

مدى فعالية العلاقات العامة في التعليم الخاص في ظل الإصلاحات الاقتصادية

The effectiveness of public relations in private education in light of economic reforms



إيمان عراجي

¹جامعة يحي فارس بالمدينة، (الجزائر)arabdj_i_mene@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/12/14

تاريخ الارسال: 2023/07/31

ملخص:

إن العلاقات العامة مع ظهور الألفية الثالثة كانت سببا في ظهور ما يعرف بالتكتل الدولي و الاقتصادي ، و قد اهتم بها الباحثون في بناء سلوك الأفراد على مستوى ما تخطط له الدولة المغلقة على إقليمها ، من تربية تتماشى و قيم ثقافتها و سياستها ، وتعد العلاقات العامة وظيفة إدارية تقوم بتقويم اتجاهات الجمهور و ربط سياسات المنظمة مع الصالح العام و تنفيذ البرامج التي تكسب ثقة و تأييد الجمهور و الأساليب التي تستخدمها بشكل سريع ، ومنه نشأ إحساس الإدارة في المؤسسات التعليمية الخاصة بمدى أهمية العلاقات العامة خاصة مع زيادة التنافس بين المنشآت التعليمية في ظل التحولات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر ،

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة ، الإصلاحات الاقتصادية ، الخصوصية ، التعليم ، التعليم الخاص.

تصنيف جال: H0; I2;

Abstract: Public relations with the advent of the third millennium was the cause of the emergence of what is known as the international and economic bloc, and researchers have paid attention to it in building the behavior of individuals at the level of what the closed state plans on its territory, of education that is in line with the values of its culture and politics, that evaluates the attitudes of the public and links its organizing policies with the public interest and implements programs that gain the confidence, and from it arose the management's sense in private educational institutions of the importance of public relations, especially with the increase in competition between educational facilities in light of The economic transformations that Algeria knows

key words: Public relations, economic reforms, privatization, education, special education

JEL classification: H0; I2

مقدمة:

إن من مظاهر أزمة التعليم في عالمنا المعاصر هي كيف يستطيع التعليم أن يفي بحاجات ومتطلبات المجتمع نحو التنمية والتقدم وكذا حاجات ومتطلبات الأفراد الراغبين في العلم والمعرفة في ظل أليات السوق ومن ثمة اعتبار التعليم سلعة من السلع التي تخضع لقوانين العرض والطلب، فالتغيرات الاقتصادية لها تأثير كبير في العملية التعليمية من خلال ثورة العلم والمعلومات وتزايد الإنتاج المعرفي والجزائر تموج بالعديد من التحولات والتغيرات التي لها تأثيرات قوية في الألفية الثالثة، منه ثورة المعلومات والتقنيات والتطورات الاقتصادية، حيث انتقل هذا التأثير إلى الأخلاق والأفكار والقيم داخل المؤسسات التعليمية.

كما أن الاهتمام بالعلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية الخاصة أصبح ضرورة بالارتقاء بالتعليم الخاص في ظل هذه التحولات، فعالمية المناهج الأكاديمية أصبحت جزءا من التقدم المطلوب لتطوير المناهج، فالبرامج التعليمية وهذا مرتبط بثورة الاتصالات الحديثة باعتبار العملية التعليمية نسق جزئي من نسق عام هو النسق المجتمعي، وبالتالي فإنها تتأثر مما يحدث في النسق العام والإنسان والجزئية الفرعية الأخرى من سياسة وثقافة واقتصاد وغيرها ويتفاعل معها ويؤثر فيها ويتأثر بها.

1. تحديد مفاهيم الدراسة**1.1 مفهوم العلاقات العامة:**

إن جوهر العلاقات العامة يقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنة بين أطراف لها مصالح مشتركة بين أية مؤسسة، تعليمية كانت تجارية أو صناعية أو خدمية أو اجتماعية أو سياسية، وبين جمهور تلك المؤسسة كعلاقة شركات الخطوط الجوية مثلا مع جمهور المسافرين على طائراتها. ومن ثم فإن العلاقات العامة هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار اجتماعية، بهدف رعاية الروابط الإنسانية السليمة في المجتمع، وكسب تأييد الجمهور وضمان التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أنشطتها وأنواعها، كما يمكن القول أن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط المادية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى. (إمام، 1979، صفحة 289)

فالعلاقات العامة هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين الطرفين المؤسسة وجمهورها بين أية مؤسسة باختلاف أنواعها سواء كانت حكومية أو خاصة تجارية أو سياسية، ثقافية أو تربوية من جهة وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة سواء كانوا عاملين أو مساهمين أو أفراد المجتمع المحيط بالمؤسسة بشكل عام من جهة أخرى.

ومنه فإن العلاقات العامة "هي حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور، فالمؤسسات اليوم تبذل كل جهدها لتكون سمعتها جيدة لدى جمهورها ولكسب رضاه وتعاونها معها." (حسن، 1973، صفحة 78)

وعليه يمكن القول أن " العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع خاص ومستمر تهدف من خلالها المؤسسة العامة إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق التعاون المستمر ومقابلة المصالح العامة، بدرجة أكفاً عن طريق المعلومات المخططة وكثرتها (خضر، 1998، صفحة 65) ومنه فإن:

- العلاقات العامة من بين الوظائف الإدارية، التي تسعى لكسب تأييد الجماهير وثقتهم وعمل العلاقات العامة ليس مؤقتاً بل هو عملية مستمرة، باستمرار المؤسسة.
- قياس الرأي العام لأجل ضمان توازن برامجها وسياساتها مع الجماهير المتعاملة معها.
- إن العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة، التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المؤسسة وجماهيرها وهي عملية مستمرة تستخدم وسائل الاتصال والبحوث الاجتماعية للوصول إلى خطط تحقيق التفاهم والتكيف بين المؤسسات وجماهيرها حتى تعم الفائدة.

