



جامعة الأزهر - غزة
عمادة الدراسات العليا والبحث
العلمي
كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية
برنامج إدارة الأعمال

تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين
"دراسة ميدانية على فروع البنك في قطاع غزة"
**Evaluation of the Effectiveness of Public Relations
Programs at the Bank of Palestine
"Empirical Study at the Bank Branches in the Gaza
Strip"**

إعداد الطالب

طارق/محمد أيوب/محمد أبو هديوس

إشراف الدكتور

محمد زيدان سالم

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير بكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية -
قسم إدارة الأعمال في جامعة الأزهر بغزة - فلسطين

2010م-1431هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلْ أَجْمَلُوا قَسِيْرَ اللَّهِ أَجْمَلِكُمْ وَأَرْسُوَالَهُ وَالْمُؤْمِنِيْنَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَأَسْرُوَالَهُنَّ وَاللَّيْ حَالِ
الْبَغِيْبِ وَاللَّسْبُوْرَةِ فَيَنْبِيْئِكُمْ بِنَا إِلْتِيْنَا يَعْمَلُوْنَ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(التوبة: 104)



جامعة الأزهر - غزة
عمادة الدراسات العليا والبحث
العلمي
كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية
برنامج إدارة الأعمال

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة الدراسات العليا بجامعة الأزهر - غزة على تشكيل لجنة الحكم والمناقشة على أطروحة الطالب/ طارق(محمد أيوب) محمد أبو هديوس، المقدمة لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال وعنوانها:

تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين "دراسة ميدانية على فروع البنك في قطاع غزة"

والمكونة من السادة الأساتذة:

مشرفاً ورئيساً

الدكتور / محمد زيدان سالم

مناقشاً داخلياً

الدكتورة / نهاية التلباني

مناقشاً خارجياً

الدكتور / رشدي عبد اللطيف وادي

وتمت المناقشة العلنية يوم السبت 2010/04/17

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الطالب/ طارق(محمد أيوب) محمد أبو هديوس، درجة

الماجستير في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية تخصص إدارة الأعمال.

توقيع أعضاء لجنة المناقشة والحكم :

.....
.....
.....

الدكتور / محمد زيدان سالم

الدكتورة / نهاية التلباني

الدكتور / رشدي عبد اللطيف وادي

إهداء

إلى والدي ووالدتي حفظهم الله
إلى زوجتي وأبنائي الأعزاء
إلى إخواني وأخواتي الكرام
وإلى كل من ساعدني
إليهم جميعاً أقدم هذا الجهد المتواضع

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى صحبه أجمعين. أحمد الله عز وجل الذي منّ عليّ بليتمام هذا البحث، لأنتفع به ولينتفع به الآخريين. يُسعدني أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى الدكتور/ محمد زيدان سالم المشرف الرئيسي على هذا البحث، والذي كان خير من ساعدني وقدم لي التوجيهات والنصائح، فشكراً جزيلاً له. كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى كل من المناقش الخارجي الدكتور / رشدي وادي والمناقش الداخلي الدكتورة/ نهاية التلباني الذين وافقوا مشكورين على مناقشة هذا البحث، وعلى ما قدموه لي من نصائح وتوجيهات.

كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى عميد كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية الدكتور/ مروان الأغا، وإلى رئيس قسم إدارة الأعمال الدكتور/ رامز بدير، وإلى جميع أعضاء الهيئة التدريسية في قسم إدارة الأعمال الذين قدموا لي التوجيهات والنصائح المفيدة، والملاحظات القيمة التي مكنتني من إنجاز هذا البحث.

وأنتقدم بالشكر إلى موظفي بنك فلسطين وإدارة البنك على ما قدموه من مساعدة وتعاون من أجل الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة للبحث، وإلى جمعية الشبان المسيحية على احتضانها هذا الجهد من البداية حتى النهاية، وإلى جامعة الأزهر بغزة على عطائها المستمر والمتواصل.

كذلك أتقدم بالشكر والتقدير إلى والدي العزيز الدكتور / محمد أيوب أبو هديروس، على مساندته المتواصلة ودعمه المستمر لي، ولما بذله من جهد كبير في تدقيق البحث لغوياً، وإلى زوجتي العزيزة على ما قدمته لي من دعم ومساندة وعطاء.

وأخيراً أتقدم بالشكر الجزيل إلى المدير الإقليمي لبنك الإسكان للتجارة التمويل السيد / محمود التكروري على دعمه ومساندته لي من أجل الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى مديري المباشر السيد/ سهيل زمو، وإلى جميع زملائي وزميلاتي في العمل لدعمهم ومساندتهم لي.

