

دور العلاقات العامة بتنمية العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية: دراسة ميدانية

أ.م.د. محمد وليد صالح

كلية الإعلام/ الجامعة العراقية

mohammed.w.salih@aliraqia.edu.iq

مستخلص:

يهدف البحث إلى التعرف على ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة ودورها بتنمية العوامل المؤثرة في تجسيد الرضا الوظيفي لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية، وتوظيف التطبيقات الرقمية الإعلامية المختلفة بنشر هذه الثقافة لتعزيز بناء قدرات ومهارات الموارد البشرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ٢٠٣٠.

وقد كشف البحث عن نتائج عدة من أبرزها إنَّ العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي هي عدالة الرئيس المباشر وبنسبة (٢٤,٥%) وحرص الإدارة العليا على تلقي مقترحات تطوير العمل وبنسبة (٢١%) وتنمية كفاءة العاملين وتحفيزهم لأداء وظائفهم بصورة غير تقليدية وبنسبة (١٥,٧%).

وأشارت النتائج إلى تأثير العوامل الإدارية المتعلقة بمقدار الراتب الشهري والشهادة العلمية وعدد ساعات العمل وبنسبة (٣٣,٧٥%) والعوامل الفنية وتوفير المعدات الهندسية الحديثة وبنسبة (٤٣,٧٥%) وعوامل تنوع المهام ومحتوى العمل وإداء الواجبات الإضافية وبنسبة (٤٨,٧٥%).

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الدور، الرضا الوظيفي.

The Role of Public Relations in Developing the Factors Influencing the Achievement of Job Satisfaction among Employees of Iraqi Airways:

A Field Study

Asst. Prof. Dr. Mohammed Waleed Salih

College of Media/ Al-Iraqia University

(Abstract)

The present research addresses the contribution of public relations practices to the development of factors that shape job satisfaction among employees of Iraqi Airways. Beyond its organizational scope, the study considers how digital media applications can be employed to disseminate a culture of satisfaction and support the continuous growth of human resources. In doing so, it also seeks to connect institutional outcomes with the broader framework of the United Nations 2030 Sustainable Development Goals.

The findings point to several significant variables. Foremost among them are the fairness demonstrated by direct supervisors (24.5%), the willingness of senior management to engage with employees' proposals for improving work processes (21%), and efforts to strengthen staff competencies and encourage innovative performance (15.7%).

In addition, the analysis highlights the impact of administrative conditions such as salary level, academic

qualification, and working hours (33.75%); technical considerations, particularly the availability of modern engineering equipment (43.75%); and job-related elements including task variety, the substance of work, and the assumption of additional responsibilities (48.75%).

Keywords: Public Relations; Organizational Role; Job Satisfaction.

تمهيد:

من المؤشرات المهمة لتراجع أداء العاملين في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية هو مدى تحقق حالة الرضا الوظيفي، مما يزيد من حالة الدافعية لديهم لإنجاز أعمالهم بشكل غير تقليدي للنهوض بواقع المؤسسة وخدماتها المقدمة للجمهور، وتأتي ممارسة العلاقات العامة وأنشطتها الاتصالية في المؤسسات لتجسيد عوامل الرضا الوظيفي في شركة الخطوط الجوية العراقية (الناقل الوطني)، بواسطة توظيف وسائل الإعلام المختلفة والتطبيقات الرقمية لنشر هذه الثقافة والتوعية بأهميتها وتعزيز بناء قدرات ومهارات الموارد البشرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة (٢٠٢٠ - ٢٠٣٠)، التي يشكل جزءاً من وسائل التنفيذ (الفقرة ٤١) لأن كل هدف يتضمن غايات متعلقة بهذه الوسائل ومن بينها بناء القدرات.

إذ يشتمل الهدف (١٧) الذي يغطي وسائل التنفيذ والشراكة العالمية، على الغاية ٩-١٧ التي ترمي إلى (تعزيز الدعم الدولي لتنفيذ بناء القدرات في البلدان النامية تنفيذاً فعالاً ومحدد الأهداف من أجل دعم الخطط الوطنية الرامية إلى تنفيذ جميع أهداف خطة التنمية المستدامة، بوسائل تشمل على التعاون بين بلدان الشمال والجنوب) (الأمم المتحدة: ٢٠٢٥).

أن العمل على وفق رؤية مؤسسية واجتماعية واقتصادية واضحة محلياً وعالمياً فيما يتعلق بخطة تطوير شاملة لبيئة العمل وتحسينها نابعة من قضايا العاملين الأساسية، ومعالجة العوائق وإزالتها من أجل استثمار نجاح الإدارة الحديثة وضمان تحقيق زيادة مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين، وتأثيرها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة وسمعتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي وتكوين انطباعات إيجابية وكيفية توظيفها، فضلاً عن عرض نتائج البحث واستنتاجاته وتقديم توصياته المناسبة.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

إن وجود مشكلة يتصدى الباحث لدراستها على وفق أسس موضوعية من أهمها أن تكون معالجة المشكلة جديدة في الواقع العلمي وإضافة شيء جديد إلى المعرفة في مجال تخصصها فالتفكير والبحث العلمي مسخراً لخدمة المجتمع. ويتضمن البحث دراسة مسحية ميدانية لممارسة العلاقات العامة وأساليبها العلمية وأهدافها الداعمة لرسالة المؤسسة وتعزيز عوامل تحقيق الرضا الوظيفي، وتعزيز بناء قدرات ومهارات الموارد البشرية لتحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة (٢٠٢٠ - ٢٠٣٠) وتأثيرها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة وسمعتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي وتكوين انطباعات إيجابية لديهم وكيفية توظيفها لتنمية بيئة العمل وتحسينها.

وتتطلب الدراسة الميدانية للإجابة عن التساؤلات التالية: -

- ١- كيفية توظيف الأساليب العلمية للعلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي؟
- ٢- ما أهداف ممارسة العلاقات العامة لنشاطها الاتصالي في شركة الخطوط الجوية العراقية؟
- ٣- تقديم رؤية بحثية لدعم ممارسة العلاقات العامة ودورها بتنمية عوامل تحقيق الرضا الوظيفي؟

ثانياً: فروض البحث:

وتقوم الدراسة على فروض عدة ومنها التالية:-

الفرض/١: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين البيانات الشخصية للمبحوثين ومستويات تحقيق الرضا الوظيفي ومنها (نوع الجنس والفئة العمرية والتحصيل الدراسي وسنوات الخبرة الوظيفية) عن طريق ممارسة العلاقات العامة وأهدافها وأنشطتها الاتصالية وتوظيف أساليبها العلمية التي تسهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

الفرض/ ٢: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مستوى تنمية العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي وتحقيقه لدى العاملين سواء أكانت الإدارية أم الفنية أم تنوع المهام ومحتوى العمل.

الفرض/ ٣: هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين توظيف التطبيقات الرقمية الإعلامية لتعزيز بناء قدرات وتطوير مهارات الموارد البشرية لتحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة.

ثالثاً: أهمية البحث:

أثرت مناهج البحث في السياق الرقمي على كتابة البحث العلمي الإعلامي، إذ أضحت من الصعوبة بمكان القيام ببحث عن أشكال جمهور الميديا الاجتماعية وانتشارهم الجغرافي ومصادر المعلومات والتعددية الإعلامية في الفضاء الإلكتروني، مما يسهم في تحسين الصورة أو تخريبها (العياضي: ٢٠٢٢، ص ٣١).

الأهمية الميدانية والتطبيقية:

وتأتي عن طريق دراسة (دور العلاقات العامة بتنمية العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العرقية) للتعرف على مدى أهمية ممارسة العلاقات العامة لأنشطتها الاتصالية والإعلامية في المؤسسات الحكومية، وتأثيرها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة وسمعتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي وتكوين انطباعات إيجابية وكيفية توظيفها لتحقيق الرضا

الوظيفي لديهم من أجل تنمية بيئة العمل وتحسينها، ولاسيما بعد تعاظم دورها في حفظ سلامة المسافرين وأمنهم عبر الناقل الوطني ومواكبة تطورات الحداثة وسبل التكيف معها بالتنسيق مع الشركات العالمية النظيرة.

رابعاً: أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:-

١- معرفة اتجاهات ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة وأهدافها في شركة الخطوط الجوية العراقية.

٢- محاولة التوصل إلى عوامل تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين ومعرفة الصعوبات التي يواجهونها.

٣- تقديم رؤية مقترحة لممارسة نشاط العلاقات العامة الاتصالي في دعم الرضا الوظيفي وتحقيقه.

٤- التعرف على دور الأساليب العلمية والوسائل الاتصالية للعلاقات العامة لتحقيق الرضا الوظيفي.

ويأتي ذلك لغرض تطوير العاملين وتشجيعهم وزيادة مشاركتهم في تنمية بيئة العمل وتحسينها وبناء الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة.

خامساً: نظرية الإدارة العلمية فريدريك تايلور (١٨٥٦ - ١٩١٥):

يعد مؤسس الإدارة العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩١١ للقضاء على إهدار الوقت والمال بالمراقبة والقياس المنهجين، بهدف ضمان أقصى قدر من الازدهار لكل من صاحب العمل والعاملين بالمؤسسة وتطابق المصالح الأساسية بينهما، فضلاً عن التميز بين الإنتاج والإنتاجية فالإنتاج الأقصى هو نتيجة أقصى إنتاجية التي تعتمد على تدريب كل من صاحب العمل والعاملين، وقد اعتمدت نظرية البحث الحالي على أربعة مبادئ وهي كالتالي (دراسة: ٢٠٢٥):

١- دراسة علمية للعمل: من فريق من المختصين بإنشاء مكتب أو خدمة خاصة بأساليب العمل لتحديد عمليات التشغيل الأكثر اقتصاداً وحجم العمل الذي

يتعين على العامل إنجازَه للوصول إلى ظروف مثالية وحصوله على راتب مرتفع.

