

## The Impact of the Concept of Public Relations on the Organizational Performance in the Telecommunications Sector in Sudan. (A case study of Sudan Telecommunications Co., Ltd)

Alsadig Mohamed Ahmed

Community Faculty || King Khalid University || KSA

**ABSTRACT:** The study aimed at knowing the attitudes of the administrative leaders towards the concept of public relations from its various administrative, organizational, and functional aspects. To achieve this goal the study followed the descriptive analytical approach. The research hypotheses model was adopted based on what the study said. For the nature of the study, the intention sample was adopted as a questionnaire was designed to collect data. A total of 150 questionnaires were distributed, of which 100 were recovered at a recovery rate of 67% and to ascertain the degree of reliability in the data, the (t- f) test was used to prove the hypotheses. One of the most important findings of the study is the lack of clarity of the concept of public relations in the communications sector in Sudan. This has led to the overlapping work of the departments with each other. As well as the lack of understanding of the functions of public relations functions, the administrative leadership also failed to understand the functions of public relations, which led to the weakness of the effectiveness of the institution by conducting research and planning. The study recommended a review of the regulations governing public relations work in public institutions and private sector companies by formulating them by specialists and experts in public relations to determine their functions accurately and their relationships with other jobs. The study dealt with the relationship between the concept of the organizational status of public relations management and performance in the telecommunications sector in Sudan. The importance of the study was to identify the importance of the administrative functions of public relations in the institutions, which are planning, organizing and conducting research in order to improve the work environment and strengthen social ties between members of the organization.

**Keywords:** Strategic Objectives. Continuity. Scientific rationing. Administrative Leadership Trends.

## أثر مفهوم العلاقات العامة على الأداء التنظيمي بقطاع الاتصالات بالسودان (دراسة حالة الشركة السودانية للاتصالات)

الصادق محمد أحمد

كلية المجتمع || جامعة الملك خالد || المملكة العربية السعودية

**المخلص:** هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في المؤسسات بالسودان، ومعرفة اتجاهات القيادات الإدارية نحو مفهوم العلاقات العامة من مختلف جوانبها الإدارية، والتنظيمية، والوظيفية، وأساليب ممارسة عملها. كما هدفت إلى التركيز على وظيفة العلاقات العامة وذلك بغرض تحسين بيئة العمل وزيادة معدل الانتاج في المنشأة.

وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وقد تم اعتماد نموذج فرضيات البحث اعتماداً على ما جاء بالدراسة ولطبيعة الدراسة تم اعتماد العينة القصدية حيث صممت استبانة لجمع البيانات. وتم توزيع 150 استبانة استرجع منها 100 بنسبة استرداد 67%، وللتأكد من درجة الاعتمادية في البيانات استخدم اختبار (f-t) لإثبات الفرضيات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة في قطاع الاتصالات بالسودان. الأمر الذي أدى إلى تداخل عمل الإدارات مع بعضها البعض. وكذلك عدم فهم القيادات الإدارية لمهام وظائف العلاقات العامة أدى إلى ضعف فاعلية المنشأة بالقيام بعملية البحوث والتخطيط.

وأوصت الدراسة بإعادة النظر في اللوائح المنظمة لعمل العلاقات العامة في المؤسسات العامة وشركات القطاع الخاص وذلك بان يتم صياغتها من قبل متخصصين وخبراء في العلاقات العامة لتحديد وظائفها بدقة وعلاقتها بالوظائف الأخرى.

الكلمات المفتاحية: الأهداف الاستراتيجية. الاستمرارية. التقنين العلمي. اتجاهات القيادات الإدارية.

## 1- المقدمة:

أصبحت العلاقات العامة في وقتنا الحاضر جزءاً أصيلاً من مكونات العملية الإدارية لأي مؤسسة أو منشأة حكومية أو خاصة. وتطورت بشكل يناسب التطورات السائدة عالمياً وبالذات في عصرنا الراهن الذي لا غنى عنه لأي منظمة أو منشأة عن العلاقات العامة التي أصبحت تلعب أدوراً مهمة من خلال جهود منظمة تعتمد على البحث والتخطيط والاتصال والتقييم وقياس اتجاهات الراي العام وكيفية التعامل معه بإيجابية، وتحسين الصورة الذهنية وتهيئة اسباب الانسجام والتوافق بين مصالح المنشأة والجماهير المتعلقة بها، انطلاقاً من التوجه الحديث الذي يركز على مبدأ مهم قوامه التناغم بين العلاقات العامة وظروف المؤسسة وظروف المجتمع للوصول إلى الاقناع.

وعليه يمكن القول إن العلاقات العامة أصبحت من الإدارات الهامة في منشآت الأعمال والمنظمات على اختلاف أنواعها، ويرجع ذلك إلى تعاظم أهمية العلاقات العامة في نجاح أي مؤسسة أو منظمة بصرف النظر عن نوع نشاطها، كما يرجع ذلك إلى نمو وتطور احساس الإدارة لمسئوليتها الاجتماعية وضرورة اخذ وجهة النظر العامة كمتغير رئيسي مؤثر عند اتخاذ قراراتها.

وإذا كان من المسلم به أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات الأولى، فانه من الثابت أيضاً أن ممارسة هذه الوظيفة خلال العقود الماضية لم تخضع للتقنين العلمي، فقد اعتمدت العلاقات العامة خلال مراحل التاريخ المختلفة على المهارة الشخصية لممارسيها التي كانت تنجح حيناً وتفشل حيناً.

## مشكلة الدراسة:

لقد أدرك الباحث من خلال معاشته لواقع المؤسسات العامة ومن خلال ممارسته للعملية الإدارية في بعض المؤسسات أن هذه المؤسسات لا تعطى أهمية للعلاقات العامة من حيث كونها مادة إدارية يمكن أن تقوم بعملية الاتصال والتنسيق بين الاقسام والإدارات المختلفة.

