

روابط عمومی و مشاوره مدیریت در نظام بانکی

هوشنگ عباسزاده عضو هیئت علمی

دانشگاه علامه طباطبائی

منبع: وب سایت روابط عمومی بانک کشاورزی

مقدمه:

شرایط جدید علمی، صنعتی، فرهنگی و اقتصادی چهره جوامع را دگرگون نموده و عرصه دانش مدیریت از گسترش روز افزونی برخوردار شده است. این یک باور کارشناسانه است که مدیران مجرب و کاردان دائماً با حجم بالای کار فعالیت در حیطه مدیریت خود مواجه اند و به ویژه مدیران در سطوح عالی و بعضاً مبانی در بخش دولتی در درجه اول در بخش غیر دولتی در درجه دوم در مواردی با بحران هایی در روند کارها و فعالیت های خود مواجه می شوند که درمان و رفع آنها مشکل به نظر می رسد، همچنین مدیران به انگیزه گستردگی مسئولیتها و وظایف و استفاده از راه حل های بهینه برای رفع معضلات و مشکلات متنوع سازمانی و خدمتی، همواره باید در صدد بهره گیری از اهرم های مدیریت نوین باشند.

برای نیل به هدفهای مدیریت شایسته و بالنده و دستیابی به توسعه و پیشرفت، مدیران باید از اهرم های گوناگونی استفاده کنند که یکی از اهرم ها افرادی هستند که دارای تحصیلات و تجارب علمی و عملی بوده و با عنوان مشاور ارتباطات و روابط عمومی می توانند مدیران را در اتخاذ تصمیم گیری هایشان و انتخاب روش ها و خط مشی های مطلوب تر در راستای پیشرفت روند فعالیت ها رهنمون باشند. در دنیای در حال توسعه و رشد امروزی شاهد گسترش یکی از زیر شاخه های علم مدیریت تحت عنوان مشاوره مدیریت هستیم، اگر چه این رشته هنوز در جامعه ما نو پا است، اما شرایط متحول صنعتی، تجاری و بازرگانی و خدماتی ما ایجاب می کند که برای دستیابی به توسعه پایدار و سازندگی مطلوب و در نتیجه خود کفایی و پیشرفت و استقلال در تمام زمینه ها و جنبه های زندگی اجتماعی خود و برقراری روز افزون حسن تفاهم و رضایتمندی مخاطبان درون سازمانی و برون سازمانی، سازمانها و موسسات باید برای این حرفه بها و ارزش بیشتری قائل شویم.

تولد مشاوره به اوائل دهه ۱۹۰۰ باز می گردد. این حرفه طی سالها توانسته است نقش مهم و اساسی خود را در دنیای امروز به ویژه در بخش های صنعت و تجارت نشان دهد. این حرفه بیش از ۱۱۵ نوع خدمت ارائه می دهد که از آن جمله اند: مدیریت عمومی، توسعه مدیریت پرسنلی، برنامه ریزی استراتژیک (راهبردی)، بازاریابی، حسابداری و مدیریت مالی، برنامه ریزی و سازماندهی، امور حقوقی و قضایی، امور فرهنگی و اجتماعی و بالاخره ارتباطات و روابط عمومی.

*** مشورت:**

اصولاً تصمیم گیری یکی از مهم ترین وظایف مدیران است و در این جهت آنان بایستی تصمیمات صحیحی را اخذ نمایند، چون انسان خود محور و کسی که بدون فراهم آوردن مقدمات و بی هیچ واژه ای از احتمال اشتباه تصمیم بگیرد، مرتکب خطا خواهد شد. روح مشورت نشأت گرفته از رحمت

الهی و موجب بهره گیری از عقل دیگران و پالایش اندیشه و ایجاد پشتیبانی است و خود محوری باعث قطع ارتباط معنوی و صمیمیت با کارکنان داخل سازمان و با مردم جامعه می باشد و موجب نادیده انگاشتن شخصیت آنان می شود لذا در مسائلی که با مصالح عمومی کارکنان در سازمان و همچنین مخاطبان آن مربوط می شود باید مشورت مورد بهره گیری قرار گیرد حضرت علی (ع) می فرمایند: عاقل از مشورت با دیگران بی نیاز نیست و بهترین کسانی که با آنان مشورت می کنی، صاحبان خرد و دارندگان علم و تجارب و دور اندیشی هستند.

