

اهمیت استراتژیک آبدارخانه در روابط عمومی

سعید محمد جعفری

مقدمه:

روابط عمومی، دست کم در ایران بیشتر به لحاظ فعالیت ارتباطی اش شناخته می شود، هر چند به لحاظ علمی فعالیت آن را در حوزه های مربوط به علوم مدیریت و رفتاری نیز، می توان به حساب آورد. در مورد این دانش، فن و هنر که اکثر مردم قالبی اداری برای آن متصورند، مطالب بسیار زیادی نوشته شده و چون ابعاد گوناگون آن مورد موشکافی های متعددی قرار گرفته است. در کنار فعالیت های حرفه ای روابط عمومی، آنچه که در اکثر نوشته های مربوط به این رشته مورد توجه واقع می شود، جنبه های تئوریک و نظر متفکرانی است که به این رشته از زوایای گوناگون توجه کرده اند. اما، در میان شمار فراوان کتاب ها، مقالات، تک نگاشت ها و... مربوط به روابط عمومی به زبان فارسی و تا حدودی انگلیسی، کمتر می توان سراغی از نوشته های کاربردی که متضمن ارائه راهکار باشند، پیدا کرد. نوشتار زیر در قالبی خلاقانه و منحصر به فرد، حتی در سطح بین المللی، به بررسی نحوه تعامل میان بخش های گوناگون یک واحد روابط عمومی با آبدارخانه می پردازد.

رابطه روابط عمومی با آبدارخانه:

روابط عمومی را به صورت واحد اداری، به زبانی ساده حوزه ای از یک دستگاه اداری می پندارند که مدیریت کل ارتباطات آن دستگاه را در دو سطح درونی و بیرونی بر عهده دارد. از سوی دیگر آبدارخانه به زبانی ساده در هر واحد اداری، مدیریت تغذیه پرسنلی را که در آن واحد به کار مشغولند، عهده دار است.

نگاهی ساده به این دو تعریف نشان می دهد که میان مدیریت خوب وظایف ارتباطی یک دستگاه با مدیریت تغذیه آن، هم در کل و هم در جزء می توان رابطه مستقیمی برقرار کرد. در همین راستا برای هنر، فن و دانش روابط عمومی وظایف دیگری در چارچوب سه اصل کلی اقناع و ترغیب، توسعه مشارکت و اطلاع رسانی تعریف می کنند که از آن جمله از ارائه خدمات مشاوره ای به بالاترین مقام اجرایی آن دستگاه می شود نام برد.

روابط عمومی را مرکز ثقل تعاملات فکری یک دستگاه نیز به حساب می آورند و به لحاظ برخورداری از نیرومندترین ابزارهای تأثیر گذاری فکری که تاکنون برای بشر شناخته شده است، یعنی انواع رسانه ها، قدرت غیر قابل توصیفی برای آن قائل هستند.

به این ترتیب ایفای این نقش مؤثر و بایسته از سوی پرسنل روابط عمومی موقوف به برخورداری از سلامتی نسبی جسمی و روحی است. سلامتی که به نوبه خود در گرو تغذیه مناسب و به موقع خواهد بود که وظیفه اصلی آبدارخانه به شمار می رود.

از سوی دیگر بستر بودن روابط عمومی در چارچوب یک کانال ارتباطی، آن را به عنوان مرکزی مطرح می کند که هر روز شمار زیادی مراجعان داخلی و بیرونی دارد. مراجعانی که اهمیت توجه به آنها از سوی آبدارخانه در چارچوب بعد مدیریت تشریفات در روابط عمومی به میان می آید.

مسئول آبدارخانه
باید ضمن برخورداری
از سرعت لازم برای
سرویس دهی،
هنگام وجود جلسات
گوناگون مدیرکل،
جوانب گوناگون هنری
، بهداشتی و انضباطی
لازم رارعايت کند

ماهیت ویژه روابط عمومی یک دستگاه اداری به عنوان مرکز توزیع اطلاعات و اخبار از لحاظ دسترسی زود هنگام به آنها و اطلاع یابی از پاره ای خبرهای پشت پرده، آن را در کانون توجه پرسنل سایر قسمت ها و نیز مراجعان بیرونی قرار می دهد.

