهتمام بها، مثل: دورات تتعلق بصقل المهارات الشخصية. وفي هذا الصدد تحدث عكاوي أن مجال الدورات التي يتم تقديمها تعتمد على صفات الموظف، ومن يكون بحاجة لتطوير مهاراته، وأشار لداودة إلى وجود استثمار في الموظفين من خلال مجال الدورات التدريبية وذلك لتعزيز دور الموظفين في المؤسسة.

يتبين مما سبق إجماع من تمت مقابلتهم على وجود مجال للدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية تتدرج من المبتدئ إلى المتقدم حسب المصري، وحسب الحاجة كما يعتقد السرعلي، وتكون عشوائية يأخذ الموظف ما يشاء منها بحسب ما صرح به المصري، وتتنافس من مهارات الاتصال، والتواصل، والإتيكيت، وصقل الشخصية، كما أشار دويكات، وتعتمد على صفات الموظف، ومن بحاجة لتطوير مهاراته باعتقاد عكاوي، وهي استثمار في الموظفين باعتقاد لداودة.

3. النتائج المتعلقة بالمهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم.

أشار المصري عند سؤاله عن أهم المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة، أنه من أكثر الدورات التي فادت موظفوا العلاقات العامة وساهمت في رفع مهاراتهم، دورات الكوتش بشكل فردي، بناء العلامة التجارية، وكانت من خلال مدربين مختصين، كيفية التعامل مع الإعلام والمهارات، التصميم الجرافيكي، الكتابة التحريرية، مثلاً: للحملات، وذلك يعمل على توسيع مجالات الإدراك. وذكر السرغلي عند توجيهه نفس السؤال له أن ما نسبته 80-90%، ساهمت في رفع الواقع العملي للموظفين. وذكر مدير أبو حجلة أنه في بعض الأحيان لم تساهم الدورات في تنمية مهارات الموظفين. بينما أضاف دويكات أن من أهم المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة، والاتصال التسويقي في المؤسسة من خلال الدورات التدريبية، هي التعامل مع الناس بشكل أفضل، خاصة التعامل مع المشتركين، مثلاً: شركة الاتصالات عندها عدد كبير من المشتركين، فيدخل مثلاً: خريج جديد إلى نطاق العمل، ولا يكون عنده قدرة على التعامل مع شخص شديد العصبية، أو شديد الغضب، أو شخص مديون، ومع الوقت يدرّب حتى يصل إلى مرحلة الصبر، والتحمل، والقدرة على استيعاب الناس، والاستماع إليهم، كذلك يدرّب على القدرة على الإقناع. وأشار عكاوي أن الدورات التدريبية جيدة جداً، حتى أن نسبة 50% من الاستفادة منها في تنمية مهارات العاملين ممتازة، وهي: مهارات إدارة الحدث، إدارة المخاطر، مهارات التواصل، مهارات التحدث والتقديم والكتابة والتقارير، وغيرها في مجال الإعلام أما لداودة فأشار في هذا السياق أن الدورات قد أفادت الموظفين في موضوع تنمية مهارات التواصل، وإبراز الصورة الذهنية للشركة في تقديم خدماتها، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية بلوم التي تقوم على المعارف - المهارات - السلوك والتوجهات" من حيث المجال المهاري، والذي يقصد به التغيير والتطوير المراد بالشخصية أو المهنة، حيث تبين أن مجموعة الاتصالات تهتم جداً بتطوير مهارات العاملين لديها، وهنا لا بد من التأكيد أن النظرية فسرت موضوع البحث من خلال إجابات المقابلات.

4. النتائج المتعلقة بالاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم.

ذكر المصري أن الاتجاهات التي يكتسبها الموظفون من خلال الدورات التدريبية، تتمثل في تنمية نجاحات وإبداعات لم تحصل من قبل، أما السرغلي فنذكر أن الدورات قد عكست الواقع العملي للموظفين، وكانت هناك تغيرات ونتائج ممتازة. وذكر مدير الموارد البشرية في شركة الاتصالات أن الدورات التدريبية تكسب الموظف الإبداع والاستثمار فيه من قبل الشركة. بينما أشار دويكات أن الدورات التدريبية فيما يتعلق بالاتجاهات، تجعل الشخص يشعر بأن الشركة مهتمة بتطوير الشخصية، ولو كان لوحده لتحمل تكاليف كبيرة ليطور نفسه، وهذا يكون لحد معين إذا زاد يبدأ الموظف بالتهرب من التدريب، خاصة إذا كان ذلك تدريباً محلياً. أضاف عكاوي أن الاتجاهات التي يكتسبها الموظفون من التدريب، تتمثل في تحمل المسؤولية، زرع الثقة بالنفس، وتغيير جو العلاقات نحو تكوين الصداقات، وليست علاقة موظف بمدير. أما لداوة فنذكر أن تغييرات في الاتجاهات المكتسبة من قبل الموظفين نحو التدريب، تتمثل في اكتساب المهارات السلوكية والتقنية، والتقدم نحو دورات تحفيزية، وتجريب ما هو جديد.