وعليه فإن مشكلة الدراسة يمكن صياغتها في الأسئلة الآتية:

- 1- هل هنالك علاقة بين عدم فهم القيادات الإدارية لمهام وظيفة العلاقات العامة وضعف فاعلية المنشأة بالقيام بعملية البحوث والتخطيط؟.
- 2- هل هنالك علاقة بين الوضع التنظيمي للعلاقات العامة في الهيكل الإداري للمنشأة وبين قدرتها على القيام بدورها بفاعلية؟.
- 3- هل هنالك علاقة بين توفر وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وقدرة المنشأة على حل مشكلاتها وتحسين سلوكها؟.

#### فرضيات الدراسة:

- 1- توجد علاقة بين عدم فهم القيادات الإدارية لمهام وظائف العلاقات العامة وضعف فاعلية المنشأة بالقيام بعملية البحوث والتخطيط.
- 2- هناك علاقة بين الوضع التنظيمي للعلاقات العامة في الهيكل الإداري للمنشأة وبين قدرتها على القيام بدورها بفاعلية.
- 3- توجد علاقة بين توفر وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وقدرة المنشأة على حل مشكلاتها وتحسين سلوكها وتحقيق بيئة صحية متعاوية.

#### أهداف الدراسة:

- 1- معرفة اتجاهات القيادات الإدارية نحو مفهوم العلاقات العامة من مختلف جوانبها الإدارية والتنظيمية والوظيفية وأساليب ممارسة عملها.
- 2- التركيز على أهمية الوضع التنظيمي للعلاقات العامة في الهيكل الإداري للمؤسسة وذلك من أجل تحسين الأداء والقيام بدورها بفاعلية.
- 3- تقوية دور العلاقات العامة في عملية الاتصال داخل المنشأة وذلك بغرض تحقيق بيئة صحية معاوية للمؤسسة.
- 4- الوقوف على أهم العقبات التي تعترض إدارة العلاقات العامة في القيام بمهامها الإدارية.

#### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة لتلقى الضوء على الآتي:

- 1- أهمية الوظائف الإدارية للعلاقات العامة في المؤسسات والتي تتمثل في التخطيط والتنظيم وإجراء البحوث وذلك بغرض تحسين بيئة العمل وتقوية الروابط الإدارية الاجتماعية بين أفراد التنظيم.
- 2- وضع البداية لعمل البحوث في المجال الإداري للعلاقات العامة. إضافة إلى تتبعها في إطارها الفكري لواقع العلاقات العامة في المؤسسات والشركات منذ ظهورها وحتى الآن في إطار منهجي تاريخي يؤصل لنشأة وتطور العلاقات العامة.
- 3- عكس صورة واضحة لواقع العلاقات العامة في السودان في الوقت الراهن وانطباق القيادات الإدارية نحو عملها وأهميتها وكيفية الاستفادة من برامجها في تقوية النسيج الاجتماعي لتحسين سلوك الأفراد من خلال الممارسة الرشيدة لوظيفة العلاقات العامة.

#### منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتبر من أفضل المناهج من حيث إتاحة الفرص للتعلم في التفاصيل والحصول على أكبر قدر من المعلومات ذات الصلة. واعتماداً على هذا المنهج سوف نقدم وصفاً كاملاً لعينة الدراسة وإجراء التحليل اللازم وذلك استناداً على المعلومات المجمعة.

#### مصادر البيانات وأداة التحليل:

مصادر البيانات هي:

- 1- المصادر الثانوية والتي تشمل المراجع والمصادر والدوريات والوثائق الرسمية.
- 2- المصادر الأولية وسوف نركز على جمع المعلومات بطريقة مباشرة من مصادرها الأولية باستخدام وسيلتي الاستبانة والمقابلة ووسيلة الملاحظة.

كما نم تحليل البيانات اعتمادا على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS

## 2- الدراسات السابقة:

- 1- دراسة نصر الدين عبد القادر (2005)- بعنوان فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية - تهدف الدراسة للتعرف على واقع العلاقات العامة بمجلس الاعلام الخارجي والوقوف على الصورة الذهنية عن السودان لدى العاملين بمجلس الاعلام الخارجي.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الصورة الذهنية ليست متوافقة مع ما يبذله الاعلام الخارجي

- 2- دراسة خديجه الريح (2004)- بعنوان العلاقات العامة في المؤسسات السياسية بالسودان. بالتطبيق على الامانة العامة لمجلس الوزراء- تهدف الدراسة إلى توضيح دور العلاقات العامة الحقيقي والوصول إلى تقييم موضوعي حول ماهية هذه الإدارة ودورها في تحقيق الهدف المطلوب للارتقاء بالمؤسسات السودانية وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تساهم في ابراز أنشطة الامانة العامة لمجلس الوزراء وبالذات الدور السياسي.

- 3- دراسة بخيت عشرية(2010)- بعنوان دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية في الشركات السودانية بالتطبيق على الخطوط الجوية السودانية- هدفت الدراسة للوقوف على الصورة الذهنية للشركات والكشف عن العوامل المسببة للصورة الذهنية السلبية والايجابية للمتعاملين مع هذه الشركة والتعرف على جهود العلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية السودانية وتوصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى ترى أن بناء الصورة الذهنية يتمثل في زيادة الاهتمام بالخدمات والامتيازات وتخفيض اسعار التذاكر.

- 4- دراسة الصادق المساعد (2005)- بعنوان دور العلاقات العامة في التصدي للمخاطر الدولية (حالة السودان باتهامه بانتهاك حقوق الانسان)- هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور العلاقات العامة في المجال الدولي وتوضيح ما قامت به الدبلوماسية السودانية في فك الاختناقات الدولية.

وتوصلت الدراسة إلى أن دور العلاقات العامة كان فعال ولا يستهان به في هذا المجال.

