جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

بعنوان

دور مهارات الإتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن

" دراسة ميدانية بوكالة الإتصالات الجزائر بمدينة تقرت "

إعداد الطلبة:

- بوهريرة المعتز بالله
- معبدي بشير

نوقشت بتاريخ .29-05-2024 علنا أمام اللجنة المكونة من :

الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
أ.غوثي زياني	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-	رئيسا
د. عبد القادر بودربالة	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-	مشرفا
د.صانع رابح	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-	مناقشا

السنة الجامعية: 2023-2024

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

بعنوان

دور مهارات الإتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن
" دراسة ميدانية بوكالة الإتصالات الجزائر بمدينة تقرت "

إعداد الطلبة:

- بوهريرة المعتزبالله
- معبدي بشير

نوقشت بتاريخ .29-05-2024 علنا أمام اللجنة المكونة من :

الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
أ.غوثي زياني	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-	رئيسا
د. عبد القادربودربالة	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-	مشرفا
د.صانع رابح	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-	مناقشا

:

السنة الجامعية: 2023-2024

الإهداء

إلى سيدة حياتي و رفيقة دربي وداعمتي في دنيا بحلوها ومرها ومساندتي ومن أخرجتني إلى هذه الدنيا أمي الغالية

إلى من كد وتعب وشقا ليلا نهارا ليوصلني إلى ما وصلت إليه أبي

إلى من تسابقنا في الحياة معهم في ظل سقف ومنزل واحد إخوتي

إلى من تشارك معنا مراحل الحياة وكانوا رفقة جيدة أصدقائي

إلى من رافقني في هذا العام وساندني بانجاز هذا العمل زميلي وصديقي

معبدي بشير

إلى صاحب لمسات العلمية الذي رافقنا في هذا العمل أستاذي المشرف عبد القادر بودربالة

بوهريرة المعتز بالله

إلى الأهل الذين ساندونا ووقفوا إلى جانبنا

إلى الإخوة والأخوات الذين رافقونا في حلو الحياة ومرها

إلى الأصدقاء ورفقاء الدرب

إلى الأستاذ المشرف بودربالة عبد القادر الذي لم يبخل علينا بنصائحه

إلى كل الأستاذة المسؤولين عن تكويننا كل باسمه

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

معبدي بشير

شكر وعرفان

نشكر الله عز وجل الذي أعطانا قوة صبر وتحمل لإنهاء

هذا العمل

كما نشكر الأهل والاخوة على وقوفهم معنا ودعواتهم لنا

بإستمرار بنجاح

كما نشكر الأستاذ المشرف عبد القادر بودربالة الذي لم يبخل علنا

بنصائحه

وارشاداته ونشكر أستاذتنا الذين لم يبخلوا علينا

بالنصح والإرشاد وعلى مرافقتهم لنا حتى وضع اللمسات

الأخيرة لهذا العمل .

كما لا نفوت الفرصة لشكر الأصدقاء والزملاء على مساندتهم لنا

ونشكر أساتذتنا الكرام وعلى تكوينهم لنا

والى كل زملاء دفعتنا دفعة 2023-2024

بوهريرة المعتز بالله

معيدي بشير

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	
كلمة شكروعرفان	
فهرس المحتويات	III-IV
فهرس الجداول	V
فهرس الأشكال	VI
فهرس الملاحق	VII
ملخص بالعربية وبالفرنسية	VIII
مقدمة	أ
الفصل الأول الايطار المنهجي للدراسة	
➢ تمهيد الفصل	12
➢ الإشكالية	14-13
➢ التساؤلات والفرضيات	15-14
➢ أسباب الدراسة	15
➢ أهداف الدراسة	16-15
➢ جدوى الدراسة	16
➢ صعوبات الدراسة	17-16
➢ مصطلحات ومفاهيم الدراسة	20-17
➢ منهج الدراسة	21-20
➢ مجتمع الدراسة والعينة	22-21
➢ مجالات الدراسة	22
➢ أدوات الدراسة	24-22
➢ مقاربة الدراسة	25-24
➢ دراسات السابقة	29-25
➢ مرحلة الصدق وثبات التحليل	30-29
خلاصة الفصل	III
الفصل الثاني : الإطار التطبيقي	
➢ تمهيد الفصل	33
بطاقة الفنية عن وكالة الاتصالات الجز ائرية بتقرت	35-33

الأساليب الإحصائية	35
➢ عرض النتائج وتحليلها	53-36
➢ تحليل النتائج على ضوء التساؤلات واختبار صحة الفرضيات	57-53
➢ خلاصة الفصل	58
➢ الخاتمة	60
➢ قائمة المراجع	64-62
➢ قائمة الملاحق	71-66

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
.1	جدول الأساتذة المحكمين	30
.2	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	36
.3	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	37
.4	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	37
.5	توزيع أفراد العينة حسب الصفة الوظيفية	38
.6	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الإجتماعية	39
.7	عروض المقدمة لخدمة الخط الثابت من ناحية خط الانترنت أو الاتصالات	40
.8	العروض التي تتر افق مع المناسبات الدينية والوطنية في G4	40
.9	الخدمات والعروض التي تعلن عليها اتصالات الجز ائر من حيثIDoom	41
.10	لخدمة الصيانة التي تقدمها وكالة الاتصالات الجز ائر بتقرت	42
.11	العروض المقدمة من طرف الوكالة أقل جودة مما يروج لها	42
.12	التواصل الشخصي مع الموظفين	43
.13	ا لأسعار التي ادفعها لا تتناسب مع الجودة الخدمات	43
.14	أخطاء وزيادات في الفو اتير	44
.15	سرعة التدفق الانترنت	45
.16	تعامل المبحوثين مع مؤسسة	45
.17	رضا المبحوثين على خدمة زبائن	46
.18	مستوى تقييم المبحوثين لخدمة الزبائن	46
.19	مخاطبة الموظفين للزبائن بلغة مهذبة	47
.20	شرح العاملين لزبائن لخدمات والمنتجات	47
.21	مدى وضوح شرح العمال للزبائن	48
.22	مدى التزم العاملين بتلبية احتياجات الزبون	48
.23	مدى لطف وود العاملين مع الزبون	49
.24	مدى قيام الوكالات بخدمات جيدة	49
.25	شعور المبحوثين بالثقة بتعامل مع وكالات الاتصالات	50
.26	رضا المبحوثين على تعاملهم مع وكالة الإتصلات	50
.27	توصية الزبون بتعامل مع وكالة الاتصالات	51

جدول الأشكال

الرقم	عنوان الأشكال	الصفحة
.1	هيكل التنظيم العملي للوكالة الاتصالات تقرت	34
.2	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	36
.3	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	37
.4	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	37
.5	توزيع أفراد العينة حسب الصفة الوظيفية	38
.6	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الإجتماعية	39
.7	عروض المقدمة لخدمة الخط الثابت من ناحية خط الانترنت أو الاتصالات	40
.8	العروض التي تتر افق مع المناسبات الدينية والوطنية في G4	40
.9	الخدمات والعروض التي تعلن عليها اتصالات الجز ائر من حيثIDoom	41
.10	لخدمة الصيانة التي تقدمها وكالة الاتصالات الجز ائر بتقرت	42
.11	العروض المقدمة من طرف الوكالة أقل جودة مما يروج لها	42
.12	التواصل الشخصي مع الموظفين	43
.13	ا لأسعار التي ادفعها لا تتناسب مع الجودة الخدمات	43
.14	أخطاء وزيادات في الفو اتير	44
.15	سرعة التدفق الانترنت	45
.16	تعامل المبحوثين مع مؤسسة	45
.17	رضا المبحوثين على خدمة زبائن	46
.18	مستوى تقييم المبحوثين لخدمة الزبائن	46
.19	مخاطبة الموظفين للزبائن بلغة مهذبة	47
.20	شرح العاملين لزبائن لخدمات والمنتجات	47
.21	مدى وضوح شرح العمال للزبائن	48
.22	مدى التزم العاملين بتلبية احتياجات الزبون	48
.23	مدى لطف وود العاملين مع الزبون	49
.24	مدى قيام الوكالات بخدمات جيدة	49
.25	شعور المبحوثين بالثقة بتعامل مع وكالات الاتصالات	50
.26	رضا المبحوثين على تعاملهم مع وكالة الإتصلات	50
.27	توصية الزبون بتعامل مع وكالة الاتصالات	51

قائمة اللاحق

الرقم	المحتوى	الصفحة
01	واجهة استمارة الاستبيان	66
02	محتوى الاستمارة الاستبيان	68-67
03	واجهة استمارة المقابلة	69
04	محتوى استمارة المقابلة	71-70

الملخص بالعربية :

- ✓ تهدف دراستنا تحديد مهارات الاتصال الشخصي والإستراتيجيات ورضا الزبون على العمال التي تؤدي إلى تحسين خدمة الزبائن وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- وطرحنا تساؤل يتمخض حول **دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائنِ** ،و اعتمدنا في دراستنا على منهج " الوصفي" معتمدين علي العينة القصدية المتمثلة في تحليل البيانات على أداتي الاستبانة و المقابلة من أجل معرفة كل ما يحيط بموضوعنا.

وتوصلنا إلى جملة نتائج : تعتبر وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت، من بين الوكالة الفرعية في جنوب الشرقي للجزائر ، التابعة لفرع ورقلة ، تتميز بمهارات الاتصال المباشر كمهارة أساسية ، حيث تركز الوكالة على رضا الزبون كهدف بعيد المدى ، وكسب الزبون كهدف قصير المدى ، فيكون كسب الزبون من خلال العروض والخدمات التي تقدمها الوكالة، بالإضافة إلى مهارات التواصل التي تعد مهارة أساسية

الكلمات المفتاحية : الاتصال الشخصي، الوكالات الاتصالات ، خدمة الزبائن

Summary in English

Our study aims to identify personal communication skills, strategies and customer satisfaction among workers that lead to improving customer service at the Algerian Telecommunications Agency in the city of Touggourt.)

• We raised a question about the role of workers' personal communication skills in improving customer service, and we relied in our study on the "descriptive" approach, relying on the intentional sample represented by analyzing data on the questionnaire and interview tools in order to know everything surrounding our topic. We reached a number of results: The Algerian Communications Agency in the city of Touggourt is considered one of the sub-agencies in south-eastern Algeria, affiliated with the Ouargla branch. It is characterized by direct communication skills as a basic skill, as the agency focuses on customer satisfaction as a long-term goal, and winning the customer as a short-term goal, so winning The customer through the offers and services provided by the agency, in addition to communication skills, which is a basic skill

Keywords: personal communication, communication agencies, customer service

مقدمة

مقدمة

يعتبر الاتصال عملية تواصلية بين أفراد المجتمع ، ويفرق العلماء بين الاتصال والتواصل حسب المبادلة الفردية فالاتصال يكون من طرف واحد في حين يعتبر التواصل تفاعلي بين جميع الأطراف المشاركة ، وللاتصال عدة أشكال أكان اتصالا لفظيا أو اتصالا مكتوب ،فتمثل الاتصال اللفظي بالتواصل الشفهي أي الكلام في حين التواصل المكتوب وتمثل في الكتابة ، فسابقا كان التواصل يعتمد على لغة الإشارات الصماء تعتمد على الإشارات دخان النار والدق على الطبول الترميز بألوان الأقمشة ، إلى غاية اكتشاف الكتابة لدى المصريين في 3500 ق.م، حيث ابتكرت لغات الكلام ليبرز لنا الاتصال اللفظي ، واستطاع القدماء تطوير اللغو الهيروغليفية، لتندرج منها عدة لغات في الإمبراطوريات القديمة الكبرى فنجد المصرية والفارسية ورومانية .

لذا فقد مرت وسائل وبروز الاتصال بعد أشكال ومراحل ليصل لنا بسهولة في الوقت الراهن ، بتعدد وسائله أتمثلت في التقليدية أو الحديثة ، والذي طوره الباحثون على مدار قرون كبيرة ،فقد بات الاتصال هو الجسر الذي يربط بين الأفراد البشرية والخدمات المقدمة، بل وصار يرتبط نجاح أي خدمة من الخدمات يتعلق بنجاح العملية الاتصالية خاصة لدى المؤسسات .