این نقش بارز روابط عمومی هاست که آنها را به عنوان مراکز نشر و بعضاً تولید اطلاعات و اخبار مطرح می کند. آبدارخانه های روابط عمومی ها به لحاظ کانون اصلی تماس در این قبیل فعالیت ها، ایفاگر یک نقش استراتژیک هستند. آبدارخانه ها در همین قالب، از جمله به عنوان مراکز انتشار اخبار افواهی (GRAPEVINE) در چارچوب استراتژی های ارتباطی هر سازمان، نقشی حیاتی ایفای می کنند. برای آنکه ارتباط سازمانی منظم و دقیقی میان اهمیت آبدارخانه در روابط عمومی ها مشخص شود در زیر این مسئله را مورد بررسی قرار می دهیم:

دفتر مدیرکل:

در این حوزه آنچه که اهمیت دارد، سرویس دهی به موقع، منظم و مطابق اصول علمی است. بسیار مهم است که مسئول یا مسئولان آبدارخانه تمامی آموزش های مربوط به تشریفات و سایر آموزش های ضروری را که از طریق شرکت در دوره های تخصصی یاد گرفته اند، بکار برند.

مسئول آبدارخانه باید ضمن برخورداری از سرعت لازم برای سرویس دهی، هنگام وجود جلسات گوناگون مدیرکل، جوانب گوناگون هنری، بهداشتی و انضباطی لازم را

پذیرایی با نوشیدنی های گیاهی مناسب از قبیل چای بابونه، نعناع، جوشانده سنبل الطیب و ... و یا عرقی جات مفید، پیش بینی کند. ضرورت دارد، مسئول دفتر در کل به اولویت بندی میهمانان روابط عمومی بپردازد و برای هر گروه دستورالعمل پذیرایی خاص در اختیار مسئول آبدارخانه قرار دهد.

دبیرخانه:

اهمیت واحد دبیرخانه در تعامل با آبدارخانه روابط عمومی را باید در فراهم کردن یک «DATABASE» کامپیوتری لازم از اشخاص حقیقی و حقوقی مورد نیاز آبدارخانه از قبیل رستوران ها، اماکن تهیه ظروف، تولید کنندگان لوازم مصرفی و ... جستجو کرد.

در مورد این کار، دبیرخانه باید در تعامل با مسئول آبدارخانه این «DATABASE» را ایجاد، آن را همیشه به روز کند و در اختیار مسئول آبدارخانه قرار دهد. وظیفه دیگر دبیرخانه با آبدارخانه در چارچوب تایپ نامه ها و ارسال مراسلات آن، شکل می گیرد.

اطلاعات و اخبار:

اهمیت آبدارخانه در حوزه اطلاعات و اخبار روابط عمومی را می توان از جنبه های زیر مورد بررسی قرار داد:
الف- اطلاعات و اخبار درون سازمانی ب- اطلاعات و اخبار بیرون سازمانی

اطلاعات و اخبار درون سازمانی:

در این بخش همانگونه که قبلاً هم اشاره شد، آبدارخانه را می توان مرکز ثقل اطلاعی یابی و نیز تولید و نشر اطلاعات به حساب آورد.

جایگاه متمایز آبدارخانه در این زمینه در مقایسه با خود حوزه اطلاعات و اخبار را باید به ویژه در اخبار غیر رسمی جستجو کرد. تردد راحت و بدون واسطه مسئول آبدارخانه به اتاق های مدیریت و معاون و سایر مسئولان دفتر، امکان ویژه ای از اطلاع درباره صحبت های درون گروهی پرسنل، نجوای درگوشی، گلیایه ها،

تعریف ها، انتقادها و ... برای وی فراهم می آورد. در میان این صحبت ها، اخبار غیر رسمی نقل و انتقالات، پرداخت های ویژه، تشویق ها، تنبیه ها و غیره جایگاه متمایزی را قائل شد.

