



دانشگاه علامه طباطبائی

پردیس آموزشهای نیمه حضوری

گروه علوم ارتباطات اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

میزان کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مخاطبان

بررسی دیدگاههای مراجعین به روابط عمومی شرکت مخابرات شهرستان کرمان

استاد راهنما:

دکتر عباس اسدی

استاد مشاور:

دکتر امید مسعودی

پژوهشگر:

حمیده میرزاحسینی

سال ۱۳۹۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

پیشکشی ناقابل به:

مادر مهربانم به پاس خوبی های بی پایانش

و همسر فداکارم به پاس همراهی های دلسوزانه اش

## چکیده تحقیق:

تحقیق حاضر به بررسی میزان کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مخاطبان (مراجعین به روابط عمومی شرکت مخابرات شهرستان کرمان) پرداخته است. از آنجا که به کارگیری روابط عمومی الکترونیک علاوه بر پیشرفت و تعالی سازمان ها باعث افزایش پاسخگویی و رضایت مشتریان، تسهیل دسترسی به خدمات و ایجاد افکار عمومی مثبت برای سازمان می شود از همین روی در این تحقیق به شناخت دیدگاه های مخاطبان در مورد نقش و کاربرد تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در پاسخگویی روابط عمومی سازمان ها پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق، ۲۵۰ هزار مشترک تلفن ثابت در شهرستان کرمان و روش نمونه گیری طبقه بندی به صورت احتمالی ساده می باشد که در نهایت حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به دست آمد.

با توجه به تاثیر تکنولوژی بر ساختار روابط عمومی که آن را به سمت تخصصی، تکنولوژی مدار و تعاملی شدن هدایت نموده است مبانی نظری تحقیق، مدل روابط عمومی دو فضایی شده انتخاب گردیده است.

روش به کار رفته در این تحقیق پیمایشی است و برای بررسی و شناخت میزان کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مخاطبان از نرم افزار SPSS و جداول توصیفی و آزمون های آماری اسپیرمن و کای اسکوئر استفاده شده است.

یافته های تحقیق نشان داد که بین کاربرد روابط عمومی الکترونیک با متغیر های راحتی دسترسی به خدمات و امکانات شرکت مخابرات، توجه به خواسته ها و نیاز های مشتریان، کاهش هزینه ها و مراجعات، آمادگی فرهنگی جامعه کرمان، ارائه خدمات از طریق اینترنت، پاسخگویی به شکایات و ارائه به موقع خدمات رابطه وجود دارد و بین رعایت حریم خصوصی در اطلاع رسانی اینترنتی و امکانات فنی رابطه وجود ندارد.

کلمات کلیدی: جامعه اطلاعاتی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، اینترنت، روابط عمومی الکترونیک، دولت الکترونیک

## پیشگفتار

توجه به نیازهای مشتریان و جلب رضایت آنان همیشه مورد توجه روابط عمومی های سازمان ها و ادارات بوده است. اما با توجه به پیشرفت سریع و روز افزون تکنولوژی های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و تاثیر آن در فضای کسب و کار خصوصا روابط عمومی های سازمان ها و ادارات، اهمیت و ضرورت الکترونیکی شدن آنان را مطرح می کند. لذا علاقه مند به شناخت میزان تاثیر تکنولوژی ها بر روابط عمومی ها بودم که موضوع بررسی کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مشتریان را انتخاب کردم. جامعه آماری تحقیق، ۲۵۰ هزار مشترک تلفن ثابت شرکت مخابرات شهرستان کرمان که در نهایت براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر انتخاب و پرسشنامه تنظیم شده بین آنان توزیع شد. ضمنا در تمام مراحل انجام تحقیق از راهنمایی های اساتید گرانقدرم بهره فراوان بردم. و تحقیق در ۵ فصل تنظیم و نتایج در نرم افزار SPSS استخراج شدند. نتایج نشان داد که مشتریان خواستار دریافت خدمات با کیفیت در کمترین زمان می باشند و بین پیشرفتهای تکنولوژیکی و روابط عمومی الکترونیک در مقوله پاسخگویی رابطه وجود دارد. روابط عمومی الکترونیک باعث کاهش هزینه های مشتریان و دریافت خدمات ۲۴ ساعته و سهولت دسترسی به خدمات شده است. در پایان امیداست نتایج این تحقیق باعث بالابردن آگاهی و دانش مدیران روابط عمومی سازمان ها و ادارات و به تبع آن افزایش رضایت مشتریان گردد و شاهد پیشرفت و رشد جایگاه حرفه ای روابط عمومی در سطح کشور باشیم.