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	آية قرآنية
د	إهداء
هـ	شكر وتقدير
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الملاحق
ك	قائمة الأشكال
ل	ملخص البحث باللغة العربية
م	ملخص البحث باللغة الانجليزية (Abstract)
14 - 1	الفصل الأول: المقدمة
1	1.1 مقدمة
2	1.2 مشكلة البحث
3	1.3 فرضيات البحث
3	1.4 متغيرات البحث
4	1.5 أهداف البحث
4	1.6 أهمية البحث
5	1.7 صعوبات البحث
6	1.8 الدراسات السابقة
12	1.9 التعليق على الدراسات السابقة بشكل عام
42 - 15	الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث
15	2.1 تعريف ومفهوم الفاعلية وطرق قياسها
30	2.2 تعريف ومفهوم العلاقات العامة
35	2.3 تصميم برامج فعالة للعلاقات العامة
40	2.4 البنوك العاملة في فلسطين

الصفحة	الموضوع
70 - 43	الفصل الثالث: تصميم ومنهجية البحث
43	3.1 منهجية البحث
44	3.2 طرق جمع البيانات
45	3.3 مجتمع وعينة البحث
49	3.4 الخصائص والسمات الديمغرافية لعينة البحث
55	3.5 أداة البحث الرئيسية وإجراءاتها
69	3.6 المعالجات الإحصائية
89 - 71	الفصل الرابع: تحليل النتائج واختبار الفرضيات
71	4.1 اختبار كولمجروف- سمرنوف لمعرفة توزيع البيانات
72	4.2 المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجزاء الاستباننتين الخاصتين بموظفي البنك وعمالته
85	4.3 تحليل أجزاء البحث بشكل عام
87	4.4 اختبار فرضيات البحث
89	4.5 تحليل العلاقات بين متغيرات البحث
94 - 90	الفصل الخامس: الخلاصة والتوصيات
90	5.1 الخلاصة
92	5.2 التوصيات
101 - 95	المراجع
95	6.1 المراجع العربية
99	6.2 المراجع الأجنبية
101	6.3 المواقع الإلكترونية

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
2.1	مقارنة بين المداخل المستخدمة لقياس الفاعلية.	28
2.2	الحصة السوقية للبنوك العاملة في فلسطين (الوافدة والمحلية).	41
3.1	عدد فروع ومكاتب بنك فلسطين في كل من الضفة الغربية وقطاع غزة.	45
3.2	عدد موظفي إدارة وفروع بنك فلسطين في قطاع غزة حسب المهام الوظيفي.	46
3.3	أحجام مختلفة من مجتمع البحث وعدد أفراد العينة التي تم احتسابها بمعدل خطأ 5%.	47
3.4	توزيع الاستبانة إلى موظفي البنك وإلى عملاء البنك ونسبة ما تم استرداده منها.	48
3.5	الخصائص والسمات الديمغرافية لعينة موظفي البنك.	49
3.6	الخصائص والسمات الديمغرافية لعينة عملاء البنك.	52
3.7	صدق الاتساق الداخلي لهجال أهداف برامج العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	59
3.8	صدق الاتساق الداخلي لهجال تخطيط أنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	60
3.9	صدق الاتساق الداخلي لهجال التطبيق العملي لأنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	61
3.10	صدق الاتساق الداخلي لهجال التطبيق العملي لأنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر عملاء البنك.	62
3.11	صدق الاتساق الداخلي لهجال تقييم برامج العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	63
3.12	صدق الاتساق الداخلي لهجال تقييم برامج العلاقات العامة من وجهة نظر عملاء البنك.	64
3.13	معامل الارتباط بين أجزاء استبانة موظفي البنك والمعدل الكلي لفقراتها.	65
3.14	معامل الارتباط بين أجزاء استبانة عملاء البنك والمعدل الكلي لفقراتها.	65
3.15	معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) لاستبانة موظفي البنك.	67
3.16	معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) لاستبانة عملاء البنك.	67

