

الفصل الثالث

المتغيرات البيئية المؤثرة على أنشطة

العلاقات العامة

دراسة ميدانية

على عينة من إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

والمنشآت السياحية ودور النشر المصرية

مشكلة الدراسة :

يتصدى هذا البحث لمعرفة مدى إدراك مديري العلاقات العامة لحدود تأثير المتغيرات البيئية على أنشطة العلاقات العامة ومدى تأثير هذه العوامل على أهم الوظائف الإدارية للعلاقات العامة وهي التنظيم والتخطيط واتخاذ القرارات والبحوث والتقويم .

وبلورة المشكلة بهذا الشكل تقتضى وفقا لطبيعة المدخل البيئي أن يتضمن البحث دراسة وتحليل نشاط إدارات العلاقات العامة في مجتمع الدراسة على أساس أن المنظمات الإدارية من ناحية لا تعمل فى فراغ ، ولكن داخل بيئة تحكمها متغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية وتشريعية ونفسية مختلفة . ومن ناحية أخرى فإن إدارة العلاقات العامة ليست سوى نظام فرعى فى إطار نظام عام هو المنشأة ككل ، ولهذا فإن العلاقات المتداخلة بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى وبين المنشأة ككل وبين البيئة المحيطة تؤثر على ما يصدر عن إدارات العلاقات العامة من قرارات وسياسات وأنشطة عبارة عن إنجازات مادية ومعنوية .

ومن ثم يتضح لنا مدى أهمية المتغيرات البيئية فى تحقيق العلاقات العامة لأهدافها. والمتغيرات البيئية التى نصلدها هنا هى مجموعة العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتشريعية والثقافية والنفسية التى تؤثر على الممارسات والأنشطة المختلفة لإدارة العلاقات العامة .

أهداف الدراسة :

على ضوء المحاور الأساسية لمشكلة الدراسة يمكننا تحديد أهداف هذه الدراسة على النحو التالى :

١- مكانة إدارات العلاقات العامة ومستوى كفاءتها فى عينة الدراسة .

٢- الملامح الإدارية الخاصة بممارسة أنشطة العلاقات العامة المختلفة فى عينة الدراسة.

٣- درجة تأثر العلاقات العامة بالتغيرات الهيئية والأنشطة الإدارية الأكثر تأثراً بهذه التغيرات .

منهج الدراسة :

تتمى هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية التى تستهدف تصوير وتحليل وتقويم الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة فى عينة الدراسة من خلال تحديد مكانة إدارة العلاقات العامة ومستوى كفاءتها وانعكاسات هذه المكانة على الملامح الإدارية لأنشطة العلاقات العامة المختلفة مع التعرف فى الوقت نفسه على ملامح التغيرات الهيئية المؤثرة على هذه الأنشطة من وجهة نظر المديرين ، من حيث الإحساس بمدى أهميتها وتأثيراتها المختلفة على أنشطة العلاقات العامة .

وتعمد هذه الدراسة على منهج المسح الميدانى باعتباره من أفضل المناهج لتحقيق الأهداف المحددة وللتجميع النظم للبيانات بغرض التسؤ بفعل معين أو لتحليل العلاقات بين المتغيرات .

مجتمع الدراسة وأسلوب اختيار العينة :

يتكون مجتمع هذه الدراسة من المنشآت العاملة فى مجال الاتصال بالجمهور وتشمل مؤسسات الصحف القومية والمعارضة والمجلات والإذاعة والتلفزيون ووكالة أنباء الشرق الأوسط ودور النشر وشركات التسويق السياحى والفنادق الكبرى ، والقصر التطبيق على مدينة القاهرة وعلى المراكز الرئيسية لهذه المنشآت بها وتم ملئ الاستمارات بمعرفة مديرى العلاقات العامة فى هذه المنشآت باعتبارهم القيادات التى تلم بمجوانب العمل وتحدد مساره ومن خلفهم لتحديد علاقات الإدارة مع الإدارات الأخرى أو مع المنشأة ككل فى إطار الهياكل التنظيمية لهذه المنشآت . وتم إجراء الدراسة على عينة من ٩٩ منشأة اخيرت بطريقة عشوائية من بين ٧٣ منشأة يتصل عملها بطبيعة الدراسة أى بنسبة ٢٦٪ تقريبا .

مادة الدراسة وأداتها :

الأداة المستخدمة لجمع البيانات في هذا البحث هي الإستبيان واعتمد في تصميمه على نظام الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمغلقة المفتوحة وتضمن الجواب الآتية :

أولا : مكانة إدارة العلاقات العامة وتضمنت النقاط التالية :

- مدى الاهتمام بوجود إدارة للعلاقات العامة .
- تنظيم إدارة العلاقات العامة .
- رأى الإدارة العليا في العلاقات العامة .
- مدى تفهم الإدارات الأخرى لنشاط إدارة العلاقات العامة .

ثانيا : الملامح الإدارية لجهاز العلاقات العامة :

- أسلوب تزويد إدارة العلاقات العامة باحتياجاتها والضوابط الخاصة بذلك .
- تدريب العاملين بالعلاقات العامة .
- نظام الحوافز .
- أسلوب التخطيط ومداه والجهة المستولة عنه والإعتبرات الخاصة به ومعارفه .
- الميزانية ومدى كفايتها للأنشطة .
- أنشطة العلاقات العامة ومدى كفايتها .
- وسائل الاتصال بالجمهور وأساليب التعرف عليه .
- الظروف وأهميته وطرقه ونوعيته وعوائقه .

ثالثا : المتغيرات البيئية :

- أهمية المتغيرات البيئية لأنشطة العلاقات العامة .

• تأثير المتغيرات الهيئية المختلفة على الوظائف الإدارية لإدارة العلاقات العامة .

أهم خصائص العينة :

يتوزع العينة وفقا للجنس يلاحظ أن مديري العلاقات العامة من الذكور فى عينة الدراسة تبلغ نسبتهم ٧٣,٧ ٪ . أما الإناث فلم تزد نسبتهم عن ٢٦,٣ ٪ من جملة مستوى العلاقات العامة (جدول رقم ١) .

وبالنسبة للمؤهل يلاحظ أن جميع مستوى إدارات العلاقات العامة حاصلون على مؤهلات عليا أى بنسبة ١٠٠ ٪ وأن الحاصلين على بكالوريوس التجارة تبلغ نسبتهم ٣٦,٨ ٪ يليهم فى الترتيب ليسانس الآداب ثم بكالوريوس الإعلام بنسبة ١٥,٧ ٪ ثم ليسانس الحقوق والدراسات التعاونية بنسبة ١٠,٥ ٪ ثم الخدمة الاجتماعية بنسبة ٥,٥ ٪ (جدول رقم ٢) .

وبخصوص توزيع أفراد العينة وفقا لمسمى الوظيفة فقد بلغت نسبة مسمى مدير إدارة للعلاقات العامة ٦٣,١ ٪ ورئيس قسم العلاقات العامة ٢٦,٤ ٪ أما مستوى العلاقات العامة فلم تزد عن ١٠,٥ ٪ من جملة أفراد العينة (جدول رقم ٣)

نتائج الدراسة

أولا : من حيث مكانة إدارة العلاقات العامة ومستوى كفاءتها :

• بالنسبة للمستوى الإدارى لجهاز العلاقات العامة فى عينة الدراسة بلغت نسبة الجهات التى خصصت إدارة للعلاقات العامة ٨٩,٥ ٪ بينما لا توجد إدارة فى الأصل للعلاقات العامة فى ١٠,٥ ٪ من عينة الدراسة وهى عبارة عن مؤسستين إعلاميتين هما الوفد وروز اليوسف (جدول رقم ٤) .

• وبخصوص الجهة التي تتبعها إدارة العلاقات العامة ذكرت نسبة ٤١,٢٪ أنها تتبع رئيس مجلس الإدارة ونسبة ٣٥,٣٪ تتبع مدير المصلحة ونسبة ١٧,٦٪ تتبع المدير العام ولم تتبع إدارة العلاقات العامة مدير شئون العاملين إلا في مصلحة واحدة ونسبة ٥,٩٪ (جدول رقم ٥) .

• وقد انعكس هذا الاهتمام على نظرة الإدارة العليا لنشاط جهاز العلاقات العامة فبإزاء أفراد العينة عن مدى تفهم الإدارة العليا لنشاط جهاز العلاقات العامة ذكر نسبة ٤١,٢٪ أنه جهاز مفيد جدا و ٣٥,٣٪ أنه جهاز مفيد و ١٧,٦٪ أنه مفيد الى حد ما ، ونسبة ٥٪ فقط قالت أنه ذو أهمية محدودة .

وهذا يعنى وجود علاقة إرتباطية قوية جدا بين مكانة إدارة العلاقات العامة فى الهيكل التنظيمى وبين رأى أفراد الإدارة العليا فى نشاط العلاقات العامة طبقا لإنطباعات مديرى إدارات العلاقات العامة أنفسهم بدليل أن المصلحة التى جعلت العلاقات العامة تتبع مدير شئون العاملين هى نفسها التى تنظر الادارة العليا فيها إلى العلاقات العامة على أنها ذات أهمية محدودة (جدول رقم ٦) .

• ولما كانت طبيعة عمل إدارة العلاقات العامة تقتضى منها التعاون مع الإدارات الأخرى، لهذا فإن تفهم هذه الإدارات لطبيعة عملها يعد أمرا ضروريا حتى تتعاون معها على تحقيق أهدافها . ولذلك نلاحظ وجود علاقة بين العوامل السابقة وبين مدى تفهم الإدارات الأخرى لنشاط العلاقات العامة ، فنسبة ٥٣٪ من الإدارات الأخرى فى عينة الدراسة تفهم نشاط العلاقات العامة تفهما تاما ونسبة ٤١,٢٪ الى حد ما و ٥,٩٪ يعنى التفاهم بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى (جدول رقم ٧) .

