

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الطور الأول
الشعبة: علم الاجتماع والأنثروبولوجيا
التخصص: علم الاجتماع تنظيم وعمل
من اعداد الطالب: عمر عسول
بعنوان:

دور أداء المورد البشري في ولاء الزبون
" دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس* وكالة ورقلة*"

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
برقية سهيلة	أستاذ محاضر ب	ورقلة	رئيسا
إيناس بوسحلة	أستاذ محاضر أ	ورقلة	مشرفا ومقررا
بن زاف جميلة	أستاذ محاضر أ	ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2022.

شكرًا وإعترافًا

أول شكري هو لله رب العالمين الذي رزقني العقل ووقفني في مسيرتي وإتمام هذه المذكرة التي نرجو

أن تكون عونًا ومرجعًا يستفاد منه مستقبلًا

أتقدم بالتشكرات الخالصة إلى كل من قدم لي يد المساعدة لإنجاز هذا العمل المتواضع سواء من قريب أو من

بعيد

واخص بالذكر الأستاذة المشرفة الدكتورة إيناس بوسحلة التي كان لها عظيم الإشراف على مذكري ولم تبخل

علي بتوجهاتها القيمة طيلة فترة إنجازي لهذا العمل المتواضع.

كما أشكر كل من أعانني على إنجاز هذه المذكرة من مؤطرين بمؤسسة موبيليس

وكل الأساتذة والزملاء الذين لم ييخلوا علي بأرائهم ومساعدتهم، ولي كل الفخر أن أرفع نفس عبارات

الشكر للأساتذة الذين شرفوني بعضويتهم في لجنة المناقشة، وكل من تولوا إمدادنا بالعلم والمعرفة

فهرس المحتويات

الفهرس العام للدراسة	
-	شكر وعرافان
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: المدخل العام للدراسة	
2	تمهيد
3	أولاً: بناء إشكالية الدراسة
5	ثانياً: فرضيات الدراسة
5	ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة
5	رابعاً: أهمية الدراسة
6	خامساً: أهداف الدراسة
6	سادساً: المفاهيم الأساسية للدراسة
11	سابعاً: الدراسات السابقة
13	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة	
15	تمهيد
16	أولاً: منهج المعتمد في الدراسة
16	ثانياً: مجالات الدراسة
16	1-المجال المكاني
16	2-المجال الزماني
17	3-المجال البشري
17	ثالثاً: مجتمع الدراسة والعينة
18	رابعاً : أدوات جمع البيانات
19	خلاصة الفصل

الفصل الثالث: تحليل وتفسير البيانات	
21	تمهيد
22	أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية للعينة
23	ثانياً : عرض وتحليل فرضيات الدراسة
23	1 . تحليل وتفسير الفرضية الأولى
27	2. تحليل وتفسير الفرضية الثانية
30	ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
30	1. مناقشة وتفسير النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى
30	2. مناقشة وتفسير النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية
31	رابعاً: النتائج العامة للدراسة
33	خاتمة
35	قائمة المراجع
37	الملاحق
40	ملخص الدراسة باللغة العربية
40	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
22	يتعلق بجنس المبحوثين	01
22	يتعلق بسن المبحوثين	02
23	يتعلق بالمستوى التعليمي للمبحوثين	03
24	يتعلق بالاهتمام الشخصي بالزبون من قبل موظفي المؤسسة	04
24	يتعلق بتميز موظفي مؤسسة موبيليس بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام	05
25	يتعلق بتقديم الخدمة نصائح وإرشادات بخصوص اشتراك الزبون	06
26	يتعلق بالصعوبات التي تواجه الزبون أثناء التعامل مع الموظف	07
26	يتعلق بالمعاملة الجيدة من قبل الموظف مع الزبون	08
27	يتعلق بإخبار الزبون بكل جديد حول خدمات المؤسسة	09
27	يتعلق باحترام المؤسسة لأوقات العمل والخدمات	10
28	يتعلق بثقة الزبون في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة	11
28	يتعلق برضا الزبون عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة	12
29	يتعلق بتفكير الزبون في تغيير المؤسسة	13

مقدمة

المقدمة:

أصبح المجال الاجتماعي الذي تنشط فيه المؤسسات بوجه عام، والمؤسسات الخاصة بوجه خاص مجالاً متقلباً، يتصف بالديناميكية والتغيرات الدائمة والمستمرة على جميع المستويات وفي جميع القطاعات، الأمر الذي يجعل بقاء المؤسسة فيه مرهوناً بمدى قدرتها على التكيف وتحقيق التميز عن باقي المؤسسات المنافسة، وذلك من خلال قدرتها على احتلال موقع يمكنها من تلبية متطلبات الزبون بمستوى أعلى من مستويات المؤسسات المنافسة.

وإدراكاً منها لمتطلبات المجالات الاجتماعية الجديدة التي أصبحت تنشط فيها، فإن المؤسسة اليوم أصبحت شغلها الشاغل هو البحث عن التكيف مع هذا الوضع كأنسب حل في نظرها، وذلك من خلال تبني محددات وآليات تنتقل من تلبية حاجيات ورغبات الزبون إلى خلق الرضا وجذبه والحفاظ عليه وبالتالي ولاءه للمؤسسة وخدماتها، أي أن تكون لها القدرة على الإبداع في التفاعل والتواصل مع الزبون وإرضائه وتوليد نوع من الثقة والالتزام المتبادلين بينه وبين الفاعلين في المؤسسة، ولعل هذه المحددات هي التي تكون ركائز تنمية المؤسسة لعلاقتها مع الزبون.

وعلى هذا الأساس قمنا بتقسيم دراستنا إلى ثلاثة فصول هي

الفصل الأول: عنوانه بالمدخل العام للدراسة تناولنا فيه إشكالية الدراسة، فرضياتها، مبررات اختيار

الدراسة الأهمية والهدف من الدراسة، المفاهيم الأساسية التي تناولتها الدراسة واخير الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: عنوانه بالإجراءات المنهجية للدراسة تناولنا فيه المنهج المعتمد في الدراسة، مجالات

الدراسة عينة البحث وكذلك ادوات جمع البيانات في هذه الدراسة.

الفصل الثالث: عنوانه بعرض وتحليل نتائج الدراسة تم فيه عرض نتائج الدراسة من خلال الفرضيات ثم

النتائج العامة للدراسة .

الفصل الأول: المدخل العام للدراسة

تمهيد

أولاً: بناء إشكالية الدراسة.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: المفاهيم الأساسية للدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

خلاصة

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى المدخل العام للدراسة، وذلك من خلال عرض الإشكالية وتوضيح متغيرات الدراسة، ثم صياغة الفرضيات، بالإضافة إلى إبراز الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع، والأهمية والهدف من هذه الدراسة، ومن ثم التطرق إلى المفاهيم الأساسية، والدراسات السابقة التي تم الاستفادة منها والتي تعد ضرورة منهجية لأي بحث علمي.

