

المطلب الأول

العلاقات العامة بمصلحة الجمارك

المطلب الأول:

العلاقة العامة بمصلحة الجمارك

تقديم وتقسيم: -

إن دور العلاقات العامة فى مصلحة الجمارك كغيرها من الجهات الحكومية على مستوى الدولة أو كدول العالم الثالث دور غير موجود تقريباً .

فالعلاقات العامة موجودة كأشخاص بدون عمل أى من الأفراد المغضوب عليهم وأصبحت إدارة العلاقات العامة هى جراج الكسالى عن العمل أو للركنه للتأديب والتهديب أو للمجامل للتزويغ من العمل لانشغاله بعمل خاص أو عمل لمن لا عمل له أى الذى لا يجيد أى عمل .

كان ذلك المفهوم موجود فى مصلحة الجمارك فى الماضى لعدم تفهم الإدارة العليا لدور رجل العلاقات العامة فى خدمة السياسة المتبعة للمصلحة وعدم وجوده فى المواقع الجمركية الهامة مثل جمرك تفتيش الركاب بمطار القاهرة .

وأصبح رجل العلاقات العامة رجل يتصف بصفات يخجل أن تقال أو يتصف بها شخص يعمل فى مصلحة الجمارك .

انعكس ذلك المفهوم السيئ على العمل الجمركى بصفة عامة وأصبح رجل الجمارك مكروهاً لأنه رجل جابى ضريبة ملتزم لا يعلم أى شىء عن فن العلاقات العامة من ذوق فى معاملة الراكب أو المتعامل مع مصلحة الجمارك .

كل ذلك كان موجوداً فى مصلحة الجمارك فى الماضى وأصبحت سمعة الجمارك سيئة بين جمهور المتعاملين مع رجال الجمارك والخوف من التعامل معهم كل ذلك بسبب عدم وجود علاقات عامة واعية فاهمة لعملها .

عندما تغيرت الإدارة العليا بمصلحة الجمارك وجاء رئيس مصلحة نموذج لرجل الإدارة المتفتح هدوءاً واتزاناً علماً وموهبة وأمانة ورحابة صدر إلى ما لا نهاية ابتساماً دافئة متفهم لدور العلاقات العامة وأهميتها فى العصر الذى نعيشه .

بدأ التغيير الشامل فى جميع المواقع الجمركية على مستوى الجمهورية وأصبح رجل الجمارك رجل علاقات عامة بما تحويه هذه الكلمة بعد إعداده

وصقله من الناحية الفنية من خلال دورات تدريبية متخصصة داخلية من خلال المعهد القومى الجمركى أو خارج المصلحة وبدأ العمل الجاد لتغيير صورة الجمارك الماضية من خلال الإدارة الوسطى والتي أحسن اختيارها لتأدية هذه المهمة الصعبة.

ولنأخذ مثلاً حيويًا واضحًا لنقرب صورة التغيير الجذرى الذى حدث فى مصلحة الجمارك فى مجال العلاقات العامة وهى إدارة جمرك تفتيش الركاب بمطار القاهرة الدولى.

رجل العلاقات العامة فى جمارك تفتيش الركاب بصفة عامة:

هذا الرجل مكلف بمهام صعبة لأنه يحمل على عاتقه صورة مصلحة الجمارك فتصرفه محسوب عليه أية كلمة يتفوه بها لا بد من تفهمها جيداً متى يتكلم ؟ متى يصمت ؟ متى يتدخل فى موضوع ما ؟

صورة رجل العلاقات العامة فى الماضى بأنه رجل تشهيلات يفعل أفعالاً مهينة لإرضاء رؤوسيه هذه الصورة تغيرت تماماً – أصبح رجل العلاقات العامة خاصة فى مطار القاهرة النموذج الأمثل لرجل العلاقات العامة فى العصر الحديث رجل مثقف متزن يعلم كل شئ عن الجمارك بأنواعها يعرف إجراءات جمركية يعرف قانون جمركى يعرف تعريف جمركية يعرف كل شئ عن السياسية التى تنتهجها مصلحة الجمارك فى ظل الظروف الاقتصادية التى تمر بها البلاد.

رجل العلاقات العامة فى جمرك المطار رجل متحدث لبق يجارى من يحدثه فى شتى المواضيع بأذن صاغية وعقل متفتح وثقافة متنوعة دون ثرثرة أو ملل لما يتخلل حديثه من خفة الدم وانتقال من موضوع لآخر حتى أصبحت العلاقات العامة مفخرة لمن يعمل بها وشرف لمن ينتهجها عملاً له وهى بإذن الله فى تقدم مستمر ليساير التطور السريع للعصر الذى نعيشه.