٢- الاختيار الممنهج للعاملين وتدريبهم: بناءً على المهارة وتميز كل عامل لأداء وظيفة واحدة على الأقل.

٣- التنمية العلمية للعاملين وتنقيفهم: يتعلق بالعاملين الذين يطبقون الإدارة العلمية.

٤- نظام الإدارة الوظيفية: تقاسم المسؤولية المتساوي عن العمل بين الإدارة والعاملين في المؤسسة.

وأشارت هذه النظرية إلى أهم الأسباب التي دفعت العاملين إلى بطء العمل وإعاقتهم عن بلوغ ذروة إنتاجهم وهي:

١- الأفكار المغلوطة: يعتقد بعض العاملين أن الزيادة المادية في إنتاج كل عامل أو كل آلة ستؤدي إلى تسريح عدد منهم ومعالجة سوء الفهم وتصحيح أفكارهم.

٢- ضعف نظم إدارة الموظفين: التي تجبر كل عامل على التظاهر بالعمل لحماية مصالحه.

٣- الأساليب التجريبية: المطبقة في جميع المهن التي تنتسب في إهدار جهد العاملين.

سادساً: نوع البحث ومنهجه:

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي الميداني لبيان العلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات والتطور، لكي يقدم البحث الواقع التطبيقي لممارسة الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الحكومية، ولا يقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية وتوفيرها، وإنما تصنيف البيانات وتبويب الحقائق التي تم جمعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها وتقويمها بصورة شاملة

للتعرف على النتائج واستخلاص الدلالات المفيدة ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية (القيّم: ٢٠٢٢، ص ٦٦).

سابعاً: صدق أداة البحث والمعالجة الإحصائية:

تم تصميم استبانة لجمع البيانات من الفئة المستهدفة بالاعتماد على الأدب النظري للبحث، وتضمن استبانتي الأولى (١٢) سؤالاً قسمت على (٦) محاور، وأخرى احتوت على (٩) أسئلة قسمت على محورين على وفق مقياس ليكرت الثلاثي، وتوزيع (٣٠٠) استبانة على عينة اختيرت بطريقة عشوائية بسيطة.

وبعد ان عرضت الاستبانتي على عدد من الخبراء المحكمين المختصين^(١) وتعديلها بشكلها النهائي على وفق ملحوظاتهم لغرض توفر الصدق الظاهري، وكانت بنسبة (٨٧%) وبعدها أصبحت قابلة للتطبيق الميداني وتناسبها مع اهداف البحث ومتغيراته، كالتالي: $87\% = 100 \times \frac{40}{46}$.

أما معامل الثبات فقد استخدم الباحث طريقة الاختبار وإعادة الاختبار بتحديد نسبة (١٠%) من حجم العينة الكلي وبلغ (٣٠) مبحوث ليكون جزء العينة الذي خضع للاختبار، وكان معامل الثبات يساوي (٨٣%) وتشير إلى نسبة استقرار نتائج البحث.

وبعد التأكد من وضوح محتوى الاستبانة وثم البدء بعملية توزيع الاستبانات على الجمهور المستهدف وجمعها، فضلاً عن معالجة البيانات بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، على فقرات المقياس وفروض البحث واستعمال النسب المئوية والأوساط الحسابية لجداول اجابات الأسئلة الموجهة إلى

(١) أسماء الأساتيد والخبراء المحكمين للاستبانة:

أ.د. علي إبراهيم عوجة (قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة).

أ.د. ناهض فاضل زيدان (قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ جامعة بغداد).

أ.د. عرسان يوسف عرسان (قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ الجامعة العراقية).

أ.د. إيثار طارق خليل (قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ الجامعة العراقية).

أ.د. صونية عبيدش (كلية علوم الإعلام والاتصال/ جامعة الجزائر ٣).

ممارسي العلاقات العامة، كالتالي:

- استخدام المتوسط الحسابي.
- معامل الانحراف المعياري.
- معامل ارتباط بيرسون.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته:

مجتمع البحث: يشمل على الأفراد المبحوثين من العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية، بوصفهم مصدراً لجمع المعلومات بواسطة آرائهم عن مدى توافر الرضا الوظيفي في المؤسسة.

عينة البحث: اعتمد الباحث على اختيار العينة العمدية كأسلوب كونها مجموعة جزئية من مجتمع البحث، عن طريق موضوع البحث المتعلق بالعلاقات العامة وتنمية العوامل المؤثرة بتحقيق الرضا الوظيفي، إذ تم توزيع (٣٠٠) استبانة وتم اعتماد (٢٦٠) استبانة و(٤٠) استبانة مستبعدة لعدم اعادتها للباحث أو كتابة اجابات غير مناسبة.

تاسعاً: مجالات البحث:

١. **المجال البشري:** يشمل الأشخاص من ممارسي العلاقات العامة والإعلام وعدد من العاملين في الأقسام المختلفة.

٢. **المجال المكاني:** يتمثل بقسم الإعلام والاتصال الحكومي في شركة الخطوط الجوية العراقية والأقسام التابعة لها.

٣. **المجال الزمني:** ويتضمن إجراء دراسة للمدة من ٢ / ١ / ٢٠٢٤ إلى ٣ / ٣ / ٢٠٢٤.

٤. **المجال الموضوعي:** يشمل على الدراسة المسحية الميدانية لدور العلاقات العامة بتنمية العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية (الناقل الوطني).

عاشراً: الدراسات السابقة:

دراسة الباحثة (أمل ياسين محمد) ٢٠١٥ الموسومة (دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في شركة الخطوط الجوية الملكية الأردنية: دراسة حالة) وهدفت إلى معرفة العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي، وخلصت إلى نتائج عدة من وجهة نظر العاملين ومنها إنَّ التعاون والتنسيق بين جهاز العلاقات العامة وإدارات الأقسام الأخرى في الشركة كان متوسط المستوى، وإنَّ نوعية القنوات الاتصالية التي تستعملها العلاقات العامة في الشركة كانت ذات مستوى متوسط وانعكس على مستوى ممارستها أيضاً، فضلاً عن وجود أثر للتعاون والتنسيق للعلاقات العامة وتعزيز الرضا الوظيفي بواسطة نوعية القنوات الاتصالية المستعملة مع جمهور المتعاملين.

التعليق على الدراسات السابقة:

تعد دراستنا الميدانية الحالية هادفة إلى التعرف على ممارسة العلاقات العامة ودورها في تنمية العوامل الإدارية والفنية وتنوع محتوى العمل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي، لغرض معالجة العوائق ولضمان تحقيق زيادة مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين.

حادي عشر: مصطلحات البحث والكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة: - نشاط اتصالي وإداري ممنهج تمارسه المؤسسة الحكومية وغير الحكومية أو الدولة بهدف إيجاد تفاهم متبادل وجمهورها عن طريق تجاوز الفجوات الجغرافية واللغوية والثقافية، وفهم ممارسي العلاقات العامة الدولية لطبيعة العمليات والأنشطة الاقتصادية المعتمدة على المعرفة والدراية والخبرة مع أهمية مراعاة التعددية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية عند التخطيط والتنفيذ، فضلاً عن مفاهيم واستراتيجيات وأساليب إدارة العلاقات العامة وممارستها في الدول التي تنتمي إليها المؤسسات التي لا تصلح بالضرورة في الدول الأخرى (الجمال: ٢٠١٩، ص ٣٢) وأصبح لزماً على ممارسي العلاقات العامة توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أبرز أدوات الاتصال الرقمي لإدارة سمعة المؤسسات

وصناعة أحداثها ونشر أخبارها ونقلها للجمهور والحوار المباشر معه، ليمتد تأثيرها لإبراز الصورة وتحسين السمعة والمساهمة في إدارة الأزمات ومعالجتها (عبد الحميد: ٢٠٢٤، ص ٧٧).

الدور:- أنموذج شامل للأفعال والتصرفات والحقوق والواجبات لشاغل المركز، وله متطلبات منها المظاهر السلوكية والمعايير الاجتماعية للأنشطة المطلوبة لتقوية مكانة معينة ويخضع لقوانين وثقافة المجتمع (بوابة علم الاجتماع: ٢٠٢٤).

الرضا الوظيفي:- شعور ناتج عن تقييم شخصي ذاتي لمختلف عناصر ومتغيرات العمل، ومجموعة العوامل النفسية الفيزيولوجية والوظيفية والبيئية التي تجعل الموظف راضياً عن عمله (الأكاديمية العربية الدولية: ٢٠٢٤).

المبحث الثاني: العلاقات العامة وعوامل تنمية الرضا الوظيفي

أصبحت العلاقة بين الأعمال والجمهور أوثق فالأعمال اليومية تأخذ الجمهور في شراكة، وهناك عدد من الأسباب بعضها اقتصادي والبعض الآخر بسبب الفهم العام المتزايد للأعمال والمصلحة العامة في الأعمال التجارية ويكون الانتاج مربحاً إذا أمكن الحفاظ على إيقاعه (بيرنايز: ٢٠٢١، ص ٦٩). وبهذا تعد العلاقات العامة علم انتقاء الأحداث وصناعة المعلومات التي تنقل إلى الجمهور عبر أساليب الاتصال ووسائله، فضلاً عن فن مساعدة الناس على فهم المؤسسة الحديثة وتحفيزهم لدعمها ومساندتها في أداء رسالتها (Cathy Campbell: 1987, p.3). وتمارس العلاقات العامة وظائف عدة لتطوير العملية الاتصالية في المؤسسة منها الاتصالية، والإعلامية، والبحوث العلمية والدراسات، والتصحيح والبناء، والاستشارية، وإدارة الصورة الذهنية للمؤسسة، والتسويقية (صالح: ٢٠١٧، ص ١٤٦).

