المطلب الرابع

أهداف العلاقات العامة

المطلب الرابع

أهداف العلاقات العامة

تمهيد وتقسيم:

تعتبر عملية تحديد الأهداف خطوة أساسية فى مجال تخطيط أعمال العلاقات العامة، ويتبعها رسم السياسات الإدارية اللازمة لتنفيذ هذه الأهداف على اختلاف نوعياتها ومستوياتها ومددها الزمنية، كما ينبغى عليها تحديد الوظائف والنشاطات، وحصر الموارد والإمكانات المطلوبة سواء البشرية أو الفنية أو المادية اللازمة لتنفيذ هذه الأهداف.

إن أهداف الخطة هى جوهرها، والباقى مهما كبرت أهميته ما هو إلا برامج لتحقيق الأهداف، فالعلاقة بين المراحل المتتابعة تصبح واضحة تؤكد نفسها بنفسها، وإذا كان تحليل الحقائق يكشف لنا عن المشاكل والفرص المتاحة، فإن الأهداف تمثل لنا الحلول المطلوبة للمشاكل وطريقة استغلال الفرص.

كما يوضح تحديد الأهداف مدى قدرة الإدارة على تمثل نوع المهام المنوطة بها، والدور الأساسى الذى يمكن أن تقوم به فى إطار واجباتها الوظيفية التخصصية، وهو ما يُترجم بعد ذلك فى شكل وظائف ونشاطات أساسية تقوم بها الإدارة.

وتزداد عملية تحديد الأهداف ـ وبالتالى حصر وتحديد الوظائف والنشاطات ـ غموضا وتعقيدا كلما كانت الوظيفة الإدارية مستحدثة نسبيا أو غير واضحة المعالم، أو غير مستقرة من حيث مفاهيمها ووصفها الإدارى التنظيمى والدور المطلوب منها، وهو ما تعانى منه وظيفة العلاقات العامة.

مما تقدم من التمهيد نستطيع أن نتناول موضوعات هذا المطلب فى الفروع الثلاثة التالية:

الفرع الأول: التعريف بالأهداف ومزايا تحديدها وخطواتها والعوامل التى يجب أن تؤخذ فى الاعتبار عند تحديد الهدف.

الفرع الثانى: الأهداف الاستراتيجية والأهداف التكتيكية والأنشطة التى تسهم فى تحقيق هذا الهدف.

الفرع الثالث: أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلى ومع الجمهور الخارجى.

الفرع الأول

التعريف بالأهداف ومزايا تحديدها وخطواتها والعوامل التى يجب أن تؤخذ فى الاعتبار عند تحديد الهدف

تعريف الأهداف:

يعرف الهدف بأنه النتيجة التى يصبو إليها رجل الإدارة، إذا ما نفذت خطته على الوجه الذى يرتضيه، وبمعنى آخر يتمثل الهدف فى الغاية التى تسعى لتحقيقها أى خطة.

مزايا التحديد الدقيق للأهداف:

تتمثل مزايا التحديد الدقيق للأهداف فيما يلى:

ـ تحدد الأهداف الاتجاه العام للجهود الجماعية، فلا يمكن تصور جهد جماعى فعال دون أهداف، إنها تجعل من السهل التنسيق بين جهود هؤلاء الأفراد، فعندما يعرف كل شخص فى المجموعة الأهداف المطلوب الوصول إليها، فإنهم يعملون متعاونين للوصول إليها بأقل درجة ممكنة من الصراع التنظيمى.

ـ تقوى الدوافع عند الأفراد، وإذا كانت الأهداف لا تقوى الدوافع عند بعض الناس، فإنها على الأقل تقلل من الاختناقات التى يمكن أن يحدثوها إراديا أولا إراديا، ولذلك يجب أن يشترك كل فرد فى صناعة الأهداف.

ـ تمكن الأهداف المسجلة كتابة من دراستها وتقييمها بواسطة الإدارة العليا ومديرى الإدارات الأخرى وبالتالى الاقتناع بها وقبولها.

ـ تحدد الأهداف ما ينبغى إنجازه من أعمال وتوضح الأمور التى تحتاج إلى قدر من التركيز والاهتمام.

ـ للأهداف قدرة تنسيقية وتصميمية هائلة فهى تجعل الأفراد ينسون مشكلاتهم الصغيرة أو الشخصية الضئيلة ولاسيما إذا كانت الأهداف " معروفة للجميع".

ـ يساعد التحديد الدقيق للأهداف على تجنب الأعمال الجانبية وغير المنتجة.

