

- 5- الاهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح أفرادهِ وذلك بالرقابة على أسعار الغذاء أو السلع أو الخدمات وصلاحيّتها للاستعمال، أو من حيث سلامة البيئة أو سلامة الجمهور ذاته مما ألزم مؤسسات الأعمال العناية بالعلاقات العامة. كما أن الجمهور يتوقع من إدارات مؤسسات الأعمال أن تساعد على حل مشاكله ويعزى جون هل (JOHN, W. HILL). تردي ثقة الجمهور بمؤسسات الأعمال لعزلة تلك المؤسسات عن جماهيرها (W.HILL, 1977, P20).
- 6- أثر الدراسات والأبحاث السلوكية في تنشيط وتفعل أنشطة العلاقات العامة في مؤسسات الأعمال وحثها على العناية بالعلاقات العامة بعد أن يسرت لها الدراسات الموضوعية الحقائق العلمية الصادقة البعيدة عن التحيز والمخادعة.
- 7- زيادة الاتصال بين الدول حيث أصبحت تربطها علاقات اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية مشتركة، وتعددت المؤتمرات والندوات والاجتماعات الدولية التي تضيف تقارباً جديداً كل يوم بين الإنسان وأخيه الإنسان وغاياتها إقامة أسس علاقات طيبة بين أعضاء الأسرة الدولية.
- 8- بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها وذلك لدعم بقاءها واستمراريتها وتأكيد هويتها وانتمائها للبيئة {معلا، 1991، ص2}.

إلى ماذا تهدف العلاقات العامة:

إن وضوح الأهداف يعتبر من الأهمية بمكان بالنسبة لأية مؤسسة تسعى إلى إحراز النجاحات في أعمالها، لأن ذلك يمكنها من تحديد الوسيلة المناسبة في بلوغ تلك الأهداف والتي يجب أن تكون واضحة وسهلة الفهم ومكتوبة وواقعية وقابلة للتعديل وللقياس والتقييم.

وأهداف العلاقات العامة كأهداف أي نشاط تطلب الواقعية والوضوح كما أنها ترتبط ارتباطاً قوياً بأهداف المؤسسة والدولة.

يذكر رئيس مجلس إدارة شركة جنرال موتورز بعض أهداف العلاقات العامة وفوائدها على الإدارة بأنها:

- 1- زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنماء فهم الجمهور وتنويره لما تقوم به من خدمات ونشاط.
- 2- بناء سمعة طيبة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور والذي يتعامل مع المؤسسة.
- 3- خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة.

أما فيليب لزلي (Philip Lesly) الذي ترأس واحداً من أكبر مكاتب العلاقات العامة بأمريكا فيذكر أهداف العلاقات العامة بأنها.

- 1- رفع مكانة المؤسسة وما ينتج عن ذلك من فوائد.
- 2- ترويج لسلع وخدمات المؤسسة ومبيعاتها.
- 3- الحصول على ثقة المواطنين.