

## إِسْمَاعِيلُ



سورة البقرة الآية رقم ( ٢٥٥ )

# الإهداء

أهدي هذا البحث إلى أمي وأبي اللذين رباني  
وأعاناني في مشوار حياتي.. ولهما أدعو: "وقل ربَّ  
ارحمهما كما رباني صغيراً" (الآية ٢٤ سورة  
الإسراء..) فمهما فعلت لا أستطيع أن أجازيهما.. وما  
جزاؤهما إلا عند الله تعالى..

إلى إخواني وأخواتي وإلى كل أفراد أسرتي الكريمة  
من الأخوال والخالات والأعمام والعمات.. وإلى جدي  
وجدتي..

وإلى كل من أكن له مودتي.. أهدي هذا البحث.

# الشكر

أتقدم بجزيل الشكر إلى كل الذين وقفوا معي وساندوني في هذا البحث حتى رأى النور..

شكري للدكتور: عباس أبكر محمد أحمد الذي أشرف على هذا البحث، ولم يبخل عليّ بجهدته ووقته، وقدم لي من العون والنصائح والتوجيهات ما أعانني في بحثي، وزوّدني بالعلم في مجال قواعد البحث العلمي، الأمر الذي سيعينني في مسيرتي اللاحقة.

وشكري لاتحاد المصارف السوداني وللأستاذ التجاني حسين دفع السيد رئيس تحرير مجلة المصارف الذي ساعدني في الحصول على الكثير من المراجع.

وشكري لأسرة كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

وشكري لأسرة بنك المزارع التجاري.

وشكري للأستاذ خضر أبو زمام مدير قسم العلاقات العامة بمصرف المزارع التجاري والذي منحني من وقته الكثير وعمل على تسهيل مهمتي في الحصول على كل ما طلبته من معلومات عن المصرف.

شكري لهم جميعاً..

وبالله التوفيق ، ، ،

## مستخلص البحث

### إعداد الطالبة: إسراء عليان شريف حمدان

هذا البحث بعنوان "فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المصارف السودانية- دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على مصرف المزارع التجاري خلال الفترة ما بين (٢٠١٢ - ٢٠١٦م)". وتكمن أهميته في أنه يتناول قطاعاً مهماً للغاية، وهو قطاع البنوك والمصارف السودانية. وقد هدفت الباحثة من خلال الدراسة إلى دراسة واقع العلاقات العامة في المصارف السودانية، ووضع تصورات لكيفية استخدام العلاقات العامة كأداة لتطوير عمل المصارف.

وكان السؤال المحوري في البحث: هل المصارف السودانية لديها القناعات الكافية بأن العلاقات العامة من الإدارات المهمة في المصرف؟ وهل تمكن مصرف المزارع التجاري من أن يكون أنموذجاً يحتذى للبنوك الأخرى في مسألة بناء إدارة علاقات عامة قوية وفعالة؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وأسلوب التحليل في البيانات خلال البحث، حيث استخدمت أدوات البحث (المقابلة، الملاحظة، الاستبيان) أوضحت أهم نتائج الدراسة الميدانية أن أغلبية المستطلعين يؤكدون على أهمية العلاقات العامة وأن عينة البحث (مصرف المزارع) يعتبر نموذجاً في العلاقات العامة، ولكن هنالك سلبيات ونواقص لابد من معالجتها، فجاءت توصيات الباحثة لمعالجة ذلك مؤكدة على أن إدارات المصارف عموماً ومصرف المزارع التجاري على وجه الخصوص أن تنتظر للعلاقات العامة على أساس أنها إدارة أساسية من إدارات المصرف، ولها دوراً مهماً في تطوير علاقته بالمجتمع المستهدف، ولابد من وجود ميزانية مقدرة وتدريب الكادر العامل بالعلاقات العامة وإجراء البحوث والاستطلاعات بصورة دورية وسط الجمهور المستهدف وذلك لمعرفة موقف المصرف أو البنك وسط الجمهور ومعرفة ماذا يتوقع ويريد الجمهور المستهدف منه.

## **Abstract**

### **Preparation Student / Esra Alyan Shreef Hamdan**

This research titled effective public relations in the development of the Sudanese banks. It is an analytical and descriptive study of the role of public relations department at farmers' Commercial Bank during the period 2012 – 2015. The importance of the research lies in that it deals with a very important sector, a Sudanese banks and the banking sector. The researcher aimed through a study to examine the reality of public relations at the Sudanese banks, and develop ideas for how to use public relations as a tool to develop the work of banks.