وتعد المؤسسات بشكل عام والتي غايتها وهدفها إرضاء زبائنها من حيث الخدمة الجيدة وذلك عن طريق ابتكار هاته الأخيرة (أي المؤسسات) عدة استراتيجيات، من أجل النجاح المؤسسة والذي يجعل صورة التي تنعكس عن كل مؤسسة بشكل ايجابي أو سلبي.

ويعد الاتصال الشخصي من أكثر الاتصالات اعتمادا في المؤسسات، من حيث تبادل الخدمات وتحقيق متطلبات الزبون ، كما يعتمد الاتصال الشخصي على مهارات عديدة ، كطريقة المحاورة والمهارات الإقناعية ، كما تتطلب خدمة الزبائن مهارات عالية في التواصل وإتقان وسائل الاتصال العصرية ، ومعرفة الملمة بكل ما يجول في باله من استفسارات .

ولعل وكالات الاتصالات هي الأكثر معنية بهذا النوع من التواصل ، حيث توافد إليهم العديد من العملاء بشكل يومي ، ولذا تتمحور دراستنا إلى متغيرين متغير خاص بالاتصال الشخصي، ومتغير خاص بخدمة الزبائن كمتغير تابع في هذه للدراسة ، ومن هنا تبرز لنا عملية البناء الوظيفي في المؤسسة فمن ناحية تعد خدمة الزبائن هي الشق الوظيفي الذي تسعى له المؤسسة ، في حين تكمن عملية البناء في اختيار شكل المناسب لنجاح العملية الاتصالية ، ومن هنا برز لنا احد ابرز الأشكال تتمثل في الاتصال الشخصي.

وعليه تتقسم دراستنا إلى جزئين جزء يتعلق بالإطار المنهجي وجزء يتعلق بالإطار التطبيقي يتمحور الجزء المنهجي بمنهجية المتبعة للدراسة ، انطلاقا من الإشكالية وصولا إلى دراسات السابقة، أما ايطار التطبيقي فينطلق من مناقشة وتحليل نتائج وعرض تحليلها، وصولا إلى الإجابة على تساؤلات ثم خاتمة دراستنا

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد الفصل

سنعرض في هذا الفصل أهم النقاط التي سنقوم بتطرق إليها و المتمثلة الإشكالية مرورا بالأسباب و الأهمية و الأهداف حتى الوصول إلى مصطلحات الدراسة والمفاهيم، ثم المقاربة النظرية وصولا إلى الدراسات السابقة

1. إشكالية الدراسة:

يعد الاتصال من المواضيع الهامة التي شغلت اهتمام العديد من الباحثين في مجالات عديدة نظرا لأهمية البالغة والكبيرة في المؤسسات والمنظمات والوكالات التجارية من إيصال ونقل معلومات وغيرها من الأمور وتسهيل انسيابها بين أطراف العملية الاتصالية ويعتبر اتصال عنصرا ضروريا والركيزة الأساسية والقوية لأي مؤسسة كونه يمثل عملية إدارية والاجتماعية فالاتصال يسمح للعمال والأفراد في المؤسسة معرفة الصورة الحقيقية لسير العمل، ولهذا كان محطة اهتمام المنظمات والمؤسسات على اختلاف أنشطتها نظرا للأدوار التي يقوم بها للسير ونجاح هذه المؤسسات ،فالمؤسسات والمنظمات الناجحة حاليا هي التي أكدت أهمية العنصر البشري ومهاراته التي يتمتع بها هو السبيل الأمثل ومفتاح نجاحها .

تعتبر العملية الاتصالية شيئا مهما في أي تنظيم إداري ،لأن العمل الإداري والعملية الاتصالية عاملان لا ينفصلان وذلك لتحقيق المؤسسات والمنظمات أهدافها ونشاطها أصبح مرهونا بمدى كفاءة اتصالاتها وسرعتها.

فالإدارة في المؤسسات بحاجة إلى تنظيم وتخطيط وتوجيه ورقابة وكل هذه الوظائف لا تتم إلا من خلال الاتصال لذلك يعتبر العصب الرئيسي للعملية الإدارية، فالاتصال الشخصي هو احد أنواع الاتصال الموجودة داخل المؤسسات والإدارات والوكالات التجارية التي تعمل دوما على توفير كل الشروط المشجعة على تحسين الأداء فهو يحتل ما كان بالغة لدى أصحاب الوكالات والمنظمات من خلال تشجيع العمال على التفاعل وتبادل الأفكار.

فالمؤسسات والوكالات التجارية هي هيكل تنظيمي، ينشأ لتحقيق أهداف معينة وتقديم خدمات او منتوجات وفقا لمعايير تنظيمية محددة في عملهم ، وبفضل ظهور وسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة التي عملت على تسهيل حياة الأشخاص والإفراد والتنظيمات بفضل قدرتها العالية على نقل المعلومات والأفكار، إلا أن الاتصال الشخصي يبقى احد أنواع الاتصال المستخدمة في المؤسسات والوكالات التجارية للاتصالات مما يشير إلى عملية نقل وتبادل المعلومات بين القائم بالاتصال وهم العمال والمتلقي وجها لوجه وهم الزبائن بواسطة رموز لفظية أو غير لفظية ودون عوامل أو قنوات وسيطة بغيت التأثير في بعضهم البعض، مما يسمح للتفاهم والوصول إلى نتائج ملموسة، فالعمال مزودون بمختلف الأوامر والقرارات والتوجيهات والإرشادات في تعاملاتهم مع الزبائن ،حيث أن الاهتمام بالزبائن أصبح شيء مهم في الوقت الراهن وهدفا أساسيا تسعى إليه مختلف المؤسسات والوكالات التجارية للاتصالات التي تشهد النجاح والبقاء.

فالاتصال الشخصي بمهاراته التي يتميز بها العمال من استماع وإقناع وبناء علاقات مع الآخرين وتقبل النقد تهدف إلى تحقيق مجموعة من المكاسب للمؤسسة مثل تحقيق الإرباح والاستقرار وضمان سير العمل واستمرارية المؤسسة فالوكالات التجارية للاتصالات من بين المؤسسات التي تحتاج الى زبائنها وجمهورها لكي تحافظ على مكانتها بين المؤسسات المنافسة لأنها تسعى الى الربح ، فخدمة الزبائن وتحسينها يتطلب

وجود عمال ذو كفاءة عالية ويتمتعون بمهارات الاتصال الشخصي ، وباعتبار الوكالة التجارية للاتصالات بمدينة تقرت مؤسسة خدماتية كغيرها من الوكالات التي عرفت تغير كبير على مستوى الوظيفي باعتمادها على مهارات الاتصال الشخصي في تأدية وظائفها وأدوارها سواء داخلية آو الخارجية لتحافظ على وجودها وجمهورها داخل المجتمع.

وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة للتعرف على دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت وفق التساؤل التالي:

- **ماهو دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن ؟**

وانبثقت من هذه الإشكالية المطروحة مجموعة من **التساؤلات** الفرعية التالية:

- ما هي مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت ؟
- ماهي الأستراتيجيات المستقبلية لتحسين مهارات الاتصال الشخصي للعمال لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت؟
- هل تساهم مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت؟
- ماهي الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت؟
- فيما تمثلت مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت؟
- ماهي أهم العروض والخدمات التي تقدمها وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت؟
- ماهو تقييم الزبائن لوكالة الاتصالات الجزائرية بمدينة تقرت

2. فرضيات الدراسة

تعد الفرضيات من أهم العناصر في البحث العلمي وتساعد الباحث في الوصول الى الحقيقة وهي كالأتي:

❖ الفرضية العامة:

مهارات الاتصال الشخصي للعمال لها دور في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.

❖ **الفرضيات الجزئية:**

- تعدد مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة اتصالات الجزائر مدينة تقرت.
- تعدد الاستراتيجيات المستقبلية لتحسين مهارات اتصال الشخصي للعمال لدى وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- تساهم مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- تعدد الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل دور مهارات اتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- تقدم الوكالة الاتصالات بتقرت عروض متنوعة التي يعتبرها للزبائن جيدة
- أغلب الخدمات المقدمة هي خدمات جيدة من طرف الوكالة.

3. أسباب اختيار الموضوع :

إن هذا الموضوع ليس من باب الصدفة بل كان وراء ذلك عدة مبررات وعوامل جعلتنا نخوض في دراسة، وتنوعت هذه المبررات بين ذاتية ترجع للباحث والموضوعية تتعلق بالبحث ويمكن أن نجعلها في الأسباب التالية:

أ / الأسباب الذاتية:

- ✓ الرغبة في دراسة موضوع خدمة الزبائن.
- ✓ الميل الشخصي للمواضيع المتعلقة بالاتصال عموما والاتصال الشخصي خصوصا.
- ✓ اهتمام الشخصي بدراسة موضوع مهارات الاتصال الشخصي للعمال وخدمة الزبائن.
- ✓ الفضول والتقرب من الوكالات التجارية للاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.

الأسباب الموضوعية:

- ✓ ارتباط الموضوع بمجال تخصصنا الدراسي.
- ✓ الدور الكبير الذي تلعبه مهارات الاتصال الشخصي في تحسين خدمة الزبائن.
- ✓ إسقاط ما تم دراسته في الجانب النظري على أرض الواقع وبالتحديد وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت

4. أهداف الدراسة

ككل دراسة أو بحث هناك الأهداف توضع وتحدد بغية الوصول إليها من خلال تناول هذا الموضوع.

- ✓ تحديد مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال التي تؤدي إلى تحسين خدمة الزبائن وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- ✓ معرفة الأساليب التي يمكن استخدامها لتحسين مهارات الاتصال الشخصي للعمال في وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- ✓ تعرف على مهارات الاتصال الشخصي للعمال التي تساهم في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.
- ✓ معرفة الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة بتقرت

5. <u>أهمية الدراسة</u> :

تمثل هذه الدراسة أهمية كبيرة وذلك لاحتوائها على طرفين نحن بصدد دراستهما وهما مهارات الاتصال الشخصي للعمال وتحسين خدمة الزبائن فخدمة الزبائن من أهم عوامل نجاح المؤسسات والشركات في الوقت الحالي حيث تسعى المؤسسات إلى تقديم خدمة مميزة وملبية لاحتياجات الزبائن وذلك من اجل كسب رضاهم وولائهم ومن أهم عوامل التي تؤثر على جودة خدمة الزبائن هي مهارات الاتصال الشخصي للعمال حيث أن العمال الذين يتمتعون بمهارات الاتصال القوية قادرون على التواصل الفعال مع الزبائن وفهم احتياجاتهم وتقديم خدمة مميزة لهم لذا فأن دراسة دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لها أهمية كبيرة ،وذلك لأنها تساهم في التعرف على مهارات التي يجب ان يمتلكها العمال من أجل تقديم خدمة مميزة كما انها تساهم في تطوير هذه المهارات لدى العمال الحاليين.

6. صعوبات الدراسة:

لا تخلو أي دراسة من الصعوبات وكذلك حالة دراساتنا والتي قابلتها عدة صعوبات نصنفها كالتالي :

أ، **الصعوبات النظرية** : حيث لم نجد المراجع حول الموضوع ، واكتفينا بدراسات السابقة ومقالات أما الكتب فكانت بنسبة قليلة .

ب. **الصعوبات التطبيقية** : وواجهتنا عند تطبيقنا لأداة مقابلة حيث تلفينا جملة من صعوبات نذكرها

- سوء الاستقبال من طرف موظفي الوكالة
- سوء تجاوب نائبة المدير مع أسئلتنا
- عدم وجود قسم خاص بالاتصال والذي كان يعتبر متغيرا مستقلا
- عدم الجواب والتحفظ في بعض الأسئلة

- وعدم تقديم الوثائق لدعم دراستنا بحجة السرية
- ورغم هذه الصعوبات استطعنا تعويضها بالوصول إلى نتائج المرضية .

