

دراسة فاعلية أقسام العلاقات العامة في شركات البترول بدولة الكويت
مي عبد الخالق داود بن رضا^١، ذكي صقر محمود صقر^٢، ممدوح الحطاب^٣

(١) باحث دراسات عليا بمعهد الدراسات العليا - جامعة مدينة السادات.

(٢) كلية التجارة - جامعة الزقازيق

(٣) معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة مدينة السادات

ملخص:

هدف هذا البحث إلى دراسة فاعلية أقسام العلاقات العامة في شركات البترول بدولة الكويت ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها وفقاً لما هو مخطط مسبقاً، ولتحقيق هذا الغرض فقد قام الباحث باستخدام استبانة للحصول على الإجابات المتوقعة اعتماداً على عينة قوامها (٢٠٠ موظف) من موظفي أقسام العلاقات العامة بشركات البترول بالكويت وتحليلها لبيان مدى تحقيق أقسام العلاقات العامة للفاعلية من عدمه ، وبعد إخضاع البيانات للمعالجة الإحصائية ، توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها أن : فاعلية أقسام العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين بشركات البترول الكويتية متوسطة المستوى ، وقد جاء ترتيب فاعلية الأقسام طبقاً لوجهة نظر موظفي شركات البترول كما يلي : قسم الشؤون الإدارية ، ثم قسم الإعلام ، يليه قسم المراسم وأخيراً قسم السكرتارية . كما توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء موظفي أقسام العلاقات العامة بشركات النفط بالكويت نحو تحقيق الفاعلية من قبل أقسام العلاقات العامة لأهدافها في شركات البترول الكويتية .

ABSTRACT

The objective of this study is to study the effectiveness of public relations departments in petroleum companies in the State of Kuwait and the extent of their success in achieving their objectives as planned. To achieve this goal, the researcher used a questionnaire to obtain the expected answers based on a sample of (200 employees) The researcher reached a number of results, the most important of which are: The effectiveness of the public relations departments from the point of view of the employees of the Kuwaiti petroleum companies medium, was the order of the effectiveness of the departments came in accordance with the point of view of the staff of oil companies as follows: Department of Administrative Affairs, then the Department of Information, followed by the Department of Protocol and finally the Secretariat Section. The study also found that there are no statistically significant differences between the views of the employees of the public relations departments of the oil companies in Kuwait towards the effectiveness of the public relations departments for their objectives in the Kuwaiti petroleum companies.

اهمية الدراسة

تتبع أهمية البحث من المهمة الكبرى للعلاقات العامة في التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته ومؤسساته والتنسيق بين مصالحه المختلفة خاصة في فترة الأزمات والكوارث وما بعدها ، ونظراً للأضرار والخسائر التي تسببها أي أزمة في القطاع النفطي بالكويت وتأثيرها السلبي على الاقتصاد الكويتي بشكل عام ، كان من الأهمية بمكان أن يبرز دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لشركات البترول الكويتية والعمل على بذل المزيد من الأنشطة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة والتي تعمل على مخاطبة الجمهور وكسب ثقة وتأييد الرأي العام تجاه ماتقوم به من أنشطة.

مشكلة الدراسة

تمر منطقة الخليج بحالة من التذبذب والانهيال في أسعار النفط على المستوى العالمي ، وأصبحت التهديدات المحيطة بالمنطقة لا تقتصر على النواحي الأمنية أو السياسية فقط بل إمتدت للنواحي الاقتصادية خاصة في شركات البترول وبالتالي أصبحت المسؤولية الملقاة على عاتق العلاقات العامة بشركات البترول كبيرة ومتشعبة ، فإذا تقاعست العلاقات العامة عن القيام بواجبها خلال تلك الفترة سيؤدي ذلك لمزيد من الخسائر والتكاليف والأعباء التي تتحملها شركات البترول ، ومن هنا تنثور مشكلة البحث من خلال التساؤل الرئيسي التالي : ماهو مدى فاعلية أقسام العلاقات العامة في شركات البترول بدولة الكويت في تحقيق أهدافها ؟

اهداف الدراسة

يهدف البحث الى :

١. التعرف على الأهداف التي تحقق فعالية أقسام العلاقات العامة بشركات البترول بدولة الكويت
٢. التعرف على فعالية أقسام السكرتارية والإعلام و المراسم و الشؤون الإدارية في تحقيق الأهداف المنشودة.