2.1 العلاقات العامة والمؤسسات التجارية:

تتمثل في علاقات المنتج مع كل من المستهلك والعلاقات العامة في الأسواق والتجارة وهي الأدب في المعاملة وإنما تعني الخدمة الحقيقية للعميل القائمة على العلاقة المتبادلة المنفعة بالأمانة والصدق، حتى يصبح رضا العميل عن المؤسسة وثقته فيها ناتجة عن اقتناع.

" تساعد العلاقات العامة في عملية التسويق بغرس اتجاهات الزبائن الإيجابية نحو المؤسسة وتساعد بتشجيع قيام علاقات إيجابية بين الموظفين والإدارة والعمل واسطة بين المؤسسة والمشرعين الحكوميين وتقوم بتأييد الصورة الإيجابية للمؤسسة في مجتمعنا" (أبو أصبع، 1990، صفحة 103)

حيث تعمل العلاقات العامة على تحقيق العمل المشترك بين الإدارة والعاملين، حيث يفرض على المختصين في العلاقات العامة في المؤسسات التجارية المشاركة في تقييم النتائج التي تم التوصل إليها في السوق، وهذه حقيقة هامة للمؤسسات ذات الطابع التجاري، والحديث يجري حول تسويق البضائع والخدمات، من أجل زيادة الأرباح والتوسع لمناطق أوسع ولهذا توظف العلاقات العامة من أجل تسويق البضائع والمنتجات والخدمات والأفكار والمشاريع، بإدخال كعنصر من عناصر التسويق وكوسيلة فعالة لخلق آراء إيجابية عن الجهة المعنية وتسريع تسويق خدماتها، وفي هذه الحالة معرفة مدى المؤسسة لقياس التأثير الفعلي على الأوساط الداخلية والخارجية للجهات المعنية

3.1 التعليم الخاص:

التعليم الخاص هو نظام تعليمي مستقل عن القطاع العمومي وهو غير مجاني بصورة خاصة في المجتمعات الرأسمالية، وتختلف درجة استقلالية هذا النوع من التعليم من دولة إلى أخرى وهذا حسب السياسة التربوية للمجتمع بحيث نجد هناك من يشرف على هذا النوع من التعليم لرقابة الدولة بصفة عامة ومراقبة من طرف وزارة التربية والتعليم من حيث قانونية هذه المدارس خضوعها للشروط المطلوبة.

"يشمل جميع المؤسسات التربوية الأهلية والخاصة التي تتميز باستقلالها الإداري والمالي، ويضاف إلى ذلك أن هذه المدارس تحظى باستقلال نسبي كبير فيما يتعلق بسياساتها التربوية وبرامجها التعليمية وتكون هذه المدارس تابعة لهيئات أهلية، أو جمعيات خيرية محلية أو أجنبية أو أفراد من القطاع الخاص يتولون الإنفاق عليها من أموالهم أو من الأقساط المدرسية أو من الهبات والتبرعات المرتبطة بها وإدارتها والإشراف عليها". (عابدين، 2000، صفحة 54)

المدرسة الخاصة في الجزائر عبارة عن مؤسسة تعليمية مستقلة ماديا وتسير من طرف الخواص، قائمة على جهد تربوي وعلمي خاص، تزاوّل نشاطها بصفة قانونية وتحت وصاية وزارة التربية والتعليم، تمول من طرف أموال التلاميذ الملتحقين بها.

وهدف التعليم الخاص تغيير المجتمع بطريقة موجهة والتطلع للدراسة التحليلية للقوى الثقافية بهدف الوصول إلى جوانب التشابه والاختلاف بين الأنظمة التعليمية بين مختلف دول العالم باعتبار "أن المدرسة لا بد أن تتلاءم مع التغيرات الثقافية السريعة وأن توجه كل عنايتها في الوقت ذاته لتحقيق حاجات وميول وقدرات الأفراد، وعلى هذا يجب أن تنظم العملية التربوية كلها بالطريقة التي تضمن أقصى نمو لشخصية كل فرد" (سمعان، 1993، صفحة 38)

المدرسة الخاصة هي مؤسسة تعليمية تتبع نظام تعليمي اقتضته ظروف المجتمعات المعاصرة في ظل العولمة وانفتاح السوق، فهي مؤسسة للتربية والتعليم ينشئها شخص طبيعي أو معنوي خاضع للقانون الخاص وتقدم تعليمًا بمقابل مبالغ مالية.

4.1 الخصوصة:

أول من استعمل مصطلح الخصوصة - الخصخصة- وكان يرى أن الدولة مشغل غير ناجح، وقد سبقه ابن خلدون إذ قال: "إذا تعاطى الحاكم التجارة فسد الحكم وفسدت التجارة" (ناشف، 2000، صفحة 102) ولقد ظهرت كلمة "privatisation" في المعاجم الغربية أول مرة عام 1983، وقد كانت من أكثر المصطلحات الثورية في التاريخ الحديث للسياسة الاقتصادية وقد استخدمت هذه الكلمة في الانجليزية لتشير إلى تقليص دور الدولة في الاقتصاد وزيادة دور القطاع الخاص، أما اصطلاحا فيختلف مفهوم الخصوصة باختلاف الأشكال التي تتخذها، والأهداف التي ترمي إليها والدوافع التي تكمن وراءها، وحسب ظروف البلد الذي تطبق فيه.

