

الفصل الأول

العلاقات العامة

- التعريف

- الدعائم

- العلاقات العامة في المنشآت السياحية

تعريف العلاقات العامة

يقول المنظرون عن العلاقات العامة أنها التحرك الإعلامي المتكامل ابتغاء تثبيت الحقيقة، حين لا يتسرب الخلط والغلط وإنما العمل الدؤوب المتواصل الهادف إلى إعانة المؤسسات والجمعيات والأفراد للظهور بأبهى صورة^(١).

العلاقات العامة:

هي النشاط الذى تقوم به أية صناعة أو اتحاد أو حكومة أو أى منظمة أخرى لإقامة وتدعيم علاقات طيبة ومستمرة مع فئات خاصة من الجماهير كالعملاء والعاملين والمستثمرين وكذلك مع الجمهور العام وذلك بهدف التلاؤم مع الظروف المحيطة وتعريف المجتمع بها.

وأنها الجهود المخططة للتأثير فى رأى العام من خلال الأداء المقبول والقيام بالاتصال المتبادل فى اتجاهين.

والعلاقات العامة مجهود اتصالى شامل وواسع للمنظمة يهدف للتأثير فى مجموعات كثيرة من الناس من حيث اتجاهاتهم نحو المنظمة، فأنشطة العلاقات العامة يتم تصميمها لإقامة أو المحافظة على الانطباع "أو الصورة الذهنية" الطيبة للمنظمة مع الجماهير المختلفة المتصلة بها.

(١) جون شومالى دينس هويسمان: العلاقات العامة، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم سنة ١٩٩٤.

وهى تلك الوظيفة الإدارية التى تتولى تقييم اتجاهات الرأى العام وتخطط وتنفذ البرامج التى تؤدى إلى كسب وتفهم وقبول الرأى العام.

فالعلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة تهدف إلى تقدير أهمية الرأى العام وترمى إلى تخطيط وتنظيم العلاقة مع الجمهور وتوضيح سياستها وتحقيق أهدافها للأفراد العاملين والجمهور التى تتعامل معها والمجتمع الذى تباشر نشاطها فيه بغرض إيجاد نوع من التفاهم والتعاون المتبادل بينهم.

وهى إحدى الوظائف الأساسية للمنظمة التى تتولى تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة والأعمال المتعلقة بالجمهور المرتبطة بالمنظمة بغرض الاحتفاظ بعلاقات طيبة وكسب التأييد للمنظمة والتأثير فى الاتجاهات والقرارات نحو المنظمة لتحظى دائماً بالقبول.

لقد تطورت مفاهيم العلاقات العامة على مر السنين بما يوضع ويعكس مدى تطور مهامها الوظيفية فى المنشآت والمنظمات المختلفة وفى المجتمع.

فى البداية كانت العلاقات العامة تعنى عناية خاصة بالدفاع الشديد عن مصلحة المنشأة ضد الصحافة أو الحكومة، ومحاولة التأثير على الرأى العام وأيضاً التعامل مع السياسة العامة المتغيرة والتى قد تؤثر على إدارة العمل فى المنشأة.

وبمعنى آخر كان مفهوم العلاقات العامة يعتمد على الاتصال الإقناعى ذو الاتجاه الواحد واستمر هذا المفهوم للعلاقات العامة يعتمد على الدعاية الإقناعية حتى الحرب العالمية الثانية، ومن أمثلة هذه المفاهيم تعريف "القاموس الحديث".

بأن "العلاقات العامة هى حث للجمهور للفهم والإرادة الجيدة"⁽¹⁾.

ثم تطور مفهوم العلاقات العامة خلال العقود التى تلت الحرب العالمية الثانية

(1) Scott A. cutlip. Ellen H. center, Gler M. Broom, Gthed, Effectve public Relcetion, Prentic- Hall, Inc, Jnglewood Cliffs, new Jensey 7632.

