

المحاضرة الخامسة : تنظيم العلاقات العامة

مقدمة :

تعدّ العلاقات العامة نشاط اتصالي إداري علمي، وهذا بغرض أن يكون الجهاز القائم على العلاقات العامة جهازا قادرا على تحقيق الأهداف المطلوبة منه، من خلال الأنشطة الثلاثة: الاتصالية، الإدارية، العلمية.

و هو الإطار الذي من خلاله تتحرك أية مجموعة بشرية نحو الهدف المسطر، فهو يعبر عن نمط التعاون البشري القائم من أجل تكوين كيان موحد يمارس الأعمال والواجبات والسلطات لتحقيق الهدف المنشود، وللتنظيم وإدارة العلاقات العامة بالغ الأهمية في نجاح أي مؤسسة خصوصا في تحقيق خططها وأهدافها وعلى هذا فإن هذا الجزء سنتعرض إلى تنظيم وإدارة العلاقات العامة كل جانب فيما يخصه من خصائص ومميزات.

1. مفهوم تنظيم العلاقات العامة:

هي تلك الوحدات التنظيمية التي تقوم بمختلف الأعمال المتعلقة بالعلاقات العامة، وطبيعة العلاقات. وخطوط الاتصال بين تلك الوحدات، والتنظيم الجيد هنا يحقق المزايا التالية:

- الاستفادة من التخصص.
- التحديد الواضح للاختصاصات والمسؤوليات لما يمنع حدوث التضارب، أو الازدواجية في نشاطات العلاقات العامة.
- التكامل والتنسيق بين أنشطة العلاقات العامة.

كما أن تنظيم العلاقات العامة يوفر العناصر التالية:

*وحدة هدف محدد متفق عليها.

*وجود مجموعة من الأفراد بينها علاقة محسوسة.

*اشتراك الأفراد في تحقيق الهدف.

* ويجب أن يتميز التنظيم بواقعية وحيوية وفعالية في تحقيق الأهداف بأفضل الأساليب وأقل التكاليف من خلال مجموعة من الأفراد يكون بينهم تنسيق في جهودهم وعملهم .

- ويقصد بالتنظيم بأنه حصر الأنشطة اللازمة لإنجاز الخطة وتقسيمها إلى اختصاصات للأفراد والأقسام والإدارات وتحديد وتوزيع سلطة كل منها بما يتكافأ مع مسؤوليتها ووضع إطار رسمي لعلاقات للعمل بينها بغرض تمكين الأفراد من العمل في انسجام وتعاون بما يحقق الأهداف المطلوبة بأعلى كفاءة ممكنة، ونشير بداية أنه لا يوجد شكل من أشكال التنظيم يمكن أن نطلق عليه التنظيم الأمثل لأنه يختلف حسب الهدف والحجم ومدى فهم القائمين بالإدارة لأعمال العلاقات العامة، بالإضافة إلى قدرة الأفراد الذين يشملهم التنظيم ودرجة توافرهم والإمكانات المتاحة لهم في تنفيذ هذه الأعمال، كما يمكن أن التنظيم لا يعتبر هدفاً في حد ذاته وإنما يعتبر وسيلة لتحقيق أهداف المنشأة أو المنظمة، ولذلك نجد أن عدداً من المتخصصين في كل قسم من إدارة العلاقات العامة يتناسب بالضرورة مع حجم المنشأة .

ثانياً / أهمية تنظيم العلاقات العامة:

تتمثل فيما يلي:

1- تجنب الإسراف، وذلك بالاستغلال الجيد للإمكانيات المتاحة والحصول على أقصى إنتاجية منها للوصول إلى الهدف بأقصى طريق ممكن دون الإخلال بالمبادئ الإنسانية والقيم الأخلاقية.

2- إيجاد روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان العلاقات العامة.

3- تحقيق الانسجام والتنسيق والتكامل بين تخصصاتهم وخبراتهم ومهارتهم، بما يزيد من احتمال الوصول إلى الأهداف المحددة بقدر كبير من الفعالية. . جميع المسؤوليات المتعددة ذات الطبيعة الواحدة في إدارة واحدة متناسقة النشاط، بحيث يسهل الربط بين أجزائها، بما يحقق انتظام العمل وانسيابه بسهولة ويسر.