الفصل السادس
مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل السادس

مناقشة النتائج والتوصيات

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف على دور التدريب في تطوير مهارات العاملين لدوائر العلاقات العامة لدى المؤسسات الفلسطينية الخاصة (مجموعة الاتصالات الفلسطينية) أنموذجاً، من خلال التعرف على دور بعض المتغيرات (الديموغرافية) في موضوع الدراسة.

وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات، وسيحاول الباحث مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة الخاصة بالاستبانة:

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي: ما دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية؟

أشارت النتائج إلى أن درجة محاور دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، كانت جميعها بين المرتفعة والمرتفعة جداً، حيث كان أدناها محور (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، وأعلاها مجال (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً، أما بالنسبة لبقية محاور دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، فقد جاء محور (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة) في المرتبة الثانية وبدرجة مرتفعة جداً، ومحور (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم) في المرتبة الثالثة وبدرجة مرتفعة جداً.

وقد يعزى ذلك إلى وجود اهتمام كبير في تطوير مهارات العاملين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية كون هذه المؤسسة تهتم بالموارد البشرية لديها كما أتضح من نتيجة المقابلات مع السرغلي و وعكاوي أكد عليها أيضا المصري وأبو حجلة واتفق معهم لداوة ودويكات.

يتضح من نتائج البحث أن هناك قاعدة معرفة نظرية لدى العاملين تم البناء عليها لتطوير المهارات والإتجاهات لديهم وهذا يتفق مع نظرية بلوم في تحقيق أهداف التدريب من حيث تعزيز البناء المعرفي ومن ثم الإرتقاء لتطوير المستوى السلوكي وبعد ذلك إكتساب المهارات.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة المطرودي (2020) التي أظهرت أن عمليات التخطيط لبرامج التدريب التحويلي تسهم بشكل فعال في رفع القدرات العلمية والمهارية للمتدربين، ومع نتائج دراسة أكبار (Hafeez, Akbar, 2015)، التي أظهرت أن التدريب المعطى للموظفين يساهم لدرجة كبيرة في مختلف مجالات الأداء والتطوير، ومع نتائج دراسة تاهير وآخرون (Taheer et al.) (2014) التي أظهرت أن للتدريب والتطوير دور في أداء العاملين وإنتاجيتهم.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول: ما مدى سعي مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لموظفي دوائر العلاقات العامة فيها؟

أن درجة فقرات محور (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، كانت جميعها بين المتوسطة والمرتفعة جداً، وأن أدنى الفقرات (دورات العلاقات العامة مضيعة للوقت والجهد ولا تساهم في تنمية الموظفين)، وأعلىها (تنظم دائرة العلاقات العامة دورات تدريبية تلبي احتياجات المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة.

وكان من أعلى الفقرات (تنظم دائرة العلاقات العامة دورات تدريبية تلبي احتياجات المؤسسة، و تتعرف دائرة العلاقات العامة إلى احتياجات المؤسسة من الدورات، و تشرك دائرة العلاقات العامة خبراء متخصصين في التدريب)، أما أدناها فكانت فقرات (دورات العلاقات العامة مضيعة للوقت والجهد ولا تساهم في تنمية الموظفين، و توزع دائرة العلاقات العامة نشرات تعريفية بالدورات التدريبية، و تجري دائرة العلاقات العامة جولات في الأقسام للتعريف بالدورات التدريبية)، وهذه النتيجة

تتسجم مع إجابات المبحوثين عن المحاور المتعلقة بأهمية التدريب، ودوره في رفع كفاءة العاملين في العلاقات العامة في المؤسسة.

وقد يعزى ذلك إلى أن المؤسسات الكبرى تسعى دوماً إلى تطوير كوادرها البشرية لتتلائم مع بيئة العمل الذي تقوم به، ويتم ذلك من خلال التدريب، حيث أن هذه المؤسسات تولي أهمية كبيرة له. أما بالنسبة للمقابلة في هذا المحور، فبينت النتائج أنه يتم أخذ دورات تخصصية، وحسب احتياج الموظف، فإذا كان موظفاً جديداً يأخذ الإكسل المبتدئ، ومن ثم المتقدم، ومن ثم التعامل مع الزبائن، وفن التعامل مع الجمهور، وهذه كلها دورات تخصصية تبدأ من المبتدئ، و تذهب إلى المتقدم.

إن أي عمل وأي دائرة في الشركة تتبع بشكل مباشر وأساسي لمدير الدائرة، فهو يقود الدائرة ويوجهها لنجاحات وإبداعات لم تحصل من قبل، ويتم اختيار الدورات والتوصية عليها من قبل مدير القسم، وأن هناك دورات تكون متخصصة للمدراء أو لمدراء المدراء، وأن الشركة تولي أهمية كبيرة للدورات التدريبية، وأن من أكثر الدورات التي أفادت موظفو العلاقات العامة دورات الكوتش بشكل فردي، بناء العلامة التجارية، وكانت من خلال مدربين مختصين، كيفية التعامل مع الإعلام والمهارات، التصميم الجرافيكي، الكتابة التحريرية، مثلاً: للحملات، وذلك يعمل على توسيع مجالات الإدراك.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج فقرات السؤال الفرعي الثاني التي بينت حاجة العاملين في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع الجمهور الخارجي للشركة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة العلاطي (2011)، التي أظهرت جوانب النقص التي يعاني منها ممارسو العلاقات العامة، النقص في الدورات التدريبية والتخطيط وعدد الموظفين.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني: ما مجال الدورات التدريبية التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة؟

أن درجة فقرات محور (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، كانت جميعها بين المرتفعة والمرتفعة جداً، وأن أدنى الفقرات (يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع موظفي الشركة)، وأعلىها (يحتاج

العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع الجمهور الخارجي للشركة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً.