فتعرف الخصوصة على أنها: "توسيع الملكية الخاصة وإعطاء القطاع الخاص دورا متزايدا ضمن النشاط الاقتصادي من خلال تصفية القطاع العام كلياً أو جزئياً (ماهر، بدون سنة، صفحة 22) أي التخلص من الوحدات الخاسرة في القطاع العام لصالح القطاع الخاص وتعرف أيضاً على أنها: "إدارة المؤسسات على أساس تجاري من خلال نقل ملكيتها كلياً أو جزئياً للقطاع الخاص، أو تأجير خدمات إدارية محترفة تضطلع بمهمة تسيير المؤسسة (هندي، 1995، صفحة 4) فالخصوصة تعني: "زيادة فاعلية ودور قوى السوق، من خلال التحرر من القيود التي تتعلق بالكفاءة المؤسسات العمومية وتحويلها إلى

حواجز للقطاع الخاص (حجازي، بدون سنة، صفحة 14) كما أنها تعبر على رؤية متكاملة لكيفية إدارة الاقتصاد الوطني بكفاءة وبفاعلية أحسن ووفقا لأساليب مختلفة تتحدد وفقا لحالة كل مؤسسة يراد خصوصتها وتتماشى مع الأهداف المسطرة .

أما المشرع الجزائري فقد عرفها في القانون رقم 14 في المادة 13 على أنها: "كل صفقة تتجسد في نقل الملكية إلى أشخاص طبيعيين أو معنويين خاضعين للقانون الخاص من غير المؤسسات العمومية، وتشمل هذه الملكية كل رأس مال المؤسسة أو جزء منه تحوزه الدولة مباشرة أو تحوزه عن طريق الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون العام، وذلك عن طريق التنازل عن أسهم أو حصص اجتماعية أو اكتتاب (حامد، 2007، صفحة 164) من خلال التعارف السابقة، يتضح أن الخصوصية ليست هدفا في حد ذاتها، إنما هي وسيلة لتحسين الأداء والكفاءة الاقتصادية للاقتصاد الوطني عن طريق تحسين كفاءة المؤسسة وبالتالي الخصوصية ماهية إلا سياسة اقتصادية تهدف إلى تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية، وذلك من خلال إدارة المؤسسات على أساس تجاري وتفعيل قوى السوق، ونقل ملكية المؤسسة كليا أو جزئيا إلى القطاع الخاص ويتم ذلك وفقا لأساليب مختلفة تتحدد حسب حالة كل مؤسسة، باعتبار الخصوصية وسيلة لرفع الأداء لا هدفا في حد ذاتها وباعتبار الأداء دالة تابعة للعديد من المتغيرات والعوامل التي تؤثر فيه سلبا أو إيجابا وهذه العوامل ذات مصادر متعددة ومتشابكة، وكلها أو أغلبها ترتبط بنشاط العامل ومحيطه الثقافي، الاجتماعي، الاقتصادي، لذلك فاداء المؤسسة يتأثر بكافة التغيرات الحاصلة في محيطه سواء تأثيرا إيجابيا أو سلبيا وفي ظل عملية خصوصية المؤسسة تحدث العديد من التغيرات التنظيمية والتي من شأنها أن تؤثر على أداء المؤسسة، ولعل من بين أهم هذه التغيرات حدوث تغيير في القيادة التغيير في ثقافة المؤسسة ، التغيير في سياسة التعويضات بما يناسب سياسة السوق المفتوحة، إدخال تكنولوجيا وآلات جديدة في المؤسسة، وإعادة هيكلة العمالة وتخفيضها، لذلك فأغلب المؤسسات التي تمت خصوصتها قامت بتغيير هذه المتغيرات ولكن تغييرا تدريجيا يراعي ملائمة المتغيرات السابقة مع أهداف عملية الخصوصية.

5.1 الإصلاحات الاقتصادية:

إن الخصوصية ليست هدفا في حد ذاتها ، إنما هي وسيلة لتحسين الأداء والكفاءة الاقتصادية للاقتصاد الوطني عن طريق تحسين كفاءة المؤسسة ، وعليه ما هي إلا سياسة اقتصادية تهدف إلى تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية ، وذلك من خلال إدارة المؤسسات في الجزائر على أساس تفعيل قوى السوق ونقل ملكية المؤسسة كليا أو جزئيا إلى القطاع الخاص حيث عرفها المشرع الجزائري في القانون 14 في المادة 13 على أنها كل صفقة تتجسد في نقل الملكية إلى أشخاص طبيعيين أو معنويين خاضعين للقانون الخاص من غير المؤسسات العمومية ، وتشمل هذه الملكية كل رأس مال المؤسسة أو جزء منه تحوزه الدولة مباشرة أ وتحوزه عن طريق الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون العام وذلك عن طريق التنازل عن أسهم أو حصص اجتماعية أو اكتتاب ونتيجة المشاكل التي عرفها الاقتصاد الجزائري عازمت السلطات الجزائرية

على انتهاج سياسة الإصلاح الاقتصادي ، وذلك من خلال إتباع عدة مراحل من الإصلاحات الاقتصادية التي انطلقت منذ الثمانينات لاسترجاع فعالية المؤسسة العمومية ومن أهم الإصلاحات الاقتصادية التي عرفتتها المؤسسة العمومية نذكر منها: (بوكبوس، 1999، صفحة 10)

1.5.1 إعادة الهيكلة:

إن الإصلاحات الاقتصادية المطبقة في الجزائر كانت أول ما تستهدفه هو المؤسسة العمومية، إذ كان لطبيعة التنظيم الذي عرفته المؤسسات العمومية أحد الأسباب الأساسية في عدم الفعالية وكفاءة القطاع العمومي، بالتالي اتجهت الدولة إلى إعادة النظر في سبل الإصلاحات التي تمكّنها من الوصول إلى وضع مقبول اصطدمت المؤسسة العمومية بعدة مشاكل منها:

مركز القرار، أي أن أخذ القرار داخل المؤسسة لا يعتمد على استراتيجية مستمرة مما تسبب في وصول معلومات بشكل متأخر، وكذلك إلى سوء التبعية بين الهيئات المركزية وإدارة هذه المؤسسات - سوء التسيير الإداري والمالي وازدواجية مهام المؤسسة الاقتصادية واجتماعية.