ثانيا : تحديد الملامح الإدارية لإدارة العلاقات العامة :

بالنسبة لمدى توافر الكفاءات بإدارات العلاقات العامة بعينة الدراسة بلغت نسبة الموافقة على توافر الكفاءات ٨٨,٢٪ أما غير الموافقين فنسبتهم ١١,٨٪ (جدول ٨) .

وقد بلغت نسبة العاملين ممن يحملون مؤهل عالي ٧,٩٪ ومؤهل متوسط ١٩,٦٪ أما أقل من المتوسط فبلغ ١,٣٪ (جدول رقم ٩) وهذا يعنى وجود علاقة ارتباطية بين كفاءة العاملين بإدارة العلاقات العامة وبين صورة هذه الإدارة ومكانتها داخل المنشأة وقدرتها على التعاون مع الإدارات الأخرى وبين ارتفاع نسبة المؤهلات العليا داخل هذه الإدارات وبين العوامل الإدارية الآتية :

- ١- أسلوب تزويد إدارة العلاقات العامة باحتياجاتها والضوابط الخاصة بالاختيار .
- ٢- مدى الاهتمام بتدريب العاملين بالعلاقات العامة والجهة المسئولة عن التدريب ومجالاته .
- ٣- أسلوب الحوافز للعاملين بالعلاقات العامة ومدى كفايته وأنواعه .
- ٤- وضوح الرقوية بالنسبة لأهداف العلاقات العامة وجهة تحديثها والاعتبارات الخاصة بتحديثها .
- ٥- مدى الاهتمام بالتخطيط لأنشطة العلاقات العامة ومدى التخطيط والجهة المسئولة عن التخطيط والاعتبارات التي تراعى عند وضع الخطة والمعوقات التي تحول دون الإلتزام بتنفيذ الخطط الموضوعية في مواعيدها والأسباب الخاصة بعدم التخطيط لمن لا يأخذ بهذا الأسلوب .
- ٦- مدى الاهتمام بتحديد ميزانية للعلاقات العامة ومدى كفايتها والاعتبارات التي تراعى عند تحديثها .
- ٧- طبيعة الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها ومدى كفاية هذه الأنشطة .
- ٨- وسائل الإدارة للاتصال بالجمهور ومشاكل هذا الاتصال ومدى اهتمام هذا الجهاز بالعرف على الجوانب المختلفة للجمهور وأسلوبه في العرف على جمهوره .

وستعرض فيما يلي لبيان النتائج الخاصة بهذه الملامح وفقا لنتائج عينة الدراسة وذلك كما يلي :

١ - بالنسبة لأسلوب تزويد إدارة العلاقات العامة باحتياجاتها :

تختلف إدارات العلاقات العامة فى أسلوب توفير احتياجاتها من العاملين ويأتى الإعلان فى المرتبة الاولى فى رأى القيادات بنسبة ٤١,٢% ثم يأتى النقل من الإدارات الأخرى كأسلوب أساسى بنسبة ٣٥,٣% وتوجد نسبة تأخذ بالأسلوبين معا تبلغ ٢٣,٥% من جملة ادارات العلاقات العامة فى عينة الدراسة (جدول رقم ١٠) .

وبالنسبة للشروط التى يتم على أساسها الاختيار جاء إجادة لغة أجنبية فى مقدمة هذه الشروط لدى ٢٦,٧% من مديرى إدارات العلاقات العامة ثم اللباقة وحسن المظهر ٢٣,٣% ثم سرعة البديهة ٢٠% فالتخصص الدراسى ١٦,٧% ثم توافر الخبرة بنسبة ١٣,٣% ، ويرجع انخفاض نسبة توافر الخبرة الفنية إلى قناعة مديرى العلاقات العامة بأنها ممكن تحصيلها أثناء العمل ، وكذلك بالنسبة للتخصص الدراسى فى مجال العلاقات العامة فليس شرطاً أساسياً ، لأن التخصص لايعنى القدرة على ممارسة أنشطة العلاقات العامة وذلك بخلاف الشروط الأخرى كإجادة اللغة واللباقة وسرعة البديهة فهى شروط عملية وضرورية لنجاح العمل ، ولهذا فقد جاءت فى مقدمة شروط الاختيار ثم تاتى بعد ذلك الخبرة والتخصص كمعايير للأفضلية (جدول ١١) .

٢ - بالنسبة للتدريب :

يلاحظ إجماع مديرى العلاقات العامة بعينة الدراسة على أهميته بنسبة ١٠٠% إذا استبعدنا المؤسسات التى لا يوجد بها إدارات للعلاقات العامة (جدول ١٢) . ويأخذ التدريب فى إدارات العلاقات العامة بمجالات متعددة ، فيأتى التدريب على أنشطة العلاقات العامة كاستقبال الجمهور وحسن التعامل معه والتفوييم فى المرتبة الاولى بنسبة ٤٦,٧% من حيث الاهتمام يليه التدريب الإدارى بصفة عامة بنسبة ٢٠% ثم التدريب الفنى والتدريب

على استخدام اللغات بنسبة ١٣,٣% لكل منهما لم استخدام الكمبيوتر بنسبة ٦,٧% (جدول ١٤) .

وبهذا يتضح أن التدريب وفقا لهذه المجالات يعنى إعادة التأهيل للمعنيين من غير المتخصصين فى مجال العلاقات العامة فهو يتضمن تزويدهم بالخبرة الفنية والإدراية استكمالا لصقل الجوانب التى حظيت بترتيب أقل عند الاختيار للتعين .

وبالنسبة للجهات المستولة عن تدريب العاملين فى إدارات العلاقات العامة تاتى بنسبة ٦٠% تقريبا الجهات الداخلية داخل المنشأة مثل إدارة التدريب ومجلس الإدارة ومدير الإدارة وأخيرا مدير شئون العاملين وتأتى الجهات الخارجية بنسبة ٢٦,٦% مثل الإدارة العامة لتمية القوى البشرية والجهاز المركزى للتنظيم والإدارة ومديرية القوى العاملة وتوجد نسبة ١٣,٣% لم تحدد إجابة (جدول رقم ١٣) .

٣ - نظام الحوافز للعاملين بإدارة العلاقات العامة :

تأخذ (١٣) منشأة من جملة عينة الدراسة بنظام الحوافز بنسبة ٨٨,٢% وتوجد منشأتان لاتأخذان بنظام الحوافز من جملة المنشآت التى بها إدارات للعلاقات العامة بنسبة ١١,٨% من جملة عينة الدراسة (جدول رقم ١٥) .

ويرى مديروا العلاقات العامة فى (١١) منشأة أن الحوافز كافية بنسبة ٧٣,٣% بينما هى غير كافية لدى أربع منشآت بنسبة ٢٦,٧% (جدول رقم ١٦) .

وتأخذ هذه الحوافز شكلا ماديا لدى ٦٠% بينما هى حوافز معنوية فى رأى ٣٠%، وترى نسبة ١٠% أن هذه الحوافز تاتى فى شكل الرقبات وهى مزيج من الشكلين معا (جدول رقم ١٧) .

٤ - أهداف العلاقات العامة :

بالنسبة لترتيب الأهداف التى يسعى جهاز العلاقات العامة لتحقيقها وفقا لرأى مديرى إدارات العلاقات العامة فى عينة الدراسة جاء تحسين صورة المنشأة فى المرتبة الأولى بنسبة

٢٨,٢ ٪ من مجموع التكرارات يليه خلق جو الود والتآلف بين العاملين داخل المنشأة
بنسبة ٢٠,٥ ٪ ثم حل شكاوى المواطنين بنسبة ١٢,٨ ٪ ثم تنفيذ سياسة المؤسسة بنسبة
١٠,٣ ٪ ، وجاء فى المرتبة الخامسة من الأهداف كل من تغطية أنشطة المؤسسة إعلاميا
وكسب ثقة الجمهور بنسبة ١٠,٢ ٪ لكل منهما وفى المرتبة السادسة استقبال الزائرين
بنسبة ٧,٧ ٪ (جدول رقم ١٨) .

وبالنسبة للجهة المستولة عن تحديد الأهداف لإدارات العلاقات العامة فهى رئيس
مجلس الإدارة بنسبة ٥٢,٩ ٪ ثم مدير المصلحة أو المدير العام بنسبة ٣٥,٣ ٪ ثم مدير
الإدارة بنسبة ١١,٨ ٪ وهذا يعنى أن تحديد أهداف العلاقات العامة يعد من أعمال الإدارة
العليا بنسبة ٨٨,٢ ٪ وأن إدارة العلاقات العامة مهمتها تنفيذية فى المقام الاول (جدول
رقم ١٩) .

أما الأساس الذى يتم على ضوئه تحديد هذه الأهداف فقد جاءت الخبرات السابقة
بنسبة ٦٠ ٪ من جملة تكرارات عينة الدراسة، وإجراء الدراسات والبحوث بنسبة ٤٠ ٪
من جملة التكرارات (جدول رقم ٢٠) .