- 5- دراسة حمد النيل السمانى(2012)- بعنوان فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية (دراسة حالة شرطة الجمارك السودانية). هدفت الدراسة إلى التعرف على اهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في الشرطة وخاصة شرطة الجمارك.

وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة تواجه مشكلة عدم فهم الجمهور الخارجي لوظيفة العلاقات

العامة

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

ان اهم ما يميز هذه الدراسة انها تناولت الجوانب الإدارية للعلاقات العامة من تخطيط وتنظيم وغيرها باعتبارها أي العلاقات العامة مادة إدارية وليست مادة اعلاميه فقط.

اما الدراسات السابقة فقد تناولت الجوانب الاعلامية للعلاقات العامة ولم تتطرق إلى الجوانب الإدارية.

حيث إن الباحث لم يعثر على أي بحوث تناول الجوانب الإدارية للعلاقات العامة.

### 3- الإطار النظري للدراسة:

ان العلاقات العامة أصبحت من الإدارات الهامة في منشآت الاعمال والمنظمات على اختلاف انواعها ويرجع ذلك إلى تعاطف اهمية العلاقات العامة في نجاح أي مؤسسة أو منظمة بصرف النظر عن نوع نشاطها، كما يرجع ذلك إلى نمو وتطور احساس الإدارة لمسئوليتها الاجتماعية وضرورة اخذ وجهة النظر العامة كمتغير رئيسي مؤثر عند اتخاذ قراراتها.

منذ النصف الثاني من القرن الماضي تزايد اهتمام المؤسسات والهيئات المختلفة على مستوى العالم بالعلاقات العامة التي أصبحت تخصصاً علمياً يدرس في الجامعات والمعاهد المتخصصة. ولم تعد موهبة لفرد يمتلك اللباقة ويتميز بالحضور، فليست العلاقات العامة بالسهولة التي تطرحها بعض الكتب والمؤلفات العربية التي مازالت تتحدث عن علاقات عامة عفى عليها الزمن في الفكر والممارسة بأسلوب فيه نوع من التسطيح لهذه الوظيفة الهامة جداً، و إلا لما تناولت أجهزة الاعلام باستمرار أن اسباب المشاكل الاساسية يصنعها رجال العلاقات العامة، من منطلق انهم مستشارون يقومون بإبداء الرأي و طرح التصورات لمتخذ القرار خاصة في الغرب بناء على دراسات و أبحاث متعمقة.(الصوفي، 2002: 36)

ويقول محمد فريد الصحن أن العلاقات العامة ازدادت اهميتها كوظيفة إدارية متخصصة وحديثه في معظم المشروعات خلال النصف الاخير من القرن الماضي. ويرجع ذلك إلى زيادة اهمية كسب الرأي العام سواء على مستوى الوحدة الاقتصادية أو على مستوى الدولة ككل، وزيادة شعور الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في وقت تتعرض فيه المنظمات للعديد من الضغوط من الحركات والجمعيات النشطة مثل حركات جمعية المستهلك وحماية البيئة.. الخ، ومن الهيئات التشريعية والتنفيذية لجعل المنظمات عضواً نافعاً في المجتمع يسهم في أنشطة المجتمع، وانتاج السلع والخدمات التي تشبع احتياجات مستهلكها وتسهم في رفاهية المجتمع. وأ أنه لم يعد من الممكن اغفال وظيفة العلاقات العامة في الهيكل الإداري في أي مؤسسة رغم اختلاف درجة الاهتمام بها، وإدراك مفهومها الحقيقي بين مؤسسة وأخرى أو بين دولة وأخرى. (عبد الباقي، 2005: 55)

وإذا كان من المسلم به أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات الأولى، فانه من الثابت أيضاً أن ممارسة هذه الوظيفة خلال العقود الماضية لم تخضع للتقنين العلمي، فقد اعتمدت العلاقات العامة خلال مراحل التاريخ المختلفة على المهارة الشخصية لممارسها التي كانت تنجح حيناً وتفشل حيناً. ان تنمية قدرات الانسان عن طريق تطوير مهاراته الفردية والجماعية تقود إلى تنمية المنظمة فيتحقق أكبر قدر من الانتاج بأقل تكلفة في اقل وقت، وتشمل قدرات الانسان التي تجب تنميتها وتطويرها هي القدرة على الاتصال والقدرة على اتخاذ القرارات كما تشمل مواهب الانسان المختلفة، ومن هنا تأتي اهمية العلاقات العامة.

#### مفهوم العلاقات العامة

يتفق معظم الكتاب والمشتغلين بالعلاقات العامة أن مهنتهم تنحصر في بناء صورة طيبة للجمهور في منظماتهم وذلك عن طريق الجهود الذي تقوم به هذه المنظمات وحرصها على وجود عملية اتصال دائمة ومستمرة مع الجمهور وذلك للوصول إلى التوافق والتفاهم. وتبدو أهمية وجود تعريف مقبول من النقاط الآتية: (ابراهيم، 1998: 39)

- المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتقاربها بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
- إمكانية تحديد أهداف ومسئوليات الإدارة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم إداري عملي جيد لها.