7. مصطلحات و مفاهيم الدراسة

تلعب مرحلة المصطلحات والمفاهيم دورها ما في تدعيم القوة العلمية إذ أن صيغة المفاهيم في العلم دالة على تقديم المعرفة ولذا نحدد من خلال هذه المفاهيم مصطلحات دراستنا في سياق اللغوي و الاصطلاحي وحتى الإجرائي

1. دور

التعريف اللغوي :جمع أدوار، عاود الشيء إلى ما كان عليه، و هو من الشيء المدار بعضه فوق بعض لآخره وكذلك هو علم الأدوار[1]

و يعرفه معجم الوسيط «دار يدور دوران، طاف حول الشيء، ويقال الفلك مداره، وتعني تواترت الحركة بغير ثبوت والاستقرار[2]

التعريف الاصطلاحي:الدور سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، و للدور معنى إستتيكي وآخر معياري، الأول يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط دور معين بجنس معين، باعتبار أن ذلك أمر بديهي والدور المقابل، و يعتمد تحديد هذا المعنى طبقا لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع[3].

التعريف الإجرائي:من خلال ما سبق من التعريفات وحسب موضوع الدراسة فالدور هو مجموعة من السلوكيات والأنشطة المتوقعة من شخص، الذي يشغل مكانة معينة في المجتمع أو في منظمة ما، أما الدور حسب دراستنا فهو دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن أي مجموعة السلوكيات والأنشطة المتوقعة من العمال.

2. المهارة:

التعريف اللغوي: المهارة في لغة: من(مهر)والماهر الحاذق بكل عمل، والمهارة بالمعنى اللغوي هي إجادة الشيء وإتقانه والحذق فيه "[4].

1إبراهيم القمري: **السلوك الإنساني و العلاقات العامة**، د ط، مصر، دار الجامعات العربية، ،1976ص.50

2 عصمت عدلي: **علم الاجتماع الأمني**، د ط، مصر، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ،2001ص.14.

3 المرجع نفسه ، ص 15.

4فهد محمد الشعابي الحارثي، **الاتصال اللغوي في القرآن الكريم ،دراسة تأصيلية في المفاهيم والمهارات** ،بيروت ،مكتبة مومن قريش،2014،ص24.

التعريف الاصطلاحي: عرف درايفر(Driver)المهارة "بأنها السهولة والسرعة والدقة في أداء عمل حركي"، وعرف غود(Good)"بأنها الشي الذي يتعلمه الفرد ويقوم بأدائه بسهولة ودقة سواء كان هذا الأداء جسميا أو عقليا ،[1]

التعريف الإجرائي: هي قدرة الشخص على إنجاز مهمة أو عمل ما بكفاءة وفعالية، وتتكون المهارة من مجموعة من المعارف والقدرات والخبرات التي اكتسبها الفرد من خلال التعلم والممارسة، والمهارة حسب دراساتنا فيها مهارات الاتصال الشخصي التي تميز بها العمال لتحسين خدمة الزبائن

3. الاتصال:

لغة: يرجع كلمة الاتصال(comunication)إلى كلمة اللاتينية (communis)ومعناها (common) أي (المشترك) أو(عام) وبالتالي فأن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه او سلوك أو فعل ما .[2].

التعريف الاصطلاحي: اصطلاحا:

عرف عالم الاجتماعي **تشارلز كولي**cooleyعام 1909الاتصال بأنه: ذلك (المكانزم) من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان ،هي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة الخطوط الحديدية والبرق والتليفون وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان، فالاتصال عند كولي هو الآلية التي توجد فيها العلاقات الإنسانية وتنمو عن طريق استعمال الرموز ووسائل نقلها وحفظها[3].

عرف **كارل هوفلاند** : أن الاتصال هو العملية الذي يتم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل السلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة)ويرى تشارلس موريس أن مصطلح الاتصال حين نستخدمه بالشكل واسع النطاق فأنه يتناول أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين،ولكن موريس يقصر الاتصال على إستخدام الرموز لكي تحقق شيوعا مشاركة لها مغزى[4]

عرف **إبراهيم إمام** الاتصال بأنه: حمل العملية الاجتماعية ونقل أشكالها ومعانتها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم[5]

---

1 المرجع نفسه ، ص24.

2 حسن عماد مكاوي، **ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة**، دار المصرية اللبنانية، ط1،ص23

3 مصطفى يوسف كافي، **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر التوزيع، ط1،ص130.

4 حسن عماد مكاوي، **مرجع سبق ذكره** ،ص24

5 مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص132.

التعريف الإجرائي

هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين طرفين أو أكثر في وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت إي أنه عملية إرسال وتبادل المعلومات والأفكار بين مختلف العمال في وكالة الاتصالات من اجل تحقيق أهداف وقيام بمختلف النشاطات

الاتصال الشخصي:

هو الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي ، حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو كثر في موضوع مشترك ويتيح أيضا فرصة التعرف السريع والمباشر على تأثير الرسالة مما يتيح فرصة أمام القائم بالاتصال لتعديل رسالته لتصبح أكثر فاعلية وتأثير[1].

و هو الاتصال الذي يكون بين شخصين أو فرد وأخر او بين مجموعة قليلة من الأفراد أو بين مجموعة واخرى، أو هو العملية التي يتم خلالها الأفراد بتبادل الرسائل شخصية وجسدية تساهم في استحداث وبناء علاقات بينهم سلبيا أو ايجابيا وهو الاتصال يتم بين مرسل والمستقبل وجها لوجه دون استخدام وسائط الاتصال الجماهيري ، أو هو العملية التي تحدث يوميا حينما نعطي ونتلقى الأوامر أو ندخل في مناقشة أو نتبادل التحيات.[2]

و يعرف على أنه الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك ، ونتيجة الاتصال المواجهي تتكون الصداقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد ويتيح هذا النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة ومن ثم تصبح الفرصة أمام القائم بالاتصال سانحة لتعديل الرسالة وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو إقناعا [3].ويعتبر الاتصال الذي يسود حياتنا اليومية وهو الذي يضمن لنا البقاء والتطور في الحياة ولولاه لما استطع الإنسان إلى هذا القرن مصحوب بتجارب الآخرين وتراث الأولين ويمتاز هذا النوع من الاتصال بأنه مباشر [4]

التعريف الإجرائي للاتصال الشخصي: هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الشخصين أو أكثر، بشكل مباشر ويتميز الاتصال الشخصي بوجود تفاعل مباشر بين الطرفين الاتصال مما يسمح بفهم أفضل للأفكار وبناء علاقات أخرى هذا داخل وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت[5]

---

1 خضرة عمر الملح،**الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة** ،دار الجامد للنشر والتوزيع،ط1،ص32.

بسام عبد الرحمن المشاقبة، **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع–الاردن–عمان،ص2.89

3 حسن عماد مكاوي ،ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، المرجع السابق،ص30.

4 محمد علي أبو العلا، **فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق**، دار العلم والايمان ،جامعة كفر الشيخ، ط1،ص22.

5 مصطفى يوسف كافي، **البروتوكول وخدمة الزبائن**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان_الطبعة الأولى،2014،ص129.

4. الخدمة:

الخدمة هي الإحساس أو الشعور(الجيد أو غير الجيد)الذي يشعر به متلقي الخدمة (طالب الخدمة)تجاه مقدمي الخدمة[1]

5. الزبائن:

يعرف الزبون على أنه "هو الذي يطلب أو يقبل على شراء سلعة المعروضة في السوق" ومصطلح الزبون لا يستخدم كمصطلح علمي، وليس له استخدامات علمية في علم الاقتصاد والتجارة وإنما الكلمة تستخدم عادة من قبل العاملين في افراع البيع والتجارة والدكاكين، كلمة الزبائن كذلك أصبحت شائعة عند المشتريين، وهي أيضا مستعملة من قبل الزبائن أنفسهم، والزبون يختلف عن المستهلك بحيث أن الزبون لديه ارتباط مع البائع في أكثر من مصلحة أو في أكثر من عملية بيع ويسمى بمصطلح أخر الزبون الدائم[2]

مفهوم خدمة الزبائن (العملاء):خدمة العملاء هي مجموعة الأنشطة والتصرفات التي تستهدف تحقيق رضا العملاء عن معاملاتهم مع المؤسسة وتنمية ولائهم لها، أي كل ما تقوم به المؤسسة أو تمنع عنه من أجل مصلحة العميل[3]

تعريف الإجرائي لخدمة الزبائن:

خدمة الزبائن هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تهدف إلى تلبية احتياجات الزبائن وتوقعاتهم ،وتعزيز رضاهم، وبناء علاقات قوية معهم، أما خدمة الزبائن حسب دراستنا تتمثل في الأنشطة والتصرفات التي تقوم بها وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت لتحسين خدمة الزبائن.

8. منهج الدراسة

تختلف المناهج باختلاف المواضيع ،ولكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل الباحث في ميدان اختصاصه ،والمنهج أيا كان نوعه ، هو الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة. وأذ كان الباحثون يتجنبون المناهج الخاطئة لأنها لاتقوهم إلى الحلول الصحيحة، فأنهم يحرصون

1 حسين وليد حسين عباس،أحمد عبد محمود الجنابي،**أدارة علاقة الزبون** ،دار الصفاء للنشر وتوزيع، ط1 .عمان ،2017،ص15 16.

2 مصطفى يوسف كافي، **مرجع سابق** ،ص247.

3 عمار بوحوش، محمد محمود الذنبات ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ،لجامعة الأردنية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4،ص102.

على استخدام البحوث المناهج العلمية التي ثبت نجاحها ويسعون لإيجاد فن الاستخدام الأسلوب ملائم في كل قضية يدرسونها[1].

فموضوع دراستنا يتمثل في دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن ومنه تم اعتماد على المنهج الوصفي لملائمة الموضوع الخاص بالدراسة.

يمكن تعريف هذا **المنهج** بأنه أسلوب أساليب التحليل المرتكز على المعلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة[2]

المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة ، وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، وتعريف أخر إنه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية ورقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضع خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظاهرات المختلفة الأخرى، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فتره زمنية محددة أو تطويرا يشمل عدة فترات زمنية[3]

يعرف أيضا: "محاولة لتقديم صورة للواقع أو نوع من التسجيل للظروف الواقعية ، حيث تهدف الدراسات الوصفية إلى وصف الأحداث و الأشخاص والاتجاهات و المعتقدات و الأبحاث و الأهداف و التفضيل ، و كذلك أنماط السلوك المختلفة[4]"."وتستهدف كذلك وصف المواقف و الظواهر و جمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو المواقف تحديدا دقيق أو رسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية و الدقة[5]".

9. مجتمع الدراسة والعينة:

09-01. تعريف مجتمع الدراسة:هي كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة[6].

وتمثل مجتمع دراسة في عمال الوكالة المقدرة ب 22 موظف فيما يتعلق بأداة المقابلة

أما الزبائن فقد اخترنا من يتوافدون على الوكالة فيما يتعلق بأداة الاستبيان وانتقينا من خلالهما العينة الدراسة .

1 محمد عبيدات ، **منهجية البحث العلمي**، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الاردنية، دار وائل للطباعة والنشر، ط2 ،1999،ص46.

2 المرجع نفسه ، ص 47

3 رجاء وحيد دويدري، **البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية**، دار الفكر المعاصر ،بيروت،لبنان،ط1،ص183

4 سمير محمد حسن ، **تطبيقات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام** ،عالم الكتب، القاهرة ،1991، ص81.

5سمير محمد حسن ،**بحوث الإعلام الأسس و المبادئ**، عالم الكتب، القاهرة ، 1991،ص 97

6 زياد أحمد طويسي ، **مجتمع الدراسة و العينة**، ط01: مديرية اللواء،البتراء،2000-2001،ص، 01.

09-02. عينة الدراسة

تعرف **العينة** على أنها "فئة تمثل مجتمع البحث(population Research)و جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع أفراد والأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث[1]

وحسب طبيعة دراستنا فقد تم اختيارنا لعينة القصدية وتعرف بأنها " العينة القصدية وهي "التي يتم اختيارها قصدا لاعتقاد الباحث أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا،واعتقاده هو أنه لو أستخدم نوعا أخر من العينات فإنها قد لا تكون ممثلة لخصائص المجتمع كما تمثلها هذه العينة[2]

وكانت عينة المقابلة من موظفين اخترنا منهم متمثلة في نائبة المدير وكالة الاتصالات بمدينة تقرت لإجراء المقابلة ، أما عن الزبائن فقد اخترنا الزبائن الوافدين للوكالة والمقدر عددهم 42 مفردة

10. مجالات الدراسة:

10-01. المجال البشري: يتمثل في مجتمع الدراسة وهم عمال وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت ومجموعة من الزبائن.

