

المحور الثاني: تعريف وخصوصيات تسويق الخدمات العمومية

أولاً: مفهوم وخصوصيات المؤسسة العمومية

1. تعريف المؤسسة العمومية:

شخص إداري أنشئ بقانون خاص لممارسة نشاط مالي أو صناعي أو تجاري أو زراعي وله استقلال، بحيث تعتبر حقوقه وأمواله مستقلة عن حقوق وأموال الدولة.

2. أسباب إنشاء المؤسسة العمومية: هناك عدد من الأسباب، نذكر منها:

- تنظيم قطاع معين من القطاعات الخدمية بشكل أفضل لتحقيق المصلحة العامة.
- زيادة المؤسسات العامة من خلال التأميم حتى تتمكن الدولة من إدارة الأموال التي جاءت إليها.
- استقطاب الكفاءات والمهارات الفنية المتخصصة اللازمة لإنجاز العمل.
- الرغبة في الحد من الوزارات والأجهزة المركزية التقليدية.
- استقلال بعض المواقف العامة في إدارة شؤونها حتى تتمكن من ادخال الأساليب الحديثة في التنظيم والإدارة من أجل تحقيق إنجاز أهدافها
- تقليص حجم البطالة.
- عدم رفع الأسعار وتحقيق استقرار السوق.
- توفير المناخ المناسب لاستثمار الثروات القومية والطاقت التي تحقق عوائد اقتصادية.
- توسيع تقديم الخدمات الاجتماعية للمواطنين مثل خدمات النقل والإسكان والتعليم والصحة وغيرها.
- إقامة المشروعات العامة ذات الإنتاج العالي في المجالات التي تقل أرباحها وترتفع مخاطرها.
- الاستقلال السياسي لبعض الدول دفعها في إنشاء المؤسسات العامة حتى تساعد على تقويتها

1. خصائص وسمات المؤسسة العمومية: مما سبق يمكن أن نلخص خصائص وسمات المؤسسات العامة

في كونها: منظمات حكومية:

- تنشئها الدولة أو تساهم في إنشائها بدرجة ما.
- منظمات غير ربحية.
- منظمات متنوعة الأهداف.
- تعدد أشكالها

ثانيا: مفهوم وخصائص الخدمة العمومية

1. تعريف الخدمة العمومية:

ب. مفهوم الخدمة العامة:

تعرف الخدمة بشكل عام على أنها نشاط اقتصادي يخلق قيمة ويوفر منافع للمستهلكين في وقت ومكان محددين لإحداث التغيير المرغوب لمصلحة المستفيد من الخدمة (Lapert & Munos, 2009, p. 18). كما تعرف على أنها: نشاط غير ملموس يهدف إلى إرضاء المستهلك، دون أن تؤدي بالضرورة إلى انتقال ملكية منتج مادي (Turgeon & Pettigrew, 1996, p. 379). أما مفهوم الخدمة العامة فهو يغطي جميع الأنشطة ذات المصلحة العامة التي تعمل بصفة مباشرة أو غير مباشرة تحت وصاية السلطات العمومية المركزية أو المحلية. (Bartoli, 2009, pp. 54, 55). فالخدمة العمومية هي ذلك النشاط الممارس مباشرة من طرف السلطة العمومية (الدولة أو الجماعات المحلية)، أو تحت إشرافها بهدف إشباع حاجات المنفعة العامة. وبشكل عام؛ توجد ثلاثة أنواع أساسية من الخدمات العامة (Bartoli, 2009, p. 55):

- ❖ الخدمات السيادية المتعلقة بالوظائف التقليدية للدولة (العدالة، الشرطة، الدفاع الوطني، المالية العامة،...);
- ❖ الخدمات الاجتماعية والثقافية التي تشمل التعليم، الصحة، الرعاية الاجتماعية، ...
- ❖ الخدمات ذات الطبيعة الاقتصادية؛ وتزامن ظهورها وتطورها مع تزايد دور الدولة في تلبية بعض الاحتياجات الأساسية في مجالات الطاقة والنقل والاتصالات، الخ.