وكان من أعلى الفقرات (يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع الجمهور الخارجي للشركة، ويحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بإدارة الأزمات، ويحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بمهارات الإنتاج الإعلامي المرئي، ويحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات في إدارة السمعة الرقمية عن الشركة)، أما أدناها فكانت فقرات (يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع موظفي الشركة، و يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات متخصصة بالأبحاث واستطلاعات الرأي، و يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق باستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية).

وقد تعزى تلك النتيجة إلى أهمية امتلاك مهارات التعامل مع الجمهور الخارجي للشركة، وإدارة الأزمات، وبمهارات الإنتاج الإعلامي المرئي، ومهارات إدارة السمعة الرقمية عن الشركة، وجميعها مهارات جديدة تحقق ميزة تنافسية للشركة.

أما بالنسبة لسؤال المقابلة المتعلق بهذا المحور، فبينت النتائج أن الشركة تحاول استقطاب من عندهم شغف وحب وولاء، وأن الذين تم استقطابهم وتوظيفهم في قسم/دائرة العلاقات العامة، قد تم تدريبهم في قسم الموارد البشرية، وأظهرت النتائج كذلك الاعتقاد لدى الشركة بضرورة الاستثمار في الموظف، لتعزيز انتمائه وولائه للشركة، لذا يتم تقديم الأفضل لهم ليخرجوا أقصى ما عندهم من إمكانيات.

تشير النتائج إلى أن هناك نوعان من الدورات التدريبية في العلاقات العامة، نوع حسب الاحتياج، حيث يقوم المدير بتقييم موظفيه، ومعرفة احتياجاتهم والعمل على تلبيتها، والنوع الثاني: الدورات العامة التي تطرحها إدارة الموارد البشرية، مثل: دورات خاصة بكيفية التعامل مع الحاسوب، وأن هناك قناعة بأثر وفائدة الدورات التدريبية المقدمة للموظفين، وأن التوظيف في الشركة يتم حسب جهد الفرد وشخصيته. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج فقرات السؤال الرابع، والتي أظهرت أن تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة مرتفعة جداً.

بالإضافة لذلك بينت نتائج المقابلة المرتبطة بهذا المحور أن أهم وأكثر دائرة في الشركة احتياجاً للتدريب، هي دائرة العلاقات العامة، كونها تمثل المؤسسة، وهي حلقة الوصل الأهم ما بين داخل المؤسسة وخارجها. من جانب آخر تستطيع العلاقات العامة من خلال تحليلها لبيئة العمل داخل المؤسسة تصميم تدريبات مختلفة في مجالات عدة.

أما بالنسبة للاتجاهات التي يكتسبها المتدرب، فأشارت النتائج إلى اتجاهات زرع القيم والانتماء لها، حيث تتفق هذه النتيجة مع نتيجة السؤال الفرعي الخامس في الاستبانة، والتي أظهرت أن تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة قد حصلت على درجة مرتفعة جداً.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث: ما المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم؟

أن درجة فقرات محور (المهارات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم)، كانت جميعها بين المرتفعة والمرتفعة جداً، وأن أدنى الفقرات (مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير)، وأعلاها (القدرة على قياس حاجات الجمهور الخارجي والداخلي فيما يتعلق بخدمات الشركة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً.

وكانت من أعلى الفقرات (القدرة على قياس حاجات الجمهور الخارجي والداخلي فيما يتعلق بخدمات الشركة، والقدرة على إدخال تقنيات إعلامية جديدة في الشركة واستخدامها، والقدرة على إدارة السمعة الإلكترونية وتعزيز الصورة الذهنية للشركة)، أما أدناها فكانت فقرات (مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير، و مهارات التحليل والتفكير الناقد، ومهارات أساسية في مجال الإعلام والإعلان).

وقد يعزى ذلك إلى: قدرة الدورات التدريبية التي يتلقاها العاملون في التعامل مع جمهور الشركة الخارجي والداخلي، والقدرة على إدخال تقنيات إعلامية جديدة في الشركة، واستخدامها لمواكبة التطورات الحديثة في قطاع العمل، والقدرة على إدارة السمعة الإلكترونية وتعزيز الصورة الذهنية للشركة، وذلك لأهميتها في اكتساب الزبائن.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة برينكرهوف (Robert, 2005)، التي أظهرت أن التدريب كان يساهم في عائد استثمار إيجابي للغاية، عندما تمت مقارنة قيمة النتائج المحققة مع التكاليف. لكن نسبة الموظفين، ومع نتائج دراسة هونج وكيت بترا (Hong and GeetaBatra,1995)، التي أظهرت أن للتدريب تأثير كبير ومهم على إنتاجية العمال المهرة دون العمال غير المهرة، وكذلك لبرامج التدريب الرسمية الداخلية مقارنة مع معظم المصادر الخارجية للتدريب. أي أن استثمارات المؤسسة في التدريب، وخاصة برامج التدريب الداخلي وتدريب العمال المهرة، لها مردودات إيجابية كبيرة.