10-02. المجال الزمني: تتم الدراسة زمنينا على مرحلتين:

-**المرحلة الأولى:** قمنا خلالها بضبط الموضوع ، والإطلاع على المراجع المنهجية والنظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة ،وذلك من أجل ضبط الإجراءات المنهجية المتعلقة بالإطار المنهجي ، وقد دامت هذه الفترة من شهر أكتوبر 2023 إلى غاية شهر فيفري 2024،

-**المرحلة الثانية:** قمنا خلالها بتصميم أدوات الدراسة ثم تحليل البيانات وصولا إلى نتائج الدراسة وكتابة التقرير النهائي، وقد دامت هذه الفترة من مارس إلى ماي 2024م

10-03. المجال المكاني: تتمثل في الحدود المكانية للبحث في مكان الذي يختاره الباحث لأجراء دراسته الميدانية، سوف تجرى هذه الدراسة الحالية على مستوى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت .

المجال الموضوعي: وهو من مهارات الاتصال الشخصي للعمال إلى تحسين خدمة الزبائن.

11. أدوات الدراسة:

أن الاختيار السليم لأدوات جمع البيانات هو الركيزة الأساسية لأي بحث علمي،لأنها تمكن من جمع المعطيات الميدانية فأنها تمثل الوسائل الأساسية لتقصي الواقع الاجتماعي ولهذا فإن اختيار أدوات بحث ملائمة يساعد في الحصول على بيانات دقيقة ولهذا سوف نعتمد في دراستنا على أداتين لجمع البيانات وهما الاستبيان والمقابلة.

---

1 رجاء وحيد دويدري ،**البحث العلمي ،أساسياته النظرية وممارستها العلمية** ،المرجع السابق ،ص305.

2 محسن علي عطية ،**البحث العلمي في التربية-مناهجه وأدواته** ، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان-الاردن-ص104.

- **الاستبيان: (Questionnaire)**

يعد **الاستبيان** احد وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم، وتأتي أهمية الاستبيان بوصفه أداة لجمع المعلومات مع كل ما يتعرض له من انتقادات،من أنه اقتصادي في الجهد والوقت إذا ما قورن بكل من المقابلة والملاحظة[1]

يتألف **الاستبيان** من استمارة تحتوي على مجموعة من الفقرات مصاغة صياغة استفهامية أو خبرية ، يقوم كل من مشارك في عينة الدراسات بالإجابة عنها بنفسه دون مساعدة أحد أو استشارة أحد[2]

وقد طرحت أسئلة الاستبيان على زبائن الوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت المقدرة 42 مفردة ، وتضمنت محاور الاستبيان و أسئلته كالتالي :

- المحور الأول:المتعلق بتقييم الزبائن للعروض بعدد أسئلة بلغت 05 أسئلة
- المحور الثاني:المتعلق بتقييم الزبائن لخدمة وكالة الاتصالات بتقرت وتضمنت 05 أسئلة
- المحور الثالث:المتعلق بمساهمة مهارات الاتصال بخدمة الزبائن وتضمن 12 سؤال

- **المقابلة: interview**

تعرف **المقابلة** بأنها اللقاء وجها لوجه حيث يقوم الشخص المقابل بتوجيه عدد من الأسئلة للشخص الذي يراد مقابلته وهو المستجيب، وتصمم أسئلة المقابلة بشكل يجعل من السهل الحصول على إجابات ذات علاقة بمشكلة البحث، وتستخدم المقابلة كأداة لجمع الحقائق، أما الاستخدام المهم للمقابلة فهو لدراسة العلاقات والاختيار الفرضيات، ان نتائج المقابلة يمكن تحويلها إلى مقاييس للمتغيرات ،يمكن الاستفادة من المقابلة لتحقيق الإغراض التالية:

- استخدامها كأداة استكشافية للمساعدة في التعرف على المتغيرات والعلاقات الموجودة بينها.
- إمكانية استخدامها كأداة رئيسية في البحث لجمع البيانات.

إمكانية استخدامها كأداة إضافية في طرق جمع البيانات الأخرى[3]

و أجرينا المقابلة مع في نائبة المدير وكالة الاتصالات بمدينة تقرت لإجراء المقابلة وتضمنت المقابلة جملة محاور نذكرها:

- المحور الأول: تتضمن مهارات الاتصال الشخصي وتضمن خمس أسئلة

1 سيف الإسلام سعد عمر، **الموجز في منهج البحث العلمي**، دار الفكر دمشق، الطبعة الأولى، ص87.

2 سيف الإسلام سعد عمر، **مرجع سابق** ،87.

3 محمد عبد العال النعيمي، **طرق ومناج البحث العلمي**، دار الوراق للنشر والتوزيع– عمان،ص174.

- المحور الثاني:تضمن المتعلق باستراتيجيات الوكالة في تطوير مهارات الاتصال الشخصي وتضمن 06 أسئلة
- المحور الثالث : تمثل في الصعوبات والعراقيل وتضمن 07 أسئلة.

12. المقاربة النظرية:

-تعريف النظرية البنائية الوظيفة:

يشير مفهوم **البناء** "structure"إلى مجموعة من العناصر التي تقوم بينها علاقات محددة تعبر عن كل العمليات القائمة بين هذه العناصر، وتدرك العناصر والعلاقات مجردة، الامر الذي يجعلها مستقلة من ناحية المنطقية عن إي محتوى يمكن إدراكه حسيا، ولا يختلف مفهوم البناء الاجتماعي في جوهره عن المفهوم، ولكن الاختلاف يتمثل في دلالته الاجتماعية[1]

ويشير مصطلح **الوظيفة**"Fuction"إلى مساهمة شكل معين من أنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار والتوازن المجتمع[2]

-فرضيات النظرية البنائية الوظيفية:

- ✓ إن أفضل طريقة للنظر للمجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة ،وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة التي يكمل كل منها الأخر.
- ✓ يميل المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي ،وإذا حدث إي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن .
- ✓ تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره وبمعنى أخر، فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.
- ✓ إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.

وإذا طبقنا هذه الافتراضات السابقة على الاتصال الجماهيري، نلاحظ أن وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي وتساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي،ومن الواضح تماما أن وسائل الإعلام غدت في الوقت الحالي جزءا مركزيا من هياكل مؤسساتنا وهذا يعني أنها تغلغلت بعمق داخل كل المؤسسات المجتمع الأسري[3]

---

1 طلعت إبراهيم لطفى،د كمال عبد الحميد الزيات، **النظرية المعاصرة في علم الاجتماع** ، دار غريب للطباعة والنشر–القاهرة ،ص85.

2 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد ،**الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، المرجع السابق،ص124.

3 المرجع نفسه،ص125.

-إسقاط النظرية على الدراسة:

أن دراستنا المنصبة حول دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن في اختيار منا ومحاولة منا لمعرفة وتسليط الضوء على العلاقة القائمة بين دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال وتحسين خدمة الزبائن، ومن أجل هذا قمنا باختيار النظرية البنائية الوظيفية، حيث تهتم هذه النظرية بتفسير المواضيع التي تغطي قطاعات واسعة من المجتمع، كما أنها تدرس البناء والمؤسسات الاجتماعية وتستخدم هذه المقاربة مفهوم التوازن ونظام تقسيم العمل لتفسير كيف يستمر النظام الاجتماعي والذي يربط البناء كله وهو "النظام".

وبالعودة إلى إسقاط النظرية على دراستنا نجد أن مهارات اتصال الشخصي ،هي وظيفة أدارية ضرورية داخل المؤسسات والوكالات كونها خصصت لنفسها مكانة حتمية ،وهذا واقع لزرع وتعزيز روح مهارات اتصال الشخصي داخل المنظمات والوكالات.

ويمكن إدراج نظرية البنائية الوظيفة كمرجعية أساسية لسببين هما:

- أن مهارات اتصال الشخصي للعمال وظيفة رسمية في المؤسسات والوكالات ولها أهدافها تسعى إلى تحسين خدمة الزبائن،.
- وأن الوظيفة تؤكد على فكرة التكامل ،مما يساعد على تقديم أداء جيد وخلق روح التعاون واستمرار النظام الاجتماعي.

13. الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى:[1]

- **اسم الباحثة :** نصيرة جار الله
- **عنوان الدراسة : "مهارات الاتصال لدى المدير ودورها في تحسين أداء العاملين"**

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات العامة،بجامعة **محمد خيضر بسكرة**،سنة 2019_2018.

- **محتوى الدراسة:**تمحورت هذه الدراسة حول تأثير مهارات الاتصال لدى المدير في زيادة فعالية أداء العاملين داخل المؤسسة " وتفرعت هذه الدارسة الى العديد من التساؤلات:
  - ✓ ما أهم المهارات الاتصالية الموظفة من طرف مدير المؤسسة ؟
  - ✓ ما تأثير مهارة الحديث في المؤسسة على تحسين أداء العاملين؟
  - ✓ ما تأثير مهارة الكتابة في المؤسسة على تحسين أداء العاملين؟
  - ✓ ما تأثير مهارة التعامل مع التكنولوجيات الاتصال الحديثة على تحسين أداء العاملين؟

1 نصيرة جار الله: **مهارات الاتصال لدى المدير ودورها في تحسين أداء العاملين"**، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات العامة، بجامعة **محمد خيضر بسكرة**،سنة 2018_2019.

تهدف هذه الدراسة إلى:

تسليط الضوء على أهم المهارات الاتصالية لدى المدير داخل المؤسسة والوقوف على أهم المهارات التي تساهم في نقل العملية الاتصالية بين المدراء والموظفين وكشف على تأثير هذه المهارات.

- **منهج الدراسة والأداة** :وبالنسبة للمنهج المتبع لهذه الدراسة: استعان الباحث بالمنهج الوصفي
- **عينة الدراسة**:والعينة المسح الشامل وأستعمل لجمع البيانات أداة الملاحظة والاستبيان.
- **نتائج الدراسة** :أما النتائج المتوصل إليها أن أهم المهارة اتصالية موظفة من طرف المدير في المؤسسة هي مهارة الاتصال الكتابي وهي المهارة جد مهمة في الاتصال المؤسسي.

الدراسة الثانية[1]:

- **اسم الباحثة**:شرفي فيروز
- **عنوان الدراسة** : "دور مهارات الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية" بولاية تبسة مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي بجامعة العربي التبسي بتبسة سنة 2019 /2020.
- **محتوى الدراسة** :تمحورت مشكلة هذه الدراسة حول دور المهارات الاتصالية في تشكيل الصورة الذهنية لمتوسطة النهضة وتفرعت هذه الدراسة الى العديد من التساؤلات:

✓ ما هي طبيعة الاتصال الوالي بالمؤسسة؟

✓ ما هي وسائل الاتصال الوالي المؤسسة؟

✓ كيف تشكل المؤسسة صورتها الذهنية في المحيط الخارجي من خلال المهارات الاتصال؟

وتهدف هذه الدراسة الى:

✓ التعرف على اتصال الوالي المؤسسة التربوية.

✓ الكشف عن الوسائل الاتصال المؤسسة بالأولياء.

✓ معرفة كيفية تشكيل المتوسطة صورتها الذهنية في المحيط الخارجي من خلال مهارات الاتصال.

- **منهج الدراسة والأداة والعينة:** وبالنسبة للمنهج المتبع لهذه الدراسة استعان الباحث بالمنهج الوصفي الذي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث وأستعمل لجمع البيانات أداة الاستبيان والمقابلة وكذلك العينة العشوائية .

1 شرفي فيروز: "**دور مهارات الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية**" بولاية تبسة مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي بجامعة العربي التبسي بتبسة سنة 2019 /2020.

- **نتائج الدراسة:** أما النتائج المتوصل إليها أن مهارات الاتصال التي تستخدمها المتوسطة في الاتصال بالأولياء هي الركيزة الأساسية داخل المؤسسة، كونها تعمل على تحسين صورة الذهنية وزيادة انسجام والتعاون.

