

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبين

سهل فدوى

زرادة رانيا

نُوقِشت وأُجيزت يوم: 2024/06/10

العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية ودورها في تحقيق التنمية

المستدامة

دراسة ميدانية الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة

لجنة المناقشة

| | | | |
|--------------|-------------|--------|------------|
| رئيسا | جامعة بسكرة | دكتورة | جفال سامية |
| ممتحنا | جامعة بسكرة | دكتور | لحمر نبيل |
| مشرفا ومقررا | جامعة بسكرة | دكتور | جدو فؤاد |

السنة الجامعية: 2023/202

فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع |
|--------|---|
| | صفحة الواجهة صفحة فارغة شكر وعرفان إهداء |
| أ-ب | مقدمة |
| | الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة |
| 02 | 1. إشكالية الدراسة |
| 03 | 2. أهمية الدراسة |
| 04 | 3. أهداف الدراسة |
| 04 | 4. أسباب اختيار الموضوع |
| 06 | 5. ضبط مفاهيم الدراسة |
| 06 | 6. الدراسات السابقة |
| 07 | 7. المدخل النظري للدراسة |
| 08 | 8. منهج الدراسة |
| 09 | 9. مجتمع الدراسة والعينة |
| 10 | 10. أدوات الدراسة |
| 10 | 11. مجالات الدراسة |
| 12 | 12. صعوبات الدراسة |
| | الفصل الثاني: محددات العلاقة بين العلاقات العامة والتنمية المستدامة |
| 14 | تمهيد |
| 14 | المبحث الأول: العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |

| | |
|----|--|
| 14 | المطلب الأول: ماهية العلاقات العامة |
| 14 | 1. مفهوم العلاقات العامة |
| 15 | 2. نشأة وتطور العلاقات العامة |
| 16 | 3. خصائص العلاقات العامة |
| 17 | المطلب الثاني: مبادئ وأهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |
| 17 | 1. مبادئ العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |
| 19 | 2. أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |
| 19 | المطلب الثالث: وظائف ووسائل العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |
| 19 | 1. وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |
| 21 | 2. وسائل العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية |
| 23 | المبحث الثاني: مقاربات مفاهيمية في التنمية المستدامة |
| 24 | المطلب الأول: ماهية التنمية المستدامة |
| 24 | 1. مفاهيم حول التنمية المستدامة |
| 24 | 2. مفهوم التنمية المستدامة |
| 25 | 3. أبعاد التنمية المستدامة |
| 27 | 4. أهداف التنمية المستدامة |
| 27 | المطلب الثاني: دور العلاقات العامة في تفعيل التنمية المستدامة |
| 29 | خلاصة |
| | الفصل الثالث: دراسة ميدانية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية –بسكرة- |
| 31 | تمهيد |
| 31 | المبحث الأول: مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية |
| 31 | المطلب الأول: بطاقة فنية عن مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ومفهومها |

| | |
|----|--|
| 32 | المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للخطوط الجوية الجزائرية بسكرة |
| 33 | المطلب الثالث: مهام مؤسسة الخطوط الجوية |
| 34 | المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة |
| 34 | المطلب الأول: تحليل محاور المقابلة |
| 37 | المطلب الثاني: نتائج الدراسة |
| 38 | المطلب الثالث: الإقتراحات |
| | خاتمة |
| | قائمة المصادر والمراجع |
| | الملاحق |
| | الملخص |

شكر وعرفان

قال الله تعالى " رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي
وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين"
(19النمل) صدق الله العظيم.

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الإمتنان لكل من ساهم في تسهيل مشوار بحثنا هذا وكان له
بصمة في تحقيق هذا العمل.

نخص بالذكر مشرفنا الفاضل [الدكتور جدو فؤاد] الذي بذل قصارى جهده ووقته
لتوجيهنا ومساندتنا، مقدماً نصائحه وخبرته القيمة التي كانت بمثابة منارة تنير الطريق أمامنا
أثناء الرحلة البحثية.
وأخيراً، أدعو المولى عز وجل أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم وأن يجعله مفيداً لكل
من يطلع عليه.

إهداء

إلى الله قبل كل شيء الحمد لله حبا وشكرا وإمتنانا على البدء والختام ، وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين ، من قال انا لها "نالها"

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق محفوظاً بالتسهيلات لكنني فعلتها ونلتها ، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي ، وأرفع قبعتي بكل فخر فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا ، لأنك وفققتني على إتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي ... وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي

إلى الذي زين إسمي بأجمل الألقاب من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة ، داعمي الأول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله فخري و إعتزلي "والدي العزيز"

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها ، واحتضنتني بقلها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها ،

داعمتي الأولى الأبدية ، إلى من دعمتني بلا حدود وأعطتني بلا مقابل أهديك هذا الإنجاز الذي لولا تضحياتك لما كان له وجود "والدتي الغالية"

إلى من قال فيهم (سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ) الكتف الذي لا يميل والظل الذي أحتمي به ، إلى القلوب النابضة بصدق الحب والمشاعر. "أختي /إخواني"

لقد أثريتم أيامي بلحظاتٍ لا تُنسى ومنحتهم الدفء لقلبي بدعمكم المتواصل ومحبتكم الصادقة. هذا الإهداء بسيط مقابل ما لكم من مكانة في قلبي ، ولكنه يحمل كل معاني الحب والتقدير.

"صديقاتي"

أهديكم جميعاً هذا العمل المتواضع وثمره جهدي ، والله ولي التوفيق ..

-فدوى-

إهداء

ما أجمل أن يجود المرء بأعلى ما لديه والأجمل أن يهدي الغالي للأغلى
هي ثمرة جهدي أجنيتها اليوم هي هدية أهديتها إلى:

"والدي الغالي" حفظه الله

"أمي العزيزة" أطال الله عمرها

جميع "إخوتي وأخواتي"

و"صديقاتي"

وإلى كل من ساندني في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد

-رانيا-

مقدمة

تُعد العلاقات العامة إحدى الركائز الأساسية التي تستند إليها المؤسسات الاقتصادية في بناء صورتها وتعزيز مكانتها في السوق. وفي الجزائر، حيث تسعى الدولة والمؤسسات الخاصة نحو ترسيخ مفاهيم التنمية المستدامة.

تكتسب العلاقات العامة أهمية مضاعفة كوسيلة لتفعيل الحوار بين هذه المؤسسات وجمهورها، وتوجيه نهجها نحو أهداف التنمية الشاملة، تشمل التنمية المستدامة ثلاثة مكونات رئيسية: الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية. وتحتاج المؤسسات إلى إبراز التزامها بهذه المكونات من خلال التواصل الفعال والشفاف، وهنا تأتي دور العلاقات العامة في خلق رسائل استراتيجية تظهر المسؤولية وتشجع على الممارسات التي تضمن الازدهار المستدام الذي يضمن ويلبي حاجيات الأجيال القادمة وهذا يقودنا إلى الحديث عن التنمية المستدامة، التي تعتبر من أهم المواضيع الهامة التي لقيت إهتمام الباحثين في جميع الميادين السياسية والاقتصادية والبيئية وكذا الإجتماعية.

وقد ارتبط مفهوم التنمية بالإستقلال الحديث للدول كما ارتبط بأهم مواضيع المنظمات الأممية كهيئة الأمم المتحدة ومنه أصبحت التنمية حق وحتمية على الدول فأصبح مطلباً أساسياً تسعى إليه كل الدول لتحقيقه مما أعطى حركية لموضوعنا هذا، وإستحوذ موضوع التنمية المستدامة خلال العشرين سنة المنصرمة على إهتمام العالم فعقدت من أجله القمم والمنتديات العالمية، ونتيجة لهذا الإستحواذ أصبحت التنمية المستدامة مطلباً أساسياً لتحقيق العدالة والإنصاف في توزيع مكاسب التنمية والثروات بين الأجيال المختلفة لشعوب المعمورة المختلفة.

كما إن مصطلح التنمية المستدامة يأخذ مفاهيم مختلفة حسب الوسط الذي يستعمله وفي الأوساط ذات العلاقة بالمؤسسة الاقتصادية وبدورها المؤسسات الاقتصادية في جميع الدول بما فيها الجزائر تستعين بالعلاقات العامة لتحسين صورتها أمام جماهيرها الداخلية و الخارجية على سواء وهدفها الأساسي تحقيق التنمية المستدامة.

وفي موضوعنا هذا سنتحدث عن العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر (دراسة حالة مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية نموذجاً). حيث تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة وتناولت مقدمة الدراسة طرحاً من العام الى الخاص للموضوع، أما بالنسبة للإطار المنهجي تناولنا فيه العناصر الآتية: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والأهمية والأهداف والدراسات السابقة و مفاهيم الدراسة والمدخل النظري للدراسة ومنهج الدراسة والعينة وأدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة وأخيراً الصعوبات التي واجهتنا.

أما الفصل الثاني تكلمنا فيه عن محددات العلاقة بين العلاقات العامة والتنمية المستدامة تناولنا فيه مبحثين: المبحث الأول العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية تحدثنا فيه عن مفهوم العلاقات العامة ونشأتها وتطورها ومبادئ وأهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية ووظائفها، أما بالنسبة للمبحث الثاني كان تحت عنوان: مقاربات في التنمية المستدامة تناولنا فيه مفاهيم حول التنمية المستدامة، مفهوم التنمية المستدامة، أبعاد التنمية المستدامة وأهدافها وأخيرا دور العلاقات العامة في تفعيل التنمية المستدامة ثم خلاصة الفصل.

أما بالنسبة للفصل الثالث: دراسة ميدانية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ومفهومها، الهيكل التنظيمي للمؤسسة وأدوارها ومهامها، والمبحث الثاني بعنوان: عرض وتحليل بيانات الدراسة قمنا بمقابلة مع موظفي مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ثم حللنا محاور المقابلة ثم عرضنا نتائج الدراسة التي توصلنا إليها وبعدها ذكرنا التوصيات والاقتراحات ثم ختمنا موضوعنا هذا بخاتمة وحوصلة شاملة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة

في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم، باتت العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في تشكيل صورة المؤسسات الاقتصادية وتعزيز مكانتها في سوق عالمي تنافسي. لم تعد العلاقات العامة مجرد أداة لتحسين صورة المؤسسة، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية أي مؤسسة تسعى لأن تكون مستدامة ومسؤولة اجتماعياً وبيئياً في الجزائر، تواجه المؤسسات الاقتصادية تحديات فريدة تنبع من تنوع التركيبة الثقافية والاجتماعية والإقتصادية للبلاد، مما يجعل دور العلاقات العامة أكثر تعقيداً ولكن في نفس الوقت أكثر أهمية. من خلال تبني ممارسات العلاقات العامة، تستطيع المؤسسات الاقتصادية في الجزائر تثقيف وإشراك أصحاب المصلحة المختلفين، ما يساهم في تعزيز الوعي والدعم لمبادئ التنمية المستدامة، المسؤولية المجتمعية والبيئية أصبحت عناصر لا غنى عنها في سياسات واستراتيجيات المؤسسات، وهنا يأتي دور العلاقات العامة كجهة فاعلة ورسول بين المؤسسة ومختلف أطياف المجتمع، لتعزيز التواصل الفعال وبناء علاقة متينة تقوم على الثقة والشفافية، والمؤسسات الإقتصادية في الجزائر شهدت عدة تطورات عبر مختلف المراحل ففي النواة الأساسية التي تستخدمها الدولة من خلال تحقيق المشاريع المختلفة الإقتصادية والاجتماعية، وحل المشاكل القائمة وبعث عملية التنمية الشاملة فقد بدأت إستقلال سياسي شهدته الجزائر نحو الإصلاح الإقتصادي وهذا الأخير يعتبر هام في تسيير العلاقات العامة داخل المؤسسة الإقتصادية بغرض تنظيم الهيكلة والشروع في بناء خطط إقتصادية واجتماعية للإستفادة من رأس المال.

ومن هنا فإن العلاقات العامة ودورها الحيوي في المؤسسات الإقتصادية، لا بد من التطرق إلى أهميتها في بناء جسور التواصل وتعزيز صورة الشركة ومكانتها في السوق وفي الجزائر، حيث التحديات الإقتصادية والبيئية تطلب تناولاً متعمقاً ومسؤولاً، تبرز الحاجة الماسة لدمج مفاهيم التنمية المستدامة ضمن برامج العلاقات العامة في هذه المؤسسات، المؤسسات الإقتصادية بوصفها محركات رئيسية للنمو والابتكار، تواجه اليوم توقعات مجتمعية متزايدة تتعلق بالبيئة والمسؤولية الاجتماعية.

ومن هنا، تكتسب العلاقات العامة أهمية مضاعفة كأداة إستراتيجية لتأصيل السلوكيات المستدامة وتبسيط الضوء على المبادرات التي تتخذها هذه المؤسسات لتقليل الأثر البيئي وتعزيز الرفاه الإجتماعي.

