

شناخت و اولویت‌بندی موانع و محدودیت‌های روابط عمومی الکترونیک با استفاده از مدل AHP

(مطالعه موردی: استان سمنان)

چکیده

امروزه سازمان‌های پیشرفته جهان با استفاده از قابلیت‌های روابط عمومی الکترونیک، دایره مخاطبان خود را وسیع‌تر کرده‌اند، اما به نظر می‌رسد که ایران در زمینه روابط عمومی الکترونیک رشد چندانی نکرده است. تغییر نظام روابط عمومی‌ها در ایران، از شکل کنونی به شکل مدرن و الکترونیک، کاری است بس دشوار که مستلزم بازنگری در گذشته و تحول جدی برای آینده می‌باشد. برای عبور از روابط عمومی سنتی به الکترونیک باید عمده‌ترین موانع و محدودیت‌ها را شناخت و برای تعدیل یا رفع آن چاره‌جویی و برنامه‌ریزی کرد.

در این مقاله برخی از مهمترین محدودیت‌ها و موانع با کمک گروهی از خبرگان روابط عمومی در استان سمنان که با تکنیک‌های آماری ۲۴ نفر مشخص گردید، وزن‌دهی و نسبت به اصلاح و رفع موانع، راهکارهای موجود اولویت‌بندی شده‌اند.

تکنیک به کار گرفته شده در این مقاله فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) است که محاسبات با کمک نرم‌افزار اکسل انجام می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهد که مهمترین عامل در سطح اول از موانع "زیرساخت‌ها" و در سطح دوم "پایین بودن ظرفیت شبکه‌های ارتباطات رایانه‌ای" می‌باشد. همچنین محققین با کمک نتایج به دست آمده، دولت را به عنوان متولی اصلی توسعه روابط عمومی الکترونیک شناسایی کرده‌اند.

واژه‌های کلیدی: روابط عمومی الکترونیک، محدودیت‌ها و موانع روابط عمومی الکترونیک، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP).

۱- مقدمه

روابط عمومی به عنوان یک پدیده اگرچه عمری به طول عمر آدمی دارد ولیکن بیش از یک قرن زمانی که سازمان‌ها و شرکت‌ها به معنی جدید پدید آمدند، به عنوان یک واحد مدیریتی در سازمان به انجام وظیفه پرداخته است و با پیچیده شدن روابط سازمانی و توسعه و گسترش روابط انسانی و سازمان، وظایف این واحدها گسترده‌تر شد و مفاهیمی مانند مردم‌داری، اعتمادسازی، اقناع و ترغیب، ارتباط دوسویه، تفهیم و تفاهم، اطلاع‌رسانی، تبلیغات،

مدیریت، تجارت و بازرگانی، افکار عمومی و هزاران واژه دیگری در فرهنگ نامه روابط عمومی افزوده شد و تا امروز که روابط عمومی دیجیتال و روابط عمومی الکترونیک و روابط عمومی ۲ در راستای وظایف روابط عمومی قرار گرفته و این حوزه را به یک تشکیلات وسیع تبدیل کرده است که ناگزیر از ایجاد یک سیستم هوشمند می-باشد. در مقاله حاضر سعی شده به ضرورت های بازننگری در روابط عمومی، مفهوم روابط عمومی الکترونیک و موانع و راهکارهای الکترونیک پرداخته شود.

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- مفهوم روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی الکترونیک عبارت است از استفاده از فن آوری ارقامی خصوصاً کاربردهای مبتنی بر وب سایت های اینترنتی برای افزایش دسترسی و ارائه خدمات و اطلاعات ارتباطی به کاربران، سازمان ها، نهادها و دریافت اطلاعات از طریق آنها. ارتباط در روابط عمومی دیجیتال از بالا به پایین و به صورت امری نیست و همان طور که بیان شد ارتباط دوسویه آن گونه برقرار می شود که روابط عمومی پاسخگوی تک تک اعضای جامعه اطلاعاتی باشد (میرجعفری ۱۳۸۷).

۲-۲- تفاوت بین روابط عمومی سنتی و روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی الکترونیک به لحاظ مفهومی فرقی با روابط عمومی سنتی ندارد. در روابط عمومی الکترونیک ما از کاغذ استفاده نمی کنیم و شاید وجه تمایز اصلی روابط عمومی الکترونیک با روابط عمومی سنتی به لحاظ شکلی در همین نکته نهفته باشد؛ چون همه ابزارند و معمولاً از ابزار برای رسیدن به اهداف که در فلسفه وجودی هنر هشتم نهفته شده استفاده می شود (خوشنویس ۱۳۸۹).