الدراسة الثالثة[1]:

- **اسم الباحث** :صندوق محمد ومزاري أحمد
- **عنوان الدراسة** : "**الاتصال الشخصي في المؤسسات ودوره في تحسين الأداء**"

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص تنظيم وعمل بجامعة **زيان عاشور بالجلفة** سنة 2016 / 2017 .

- **محتوى الدراسة** : تمحورت مشكلة هذه الدراسة حول "كيف يلعب الاتصال الشخصي دورا في تحسين أداء العاملين بمؤسسة الاتصالات الجزائر بالجلفة " وتهدف هذه الدراسة إلى:

✓ التعرف على مدى استخدام مهارات الاتصال الشخصي كمهارة الإقناع وغيرها داخل إدارة مديرية الاتصالات الجزائر الجلفة.

✓ إعطاء نظرة واقعية على أهمية الاتصال الشخصي ودوره في تحسين الاداء المهني في ادارة مديرية الاتصالات بالجلفة.

✓ إبراز أهم المعيقات التي تواجه الاتصال الشخصي داخل إدارة مديرية الاتصالات الجزائر بالجلفة.

- **منهج الدراسة والآداة** : وبالنسبة للمنهج المتبع لهذه الدراسة استعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث
- **عينة الدراسة** : والعينة القصدية واستعمل لجمع البيانات أداة الملاحظة واستبيان.
- **نتائج الدراسة** : ما النتائج المتوصل إليها من خلال دراسة موضوع الاتصال الشخصي داخل المؤسسة ودوره في تحسين الأداء أن الاتصال الشخصي يساعد المبحوثين في تحقيق النجاح في حياتهم الشخصية والعملية حيث يتميز بأنه أكثر سهولة وإقناع ويفيد في الحصول على الاستجابة الشفوية وملاحظة تعبيرات الوجه والانفعالات المجتمع.

1 صندوق محمد ومزاري أحمد: **الاتصال الشخصي في المؤسسات ودوره في تحسين الأداء**"،مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص تنظيم وعمل بجامعة **زيان عاشور بالجلفة** سنة 2016 / 2017 .

الدراسة الرابعة [1]

- اسم الباحث: لغليد ماسي وحمار منوار
- **عنوان الدراسة:** "دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي"

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي بجامعة مولود معمري بولاية تيزي وزو سنة 2020/ 2021.

- **محتوى الدراسة:**تمحورت مشكلة هذه الدراسة حول "دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو" وتفرعت هذه الدراسة إلى العديد من التساؤلات:

✓ ما هي أشكال ووسائل الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

✓ ما هي المكانة التي يحظى بها الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

✓ هل توجد علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو لدى موظفها؟

✓ ما هي العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنا عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو لدى موظفها؟

وتهدف هذه الدراسة إلى :

✓ التعرف على إشكال الاتصال السائدة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو ودورها في تحسين صورتها.

✓ التعرف على طبيعة ومكانة الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو.

✓ التعرف على العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو.

- **منهج الدراسة والآداة والعينة:** وبالنسبة للمنهج المتبع لهذه الدراسة استعان الباحث بالمنهج المسحي والعينة القصدية وأستعمل لجمع البيانات أداة الاستبيان .
- **نتائج الدراسة** : أما النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة موضوع دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي، أن أشكال ووسائل الاتصال نجد الاجتماعات والبريد الإلكتروني بالنسبة للوسائل ، ونجد أن الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وز و يحظى بمكانة مرموقة عند جمهورها

1 لغليد ماسي وحمار منوار، **دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي**"،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي بجامعة مولود معمري بولاية تيزي وزو سنة 2020/ 2021.

الداخلي، وأيضا وجود علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وز وكذلك وجود مشاكل داخلية بين الموظفين .

- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:**

- ✓ أفادتنا الدراسات السابقة في تحديد الدقيق للنقاط المهمة التي يمكن التطرق اليها والتركيز عليها فيما يخص متغيرات الدراسة.
- ✓ صياغة التساؤلات الدراسة بشكل جيد .
- ✓ تحديد خطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع الدراسة .
- ✓ وأيضا الاستفادة منها كمرجع علمي لبعض العناصر الخاصة بموضوع الدراسة ووضع تعاريف واضحة ودقيقة لمصطلحات البحث.

- **أوجه الاختلاف من الدراسات السابقة :**

- ✓ اختلاف في المجال الزماني والمكاني.
- ✓ اختلاف في التخصص.
- ✓ اختلاف في الأهداف المراد تحصل عليها.
- ✓ اختلاف في مجتمع البحث.

14. <u>مرحلة الصدق والثبات</u>

أ. <u>مرحلة صدق التحليل</u>

أ. مرحلة صدق التحليل

وهي من أهم المراحل التي تثبت مصداقية أدوات الدراسة، وهي متعددة فاختارنا طريقة تحكيم الاستمارة من طرف مختصين في كلتا الآدتين

- مرحلة الصدق لأداة الاستبيان:

قمنا بداية بتصميم المسودة الأولى للاستبيان ، والتي أطلع عليها الأستاذ المشرف، حيث قدم جملة من الملاحظات والاقتراحات ، لنخرج بمسودة ثانية والتي قدمناها للتحكيم من طرف أستاذة مختصين من قسم علوم الإعلام والاتصال .

- مرحلة صدق أداة المقابلة: أما مع المقابلة، فقد قمنا بنفس الخطوات والإجراءات التي قمنا بها لاستمارة الاستبيان:

جدول للأستاذة المحكمين لاستمارتي الاستبيان والمقابلة

الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الدرجة العلمية
أ، بوكرموش عيسى	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة–	أستاذ محاضر
أ صانع رابح	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة–	أستاذ محاضر
شنين محمد مهدي	جامعة قاصدي مرباح – ورقلة–	أستاذ متعاقد

وبعد ذلك انتقلنا إلى وكالة اتصالات الجزائر بتقرت واخترنا عينة تجريبية بلغت 12 مفردة لتريب مدى ملائمة الاستبيان ووضوحه وصار جاهزا للتوزيع

ب. مرحلة ثبات التحليل [1]

تعرف هذه المرحلة بمرحلة ثبات التحليل الأداة الاستبيان بعد جمع النتائج وتسمى (pro teste) وتحسب حسب العلاقة التالي

قاعدة ثبات الاستبانة =(ع01+غ02x100)/ع الكلي

وعليه قمنا بتوزيع الاستمارة في بادئ الأمر ، وبعد مرور أسبوع أخذنا 10 استمارات لنفس المكان مع ى نفس أفراد العينة حيث انتقينا عشرة أشخاص بعدها قممنا بالعلاقة التالي

:تحليل الثبات = (العدد 01+العدد 02 x100)/ العدد الإجمالي للعددين

أي **(42+100x10)/42=0,98** على حسب معامل الفا كرونباخ بالإضافة إلى المتوسط الحسابي ، مما يثبت صدق التحليل

1 أتليلي أم الخير وسوفي سعدية: **استخدام التويتر في تشكيل الرأي العام الداخلي حول التراث الجزائري والمغربي "دراسة ميدانية تناولت الصراع التراث "**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي تخصص الاتصال الجماهير والوسائط المتعددة ، جامعة قاصدي مرباح ،2023 ، ص 22.

خلاصة الفصل الأول

حاولنا في هذا الفصل الإلمام بكل ماهو منهجي ونظري لموضوع دراستنا حيث تحدثنا عن الإشكالية والأسباب والأهمية والأهداف كمدخل أولي ، ثم انتقلنا إلى المنهج المستخدم والأداة المختارة في البحث بالإضافة إلى مجتمع البحث والعينة المقصود دراستها ، وجزء الثاني تعلق بكل ماهو نظري بداية من المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بالدراسة ، انتقالا إلى النظريات التي استندنا بها لدراستنا و جملة من الدراسات السابقة حول الموضوع

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

سنتطرق في هذا الإطار إلى تقديم مؤسسة وكالة اتصالات الجزائر بتقرت، ثم الانتقال الجزء التحليلي والذي برز من خلاله عرض النتائج وتحليلها ثم مناقشتها بشكل عام إلى الإجابة على تساؤلات.

تقديم العام لوكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت:

تقديم المؤسسة

1. تقديم وكالة الاتصالات المركزية:

هي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات وبعد القرار 03/2000 أصبحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003 ومن اجل تطوير حجمها ومكانتها العالمية والمشاركة في ترقية مجتمع الاتصال في الجزائر جاءت هذه المؤسسة بتنمية إستراتيجية الخدمة العامة طبقا للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم بعد استشارة سلطة ضبط البريد والمواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية وذلك بتحقيق ضمان الاتصال على الشبكة الهاتفية وديمومة تقديم الخدمة الهاتفية والوصول بالشبكات العمومية لكافة أرجاء الوطن مقرها العاصمة و12 مديرية إقليمية:(الجزائر ، وهران ، قسنطينة ، عنابة، ورقلة، بشار، الشلف، باتنة، تيزي وزو، البليدة، تلمسان)

2. البطاقة الفنية لوكالة الاتصالات بتقرت

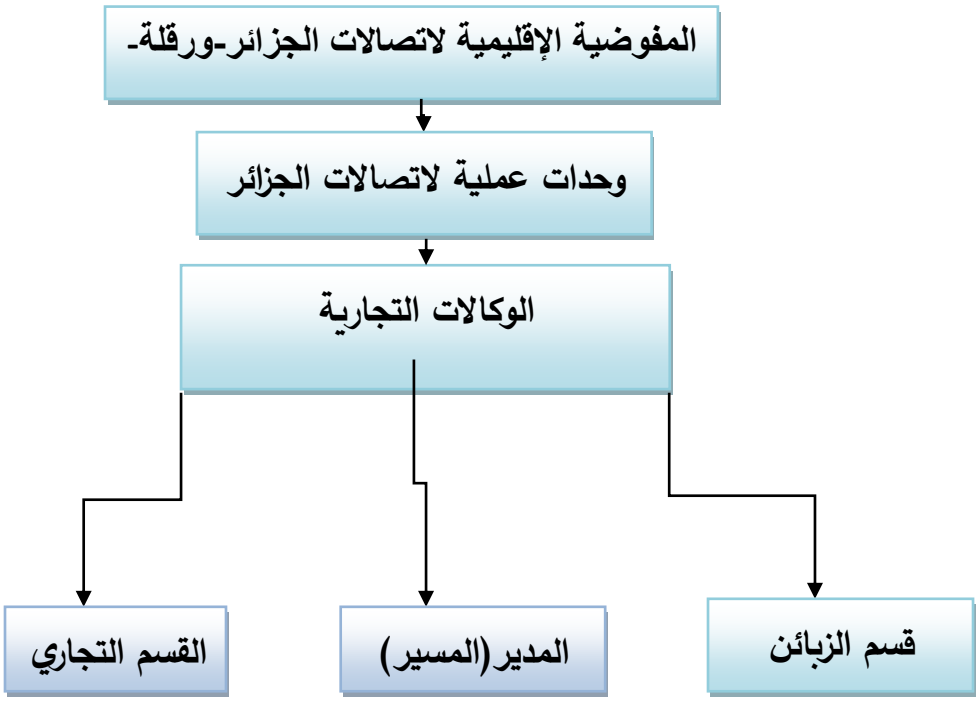
البطاقة التقنية للوكالة التجارية – تقرت –

المقر الاجتماعي: حي الزهراء تقرت .

1 رقم الهاتف:029671037[1]

1الموقع الرسمي لاتصالات الجزائر :www.telecomalgerier.dzيوم 15 افريل ،2024 على الساعة :20:30 ليلا.

البنية الهيكلية لاتصالات الجزائر والوكالة التجارية (تقرت)



شكل رقم 01: هيكل التنظيم العملي للوكالة الاتصالات تقرت

(المصدر من إعداد الطلبة اعتمادا على وثائق مقدمة من طرف المؤسسة).

وسنحاول شرح مختصر لمختلف هذه المصالح

- **المفوضة الإقليمية للاتصالات ورقلة:** وتقدم الإرشاد والتوجيه والعلاقات العامة بين المديرات وتوزيع والقرارات والأوامر .
- **وحدة عملية للاتصالات:** تتضمن الولايات التالية: حاسي مسعود – ورقلة – غرداية– تمنراست – اليزي. وتعمل على تسيير البشري والتجاري والمالي .
- **الوكالة التجارية تقرت:** تتكون من إدارة يترأسها المدير وتنقسم إلى:المدير هو الرئيس الوكالة ويعد المسؤول الأول عن الأعمال التالية:

– السهر على تطبيق البرامج الموافق عليها والتنسيق بين المصالح.