أما بالنسبة لأسئلة المقابلة التي تتعلق بهذا المحور حول المهارات التي يحتاجها الموظف ويقوم التدريب بتلبيتها، فبينت النتائج أن هناك تقييم للموظف من خلال دائرة إدارة الموارد البشرية التي تقوم بناءً على ذلك التقييم بإعطائه دورات تدريبية، من ناحية أخرى، هناك تواصل بين المدرب ودائرة الموارد البشرية.

كذلك بينت النتائج أن الاستفادة من الدورات التدريبية بنسبة 50% هي نسبة ممتازة، وأن من المهارات التي يكتسبها الموظف من الدورات التدريبية مهارات إدارة المخاطر، التواصل، التحدث والعرض.

وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة أبو سلمية (2007)، التي أظهرت أنه يتم تحديد الاحتياجات التدريبية بناءً على مبادئ الموارد البشرية وبشكل مقبول.

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية بلوم في البند الثالث المتعلق بالتطبيق، والذي يرى خمسة مستويات، هي: يطبق، يستخدم، يكون، ينظم، يصنف، حيث تكون الحاجة إلى امتلاك موظف العلاقات العامة لتلك المستويات، وتكون حاجته للتدريب فيها، وتتفق أيضاً مع القسم الثالث بالنموذج المعدل، وهو الأهداف التطبيقية المفتوحة.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع: ما الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات المقدمة لهم؟

أن درجة فقرات محور (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، كانت جميعها مرتفعة جداً، وأن أدنى الفقرات (تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة)، وأعلىها (أهمية مواكبة

(معرفة واستخدام) التطور التكنولوجي في مجال العلاقات العامة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً.

وكان من أعلى الفقرات (أهمية مواكبة (معرفة واستخدام) التطور التكنولوجي في مجال العلاقات العامة، و امتلاك مهارات جديدة في تطوير الشخصية، وإضافة نوعية للمهام التي أقوم بها)، أما أدناها فكانت فقرات (تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة، و أهمية إنشاء تحالفات وعلاقات شراكة مستدامة، و أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الولاء لدى زبائن الشركة).

وقد يعزى ذلك إلى اهتمام الشركة بأمر تتعلق بالتطورات التقنية في العمل، ومهارات تطوير الشخصية، ومهارات تتعلق بالمهام التي يقوم بها الموظف، والتي لها أولوية لدى الشركة في إكسابها لموظفيها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة رامايا (Ramaia, 2017)، التي بينت أن التدريب يلعب دوراً مهماً في بناء وتحسين الكفاءات لكل من العاملين الجدد والقدامى، مما يساعدهم على أداء وظائفهم بطريقة فعالة.

أما بالنسبة لأسئلة المقابلة المتعلقة بهذا المحور، فبينت النتائج أن الشركة تستخدم أسلوب حل المشكلة، والذي يعتمد على المتدرب نفسه، حسب التوصيات والتقييم، يتم أخذ نقاط الضعف الموجودة فيه، والعمل عليها في تقديم الدورات التدريبية، بحيث يتم توجيه المتدرب إلى مكان إبداعه.

كذلك، بينت النتائج أن موضوع التدريب أساساً موجود تحت إدارة (الموارد البشرية)، حيث يتم دراسة الاحتياجات التدريبية لكل الشركة، وأن هناك قسم التدريب والتطوير تحت الموارد البشرية يعنى بتدريب موظفي الشركة وكوادرها البشرية، وأن أكثر ما يتم التركيز عليه مهارات الاتصال والتواصل، وتحديثاً الحديث عن العلاقات العامة، التسويق، كذلك يتم الاهتمام بدورات الإتيكيت، ودورات تعنى بصقل مهارات الموظفين الشخصية.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة السؤال الرابع، والتي أظهرت أهمية امتلاك مهارات جديدة في تطوير الشخصية، وإضافة نوعية للمهام التي يقوم بها الموظف، وأن هناك قسم كبير من الموظفين يأخذ الدورات لتطوير مهاراته، ولا يعتبرها مضيعة للوقت، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة سؤال الدراسة

الفرعي الأول التي أظهرت أن أدنى الفقرات (دورات العلاقات العامة مضيعة للوقت والجهد ولا تساهم في تنمية الموظفين).

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية بلوم في البند الرابع والسادس المتعلق بالتحليل والتقييم من حيث مستوياتها، وهي: (يفصل، يحلل، يقارن، يستنبط، يستخرج)، و(يبرهن، يقيم، ينقد، يحكم على، يعارض)، حيث تكون تلك الاتجاهات مكتسبة من خلال التدريب والحديث في محاور أي تدريب يحصل عليه المشاركون، في حين تتفق مع النموذج المعدل في القسم الثاني الأهداف المتعلقة بالسلوك والتحليل

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل تختلف اتجاهات العاملين نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، عدد الدورات التدريبية)؟

بينت النتائج المتعلقة بهذا السؤال ما يلي:

1. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي في الدرجة الكلية، وفي محاور الدراسة الأولى (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والثاني: (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، والثالث: (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، والرابع: (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم).