- إمكانية وضع الخطط والبرامج التي يسير وفقاً لها نشاط الإدارة وتحديد المخصصات المالية والعناصر البشرية اللازمة. ورغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو الممارسين أو من جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة فأن هناك سمات مشتركة بين التعريفات رغم اختلاف الأسلوب أو التعامل بين تعريف وآخر. وتحدد هذه السمات المشتركة على النحو التالي (ابوسن، 1986: 57):
- أن العلاقات العامة عملية طويلة المدى ودائمة ومستمرة.
- تستهدف العلاقات العامة إقناع الجماهير النوعية بتغيير أو تعديل آرائها وسلوكها تجاه موضوع معين أو قضية معينة.
- تستهدف العلاقات العامة إحداث قدر من التكيف أو التوافق بين مواقف واتجاهات وسياسات هيئة معينة ومواقف واتجاهات الجماهير النوعية وهذه الأركان الثلاثة للمفهوم العلمي للعلاقات العامة من إعلام وإقناع وتكيف هي بمثابة الإطار العام الذي يحكم معظم التعريفات التي أطلقت على العلاقة العامة. ولعل أبرز التعريفات التي أعطيت لمفهوم العلاقات العامة هي تلك التعريفات الخاصة برواد العلاقات العامة الأوائل، أمثال، إيفي لي، وإدوارد بيرنيز وجون هيل، ومن التعريفات الهامة كذلك التعريفات التي قامت بوضعها الجمعيات والاتحادات العلمية والمهنية لإحصائي العلاقات العامة في أوروبا وأمريكا في منتصف القرن العشرين. يقول إيفي لي رائد حركة العلاقات العامة بأمريكا (أن العلاقات العامة مسئولية كبرى، تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ثم إعلام الناس بذلك، وأن مهمتها مزدوجة، تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام، وتنصح الشركات بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة، ثم إعلام الناس بما تقوم به الشركات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم) (حجاب، 1992: 57) أما أدوارد بيرنيز خبير العلاقات العامة الأمريكي فيرى أن العلاقات العامة هي (محاولة كسب تأييد الرأي العام بالنسبة لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة وذلك عن طريق الإعلام والاقتناع والتكيف. ويقصد بالتكيف هنا إيجاد التكامل والتوافق بين مؤسسة معينة وسلوكها ومواقف جماهيرها ورغباتهم بحيث لا يطغى جانب منهما على الجانب الآخر) (احمد، 1998: 85).

#### أهداف العلاقات العامة (عياد، 2004: 35)

- 1- بناء الثقة المتبادلة بين المنظمة والجمهور الداخلي.
- 2- نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهمية هذه الأدوار في المنظمة.
- 3- رفع أو تحسين الكفاءة الإنتاجية للعاملين من خلال الاهتمام بحل المشكلات التي تواجههم والمساعدة في تحسين ظروف العمل المادية والنفسية والاجتماعية.
- 4- تخفيف معدل دوران العمل.
- 5- شرح وتوضيح كافة سياسات وخطط وتوجهات المنظمة وتحديد دور العاملين في إنجاز هذه السياسات والأهداف.
- 6- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا بشأن القضايا والمواقف التي تواجه المنظمة أو بشأن سياساتها وخططها المالية والمستقبلية، فضلاً عن تقديم المعلومات والتوصيات الخاصة بالجماهير الخارجية والتي لها علاقة بممارسة المنظمة لنشاطاتها وتحقيق أهدافها.

#### اهمية العلاقات العامة:

تبرز اهمية العلاقات العامة في النقاط التالية:

#### أولاً التخطيط:

العلاقات العامة نشاط منظم ومخطط يسعى للتعرف على المشاكل والمعضلات بواسطة البحث العلمي المنظم بغية تقديم الحلول اللازمة عبر خطط تستغرق وقتاً من الزمن.

#### ثانياً: التنظيم

حيث أن العلاقات العامة مهنة ذات طابع تنظيمي تهدف لتحقيق التفاهم وتقديم المعلومات وتلقي رد الفعل من المتلقين والمتأثرين بنشاط العلاقات العامة.

#### ثالثاً: الأداء

أن العلاقات العامة المؤثرة والفعال تؤسس على السياسات الحقيقية والأداء الجيد للأفراد العاملين في مجال العلاقات العامة.

#### رابعاً: الصالح العام

أن أي نشاط للعلاقات العامة يجب أن يكون في خدمة الصالح العام وليس لتحقيق مصالح المنظمة فقط، لأن نشاط العلاقات العامة يعني المنفعة المتبادلة بين الجمهور والمنظمة والعلاقات العامة هي القاسم المشترك لمنفعة المنظمة الشخصية واهتمامات الجمهور ومصالحه.

إن العلاقات العامة تصبح أكثر فاعلية عندما تكون جزء من صنع قرارات الإدارة العليا، حيث تعني العلاقات العامة بحل المشكلات على المستويات العليا وذلك لأن العلاقات العامة وظيفة استشارية.

#### 4- عرض النتائج ومناقشتها

الإجراءات المنهجية: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف وتحليل بيانات الدراسة. مجتمع وعينة البحث: مجتمع البحث يتكون من جميع العاملين بالشركة السودانية للاتصالات والبالغ عددهم 425 عامل، اما عينة البحث فقد تم اختيارها عن طريق العينة القصدية وتم توزيع افراد العينة البالغ عددهم 100 عامل عشوائيا لتكون ممثلة لمجتمع الدراسة.

#### جدول رقم (1) مفهوم العلاقات العامة في الشركة السودانية للاتصالات

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		وافق		وافق بشدة		درجة التأييد	العبارات التي تقيس الاتجاه
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %		
2	2	27	27	19	19	21	21	31	31	مفهوم القيادات الإدارية للعلاقات العامة لا يزال غير واضح	
9	9	43	43	11	11	21	21	2	2	يعتبر مفهوم العلاقات العامة في مفهومها هامشيا	
4	4	27	27	16	16	28	28	25	25	مفهوم وظائف العلاقات العامة غير ملموس ويتداخل مع الوظائف الأخرى	
13	13	25	25	24	24	23	23	15	15	العمل الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة واضح ولكن نتائجه غير ملموسة	

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		وافق		وافق بشدة		درجة التأييد العبارات التي تقيس الاتجاه
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	
31	31	47	47	17	17	2	2	3	3	وظيفة العلاقات العامة غير ذات جدوى بالنسبة للقيادات الإدارية
30	30	39	39	14	14	8	8	9	9	ما تقوم به العلاقات العامة بإمكان أي إدارة أخرى القيام به