أولاً: بناء إشكالية الدراسة

إن التعرض لمعضلة تحقيق ولاء الزبون معضلة متعددة الابعاد، تتطلب بالضرورة دراسة تكاملية تعنى بكل الجوانب المكونة لها، الامر الذي يجعل هذه الأخيرة تتموقع بين العديد من الحقول المعرفية كعلم الاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع... الخ، إذ يسعى كل حقل بخصوصيته المعرفية إلى إيجاد تفسيرات وتحليلات لها، فقي الوقت الذي ينظر فيه أحد الحقول المعرفية إلى أن رضا الزبون وكسب ولاءه يكمن في عملية التسويق الجيد للخدمات المقدمة من طرف المؤسسة لما له من عائدات ربحية لها وضمان استمرارها، يرى حقل معرفي اخر انه على المؤسسة ان لا تغفل مفتاح التواصل بين الفرد العامل والعملاء، الذي يتمثل في فهم السلوكيات والتصرفات التي يتدرب عليها الفرد في تقديم الخدمات أو في وصف المنتجات، لذلك من الضروري أن يتدرب الفرد على فهم الأسس النفسية التي تتعلق بمبادئ تقديم و تسويق الخدمات، ورغم هذه التحليلات والتفسيرات الا أن الفهم المتكامل لهذه المعضلة لا يمكن أن يتم بمعزل عن الإطار الاجتماعي والثقافي، على اعتبار أن المؤسسة تؤطرها مجموعة من الخصائص الثقافية التي تميزها عن غيرها، وهي أيضا مجال اجتماعي تفاعلي يآثر ويتأثر بالأفراد الفاعلين فيه والمتفاعلين معه، لذلك نجد ان عملية ولاء الزبون تتم من خلال عملية التفاعل التي تكون بين الفاعل الذي يقدم الخدمة والزبون الذي يتلقاها في شكل معاني ورموز ترسل اليه، ومن هذا المنطلق يجب إلقاء نظرة على دور الفاعل في هذا التفاعل الحادث بينه وبين الزبون، فاذا اعتبرنا ان المورد البشري يمثل الدعامة الأساسية التي تستند إليها أي مؤسسة في تحقيق أهدافها، وهو أثمن الموارد تأثيرا في الإنتاجية و العنصر الذي يعول عليه في نجاح و تقدم المؤسسة، فان رغبة الفاعلين في العمل تعكس بالضرورة كفاءة أدائهم، بحيث تصبح هذه الرغبة وبدون أدنى شك إحدى المهمات التي تواجه الإدارة في المؤسسة والتي تنحصر في كيفية إثارة رغبة الفاعل وتوجيه افعاله في الاتجاه الذي يحقق الأداء المطلوب ويساهم في كسب ولاء الزبون، لذلك فان المؤسسة الحديثة أصبحت تهتم بوضع أسس تساعد على الاستفادة القصوى من كل فاعل في المؤسسة حتى تستطيع الوصول

إلى أداء جيد، فنجاح المؤسسة الخاصة مرهون بأداء فاعليتها، وعليها تحقيق ذلك الهدف الذي يتمثل في ضمان الاستمرارية و كسب ولاء الزبائن من خلال وضع استراتيجية محكمة سواء لجودة الخدمات أو طرق تقديمها عن طريق فعالية التواصل والتفاعل مع الزبون وكسب ثقته واحترام المواعيد والاقراءات التي تصدرها.

بناء على ما تقدم سنحاول من خلال الدراسة الكشف عن العلاقة التي تربط متغيرات الدراسة والمتمثلة في أداء المورد البشري كمتغير مستقل ودوره في بناء وتعزيز ولاء الزبون كمتغير تابع، وذلك من خلال الإجابة على التساؤل المركزي التالي:

هل لأداء المورد البشري بمؤسسة موبيليس دورا في بناء وتعزيز ولاء الزبون؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

الفرضية العامة: يلعب اداء المورد البشري في مؤسسة موبيليس دورا في بناء وتعزيز ولاء الزبون.

الفرضيات الجزئية:

1-تعزز العلاقات التفاعلية الاتصالية للمورد البشري بمؤسسة موبيليس من ولاء الزبون (حسن التعامل -

الابتسامه - الاستقبال الجيد -توفر المعلومات)

2-يلعب التزام المورد البشري في مؤسسة موبيليس بالقرارات والمواعيد دور في ولاء الزبون للمؤسسة

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

1. الميل الشخصي إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مصلحة الموارد البشرية في رفع أداء العاملين بالمؤسسة

وبالتالي تحقيق رضا الزبون وكسب ولاءه.

2. خروج الدراسة عن نطاقها الكلاسيكي والتركيز على تحسين العلاقة التفاعلية بين الفاعل والزبون

خصوصا في المؤسسة الخاصة.

3. أهمية ولاء الزبون بالنسبة لمؤسسة موبيليس والذي برز كاستراتيجية دفاعية تمكّن من تحقيق المزايا

التنافسية.

رابعا: أهمية الدراسة:

1. تتجلى أهمية هذه الدراسة في انها تبحث في مدخل جديد لبناء وتعزيز ولاء الزبون يمثل في أهمية العلاقة

التفاعلية بين الفاعل والزبون، بعدما كان للمدخل الكلاسيكي يعتمد على الطابع الترويجي لجذب

وكسب ولاء الزبون.

2. تبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تعالج مشكلة هامة وحساسة لفئة كبيرة من المجتمع وهي الموارد

البشرية، حيث ترتبط هذه الدراسة بالموارد البشري الذي يعتبر المحرك الأساسي لتطور المؤسسة

واستمراريتها

3. تقصي العلاقة والتأثير بين متغيري الدراسة وهما أداء المورد البشري وولاء الزبون.

خامسا: اهداف الدراسة

تمثل اهداف الدراسة الحالية فيما يلي

1- محاولة التعرف على العلاقات التفاعلية الاتصالية (حسن التعامل - الابتسامه - الاستقبال الجيد - توفر

المعلومات) للمورد البشري بمؤسسة موبيليس ومدى انعكاسها على بناء وتعزيز ولاء الزبون للمؤسسة

2-الكشف عن الدور الذي يلعب التزام المورد البشري في مؤسسة موبيليس بالقرارات والمواعيد في ولاء الزبون

للمؤسسة

سادسا : المفاهيم الأساسية للدراسة

1. مفهوم الأداء:

* **تعريف الأداء لغة:** يعرف الأداء لغة بأنه: أدي، يؤدي، تأدية الشيء إلى فلان: أو وصله قال تعالى: ومن أهل

الكتاب من إذا أتمنته بقنطار يؤده إليك، الدين قضاها، الصلاة: قام بها في وقتها.¹

* **تعريف الأداء اصطلاحا:** ويعرف الأداء اصطلاحا بأنه:

- ينظر داركر إلى الأداء على أنه: القدرة المؤسسة على الاستمرارية والبقاء المحققة للتوازن بين رضى المستهلك

والعمال".²

¹ محمود المسعودي، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص 32.

² خالد حسن أحمد، الموارد البشرية في دائرة الاحتراف، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2009، ص 54.

- يقول MILLER BRAMILY بأن الأداء هو: انعكاس لقدرة المنظمة على تحقيق التوازن ¹.
- ويرى بينتو بأن الأداء هو: "الناتج المتحصّل عليه وهو ما يعنى قدرة المؤسسة أو الفرد على تحقيق أهداف معينة ترضي مجموعة معينة بالنشاط الموكل إليها" ².
- ويشير محمد سعدي سلفان إلى أن الأداء يمكن تعريفه في: "الأثر القيمي في الجهود الأفراد التي تبدأ بالقدرات وإدراك الدور والمهام وبالتالي يشير الى درجة تحقيق إتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد" ³.
- * **تعريف الأداء إجرائيا:** أما التعريف الاجرائي للأداء:

الأداء هو مقياس للحكم على مدى تحقيق المؤسسة لهدفها الرئيسي وهو البقاء في السوق ولستمرارها في نشاطها في ظل التنافس، وهو طريقة تقديم الخدمات المقدمة للزبائن.