مصطلحات البحث (التعريفات الإجرائية) :

١. العلاقات العامة :

هى وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم . (بدوى ، ٢٠٠١ ، ص٢٧)

٢. تقييم فاعلية الأداء :

هو منهج لتسهيل قرارات الإدارة بخصوص معرفة وقياس الأداء الفعلى من خلال مقاييس ومؤشرات معينة للوقوف على مدى تحقيق المستهدف لهذا الأداء وفقاً للهدف العام للمنظمة من خلال نظم معلومات ذات كفاءة مع تطوير هذا المنهج وفقاً للظروف والتحديات التي تواجه المنظمة . (عبد الكريم ، ٢٠١٢ ، ص٢٢) .

بعض الدراسات السابقة

دراسة (الزيود ، ٢٠٠١)

بعنوان "تقييم دور العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة نظر موظفيها" ، هدفت الدراسة إلى تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة نظر موظفيها ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : أن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة متوسط على مستوى الجمهور الداخلى ومرتفع على مستوى الجمهور الخارجى ، وأن كفاية الموارد البشرية والمالية متوسطين .

دراسة (الفرد ٢٠٠٣) ،

بعنوان " دور العلاقات العامة في تحقيق أهدافها من وجهة نظر العاملين" ، حيث هدفت الدراسة إلى إيضاح الدور الذي تقوم به العلاقات العامة بجوازات منطقة مكة المكرمة ،وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : حصول عدد قليل من العاملين في إدارة العلاقات العامة في الجوازات على دورات تدريبية، وشعور العاملين بنجاح العلاقات العامة في الجوازات في تحقيق أهدافها بدرجة متوسطة، وأهمية مقترحات تطوير وضع العلاقات العامة في الجوازات بصورة قوية.

دراسة (أحمد ٢٠٠٥)

بعنوان " فاعلية العلاقات العامة فى مؤسسات البترول دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من مؤسسات البترول بولاية الخرطوم (٢٠٠١-٢٠٠٥) "، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة مدى مواكبة مؤسسات البترول للتطور العالمى فى مجال العلاقات العامة ، ومعرفة السلبيات التى تواجهها والعمل على علاجها ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : قلة موظفى العلاقات العامة بمؤسسات البترول، وعدم الاهتمام بالتخصص ، واقتصار نشاط العلاقات العامة على إجراءات السفر.

دراسة (عبد الله ٢٠٠٧)

بعنوان " فاعلية العلاقات العامة فى تكوين الصورة الذهنية للشركات" ، وقد هدفت الدراسة إلى تحديد مدى فهم المسئولين بطبيعة العلاقات العامة والإدارة المنوطة بها فى المؤسسات السودانية العامة والخاصة ، وتحديد تأثير أجهزة العلاقات العامة فى المؤسسات السودانية ، وقد توصلت الدراسة إلى إقتناع القيادات العليا الإدارية فى المؤسسات الحكومية بالسودان بضرورة توافر إدارة للعلاقات العامة ، وأهمية الدور الذى تقوم به إدارة العلاقات العامة ، وأهمية تحديد أساليب تخطيط نشاط العلاقات العامة .

دراسة (Michelson& Macleod, 2007) ، بعنوان

"In Public Relations Measurement and Evaluation System" قياس وتقييم نظم العلاقات العامة ، تناولت هذه الدراسة مجموعة من التطبيقات لقياس وتقييم أنظمة العلاقات العامة للوصول إلى ممارسة أفضل، وأهمية ذلك في خلق وإنجاح برامج العلاقات العامة، وطبقت هذه الدراسة على مجموعة من الشركات

الأمريكية، وأظهرت نتائج الدراسة أنه يوجد مفهوم بسيط لدى ممارسي العلاقات العامة حول الأساليب الأفضل في تصميم وتنفيذ نظام فعال لقياس وتقييم الأداء في مجال العلاقات العامة، كما قدمت الدراسة سلسلة من العمليات والإجراءات والدراسات التي ينبغي تطبيقها عند تصميم برامج العلاقات العامة .