وقد ساعد الانترنت العلاقات العامة الرقمية من رصد آراء فئات الجمهور ومتابعة المعلومات وأخبار المؤسسة وكذلك التواصل والتفاعل معهم، من اجل بناء صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة عن طريق جهد يرمي إلى زيادة الإدراك

والمعرفة وجذب انتباه الأفراد، حتى يتم تكوين تصوراتهم ورؤاهم عن نشاطات المؤسسة عبر استعمال الوسائط الرقمية بوصفها واحدة من استراتيجيات حملات العلاقات العامة (الأسدي: ٢٠٢٣، ص ٢١). وتأتي أهمية تحليل نهج الجمهور الذي يشارك بنشاط في المنصات الرقمية ومشاركة المحتوى الفوري على وسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن مستخدمي المنصات في انحاء العالم كافة، إذ يصعب مواكبة سرعة الجمهور المستهدف ومتابعته بالطرائق التقليدية (جفات: ٢٠٢٥، ص ٤٨).

أن البيئة الإعلامية في دول عربية عدة مهية نسبياً لاحتواء تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستثمار فيها، وفقاً لخطط تراعي المجالات القانونية والأخلاقية والحاجة إلى التدريب والتطوير المستمر، فضلاً عن استيعاب ذلك في البرامج الجامعية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلام (ليوا: ٢٠٢٤، ص ٢٠). وستدعم صحافة الذكاء الاصطناعي وتقنيات الثورة الصناعية الرابعة في الإعلام الشراكة العالمية لتحقيق التنمية المستدامة، واستكمالها بشراكات تجمع أصحاب المصلحة المتعددين لجمع المعارف والخبرات والموارد المالية وتقاسمها المتوازن بينهم (عبدالظاهر: ٢٠١٩، ص ٨٠).

إذ يسرّع التحول الرقمي الذي يشهده مجتمعنا تحديات تطوير المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتعزيز خطابها خصوصاً فيما يتعلق بصياغة استراتيجياتها وعملياتها لخلق القيمة من خلال التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، والبيانات تطوير منهجيات الأعمال المستدامة والابتكارات في قطاع تكنولوجيا المعلومات، وفرصة لخلق وظائف جديدة وستزداد رغبات الناس وتلبية احتياجاتهم في المنتجات القائمة على الإبداع والجماليات البشرية بدلاً من انحسارها في عالم يزداد رقمنة (شميدبيتر: ٢٠٢٥، ص ٤).

وقد مكنت التكنولوجيا الرقمية من أتمتة المهام المتكررة التي تستغرق وقتاً طويلاً، وهو ما أدى إلى توفير وقت العاملين وتركيزهم على أداء المسؤوليات

الأكثر أهمية وتقليل الأخطاء البشرية، وإزالة المهام المملة التي تثقل كاهلهم وبالتالي شعورهم بالسعادة في أداء العمل يتبعه شعوراً بالرضا الوظيفي (الصادق: ٢٠٢٥، ص ٧٥).

أما مفهوم الرضا الوظيفي حالة متكاملة بين الفرد وعمله تدور حول موقفه الإيجابي أو السلبي تجاه ما يقوم به، وحجم تقديره العام والجزئي للعمل الذي يؤديه سواء أكان ميله نحوه أم نفوره منه (Lander: 2009, p.177). ويتخذ الرضا الوظيفي بالمؤسسة ثلاثة أبعاد رئيسة منها، الرضا بسياسات العمل وتشمل سياسات الترقيات والأجور والتعويضات ونظم الإيداع والتقاعد والضمان الاجتماعي، والرضا بعلاقات العمل وتشمل العلاقات بالمستويين العمودي والأفقي مع العاملين بما فيها الرؤساء والمرؤوسين وجمهور المؤسسة، وكذلك الرضا والتكيف مع العمل ذاته وتشمل أهمية العمل ومسؤولياته وواجباته ومدى ملاءمتها لقدرات العاملين الذهنية والبدنية التي يشغلها على اشباع حاجاته ودوافعه ورغباته بالإبداع والابتكار والولاء لزيادة معدلات الانتاج وتحقيقي النمو الاقتصادي (الطيب: ٢٠٠٨، ص ٤٤).

فتطوير الأداء المؤسسي عملية منهجية دائمة في ممارسة العلاقات العامة هدفها التحسين المستمر في العمليات والخدمات يركز على تخطيط وتنظيم وتنفيذ تعتمد على تغييرات في الممارسات لخلق جودة الإنتاج وتقليل التكاليف والحصول على منافع اضافية للمؤسسة والمتعاملين معها من أصحاب المصلحة، لذا يتطلب تطوير الأداء التركيز على العناصر الفريدة التي تميز المؤسسة عن غيرها التي تكون محوراً للتقييم، وبالتالي تتضمن المؤشرات المالية وغير المالية وقياس الموجودات الملموسة وغير الملموسة وتشمل جوانب الأداء المرتكزة على على الاستراتيجيات والعمليات وتنمية الموارد البشرية والنظم (الداوي: ٢٠١٠، ص ٢١٨).

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية لدور العلاقات العامة في تنمية العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين

تمهيد:

يعد هذا المبحث الجانب الميداني بدراسة الجمهور للتوصل إلى نتائج منسجمة مع أهمية البحث وأهدافه، وكيفية توظيف الدراسة النظرية وتحويلها إلى واقع عملي بواسطة طرائق البحث العلمي.

وبعد اتمام مرحلة الحصول على البيانات الخاصة بموضوع البحث، بدأ الباحث بعملية تبويب ابتدائي للمعلومات من خلال الاستبانة ومن ثم اتباع خطوات منسقة شملت على مراجعة المعلومات الواردة في الاستبانة، وترميز محتوى الاستبانات تمهيداً لتبويبها وتحليلها احصائياً في نوعين من الجداول النوع الأول الجداول البسيطة والنوع الثاني الجداول المركبة.

إذ يشمل البحث تصوير الواقع التطبيقي لممارسة العلاقات العامة وأهدافها وأساليبها وأنشطتها ووسائلها الاتصالية وكيفية توظيفها لتحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية، التي أسست سنة ١٩٤٥ الناقل الوطني للعراق ويقع مقرها على أرض مطار بغداد الدولي وهي ثاني أقدم شركة طيران في الشرق الأوسط، وجهات الخطوط الجوية العراقية محلية وعالمية منذ أكثر من (٧٨) عام ومازالت تقدم خدماتها بنجاح وتطور مستمر، وقامت بتحديث اسطولها وتوسيع شبكة خطوطها لتقديم أفضل الخدمات والعروض للمسافرين، فضلاً عن توافر وسائل الراحة والأمان بواسطة الطائرات الحديثة العاملة وفلسفة عملها أن تكون شركة طيران ذات امتداد عالمي وبأيادي محلية.

تصنيف البيانات الاحصائية وتبويبها لوصف عينة البحث

أولاً: البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول (١) يوضح نوع الجنس

المرتبة	نوع الجنس	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	إناث	١١	٥٥
الثانية	ذكور	٩	٤٥
المجموع		٢٠	%١٠٠

البيانات الواردة في جدول (١) توضح نوع جنس المبحوثين من العاملين بقسم الإعلام والاتصال الحكومي في شركة الخطوط الجوية العراقية (الناقل الوطني) وإنَّ المرتبة الأولى كانت للإناث بواقع (١١) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٥٥%) فيما كان في المرتبة الثانية الذكور بواقع (٩) وبنسبة (٤٥%).

جدول (٢) يوضح مستوى التحصيل الدراسي

المرتبة	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	بكالوريوس	١٠	٥٠
الثانية	دبلوم	٥	٢٥
الثالثة	إعدادية	٣	١٥
الرابعة	ماجستير	١	٥
الخامسة	متوسطة	١	٥
السادسة	دكتوراه	٠	٠
المجموع		٢٠	%١٠٠

جدول (٢) يوضح مستوى التحصيل الدراسي للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى كانت لحملة شهادة البكالوريوس بواقع (١٠) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٥٠%) وفي المرتبة الثانية حملة شهادة الدبلوم بواقع (٥) وبنسبة (٢٥%) وفي المرتبة الثالثة حملة شهادة الإعدادية بواقع (٣) وبنسبة (١٥%) وفي المرتبة الرابعة حملة شهادة الماجستير بواقع (١) وبنسبة (٥%) وفي المرتبة الخامسة حملة شهادة

المتوسطة بواقع (١) وبنسبة (٥%) وفي المرتبة السادسة حملة شهادة الدكتوراه بواقع (٠) وبنسبة (٠)، مما يدل على أنَّ حملة شهادة البكالوريوس يمثلون نصف المبحوثين ويتضح من ذلك إنَّ اعتماد التحصيل العلمي المتقدم يأتي بصورة محدودة إذ يتطلب عمل قسم الإعلام والاتصال الحكومي بهذه المؤسسة إلى إعداد خطط وبرامج عمل قد تكون طويلة الأمد أحياناً لتنفيذ الأنشطة المختلفة.