2. مفهوم الولاء:

- * **تعريف الولاء لغة:** يعني المحبة والنصرة والقرب وتدير شؤون الآخر، وتولّى فلان يعني اتّخذه ولياً، ومولاته أي محبته ومناصرتة وتدير شؤونه والقرب منه ⁴.
- * **تعريف الولاء اصطلاحاً:** هو اندماج الفرد في المنظمة التي يعمل بها بروحه وجسده وفكره، كتبنيه المبادئ والقيم التي تقرها المنظمة وتعاونه مع زملائه على أداء مختلف الأعمال وبديل بعض الجهودات الإضافية والسعي إلى المخاطرة والتفكير الدائم في الاستراتيجيات المستقبلية من اجل اكتسابها سمعة جيدة وسط المنظمات الأخرى، دون انتظار أي مقابل مادي أو معنوي. لأنها بمثابة أسرة ثانية له يسعى لحمايتها وضمان ديمومة بقائها واستمرارها.

¹ طاهر محمود الكلالدة: استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، عالم الثقافة، عمان، 2010، ص19

² راوية حسين، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للنشر، جامعة الإسكندرية، مصر، 2009، ص 209

³ محمد سعيد أنور أبو سلطان السلوك التنظيمي الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص219

⁴ محمد خير موسى، إعادة إنتاج مفهوم "الولاء والبراء".

3. المورد البشري:

* **تعريف المورد البشري لغة:** إن مفهوم المورد البشري إذا ما أردنا تعريفه لا بد من أن نقسمه إلى شقين: الشق الأول: المورد: وهو المنهل، الطريق، الرزق، قال أبو فارس: ألا لا يسير الشامون فان الموارد أبائي، ومواردي.¹ الشق الثاني: البشري: وتعني الخلق أو الإنسان، قال حافظ: أنساك حبه طه أنه بشر يجري عليها شؤون الخلق مجريها.²

* **تعريف المورد البشري اصطلاحاً:** تعددت المفاهيم حول هذا المصطلح منها:

- يطلق على قوة العمل في المنظمة، والموارد البشرية أهم عنصر من عناصر الإنتاج الأخرى كالأموال والتكنولوجيا والتهسيلات الأخرى، وهي تجعل من تلك العناصر ذات معنى وفائدة للمنظمة وأكثرها فاعلية وتأثيراً على تحقيق أهداف العمل.³

- يقصد بلفظ الموارد البشرية كل العمالة الدائمة والمؤقتة التي تعمل في المنظمة وبمعنى آخر أن لفظ العمالية يشير إلى القيادات التنظيمية ورؤساء الوحدات الإدارية وكل المستويات.⁴ هي عبارة عن مجموعة من العمليات الجزئية، بدءاً من التخطيط هذه الموارد، ومروراً بإعداد نظم التحليل والوصف الوظيفي واعداد نظم الاختيار والتعيين، ونظم تقوية أداء العاملين، ونظم الحوافز وانتهاء بوضع نظم التأديب ونظم السلامة المهنية بما يحقق أهداف المنظمة.⁵

* **تعريف المورد البشري إجرائياً:** وكتعريف إجرائي للمورد البشرية يمكن القول بأنها:

¹ محمود المسعدي، مرجع سابق، ص 38.

² نفس المرجع، ص 39.

³ الطاهر محمود الكلالده، مرجع سابق، ص 22.

⁴ راوية محمد حسن، مرجع سابق، ص 105.

⁵ نادرة أبو شيخة، إدارة الموارد البشرية، دار الصنعا للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2000، ص 19.

هي مجموعة الأفراد الذين تستقطبهم المؤسسة لسد حاجياتها حسب متطلبات العمل والمهام، والتي لها وزن وأهمية كبيرة غير قابلة للتعويض خاصة العناصر الكفاء

4. الدور:

* **تعريف للدور لغة:** يمكن فهم كلمة (الدور) بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل (دار)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبتدأ منه،¹ إذ يعرف قاموس (ويستر) مصطلح الدور لغوياً بأنه الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد،² وكذلك هو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد، والذي يحدد واجباته وحقوقه الاجتماعية،³ وكذلك فإن الدور هو مجموعة طرق الحركة في مجتمع ما التي تسم بطابعها سلوك الأفراد في ممارسة وظيفة خاصة،⁴ وهناك من يرى إنه السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، كما إن هناك من يرى إن الدور نموذج منظم للسلوك ومتعلق بوضع معين للفرد في تركيبة تفاعلية.

* **تعريف الدور اصطلاحاً:** فالدور لا يرتبط بمجال معين إذ يتحدد دون غيره ويدخل في اختصاصات مختلفة اقتصادية وسياسية واجتماعية وطبيعية، وذلك ضمن عملية تحديد النتائج الخاصة بطبيعة العلاقات الارتباطية بين جزئيات ظاهرة ما، أو بين مجموعات محددة من الظواهر، وحتى في نطاق المجال الواحد يمكن إن يظهر التنوع في معنى الدور، وبالتالي في تعريفه، وإذا ما نظرنا في إطار حقل العلوم السياسية نجد إن له أكثر من تعريف، إذ يعرف في المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأنه موقف أو سلوك أو وظيفة لشخص داخل

¹ إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972، ص302

² New websters Dictionary, U.S.A Lexicon Publications, 1993, p862.

³ إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999، ص289.

⁴ صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده)، مطبعة دار الحكمة، جامعة بغداد، 1990، ص123.

مجموعة،¹ إذ يتصل مفهوم الدور غالباً بالدراسات السيكولوجية – الاجتماعية الحديثة، ويستفاد منها في دراسة وتغيير السلوك السياسي الخارجي للدولة، لذلك فإن الدور يمكن التعبير عنه بوظيفة الدولة كأموزج منظم للسلوك ضمن مجموعة من النشاطات الاجتماعية، وبالتالي فإن سلوك الدولة كوحدة ضمن مجموعة وحدات (دول) كل منها تعبر عن سلوك سياسي خارجي يختلف في تكوينه وقدراته المادية والاجتماعية تبعاً لطبيعة المتغيرات المحيطة والمؤثرة بكل دولة، وبالتالي سلوكها الخارجي،² وكما يتضمن مفهوم الدور كذلك الممارسة الفعلية، أي ترجمة التصور إلى سلوكيات وقرارات عملية وهنا تثار قضية الاتساق بين الدور كتصور أو توجه عام وبين ممارسة هذا الدور، ولا يعد الدور تصوراً فقط بل اقتناع وقدرات وإمكانات أيضاً لممارسته بفعالية واقتدار.³

5. الزبون:

* **تعريف الزبون لغة:** الزبون باللغة الإنجليزية هو "المستهلك أو المشتري للبضاعة أو أي نوع من الخدمات من دكان أو أي مكان آخر أو أي نوع من الأسواق أو المراكز التجارية، بمعنى آخر هو الزبون الذي يقبل على شراء السلعة المعروضة في السوق"⁴

¹ أعياذ عبد الرضا ال عبدال، دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاقه المستقبلية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية (أبن رشد)، جامعة بغداد، 2006، ص1.