ليدخل على المفهوم فكره الاتصال التبادل أو الثنائي وليظهر المفهوم التفاعلي للعلاقات العامة في قاموس وبستر والذي أوضح.

"بأن العلاقات العامة هي فن أو علم تطوير وتبادل التفاهم والرغبة الحسنة".

ثم تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة.

بأن "العلاقات العامة هي الجهود المبذولة والمخططة والمرسومة لإيجاد الفهم المشترك بين المنظمة وجمهورها والحفاظ عليه".

وظهرت تعريفات أخرى ترى أنها تقوم على الاتصال ذو الاتجاهين.

وأن العلاقات العامة هي الجهود المخططة للتأثير على الآراء والاتجاهات من خلال الشخصية الجيدة والأداء المسئول والمركز على التبادل المرضى ذو الاتجاهين.

ثم قدمت نشرة أخبار العلاقات العامة - التي تخدم المتخصصين في المجال - مفهوماً للعلاقات العامة.

"بأنها وظيفة إدارية تقيم سلوك الجمهور وحالته، وتتعرف على السياسات والإجراءات الخاصة بالأفراد أو المنظمات ومدى توافقها مع المصلحة العامة، وتضع الخطط وتنفذ برامج للعمل هدفها كسب الجمهور وتفهمه وقبوله للمنشأة".

وهذا التعريف تعامل مع أنشطة العلاقات العامة ومع أنشطتها الرئيسية.

ولقد استغرق د. ريكس هارلو وقتاً طويلاً قضاها في تجميع مثل هذه التعريفات وتصنيف أفكارها الرئيسية واستطاع من خلال تحليله للتعريفات أن يتوصل إلى مفهوم نظري وعملي في نفس الوقت وهو:

إن "العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مميزة تساعد في إيجاد اتصال وفهم وقبول وتعاون متبادلين بين المنظمة وجمهورها والحفاظ عليهما، متضمنة إدارة الأزمات وإبقاء الإدارة على علم بالتغيرات في الرأي العام والتجاوب معه، وتحديد مسئولية

الإدارة في خدمة المصلحة العامة والتأكيد على هذا الدور وخدمة نظام الإنذار المبكر للمساعدة في توقع تغيير الاتجاهات مستعينة بالبحوث والاتصال كأدوات رئيسية.

التعريف الشامل للعلاقات العامة:

ويضع بعض الباحثين تعريفاً شاملاً للعلاقات العامة بأن العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية، لها جانبيها الاستشاري - الذي يتمثل في تقديم النصح والمشورة للإدارة بما يسهم في ترشيد القرارات الإدارية - والتنفيذي - الذي يتمثل في القيام بالعمليات الاتصالية - وهي أساساً عملية علاقات مع الجماهير الداخلية والخارجية للمنشأة ومع البيئة مهمتها الأساسية أحداث تأثيرات إيجابية لدى هذه الجماهير بالاستخدام المستمر للبحوث والأنشطة الاتصالية وفق تخطيط مدروس بما يؤدي إلى إيجاد أكبر قدر ممكن من المعرفة التبادلية المشتركة بين الإدارة والعاملين داخل المنشأة لتوفير المناخ المناسب لزيادة الكفاءة الإنتاجية، وإلى تكوين صورة ذهنية متميزة عن المنشأة لدى الجمهور الخارجي، وتوطيد السمعة الطيبة لها، مما يسهم في تحقيق التكيف والتوافق بين المنشأة والمجتمع لزيادة فاعلية الأداء الاقتصادي للمنشأة، وتدعيم مكانتها الاجتماعية^(١).