– مراقبة تسيير النشاطات المختلفة في المؤسسة من خلال التقارير التي تصل إليها من المصالح المختلفة.

– المحافظة على السير الحسن والعادي في الشركة.

– النظر في الاقتراحات المقدمة من طرف المصالح

وتضم الوكالة التجارية مصلحتين هما:مصلحة الزبائن، والمصلحة التجارية والمالية والتي تعمل كمكمل ومراقب للقسم الأول وهي الدرجة الثانية بعد مصلحة الزبائن وتقوم بمهامها عبر عدة عمليات مالية وتجارية.

الأساليب الإحصائية في القياس والعد :

12-01. العد والقياس : الدقة والانضباطية: التقدير الكمي هي القياس. ولكن القياس، بخلاف العدد، عملية غير ضبطية من حيث المبدأ. فعندما نقوم بالقياس فإننا لا نستعمل الأعداد الصحيحة لتعيين الكمية، وكلننا نستخدم العلامات الموجود على المسطرة أو الترمومتر مثلاً، أو دقات الساعة لقياس مقدار الطول أو درجة الحرارة أو الزمن. جميع هذه العلامات أو الدقات لها حد ذاتي أصيل من الضبطية حتى ولو تحول القياس إلكترونياً إلى الصورة الرقمية. ويتعين حد الضبطية بتصميم وتركيب جهاز القياس ، ومهما كان حرصنا أثناء القياس فإننا لن نحصل أبداً على نتيجة أكثر ضبطية من حد جهاز القياس المستخدم . وكتوجيه إرشادي عام يقال أن حد ضبطية جهاز قياس معين يساوي نصف أصغر قسم من أقسام القياس . وعندما تقوم أنت بإجراء قياس ما فإنك تقرأ الكمية المقاسية لأقرب علامة على الجهاز ، وعندئذ سوف تقع القيمة " الحقيقة لهذا القياس في مدى قدرة نصف أصغر قسم من أقسام الجهاز فوق أو تحت العلامة المبينة .[1] وعليه فقد استخدمنا في دراستنا أسلوب العد الذي يعتمد على العدد التكراري والنسبة المئوية ، في حين في القياس اعتمدنا على القياس الترتيبي والذي يعتمد في التحليل من أكبر نسبة إلى أصغرها

الأساليب الإحصائية (المعامل الإحصائي):

حيث اعتمدنا على البرنامج الإحصائي لنسخة spss v 32.0 معتمدين فيه على ألفا كرونباخ بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية لثبات تحليل المفردات

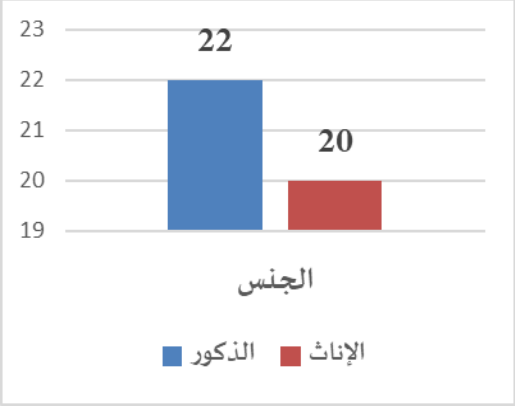
1 فريدريك بوش ، دافيد جيرد، تر آمين بوناب،**أساسيات الفيزياء العد والقياس الدقة والإنظباطية**،ج 01 ،مدونة علوم الفيزياء ، 2016، ص 03.

عرض النتائج وتحليلها:

1. عرض وتحليل محور البيانات السوسيوديمغرافية

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

التكرار / الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	22	%52.03
إناث	20	%46.07
المجموع	**42**	**%100**



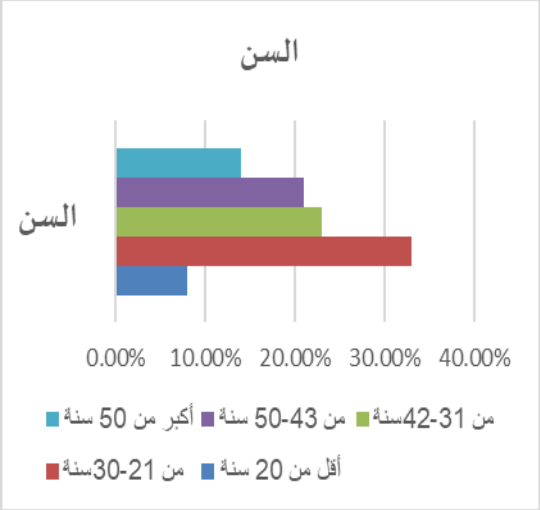
الشكل رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يوضح الجدول أعلاه متغير الجنس في دراستنا حيث سجلت أعلى نسبة لدى فئة الذكور بلغت52.03% أي ما يعادل 22 مفردة، في حين بلغت نسبة الإناث إلى 46.07% أي ما يعادل 20 مفردة ، وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة الطالبة هامل سلمى : والتي كانت نسبة عينتها الذكور أكثر من الإناث ، حيث رشحت الطالبة تبرير أن عينة أغلبها موظفين وهم الأكثر تعاملا مع مؤسسات الخارجية نظرا لذهنية مجتمعنا التي تجعل الرجل دوما مسؤول على تعاملات الخارجية ومسؤوليات التحرك خارجا ، كما أنه أكثر احتياجا للانترنت نظرا لمسؤولياته الكبرى[1]

[1] هامل سلمى و سلاق سهام :**أهمية الاتصال الشخصي في تحسين الأداء المهني في المؤسسة العمومية –دراسة حالة مديرية الإدارة المحلية لولاية غرداية** – مذكرة لنيل شهادة الماستر شعبة علوم الاعلام و الاتصال،التخصص: الاتصال والعلاقات العامة،جامعة غرداية ،2017-2018 ،ص 21.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	03	%08.02
من 21 إلى 30 سنة	14	%33.03
من 31 إلى 42 سنة	10	%23.08
من 43 إلى 50سنة	09	%21.04
أكثر من 50 سنة	06	%14.04
المجموع	**42**	**%100**

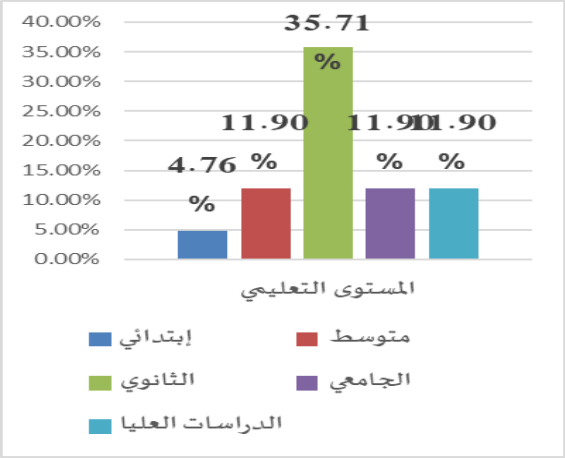


الشكل رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

يوضح الجدول أعلاه متغير السن في دراستنا حيث كانت أعلى نسبة لأصحاب السن من 21 إلى30 سنة بنسبة بلغت 33.03% ليلها الفئة من31 إلى42 سنة بنسبة 23.08%،ليله السن من 43 إلى50سنة بنسبة 21.04%، أما عن فئة أكثر من 50 سنة فبلغت نسبة 14.04%، و فئة أقل من 20 سنة نسبة 08.2%.ويعود هذا إلى مؤشرات عدة كالمستوى الدراسي والجنس والوظيفة والتي سنتطرق إليها لاحقا كل هذا له تأثر في النسبة الكبرى للسن من21-30 سنة هي السن المتناسبة مع احتياجات الفرد للانترنت بسبب عمل أو دراسة أكثر من غيره من الفئات الأخرى ، ويظهر ذلك من خلال اهتمامه بالجودة الانترنت وعروضها نظرا لحاجاته

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
إبتدائي	02	%4.76
متوسط	05	%11.90
الثانوي	15	%35.71
الجامعي	05	%11.90
الدراسات العليا	05	%11.90
المجموع	**42**	**%100**

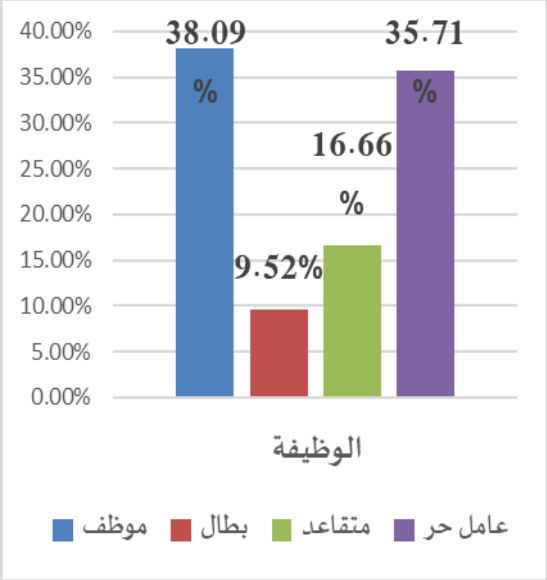


الشكل رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

يوضح الجدول أعلاه متغير مستوى الدراسي للمبحوثين ، حيث بلغ عدد المبحوثين في مستوى الثانوي 35.71% ، وتساوت النسب11.90% أي ما يعادل كل منهم بتكراري بلغ 05 مفردات، و مفردتان للابتدائي ما يعادل نسبة 4.76% . ويعود هذا إلى أن مستوى الثانوي هو الأقرب للفهم والاستعذاب بعد من لديهم مستوى جامعي ودراسات العليا.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الصفة الوظيفية

الوظيفة	العدد	النسبة المئوية
موظف	16	**%38.09**
بطال	04	**%09.52**
متقاعد	07	**%16.66**
عامل حر	15	**%35.71**
المجموع	**42**	**%100**

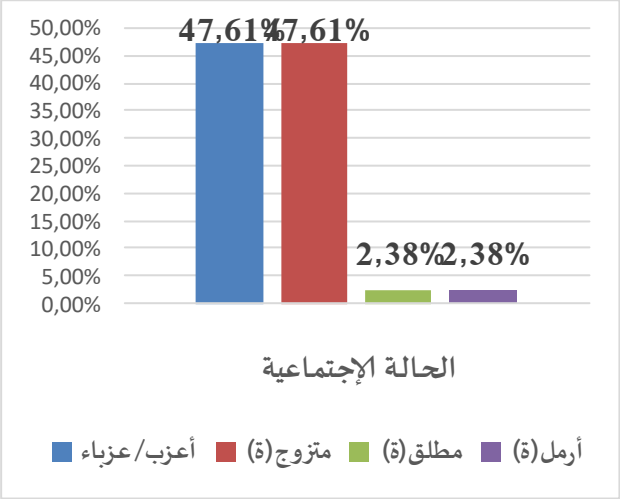


الشكل رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفة الوظيفية

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفة الوظيفية حيث بلغت أعلى نسبة إلى الموظف بنسبة 38.09%أي ما يعادل 16 مفردة وبلغت نسبة العامل الحر إلى35.71%أي ما يعادل 15 مفردة في حين بلغت كل من البطال والمتقاعدالنسب16.66%و9.52 % إ أي ما يعادل كل من 07 و04مفردات . اعتبار أن الموظف الإداري هو الأكثر حاجة للانترنت والتعامل مع الوكالات بسبب حتميته إما الدراسية أو العملية فبالعودة إلى الجدول السن نجد أن الفئة الأكثر تعاملا هي تلك بين 21 –30 أي أن اغلبهم جامعيين وموظفين يحتاجون الانترنت لتلبية حاجاتهم المعرفية والعملية.