² هاني الياس خضر الخديني، العراق ومحيطه العربي (دور العراق كموازن إقليمي)، مجلة دراسات إستراتيجية، مركز الدراسات الدولية، جامعة بغداد، العدد (6)، 1999، ص57

³ مجيد حميد شهاب البدري، الدور الإقليمي لتركيا في ترتيبات الأمنية الجديدة وأثرها في الأمن القومي العربي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة بغداد، 1997، ص311.

⁴ دور أداء المورد البشري في كسب ولاء الزبون واستدامة تطور المنظمة، الباحثة تواتي ريم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2016/2017، ص 07.

سابعاً: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: للباحث العبيدي عمار، تحت عنوان "قياس أداء المورد البشري في ظل مقارنة إدارة الجودة الشاملة"، مذكرة مكملة ضمن كمتطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير الجامعة الجزائرية سنة

2014-2015

هدفت هذه الدراسة إلى الإشارة إلى الظروف التي تحيط بالمنظمات اليوم وظهور أساليب حديثة في التسيير، كما هدفت أيضاً إلى إظهار أهمية قياس أداء المورد البشري بالمنظمة وكيفية استغلال إمكانيات كل فرد في اختصاصه. بيان المفاهيم المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة وقياس أداء المورد البشري، وقد انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها كيف يتم قياس أداء المورد البشري في ظل مقارنة إدارة الجودة الشاملة؟

وقد انتهى الباحث إلى النتائج التالية:

- حصول المنظمة على شهادة الإيزو.

- تملك المنظمة كوادر بشرية مؤهلة.

- قامت المنظمة بقياس وتقييم مواردها البشرية.

أما فيما يخص علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية فهي تساعد الباحث على معرفة أداء المورد البشري في ولاء الزبون.

الدراسة الثانية: للباحث "باباه ولد سيدن" بعنوان "دور الموارد البشرية في التأثير على الأداء"، بحث مقدم

لنيل شهادة ماجستير تخصص إدارة الأعمال، جامعة تلمسان سنة 2009-2010.

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الاستقراء بعمق علمي وتأصيل منهجي منظم لبعض الإسهامات المعرفية

المقدمة من طرف العديد من الباحثين في مجال إدارة الموارد البشرية وأداء المؤسسة وتحليلها.

كما هدفت أيضا إلى محاولة التأكيد على الدور المتنامي الذي تلعبه الموارد البشرية كأحد أهم العوامل المؤثرة على أداء المؤسسة، وإبراز سبل واليات التميز بجودة الخدمات المصرفية من منطلق الأداء، وانطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها ما مدى مساهمة وظيفة الموارد البشرية في تحسين الأداء بالمؤسسات المصرفية؟ اعتمد الباحث على المنهج الوصفي في تحديد ووصف وتحليل المورد البشري، كما استعمل المنهج في تحليل الوضع العام للبنك، بالإضافة إلى الاعتماد على الاستمارة والملاحظة حيث قام بتوزيع 100 استمارة على 100 فرد من مجتمع الدراسة بشكل عشوائي حيث أن العملاء هم عينة البحث، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تقييم العملاء لجودة الخدمات كان سلبيا لذلك فجوة الخدمات منخفضة ذلك لأن توقعاتهم لجودة الخدمات كانت عالية.

- تختلف معايير الزبائن في أهميتها النسبية عند تقييمهم الجودة الخدمات المصرفية.

- عدد مرات تعامل الزبون مع المصرف له تأثير على تقييم الزبائن للمصرف وجودة خدماته المقدمة لهم.

- إن العامل الخاص بالتقنيات الحديثة للخدمة يعتبر ذا أهمية عالية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات لهذا

فإن إدارة المصرف التجاري يجب أن تولي هذا العامل أهمية عالية في برامجها التطوير الخدمات المقدمة وتحسينها.

خلاصة:

تضمن هذا الفصل عرض لأهم وأبرز القضايا التوضيحية المتعلقة بالموضوع، أين تم طرح إشكالية الدراسة عن: دور جودة أداء المورد البشري في كسب رضى الزبون واهم التساؤلات التي شغلت فكر الباحث، وقد تم التأكيد على أهمية الدراسة التي تهدف إلى الكشف عن تفعيل أداء الموارد البشرية وتوظيفه كسلاح تنافسي للاستحواذ على ولاء الزبون.

الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: المنهج المعتمد في الدراسة

ثانياً: مجالات الدراسة

1-المجال المكاني

2-المجال الزماني

3-المجال البشري

ثالثاً: مجتمع البحث والعينة

رابع : أدوات جمع البيانات

الخلاصة

تمهيد:

بعد المدخل العام للدراسة الذي تطرقنا إليه في الفصل الأول، سنتطرق في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة عن طريق توضيح أساليب المعالجة من خلال توضيح المنهج المعتمد في الدراسة، وكذا المجال المكاني، الزماني والبشري ثم مجتمع وعينة الدراسة، واختير الأدوات المستخدمة في جمع البيانات.

أولاً: المنهج المعتمد في الدراسة

يقودنا اختلاف المواضيع إلى اختلاف المناهج التي تستعمل في تحقيق أهداف الدراسة. والمنهج حسب "عمار بوحوش" هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة.¹ ولذلك أردنا التوفيق بين طبيعة موضوع الدراسة والمنهج المختار. فكان اختيارنا لمنهج البحث الميداني. والذي جاء حسب المؤلف "موريس أنجرس" أن في العلوم الانسانية توجد ثلاث مناهج نموذجية. المنهج التجريبي، والمنهج التاريخي، والمنهج البحث الميداني. ومنهج البحث الميداني حسب "موريس" « طريقة تناول موضوع بحث بإتباع اجراءات تقصي مطبقة على مجتمع بحث.² ويتم اللجوء إليه عادة لدراسة ظواهر موجودة فالوقت الراهن. ويطبق غالباً على مجموعات كبيرة من السكان. ويسمح لنا بدراسة طرق العمل والتفكير والاحساس لدى هذه المجموعات. ويندرج ضمن هذا المنهج منهجين رئيسيين المنهج الكمي والمنهج الكيفي.

لقد تم توظيفنا لهذا المنهج من خلال التعرف على العلاقة التفاعلية بين مؤسسة موبيليس والموارد البشرية، وكذا لقياس مستوى رضاهم بالخدمات المقدمة وكذلك مستوى ولائهم للمؤسسة وأسباب تميزها على منافسيها، وذلك من خلال أداة جمع البيانات الأساسية المتمثلة في الاستمارة

ثانياً : مجالات الدراسة

1-المجال المكاني: يقصد به المكان الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية اي هو المجتمع الكلي المستهدف الذي سيتم أخذ عينة الدراسة منه، فمجال الدراسة الميداني هو مؤسسة موبيليس لولاية ورقلة، ويمكننا تعريف مؤسسة موبيليس على أنها فرع من مجمع اتصالات الجزائر وأول متعامل للهاتف النقال بالجزائر، وتتكون من مديرية وفرعين.