دراسة سالم ، أبو هدروس ٢٠١٠

بعنوان تقييم فاعلية العلاقات العامة في بنك فلسطين ، هدفت الدراسة إلى تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة من خلال التعرف على اتجاهات كل من موظفي البنك وعملائه ، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، والاعتماد على استبانتيين واحدة للموظفين وواحدة لعملاء البنك وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن إدارة العلاقات العامة تعاني من قصور في وضع أهدافها وقصور في تخطيط أنشطتها ، وتمارس العلاقات العامة أنشطتها بصورة ضعيفة ، كما أن إدارة البنك لاتقوم بعملية تقييم لبرامج العلاقات العامة.

دراسة (محمد ٢٠١٤)

بعنوان "فاعلية العلاقات العامة في تطوير الاستثمار القومي بالتطبيق على الجهاز القومي للاستثمار" ، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية العلاقات العامة في تطوير الاستثمار القومي ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة

نتائج هي :

- أن العلاقات العامة في الهيئة لم تحقق نجاحاً يذكر فيما يتعلق بالترويج للاستثمار بسبب عدم فهم الإدارة العليا بالهيئة لمهام ووظائف العلاقات العامة كإدارة أو قسم داخل الهيئة .
- قلة المخصصات المالية لبرامج العلاقات العامة .
- عدم وجود كوادر بشرية مؤهلة ومدربة في مجال الإعلام.

دراسة(حموده ٢٠١٥)

بعنوان "فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات في السودان" ، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركات الاتصال بالتطبيق على شركة زين للهاتف النقال ومعرفة المفهوم العلمي للعلاقات العامة ومدى تطبيقه في شركات الاتصال ، وقد توصلت الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة تواجه مشكلة عدم فهم الجمهور لوظيفة العلاقات العامة ومفهوم الصورة الذهنية ، وقلة نسبة العاملين المتخصصين في مجال الاعلام حيث بلغت (٣%) فقط .

منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي ، وهو المنهج المناسب لوصف وتحليل بيانات الظواهر الإنسانية . حيث تم الاستعانة بالمصادر الثانوية الخاصة بكل ما كتب من كتب ومراجع عربية وأجنبية ، والاستفادة منها في بناء الإطار النظري ، وبعد ذلك تم الاستعانة باستمارة استقصاء لجمع البيانات الأولية ثم تحليلها للخروج بالنتائج وعرضها والخروج بعدة بتوصيات .

مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع العاملين بشركات البترول بالكويت بمسمياتهم الوظيفية المختلفة ، أما العينة فتم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة وقوامها (٢٠٠ موظف) من جمهور العاملين بشركات البترول الكويتية حسب الأساليب والطرق الإحصائية المتعارف عليها ، بحيث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة . (عبد الحميد ، ٢٠٠٠ ، ص١٤٦) .

إجراءات تطبيق البحث

حول فاعلية أقسام العلاقات العامة بشركات البترول الكويتية، وقد تكونت استمارة البحث من عبارات أربع أقسام للعلاقات العامة وهي :

القسم الأول : قسم السكرتارية ويتكون من ٧ عبارات والقسم الثاني : قسم الإعلان ويشمل ١٢ عبارة والقسم الثالث : قسم المراسم ويشمل ٩ عبارات والقسم الرابع : قسم الشؤون الإدارية ويشمل ٧ عبارات . بالإضافة إلى مجموعة من الأهداف الرئيسية وعددهم ٧ ، يراد استطلاع آراء موظفي شركات البترول حول مدى تحقيقها من قبل أقسام العلاقات العامة بشركات البترول.

صدق وثبات أداة البحث

لدراسة صدق الأداة ، قامت الباحثة بتطبيق أداة البحث على عينة استطلاعية قوامها (٨٠) من العاملين بشركات البترول بالكويت ، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي لعبارات الاستبانة ، وأوضحت النتائج أن جميع قيم معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات كل قسم والقيمة الكلية لإجمالي فقرات القسم التابعة له الفقرة على مستوى أقسام الدراسة قد تراوحت ما بين (٠,٥١ إلى ٠,٧٧) وكلها كانت موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) . أما لقياس الثبات ، فقد استخدمت الباحثة طريقة معامل ألفا كرونباخ ، وأوضحت النتائج أن معاملات الثبات لجميع محاور أداة الدراسة مرتفعة ، حيث بلغت قيمة معامل الثبات الكلي لجميع فقرات الأداة القيمة (٠,٦٨) وهي نسبة عالية ومقبولة لأغراض الدراسة .