كل هذا بفضل قيادة جمركية واعية عملت على تطبيق روح العلاقات العامة فى جميع المواقع الجمركية خاصة جمرك تفتيش الركاب مما أحدث إنجازاً كبيراً فى تطوير أسلوب العمل.

جمرك تفتيش الركاب فى الماضى:

كان رجل الجمارك فى جمرك تفتيش الركاب فى الماضى يتقمص شخصية جابى الضريبة "الملتزم" بما تحمله هذه الكلمة من معان سيئة ومن صورة بشعة مخيفة لمؤدى هذه الضريبة وهذا أيضاً كان يعنى أن مأمور الجمرك فى تعامله مع الناس يشعر بأنه سلطة أعلى والذى يحصل الضريبة ويفرض الغرامة وهذا القدر من القوة قد يمنح البعض نشوة السلطة وهى خطيرة وسيئة.

وانعكس ذلك على أسلوب العمل فى تفتيش الحقائق وإخراج ما فيها لتثمين كل شئ وهذا يتطلب وقتاً طويلاً وفيها أيضاً إهدار لكرامة المتعامل مع الجمارك والقادم من الخارج فحقائبه تفتح وتراجع قطعة قطعة لأنه جابى ضرائب ويريد أن يحقق أكبر قدر من المال للدولة وهذا كان خطأ كبيراً لأن الدولة لا يمكن أن ترضى بإهدار كرامة الإنسان ببعثرة أسرارهِ وحاجياته التى لا يرضى الإنسان سوى بفضحها أمام الجميع.

أيضاً كان هناك فى الماضى معاملة جافة تخلو من الابتسامة المريحة المطمئنة والجفاء أيضاً فى التحدث مع المتعاملين مع الجمارك.

جمرك تفتيش الركاب بمطار القاهرة الدولى فى الوقت الحاضر:

تغير أسلوب العمل تماماً كبقية المواقع الجمركية فتغيرت صورة رجل الجمارك إلى الأفضل لأن عمل رجل الجمارك انقلب من نظام الملتزم جابى الضريبة إلى نظام المنفذ للسياسة الجمركية التى ترسمها الدولة ورجل الجمارك قائم على تنفيذ هذه السياسة بصورة مقبولة مريحة لجميع الأطراف بهدوء تام وابتسامة مطمئنة.

أيضاً لتشجيع السياحة والتخلى عن نظام جابى الضريبة الذى يفتح كل الحقائق ويبعث محتوياتها ليحل محله نظام الثقة بين الجمارك والمتعامل معها.

وتغيرت كراهية رجل الجمارك إلى شكر وإشفاق على العمل الجمركى بما فيه من جهد وعطاء لأداء الخدمة للمتعاملين على أكمل وجه حتى قيل عن رجال الجمارك هم جنود مجهولون.

أيضا دأبت الإدارة العليا على تطوير العمل فى جميع المواقع الجمركية بإنشاء علاقات عامة فرعية تتبع مدير عام الموقع لإظهار الموقع الجمركى للمتعاملين معه بصورة حسنة ومقبولة ولتحسين أداء الخدمة.

الفهم المتبادل أساس العلاقات العامة:

لترسيخ مفهوم العلاقات العامة الصحيح بمصلحة الجمارك كان لابد من بذل مجهودات أو محاولات مخططة لتغيير المفاهيم السابقة ولخلق وتنمية الاتصالات الداخلية والخارجية لتسهم فى دعم الفهم والاحترام والود المتبادل بين المصلحة وبين جمهورها إن الجمهور المتعامل مع مصلحة الجمارك فى حاجة إلى خدماتها وفى ذات الوقت ينشد احترامها له. من هنا يقع على عاتق كافة العاملين بمصلحة الجمارك آياً كانت وظائفهم وآياً كانت مستوياتهم توفير هذه المشاعر والأحاسيس لدى الجماهير المتعاملة مع مصلحة الجمارك.

فالموظف مهما قلت درجته الوظيفية يمكنه أن يسهم فى دعم سمعة مصلحة الجمارك واكتساب تأييدها من خلال حُسن استقباله وسرعة الإجراءات فى سهولة ويسر.

