



## التصحيح النموذجي لامتحان تسويق الخدمات العمومية

1. تتميز الخدمات العامة بعدد من الخصائص التي تؤثر بشكل أساسي على نجاح عملية التسويق، فيما تتمثل

هذه الخصائص؟ (06 نقاط)

تتميز الخدمات العامة بعدد من الخصائص التي تؤثر بشكل أساسي على نجاح عملية التسويق، فخصوصية التسويق العام تتعلق بكل من الطبيعة العامة وطبيعة الخدمة للنشاط.

1. خصائص الخدمة: تتميز الخدمات بشكل عام بمجموعة من الخصائص والسمات التي تمكننا من تمييزها

عن المنتجات والسلع المادية ومن بين أهم هذه الخصائص نذكر:

- عدم ملموسية الخدمة
- تلازمية الخدمة (عدم الانفصال)
- عدم تجانس الخدمة (التباين).
- عدم قابلية الخدمة للتخزين
- عدم نقل الملكية

2. خصائص الخدمة العمومية: تمتاز الخدمات العمومية إلى جانب الخصائص المرتبطة بالخدمات في حد ذاتها

بجملة من الخصائص التي تنفرد بها على غرار تلك الخدمات التي يتم تقديمها في منظمات القطاع الخاص، كذلك فإن الخدمة العمومية مختلفة منها ما يتم تقديمها من قبل منظمات ذات طابع إداري ومنها ما يتم تقديمه من قبل منظمات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، إلا أنه ومع ذلك فهناك نقاط مشتركة مميزة للخدمة العمومية والتي يمكن دراستها من خلال نقطتين:

أ. خاصية البحث عن المصلحة العامة: إن سبب وجود الخدمة العمومية مرتبط بتحقيق المنفعة العامة أو المصلحة

العامة والمحافظة على التماسك الاجتماعي من خلال تقليص عدم المساواة الاجتماعية، تقليص الفروقات في مجال التعليم، الصحة، الحماية الاجتماعية، التشغيل. كما أن تحقيق المصلحة العامة لا يتم إلا من خلال مراعاة جملة من المبادئ والتي تتمثل في الاستمرارية، العدالة والملاءمة، مبدأ الشفافية مبدأ الوضوح وسهولة الحصول على الخدمة ومبدأ المشاركة

ب. الاستقلالية عن السوق: إن جميع المنظمات التابعة للقطاع الخاص تعتبر السوق كمصدر للحصول على مواردها فوجودها فيه مرتبط بمدى قدرتها على دراسته والتأقلم معه والتفاعل فيه لتلبية حاجات مستهلكيها وزبائنها بشكل فعال يضمن لها البقاء والاستمرار فيه، على عكس المنظمات التابعة للقطاع العام، وهنا يجب أن نفرق بين نوعين من من المنظمات التي تقدم خدمات عمومية ذات طابع اداري والتي تقدم خدمات عمومية ذات طابع تجاري وصناعي حيث أن هذه الأخيرة نجد لها علاقة بالسوق مع المستعملين لكن في أغلب الحالات تكون الخدمات التي تقدمها محتكرة عليها فقط أين تفقد عملية الشراء صبغتها بحيث يصبح الزبائن مجبرين على الشراء من هاته المنظمات كما هو الحال في توزيع الكهرباء، البريد والمواصلات...إلخ.