عرض لنتائج تحليل بيانات البحث

• مناقشة نتائج سؤال البحث الأول :

ما هي الأهداف التي تحقق فعالية أقسام العلاقات العامة بشركات البترول بالكويت ؟ " ، وللإجابة عن هذا السؤال ، أوضحت النتائج أن أهم أهداف أقسام العلاقات العامة بشركات البترول بدولة الكويت تتمحور حول إقامة العلاقات الطيبة وتحسين الصورة الذهنية وبناء السمعة الطيبة لدى الجمهور عن شركات البترول بدولة الكويت ، بالإضافة إلى إدارة الأزمات التي تواجه الشركات في هذا المجال وتزويد العملاء بالبيانات والمعلومات المطلوبة وتوعيتهم بشكل عام بأهداف أقسام العلاقات العامة بالشركة .

• مناقشة نتائج سؤال البحث الثاني :

" ما هي فعالية قسم السكرتارية بشركات البترول بالكويت لتحقيق الأهداف المنشودة " ، وللإجابة على هذا التساؤل ، أوضحت النتائج أن المتوسط العام لفعاليات قسم السكرتارية نحو تحقيق الأهداف المنشودة قد بلغ القيمة (٢,٩٧) وهي قيمة متوسطة ، كما أوضحت النتائج أيضاً أن الفقرة الخاصة بحرص قسم السكرتارية على تنسيق ملفاته بصورة منظمة يسهل الوصول إليها بسرعة قد جاءت بالترتيب الأول من بين فقرات هذا القسم وبمتوسط حسابي قدره (٣,٦٠) مقارنة بالوسط الحسابي للقسم ككل (٢,٩٧) . وبانحراف معياري للفقرة نفسها مقداره (١,٠٢) ، وهذا يدل على أهمية العلاقات العامة في قيامها بتنسيق الملفات وتنظيمها في مجال البترول ، ثم الفقرة الخاصة بترتيب اللقاءات الهامة لمدير العلاقات العامة بصورة منظمة ، مما يدل على فعالية العلاقات العامة وأقسامها في القيام بترتيب اللقاءات الهامة للمدير ، ثم الفقرة الخاصة بقيام قسم السكرتارية بالتنسيق بين إدارة العلاقات العامة وغيرها من الإدارات الأخرى ، مما يدل على أهمية التنسيق بين قسم السكرتارية وأقسامها المختلفة ، ثم جاءت في المرتبة الرابعة الفقرة الخاصة بتنفيذ قسم السكرتارية للمهام الموكلة إليه بكفاءة وموضوعية ثم جاءت الفقرة الخاصة بقيام قسم السكرتارية بتحديد أهدافه بدقة وفعالية في الترتيب الخامس ، ثم الفقرة الخاصة بقيام قسم السكرتارية بإرسال الخطابات الهامة في مواعيدها ويحرص على سلامة وصولها والتأكد من ذلك في الترتيب السادس .

• مناقشة نتائج سؤال البحث الثالث :

" ما هي فعالية قسم الإعلام في شركات البترول بدولة الكويت " ، وللإجابة على هذا التساؤل ، أوضحت النتائج أن المتوسط العام لفعاليات قسم الإعلام نحو تحقيق الأهداف المنشودة قد بلغ القيمة (٣,١٥) وهي قيمة متوسطة ، كما أوضحت النتائج أن أهم الفقرات هي قيام قسم الاعلام بإعداد ملف يومي عما يكتب عن شركات البترول ويرفع لمدير العلاقات العامة للإطلاع عليه ، ثم حرص قسم الاعلام على إصدار الكتيبات الخاصة بأعمال شركات البترول وتوزيعها بصفة مستمرة .