- يوضح الجدول أعلاه أن الإجابة على العبارة رقم (1) قد تمثلت في إجابة (وافق بشدة) بنسبة 31% حيث كانت أعلى نسبة من الإجابات، بينما مثلت أدنى نسبة إجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 2%. ويوضح ذلك أن نسبة 52% توافق على أن مفهوم العلاقات العامة لا يزال غير واضح.
- ان الإجابات من واقع الجدول أعلاه للعبارة رقم (2) قد تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 43% حيث مثلت أعلى نسبة من بين الإجابات وان أدنى نسبة إجابة كانت عند إجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 9% ويوضح ذلك أن نسبة 52% قد أجابت بعدم الموافقة على أن مفهوم العلاقات العامة مفهوماً هامشياً.
- من الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة للإجابات على العبارة رقم (3) بلغت 28% وقد تمثلت في إجابة (وافق) وان أدنى نسبة إجابة (غير موافق بشدة) بمقدار 4% وعليه فان نسبة 53% إجابة بالموافقة على أن مفهوم وظائف العلاقات العامة غير ملموس ويتداخل مع الوظائف الأخرى.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على العبارة رقم (4) قد تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 25% وان أدنى نسبة إجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 13% ويوضح ذلك أن النسبة متساوية للإجابة على أن العمل الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة واضح ولكن نتائجه غير ملموسة حيث بلغت 28%.
- الإجابة على العبارة رقم (5) تمثلت في إجابة (غير موافق) بنسبة 47% وان أدنى نسبة إجابة (وافق) بنسبة 2% ويوضح ذلك أن نسبة 78% أجابت بعدم الموافقة على أن وظيفة العلاقات العامة غير ذات جدوى.
- الإجابة على العبارة رقم (6) تمثلت في إجابة (غير موافق) بنسبة 39% وان أدنى نسبة إجابة (وافق) بنسبة 8% ويتضح أن نسبة 69% أجابت بعدم الموافقة على أن ما تقوم به إدارة العلاقات العامة بإمكان أي إدارة أخرى القيام به.

#### جدول رقم (2) فاعلية البحوث والتخطيط في الشركة السودانية للاتصالات

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		وافق بشدة		درجة التأييد العبارات التي تقيس الاتجاه
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	
22	22	57	57	8	8	13	13	-	-	لا يوجد مبرر لإنشاء وظيفة للبحوث والتخطيط لعدم وجود وظائف محددة لها
6	6	37	37	13	13	35	35	9	9	عدم فهم القيادات الإدارية لمهام التخطيط والبحوث أدى إلى ضعف الأداء في المنشأة
3	3	13	13	9	9	47	47	27	27	من مهام البحوث والتخطيط قياس اتجاهات الرأي العام نحو المنشأة
18	18	49	49	8	8	14	14	11	11	وجو وضع وظيفة البحوث والتخطيط مهم



غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		درجة التأييد	العبارات التي تقيس الاتجاه
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %		
											فقط من الناحية الشكلية في التنظيم الإداري للمنشأة
17	17	53	53	14	14	8	8	8	8		وظيفة البحوث والتخطيط في المنشأة ضعيفة ولا ترقى للمستوى المطلوب

يتبين من الجدول أعلاه أن الإجابة على عبارة رقم (1) قد تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 57% وان ادني نسبة إجابة (أوافق بشدة) بنسبة 5% ويتضح من ذلك أن نسبة 79% لا توافق على عبارة: لا يوجد مبرر لأنشاء إدارة للعلاقات العامة لعدم وجود وظائف محدودة لها.

- الإجابة على عبارة رقم (2) تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 37% وهي اعلى نسبة من بين الإجابات وان أدني نسبة إجابة غير موافق بشدة بسبة 6%. ويتضح من ذلك أن نسبة 44% توافق على عبارة: عدم فهم القيادات الإدارية لمهام وظائف العلاقات العامة ادي إلى ضعف عملية البحوث والتخطيط. وهذه النسبة اعلى من نسبة الغير موافقين على هذه العبارة حيث بلغت نسبتهم 43% وحيث بلغت نسبة المحايدبن 13%.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على عبارة رقم (3) قد تمثلت في إجابة اوافق بنسبة 47% وان ادني نسبة إجابة غير موافق بشدة بنسبة 3%. وعليه فان نسبة 75% توافق على عبارة: من النشاطات المهمة لوظيفة العلاقات العامة القيام بعملية البحوث والتخطيط وقياس الرأي العام للجمهور الخارجي.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على عبارة رقم (4) قد تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 49% وان أدني نسبة بلغت 8% وهي تمثل نسبة المحايدبن. وعليه فان نسبة 67% من افراد العينة لا توافق على عبارة: وجود إدارة للعلاقات العامة مهم فقط من الناحية الشكلية في التنظيم الإداري للهيئة القومية للكهرباء.
- الإجابة على عبارة رقم (5) تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 53% وان ادني نسبة إجابة (أوافق بشدة)، و (أوافق) حيث بلغت لكل واحدة من الإجابتين 8% ويتضح من ذلك أن نسبة 61% لا توافق على عبارة: وظيفة العلاقات العامة هامشية وكادرها زائد عن الحاجة.