رعایت کند. یکی از اصول مهم مربوط به این بخش که جنبه استراتژیک دارد، رعایت رازداری و پنهان نگه داشتن اسرار اداره است. امکان تردد بدون واسطه و متعدد به اتاق مدیر کل از سوی مسئول آبدارخانه وی را از اطلاعات و اخبار متعددی مربوط به درون و بیرون از وزارتخانه آگاه می کند که الزاماً نباید از همه آنها، پرسنل ارباب رجوع، میهمانان و ... باخبر شوند.

برخورداری از زمان سنجی علمی لازم و دقیق برای پذیرایی و جمع کردن لوازم آن هنگام جلسات جمعی مدیر کل برای مسئول آبدارخانه حائز اهمیت است.

مسئول آبدارخانه در این زمینه باید از متوسط زمان سرد شدن و گرم شدن نوشیدنی های داغ و سرد آگاه باشد و متناسب با شأن و مقام میهمانان مدیر کل، فرمول های علمی آن را به کار گیرد. یکی از مواردی که در این مورد پیش بینی می شود، تعبیه یک کانال ارتباطی مستقیم اختصاصی میان دفتر مدیر کل با آبدارخانه، از قبیل زنگ اخبار، چراغ چشمک زن رنگی و نظایر آنهاست.

در حوزه دفتر مدیر کل بر اساس وضعیت رژیم تغذیه آنها به وجود آورد و آن را در اختیار مسئول آبدارخانه قرار دهد. در این «DATABASE» باید وضعیت میهمانان بر اساس نوع بیماری احتمالی و تغذیه سودمند برای هر بیمار

مشخص شود به گونه ای که هنگام سرو تغذیه، مسئول آبدارخانه مثلاً به بیمار دیابتی بجای قند، کشمش و توت تعارف کند و برای بیماری که باید در صرف غذا همراه با مدیر کل باشد، معیارهای علمی لازم مدنظر قرار گیرد.

از دیگر نکات مهمی که مسئول آبدارخانه باید در مورد مدیر کل و میهمانان ویژه دفتر روابط عمومی به آنها توجه کند، به ماهیت کار و وظیفه روابط عمومی هنگام یک رویداد غیر مترقبه طبیعی، یا ساخت بشر مانند سیل، طوفان، زلزله ... و نیز جنگ، کودتا، بحران شدید اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و امثالهم مربوط می شود. در این

قبیل رویدادها، به لحاظ وظیفه اطلاع رسانی روابط عمومی و استرس شدید همراه با فشردگی که در کارها پدید می آید، مسئول آبدارخانه لازم است تمهیدات لازم را در خصوص



برخورداری از زمان سنجی علمی لازم و دقیق برای پذیرایی و جمع کردن لوازم آن هنگام جلسات جمعی مدیر کل برای مسئول آبدارخانه حائز اهمیت است

اهمیت مسئول آبدارخانه در چارچوب این بحث به حوزه روابط عمومی محدود نمی شود، بلکه حضور وی در جمع همکاران هم صف و همتراز سایر

قسمت هادر ساعات خاصی از روز یا گردهم آیی های تخصصی، فرصت ایده آلی است تا اطلاعات و اخبار رد و بدل شود. در بحث اطلاعات و اخبار درون سازمانی نکته دیگری هم شایسته توجه است. این نکته به تولید و نشر اطلاعات از سوی مسئول آبدارخانه مربوط می شود که می تواند موضوعات گوناگونی از قبیل اعلان برنامه ها آبدارخانه به همکاران یا تهیه اطلاعیه های آموزشی مربوط به خصوصیات مفید مواد اولیه و پاره ای اقلام پذیرایی و تغذیه را در بر گیرد.