The essential question in the search: Do Sudanese banks have sufficient conviction that the public relations play an important role in the banking sector? Will commercial farms' Bank was able to be a model for other banks in the issue of building a strong and effective public relations management?

The field study showed that a majority of questionnaires confirm the importance of public relations and farms' Bank is a model of public relations, but there are some deficiencies need to be addressed. The researcher the need to adopt and provide the necessary budgets for the development of public relations in the banking sector to know and identify customer expectations and achieve the wishes and aspirations of the community in general.

## المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر
د	مستخلص البحث
هـ	ABSTRACT
و-ز	المحتويات
ح	فهرس الجداول والأشكال

رقم الصفحة	الموضوع
الفصل الأول: الإطار المنهجي والدراسات السابقة	
١	مقدمة
٢	دوافع البحث
٢	مشكلة البحث
٣	أهمية البحث
٣	أهداف البحث
٤	تساؤلات البحث
٤	المنهج المستخدم
٤	الأدوات المستخدمة
٥	مصطلحات ومفاهيم البحث
٦	الإطار المكاني
٦	الإطار الزمني
٧	مجتمع البحث
٧	هيكل البحث
٨	الدراسات السابقة

<b>الفصل الثاني: لبناء الاجتماعي للعلاقات العامة</b>	
١٥	المبحث الأول: مفهوم ونشأة ومراحل تطور العلاقات العامة
٢٦	المبحث الثاني: أهداف ووظائف ومهام العلاقات العامة في المنشآت
٤٠	المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية ومردود الانطباع الإيجابي
<b>الفصل الثالث: مرتكزات أداء أجهزة العلاقات العامة في المصارف</b>	
٥٤	المبحث الأول: تعديل وتغيير الميول والاتجاهات والتأثير على الرأي العام
٧٠	المبحث الثاني: دور العلاقات العامة في المصارف
٧٨	المبحث الثالث: إسهامات التخطيط الإعلامي للعلاقات العامة في تطوير العمل المصرفي
<b>الفصل الرابع: الدراسات التطبيقية (الميدانية)</b>	
٨٧	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
٩٣	المبحث الثاني: مصرف المزارع التجاري (النشأة، مراحل التطور، عمل إدارة العلاقات العامة).
٩٨	المبحث الثالث: تحليل بيانات ومعلومات الدراسة.
<b>الخاتمة</b>	
١١٥	أولاً: نتائج البحث
١١٦	ثانياً: التوصيات
١١٨	ثالثاً: المصادر والمراجع
	رابعاً: الملاحق

## فهرس الجداول والأشكال

رقم الصفحة	الموضوع
٩٩	الجدول والشكل رقم (١) بيانات النوع
١٠٠	الجدول والشكل رقم (٢) بيانات العمر
١٠١	الجدول والشكل رقم (٣) بيانات المستوي الاكاديمي
١٠٢	الجدول والشكل رقم (٤) بيانات الوظيفة
١٠٣	الجدول والشكل رقم (٥) بيانات الحالة الاجتماعية
١٠٤	الجدول والشكل رقم (٦) بيانات اهمية العلاقات العامة
١٠٥	الجدول والشكل رقم (٧) بيانات فاعلية العلاقات العامة
١٠٦	الجدول والشكل رقم (٨) بيانات دور العلاقات العامة بمصرف المزارع التجاري
١٠٧	الجدول والشكل رقم (٩) بيانات نموذجية مصرف المزارع التجاري
١٠٨	الجدول والشكل رقم (١٠) بيانات النجاحات التي حققتها العلاقات العامة
١٠٩	الجدول والشكل رقم (١١) بيانات إكمال الهيكل الاداري بمصرف المزارع
١١٠	الجدول والشكل رقم (١٢) بيانات الاجهزة والمعينات المحققة للادارة
١١١	الجدول والشكل رقم (١٣) بيانات المشاركة والتخطيط
١١٢	الجدول والشكل رقم (١٤) بيانات التطوير في التخطيط
١١٣	الجدول والشكل رقم (١٥) بيانات البحوث والاستطلاعات
١١٤	الجدول والشكل رقم (١٦) بيانات وجود صندوق شكاوى