### جدول رقم (3) الوضع التنظيمي للعلاقات العامة في الشركة السودانية للاتصالات

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		درجة التأييد	العبارات التي تقيس الاتجاه
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %		
4	4	21	21	8	8	24	24	43	43		لكي تعمل العلاقات العامة بفاعليه لابد أن تتبع للمدير العام
1	1	7	7	6	6	45	45	41	41		يفترض أن تكون هناك ميزانيه خاصه بالعلاقات العامة كإدارة منفصله وذلك للصراف على انشطتها وبرامجها
-	-	17	17	20	20	34	34	29	29		تعد العلاقات العامة إدارة استشارية للإدارة العليا
6	6	42	42	15	15	20	20	17	17		من المهم أن تكون العلاقات العامة إدارة

درجة التأييد										العبارات التي تقيس الاتجاه
وافق بشدة		أوافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	
										منفصله ضمن الإدارة العليا وليس من الضروري أن تتبع للمدير العام
4	4	5	5	14	14	52	52	25	25	لا يوجد مبرر لوجود العلاقات العامة ضمن الإدارة العليا

- يتبين من الجدول أعلاه أن الإجابة على العبارة رقم (1) تمثلت في إجابة اوافق بشدة بنسبة 43% وان ادني نسبة بلغت 4% لإجابة (غير موافق بشدة)، وكذلك لإجابة (محايد) بنسبة 4% وعليه فان 67% من افراد العينة يوافقون على عبارة: لكي تعمل العلاقات العامة بفاعلية لابد أن تتبع المدير العام.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على العبارة رقم (2) تمثلت في إجابة اوافق بنسبة 45% وان أدني نسبة كانت لإجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 1% ويتضح أن 86% من افراد العينة يوافقون على عبارة: من المفترض أن تكون هناك ميزانية خاصة بالعلاقات العامة كإدارة منفصلة وذلك للصرف على انشطتها وبرامجها.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على عبارة رقم (3) تمثلت في إجابة (اوافق) بنسبة 34% وان أدني نسبة كانت لإجابة غير موافق بنسبة 17%. ويتضح من ذلك أن نسبة 63% من افراد العينة يوافقون على عبارة: العلاقات العامة تعد إدارة استشارية للإدارة العليا.
- يتبين من الجدول أعلاه أن الإجابة على العبارة رقم (4) تمثلت في إجابة (غير موافق) بنسبة 42% وان أدني نسبة كانت لإجابة (غير موافق) بنسبة 6% ويتضح من ذلك أن نسبة 48% غير موافقين على عبارة: من المهم أن تكون العلاقات العامة إدارة منفصلة ضمن الإدارة العليا وليس من الضروري أن تتبع للمدير العام.
- يتضح من الجدول أعلاه أن الإجابة على عبارة رقم (5) تمثلت في إجابة (غير موافق) بنسبة 52% وان أدني نسبة إجابة (اوافق بشدة) بنسبة 4% ويتبين من ذلك أن نسبة 77% من افراد العينة غير موافقين على عبارة: لا يوجد مبرر لوجود العلاقات العامة ضمن الإدارة العليا

#### جدول رقم (4) قدرة إدارة العلاقات العامة على القيام بدورها في الشركة السودانية للاتصالات

درجة التأييد										العبارات التي تقيس الاتجاه
وافق بشدة		أوافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		
ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	ك	نسبة %	
25	25	39	39	17	17	14	14	5	5	تقوم إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال برفع مقترحات العاملين إلى الإدارة العليا وذلك لتلافي المشاكل قبل حدوثها
29	29	44	44	12	12	11	11	4	4	تقوم إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال بتوعية سلوك العاملين وتحسين بيئة العمل
34	34	34	34	16	16	14	14	2	2	تستخدم إدارة العلاقات العامة كافة وسائل الاتصال المتاحة للتواصل مع الجمهور الداخلي
41	41	32	32	15	15	7	7	5	5	تسعى إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال إلى رفع الروح المعنوية وخلق روح الفريق الواحد
12	12	15	15	7	7	52	52	14	14	غياب وظيفة الاتصال في العلاقات العامة لا

درجة التأييد		أوافق بشدة		أوافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
ك		نسبة %		ك		نسبة %		ك		نسبة %	
العبارات التي تقيس الاتجاه											
يؤثر سلباً على العمل الاجتماعي.											
21	21	21	21	39	39	20	20	17	17	3	3
تقوم إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال بالتنسيق بين الإدارات المختلفة وذلك للحد من عملية الصراعات التي قد تحدث في الشركة											

- يتبين من الجدول أعلاه أن الإجابة على عبارة رقم (1) تمثلت في إجابة (أوافق) بنسبة 39% وأن أدنى نسبة إجابة (غير موافق) بشدة بنسبة 5%. ويتضح أن 64% من أفراد العينة يوافقون على عبارة: تقوم إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال برفع مقترحات العاملين إلى الإدارة العليا وذلك لتلافي المشاكل قبل حدوثها.
- الإجابة على عبارة رقم (2) تمثلت في إجابة أوافق بنسبة 44% وأدنى نسبة إجابة غير موافق بشدة بنسبة 4% ويتضح من ذلك أن 73% من أفراد العينة يوافقون على عبارة: تقوم إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال بتوعية سلوك العاملين وتحسين بيئة العمل.
- يتبين من الجدول أعلاه أن الإجابة على عبارة رقم (3) تمثلت في إجابة أوافق بشدة بنسبة 34% وأدنى نسبة إجابة غير موافق بشدة بنسبة 2%. وعليه فإن نسبة 68% من أفراد العينة توافق على عبارة أن العلاقات العامة تستخدم كافة وسائل الاتصال المتاحة للتواصل مع الجمهور الداخلي.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على عبارة رقم (4) تمثلت في إجابة أوافق بشدة بنسبة 41% وأدنى نسبة تمثلت في إجابة غير موافق بشدة بنسبة 5% ويتضح أن نسبة 73% من أفراد العينة توافق على عبارة: تسعى إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال إلى رفع الروح المعنوية وخلق روح الفريق الواحد.
- الإجابة على عبارة رقم (5) تمثلت في إجابة غير موافق بنسبة 52% وأدنى نسبة إجابة (محايد) بنسبة 7% وعليه فإن نسبة 66% من أفراد العينة غير موافقين على عبارة: غياب وظيفة الاتصال في العلاقات العامة لا يؤثر سلباً على الشركة السودانية للاتصالات.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على العبارة رقم (6) تمثلت في إجابة (أوافق) بنسبة 39% وأدنى نسبة إجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 3% ويتضح أن 60% من أفراد العينة يوافقون على عبارة: تقوم إدارة العلاقات العامة عبر وظيفة الاتصال بالتنسيق بين الإدارات المختلفة وذلك للحد من الصراعات التي قد تحدث في الشركة.