اطلاعات و اخبار برون سازمانی:

نقش مسئول آبدارخانه در این زمینه از یک سو در توجه خاص به مراجعین، پیمانکاران و ... بخش خلاصه می شود و از سوی دیگر توجه به خود پرسنل را در بر می گیرد. در میان مراجعین «اطلاعات و اخبار»، خبرنگاران انواع رسانه ها اعم از جمعی، جماعتی، گروهی و ... قرار دارند که شایسته تکریم خاص از سوی آبدارخانه اند. در نظر گرفتن منوهای پذیرایی متفاوت و متناسب با این گروه از افراد، از جمله وظایف اجتناب ناپذیر آبدارخانه به شمار می رود. رعایت آداب کامل «اتیکت» در این زمینه برای مسئول آبدارخانه یک الزام است.

نکته دیگری که در این قسمت مورد توجه واقع می شود، بالاتر بودن سطح اطلاعات عمومی مسئول آبدارخانه در روابط عمومی نسبت به همکاران و همتایان خود در سایر واحدها است که به سبب مواجهه روزانه با انواع و اقسام اقلام اطلاع رسانی از قبیل روزنامه ها، بریده جراید، خروجی خبرگزاری ها، سایت های اینترنت و ... تحقق پیدامی کند. همین موضوع ایجاب می کند تا واحد اطلاعات و اخبار نسبت به تغذیه اطلاعاتی مداوم مسئول یا مسئولان آبدارخانه از طریق تهیه و در اختیار دادن بریده جراید اخبار مرتبط با فعالیت آبدارخانه، اهتمام لازم را به عمل آورد. حضور مسئول آبدارخانه روابط عمومی در نشست های رسانه ای مدیر که با حضور تعداد کثیری

بالاتر بودن سطح اطلاعات عمومی مسئول آبدارخانه در روابط عمومی نسبت به همکاران و همتایان خود در سایر واحدها است که به سبب مواجهه روزانه با انواع و اقسام اقلام اطلاع رسانی از قبیل روزنامه ها تحقق پیدامی کند

همکاران هم صف و همتراز سایر

پژوهش و برنامه ریزی:

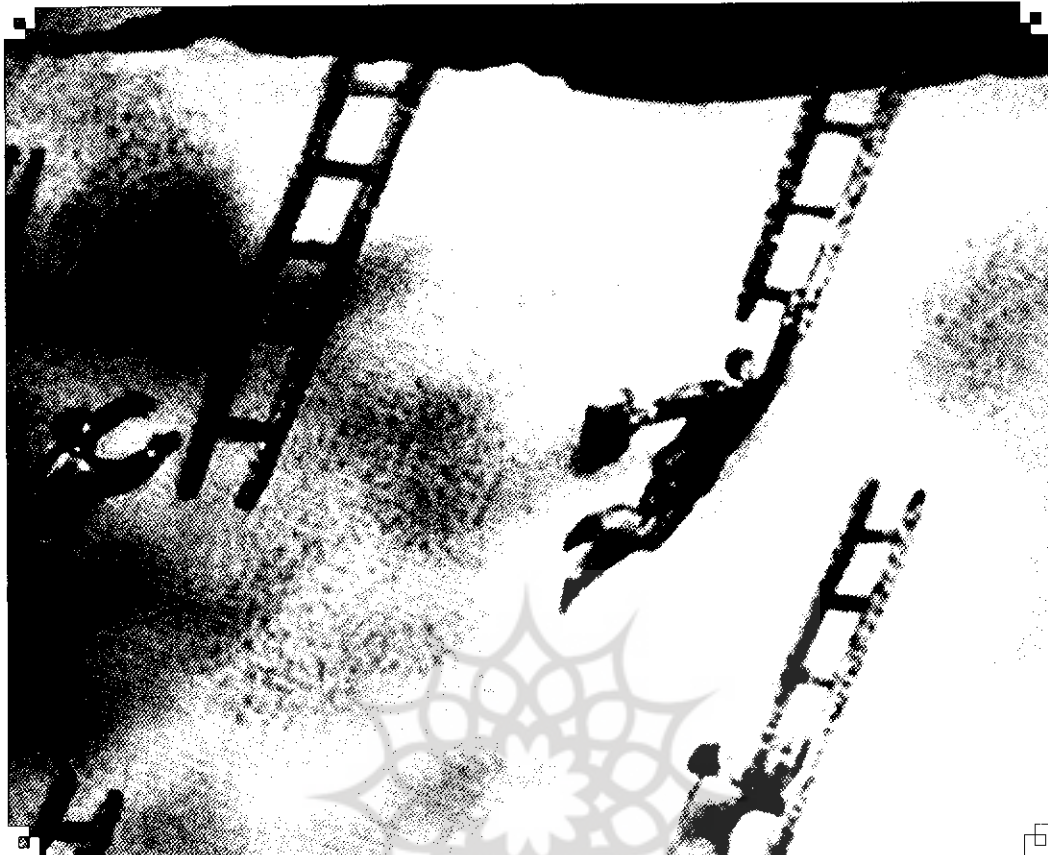
پژوهش و برنامه ریزی در روابط عمومی یک سازمان رکن اصلی تغذیه فکری به حساب می آید. از همین رو این بخش از روابط عمومی به طور معمول با نخبگان فکری، فرهنگی و هنری سروکار دارد.