## تقدیر و تشکر

سپاس ایزد منان را که توفیق فراگیری علم را بر من عطا فرمود و مرا در کوران مشکلات و سختی ها یاری نمود تا این تحقیق را با موفقیت به پایان برسانم. در طول دوران تحصیلی و تهیه این پایان نامه از راهنمایی ها و مساعدت های اساتید و دوستان عزیز به بهره برده ام که در اینجا لازم است از همه ایشان مراتب سپاس قلبی و تشکر خالصانه خود را داشته باشم.

از اساتید فرهیخته جناب آقای دکتر علی اضغرکیا و همچنین جناب آقای دکتر عباس اسدی و جناب آقای دکتر امید مسعودی کمال تشکر و قدردانی را ابراز می دارم و برایشان از درگاه حق تعالی رحمت و عافیت آرزو مندم.

## فهرست مطالب

۱	فصل اول: کلیات تحقیق .....
۲	مقدمه .....
۳	۱-۱) بیان مسئله .....
۴	۲-۱) اهمیت و ضرورت تحقیق .....
۵	۳-۱) اهداف تحقیق .....
۶	۱-۳-۱) هدف اصلی .....
۶	۲-۳-۱) اهداف فرعی .....
۷	۴-۱) سوالات و فرضیات تحقیق .....
۷	۱-۴-۱) سوال اصلی تحقیق .....
۷	۲-۴-۱) سوالات فرعی تحقیق .....
۷	۳-۴-۱) فرضیه های تحقیق .....
۸	فصل دوم: مروری بر ادبیات موضوع تحقیق .....
۹	مقدمه .....
۱۰	۱-۲) پیشینه تحقیق .....
۱۱	۱-۱-۲) مرور تاریخی .....
۱۲	۱-۱-۱-۲) سیر تاریخی موضوع در جهان .....
۱۳	۲-۲-۱-۲) سیر تاریخی موضوع در ایران .....
۱۳	۱-۲-۲-۱-۲) روابط عمومی .....
۱۴	۲-۲-۲-۱-۲) روابط عمومی الکترونیک .....
۱۷	۲-۲) مرور تجربی .....
۲۱	۳-۲) مرور مفاهیم .....
۲۱	۱-۳-۲) بزرگراههای اطلاعاتی .....

- ۲۲.....جامعه اطلاعاتی (۲-۳-۲)
- ۲۵.....اینترنت (۳-۳-۲)
- ۲۷.....تاریخچه اینترنت در ایران (۱-۳-۳-۲)
- ۲۷.....مخابرات در ایران (۲-۳-۳-۲)
- ۲۹.....اینترانت (۴-۳-۲)
- ۳۰.....دولت الکترونیک (۵-۳-۲)
- ۳۳.....روابط عمومی الکترونیک (۶-۳-۲)
- ۳۷.....روابط عمومی الکترونیک (۱-۶-۳-۲)
- ۳۷.....روابط عمومی دیجیتال (۲-۶-۳-۲)
- ۳۷.....روابط عمومی بر خط (۳-۶-۳-۲)
- ۳۸.....روابط عمومی سایبر (۴-۶-۳-۲)
- ۳۹.....روابط عمومی اینترنتی (۵-۶-۳-۲)
- ۳۹.....روابط عمومی مجازی (۶-۶-۳-۲)
- ۳۹.....رضایت مشتری (۷-۳-۲)
- ۴۳.....معماری اطلاعات (۸-۳-۲)
- ۴۳.....فناوری اطلاعات و ارتباطات (۹-۳-۲)
- ۴۵.....مرور نظریه ها (۴-۲)
- ۴۵.....نظریه های سیستماتیک (۱-۴-۲)
- ۴۶.....الگوی روابط عمومی کارگزاری و تبلیغات مطبوعاتی (۱-۱-۴-۲)
- ۴۶.....الگوی روابط عمومی اطلاعات همگانی (۲-۱-۴-۲)
- ۴۶.....الگوی روابط عمومی دوسویه ناهمسنج (۳-۱-۴-۲)
- ۴۶.....الگوی روابط عمومی دوسویه همسنج (۴-۱-۴-۲)
- ۴۶.....نظریه های جایگزین (۲-۴-۲)