وبخصوص اعتبارات وضع الخطة جاءت السياسة العامة للمنشأة فى الترتيب الأول
بنسبة ٢٩,٦ ٪ من جملة التكرارات ثم فى المرتبة الثانية كل من الظروف الخاصة بالمجتمع
الخارجى وظروف جهاز العلاقات العامة بنسبة ١٨,٥ ٪ لكل منهما ثم الظروف الخاصة
بالجمهور الخارجى ثم الاعتبارات النفسية والاجتماعية والفنية للعاملين بإدارة العلاقات
العامة بنسبة ١١,١ ٪ ثم الموارد المخصصة والوسائل المتاحة فى الترتيب الخامس بنسبة
٥,٦ ٪ من جملة التكرارات (جدول رقم ٢١) .

٥ - التخطيط لتحقيق أهداف العلاقات العامة :

جملة الإدارات التى تأخذ بسياسة التخطيط بلغت نسبتها ٥٨,٨ ٪ والتى لا تأخذ
بسياسة التخطيط ٤١,٢ ٪ (جدول رقم ٢٢) وكان السبب الرئيسى وراء عدم التخطيط
فى ٤٢,٨ ٪ من الإدارات التى لا تأخذ بأسلوب التخطيط هو كثرة المتغيرات داخل العمل

وجاء في المرتبة الثانية كسب رئيسى لعدم الأخذ بنظام التخطيط كل من : ترشيد الانفاق - سياسة المؤسسة - وجود الخبرات السابقة داخل العمل مما يعنى عن الأخذ بسياسة لتخطيط - أن العلاقات العامة ليست قائمة على أسس علمية بنسبة ١٤,٣٪ لكل منهم (جدول رقم ٢٣) .

وبالنسبة للجهات التى تأخذ بأسلوب التخطيط . فقد بلغت المنشآت التى تقوم فيها إدارة العلاقات العامة بوضع الخطة نسبة ٥٠٪ والثى يعد وضع الخطة للعلاقات العامة فيها من اختصاصات مجلس الإدارة ٣٠٪ ، ٢٠٪ الخطة فيها اختصاص المدير العام ، ونلاحظ هنا أنه طبقا لجدول (١٩) كان اختصاص تحديد الأهداف للعلاقات العامة مسئولية الإدارة العليا بنسبة ٨٨,٢٪ . أما وضع الخطة فهو عمل تنفيذى ويعد مسئولية إدارة العلاقات العامة لدى ٥٠٪ من هذه المنشآت (جدول رقم ٢٤) .

وسواء كان وضع الخطة اختصاص الإدارة العليا أم إدارة العلاقات العامة ، فهناك اعتبارات تراعى عند وضع خطط العلاقات العامة هذه ، وقد جاء فى المرتبة الأولى بين هذه الاعتبارات السياسة العامة للمؤسسة بنسبة ٢٥٪ من جملة التكرارات وفى المرتبة الثانية جاء كل من إمكانية تنفيذ الخطة وفترة الخطة على تحقيق الأهداف ومدى ملاءمتها لطبيعة العمل بنسبة ١٨,٨٪ لكل منها ثم اعتبار التكلفة فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٢,٥٪ وجاء فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٦,٢٪ أنه لا توجد أية اعتبارات (جدول رقم ٢٥) .

وبخصوص مدى الخطط الموضوعة لقللة من المنشآت هى التى تأخذ بسياسة التخطيط طويل المدى لأكثر من سنة ونسبتها ٢٧,٧٪ وذلك فى المرتبة الثالثة وجاء فى المرتبة الأولى أسلوب خطط العمل الطارئة بنسبة ٣٨,٨٪ ثم التخطيط لسنة فأقل بنسبة ٣٣,٣٪ من جملة تكرارات الدراسة (جدول رقم ٢٦) .

وتوجد معوقات تحول دون تنفيذ الخطة فى الوقت المحدد ، وهذه المعوقات بالنسبة للمسؤولين عن أجهزة العلاقات العامة ممن يأخذون بأسلوب التخطيط تنحصر فى عدة عوامل أهمها : الاعتمادات المالية الكافية وتحتل المرتبة الأولى بنسبة ٢٠٪ من جملة

التكرارات وفى المرتبة الثانية كانت العوامل الاتية : نقص الإحصاءات وعدم دقتها والروتين وعدم المرونة ووجود بعض الموائق المتعلقة باللوائح وعدم توافر وسائل الانتقال ونقص الأيدى العاملة وذلك بنسبة ١٣,٣% لكل منها (جدول رقم ٢٧) .

٦ - ميزانية العلاقات العامة :

بلغت نسبة المنشآت التى تحدد ميزانية لممارسة أنشطة العلاقات العامة ٧٦,٥% والى لا تحدد ميزانية لهذا النشاط ٢٣,٥% من جملة منشآت عينة الدراسة (جدول رقم ٢٨) .

وهذه الميزانية كافية لدى ٥٣,٨% من المنشآت التى تحدد ميزانية للعلاقات العامة وغير كافية بنسبة ٣٨,٥% وكافية الى حد ما بنسبة ٧,٧% (جدول رقم ٢٩) .

وبالنسبة للاعتبارات التى تراعى عند وضع الميزانية جاء الاعتبار الاول فى رأى عينة الدراسة : تحقيق الأهداف ، وحجم الأنشطة المنفذة بنسبة ٧٧% فما معا وجاء فى المرتبة الثانية عوامل أخرى مثل ملائمة الموازنة العامة للمنشأة وموافقة رئيس العمل والمرونة فى التصرف ٢٣% تقريبا (جدول رقم ٣٠) .

٧ - الأنشطة التى تقوم بها إدارت العلاقات العامة فى منشآت عينة الدراسة :

(من جدول رقم ٣١) نلاحظ أن الأنشطة التى يقوم بها جهاز العلاقات العامة تختلف درجات أهميتها وفقا لنوع النشاط الذى يقوم به جهاز العلاقات العامة . إذا حاولنا ترتيبها من حيث أهميتها من وجهة نظر مديري إدارت العلاقات العامة بعينة الدراسة سنجد أن استقبال الوفود يأتى فى المرتبة الأولى يليه تنظيم الزيارات وعقد الندوات والمؤتمرات ويأتى فى المرتبة التالية عمل المعارض ثم إصدار الصحف والمجلات ويلي ذلك الأعمال الخاصة بإصدار الجوازات والتأشيرات والخدمات الأخرى ثم الأنشطة الإذاعية ويليها فى المرتبة السادسة من الأهمية الهدايا والمبات والمحاضرات ثم الاتصال بالأجهزة السياسية الشعبية ثم تحليل مضمون وسائل الإعلام وإصدار النشرات ، ثم الرحلات والمساعدات الاجتماعية والمسابقات وتنفيذ ولخطيط الحملات الإعلامية والاتصال بأجهزة الاعلام ويلي

ذلك من الأنشطة في الأهمية أعمال صندوق الزمالة والمكتبة وطباعة الكتب ثم البحوث الاجتماعية .

وفي المرتبة الثانية عشر يأتي المسرح والسينما والإذاعة الداخلية والأنشطة الرياضية الخارجية . (جدول رقم ٣١)

وبالنسبة لدى كفاية أنشطة العلاقات العامة نجد أن هناك قناعة لدى مديري إدارات العلاقات العامة بأن هذه الأنشطة كافية للجمهور الداخلي بنسبة ٨٢,٤ ٪ وللخارجي بنسبة ٨٨,٢ ٪ من جملة عينة الدراسة وغير كافية لدى ١٧,٦ ٪ وللخارجي بنسبة ١١,٨ ٪ (جدول رقم ٣٢) .

وبالنسبة لسدى أهمية معرفة الجوانب الخاصة بالجمهور نلاحظ أن معرفة الجوانب الاقتصادية للجمهور جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٧٠,٦ ٪ يليها الظروف الاجتماعية بنسبة ٦٤,٧ ٪ ثم الخصائص النفسية والتكوين الثقافي بنسبة ٥٨,٨ ٪ لكل منهما من جملة تكرارات عينة الدراسة . (جدول رقم ٣٣) .

وبالنسبة للوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة للاتصال بالجمهور جاءت في المرتبة الأولى اللقاءات الشخصية بنسبة ٢٤,٣ ٪ ثم وسائل الاتصال الجماهيرية ١٨,٩ ٪ ثم الاتصال التليفوني بنسبة ١٣,٥ ٪ ثم المؤتمرات والندوات ١٠,٨ ٪ .

وجاءت المطبوعات والفاكس والتليكس في المرتبة السادسة بنسبة ٨,١ لكل منها ثم كل من الإعلان والبريد بنسبة ٥,٤ ٪ ثم الملصقات والاستقصاءات بنسبة ٢,٧ ٪ من جملة تكرارات عينة الدراسة (جدول رقم ٣٤)

٨ - أهمية البحوث لانتشطة العلاقات العامة :

وبالنسبة لدى الاعتماد على البحوث ذكر ٥٢,٩ ٪ من عينة الدراسة أنها مهمة ويعتمد عليها وبلغت نسبة الذين لا يعتمدون عليها ٤٧,١ ٪ (جدول رقم ٣٥) وكانت

الأسباب الخاصة لعدم الاعتماد على البحوث تتمثل في عدم توافر الامكانيات ولنقص التدريب الكافى وعدم الاقتناع بالبحوث وأخيراً لعدم دقتها (جدول رقم ٣٦) .

أما بالنسبة للإدارات التى تعتمد على البحوث لتحقيق أهداف العلاقات العامة : فقد بلغت نسبة الإدارات التى يقوم بالبحوث فيها فريق العمل بالإدارة نسبة ٦٦,٧٠ % التى تسند عملية البحوث إلى مركز متخصص نسبة ٢٢,٢ % ثم فى المرتبة الأخيرة العاملون بالمؤسسة بنسبة ١١,١٠ % (جدول رقم ٣٧) .