العلاقات العامة في مجال السياحة

تزايدت أهمية العلاقات العامة في ميادين صناعية جديدة مثل ميدان السياحة بعد أن تزايدت أهمية الرأي العام وتنامت قوته وتأثيره في عصر تكنولوجيا الاتصال والانفتاح العالمي بين جميع دول العالم وأصبح العالم قرية عالمية واحدة يشاهد البعض فيها ما يدور ويحدث في جميع بقاع العالم في التو واللحظة ويناقش ويشارك في الحوار والتحليل والتعقيب وأضحى الرأي العام قوة لا يستهان بها وتطلب ذلك ضرورة الاهتمام به بصفة دائمة بكافة مستوياته محلياً وإقليمياً وعالمياً وهي المهمة

(١) سمير حسن: العلاقات العامة، القاهرة عالم الكتب سنة ١٩٨٦.

التي يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في القيام فيها بدور سواء في الداخل أو في الخارج.

فليس هناك شك في أن العلاقات العامة تعمل على التكيف والتقبل للسياسات الخاصة بالمنشآت والمجتمع. وتعتمد في نجاحها واستمراريتها على الجمهور ورضاه ومعرفته بالتوجهات والسياسات والأهداف الخاصة بالمنشآت. لأهميته والاحتياج المستمر للجمهور بكافة أنواعه وتعد المنشآت السياحية في مقدمة المنشآت التي تحتاج إلى العلاقات العامة.

حيث تحتاج المنشآت السياحية إلى استخدام كافة فنون الاتصال من الدعاية والترويج والتنشيط المستمر وللإعلان والإعلام عن الأنشطة والبرامج وهو ما يمكن أن تقوم به العلاقات العامة.

وتتوافق وتتقارب أهداف العلاقات العامة في مجال السياحة مع أهداف العلاقات العامة في المنشآت التجارية والخدمية من حيث الخطط والاستراتيجيات والسياسات التي تعمل على جذب الجمهور وإرضائه وتشجيعه على التقبل المستمر للأنشطة السياحية ومعاودة الزيارة والمحافظة على العلاقات العامة الطيبة معه وفي هذا الصدد تقوم العلاقات العامة بالكثير من الجهود لتقديم المنشأة السياحية أفضل تقديم فتقوم بوضع الخطط والبرامج وتسعى إلى الاتصال المستمر بدءًا من عقد المؤتمرات والاشتراك في المعارض الدولية والمحلية وإقامة وعقد الأسابيع الخاصة ووضع الأجندة وإلى القيام بالكثير من النشاطات المتنوعة من طبع الكتيبات وإصدار المطبوعات وأبرزها الخرائط والأدلة وغيرها من الأنشطة التي تهدف إلى الوصول والحصول على رضا العملاء وقبولهم لما يقدم إليهم.

وكذلك أعداد النشرات والملصقات وعقد المسابقات وتوطيد العلاقة مع الصحافة ومع مؤسسات المجتمع ومنظماته، لتقديم المنشأة أفضل وأحسن تقديم.

أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة في مجال السياحة:

ويمكننا حصر الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة في مجال السياحة في مجموعة أسباب هي:

١- تزايدت قوة ونفوذ الرأي العام في المجتمعات الديمقراطية وذلك لتزايد وعي الجمهور وتزايد الأجهزة الاتصالية الحديثه وتعددتها وتنوعها بما أدى إلى إطلاع الجمهور في كل بقاع العالم على كل ما هو مثير وهام من مقومات ومشاهد أثرية وتاريخية وترفيهية أيضًا، وهذه المشاهد أثارت رغبة الكثيرين في التعرف عن قرب لكثير من البلاد والمواقع والمواضع مما نشط الأسفار والرحلات.

٢- كبر حجم المنظمات وظهور الشركات متعددة الجنسيات أدى إلى تضخم عدد الأفراد العاملين في هذه المنظمات والأجهزة بحيث أصبحت القوى العاملة تمثل جمهورًا يستحق العناية به، والاهتمام بشئونه لما يتمتع به من قوة ونفوذ وهو الجمهور الداخلي الذي تحرص العلاقات العامة على كسب رضاه وتكيفه.