۴۷	..... نظریه انتقادی (۱-۲-۴-۲)
۴۷	..... رویکرد پژوهشی به روابط عمومی معطوف به گروههای اقلیت (۵-۲-۴-۲)
۴۷	..... نظریه های مبتنی بر پارادایم دوفضایی شدن روابط عمومی (۳-۴-۲)
۴۸	..... نظریه استفاده و خشنودی (۴-۴-۲)
۵۰	..... نظریه مبادله (۵-۴-۲)
۵۱	..... چارچوب نظری تحقیق (۵-۲)
۵۶	..... <b>فصل سوم : روش شناسی تحقیق</b>
۵۷	..... مقدمه
۵۷	..... روش شناسی تحقیق (۱-۳)
۵۷	..... جامعه آماری تحقیق (۲-۳)
۵۷	..... روش نمونه گیری (۳-۳)
۵۷	..... حجم نمونه (۱-۳-۳)
۵۸	..... تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق (۴-۳)
۶۰	..... ضریب قابلیت اعتماد (۵-۳)
۶۱	..... تکنیک گردآوری داده ها (۶-۳)
۶۱	..... تجزیه و تحلیل اطلاعات (۷-۳)
۶۲	..... <b>فصل چهارم: یافته های تحقیق</b>
۶۳	..... مقدمه
۶۴	..... توصیف یافته های تحقیق (۴-۱)
۷۵	..... تحلیل یافته های تحقیق (۴-۲)
۸۴	..... <b>فصل پنجم: نتیجه گیری</b>
۸۵	..... مقدمه
۸۶	..... جمع بندی تحقیق (۱-۵)

۸۸	.....نتیجه گیری تحقیق (۲-۵)
۸۹	.....پیشنهادات تحقیق (۳)
۸۹	.....پژوهشی (۱-۳-۵)
۸۹	.....کاربردی (۲-۳-۵)
۹۰	.....محدودیت های تحقیق (۳-۵)
۹۱	.....منابع و مأخذ
۹۲	.....پیوست ها

## فهرست جداول

- جدول شماره ۱: توزیع فراوانی بر حسب جنس پاسخگویان ..... ۶۴
- جدول شماره ۲: توزیع فراوانی بر حسب سن پاسخگویان ..... ۶۵
- جدول شماره ۳: توزیع فراوانی بر حسب میزان تحصیلات پاسخگویان ..... ۶۶
- جدول شماره ۴: توزیع فراوانی بر حسب میزان درآمد پاسخگویان ..... ۶۷
- جدول شماره ۵: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از میزان بدهی صورتحساب تلفن ثابت ..... ۶۸
- جدول شماره ۶: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از میزان بدهی صورتحساب تلفن همراه ..... ۶۹
- جدول شماره ۷: توزیع فراوانی چگونگی پرداخت بدهی صورتحساب تلفن ثابت ..... ۷۰
- جدول شماره ۸: توزیع فراوانی چگونگی پرداخت بدهی صورتحساب تلفن همراه ..... ۷۱
- جدول شماره ۹: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از آگاهی های مزایده و مناقصه شرکت ..... ۷۲
- جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی چگونگی طرح شکایات و پیشنهادات ..... ۷۳
- جدول شماره ۱۱: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از اخبار و اطلاعات شرکت ..... ۷۴
- جدول شماره ۱۲: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین راحتی دسترسی باروابط عمومی الکترونیک ..... ۷۵
- جدول شماره ۱۳: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین توجه به خواسته ها باروابط عمومی الکترونیک ..... ۷۶
- جدول شماره ۱۴: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین کاهش هزینه ها باروابط عمومی الکترونیک ..... ۷۷
- جدول شماره ۱۵: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین کاهش مراجعات باروابط عمومی الکترونیک ..... ۷۸
- جدول شماره ۱۶: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین حریم خصوصی باروابط عمومی الکترونیک ..... ۷۹
- جدول شماره ۱۷: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین امکانات فنی باروابط عمومی الکترونیک ..... ۸۰
- جدول شماره ۱۸: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین آمادگی فرهنگی باروابط عمومی الکترونیک ..... ۸۱
- جدول شماره ۱۹: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه پاسخگویی به شکایات باروابط عمومی الکترونیک ..... ۸۲
- جدول شماره ۲۰: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه ارائه به موقع خدمات باروابط عمومی الکترونیک ..... ۸۳
- جدول شماره ۲۱: آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به رابطه بین رضایت از خدمات باروابط عمومی الکترونیک ..... ۸۴
- جدول شماره ۲۲: آزمون همبستگی f مربوط به رابطه بین جنسیت باروابط عمومی الکترونیک ..... ۸۴

