

التنظيم الداخلي لجهاز العلاقات العامة في المنظمة:

"التنظيم الداخلي للعلاقات العامة هو عبارة عن التقسيمات الداخلية لإدارة العلاقات العامة التي تتألف من الوحدات التي تقوم بمجموعها بالأنشطة الداخلية للعلاقات العامة بين جمهور العاملين للمؤسسة"¹

" ولا تقتصر وظائف ادارة العلاقات العامة الداخلية على تنمية العلاقات داخل المؤسسة، وإنما تتعداها الى الجماهير "2 الخارجية مثل المستهلكين والمجتمع والمؤسسات التي تتعامل معها المنظمة...الخ

" عند البدء في إعداد وتنظيم أي إدارة بما فيها إدارة العلاقات العامة يجب مراعاة عوامل تتلخص في الآتي:

1. تحديد أوجه الأنشطة المطلوب ممارستها لتنفيذ السياسات المحددة والخطط المرسومة التي عن طريقها يتحدد الهدف المطلوب

2. تقسيم أوجه النشاط ومجالاته في شكل شعب أو وحدات عمل، لتحقيق التخصص المطلوب وتسهيل الاشراف.

3. التحديد الواضح للسلطات التي تمنح لكل رئيس أو مشرف لضمان حسن أداء العمل وتحديد العلاقات بين الاقسام حتى يمنع حدوث الازدواج أو التضارب في نشاط العلاقات العامة

4. تصميم التنظيم بالشكل الذي يحقق الاهداف المرسومة ويحدث التكامل والتنسيق بين أنشطة العلاقات العامة

الخطوات الاجرائية للتنظيم الداخلي لأجهزة العلاقات العامة:

يرى المهتمين بنشاط العلاقات العامة أن التنظيم الداخلي لهذا النشاط يتم وفق خطوات إجرائية مدروسة من أهمها:³

1. الخطوة الاولى: حصر كافة الأنشطة وكافة الاعمال التي تأخذ طابع العلاقات العامة بناء على معايير عملية يستطيع بها المنظم التمييز بين ما هو نشاط للعلاقات العامة أو نشاط آخر.

2. الخطوة الثانية: تجميع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة متخصصة داخل النشاط العام للعلاقات العامة مما يمكن أن يكون أساساً علمياً في إنشاء الأقسام الوظيفية فيما بعد.

3. الخطوة الثالثة: إنشاء وحدات إدارية وفرعية 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 المناطة إليها.

4. الخطوة الرابعة: تعيين الأفراد المناسبين في كل قسم وظيفي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب

5. الخطوة الخامسة: تحديد السلطات الوظيفية كل حسب حجم المسؤوليات الملقاة على عاتقه وهنا يجب مراعاة الاحتكام إلى توازن السلطة والمسؤولية.

6. الخطوة السادسة: تحديد العلاقات الوظيفية بين الأقسام الوظيفية التابعة للعلاقات العامة بينها وبين الأقسام والوحدات الإدارية الأخرى في المؤسسة.

يمكن أن يكون التنظيم الداخلي حسب النمط التالي:

1. التنظيم الاتصالي: يقوم على أساس النشاط الاتصالي

2. التنظيم الوظيفي: يقوم على أساس تقسيم الأنشطة

3. التنظيم المختلط: والذي يجمع بين الأسلوبين

الاستشارة الخارجية للعلاقات العامة:

تحتاج إدارت العلاقات العامة في أداء وظائفها وتنفيذ برامجها في كثير من الأحيان إلى معونة ودعم الشركات والوكالات المتخصصة في العلاقات العامة⁴

وتشمل المهام التي يمكن للمستشار الخارجي أن يوفرها للمنظمة ما يلي:⁵

1. يوفر أعلى درجة من المهارات والقدرات في أداء وممارسة كل أو بعض وظائف العلاقات العامة، وتتيح المرونة التي لدى الشركات أو المستشار الخارجي، وعدم تفرغه لخدمة عميل واحد أداء المهام التي يتولاها بطريقة اقتصادية وبتكلفة أقل، مقارنة باحتياج الإدارة الى تعيين عدد كبير من الخبراء وشاء أجهزة ومعدات مكلفة.
2. الاضطلاع بمهام غي أوقات الضرورة أو الحاجة اليها، أو في مناسبات ومواسم معينة أو في حالات الطوارئ و الازمات
3. تزيد الشركة أو الوكالة الاستشارية الخارجية من مكانة وسمعة المنظمة في المجتمع المحلي وأمام وسائل الاتصال.
4. تتيح استقلالية الشركة الاستشارية أو الوكالة إداريا ووظيفيا عن المنظمة القدرة والموضوعية في تناول سياساتها وأوضاعها.
5. تستطيع الشركة الاستشارية أن تعبر عن آراء وتوجهات الجمهور الخارجي المستهدف ببرامج وأنشطة العلاقات العامة.
6. تقدم خدماتها للعملاء في أي مكان أو في أي توقيت يرغبونه.
7. تمثل آراء الشركة أو المستشار الخارجي المحلي مركز الاحتكام المحايد عند اختلاف الآراء أو التوجهات داخل المنظمة بالنسبة لما يخص العلاقات العامة.