جدول (٣) يوضح نوع الحالة الاجتماعية

المرتبة	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	متزوج/ة	١٢	٦٠
الثانية	أعزب/اء	٧	٣٥
الثالثة	مطلق/ة	١	٥
الرابعة	أرمل/ة	٠	٠
المجموع		٢٠	١٠٠%

يبين جدول (٣) وصف لنوع الحالة الاجتماعية للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى كانت متزوج/ة بواقع (١٢) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٦٠%) وفي المرتبة الثانية أعزب/اء بواقع (٧) وبنسبة (٣٥%) وفي المرتبة الثالثة مطلق/ة بواقع (١) وبنسبة (٥%) وفي المرتبة الرابعة أرمل/ة بواقع (٠) وبنسبة (٠).

جدول (٤) يوضح صنف العنوان الوظيفي

المرتبة	العنوان الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	كاتب طابعة	٤	٢٠
الثانية	معاون مدير	٣	١٥
الثالثة	مترجم أقدم	٣	١٥
الرابعة	ملاحظ	٣	١٥
الخامسة	مدير	٢	١٠
السادسة	معاون ملاحظ	٢	١٠

السابعة	مدير أقدم	١	٥
الثامنة	رئيس ملاحظين	١	٥
التاسعة	معاون مترجم	١	٥
المجموع		٢٠	%١٠٠

تشير البيانات الواردة في جدول (٤) إلى صنف العنوان الوظيفي للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى كاتب طابعة بواقع (٤) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٢٠%) والمرتبة الثانية معاون مدير بواقع (٣) وبنسبة (١٥%) والمرتبة الثالثة مترجم أقدم بواقع (٣) وبنسبة (١٥%) والمرتبة الرابعة ملاحظ بواقع (٣) وبنسبة (١٥%) والمرتبة الخامسة مدير بواقع (٢) وبنسبة (١٠%) والمرتبة السادسة معاون ملاحظ بواقع (٢) وبنسبة (١٠%) والمرتبة السابعة مدير أقدم بواقع (١) وبنسبة (٥%) والمرتبة الثامنة رئيس ملاحظين بواقع (١) وبنسبة (٥%) والمرتبة التاسعة معاون مترجم بواقع (١) وبنسبة (٥%).

جدول (٥) يوضح عدد سنوات الخبرة الوظيفية

المرتبة	الخبرة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	(٢٠ - ١٥)	٧	٣٥
الثانية	(٣٠ - ٢٥)	٤	٢٠
الثالثة	(١٠ - ٥)	٤	٢٠
الرابعة	(١٥ - ١٠)	٢	١٠
الخامسة	أقل من (٥)	٢	١٠
السادسة	(٢٥ - ٢٠)	١	٥
المجموع		٢٠	%١٠٠

يتبين في جدول (٥) عدد سنوات الخبرة الوظيفية للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى فئة (٢٠ - ١٥) بواقع (٧) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٣٥%) والمرتبة الثانية فئة (٣٠ - ٢٥) بواقع (٤) وبنسبة (٢٠%) والمرتبة الثالثة فئة (١٠ - ٥) بواقع

(٤) وبنسبة (٢٠%) والمرتبة الرابعة فئة (١٠ - ١٥) بواقع (٢) وبنسبة (١٠%)
والمرتبة الخامسة فئة أقل من (٥) بواقع (٢) وبنسبة (١٠%) والمرتبة السادسة فئة
(٢٠ - ٢٥) بواقع (١) وبنسبة (٥%).

ثانياً: ممارسة أنشطة العلاقات العامة

جدول (٦) يوضح مستوى ممارسة أنشطة العلاقات العامة في الشركة

المرتبة	المستوى	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	دائماً	١٨	٩٠
الثانية	أحياناً	٢	١٠
المجموع		٢٠	١٠٠%

البيانات الواردة في جدول (٦) تشير إلى مستوى ممارسة أنشطة العلاقات العامة وإنَّ المرتبة الأولى دائماً بواقع (١٨) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٩٠%)
والمرتبة الثانية أحياناً بواقع (٢) وبنسبة (١٠%).

جدول (٧) يوضح جهات ممارسة أنشطة العلاقات العامة

المرتبة	نوع الجهة	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	قسم الإعلام والاتصال الحكومي	١٧	٨٥
الثانية	الإدارة العليا	٣	١٥
الثالثة	هيئة أو فريق استشاري خارجي	٠	٠
المجموع		٢٠	١٠٠%

جدول (٧) يوضح جهات ممارسة أنشطة العلاقات العامة وإنَّ المرتبة الأولى كانت قسم الإعلام والاتصال الحكومي بواقع (١٧) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٨٥%)
والمرتبة الثانية الإدارة العليا بواقع (٣) وبنسبة (١٥%) والمرتبة الثالثة هيئة أو فريق استشاري خارجي بواقع (٠) وبنسبة (٠%).

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة

جدول (٨) يوضح أهداف العلاقات العامة في الشركة

المرتبة	نوع الهدف	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	بناء السمعة الجيدة للشركة وتعزيزها لدى الجمهور	١٤	٣١
الثانية	العمل على تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين بالشركة	١١	٢٤
الثالثة	تطوير التعاون مع الشركات العالمية للنقل الجوي	٨	١٧,٧
الرابعة	كسب ثقة الجمهور بالشركة	٧	١٥,٥
الخامسة	إعلام الجماهير بسياسة الشركة وبرامجها	٥	١١,٥
المجموع		٤٥	١٠٠%

جدول (٨) نلاحظ فيه أهداف العلاقات العامة وإنَّ المرتبة الأولى بناء السمعة الجيدة للشركة وتعزيزها لدى الجمهور بواقع (١٤) تكرار من أصل (٤٥) وبنسبة (٣١%) والمرتبة الثانية العمل على تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين بالشركة بواقع (١١) وبنسبة (٢٤%) والمرتبة الثالثة تطوير التعاون مع الشركات العالمية للنقل الجوي بواقع (٨) وبنسبة (١٧,٧%) والمرتبة الرابعة كسب ثقة الجمهور بالشركة بواقع (٧) وبنسبة (١٥,٥%) والمرتبة الخامسة إعلام الجماهير بسياسة الشركة وبرامجها بواقع (٥) وبنسبة (١١,٥%).

رابعاً: ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة

جدول (٩) يوضح مدى ممارسة الأساليب العلمية في الشركة

المرتبة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	نعم	١٤	٧٠
الثانية	كلا	٦	٣٠
المجموع		٢٠	١٠٠%

أشارت المعلومات الواردة في جدول (٩) إلى مدى ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة وإنَّ المرتبة الأولى (نعم) بواقع (١٤) تكرار من أصل (٢٠) وبنسبة (٧٠%) والمرتبة الثانية (كلا) بواقع (٦) وبنسبة (٣٠%)، مما يدل على اعتماد أساليب علمية في ممارسة العلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية العراقية.

جدول (١٠) يوضح نوع الأساليب العلمية (أكثر من اختيار في الإجابة)

المرتبة	نوع الأسلوب	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	التنسيق والمتابعة	١٢	٢٧
الثانية	الاتصال	٩	٢٠
الثالثة	القيادة	٩	٢٠
الرابعة	التدريب	٦	١٣,٦
الخامسة	البحث العلمي	٤	٩
السادسة	التمثيل والمفاوضة	٣	٦,٨
السابعة	التخطيط	١	٢
المجموع		٤٤	١٠٠%

أشار جدول (١٠) إلى أنواع الأساليب العلمية المستعملة في ممارسة العلاقات العامة وإنَّ المرتبة الأولى التنسيق والمتابعة بواقع (١٢) تكرار من أصل (٤٤) وبنسبة (٢٧%) والمرتبة الثانية الاتصال بواقع (٩) وبنسبة (٢٠%) والمرتبة الثالثة القيادة بواقع (٩) وبنسبة (٢٠%) والمرتبة الرابعة التدريب بواقع (٦) وبنسبة

(١٣,٦%) والمرتبة الخامسة البحث العلمي بواقع (٤) وبنسبة (٩%) والمرتبة السادسة التمثيل والمفاوضة بواقع (٣) وبنسبة (٦,٨%) والمرتبة السابعة التخطيط بواقع (١) وبنسبة (٢%).

خامساً: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

جدول (١١) يوضح وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة (أكثر من اختيار في الإجابة)

المرتبة	نوع الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	تنظيم الاحتفالات والمناسبات	١٦	٩,٦
الثانية	مخاطبة الجمهور	١٤	٨
الثالثة	الملصقات والإعلانات	١٢	٧
الرابعة	الندوات	١١	٦,٦
الخامسة	رعاية العاملين في الشركة	١٠	٦
السادسة	اجراء مسابقات	١٠	٦
السابعة	التطبيقات الرقمية عبر الانترنت	١٠	٦
الثامنة	النشرات الدورية	١٠	٦
التاسعة	الاجتماعات	١٠	٦
العاشرة	الهاتف	١٠	٦
الحادية عشر	المقابلات الشخصية	١٠	٦
الثانية عشر	اصدار الصحف والمجلات	٩	٥
الثالثة عشر	المؤتمرات	٩	٥
الرابعة عشر	خدمة المجتمع	٩	٥
الخامسة عشر	التلفزيون	٧	٤

٢	٣	الكتب	السادسة عشر
٢	٣	إنتاج الأفلام	السابعة عشر
١	١	الإذاعة	الثامنة عشر
١	١	السينما	التاسعة عشر
١٠٠%	١٦٥	المجموع	