* اهمیت و لزوم مشورت یا مشاوره مدیران با مشاورین ارتباطات و روابط عمومی

- مشاورین ارتباطات و روابط عمومی در واقع به مدیران کمک می کنند که آنها بتوانند با دید کافی بازتری به اداره/ سازمان یا موسسه مربوطه همت گمارده و با فرصت بیشتری نسبت به برنامه ریزی و سیاست گذاری عمده و هدایت و هماهنگی حوزه های مختلف مدیریت اقدام نمایند و از سوی دیگر شناخت کاملی از مخاطبان و سرویس گیرندگان خود بدست آورند و در نتیجه توسعه و پیشرفت در کار خود را به معنی واقعی کلمه به منصفه ظهور رسانند.

- کارشناسان و مشاوران ارتباطات و روابط عمومی به عنوان چراغی فروزان، راههای توسعه و سازندگی و پیشرفت را برای مدیران سازمان و موسسات به ارمغان می آورند.

- با توجه به اینکه مقوله ارتباط و روابط عمومی و یا به عبارتی دیگر ارتباط (با همگان یا عموم) در اوضاع و احوال کنونی کشور که دوران سازندگی و توسعه پایدار نام گرفته است از اهمیت ویژه خاصی برخوردار است و سازمانهای اقتصادی اجتماعی مانند بانک ها نقش ارزنده را در نیل به اهداف متعال و ایده آل توسعه پایدار را ایفا می کنند و با تأسیس بانک های خصوصی و همچنین موسسات مالی و اعتباری میدان رقابت گسترده و وسیع برای جذب و جلب و اعتماد و اعتقاد (تفاهم) مخاطب یا به عبارت دیگر مشتریان ایجاد شده است لذا یک بانک دولتی باید نسبت به گذشته در حال جلب مشتری و مخاطب و ایجاد و نشر و تثبیت تفاهم در مخاطبان فعالیت ها و عملکرد های ارتباطی بیشتری را مورد توجه قرار دهد، در نتیجه واحدهای روابط عمومی و وجود مشاوران ارتباطات در سازمان ها و موسسات از جمله بانک ها می توانند عملکردها و فعالیت های مدیران در سطوح میانی و به ویژه عالی را همراه با دگرگونی های بنیادی سیاسی و اجتماعی متحول نموده و رسالت های واقعی و حقیقی آنها را بیشتر و بهتر به آنها بشناسانند. در نتیجه مدیران نیز یا آگاهی های کافی مردم یا مخاطبان را در جریان حقایق و امور قرار داده و با جلب اعتماد و تقویت حس مسئولیت و تفاهم، موجبات مشارکت هر چه بیشتر مخاطبان با سرویس گیرندگان را فراهم می آوردند.

- امروز استفاده و بهره مندی از مشاوران توسط مدیران به صورت یک الزام و ضرورت مطرح می شود و مدیران با توجه و استفاده از نظر کارشناسانه و بی طرفانه مشاوران و همکاری آنها به موفقیت های بیشتری دست پیدا می کنند و مسائل و مشکلات و معضلات و نقاط و نکات ضعیف و قوی و همچنین آگاهی های زیادی را که تا کنون بر آنها وقوف کامل نداشتند، کشف می کنند.

- برقراری ارتباط با مخاطبان یک سازمان مانند بانک در حقیقت نتیجه ای را که همانا الهام از افکار عمومی می باشد در بر خواهد داشت و اثرات و فعالیت ها و اقدامات یا به عبارتی دیگر خدمات یک

سازمان در جامعه را می توان با دریافت پس فهرست برنامه ها و خدمات یا به سخن دیگر بازتاب و عکس العمل آنها را که با ارتباط میسر می شود ، به دست آورد.

حضور یک مشاور و ارتباطات و روابط عمومی که آشنا به جنبه های علمی و عملی ارتباطات بوده و از تجربیاتی هم بهره مند باشد. در کنار مدیریت یک بانک ، می تواند در راه رسیدن با اهداف عالی و مترقی آن و در کنار سایر عوامل و مسائل تشکیل دهنده ، مدیریت قوی ، کاردان و کارساز مسمر ثمر ، موفق و پیشرو را ارمغان آورد.

- نوآوری ، خلاقیت و ابداع و طرح ایده های جدید و نوین که متکی بر اصول روابط انسانی باشد از جمله مواردی است که توسط یک مشاوره ارتباطات و روابط عمومی در راستای پیشبرد فعالیت های در سازمان و پیشگیری از وقوع بحران و جلوگیری از ایجاد فضای نا خوشایند و نا مطلوب می تواند مدیریت یک سازمان مانند بانک را یاری رسان باشد.

- نکته مهم و قابل توجه و تعمق اینکه باید بپذیریم که مدیران و مسئولان سازمانها از جمله بانک ها با ارمغان نظر به مخاطب میلیونی خود در سطح کشور و در مواردی خارج از کشور ، به علت گرفتاریهای زیاد و مشغله فراوان و شرکت در جلسات گوناگون و موارد مشابه و مواجه شدن با تراکم و حجم بالای کارها و فعالیت ها ، اکثراً از پرداختن به فعالیت های مربوط به روابط انسانی و تماس بیشتر با کارکنان خود در درون سازمان (بانک) و سرویس گیرندگان و مخاطبان با مشتریان در برون سازمان (بانک) غافل می شوند و نا خواسته با مسائل و مشکلاتی مواجه و روبه رو می گردند که گاهی باعث پریشان خاطر شدن آنها و در نتیجه شکست در روند وظایف و فعالیت هایشان می گردد ولی در صورت استفاده از رهنمودهای مشاوران و کارشناسان ارتباطات و روابط عمومی و به کار بردن آنها همیشه فعالیت ها و اقداماتشان قرین موفقیت و مهرورزی خواهد بود.

- مدیران باید این واقعیت و اصل اساسی را بپذیرند که هر چه بیشتر به برقراری ارتباط و ارزش و نتایج جالب آن توجه نمایند ، به همان نسبت ، محیط سازمانی خود و جامعه مقابل خویش را آگاه تر و منسجم تر و پویاتر پیش روی خواهند داشت و نتیجه درخشان و جالب این امر کسب تفاهم و اعتماد و اطمینان و حمایت و پشتیبانی عمومی و در تمام فراز و نشیب های دوران مدیریت را برای آنها به ارمغان خواهد آورد و و اینجاست که نقش حساس و کارساز مشاوران و کارشناسان ارتباطات و روابط عمومی ، خود را بیشتر و ملموس تر می نمایند.

- درک این مسئله که مدیران به ویژه مدیرانی که در سازمانها و موسسات گسترده و ملی مانند بانک ها مشغول انجام وظیفه هستند و هر یک مشاورین در سطوح مختلف مثل فنی ، حقوقی ، برنامه ریزی و اداری و مالی را به خدمت گرفته اند و در کنار این مشاوران از مشاور ارتباطات و روابط عمومی هم بهره گیری نمایند ، می تواند مدیران را در راه رسیدن به اهداف متعالی و در راستای عملکردهایشان و در نتیجه جلب افکار عمومی و نفوذ در آن ، یاری دهنده و تقویت کننده باشد.

با توجه به اینکه مشاور ارتباطات و روابط عمومی به عنوان یک شخص ثالث به مسائل و روند فعالیت های یک سازمان یا موسسه مانند بانک می نگرد ، در نتیجه تمام امور را آنچنان که هست مرود توجه و دقت قرار می دهد و ملاحظه کاری و با دید اغماض و تسامح به مسائل نگریستن را کنار

گذاشته و به عنوان یک میانجی و به دور از هر گونه جانبداری و طرفداری از این و آن به دنبال کشف حقایق و واقعیت ها خواهد بود و با ارائه رهنمودها و نو آوریهای مدیران را قبل از آنکه به طور ناگهانی و غیر مترقبه دچار بحران و تنش ها و نارسائی هایی در محیط سازمانی گردند، آگاه و مطلع خواهند بود.

- نکته مهم دیگر اینکه مدیران مسئولیت شناس و آگاه با توجه به این واقعیت که امور برنامه ریزی، سازماندهی، کنترل و نظارت را که از اهم وظایف آنهاست در صورتی می توانند با موفقیت به انجام برسانند که شالوده این وظایف بر اساس برقراری ارتباط و پرداخت به این امر مهم پایه ریزی شده باشد و مشاور ارتباطات و روابط عمومی می تواند به عنوان یک بازوی توانا و قوی و کارآمد مدیران را در راه رسیدن هر چه مطلوب تر وظایفشان و بهره وری و بازدهی بیشتر کمک کند.

- در فنی ترین کارها نیز که نقش ماشین در آن بسیار مهم است بیش از ۶۰ درصد اختلافات، اختلافات انسانی است که زائیده ارتباطات غلط می باشد و مشاور و کارشناسی ارتباطات و روابط عمومی با گوشزد نمودن و تکرار این مسئله مهم برای مدیران می تواند آنها را از این امر مطلع و آگاه و با خبر کند و در حقیقت به عنوان یک مکانیسم پیشگیری و نه درمان از بروز اختلافات و تضعیف روحیه ها و نگرش های منفی و بی تفاوت جلوگیری نمایند.

- در کشورهای توسعه یافته و پیشرفته که رقابت بین سازمانها و موسسات و از جمله بانک ها در تمام زمینه ها و جوانب از جمله جلب مشارکت مردمی و انسجام اجتماعی در ارائه سرویس و یا خدمات و فروش کالا، وجود دارد، فرهنگ یاری جستن از مشاوران و کارشناسان ارتباطات و روابط عمومی توسط مدیران باعث پیشرفت و موفقیت آنها شده است در کشور ما نیز برای رسیدن به اهداف متعالی توسعه پایدار و ایجاد انگیزه و اعتماد و اطمینان در میان مردم، باید این فرهنگ به طور عملی و تجربی و علمی جایگاه شایسته و بایسته خود را باز یابد و حرکت توسعه و سازندگی هر چه بیشتر سریع تر و شتابان، سر منزل مقصود که همانا، تعالی جامعه را در بر خواهد داشت به ارمغان آورد و کارشناسان و مشاوران ارتباطات و روابط عمومی به رسالت و منزلت خود بیشتر واقف گردند و خدمات لازم را به مدیران و در نتیجه مردم شریف و آگاه ارائه نمایند.

- با توجه به اینکه بانک کشاورزی یکی از بانک های فراگیر و مردمی بوده و با مخاطبان میلیونی در سراسر کشور روبه رو است، به هر میزان که از ارتباطات و روابط عمومی به معنای واقعی آن اطلاع رسانی و اطلاع یابی و به نفوذ بر افکار عمومی در سطح علمی و کارشناسی بیشتری برخوردار باشد، می تواند به موفقیت ها و پیشرفت های روز افزونی دست پیدا، لذا با توجه به موارد فوق الذکر درباره اهمیت بهره مندی مدیران از مشاوره روابط عمومی در ارتباطات پیشنهاد می شود، مدیران محترم بانک کشاورزی در بخش های ستادی، میانی و حتی شعب بانک در اقصی نقاط کشور برای توسعه و پیشرفت کار و جلب و جذب و اطمینان و اعتقاد مشتریان بانک و همچنین تقویت روحیه وانگیزه همکاران، از مشاوران ارتباطات و روابط عمومی استفاده نمایند، تا در نتیجه آن استقبال مردم یا مشتریان را برای خود به ارمغان بیاورند.