• مناقشة نتائج سؤال البحث الرابع :

" ما هي فعالية قسم المراسم في شركات البترول بدولة الكويت لتحقيق الأهداف المنشودة " ، وللإجابة على هذا التساؤل ، أوضحت النتائج أن المتوسط العام لفعاليات قسم المراسم نحو تحقيق الأهداف المنشودة قد بلغ القيمة (٣,١٣) وهي قيمة متوسطة ، كما أوضحت النتائج أن أهم الفقرات هي قيام قسم المراسم بإعداد معاملات المناقشين والضيوف والزائرين في المناسبات التي يعدها بشكل منظم ، ثم حرص قسم المراسم على مرافقة الزوار أثناء زيارتهم لشركات البترول الكويتية وإمدادهم بالمعلومات التي يحتاجونها .

• مناقشة نتائج سؤال البحث الخامس :

" ما هي فعالية قسم الشؤون الإدارية في شركات البترول بدولة الكويت لتحقيق الأهداف المنشودة" ، وللإجابة على هذا التساؤل ، أوضحت النتائج أن المتوسط العام لدرجات لفعاليات قسم الشؤون الإدارية نحو تحقيق الأهداف المنشودة قد بلغ القيمة (٣،١٨) وهي قيمة متوسطة ، كما أوضحت النتائج أن أهم الفقرات هي قيام قسم الشؤون الإدارية بالتخطيط السليم لأعماله ، ثم يعمل قسم الشؤون الإدارية على تنظيم إدارته الداخلية بدقة ويحدد عمل كل إدارة بدقة .

• مناقشة نتائج سؤال البحث السادس :

هل تختلف استجابات موظفي أقسام العلاقات العامة بشركات البترول بالكويت نحو فعالية هذه الأقسام تجاه تحقيق أهدافها المنشودة ؟، وللإجابة على هذا السؤال ، أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات موظفي أقسام شركات قطاع البترول بالكويت نحو فعاليات العلاقات العامة في تحقيق الأهداف المنشودة ، أي أنه لا تختلف استجابات موظفي قسم السكرتارية عن استجابات موظفي قسم الإعلام عن استجابات موظفي قسم المراسم عن استجابات موظفي قسم الشؤون الإدارية نحو فعاليات وممارسات الأقسام المختلفة للعلاقات العامة بشركات القطاع النفطي بدولة الكويت في تحقيق الأهداف المنشودة من قبل أقسام العلاقات العامة بهذه الشركات.

التوصيات

توصل البحث الى عدد من التوصيات أهمها مايلي :

١. ضرورة تطوير وتنمية الموارد البشرية بشركات البترول الكويتية بصفة عامة ، وبموظفي العلاقات العامة بصفة خاصة ، وإكسابهم المزيد من المهارات التقنية الحديثة ، والعلوم الإدارية الحديثة ، والعلوم السلوكية المتطورة .
٢. ضرورة تبنى مفهوم المبادرة والإقدام على الفعل من قبل موظفي العلاقات العامة ، وعدم الانتظار ليكونوا رد فعل تجاه الأحداث والمشاكل التي تواجه شركات البترول في كل أحوالها .
٣. ضرورة تبنى مفهوم الاتصال الفعال والعمل على توافر مقوماته بصفة مستمرة ، لأن الاتصال الفعال هو الوسيلة الأساسية في الوصول للجمهور وتحقيق الأهداف المنشودة .
٤. ضرورة التغلب على معوقات الاتصال الفعال من خلال الدراسة والتعرف على هذه المعوقات والحد منها لأقل درجة ممكنة وذلك للتمكن من وصول الرسالة للجمهور كما أرادها مرسلوا الرسالة بمحتواها ومعناها المقصود .

المراجع

- ١ إدريس ، ثابت عبد الرحمن ، ٢٠١٢ الإدارة الإستراتيجية : مفاهيم ونماذج تطبيقية ، الأردن ، دار الصفاء للنشر والتوزيع . .
- ٢ أحمد ، رحاب نصر الدين الأمين ٢٠٠٥ ، فعالية العلاقات العامة في مؤسسات البترول دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من مؤسسات البترول بولاية الخرطوم (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الدراسات العليا ، جامعة أم درمان الإسلامية
- ٣ البدر ، حمود بن عبد العزيز ، ٢٠٠٢ ، أسس العلاقات العامة وتطبيقاتها ، الرياض ، دار العلوم للطباعة .
- ٤ البكري ، ثامر ، ٢٠١٠ ، الاتصالات التسويقية والترويج ، الأردن ، دار الحامد للنشر والتوزيع .
- ٥ البكري ، فؤادة ، ٢٠٠١ ، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال ، ، القاهرة ، دار نهضة الشرق للطبع والنشر والتوزيع.