وبخصوص أنواع هذه البحوث فتأتى أولاً استطلاعات الرأى بنسبة ٣٠ % من جملة تكرارات العينة ثم قياس الاتجاهات وتطوير الأداء وتقويمه بنسبة ٢٠ % وذلك فى المرتبة الثانية . . وفى المرتبة التالية والأخيرة جاءت البحوث الشاملة والإحصاءات بنسبة ١٠ % (جدول رقم ٣٨) .

٩ - تقويم أنشطة العلاقات العامة :

بلغت نسبة الاهتمام بتقويم أنشطة العلاقات العامة ٨٢,٤ % من جملة عينة الدراسة أما عدم الاهتمام بالتقويم فقد بلغت نسبة الإدارات التى لا تأخذ به ١٧,٦ % (جدول رقم ٣٩)

وبخصوص الطرق المستخدمة لتقويم أنشطة العلاقات جاءت التقارير الدورية فى المرتبة الأولى بنسبة ٢٩,٥ % من جملة التكرارات يليها اللقاءات المستمرة فى المرتبة الثانية بنسبة ١٧,٨ % . وجاءت فى المرتبة الثالثة كل من الاجتماعات والإستقصاءات والمناقشات بنسبة ١١,٧ % لكل منها من جملة التكرارات وفى المرتبة الأخيرة تساوت كل من الشكاوى والبحوث بنسبة ٨,٨ % (جدول رقم ٤٠) .

أما بالنسبة لتوقيت القيام بعملية التقويم . فقد جاء التقويم بعد انتهاء تنفيذ البرنامج بنسبة ٥٠ % والتقويم أثناء مباشرة النشاط بنسبة ٣٥,٧ % ثم وضع الضوابط الخاصة بالتقويم أثناء وضع الخطة بنسبة ١٤,٣ % (جدول رقم ٤١)

ثالثا : أثر المتغيرات البيئية على أنشطة العلاقات العامة :

أ - أثر المتغيرات البيئية على الأنشطة الإدارية لأجهزة العلاقات العامة :

بالنسبة لتأثير المعلومات المتوافرة عن المتغيرات البيئية المختلفة على الوظائف الإدارية للعلاقات العامة فيتضح ما يلي :

• تؤثر المعلومات المتاحة عن المنشأة والمجتمع الخارجى على وظيفة التنظيم فى المقام الاول بنسبة ٣٥,٣% من جملة عينة الدراسة ويليها وظيفة اتخاذ القرارات بنسبة ٢٩,٤% ثم وظيفة التخطيط ٢٣,٥% ثم التقويم ١٧,٦% فالبحوث بنسبة ١٣,٦% من جملة مفردات العينة .

• الامكانيات المادية : تؤثر المعلومات المتوافرة عنها على عملية التخطيط بنسبة ٤٧,١% ثم التنظيم بنسبة ٤١,٢% فالتخاذ القرارات والبحوث بنسبة ٢٩,٤% فالتقويم بنسبة ٢٣,٥% من جملة العينة .

• وتؤثر الامكانيات البشرية فى المقام الاول على التنظيم بنسبة ٤٧,١% ثم التخطيط بنسبة ٣٩,٣% فالتقويم بنسبة ٢٩,٤% ثم فى المرتبة الرابعة كل من اتخاذ القرار والبحوث بنسبة ٢٣,٥% من جملة مفردات العينة .

• وبالنسبة للظروف الداخلية لجهاز العلاقات العامة فتأثيره محدود مما يعنى قدرة الإدارة على امتصاص هذه الظروف والتصرف فى حدودها وتؤثر هذه الظروف على كل من اتخاذ القرارات والبحوث والتقويم بنسبة ١٧,٦% من جملة العينة ثم على التخطيط بنسبة ١١,٣% ثم التنظيم بنسبة ٥,٩% .

• أما الضغوط التى يتعرض لها جهاز العلاقات العامة فتؤثر فى المقام الاول على عملية التقويم واتخاذ القرارات فى رأى ٢٣,٥% من جملة عينة الدراسة ثم على التخطيط والبحوث بنسبة ١٧,٦% ثم على التنظيم بنسبة ٥,٩% .

- وبخصوص المشكلات التي تواجهها الإدارة فتأثر بها في المقام الأول وظيفتا البحوث والتقييم بنسبة ١٧,٦% ثم التخطيط واتخاذ القرارات بنسبة ١١,٧% ثم التنظيم بنسبة ٥,٩%.
- وبالنسبة لانتجاهات وآراء العاملين بالجهاز فتأثر بها وظيفتا التنظيم والتقييم بنسبة ١٧,٦% ثم البحوث بنسبة ١١,٧% وأخيراً التخطيط واتخاذ القرارات بنسبة ٥,٩%.
- القيم والمعادن تؤثر على وظيفة التقييم بنسبة ١٧,٦% ثم وظيفتي التنظيم والبحاث بنسبة ١١,٧% ولا تتأثر بها وظيفتا التخطيط واتخاذ القرارات .
- ويؤثر الإطار الثقافي للعاملين على وظيفة البحوث بنسبة ٢٩,٤% ثم وظائف التنظيم واتخاذ القرارات والتقييم بنسبة ١٧,٦% ثم التخطيط بنسبة ١١,٧% من جملة مفردات العينة .
- وبخصوص تطلعات وآراء العاملين فتؤثر على وظيفتي التنظيم والتقييم بنسبة ١١,٧% ثم على اتخاذ القرارات بنسبة ٥,٩% ولا تؤثر على التخطيط والبحاث .
- وتؤثر الدوافع والحوافز على وظيفة التنظيم بنسبة ٢٩,٤% ثم التقييم بنسبة ٢٣,٥% ثم التخطيط فاتخاذ القرارات فالبحوث .
- أما طاقات وقلدرات العاملين فتؤثر على التنظيم والتقييم بنسبة ٢٩,٤% ثم على وظيفة التخطيط فالبحوث فاتخاذ القرارات .
- وبخصوص الحالة الذهنية والمزاجية للعاملين بالإدارة فتؤثر في المقام الأول على التقييم بنسبة ٢,٤% ثم التنظيم فاتخاذ القرارات فالنخطيط ولا تؤثر على عملية البحوث (جدول رقم ٤٢) .
- وبالنسبة للمتغيرات البيئية للجمهور .
- يؤثر وضع الإطار الثقافي للجمهور في الاعتبار على كل من التنظيم والتخطيط واتخاذ القرار والتقييم بنسبة ٢٣,٥% ثم البحوث بنسبة ١١,٧% .

- أما قيم الجمهور وعاداته فتؤثر على التقييم بنسبة ٢٩,٥% ثم التنظيم والتخطيط ثم اتخاذ القرارات فالبحوث
- وبالنسبة لاتجاهات الجمهور فان وضعها فى الاعتبار تؤثر أولا على التنظيم واتخاذ القرارات بنسبة ٢٩,٤% ثم التقييم فالتخطيط والبحوث .
- أما الحالة المزاجية للجمهور كأحد المتغيرات البيئية فتؤثر على أنشطة العلاقات العامة بنسب متفاوتة فهأتى أولا التقييم بنسبة ٢٣,٥% ثم التخطيط واتخاذ القرارات بنسبة ١٧,٦% ثم التنظيم بنسبة ٥,٩% ولا تؤثر على وظيفة البحوث .
- وإذا انتقلنا إلى المتغيرات البيئية الخاصة بالمجتمع سنجد أن طبيعة النظام السياسى تؤثر على التنظيم ، فاتخاذ القرارات فالتخطيط فالبحوث والتقييم . وتؤثر التشريعات والسياسات الحكومية على كل من التنظيم واتخاذ القرارات فى المقام الاول ثم التخطيط فالبحوث والتقييم .
- أما النظام الاقتصادى السائد فهأتى تأثيره أولا على التخطيط ثم التنظيم فاتخاذ القرارات فالتقييم ثم البحوث .
- وبالنسبة للظروف الاجتماعية فتؤثر على كل من التخطيط ثم التنظيم والتقييم ثم اتخاذ القرارات والبحوث (جدول رقم ٤٣) .
- وهذا التحليل لبيان أثر المتغيرات البيئية على أنشطة أجهزة العلاقات العامة يؤكد حقيقة الارتباط بين ادارة العلاقات العامة والمنشأة والبيئة المحيطة ، ويؤكد من ناحية أخرى أن العلاقات العامة كما تهدف الى التأثير فى البيئة الداخلية والخارجية للمنشأة فهى فى الوقت نفسه تتأثر بالمتغيرات المختلفة للبيئة التى تتعامل معها .
- ويفيد هذا التحليل فى إلقاء الضوء على مدى إدراك مديرى ادارات العلاقات العامة هذه المتغيرات وتقييمها من زاوية تأثيرها على أنشطة اداراتهم المختلفة .

ولاشك فإن الحرص على الإلمام بهذه المتغيرات وإدراك حدود تأثيراتها يساعد
أخصائي العلاقات العامة على السيطرة على عملية الاتصال وضمان أقصى درجات التأثير
ها .

وللإطمئنان إلى صحة هذه النتيجة حرمت الباحثة على تضمين استمارة الإستقصاء
السؤال التالي لقياس درجة استيعاب المديرين لتأثير العوامل البيئية على أنشطة العلاقات
العامة .