جدول شماره ۲۳: آزمون همبستگی f مربوط به رابطه بین جنسیت باروابط عمومی الکترونیک..... ۸۵

جدول شماره ۲۴: آزمون همبستگی کای اسکوتر مربوط به رابطه بین تحصیلات باروابط عمومی الکترونیک..... ۸۵

جدول شماره ۲۵: آزمون همبستگی کای اسکوتر مربوط به رابطه بین تحصیلات باروابط عمومی الکترونیک..... ۸۶

جدول شماره ۲۶: آزمون همبستگی کای اسکوتر مربوط به رابطه بین اطلاع از آگهی باروابط عمومی الکترونیک..... ۸۶

جدول شماره ۲۷: آزمون همبستگی کای اسکوتر مربوط به رابطه بین اطلاع از آگهی باروابط عمومی الکترونیک..... ۸۶

## فهرست نمودارها

- نمودار شماره ۱: توزیع فراوانی برحسب جنس پاسخگویان ..... ۶۴
- نمودار شماره ۲: توزیع فراوانی برحسب سن پاسخگویان ..... ۶۵
- نمودار شماره ۳: توزیع فراوانی برحسب میزان تحصیلات پاسخگویان ..... ۶۶
- نمودار شماره ۴: توزیع فراوانی برحسب میزان درآمد پاسخگویان ..... ۶۷
- نمودار شماره ۵: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از میزان بدهی صورتحساب تلفن ثابت ..... ۶۸
- نمودار شماره ۶: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از میزان بدهی صورتحساب تلفن همراه ..... ۶۹
- نمودار شماره ۷: توزیع فراوانی چگونگی پرداخت بدهی صورتحساب تلفن ثابت ..... ۷۰
- نمودار شماره ۸: توزیع فراوانی چگونگی پرداخت بدهی صورتحساب تلفن همراه ..... ۷۱
- نمودار شماره ۹: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از آگهی های مزایده و مناقصه شرکت ..... ۷۲
- نمودار شماره ۱۰: توزیع فراوانی چگونگی طرح شکایات و پیشنهادات ..... ۷۳
- نمودار شماره ۱۱: توزیع فراوانی چگونگی اطلاع از اخبار و اطلاعات شرکت ..... ۷۴

# فصل اول:

کلیات تحقیق

## مقدمه:

مسئله ارتباط انسان ها با یکدیگر به عنوان عنصر اساسی زندگی بشر بر روی کره زمین همواره مطرح بوده است. از همین روی انسان ها به شیوه های مختلف و برای مقاصد گوناگون با یکدیگر ارتباط برقرار می کردند. با توسعه زندگی بشر بر روی کره زمین، ارتباطات مطرح شد. با رشد جوامع انسانی و توسعه شهرنشینی، ارتباطات مفهوم جدیدی پیدا کرد تا اینکه در سازمان ها نیز نیازه نهادی با عنوان روابط عمومی احساس شد و به تدریج با پیشرفت تکنولوژی های نوین ارتباطی نقش و مفهوم روابط عمومی نیز از شیوه سنتی خود به الکترونیکی شدن تغییر یافت. و ما امروزه شاهد حضور روابط عمومی های الکترونیک در سطح سازمانی هستیم از همین روی این تحقیق که با موضوع بررسی کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مخاطبان انجام می شود در فصل نخست ابتدا به بیان مسئله می پردازد و پس از آن اهمیت و ضرورت تحقیق در دو بعد نظری و عملی بیان و بعد از ذکر اهمیت انجام تحقیق، اهداف، سوالات و فرضیات تحقیق مطرح می شود.