یکی از مزیت های اصلی روابط عمومی الکترونیک، تعاملی بودن آن است. کارگزاران روابط عمومی می توانند از طریق تریبون های آزاد فهرست پستی با همکاران خود در سراسر جهان تعامل داشته باشند و اینترنت این تعامل را آسان تر کرده است. در فرم سنتی روابط عمومی، انتقال اطلاعات به طور ناقص صورت می گیرد و هزینه های زیادی صرف اشتباهات می شود. از روابط عمومی الکترونیک می توان برای توسعه طرح های موجود روابط عمومی استفاده کرد که باعث توسعه فعالیت های سنتی آن نیز می شود. به علاوه روابط عمومی الکترونیک، رابطه موجود بین متخصصان روابط عمومی و روزنامه نگاران را تغییر داده و این امر نشانگر این است که روابط عمومی از پوسته یک شغل رابطه ای صرف خارج خواهد شد و به جایگاه شایسته و بایسته خود دست می یابد (خوشنویس ۱۳۸۹).

روابط عمومی الکترونیک یک فن برتر و مدرن است که در اختیار کارگزاران روابط عمومی قرار گرفته است. در آمریکا بیش از ۹۵ درصد کارگزاران روابط عمومی دارای کامپیوترهای شخصی متصل به اینترنت هستند و بخش اعظم فعالیت های آنها از طریق اینترنت صورت می گیرد. در آلمان بیش از ۶۰ مؤسسه و شرکت دولتی و خصوصی

از روابط عمومی الکترونیک برای تسریع در اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط سریع با مخاطبان استفاده می‌کنند. استفاده از فن‌آوری دیجیتالی خصوصاً کاربردهای مبتنی بر وب سایت‌های اینترنتی برای افزایش دسترسی و ارائه خدمات و اطلاعات ارتباطی به کاربران و سازمان‌ها و نهادها و دریافت اطلاعات از طریق آن می‌باشد (خوشنویس ۱۳۸۹).

۲-۳- ویژگی‌های روابط عمومی الکترونیک

در بررسی ویژگی‌های این نوع روابط عمومی باید دقت داشت که عملکرد این واحد در نهایت باید موجب تسهیل دسترسی شهروندان، ارتباط دوسویه با مخاطبان و نهادهای مورد نظر، بهبود خدمات، افزایش کارآمدی و پاسخگویی، کاهش هزینه‌ها و ساده‌سازی فرایند ارتباط شود (میرجعفری ۱۳۸۷).

۲-۴- اهداف روابط عمومی الکترونیک

۱. تسهیل در ارائه خدمات و ساده‌سازی دسترسی خدماتی توسط مخاطب.
۲. اثرگذاری مناسب سازمانها و نهادها.
۳. بهبود کارایی نهادها و سازمان‌ها از طریق حذف لایه‌های اضافی در ساختار سنتی آنها.
۴. بهبود پاسخگویی به مخاطبان و تضمین این پاسخگویی در خصوص نیاز مخاطب.
۵. بهبود اطلاع‌رسانی سازمان‌ها.
۶. ساده‌سازی فرایند ارتباط.
۷. کاهش هزینه‌ها از طریق یکپارچه‌سازی و حذف بوروکراسی نامناسب اداری.
۸. ایجاد بینش نتیجه‌گیری مثبت در بدنه میانی سازمان‌ها و نهادهای مربوطه.
۹. افزایش ابتکارات و خلاقیت‌های فردی به وسیله توسعه دانش اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی (میرجعفری ۱۳۸۷).

۲-۵- مزایای روابط عمومی الکترونیک

از مزایای روابط عمومی الکترونیک، کاهش هزینه‌های غیرضروری در انتقال اطلاعات و کمک به حذف هزینه‌های اضافی است که شامل:

۱. دوسویه بودن ارتباطات
 ۲. کاهش هزینه‌ها و افزایش نرخ بهره‌وری کارکنان
 ۳. الزام به پاسخگویی به صورت آنلاین^۱
 ۴. دسترسی سریع به اطلاعات
 ۵. کاهش حجم نامه‌های اداری و بایگانی
 ۶. فراگیری و فرامرزی بودن
 ۷. پیش‌بینی نیازهای تعریف نشده مخاطب
- امروزه سازمان‌های پیشرفته جهان با استفاده از قابلیت‌های روابط عمومی الکترونیک، دایره مخاطبان خود را وسیع‌تر کرده‌اند، اما به نظر می‌رسد که ایران در زمینه روابط عمومی الکترونیک رشد چندانی نکرده است. تغییر نظام

روابط عمومی‌ها در ایران، از شکل کنونی به شکل مدرن و الکترونیک، کاری است بس دشوار که مستلزم بازننگری در گذشته و تحول جدی برای آینده می‌باشد (قاسمی ۱۳۸۹).