## 2. كيف يمكن للعميل الداخلي أن يساهم في تطوير وتحسين عمليات الخدمات العمومية؟ (04 نقاط)

- العميل الداخلي، الذي يشمل الموظفين والمسؤولين داخل المنظمة، له دور كبير في تطوير وتحسين عمليات الخدمات العمومية. إليك بعض الطرق التي يمكن للعميل الداخلي أن يساهم من خلالها في تطوير وتحسين الخدمات العمومية:
- توفير ردود فعل بناءة: يمكن للموظفين والمسؤولين داخل المنظمة تقديم ملاحظات واقتراحات بناءة حول كيفية تحسين العمليات وتطوير الخدمات. هذه الردود الفعلية يمكن أن تساعد في تحديد نقاط الضعف وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.
  - المشاركة في عمليات التحسين المستمر: يمكن للعميل الداخلي المشاركة في فرق العمل المعنية بتحسين العمليات وتطوير الخدمات. من خلال المشاركة الفعالة في هذه العمليات، يمكنهم تقديم أفكار جديدة والعمل على تنفيذ التغييرات اللازمة.
  - تطوير المهارات والقدرات: يمكن للعميل الداخلي المساهمة في تطوير وتحسين الخدمات العمومية من خلال تطوير مهاراتهم وقدراتهم. عندما يكون لديهم المزيد من المعرفة والمهارات في مجالات معينة، يمكنهم تقديم مساهمات أكثر قيمة لتحسين العمليات.
  - تبادل المعرفة والتجارب: يمكن للموظفين والمسؤولين داخل المنظمة تبادل المعرفة والتجارب مع بعضهم البعض. من خلال هذا التبادل، يمكنهم استخدام أفضل الممارسات والدروس المستفادة لتحسين العمليات وتطوير الخدمات.

- التزام بالتميز والجودة: يمكن للعميل الداخلي أن يساهم في تحسين الخدمات العمومية من خلال التزامه بتقديم خدمات عالية الجودة والتميزة. عندما يعمل الموظفون والمسؤولون على تحقيق معايير الجودة المحددة، يمكنهم بذل المزيد من الجهد لتلبية احتياجات وتوقعات العملاء.

### 3. كيف يمكن تحديد السعر المناسب للخدمات العمومية وما العوامل التي يجب مراعاتها في ذلك؟ (05 نقاط)

- التسعير على أساس التكلفة: يهدف هذا التسعير إلى استرداد التكلفة وتحقيق الإيرادات بصورة عادلة وتحديد أسلوب سداد المستحقات، وتعد هذه الآلية تحقيقاً لنوع من العدالة الاجتماعية، ومثال ذلك الخدمات التعليمية.
- التسعير على أساس القيمة: يعد التسعير تبعاً لهذه الطريقة تطبيقاً للقاعدة الاقتصادية تحقق القيمة مقابل المنفعة.
- التسعير على أساس السوق: حيث يقوم بتقديم هذه الخدمات كلاً من القطاع العام والقطاع الخاص ويتم تسعيرها وفقاً للجودة وأسعار السوق المحلي إذا كانت المنافسة داخلية كالخدمات الطبية أو السوق العالمي في حالة التنافس الخارجي كما هو الحال في الخدمات السياحية أو خطوط الجوية.

### 4. ما هو دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الخدمات العمومية؟ واذكر أمثلة على حملات تسويق اجتماعي

#### ناجحة في هذا السياق. (05 نقاط)

دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الخدمات العمومية يتمثل في استخدام استراتيجيات التسويق والاتصال لتحقيق أهداف اجتماعية وتحسين الرفاهية العامة للمجتمع. يركز التسويق الاجتماعي على تغيير سلوك الفرد والمجتمع من خلال التأثير على القيم والمعتقدات والمواقف. وفيما يلي بعض الأمثلة على دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الخدمات العمومية:

- تعزيز الوعي الصحي: تستخدم الحملات التسويقية الاجتماعية للتوعية بأهمية العادات الصحية والنظام الغذائي السليم وممارسة الرياضة من أجل تحسين صحة الفرد والمجتمع.
- تشجيع التبرعات والمساهمات: يستخدم التسويق الاجتماعي لجذب التبرعات للمؤسسات الخيرية والمشاريع الاجتماعية التي تقدم خدمات عامة مثل الرعاية الصحية والتعليم والإغاثة في حالات الطوارئ.
- تعزيز الوعي بالقضايا البيئية: تستخدم الحملات التسويقية الاجتماعية لتعزيز الوعي بأهمية حماية البيئة والمحافظة على الموارد الطبيعية وتشجيع التصرفات المستدامة في استخدام الطاقة والموارد.

- تعزيز السلوك المدني والمشاركة في العمل الاجتماعي: تستخدم الحملات التسويقية الاجتماعية لتشجيع المشاركة في العمل الاجتماعي والمساهمة في مشاريع تطوير المجتمع مثل تطوير الحي وتحسين البنية التحتية.
- تعزيز التعليم والتحصيل الدراسي: يمكن للحملات التسويقية الاجتماعية دعم التعليم والتحصيل الدراسي من خلال تشجيع الطلاب على المشاركة في البرامج التعليمية وتعزيز القيم العلمية والثقافية.