

Evaluating Public Relations Functions Environment In Aviation Companies In The Egyptian Organizational Environment.

Hoda Sayed Latif

شهد النصف الثاني من القرن العشرين بدء الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة، وتغير النظرة إليها عن النظرة التقليدية من حيث المفهوم أو المنافع أو الاستخدامات وبدأت وظيفة العلاقات العامة تتسع تدريجياً لتشمل انشطة ومسؤوليات وأهداف مختلفة عن الأهداف التقليدية. وعلى هذا الأساس تم تصميم الدراسة الميدانية بحيث تشمل ثلاثة مجتمعات بحثية تم اختيار عيناتها وذلك على النحو التالي : -عينة من شركات الطيران الأجنبية العاملة في مصر مع شركة مصر للطيران-عينة من العاملين بكل شركة والذين يمثلون الجمهور الداخلي لشركات الطيران-عينة من الركاب لكل شركة والذين يمثلون الجمهور الخارجي لشركات الطيران وتم اختيار مائة راكب لكل شركة. وتمثل أهم النتائج التي خلصت إليها الرسالة فيما يلى : 1- فيما يتعلق بمفهوم العلاقات العامة وتعريفها: أوضح مسح التعرفيات الحديثة للعلاقات العامة أنها وظيفة إدارية متميزة في المنظمات المعاصرة التي تمثل نظاماً متفاعلاً في داخله ومنفتحاً على البيئة، وتمارس مهاماً أساسية في المنشأة طبقاً للمفاهيم الاستشارية والفلسفية والتنفيذية متكاملة. 2- فيما يتعلق بالبيئة التنظيمية المصرية وتأثيراتها على شركات الطيران: تناول شركات الطيران بمتغيرات البيئة التنظيمية المصرية خاصة وأنها تعمل طبقاً للعديد من العناصر والعوامل المؤثرة في نشاطها الخدمي، مما يزيد من ضرورة الاهتمام بعناصر البيئة المحاطة بشركات الطيران وضروره الافادة من جهود العلاقات العامة للتفاعل مع هذه المتغيرات. 3- فيما يتعلق بالنتائج الخاصة بادارة نشاط العلاقات العامة في شركات الطيران: تركز جميع شركات الطيران من حيث الهدف والوظائف على الجانب الإعلامي كهدف وكوظيفة أساسية للعلاقات العامة- تقوم العلاقات العامة في شركات الطيران بالوظائف التقليدية للعلاقات العامة كتنظيم الزيارات واستقبال الوفود. 4- فيما يتعلق بالنتائج الخاصة بالعلاقات العامة مع الركاب: تتمثل أهم النتائج الخاصة بنشاط العلاقات العامة مع الركاب كأحد فئات الجمهور الخارجي فيما يلى: يهتم الركاب بمجموعة من الجوانب التي تدفعهم إلى التعامل مع شركة الطيران- بلغت نسبة من لديهم معلومات متكاملة عن الجوانب الخاصة بشركات الطيران كل 54% من المبحوثين- بلغت نسبة الركاب الذين ذكروا أنهم يواجهون مشكلات وصعوبات في التعامل مع شركات الطيران. خطه البحث: تحتوي على الفصول التالية: الفصل الأول مشكلة البحث ومنهجه، الفصل الثاني مفهوم العلاقات العامة في البيئة التنظيمية المصرية، الفصل الثالث الجوانب الخاصة بادارة نشاط العلاقات العامة، الفصل الرابع العلاقات العامة مع جمهور الركاب، الفصل الخامس العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي، الفصل السادس نتائج الرسالة.