ب - مدى تأثير أنشطة العلاقات العامة بالعوامل البيئية المختلفة :

وبالنسبة لمدى تأثير العوامل البيئية على نشاط العلاقات العامة جاءت الامكانيات
المادية فى المقام الأول بنسبة ٦٤,٧% من العوامل التى تؤثر بدرجة كبيرة ٠٠ بليها كل من
الامكانيات البشرية والعوامل الخاصة بالمتجمع كطبيعة النظام السياسى والتشريعى
والاجتماعى بنسبة ٥٨,٨% لكل منها فى رأى عينة الدراسة .

ثم المعلومات المتاحة عن المنشأة والظروف الاجتماعية وطبيعة النظام الاقتصادى
والدوافع والحوافز بنسبة ٥٢,٩% لكل منها لدى مجتمع العينة .

وجاء فى المرتبة الثالثة كل من قيم وعادات الجمهور والحالة الذهنية والمزاجية
للجمهور وطاقت وقدرات أفراد جهاز العلاقات العامة وذلك بنسبة ٤٧,١% لكل منها .
وفى المرتبة الرابعة جاءت الضغوط التى يتعرض لها الجهاز والإطار الثقافى للعاملين
والحالة الذهنية والمزاجية للجمهور وقيمه وعاداته وإطاره الثقافى وتطلعاته بنسبة ٣٥,٣%
لكل منها من وجهة نظر عينة الدراسة .

وجاءت فى المرتبة الخامسة من العوامل التى تؤثر بدرجة كبيرة على نشاط العلاقات
العامة ظروف الجهاز بنسبة ٢٩,٤% ثم دواعى الجمهور ٢٣,٥% ثم تطلعات العاملين
والمشكلات التى يواجهها الجهاز بنسبة ١٧,٦% وأخيراً اتجاهات وآراء وقيم العاملين بنسبة
١١,٨% .

التوصيات

وعلى ضوء النتائج السابقة يمكننا أن نقول بمجموعة من التوصيات التي تساعد على زيادة فعالية العلاقات العامة وقدرتها على تحقيق أهدافها وهي :

- الاهتمام برصد المتغيرات التي تؤثر على ممارسة العلاقات العامة لوظائفها ودراسة مدى تأثيرها وتوفير كافة المعلومات المتعلقة بها لأخصائي العلاقات العامة بالمنشأة ووضعها في الاعتبار عند ممارسة الأنشطة الإدارية المختلفة للعلاقات العامة (التخطيط - التنظيم - اتخاذ القرارات - البحوث - التقييم - الاتصال والانتاج) .
- توفير الإحصاءات السليمة والحديثة عن أنشطة المشروع المختلفة وعن المصيريات البيئية لممارسي العلاقات العامة بالمنشأة .
- توفير أجهزة الاتصال المختلفة وتخفيض القيود الروتينية وتدعيم الروابط بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى من خلال تدعيم مكانة العلاقات العامة بالمنشأة والتسيق الفعال مع الإدارات الأخرى بالمنشأة .
- الحرص على توفير العوامل التي تساعد على زيادة كفاءة العاملين بالإدارة سواء بالاهتمام بالتخصص أم بتعليم اللغة الأجنبية أم بالاهتمام بالتدريب وكذلك لتدريب العاملين على الاستخدام الفعال للكمبيوتر وأجهزة الاتصال الحديثة .
- توفير الميزانية المناسبة .
- الاهتمام بالتخطيط العلمي والبحوث التي تساعد على توفير المعلومات الدقيقة لتحديد الأهداف وممارسة النشاط مع الأخذ بنظام فعال للحوافز مرتبطا بنظام جيد لتقييم الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بما يساعد على زيادة فاعليتها وتأثيرها وتحقيقها لأهداف المنشأة والصالح العام للمجتمع .

ملحق (١) جداول الدراسة

جدول رقم (١) يبين خصائص العينة وفقا للنوع

النوع	ك	%
ذكر	١٤	٧٣,٧%
أنثى	٥	٢٦,٣%
الجملة	١٩	١٠٠%

جدول رقم (٢) يبين خصائص العينة وفقا للمؤهل

المؤهل	ك	%
بكالوريوس تجارة	٧	٣٦,٨%
ليسانس حقوق	٢	١٠,٥%
ليسانس آداب	٤	٢١,٠%
بكالوريوس اعلام	٣	١٥,٧%
دراسات تعاونية	٢	١٠,٥%
خدمة اجتماعية	١	٥,٥%
الجملة	١٩	١٠٠%

جدول رقم (٣) بين توزيع أفراد العينة حسب مسمى الوظيفة

مسمى الوظيفة	ك	%
مدير ادارة العلاقات العامة	١٢	٦٣,٢ %
رئيس قسم العلاقات العامة	٥	٢٦,٣ %
مستول العلاقات العامة	٢	١٠,٥ %
الجملة	١٩	١٠٠ %

جدول رقم (٤) بين المستوى الادارى لجهاز العلاقات العامة

المستوى الإدارى	ك	%
ادارة	١٧	٨٩,٥ %
قسم	—	—
مراقبة	—	—
مكتب	—	—
وحده	—	—
لا توجد	٢	١٠,٥
الجملة	١٩	١٠٠ %

جدول رقم (٥) بين الجهة التي تتبعها العلاقات العامة اداريا

النسبة	العدد	الجهة التي تنتمي اليها
%٤١,٢	٧	رئيس مجلس الادارة
%٣٥,٣	٦	رئيس المصلحة
%١٧,٦	٣	مدير عام
%٥,٩	١	شئون العاملين
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٦) بين مدى تفهم الادارة العليا لنشاط جهاز العلاقات العامة

النسبة	العدد	مدى التفهم
%٤١,٢	٧	جهاز مفيد جدا
%٣٥,٣	٦	جهاز مفيد
%١٧,٦	٣	مفيد الى حد ما
%٥,٩	١	ذو أهمية محدودة
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٧) بين مدى تفهم الادارات الاخرى لنشاط العلاقات العامة

النسبة	العدد	مدى تفهم الادارات الاخرى
%٥٢,٩	٩	تفهم تام
%٤١,٢	٧	تفهم الى حد ما
%٥,٩	١	انعدام التفاهم
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٨) يبين مدى توافر الكفاءات الموجودة

بجهاز العلاقات العامة

النسبة	العدد	مدى توافر الكفاءات
٨٨,٢	١٥	نعم
١١,٨	٢	لا
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٩) يبين نوعية العاملين بجهاز العلاقات العامة

وفقا للمؤهل الدراسي

النسبة	العدد	نوعية العاملين
%٧٩,١	١٢٥	عالي
%١٩,٦	٣١	متوسط
%١,٣	٢	أقل
%١٠٠	١٥٨	جملة العاملين

جدول رقم (١٠) يبين الأسلوب الذى يتبعه جهاز العلاقات

العامة لتوفير احتياجاته

النسبة	العدد	الاسلوب المتبع
%٤١,٢	٧	الاعلان عن احتياجاته
%٣٥,٣	٦	النقل من الادارات الاخرى
%٢٣,٥	٤	الاسلوبان معا
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (١١) يبين الشروط الضرورية التي يتم على ضئونها
توفير احتياجات العلاقات العامة

النبة	العدد	الشروط الضرورية
%١٣,٣	٤	توافر الخبرة الفنية
%١٦,٧	٥	التخصص الدراسي
%٢٦,٧	٨	اجادة لغة أجنبية
%٢٣,٣	٧	لباقة وحسن الظهور
%٢٠,٠	٦	سرعة البديهة
%١٠٠	٣٠	جملة التكرارات

جدول رقم (١٢) مدى الاهتمام بتدريب العاملين بالادارة

النبة	العدد	مدى الاهتمام
%٨٨,٢	١٥	نعم
%١١,٨	٢	لا
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (١٣) بين الجهة المستولة عن التدريب

النسبة	العدد	الجهة المستولة عن التدريب
%٢٦,٦	٤	الإدارة العامة للتدريب
%٦,٧	١	مديرية القوى العاملة
%٦,٧	١	الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة
%١٣,٣	٢	الإدارة العامة لتسمية القوى البشرية.
%٢٠	٣	مجلس الإدارة
%٦,٧	١	مدير الإدارة
%٦,٧	١	شئون العاملين
%١٣,٣	٢	لم يجب
%١٠٠	١٥	الجملة

جدول رقم (١٤) بين مجالات التدريب التي تقوم بها أجهزة

العلاقات العامة

النسبة	العدد	مجالات التدريب
%٢٠,٠	٣	التدريب الإداري
%١٣,٣	٢	التدريب الفني
%٤٦,٧	٧	تدريب على كافة الأنشطة
%١٣,٣	٢	تدريب على استخدام اللغات الأجنبية
%٦,٧	١	استخدام أجهزة الكمبيوتر
%١٠٠	١٥	الجملة

جدول رقم (١٥) مدى توافر الحوافز لتشجيع العاملين

النسبة	العدد	مدى توافر الحوافز
٨٨,٢%	١٥	نعم
١١,٨%	٢	لا
١٠٠%	١٧	الجملة

جدول رقم (١٦) يبين مدى كفاية حوافز تشجيع العاملين

النسبة	العدد	مدى كفاية الحوافز
٧٣,٣%	١١	نعم
٢٦,٧%	٤	لا
١٠٠%	١٥	الجملة

جدول رقم (١٧) يبين أنواع الحوافز التي تقدم للعاملين

النسبة	العدد	أنواع الحوافز
٦٠%	١٢	حوافز مادية
٣٠%	٦	حوافز معنوية
١٠%	٢	ترقيات
١٠٠%	٢٠	جملة التكرارات