٣- تزايد التنافس بين المنظمات السياحية وبعضها البعض وبدأ سياسة الاندماج الأفقى والرأسى فيما بين المنظمات السياحية الكبرى والفنادق والشركات ترتب عليه أهمية وضرورة الحرص على خلق الصورة والانطباع الذهنى الطيب لدى جماهير العملاء والسائحين والزوار وغيرهم لزيادة نسبة السياحة وتدعيمها.

٤- حرص المنظمات العالمية على ضبط وتنظيم السياحة العالمية بما يفيد مبدأ تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المنظمات والشركات السياحية وتجاه الجمهور وتحقيق التفاعل والتفاهم الاجتماعى في محاولة لطمأنه المتعاملين على حسن الأداء ودقته.

٥- التعامل مع الجماعات المختلفة والمهتمة بحقوق أعضائها والجماعات المهتمة

بصناعة السياحة والمعنين بها والموجودة في كثير من المجتمعات بضرورة الحصول على تأييدها ودعمها. مع وجود الاتحادات والنقابات... والجمعيات التي تمثل المجتمع المدني وترعى حقوق المسافرين.

العلاقات العامة السياحية

إن السياحة وحدة تتكون من أجزاء وأنظمة فرعية تتداخل وتتبادل العلاقات فيما بينها وتعتمد كل منها على الآخر بشكل متكامل لتحقيق أهداف النظام السياحي الذي يشمل عدة أنظمة فرعية أهمها:

- السياح.
- الأجهزة الرسمية.
- المنشآت السياحية التي تقدم الخدمة للسائح.
- أماكن الزيارة.
- الخدمات المختلفة.
- الجماهير التي ترتبط بالأنشطة الفرعية ولها تأثيراتها.
- البيئة الخارجية التي تخرج عن سيطرة أجهزة السياحة الرسمية ورقابتها^(١).

والعلاقات العامة في مجال السياحة: هي العلاقات العامة التي تقوم بالعمل الجيد والمسؤول لتقديم المنشآت العامة والخاصة الخدمية السياحية أفضل تقديم ومن هذا المنطلق فإن العلاقات العامة السياحية تلعب دورًا أساسيًا في تقديم الصورة الذهنية الطيبة والصادقة للمنشآت وللأشخاص أو الهيئات العاملة في مجال السياحة أي أنها تقوم بالوظيفة الإعلامية والاتصالية بهدف الحفاظ على العلاقات الطيبة وتدعيمها بين أي جهة سياحية والجمهور المتعامل معها وهي المسئولة عن تكوين الثقة والقبول بين المنشآت السياحية والجمهور وهي المسئولة عن تكوين

(١) عصام المصري: العلاقات العامة مع السياح الأجانب في المنشآت الفندقية كلية التجارة جامعة حلوان سنة ١٩٩٢م.

المناخ الطيب والمناسب لنجاح العمل وإطراد تقدمه ولذلك فالعلاقات العامة ضرورية في إزالة سوء التفاهم وفقدان الثقة والتوتر في حالة عدم مواكبة المنشآت للعلاقات الإنسانية داخلها (مع جمهورها الداخلي) ومع جمهورها الخارجي أيضًا خاصة بعد ازدياد تأثير الاتصالات التكنولوجية الحديثة وما أتت به من وسائل جديدة نتج عنها تعاظم أهمية الرأي العام وتأثيره خاصة في مجال السياحة وأضاف جهودًا ومسئوليات كبيرة للعلاقات العامة تستهدف التأثير في الجمهور داخل وخارج المنشآت الوطنية والدولية.

وتعنى العلاقات العامة أيضًا بالمسئولية الاجتماعية الخاصة بالعمل والعاملين على المستوى الداخلى والخارجى خاصة مع تطور المفهوم العام للمسئولية الاجتماعية التى عمدت إلى التركيز على قضايا كثيرة تهم المجتمع المحلى.

تطلب ذلك لنجاح العمل فى العلاقات العامة أن تضع كل منشأة قسم أو إدارة العلاقات العامة فى مستوى الإدارة العليا لتكون دعامة أساسية وقوية تساعد العلاقات العامة فى القيام بأعمالها بنجاح واستمرار المنشأة فى تنفيذ سياساتها.