۲-۶- موانع و محدودیت‌های روابط عمومی الکترونیک

۱- **عدم وجود نظام ارتباطی مناسب و نهادینه شده در سازمان‌ها:** عدم نهادینه شدن فرهنگ مجازی و فعالیت در محیط سایبر در نظام ارتباطی جامعه و سازمان‌ها از مهم‌ترین موانع به شمار می‌آید. نداشتن باور قلبی در افکار عمومی نسبت به جریان آزاد اطلاعات، عدم آگاهی از حقوق شهروندی و مزایای ارتباط دوسویه با دولت الکترونیک از جمله مشکلات این بخش به شمار می‌آید.

۲- **مقاومت در میان کارگزاران روابط عمومی‌ها:** کارکنان روابط عمومی‌ها اکنون با نسل دیجیتال مواجه‌اند و عدم تخصص آنها در به کارگیری رایانه، آشنایی نداشتن با اینترنت و مهمتر از همه عدم تسلط به یک زبان خارجی، هراس از فراگیر شدن دنیای دیجیتال در روابط عمومی‌ها و از دست دادن امنیت شغلی از مهمترین دلایل مقاومت بخشی از کارکنان محسوب می‌شود. فرهنگ رایج در روابط عمومی اغلب در داشتن روحیه دفاع و توجیه عملکرد سازمان است. گذشت زمان، تحمل وضع موجود را برای روابط عمومی‌ها آسان و عادت را جایگزین تلاش برای تغییر، نوآوری و اصلاح امور می‌سازد. سنتها به تدریج متسحکم می‌شود و ساختار مدیریت سنتی قوام می‌گیرد. در مقابل، طرفداران تغییر و اصلاح امور در این عرصه بسیار اندک و انگشت شمارند.

۳- **وجود مقررات و روش‌های دست و پاگیر و پیچیده:** وجود سلسله مراتب پیچیده و مقررات و ضوابط دست و پاگیر باعث می‌شود تا راهبردها و اهداف ارتباطی سازمانها، در پیچ و خم بوروکراسی نفسگیر عقیم بماند، تصمیم‌گیریهای بموقع، صورت نپذیرد، فرصتها از دست برود و بودجه‌ها و اعتبارات روابط عمومی در مسیر صحیح و مؤثر مورد استفاده قرار نگیرد.

۴- محدودیت در تامین منابع مورد نیاز:

- | | |
|--|---|
| ۱. عدم تمایل نیروی انسانی متخصص، خلاق و | ۲. تجهیزات و ابزار مناسب و مورد نیاز. |
| پرانگیزه به صورت استخدام رسمی در سازمانها. | ۳. اطلاعات به‌هنگام |
| ۴. نداشتن ظرفیتهای لازم برای انجام تحقیق و پژوهش | ۵. عدم ارتباط تنگاتنگ با موسسات تخصصی ملی و بین‌الملل |

۵- عدم دسترسی یکسان همه شهروندان به امکانات رایانه‌ای و هزینه‌های نسبتاً سنگین دسترسی به اینترنت و خطوط تلفنی: با وجود اینکه ضریب نفوذ اینترنت و رایانه در جهان با سرعت در حال افزایش است، ولی حتی در کشورهای پیشرفته و صنعتی نیز نمی‌توان گفت که همه مردم به شبکه جهانی دسترسی دارند یا برای استفاده از آن، مهارت کافی را به دست آورده‌اند. بدیهی است این وضعیت در کشورهای رو به توسعه تشدید می‌شود.

۶- ضعف زیرساخت‌های مخابراتی: در کشورهایی مانند ایران، مانع بزرگتری در راه ایجاد و فراگیری خدمات الکترونیکی وجود دارد که به طور خلاصه آن را ضعف زیرساخت‌های مخابراتی می‌توان نامید. ایجاد شبکه‌های مطمئن و پرظرفیت ارتباطی و مخابراتی در سراسر کشور، شرط لازم تحقق دولت و تجارت الکترونیکی است (قاسمی ۱۳۸۹).