¹مناهج البحث العلمي أسس وأساليب، مكتبة المنار، الأردن 1989 عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات ،

²موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر:بوزيد صحراوي وآخرون. دار القصة للنشر، الجزائر 2004ص102

2- المجال الزمني : أجريت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2022/2021 و يقصد بالمجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة بمختلف مراحلها وقد انطلقت الدراسة في مرحلتها الأولى من يوم تما الموافقة على موضوع الدراسة من خلال جمع المعطيات الأولية المعتمدة على الملاحظة والاطلاع على المراجع بما سمح بتكوين فكرة عامة حول الموضوع قادت لصياغة الاشكالية وكذلك في المرحلة الثانية تم التطرق الى الجانب الميداني للدراسة من خلال تصميم استبيان وملئه من عمليات التعديل والتصحيح ليوزع على افراد العينة وبعدها يتم الدخول في مرحلة تفريغ البيانات والقيام بالعمليات الاحصائية والتي تمت من 15 ماي 2022 والتحليل والتفسير وصولا الى نتائج نهائية والتي تمت إلى 02 جوان 2022 .

3-المجال البشري : يتمثل المجال البشري في زبائن مؤسسة موبيليس .ونظرا لكون حجم هذا المجتمع المستهدف تم اعتماد اسلوب المعاينة واخذ جزء منه ليكون المجتمع سهل المنال الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية.

ثالثا: عينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في زبائن وكالة موبيليس بمدينة ورقلة، ونظرا لكون زبائن الوكالة التجارية أفراد ومؤسسات، فإن هذه الدراسة قد اقتصرت على الزبائن من الأفراد فقط، وتم توزيع استبيان صمم لأغراض هذه الدراسة على عينة من زبائن وكالة موبيليس، وهذا نظرا لعدم ضبط حجم مجتمع الدراسة ولقيود التكلفة والوقت، وبلغ حجم العينة 100 زبون، وقد تم استخدام العينة القصدية غير احتمالية، أي أن توزيع الاستبيان لم يتم بطريقة عشوائية احتمالية.

وتم الاعتماد على طريقة توزيع الاستمارة بالمقابلة، حيث توجهنا إلى الوكالة التجارية محل دراسة حالة لمقابلة الزبائن، ارتأينا استخدام هذه الطريقة للتعرف فيما إذا كان الزبون قادر على تقييم الأداء المورد البشري

مؤسسة موبيليس وحرصا منا على عدم استبعاد إي من الاستثمارات الموزعة، بمعنى أن الاستثمارة المسترجعة، تكون مكتملة الإجابة، كذلك مساعدة المبحوث في الإجابة على مختلف محاور الاستبيان إن تطلب الأمر ذلك.

رابعاً: أداة جمع البيانات

1-الملاحظة:

تعد الملاحظة أداة من أدوات جمع المعطيات والمعلومات، حيث تسمح بالحصول على الكثير من البيانات، وهي توجيه الحواس للمشاهدة والمراقبة لسلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل ذلك السلوك وخصائصه، ويمكن تعريف الملاحظة: أنها طريقة مهمة من طرق تجميع البيانات، يستخدمها الباحث للوصول الى المعلومات المطلوبة والمتعلقة بموضوع الدراسة.¹ ويعرفها KAPLAN أنها تهدف الى التصنيف الكمي للمضمون، ومنه الاهتمام بالتقنية، ذلك في ضوء نظام للفئات صمم ليعطي بيانات مناسبة لفروض محددة خاصة بهذا المضمون.²

2-استمارة استبيان

قمنا بتطوير استبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، فقد تم تقييم جودة الخدمات التي تقدمها وكالة موبيليس إطلاقاً من مقياس أستخدم في دراسات سابقة، استهدفت تقييم الخدمات المصرفية والبريدية والمكتبية، وهو مقياس تم تصميمه ليتلاءم وتعددية أبعاد الأداء، كما أن عبارات الاستبيان تم صياغتها وفقاً لنموذج الأداء الفعلي للخدمة، لا يتطلب وقت طويل للإجابة على عباراته، كما أنه سهل القياس والتحليل.

أما تصميم الاستبيان فقد تكون من ثلاثة محاور بالإضافة إلى صفحة التقديم،

احتوى المحور الأول من الاستبيان على معلومات متعلقة بالخصائص الشخصية لعينة الدراسة من الجنس،

السن، المستوى التعليمي وضم 3 أسئلة

أما المحور الثاني من الاستبيان فيقوم على تحديد إدراك أفراد عينة الدراسة لمستوى الأداء الفعلي للخدمة

المقدمة، المتمثلة في حسن التعامل، الاستقبال الجيد، توفير المعلومات، الابتسامة وضم 5 أسئلة

أما المحور الثالث فقد تعلق بمؤشرات الدور الذي يلعب التزام المورد البشري في مؤسسة موبيليس

بالقرارات والمواعيد في ولاء الزبون وقد ضم 5 أسئلة

¹ أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت: وكالة المطبوعات، 1991، ص 129

² نعيمة احمد راشدي، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، مفهومه، أسسه، واستخداماته، القاهرة دار الفكر العربي، 1987، ص 21

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة و التي تعتبر من اهم خطوات البحث العلمي انطلاقا من تحديد المجال المكاني، الزماني و البشري و المنهج المعتمد حيث اعتمدنا في دراستنا على منهج البحث الميداني الذي يساعدنا في التعرف على العلاقة بين أداء المورد البشري وولاء الزبون للمؤسسة حيث تم تحديد مجتمع البحث عن طريق العينة القصدية كما تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية للدراسة إضافةً إلى الملاحظة كتقنيات لجمع البيانات

الفصل الثالث : عرض وتحليل البيانات

تمهيد

أولاً : عرض وتحليل البيانات الشخصية للعينة

ثانياً : عرض وتحليل فرضيات الدراسة

1- عرض وتحليل الفرضية الأولى

2- عرض وتحليل الفرضية الثانية

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

1. مناقشة وتفسير النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى

2. مناقشة وتفسير النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية

رابعاً: النتائج العامة

تمهيد :

خلال هذا الفصل سنحاول عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة على ضوء فرضياتها معتمدين على عرض البيانات في جداول بسيطة تتضمن تكرارات ونسب مئوية كل جدول يتضمن إجابات لمؤشرات كل محور من محاور الدراسة التي تجيب عن التساؤل الرئيسي.

أولاً : عرض وتحليل البيانات الشخصية للعينة

الجدول رقم (1): يتعلق بجنس المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
70%	70	ذكر
30%	30	أنثى
100%	100	المجموع

تبين لنا المعطيات الواردة في الجدول رقم (01) المتعلق بجنس المبحوثين، أن نسبة 70% من مجتمع

الدراسة تمثله فئة الذكور، مقارنة بنسبة 30% تمثلها فئة الإناث.

الجدول رقم (2): يتعلق بسن المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	السن
50%	50	أقل من 30
30%	30	من 30 الى 40
20%	20	أكبر من 40
100%	100	المجموع

يتبين من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم (02) المتعلقة بسن المبحوثين، نلاحظ أن الفئة العمرية

(أقل من 30 سنة) احتلت المرتبة الأولى بنسبة 50% وثانياً الفئة العمرية (30-40) بنسبة 31%، تليها

الفئة العمرية (أكثر من 40 سنة) التي احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 20%. مما يعني أن معظم الفئات التي تتعامل

مع موظفي مؤسسة موبيليس فئة شبابية تتمتع بطاقات كبيرة فضلاً عن قدراتهم العالية في التواصل .