تماس های درون سازمانی این بخش نیز به طور معمول با اصحاب سیاست گذاری کلان وزارتخانه از قبیل برنامه ریزی، بودجه، آموزش و ... است. گروه طرف تماس خاص «پژوهش و برنامه ریزی» ایجاب می کند تا مسئول آبدارخانه منوی پذیرایی و تغذیه ویژه ای را متناسب

با شأن میهمانان و مراجعین، به این منظور در نظر گیرد. در این منو نکاتی از جمله مواد تغذیه پتاسیم و فسفر دار باید مورد توجه باشد و از میوه ها و آب میوه های حاوی مواد فوق مانند انبه، سیب، آناناس و ... متناسب با فصل استفاده شود. یکی از عمده ترین مسئولیت های پژوهش و برنامه ریزی در قبال آبدارخانه، برنامه ریزی به منظور شرکت مسئول یا مسئولان آبدارخانه در دوره های آموزشی لازم در حوزه کاری تخصصی از مبتدی تا عالی است که از سوی بخش های دولتی و خصوصی صورت می گیرد.

همچنین برنامه ریزی در ضمن باید با استخراج موارد ضروری مربوط به «دستورالعمل ۲۱» (AGENDA ۲۱) در رابطه با مسائل زیست محیطی به گونه ای فراهم کند تا در قالب استراتژی های توسعه پایدار باشد.

موضوعاتی از قبیل استفاده از سیستم های سرما ساز سازگار با محیط زیست که از گاز CFC استفاده نمی کنند و مضر برای لایه ازون نیستند و نیز تفکیک زباله های تر و خشک از یکدیگر از جمله این موضوعات هستند. واحدهای پژوهش و برنامه ریزی روابط عمومی به منظور ارتقاء سطح فعالیت حرفه ای آبدارخانه باید به نکات دیگری هم توجه کند. یکی از این نکات برنامه ریزی و انجام نظر سنجی های منظم از دریافت کنندگان تسهیلات آبدارخانه اعم از ثابت یا متغیر درباره کم و کیف تسهیلات است. آنچه که باید در این