## ۱-۱) بیان مسئله:

امروزه فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به شدت و باحجمی فراوان زندگی بشر را در تمامی وجوه دگرگون ساخته اند و بشر بدون استفاده از این فن آوری ها نه تنها قادر به پیشرفت نیست بلکه وضع موجود را نمی تواند حفظ کند. لذا در ارتباط با برنامه های توسعه در اغلب کشورها، فناوری های اطلاعات و ارتباطات نقش محوری دارند. انقلاب ارتباطات و اطلاعات و نهایتاً انقلاب سایبرنتیک تهدید و فرصت های بسیاری ایجاد کرده است و بشر امروزی برای کسب ثروت و قدرت در این فضای سایبرنتیکی نیاز به دانایی دارد. در شرایطی که شبکه های اطلاع رسانی هر روز بر افکار عمومی تاثیرات بیشمار می گذارند و تولید اطلاعات به صورت روز افزون در سراسر جهان در حال گسترش است (زارعیان، ۱۳۸۲: ۵۲) لذا اهمیت و ضرورت دسترسی به اطلاعات هر روز بیشتر احساس می شود در همین راستا رشد و توسعه سازمان ها و همچنین تقلیل شکاف میان مردم و دولت ها، ابزاری مهم و استراتژیک محسوب می شود. لذا در دنیای پر تغییر و رقابتی امروز صرفاً جوامع و سازمان هایی بقا دارند و در فعالیت های خود موفقیت خواهند داشت که در قالب نظام های اطلاع رسانی مثل اینترنت و اینترنت اقدام نمایند لذا نهاد متولی و مسئول این امر در سازمان ها " روابط عمومی " است در گذر این تحولات شگرف روابط عمومی ها می توانند به عنوان حلقه اتصال دهنده نهاد ها و سازمان ها به جامعه محسوب شوند. امروزه فن آوری های نوین اطلاعات به عنوان ابزاری توانمند ساز برای مدیران و کارکنان سازمان ها مطرح هستند در این میان " روابط عمومی الکترونیک " یکی از جدیدترین مباحث، به عنوان واحد ارتباطی-اطلاعاتی سازمان نقش مهمی در بهینه سازی فرایند معماری اطلاعات در سازمان ها دارند. از طرفی آن را می توان یکی از پیش شرط های مهم تحقق دولت الکترونیک دانست. اصلی ترین عاملی که روابط عمومی الکترونیک را از روابط عمومی سنتی متمایز میکند سرعت اطلاع رسانی است در حقیقت روابط عمومی الکترونیک، کاهش هزینه های غیر ضروری در انتقال اطلاعات در بستر جامعه اطلاعاتی است که مولود پیوند های سخت افزاری و نرم افزاری متعددی است از همین رو در سازمان ها جهت کاهش هزینه ها و افزایش نرخ بهره وری و لزوم پاسخگویی آن لاین و دسترسی سریع به اطلاعات و کاهش حجم نامه های اداری و بایگانی و از همه مهمتر پیش بینی نیاز های تعریف نشده مخاطبان توجه به روابط عمومی الکترونیک اهمیت و ضرورت دارد. در عصر جدید، سازمان ها باید به این واقعیت برسند که منبع کلیدی کسب و کار، سرمایه و تجهیزات نیست بلکه دانش، اطلاعات و ایده هاست. با این دید سازمان ها به تجدید ساختار از روابط عمومی سنتی به روابط عمومی الکترونیک و در کل ساختار، سازمان ها به سوی مجازی شدن، کوچک شدن، غیر متمرکز شدن، یکپارچه شدن و منعطف شدن در حال تغییر اند. ضمناً در این دوره نوین توجه به نیاز های مشتری از اهمیت فراوانی برخوردار است از همین روی روابط عمومی ها دارای نقشی مهم



هستند فناوری اطلاعات می تواند نقش موثری در ایجاد یک سازمان مشتری مدار داشته باشد. استفاده از کاربرد های مختلف فناوری اطلاعات می تواند باعث کاهش هزینه و افزایش کیفیت، سرعت ودقت در ارائه خدمات شود. با توجه به موارد ذکر شده، این پژوهش در پی بررسی میزان کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مخاطبان می باشد. همچنین در این پژوهش دیدگاه های مراجعه کنندگان به روابط عمومی شرکت مخابرات استان کرمان را مورد بررسی قرار خواهیم داد و نقش تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در ارائه خدمات مطلوب به مخاطبان مورد تاکید قرار می گیرد.