#### جدول رقم (5) المسؤولية الاجتماعية للشركة السودانية للاتصالات

درجة التأييد		أوافق بشدة		أوافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
ك		نسبة %		ك		نسبة %		ك		نسبة %	
العبارات التي تقيس الاتجاه											
من أهم الأعمال التي تقوم بها العلاقات العامة داخل الشركة وخارجها هو القيام بالنشاط الثقافي والاجتماعي والصحي في اطار المسؤولية الاجتماعية											
28	28	28	28	35	35	13	13	22	22	2	2

درجة التأييد		أوافق بشدة		أوافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		العبارات التي تقيس الاتجاه
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
35	35	32	32	17	17	12	12	4	4	4	4	تسعى العلاقات العامة إلى توطيد العلاقات الاجتماعية بين العاملين وتقوية روح الانتماء إلى الهيئة
35	35	36	36	14	14	11	11	4	4	4	4	من الاعمال المهمة التي تقوم بها العلاقات العامة هو دراسة اتجاهات الجماهير وذلك من اجل الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية
33	33	30	30	18	18	18	18	1	1	1	1	العمل الاجتماعي الذي تقوم به الهيئة يسهم في دفع عملية الانتاج
25	25	19	19	24	24	28	28	4	4	4	4	تقوم الهيئة بتقديم بيئة اجتماعية صحيحة للعاملين

- يتبين من الجدول أعلاه أن الإجابة على عبارة رقم (1) تمثلت في إجابة (أوافق) بنسبة 35% وأدني نسبة إجابة (غير موافق بشدة). وعليه فإن ما نسبته 63% من افراد العينة يوافقون على عبارة: أن من اهم الاعمال التي تقوم بها العلاقات العامة داخل الهيئة وخارجها هو القيام بالنشاط الثقافي والاجتماعي والصحي في إطار المسؤولية الاجتماعية.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على العبارة رقم (2) تمثلت في إجابة (أوافق بشدة) بنسبة 35% وأدني نسبة إجابة غير موافق بشدة بنسب 4% ويتضح أن نسبة 67% من افراد العينة يوافقون على عبارة: تسعي العلاقات العامة إلى توطيد العلاقات الاجتماعية بين العاملين وتقوية روح الانتماء للهيئة.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على العبارة رقم (3) تمثلت في إجابة (أوافق بشدة) بنسبة 35% وأدني إجابة (غير موافق) بشدة بنسبة 4% وعليه فإن نسبة 71% من افراد العينة يوافقون على عبارة: من الاعمال المهمة التي تقوم بها العلاقات العامة هو دراسة اتجاهات الجماهير وذلك من اجل الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية.
- من الجدول أعلاه يتضح أن الإجابة على العبارة رقم (4) تمثلت في إجابة (أوافق بشدة) بنسبة 33% وأدني نسبة إجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 1% ويتضح أن 63% يوافقون على عبارة: العمل الجماعي الذي تقوم به الشركة يسهم في دفع عملية الانتاج.
- من الجدول أعلاه يتبين أن الإجابة على العبارة رقم (5) تمثلت في إجابة (غير موافق) بنسبة 28% وأدني نسبة إجابة (غير موافق بشدة) بنسبة 44% ويتضح أن نسبة 44% من افراد العينة يوافقون على عبارة: تقوم الشركة بتقديم الدعم العيني والمادي للفقراء والمحتاجين والمراكز الصحية ودعم التعليم وتوفير المياه وذلك بغرض تحسين صورتها الذهنية.

## التحقق من الفرضيات

### التحقق من الفرضية الأولى:

1- توجد علاقة بين عدم فهم القيادات الإدارية لمهام وظائف العلاقات العامة وضعف فاعلية المنشأة بالقيام بعملية البحوث والتخطيط.

لإثبات هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F T -) ولإثبات العلاقة بين العبارتين التي تقيس فهم القيادات الإدارية لوظيفة العلاقات العامة وبين فاعلية البحوث والتخطيط.

جاءت النتائج كما في الجدول ادناه:

Independent Samples Test										
	Levene's Test for Equality of Variances		t- test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
responde1	Equal variances assumed	3.378	.099	- .494	9	.633	-5.16667-	10.45859	- 28.82564-	18.49231
	Equal variances not assumed			- .469	6.099	.655	-5.16667-	11.01489	- 32.01316-	21.67983

يبين الجدول أعلاه انه ليس هنالك اختلاف بين عدم فهم القيادات الإدارية لمهام وظيفة العلاقات العامة وبين ضعف فاعلية المنشأة بالقيام بعملية البحوث والتخطيط، وذلك حسب استجابة المبحوثين وذلك لأن القيمة المعنوية لاختبار (t f -) اكبر من 0.05 و 0.01. مما يعنى تحقق الفرضية.

### الفرضية الثانية:

هنالك علاقة بين الوضع التنظيمي للعلاقات العامة في الهيكل الإداري للمنشأة وبين قدرتها على القيام بدورها بفاعليه.