ويعزى ذلك إلى وجود تقبل للدورات التدريبية، واستفادة منها لدى جميع الموظفين ذكوراً وإناثاً.

1. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات

الفلسطينية، تعزى لمتغير المؤهل العلمي في الدرجة الكلية، وفي مجالات الدراسة، الأول: (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والثالث: (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، والرابع: (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، ولصالح مستوى مؤهل بكالوريوس.

قد يعزى ذلك إلى كونهم يشغلون مناصب عملية ترتبط بالجمهور الداخلي والخارجي مباشرة، مما يجعلهم أكثر حاجة للدورات التدريبية.

2. عدم فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، تعزى لمتغير سنوات الخبرة في الدرجة الكلية، وفي محاور الدراسة، الأول: (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والثاني: (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، والثالث: (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، والرابع: (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم).

وقد يعزى ذلك إلى استهداف التدريب جميع مستويات الموظفين، بغض النظر عن سنوات الخبرة لديهم، لحاجتهم الماسة له، كون تلك الدورات التدريبية التي تقدمها المؤسسة تلبي حاجات الموظف من التطورات الحديثة في مجال العمل.

3. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في

دوائر العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية، تعزى لمتغير عدد الدورات التدريبية في الدرجة الكلية محاور الدراسة، الأول: (قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية إلى تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها)، والثاني: (مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية)، والثالث: (المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم)، والرابع: (الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم).

ويعزو الباحث ذلك إلى أن مجال التدريب مستمر ومتطور كون الشركات تسعى لإكساب موظفيها كل ما هو جديد في جميع مجالات العمل، وبغض النظر عن الدورات المكتسبة لديهم.

التوصيات

في ضوء ما تقدم من نتائج، خرج الباحث بعدة توصيات، منها:

1. ضرورة العمل على تطوير قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها.
2. ضرورة قيام دوائر العلاقات العامة في مجموعة الإتصالات الفلسطينية بالتعريف بالدورات التدريبية التي تقوم بعقدتها.
3. ضرورة قيام العلاقات العامة بتشجيع الموظفين على الالتحاق بالدورات التدريبية التي تقوم بعقدتها.
4. ضرورة أن تتضمن الدورات التدريبية الخاصة بموظفي العلاقات العامة التعامل مع موظفي الشركة، وعقد الأبحاث واستطلاعات الرأي، و استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية.
5. ضرورة أن تتضمن الدورات التدريبية المقدمة للعاملين في العلاقات العامة مهارات التحليل و التفكير الناقد، مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير.
6. ضرورة أن تتضمن الدورات التدريبية المقدمة للعاملين في العلاقات العامة إكساب المتدربين مهارات تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة.
7. ضرورة أن تستهدف الدورات التدريبية المقدمة لموظفي العلاقات العامة في المؤسسات كافة فئات الموظفين من ذوي المؤهلات المختلفة.
8. حث الشركات الاخرى للإستفادة من الدراسة لتطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لديهم مما يساهم في إرتقاء العمل لديهم.
9. ضرورة القيام بمزيد من الأبحاث والدراسات التي تتعلق بموضوع دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية، وذلك لأهميتها.

10. ضرورة القيام بعقد أبحاث تتعلق بتحليل محتوى الدورات التدريبية المقدمة للعاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الخاصة والحكومية.

11. ضرورة القيام بالمزيد من الأبحاث حول المقارنة بدور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة بين المؤسسات الخاصة والمؤسسات الحكومية.

المصادر والمراجع

المراجع العربية

- أبو اصبع، صالح (1998). العلاقات العامة والاتصال الإنساني. عمان: دار آرام للنشر والتوزيع.
- أبو سلمية، باسمة (2007). مدى فاعلية التدريب في تطوير الموارد البشرية في مكتب الأونروا الإقليمي في غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة.
- الباوي، محمد (1995). المجلة العربية للإدارة. القاهرة: المجلة العربية للإدارة.
- التايه، محمود (2018). مهنتي كمدرّب. فلسطين: مركز ملتقى المدربين الفلسطينيين.
- جرادات، عبد الناصر، والشامي لبنان. (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. عمان: اليازوري.
- جرادات، عبد الناصر، والشامي، عبد الناصر (2009). أسس العلاقات العامة. عمان: اليازوري.
- الحبشي، محمد (2016). معجم قرطبة للتدريب. الرياض: دار قرطبة.
- حجاب محمد، وهبي سحر (1992). المداخل الأساسية للعلاقات العامة. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- خليل، خالد (2016). فعالية البرامج التدريبية الممولة من الخارج في القطاع الصحي الحكومي (دراسة حالة أقسام الأشعة في قطاع غزة)، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى.
- رحال، منال (2015). كيف تكون مدرباً مؤثراً. القاهرة: دار التوزيع والنشر الإسلامية.
- رضا، اكرم (2003). العلاقات العامة من منطلق نظري وعملي. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.