يتبين في جدول (١١) إن استعمال وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة وإن المرتبة الأولى تنظيم الاحتفالات والمناسبات بواقع (١٦) تكرار من أصل (١٦٥) وبنسبة (٩,٦%) والمرتبة الثانية مخاطبة الجمهور بواقع (١٤) وبنسبة (٨%) والمرتبة الثالثة الملصقات والإعلانات بواقع (١٢) وبنسبة (٧%) والمرتبة الرابعة الندوات بواقع (١١) وبنسبة (٦,٦%) والمرتبة الخامسة رعاية العاملين في الشركة بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة السادسة إجراء مسابقات بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة السابعة التطبيقات الرقمية عبر الانترنت بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة الثامنة النشرات الدورية بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة التاسعة الاجتماعات بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة العاشرة الهاتف بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة الحادية عشر المقابلات الشخصية بواقع (١٠) وبنسبة (٦%) والمرتبة الثانية عشر إصدار الصحف والمجلات بواقع (٩) وبنسبة (٥%) والمرتبة الثالثة عشر المؤتمرات بواقع (٩) وبنسبة (٥%) والمرتبة الرابعة عشر خدمة المجتمع بواقع (٩) وبنسبة (٥%) والمرتبة الخامسة عشر التلفزيون بواقع (٧) وبنسبة (٤%) والمرتبة السادسة عشر الكتب بواقع (٣) وبنسبة (٢%) والمرتبة السابعة عشر إنتاج الأفلام بواقع (٣) وبنسبة (٢%) والمرتبة الثامنة عشر الإذاعة بواقع (١) وبنسبة (١%) والمرتبة التاسعة عشر السينما بواقع (١) وبنسبة (١%).

سادساً: عوامل تحقيق الرضا الوظيفي

جدول (١٢) يوضح عوامل تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في الشركة

المرتبة	نوع العامل	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	عدالة الرئيس المباشر	١٤	٢٤,٥
الثانية	حرص الإدارة العليا على تلقي مقترحات تطوير العمل	١٢	٢١
الثالثة	تنمية كفاءة العاملين وتحفيزهم لأداء وظائفهم بصورة غير التقليدية	٩	١٥,٧
الرابعة	سير قواعد العمل والإجراءات بصورة سلسلة مع الجمهور	٨	١٤
الخامسة	رعاية المبادرات المتميزة للعاملين ودعمها معنوياً ومادياً	٧	١٢
السادسة	تنفيذ البرامج التدريبية لبناء القدرات الخاصة للعاملين	٧	١٢
المجموع		٥٧	١٠٠%

أشارت البيانات الواردة في جدول (١٢) إلى عوامل تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في الشركة وإنَّ المرتبة الأولى عدالة الرئيس المباشر بواقع (١٤) تكرار من أصل (٥٧) وبنسبة (٢٤,٥%) والمرتبة الثانية حرص الإدارة العليا على تلقي مقترحات تطوير العمل بواقع (١٢) وبنسبة (٢١%) والمرتبة الثالثة تنمية كفاءة العاملين وتحفيزهم لأداء وظائفهم بصورة غير التقليدية بواقع (٩) وبنسبة (١٥,٧%) والمرتبة الرابعة سير قواعد العمل والإجراءات بصورة سلسلة مع الجمهور بواقع (٨) وبنسبة (١٤%) والمرتبة الخامسة رعاية المبادرات المتميزة للعاملين ودعمها معنوياً ومادياً بواقع (٧) وبنسبة (١٢%) والمرتبة السادسة تنفيذ البرامج التدريبية لبناء القدرات الخاصة للعاملين بواقع (٧) وبنسبة (١٢%) مما

يدلل على ضعف مستوى التنسيق بين أقسام المؤسسة لتعزيز عوامل تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين وبالتالي ينعكس على طبيعة علاقات التعاون المشترك فيما بينها، فضلاً عن تأهيل وتطوير ممارسة العلاقات العامة لدورها بحاجة إلى إعداد خطط ووضع البرامج التي من شأنها النهوض بهذا التخصص، لتأدية دوره بعملية الاتصال ما بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحسين صورتها لديهم وتحقيق الرضا الوظيفي في بيئة العمل.

جدول (١٣) يوضح قيمة المتوسط الحسابي لفروق الدلالة الإحصائية بين المعلومات الديمغرافية للمبحوثين ودور ممارسة العلاقات العامة لتنمية عوامل تحقيق الرضا الوظيفي

رقم الجدول	العنوان	قيمة المتوسط الحسابي
١	نوع الجنس	١٠
٢	التحصيل الدراسي	٣,٣٣
٣	الحالة الاجتماعية	٥
٤	العنوان الوظيفي	٢,٢٢
٥	سنوات الخبرة الوظيفية	٣,٣٣
٦	ممارسة العلاقات العامة	١٠
٧	جهة ممارسة أنشطة العلاقات العامة	٦,٦٦
٨	نوع أهداف العلاقات العامة	٩
٩	ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة	٥
١٠	نوع الأساليب العلمية لممارسة العلاقات العامة	٦,٢٨
١١	وسائل الاتصال في العلاقات العامة	٨,٦٨
١٢	عوامل تحقيق الرضا الوظيفي	٩,٥

كشفت البيانات الواردة في جدول (١٣) استخراج المتوسط الحسابي لكل جدول بعد جمع قيم التكرارات وتقسيمها على عددها لتوضيح فروض البحث. وللتعرف على العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين اتم إعداد استبانة وتوزيعها في شركة الخطوط الجوية العراقية (الناقل الوطني)، صممت على وفق (مقياس ليكرت) الثلاثي أسلوب لقياس الاتجاهات أو الآراء ويستعمل في بناء الاستبانات واستطلاعات الرأي العام عن طريق توجيه أسئلة تكون الاستجابات فيها معبرة عن الآراء، ويعتمد المقياس على ردود تدل على درجات الموافقة بثلاث مستويات أو اختيارات، وقد تم توجيه استبانات عددها (٢٤٠) إلى العاملين في الشركة بمطار بغداد الدولي واختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة بوصفهم جمهور المؤسسة الداخلي للتعرف على اتجاهاتهم نحو تحقيق الرضا الوظيفي لتنمية بيئة العمل وتحسينها.

أولاً: البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول (١٤) يوضح نوع الجنس

المرتبة	نوع الجنس	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	إناث	١٣٨	٥٧,٥
الثانية	ذكور	١٠٢	٤٢,٥
المجموع		٢٤٠	%١٠٠

وصفت البيانات المذكورة في جدول (١٤) نوع جنس المبحوثين من العاملين في الأقسام التابعة لشركة الخطوط الجوية العراقية (الناقل الوطني) وإنَّ المرتبة الأولى كانت للإناث بواقع (١٣٨) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٥٧,٥%) فيما كان في المرتبة الثانية الذكور بواقع (١٠٢) وبنسبة (٤٢,٥%).

جدول (١٥) يوضح مستوى التحصيل الدراسي

المرتبة	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	بكالوريوس	١٤٧	٦١,٢٥
الثانية	إعدادية	٣٦	١٥
الثالثة	دبلوم	٢٤	١٠
الرابعة	متوسطة	٢١	٨,٧٥
الخامسة	ماجستير	٩	٣,٧٥
السادسة	دكتوراه	٣	١,٢٥
المجموع		٢٤٠	%١٠٠

وصف جدول (١٥) مستويات التحصيل الدراسي للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى كانت لحملة شهادة البكالوريوس بواقع (١٤٧) تكرار من أصل (٢٤٠) ونسبة (٦١,٢٥%) وفي المرتبة الثانية حملة شهادة الإعدادية بواقع (٣٦) ونسبة (١٥%) وفي المرتبة الثالثة حملة شهادة الدبلوم بواقع (٢٤) ونسبة (١٠%) وفي المرتبة الرابعة حملة شهادة المتوسطة بواقع (٢١) ونسبة (٨,٧٥%) وفي المرتبة الخامسة حملة شهادة الماجستير بواقع (٩) ونسبة (٣,٧٥%) وفي المرتبة السادسة حملة شهادة الدكتوراه بواقع (٣) ونسبة (١,٢٥%)، مما يدل على أنَّ حملة شهادة البكالوريوس يمثلون نصف المبحوثين ويتضح من ذلك أنَّ اعتماد التحصيل العلمي المتقدم يأتي بصورة متراجعة إذ يتطلب عمل أقسام هذه المؤسسة إلى إعداد خطط وبرامج عمل قد تكون طويلة الأمد أحياناً لتنفيذ أنشطتها المتنوعة.

جدول (١٦) يوضح نوع الحالة الاجتماعية

المرتبة	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	متزوج/ة	١٤٤	٦٠
الثانية	أعزب/اء	٨٧	٣٦,٢٥
الثالثة	أرمل/ة	٦	٢,٥

الرابعة	مطلق/ة	٣	١,٢٥
المجموع		٢٤٠	%١٠٠

يتبين من جدول (١٦) نوع الحالة الاجتماعية للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى كانت متزوج/ة بواقع (١٤٤) تكرر من أصل (٢٤٠) ونسبة (٦٠%) وفي المرتبة الثانية أعزب/اء بواقع (٨٧) ونسبة (٣٦,٢٥%) وفي المرتبة الثالثة أرمل/ة بواقع (٦) ونسبة (٢,٥%) وفي المرتبة الرابعة مطلق/ة بواقع (٣) ونسبة (١,٢٥%).