االجدول رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الإجتماعية

المستوى	العدد	النسبة المئوية
أعزب/عزباء	20	**47.61%**
مطلق(ة)	01	**2.38%**
متزوج(ة)	20	**47.61%**
أرمل(ة)	01	**2.38%**
المجموع	**42**	**100%**



الشكل رقم 06: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الإجتماعية

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية حيث بلغ كل من المتزوج والأعزب إلى ما يعادل 20 مفردة أي نسبة مئوية تقدر ب 47.61% في حين بلغت نسبة 2.38 % إلى أي ما يعادل مفردة واحدة أرمل ومطلق.

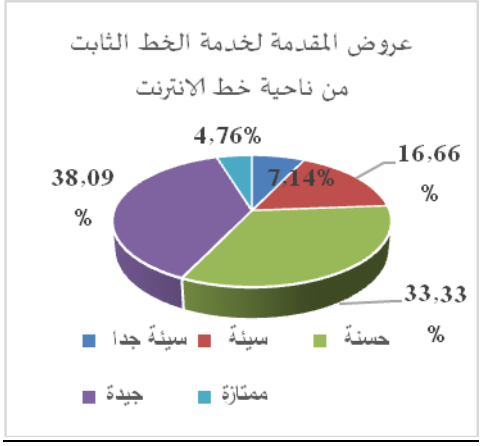
حيث أكدت العدد من الدراسات على إلزامية التوافق في استخدام الانترنت في توافق التزاوجي بين العزاب والمتزوجين من خلال حاجاتهم لها ، فالمتزوجون يحتاجون الانترنت بغرض تعليم والتربية لأولادهم والعزاب يحتاجون الانترنت لغرس التكامل التوافق بالنتائج عن نجاح استخدام الانترنت والاستفادة من عروض وكالات التي يلجأ لها المتزوجون كالاستشارات الرقمية وتربية الأولاد وتعليمهم كيفية استغلال الانترنت بشكل ايجابي مما يخلق ذلك التوافق بين المتزوجين والعزاب [1] .

[1] هرفاوي صالح و آخرون :**الرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال إذاعة قالمة "نموذجا"**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016، ص60.

المطلب الثاني: عرض وتحليل محور تقييم الزبائن للعروض التي تقدمها وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت

الجدول رقم 06: يوضح عروض المقدمة لخدمة الخط الثابتمن ناحية خط الانترنت أو الاتصالات

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
سيئة جدا	03	%7.14
سيئة	07	%16.66
حسنة	14	%33.33
جيدة	16	%38.09
ممتازة	02	%04.76
المجموع	**42**	**%100**



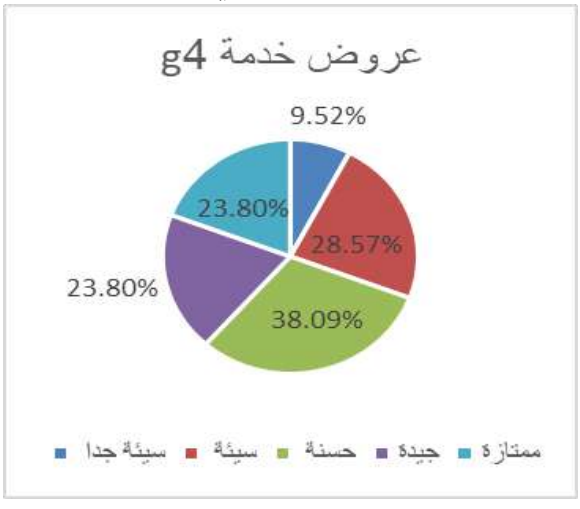
الشكل رقم 07: يوضح عروض المقدمة لخدمة الخط الثابت من ناحية خط الانترنت أو الاتصالات

يوضح الجدول أعلاه عروض المقدمة لخدمة الخط الثابت من ناحية خط الانترنت أو الاتصالات حيث بلغت نسبة للخدمة الجيدة بلغت 38.09 ليلها الحسنة بنسبة 33.33 بالمائة والسيئة 16.66 بالمائة وتذيلت كل من السيئة جدا وممتازة 7.14 بالمائة و04.76 بالمائة.

ويعود الاستحسان الزبائن للوكالة من حيث الخدمة الجديدة التي أطلقتها الوكالات في الجزائر ، من حيث محدودية السعر من جهة وقلة الانقطاع على عكس من لم يلاقي استحسان بسبب بقائهم على الخدمة القديمة

الجدول رقم 07: يوضح العروض التي تترافق مع المناسبات الدينية والوطنية في G4

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
سيئة جدا	04	%09.52
سيئة	12	%28.57
حسنة	16	%38.09
جيدة	10	%23.80
ممتازة	10	%23.80
المجموع	**42**	**% 100**



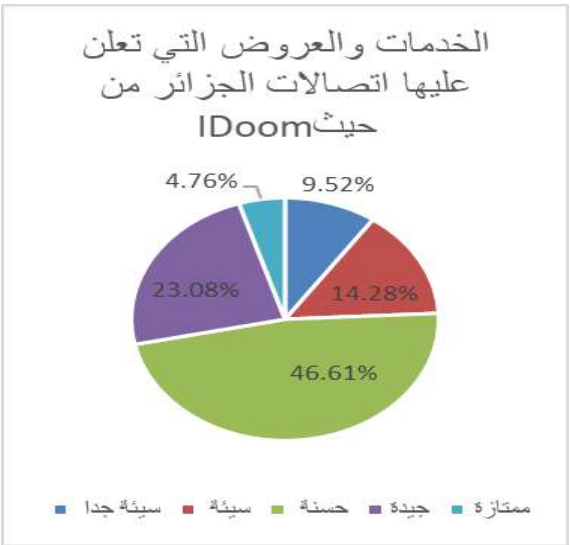
الشكل رقم 08: يوضح العروض التي تترافق مع المناسبات الدينية والوطنية في G4

يوضح الجدول أعلاه العروض التي تترافق مع المناسبات الدينية والوطنية في G4حيث أعرب أغلب مفردات العينة على الخدمة الحسنة بنسبة 38.09% أي ما يعادل 16 مفردة، في حين أن 28.57% أعرب على الخدمة السيئة أي ما يعادل 12 مفردة، بينما تساوت بين الخدمة الجيدة وممتازة10 أي نسبة 23.80% وسيئة جدا بنسبة 09.52%، اي ما يعادل04.

تلاقي هذه العروض استحسان اغلب الزبائن من حيث باقة التعبئة التي تزيد من سعة جيغا الواحدة ، في حين يرى آخرون ان هذه العروض هي وسيلة وكالات لنهب 5 مائة دينار على كل خدمة بتذبذب الانترنت . وهنا يبرز التباين حيث يلاحظ المنتقدين أن المناسبات سعة الانترنت بسبب تلك العروض التي لا فائدة منها في حين يرى مستحسنون أن الخدمات القديمة هي سبب في تذبذب على عكس شرائح الهاتف المعبئة والتي تكون فيها سعة الانترنت أقوى

الجدول رقم 08: يوضح الخدمات والعروض التي تعلن عليها اتصالات الجزائر من حيثIDoomات

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
سيئة جدا	04	%09.52
سيئة	06	%14.28
حسنة	20	%46.61
جيدة	10	%23.08
ممتازة	02	%04.76
المجموع	42	%100



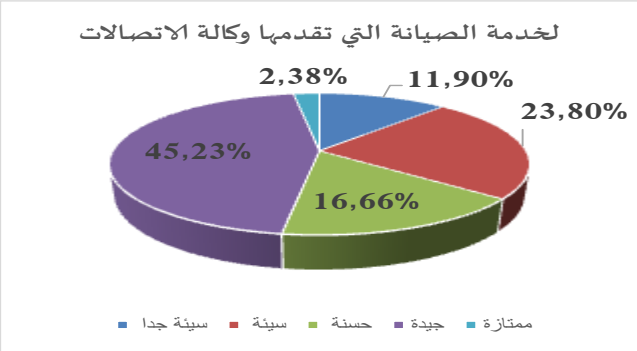
الشكل رقم 09: يوضح الخدمات والعروض التي علن عليها اتصالات الجزائر من حيثIDoom

يوضح الجدول أعلاه الخدمات والعروض التي تعلن عليها اتصالات الجزائر من حيثIDoomحيث بلغت الخدمة حسنة نسبة 46.61%أي ما يعادل 20مبحوث ، في حين بلغت 23.08% جيدة أي مايعادل 10 مفردات تذيلت كل من النسب14.28%و09.52%، 4.76%،بنسبة سيئة جدا وممتازة، ويعود سبب هذا الاستحسان إلى أن يسر اتصالات الجزائر أن تعلن عن إطلاق عرضها الجديد " IDoom 4G ". حرصا منها على تلبية احتياجات زبائنها والاستجابة لتطلعاتهم، تطلق اتصالات الجزائر فئات تعبئة متنوعة والتي تحقق رغبه كل مستخدميها [1].

[1] : العروض الجديدة لوكالة اتصالات الجزائر ، موقع الخاص بتليكوم الجزائر ، ت ز 17-04-2024 على ساعة 18:30 مساءا رابط المقالة https://www.algerietelecom.dz/ar/espace-presse

الجدول رقم 09: يوضح لخدمة الصيانة التي تقدمها وكالة الاتصالات الجزائر بتقرت

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
سيئة جدا	05	%11.90
سيئة	10	%23.80
حسنة	07	%16.66
جيدة	19	%45,23
ممتازة	01	% 02,38
المجموع	100	%100



الشكل رقم 10: جدول يوضح لخدمة الصيانةالتي تقدمها وكالة الاتصالات الجزائر بتقرت

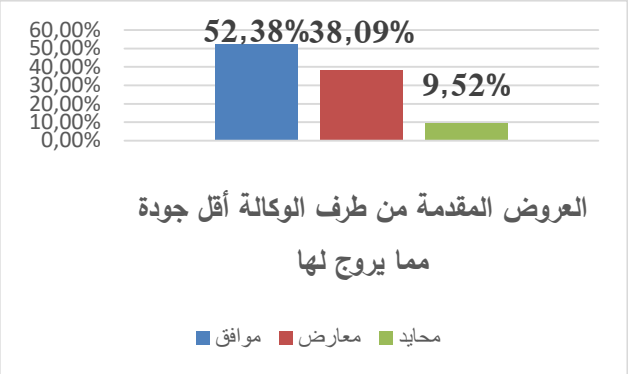
يوضح الجدول أعلاه لخدمة الصيانة التي تقدمها وكالة الاتصالات حيث بلغت الخدمة جيدة نسبة 45.23% أي ما يعادل 19مبحوث ، في حين بلغت 23.08% سيئة أي مايعادل 10 مفردات تذيلت كل من النسب16.66%و11.90%،و2.38%،بين حسنة و سيئة جدا وممتازة،

فمن خلال الشكوات السنوات الفارطة صارت جل وكالات عبر الوطن سريعة الخدمة من ناحية الصيانة بمختلف أعطابها وهذا لرفع نسبة ثقة الزبون وتحسين صورة الايجابية للوكالة من أجل تغطية نقاط وسلبيات أخرى فيها

المطلب الثالث: عرض وتحليل محور تقييم الزبائن لجودة خدمة وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت

جدول رقم (11): يوضح العروض المقدمة من طرف الوكالة أقل جودة مما يروج لها

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
موافق	22	%52.38
معارض	16	**%38.09**
محايد	04	**%09.52**
المجموع	42	%100

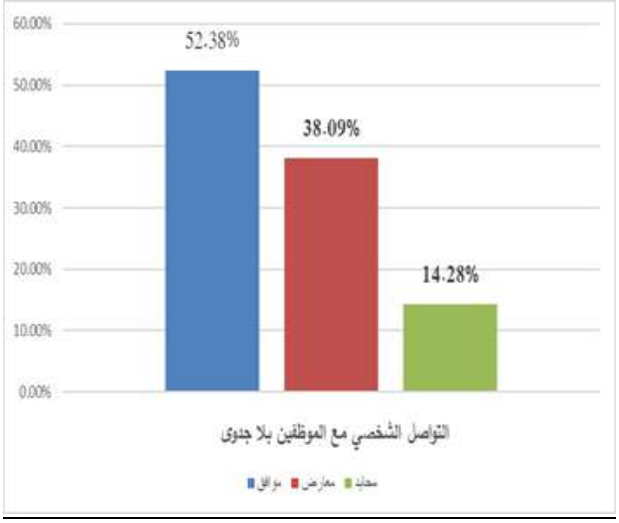


الشكل رقم (11): يوضح العروض المقدمة من طرف الوكالة أقل جودة مما يروج لها

يوضح الجدول أن الإعلانات و العروض المقدمة من طرف الوكالة أقل جودة مما يروج لها حيث أعرب 52.38% أنهه يؤيد هذا الطرح ، في حين عارض 38.09 %وحايد 09.52 % هذا.حيث أكد اغلب المبحوثين أن هناك قله جودة أكثر مما يروج لها في العروض ، فكما بين لنا سابقا أن قراءة العروض لاقت استحسان اغلب أفراد العينة ، في حين أن تطبيق العروض من ناحية الجودة لم تلاقي نفس الاستحسان ، من حيث سلبيات التي لا تزال ترافق خدمات وكالات اتصالات الجزائر