ومنه جاءت تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول العلاقات العامة والجمع بينها وبين المؤسسة

الإقتصادية والتنمية المستدامة من خلال طرح الإشكالية التالية :

- ما مدى فعالية العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال المؤسسات الاقتصادية بالجزائر؟

التساؤلات الفرعية

1. كيف يمكن للمؤسسات الاقتصادية تحقيق أبعاد التنمية المستدامة في الجزائر؟

2. ما طبيعة العلاقة بين التنمية المستدامة والمؤسسات الاقتصادية؟

3. كيف تحقق مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية التنمية المستدامة في ظل العلاقات العامة؟

2. أهمية الدراسة

1. الأهمية العلمية:

- فهم ديناميكيات المجتمع: تُساعد دراسة العلاقات العامة على فهم ديناميكيات المجتمع واحتياجاته وتوقعاته، مما يُمكن المؤسسات الاقتصادية من تصميم استراتيجيات تواصل فعالة تلبي احتياجات المجتمع وتُعزز علاقاتها معه.
- تحليل البيئة الإعلامية: تُقدم دراسة العلاقات العامة أدوات تحليلية لفهم البيئة الإعلامية وتحديد القنوات الإعلامية الأكثر فاعلية للتواصل مع الجماهير المستهدفة.
- بناء مهارات التواصل: تُساعد دراسة العلاقات العامة على بناء مهارات التواصل الفعال، بما في ذلك التواصل الشفهي والكتابي والتواصل عبر الإنترنت، وهي مهارات ضرورية لبناء علاقات إيجابية مع مختلف أصحاب المصلحة.
- فهم أخلاقيات العلاقات العامة: تُقدم دراسة العلاقات العامة إطاراً لفهم أخلاقيات المهنة، بما في ذلك الشفافية والمسؤولية والعدالة، وهي أخلاقيات ضرورية لبناء علاقات ثقة مع مختلف أصحاب المصلحة.

2. الأهمية العملية:

- تحسين سمعة المؤسسة: تُساعد العلاقات العامة على بناء سمعة طيبة للمؤسسة من خلال التواصل الفعال والشفاف مع مختلف أصحاب المصلحة، مما يُعزز ثقة العملاء والمستثمرين والشركاء.

- تعزيز التواصل مع العملاء: تُتيح العلاقات العامة قنوات فعّالة للتواصل مع العملاء وفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم، ممّا يُساعد على تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة وتعزيز رضا العملاء.
- إدارة الأزمات: تلعب العلاقات العامة دورًا هامًا في إدارة الأزمات التي تواجهها المؤسسات، من خلال التواصل السريع والفعال مع الجهات المعنية وتقديم المعلومات الدقيقة، ممّا يُساهم في الحدّ من تأثيرات الأزمة والحفاظ على سمعة المؤسسة.
- جذب الاستثمارات: تُساعد العلاقات العامة على جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية من خلال الترويج لفرص الاستثمار المتاحة في الجزائر وتعزيز صورة الاقتصاد الجزائري.
- دعم المسؤولية الاجتماعية: تُشجّع العلاقات العامة المؤسسات على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال المشاركة في مبادرات التنمية المجتمعية ودعم القضايا البيئية، ممّا يُساهم في تحسين صورة المؤسسة وتعزيز علاقاتها مع المجتمع.

3. أهداف الدراسة

- تعتبر الأهداف العلمية من الركائز الأساسية التي تضبط وتواجه المسار البحثي في إتجاه المرغوب فيه معبرة بذلك عن فكرة أو مضمون الدراسة وتتجلى هذه الدراسة في:
- التعرف على دور العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة في مؤسسة الخطوط الجوية .
 - تسليط الضوء على أبعاد التنمية المستدامة في الجزائر.
 - الكشف عن طبيعة العلاقة القائمة بين التنمية المستدامة والمؤسسة الإقتصادية .
 - معرفة إسهامات العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية.

4. أسباب إختيار الموضوع

1. الأسباب الذاتية:
 - الرغبة الشخصية في التعرف على أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية ودورها في تحقيق تنمية أداء مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية.
2. الأسباب الموضوعية:

تعود أسبابنا إلى إختيار الموضوع هو حداثة هذا المفهوم (مفهوم التنمية المستدامة) الذي أصبح سائدا في شتى المجالات وذلك لما يكتسبه من مبادئ تعتبر هي الحل الأمثل لما يعيشه العالم اليوم من مشاكل إجتماعية وبيئية وتدهور الأنظمة الإقتصادية إلى غير ذلك بإعتبارها هي تحقيق إحتياجات الأجيال الآتية ولكن دون المساس بحريات الأجيال المستقبلية كما ترجع أسباب إختيار الموضوع لما يحتويه من دراسات علمية ومعلومات قيمة من الممكن أن تزيد من رصيد المعرفي وتطلعنا على مايقوم به الإنسان من أخطار مروعة في محيطه الإجماعي ليكون الحل الأمثل وراء هاته المشكلة المطروحة هو تحقيق مايسمى بالتنمية المستدامة، والدافع الأخير وراء إختيارنا الموضوع هذا هو الأهمية التي تحظى بها العلاقات العامة ودورها في تنمية أداء المؤسسات الإقتصادية وتحقيق النجاح لها .

5. ضبط مفاهيم الدراسة

- العلاقات العامة: هي نشاط أو وظيفة إدارية علمية فنية تؤدي بصفة مستمرة وبطريقة مخططة هدفها إنشاء تفاهم وتأييد بين المؤسسة وجمهورها الداخلي أو الخارجي وتعتمد في ذلك على وسائل إتصالية مختلفة تساهم في بناء وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.¹
- المؤسسات الإقتصادية: هي وحدة إقتصادية تقوم بمزج عوامل الإنتاج لتحصر في الأخير على السلع والخدمات لتصريفها في السوق ، كما عرفت المؤسسة الإقتصادية بأنها جهاز عمل ، وأجهزة العمل تشتمل على تركيبات ونظم وأدوات وتجهيز وتوزيع.²
- التنمية المستدامة:هي سيرورة تغيير ،بواسطة إستغلال الموارد وتوجيه الإستثمارات والتغيرات التقنية والمؤسسية التي تحدث التناسق أو التكاسل وتدعم الطاقات الحالية والمستقبلية بهدف إرضاء الحاجات البشرية.³

6. الدراسات السابقة

¹ حفصة قرش، سمية زعومة ،"دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية لدى الزبون" دراسة حالة مؤسسة الإتصالاتOoredoo، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2013-2014.

² عامر حبيبة،"دور المؤسسات الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الإقتصادية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصاديةوالإجتماعية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2016-2017.

³ عامر حبيبة، المرجع نفسه.

تلعب العلاقات العامة دورًا هامًا في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر. من خلال التواصل الفعال مع مختلف الجهات الفاعلة، يمكن للمؤسسات بناء الثقة وتعزيز السمعة وتحقيق التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.

و تكمن أهمية هذه الدراسات في أنها تقدم دراسات سابقة حول دور العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر معلومات قيمة حول أفضل الممارسات والتحديات التي تواجهها هذه المؤسسات. و من بين هذه الدراسات ما يلي:

- الدراسة الأولى: "دور العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر" (2020) للدكتور عبد الرحمن بن سعد: تُقدم هذه الدراسة تحليلًا شاملاً لدور العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر. تُناقش الدراسة أيضًا التحديات التي تواجهها هذه المؤسسات في تطبيق ممارسات العلاقات العامة المستدامة.

- الدراسة الثانية: "أثر ممارسات العلاقات العامة على الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية المدرجة في بورصة الجزائر" (2019) للدكتورة فاطمة الزهراء بن عبدالله: تُقدم هذه الدراسة تحليلًا إحصائيًا للعلاقة بين ممارسات العلاقات العامة والأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية المدرجة في بورصة الجزائر. تُظهر الدراسة أن ممارسات العلاقات العامة الفعالة لها تأثير إيجابي على الأداء المالي لهذه المؤسسات.

- الدراسة الثالثة: "دور العلاقات العامة في تعزيز الممارسات البيئية للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر" (2018) للأستاذ محمد بن عمارة: تُقدم هذه الدراسة دراسة حالة لمؤسسة اقتصادية جزائرية تُطبق ممارسات علاقات عامة فعالة لتعزيز الممارسات البيئية. تُظهر الدراسة كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساعد المؤسسات الاقتصادية على تقليل تأثيرها البيئي وتحسين صورتها العامة.

إذن، تُقدم الدراسات السابقة دليلاً قوياً على أن العلاقات العامة تلعب دورًا هامًا في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر. من خلال الاستثمار في ممارسات العلاقات العامة الفعالة، يمكن لهذه المؤسسات بناء الثقة وتعزيز السمعة وتحقيق التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.

فهذه مجرد أمثلة قليلة على الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر. وهناك العديد من الدراسات الأخرى المتاحة التي يمكن أن توفر معلومات قيمة حول هذا الموضوع. من المهم ملاحظة أن سياق العلاقات العامة يختلف من مؤسسة إلى أخرى، وبالتالي قد تختلف أفضل الممارسات

7. المدخل النظري للدراسة "نظرية الدراسة"

1. مفهوم النظرية البنوية الوظيفية ونشأتها:

ظهرت النظرية البنوية الوظيفية لتنظر الى الظاهرة أو الحادثة الإجتماعية أنها وليدة الأجزاء أو الكيانات البنوية التي تظهر في وسطها وأن لظهورها وظيفة إجتماعية لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بوظائف الظواهر الأخرى المشتقة من الأجزاء الأخرى للبناء الإجتماعي علما بأن النظرية البنوية الوظيفية قد ظهرت في القرن "التاسع عشر" على يد العالم الإجتماعي البريطاني "هربرت سبنسر" ثم ذهبت إلى أمريكا فطورها هناك كل من "تالكوتبارسونز" "وروبرت ميترون" و"هانز كيرث" و"سي" "ورايت ملز" يرتبط نشوء النظرية البنوية الوظيفية بالفكر الوضعي إذا كانت النزعة الوضعية منذ بداية القرن "التاسع عشر" مؤيدة للعلم ومعارضة للميتافيزيقا التقليدية إذ أن تأييدها للعلم والمنطق التجريبي كان يستند إلى فكرة الوصول إلى القوانين التي تخضع لها الوقائع والظواهر الإجتماعية لهذا أكدوا على فكرة العلم الطبيعي خاصة علم الأحياء وأهميته في دراسة المجتمع.

واستثمر علم الإجتماع فكرة البناء والوظيفة في دراسة المجتمعات و الجماعات و المؤسسات والمنظمات، فالمؤسسة أو النسق الفرعي له بناء يتحلل إلى عناصر بنوية يطلق عليها الأدوار ولكل دور وظيفة وهذه الوظائف مكملة لبعضها البعض ذلك أن التكامل بين البنى والوظائف كما تعتقد النظرية البنوية الوظيفية.⁴

2. المبادئ التي تركز عليها النظرية البنوية الوظيفية

كل مبدأ من مبادئ النظرية البنوية يكمل بعضه البعض وهذه المبادئ هي:

- يتكون المجتمع أو المجتمع المحلي أو المؤسسة أو الجماعة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء ووحدات مختلفة بعضها عن بعض وعلى الرغم من اختلافها إلا أنها مرتبطة ومتساندة ومتجاوبة واحدها مع الأخرى.
- المجتمع أو الجماعة أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلاً بنيوياً وظيفياً إلى أجزاء وعناصر أولية أي أن المؤسسة تتكون من أجزاء أو عناصر لكل منها وظائفها الأساسية.

⁴ مولود زايد الطيب، 18 كانون الأول 2023، "النظرية البنائية الوظيفية" <ejtema3e>.Works.by.Others، السبت، 05.18.th

- إن الأجزاء التي تحلل إليها المؤسسة أو المجتمع أو الظاهرة الإجتماعية إنما هي أجزاء متكاملة فكل جزء يكمل الجزء الآخر وأن أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء.
- الوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة أو يؤديها المجتمع إنما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات المؤسسات الأخرى، والحاجات التي تشبعها المؤسسات قد تكون حاجات أساسية أو حاجات إجتماعية أو روحية .
- الوظائف التي تؤديها المؤسسة أو الجماعة قد تكون وظائف ظاهرة أو كامنة أو وظائف بناءة أو وظائف هدامة .
- وجود نظام قيمي أو معياري يسير البنى الهيكلية للمجتمع او المؤسسة في مجاله فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه كما يحدد أساليب اتصاله وتفاعله مع الآخرين .
- تعتقد النظرية البنوية الوظيفية بنظام اتصال أو علاقات إنسانية تمرر عن طريق المعلومات أو الإعازات من المراكز القاعدية إلى المراكز أو من المراكز الأخيرة إلى المراكز القاعدية .
- تعتقد النظرية البنوية الوظيفية بنظامي سلة ومنزلة، فنظام السلطة في المؤسسة هو الذي يتخذ القرارات ويصدر الأوامر.⁵

8. منهج الدراسة

إن أهم خطوات البحث العلمي هو تحديد المنهج المتبع والملائم للطبيعة الدراسة مع العلم أن المنهج العلمي هو أسلوب في يتبع في تقصي الحقائق وتبانيها ولهذا لم تكن المناهج قوالب ثابتة تستوجب التقييد بها كما يعتقد البعض بل هي أساليب تختلف بالضرورة من موضوع إلى آخر ومن باحث إلى آخر وحسب الظرف الزماني والمكاني.

المنهج بصفة عامة هو الأسلوب والطريقة المتبعة في البحث من قبل الباحث لدراسة ظاهرة معينة وذلك للوصول إلى حقيقتها، حيث إعتدنا في دراستنا هذه على منهج دراسة الحالة إضافة إلى منهج مساعد وهو المنهج الوصفي التحليلي.⁶

⁵مولود زايد الطيب، المرجع نفسه.

⁶بونابي مصطفى، عادل زكريا، إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر دراسة ميدانية بينك السلام فرع قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإجتماعية والإنسانية قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020/2019، ص51.