جدول (١٧) يوضح صنف العنوان الوظيفي

المرتبة	العنوان الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	معاون ملاحظ	٣٦	١٥
الثانية	كاتب طابعة	٣٠	١٢,٥
الثالثة	معاون قانوني	٢٧	١١,٢٥
الرابعة	معاون مدير	٢١	٨,٧٥
الخامسة	رئيس ملاحظين/ معاون محاسب	٣٠	١٢,٥
		١٥	٦,٢٥
السادسة	ملاحظ/ محاسب/ معاون مبرمج	٣٦	١٥
		١٢	٥
السابعة	مدير أقدم/ معاون كيميائي/ مترجم/ كاتب حسابات	٢٤	١٠
		٦	٢,٥
الثامنة	مدير/ مدير حسابات أقدم/ رئيس سواق/ سائق أقدم/ معاون باحث/ احصائي/ أقدم/ رئيس مهندسين/ فيزيائي أقدم/ مبرمج أقدم/ حرفي/ مهندس/ مضيف جوي	٣٦	١٥
		٣	١,٢٥

المجموع	٢٤٠	% ١٠٠
---------	-----	-------

أشارت البيانات الواردة في جدول (١٧) إلى صنف العنوان الوظيفي للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى معاون ملاحظ بواقع (٣٦) تكرار من أصل (٢٤٠) ونسبة (١٥%) والمرتبة الثانية كاتب طابعة بواقع (٣٠) ونسبة (١٢,٥%) والمرتبة الثالثة معاون قانوني بواقع (٢٧) ونسبة (١١,٢٥%) والمرتبة الرابعة معاون مدير بواقع (٢١) ونسبة (٨,٧٥%) والمرتبة الخامسة رئيس ملاحظين/ معاون محاسب بواقع (٣٠) ونسبة (١٢,٥%) أي (١٥) تكرار لكل منهما ونسبة (٦,٢٥%) والمرتبة السادسة ملاحظ/ محاسب/ معاون مبرمج بواقع (٣٦) ونسبة (١٥%) لكل منهم (١٢) تكرار ونسبة (٥%) والمرتبة السابعة مدير أقدم/ معاون كيميائي/ مترجم/ كاتب حسابات بواقع (٢٤) ونسبة (١٠%) لكل منهم (٦) تكرار ونسبة (٢,٥%) والمرتبة الثامنة مدير/ مدير حسابات أقدم/ رئيس سواق/ سائق أقدم/ معاون باحث/ احصائي أقدم/ رئيس مهندسين/ فيزيائي أقدم/ مبرمج أقدم/ حرفي/ مهندس/ مضيف جوي بواقع (٣٦) ونسبة (١٥%) لكل منهم (٣) تكرار ونسبة (١,٢٥%).

جدول (١٨) يوضح عدد سنوات الخبرة الوظيفية

المرتبة	الخبرة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	(١٠ - ٥)	١٠٥	٤٣,٧٥
الثانية	(١٥ - ١٠)	٤٨	٢٠
الثالثة	أقل من (٥)	٣٣	١٣,٧٥
الرابعة	(٢٠ - ١٥)	٤٨	٢٠
	(٣٠ - ٢٥)	٢٤	١٠
الخامسة	(٢٥ - ٢٠)	٦	٢,٥
المجموع		٢٤٠	% ١٠٠

كشف جدول (١٨) عن عدد سنوات الخبرة الوظيفية للمبحوثين وإنَّ المرتبة الأولى فئة (٥ - ١٠) بواقع (١٠٥) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٣,٧٥%) والمرتبة الثانية فئة (١٠ - ١٥) بواقع (٤٨) وبنسبة (٢٠%) والمرتبة الثالثة فئة أقل من (٥) سنوات بواقع (٣٣) وبنسبة (١٣,٧٥%) والمرتبة الرابعة فئتين (١٥ - ٢٠) (٢٥ - ٣٠) بواقع (٤٨) وبنسبة (٢٠%) لكل منهم (٢٤) تكرار وبنسبة (١٠%) والمرتبة الخامسة فئة (٢٠ - ٢٥) بواقع (٦) وبنسبة (٢,٥%)، وهذا ينعكس تأثيره على طبيعة الأداء الوظيفي للعاملين في تنفيذ واجباتهم ومهامهم المحددة بصورة جيدة لخدمة أهداف المؤسسة وصورتها وسمعتها.

ثانياً: مستويات تحقيق الرضا الوظيفي

جدول (١٩) يوضح مستويات تحقيق الرضا الوظيفي في الشركة

المرتبة	المستوى	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	أحياناً	١٥٩	٦٦,٢٥
الثانية	لا يوجد	٢٤	١٧,٥
الثالثة	دائماً	٣٩	١٦,٢٥
المجموع		٢٤٠	%١٠٠

البيانات الواردة في جدول (١٩) أشارت إلى مستويات تحقيق الرضا الوظيفي لدى المبحوثين، وإنَّ المرتبة الأولى أحياناً بواقع (١٥٩) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٦٦,٢٥%) والمرتبة الثانية لا يوجد بواقع (٢٤) وبنسبة (١٧,٥%) والمرتبة الثالثة دائماً بواقع (٣٩) وبنسبة (١٦,٢٥%)، وهذا يشير إلى أنَّ تحقيق الرضا الوظيفي يأتي بمستوى متوسط لدى العاملين في الشركة.

جدول (٢٠) يوضح العوامل الإدارية المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي

المرتبة	البند	التكرار النسبة المئوية	التكرار النسبة المئوية	التكرار النسبة المئوية	المجموع
---------	-------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	---------

الأولى	هل أنت راضٍ عن مرتبك مقارنة بمؤهلك العلمي	محايد	غير راض	راض	
		٨١	٨١	٧٨	
		٣٣,٧٥	٣٣,٧٥	٣٢,٥	٢٤٠ %١٠٠
الثانية	هل تتناسب ساعات العمل مع المرتب الشهري	غير راض	راض	محايد	
		٩٠	٨٤	٦٦	
		٣٧,٥	٣٥	٢٧,٥	٢٤٠ %١٠٠
الثالثة	ما مدى شعورك بالرضا عن فرص زيادة مرتبك الشهري	غير راض	راض	محايد	
		١٠٥	٧٥	٦٠	
		٤٣,٧٥	٣١,٢٥	٢٥	٢٤٠ %١٠٠
الرابعة	هل يوفر لك مرتبك الشهري ولعائلتك الحياة الكريمة	محايد	راض	غير راض	
		١١١	٧٢	٥٧	
		٤٦,٢٥	٣٠	٢٣,٧٥	٢٤٠ %١٠٠
الخامسة	هل يضايقك تأخير دفع المرتب الشهري ويؤثر عليك	راض	محايد	غير راض	
		١٦٢	٤٨	٣٠	
		٦٧,٥	٢٠	١٢,٥	٢٤٠ %١٠٠
السادسة	هل انت راض عن الطريقة	غير راض	محايد	راض	
				١٨	
					٢٤٠

التي تكافأ بها جهودك في العمل	١٣٥ ٥٦,٢٥	٨٧ ٣٦,٢٥	٧,٥	%١٠٠
-------------------------------------	--------------	-------------	-----	------

أوضحت البيانات المذكورة في جدول (٢٠) العوامل الإدارية المؤثرة في الرضا الوظيفي ويأتي في المرتبة الأولى هل أنت راضٍ عن مرتبك مقارنة بمؤهلك العلمي مستوى محايد بواقع (٨١) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٣٣,٧٥%) وغير راض بواقع (٨١) وبنسبة (٣٣,٧٥%) وراض بواقع (٧٨) وبنسبة (٣٢,٥%).

والمرتبة الثانية هل تتناسب ساعات العمل مع المرتب الشهري مستوى غير راض بواقع (٩٠) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٣٧,٥%) وراض بواقع (٨٤) وبنسبة (٣٥%) ومحايد بواقع (٦٦) وبنسبة (٢٧,٥%).

والمرتبة الثالثة ما مدى شعورك بالرضا عن فرص زيادة مرتبك الشهري مستوى غير راض بواقع (١٠٥) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٣,٧٥%) وراض بواقع (٧٥) وبنسبة (٣١,٢٥%) ومحايد بواقع (٦٠) وبنسبة (٢٥%).

والمرتبة الرابعة هل يوفر لك مرتبك الشهري ولعائلتك الحياة الكريمة مستوى محايد بواقع (١١١) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٦,٢٥%) وراض بواقع (٧٢) وبنسبة (٣٠%) وغير راض بواقع (٥٧) وبنسبة (٢٣,٧٥%).

والمرتبة الخامسة هل يضايقك تأخير دفع المرتب الشهري ويؤثر عليك مستوى راض بواقع (١٦٢) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٦٧,٥%) ومحايد بواقع (٤٨) وبنسبة (٢٠%) وغير راض بواقع (٣٠) وبنسبة (١٢,٥%).

والمرتبة السادسة هل أنت راضٍ عن الطريقة التي تكافأ بها جهودك في العمل مستوى غير راضٍ بواقع (١٣٥) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٥٦,٢٥%) ومحايد بواقع (٨٧) وبنسبة (٣٦,٢٥%) وراض بواقع (١٨) وبنسبة (٧,٥%).