4- تحديد الاختصاصات والصلاحيات والمسؤوليات، بحيث يعرف كل فرد واجباته فتسير العلاقات الوظيفية والاجتماعية بأقل قدر من التنافر والاحتكاك.

5- التنظيم ينقل القرارات إلى أقسام المؤسسة سوءا من أسفل إلى أعلى أو بالعكس أو على المستوى الأفقي، كما انه يمد العاملين بالمؤشرات التي ترشدهم في أداء الواجبات.

6- التنظيم يوفر نظاما للاتصالات والمعلومات عن طريق توفير شبكة للاتصالات الرسمية بالمؤسسة إلى جانب الاتصالات غير الرسمية.

7- التنظيم يحقق تنمية وتدريب العاملين فيه عن إيمان بأهمية التدريب وإسهامه الأكيد في الوصول بالعاملين إلى اتخاذ قرارات أفضل .

ثالثا / أهداف تنظيم العلاقات العامة :

يهدف التنظيم في أي مؤسسة إلى توفير الظروف الملائمة لإنجاز العمل على وجه أكمل، و تقوم الإدارة في العادة بالعمل على تحقيق الأهداف الأربعة التالية في مجال العلاقات العامة:

1- تحديد الأهداف الاجتماعية للعميل أو مساعدته على تحديدها .

2- اكتشاف التناقضات بين هذه الأهداف، وبين تلك العناصر من المجتمع الذي يعتمد عليها العميل.

3- محاولة التكيف بين سياسة العميل وأعماله وبين المجتمع.

4- إرشاد الزبون إلى الطرق والوسائل التي يستطيع بها أن يجعل سياسته وأعماله مفهومة لدى الجمهور.

ولكي تحقق العلاقات العامة دورها بفعالية يجب أن تكون إدارة العلاقات ذات تنظيم فعال قادر على انجاز مهماتها و أن أي نمط تنظيم لإدارة العلاقات العامة مهما كانت تسميته (إدارة أو قسم أو جهاز أو غير ذلك) يجب أن يراعي ما يلي:

أولاً: العلاقات العامة جهاز يتبع الإدارة العليا في المؤسسة.

ثانياً: العلاقات العامة نشاط اتصالي يجب أن تسمح له مرونة التنظيم بالحركة والاتصال المباشر بجمهوره الداخلي والخارجي.

ثالثاً: إن طبيعة أنشطتها في التنبؤ و التخطيط والتعرف على الجمهور وسمعة الشركة تحتاج إلى قسم للبحوث والتخطيط.

وبناء على هذا فإن البناء التنظيمي لجهاز العلاقات يجب أن يشمل أقساماً أو موظفين متخصصين فيما يلي : قسم البحوث والتخطيط قسم الاتصال الخارجي، قسم الاتصال الداخلي .

أما بالنسبة للأساس الذي يتم بموجبه تقييم وتوزيع أعمال وجبات جهاز العلاقات العامة على شعب ووحدات متخصصة داخل الجهاز فإن ذلك يخضع للاختيار من ضمن الطرق و الأسس العامة البديلة والمعرفة في التنظيم ومن هذه الطرق:

*طبقاً لنوع السلعة والخدمات.

*طبقا لنوع فئات الجمهور .

*طبقا للمناطق الجغرافية.

*طبقا للأساس الوظيفي.

*طبقا للعمليات و النشاط.

*طبقا لوسائل الإعلام.

أو على أساس مزيج من طريقتين أو أكثر .

رابعا / الخطة الإجرائية لتنظيم العلاقات العامة :

إن التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة يجب أن يتم في إطار الخطة الإجرائية التالية:

1- حصر الأنشطة وكافة الأعمال التي تأخذ طابع العلاقات العامة بناء على معايير عملية، يستطيع بها المنظم التمييز بين ما هو نشاط للعلاقات العامة، وبين ما هو نشاط آخر، وهذا يبرز أن يكون مفهوم العلاقات العامة ينطوي على مضامين وتوجهات واضحة للمنظم.