فجأت عملية إعادة الهيكلة التي تهدف الدولة من خلالها إلى تحسين ظروف الاقتصاد الوطني وضمان تطبيق الفعلي لمبادئ اللامركزية.

– تدعيم فعالية المؤسسات العمومية الاقتصادية ذلك بالتحكم في جهاز الإنتاج.

فقامت المؤسسة الجزائرية بإحداث تغييرات داخلية بعد الإحساس بالضرورة والحاجة لذلك ، فأصبح من المتطلبات الأساسية للمؤسسات الحديثة البحث عن الوسائل والسبل التي من خلالها تتمكن تحسين أدائها ورفع كفاءتها ، حتى تتأقلم مع المتطلبات التي تفرضها الظروف والمتمثلة في الخصوصية وإعادة الهيكلة حيث تعمل الخصوصية على إحداث تغييرات جذرية في المؤسسة ، وخاصة إذا قامت بعملية إعادة الهيكلة التي تعرف على أنها " مجموعة من الاستراتيجيات والخطط والسياسات التي تضعها الإدارة لتخفيض التكاليف وتحسين كفاءة الأداء (الصيرفي، 2007، صفحة 112)

وتأخذ عملية إعادة الهيكلة أشكالاً مختلفة تتمثل في مايلي :

أ/ إعادة الهيكلة الإدارية: تتمثل في التغييرات الجوهرية في الأنظمة الإدارية والتنظيمية وذلك لغرض تحسين الأداء الإداري والتنظيمي وتحديد الحجم الأمثل للعاملين واستخدام أفضل للموارد البشرية وهي بذلك تشمل:

* إعادة الهيكلة التنظيمية: وهي عبارة عن إعادة النظر في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، من أجل تحقيق أداء أفضل للوظائف واستخدام السلطات.

* إعادة هيكلة الموارد البشرية: وهي عبارة عن إعادة تصميم هيكل العاملين بالمؤسسة حيث تشتمل على عدة ممارسات كإعادة تصميم الوظائف والاستغناء على بعض الوظائف وإعادة هيكلة الموارد البشرية.

ب/ إعادة الهيكلة المالية: تهدف إعادة الهيكلة المالية إلى (عشي، 1996، صفحة 31)

- ✓ القيام بإصلاحات تنظيمية وإصلاحات لتسيير للتحكم في الأعباء
 - ✓ القيام بإجراء تحسينات على مستوى إنتاجية العمل، بإعطاء الأولوية للمناصب المرتبطة بالإنتاج المباشر
 - ✓ القيام بتسوية كل حقوق المؤسسات
 - ✓ تغيير أشكال تمويل الاستثمارات
 - ب- إعادة هيكلة رأس المال : وهي عبارة عن تغييرات تدخل على هيكل رأس المال ومكوناته من أجل أداء مالي وربحية أفضل.
 - ج- إعادة هيكلة محفظة الاستثمار: وهي عبارة عن تغييرات في استثمارات وأصول ثابتة ومتداولة لفرض توظيف أموال المؤسسة في شكل أفضل.
- 2.5.1 استقلالية المؤسسات العمومية :

لمواجهة النتائج السلبية الناتجة عن العجز المالي المسجل لدى المؤسسات العمومية لتشريع في تطبيق إصلاحات اقتصادية ثانية في تحويل عدد معين من المؤسسات العمومية إلى مؤسسات اقتصادية حيث من خلالها طبعت سياسة استقلالية المؤسسات العمومية، تتمثل أساساً في حرية اتخاذ القرارات وذلك باعتبار جمع الأخطار التي ترتبط بكل من المحيط والمستقبل.

فإعادة الهيكلة العضوية والمالية للمؤسسة العمومية، كانت تهدف من حيث المبدأ إلى تطوير الاقتصاد الوطني من خلال تحسين القطاع الإنتاجي عن طريق الرفع من معدلات المردودية والإنتاجية من خلال كل الإجراءات المتخذة وتوفير الموارد البشرية والمالية.

ومن هنا بدأت التمهيدات لإدخال المؤسسات العمومية ضمن اقتصاد مفتوح على العالم فبدأ التحضير لاقتصاد السوق عن طريق تغيير القوانين والتخلي عن النظام الاشتراكي بالتخلي عن أملاك الدولة لصالح المواطنين، وإصدار بعض القوانين المهمة التي تحدد مستقبل المؤسسة العمومية والاقتصادية والاجتماعية وذلك بفتح المجال على القطاع الخاص.

والخصوصية هي انتقال ملكية المؤسسة العمومية لشخص من أشخاص القانون العام إلى شخص من أشخاص القانون الخاص ويتم الانتقال عن طريق البيع أو التنازل عن أصول المؤسسة أو جزء منها، مفهوم مرتبط بشكل كبير بمفهوم تقليل العمالة.

2. العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية

بعد دخول الولايات المتحدة الأمريكية الحرب العالمية الأولى زاد اهتمام الحكومات بالعلاقات العامة وبدأت تأخذ هذه الأخيرة دور مهم في الجهات الربحية وغير الربحية بإعطاء متخذ القرار معلومات صحيحة عن الواقع المحيط وبدأ التبادل المشترك بين المنظمات وجمهورها إن الجزائر كغيرها من الدول تستثمر أموال طائلة في التربية والتعليم ويظهر ذلك بوضوح على مستوى الأفراد والمؤسسات والدولة ، لكن

المؤسسات التعليمية تواجه اليوم عددا من المتغيرات البيئية والتحديات الصعبة ، بحيث أصبحت هذه التنظيمات بحاجة إلى إدارة ذات جودة صارمة وذات تخصص في مجال عملها ومتطلعة في الوقت نفسه إلى المستقبل أكثر من أي وقت مضى مما يتطلب إعادة النظر والتفكير بصورة عميقة في كيفية إدارة تسيير المؤسسة التعليمية ولا يقتصر الدور الرئيسي لهذه الوظيفة على تقديم وعرض المؤسسة للسوق فحسب بل يتعدى إلى العمل على التأسيس لمفهوم العلاقات العامة داخل المؤسسة التعليمية ، وتحديد واجبات العلاقات العامة وإقرار الكيفية التي يمكن من خلالها المساهمة على الصعيد العملي في مواجهة تحديات المؤسسة من حيث تحسين أدائها المؤسسي من ناحية وعلى مستوى إشباع حاجات المستهلكين المتزايدة بتقديم مخرجات ذات جودة عالية من ناحية أخرى ، لكنه وبعد تبني المنافسة وآليات السوق ، وجدت المؤسسات التعليمية الجزائرية نفسها مجبرة على مواجهة تحديات البيئة الخارجية الجديدة ، وذلك بفتح المجال أمام الخواص للاستثمار في التربية والتعليم ، وظهور مؤسسات التعليم الخاصة مع بداية الألفيات ، وعليه كان لزاما على هذه المؤسسات التعليمية الخاصة ومن أجل ضمان الاستمرار والمنافسة وتحقيق الربح والتوافق والانسجام بينها وبين مستهلكين لمخرجاتها ولا يتوقع أن يحدث هذا بشكل تلقائي في بيئة خارجية بالغة التعقيد بل يجب التخطيط له ، وهذا هو جوهر وظيفة العلاقات العامة بالأساس في عمليات البحث والدراسة والتخطيط والتقييم لكل ما يحيط بالمؤسسة التعليمية الخاصة ، بدقة أكثر لكي تحافظ على بقائها واستمرارها وذلك من أجل تصحيح وتغيير اتجاهات أولياء التلاميذ ونظرتهم حولها .

3.التوجه نحو اقتصاد السوق ورهانات المنافسة:

لقد أدى الاختلال الوظيفي بين الرقابة واستقلالية المؤسسات إلى انحراف التنظيم الإداري بالمؤسسات التعليمية ، عن نموذج المثالي الأمر الذي دفع بصانعي القرار إلى إخضاع هذه المؤسسات إلى المنافسة واقتصاد السوق ، حيث يعتبر رفع المستوى الفردي والمؤسسي وتحقيق الكفاءة والفعالية ، من أهم الحجج التي يستخدمها مؤيدو الانفتاح على المنافسة واقتصاد السوق ، إضافة إلى ما أصبح يتعرض له سوق العمل في الجزائر باستمرار لتحديات ناجمة عن متطلبات العولمة ، مما يتعلق بالانفتاح الاقتصادي وتراجع تدخل الدولة في جميع المجالات بما في ذلك قطاع التربية والتعليم ، الأمر الذي يستدعي تنمية وتغيير أنماط الإدارة والتسيير وذلك من أجل التجاوب مع معايير المنافسة اقتصاد السوق "إن المسألة هنا هي مسألة إدراك طبيعة التحديات التي تفرضها العولمة بمختلف مظاهرها وهياكلها ، ومن ثم إدراك طبيعة الوسائل الكفيلة بمواجهة فعالة لهذه التحديات ، وذلك بإعداد الاستراتيجيات الفعالة التي من شأنها تأهيل المؤسسة الجزائرية نحو المنافسة وفق المستجدات الأخيرة بأحسن كيفية (بوشارب، 2010) يمتاز هذا العصر بسمات وملامح خاصة وآليات ومعايير جديدة تختلف جذريا عن العصور السابقة ومنه تشكل العوامل البيئية وخاصة التنظيمية بيئة عملية شديدة المنافسة باعتبار أن المؤسسة تعمل ضمن نسق مفتوح ، وبما أن هذه العوامل سريعة التغيير وبطريقة غير متوقعة ، فإن المؤسسات بحاجة

إلى الاستجابة وبشكل متكرر وسريع للتصدي للمشكلات واقتناص الفرص وعليها أن تعمل تحت ضغوط متزايدة ، ضغوطات الأعمال بإجراءات مبكرة تسمى بنشاطات الاستجابة الحاسمة وإن ما يدعم هذه الاستجابة هي المعلومات (شعبان، 2000، صفحة 38)

ومن هذا المنطلق وتماشيا مع التحولات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية ، تأكدت أهمية التركيز على الاستثمار اللامادي القائم أساسا على نوعية وخصائص المورد البشري "إن إدارة الموارد البشرية وبفضل ما تلعبه من دور في تحديد وترقية الكفاءات وتحفيز المستخدمين وتفعيل أدائهم لا تؤثر فحسب على الميزة التنافسية بل إنها تعتبر العامل الحاسم لهذه الميزة في بعض الصناعات (الهيثي، 2000، صفحة 13) حيث يتطلب ذلك مورد بشري يتسم بالمرونة والقدرة على التكيف في إطار العلاقات العامة للمؤسسة ويمتلك قاعدة عريضة من المعارف والمهارات لمواكبة التطور الحاصل في سوق العمل والتواءم مع حاجات البيئة الخارجية للمؤسسات التعليمية الخاصة. لقد تجلّى تفعيل التوجه نح واقتصاد السوق إلى انفتاح السوق الجزائرية على المنافسة الأجنبية التي تسعى دوما إلى تبني تقنيات وأساليب إنتاجية جديدة تتميز بكفاءة عالية وأداء متميز ، وذلك من أجل الهيمنة على السوق ، وه والأمر الذي أثر على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية الذي يتسم أصلا بالضعف والتدني ، ما وضع المؤسسة الجزائرية أمام واقع جديد كشف إلى حد بعيد عن أزمتها البنيوية ، وعجز المشرفين عليها عن تأسيس لرؤية استراتيجية متكاملة ، تستند إلى فلسفة واضحة ومحددة تساهم في تطوير كفاءة وفعالية المؤسسة .