۳- روش تحقیق

در روش تحقیق منظور از روش، مجموعه فعالیت‌هایی است که برای رسیدن به هدف خاصی صورت می‌گیرد و پژوهش‌ها در واقع ابزارهایی برای رسیدن به واقعیت به شمار می‌روند. در هر پژوهشی محقق تلاش می‌کند تا مناسب‌ترین روش را انتخاب نماید؛ و آن روشی است که بهتر از سایر روش‌ها واقعیت را کشف کرده و روابط بین متغیرها را نشان دهد.

انتخاب روش تحقیق بستگی به هدف‌ها و ماهیت موضوع پژوهش و امکانات اجرایی آن دارد. بنابراین هنگامی می‌توان در مورد روش بررسی و انجام یک تحقیق تصمیم گرفت که ماهیت موضوع پژوهش، هدف‌ها و نیز وسعت دامنه آن مشخص باشد.

از آنجا که هدف از تحقیق حاضر، توصیف شرایط و پدیده‌های مورد بررسی به منظور شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری رساندن به فرایند تصمیم‌گیری است، این تحقیق را بر اساس چگونگی به دست آوردن داده‌های مورد نظر می‌توان در زمره تحقیقات توصیفی به شمار آورد؛ و چون داده‌های مورد نظر از طریق نمونه‌گیری از جامعه، برای بررسی ویژگی‌های جامعه آماری جمع‌آوری می‌شود، این تحقیق از شاخه پیمایشی بوده که به شیوه مقطعی صورت می‌پذیرد.

۳-۱- فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

تصمیم یک فعالیت روحی در انتخاب و قضاوت است و یکی از مهمترین مشخصه‌های انسانی است، انسان در طول زندگی خود تصمیم‌های زیادی می‌گیرد هر چند که برخی از آنها از اهمیت چندانی برخوردار نمی‌باشد. هر چه مسوولیت و اختیارات انسان بیشتر باشد، تصمیم‌گیری دارای اهمیت و حساسیت بیشتری می‌باشد. از آنجا که اتخاذ تصمیم صحیح و به موقع می‌تواند تاثیر بسزایی در زندگی شخصی و اجتماعی انسانها داشته باشد، ضرورت

وجود یک تکنیک قوی که بتواند انسان را در این زمینه یاری کند، کاملاً محسوس می‌باشد. برای تصمیم‌گیریهای پیچیده، اغلب مدل‌های ریاضی برای ساده‌کردن و خلاصه‌کردن مسائل واقعی استفاده می‌شود تا تجزیه و تحلیل سیستماتیک را ممکن سازد. تحلیل سلسله‌مراتبی^۲ یک روش تصمیم‌گیری است که تصمیم‌گیرنده (یا گروه تصمیم‌گیری) را قادر می‌سازد تا مساله مورد نظر خود را شکل داده و بر اساس ساختار حاصله، مقایساتی را جهت تعیین اولویت گزینه‌های مطرح در تصمیم‌گیری انجام دهد. این تکنیک برای اولین بار در سال ۱۹۸۰ توسط توماس الساعتی مطرح شد.

فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی مستلزم مقایسه‌های زوجی است و تصمیم‌گیرنده کار خود را با ترسیم سلسله‌مراتب کلی تصمیم خود شروع می‌کند، سلسله‌مراتب عوامل و گزینه‌های مختلفی که در تصمیم باید در نظر گرفته شود را مشخص می‌کند. سپس مقایسه‌های زوجی صورت می‌گیرد که به تعیین و ارزیابی عوامل منتهی می‌شود. در این روش گزینه‌ای که بیشترین ارزش وزنی را کسب نماید به عنوان بهترین گزینه انتخاب می‌شود. از جمله مهمترین مزایای این روش استفاده از آن در تصمیم‌گیری با معیارهای کیفی می‌باشد. مزیت دیگر این روش ساختار دادن به مساله تصمیم‌گیری با تشکیل سلسله‌مراتب می‌باشد. طبقه‌بندی معیارها از بالا به پایین درخت باعث می‌شود تا مسائل پیچیده به صورتی سیستماتیک توسط تحلیل سلسله‌مراتبی مورد بررسی قرار گیرد. هم‌اکنون کاربرد تحلیل سلسله‌مراتبی بیشتر در تصمیم‌گیری سیستم‌های اقتصادی-اجتماعی از تخصیص منابع، ارزیابی عملکرد، تعیین توالی کار و سایر موارد می‌باشد. فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی بر اساس سه اصل ذیل استوار است (مومنی ۱۳۸۵، ۴۰):

۱. اصل ترسیم درخت
 ۲. اصل تدوین و تعیین
 ۳. اصل سازگاری منطقی
- تصمیم‌گیری اولویت‌ها قضاوت‌ها.