ـ يعتبر تحديد الأهداف بمثابة ضوء يرشد إلى عمليات التخطيط التالية، إن التخطيط يتدرج من الأهداف العامة إلى أهداف أكثر تخصصا، وتمثل الأهداف

العامة المهمة الأساسية التى تسعى الأهداف المتخصصة إلى تحقيقها، وهكذا إلى أن تصل إلى أكثر الخطط تفصيلا، ولا يكون التخطيط المتكامل ممكنا إلا بهذه الطريقة.

ـ أن الأهداف يمكن أن تستخدم كمعايير يستند إليها فى بناء الخطط والبرامج، حيث يمكن استخدام الأهداف المحددة قبل ذلك كأساس للخطط المستقبلية، وقد يتم تعديل هذه الأهداف لتتناسب مع الظروف المتوقعة فى المستقبل، ومع ذلك فهى نقطة البداية الطبيعية للتخطيط.

ـ بدون تحديد الأهداف، لن يكون هناك وجود للرقابة، وذلك أنه لكى نتمكن من الحكم على ما إذا كان العمل يسير وفقا للخطة أم لا يجب أن نقارن فعلا بما كان مفروضا أن يتم وبالتالى تعتبر الأهداف معايير نقيس بها التنفيذ الفعلى للعمليات، وهذا النوع من المقارنة مهم جدا للرقابة السليمة.

خطوات تحديد أهداف العلاقات العامة:

يجب اتباع الخطوات التالية لتحديد الأهداف الأساسية للعلاقات العامة وهى:

- تحديد المستوى الحالى من الأداء.
- تحديد مستوى الأداء المتوقع، والحصول على موافقة الإدارة عليه.
- تحليل المشكلات التى تجعل مستوى الأداء الحالى أقل من المستوى المتوقع.
- ترتيب المشكلات التى تتعلق بالاتجاهات وكذلك ترتيب الاتجاهات ذاتها طبقا لأهميتها النسبية.
- وضع أهداف محددة.
- اختيار هذه الأهداف المحددة وتنقيحها تفاديا للآثار الجانبية غير المرغوب فيها.
- وضع الخطط المبدئية لتنفيذ هذه الأهداف المحددة وتقدير تكلفة تنفيذها.
- تعديل وتنقيح الأهداف إذا كان تنفيذها يتطلب تكلفة عالية.
- الحصول على موافقة الإدارة العليا على هذه الأهداف.

العوامل التى يجب أن تؤخذ فى الاعتبار عند تحديد الأهداف:

- من الضرورى أن يكون الهدف واضحا ومشروعا ومتمشيا مع القيم والأحوال الاجتماعية السائدة، وأن يتوسط الهدف المصالح المختلفة للجماهير المتعارضة المصالح فى الهيئة الواحدة.
- الاقتناع بإمكانية تحقيق الهدف، ويتضمن هذا الاقتناع إدراكا عقليا بمجموعة من الشروط التى يتحتم وجودها فى الهدف المطلوب تحقيقه ومن أهمها ما يلى:
- أن يكون الهدف فى حدود الطاقة الذاتية دون إغراق فى المبالغة.
- أن يرتبط الهدف بحاجات العمل فيسعى إلى تحقيقها كما يرتبط برغبات الأشخاص الذين يشتركون فى تحقيقه فيعمل على إشباعها.
- أن يكون فى دائرة ما يمكن أن يقتنع به المنفذون، فلا يكفى أن يقتنع رجل الإدارة بهدفه ولكن لا بد من اقتناع كافة مساعديه به.
- أن يظل الهدف على مرأى من العاملين باستمرار وذلك حتى لا يفتر اهتمامهم به.
- الثقة فى سلامة القرار الصادر بتحديد الهدف، وتتبع هذه الثقة من مصدر ذلك القرار، حيث لا ينبغى أن يكون سلوك مصدر القرار مخالف لطبيعة الهدف الذى يبتغيه، ومما يدعم هذه الثقة أيضا أن يعتمد القرار على حقائق ثابتة ومعلومات مؤكدة.
- الاطمئنان إلى كفاءة المكلفين بتنفيذ الهدف حيث يجب أن تكون الأيدى المكلفة بالتنفيذ والأدوات التى تستخدمها تلك الأيدى على قدر كاف من المهارة والفعالية، فتلك هى القوة التى يستخدمها رجل الإدارة لبلوغ هدفه، كما أن مدى الكفاءة التى يتمتع بها المنفذون لها أثر كبير فى وضع كافة عناصر الخطة حيث يمكن تعديل الأهداف وفقا لما يتوافر من الكفاءة، بالإضافة إلى أن كفاءة القائمين على التنفيذ يعطى المخطط ثقة فى قدرته، تلك القدرة التى تعكسها قدرات معاونيه.