التعريف العلمى للعلاقات العامة السياحية :

العلاقات العامة فى مجال السياحة هى الأداة أو حلقة الاتصال التى تعمل على تقوية وتنمية العلاقات بين المتهمين أو المنتفعين بالسياحة داخل البلاد أو خارجها سواء كان ذلك بين بلدين أو أكثر وسواء كان اتجاه السياح من جهة ما أقوى أو أضعف عنه فى الجهة الأخرى أو كان متوازنًا كما تعمل على تغذية كل طرف للطرف الآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة، مع العمل على تنمية وتحسين واستمرار هذه العلاقات مما ينتج عنه زيادة فى عدد السياح فى الاتجاهين أو أحدهما وتعمل العلاقات العامة على نشر الوعى السياحى وتنمية روح المعرفة بكل ما يتعلق بالسياحة، والعلاقات العامة فى أى جهة سياحية هى التى تجمع بين المتهمين بالسياحة داخليًا وبين الجمهور أو المواطنين أو المهتمين خارجيًا وتهدف إلى بناء

لبنة دعائية سياحية قوية تكون نواة لحملات إعلامية سياحية في الداخل والخارج ولها قسمان:

* داخل الدولة.

* خارج الدولة^(١).

داخل الدولة:

وتمثلها هيئة أو مصلحة تعاونها مكاتب الهيئة المنتشرة بالدولة والخاصة بالأماكن السياحية أو وزارة مختصة تعاونها هيئات أو إدارات أو فروع لها.

خارج الدولة:

وتتمثل في مكاتب السياحة وشركاتها ووكلاء السفر وغيرهم وفي السفارات والقنصليات.

ويتراوح دور العلاقات العامة في السياحة بدءاً من تقديم التسهيلات اللازمة من:

(استقبال - توديع - تصاريح - زيارة - استضافة كاملة)^(٢).

وتوفير المعلومات الخاصة بالمجال السياحي إلى رسم الخطط العلمية والواقعية للمنشأة بغرض التأثير في الجمهور ودفعه إلى التجاوب أو الشراء أو الموافقة، وترجع أهمية العلاقات العامة في مجال السياحة إلى دورها في القيام بالحملات الإعلامية والاستعانة بكافة وسائل الاتصال وأشكاله وتدريب العاملين بها على المحافظة على استمرار العلاقات الطيبة والمستمرة مع المتعاملين من السياح كما يقوم العاملون بالقيام بمهمة قائدة الرحلات أو الزيارات أو مصاحبة الزوار ويتضمن عملهم القيام بالتحضير للمؤتمرات واللقاءات والمناقشات والندوات والمحاضرات وحلقات البحث.

(١) محمد حسن بازعة: "العلاقات العامة في مجال السياحة" بدون تاريخ.

(٢) نفس المرجع.

والاتصال بوسائل الإعلام وتوطيد العلاقة مع القائمين عليها وبث الأخبار اليومية عن المنشأة وجمع الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة وتحليلها والاستفادة منها في خدمة أهدافها.

والعلاقات العامة تعد هي حلقة الوصل التي تربط بين المنشأة وبين الجمهور وهي المسؤولة عن إيجاد التفاهم وتهيئة المناخ المناسب والعلاقات الطيبة المستمرة وتحسين الصورة بصفة دائمة في أذهان الجماهير وذلك عن طريق رجالها الذين تتحدد مهامهم في مجموعة من الوظائف الهامة، "كما سيأتي" في سبيل تحقيق تلك الوظائف والمسؤوليات تعتمد العلاقات على دعائم وركائز الهامة.

دعائم العلاقات العامة وركائزها:

يجمع الباحثون على أن العلاقات العامة لها دعائم رئيسية تستند عليها عند ممارسة عملها وهذه الدعائم هي:

- تعتبر العلاقات العامة فلسفة للإدارة.
- العلاقات العامة وظيفة إدارية تقوم على البحث والتخطيط والاتصال والتقييم.
- أن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية الأهمية بل تشكل عنصرًا أساسيًا في أنشطة المنشآت الصناعية والتجارية والخدمية.
- العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد.
- العلاقات العامة تقوم على الاتصال وأنها همزة الوصل بين المنشأة والإدارة العليا من ناحية وبينها وبين الجمهور من ناحية أخرى وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم المنشأة وأنشطتها وسياستها، وتستخدم الاتصال الصاعد والاتصال الهابط إلى جانب الاتصال الأفقى بين الإدارات المختلفة^(١).
- فالعلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمى فهى تستخدم وسائل

(١) سمير حسن: العلاقات العامة. (مرجع سابق).

الاتصال المختلفة لكى تشرح سياسة المنشأة وتنشر المعلومات والأفكار وتفسرها وتسوقها للجماهير وتستخدم الاتصال المباشر أو المواجهى والجماهيرى كما تستخدم الاتصال الأفقى والرأسى داخل المنشأة مع جمهورها الداخلى والاتصال الصاعد من هذا الجمهور للإدارة العليا، والاتصال الهابط من الإدارة العليا إلى الجمهور خاصة العاملين.

- تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها، فتعمل على مراعاة الصدق والأمانة والشفافية بين المنشأة وجماهيرها النوعية والجمهور العام.

ركائز العلاقات العامة فى المنشآت السياحية:

لا بد وأن تعتمد العلاقات العامة على ركائز أساسية فى ممارستها أعمالها وتمثل هذه الركائز فيما يلى:

١ - العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

بحيث يكون هناك تفاهم متبادل واعتناء بين المؤسسة وجميع الأفراد العاملين فيها فالعلاقات العامة تعمل على تحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجى وتحسين علاقاتها مع جمهورها الداخلى أيضًا وتعمل على خلق الروح الجامعة والتعاون بين أفراد المنشأة على اختلاف مستوياتهم الإدارية عن طريق استخدام العلاقات الإنسانية ورفع الروح المعنوية والقضاء على المظالم وتوطيد العلاقات الحسنة بين الجمهور الداخلى وجمهورها الخارجى الذى يعتبر امتدادًا لهذا الجمهور وهى إحدى الركائز الهامة التى يجب أن تمارس داخل المنشآت السياحية وغيرها من المنشآت الموجودة فى المجتمع.

٢ - مراعاة الصدق والأمانة:

يجب أن تكون أعمال المنشأة صادقة وأمانة وأن تنفذ بصدق وشفافية معتمدة على

الأخلاق وما وضعته المنشأة من أسس ومبادئ وأن تتفق أعمال المنشأة مع أقوالها وإلا فقدت الثقة بين جمهورها الخارجى والداخلى، لذلك يجب على العاملين فى العلاقات العامة التحلى بالقيم الأخلاقية والمبادئ السامية وحسن التعامل فى جميع تصرفاتهم.

٣- العلاقات العامة مسئولية جميع العاملين فى المنشأة، وليست مسئولية العاملين فى العلاقات العامة فقط، إذ من غير المنطقى أن يبذل العاملون فى العلاقات العامة الجهود لتحسين صورة المنشأة ثم يسلك أحد العاملين مسلكًا يتنافى مع ما تقوم به العلاقات العامة وما تبذله من جهود للمحافظة على الصورة الطيبة مع جماهيرها المختلفة.

٤- العلاقات العامة لابد وأن توضع فى مستوى الإدارات العليا وأن لا تقل فى مستواها الإدارى عن الإدارات الأخرى، وأن تصبح قريبة من مكان صنع القرار وذلك يمكنها من أداء أعمالها ومرونة اتخاذ القرارات وسرعة وفورية تلقى التعليمات والأوامر وتبليغها إلى الجهات المسئولة، إلى جانب سرعة توصيل المعلومات الهامة للإدارة العليا فى الوقت المناسب دون عراقيل أو موانع إدارية تحد من انطلاقها فى أعمالها.

٥- العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو فى صورة غير صورتها الحقيقية كما يذكر (بول جاريت) ولذلك فهى تتبع سياسة الإفشاء وليس الكتمان وإخفاء الحقائق خاصة وأن ميدان السياحة من الميادين الهامة ذات الحساسية الشديدة لأى تغيرات طارئة ولذلك يجب أن تعتمد على صدق الإحصاءات والبيانات الدقيقة فى حركة السياحة واتجاهاتها.

٦- العلاقات العامة تعتمد على المعلومات أو البحوث وعلى "أدوات البحث العلمى" فى ممارسة عملها وهى الوظيفة الهامة التى قد تغفلها كثير من المؤسسات، إلا أن القيام بالبحوث فى مجال السياحة ضرورة للتعرف على

الجمهور واتجاهاته وما يسود في المجتمع من منافسين وهيئات وما يدور على المستوى المحلى والعالمى وكثير من المهام التى توضحها وظيفة البحث العلمى فى مجال السياحة وغيره من المجالات.

٧- العلاقات العامة لا تعطى صورة ناجحة لإدارة أو مؤسسة فاشلة، فإذا كان العمل ناجحًا وسليماً ويستند على الأسلوب العلمى السليم سهل ذلك مهمة العلاقات العامة وإذا كان العكس فإن العلاقات العامة لا تجمل ولا تكذب ولا تدعى الأعمال النبيلة لواقع يختلف عن ذلك.

٨- العلاقات العامة تقوم وتعمل على التنسيق بين الأعمال والمسئوليات والإدارات داخل المنشأة بالعمل على مساعدة الإدارات الأخرى على قيامها بمسئولياتها وعلى تقوية علاقاتها بجماهيرها المختلفة، ولذلك فهى تعمل باتساق وتكامل مع بقية إدارات المنشأة لتحقيق أهدافها.

٩- العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف المنشأة لا تقل عن أى وظيفة من الوظائف الأخرى مثل الإنتاج والتسويق والتمويل والأفراد سواء كان ذلك فى الشركات السياحية أو الفنادق أو غيرها.

١٠- مساهمة المنشأة فى المسؤولية الاجتماعية:

يجب أن تضع كل منشأة أهدافها فى ضوء الأهداف العامة للمجتمع، حتى تصبح عضواً نافعاً فى المجتمع^(١) ولذلك يجب ألا تتعارض أهداف المنشآت مع أهداف المجتمع ومبادئه وخطته وحاجاته الاجتماعية والاقتصادية.

وتعمل العلاقات العامة على نشر الوعى بين الجماهير بأهمية السياحة ودورها الاقتصادى الهام حيث يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخططها للتنمية السياحية وتوجيه رأى العام لذلك ودفع الجماهير إلى تأييد

(١) هنا حافظ بدوى العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية) القاهرة، المكتب الجامعى الحديث سنة ٢٠٠١.

السياسة العامة للدولة في مجال السياحة وكذلك مؤسسات المجتمع ونشر الوعي بين الجمهور وكسب تأييده بدور السياحة وأهميتها وتعاونه لتطبيق الخطط السياحية.

* تعاون المنشآت السياحية مع بعضها البعض:

التعاون هو أساس النجاح في أى عمل فلا يمكن أن تمارس أى منشأة نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتهمل تعاونها مع الهيئات الأخرى المتشابهة والمتماثلة معها في الأنشطة خاصة وأن السياحة تعد صناعة مركبة تعتمد على كثير من الصناعات الأخرى المغذية والمكملة لها والتي تحتاج إلى كثير من التعاون والتكامل فيما بينها ومن هنا ضرورة تنظيم الاتصال بين الهيئات وبعضها لوضع أسس التكامل بينها لا سيما عند تقديم الخدمات ذات الجودة والتميز وهذا دور هام من أدوار العلاقات العامة.