الجدول رقم (3): يتعلق بالمستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
2%	2	الابتدائي
10%	10	المتوسط
30%	30	الثانوي
58%	58	الجامعي
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (03) الخاص بتوزيع العينة - سبب المستوى التعليمي أن الفئة الجامعية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 58%، مقارنة بفئة ذوي التعليم الثانوي التي احتلت المرتبة الثانية بنسبة 30%، تليها فئة المتوسط بنسبة 10%، تليها فئة التعليم الابتدائي بنسبة 2%. هذا يدل على ارتفاع المستوى التعليمي لعينة الدراسة مما يجعلهم مؤهلين للإجابة على أسئلة الاستبيان المتعلقة بالعلاقة التوافقية بين المورد البشري للمؤسسة والزبون .

ثانياً: عرض وتحليل فرضيات الدراسة

1- عرض وتحليل الفرضية الأولى : العلاقات التفاعلية الاتصالية (حسن التعامل - الابتسامه - الاستقبال

الجيد - توفر المعلومات) للمورد البشري بمؤسسة موبيليس ومدى انعكاسها على بناء وتعزيز ولاء الزبون للمؤسسة.

الجدول رقم 04: يتعلق بالاهتمام الشخصي بالزبون من قبل موظفي المؤسسة

النسبة	التكرارات	الاهتمام الشخصي بالزبون من قبل موظفي المؤسسة
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	مجموع

من خلال البيانات المبينة في الجدول رقم (04) المتعلقة بالاهتمام الشخصي بالزبون من قبل موظفي

المؤسسة، نجد أن أفراد العينة الذين أجابوا بـ (نعم) قدرت بـ 90%، مقارنة بأفراد العينة الذين أجابوا بـ (لا) حيث قدرت بـ 10% .

الجدول رقم 05 : يتعلق بتميز موظفي مؤسسة موبيليس بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام

النسبة	التكرارات	بتميز موظفي مؤسسة موبيليس بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام	
10%	10		نعم
18%	18	الموظف يتقبل انتقادات الزبائن فيما يخص أسلوب تعاملهم بكل صدر رحب	لا
20%	20	الموظف يشعر الزبون بأنه شريك هو المؤسسة.	
52%	52	يلبي الموظف كل متطلبات الزبون دون تردد.	
100%	100	مجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (05) المتعلق بتميز موظفي مؤسسة موبيليس بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام، أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ (لا) حيث قدرت النسبة بـ 90%، مقارنة بنسبة ضئيلة أجابت بـ (نعم) وقد قدرت بـ 10%، فقد تباينت إجابة المبحوثين الذين أجابوا بـ لا أن موظفي المؤسسة لا يميزون بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام لأنهم يلبون كل متصلبات الزبائن دون تردد حيث قدرت اجاباتهم بـ 52%، بينما إجابة نسبة 20% أن الموظف يشعر الزبون بأنه شريك ومالك بالمؤسسة، لتوجب نسبة 18% أنهم لا يشعرون بهذا التمييز لأن موظفي المؤسسة يتقبلون انتقادات الزبائن فيما يخص أسلوب تعاملهم بكل صدر رحب

الجدول رقم 06: يتعلق بتقديم الخدمة نصائح وارشادات بخصوص اشتراك الزبون

النسبة	التكرارات	تقديم الخدمة نصائح وارشادات بخصوص اشتراك الزبون	
80%	80	عن طريق الرسائل النصية (SMS)	نعم
15%	15	عن طريق موقع الكتروني	
5%	5	عن طريق الإعلان الملصق بالمؤسسة	
0%	0		لا
100%	100	مجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (06) المتعلق بتقديم الخدمة نصائح وارشادات بخصوص اشتراك الزبون، نجد أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ (نعم) حيث قدرت النسبة بـ 100%. فقد تباينت اجاباتهم بين نسبة 80% اجابوا ان الارشادات تكون عن طريق وسائل التواصل الالكتروني، مقابل 15% اجابوا ان الارشادات تكون عن طريق موقع الكتروني خاص بالمؤسسة، لتحتمل نسبة 5% من إجابات المبحوثين المرتبة الأخير بان تقديم النصائح والارشادات يكون عن طريق الإعلان الملصق بالمؤسسة

الجدول رقم 07: يتعلق بالصعوبات التي تواجه الزبون اثناء التعامل مع الموظف

النسبة	التكرارات	الصعوبات التي تواجه الزبون اثناء التعامل مع الموظف	
1%	1	طلب نسخة طبق الأصل من الهوية	نعم
4%	4	نقص الاعوان في بعض الأحيان عندما يكون لديها عرض جديد	
95%	95		لا
100%	100	مجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (07) المتعلق بالصعوبات التي تواجه الزبون اثناء التعامل مع الموظف، نجد أن أغلب الباحثين أجابوا بـ (لا) حيث قدرت النسبة بـ 95%، مقارنة بنسبة ضئيلة أجابت بـ (نعم) وقد قدرت بـ 5% وقد ارجعوا الصعوبات التي تواجههم في التعامل مع موظفي المؤسسة الي نقص الاعوان في بعض الأحيان عندما يكون لديعا عرض جديد .

الجدول رقم 08: يتعلق بالمعاملة الجيدة من قبل الموظف مع الزبون

النسبة	التكرارات	المعاملة الجيدة من قبل الموظف مع الزبون
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	مجموع

من خلال البيانات المبينة في الجدول رقم (08) المتعلقة بالمعاملة الجيدة من قبل الموظف مع الزبون، نجد أن أفراد العينة الذين أجابوا بـ (نعم) قدرت بـ 90%، مقارنة بأفراد العينة الذين أجابوا بـ (لا) حيث قدرت بـ 10% .

وهذا ما يعني ان هناك تفاعل إيجابي بين الموظف والزبون.

2- عرض وتحليل الفرضية الثانية: الدور الذي يلعب التزام المورد البشري في مؤسسة موبيليس بالقرارات والمواعيد في ولاء الزبون

الجدول رقم 09: يتعلق بإخبار الزبون بكل جديد حول خدمات المؤسسة

النسبة	التكرارات	اخبار الزبون بكل جديد حول خدمات المؤسسة
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	مجموع

من خلال البيانات المبينة في الجدول رقم (09) المتعلقة بإخبار الزبون بكل جديد حول خدمات المؤسسة، نجد أن أفراد العينة الذين أجابوا بـ (نعم) قدرت بـ 90%، مقارنة بأفراد العينة الذين أجابوا بـ (لا) حيث قدرت بـ 10%

الجدول رقم 10: يتعلق باحترام المؤسسة لأوقات العمل والخدمات

النسبة	التكرارات	احترام المؤسسة لأوقات العمل والخدمات
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	مجموع

من خلال البيانات المبينة في الجدول رقم (10) المتعلقة باحترام المؤسسة لأوقات العمل والخدمات، نجد أن أفراد العينة الذين أجابوا بـ (نعم) قدرت بـ 90%، مقارنة بأفراد العينة الذين أجابوا بـ (لا) حيث قدرت بـ 10%.