## ۱-۲) اهمیت و ضرورت موضوع:

یکی از الزامات مهم در پیشرفت سازمانها این است که مشتری و جلب نظر وی در سر لوحه اهداف و فعالیت ها قرارگیرد لذا توجه به نکات مهم در برقراری، حفظ و گسترش روابط با مشتری وتلاش برای جلب رضایت مشتری، کارآیی و اثر بخشی یک سازمان را افزایش می دهد. یکی از مهم ترین تحولاتی که در زمینه بهبود عملکرد در دهه های اخیر به وقوع پیوسته موضوع تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و نقش آنها در رضایتمندی مشتری به عنوان یکی از عناصر و الزامات اصلی سیستم های مدیریتی در موسسات و سازمان های کسب و کار می باشد. امروزه تلاش و کوشش فراوانی در سازمان ها جهت گسترش نگرش مشتری مداری صورت می گیرد که نشان دهنده آن است که رضایت مشتری یکی از مهم ترین عوامل در تعیین موفقیت های سازمان ها به شمار می رود از همین روی پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در سازمان ها در راستای تحقق این اهداف از نیاز های اساسی سازمان های امروزی به شمار میرود. به هر حال هرگز نمی توان از این نکته چشم پوشید که محرک اصلی برای سازمان هایی که به دنبال بهبود های عمده در مسیر پیشرفت خویش هستند، همانا مشتریان آن سازمان ها می باشند به بیان دیگر کسب و کار بدون مشتری قادر به ادامه و بقا نمی باشد امروزه تغییرات تکنولوژی بسیار سریع و چشمگیر بوده است این تغییرات قابل توجه سبب گردیده تا مشتریان خواهان دسترسی آسان و سریع به خدمات با کیفیت باشند لذا روابط عمومی ها با بکارگیری تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی باعث بهبود پاسخگویی و سرعت در اطلاع رسانی به مخاطبان، همراه با کاهش هزینه ها منجر به افزایش بهره وری، کارآیی و اثر بخشی سازمان خواهند شد. از همین روی به اهمیت موضوع ازدو بعد نظری و عملی می پردازیم:

از حیث نظری درسال های اخیر که پیشرفت فناوری زمینه افزایش عرضه کالاها و خدمات نسبت به تقاضا را فراهم نموده است، برای تولید کنندگان در بازار فشرده رقابت چاره ای جز جلب نظر مشتری باقی نمانده است

علاوه بر این جهان امروز شاهد تحولات اساسی در قالب نظریه، ساختار و کارکرد سیستم های اقتصادی و اجتماعی است. انقلاب در فناوری های اطلاعات و ارتباطات که دانشمندان آن را عظیم ترین دستاورد فناوری بشری دانسته اند. جای هیچ شک و تردیدی نیست که اطلاعات و آگاهی در تمامی عرصه های حیات اجتماعی نقشی حیاتی دارند بنابراین شناخت کامل مشتری، مقدم شمردن نیازها و اولویت ها و ارائه خدمات با کیفیت از جمله عوامل اساسی موفقیت در بازار کسب و کار امروزی می باشد. با گسترش نفوذ اینترنت، مرزها از بین رفته و جوامع، سازمان ها و شرکت ها بی در صحنه رقابت پیروز خواهند بود که آمادگی لازم را داشته باشند. در نتیجه در جامعه آگاه امروز سرریز اطلاعات موجب شده تا ضرورت مدیریت اطلاع رسانی برای شهروندان که گاه در چنبره حجم انبوه اطلاعات گرفتار شده اند، بیشتر از قبل احساس شود. از همین روی روابط عمومی الکترونیک به عنوان نهادی که پردازش اطلاعات و جریان آن را تسهیل کرده، نقش به سزایی دارد که نشان از اهمیت و نقش کلیدی فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در پاسخگویی به مخاطبان و مشتریان آگاه سازمان ها دارد.

از بعد عملی می توان گفت: در دنیای ارتباطات و اطلاعات که ارتباطات بدون اطلاعات میسر نخواهد بود اهمیت اطلاعات هر روز افزون تر و بر ارزش آن به عنوان ثروت و قدرت افزوده خواهد شد و شبکه های اطلاع رسانی هر روز بر افکار عمومی و مخاطبان تاثیر می گذارند. حال در دنیایی که همه چیز به سرعت در حال تغییر و تحول می باشد. ایجاد، حفظ و تداوم اطلاع رسانی و پاسخگویی از مهم ترین مأموریت های روابط عمومی می باشد. به طور کلی با اطلاع رسانی، فرایند ارتباط و با پاسخگویی فرایند تفاهم آغاز می شود. بدون شک تکنولوژی های نوین ارتباطات و اطلاعات، بر روابط، برخوردها و تاثیر پذیری مردم تاثیرات فراوانی گذاشته است به این معنا که برای هر فردی و سازمانی از الزامات و دلیل اصلی موفقیت، پیشرفت و آگاهی شده است. در حقیقت دنیای امروز نیازمند روابط عمومی است که برای سهولت و سرعت اطلاع رسانی و برقراری ارتباط و پاسخگویی از تکنولوژی های نوین اطلاعات و ارتباطات بهره می گیرد. در ایران هر چند روابط عمومی الکترونیک در آغاز راه است اما می کوشد جایگاه واقعی اش را در سازمان ها و شرکت ها پیدا کند لذا شرکت مخابرات به عنوان نهاد متولی ارتباط در ایران به منظور جلب توجه و برآورده سازی نیاز های مشتریان و برقراری ارتباط پایدار و پاسخگویی به آن ها با پیاده سازی تقویت و تحکیم روابط عمومی الکترونیک پیرامون انواع خدمات و سرویس های شرکت، اطلاع رسانی وسیعی انجام داده و سعی کرده ارائه خدمات به مشتریان به صورت ۲۴ ساعته و غیر حضوری صورت گیرد.

