

# Toward a new public relation system in the egyption environment :

???? Ibrahim Afify Elbarbary

ظهرت تغيرات عديدة في المجتمع المصري خلال العقد الاخير (1975- 1985) دعت الى مراجعة لنظرية ونمذج ومفاهيم ادارة الاعمال . ومن هذه المجالات التي احتاجت لمراجعة وظيفة العلاقات العامة في قطاع جديد في مصر وهو الشركات المشتركة كأحد اشكال الشركات متعددة الجنسية وتغطي الدراسة دراسة ميدانية لوظيفة العلاقات العامة في 106 شركة مشتركة تمثل حوالي 50 % من مجتمع الشركات المشتركة في مصر ، وتغطي الدراسة 20 نشاطا اقتصادي لشركات ذات احجام مختلفة في رأس المال. ويسعى البحث لتوصيف واقتراح نظام للعلاقات العامة للشركات المشتركة للتعرف على مدى كفاءته وواجه القوة والضعف فيه، بما يمكن من الوصول الى مقتراحات تساهم في التغلب على المشاكل والمعوقات التي تؤثر على فعالية كفاءة اداء نشاط العلاقات العامة في تلك الشركات، ومن ثم مشاركتها في تحقيق اهداف الدولة في تنمية الصادرات وتحقيق اهداف خطط التنمية. اهداف البحث: 1-التعرف على طبيعة دور العلاقات العامة في الشركات المشتركة ومدى تبادل هذا الدور من قطاع لآخر ومن منظمة لآخر داخل القطاع الواحد. 2-قياس مدى تطبيق المفهوم الحديث للعلاقات العامة من قبل الشركات المشتركة محل الدراسة. 3-تحديد الابعاد الادارية لوظيفة العلاقات العامة في الشركات المشتركة محل البحث. 4-تحديد درجات الاتفاق او الاختلاف في وظائف العلاقات العامة بالشركات المشتركة محل الدراسة. 5-محاولة ترشيد كفاءة نظام العلاقات العامة بتقديم تصور لما يجب ان يكون عليه نموذج العلاقات العامة في الشركات المشتركة بمصر. خطة البحث: وقفت الدراسة الى ثلاثة اقسام: مع مقدمة حددت فكرة البحث وتحديد المشكلة والاهداف والفرض والمنهج العلمي واختيار العينة. 1-القسم الاول: العلاقات العامة في الشركات المشتركة حيث تناول ثلاثة فصول: الفصل الاول: عرض الشركات المشتركة مجال الدراسة. الفصل الثاني: نقاش العلاقات العامة. الفصل الثالث: اطار مقترح للعلاقات العامة في الشركات المشتركة. 2-القسم الثاني: فناقش تحليل وتقدير العلاقات العامة في الشركات المشتركة المصرية ويضم الفصول التالية: الفصل الرابع: توصيف العلاقات العامة في الشركات المشتركة المصرية. الفصل الخامس: اختبار فروض البحث والنموذج المقترن للعلاقات العامة. الفصل الثالث: مراجعة النتائج وتعديل النموذج المقترن للعلاقات العامة ويضم الفصول التالية: الفصل السادس: التصور المقترن لنموذج العلاقات العامة في الشركات المشتركة. الفصل السابع: الخلاصة والاستنتاجات والسياسات الازمة لتطبيق النموذج.