4. المؤسسة التعليمية الخاصة في ظل انفتاح السوق:

أمام هذا الواقع أضحت المشكلة الأساسية التي تواجه المؤسسة الجزائرية سواء اقتصادية وتعليمية هي كيفية أداء ثم تقديم مخرجاتها للبيئة الخارجية ، في عالم متطور وسريع يسوده التنافس الشديد من أجل الهيمنة على السوق واكتساب مواقع جديدة ، فقد أدخل القانون الخصوصية إلى عملية إدارة وتسيير الشركات العمومية الاقتصادية ، التي بمقتضى هذا القانون أصبحت شركات خاصة تستهدف الربح وتعمل بموجب القانون التجاري ، وذلك أسوة وتقليدا لشركات ومؤسسات القطاع الخاص ، وتكمن أهمية هذا القانون كونه يعطي الجمعية العامة العمومية ، صلاحيات واسعة واستقلالية شبه كاملة في رسم استراتيجية ومخطط عمل المؤسسة العمومية الاقتصادية وذلك على مستوى علاقاتها المالية ، مع البنوك وسياستها التسويقية وأصبح بإمكان الجمعية العامة تصفية الشركة أ وفتح رأس مالها ، وخصوصية 50 % منها دون الرجوع إلى الجهات المختصة بها وتكون الدولة موافقة على قرارات الجمعية حال صدورها ، "وفي سنة 2003 هناك أكثر من 1000 شركة عمومية اقتصادية من بينها المصارف وقد أصبحت هذه الشركات بموجب هذا القانون شركات تجارية مستقلة تعمل وفق آليات السوق (البكري، 2001، صفحة 69)

إن هدف الدولة من خلال إصدار هذا القانون الذي يعمل على خوصصة تسيير وإدارة رؤوس الأموال التجارية للدولة ، وعليه أصبح على المؤسسة التعليمية الخاصة ، في ظل المنافسة واقتصاد السوق بتغيير استراتيجياته ورسالتها ، بناء على ما تم اكتشافه من تغيرات هامة خاصة التغيرات المستمرة في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية ، والتي جب أن تكون من أولوياتها ، بحيث تكون قادرة على التأقلم والتكيف معها ، والتأثير على البيئة الخارجية وذلك بالاهتمام بفعالية العلاقات العامة داخل المؤسسة التعليمية الخاصة وبعملية الأداء الفردي والمؤسسي ببعديها الأول الذي يخص تحديد الهدف وإمكانية تحقيقها والثاني يتعلق بالاستغلال الأمثل لجميع الموارد البشرية والتقنية ، وهذا يعني أن المؤسسة التعليمية الخاصة لا يمكنها البقاء والاستمرار دون مراعاة عوامل البيئة الخارجية ، حيث تعمل على إشباع حاجات هذه البيئة من خدمات تربوية وتعليمية أما البيئة فتخدم المؤسسة لأنها توفر لها المدخلات الأساسية من موارد بشرية ومالية وهذا مرهون بمدى الاعتماد على وظيفة العلاقات العامة ، لما لها من دور في التكوين والترويج لعلاقات إيجابية مع أولياء التلاميذ والمستهلكين وتحقيق الربح للمؤسسة التعليمية الخاصة.

1.4. دور العلاقات العامة في الترويج للمؤسسات التعليمية الخاصة:

تنطوي العلاقات العامة على توطيد الروابط المؤسسات التعليمية أو جماهيرها باستخدام أنماط مختلفة من قنوات الاتصال وأدواتها ويعني قيام الموارد البشرية العاملة في ميدان العلاقات الإنسانية بالعمل جنباً إلى جنب مع العاملين في مجال الإعلام بهدف بلورة صورة مناسبة عبر نشر التقارير في وسائل الإعلام المطبوعة أو عبر قنوات السمع البصري وقد اتسع الدور الذي تكتسيه العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية وتشمل الآتي:

- ✓ تأصيل الوعي ورسم صورة مناسبة للمؤسسة التعليمية من خلال نشر تقارير أو مقالات في وسائل الإعلام ذات الصلة والمتابعة الدقيقة لما يصدر عن القنوات الإعلامية المتعددة وكذلك الجمهور من تعليقات تخص المدرسة الخاصة.
- ✓ تعكف العلاقات العامة إعداد برامج تجاه منتسبي المدارس الخاصة، لتقوية العلاقات فيما بينهم وبين إدارة المدرسة وذلك لكسب رضا الموظف ورفع من روحهم المعنوية لتنعكس هذه العلاقة الجيدة على التلاميذ ويكون التعامل بروح الود والتفاهم.
- ✓ تسعى إلى برمجة برامج ترفيهية وثقافية ورياضية للتلاميذ في جميع المراحل مع عقد جلسات وندوات مع أولياء التلاميذ وإدارة المدرسة لمناقشة النواحي التعليمية والتربوية والنفسية للتلاميذ، والتوصل إلى ما يرضي التلميذ وفق الأنظمة واللوائح ومعالجة أي مشكلات تقابل التلاميذ، وتقوية الصلة مع أولياء الأمور والمؤسسة الخاصة والأخذ بأرائهم من أجل تحسين العملية التعليمية والتربوية للرفع من مستوى أداء المعلمين.