ثمر بخش واحد یاد شده با آبدارخانه است. آبدارخانه در این مورد باید بتواند به منظور افزایش راندمان و ضریب موفقیت بیشتر، توصیه ها و دستورالعمل های اجرایی تبلیغات و انتشارات را به طور کامل و به دقت به کار گیرد. واحد تبلیغات و انتشارات در همین راستا باید به لحاظ هنری فضای مناسب و دلچسبی را در آبدارخانه از طریق توصیه به رنگ آمیزی زیبا، نصب تابلوها و پوسترهای هنری فراهم کند. این واحد همچنین باید لباس فرم مناسبی را برای مسئول یا مسئولان آبدارخانه طراحی کند ضمن آنکه مسئولیت نگارش و طراحی گرافیکی و قاب کردن اطلاعاتی های گوناگون مورد نیاز از قبیل اطلاعاتی های مربوط به مسائل زیست محیطی و گواهینامه استاندارد آبدارخانه را نیز بر عهده دارد. ارائه نظریه مشورتی مقتضی در مورد تهیه اشکال هنری مناسب و یکدست لوازم مورد نیاز آبدارخانه، از دیگر موارد تعامل واحد انتشارات و تبلیغات با آبدارخانه به حساب می آید.

امور پشتیبانی:

در این مورد، تأمین تدارکات سخت افزاری مورد نیاز

خصوص مورد توجه خاص باشد، طراحی پرسش نامه ها و استخراج نظرات به منظور ارائه نتایج کاربردی به مدیر کل از یک سو و تأمین کنندگان مواد اولیه از سوی دیگر است تا بدینوسیله بتوان نسبت به اصلاح روش های و بهبود کیفی تسهیلات اقدام کرد. نکته دیگر به فراهم آوردن زمینه لازم برای آبدارخانه در راستای تهیه بیان هفتگی از فعالیت ها اعم از ارائه تسهیلات، کنترل موجودی و غیره با استفاده از نرم افزارهای تخصصی کامپیوتری است.

این اقدام که از جمله در رقومی کردن فعالیت های آبدارخانه با استفاده از تکنیک هایی از قبیل «TRIZ»، «SIX SIGMA» و ... مؤثر خواهد بود، امکان ارزیابی علمی از عملکرد آن را به صورت به هنگام، فراهم می کند. بررسی آن بخش از فعالیت های اختصاصی و ابتکاری آبدارخانه که امکان در نظر گرفتن حقوق مالکیت معنوی برای آنها متصور باشد، زمینه دیگر تعامل واحد پژوهش و برنامه ریزی با آبدارخانه خواهد بود.

تبلیغات و انتشارات:

اهمیت فزاینده این بخش در گرو تعامل نزدیک و

می توان در موضوع تهیه آرشيو و نمايش فيلم های علمي مرتبط با موضوع و ارائه کمک های لازم از سوی اين واحد به آبدارخانه جستجو کرد.

اين فعاليت در راستای افزایش سطح مهارت های حرفه ای مسئول آبدارخانه تحقق می يابد. همچنين تهیه عکاس های هنري از مواد غذایی اشتها آور و انواع نوشيدنی ها به منظور تهیه تابلو برای آبدارخانه را می توان از ديگر موارد تعامل سمعی و بصري با آبدارخانه به حساب آورد.

ارتباطات مردمی:

ارتباطات مردمی به عنوان پرمخاطب ترين و کانون اصلی تماس های غير رسانه ای روابط عمومی يادرون و بيرون از سازمان محسوب می شود. مطلب فوق ایجاب می کند که مسئول آبدارخانه در قبال اين بخش حساسيت های لازم را مورد توجه قرار دهد. در اين حوزه، آنچه که مهم به نظر می رسد سرويس دهی به موقع است. نظر به حيطه اقتدار فرابخشی مسئول آبدارخانه به نظر می رسد وی بتواند در حوزه ارتباطات مردمی به عنوان يک مشاور هم ایفای نقش داشته باشد.