جدول رقم (١٨) بين الاهداف التي يسعى الجهاز الى تحقيقها

النسبة	العدد	الاهداف التي يسعى الى تحقيقها
٪٢٨,٢	١١	تحسين صورة المؤسسة للجمهور الخارجى
٪٢٠,٥	٨	خلق جو من الحب بين الزملاء داخل المؤسسة
٪١٠,٢	٤	تغطية أنشطة المؤسسة اعلاميا
٪١٢,٨	٥	حل شكاوى المواطنين
٪١٠,٢	٤	كسب ثقة الجمهور
٪١٠,٢	٤	تنفيذ سياسة المؤسسة
٪٧,٧	٣	استقبال الزائرين
٪١٠٠	٣٩	جملة التكرارات

جدول رقم (١٩) بين الجهة المسئولة عن تحديد أهداف العلاقات العامة

النسبة	العدد	الجهة المسئولة
٪٥٢,٩	٩	رئيس مجلس الادارة
٪٣٥,٣	٦	رئيس المصلحة
٪١١,٨	٢	مدير الادارة
٪١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٢٠) بين الاساس الذى يتم على ضوئه الاهداف

النسبة	العدد	اساس تحديد الأهداف
٪٦٠	١٥	على ضوء الخبرات السابقة
٪٤٠	١٠	الاستعانة بالدراسات والبحوث
٪١٠٠	٢٥	جملة التكرارات

جدول رقم (٢١) يبين الاعتبارات التي تراعى عند تحديد الأهداف

النسبة	العدد	الاعتبارات التي تراعى عند تحديد الأهداف
٪١٨,٥	١٠	الظروف الخاصة بالمجتمع الخارجى
٪٢٩,٦	١٦	السياسة العامة للمنشأة
٪١٨,٥	١٠	الظروف الخاصة بجهز العلاقات العامة
٪١١,١	٦	الاعتبارات النفسية والاجتماعية للعاملين بالجهز
٪١٦,٧	٩	الظروف الخاصة بالجمهور الداخلى
٪٥,٦	٣	الموارد المخصصة والوسائل المتاحة
٪١٠٠	٥٤	جملة التكرارات

جدول رقم (٢٢) يبين مدى توالف الخطط لتحقيق اهداف

العلاقات العامة

النسبة	العدد	مدى توالف الخطط
٪٥٨,٨	١٠	نعم
٪٤١,٢	٧	لا
٪١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٢٣) يبين السبب الرئيسي لعدم الاخذ بأسلوب
الخطط لتحقيق الاهداف

النسبة	العدد	الاسباب التي تحول دون توافر الخطط
%٤٢,٨	٣	كثرة المتغيرات داخل العمل
%١٤,٣	١	لان العلاقات العامة ليست قائمة على أسس علمية -
%١٤,٣	١	ترشيدهم الانفاق
%١٤,٣	١	وجود الخبرات السابقة
%١٤,٣	١	سياسة المؤسسة
%١٠٠	٧	الجملة

جدول رقم (٢٤) يبين الجهة المستولة عن وضع
خطة العلاقات العامة

النسبة	العدد	الجهة المستولة
%٣٠	٣	مجلس الادارة
%٥٠	٥	العلاقات العامة
%٢٠	٢	المدير العام
%١٠٠	١٠	الجملة

جدول رقم (٢٥) بين الاعتبارات التي تراعى عند التخطيط

النسبة	العدد	الاعتبارات التي تراعى عند التخطيط
%١٨,٨	٣	امكانية تنفيذ الخطة
%١٢,٥	٢	التكلفة الخاصة
%١٨,٨	٣	تحقيق الاهداف
%١٨,٨	٣	ملائمة طبيعة العمل
%٢٥	٤	السياسة العامة
%٦,٢	١	لا يوجد
%١٠٠	١٩	جملة التكرارات

جدول رقم (٢٦) بين مدى الخطة

النسبة	العدد	مدى الخطة
% ٢٧,٨	٥	لاكثر من سنة
%٣٣,٣	٦	سنة فاقبل
% ٣٨,٩	٧	خطة عمل طارئة
%١٠٠	١٨	جملة التكرارات

جدول رقم (٢٧) بين المشكلات الادارية والفنية التي تعوق تنفيذ

الخطة في الوقت المحدد

النسبة	العدد	المشكلات الادارية والفنية
%١٣,٣	٢	نقص الاحصائيات وعدم دقتها
%٢٠	٣	الاعتمادات المالية
%١٣,٣	٢	الروتين الادارى
%١٣,٣	٢	عدم المرونة
%١٣,٣	٢	وجود بعض العوائق المتعلقة باللوائح والقوانين
%١٣,٣	٢	عدم توافر وسائل الانتقال
%١٣,٣	٢	نقص الاليدى العاملة
%٩٩,٩٨	١٥	الجملة

جدول رقم (٢٨) بين مدى توافر ميزانية محددة لتنفيذ النشاط

النسبة	العدد	مدى توافر الميزانية
% ٧٦,٥	١٣	نعم
%٢٣,٥	٤	لا
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٢٩) بين مدى كفاية الميزانية المحددة لتفديد

نشاط العلاقات العامة

النسبة	العدد	مدى الكفاية
%٥٣,٨	٧	نعم
%٣٨,٥	٥	لا
%٧,٧	١	الى حد ما
%١٠٠	١٣	الجملة

جدول رقم (٣٠) بين الاعتبارات الأساسية التي تراعى

عند وضع الميزانية

النسبة	العدد	الاعتبارات التي تراعى
% ٣٨,٤٦	٥	تحقيق الأهداف
% ٣٨,٤٦	٥	وفقا لحجم الأنشطة المنفذة
% ٧,٦٩	١	ملائمة الموازنة العامة للمنشأة
% ٧,٦٩	١	موافقة رئيس العمل
% ٧,٦٩	١	المرونة فى التصرف
%٩٩,٩٩	١٣	الجملة

جدول رقم (٣٩) بين الانشطة التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة لتحقيق أهدافه

نوع	درجة الأهمية	مهم	مهم الى حد ما	غير مهم	لم يحدد	الجملة
خدمي	أعمال الشهرلات :					
	جواز سفر - فأشيرات - حجز خدمات	٦٤,٧	٥,٩	٥,٩	٢٣,٥	%١٠٠
	تنظيم الزيارات	٨٢,٣	١١,٨	--	٥,٩	%١٠٠
	استقبال الوفود	٩٤,١	٥,٩	--	--	%١٠٠
	اتصال بالاجهزة السياسية الشعبية	٥٢,٩	--	١١,٨	٣٥,٣	%١٠٠
	رحلات	٤١,٢	٢٣,٥	٣٥,٣	--	%١٠٠
	مساعدات اجتماعية	٤١,٢	١٧,٦	٢٩,٤	١١,٨	%١٠٠
	صندوق زمالة	٣٥,٣	١١,٨	٤١,٢	١١,٨	%١٠٠
	بحوث اجتماعية	٢٩,٤	٢٣,٥	٢٩,٤	١١,٧	%١٠٠
	تنظيم مباريات داخلية	١٧,٦	٥,٩	٤٧,١	٢٩,٤	%١٠٠
اجتماعي	تنظيم مباريات مع جهات خارجية	١١,٨	١١,٨	١١,٨	٣٥,٣	%١٠٠
	مكتبة	٢٣,٥	٥,٩	٣٥,٣	٣٥,٣	%١٠٠
	مسرح وسينما	٣٥,٣	١١,٨	٣٥,٣	١٣,٦	%١٠٠
	ندوات ومؤتمرات	٢٣,٥	٢٩,٤	٢٣,٥	٢٣,٥	%١٠٠
	محاضرات	٨٢,٤	١٧,٦	--	--	%١٠٠
	صحف ومجلات	٥٨,٨	١١,٨	٥,٩	٢٣,٥	%١٠٠
	برامج اذاعية	٧٦,٤	--	١١,٨	١١,٨	%١٠٠
	اذاعة داخلية	٦٤,٧	٥,٩	١١,٨	١٧,٦	%١٠٠
	تخطيط وتنفيذ حملات اعلامية	٢٣,٥	٥,٩	٢٣,٥	٤٧,١	%١٠٠
	عمل المعارض	٤١,٢	--	١٧,٦	٤١,٢	%١٠٠
اعلامي	هدايا وعتبات	٧٠,٦	--	١٧,٦	٢٣,٥	%١٠٠
	مسابقات	٥٨,٨	٥,٩	٣٥,٣	--	%١٠٠
	الاتصال باجهزة الاعلام	٤١,٢	--	٣٥,٣	٢٣,٥	%١٠٠
	اصدار النشرات الاعلامية	٤١,٢	--	٣٥,٣	٢٣,٥	%١٠٠
	طباعة الكتب	٤٨,١	--	٢٩,٤	١٧,٦	%١٠٠
	تحليل مضمون وسائل الاعلام	٣٥,٣	١١,٨	٢٣,٥	٢٩,٤	%١٠٠

دول رقم (٣٢) بين مدى كفاية النشاط الذى يقوم بها جهاز العلاقات العامة

النسبة	الجملة	لا		نعم		مدى كفاية النشاط
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%	ك					
%١٠٠	١٧	١٧,٦	٣	٨٢,٤	١٤	للجمهور الداخلى
%١٠٠	١٧	١١,٨	٢	٨٨,٢	١٥	للجمهور الخارجى

جدول رقم (٣٣)

بين مدى معرفة جهاز العلاقات العامة للجوانب المختلفة للجمهور

الجملة		لا		الى حد ما		نعم		جوانب معرفة الجمهور
%	ك	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
١٠٠	١٧	١١,٨	٢	٢٩,٤	٥	٥٨,٨	١٠	خصائصه النفسية واتجاهاته
١٠٠	١٧	١١,٨	٢	٢٢,٥	٤	٦٤,٧	١١	ظروفه الاجتماعية
١٠٠	١٧	١١,٨	٢	١٧,٦	٣	٧٠,٦	١٢	ظروفه الاقتصادية
١٠٠	١٧	٥,٩	١	٣٥,٣	٦	٥٨,٨	١٠	تكوينه الثقافى