السودان .

- ٢٤ خضر ، جميل أحمد ١٩٩٨ ، العلاقات العامة ، الأردن ، الطبعة الأولى. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة .
- ٢٥ رشوان ، حسين عبد الحميد أحمد ١٩٩٣ ، العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- ٢٦ رمضان ، زياد ٢٠٠٦ ، ، العلاقات العامة فى منشآت القطاع الخاص ، الأردن ، دار صفاء للنشر والتوزيع .
- ٢٧ زياد ، رمضان ٢٠٠٨، العلاقات العامة فى منشآت القطاع الخاص : مفاهيم وواقع ، الطبعة ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، الأردن .

(أداة الدراسة)

من فضلك حدد درجة توفر عبارات أقسام العلاقات العامة بشركات البترول بالكويت:

م	درجات توفرها				
	كبير جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	غير متوفرة
١					
٢					
٣					
٤					
٥					
٦					
٢ - قسم الإعلام					
١					
٢					
٣					
٤					
٥					
٦					
٧					
٨					
٩					

					١٠ يعمل قسم الاعلام على التواصل الجيد ومد جذور الثقة مع رؤساء التحرير بالصحف والمجلات بشكل دائم
					١١ يحرص قسم الاعلام على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل معها بشكل يرقى بمستوى شركات البترول
					١٢ يعمل قسم الاعلام على تحسين الصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور عن شركات البترول ودورها وأهميتها
٣ - قسم المراسم:					
					١ يحرص قسم المراسم على تجهيز مراسم استقبال كبار الشخصيات ومرافقيهم بشكل جيد
					٢ يقوم قسم المراسم بإعداد معاملات المناقشين والضيوف والزائرين في المناسبات التي يعدها بشكل منظم
					٣ يحرص قسم المراسم على مرافقة الزوار أثناء زيارتهم لشركات البترول الكويتية وإمدادهم بالمعلومات التي يحتاجونها
					٤ يحرص قسم المراسم على حجز الفنادق وتجهيز القاعات قبل بدء الاحتفالات والمناسبات الهامة بفترة كافية
					٥ يعمل قسم المراسم على تجهيز برنامج الزيارة للضيوف بشكل جيد
					٦ يقوم قسم المراسم بالتواصل المستمر مع الجهات الحكومية للتنسيق معهم حول أي زيارات أو مؤتمرات
					٧ يقوم قسم المراسم بتوضيح الدور الواجب القيام به بالنسبة لباقي الأقسام والإدارات الأخرى
					٨ يهتم قسم المراسم بنوعيه زواره وبنوعية الخدمات المقدمة لهم
					٩ يهتم قسم المراسم بجودة الخدمات المقدمة للضيوف بشكل يشبع رغباتهم وينال رضاهم
٤ - قسم الشؤون الإدارية:					
					١ يقوم قسم الشؤون الإدارية بالتخطيط السليم لأعماله
					٢ يعمل قسم الشؤون الإدارية على تنظيم إدارته الداخلية بدقة ويحدد عمل كل إدارة بدقة
					٣ يحدد قسم الشؤون الإدارية طرق الاتصال داخل أدارته ومع باقي الأقسام الأخرى بشكل مرن وفعال
					٤ يعمل قسم الشؤون الإدارية على وضع معايير رقابية تمكنه من متابعة أعمال بشكل جيد
					٥ يقوم قسم الشؤون الإدارية بمتابعة المعاملات الواردة إليه من الإدارات الأخرى
					٦ يقوم قسم الشؤون الإدارية بمتابعة كل ما يحدث داخل الشركة لكي يكون مستعد لأي أحداث جوهرية
					٧ يسعى قسم الشؤون الإدارية إلى إعداد الحلول البديلة التي تواجه مدير الإدارة في صورة أولويات