### ۱-۳) اهداف تحقیق :

در این تحقیق به دنبال کاربرد روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به مخاطبان می پردازیم:

### ۱-۳-۱) هدف اصلی:

در حقیقت هدف این پژوهش شناخت دیدگاه های مخاطبان در مورد نقش تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در پاسخگویی روابط عمومی سازمان ها می باشد. لذا نتایج این پژوهش می تواند ما را در شناخت دیدگاه های مخاطبان از روابط عمومی الکترونیک یاری رساند و مشخص نماید تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی چه نقشی در پاسخگوبودن روابط عمومی سازمان ها و شرکت ها دارند و اینکه دیدگاه ها و انتظارات مشتریان از روابط عمومی الکترونیک چه عوامل وملاک هایی می باشد. در این راستا اهداف جزئی نیز مطرح می شود که به آنها می پردازیم.

### ۱-۳-۲) اهداف فرعی:

- شناخت میزان رضایت مخاطبان و گرایش روابط عمومی ها به الکترونیکی شدن
- شناخت ویژگی ها و خصوصیات تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در پاسخگویی روابط عمومی ها
- شناخت رابطه بین کاربرد تکنولوژی و پاسخگویی روابط عمومی ها
- ارائه راهکار های مناسب جهت حفظ و جذب مخاطبان و افزایش رضایتمندی آنان
- بررسی کیفیت خدمات از دیدگاه مخاطبان و کاربرد روابط عمومی الکترونیک در ارائه آن ها

### ۱-۴) سوالات و فرضیات تحقیق:

در این تحقیق سوال اصلی و سوالات فرعی تحقیق ذکر و درنهایت فرضیات تحقیق مطرح می شوند:

#### ۱-۴-۱) سوال اصلی تحقیق:

- میزان آگاهی مخاطبان از کاربرد روابط عمومی الکترونیک چگونه است؟

#### ۱-۴-۲) سوالات فرعی تحقیق:

- مخاطبان از روابط عمومی الکترونیک چه انتظاراتی دارند؟

- چه میزان نیاز های مخاطبان توسط روابط عمومی الکترونیک برآورده می شود؟

- چه میزان مخاطبان از روابط عمومی الکترونیک رضایت دارند؟

- پاسخگوبودن روابط عمومی الکترونیک از دیدگاه مخاطبان تا چه اندازه است؟

### ۱-۴-۳) فرضیه های تحقیق:

بین سهولت دسترسی به خدمات و امکانات شرکت مخابرات کرمان با کاربرد روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین توجه به خواسته ها و نیاز های مشتریان با عملکرد روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین کاهش هزینه ها و کاربرد روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین کاهش مراجعات و کاربرد روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین رعایت حریم خصوصی در اطلاع رسانی اینترنتی و روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین میزان امکانات فنی و داشتن روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

آمادگی فرهنگی جامعه کرمان و کاربرد روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین پاسخگویی به موقع شکایات و کاربرد روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد؟

بین ارائه به موقع خدمات و کاربرد روابط عمومی الکترونیک تفاوت معنای وجود دارد؟

به نظر می رسد بین جنسیت مخاطبان شرکت مخابرات کرمان و کاربرد روابط عمومی الکترونیک تفاوت معنای وجود دارد؟

به نظر می رسد بین تحصیلات مخاطبان شرکت مخابرات کرمان و کاربرد روابط عمومی الکترونیک تفاوت معنای وجود دارد؟