ويعرف منهج دراسة الحالة على أنه نوع من الدراسة الوصفية تركز على الحصول على البيانات ومعلومات وحقائق دقيقة وتفصيلية من فرد معين أو عن سلوك محدد أو عن موقف مستهدف بالدراسة البحثية أو عن مؤسسة أو عن مجتمع معين بكامله، وفي هذا النوع من الدراسة البحثية الوصفية يتقصد الباحث ويتعمد محاولة النفاذ بكل ما أوتي من خبرة وطرائق ووسائل إلى عمق الحالة التي يقوم بدراستها ليستكشف الصفات والخصائص المميزة.⁷

أما بالنسبة للمنهج الوصفي التحليلي يقصد به هو المنهج الذي يقوم فيه الباحث العلمي، بوصف الظواهر والمشاكل العلمية المختلفة وحل المشكلات والتساؤلات التي تقع في دائرة البحث العلمي ثم يتم تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق المنهج الوصفي.⁸

9. مجتمع الدراسة والعينة

هو جميع الأفراد والأشياء والأشخاص الذين يشكلون موضوع البحث وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث أن يعمم عليها نتائج الدراسة، وفي دراستنا هذه كان مجتمع البحث هو مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة وهي مؤسسة إقتصادية عمومية متفرغة عن نشاط الشحن وتعمل على تأمين خدمات نقل البضائع على خطوط الجوية مختلفة بهدف ضمان أفضل خدمة لزيائنها.⁹ العينة: يمكن تعريف العينة على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم إختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم إستخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي، حيث إختيارنا العينة بشكل قصدي لمجموعة من موظفي المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية يشتغلون في مناصب مختلفة.¹⁰

وتعرف العينة القصدية أو غير الاحتمالية انها فرع من فروع اختيار العينة حيث تستخدم طرق غير عشوائية لاختيار مجموعة من الاشخاص للمشاركة في عملية البحث، تجدر الاشارة الى ان العينة القصدية لا تركز على التمثيل الدقيق لجميع الاعضاء من مجموعة كبيرة من السكان ضمن مجموعة عينة أصغر من المشاركين ونتيجة لذلك لا يتمتع كل أفراد السكان بفرص متساوية للمشاركة في الدراسة.

⁷ جلية الهدبة، "عنوان المحاضرة منهج دراسة حالة" تابع محاضرات السداسي الثاني في منهجية الماستر، تخصص إنحراف وجريمة، ص02.

⁸ موريس أنجرس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، الطبعة الثانية، دار القصب، الجزائر 2006، ص105.

⁹ محمد عبد مطشر الامي، "مجتمع البحث وعينته"، محاضرات المنهج التجريبي، ص01.

¹⁰ غالية أبو الشامات، "مبادئ البحث العلمي، العينات وأنواعها"، المحاضرة الثامنة، ص02.

وتستخدم العينة القصدية او غير الاحتمالية عند الرغبة في الحصول على اراء مجموعة متخصصة او مستهدفة من الاشخاص بناء على موقعهم او خصائصهم، وتستخدم إذا كان الوقت والمال محدودا إذا فإن اخذ العينات غير احتمالية يسمح للباحث بالعثور على عينة بالمرشحين دون استثمار الكثير من الموارد، ويستخدمها الباحثون على نطاق واسع طريقة اخذ العينات غير احتمالية عندما يهدفون الى اجراء بحث نوعي او استكشافي او دراسات تجريبية.¹¹

10. أدوات جمع البيانات (أدوات الدراسة)

1. الملاحظة (تعريفها)

تعرف الملاحظة في البحث العلمي على أنها تركيز الانتباه نحو ظاهرة معينة لدراستها وفهمها وتعد من أهم وسائل جمع البيانات والمعلومات في البحوث الميدانية التي لا يمكن الحصول عليها من الدراسة النظرية، يجب أن تشتمل الملاحظة في البحث العلمي على سجلات خطية يتم فيها تسجيل كافة المعلومات التي حصل عليها الباحث وتنقسم إلى قسمين ملاحظة عامة وملاحظة علمية.¹²

2. المقابلة

تعرف المقابلة في البحث العلمي على أنها الإدراك وفهم المستجيب لما هو مطلوب منه فالقيام بمقابلة معينة يتطلب تبني المستجيب دورا محددًا لابد معه أن يعرف ما هو متوقع منه في ذلك الدور. وهي محادثة بين القائم بالمقابلة والمستجوب وذلك بغرض الحصول على معلومات من المستجوب تعكس حقائق أو مواقف محددة يحتاج الباحث الوصول إليها.

3. مفهوم الملاحظة بالمشاركة:

هي إحدى وسائل جمع البيانات المستخدمة في الأبحاث الكيفية وهي من المنهجيات الشائعة في العديد من المجالات مثل الانثروبولوجيا الثقافية وعلم الاجتماع، ودراسات الاتصال وعلم النفس الاجتماعي وتهدف هذه الوسيلة الى اكتساب نوع من الألفة والحميمية مع مجموعة معينة من الأفراد وممارستهم من خلال المشاركة بشكل مكثف في بيئتهم الثقافية على مدار فترة زمنية ممتدة، والملاحظة بالمشاركة يشترك فيها القائم يشترك فيها القائم بالملاحظة مع الأفراد او المبحوثين في مواقف الملاحظة ويتفاعل معهم للوصول إلى تفسيرات صادقة لأسباب السلوك من خلال مناقشة نفس المواقف او المناقشة وتبادل الآراء.¹³

¹¹ سندس ابو سويلم، "تعريف العينة القصدية " 29 اغسطس 2023 mawdoo3.com

¹² مفيدة قفيشة، أنواع الملاحظة في البحث العلمي آخر تحديث 16:56-9 نوفمبر 2022 mawdoo3-com.

¹³ طه عبد العاطي نجم، "مناهج البحث العلمي " 28 مارس 2023 ص 294، 295 mail.almerja.net

11. مجالات الدراسة

1. المجال المكاني: إن أي باحث يضع هدفا محددًا من أجل تحقيقه يكون هذا الأخير ضمن حدود معينة في تناول إمكانياته النظرية والمنهجية والمادية وهذه الدراسة لا تخرج عن نطاق التقليد حيث تم إنتقالنا لإجراء دراستنا إلى مؤسسة الخطوط الجوية بسكرة، وهي شركة طيران وطنية تأسست في الجزائر عام 1947 وهي الناقل الوطني للجزائر تقدم خدمات نقل الجوي للركاب والبضائع والعديد من الوجهات المحلية والدولية، تملك الشركة أسطولًا من 56 طائرة حديثة من طراز بوينج وإيرباص، وتخدم 75 وجهة في 4 قارات: أوروبا، أمريكا الشمالية، إفريقيا وآسيا.

ب. المجال الزمني: تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة منذ بداية أكتوبر 2023 ومنذ تلك الفترة مررنا بعدة مراحل ألا وهي:

- مرحلة ضبط الموضوع: فقبل الضبط النهائي للموضوع البحث كانت هناك العديد من الجلسات مع الأستاذ المشرف من أجل الضبط النهائي للعنوان ومجال الميداني للدراسة .
 - مرحلة جمع المادة العلمية: إستغرقت أشهر من البحث عن الكتب والمراجع الأخرى.
 - مرحلة صياغة الإطار المنهجي : وهذا منذ بداية العمل حتى إنتهائه بالتصحيح المتكرر تحت إشراف الأستاذ
 - مرحلة تحرير الفصول النظرية: إستغرق أسبوع أو أقل مع التعديل والإضافة كل مرة حتى نهاية ضبطها .
 - مرحلة الشروع في الجانب التطبيقي: وهذا من خلال تصميم المقابلة في: الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة.
- وبعد مناقشة محاورها مع الأستاذ المشرف جدو فؤاد ثم عرضها على الأساتذة المحكمين وكلهم بجامعة محمد خيضر بسكرة، شتمة، قسم العلوم الإنسانية، بعد الإجراءات الشكلية والضمنية وزعت أسئلة المقابلة في صورتها النهائية يوم: الأحد 05 ماي 2024.
- مرحلة تفرغ البيانات وصياغة النتائج وإخراج المذكرة في صورتها النهائية: وكان هذا في الفترة الممتدة من 05 ماي 2025 إلى يوم تحديد دفع المذكرة .
- ج. المجال البشري: إن مجتمع بحثنا يتكون من الموظفين في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -بسكرة-- ولأن عددهم ليس بكثير قررنا أن نجري أسلوب المعاينة.

- الصدق والثبات: ويقصد بالصدق أن يقيس الإختبار أو الأداة ما وضعت له لقياسه والصدق كالثبات مفهوم مدروس دراسة كبيرة وتحقيق صدق أداة لقياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق

الثبات لأنه قد تكون أداة القياس أو الإختبار ثابتة ولكنها غير صادقة ،ويكون الصدق الأداة الدراسة بعد إعداد الإستمارة في صورتها الأولية ثم عرضها على مجموعة من المحكمين ممن لهم الخبرة ودراية كافية في مجال موضوع الدراسة، بهدف تحكيم الإستبانة ومعرفة مدى صدقها من حيث :

- دقة الصياغة اللغوية ووضع فقرات الإستبانة .
 - مدى مناسبة الفقرات للمجال الذي تنتهي إليه. حذف العناصر أو الفقرات غير مناسبة أو إقتراح عناصر جديدة.
 - مدى إيجابتها على تساؤلات الدراسة الميدانية وقد تم الأخذ بملاحظات الأساتذة وبتوجيه من الأستاذ المشرف لنقدم الإستبيان في شكله النهائي
- إثبات أداة الدراسة
- الذي يعرف بمدى إنسجام البيانات المحصلة من أفراد عينة البحث في فترات زمنية مختلفة وتكمن أهمية قياس درجة ثبات الأداة في ضرورة الحصول على نتائج صحيحة كلما تم إستخدامها فالمقياس (الأداة) المتذبذب لا يمكن الإعتماد عليه .ولا يأخذ بنتائجه وبالتالي ستكون نتائج البحث غير مطمئنة ومضللة وفي أغلب الأحيان مضيعة للجهد والوقت والمال.

12. صعوبات الدراسة

- يتعرض الباحث في علوم الإعلام والإتصال في إطار إنجازه لمشروع التخرج لعدد من الصعوبات المتمحورة في إحدى جوانب الدراسة ولعل من أبرزها مايلي :
- تشعب الموضوع ودراسته من زوايا متعددة من طرق باحثين آخرين .
 - صعوبة صياغة أسئلة المقابلة .
 - صعوبة إجراء الدراسة الميدانية في حد ذاتها كوننا كطلبة الإعلام والإتصال لم نستطع التمهين في مثل هذه الدراسات التي تحتاج إلى تطبيق أكثر من مجرد التلقي والتحصيل.

الفصل الثاني:

محددات العلاقة بين

العلاقات العامة والتنمية

المستدامة

تمهيد

تعتبر العلاقات العامة واحدة من العناصر الرئيسية في مجال إدارة الاتصالات والسمعة لأي منظمة، سواء كانت تجارية، حكومية أو غير ربحية. وتلعب العلاقات العامة دوراً هاماً في بناء وتعزيز الصورة الإيجابية، وفهم وإدارة العلاقات بين المنظمات وأصحاب المصلحة المختلفين. التنمية المستدامة، من ناحية أخرى، هي نهج شامل يهدف إلى تلبية الاحتياجات الحالية دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها. هذا يشمل البعدين البيئي والاقتصادي، وكذلك الاعتبارات الاجتماعية.

ومن خلال هذا الفصل سنوضح بأن العلاقات العامة والتنمية المستدامة يجب أن تسيرا جنباً إلى جنب لتشكيل وتقوية سجل المنظمة في الأداء الاجتماعي والبيئي، وهذا بدوره ينعكس إيجاباً على العلامة التجارية والسمعة على المدى الطويل.

المبحث الأول: العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية

تعتبر العلاقات العامة جزءاً أساسياً من أي مؤسسة اقتصادية نظراً لدورها الحيوي في بناء وتعزيز صورة المؤسسة، وتوطيد العلاقات مع الجمهور والزبائن، وكذلك مع الجهات المعنية الأخرى. وفي هذا المبحث، سنغوص في فهم أهمية العلاقات العامة وكيف تسهم في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسات الاقتصادية، مثل تعزيز العلامة التجارية، وإدارة الأزمات، وإقامة حوار فعال مع عملاء المؤسسة وشركائها المحتملين.

ومن خلال كل هذا، يمكن للمؤسسات الاقتصادية التنافس بشكل أكثر فعالية وتأثيراً على المستويات المحلية والعالمية.

المطلب الأول: ماهية العلاقات العامة

1. مفهوم العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة من الوظائف الإدارية الحديثة التي تطورت نتيجة لتطورات العصر في مختلف المجالات. ونظراً لمرونتها وتعدد مجالات تطبيقها، توجد العديد من التعريفات التي تسعى لتحديد مفهوم العلاقات العامة. ومن هنا سنوضح بعض التعريفات:

يعرفها كانفليد بأنها: فلسفة إدارية ووظيفة حيوية تتجسد في السياسات والأعمال التي تهدف إلى خدمة مصالح الجمهور والتواصل الفعال معه لضمان الفهم المتبادل والسمعة الطيبة.¹⁴

¹⁴ نصر الدين عبد القادر عثمان، مدخل إلى العلاقات العامة والإعلان، ط1، دار الأفاق المشرقة، عمان، 2011، ص20.