جدول رقم (٣٤) بين وسائل جهاز العلاقات العامة

للاتصال بجمهوره

النسبة	العدد	وسائل جهاز العلاقات العامة
%١٨,٩	٧	وسائل الاتصال الجماهيرية
%٢٤,٣	٩	اللقاءات الشخصية
%١٠,٨	٤	المؤتمرات والندوات
%٢,٧	١	ملصقات
%٨,١	٣	المطبوعات
%١٣,٥	٥	التليفون
%٥,٤	٢	الاعلان
%٢,٧	١	الاستقصاء
%٨,١	٣	الفاكس والتلكس
%٥,٤	٢	البريد
%١٠٠	٣٧	جملة التكرارات

جدول رقم (٣٥) بين مدى اعتماد العلاقات العامة

على البحوث في التعرف على الجمهور

النسبة	العدد	مدى الاعتماد
%٥٢,٩	٩	نعم
%٤٧,١	٨	لا
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٣٦) بين أسباب عدم الاعتماد على البحوث

الاسباب	العدد	النسبة
عدم الالتئاع بها	٢	%٢٥
عدم دقتها	١	%١٢,٥
عدم توافر الامكانيات	٣	%٣٧,٥
عدم وجود لتريب	٢	%٢٥
الجملة	٨	%١٠٠

جدول رقم (٣٧) بين القائم باعمال بحوث العلاقات العامة

القائم بالاعمال	العدد	النسبة
فريق العمل بالادارة	٦	%٦٦,٧
مركز متخصص	٢	%٢٢,٢
العاملون بالمؤسسة	١	%١١,١
الجملة	٩	%١٠٠

جدول رقم (٣٨) بين أنواع البحوث التي يجريها الجهاز

أنواع البحوث	العدد	النسبة
قياس الاتجاهات	٤	%٢٠
استطلاع رأى عام	٦	%٣٠
تطوير الاداء	٤	%٢٠
تقويم الاداء	٤	%٢٠
بحوث شاملة واحصاءات	٢	%١٠
جملة التكرارات	٢٠	%١٠٠

جدول رقم (٣٩) بين مدى اهتمام جهاز العلاقات العامة

بتقويم النشاط

النسبة	العدد	مدى الاهتمام
%٨٢,٤	١٤	يهتم
%١٧,٦	٣	لا يهتم
%١٠٠	١٧	الجملة

جدول رقم (٤٠) بين الطرق المستخدمة لتقويم

نشاط العلاقات العامة

النسبة	العدد	الطرق المستخدمة
%١١,٧	٤	الاجتماع
%٨,٨	٣	ورود الشكاوى
%١١,٧	٤	استطلاع الاراء
%١٧,٨	٦	اللقاءات المستمرة
%٢٩,٥	١٠	التقارير الدورية
%٨,٨	٣	نتائج البحوث
%١١,٧	٤	المناقشات
%١٠٠	٣٤	جملة التكرارات

جدول رقم (٤١) بين توقيت القيام بعملية التقييم

النسبة	العدد	توقيت القيام
١٤,٣	٢	توضع الضوابط الخاصة بالتقييم أثناء وضع الخطة
٣٥,٧	٥	يتم التقييم أثناء مباشرة النشاط
٥٠	٧	يتم التقييم بعد انتهاء تنفيذ البرنامج
%١٠٠	١٤	الجملة

جدول رقم (٤٢) بين أثر المتغيرات البيئية على أنشطة العلاقات العامة

التصميم	البحوث	اتخاذ القرار	التخطيط	التنظيم	المتغيرات البيئية
١٧,٦	١٧,٦	٢٩,٤	٢٣,٥	٣٥,٣	المعلومات المتاحة عن المنشأة والمجمع الخارجي
٢٣,٥	٢٩,٤	٢٩,٤	٤٧,١	٤١,٢	الإمكانات المادية
٢٩,٤	٢٣,٥	٢٣,٥	٣٦,٣	٤٧,١	الإمكانات البشرية
١٧,٦	١٧,٦	١٧,٦	١١,٧	٥,٩	الظروف التي يمر بها جهاز العلاقات العامة
٢٣,٥	١٧,٦	٢٣,٥	١٧,٦	٥,٩	الضغوط التي يتعرض لها
١٧,٦	١٧,٦	١١,٣	١١,٧	٥,٩	المشكلات التي يواجهها
١٧,٦	١١,٧	٥,٩	٥,٩	١٧,٦	اتجاهات و آراء العاملين بالجهاز
١٧,٦	١١,٧	—	—	١١,٧	قيم وعادات العاملين بالجهاز
١٧,٦	٢٩,٤	١٧,٦	١١,٧	١٧,٦	الإطار الثقافي والعلمي للعاملين بالجهاز
١١,٧	—	٥,٩	—	١١,٧	تطلعات و آراء العاملين بالجهاز
٢٣,٥	٥,٩	١١,٧	١٧,٦	٢٩,٤	الدوافع والحواجز
٢٩,٤	١٧,٦	٥,٩	٢٣,٥	٢٩,٤	طاقات وقدرات
٢٩,٤	—	١٧,٦	٥,٩	٢٣,٥	الحالة الذهنية والمزاجية
٢٣,٥	١٧,٦	١٩,٤	١٧,٦	٢٩,٤	اتجاهات و آراء الجمهور
٢٩,٤	٥,٩	١١,٧	٢٣,٥	٤,٥	قيم وعادات
٢٣,٥	١١,٧	٢٣,٥	٢٣,٥	٢٣,٥	الإطار الثقافي للجمهور
٢٩,٤	٥,٩	١٧,٦	١١,٧	٥,٩	تطلعاته وأهدافه
٥,٩	٥,٩	٥,٩	٥,٩	٥,٩	دوافعه
٢٣,٥	—	١٧,٦	١٧,٦	٥,٩	الحالة الذهنية والمزاجية للجمهور
٥,٩	٥,٩	١٧,٦	١١,٧	٢٣,٥	طبيعة النظام السياسي للمجمع
٥,٩	٥,٩	٢٣,٥	١١,٧	٢٣,٥	التشريعات والسياسات الحكومية
١٧,٦	١١,٣	٢٩,٤	٤١,٢	٣٥,٣	طبيعة النظام الاقتصادي السائدة
١١,٧	١١,٧	٢٣,٥	٢٣,٥	٢٩,٤	طبيعة الحالة الاقتصادية للمجمع
١١,٧	٥,٩	٥,٩	١٧,٦	١١,٦	الظروف الاجتماعية : مثل ارتفاع الأمية والتمسك بالعادات والتقاليد

جدول رقم (٤٣) بين مدى تأثير أنشطة العلاقات العامة بالعوامل البيئية

لا تأثير	تأثير اى حد ما	تأثير بدرجة كبيرة	التصنيفات البيئية
--	١١,٨	٥٢,٩	المعلومات المفاحة عن المنشأة والمجتمع الخارجى
--	١٧,٦	٦٤,٧	الامكانيات المادية
--	٢٩,٤	٥٨,٨	الامكانيات البشرية
١٧,٦	٢٥,٤	٢٩,٤	الظروف التى يمر بها جهاز العلاقات العامة
١١,٨	٤١,٢	٣٥,٣	الضغوط التى يتعرض لها
١٧,٦	٢٣,٥	١٧,٦	المشكلات التى يواجهها
١١,٨	٤١,٢	١١,٨	اتجاهات وآراء العاملين بالجهاز
١١,٨	٣٥,٣	١١,٨	قيم وعادات العاملين بالجهاز
٥,٩	١١,٨	٣٥,٣	الاطار الثقافى والعلمى للعاملين بالجهاز
٥,٩	٢٣,٥	١٧,٦	تطلعات وآراء العاملين بالجهاز
--	١١,٨	٥٢,٩	الدوافع والحوافز
-	٢٣,٥	٤٧,١	طاقات وقدرات
١١,٨	٢٣,٥	٣٥,٣	الحالة الذهنية والمزاجية
٥,٩	١٧,٦	٣٥,٣	اتجاهات وآراء الجمهور
٥,٩	٢٩,٤	٤٧,١	قيم وعادات الجمهور
٥,٩	٢٣,٥	٣٥,٣	الاطار الثقافى والعلمى للجمهور
٥,٩	٢٣,٥	٣٥,٣	تطلعاته وأهدافه
١١,٨	١١,٨	٢٣,٥	دوالعه
--	١١,٨	٤٧,١	الحالة الذهنية والمزاجية للجمهور
--	٢٣,٥	٥٨,٨	طبيعة النظام السياسى للمجتمع
--	١١,٨	٥٨,٨	النشريات والسياسات الحكومية
--	٢٣,٥	٥٢,٩	طبيعة النظام الاقتصادى السائدة
--	١٧,٦	٥٨,٨	طبيعة الحالة الاقتصادية للمجتمع
--			الظروف الاجتماعية : مثل ارتفاع الامية والعمسك
--	١١,٨	٥٢,٩	بالعادات والتقاليد

ملحق (٢)

استمارة الاستقصاء

المتغيرات البيئية المؤثرة على

أنشطة العلاقات العامة

دراسة ميدالية على عينة من إدارات العلاقات العامة في المؤسسات

الاعلامية والسياحية ودور النشر المصرية

- يهدف هذا الاستقصاء الى التعرف على أنشطة ادارات العلاقات العامة والتغيرات البيئية المؤثرة على ممارسة هذه الانشطة في المؤسسات الاعلامية والمنشآت السياحية ودور النشر بجمهورية مصر العربية
- مع خالص شكرنا وجزيل تقديرنا لحسن تعاونكم الصادق معنا في هذا البحث نؤكد لكم حرمانا الشديد على هذه البيانات وتمسكنا بالامانة العلمية في استخدامها لأغراض البحث .