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار (t f -) للعينات المستقلة - كما يبين الجدول ادناه

Independent Samples Test										
	Levene's Test for Equality of Variances		t- test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
o	Equal	.058	.815	1.060	9	.317	-3.50000 -	12.73294	42.30391-	15.3039

Independent Samples Test										
	variances assumed			-						1
	Equal variances not assumed		1.054	8.421	.321	13.50000-	12.80950	42.78352-	15.7835	2

من الجدول أعلاه نجد انه ليس هنالك فروق بين الذين يوافقون على الوضع التنظيمي للعلاقات العامة في المنشأة وبين القيام بدورها بفاعليه وذلك لأن قيمة (t f) - للعينات المستقلة أكبر من 0.05 و 0.01 مما يعنى تحقق الفرضية.

#### الفرضية الثالثة:

توجد علاقة بين توفر وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وقدرة المنشأة على حل مشكلاتها وتحسين سلوكها وتحقيق بيئة صحية متعافية.

للتحقق من الفرضية تم استخدام اختبار (t f) - للعينات المستقلة كما يبين الجدول ادناه:

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t- test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
responde3	Equal variances assumed	.730	.415	-.619	9	.551	-7.23333 -	11.68607	33.66907 -	19.20240
	Equal variances not assumed			-.636	8.960	.541	-7.23333 -	11.37927	32.99248 -	18.52582

من الجدول أعلاه نجد انه ليس هنالك فروق بين الذين يرون بتوفر وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وبين قدرة المنشأة على حل مشكلاتها وتحسين سلوكها وتحقيق بيئة صحية معافيه. وذلك لأن قيمة (F T) - للعينات المستقلة أكبر من 0.05 و 0.01 مما يعنى تحقق الفرضية.

#### النتائج والتوصيات:

##### اولاً- النتائج

- هناك علاقة بين عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة وتداخل عمل الإدارات الاخرى مع عملها
- ويوجد عدم فهم للعلاقات العامة من قبل القيادات الإدارية مما ادى إلى ضعف عملية البحوث والتخطيط في المنشأة.

- توصلت الدراسة إلى أن موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري للمنشأة له تأثير في قدرة المنشأة على القيام بدورها بفاعلية وان قربها من الإدارة العليا له اهمية من الناحية التنظيمية
- توصلت الدراسة إلى أن الاتصال الجيد في العلاقات العامة له المقدرة على حل المشاكل التي تعترض المنشأة ويلعب دورا في تحسين السلوك وتحقيق بيئة صحية معافيه.

#### ثانيا- التوصيات والمقترحات:

- تنظيم دورات تدريبية مكثفه بين فتره وأخرى للقيادات الإدارية تشمل مفهوم العلاقات العامة وأهميتها وأهدافها ووظائفها ودورها في العمل الإداري للمنشأة.
- الاستعانة بالمستشارين الخارجيين والشركات المتخصصة في العلاقات العامة وتنفيذ برامج بحثيه وتنفيذ خطط العلاقات العامة وتقويم نتائجها وذلك للاستفادة من خبرتهم في تنفيذ هذه البرامج العلمية واحتكاك العاملين في العلاقات العامة بهم والاستفادة منهم ومن خبراتهم من خلال الممارسة العلمية.
- تشجيع الباحثين على إجراء أبحاث مكثفه عن واقع ممارسة العلاقات العامة لتشخيص المشكلات ووضع الحلول المناسبة لها. وعمل بنيه تحتية ينطلق منها العمل البحثي في مجال العلاقات العامة.
- اعادة النظر في اللوائح المنظمة لعمل العلاقات العامة في المؤسسات العامة وشركات القطاع الخاص وذلك بان يتم صياغتها من قبل متخصصين وخبراء في العلاقات العامة لتحديد وظائفها بدقه وعلاقتها بالوظائف الاخرى.
- تشجيع الباحثين من قبل التعليم العالي والجامعات والمتخصصين في العلاقات العامة على إجراء أبحاث مكثفه عن واقع ممارسة العلاقات العامة في السودان لتشخيص المشكلات ووضع الحلول على أن تبدأ بالتالي:

#### المراجع والمصادر

- ابراهيم، على السيد 1998، مقدمه في العلاقات العامة، جامعة القاهرة، من غير وجود دار نشر. ص39
- ابوسن، أحمد ابراهيم (1986) العلاقات العامة في الدولية الحديثة، المطبعة المصرية دبي: 77
- احمد، محمد مصطفى (1998). العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، الإسكندرية: 85
- الباز، على (2004)، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الإسكندرية: 58
- جوده، محفوظ احمد (2006)، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، دارزهران، عمان ص 45
- الجوهر، محمد ناجي (2000)، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد العلمية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن. ص 62
- حجاب، محمد منير (1992)، المداخل الاساسية للعلاقات العامة دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة: 55
- حسين، سمير محمد (1995) م دراسات في مناهج البحث عالم الكتب، القاهرة ص22
- حسين، محمد عبدة (1991) العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل، العراق. ص120
- سعد، طارق على (2005) التدريب وأثره على الأداء في المؤسسات الفنية، رسالة ماجستير غير منشوره، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية ص 66
- الصوفي، خالد (2002)، العلاقات العامة أساليب وممارسات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة: 36

- عبد الباقي: لاح الدين (2005)، مبادئ السلوك التنظيمي، الدار الجامعية الإسكندرية: 55
- عبد اللطيف، عبد اللطيف (2007)، العلوم السلوكية في التطبيق الإداري (السلوك التنظيمي)، منشورات جامعة دمشق، الطبعة الولي: 30
- العبيد، مجدي العوض (2007)، العلاقات الانسانية ودورها في تطوير شركات القطاع الخاص، رسالة ماجستير غير منشوره، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية. ص 122
- عياد، خيرت معوض (2004). إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي الدار المصرية اللبنانية شارع عبد الخالق ثروت، القاهرة: 35
- النجار، عبد العزيز محمد (2004)، العلاقات العامة (مدخل بيئي) المكتب العربي الحديث، الاسكندرية: 87
- النعمة، زكية مصطفى (2002)، أثر التطور الإداري والتقني على قطاع الاتصالات رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية. ص 59