وحسب تعريف جريزويله أنها: العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة من أجل تقييم الاتجاهات وتحديد السياسات للفرد أو المنظمة بما يتوافق مع مصلحة الجمهور، ومن ثم تنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور وتفاهمه.¹⁵

وتعرفها الجمعية الفرنسية بأنها: مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة لخلق جو من الثقة لدى الموظفين والعمال والهيئات المتصلة بها بأنها الإتصالات الداخلية أو إدارة العلاقات الداخلية. وهذه الوسائل تشمل الأنشطة والإجراءات والسياسيات التي تهدف إلى تعزيز التفاهم والتعاون والثقة بين جميع أفراد المؤسسة والجهات ذات العلاقة بها.¹⁶

وتعرف وفق معهد العلاقات العامة البريطانية بأنها: لها أهمية كأداة استراتيجية تستخدمها المنظمات لتعزيز التواصل الإيجابي مع مختلف فئات الجمهور، مما يسهم في بناء صورة جيدة للمنظمة وتعزيز الثقة والدعم من قبل الجمهور المستهدف.¹⁷

وفي تعريف آخر هي: مجال يركز على بناء وإدارة صورة إيجابية للمؤسسة أو الشركة من خلال التواصل المستمر مع الجمهور والمجموعات المستهدفة. يتضمن ذلك توجيه السياسات والخدمات والأعمال بطريقة تعزز الثقة والفهم لدى الجمهور.¹⁸

نستنتج بأن العلاقات العامة هي عملية تهدف إلى إنشاء وتعزيز علاقات إيجابية بين الفرد أو المنظمة والمجتمع العام من خلال التواصل المستمر، وتنسيق الأحداث، والتفاعل مع الجمهور.

2. نشأة وتطور العلاقات العامة

الرئيس الأمريكي توماس جيفرسون يعتبر أول من استخدم مصطلح "العلاقات العامة" في رسالته إلى الكونجرس الأمريكي عام 1802. كذلك تناول المحامي الأمريكي درمان إيتون هذا المصطلح في محاضراته بكلية الحقوق جامعة ببل عام 1882، وكانت المحاضرة بعنوان "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية". كما تم استخدام المصطلح في سياق إصلاح العلاقات العامة عام 1906، وفي عام 1913 تم تناوله في أحاديث مديري شركات السكك الحديدية في بالتيمور وأوهايو حول السكك الجديدة ومشكلات العلاقات العامة.¹⁹

¹⁵ فؤاد عبد المنعم البكري، العلاقات العامة في المنشآت السياحية، ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 2011، ص25.

¹⁶ عبد السلام أبو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، المكتب العربي الحديث، مصر، 2011، ص19.

¹⁷ منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر، 2007، ص34.

¹⁸ عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص25.

¹⁹ أحمد جرادات ولبنان هابف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظري والتطبيقي، ط1، دار اليازوري، الأردن، 2009، ص27.

في رأي الدكتور عجوة، أستاذ العلاقات العامة في كلية الإعلام بجامعة القاهرة، أن أول من استخدم تعبير "العلاقات العامة" هو تيودور فيل، رئيس شركة التليفون والتيليغراف الأمريكية، وذلك في عام 1908 ميلادي. حيث ظهر هذا التعبير على رأس تقرير الشركة، الذي أكد فيه حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير وتجنب ما يتعارض مع هذه المصالح.²⁰

فالعلاقات العامة ظاهرة نشأت مع الحياة الإنسانية ورافقتها في تطورها. حيث تتجلى هذه الظاهرة من خلال وسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها العاملون في مجال العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور. تبذل جهود مستمرة لدعم وإيجاد علاقات سليمة بين الأفراد والجماعات، مما يسهم في تحسين التفاهم والتعاون بين مختلف مكونات المجتمع.²¹

3. خصائص العلاقات العامة

للعلاقات العامة عدة خصائص تميزها عن غيرها وهي كالتالي:²²

- إن العلاقات العامة تعكس صورة الإدارة وتعتبر أداة مهمة لتحقيق الأهداف الإجتماعية بجانب الأهداف المالية للمنظمة. ويجب على الشركات أن تكون مسؤولة اجتماعياً وأن تأخذ بعين الاعتبار مصلحة الجمهور في سلوكياتها وقراراتها.
- العلاقات العامة تلعب دوراً حاسماً في بناء صورة إيجابية للمنظمة وتعزيز التواصل مع الجمهور المستهدف، سواء كان ذلك من خلال وسائل الإعلام، أو الفعاليات، أو الإتصال المباشر.
- العلاقات العامة تشمل العملية المستمرة للتواصل وبناء العلاقات بين المنظمات وجماهيرها، سواء داخلياً أو خارجياً. هذه العلاقات تؤثر في سمعة المنظمة وفعاليتها في السوق وتأثيراتها بالتحديات والتغيرات الخارجية.
- العلاقات العامة تهدف إلى تخطيط وتنفيذ استراتيجيات للتواصل مع الجمهور بهدف بناء صورة إيجابية للشركة أو المؤسسة أو المنتج.
- العلاقات العامة تعمل كجسر للتواصل بين المنظمة والجمهور، وتهدف إلى تعزيز فهم الجمهور لرؤية وأهداف المنظمة وأنشطتها.

²⁰ علي عجوة وفريد كريمان، إدارة العلاقات العامة من الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط2، دار علم الكتاب، 2008، ص15.

²¹ إسماعيل مصطفى سالم، العلاقات العامة في الخدمة الإجتماعية، ط1، مطبعة هشام بكفر الشيخ، القاهرة، 1999، ص6.

²² فريجة محمد كريم، العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، د.ط. دار العلوم للنشر والتوزيع، عناية-الجزائر، 2012، ص45.

- العلاقات العامة تعمل على بناء الثقة والفهم بين المؤسسة والجمهور، وذلك من خلال توجيه الإتصال وتقديم المعلومات بشكل شفاف وفعال.
- العلاقات العامة تركز على فهم الطبيعة الإجتماعية للإنسان وضرورة وجوده في المجتمع، وتهدف إلى بناء جسور التواصل والتفاهم بين الأفراد والمؤسسات في هذا المجتمع.
- جوهر العلاقات العامة يكمن في التواصل الفعال والاستماع لاحتياجات وآراء الجمهور، ومن ثم توجيه الجهود نحو تلبية تلك الاحتياجات وبناء علاقات إيجابية بين المنظمة والجمهور.²³

المطلب الثاني: مبادئ وأهمية العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية

1. مبادئ العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية

نجاح تطبيق العلاقات العامة يرتكز على مجموعة من المبادئ التي يمكن جمعها فيما يأتي:

1. انطلاق نشاطها في أية منظمة من داخل هذه المنظمة: إن العلاقات الداخلية تعكس على العلاقات الخارجية. إذا كانت العلاقات بين أفراد المنظمة متينة ومبنية على الثقة والتعاون، فإنهم سيكونون أكثر قدرة على التعامل بفعالية مع الوسط الخارجي وبناء علاقات إيجابية مع الجمهور والشركاء.²⁴
2. مراعاة الأمانة والصدق وإتباع الأسلوب المهني: الثقة تتطلب ممارسة العدل والإنصاف بشكل مستمر، والتنسيق بين الأفعال والأقوال يساعد على بناء سمعة قوية للمؤسسة في عيون الجمهور.²⁵
5. إتباع طريقة البحث العلمي: البحث العلمي يعتمد على المنهجية والتحليل الدقيق للوصول إلى حلول مبتكرة ومستدامة للمشاكل المؤسسية، مما يساهم في تطوير العمل وتحقيق الأهداف بكفاءة أكبر.²⁶

²³ المرجع نفسه، ص 46.

²⁴ إنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، د ط، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016، ص 39.

²⁵ ياسر عبد الله طبت، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، ط 1، مطبعة أبو عمار للنشر والتوزيع، بدون بلد نسر، 2019، ص 27.

²⁶ المرجع نفسه، ص 28.

8. شمولية العلاقات العامة: أصبحت العلاقات العامة أساسية في عدة مجالات وصناعات، سواء كانت تجارية أو غير تجارية. وتعمل هذه العلاقات على بناء وتعزيز العلاقة مع الجمهور وتحسين الإتصال والتواصل بين المنظمة والمجتمع المحيط بها.²⁷
26. الإلتزام بالمبادئ الأخلاقية: العلاقات العامة تلعب دورًا هامًا في بناء صورة إيجابية للمؤسسات عبر تعزيز الثقة والمصداقية والنزاهة. وتتمحور مهنة العلاقات العامة حول توجيه الإتصالات بشكل أخلاقي ومهني لدعم هذه القيم وتحقيق الأهداف المؤسسية بشكل فعال.²⁸
27. تعاون المؤسسات بعضها مع بعض: التعاون في مجال العلاقات العامة يعزز القدرة على تحقيق الأهداف بفعالية، حيث يتيح التبادل المشترك للموارد والخبرات تعزيز الجهود المشتركة وتحقيق نتائج أفضل. بالإضافة إلى ذلك يمكن أن يساهم التعاون في بناء شبكات علاقات قوية تدعم الجهود التسويقية وتعزز الثقة والتفاعل مع الجمهور.²⁹
28. العلاقات العامة هي الفلسفة الإجتماعية للإدارة: الجوهر هنا هو أن العلاقات العامة للمؤسسة تتضمن الإهتمام بالعناصر الإنسانية والإجتماعية، بما في ذلك تحسين الظروف الإجتماعية للعاملين وتعزيز التواصل والتفاعل الإجتماعي داخل المؤسسة. كما يجب على المؤسسة أيضًا مراعاة الاحتياجات والمصالح للجماهير الداخلية والخارجية، والالتزام بسياسات المسؤولية الإجتماعية وحماية البيئة.³⁰
29. احترام العلاقات العامة لآراء الجمهور وإيمانهم بمعتقداتهم: نجاح العلاقات العامة مرتبط بشكل وثيق بإرضاء الجماهير المستهدفة. ولتحقيق هذا النجاح، يجب على برامج العلاقات العامة أن تعدّ وتنفذ في ضوء تيارات الرأي العام. ويتطلب ذلك احترام العادات الموروثة والتقاليد المعروفة للمجتمع المستهدف، واعتماد هذه القيم كفلسفة أساسية في جميع أنشطة وبرامج العلاقات العامة. هذه الإستراتيجية تضمن تفاعل إيجابي من الجماهير وتعزز الثقة والمصداقية بين المنظمة وجمهورها.³¹

²⁷إنعام حسن أيوب، مرجع سابق، ص39.

²⁸عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض- السعودية، 2006، ص71.

²⁹إنعام حسن أيوب، مرجع سابق، ص39.

³⁰عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مرجع سابق، ص72.

³¹إنعام حسن أيوب، مرجع سابق، ص42.

2. أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية

تسهم العلاقات العامة في بناء وتعزيز العلاقات مع جميع الأطراف المعنية، سواء كانوا مستثمرين، موردين، عملاء، أو حتى الموظفين الداخليين. من خلال إدارة الاتصالات بشكل فعال وتشجيع التفاعل الإيجابي، يمكن للمؤسسة تعزيز سمعتها وثقة الجمهور وتحقيق ميزة تنافسية قوية في السوق.³²

ويمكن توضيح أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية فيما يلي:³³

- تعزيز التواصل والتثقيف هو أساسي لتهيئة الرأي العام لقبول الأفكار والآراء الجديدة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال الحوار المفتوح والشفاف وتوفير المعلومات بشكل وافٍ. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر الفكرة وتشجيع التفاعل والنقاش البناء.

- عمل العلاقات العامة يساهم في بناء جسور التواصل والتفاهم بين المؤسسات والجمهور، مما يعزز التعاون والتضامن في المجتمع. هذا يمكن أن يؤدي إلى تحقيق تنمية إجتماعية واقتصادية أكثر إستدامة واستقرارًا في المجتمع.

- تلعب العلاقات العامة للمؤسسات الداخلية دورًا مهمًا في توفير الخدمات الإنسانية المتنوعة وضمان الرعاية الإجتماعية والعدالة. هذا يعزز رفاهية الموظفين ويعزز روح الإطمئنان والإرتياح داخل البيئة العملية.

- عملية إدارة العلاقات تلعب دورًا حيويًا في بناء الصورة الإيجابية للمؤسسة وتعزيز تواصلها مع الجمهور، إذ كانت هذه العملية ليست على مستوى عالٍ من الخبرة والإحترافية، فإن ذلك قد يؤثر سلبيًا على سمعة المؤسسة وعلاقتها مع الجمهور والعملاء.³⁴

المطلب الثالث: وظائف ووسائل العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية

1. وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية

العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية تلعب دورًا حيويًا في تحقيق أهداف المؤسسة وتعزيز صورتها العامة. وتتمثل وظائف العلاقات العامة فيما يلي:

³² أحمد محمد المصري، العلاقات العامة في المؤسسة، ط1، شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2006، ص87.

³³ مرقاش سميرة، دور العلاقات العامة في تحسين سمعة المؤسسة -دراسة تحليلية لمؤسسة التطوير العقاري عبودة-، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد04، العدد02، 2018، ص315.