العلاقات العامة تبدأ من الداخل:

إن العلاقات العامة الصحيحة تبدأ من داخل المصلحة كما ذكرت من قبل عندما تحدثت عنها فى الجهاز الحكومى بالدولة وأريد أن أقول فى هذا السياق أنه يجب على قيادات المصلحة أن تطور مفاهيم ومدرجات ومعارف موظفيها بدعم الصلة مع الجمهور الداخلى وتوثيق الروابط معه وتوحيد قدراته وإمكانياته لتعزيز مكانة المصلحة وازدهار صورتها.

وهذا ما حدث فى مصلحة الجمارك المصرية عندما صدر قرار وزير المالية رقم ٥٥١ لسنة ٢٠٠٦، بتحديد الهيكل التنظيمى لمصلحة الجمارك المصرية تضمن الهيكل داخل طياته الإدارة المركزية للعلاقات العامة والاتصالات تتبع قطاع شئون المصلحة وتتكون من ثلاث إدارات عامة هم الإدارة العامة للعلاقات العامة والإدارة العامة لخدمة المواطنين والإدارة العامة للاتصالات الداخلية.

كما تم إنشاء أربع إدارات عامة للاتصالات والعلاقات العامة بقطاع العمليات الجمركية إدارة عامة منهم تتبع الإدارة المركزية لدعم البرامج والثلاث إدارات الأخرى تتبع كل واحدة منهم منطقة جمركية من المناطق الجمركية الثلاث المنطقة الوسطى والجنوبية والمنطقة الشمالية والغربية والمنطقة الشرقية.

وقد بدأ العمل بتفعيل هذا الهيكل وتم تسكين الموظفين على تلك الوظائف الخاصة بالعلاقات العامة وفرح من فرح وسعد من سعد لكن هل حدث فعلاً تغيير فى المفاهيم القديمة العقيمة فى الأزمان البالية. أم مازالت الأشخاص هم كما هم يجيدون قرع الطبول والرقص فى زحمة التوهان وجهل الاختصاصات واعتلاء المنصب ليقال عنه أنه كذا وكذا ثم بعد ذلك ماذا ؟ أيام يقضيها والأيام تجرى مسرعة ويحمدون الله أنهم يخرجون إلى المعاش سالمين يحملون لقب مدير عام أو وكيل وزارة وهذا كاف لهم ويقول لسان حالهم ماذا كنت تنتظر ماذا تريد أن نفعل ونحن لا نعلم ! كيف نطور ونحن لم نتطور ! وماذا تنتظر ممن سيأتون بعدنا ... كله كلام فى كلام وربنا يطول فى عمرنا ونشوف من سيفعل بحق العلاقات العامة والاتصالات بمصلحة الجمارك!

نموذج تنظيم لإدارة العلاقات بمصلحة الجمارك:

كما ذكرنا من قبل أن قرار وزير المالية رقم ٥٥١ لسنة ٢٠٠٦، بتحديد الهيكل التنظيمى لمصلحة الجمارك المصرية تضمن داخله الإدارة المركزية للعلاقات العامة والاتصالات وتتكون من ثلاث إدارات عامة هم الإدارة العامة للعلاقات العامة والإدارة العامة لخدمة المواطنين والإدارة العامة للاتصالات الداخلية كما تم إنشاء أربع إدارات عامة للعلاقات العامة والاتصالات.

إدارة عامة منهم وتتبع الإدارة المركزية لدعم البرامج والثلاث الأخرى تتبع كل واحدة منهم منطقة جمركية فى المناطق الثلاث التابعين لقطاع العمليات.

النموذج فى كل إدارة عامة لا بد أن يضم إدارات ست هامة جداً:

- إدارة الإعلام الجمركى والتي سأحدث عنها فى المطلب التالى.
- إدارة البحوث.

- إدارة العلاقات الداخلية.
- إدارة الاتصال بالمجتمع المحلى.
- إدارة العلاقات الخارجية.
- إدارة الشؤون الإدارية والمالية.

وإذا تحدثنا عن مهام كل إدارة فى عجالة سنجد ان:

إدارة الإعلام تقع على عاتقها مسئولية إعلام جماهير مصلحة الجمارك الداخلية والخارجية بدور المصلحة الوطنى وما يجرى داخل المصلحة ومواقعها المختلفة كما يقوم موظفو إدارة الإعلام بجمع الأخبار وتوزيعها على وسائل الإعلام بعد العرض على رئيس مصلحة الجمارك.

إدارة العلاقات الداخلية وتقوم هذه الإدارة بما يلى:

- الإشراف على إعداد الندوات والمؤتمرات والمحاضرات العامة التى تقوم بها المصلحة والإعداد للحفلات.