۳-۲- جامعه آماری

جامعه آماری عبارت است از تعدادی از عناصر مطلوب مورد نظر که حداقل دارای یک صفت مشخص باشند. صفت مشخصه صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایزکننده جامعه آماری از سایر جوامع می‌باشد (سرمد و دیگران ۱۳۸۵، ۱۷۷). جامعه آماری این تحقیق، کلیه کارشناسان روابط عمومی ادارات کل استان سمنان می‌باشند.

۳-۳- نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

نمونه زیر مجموعه‌ای است از جامعه که اعضای آن را بخشی از افراد جامعه تشکیل می‌دهند به طوری که ویژگی‌های اعضای گروه نمونه، معرف جامعه بزرگتر باشد (خاکی ۱۳۷۸، ۲۷۳).

۳-۴- حجم نمونه

تعیین حجم نمونه اهمیت فراوانی در قابلیت تعمیم نتایج آزمون به جامعه دارد. روش‌های مختلفی جهت تعیین حجم نمونه وجود دارد که دقیق‌ترین روش‌ها روش‌های ریاضی جهت محاسبه حجم نمونه است. در تعیین حجم نمونه عوامل زیر موثر است:

۱. واریانس داده‌ها (هر چه پراکندگی داده‌ها بیشتر ۳. دقت مورد نظر.

باشد حجم نمونه افزایش می‌یابد).

۴. حجم جامعه.

۲. سطح اطمینان (هر چه سطح اطمینان بیشتر ۵. توزیع جامعه آماری (مومنی ۱۳۸۶، ۲۲۰).

باشد حجم نمونه افزایش می‌یابد).

با توجه به تعداد ادارات کل و کارشناسان موجود در استان تعداد نمونه آماری برای تحقیق حاضر ۲۴ نفر معرفی شدند.

۳-۵- مدل مفهومی تحقیق

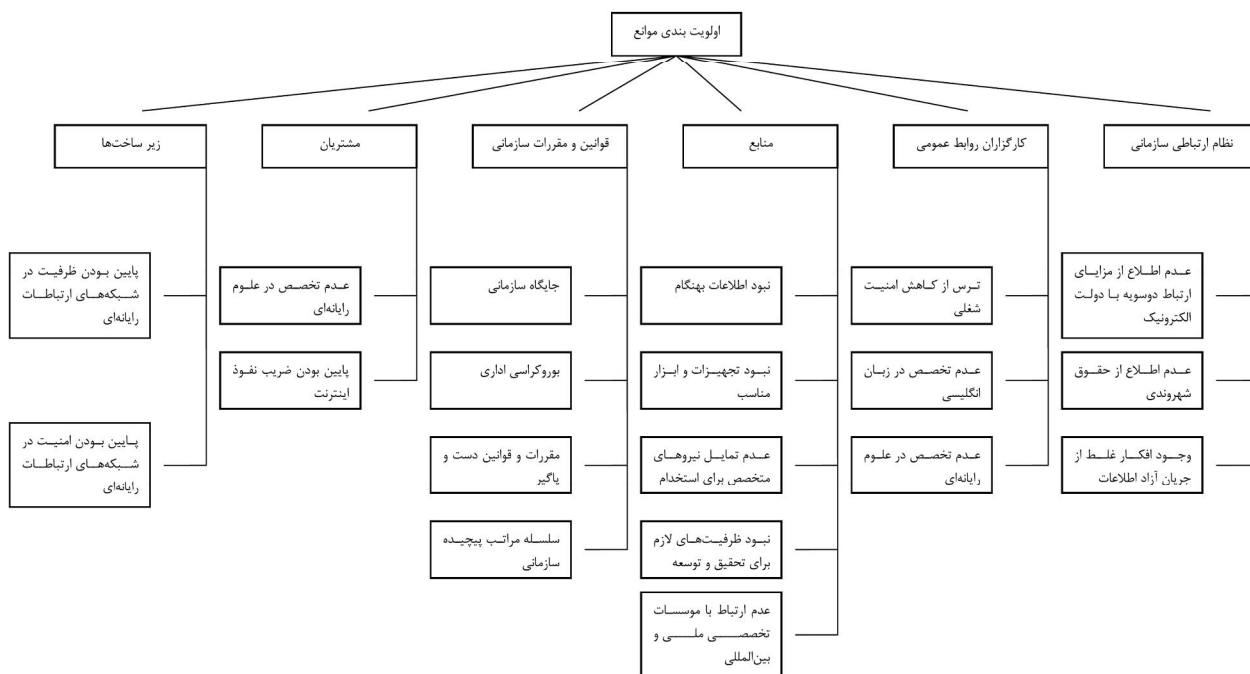
با توجه به ادبیات بیان شده و شرح موانع موجود جهت نیل به روابط عمومی الکترونیک در فصل پیشین، درخت تصمیم‌گیری شکل (۱) می‌تواند نشانگر مهمترین علل موجود باشد. که در فصل پسین به بررسی و وزندهی هر یک از علل پرداخته می‌شود.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از دریافت اطلاعات به کمک پرسشنامه فرایند تحلیل سلسله مراتبی از کارشناسان جهت رتبه‌بندی و وزندهی به موانع روابط عمومی الکترونیک مراحل ذیل انجام گیرد:

۴-۱- ترسیم درخت تصمیم‌گیری

هدف اصلی اولویت‌بندی موانع روابط عمومی الکترونیک است که در ابتدای درخت تصمیم‌گیری در شکل (۱) مشخص است. همچنین در سطر دوم درخت شش عامل به عنوان اساسی‌ترین موانع و در سطر سوم دلایل موجود برای هر یک از عوامل مشخص شده است.



شکل (۱): درخت تصمیم‌گیری موانع و علل موجود جهت نیل به روابط عمومی الکترونیک

۴-۲- جمع‌آوری داده‌ها

این اقدام توسط محققین و با کمک ابزار پرسشنامه صورت گرفته است که نتایج در قالب جداول طراحی و جهت تجزیه و تحلیل مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

۴-۳- تشکیل ماتریس‌های تصمیم

با توجه به تعداد تصمیم‌گیرندگان و سطوح درخت تصمیم‌گیری، در این تحقیق ۱۶۸ ماتریس تشکیل شد که از پرسشنامه هر تصمیم‌گیرنده هفت ماتریس تکمیل گردید. سپس با کمک رابطه (۱) به تلفیق ماتریس‌ها برای دستیابی به هفت ماتریس اقدام شد که در جداول (۱) الی (۷) قابل مشاهده می‌باشد.

$$x'_{ij} = \left(\prod_{l=1}^k x_{ij} \right)^{\frac{1}{k}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$i, j = 1, 2, \dots, n \quad , \quad i \neq j$$

۴-۴- بی مقیاس سازی ماتریس ها

جهت این اقدام از رابطه بی مقیاس سازی به فرم ساعتی (رابطه (۲)) بهره می گیریم که نتایج به دلیل محدودیت فضا بیان نمی شود.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^n x_{ij}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

$i, j = 1, 2, \dots, n \quad , \quad i \neq j$

۴-۵- استخراج ضریب اهمیت

برای دستیابی به اهمیت هر یک از عوامل موثر تنها نیاز است متوسط هر یک از سطوح را به کمک رابطه (۳) محاسبه نماییم.

نتایج در جدول (۱۵) قابل مشاهده می باشد.

$$W_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_{ij}}{n} \quad \text{رابطه (۳)}$$

$i, j = 1, 2, \dots, n \quad , \quad i \neq j$

جدول (۱): ماتریس تلفیقی سطح دوم (علل مانع اول: نظام ارتباطی سازمانی)

علل مانع اول	عدم اطلاع از حقوق		
	عدم اطلاع از مزایای	شهروندی	وجود افکار غلط از ...
عدم اطلاع از مزایای	1	2.00	0.41
ارتباط ...			
عدم اطلاع از حقوق	0.50	1	1.00
شهروندی			
وجود افکار غلط از ...	2.45	1.00	1

جدول (۲): ماتریس تلفیقی سطح دوم (علل مانع دوم: کارگزاران روابط عمومی)

علل مانع دوم	ترس از کاهش امنیت	عدم تخصص در زبان	عدم تخصص در علوم
	شغلی	انگلیسی	رایانه‌ای
ترس از کاهش امنیت	1.00	7.48	7.48
شغلی			
عدم تخصص در زبان	0.13	1.00	0.38
انگلیسی			
عدم تخصص در علوم	0.13	2.65	1.00
رایانه‌ای			

جدول (۳): ماتریس تلفیقی سطح دوم (علل مانع سوم: منابع)

علل مانع سوم	نبود	نبود تجهیزات	عدم تمایل...	نبود	عدم ارتباط
	اطلاعات ...	و ...		ظرفیت‌های...	با...
نبود اطلاعات ...	1.00	1.63	0.17	0.50	0.22
نبود تجهیزات و ...	0.61	1.00	0.35	2.65	0.38
عدم تمایل نیروهای ...	6.00	2.83	1.00	1.41	0.58
نبود ظرفیت‌های لازم ...	2.00	0.38	0.71	1.00	0.38
عدم ارتباط با موسسات	4.58	2.65	1.73	2.65	1.00
...					