- زويلف، مهدي (2015). العلاقات العامة نظريات وأساليب. عمان: مكتبة المجتمع العربي.
- السكارنة، بلال (2010). اتجاهات حديثة في التدريب. عمان: دار المسيرة.
- السلمي، علي (2002). نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعلومات. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- السماوي، أحمد (2014). بعنوان أثر التدريب والتنمية في أداء العاملين بوجود إدارة المعرفة وزارة المالية في اليمن: دراسة حالة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط.
- السيد، عوض (1983). العلاقات العامة،الاتجاهات النظرية والمجالات التطبيقية. القاهرة: المعارف.
- شحاتة، حسن، والنجار، زينب، وعمار، حامد (2003). معجم المصطلحات التربوية والنفسية. النصر: الدار المصرية واللبنانية.
- الشلبي، كرم (1994). معجم المصطلحات الإعلامية. بيروت: دار الجيل.
- الضلاعين، علي، الشمايلة، ماهر، واللحام، ماهر، وكافي، ماهر (2015). الإعلام والعلاقات العامة. عمان: دار الاعصار العلمي - مكتبة المجمع العربي.
- الطعاني، حسن (2010). التدريب الإداري المعاصر. عمان: دار المسيرة.
- عابد، زهير، وأبو السعيد، أحمد (2013). إدارة العلاقات العامة. عمان: اليازوري.
- عبد الوهاب، جلال (1990). أسس العلاقات العامة في المجالات الرياضية والاجتماعية. القاهرة: دار البيان.
- عجوة، علي (2000). الأسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب.
- العلاطي، محمد (2011). بعنوان المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط.

- العلق، بشير (2009). أساسيات تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة. عمان: اليازوري.
- عيسى، منصور (2013). طرق حفز العاملين. القاهرة: الدار المصرية للعلوم.
- الفقهاء، جيهان (2012). دور دائرة العلاقات الدولية والعامة لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط.
- فقهاء، محمد (2021/5/2). مقابلة شخصية - خبير تدريب. (تدريب الموظفين، المحاور).
- قنديل، محمد (2020). العلاقات العامة والانسانية في ظل عالم متغير. دسوق - الجزائر: دار العلم والايمان.
- الكبيسي، عامر (1979). النظرية المتكاملة لتطوير مفهوم العلاقات العامة وتطبيقاتها. المجلة العربية للإدارة.
- اللوزي، موسى (2010). أسس العلاقات العامة، المفاهيم والأسس. عمان: زمزم ناشرون وموزعون.
- اللوزي، موسى (2010). أسس العلاقات العامة، المفاهيم والأسس. عمان: زمزم ناشرون وموزعون.
- المطرودي، نورة (2020). دور التدريب التحويلي في إعادة تنمية القدرة المهنية في ضوء التجربة اليابانية وإمكانية الاستفادة منها في المملكة العربية السعودية. المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج، (71)، 416-386.
- صدقي، سريّة، عبد المجيد، سميّه (2015). مصفوفة الأهداف لتنمية ثقافة التفكير في ميدان تعليم الفنون. المجلة العلمية امسيا- التربية عن طريق الفن. 30-78 (1).
- خلف، احمد (2017). تصنيف بلوم، جامعة الملك سعود، قسم المناهج وطرق التدريس.

المراجع الإلكترونية

- أنواع التدريب في إدارة الموارد البشرية (2019). تم الاسترداد من موقع إقتصادي بتاريخ :
NoorderMarketing.com: <https://ar.noordermarketing.com/268-types-of-training-in-hrm>
- تيشوري، عبد الرحمن (20 5, 2010). العلاقات العامة ودورها ومفهومها وأهميتها. تم الاسترداد من الحوار المتمدن، بتاريخ (2021/4/10)
<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=216059>
- الخطوات الست لنجاح التدريب (2014/7/22) تم الاسترداد من مهارات النجاح، بتاريخ (29/3/2021)
<https://www.annajah.net/%D8%A7%D9>
- شاهين، أحمد (2012). العوامل المؤثرة في نجاح أي دورة تدريبية. تم الاسترداد من منتدى الموارد البشرية، بتاريخ: (15/3/2021) <https://hrdiscussion.com/hr47683.html>
- كندا جلوبال سنتر. (2019). إعداد وتطوير وتقييم الحقائق التدريبية. تم الاسترداد من كندا جلوبال سنتر، بتاريخ (4/4/2021)
<https://www.cglobalc.com/Pages/AR/IMAS-AR.aspx>
- مجموعة الاتصالات الفلسطينية. (2019). التقرير السنوي. رام الله، تم الاسترداد من موقع مجموعة الإتصالات الفلسطينية بتاريخ، (20/3/2021):
<https://www.paltelgroup.ps/#about>
- مجموعة الاتصالات الفلسطينية. (2021). عن مجموعة الاتصالات. تم الاسترداد من مجموعة الاتصالات الفلسطينية، بتاريخ، (20/3/2021):
<https://www.paltelgroup.ps/#about>
- محمد، إيهاب (2019/10/20). قياس أثر التدريب وعلاقته بتخطيط الأهداف التدريبي تم الاسترداد من تعليم جديد (2021/7/21) <https://cutt.us/5deqy>

