المحاضرة الثانية :

مقدمة :

يعتبر التخطيط الخطوة الثانية في عملية العلاقات العامة ويعرف " بأنه النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة وهناك تعريف إجرائي للتخطيط يقول أنه " عبارة عن مجموعة من المراحل والخطوات التي تتخذها الإدارة لمواجهة ظروف المؤسسة خلال فترة زمنية مستقبلية ، حيث يبداء التخطيط بالتفكير ومحاولة التنبؤ بما يمكن أن تكون عليه ظروف المؤسسة مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات والظواهر التي يمكن أن تلعب دوراً أساسياً في التحكم في صورة المؤسسة أو الإدارة مستقبلاً ودراسة كل الإمكانات والمواد المتاحة لتأتي بعد ذلك مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات التي يجب إتباعها في الفترة الزمنية المقبلة"(1).

**1\*مفهوم التخطيط في العلاقات العامة**  
ويعد التخطيط أسلوباً علمياً يهدف إلى تحقيق تغيرات مقصودة عن طريق تعبئة جميع الموارد ، والطاقات المادية ، البشرية والتنظيمية لتحقيق أهداف مرغوب فيها بأقل تكلفة وأسرع وقت ، ويقوم التخطيط السليم في العلاقات العامة على دراسة بناء المؤسسة وأهدافها الوظيفية والسياسية التي تنتجها ولتحقيق ذلك ، يوجب خبراء العلاقات العامة ، لابد من دراسة الجماهير المتعاملة مع المؤسسة والتعرف إلى الخصائص النوعية لتلك الجماهير، ومن ثم " فإن دراسة الجمهور والتعرف إلى القيم ، والأهداف المشتركة التي يتقاسمونها خاصة على المستوى الداخلي ، وكذلك باتجاهاتهم نحو المؤسسة سواء كانت مؤيدة أم معارضة ، أما بالنسبة للجمهور الخارجي فإن إجراءات البحوث والقياسات يعد مطلباً ضرورياً.

**1-     مفهوم التخطيط**

التخطيط للعلاقات العامة بصورة عامة هو عملية ذهنية وقدرات فكرية تستند علي الخبرات العلمية والعملية وتتعامل مع الحقائق بهدف التنبؤ بالاحتياجات والطلبات وجمع العمليات لفترات زمنية قد تكون طويلة او قصيرة الامد ، فالتخطيط نشاط تقر فيه الادارة ماذا تريد ان تعمل ؟ وماذا يجب عملة؟ واين؟ ومتي ؟ وكيف ؟ وبواسطة من ؟ وماهي المواد المطلوبة لأداء العمل؟ اي انه نشاط يصنع الاطار الشامل والتفصيلي للأهداف والخطوات والمراحل والعناصر اللازمة لتحقيق هذه الاهداف.

ويعرف **الدكتور/ علي عجوة** التخطيط بانه”ذلك النشاط العقلي الاداري الذي يوجه لاختيار امثل استخدام ممكن لمجموعه الطاقات المتاحة لتحقيق اغراض معينة في فترة زمنية محددة”

اما **الدكتور/ صالح أبو أصبع** فيعرف التخطيط بانه” تحديد الاهداف ووضع السياسات ووضع طرق العمل واجراءات التنفيذ واعداد الميزانيات التقديريه للأنشطة المختلفة وعلي مستوي المشروع ثم وضع البرامج الزمنية بناء علي ذلك وبما يحقق الاهداف الموضوعه”

وتعرفة **الدكتورة / فؤاده البكري** بانه” وضع منهج سليم للعلاقات الداخلية والخارجية لكسب ثقة الجمهور وتلافي الازمات والمشكلات ومواجهة الكوارث الطارئه ومعالجة اثارها الضارة او السيئه”

ويرى **الدكتور/ عبدالرزاق الشخيلي** واخرون ان التخطيط”هوعملية التفكير المنطقي لتحليل الامكانيات المتاحة المادية والبشرية والفنيه بأفضل اسلوب لتحقيق اهداف المؤسسة المرسومة”

اما **محمد قاسم القيوني** و**مهدي حسن زويلف** فعرفوا التخطيط بانه ” الطريق المرسوم مسبقا والذي تسلكة المؤسسه اثناء عملية صناعة القرار”

ويعرفه **جمال حواش** بانه” استعداد دائم لمواجهة الازمات والكوارث باكبر قدر من التنسيق بين الاجهزة المعنية بمواجهة الازمة وتحديد الواجبات العامة والخاصة لهذه الاجهزة بهدف الحد من الخسائر واعادة الاوضاع الي الوضع السليم”