- أن تكون الأهداف إيجابية وليست سلبية، أى أن تسعى إلى إحداث التأثير الطيب بدلا من أن تتجه إلى التفكير فى كيفية منع أى تأثيرات معادية.
- من الضرورى أن نميز بين الأهداف الرئيسية التى تعكسها الخطة وبين الأهداف الفرعية التى تسعى إلى تحقيقها البرامج المنبثقة عن تلك الخطة.
- يجب أن يكون واضحا أن كل هدف رئيسى لا بد وأن يتم تحليله إلى أهداف فرعية محددة لكى يمكن الوصول إلى الأنشطة الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف.
- ألا يكون هناك تنافساً بين الأهداف، ويقصد بذلك أن تحاول الإدارة تحقيق بعض النتائج التى لا يمكن التوصل إليها كلها فى ذات الوقت، ذلك أن تحقيق أحد أو بعض النتائج قد يترتب عليه عدم تحقيق بعض النتائج الأخرى.
- يجب أن يكون التعبير عن الأهداف بشكل كمى أو رقمى كلما أمكن ذلك، فالعبارات المطاطة أو الشعارات لا تصلح كأهداف إذ يصعب ترجمتها إلى أوجه عمل محددة.
- يجب أن يكون تحديد الأهداف من خلال العمل الجماعى وذلك باشتراك العاملين المسئولين عن التنفيذ فى مراحل تحديد الأهداف المختلفة مما يضمن التزام الأفراد بها.
- يجب أن يصاغ الهدف فى عبارة بسيطة واضحة حتى يكون فعالا كما يجب أن يكون عدد الأهداف المطلوب من الشخص الواحد تحقيقها أقل ما يمكن كلما كان ذلك ممكنا.
- يجب إبلاغ كل الأفراد المعنيين والمسئولين عن تحقيق الهدف، ومثل هذه الاتصالات يجب أن تكون مستمرة وفعالة، ومن المهم أن تركز الإدارة فى جميع اتصالاتها مع العاملين على الأهداف الأساسية.
- لا بد من المراجعة الدورية للأهداف، وتبين مدى تناسبها مع الإمكانات والظروف السائدة وإدخال التعديلات الضرورية.

•••••••

الفرع الثانى

الأهداف الإستراتيجية والأهداف التكتيكية والأنشطة التى تسهم فى تحقيق هذا الهدف

الأهداف الاستراتيجية والأهداف التكتيكية:

الهدف الاستراتيجى: هو الغرض النهائى الذى تسعى أية منظمة أو منشأة للوصول إليه خلال مدة معينة مقررة طويلة نسبيا فتتكتل الجهود نحوه، ويكون هو المقصد الذى تتجه إليه كافة الأعمال، وفى سبيل الوصول إلى ذلك الهدف لابد من وجود أهداف مرحلية أو جزئية هى التى تعبر عنها بالأهداف التكتيكية والتى تعتبر كل منها غاية لعمل تفصيلى أو مرحلى، وفقا لتقسيم الخطة على مراحل أو نواح من النشاط، ولابد أن يحدد لكل من الأهداف التكتيكية وقت ينبغى أن ينجز أثناءه يتفق مع الزمن اللازم لإنجاز الهدف الجزئى أو المرحلى، وفى الحدود التى تسمح بتحقيق الهدف الاستراتيجى فى موعده المقرر، ومن الطبيعى أنه متى أنجزت الأهداف التكتيكية كلها، فإن حصيلتها تتجمع وتظهر فى الهدف الاستراتيجى الرئيسى.

ومما ينبغى الإشارة إليه أن هناك أهدافا تكتيكية أخرى، هى تلك التى تظهر أثناء تنفيذ الخطة حينما تواجه فى مسارها بعض العقبات التى لابد من تذليلها.

كذلك ينبغى الإشارة إلى أنه لابد من مراعاة التناسق بين الأهداف بعضها البعض لكى تقود إلى الهدف الرئيسى دون تعارض بينها.

وهناك مجموعة من الأنشطة التى تسهم فى تحقيق هذا الهدف:

- التعرف على اتجاهات الرأى العام الداخلى والخارجى.
- نقل اتجاهات الرأى العام للإدارة العليا.
- إقناع الجمهور بضرورة تعديل السلوك السلبى لإيجابى.
- تنمية التعاون بين المؤسسة وجماهيرها.
- حماية المؤسسة من أى هجوم عليها (الإشاعات، والأخبار الكاذبة)
- تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة.