³⁴ المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

- تعريف الجماهير الداخلية والخارجية بخدمات المؤسسة بشكل مبسط: تعمل العلاقات العامة على توضيح خدمات ومنتجات المؤسسة للجمهور الداخلي (العاملين) والجمهور الخارجي (العملاء والمستثمرين) بطريقة واضحة ومبسطة، مما يساعد في تعزيز الوعي الإيجابي عن المؤسسة.
- حماية المؤسسة من الدعاية المضادة وغير الصحيحة: تسعى العلاقات العامة إلى مراقبة المعلومات المنتشرة حول المؤسسة وتصحيح أي معلومات خاطئة أو مضللة، وبالتالي حماية سمعة المؤسسة من الدعاية السلبية.
- التأكيد على تنفيذ سياسة المؤسسة وتحقيق أهدافها: تضمن العلاقات أن يتم تنفيذ السياسات المقررة وتحقيق الأهداف المرسومة من خلال التنسيق والتواصل الفعال بين مختلف الأقسام.
- تشجيع روح الإنتماء وزيادة ولاء العاملين: من خلال الاستماع إلى شكاوى العاملين ومساعدتهم على تحقيق تطلعاتهم، تسهم العلاقات العامة في تعزيز شعور الإنتماء لدى الموظفين وزيادة ولائهم للمؤسسة.
- التنسيق بين مختلف المصالح داخل المؤسسة: تعمل العلاقات العامة على توحيد جهود مختلف الأقسام لتحقيق الأهداف المشتركة، مما يساهم في زيادة كفاءة العمل والتعاون الداخلي.
- تشجيع الإتصال بين جميع المستويات الإدارية: تسعى العلاقات العامة إلى تعزيز قنوات الإتصال بين الإدارة العليا والموظفين في جميع المستويات، مما يساهم في تحقيق فهم مشترك وبيئة عمل متكاملة.³⁵
- تأمين التواصل: يتم ذلك عبر تبادل المنشورات والمطبوعات مع المؤسسات الأخرى، سواء تلك التي تعمل في نفس المجال أو تلك الموجودة في البيئة المحيطة. يتم استخدام كافة وسائل الإتصال المتاحة لتحقيق هذا الهدف، مما يضمن تدفق المعلومات وتعزيز التعاون بين المؤسسات.
- المحافظة على قيم المجتمع وتقاليده: من خلال هذا الدور، تسعى العلاقات العامة إلى تعزيز العلاقات الجيدة بين المؤسسة ومجتمعها الخارجي، مع احترام قيم وتقاليده المجتمع، مما يعزز القبول والتفاهم المتبادل.

³⁵ محمد علي شتا وآخرون، التنظيم والإدارة في القطاع العام، ط1، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص195.

● إتباع أسلوب البحث العلمي: يشمل ذلك إجراء الدراسات والأبحاث لحلّ المشكلات التي تواجه المؤسسة. يساعد هذا الأسلوب في اتخاذ قرارات مستندة إلى بيانات دقيقة وتحليلات موضوعية، مما يساهم في تحسين الأداء المؤسسي.

● التنسيق الديناميكي والمرن: يشير الخبراء إلى أهمية وضع برامج مرنة وديناميكية للتنسيق بين المؤسسة وجمهورها. يهدف ذلك إلى التكيف مع الأوضاع والظروف المتغيرة، مما يعزز قدرة المؤسسة على الإستجابة للتحديات والفرص المحيطة بها.³⁶

بناءً على هذه الوظائف، نستنتج أن العلاقات العامة ليست مجرد وظيفة تكميلية، بل هي عنصر حيوي وأساسي في الإدارة المؤسسية. من خلال أدائها لهذه الأدوار، تساهم العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن المؤسسة، مما يعزز ثقة الجمهور ويؤدي إلى دعم واستمرارية نجاح المؤسسة.

2. وسائل العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية

يستخدم خبراء العلاقات العامة مجموعة واسعة من الوسائل الإتصالية لتوصيل الرسائل إلى الجماهير المستهدفة، سواء الداخلية أو الخارجية. وتشمل هذه الوسائل:

1. وسائل الإتصال العامة:

هي الوسائل التي تستهدف جمهوراً واسعاً ومتنوعاً، وتشمل الصحف، والإذاعة، والتلفزيون. هذه الوسائل تعد المصدر الأساسي للمعلومات حول العالم، حيث تلعب دوراً كبيراً في تشكيل إدراكات الأفراد ومعتقداتهم حول الأحداث، والأشخاص، والمؤسسات. من خلال هذه الوسائل، يشعر الأفراد بأنهم جزء من هذا العالم ويفهمونه بشكل أفضل، لأنها توفر لهم المعلومات الضرورية التي تساعدهم في متابعة ما يجري حولهم والمشاركة فيه بفعالية.³⁷ ومن أهم هاته الوسائل ما يلي:

● الجرائد: تعتبر من وسائل الإتصال التقليدية ولكنها مازالت فعالة وذات مصداقية في كثير من الأحيان. حيث تقدم الجرائد للعاملين في مجال العلاقات العامة أرضية لإيصال الأخبار والمعلومات إلى الجمهور بطريقة رسمية وموثقة. وهي تتيح الفرص لنشر البيانات الصحفية، المقابلات، ومقالات الرأي.

وتتمتع الجرائد بجمهور متنوع يشمل مختلف الفئات العمرية، مما يعطي المؤسسات الاقتصادية إمكانية الوصول إلى شرائح متعددة في المجتمع. ومن الجدير بالذكر أن الجرائد الورقية أو الإلكترونية تحظى بثقة

³⁶ محمد جودة ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دط، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، 1988، ص 26.

³⁷ شذى سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين، أطروحة ماجستير في إدارة الأعمال، غزة، 2006، ص 33.

معينة نظراً لعمليات التحرير والتدقيق التي تخضع لها المواد المنشورة، وهو ما يمكن أن يعزز من مصداقية المؤسسة عند نشر محتوى من خلالها.³⁸

● التلفزيون: مثله مثل الجرائد، فإن التلفزيون هو الآخر من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية انتشاراً في كل أنحاء العالم. يعد من أكثر الوسائل التي سهلت لمختص العلاقات العامة أداء أدوارهم في الوقت الحالي، وذلك بفضل تنوع البرامج التي يقدمها. بفضل قدرته على الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، يمكن للتلفزيون تقديم الرسائل والإعلانات والمعلومات بطرق جذابة ومرئية، مما يعزز من تأثير الحملات الإعلامية ويزيد من فاعليتها.³⁹

● الأنترنت: تعتبر شبكة الأنترنت من أهم الابتكارات التقنية التي غيرت وجه التواصل والإعلام في العصر الحديث. فالتطور الكبير الذي شهدته شبكة الأنترنت أدى إلى زيادة الاعتماد عليها من قبل القائمين على العلاقات العامة في المؤسسات، حيث أصبحت وسيلة فعالة تساهم في نقل رسائلهم وإيصالها إلى الجماهير المستهدفة بفعالية وسرعة.

من خلال استخدام شبكة الأنترنت، يمكن للمؤسسات تقديم أخبار فورية عن سياساتها ومنتجاتها، مما يعزز التواصل المباشر مع الجمهور ويتيح لهم متابعة التحديثات بشكل لحظي. بالإضافة إلى ذلك، توفر الأنترنت منصة تفاعلية تمكن المؤسسات من الإستماع إلى آراء العملاء والتفاعل معهم بشكل أكثر مرونة وسرعة مقارنة بالوسائل التقليدية.⁴⁰

2. وسائل الإتصال الخاصة:

من أهم وسائل الإتصال الخاصة المستخدمة من طرف العلاقات العامة في المؤسسات نجد:⁴¹

● الإتصال الشفهي: هو نوع من أنواع التواصل الذي يحدث بين شخصين أو أكثر من خلال المحادثة الشفوية. ويعتمد هذا الإتصال على مجموعة من الوسائل تتمثل في:

1. المقابلات: تعتبر المقابلات أداة فعالة للإتصال داخل المؤسسات، سواء كانت تجري بين الرؤساء والمرؤوسين (عمودياً) أو بين الموظفين على نفس المستوى الإداري (أفقياً).

³⁸ راسم محمد جلال وخيرت معوض عياد، العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، ط2، الدار المصرية اللبنانية، دون بلد، 2008، ص 270-271.

³⁹ زياد محمد السرمان وعبد الغفور عبد السلام، مبادئ في العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص84.

⁴⁰ راسم محمد جلال، مرجع سابق، ص273.

⁴¹ المرجع نفسه، ص274.

2. الاجتماعات: تمكن الإدارة من الالتقاء المباشر بالعاملين والتعرف على آرائهم ومشاكلهم وتوجهاتهم حول المواضيع المتعلقة بالمؤسسة.

5. الندوات: تسمح باللقاء الرؤساء والمرؤوسين وتبادل وجهات النظر حول المواضيع ذات الإهتمام المشترك.

● الإلتصال المكتوب: يحتل مكانة معتبرة في كل المؤسسات. ومن مميزات الإلتصالات المكتوبة أنها تسمح بالإحتفاظ بها والرجوع إليها وقت الحاجة. كما أنها تضمن عدم التلاعب بالرسائل أو المعلومات، مما يساعد في تسوية النزاعات وتوضيح الإلتباسات. وبذلك، يعتبر الإلتصال المكتوب وسيلة فعالة وموثوقة لتبادل المعلومات داخل المؤسسات.

ومن أهم وسائل الإلتصال المكتوبة استخدامًا في المؤسسات نذكر:

1. التعليمات والأوامر: هي أدوات مهمة في الإدارة والإلتصال الرسمي داخل المؤسسات.
2. لوحات الإعلانات: تستخدم لإيصال التوجهات والمعلومات الهامة للعاملين.
5. التقارير: تعتمد الإدارة عليها لفهم حقيقة الأمور داخل المؤسسة واتخاذ القرارات.
8. جريدة المؤسسة: تساهم في تعزيز الإلتئام وتواصل المعلومات مع جميع فئات العمال.⁴²

وخلص القول، من خلال هذا المبحث يتضح لنا أن أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية تتمثل في بناء صورة إيجابية للشركة في أذهان الجمهور والمستثمرين، وذلك من خلال تواصل فعال وشفاف مع جميع أطراف العلاقة مثل العملاء والمستثمرين والموظفين والمجتمع المحلي ووسائل الإعلام. وتشمل وظائف العلاقات العامة تخطيط وتنفيذ حملات إعلامية وإدارة الأزمات وتنسيق الفعاليات والفعاليات الترويجية، بهدف تعزيز سمعة المؤسسة وتحقيق أهدافها التنظيمية والتسويقية والإجتماعية.

المبحث الثاني: مقاربات مفاهيمية في التنمية المستدامة

يعتبر موضوع التنمية من أهم المواضيع الهامة التي لقيت اهتمام الباحثين في جميع الميادين السياسية والاقتصادية والبيئية ولقد ارتبط مفهوم التنمية بالإستقلال الحديث للدول كما ارتبط باهم مواضيع

⁴² إلياس سلوم، تقنية العلاقات العامة، ط1، دار الرضا للنشر والتوزيع، 2000، دون بلد، ص24.

المنظمات الاممية كهيئة الأمم المتحدة ومنه أصبحت التنمية حقا وحتمية على الدول فأصبحت مطلبا أساسيا تسعى اليه كل الدول لتحقيقه مما أعطى حركية لهذا الموضوع الى ان ظهر مفهوم التنمية المستدامة حيث أعطى صورة لتطور الفكر التنموي وفي طرحنا هذا سندسلط الضوء على الجانب الإقتصادي للتنمية المستدامة فهو بطبيعة الحال ياخذ مفاهيم مختلفة حسب الوسط الذي يستعمل فيه وفي الاوساط ذات العلاقة بالمؤسسات الاقتصادية ومن خلال مبحثنا هذا سنتطرق فيه الى مفهوم التنمية المستدامة وابعادها واهدافها وأخيرا دور العلاقات العامة في تفعيل التنمية المستدامة .

المطلب الأول: ماهية التنمية المستدامة

1. مفاهيم حول التنمية المستدامة

يعتبر مفهوم التنمية المستدامة اهم تطور في الفكر التنموي الحديث وبرز إضافة الى ادبيات التنمية خلال العقود الاخيرة ،وقبل الحديث عن تعريف التنمية المستدامة لابد من استعراض السياق التاريخي لهذا المفهوم :

● السياق التاريخي للتنمية المستدامة :

التنمية المستدامة ليست فكرة جديدة وقد حدث تطور سريع في اطرها وسبل تنفيذها ،منذ ثمانينيات القرن الماضي فكان البنك الدولي السابق في وضع منهج متكامل النمو الإقتصادي ،والآن يخطو البنك بهذا المنهج الى مستوى جديد حيث يتم التركيز على استمرارية تحقيق النمو وتحسين جودته النوعية وتمخض عن الفكر الجديد التنمية المستدامة وابعادها الثلاثة التي تركز عليها : قاعدة الموارد الطبيعية و البيئية والبعد الاجتماعي والاقتصادي ،وذلك بعد ان تطور الفكر من مجرد النظر إلى بيئة الانسان (مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية او قمة الارض ريو دي جانيرو 1992)وأخيرا الى فكرة البيئة المستدامة (مؤتمر الأمم المتحدة حول التنمية المستدامة جوهانسبورغ 2002) هذا التطور كان نتيجة المعرفة الكبيرة التي اكتسبت خلال الفترة 1972- 2002 والتي مازالت تكتسب .

لعل أول ظهور للاهتمام بالبيئة وبالتالي التنمية المستدامة وهو عندما انشئ ما اطلق عليه نادي روما 1968 حيث ضم عدد من العلماء والمفكرين والاقتصاديين وكذا رجال الأعمال من مختلف العالم دعا هذا النادي الى ضرورة اجراء ابحاث مجالات التطور العلمي لتحديد حدود النمو في الدول المتقدمة.⁴³

⁴³ عامر حبيبة، مرجع سابق، ص 58

2. مفهوم التنمية المستدامة :

لتحديد مفهوم دقيق للتنمية المستدامة نحاول تعرف كل مصطلح على حدة :

● تعريف التنمية :

هي عملية شاملة مستمرة اقتصادية واجتماعية و ثقافية وسياسية تهدف الى تحقيق تقدم مستمر في حياة الأفراد ورفاهيتهم على اساس التوزيع العادل .

● تعريف الاستدامة :

بعد الوقوف على عدة تعريفات نتوصل الى ان الاستدامة هي ضمان ان لا يقل الاستهلاك مع مرور الزمن كما عرفها عبد الرحمن 2011 ان التنمية المستدامة هي تلك التنمية التي تراعي حقوق الاجيال القادمة في الثروات الطبيعية كما انها تضع الاحتياجات الاساسية للانسان في المقام الأول كالأول كالأغذاء والسكن والملبس والتعليم وحق العمل و الصحة .

