

## واقع العلاقات العامة في غرف تجارة وصناعة محافظة الخليل من وجهة نظر الاداريين فيها

هدفت الدراسة الى التعرف على واقع العلاقات العامة في غرف تجارة وصناعة محافظة الخليل من وجهة نظر الاداريين فيها من حيث الوظائف والمبادئ التي تتبعها العلاقات العامة في عملها والطرق والوسائل الاتصالية المستخدمة وعمليات العلاقات العامة البحث، التخطيط، التقييم، والمشاكل التي تواجهها في عملها اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي للحصول على المعلومات حول واقع العلاقات العامة في غرف تجارة وصناعة محافظة الخليل

ابرز النتائج التي توصل لها فريق البحث ان العلاقات العامة في غرف تجارة وصناعة محافظة الخليل تقوم بتحسين الصورة الذهنية وتزويد الصحافة بأخبار الغرفة وتعريف الجمهور باهدافها بالمقابل كان هناك ضعف في عقد ورشات العمل ونقل متطلبات الجمهور الداخلي للادارة وتبين ان العلاقات العامة تأخذ الموضوعية والشفافية بعين الاعتبار عند ممارسة انشطتها بينما كان لديها جوانب ضعف اعتماد البحث العلمي والمسؤولية الاجتماعية وتستخدم العلاقات العديد من الوسائل الاتصالية مع الجمهور الخارجي والداخلي اهمها: الصحف المحلية والاتصال الهاتفي بينما كان لديها قصور في استخدام المجلات المحلية والمؤتمرات الصحفية

كما اظهرت نتائج الدراسة ان اكثر عمليات العلاقات العامة تطبيقا هو التقييم ويليه التخطيط ومن ثم البحث واكثر المشاكل ظهورا قلة البرامج التدريبية للعاملين وضعف مشاركتهم في عملية اتخاذ القرار وعدم توافر الموارد المالية للعلاقات العامة بشكل كاف

خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات اهمها: ان تقوم العلاقات العامة في غرف تجارة وصناعة محافظة الخليل بعقد ورشات عمل ونقل متطلبات الجمهور الداخلي لإدارة الغرف واعتماد البحث العلمي في عملها واخذ المسؤولية الاجتماعية على عاتقها واستخدام المجلات المحلية والمؤتمرات الصحفية وعلى العلاقات العامة عمل بحوث منهجية تاريخية وبحوث عم جماهيرها ووضع خطط لتفادي الازمات وخطط تقويمية لعملها

كما يوصى فريق البحث الادارة بمساعدة العلاقات العامة على التقليل من نقاط الضعف في ادائها وتعزيز نقاط القوة في عملها وزيادة مشاركتها في اتخاذ القرار وعمل برامج تدريبية للعاملين في العلاقات العامة وكذلك توفير الموارد المالية الكافية لها