جدول(۴): ماتریس تلفیقی سطح دوم (علل مانع چهارم: قوانین و مقررات سازمانی)

علل مانع چهارم	جایگاه سازمانی	بوروکراسی	مقررات و قوانین	سلسله مراتب پیچیده
		اداری	دست و پاگیر	سازمانی
جایگاه سازمانی	1.00	2.83	1.10	2.65
بوروکراسی اداری	0.35	1.00	1.00	0.45
مقررات و قوانین	0.91	1.00	1.00	0.71
دست ...				
سلسله مراتب	0.38	2.24	1.41	1.00
پیچیده ...				

جدول(۵): ماتریس تلفیقی سطح دوم (علل مانع پنجم: مشتریان)

علل مانع پنجم	عدم تخصص در علوم رایانه‌ای		پایین بودن ضریب نفوذ اینترنت	
	عدم تخصص در			
...	1.00		0.38	
پایین بودن ضریب				
نفوذ ...	2.65		1.00	

جدول (۶): ماتریس تلفیقی سطح دوم (علل مانع ششم: زیرساخت‌ها)

علل مانع ششم	پایین بودن ظرفیت در شبکه‌های ارتباطات رایانه‌ای	پایین بودن امنیت در شبکه‌های ارتباطات رایانه‌ای
پایین بودن ظرفیت در ...	1.00	4.24
پایین بودن امنیت در ...	0.24	1.00

جدول (۷): ماتریس تلفیقی سطح اول (موانع روابط عمومی الکترونیک)

موانع	نظام ارتباطی سازمانی	کارگزاران روابط عمومی	منابع	قوانین و مقررات سازمانی	مشتریان	زیر ساخت‌ها
نظام ارتباطی سازمانی	1	0.58	2.83	0.33	0.94	0.33
کارگزاران روابط عمومی	1.73	1	7.00	0.88	1.00	0.41
منابع	0.35	0.14	1	0.24	1.00	0.18
قوانین و مقررات سازمانی	3.00	1.13	4.24	1	0.47	0.71
مشتریان	1.06	1.00	1.00	2.12	1	0.38
زیر ساخت‌ها	3.00	2.45	5.48	1.41	2.65	1

جدول(۱۵): رتبه بندی موانع روابط عمومی الکترونیک و علل موثر

ردیف	موانع			علل موثر		رتبه	وزن
	نام	رتبه	وزن	نام	وزن	نهایی	نهایی
1	نظام			عدم اطلاع از مزایای ارتباط دوسویه با دولت الکترونیک	۰,۳۱	0.032	10
2	ارتباطی	5	0.10	دولت الکترونیک			
3	سازمانی			عدم اطلاع از حقوق شهروندی	۰,۲۶	0.027	11
4	کارگزاران			وجود افکار غلط از جریان آزاد اطلاعات	۰,۴۳	0.044	7
5	روابط	3	0.18	ترس از کاهش امنیت شغلی	۰,۷۷	0.138	2
6	عمومی			عدم تخصص در زبان انگلیسی	۰,۰۸	0.014	16
7				عدم تخصص در علوم رایانه‌ای	۰,۱۵	0.027	12
8				نبود اطلاعات بهنگام	۰,۰۹	0.005	19
9				نبود تجهیزات و ابزار مناسب	۰,۱۴	0.008	17
10	منابع	6	0.06	عدم تمایل نیروهای متخصص برای استخدام	۰,۲۸	0.016	15
11				نبود ظرفیت‌های لازم برای تحقیق و توسعه	۰,۱۳	0.007	18
12	قوانین و	2	0.19	عدم ارتباط با موسسات تخصصی ملی و بین‌المللی	۰,۳۶	0.021	14
				جایگاه سازمانی	۰,۴۶	0.088	4