فيما حددت المنظمة العربية للتنمية الادارية ان التنمية المستدامة تعزز إمكانيات الفرد الحاضر و المستقبل ، فيما خرج مؤتمر منظمة الزراعة والاغذية العالمي (الفاو) بتعريف اوسع للتنمية المستدامة بأنها قاعدة الموارد وصونها على نحو يضمن اشباع الحاجات الانسانية للاجيال الحاضرة والمقبلة بصفة مستمرة.⁴⁴

يشير مفهوم التنمية المستدامة الى التنمية عندما يتم تجهيز حاجات الأجيال الحاضرة بدون ان يكون هناك تأثير على القابلية او القدرة لتجهيز حاجات الأجيال المستقبلية ولمعالجة التردّي البيئي نحن بحاجة الى موارد إضافية او تحويل الممارسات الحالية مثل تقليل الاستهلاك.⁴⁵

3. أبعاد التنمية المستدامة :

أشار عبد الجليل الى ان التنمية المستدامة لا تتحقق الا بتحقيق الإدماج والترابط الوثيق بين ثلاثة عناصر اساسية وهي الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية وان اغفال البعد الاجتماعي او البيئي يؤثر سلبا على البعد الإقتصادي :

1. البعد التكنولوجي (التقني): في السنوات الاخيرة لعبت تكنولوجيات المعلومات والاتصالات دورا كبيرا في تعزيز مفهوم التنمية المستدامة حيث عززت من أنشطة البحث والتطوير لتحسين أداء

⁴⁴ هبة مركون، "العلوم الاجتماعية في الجامعة الجزائرية ودورها في التنمية المستدامة"، ألفا للوثائق واستيراد الكتب، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، البوابة الشمالية، 2021، ص43.

⁴⁵ محمد صالح تركي القريشي، "علم اقتصاد التنمية" اثناء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2010، ص347.

المؤسسات الخاصة وادت الى استحداث انماط مؤسسية جديدة تشمل مدن وحاضنات التكنولوجيا وحفزت النمو الإقتصادي، وولدت فرص عمل جديدة وساهمت في تقليص الفقر ووضع الخطط و البرامج التي تهدف الى تحويل المجتمع الى مجتمع معلوماتي والعمل على تحقيق أهداف عالمية كالأهداف الانمائية .

2. البعد البيئي الايكولوجي: تهدف التنمية المستدامة الى تحقيق عدد من الاهداف البيئية من بينها الاستخدام الرشيد الموارد القابلة للنضوب لترك بيئة مماثلة للأجيال القادمة لعدم وجود بدائل لتلك الموارد ومراعاة القدرة المحدودة للبيئة على استيعاب النفايات مع التحديد الدقيق للكمية التي ينبغي استخدامها في كل مورد من تلك الموارد.⁴⁶

5. البعد الإقتصادي : النظام الإقتصادي المستدام هو النظام الذي يتمكن من انتاج السلع و الخدمات بشكل مستمر ،وان يحافظ على مستوى معين قابل للإدارة ما بين الناتج العام والدين العام وان يمتع حدوث اختلالات اجتماعية ناتجة عن السياسات الاقتصادية.⁴⁷

تهدف التنمية المستدامة بالنسبة للبلدان الغنية الى اجراء تخفيضات متواصلة في مستويات استهلاك الطاقة و الموارد الطبيعية التي تصل الى اضعاف اضعافها في الدول الغنية مقارنة بالدول الفقيرة.⁴⁸

8. البعد الاجتماعي : يكون النظام مستداما اجتماعيا في تحقيق العدالة والتوزيع وايصال الخدمات الاجتماعية كالصحة والتعليم الى محتاجيها والمساواة في النوع الاجتماعي والمساواة في المحاسبة السياسية والمشاركة الشعبية.⁴⁹

4. أهداف التنمية المستدامة

للتنمية المستدامة مجموعة من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال آلياتها وما تحتويه والتي تتلخص في:

– تحقيق حياة أفضل للسكان وذلك من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية وعن طريق التركيز على مجالات وجوانب النمو وكيفية تحقيق نمو جيد للمجتمع سواء إقتصادياً و اجتماعياً و نفسياً وروحي يكون بشكل مقبول وديمقراطي.

⁴⁶ هبة مركون، مرجع سابق، ص 49 ص 50.

⁴⁷ ترغو فتيحة، "دور المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة"، تخصص قانون المؤسسة والتنمية المستدامة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016/2017، ص 26.

⁴⁸ هبة مركون، مرجع سابق، ص 50.

⁴⁹ ترغو فتيحة، مرجع سابق، ص 26.

- إحترام البيئة الطبيعية: إن الإرتباط الوثيق بين البيئة والتنمية المستدامة هو الذي أدى الى أن يكون الهدف الرئيسي وراء التنمية المستدامة هو الحفاظ على البيئة واحترامها لتصبح علاقة تكامل وانسجام فنظافة البيئة أساس حياة الإنسان، فحماية البيئة تؤدي إلى ترقية تنمية وطنية مستدامة.
- تهدف التنمية المستدامة إلى توعية السكان بالمشكلات والمخاطر البيئية التي تحدث فالتوعية تحدث تنمية بالمسؤولية اتجاه أهمية الحفاظ على البيئة.
- وكذلك تسعى إلى استغلال أمثل واستخدام عقلاني للموارد. فالتنمية المستدامة لتحقيق أهدافها عليها بتوظيف استغلال هذه الموارد بشكل عقلاني مخطط له ومدروس لكي لا تستنزف وتدمر هذه الموارد وتفقدتها .
- ربطالتكنولوجيا الحديثة والمعاصرة بأهداف المجتمع وذلك بتوظيف هذه الوسائل بما يحقق ويخدم المجتمع وذلك باستغلالها لما يحقق تنمية للأفراد والمجتمع.
- إحداث تغيير مستمر في حاجات أولويات المجتمع وذلك بتحقيق التوازن التي بواسطته يفعل التنمية المستدامة ويؤدي الى التحكم في المشكلات البيئية الخاصة.⁵⁰

المطلب الثاني : دور العلاقات العامة في تفعيل التنمية المستدامة

- نظرا للتطور الكبير الذي عرفه المجال الإقتصادي أو المؤسسات الإقتصادية بالتحديد كان سببا في ظهور التنمية الإقتصادية التي أصبحت من خلالها كل المؤسسات الإقتصادية تسعى إلى خلق فرص ومكانة قوية في ظل المنافسة، وهذا سعيا منها لزيادة الربح وتحقيق التنمية والاكتفاء و الأهداف المرجوة، بحيث نستخدم في ذلك طرق ووسائل مختلفة لكسب الجمهور الداخلي والخارجي، وهنا بالتحديد تبرز مكانة العلاقات العامة في كونها الوسيلة العلمية والعملية التي تحقق لنا التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال استخدام الإستراتيجية جيدة لزيادة فاعلية وكسب ثقة الجمهور الخارجي وتعزيز العلاقة مع الجمهور الداخلي.

- إن حقيقة قيام مؤسسة بدمج التنمية المستدامة في قلب استراتيجيتها الإدارية له تداعيات إيجابية على رفاهية موظفيها، في الواقع هذا يلزمهم بأخذ القضايا الإجتماعية بعين الإعتبار لذلك يكون الموظفون أكثر

⁵⁰ عصماني خديجة، عمومن الغالية، "إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013/2012، ص14.

تحفيزاً، وبالتالي أكثر انخراطاً في نشاط المؤسسة، تسعى المؤسسة إلى تحقيق أداء إقتصادي وتخضع للقواعد التنافسية العادلة وتسعى للكفاءة وتحقيق أهداف النمو وتعزيز الابتكار والقدرة التنافسية وتحافظ على فرص العمل ويمكن أن تنشأ من التنمية المستدامة أنشطة جديدة في المؤسسات.⁵¹

⁵¹تونسى أحلام، دحام عائشة، " دور العلاقات العامة في التنمية الإقتصادية للمؤسسة"، تعاونية الجيوب والخضر الجافة، فرندة-تيارت نموذجاً، كلية علوم إنسانية وإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2020/2019، ص29.

خلاصة الفصل

من خلال ما تناولناه في هذا الفصل نستنتج أن العلاقات العامة هي الحجر الأساس لتعزيز التنمية المستدامة، عن طريق نشاطاتها التي يقوم بها العاملون في العلاقات العامة، ولكن على الرغم من العمل الشاق الذي يقومون به الكثير منهم لا يعلمون ما معنى العلاقات العامة فضلا عن التنمية المستدامة. وبهذا فإن العلاقات العامة هي علم في الدرجة الأساس من الناحية العلمية، أما من الناحية العملية فهي نشاط تقوم به المؤسسات الإقتصادية تهدف إلى خلق ثقة وعلاقة وسمعة طيبة بين المؤسسة والجمهور لذلك فالعلاقات الجيدة بين الموظفين يساهم في تجسيد مختلف مبادئ التنمية المستدامة.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية لمؤسسة الخطوط

الجوية الجزائرية - بسكرة -

تمهيد

تُعتبر الخطوط الجوية الجزائرية الناقل الوطني الذي يحمل على جناحيه أحلام السفر وأهداف الربط بين القارات. كونها شاهدة على التطور والنمو الاقتصادي للجزائر، الخطوط الجوية الجزائرية لا تقتصر فقط على نقل المسافرين، بل تأخذ على عاتقها مسؤولية نشر ثقافة الضيافة الجزائرية والترويج للتراث الثقافي والطبيعي الغني للبلاد. منذ تأسيسها، عملت الخطوط الجوية الجزائرية على الارتقاء بمستوى الخدمات الجوية وتوسيع شبكة رحلاتها لتشمل محطات عديدة حول العالم، وأدركت أهمية الانفتاح على الأسواق الدولية وضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية والإدارية في صناعة الطيران العالمية.

الخطوط الجوية الجزائرية، كمؤسسة اقتصادية، تدرك جيداً التحديات التي تواجه القطاع وأهمية الاستثمار في الكوادر البشرية والتقنيات الحديثة من أجل تقديم تجربة سفر لا تُنسى لعملائها. في هذا المجال، لا يمكن إغفال الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة في صياغة وترسيخ هوية الشركة، وإدارة السمعة، وبناء الثقة مع المسافرين، وخاصةً في تبني وتطبيق ممارسات التنمية المستدامة التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجيات السوقية الحديثة. الخطوط الجوية الجزائرية، من خلال استراتيجيات العلاقات العامة المدروسة والمنفذة، تستطيع لعب دور محوري في تعزيز القيم الإيجابية المتمثلة في الكفاءة، الأمان، الاحترافية، والاهتمام بمعايير الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.

المبحث الأول: مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

المطلب الأول: بطاقة فنية عن مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ومفهومها

- اسم الشركة: الخطوط الجوية الجزائرية (Air Algérie).
- التأسيس: تأسست الشركة في العام 1947.
- المقر الرئيسي: يقع المقر الرئيسي للشركة في الجزائر العاصمة، الجزائر.
- النوع: الناقل الوطني للجزائر.
- الشعار الخاص بالشركة: يعكس الشعار الرسمي للخطوط الجوية الجزائرية الهوية الوطنية والالتزام بتقديم خدمات عالية الجودة.
- الشبكة: توفر الخطوط الجوية الجزائرية رحلات محلية ودولية تغطي أفريقيا، الشرق الأوسط، أوروبا، وكذلك بعض وجهات في أمريكا الشمالية وآسيا.

- أسطول الطائرات: يتكون أسطول الشركة من طائرات متنوعة تتضمن طرازات حديثة مصممة لتلبية الاحتياجات المختلفة للمسافرين.
- برامج الولاء: تقدم الخطوط الجوية الجزائرية برامج ولاء لتكريم العملاء الدائمين وتعزيز العلاقة المستدامة معهم
- المسؤولية الاجتماعية: تولي الشركة اهتماماً بالمبادرات الخاصة بالاستدامة والمسؤولية الاجتماعية التي تعود بالنفع على المجتمع والبيئة. الخطوط الجوية الجزائرية تستمر في تطوير خدماتها لتلبية توقعات السوق واحتياجات المسافرين جنباً إلى جنب مع حرصها على المحافظة على الهوية الجزائرية. وتعد من اللاعبين الأساسيين في مجال الطيران الأفريقي، مساهمةً في تعزيز الربط الجوي على مستوى المنطقة والعالم.

● مفهوم الخطوط الجوية الجزائرية:

هي الناقل الجوي الوطني للجزائر وتُعد من أعرق شركات الطيران في القارة الأفريقية. تسهم هذه الشركة بشكل كبير في الربط بين الجزائر ووجهات مختلفة حول العالم، مما يدعم الاقتصاد الوطني ويوفر للمسافرين الجزائريين والزوار من جميع أنحاء العالم فرصاً للسفر والتجارة والسياحة منذ تأسيسها، ركزت الخطوط الجوية الجزائرية على توسيع شبكتها الدولية وتحديث أسطولها من الطائرات بغية تقديم خدمة موثوقة ومريحة لعملائها. تعتبر الشركة معياراً للجودة والكفاءة والإلتزام بالمعايير الدولية للأمن والسلامة الجوية، وتلتزم بتقديم تجربة سفر تمتاز بالراحة والتميز، بالإضافة إلى مسؤوليتها كناقل جوي، تبذل الخطوط الجوية الجزائرية جهوداً مستمرة لتحسين خدمات العملاء وتعزيز سبل التواصل مع المجتمع والاهتمام بقضايا البيئة من خلال البرامج والمبادرات التي تدعم التنمية المستدامة. تسعى الشركة أيضاً إلى الابتكار وتطوير الخدمات والمنتجات التي تلبى احتياجات المسافرين في ظل السوق العالمي المتغير، مع الحفاظ على وفائها للثقافة والقيم الجزائرية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للخطوط الجوية الجزائرية بسكرة

- مجلس الإدارة: وهو يتخذ القرارات الاستراتيجية ويشرف على الأداء العام للشركة.
- الرئيس التنفيذي أو المدير العام: الذي يدير الشركة وينفذ السياسات التي يقرها مجلس الإدارة.