2- تجميع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة متخصصة داخل النشاط العام للعلاقات العامة، مما يمكن أن يكون أساسا علميا يمكن الاعتماد عليه، في إنشاء الأقسام الوظيفية فيما بعد، وبصورة تساعد على معرفة وتحديد نوع المؤهلات (العلمية والعملية)، والمهارات الواجب توافرها في من ستناط بهم مسؤوليات هذه الأقسام.

3- إنشاء (وحدات إدارية فرعية) داخل نطاق العلاقات العامة بحيث يتم إنشاء قسم لكل مجموعة نشاط متخصصة. وإعطاء كل قسم الاسم الوظيفي المناسب الذي يتفق مع طبيعة ونوع الواجبات والمسؤوليات الموكلة إليه، ويجب مراعاة عدم التكرار والازدواجية عند تجميع الأعمال، بحيث لا يكون العمل الواحد مسؤولية أكثر من قسم.

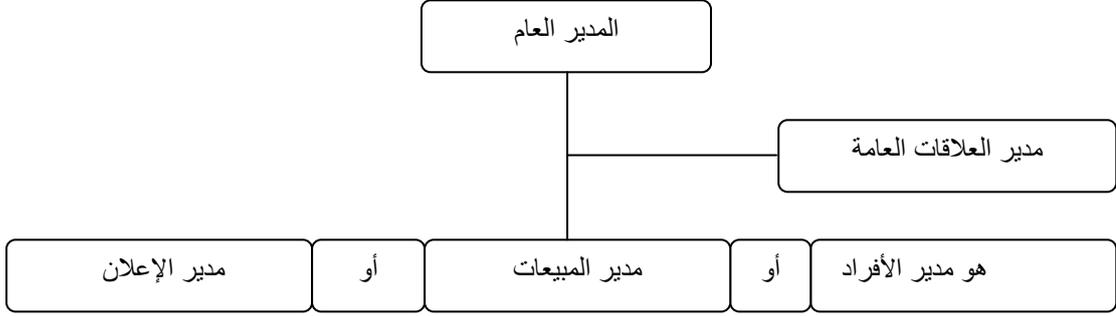
4- تعيين الأفراد المناسبين في كل قسم وظيفي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب.

5- تحديد السلطات الوظيفية كل حسب حجم المسؤولية على عاتقه، وهنا يجب الاحتكام إلى توازن السلطة والمسؤولية، فالسلطة يجب أن تمنح فقط لمراكز اتخاذ القرار (مراكز المسؤولية الوظيفية)، ومما لا شك فيه أنه لا سلطة في غياب المسؤولية، ولا مسؤولية في غياب السلطة.

6- تحديد العلاقات الوظيفية بين الأقسام الوظيفية التابعة للعلاقات العامة، وبينها وبين الأقسام في الوحدات الإدارية الأخرى في المؤسسة، كما تحدد هذه العلاقات بين إدارة العلاقات العامة وغيرها من الإدارات الأخرى.

وفيما يلي عدد من النماذج المقترحة لمكان العلاقات العامة في الخريطة التنظيمية، وقد روعي فيما أن يكون مديرها بالقرب من الأفراد الذي يشغلون المراكز ذات المسؤولية الكبيرة في المؤسسة حتى يمكن أن يحقق أحسن النتائج :

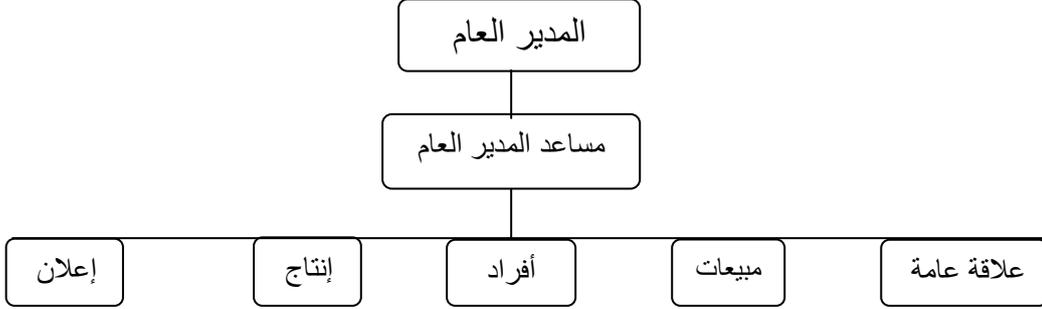
الشكل الأول :



الشكل رقم(05): مكان إدارة العلاقات العامة في الخريطة التنظيمية للمؤسسة.