13	مقررات			بوروکراسی اداری	۰,۱۱	0.022	13
14	سازمانی			مقررات و قوانین دست و پاگیر	۰,۲۵	0.047	6
15				سلسله مراتب پیچیده سازمانی	۰,۱۸	0.033	9
16				عدم تخصص در علوم رایانه‌ای	۰,۲۷	0.043	8
17	مشتریان	0.16	4	پایین بودن ضریب نفوذ اینترنت	۰,۷۳	0.113	3
18	زیر			پایین بودن ظرفیت در شبکه‌های	۰,۸۱	0.254	1
		0.31	1	ارتباطات رایانه‌ای			
19	ساخت‌ها			پایین بودن امنیت در شبکه‌های ارتباطات	۰,۱۹	0.060	5
				رایانه‌ای			

۵- نتیجه‌گیری

با توجه به ادبیات تحقیق شش مانع اصلی برای تحقق روابط عمومی الکترونیک شناسایی شد که به کمک نظر خبرگان (کارشناسان روابط عمومی ادارات کل استان سمنان) به رتبه‌بندی موانع از نظر میزان تأثیر در پیاده نشدن این مهم پرداخته شد. این اقدام به کمک پرسشنامه تهیه شده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی صورت گرفت که پس از پایان فرآیند، نتایج در جدول (۱۵) جمع‌آوری شد.

نتایج بیان‌کننده این موضوع است که مهمترین مانع از دید خبرگان زیرساخت‌های کشور است و کم‌اهمیت‌ترین مانع، منابع مورد نیاز است. این موضوع می‌تواند بیانگر این موضوع باشد که سازمانها آمادگی لازم برای تأمین مالی جهت رسیدن به این هدف را دارند و تنها مانع پیشرفت‌کننده روابط عمومی الکترونیک می‌تواند زیرساخت‌ها باشد که بهبود آن از وظایف اصلی دولت است.

همچنین رتبه‌بندی علل مؤثر بر موانع می‌تواند این موضوع را با بیان بالاترین اهمیت برای "پایین بودن ظرفیت در شبکه‌های ارتباطات رایانه‌ای" نشان دهد. از دیگر نتایج تحقیق می‌توان به دومین عامل مؤثر بر موانع یعنی "ترس از کاهش امنیت شغلی کارگزاران روابط عمومی" اشاره کرد که البته جهت بررسی و کشف علت نیازمند تحقیقات بیشتری است.

همچنین پایین بودن ضریب نفوذ اینترنت با رتبه سوم مشکلی است بزرگ، که برای رفع آن نیازمند زمان و سیاست‌گذاری درست دولت و کارگزاران استراتژی‌های کلان کشور می‌باشد.

یکی دیگر از موضوعات مطرح در خصوص روابط عمومی، جایگاه سازمانی این واحد در سازمانها و ادارات است که با توجه به کسب رتبه چهارم از میان عوامل می‌تواند موضوع جالب و قابل توجه برای تحقیقات آتی باشد. نکته قابل توجه دیگر در این تحقیق رتبه ۱۳ برای "بوروکراسی اداری" و رتبه ۱۹ برای "نبود اطلاعات بهنگام" است. به دلیل اینکه در بیش از ۹۰٪ از سازمان‌های مورد مطالعه سیستم اتوماسیون اداری استفاده می‌شود، لذا می‌توان تأثیر مثبت این سیاست را در پیشرفت هدف اصلی یعنی رسیدن به روابط عمومی الکترونیک را مشاهده و دلیلی برای کاهش اهمیت علل بیان شده فوق دانست.

مراجع

- [۱] مومنی، منصور، ۱۳۸۶، *تحلیل آماری با استفاده از SPSS*، تهران: انتشارات کتاب نو.
- [۲] مومنی، منصور، ۱۳۸۵، *مباحث نوین در تحقیق در عملیات*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- [۳] سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه، ۱۳۸۵، *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*، تهران: انتشارات آگاه.
- [۴] خاکی، غلامرضا، ۱۳۷۸، *روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی*، تهران: انتشارات بازتاب.
- [۵] میرجعفری، مسعود، ۱۳۸۷، *روابط عمومی دیجیتال، مجله روابط عمومی*، شماره ۶۵: ۳۶-۴۷.
- [۶] خوشنویس، ناهید، ۱۳۸۹، *حرکت به سوی دنیای دیجیتالی، مجله روابط عمومی*، شماره ۷۱: ۳۰-۳۳.
- [۷] قاسمی، جواد، ۱۳۸۹، *روابط عمومی الکترونیک، موانع و راهکارها*، قابل دسترس در سایت

<http://www.prsir.org>