التخطيط للعلاقات العامة:

- يعرف التخطيط " هو عملية اتخاذ قرارات مستمرة بناءا على معلومات، وتنظيم الجهودات اللازمة لتنفيذ هذه القرارات، وقياس النتائج في ظل التوقعات عن طريق توافر نظام تغذية مرتدة للمعلومات".
- " هو عملية مقصودة وواقعية تتضمن إحداث حالي من التوازن بين عناصر ثلاثة هي الهدف الموارد والزممن".
- " النشاط الفعلي الإداري الذي يوجه لاختيار امثل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق اغراض معينة في فترة زمنية محددة".
- ومن المراحل نجد: ⁶

- تحليل الاوضاع الحالية.

- تحديد الاحتياجات المستقبلية.

- تكوين الرؤية المشتركة للمستقبل.

- مقارنة المستقبل بالحاضر.

- خطة التنفيذ والمتابعة.

مقومات نجاح التخطيط:

من مقومات نجاح عملية التخطيط ما يلي:

- يجب أن تسبق عملية التخطيط كافة العمليات الادارية الاخرى

- مشاركة كافة المستويات الاداري في عملية التخطيط.

- يجب أن تكون عملية التخطيط هادفة.

- بناء عملية التخطيط على اساس وافتراضات واحتمالات واقعية موضوعية وثابتة.

- التعاون والتنسيق بين مخططي ومنفذي الخطة.

- دعم الادارة العليا لعملية التخطيط وتبني أسلوب المبادرة الادارية.

- ممارسة عملية التخطيط بشكل مستمر للخطة بهدف إجراء التعديلات اللازمة وطرح البدائل المتوفرة.

" بعد إجراء البحوث وتحديد المشكلة تحديدا دقيقا من خلال المعلومات التي جمعت والبحوث يصبح لدى العلاقات العامة الاساس الذي تبني عليه أنشطتها في ضوء الامكانيات المتاحة لتحقيق أهداف معينة، وهذا هو التخطيط"⁷

يحقق التخطيط السليم لأنشطة العلاقات العام العديد من المزايا والتي يمكن تلخيصها فيما يلي"⁸

1. تنفيذ برامج متكاملة توجه من خلالها جميع الجهود المتاحة لإنجاز أهداف محددة

2. كسب تأييد الادارة لهذه الانشطة وزيادة مشاركتها فيها

3. التأكيد على الجانب الايجابي بدلا من الجانب الدفاعي في ممارسة العلاقات العامة

4. حسن اختيار الموضوعات والأوقات الملائمة بالإضافة الى اختيار الاساليب الأكثر فاعلية في التنفيذ

5. تحقيق أمثل استخدام ممكن لوسائل الاعلام المتاحة في الوصول الى الجماهير المستهدفة

متطلبات عملية التخطيط:

يرى جورج هاموند أحد خبراء العلاقات العامة الامريكيين أن التخطيط للعلاقات العامة يتطلب:⁹

1. نظرة باحثة الى الخلف لتحديد العوامل المؤدية الى الموقف المطروح للدراسة
 2. نظرة متعمقة الى الداخل للتعرف على الحقائق والآراء التي يجب أخذها في الاعتبار على ضوء أهداف المؤسسة.
 3. نظرة واسعة الى الظروف المحيطة بالمؤسسة لدراسة الواقع المشابهة في المؤسسات التي تمارس نشاطها مع دراسة التيارات السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة.
 4. نظرة طويلة جدا الى الامام حتى يتمكن تحديد أهداف المؤسسة وع البرامج المطلوب تنفيذها لتحقيق الاهداف.
- أنواع التخطيط للعلاقات العامة يمكن أن تكون تخطيط وقائي، التخطيط العلاجي أو تخطيط الازمات أو الكوارث، التخطيط الطويل الامد، التخطيط القصير الامد.

مراحل التخطيط:

تمر عملية التخطيط للعلاقات العامة على ما يلي:

1. تحديد الهدف مع مراعاة أن يكون واضحا ووافيا وقابلا للتنفيذ
2. تحديد الجماهير والاتصال بهم ليسهل التعامل معها والتعرف على رغباتهم.
3. تحديد الوسائل والامكانيات المتاحة أو دراسة العوامل المؤثرة على وضع الخطة، مثل عمل الوقت، ومشاركة الجماهير، وعنصر المفاجأة، والأموال اللازمة.

4. استراتيجية العلاقات العامة أو تحديد أساليب التنفيذ ووضع الخطط.

5. اختيار الموضوعات وتحديد البرامج تقديم مشروع الخطة للجهات المعنية لاعتمادها والمصادقة عليها لتصبح قابلة للتنفيذ.