وتفضلوا بقبول خالص الشكر وجزيل التقدير

الباحثة

أولاً : بيانات شخصية :

١- النوع : ذكر () أنثى ()

٢- الوظيفة :

٣- المؤهل :

ثانياً : بيانات عامة عن جهاز العلاقات العامة

٤ - المستوى الإداري لهذا الجهاز :

- إدارة () قسم () مرافقة ()

مكتب () وحدة ()

٥- الجهة التي يتبعها هذا الجهاز إدارياً :

-

-

٦- مدى تفهم الإدارة العليا لنشاط جهاز العلاقات العامة :

-

-

-

-

٧- مدى تفهم الإدارات الأخرى لنشاط جهاز العلاقات العامة ومساعدته على

مباشرة اختصاصاته :

-

-
-
-

٨- عدد العاملين بجهاز العلاقات العامة لديكم وتوزيعهم وفقا :

- المؤهل عالى متوسط اقل

- الوظيفة فنية ادارية مهنية

٩- هل الكفاءات الموجودة بالجهاز كافية لانشطة العلاقات العامة ؟

نعم () لا ()

١٠- الاسلوب الذى يتبعه الجهاز لتوفير احتياجاته :

- الاعلان عن احتياجاته ()

- النقل من الادارات الاخرى ()

- اخرى مثل :

١١- الشروط الضرورية التى يتم فى ضئها توفير هذه الاحتياجات ؟

-
-
-
-

١٢- هل يوجد اهتمام بتدريب العاملين بالادارة ؟

نعم () لا ()

١٣- ما الجهة المسئولة عن التدريب ؟

-
-
-
-

١٤- ما أهم مجالات هذا التدريب ؟

-
-
-

١٥- هل توجد حوافز لتشجيع العاملين بالجهاز؟

نعم () لا ()

١٦- هل هذه الحوافز كافية ؟

نعم () لا ()

١٧- ما أنواع هذه الحوافز التي يطبقها الجهاز

-
-
-

١٨- ما أهم الاهداف التي يسعى جهاز العلاقات العامة لتحقيقها ؟

-
-
-
-

١٩- الجهة المسئولة عن تحديد أهداف العلاقات العامة ؟

-
-
-
-

٢٠- الاساس الذي يتم على ضوئه تحديد الاهداف ضع علامة (✓) أمام

الاجابة المناسبة .

* على ضوء الخبرات السابقة .

* الاستعانة بالدراسات والبحوث .

* اسس أخرى مثل :

٢١- ما الاعتبارات التي تراعى عند تحديد الاهداف ؟

* الظروف الخاصة بالمجتمع الخارجى

* السياسة العامة للمنشأة .

* الظروف الخاصة بجهاز العلاقات العامة .

• الاعتبارات النفسية والاجتماعية للعاملين بالجهاز •

• الظروف الخاصة بالجمهور الداخلى

• اعتبارات أخرى مثل :

•

•

٢٢- هل توضع خطة لتحقيق أهداف العلاقات العامة ؟

نعم () لا ()

٢٣- اذا كانت الاجابة بلا فما أسباب ذلك ؟

•

•

•

•

٢٤- الجهة المسئولة عن وضع الخطة ؟

•

•

٢٥- اعتبارات تراعى عند التخطيط :

•

•

•

٢٦- مدى الخطة :

- لاكثر من سنة ()
سنة فاقبل ()
خطة عمل طارئة ()

٢٧- ما المشكلات الادارية والفنية التي تعوق تنفيذ خطة العلاقات العامة في الوقت المحدد؟

-
-
-
-

٢٨- هل توجد ميزانية محددة لتنفيذ النشاط ؟

- نعم () لا ()

٢٩- هل هي كافية ؟

- نعم () لا ()

٣٠- الاعتبارات التي تراعى عند وضع الميزانية ؟

-
-
-
-

٣٦- الأنشطة التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة لتحقيق أهدافه .

ضع علامة (✓) أمام درجة أهمية النشاط :

نوعه	النشاط	درجة الأهمية	مهم	مهم الى حد ما	غير مهم
عام	اعمال التسهيلات جوازات سفر - تأشيرات - حجز خدمات				
اجتماعي	- تنظيم الزيارات - استقبال الوفود - اتصال بالاجهزة السياسية الشعبية - رحلات				
رياضي	- مساعدات اجتماعية - صندوق زمالة - بحوث اجتماعية - تنظيم مباريات داخلية				
ثقافي	- تنظيم مباريات مع جهات خارجية المنشأة - دعم وتشجيع الأنشطة الرياضية الخارجية - مكتبة				
اعلامي	- مسرح وسينما - ندوات ومؤتمرات - محاضرات - صحف ومجلات - برامج اذاعية - اذاعة داخلية - تخطيط وتنفيذ حملات اعلامية				
اخرى	- عمل المعارض - هدايا وعبوات - مسابقات				

٣٢- مدى كفاية النشاط الذى يقوم بها جهاز العلاقات العامة فى رأيك :

• للجمهور الداخلى نعم () لا ()

• للجمهور الخارجى نعم () لا ()

٣٣- هل يعرف جهاز العلاقات العامة الجوانب الآتية عن الجمهور الذى يتعامل

معه ؟

لا	الى حد ما	نعم	
()	()	()	- خصائصه النفسية واتجاهاته .
()	()	()	- ظروفه الاجتماعية
()	()	()	- ظروفه الاقتصادية
()	()	()	- تكوينه الثقافى

٣٤- وسائل جهاز العلاقات العامة للاتصال بجمهوره ؟

-
-
-

٣٥- هل يعتمد جهاز العلاقات العامة على البحوث فى التعرف على الجمهور ؟

نعم () لا ()

٣٦- وما أسباب عدم الاعتماد على البحوث ؟

-
-
-

٣٧- وفي حالة الاجابة بنعم : من يقوم بهذه البحوث ؟

-
-
-
-

٣٨- ما أنواع البحوث التي يجريها الجهاز ؟

• قياس الاتجاهات

• استطلاع رأى عام

• تطوير الاداء

• تقويم الاداء

• أخرى مثل :

٣٩- مدى اهتمام الجهاز بتقويم النشاط ؟

لايهم () يهم ()

٤٠- اذا كان هناك اهتمام بتقويم النشاط :

فما الطرق المستخدمة في تقويم هذا النشاط ؟

-
-
-
-

٤١- وما توقيت القيام بهذا التقييم ؟

- () * توضع الضوابط الخاصة بالتقييم اثناء وضع الخطة
- () * يتم التقييم اثناء مباشرة النشاط
- () * يتم التقييم بعد انتهاء تنفيذ البرنامج
- () * اخرى تذكر :

٤٢- ما أثر المصبرات البيئية على أنشطة جهاز العلاقات العامة الآتية :

التصميم	البحوث	التخاذ القرارات	التخطيط	التنظيم	المصبرات البيئية
					<p>المعلومات المتاحة عن المنشأة والمجتمع الخارجي الامكانيات المادية الامكانيات البشرية الظروف التي يمر بها جهاز العلاقات العامة الضغوط التي يتعرض لها المشكلات التي يواجهها اتجاهات و آراء العاملين بالجهاز قيم وعادات العاملين بالجهاز الاطار الثقافي والعلمي للعاملين بالجهاز تطلقات وآراء العاملين بالجهاز الدوافع والحوافز طاقات و قدرات الحالة النفسية والمزاجية اتجاهات و آراء الجمهور قيم وعادات الاطار الثقافي العلمي للجمهور تطلعاته وأهدافه دوافعه الحالة النفسية والمزاجية للجمهور طبيعة النظام السياسي للمجتمع التشريعات والسياسات الحكومية طبيعة النظام الاقتصادي السائدة طبيعة الحالة الاقتصادية للمجتمع الظروف الاجتماعية : مفسل ارتفاع الامية والتمسك بالعادات والتقاليد</p>

٤٣- الى أى مدى فى رأيك تتأثر أنشطة العلاقات العامة بالعوامل البيئية الآتية :

لا تتأثر	تتأثر الى حد ما	تتأثر بدرجة كبيرة	التغيرات البيئية
			<p>المعلومات المتاحة عن المنشأة والمجتمع الخارجى الامكانيات المادية الامكانيات البشرية الظروف التى يمر بها جهاز العلاقات العامة الضغوط التى يتعرض لها المشكلات التى يواجهها اتجاهات وآراء العاملين بالجهاز قيم وعادات العاملين بالجهاز الاطار الثقافى والعلمى للعاملين بالجهاز تملقات و آراء العاملين بالجهاز الدوافع والحوافز طاقات وقدرات الحالة النفسية والمزاجية اتجاهات وآراء الجمهور قيم وعادات الاطار الثقافى العلمى للجمهور تطلعاته وأهدافه دوافعه الحالة النفسية والمزاجية للجمهور طبيعة النظام السياسى للمجتمع التشريعات والسياسات الحكومية طبيعة النظام الاقتصادى السائدة طبيعة الحالة الاقتصادية للمجتمع الظروف الاجتماعية : مثل ارتفاع الامية والتمسك بالمادات والتقاليد</p>