2. خصائص الخدمة العمومية:

أ. خصائص الخدمات

- اللاملموسية
- عدم القابلية للتخزين
- التلازمية
- عدم التملك
- عدم التجانس
- عدم القابلية للتجزئة

ب. خصائص الخدمة العامة

- المجانية (وهذا امر نسبي)
- الطبيعة العامة

3. مبادئ الخدمة العمومية:

هناك جملة من المبادئ، والتي تتمثل في الاستمراريه والعداله والملائعه والتي يرجع الفضل في وضعها للباحث في لويسرولان من خلال اعمالهم مكمله لنظريه الكلمه العموميه التي اجراها سنه 1930 والتي تفرزه على كل انواع الخدمات العموميه:

أ. مبدأ الاستمراريه:

ب. مبدأ المساواة: يركز على ضروره حصول الجمهور او المستخدمين على خدمات بشكل متساوي والمساواة تكون في عدة مجالات نذكر منها:

ج. المساواة: في الحصول على مناصب الشغل في الهيئته العموميه دون تمييز بين الجنس او الديانه او الافكار او التوجهات السياية...

- مساواة العاملين في الهيئته العموميه لاجل حصولهم على نفس الامتيازات المرتبطة بحياتهم المهنيه
- المساواة بين مستعملي المرافق العموميه في حصولهم على الخدمة العموميه.

د. مبدأ الملائمة/ التكيف: مع تلبية بعض الحاجات الخاصه بالجمهور يجب ان تكون هناك قابليه للتطوير او تغيير هذه الخدمات، بالشكل الذي يتناسب مع الاحتياجات، وفي نفس الوقت فالمقصود بملائمة الخدمات العموميه، هو قابليتها للتغيير والتطور بشكل متناسب مع احتياجات الجمهور، ومع قدره تقديمها من قبل الهيئات العموميه.

هـ. مبدأ الشفافيه: والذي يقصد به تحسين العلاقات بين ما بين الهيئات والمنظمات العموميه التي تقدم الخدمة للجمهور من خلال مصارحه الجمهور بكل ما يحيط به على ان تكون كل المعلومات المتاحه دون تحفظات.

و. مبدأ الوضوح وسهوله الحصول على الخدمة: يكون ذلك من خلال اتخاذ جميع الاجراءات اللازمه لتسهيل عمليه حصول الجمهور على الخدمة دون اي التعقيدات او عراقيل.

ثالثا: مفهوم تسويق الخدمة العمومية

1. تعريف تسويق الخدمات العمومية: يعرف تسويق الخدمة العمومية على أنه "مجموع الأنشطة التسويقية

التي تستخدمها المنظمات الحكومية لتقديم خدمة عمومية كفيلة باشباع رغبات وتطلعات المواطنين دون أن يقتصر هدفها على تحقيق الربح

2. أهمية تسويق الخدمات العمومية: يمكن أن يكون التسويق العمومي أداة فعالة لتحقيق مكاسب متنوعة

للقطاع العام، بما في ذلك تحسين الخدمات، وتعزيز العلاقات، وتحقيق الأهداف المالية والغير مالية، لذلك يمكن ان ذكر العناصر التالية في إطار ذكر أهمية تسويق الخدمات العمومية:

- تحسين العلاقات مع الجماعات والأفراد.
- تقديم خدمة أفضل للمستفيدين.
- تحسين أنماط الحياة وتعزيز السلوكات.

وتتجلى أهمية استخدام التقنيات التسويقية لدى القطاع العام في مواجهة تحديين رئيسيين:

- الوفاء بالتزاماتها وتلبية احتياجات عملائها في ظل الموارد المحدود
- تحقيق أهدافها المتعلقة بالإيرادات: التسويق في القطاع العام يمكن أن يساهم في زيادة الإيرادات من خلال تعزيز التوعية بالخدمات المتوفرة وتحفيز المواطنين على استخدامها.