- تنظيم الرحلات والمسابقات الرياضية والثقافية وغير ذلك من الأنشطة التى تهدف إلى الترفيه عن الجمهور الداخلى ورفع الروح المعنوية بينهم.

- بحث الشكوى المتعلقة بجماهير "موظفى المصلحة" ووضع نظام مخطط لمتابعة حل هذه المشكلات.

- تجهيز وسائل الانتقال اللازمة لشتى أغراض العلاقات العامة.

- تسهيل سفر أفراد المصلحة وذلك بالاتصال بالجهات الرسمية لإنجاز ترتيبات السفر فى إدارة الجوازات والمطارات وغيرها، وذلك سواء فى المهمات الرسمية أوفى الرحلات التى تنظمها المصلحة مثل رحلات الحج.

إدارة العلاقات الخارجية:

- استقبال كبار الشخصيات والوفود الزائرة للمصلحة وإعداد برامج الزيارة لهم لتعريفهم بمختلف أنشطة المصلحة.

- استقبال الخبراء القادمين من الخارج والعمل على تذليل العقبات التى تواجههم وحجز الأماكن اللازمة لهم فى الفنادق وإعداد وسائل الانتقال اللازمة.

– إعداد وتنفيذ البرامج الخاصة بمشاركة المصلحة فى المناسبات والأحداث المختلفة.

– تنفيذ البرامج التى من شأنها ربط المصلحة بجماهيرك دول العالم وكذلك الهيئات العلمية والثقافية المختلفة.

إدارة البحوث:

تقوم هذه الإدارة بدراسة الاتجاهات السائدة وتحليلها حتى يمكن نقلها إلى المستويات الإدارية العليا، كما تقوم بدراسة وسائل النشر المختلفة وذلك لاختيار أفضلها فى الاتصال بالجماهير. وعلى أساس المعلومات التى يقوم قسم البحوث بجمعها، يتم التخطيط ووضع البرامج المختلفة لتحسين العلاقة وتدعيمها بين المصلحة وجماهيرها المختلفة.

ولا بد أن تضم هذه الإدارة مكتبة ترتب فيها جميع المعلومات المتوافرة عن مصلحة الجمارك وجماهيرها فى سجلات تعد لهذا الغرض. كما تحفظ فيها القصاصات الصحفية التى تتعلق بالمصلحة بعد إضافة البيانات التى تبين مصدرها وتاريخها على ورقات تلتصق بها، وترتب حسب تاريخ النشر وتوضع فى ملفات تيسر الرجوع إليها فى أى وقت ويحتفظ فى المكتبة كذلك باليوميات الصور لشخصيات ورياسات المصلحة والزيارات والاحتفالات فى المناسبات المختلفة، ويحتفظ فيها كذلك بسجلات تضم أسماء كبار الشخصيات من المصريين والأجانب ومناصبهم ممن يتطلب الأمر دعوتهم فى المؤتمرات والحفلات العامة.

إدارة الاتصالات بالمجتمع المحلى:

وتتبع فكرة هذه الإدارة من فلسفة مؤداها من أن آثار أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود المجتمع الذى يتعامل معه مباشرة إلى المجتمع الكبير، ومن ثم فإنه لا بد أن يكون لسلك هذا الفرد أو المصلحة مغزى اجتماعياً.

ولكى يتحقق هذا المغزى الاجتماعى، لا بد أن يكون بين أفراد إدارة العلاقات العامة بالمصلحة من يستطيع توجيه النصيح فيما يتعلق بالتعامل مع المجتمع المحلى، وإمداده بالمعلومات الكافية عن مشروعات تطوير المصلحة فى هذا السبيل من خلال وسائل الإعلام، ذلك أن إدراك المنظمة لاحتياجات المجتمع المحلى يوفر لها مجتمعاً أفضل تمارس فيه نشاطها.

إدارة الشؤون الإدارية والمالية:

ولكى تؤدي العلاقات العامة وظائفها على أكمل وجه، يجب أن تضم إدارة العلاقات العامة إدارة للشؤون الإدارية والمالية تكون مسئولياتها الأساسية إمداد الأقسام الفنية بالمعدات والأدوات التي يتطلبها العمل الفني، وإنهاء جميع الإجراءات المالية والإدارية المتعلقة بمختلف أنشطة العلاقات العامة، وإرسال واستلام كافة المراسلات بين إدارة العلاقات العامة والجهات المختلفة، وباقي أعمال السكرتارية.