2.4. العلاقات العامة في المدرسة الخاصة:

من بين أهم البرامج التي تعدها إدارة العلاقات العامة والتي تتوافق مع كل الظروف، هناك نوع من " البرامج وهي البرامج الخاصة برفع الروح المعنوية بين الجمهور النوعي ومخاطبة أي نوع من أنواعه، بحيث يعرف كل فرد واجبه ويدرك أهدافه كل نشاط يقوم به ويطلق عليه البرنامج المعرفي، وهناك نوع من البرنامج التنظيمي هو الخاص بتعزيز وتدعيم الأهداف التنظيمية ويتضمن تاريخ المؤسسة وإنجازاتها والعاملين بها وسياساتها ومشروعاته التي تخططها (عجوة، 1988، صفحة 99)

إن الجهود المبذولة في مجال العلاقات العامة تنصب في إقامة سمعة طيبة بين المؤسسة واستمرار التأمل مع تلك الجماهير من ناحية أخرى ، فالهدف من برامج العلاقات العامة في المؤسسة التعليمية الخاصة هو توطيد سمعة المؤسسة باعتبار " أن السمعة الطيبة هي أحد الدعائم الأساسية التي يقوم عليها كيان المؤسسة ، فالصورة المشرفة للمؤسسة هي التي تخلق المناخ المناسب لإقبال الجمهور على التعامل معها وجذب أفضل العناصر للعمل فيها وسعادة العاملين بالانتماء إليها وبذلك يزداد نجاحها وتنم وأنشطتها وتصبح قادرة على مواجهة أية منافسة حالية كانت أو مرتقبة (جرادات، 2001، صفحة 19) لذلك فإن برامج العلاقات العامة تصب اهتمامها في المؤسسات التعليمية الخاصة إلى بناء هوية للمؤسسة في البيئة التي تعمل فيها ، كما تهدف العلاقات العامة الحديثة إلى ترسيخ سمعة المؤسسة عن طريق تكوين صورة ذهنية طيبة في أذهان جماهيرها ، ولقد تعاظم الاهتمام بموضوع بناء الهوية والصورة الذهنية للمؤسسات المعاصرة نظرا لما تقوم به تلك الصورة من دور في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل الانطباعات والسلوك لدى جماهير المؤسسة ، ولا يخفى أن هذه الصورة المرسومة في أذهان الجماهير فالانطباع لديهم حول المدرسة الخاصة يعد من أفضل المؤشرات المعبرة عن نجاح أو فشل هذه المؤسسة ، لأن هذا الانطباع يمثل مقياس قدرة الإدارة على تحقيق مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل به .

3.4. برامج العلاقات العامة في المؤسسة التعليمية الخاصة

إن برامج العلاقات العامة تقوم بوظيفتين أساسيتين من أجل بناء وتعزيز سمعة المؤسسة وهما البناء والتصحيح " وتعني وظيفة البناء خلق سمعة طيبة للمؤسسة ودعم ثقة الجمهور فيها وكفالة إيمانه واقتناعه برسالتها وأهدافها وكفاءتها وبرامجها وإنجازاتها والمحافظة على علاقات وصلات قوية عن طريق ما تقدمه العلاقات العامة من وسائل إيجابية بناءة (محمد ناصر، 1998) وتهتم وظيفة التصحيح بتصحيح الصورة النسبية للمؤسسة لدى جماهيرها وهي الصورة التي تكون قد تكونت بسبب سلوكيات غير سليمة أو معلومات خاطئة ، وهنا تحرص هذه الوظيفة على إعادة ثقة الجمهور بالمؤسسة ، كما تشمل هذه الوظيفة مساعدة الإدارة في وضع وتنفيذ استجابات بناءة للقضايا المختلفة وهذا فضلا عن الرد على ما يوجه للمؤسسة من انتقادات أو اعتراضات أو دعايات كاذبة أو إشاعات مغرضة تزعزع من ثقة الجمهور في المؤسسة التعليمية ، تعتمد إدارة المؤسسات الخاصة بصورة أساسية على قدرتها في مواكبة التطورات

العلمية والعملية والإصلاحات الاقتصادية التي تشكل تحدياً عصبياً لمؤسسات الناجحة الأمر الذي يتطلب من المؤسسة التعليمية الخاصة على إثبات قدرتها وملاءمتها للتغيرات البيئية المتقلبة والمتغيرة باستمرار " إن العلاقات العامة يجب أن تقوم على قواعد وأسس اجتماعية من أجل تحقيق عنصر التماسك والتضامن بين المؤسسة والجمهور ولتحقيق أهداف اجتماعية عن طريق قيامها بتدريب الجمهور الداخلي للمؤسسة على تحمل المسؤولية الاجتماعية ، عن طريق تعريفهم بإمكاناتها وسياساتها ومسؤولياتها وبالعبءات والصعاب التي تواجهها ، وبما يجب عليهم من تأييد ومشاركة في تحمل هذه المسؤوليات للمساهمة في تأدية رسالتها وعن طرق نظرتها الشاملة للأفراد العاملين فيها على أساس أنهم يعيشون في ظروف اجتماعية مشتركة". (محمود، 2002، صفحة 22)، ومنه فإن برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية الخاصة هي القيام بإعلام المجتمع المحلي بسياساتها وعملياتها وأهدافها مع إقامة الندوات والاحتفالات والإشهارات وحسن الاستقبال لأبناء المجتمع المحيط بهذه المؤسسات كما أنه من الضروري أن تبني العلاقات مع وسائل الإعلام على أساس من الصدق والدقة في إعطاء المعلومات وذلك حتى تستطيع المؤسسة أن تحصل على ثقتهم وتعاونهم الدائم مما يؤدي إلى وقوفهم بجانب المؤسسة في أوقات الأزمات ، وسرعة تفهمهم لهذه الأزمات وقت وقوعها ، ويمكن تلخيصها توقعات وسائل الإعلام ورغبتهم في زيادة مصداقية المؤسسة بين الإعلاميين ، وتعتبر المؤسسات التعليمية الخاصة مؤسسات تربوية وتجارية ومن الضروري أن تبقى هذه المؤسسات على اتصال مع مجتمعها وجمهورها وتطبيقات العلاقات العامة تكون على مستوى عال من الكفاءة من أجل إطلاع أولياء الأمور والمستهلكين بأهمية ودور هذه المؤسسات في المجتمع .