الجدول رقم 11: يتعلق بثقة الزبون في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة

النسبة	التكرارات	ثقة الزبون في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة	
80%	80	المؤسسة تحافظ على خصوصية الزبائن	نعم
15%	15	المؤسسة تتمتع بصمعة جيدة	
5%	5	تعاملك على أنك شريك في المؤسسة	
0%	0		لا
100%	100	مجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (11) المتعلق بثقة الزبون في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة، أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ (نعم) حيث قدرت النسبة بـ 100%. وقد كانت ثقتهم مبنية على ان المؤسسة تحافظ على خصوصية الزبائن حيث قدرت نسبتهم بـ 80%، كما جابة نسبة 15% ان ثقتهم مستمدة من الصمعة الجيدة للمؤسسة ، في حين إجابة نسبة 5% ان هذه الثقة مستمد من طريقة تعامل موظفي المؤسسة مع الزبون والتي تشعره بانه مالك في المؤسسة .

الجدول رقم 12: يتعلق برضا الزبون عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة

النسبة	التكرارات	براضا الزبون عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة	
80%	80	تلي طلبات الزبائن في الوقت المحدد.	نعم
15%	15	لأنها تقدم أفضل العروض للزبائن	
5%	5	تعلم الزبائن بكل جديد حول خدمات المؤسسة	
0%	0		لا
100%	100	مجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (12) المتعلق برضا الزبون عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة، نجد أن أغلب الباحثين أجابوا بـ (نعم) حيث قدرت النسبة بـ 100%. وقد تباينت اجاباتهم حول الرضا عن الخدمات التي تقدمه المؤسسة بن تلبية طلبات الزبائن في الوقت المحدد بنسبة 80 % مقارنة بنسبة 15 % اجابت بأنها تقدم الأفضل ، لتوجيه نسبة 5 % انها تعلم الزبون بكل جديد حول خدماتها .

الجدول رقم 13: يتعلق بتفكير الزبون في تغيير المؤسسة

النسبة	التكرارات	بتفكير الزبون في تغيير المؤسسة	
0%	0		نعم
28%	28	تشعر بالرضا التام عن موظفي وخدمات المؤسسة	
30%	30	تشعر بالفخر لأنك من زبائن المؤسسة	
52%	52	تشعر بالثقة والمصداقية معهم	
100%	100	مجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (13) المتعلق بتفكير الزبون في تغيير المؤسسة، نجد أن أغلب الباحثين أجابوا

بـ (لا) حيث قدرت النسبة بـ 100%.

لقد تباينت إجابات الباحثين حول فكرة تغيير المؤسسة بانهم لا يفكرون في تغيير المؤسسة حيث إجابة نسبة

52% انهم يشعرون بالثقة والمصداقية في تعاملهم معهم ،ل توجيه نسبة 30% انهم يشعرون بالفخر لانهم زبائن

في مؤسسة موبيليس ، لتوجيه نسبة 28 % انهم يشعرون بالرضا التام عن موظفي المؤسسة .

ثالثا: تفسير ومناقشة نتائج فرضيات الدراسة:

1- تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

يتضح من خلال تحليل نتائج الفرضية الأولى ان افراد العينة يدركون لأهمية العلاقات التفاعلية الاتصالية (حسن التعامل - الابتسامه - الاستقبال الجيد - توفر المعلومات) للمورد البشري بمؤسسة موبيليس ومدى انعكاسها على بناء وتعزيز ولائهم للمؤسسة

حيث بينت النتائج ان غالبية افراد العينة اقروا بحسن المعاملة والاستقبال الجيد وعدم التمييز بين زبائن المؤسسة و اخبارهم بكل خدمات جديدة من قبل المؤسسة الامر الذي ينعكس على ولائهم للمؤسسة

2-تفسير ومناقشة الفرضية الثانية :

يتضح من خلال تحليل نتائج الفرضية الثانية ان افراد العينة يدركون أهمية وجود الثقة بين المورد البشري والزبون والتي تمثل اسبقية ضرورية للتعاون بين الموظف والزبون وتقود لبناء علاقات تفاعلية بينهم تهتم بالأساس بتفاعل قيم الموظف مع قيم الزبون مما ينعكس على ولاء الزبون للمؤسسة

كما بينت نتائج الفرضية أيضا ان المؤسسة تهتم بالعلاقة الاتصالية بين الموظف والزبون من حيث اخباره بكل ما هو جديد من عروضها حتى يمكنها تقديم خدمة متميزة تنعكس على ولاء الزبون وعدم تفكيره في تغيير المؤسسة .

بينت نتائج الفرضية أيضا ان اغلب افراد العينة يشعرون بالرضا وهذا ما يدل على ان موظفي المؤسسة لديهم وعي بأهمية إرضاء الزبون الامر الذي يشجعه على ولائه للمؤسسة ويبعث البهجة والسرور في نفس الزبون.

رابعاً: النتائج العامة للدراسة

تمكنت الدراسة من الوصول الي جملة من النتائج العامة نوجزها في مايلي

- 1- أهمية الثقة والعلاقة التفاعلية بين المورد البشري للمؤسسة والزبون يسهم في ولاء الزبون للمؤسسة.
- 2- تطابق قيم المورد البشري مع قيم الزبون من شأنه ان يسهم في ولائه للمؤسسة.
- 3- أهمية الاتصال والتواصل المستمر بين المورد البشري للمؤسسة والزبون من شأنه ان يسهم في شعور الزبون بأهميته بالنسبة للمؤسسة ومن ثم عدم تفكيره في تغييرها.
- 4- أهمية وجود الرضا وهيئة الجو المناسب للزبون يسهم في تحقيق ولاء الزبون للمؤسسة
- 5- عدم التمييز بين الزبائن فيما يخص الخدمات المقدمة من شأنه ان ينعكس على ولاء الزبون للمؤسسة .

الخاتمة

خاتمة:

يعتبر الزبون بالنسبة للمؤسسة مركز اهتمام نظرا للدور الرئيسي الذي يلعبه في ظل التحولات المختلفة الذي يشهدها عالم الأعمال اليوم من منافسة شديدة للغاية، وهذا ما أجبر العديد من المؤسسات بتطبيق تقنيات من أجل بناء علاقات طيبة مع زبائنهم لأطول فترة ممكنة وكذا محاولة الحفاظ عليهم والتعرف على مختلف حاجاتهم و رغباتهم، هذا من أجل خلق القيمة لديهم وكذا تحقيق رضاهم بخطوات ثابتة لبناء الثقة وتحقيق الإلتزام معهم وبالتالي الوصول إلى ما يسمى بالولاء، وهذا ما يضمن لها تحقيق أهدافها المسطرة و أرباحها كل هاته الأمور تحسن من صورة المؤسسة إزاء زبائنهم وتفعيل علاقاتها معهم لجودة الخدمة المقدمة باعتبارها وسيلة فعالة تسهل عملية التواصل والاتصال بالزبائن، مما يجعلها مستقبلا تمتلك قاعدة من الزبائن الأوفياء الذين تربطهم علاقة متميزة مع المؤسسة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

