

المحاضرة الخامسة: آليات تنفيذ وتقييم برامج العلاقات العامة:

1- تنفيذ برامج العلاقات العامة: يجب أن ندرك أن تصميم البرنامج يبقى مجرد حبر على ورق إذا لم يتم تنفيذه، ومباشرة التنفيذ بدون خطة مبرمجة قد تؤدي إلى نتائج أسوأ بكثير مما يتوقع، لذلك لا بد من برمجة عملية التنفيذ بعناية ودقة كبيرة وهذا يشمل الآتي:

♦ تصميم جدول زمني يشمل كافة الموضوعات والمواد التي يتضمنها البرنامج موزعة توزيعاً زمنياً يشبه خريطة تدفق سير العمل.

♦ تغطية الجدول الزمني بجدول أخرى موازية بهدف تحديد من سيقوم بعملية التنفيذ وماهي الوسائل والأساليب التي سيتم استعمالها.

♦ تنظيم أسلوب المتابعة الذي يتم تصميمه بما يضمن مصاحبة عمليات التنفيذ، وتكون مهمة المتابعة معينة بالدرجة الأساسية بمايلي:

أ- البحث عن مدى تحقيق برنامج العلاقات العامة لأهدافه المنشودة.

ب- البحث عن مدى تأييد الإدارة العليا للمؤسسة لبرنامج العلاقات العامة وتوفيرها لمتطلباته البشرية والمادية.

ج- البحث عن مدى تعاون إدارات وأقسام المؤسسة مع إدارة العلاقات العامة وتأييدها لما تضعه من برامج.

د- البحث عن مدى التزام البرنامج بالأسس العلمية للعلاقات العامة وعدم النظر إليه باعتباره مجرد برنامج للدعاية.

هـ- البحث عن مدى نجاح الموضوعات الإعلامية في التأثير على فئات جماهيرية خاصة.

و- البحث عن مدى نجاح وسائل الإعلام المستخدمة في التأثير على آراء وأفكار واتجاهات فئات جماهيرية خاصة ونجاحها في توصيل الرسالة الإعلامية كاملة إلى الجمهور المقصود.

ي-البحث فيما كانت هناك ضرورة لأي تعديلات أو تغييرات في بعض مفردات أو موضوعات أو أساليب البرنامج وماهي المقترحات بخصوص ذلك (زهير عبد اللطيف عابد و أحمد العبد أبو السعيد، 2014، ص ص 198-199).

2- **تقويم برامج العلاقات العامة:** يعمل مسؤول العلاقات العامة على تحديد نقطة البداية والنهاية بدقة ويختار الوسيلة للوصول وذلك بالتعاون مع باقي العاملين في الإدارة، غير أنه في بعض الحالات يحتاج المسؤول للوصول إلى الهدف المقصود هذا التعديل والذي يأتي من خلال عمليات التقويم.

تهدف مرحلة التقويم إلى مقارنة الانجازات الفعلية بالخطط والأهداف الموضوعية والتأكد من عدم وجود تجاوزات ومخالفات وانحرافات عن الخطط والأهداف والكشف عن المشاكل والصعوبات التي تواجهها في مرحلة التنفيذ، وما يتطلبه ذلك من إدخال تعديلات على خطط العلاقات العامة لتتنوعم والظروف المتغيرة.(علي عجوة وآخرون،"مقدمة في وسائل الاتصال"، مرجع سابق،ص379)

ويعرف التقويم على أنه النتائج الفعلية المحصلة من خلال تطبيق البرامج الموضوعية للعلاقات العامة، وتحديد الانحرافات الحاصلة ومن ثم وضع الإجراءات التصحيحية لتقويم الانحرافات وضمان فعالية البرامج وتحقيق الأهداف المنشودة(محمد جودة ناصر، 1997، ص172).

وتقويم أنشطة العلاقات العامة هو في حقيقته تقويم للنشاط الاتصالي لها، باعتبار أن النشاط الاتصالي يمثل جوهر العلاقات العامة وأحد الجوانب الأساسية في العملية الإدارية ولهذا يهدف التقويم إلى قياس كفاءة الخطة التي وضعت لبرامج العلاقات العامة وأساليب تنفيذها إذا كانت وما هناك من بدائل أفضل لتحقيقها.

2-1- **الأساليب المتبعة في التقويم:** هناك ثلاثة أساليب لتقويم برامج وأنشطة العلاقات العامة وهي:

1-التقويم السابق على تنفيذ البرنامج: في هذا السياق يشير الباحث الأمريكي R.Wright Charles قائلا: "كم من نشرات لا تقرأ وإذاعات لا تسمع وأفلام لا ترى على الرغم من كثرتها وما يبذل فيها من جهد فني كبير" ويؤكد رايت wright أن بحوث التقويم ستثبت للقائمين بالاتصال أن النشر لا يعني بالضرورة الاتصال فقد يحدث النشر ولا يتعرض الجمهور المستهدف وهذا يعني أن الاتصال لم يتحقق.

2-التقويم النهائي: وهو الذي يعقب التنفيذ ويتوقف استخدام هذه الأساليب على طبيعة البرنامج، والمدى الزمني لتنفيذه وإن كان من المفيد لأنشطة العلاقات العامة أن تستخدم الأساليب الثلاثة مجتمعة إذا كان ذلك ممكنا وضروريا.(محمد فريد الصحن، مرجع سابق، ص265).

وقد حددت الأساليب المتبعة في التقويم بما يأتي:

- التقارير الدورية ومتابعة الأعمال المتعلقة بتنفيذ الخطط.
- الملاحظة الشخصية لسير عملية التنفيذ للخطة الموضوعية.
- المقارنة بين الخطة الموضوعية والنتائج التي تحققت فعلا.
- تقارير إدارة التخطيط والمتابعة.
- الاستفتاء والاجتهادات الشخصية والمناقشات والمقابلات (محمد العزازي أبو إدريس، مرجع سابق، ص207).

2-2-طرق تقويم برامج العلاقات العامة: تنطوي عملية تقويم برامج العلاقات العامة على درجة كبيرة من الصعوبة حيث تختلف درجة الموضوعية أو الحكم الشخصي من منظمة إلى أخرى بل ومن عمل إلى آخر، كما أن هناك من البرامج ما يمكن قياسه كميا، والبعض الآخر يمكن تقويمه بطرق غير مباشرة، استنادا إلى المقارنة وفقا للمقاييس أو المعايير، بل أن هناك جوانب أخرى، يصعب تقويمها بوحدات قياسية، حيث يتم التقويم هنا وفقا للتقدير الشخصي

وأهم طرق التقويم تتمثل في الآتي (زهير عبد اللطيف عابد و أحمد العبد أبو السعيد، مرجع سابق، ص 200-202).

1-التقويم بواسطة المقاييس الكمية: يمكن إخضاع بعض أنشطة وبرامج العلاقات العامة للقياس الكمي، حيث يتم مقارنة بيانات فعلية بأهداف محددة، ومعبرا عنها كميًا، وبالتالي يمكن تحديد أي انحراف بدقة، وكذلك التعبير عن هذا الانحراف كميًا، ومن أمثلة ذلك:

♦ تحليل العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة والمبيعات الفعلية.

♦ تحليل العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة وزيادة الإيرادات والأرباح.

♦ تحليل نوعية الجماهير حسب الجهود الاتصالية.

♦ تحليل عناصر نفقات العلاقات العامة ومقارنتها بالفترات السابقة والنتائج المحققة وإيرادات المنظمة.

♦ تحليل عدد الجماهير المراد الاتصال بهم وإقناعهم إلى المجموع الكلي الذين نرغب إلى إقناعهم وتغيير اتجاهاتهم.

♦ تحليل حصة المنظمة من النوعيات المختلفة من الجماهير ومقارنة ذلك بالمنظمات المنافسة.

2-التقويم عن طريق المقارنة بالمقاييس: إن عملية العلاقات العامة يصعب التعبير عنها كميًا، لذلك فإنه يمكن الحصول على درجة معينة من التقويم عن طريق غير مباشر وذلك بوضع مقاييس معينة يتم الاعتماد عليها في التقويم ومن أمثلة ذلك:

♦ المعايير الخاصة بإعداد أخصائي العلاقات العامة، وتناسب أعدادهم مع حجم النشاط.

♦ المعايير الخاصة بإعداد الشكاوي، ومقارنتها بعدد العملاء.

♦ المعايير الخاصة بتكامل أعمال العلاقات العامة مع باقي أعمال المنظمة.

♦ المعايير الخاصة بتفاعل إدارة العلاقات العامة مع المعلومات المرسلّة إليها.

♦ معايير الصفات الخاصة بأخصائي العلاقات العامة.

3-التقويم عن طريق التقدير الشخصي: وتعتمد هذه الطريقة على التقدير الشخصي لمسؤول العلاقات العامة، حيث توجد بعض العوامل التي لا يمكن قياسها إلا عن طريق الملاحظة الشخصية، ومن أمثلة هذه العوامل:

♦ تحليل مدى تعاون الإدارة في تحقيق أهداف خدمات العملاء.

♦ تحليل إمكانات نظام المعلومات في مجال توفير المعلومات والبيانات اللازمة ورفعها إلى الجهات المختصة في الوقت المناسب.

♦ تحليل الإجراءات التي تتبع في مجال تصميم برامج العلاقات العامة.

♦ تحليل العلاقات الجهات المؤثرة في اجتذاب العملاء المحتملين.

♦ تحليل المهارات الإدارية في مواجهة المشكلات الخاصة بالعلاقات العامة.

صعوبات التقويم تتمثل في:

• أن العلاقات العامة لا تتعامل مع جمهور نوعي واحد ولكنها تتعامل مع جماهير نوعية مختلفة داخلية وخارجية.

• أن نتائج العلاقات العامة بطيئة الظهور.

• أن نتائج العلاقات العامة تتعامل مع مواقف وآراء وهذه الأمور يصعب قياسها والتعرف عليها بسهولة خاصة وأنها محتملة التغيير (فؤاد البكري، مرجع سابق، ص76).

بالإضافة إلى ذلك هناك مشاكل تعوق عملية التقويم وتحد من فاعليتها وتتمثل هذه العوائق في:

*النظرة السلبية من رجال الإدارة العليا إلى العلاقات العامة وتشكيكهم فيما يمكن أن تحققه من أدوار.

*ضعف الإمكانيات العلمية والعملية للممارسين للعلاقات العامة.

*ضعف الميزانية المخصصة والمعتمدة لإدارة العلاقات العامة ولتنفيذ برامجها.

*إدعاء البعض بعدم وجود الوقت الكافي للقيام بتقويم البرامج والخطة بوجه عام.