5. خاتمة:

شغلت الخوصصة كمفهوم قانوني اقتصادي أو سوسيولوجي بكل جوانبها القانونية والاقتصادية والاجتماعية التي تمس الاقتصاد القومي وتنعكس سواء بالسلبية أو بالإيجابية على المؤسسات العمومية الاقتصادية بحكم ارتباطها بالتنمية ، وفي هذا السياق كانت الإصلاحات التي باشرتها الدولة على الصعيد الاقتصادي ومن خلال فتح المجال أمام الاقتصاد الوطني للاندماج في اقتصاد السوق ، وكان من الضروري عملية إدماج المؤسسات فيما تتجه إليه عملية الخوصصة كإحدى المراحل التي تمر بها المؤسسة العمومية الاقتصادية ، وكان لزاماً إعادة النظر في كفاءات إعادة تفعيل العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الاقتصادية وطبيعة هيكلتها وأهدافها لإحداث تغييرات متتالية تعمل على تحرير الاقتصاد العالمي ومن ثمة علاقات العمل في المدارس الخاصة ذا أهمية بالغة في البناء التنظيمي للمؤسسة ، بحيث تصبح العلاقات بين جماعات العمل والإدارة التي تحتكم لأطر تسييرية وتنظيمية في ظل التغيرات الاقتصادية نظراً لتغير أساليب الملكية والتسيير ، فالإدارة وطبيعة الإشراف ومراكز اتخاذ القرارات ومن ثمة يصبح الواقع الاقتصادي المؤسساتي يشهد تحدياً حقيقياً يطبعه تميز الخصوصية الاجتماعية والاقتصادية

والتاريخية للمجتمع الجزائري ومؤسساته ، وعليه تم التركيز على تجربة تحول المدرسة نحو الخصوصية كإحدى المحطات الاقتصادية لتفعيل دور المدرسة وفقا لمتطلبات الإصلاحات الاقتصادية والخصوصية .

6. قائمة المراجع:

1. أبو أصبع، ص. خ. (1990). *العلاقات العامة و الإتصال الإنساني*. الأردن: دار الشروق للنشر و التوزيع.
2. البكري، ف. (2001). *العلاقات العامة بين التخطيط و الإتصال*. القاهرة، مصر: دار النهضة للشروق.
3. الصيرفي، م. (2007). *التطور التنظيمي*. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي .
4. الهيثي، خ. ع. (2000). *إدارة الموارد البشرية*. عمان ، الأردن : دار الحامد.
5. إمام، إ. (1979). *العلاقات العامة و المجتمع*. القاهرة، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية .
6. بوشارب، و. (2010). *الإقتصاد الجزائري في ظل إقتصاد السوق*. sur www forum.al_wild com.
7. بوكبوس، س. (1999). *الإقتصاد الجزائري محاولتين من أجل التنمية 1962-1989*. الجزائر: دكتوراه.
8. جرادات، ع. أ. (2001). *العلاقات العامة في الإدارة*. لبنان: المركز القومي للنشر.
9. حامد، خ. (2007). مارس. (الخصخصة ، دار سوسيو قانونية. مجلة العلوم الإجتماعية. 164، p.
10. حجازي، أ. (أ. بدون سنة). (الخصخصة ، إعادة ترتيب دور الدول و دور القطاع الخاص. بيروت ، لبنان: الدار الجامعية للطباعة.
11. حسن، س. (1973). *العلاقات العامة. مجلة عالم الصناعة*.
12. خضر، ج. أ. (1998). *العلاقات العامة*. الأردن: دار المسيرة للتوزيع و النشر.
13. سمعان، و. و. (1993). *دراسات في المناهج*. القاهرة ، مصر: دار الجيل للطباعة .
14. شعبان، ق. (2000). *تقنية المعلومات في إدارة الشركات*. الأردن: دار الرضا للنشر و التوزيع.
15. عابدين، م. ع. (2000). مارس. (أسباب إلحاق الوالدين بأبنائهم بالمدارس الخاصة و علاقتهما ببعض المتغيرات . مجلة البحوث و الدراسات التربوية الفلسطينية .
16. عجوة، ع. (1988). *الأسس العلمية للعلاقات العامة*. القاهرة: عالم الكتب.
17. عشي، رن. (1996). *تحليل سياسة الخصوصية و أفاقها بالجزائر*. الجزائر: المدرسة العليا للتجارة.
18. ماهر، أ. بدون سنة. (دليل المدير....، في الخصخصة . الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية للنشر .
19. محمد ناصر، ج. (1998). *الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة*. الأردن: دار مجدلاوي.
20. محمود، م. ط. (2002). *العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق*، مصر: المكتب الجامعي الحديث .
21. ناشف، أ. (2000). *الخصوصية ، التخصيص : مفهوم جديد لفكرة الدولة و دورها في الإدارة*. لبنان: المنشورات الخالية للقومية .
22. هندي، م. إ. (1995). *أساليب الخصخصة ، المشروعات العامة ، خلاصة تجارب الخبرات العالمية*. مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية .