

## روابط عمومی‌های بخش خصوصی حلقه اتصال مؤثر میان مردم و بازار هستند



رئیس انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی در همایش «روایت خدمت» با تأکید بر نقش راهبردی روابط عمومی‌های بخش خصوصی در افزایش اعتماد عمومی و تقویت ارتباط مؤثر با مردم و بازار، گفت: در شرایطی که جامعه بیش از هر زمان دیگری به روایت‌های معتبر نیاز دارد، روابط عمومی‌ها می‌توانند به عنوان بازوی ارتباطی بنگاه‌های اقتصادی، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه کسب‌وکارها ایفا کنند.

سازمان نیک رفتار خیابانی، رئیس انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی و مدیر روابط عمومی و رسانه اتاق بازرگانی تبریز، در همایش «روایت خدمت» با اشاره به اهمیت جایگاه روابط عمومی در بنگاه‌های اقتصادی اظهار کرد: روابط عمومی‌های بخش خصوصی می‌توانند نقش مهمی در برقراری ارتباط مؤثر میان مردم، بازار و فعالان اقتصادی داشته باشند و به افزایش اعتماد عمومی نسبت به فعالیت‌های اقتصادی کمک کنند.

وی با اشاره به نتایج بررسی انجام شده از واحدهای عضو اتاق بازرگانی تبریز افزود: بیش از ۸۰ درصد بنگاه‌های صنعتی، بازرگانی و خدماتی استان فاقد واحد روابط عمومی مستقل هستند؛ موضوعی که می‌تواند بر کیفیت ارتباطات سازمانی و تعامل مؤثر با مخاطبان تأثیر منفی بگذارد.

نیک رفتار با بیان اینکه روابط عمومی یکی از ارکان مهم مدیریت نوین کسب و کار است، خاطرنشان کرد: بسیاری از واحدهایی که دارای روابط عمومی هستند نیز از بودجه مستقل برخوردار نیستند و در شرایط اقتصادی دشوار، این بخش در اولویت تعدیل نیرو قرار می‌گیرد؛ در حالی که حفظ و تقویت ارتباطات سازمانی یکی از الزامات پایداری کسب و کارها محسوب می‌شود.

رئیس انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی همچنین به نقش فناوری‌های نوین در ارتقای عملکرد روابط عمومی‌ها اشاره کرد و گفت: هوش مصنوعی می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد در تسهیل و تسریع فرآیند تولید محتوا و مدیریت ارتباطات مورد استفاده قرار گیرد و به افزایش بهره‌وری فعالان این حوزه کمک کند.

وی افزود: براساس نتایج این نظرسنجی، بیش از ۵۵ درصد فعالان روابط عمومی با ابزارهای نوین و فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی آشنایی دارند، اما بهره‌گیری مؤثر از این ظرفیت‌ها نیازمند حمایت و باور مدیران ارشد سازمان هاست.

نیک رفتار تقویت بخش خصوصی را یکی از عوامل مؤثر در افزایش سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی دانست و تأکید کرد: در فضای رقابتی امروز، روابط عمومی‌های بخش خصوصی با روایت‌گری حرفه‌ای، شفافیت و تعامل سازنده با مخاطبان می‌توانند زمینه‌ساز ارتباطی پایدار و مؤثر میان بنگاه‌های اقتصادی و جامعه باشند.

وی همچنین به برنامه‌های شورای راهبری روابط عمومی‌های بخش خصوصی ذیل اتاق بازرگانی تبریز اشاره کرد و گفت: ایجاد بانک اطلاعاتی وضعیت روابط عمومی بنگاه‌ها، تدوین چارت استاندارد روابط عمومی، توانمندسازی فعالان این حوزه با محوریت سواد رسانه‌ای و هوش مصنوعی و حمایت از مدیران روابط عمومی از جمله اهداف این شورا است.

رئیس انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی در پایان از مدیران بنگاه‌های اقتصادی خواست با توجه به اهمیت مدیریت ارتباطات، نسبت به ایجاد یا تقویت ساختار روابط عمومی در سازمان‌های خود اقدام کرده و از ظرفیت این حوزه در ارتقای اعتبار و توسعه کسب و کار بهره‌مند شوند.