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
3.17	معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) لاستبانة موظفي البنك.	68
3.18	معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) لاستبانة عملاء البنك.	68
3.19	مقياس ليكرت الخماسي.	69
4.1	اختبار (كولمجروف - سمرنوف) لمعرفة توزيع البيانات لأجزاء استبانة موظفي البنك.	71
4.2	اختبار (كولمجروف - سمرنوف) لمعرفة توزيع البيانات لأجزاء استبانة عملاء البنك.	72
4.3	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجال أهداف برامج العلاقات العامة من وجه نظر موظفي البنك.	73
4.4	الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة في بنك فلسطين من وجهة نظر موظفي البنك.	75
4.5	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجال تخطيط أنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	76
4.6	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجال التطبيق العملي لأنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	78
4.7	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجال التطبيق العملي لأنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر عملاء البنك.	78
4.8	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجال تقييم برامج العلاقات العامة من وجهة نظر موظفي البنك.	81
4.9	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجال تقييم برامج العلاقات العامة من وجهة نظر عملاء البنك.	81
4.10	موظفو البنك وعملاؤهم الذين اشتركوا في تقييم نتائج برامج العلاقات العامة الذي أجرته عليهم إدارة البنك.	84
4.11	الأسباب التي تؤثر على نتائج برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين من وجهة نظر موظفي البنك.	84
4.12	تحليل أجزاء استبانة موظفي البنك.	86
4.13	تحليل أجزاء استبانة عملاء البنك.	86
4.14	العلاقات بين محاور/أجزاء البحث.	87

قائمة الملحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
أ	قائمة بأسماء المحكمين للاستبانتين.	1
ب	استبانة موظفي البنك.	2
خ	استبانة عملاء البنك.	3
ر	كتاب تسهيل مهمة الباحث من جامعة الأزهر بغزة.	4

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
20	المدخل النظرية لقياس فاعلية المنظمة.	2.1

ملخص:

في هذا البحث، تم دراسة وتقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين من وجهات نظر مختلفة، وقد تم تطبيق البحث على فروع البنك العاملة في قطاع غزة - فلسطين، البالغ عددها ثمانية فروع، حيث تم تقييم فاعلية برامج العلاقات من خلال التعرف على اتجاهات كل من موظفي البنك وعملائه حول موضوع البحث، كما تم تناول مكونات برامج العلاقات العامة من حيث الأهداف، التخطيط، التطبيق العملي، والتقييم، بغرض تقييم فاعليتها، وبالتالي تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة.

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج البحث، حيث قام الباحث بإعداد استبائين (الأولي لعينة طبقية عشوائية من موظفي بنك فلسطين بلغت "200" موظف وموظفة، والثانية لعينة عشوائية من عملاء البنك بلغت "400" عميل)، وذلك للحصول على تصور كامل ودقيق حول موضوع البحث.

وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن إدارة العلاقات العامة في بنك فلسطين تعاني من قصور في وضعها لأهدافها، كما أنها تعاني من قصور في تخطيط أنشطتها، كذلك فإن تطبيق أنشطة العلاقات العامة يتم بصورة ضعيفة، بالإضافة إلى أن إدارة البنك لا تقوم بإجراء تقييم لبرامج العلاقات العامة.

وقد قدم البحث مجموعة من التوصيات، كان من أبرزها ضرورة قيام إدارة العلاقات العامة في بنك فلسطين بصياغة أهدافاً واضحة ومحددة وقابلة للقياس، كما أوصى بضرورة تصميم خطة واضحة ومتكاملة لبرامجها، كذلك فإن على إدارة العلاقات العامة أن تقوم بتطبيق برامجها وفق الخطة الموضوعية مسبقاً، وعلى إدارة البنك أن تقوم باستقصاء آراء أكبر عدد ممكن من الموظفين والعملاء كجزء لا يتجزأ من عملية تقييم برامج العلاقات العامة.

Abstract:

This current study focused on evaluating the effectiveness of public relations programs at the Bank of Palestine from different viewpoints. The research was conducted on the Bank's (8) branches working in the Gaza Strip. The effectiveness of public relations programs were evaluated through investigating Bank employees' and clients' attitudes.

Moreover, the components of the program (i.e. objectives, planning, implementation, evaluation) were also investigated so as to pinpoint the drawbacks of such programs and accordingly evaluating their effectiveness.

The descriptive analytical approach was used to achieve the research objectives. To this end, the researcher designed two questionnaires (one for a random stratified sample of (200) Bank of Palestine's employees and the other for a random sample of (400) of the Bank's clients). That was conducted so as to get an accurate picture of the research topic.

The study culminated with a number of conclusions, the most of which are as follows: (1) The public relations administration at the Bank of Palestine suffers from some drawbacks in the process of setting up its objectives; (2) It also suffers from deficiency in planning its activities; (3) The implementation of public relations programs suffers from apparent weakness; and (4) The Bank administration does not usually evaluate the public relations programs.

Depending on the study findings, the researcher provided a number of recommendations. The most important recommendations were as follows: (1) The Public Relations Department at the Bank of Palestine should formulate clear, integrated, and measurable objectives; (2) A comprehensive and integrated plan of the Department's programs should be devised; (3) The implementation of Department's programs should take place according to a pre-set plan; and (4) The Bank administration should investigate the opinions of a large number of its employees as an integral part of the process of evaluating the Bank's Public Relations programs.