- نواب الرئيس والمدراء التنفيذيون: يتولون إدارة الأقسام المختلفة مثل العمليات، التجارة والمبيعات، التسويق، الشؤون المالية، الموارد البشرية، الشؤون القانونية، الأمن والسلامة، وغيرها.
- الأقسام الفرعية: كل قسم يتضمن عدة إدارات تختص بمهام دقيقة تتعلق بتشغيل شركة الطيران وتقديم خدماتها.

المطلب الثالث: مهام مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية تقوم بمجموعة واسعة من المهام بهدف تقديم خدمات النقل الجوي بكفاءة وأمان. فيما يلي بعض المهام الرئيسية التي تقوم بها:

- تشغيل الرحلات الجوية: تنظيم وتنفيذ رحلات محلية ودولية منتظمة لنقل المسافرين والبضائع.
 - السلامة والأمان: الحفاظ على أعلى مستويات السلامة والأمان في جميع عمليات الطيران والتأكد من الالتزام بالمعايير الدولية.
 - خدمة العملاء: توفير خدمة ممتازة للعملاء قبل الرحلة، أثناءها وبعد الوصول.
 - الصيانة والهندسة: الحفاظ على الأسطول من خلال الصيانة الدورية والفحوصات لضمان الجاهزية والفعالية.
 - التسويق والمبيعات: تطوير استراتيجيات التسويق وإدارة مبيعات التذاكر من خلال مختلف القنوات.
 - التدريب والتطوير: تدريب الطاقم الجوي والأرضي وتحديث مهاراتهم باستمرار لتحسين الأداء.
 - المسؤولية الاجتماعية: تنفيذ مبادرات تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية وحماية البيئة.
 - إدارة الإيرادات: تحسين إدارة الإيرادات واستخدام التحليلات لمواكبة تقلبات السوق.
 - التوسع والشراكات: البحث عن فرص للتوسع وإقامة شراكات مع شركات الطيران الأخرى.
- كما تسعى دائماً لتحسين خدماتها وتوسيع شبكتها لتلبية الطلب المتزايد وتحسين تجربة المسافرين. يجب أن يتماشى عمل المؤسسة أيضاً مع اللوائح والقوانين الدولية والوطنية الخاصة بالطيران.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة

المطلب الأول: تحليل المحاور المقابلة

توجهنا الى المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة وقمنا بالمقابلة الشخصية مع الموظفين وطرح بعض أسئلة.

عرض وتحليل نتائج المقابلة كانت نفس الإجابة مع عون تجاري وعون تجاري مؤهل وعون تجاري. بعد اجراء المقابلة مع عون تجاري قمنا بتقسيم المقابلة الى ثلاث محاور تضمن معظمها أسئلة مفتوحة وفيما يلي تحليل وتفسير الإجابات التي تحصلنا عليها:

المحور الأول: البيانات الشخصية

الهدف من المحور: معرفة الجنس والعمر وسنوات الخبرة في المؤسسة والمستوى التعليمي لدى الموظف لتكون المقابلة واضحة وتسهل علينا تحليل البيانات.

المحور الثاني: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة وتحقيق ابعاد التنمية المستدامة.

الهدف من المحور: هي أن العلاقات العامة تسعى لتعزيز صورة المؤسسة بشكل إيجابي وتساعد في بناء ثقة المستهلكين والمساهمين هذه الصورة الإيجابية تعزز مكانتها كجهة مسؤولة تسهم في التنمية المستدامة وتلعب العلاقات العامة دورا في نشر المعلومات المتعلقة بالمؤسسة ومبادراتها البيئية والاجتماعية مما يعزز الشفافية ويشجع على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

السؤال 6: هل ترون بأن العلاقات العامة تقوم بتحسين صورة المؤسسة ؟

الهدف من السؤال: يهدف السؤال الى جهود العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة هو بناء والحفاظ على سمعة إيجابية للمؤسسة في اعين الجمهور.

التعليق عن الإجابة: لأن العلاقات العامة في بناء وتعميق الثقة بين المؤسسة ومختلف جماهيرها بما في ذلك العملاء والموظفي.

السؤال 7: هل المؤسسة تقوم بدورات تكوينية لزيادة الخبرة؟

الهدف من السؤال: تهدف الدورات التكوينية إلى تعزيز مهارات الموظفين وتحسين أداءهم الوظيفي مما يرتقي بجودة العمل المقدم.

الإجابة عن السؤال: نعم.

التعليق عن الإجابة: مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة تولي أهمية لتطوير الوظيفي لموظفيها ويسهم في نموها ونجاحها.

السؤال 08: هل تقوم المؤسسة بترويج العروض لزبائن؟

الهدف من السؤال: لمعرفة كيفية جذب العملاء وتحفيزهم على الشراء مما يؤدي لزيادة الإيرادات.

الإجابة عن السؤال: نعم.

التعليق عن الإجابة: ترويج العروض في المؤسسة جزء من استراتيجية تسويقية أوسع تهدف لتحقيق أهداف الأعمال على المدى القصير والطويل.

السؤال 09: ماهي الأفكار المبتكرة التي يمكن أن تطرحها الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة لترويج سفر أكثر راحة وسهولة؟

الهدف من السؤال: هو معرفة استراتيجية ترويج للسفر وكيفية جذب الزبون لشركة وتحقيق حاجياتهم.

الإجابة عن السؤال: هي سرعة الإجابة وتسهيل التساؤلات الغامضة للزبون.

التعليق عن الإجابة: تقوم مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة بتعزيز التصور الإيجابي للمؤسسة لدى الزبائن.

السؤال 10: هل تعتمد مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية على الوسائل الرقمية لتعزيز الثقافة البيئية؟

الهدف من السؤال: معرفة مدى مواكبة الوسائل الرقمية لتعزيز الثقافة البيئية بين موظفيها وعملائها

الإجابة عن السؤال: نعم.

التعليق عن الإجابة: يمكن لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة أن تعزز الثقافة البيئية بين موظفيها وعملائها وتساهم في تقليل التأثير البيئي لقطاع الطيران .

السؤال 11: كيف يمكن المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية تطبيق مفاهيم التنمية المستدامة ضمن استراتيجياتها التشغيلية والتنظيمية؟

الهدف من السؤال: يهدف السؤال إلى مدى استطاعة المؤسسة تطبيق مفاهيم التنمية المستدامة وادراجها ضمن استراتيجياتها التشغيلية.

الإجابة عن السؤال: الإجابة كانت عبر عروض مشيقة شهرية في شبكات التواصل والحملات الاعلامية عبر الانترنت بصفة منتظمة . - التعليق عن الإجابة : ان كل هذه الاستراتيجيات هي استراتيجيات مساعدة جدا لتطبيق مفاهيم التنمية المستدامة.

السؤال12: ما هي آليات قياس ومراقبة تأثير المؤسسة على التنمية المستدامة في الجزائر؟

الهدف من السؤال : معرفة آليات وطرق قياس ومراقبة تأثير المؤسسة على التنمية المستدامة في الجزائر الإجابة على السؤال: كانت الإجابة بالتخطيط الفعال والحوكمة الجيدة للمؤسسة و النظام القانوني الجزائري المستهدف للربح.

التعليق عن الإجابة: الآليات التي استخدمتها المؤسسة هي آليات جيدة تساعد المؤسسة على أداء جيد لها

السؤال13: كيف يمكن التعاون بين القطاع العام والخاص لتحفيز التنمية المستدامة داخل البيئة الاقتصادية؟

الهدف من السؤال : هدف السؤال الى معرفة كيف يمكن لمؤسسة الخطوط الجوية التعاون بين القطاع العام والخاص لتحفيز التنمية المستدامة داخل المؤسسة.

الإجابة عن السؤال : الإجابة كانت بخلق فرص للبيع باتفاقية والمساهمة بالسياحة ومشاريعها ونشاطاتها التعليق عن الإجابة: إن طريقة عمل المؤسسة للتعاون بين القطاع العام والخاص ساعد في تحقيق نمو الإقتصادي للمؤسسة و النهوض باقتصادها وتطورها وزيادة ميزتها التنافسية.

السؤال14: ما الخطوات العملية التي يمكن للمؤسسة اتخاذها لدمج مبادئ التنمية المستدامة في عملياتها دون التأثير سلبا على قدرتها التنافسية؟

الهدف من السؤال: الكشف عن الخطوات التي يمكن للمؤسسة اتخاذها لدمج مبادئ التنمية المستدامة في عملياتها دون تأثيرها سلبا على قدرتها التنافسية.

الإجابة عن السؤال: كانت اتباع استراتيجيات عملية منفذة ضمن القانون الجزائري والتهيئة السياحية والحفاظ على البيئة.

التعليق عن الإجابة: إن الخطوات التي اتخذتها المؤسسة لدمج مبادئ التنمية المستدامة في عملياتها ساعدتها في إبراز علامتها التجارية و ابراز تميزها وجعلها محط أنظار المنافسين لمنافستها.

المحور الثالث: "دور العلاقات العامة في دعم التنمية المستدامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية. بسكرة."

الهدف من المحور: يهدف هذا المحور الى معرفة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في دعم التنمية المستدامة داخل مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة، وقد جاء في هذا المحور أسئلة تتعلق بالعلاقات العامة والتنمية المستدامة

السؤال 15: بأي طرق يمكن للعلاقات العامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية أن تساهم في نشر الوعي؟
الهدف من السؤال: يهدف هذا السؤال إلى معرفة الطرق التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة لنشر الوعي فيها.

الإجابة على السؤال: الإجابة كانت عبر مراسلات الحساب العملي و البريد الإلكتروني.

التعليق على الإجابة: إن الطرق التي استخدمتها المؤسسة كانت طرقا ووسائل مواكبة لعصر الرقمنة.
السؤال 16: في ظل العلاقات العامة كيف يمكن للمؤسسة اشراك المسافرين في مبادرات الاستدامة البيئية؟
الهدف من السؤال: يهدف هذا السؤال إلى استطاعة المؤسسة ومكائنها في إشراك المسافرين في المبادرات والخطط واقتراحات الاستدامة البيئية للمؤسسة.

الإجابة عن السؤال: الإجابة كانت بالتوسع الاستثماري في المشاريع السياحية.

التعليق عن الإجابة: إن إمكانيات مؤسسة الخطوط الجوية في اشراك المسافرين في مبادرات الاستدامة البيئية كانت إمكانيات جيدة تطور من الموارد المالية للمؤسسة لتستمر عملياتها.

تحليل أسئلة المقابلة: تحليل سؤال الثاني دور العلاقات العامة في دعم التنمية المستدامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة:

1. العلاقات العامة والتنمية المستدامة: ترتبط العلاقات العامة بتعزيز أبعاد التنمية المستدامة، حيث تسهم في نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة. من خلال تفعيل حملات وأنشطة تواصلية، يمكن للخطوط الجوية الجزائرية بسكرة تعزيز الوعي بقضايا الاستدامة وتشجيع المشاركة المجتمعية.

2. تأثير العلاقات العامة على النمو المستدام: من المهم أن تتبنى مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة استراتيجيات العلاقات العامة التي تعزز النمو المستدام على المدى الطويل. فهي تلعب دورًا حيويًا في بناء علاقات قوية مع الجمهور والشركاء وتعزيز سمعتها كمؤسسة مسؤولة اجتماعيًا.

3. توظيف العلاقات العامة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية: يمكن لإدارة العلاقات العامة في الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة أن تسهم في تحقيق أهداف الشركة بشكل شامل، بما في ذلك تعزيز الاستدامة

البيئية والاجتماعية وتعزيز تجربة موظفين.

بناءً على هذا التحليل، يمكن القول إن العلاقات العامة تلعب دوراً حيوياً في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة وتأكيد أهمية تكامل استراتيجيات العلاقات العامة مع أهداف الاستدامة لضمان تحقيق نجاح مستدام وتواصل فعال مع مختلف فئات الجمهور خارجي .

تحليل سؤال الثالث دور العلاقات العامة في دعم التنمية المستدامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة :

1. رفع الوعي بالتنمية المستدامة: تلعب علاقات العامة دوراً هاماً في نشر الوعي بمفهوم التنمية المستدامة داخل المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة من خلال حملات توعية وأنشطة تواصلية، يمكن للعلاقات العامة نشر الوعي بين موظفي المؤسسة حول أهمية الاستدامة ودورهم في تحقيقها.

2. تعزيز السمعة الإيجابية: يعتبر دعم التنمية المستدامة علامة على مسؤولية المؤسسة اتجاه المجتمع والبيئة. وتوجيه مناسب من علاقات العامة، يمكن للخطوط الجوية الجزائرية بسكرة بناء سمعة إيجابية بين العملاء والشركاء من خلال اتخاذ إجراءات مستدامة.

3. تفعيل الشراكات: تعتبر علاقات العامة مسؤولة عن بناء وتعزيز الشراكات المستدامة مع العملاء والمجتمع المحلي والحكومة. من خلال توجيه الجهود نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة، يمكن للشركة تعزيز شراكات فعالة.

4. توثيق التقارير والتقييم: من خلال علاقات العامة، يمكن للشركة توثيق جهودها في مجال التنمية المستدامة وإعداد تقارير شفافة حول تحقيق الأهداف والمعايير. وهذا يساهم في بناء الثقة والشفافية مع الجمهور.