وفي الشكل الثاني يتصل مدير العلاقات العامة بمساعدة المدير العام اتصالاً مباشراً ولكنه يساوي مركز مديري الإدارات الأخرى، وبذلك يسهل عليه التفاهم معهم إذا كانوا يعقدون جلسات دورية بانتظام التقدير سياسة الشركة، والشكل التالي يبين ذلك:

الشكل الثاني:

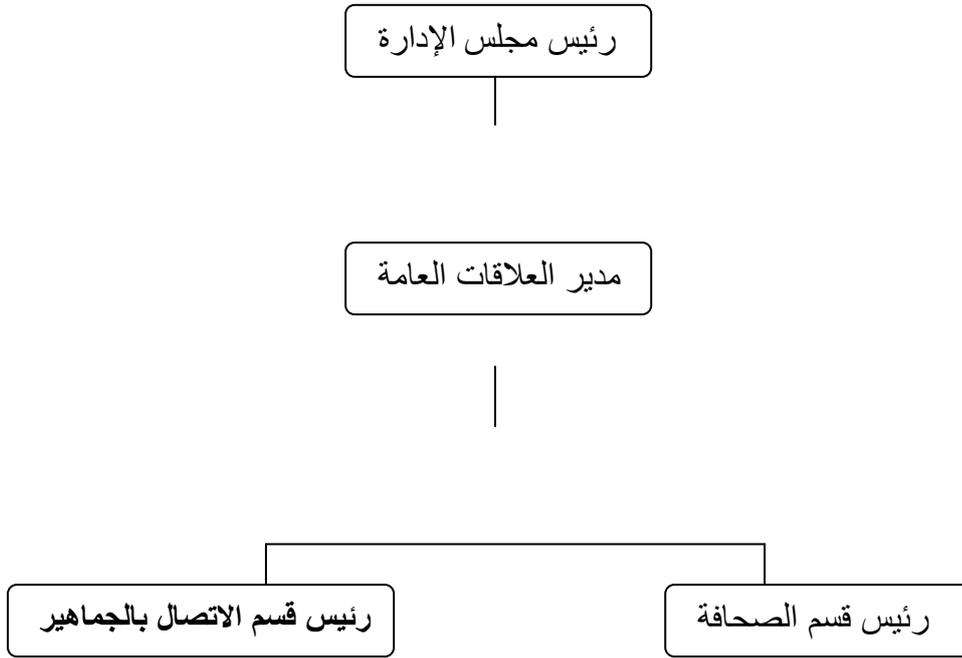


الشكل رقم(06): مكان إدارة العلاقات العامة في الخريطة التنظيمية للمؤسسة

وقد تنقسم إدارة العلاقات العامة إلى قسمين كما هو مبين في الشكل رقم(07)

الشكل الثالث:

وقد يقوم بأعمال العلاقات العامة مدير تتبعه عدة أقسام و ذلك في حالة إتساع مشروعات وبرامج وخطط العلاقات العامة والمدعمة بإمكانيات مادية مناسبة، ويكون إهمال هذا المدير مباشرة وثيقا الإدارة العليا .



الشكل رقم(07): مكان إدارة العلاقات العامة في الخريطة التنظيمية للمؤسسة

(صالح خليل أبو أصبع"العلاقات العامة والاتصال الإنساني". دار الشروق. عمان.1998.ص.118.119).

خامسا : العوامل المؤثرة على تنظيم إدارة العلاقات العامة :

1. حجم المؤسسة أو الهيئة.
- 2 . حجم ميزانية العلاقات العامة.
- 3 . نظرة الإدارة العليا على إدارة العلاقات العامة.
- 4 . خلفية مدير العلاقات العامة.
5. مدى اهتمام الإدارة العليا بجهود العلاقات العامة.