جدول (٢١) يوضح العوامل الفنية المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي

المرتبة	البند	النسبة المئوية التكرار	النسبة المئوية التكرار	النسبة المئوية التكرار	المجموع
الأولى	مدى رضاك عن توفر الأجهزة والمعدات الهندسية الحديثة	غير راض	محايد	راض	٢٤٠ %١٠٠
		١٠٥ ٤٣,٧٥	٨٧ ٣٦,٢٥	٤٨ ٢٠	
الثانية	مدى رضاك عن توفر الملاكات الفنية في قسمك	محايد	غير راض	راض	٢٤٠ %١٠٠
		١١٧ ٤٨,٧٥	٨٤ ٣٥	٣٩ ١٦,٢٥	
الثالثة	يوفر لك القسم مكتب مناسب للعمل أو غرفة للراحة	محايد	غير راض	راض	٢٤٠ %١٠٠
		٩٦ ٤٠	٧٥ ٣١,٢٥	٦٩ ٢٨,٧٥	
الرابعة	بيئة العمل مناسبة بشكل عام	محايد	راض	غير راض	٢٤٠ %١٠٠
		١٠٨ ٤٥	٧٢ ٣٠	٦٠ ٢٥	
الخامسة	مستوى التعاون جيد بينك وبين زملائك	غير راض	محايد	راض	٢٤٠ %١٠٠
		٩٩ ١٤,٢٥	٨٤ ٣٥	٥٧ ٢٣,٧٥	
السادسة	مدى الرضا عن	غير راض	محايد	راض	

٢٤٠	٣٠	٥٤	٧٥	كفاءة العاملين	
%١٠٠	١٢,٥	٢٢,٥	٦٥	معك	

توضح البيانات الواردة في جدول (٢١) العوامل الفنية المؤثرة في الرضا الوظيفي ويأتي في الأولى مدى رضاك عن توفر الأجهزة والمعدات الهندسية الحديثة مستوى غير راض بواقع (١٠٥) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٣,٧٥%) ومحايد بواقع (٨٧) وبنسبة (٣٦,٢٥%) وراض بواقع (٤٨) وبنسبة (٢٠%).

والمرتبة الثانية مدى رضاك عن توفر الملاكات الفنية في قسمك مستوى محايد بواقع (١١٧) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٨,٧٥%) وغير راض بواقع (٨٤) وبنسبة (٣٥%) وراض بواقع (٣٩) وبنسبة (١٦,٢٥%).

والمرتبة الثالثة يوفر لك القسم مكتب مناسب للعمل أو غرفة للراحة مستوى محايد بواقع (٩٦) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٠%) وغير راض بواقع (٧٥) وبنسبة (٣١,٢٥%) وراض بواقع (٦٩) وبنسبة (٢٨,٧٥%).

والمرتبة الرابعة بيئة العمل مناسبة بشكل عام مستوى محايد بواقع (١٠٨) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٥%) وراض بواقع (٧٢) وبنسبة (٣٠%) وغير راض بواقع (٦٠) وبنسبة (٢٥%).

والمرتبة الخامسة مستوى التعاون جيد بينك وبين زملائك مستوى غير راض بواقع (٩٩) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (١٤,٢٥%) ومحايد بواقع (٨٤) وبنسبة (٣٥%) وراض بواقع (٥٧) وبنسبة (٢٣,٧٥%).

والمرتبة السادسة مدى الرضا عن كفاءة العاملين معك مستوى غير راض بواقع (٧٥) تكرار من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٦٥%) ومحايد بواقع (٥٤) وبنسبة (٢٢,٥%) وراض بواقع (٣٠) وبنسبة (١٢,٥%).

جدول (٢٢) يوضح عوامل تنوع المهام ومحتوى العمل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي

المرتبة	البند	التكرار النسبة المئوية	التكرار النسبة المئوية	التكرار النسبة المئوية	المجموع
الأولى	لديك استعداد للعمل ساعات اضافية اذا دعت الضرورة لذلك	غير راض	راض	محايد	٢٤٠ %١٠٠
		١١٧ ٤٨,٧٥	٦٦ ٢٧,٥	٥٧ ٢٣,٧٥	
الثانية	التزام بتنفيذ الواجبات والتعليمات المنظمة لعملية	راض	محايد	غير راض	٢٤٠ %١٠٠
		٢٠١ ٨٣,٧٥	٢٤ ١٠	١٥ ٦,٢٥	
الثالثة	التعامل مع الجمهور بإنسانية واحترام	راض	محايد	غير راض	٢٤٠ %١٠٠
		٢٠١ ٨٣,٧٥	٣٠ ١٢,٥	٩ ٣,٧٥	
الرابعة	القيام بتأدية الأعمال المناطة بي بكفاءة وفاعلية	راض	محايد	غير راض	٢٤٠ %١٠٠
		٢٠١ ٨٣,٧٥	٢٧ ١١,٢٥	٢١ ٥	

البيانات المذكورة في جدول (٢٢) توضح عوامل تنوع المهام ومحتوى العمل المؤثرة في الرضا الوظيفي ويأتي في المرتبة الأولى لديك استعداد للعمل ساعات إضافية إذا دعت الضرورة لذلك مستوى راض بواقع (١١٧) تكرر من أصل (٢٤٠) وبنسبة (٤٨,٧٥%) وغير راض بواقع (٦٦) وبنسبة (٢٧,٥%) ومحايد بواقع (٥٧) وبنسبة (٢٣,٧٥%).

والمرتبة الثانية التزام بتنفيذ الواجبات والتعليمات المنظمة لعملية مستوى راض بواقع (٢٠١) تكرار من أصل (٢٤٠) ونسبة (٨٣,٧٥%) ومحاييد بواقع (٢٤) ونسبة (١٠%) وغير راض بواقع (١٥) ونسبة (٦,٢٥%).

والمرتبة الثالثة التعامل مع الجمهور بإنسانية واحترام مستوى راض بواقع (٢٠١) تكرار من أصل (٢٤٠) ونسبة (٨٣,٧٥%) ومحاييد بواقع (٣٠) ونسبة (١٢,٥%) وغير راض بواقع (٩) ونسبة (٣,٧٥%).

والمرتبة الرابعة القيام بتأدية الأعمال المناطة بي بكفاءة وفاعلية مستوى راض بواقع (٢٠١) تكرار من أصل (٢٤٠) ونسبة (٨٣,٧٥%) ومحاييد بواقع (٢٧) ونسبة (١١,٢٥%) وغير راض بواقع (١٢) ونسبة (٥%).

جدول (٢٣) التحقق من فروض البحث

الفروض	المتوسط	الانحراف المعياري	التفسير
فرض (١)	٣,٩٠	١,٠٢	حققت الفرضية اتفاق كبير بين المبحوثين مع تباين متوسط في آرائهم.
فرض (٢)	٤,٠٠	٠,٩٨	حققت الفرضية اتفاق كبير بين المبحوثين وتباين منخفض يؤكد قبولها.
فرض (٣)	٣,٩٧	٠,٧٣	حققت الفرضية اتفاق متقدم نسبياً بين المبحوثين مع تباين منخفض يؤكد قبولها.

معاملات ارتباط بيرسون:

١- حققت فروض البحث ارتباطات متقدمة جداً (٠,٧٣ - ٠,٩٧)، ما يدل على تماسكها.

٢- اتضح وجود علاقة ارتباط جيدة بين الفرضين الأول والثاني (٠,٩٦)، وهذا يشير إلى فرضية (تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عن بواسطة ممارسة العلاقات العامة وأهدافها وأساليبها العلمية) له ارتباط كبير بفرضية (تنمية

العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين سواء أكانت الإدارية أم الفنية أم تنوع المهام ومحتوى العمل).

٣- وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين الفرضين الثاني والثالث (٠,٧٨) على الرغم من تقدمها.

تفسير المعاملات:

١- زيادة نسبة المتوسط الحسابي (٣,٩) يدل على اتجاه عينة البحث بالاتفاق على مجمل الفروض.

٢- اتضح ان الانحراف المعياري أقل من (١,٠) في مجمل الفروض تدل على تجانس رؤى المبحوثين.

٣- ارتفاع معاملات الارتباط بين الفروض يشير إلى تحقيق البحث لأهدافه المرسومة، بمعنى معرفة اتجاهات ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة وأهدافها في شركة الخطوط الجوية العراقية، والتوصل إلى عوامل تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين ومعرفة الصعوبات التي يواجهونها.

المبحث الرابع: وصف نتائج البحث والاستنتاجات والتوصيات

أولاً: نتائج وصف البيانات الشخصية للمبحوثين

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن زيادة أعداد الإناث العاملات مقارنة بأعداد الذكور في الأقسام التابعة إلى شركة الخطوط الجوية العراقية ومنها الإعلام والاتصال الحكومي، كما في الجدولين (١) و(١٣)، وكان نصفهم من حملة الشهادة الجامعية الأولية (بكالوريوس) مقارنة بباقي الدرجات في التحصيل الدراسي كما في الجدولين (٢) و(١٤)، فازدادت نسبة المتزوجين/ات مقارنة بباقي الحالات الاجتماعية المختلفة لعينة البحث أي نصفها كما في الجدولين (٣) و(١٥).

ويأتي العنوان الوظيفي لتأشير أغلب العاملين من حملة عنوان معاون مدير وكاتب طابعة ومعاون ملاحظ ومعاون قانوني ومترجم اقدم وملاحظ كما في

الجدولين (٤) و(١٦)، وممن لديهم خبرة وظيفية تتراوح بين (١٥ - ٢٠) سنة و(٥ - ١٠) سنة كما في الجدولين (٥) و(١٧).

ثانياً: نتائج وصف ممارسة أنشطة العلاقات العامة وأهدافها

أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى ممارسة هذه الأنشطة بشكل دائم في قسم الإعلام والاتصال الحكومي في شركة الخطوط الجوية العراقية، من أجل بناء السمعة الجيدة للمؤسسة وتعزيزها لدى الجمهور، والعمل على تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في الشركة كما في الجداول (٦) و(٧) و(٨).

ويرى الباحث إنَّ الممارسة العلمية والعملية للعلاقات العامة لها الدور المهم لنقل صورة ذهنية وبناءها عبر الأنشطة والفعاليات الإعلامية.