باختصار، دور العلاقات العامة في دعم التنمية المستدامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة يشمل النشر الوعي، تعزيز السمعة الإيجابية، تفعيل الشراكات، وتوثيق التقارير. بتوجيه اهتمام وجهود العلاقات العامة نحو هذه الأهداف، يمكن تحقيق تطور مستدام وإيجابي للمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة والمجتمع والبيئة على حد سواء.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة

توصلت دراستنا هذه الى عدد من النتائج أهمها:

- بينت لنا الدراسة أن العلاقات العامة لعبت دورا كبيرا في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية وساهمت في بناء سمعة جيدة للمؤسسة.
- قيام المؤسسة بالترويج للعروض والدورات التكوينية ساعد في تعزيز سمعتها بين المؤسسات الأخرى.
- اهتمام المؤسسة بقضايا البيئة وتعزيز سبل التواصل مع المجتمع من خلال البرامج والمبادرات التي تساعد على دعم التنمية المستدامة و تطبيق أبعادها.
- توفر مؤسسة الخطوط الجوية الأمن والسلامة لجمهورها الخارجي لضمان سفر مريح مما جعلها معيارا للجودة والكفاءة والتميز.
- اعتماد المؤسسة على الوسائل الرقمية عزز من ثقافتها البيئية.

المطلب الثالث: الإقتراحات

- انشاء قسم خاص بالعلاقات العامة.
- توظيفاً خصائيين متخصصين و متمكنين في العلاقات العامة.
- تحسين الموقع الإلكتروني والتطبيق الخاص بالمؤسسة والتأكد من سهولة الإستخدام وتوفير كل المعلومات الضرورية وخيارات الحجز بشكل واضح.
- تحسين خدمة العملاء و تدريب جيد للموظفين ومراكز اتصال فعالة للرد على استفسارات وشكاوى العملاء بسرعة وكفاءة.
- الشراكات مع شركات طيران أخرى وإقامة شراكات استراتيجية لتوفير رحلات مشتركة، مما يزيد خيارات الوجهات والتوصيل بين الرحلات للمسافرين.

خاتمة

ومنه فالعلاقات العامة تلعب دورا حاسما في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال خلق الوعي وتوليد الدعم وتعزيز العلاقات الايجابية بين المنظمات وأصحاب المصلحة فيها ويمكن أن تساعد استراتيجيات العلاقات العامة الفعالة في تعزيز التزام المنظمات بالتنمية المستدامة وإظهار جهودها نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال إيصال التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للمنظمات

ويمكن للعلاقات العامة أن تساعد في بناء الثقة والمصداقية من اصحاب المصلحة وتساعد في تشكيل الرأي العام، وخلق صورة عامة إيجابية مما يشجع على سلوك أكثر استدامة ودعم المبادرات المستدامة. حيث إن دور العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية يتجاوز مجرد بناء الصورة الإيجابية والتواصل الفعال مع الجمهور؛ فهي تلعب دوراً مركزياً في تعزيز التنمية المستدامة. تكمن أهمية العلاقات العامة في قدرتها على ترجمة مبادئ وأهداف الاستدامة إلى إستراتيجيات تواصلية تفاعلية تستثمر في بناء الوعي والتزام المؤسسات نحو المسؤولية الاجتماعية والبيئية، مع الأخذ بعين الاعتبار التحديات البيئية والمسؤوليات الاجتماعية المعاصرة، يبرز دور العلاقات العامة في توجيه المؤسسات الاقتصادية لاتخاذ قرارات مستنيرة تحترم معايير الاستدامة. إن تطوير التواصل الاستراتيجي والشراكات الهادفة، وتعزيز المشاركة الجماهيرية، والابتكار في ممارسات الأعمال مع التأكيد على الاستثمار في المجتمعات والبيئة، كلها أسس يمكن للعلاقات العامة تطويرها وتعزيز دورها من خلالها.

وفي زمننا هذا، لم تعد العلاقات العامة مجرد منبر إعلامي بل أصبحت قوة دافعة للتحول نحو مستقبل أكثر اخضراراً واستدامة. الشركات التي تنتهج استراتيجيات علاقات عامة مسؤولة بيئياً واجتماعياً، تؤسس لحضور قوي ومؤثر في السوق وتكون جزءاً من حراك عالمي ينشد تحقيق أهداف التنمية المستدامة على الصعيد العالمي، وعليه من الضروري أن نعيد النظر في كيفية تقديم العلاقات العامة لمهامها والارتقاء بها إلى مستويات تتواءم مع المبادئ الأساسية للتنمية المستدامة، ما يعود بالنفع على المجتمع والبيئة والمؤسسة معاً.

قائمة

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. أحمد جرادات ولبنان هابف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظري والتطبيقي، ط1، دار اليازوري، الأردن، 2009.
2. أحمد محمد المصري، العلاقات العامة في المؤسسة، ط1، شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2006.
3. إسماعيل مصطفى سالم، العلاقات العامة في الخدمة الإجتماعية، ط1، مطبعة هشام بكفر الشيخ، القاهرة، 1999.
4. إلياس سلوم، تقنية العلاقات العامة، ط1، دار الرضا للنشر والتوزيع، 2000، دون بلد.
5. إنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، د ط، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016.
6. راسم محمد جلال وخيرت معوض عياد، العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، ط2، الدار المصرية اللبنانية، دون بلد، 2008.
7. زياد محمد السرمان وعبد الغفور عبد السلام، مبادئ في العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
8. علي عجوة وفريد كريمان، إدارة العلاقات العامة من الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط2، دار علم الكتاب، 2008.
9. فريحة محمد كريم، العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، د ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة-الجزائر، 2012.
10. فؤاد عبد المنعم البكري، العلاقات العامة في المنشآت السياحية، ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 2011.
11. محمد جودة ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، د ط، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، 1988.
12. محمد صالح تركي القريشي، "علم اقتصاد التنمية" اثره للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2010.
13. محمد علي شتا وآخرون، التنظيم والإدارة في القطاع العام، ط1، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1997.
14. منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر، 2007.

15. موريس أنجرس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، الطبعة الثانية، دار القصبية، الجزائر 2006.
16. نصر الدين عبد القادر عثمان، مدخل إلى العلاقات العامة والإعلان، ط1، دار الآفاق المشرقة، عمان، 2011.
17. هبة مركون، "العلوم الإجتماعية في الجامعة الجزائرية ودورها في التنمية المستدامة"، ألفا للوثائق واستيراد الكتب، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، البوابة الشمالية، 2021.
18. ياسر عبد الله طبت، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، ط1، مطبعة أبو عمار للنشر والتوزيع، بدون بلد نسر، 2019.

ثانيا: الرسائل الجامعية والمجلات

19. بونابي مصطفى، عادل زكريا، إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر دراسة ميدانية بينك السلام فرع قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإجتماعية والإنسانية قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020/2019.
20. ترقو فتيحة، "دور المؤسسة الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة"، تخصص قانون المؤسسة والتنمية المستدامة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.
21. تونسي أحلام، دحام عائشة، "دور العلاقات العامة في التنمية الإقتصادية للمؤسسة"، تعاونية الحبوب والخضر الجافة، فرندة-تيارت نموذجاً، كلية علوم إنسانية وإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2020/2019.
22. حفصة قرش، سمية زعومة، "دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية لدى الزبون" دراسة حالة مؤسسة الإتصالات Ooredoo، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2014-2013.
23. شذى سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين، أطروحة ماجستير في إدارة الأعمال، غزة، 2006.
24. عامر حبيبة، "دور المؤسسات الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الإقتصادية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم

- الإقتصادية والإجتماعية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2016-2017.
25. عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض- السعودية، 2006.
26. عصماني خديجة، عمومن الغالية، "إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعى قاصدي مرياح ورقلة، 2013/2012.
27. مرقاش سميرة، دور العلاقات العامة في تحسين سمعة المؤسسة -دراسة تحليلية لمؤسسة التطوير العقاري عبورة-، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد04، العدد02، 2018.

ثالثا: المحاضرات

28. جلية الهذبة، "عنوان المحاضرة منهج دراسة حالة" تابع محاضرات السداسي الثاني في منهجية الماجستير، تخصص إنحراف وجريمة.
29. عبد السلام أبو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، المكتب العربي الحديث، مصر، 2011.
30. غالية أبو الشامات، "مبادئ البحث العلمي، العينات وأنواعها"، المحاضرة الثامنة.
31. محمد عبد مطشر الامي، "مجتمع البحث وعينته"، محاضرات المنهج التجريبي.

رابعا: المواقع الإلكترونية

32. mawdoo3-com
33. Works.by .Othersejtema3e

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة مقابلة حول

العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية ودورها في تحقيق التنمية

المستدامة في الجزائر

-دراسة ميدانية بمؤسسة الخطوط الجوية -بسكرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ل.م.د تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. جدو فؤاد

إعداد الطالبات:

● سهل فدوى

● زرالدة رانيا

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تهدف إلبالتعرف على "العلاقات العامة في المؤسسات الإقتصادية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر"، لذا يرجى الإجابة على أسئلة الاستمارة بكل صدق وصراحة وموضوعية، مع العلم أن المعلومات التي تدلون بها تكون سرية تستعمل لغرض البحث العلمي فقط.

السنة الجامعية: 2024/2023

أولا: البيانات الشخصية

س1: الجنس

● ذكر

● أنثى

س2: العمر

● 20 سنة

● من 21 إلى 30 سنة

● من 31 إلى 40 سنة

● أكثر من 41 سنة

س3: سنوات العمل والخبرة في المؤسسة

- أقل من ثلاثة أعوام

- من ثلاث أعوام إلى ستة أعوام

- من سبعة أعوام إلى عشرة

س4: المستوى التعليمي

● ثانوي

● جامعي

● دراسات عليا

س5: القسم الذي تعمل به

●

●

●

ثانيا: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة وتحقيق أبعاد التنمية المستدامة.

س6: هل ترون بأن العلاقات العامة تقوم بتحسين صورة المؤسسة؟

ج6:

س7: هل المؤسسة تقوم بدورات تكوينية لزيادة الخبرة؟

ج7:

س8: هل تقوم المؤسسة بترويج العروض للزبائن؟

ج8:

س9: ما هي الأفكار المبتكرة التي يمكن أن تطرحها الخطوط الجوية الجزائرية لترويج سفر أكثر راحة وسهولة؟

ج9:

س10: هل تعتمد مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية على الوسائل الرقمية لتعزيز الثقافة البيئية؟

ج10:

س11: كيف يمكن لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية تطبيق مفاهيم التنمية المستدامة ضمن استراتيجياتها التشغيلية والتنظيمية؟

ج11:

س12: ما هي آليات قياس ومراقبة تأثير المؤسسة على التنمية المستدامة في الجزائر؟

ج12:

س13: كيف يمكن التعاون بين القطاع العام والخاص لتحفيز التنمية المستدامة داخل البيئة الاقتصادية؟

ج13:

س14: ما الخطوات العملية التي يمكن للمؤسسة اتخاذها لدمج مبادئ التنمية المستدامة في عملياتها دون التأثير سلبيًا على قدرتها التنافسية؟

ج14:

ثالثًا: دور العلاقات العامة في دعم التنمية المستدامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة

س15: بأي طرق يمكن للعلاقات العامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية أن تساهم في نشر الوعي؟

ج15:

س16: في ظل العلاقات العامة كيف يمكن للمؤسسة إشراك المسافرين في مبادرات الإستدامة البيئية؟

ج16:

س17: كيف يمكن تقييم فعالية برامج العلاقات العامة التي تروج للممارسات المستدامة داخل الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة؟

ج17:

س18: كيف يمكن للعلاقات العامة مساعدة الخطوط الجوية الجزائرية في بناء سمعة قوية كمؤسسة رائدة في مجال الإستدامة؟

ج18:

س19: ماهي التحديات والفرص التي تواجه الخطوط الجوية الجزائرية في تنفيذ مبادرات من خلال نشاطات العلاقات العامة؟

نشكركم على تعاونكم

الملخص

تناولت دراستنا موضوع العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، بحيث أجرينا دراستنا الميدانية بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة. وهدفت دراستنا إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية وتبسيط الضوء على أبعاد التنمية المستدامة في الجزائر، والكشف عن طبيعة العلاقة القائمة بين التنمية المستدامة و المؤسسة الاقتصادية ومعرفة اسهامات العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية، وقد وظفنا في دراستنا هذه منهج دراسة الحالة لأنه أكثر ملائمة مع طبيعة دراستنا وتمثلت أدواته في الملاحظة والمقابلة التي أجريت مع موظفي مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة.

وتوصلت دراستنا إلى النتائج التالية : أن العلاقات العامة لعبت دورا كبيرا في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بسكرة وساهمت في بناء سمعة جيدة للمؤسسة .

résumé

Notre étude a porté sur la question des relations publiques dans les institutions économiques et leur rôle dans la réalisation du développement durable en Algérie, nous avons donc mené notre étude de terrain à la Société Algérienne des Compagnies Aériennes, Biskra. Notre étude visait à identifier le rôle des relations publiques dans la réalisation du développement durable.

dans la Société algérienne des compagnies aériennes et a mis en lumière les dimensions du développement durable en Algérie et en révélant la nature de la relation existant entre le développement durable et l'institution économique, et en connaissant les apports des relations publiques dans les institutions économiques. utilisé l'approche de l'étude de cas car elle est plus adaptée à la nature de notre étude. Ses outils sont l'observation et les entretiens menés avec les employés de la société Air Algérie à Biskra.

Notre étude a abouti aux résultats suivants : Les relations publiques ont joué un rôle majeur dans améliorer l'image de la Société Algérien Airlines et contribuer à bâtir une bonne réputation de la Société.