

أولاً: أدوار ومجالات العلاقات العامة في المنظمة

تعدد مجالات العلاقات العامة في المنظمة حسب حجمها وطبيعة نشاطها على النحو التالي:

● العلاقات مع الموردين.

● العلاقات مع الموزعين.

● العلاقات مع العملاء.

● العلاقات مع العاملين بالمنظمة.

ولكل علاقة من هذه العلاقات أهميتها وتأثيرها الفعال في أداء المنظمة لدورها في المجتمع ومن ثم يبرز الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة في العمل على تحسين تلك العلاقات وتنميتها ، وذلك على النحو التالي:

● العلاقات مع الموردين:

تسعى المنظمات الحديثة إلى إقامة علاقات طيبة فيما بينها وبين مورديها الذين يمثلون ركيزة أساسية في إمداد المنظمة بإحتياجاتها من المواد الأولية والمهمات بالجودة المطلوبة وفي المواعيد المحددة.

فإذا ما كانت هناك علاقات طيبة تضطلع بتنميتها العلاقات العامة انعكس ذلك على قيام الموردين بواجبتهم والتزاماتهم قبل المنظمة وحرصهم على المشاركة الفعالة في تحقيق أهدافها ، وفي هذا الصدد لابد من مراعاة عدة أسس تساهم في بناء علاقات جيدة مع الموردين ، لعل من أهمها:

أ- لا تفرقة بين مورد وآخر.

ب- إمداد الموردين بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بإحتياجات المنظمة في الوقت المناسب بما يسمح للمورد بتدبيرها في الوقت المحدد.

- ت- تلقي المعلومات الخاصة بالمواد الجديدة في الأسواق وأسعارها وإتجاهات الأسعار والتطورات المطردة في أذواق المستهلكين.
- ث- حسن إستقبال الموردين في المواعيد والأماكن الملائمة والعمل على إزالة أوجه الخلاف التي تنشأ بين المنظمة والمورد.

● العلاقات مع المساهمين:

انتجعت البلاد سياسة الانفتاح الإقتصادي ، ونتج عن ذلك إنشاء العديد من الشركات المساهمة التي تم تأسيسها بمعرفة المئات من المستثمرين الذين لهم حق معرفة الكيفية التي تدار بها أموالهم ومدخراتهم داخل المنظمة بالإضافة إلى معرفة سياسة المنظمة وبرامجها المستقبلية وحساباتها الختامية.

ولا يتأتى هذا إلا عن طريق وجود علاقات طيبة بين المنظمة وهؤلاء المساهمين ، وتقوم العلاقات العامة بالدور الرئيسي في هذا المجال على النحو التالي:

- أ- إعداد النشرات والكتيبات المتعلقة وأوجه النشاط المنظمة وإرسالها إلى المساهمين.
- ب- عقد المؤتمرات واللقاءات المستمرة لمعرفة آرائهم ومقترحاتهم.
- ت- إجراء الإستقصاءات عند الحاجة إلى إجراء إنتخابات مجالس الإدارة للأعضاء الذين انتهت مدة عضويتهم.

• العلاقات مع العملاء:

كان من نتاج التوسع الصناعي أن ظهرت وحدات الإنتاج الضخمة ذات الحجم والإنتاج الكبير وبعدت بالتالي المسافة بين المنتج والمستهلك ونتج عن ذلك حاجة المنتج (المنظمة) إلى الاتصال بالمستهلك لمعرفة إيجابياته ورغباته بعد أن تحولت السوق إلى سوق مشتريين ، وبعد أن إشتدت المنافسة بين المنتجين سعياً وراء إرضاء المستهلك وكسب ثقته في المنتج ، ومن هنا زادت أهمية الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في المنظمة لتدعيم العلاقة بين المنظمة والمستهلك على النحو التالي:

- أ- دراسة العميل للتعرف على نوعيته وفتته الإجتماعية وقدرته الشرائية عن طريق إجراء بحوث المستهلك التي تمكن نتائجها المنظمة من رسم سياستها الإنتاجية والبيعية على أسس علمية وعملية سليمة.
- ب- التعرف على احتياجات العملاء ورغباتهم بإجراء البحوث الإستقصائية ودراسة الشكاوى التي ترد من المستهلكين عن السلعة أو الخدمة لمراعاة تجنب ظهور أية عيوب بها في المستقبل.
- ت- الاتصال بالعملاء لشرح سياسات المنظمة والرد على استفساراتهم بتقييم الرسائل الترويجية لتنشيط المبيعات عن طريق الهدايا الرمزية التذكارية وإجراء المسابقات وذلك بالتعاون المستمر مع إدارة التسويق بالمنظمة.

• العلاقات مع العاملين بالمنظمة:

تعد هذه النوعية من العلاقات من أهم وأبرز العلاقات التي يجب على إدارة المنظمة أن تأخذها بعين الاعتبار والاهتمام ، ولعل القائمين بنشاط العلاقات العامة في أية منظمة يدركون ذلك ، لأن العاملين في أية منظمة (إنتاجية أو خدمية – حكومية أو غير حكومية) هم العمود الفقري لتحقيق أهدافها ، ومن ثم أصبح على العلاقات العامة الآن تقوم بالدور الفعال لتنمية وتدعيم هذه العلاقات المتشابكة والمتداخلة ، خاصة وأن أية منظمة تتكون من مجموعة متكاملة من العاملين على مختلف المستويات الإدارية والتنظيمية داخل إطار تنظيمي متكامل.

ولعل من أبرز الأدوار وأهم الواجبات التي تضطلع بها العلاقات العامة في هذا المجال ما يلي:

1- الاتصال بالعاملين على اختلاف مستوياتهم الإدارية والوظيفية وتعريفهم بالمنظمة وسياستها وهيكلها التنظيمي وذلك بإعداد الدليل التنظيمي للمنظمة والذي يضم أيضا التعرف بالمديرين ورؤساء الإدارات المسؤولين كما تقوم العلاقات العامة أيضا بتعريف العاملين بواجباتهم الوظيفية وعلاقة وظائفهم بالوظائف الأخرى.

2- عقد المؤتمرات واللقاءات الدورية المستمرة التي تجمع بين الإدارة العليا والعاملين بالمنظمة لمناقشة مشكلات العمل والعاملين المستمرة التي تجمع بين الإدارة العليا والعاملين بالمنظمة لمناقشة مشكلات العمل والعاملين ومعرفة مقترحاتهم للعمل على حلها.

3- تبني سياسة الباب المفتوح إذ تنظم العلاقات العامة مع المسؤولين بالمنظمة مواعيد لقاءهم بالعاملين بالمنظمة الذين لديهم شكاوى أو مقترحات لا يرغبون في عرضها في لقاء مفتوح.

4- تدعيم العلاقات الإنسانية الإيجابية بين المنظمة والعاملين بعضهم البعض ، وذلك عن طريق إقامة الاحتفالات في المناسبات الاجتماعية والوطنية وتنظيم الرحلات الترفيهية لهم ولأسرهم بالإضافة إلى تقديم واجبات التهاني أو العزاء وزيارات المرضى وتقديم الهدايا التذكارية لهم.

المظاهر الحقيقية للعلاقات العامة الجيدة:

يمكن القول أن المظاهر الحقيقية للعلاقات الجيدة على اختلاف مجالاتها تعد نتائج إيجابية لدور العلاقات العامة في المنظمة ، ويمكن توضيح تلك المظاهر على النحو التالي:

- 1- انخفاض معدل دوران العمل بالمنظمة.
- 2- تماسك جماعة العمل بالمنظمة داخل التنظيم الرسمي.
- 3- زيادة درجة التفاعل بين العاملين.
- 4- قلة الشائعات بين العاملين.
- 5- انخفاض معدلات الغياب وجودة الإنتاج.
- 6- قلة الصراعات التي قد تنشأ بين العاملين.
- 7- قلة الشكاوى المقدمة من العاملين وقلة مقاومتهم للتغيير.
- 8- الاستقرار النفسي والأسري للعاملين بالمنظمة.
- 9- ترشيد قرارات الإدارة حيث يتمكن العاملون من الاشتراك في صنعائها.
- 10- الحفاظ على سمعة المنظمة وإزدهارها بين كافة المنظمات في المجتمع.