نتیجه:

جايگاه آبدارخانه در هر واحد اداری از جمله روابط عمومی، پس از امور نظافت، رده دوم از آخر را به خود اختصاص می دهد. به طور معمول مسئولان آبدارخانه ها افرادی هستند که تحصیلات پايینی دارند و کم و يا زياد همتراز مسئولان خدماتی نظافت، آرزویابی می شوند. آنچه که در بالا آمد، نشان داد، بر خلاف اين نظر، جايگاه آبدارخانه ها دست کم در حوزه روابط عمومی می تواند (با قدری نگاه ایده آل گرا) جايگاهی استراتژیک به حساب آید.

به عبارتی ديگر به آبدارخانه ها در روابط عمومی نباید صرفاً از دریچه مسئول پذيرایی نگريست، بلکه نقش ارتباطی آنها در مواقعی حیاتی هم می شود. بدیهی است که ایفای چنین نقشی منوط به تفکر و عزمی استراتژیک در مدیریت روابط عمومی و وجود کارشناسی خبره با تحصیلات دانشگاهی در سطح تکمیلی و مسلط به زبان های خارجی است.

ناگفته نماند، تردیدی وجود ندارد، پیاده سازی عملی طرح های علمي که توصیف آنها گذشت، نه تنها در روابط عمومی های ایران و حتی در بسیاری از نقاط جهان موکول به وجود پارامترهایی است که به نظر می رسد تا آینده قابل پیش بینی، قابل دسترس نباشند.

آبدارخانه به صورت به موقع و در حد کافی وظیفه بدیهی واحد پشتیبانی است.

تأمین تدارکات باید به گونه ای باشد که منوی پذيرایی و تغذيه های متفاوت برای میهمانان گوناگون را در حد لازم پوشش دهد. در اختيار قرار دادن تنخواه کافی برای انجام کارهای از قبل برنامه ریزی نشده آبدارخانه، از ديگر خدماتی است که باید امور پشتیبانی در اختيار آبدارخانه بگذارد.

در نظر گرفتن يک تا دو نیروی جانشین و اعزام آنها به دوره های آموزشی برای مواقعی که مسئول اصلی آبدارخانه در مرخصی خواهد بود، از قبیل راننده مدير کل و مسئول نظافت، نکته ديگری است که امور پشتیبانی باید برای آبدارخانه در نظر گیرد.

از اين افراد در مواقعی که شمار میهمانان زياد می شوند و يک فرد به تنهایی نمی تواند سرويس دهی داشته باشد، نیز می توان استفاده کرد. نظارت بر دخل و خرج آبدارخانه از طريق اعمال روش های علمي از قبیل هزینه يابی هدف، ترازسنجی و ... با استفاده از نرم افزارهای کامپیوتری، نحوه تعامل ديگری است که می توان برای امور پشتیبانی با آبدارخانه تصور کرد.

امور بین الملل:

تعامل امور بین الملل دفتر روابط عمومی را با آبدارخانه می توان از نگاه دو عنصر مورد بررسی قرار داد.

يک - تسهیل برقراری ارتباط میان مسئول آبدارخانه روابط عمومی با همتایان خود در سایر کشورها
دو - تسهیل عضویت مسئول آبدارخانه در تشکل های صنفی بین المللی مربوط به خود
علاوه بر اين دو عنصر، لزوم آشنایی با دست کم يک زبان بین المللی خارجی (انگلیسی) و ترجیحاً سه زبان انگلیسی، فرانسه و آلمانی برای تکلم با میهمانان خارجی راهم می شود در قالب اين تعامل بررسی کرد.

مجموع و امور استان ها:

فعالیت تعاملی اين واحد با آبدارخانه از زوایای زیر قابل توجه است:

۱. تلاش به منظور تشکیل ثبت و فعالیت مؤثر يک سازمان غير دولتی متشکل از مسئولان آبدارخانه های روابط عمومی ها

۲. اشاعه الگوی مدیریت دانایی محور آبدارخانه روابط عمومی، در سراسر روابط عمومی ها

سمعی و بصري:

تعامل واحد سمعی و بصري با آبدارخانه روابط عمومی