- وصفي، محمد (2017). *العوامل المؤثرة في نجاح التدريب*. تم الاسترداد من موقع شخصي بتاريخ: (15/3/2021)

<http://kenanaonline.com/users/wasfy2033/posts/917039>

المراجع الاجنبية

- Brinkerhoff, R. O. (2005). *The success case method: A strategic evaluation approach to increasing the value and effect of training*. **Advances in Developing Human Resources**, 7(1), 86-101.
- Hafeez, U., & Akbar, W. (2015). *Impact of training on employees performance (Evidence from pharmaceutical companies in Karachi, Pakistan)*. **Business Management and strategy**, 6(1), 49-64.
- Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2016). *Handbook of training evaluation and measurement methods*. Routledge.
- Ramya, S. (2016). *The effect of training on employee performance*. **International Journal of Scientific Research and Modern Education (IJSRME)**, 1(1), 697-706.
- Rowden, R. W. (2005). *Exploring methods to evaluate the return-on-investment from training*. In Business forum (Vol. 27, No. 1, p. 31). California State University, Los Angeles, School of Business and Economics.
- Shafiq, S. and Hamza, S. M. (2017) *the effect of training and development on employee's performance in Private Company*,

Malaysia, International Journal of Education, Learning and Training, Vol.2, No.2, pp.42-56.

- Tahir, N. Yousafzai, I. K. Jan, SH. And Hashim, M. (2014) ***The Impact of Training and Development on Employees Performance and Productivity, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol.4, No.4, pp.86-98.***
- Tan, H. W., & Batra, G. (1995). **Enterprise training in developing countries: overview of incidence, determinants.**

الملاحق

ملحق 1 : استبانة



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

ماجستير علاقات عامة

يقوم الباحث بإجراء في العلاقات العامة بعنوان: دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة لمجموعة الاتصالات الفلسطينية: دراسة حالة، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، بإشراف الدكتور فريد أبو ضهير، خلال الفصل الدراسي الثاني (2020-2021). أرجو الإجابة عن أسئلة الاستبانة بموضوعية وتحري الدقة قدر الإمكان، علماً ان كل ما سيرد في إجاباتكم سيستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، مع الحفاظ على سرية المعلومات كافة.

شاكراً لكم حسن تعاونكم واهتمامكم

الباحث: جمال الزبيدي

للتواصل مع الباحث 0594222267

القسم الأول: البيانات الشخصية:

الرجاء وضع إشارة (X) في المربع المناسب:

1. النوع الاجتماعي: ذكر أنثى
2. المؤهل العلمي: دبلوم بكالوريوس دراسات عليا
3. الحالة الاجتماعية: أعزب/عزباء متزوج/ة مطلق/ة أرمل/ة
4. العمر (أعوام): أقل من 25 25 أقل من 35 35 أقل من 45 أكثر من 45
5. عدد أعوام الخبرة: أقل من 5 5-10 أكثر من 10
6. عدد الدورات التدريبية التي حصلت عليها: بدون 1-5 أكثر من
- 5
-

القسم الثاني: تطوير مهارات العاملين لدوائر العلاقات العامة لدى المؤسسات الفلسطينية الخاصة

يرجى وضع إشارة (✓) في المربع الذي يعبر عن رأيك.

المحور الأول: قدرة مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنظيم دورات تدريبية لدوائر العلاقات العامة فيها

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
1	تنظم دائرة العلاقات العامة دورات تدريبية تلبى احتياجات المؤسسة					
2	تشرك دائرة العلاقات العامة خبراء متخصصين في التدريب					
3	تتعرف دائرة العلاقات العامة على احتياجات المؤسسة من الدورات					
4	توزع دائرة العلاقات العامة نشرات تعريفية بالدورات التدريبية					
5	تجري دائرة العلاقات العامة جولات في الأقسام للتعريف بالدورات التدريبية					
6	التحقت بدورات تدريبية بسبب تشجيع دائرة العلاقات العامة عليها					

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
7	دورات العلاقات العامة مضيعة للوقت والجهد، ولا تساهم في تنمية الموظفين					

المحور الثاني: مجال الدورات التي يحتاجها العاملون في دائرة العلاقات العامة في مجموعة الاتصالات الفلسطينية

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
1	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع موظفي الشركة					
2	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات خاصة للتعامل مع الجمهور الخارجي للشركة					
3	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات في إدارة السمعة الرقمية عن الشركة					
4	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بإدارة الازمات					
5	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق					

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرة	الرقم
					بالتنسيق مع وبين دوائر الشركة المختلفة	
					يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بمهارات الإنتاج الإعلامي المرئي	6
					يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق باستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية	7
					يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	8
					يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بالتشبيك مع المؤسسات الخاصة والعامة	9
					يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات تتعلق بإنشاء وإدارة المحتوى	10
					يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات متخصصة بالأبحاث واستطلاعات الرأي	11

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
12	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات متخصصة في البيان الصحفي					
13	يحتاج العاملون في دائرة العلاقات العامة لدورات في إنشاء مجموعات الضغط والتأثير					