- 1- إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972.
- 2- إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999.
- 3- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت: وكالة المطبوعات، 1991.
- 4- أعياد عبد الرضا ال عبدال، دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاقه المستقبلية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية (أبن رشد)، جامعة بغداد، 2006.
- 5- خالد حسن أحمد، الموارد البشرية في دائرة الاحتراف، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2009.
- 6- دور أداء المورد البشري في كسب ولاء الزبون واستدامة تطور المنظمة، الباحثة تواتي ريم، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2016/2017.
- 7- راوية حسين، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للنشر، جامعة الإسكندرية، مصر، 2009.
- 8- صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده)، مطبعة دار الحكمة، جامعة بغداد، 1990.
- 9- طاهر محمود الكلالدة، استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، عالم الثقافة، عمان، 2010.
- 10- مجيد حميد شهاب البدري، الدور الإقليمي لتركيا في ترتيبات الأمنية الجديدة وأثرها في الأمن القومي العربي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة بغداد، 1997.
- 11- محمد خير موسى، إعادة إنتاج مفهوم "الولاء والبراء".
- 12- محمد سعيد أنور أبو سلطان، السلوك التنظيمي الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 13- محمود المسعودي، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
- 14- مناهج البحث العلمي أسس وأساليب، مكتبة المنار، الأردن 1989 عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات.
- 15- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر 2004.
- 16- نادرة أبو شيخة، إدارة الموارد البشرية، دار الصنعاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2000.
- 17- نعيمة احمد راشدي، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، واستخداماته، القاهرة دار الفكر العربي، 1987.
- 18- هاني الياس خضر الحديثي، العراق ومحيطه العربي (دور العراق كموازن إقليمي)، مجلة دراسات إستراتيجية، مركز الدراسات الدولية، جامعة بغداد، العدد (6)، 1999.

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



استبيان

أخي الكريم، أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار إعداد مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، الطور الأول في ميدان: العلوم

الاجتماعية شعبة علم الاجتماع والأنثروبولوجيا تخصص علم الاجتماع تنظيم وعمل بعنوان:

" دور أداء المورد البشري في ولاء الزبون "

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التعاون معنا بغرض إفادتنا في جمع البيانات ذات الصلة

ببحثنا. فالرجاء التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

علما بأن إجاباتكم سوف تحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم وثقتكم.

المحور الأول: البيانات الشخصية للعينة

1-السن :

2-الجنس : ذكر انثى

3-المستوى التعليمي : ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الثاني: العلاقات التفاعلية الاتصالية (حسن التعامل - الابتسامه - الاستقبال الجيد -توفر المعلومات)

للمورد البشري بمؤسسة موبيليس ومدى انعكاسها على بناء وتعزيز ولاء الزبون للمؤسسة

4-هل تشعر باهتمام شخصي من قبل موظفي مؤسسة موبيليس الذي يقدم لك الخدمة؟ نعم لا

5-هل يميز موظفي مؤسسة موبيليس بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام؟ نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ (لا)، هل لأن:

-الموظف يتقبل انتقادات الزبائن فيما يخص أسلوب عمله بكل صدر رحب

-الموظف يشعر الزبون بأنه شريك هو مالك المؤسسة

-يلبي الموظف كل متطلبات الزبون دون تردد

6-هل يقدم لكم الموظف المسؤول عن تقديم الخدمة نصائح وارشادات بخصوص اشتراككم؟ نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ (نعم)، هل تكون عن طريق

- وسائل التواصل الالكتروني (ميساج)

- عن طريق موقع الكتروني

- عن طريق الإعلان الملصق بالمؤسسة

7-هل تواجهك صعوبات اثناء التعامل مع موظفي المؤسسة؟ نعم لا

- حالة الإجابة ب نعم فيما تتمثل هذه الصعوبات

8- هل الموظف مقدم الخدمات في مؤسسة موبيليس يتعامل معكم بطريقة جيدة؟ نعم لا

المحور الثالث : الدور الذي يلعب التزام المورد البشري في مؤسسة موبيليس بالقرارات والمواعيد في ولاء الزبون

9- هل تقوم مؤسسة موبيليس بالاتصال بك بين الحين والآخر لإخبارك بجديدها في تقديم الخدمات؟

نعم لا

10- هل تقدم لكم المؤسسة الخدمات في الأوقات التي تعدكم فيها؟ نعم لا

11- هل لديك ثقة في الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس؟ نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ (نعم)، هل لأن:

- المؤسسة تحافظ على خصوصية الزبائن

- المؤسسة يتمتع بصمعة جيدة

- تعاملك على أنك مالك في المؤسسة

12- هل انت راضي عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة؟ نعم لا

اذا كانت الإجابة بـ (نعم)، هل لأنها:

- تلبية طلبات الزبائن في الوقت المحدد

- لأنها تقدم أفضل العروض للزبائن

- تعلم الزبائن بكل جديد حول خدمات المؤسسة

13- هل تفكر في تغيير المؤسسة؟ نعم لا

في حالة الإجابة بـ (لا)، هل لأنك:

- تشعر بالرضى التام عن موظفي وخدمات المؤسسة

- تشعر بالفخر انك من زبائن المؤسسة

- تشعر بالثقة والمصداقية معهم

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الموسومة بعنوان "دور أداء المورد البشري في ولاء الزبون" إلى التعرف على دور أداء المورد البشري في ولاء الزبون بمؤسسة موبيليس بورقلة، التي أجريت خلال الموسم الدراسي 2022/2021، على مجتمع بحث متكون من 100 موظف، قد تم الاعتماد على منهج البحث الميداني لتماشيه وطبيعة الموضوع، كما اعتمدنا على عينة قصدية، أما أداة جمع البيانات فقد تمثلت في الملاحظة والاستمارة كأداة أساسية .

ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- أهمية الثقة والعلاقة التفاعلية بين المورد البشري للمؤسسة والزبون يساهم في ولاء الزبون للمؤسسة.
- 2- تطابق قيم المورد البشري مع قيم الزبون من شأنه ان يساهم في ولاءه للمؤسسة.
- 3- أهمية الاتصال والتواصل المستمر بين المورد البشري للمؤسسة والزبون من شأنه ان يساهم في شعور الزبون بأهميته بالنسبة للمؤسسة ومن ثم عدم تفكيره في تغييرها.
- 4- أهمية وجود الرضا وهئية الجو المناسب للزبون يساهم في تحقيق ولاء الزبون للمؤسسة
- 5- عدم التمييز بين الزبائن فيما يخص الخدمات المقدمة من شأنه ان ينعكس على ولاء الزبون للمؤسسة.

Abstract:

This study, entitled "The Role of Human Resource Performance in Customer Loyalty", aimed to identify the role of human resource performance in customer loyalty at Mobilis Ouargla Foundation, which was conducted during the 2021/2022 school season, on a research community consisting of 100 employees. The field research is consistent with the nature of the subject, as we relied on an intentional sample, and the data collection tool was the observation and the form as a basic tool.

1- The importance of trust and the interactive relationship between the human resource of the institution and the customer contributes to the customer's loyalty to the institution.

2- Matching the values of the human resource with the values of the customer that would contribute to his loyalty to the institution.

3- The importance of continuous communication and communication between the human resource of the institution and the customer that would contribute to the customer's feeling of his importance to the institution and thus not thinking about changing it.

4- The importance of having satisfaction and creating the right atmosphere for the customer contributes to achieving customer loyalty to the institution

5 - Non-discrimination between customers with regard to the services provided, which would reflect on the customer's loyalty to the institution.