- إقناع الإدارة العليا بضرورة التطوير والاعتماد على التكنولوچيا.
- تهيئة مناخ ملائم لعمل المؤسسة.
- دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.
- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.
- تحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة واحتياجات الجمهور والمجتمع.
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة فى اتخاذ القرارات.
- زيادة شعبية المؤسسة أو منتجاتها (سلع، خدمات، أفكار).
- تحقيق المزيد من الرواج لمنتجات الشركة.
- بناء عناصر هوية المؤسسة (الاسم، الشعار "المكتوب والمرسوم" الألوان، السمات العامة)
- تسويق المؤسسة على أوسع نطاق، والسعى لأن تكون فى صدارة المؤسسات المشابهة.
- تطوير أسواق المؤسسة وتوسيعها من خلال أفكار إبداعية مستحدثة ومقبولة لدى الجمهور.
- تحقيق القبول الاجتماعى للمؤسسة على مستوى الجمهور والمجتمع.
- تجاوز سوء فهم الجمهور للمؤسسة ولخدماتها.
- تكوين الثقة بين الإدارة والمساهمين (حملة الأسهم) وتوثيق العلاقات معهم.

•••••••

الفرع الثالث

أهداف العلاقات العامة
مع الجمهور الداخلى والجمهور الخارجى

أولا ـ أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلى:

تمثل الأهداف التى تسعى العلاقات العامة لتحقيقها مع الجمهور الداخلى فيما يلى:

ـ تحسين الوعى بين العاملين، وتعريفهم بالدور الذى يقومون به للمنظمة، ومساهمتهم فى الاقتصاد القومى.

ـ رفع الكفاية الإنتاجية للعاملين مما يزيد من أرباح المنظمة أو زيادة كفاءة استغلال الموارد.

ـ تخفيض معدل دوران العمل، حيث أن هناك مزايا واضحة تترتب على استقرار عنصر العمل.

ـ اجتذاب العناصر الممتازة من العاملين، فعندما تكون علاقة المنظمة بالعاملين فيها طيبة، فإن هذا يجذب إليها العناصر الممتازة.

ـ رفع الروح المعنوية للعاملين، نتيجة الإحساس باهتمام الإدارة بأمورهم.

ـ خلق روح التعاون بين الأفراد والمنشأة وبين الأفراد بعضهم البعض.

ـ خلق صلات وعلاقات طيبة بين جمهور العاملين فى المنشأة والإدارة العليا للمنشأة وخلق اتصال فعال بين كافة المستويات الإدارية والفنية والعاملين بالمنشاة.

ـ مواجهة المشكلات التى تعترض العاملين والعمل على إيجاد الحلول العملية لها.

ـ إشباع مجموعة الحاجات الإنسانية لدى العاملين، كالحاجة إلى الاطمئنان والأمن والحاجة إلى الانتماء والحب والحاجة إلى التقدير والاحترام، والحاجة إلى تحقيق الذات وهو ما يمكن أن يتحقق من خلال العمل.

ثانيا ـ أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجى:

وتتمثل هذه الأهداف فيما يلى:

١ ـ شرح سياسة المنشأة للجمهور، وشرح أى تعديل او تغيير فيها بغية قبوله إياها والتعاون مع المنشأة.

٢ ـ مساعدة الجمهور على تكوين رأيه، وذلك عن طريق إمداده، بكافة المعلومات ليكون رأيا مبنيا على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.

٣ ـ مد المنشأة بكافة التطورات التى تحدث فى الرأى العام.

٤ ـ تبصير الرأى العام بأهداف المنظمة ووسائل تحقيق برامجها والقائمين على تحقيق هذه البرامج.

٥ ـ الحصول على إرضاء المجتمع وموافقته على ما تقدمه المنظمة، وذلك كى تعمل من خلال هذه الموافقة والرضا على رفع الروح المعنوية لأعضائها، إذ أن أهم جوانب الحوافز الحديثة تتمثل فى تلك الموافقة لما تتسم به من مظاهر نفسية تؤثر فى القائمين على إدارة المنظمة والعاملين فيها.

٦ ـ تقييم اتجاهات الرأى العام نحو المنظمة سواء فيما يتعلق بأهدافها أو وسائلها أو القائمين عليها، والعمل باستمرار على إحداث التجاوب المنطقى بين المنظمة واتجاهات الرأى العام، حيث يجب على المنظمة أن تطور أهدافها وفق إرادة الرأى العام.

٧ ـ العمل على تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة التى هى الناتج الكلى والنهائى للجهود التى تبذلها المنظمة فى الاتصال بجماهيرها.

٨ ـ توطيد سمعة المؤسسة باعتبار أن السمعة الطيبة هى أحد الدعائم الأساسية التى يقوم عليها كيان المنظمة.

٩ ـ إقامة علاقات طيبة وتفاهم متبادل وصلات ودية وثقة متبادلة بين المنشاة والجماهير الخارجية، وتنمية أوجه التعاون تحقيقا لصالح الطرفين.

١٠ ـ دراسة فئات الجمهور الخارجى واتجاهاته وأرائه ورغباته وحاجاته وميوله وعاداته.

١١ ـ نقل أفكار وآراء الجماهير الخارجية إلى إدارة المنشأة.