ثالثاً: نتائج وصف ممارسة الأساليب العلمية في العلاقات العامة

بينت نتائج الدراسة الميدانية إنَّ ممارسة الأساليب العلمية للعلاقات العامة يجري بشكل مستمر، ومن أبرز هذه الأساليب هو التنسيق والمتابعة والاتصال والقيادة والتدريب، كما في الجدولين (٩) و(١٠).

رابعاً: نتائج وصف وسائل الاتصال في العلاقات العامة لتحقيق الرضا الوظيفي

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية إنَّ الاتصال المباشر ووسائله أكثر استعمالاً في ممارسة العلاقات العامة بقسم الإعلام والاتصال الحكومي ومنها تنظيم الاحتفالات والمناسبات ومخاطبة الجمهور والملصقات والإعلانات الإرشادية لتوجيه الجمهور والندوات كما في جدول (١١).

ومن أبرز عوامل تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية التي تسعى إليها ممارسة العلاقات العامة، عن طريق عدالة الرئيس المباشر وحرص الإدارة العليا على تلقي مقترحات تطوير العمل وتنمية كفاءة العاملين بطريقة مستدامة، وتحفيزهم لأداء وظائفهم بصورة غير تقليدية كما في جدول (١٢).

خامساً: نتائج وصف العوامل المؤثرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين بالشركة

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن تراجع مستوى الرضا الوظيفي وعدم استقراره لدى العاملين في الأقسام التابعة إلى شركة الخطوط الجوية العراقية كما في جدول (١٩).

العوامل الإدارية:

وشملت العوامل الإدارية المؤثرة في الرضا الوظيفي ومنها عدم الرضا عن مقدار المرتب الشهر مقارنة بالمؤهل العلمي وعدد ساعات العمل، يقابلها الشعور بالرضا عن فرص زيادة المرتب الشهري لضمان توفير الحياة الكريمة واستمرارها للعاملين وعائلاتهم، فضلاً عن عدم الرضا عن تأخير دفع الرواتب عن موعدها وطريقة مكافئة جهود العاملين كما في جدول (٢٠).

العوامل الفنية:

وأشارت العوامل الفنية المؤثرة في الرضا الوظيفي ومنها عدم الرضا عن توفير الأجهزة والمعدات الهندسية الحديثة والمتطورة في العمل، وقلة الملاكات الفنية في الأقسام وتوفير المكاتب المناسبة في العمل وقاعات الاستراحة للعاملين، فضلاً عن استقرار مستوى الرضا الوظيفي عن شكل بيئة العمل العام وطبيعة التعاون بين العاملين في أقسام الشركة وكفائتهم وتقانيهم لأداء عملهم كما في جدول (٢١).

عوامل تنوع المهام ومحتوى العمل:

وبينت عوامل تنوع المهام ومحتوى العمل المؤثرة في الرضا الوظيفي زيادة في مستوى الرضا عن طريق الاستعداد للعمل ساعات إضافية في حالة الضرورة، والالتزام بتنفيذ الواجبات المنظمة لسير العمل، وكذلك التعامل مع الجمهور بإنسانية واحترام والقيام بأداء الأعمال الوظيفية بكفاءة وفاعلية كما في جدول (٢٢).

الاستنتاجات:

أولاً: تراجع مؤشرات ممارسة العلاقات العامة وأساليبها العلمية وأنشطتها الاتصالية في مجال تجسيد عوامل الرضا الوظيفي وتحقيقها لدى العاملين في شركة الخطوط الجوية العراقية (الناقل الوطني)، ويرجع ذلك إلى قلة توظيف التطبيقات الرقمية الإعلامية لنشر هذه الثقافة وتعزيز بناء قدرات ومهارات الموارد البشرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

ثانياً: العمل على وفق رؤية مؤسسية واجتماعية واقتصادية واضحة محلياً وعالمياً فيما يتعلق بخطة تنمية شاملة لبيئة العمل وتحسينها نابعة من قضايا العاملين الأساسية، بهدف معالجة العوائق وإزالتها لاستثمار نجاح الإدارة الحديثة وتنمية رأس المال البشري لضمان تحقيق زيادة مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين.

التوصيات:

١. الاهتمام برفع مستوى التحصيل الدراسي للعاملين لتطوير أداء كل قسم ووضع استراتيجيات وبرامج طويلة المدى لتحسين واقع المؤسسة والنهوض به، وتحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين، كجزء من مسار بناء قدرات ومهارات الموارد البشرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة (٢٠٢٠ - ٢٠٣٠).

٢. تطوير التعاون مع الشركات العالمية للنقل الجوي وتبادل البرامج والإفادة من خبراتها وإقامة الفعاليات والأنشطة المشتركة، وإعلام الجمهور بسياسة المؤسسة وبرامجها لكسب ثقتهم به ضمن أهداف رسالة العلاقات العامة في الشركة.

٣. الاعتماد على الأساليب العلمية لممارسة العلاقات العامة وزيادة الاهتمام بها ومن أبرزها أسلوب البحث العلمي وأسلوب التخطيط وأسلوب التمثيل والمفاوضة، لمساعدة الإدارة العليا في عملية صنع القرار الصحيح بالمؤسسة لتحقيق الرضا الوظيفي.

٤. تفعيل عمل وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة منها إنتاج الأفلام والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية القصيرة، وإصدار الصحف والمجلات

والكتب وكذلك التطبيقات الرقمية عبر الانترنت، بهدف تسويق نشاطات المؤسسة وبناء سمعتها.

٥. التأكيد على قيم الولاء والانتماء الوظيفي ومراعاة قواعد العمل والإجراءات بصورة سلسلة للتعامل مع جمهور العاملين داخل المؤسسة والجمهور الخارجي المتعامل معها، ورعاية مبادراتهم المتميزة ودعمها معنوياً ومادياً وتنفيذ البرامج التدريبية لتطوير امكاناتهم، بوصفها جزء من عوامل تحقيق الرضا الوظيفي الإدارية والفنية وتنوع المهام ومحتوى العمل لديهم.

مصادر:

١. الجمال، راسم محمد، العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات ط/٣ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٩).
٢. القيم، كامل حسون، أساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية (بغداد: دار إنكي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢).
٣. الأسدي، ليث عبداللطيف، العلاقات العامة الرقمية ط/١ (الشارقة: المتحدة للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣).
٤. جفات، حميد شهيد، التربية الإعلامية الرقمية ط/١ (بغداد: دار ظنون للدراسات والبحوث، ٢٠٢٥).
٥. شميدبيتر، رينيه، راينهارد ألتبرغر، الذكاء الاصطناعي المسؤول: تحديات الإدارة المستدامة (ابو ظبي: منظمة إدارة، ٢٠٢٥).
٦. صالح، محمد وليد، محتوى الاتصال في العلاقات العامة النوعية ط/١ (عمّان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧).
٧. عبدالحميد، محمد محب، مدخل إلى العلاقات العامة ط/١ (برلين: المركز الديمقراطي العربي للنشر، ٢٠٢٤).
٨. عبدالظاهر، محمد، صحافة الذكاء الاصطناعي ط/١ (الجيزة: دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠١٩).

٩. العياضي، نصرالدين، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠٢٢).

١٠. ليوا، كلية ليوا لتكنولوجيا المعلومات/ قسم العلاقات العامة والإعلان (ابو ظبي: البيان الختامي للمؤتمر العلمي الدولي الثاني بعنوان "تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي" للمدة ٥- ٦ / حزيران يونيو ٢٠٢٤).

١١. بيرنايز، إدوارد، البروباغندا ط/٢، ترجمة إبراهيم محمد المالكي (الاسكندرية: دار يوريكا للنشر والتوزيع، ٢٠٢١).

12. Cathy Campbell, S. P. Public Relations, washington D. C. national catholic educational association, office of development, 2 nd ptg, 1987.

13. Lander. F 2009, Multiple Impact of Organizational Climate and Individual Value System upon Job Satisfaction, Psychology Journal.

١٤. الداوي، الشيخ، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء (ورقلة جزائر: بحث منشور في مجلة الباحث/ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية/ جامعة قاصدي مرباح، السنة السابعة، العدد السابع، ٢٠١٠).

١٥. الطيب، إيهاب، أثر المناخ التنظيمي على الرضا الوظيفي في شركة الاتصالات (غزة فلسطين: الجامعة الإسلامية/ رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٨).

١٦. محمد، أمل ياسين، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في شركة الخطوط الجوية الملكية الأردنية (عمّان: جامعة البتراء/ كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠١٥).

١٧. محمد، عبدالعزيز الصادق، نهى حسب الرسول أحمد، توظيف التقنية الرقمية للعلاقات العامة لتطوير أداء المؤسسات الخدمية: دراسة تحليلية على المجلس الأعلى للحج والعمرة للمدة من كانون الثاني يناير ٢٠٢٢ لغاية كانون الأول ديسمبر ٢٠٢٤ (الخرطوم: بحث منشور في مجلة كلية علوم الاتصال/ جامعة المشرق/ السنة الثالثة، العدد الرابع، شباط فبراير ٢٠٢٥).

١٨. بوابة علم الاجتماع <http://www.b-sociology.com> تاريخ الاسترجاع ٥/٢٠٢٤ /١.

١٩. الأكاديمية العربية الدولية <http://aiacademy.info> تاريخ الاسترجاع ٥/١ /٢٠٢٤.

٢٠. إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية/ منظمة الأمم المتحدة <https://sdgs.un.org/ar/node/83> تاريخ الاسترجاع ٩/٣ /٢٠٢٥.

٢١. دراسة <https://drasah.com/Description.aspx?id=4077> تاريخ الاسترجاع ٩/٣ /٢٠٢٥.