المحور الثالث: المهارات التي يكتسبها العاملون لدوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
1	مهارات إنشاء مجموعات الضغط والتأثير					
2	مهارات الإقناع					
3	القدرة على قياس حاجات الجمهور الخارجي والداخلي فيما يتعلق بخدمات الشركة					
4	القدرة على إدخال تقنيات إعلامية جديدة في الشركة وإستخدامها					
5	القدرة على إدارة السمعة الإلكترونية وتعزيز الصورة الذهنية للشركة					
6	مهارات أساسية في مجال الإعلام والإعلان					
7	مهارات التحليل و التفكير الناقد					

المحور الرابع: الاتجاهات التي يكتسبها العاملون في دوائر العلاقات العامة لدى مجموعة الاتصالات الفلسطينية في الدورات التدريبية المقدمة لهم

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرة	11
					أهمية البرامج التدريبية لتعزيز الصورة الذهنية للشركة	1
					تعزيز قيم الانتماء والولاء لدى موظفي العلاقات العامة في الشركة	2
					أهمية مواكبة (معرفة واستخدام) التطور التكنولوجي في مجال العلاقات العامة	3
					أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الولاء لدى زبائن الشركة	4
					أهمية إنشاء تحالفات وعلاقات شراكة مستدامة	5
					أهمية دور العلاقات العامة في دعم دوائر الشركة الأخرى، وتحديد دائرة التسويق	6
					إضافة نوعية للمهام التي أقوم بها	7
					امتلاك مهارات جديدة في تطوير الشخصية	8

حسب رأيكم، كيف يمكن تعزيز مساهمة نواتر العلاقات العامة لمؤسسات القطاع الفلسطيني الخاص في التدريب؟

.....

.....

انتهى

نشكرك على تخصيص وقتك للمشاركة في هذه الدراسة.

ملحق (2): قائمة المحكمين

م.م	الاسم	الوظيفة وجهة العمل
1	د. عامر قاسم	أستاذ مساعد في قسم العلاقات العامة المعاصرة جامعة النجاح الوطنية
2	د. سمر الشنار	أستاذ مساعد في قسم العلاقات العامة المعاصرة جامعة النجاح الوطنية
3	د. حافظ ابو عياش	أستاذ مساعد في قسم العلاقات العامة المعاصرة جامعة النجاح الوطنية
4	د. راني شهوان	أستاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال جامعة النجاح الوطنية
5	د. عمر أبو عرقوب	أستاذ مساعد في قسم الإعلام والاتصال الجامعة العربية الأمريكية
6	أ. محمد فقهاء	خبير ومدرب لدى كندا جلوبال سنتر

ملحق (3): قائمة المقابلات

م.م	الاسم	الوظيفة وجهة العمل	تاريخ المقابلة
1	باسل المصري	مدير دائرة التدريب في شركة الاتصالات الفلسطينية	20/5/2021
2	أحمد سرغلي	مدير دائرة العلاقات العامة في شركة الاتصالات الفلسطينية	20/5/2021
3	سليمان أبو حجلة	مدير الموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية	20/5/2021
4	حازم عكاوي	مدير دائرة العلاقات العامة في شركة الاتصالات الخلوية - جوال	01/5/2021
5	مؤيد دويكات	رئيس نقابة العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية سابقا ومدرب معتمد	30/5/2021
6	بهجت لدادوة	مدرب معتمد لبرامج مجموعة الاتصالات الفلسطينية	2/6/2021
7	محمد فقهاء	خبير ومدرب لدى كندا جلوبال سنتر	25/4/2021

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**Role of Training in Developing the
Public Relation Employees' Skills at (The
Palestinian Communication Group) as a
Case Study**

Supervisor

Jamal K. S. Zubaydi

By

Dr. Farid Abudheir

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Public Relations, Faculty of Graduate Studies,
An-Najah National University, Nablus, Palestine.**

2021

**Role of Training in Developing the Public Relation Employees' Skills
at (The Palestinian Communication Group) as a Case Study**

Supervisor

Jamal K. S. Zubaydi

By

Dr. Farid Abudheir

Abstract

This study aims at identifying the role of training in developing the public relation employees' skills at “The Palestinian Communication Group”. To answer the main study question, the descriptive method has been used for its suitability to this kind of studies. The researcher used the quantitative and qualitative approaches as they achieve the objectives of the study, and accordingly, the researcher used the questionnaire and interview as two tools for the study, distributed among 26 individuals, the total number of the PR employees at the examined institute. The study showed that there is a very high degree of responsibility towards the role of training in developing the public relation employees' skills at “The Palestinian Communication Group”, very high degree of responses on the seven study domains, in addition to no statistical differences attributed to the variables of gender, experience and training sessions. On the other hand, there are statistical differences attributed to the variable of qualification in favor of B.A certificate, Because the occupy practical positions related to external customers directly so the need training sessions.

The questionnaire results are in line with the interview results in strengthening the values of belonging and loyalty among public relations employees are very high, the importance of owning new skills in personal development, and a qualitative addition to the tasks by the employee.

According to the study results, several recommendations have been articulated, such as the need to strengthening the values of belonging and loyalty among public relations employees, the importance of owning new skills in personal development, in addition to encouraging more research in the field of this thesis.