ويري **بيتر دركر** االتخطيط “عملية مستمرة لجعل قرارات المؤسسه منتظمة مع افضل معرفه ممكنة بالمستقبل وتنظيم منتظم للجهود المطلوبة لتحمل مسئولية هذه القرارات وقياس نتائجها بالمقارنة بالتوقعات وذلك من خلال رجع صدي منتظم ومنظم”

**2**–     متطلبات التخطيط

علي ضوء المفاهيم السابقة فالتخطيط الناجح لبرامج العلاقات العامة ينبغي ان يتضمن مجموعه من المتطلبات اهمها كماذكرتها **دكتورة / فؤادة البكري:**

**1-** تحديد المبادي والفلسفات والاتجاهات القائمة والتي توضع الخطه علي اساسها **.**

**2-** تحديد الاهداف ومداها (طويلة .متوسطة .قصيرة) واولوياتها واعطاء المرونه الكافيه لما يستجد من تغيرات **.**

**3-** تحديد السياسات التي ترتكز علي الاهداف وهي المبادي التي وضعتها الادارة**.**

ويري بعض الباحثين ان  دعائم التخطيط او متطلباتها تتمثل في مطلبين اساسيين هما :

**الاول**:دعم مادي(ميزانيه متاحة  ، قوة بشرية مدربه ذات خبرة)

**الثاني**:دعم ادبي بالموافقه علي كل تصورات ومشروعات رجال العلاقات العامة وتاييد خطواتهم الي جانب الاستعدادات الذهنية للوصول الي المقاصد والاهداف

اما **أ.د/محمد منير حجاب** ذكر مجموعه من المتطلبات والتي نرى فيها كثير من الاهمية والواقعيه التي تلمس الواقع العملي للتخطيط في ضوء مجالات العمل وهي**:**

**1-** ضرورة وجود مديربن علي مستوي عالي من المهارة وحسن التصرف**.**

**2-** وجود امكانيات مادية وبشرية وفنية متاحة **.**

**3-** وجود منفذين مهرة ذوي خبرة وكفاءة ولديهم الاستعداد لتحمل المسئولية **.**

**4-** توزيع الادوار علي الادارات المختلفه والتنسيق بينها **.**

**5-** التوعية الكاملة بأهداف الخطة بالنسبة للإدارات والعاملين .

* **أ------أنواع التخطيط في العلاقات العامة:**

يقرر الباحثون في مجال الإعلام والعلاقات العامة عند وضع الخطة الإعلامية أن تتضمن نوعين رئيسيين من التخطيط وهما :

**أولا ً: التخطيط الوقائي:**

هو التخطيط الذي يحافظ على الصلات المستمرة والعلاقات الطيبة مع الجمهور ويهدف إلى استمرار العلاقات الودية وتقديم الصورة الحسنة المستمرة بين الهيئة وجماهيرها وله أسسه...

أ- التخطيط للاتصال بالجمهور " ويتضمن طرق تحديد الجمهور والتعرف عليه ".

ب- التخطيط لاختيار وسيلة الاتصال المناسبة " التي تناسب طبيعة كل جمهور".

ج- التخطيط لوضع المضمون المناسب والرسالة المؤثرة .

**ثانياً: التخطيط للأزمات أو التخطيط العلاجي:**

هو المعروف بتخطيط الأزمات أو الكوارث وهو تخطيط يتسم بالحركة والاستعداد ويكون عادة متأهبا لمواجهة أي مشكلة أو أزمة أو موقف طارئ وهو محاولة لمنع حدوث الأزمات التي تؤثر علي السياحة ومعدلات تدفقها من جهة أو لاحتواء الأزمات السياحية وعدم تفاقمها عند حدوثها من جهة أخرى .

**ينقسم التخطيط من حيث المدى الزمني إلى نوعين :**

- تخطيط طويل المدى وهو المعروف بالتخطيط التنموي الذي تقوم به الأجهزة الرسمية بهدف تطوير البنية الأساسية وإقامة المشروعات التنموية والاستثمارات وهو ما يعرف بالتخطيط الاستراتيجي.

- تخطيط قصير المدى أو متوسط تقوم به المنشآت السياحية المختلفة وتضعه في الإدارات المسئولة عن السياحة لتنفيذ مهامها وتحقيق أهدافها.

**يحقق التخطيط لأنشطة العلاقات العامة المزايا التالية :**

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

* كسب تأييد الإدارة لهذه الأنشطة وزيادة مشاركتها فيها .
* لتأكيد على الجانب الإيجابي بدلا من الجانب الدفاعي في ممارسة العلاقات العامة .
* حسن اختيار الموضوعات والأوقات الملائمة بالإضافة إلى اختيار الأساليب الأكثر فاعلية في التنفيذ .

تحقيق أمثل استخدام ممكن لوسائل الإعلام المتاحة في الوصول إلى الجماهير المستهدفة .