الجدول رقم 12: يوضح التواصل الشخصي مع الموظفين

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
موافق	22	52.38%
معارض	16	38.09%
محايد	06	14.28%
المجموع	**42**	**100 %**

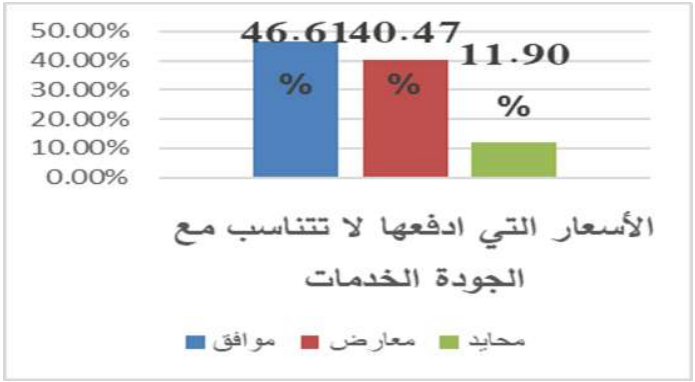


الشكل رقم 12: يوضح التواصل الشخصي مع الموظفين

يوضح الجدول أعلاه التواصل الشخصي مع المسؤول بسبب سوء الفهم مع الموظفين حيث وافق 52.38% ورفض 38.09 بالمائة بينما حايد 14.28%.يلجأ العديد من الزبائن الى كتابة الخطية ليصل إلى المسؤول والذي تعد نقطة سلبية ،حيث وافق أغلب المبحوثين على ذلك وهذا يعود لسوء خدمة من طرف الموظفين مع الزبائن وعدم قدرة على التوافق ، واحيانا يطلب موظفين ذلك ان كان القرار او الشكوى تحتاج شخصا ارفع منصبا.

الجدول رقم 13:يوضح ا لأسعار التي ادفعها لا تتناسب مع الجودة الخدمات

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
موافق	20	%46.61
معارض	17	%40.47
محايد	05	%11.90
المجموع	42	100%

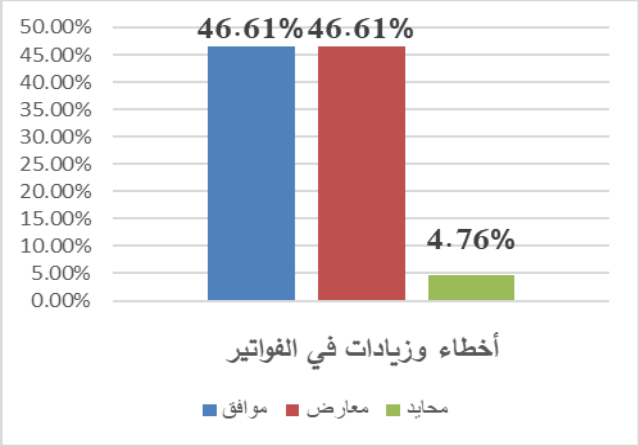


الشكل رقم 13:يوضح الأسعار التي ادفعها لا تتناسب مع الجودة الخدمات

يوضح الجدول الأسعار التي ادفعها لا تتناسب مع الجودة الخدمات التي تقدمها لوكالة اتصالات الجزائر بتقرت المبحوثين حيث وافقا لطرح 46.61% وعارض 40.47% وحايد بنسبة11.90% تطلب خدمات IDoom أسعار ما بين 1500.00 في الهاتف المحول وبين 14000.00 و2000.00 دج في الهاتف الثابت حسب خدمة غير أن اغلب المبحوثين يلاحضون أن هذا المبلغ ليست بقيمة الجودة الضعيفة خاصة تلك العروض المقدمة في المناسبات الدينية والوطنية من ناحية ضعف سعة الانترنت وحتى أثناء إجراء مكالمات العادية .

الجدول رقم 14: يوضح أخطاء وزيادات في الفواتير

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
موافق	20	%46.61
معارض	20	%46.61
محايد	02	%04.76
المجموع	**42**	**%100**



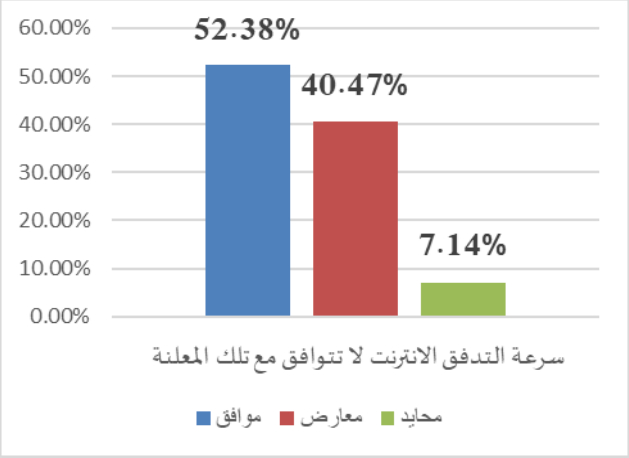
الشكل رقم 14: يوضح أخطاء وزيادات في الفواتير

يوضح الجدول أخطاء وزيادات الفواتير حسب المبحوثين حيث أكد بالإيجاب والنفي بنسبة46.61%وحايد بنسبة04.76%.

حيث تباينت في هذا الطرح بين مؤيد معارض فمثلا أثناء تزامن وباء كورونا نصت وكالة الاتصال على عدم احتساب تلك الفترة بسبب قانون حظر التجوال ، لكن بعد الوباء صارت فواتير الانترنت مرتفعة وذلك بسبب احتساب الوكالات ديون فترة وباء مع فواتير الحديثة ، مما أدى لبروز مبالغ خيالية تحت حجة مديونية في فترة كورونا ، فاستغلال وكالات مناسبات و أزمات أدى إلى رفع فواتير تحت مسمى الدين ، بالإضافة إلى أخطاء في احتساب الاشتراك الشهري خاصة متعاملي خدمة doom للخط الثابت.

الجدول رقم 15: يوضح سرعة التدفق الانترنت

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
موافق	22	%52.38
معارض	17	%40.47
محايد	08	%07.14
المجموع	**100**	%50



الشكل رقم 15: يوضح سرعة التدفق الانترنت

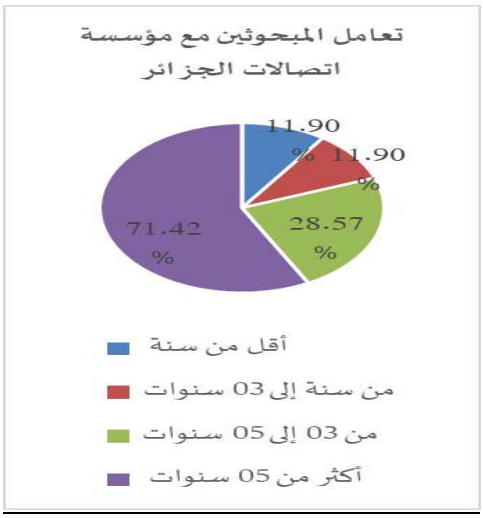
يوضح الجدول سرعة التدفق الانترنت لا تتوافق مع تلك المعلنة عنها من قبل الوكالة حيث أيد 52.38 بالمائة هذا الطرح وعارضه 40.47 بالمائة و7.14 كان ومحايدين .

اذ ان اغلب المبحوثين هذا الطرح والذي ذكرناه في التعليق لا السابقة من حيث الجودة والتي نجدها اقل من حيث الخدمة على عكس ما يشاع عليها ، فان ذكرت وكالة إن الخدمة مثلا غير محدودة نجدها العكس وإذا عينت وحددت سعة جيغات تختزل جيغات فبذل من الخمسين تستخدم 30 والعشرين تضيع في سوء الخدمة بين تذبذب وقلتها وازدحامها ....الخ من الأعذار .

المطلب الرابع: عرض وتحليل محور مساهمة مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت

الجدول رقم 16: يوضح تعامل المبحوثين مع مؤسسة

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أقل من سنة	05	%11.90
من سنة إلى 03 سنوات	05	%11.90
من 03 إلى 05 سنوات	12	%28.57
أكثر من 05 سنوات	20	%71.42
المجموع	**42**	**%100**

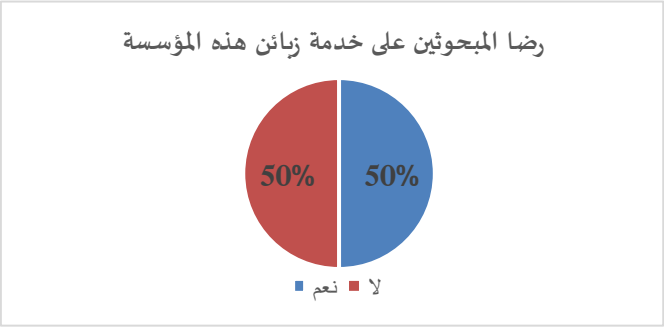


الشكل رقم 16: يوضح تعامل المبحوثين مع مؤسسة

يوضح الجدول أعلاه تعامل المبحوثين مع مؤسسة اتصالات الجزائر حيث يتعامل معها71.42%بالمائة أكثر من 05 سنوات،في حين أن28.57%يتعاملون معها من03 إلى 05 سنوات، في حين أن 11.90%يتعاملون معها بين من أقل من السنة إلى من السنة إلى ثلاث سنوات.وتعود سنوات التعامل مع الوكالة إلى عامل السن المذكور أعلاه بالإضافة معامل الوظيفة و الحالة الاجتماعية ، حيث أن اغلب المتعاملين كانوا أكثر من خمس سنوات حسب تعاملهم المتعلق بالوظيفة والحالة الاجتماعية وعامل السن الأكبر في هذه الدراسة.

الجدول رقم 17: يوضح رضا المبحوثين على خدمة زبائن

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	21	%50
لا	21	%50
المجموع	**42**	**%100**

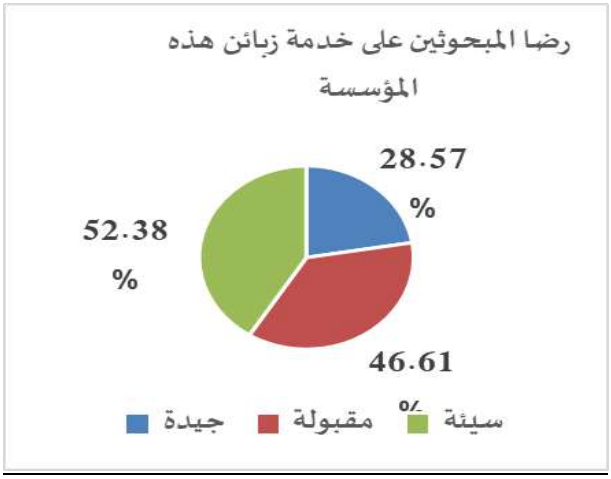


الشكل رقم 17: يوضح رضا المبحوثين على خدمة زبائن

يوضح الجدول رضا المبحوثين على خدمة زبائن هذه المؤسسة حيث تساوت بين من أجاب ونفى ذلك بنسبة 50 بالمائة، ويعود هذا التباين في رضا إلى نوعية الخدمة التي تخدمها وكالة لزبائنها من جهة بالإضافة إلى رضا عن العروض المقدمة والجودة .

الجدول رقم 18: يوضح مستوى تقييم المبحوثين لخدمة الزبائن

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
جيدة	12	%28.57
مقبولة	20	%46.61
سيئة	22	%52.38
المجموع	**42**	**%100**



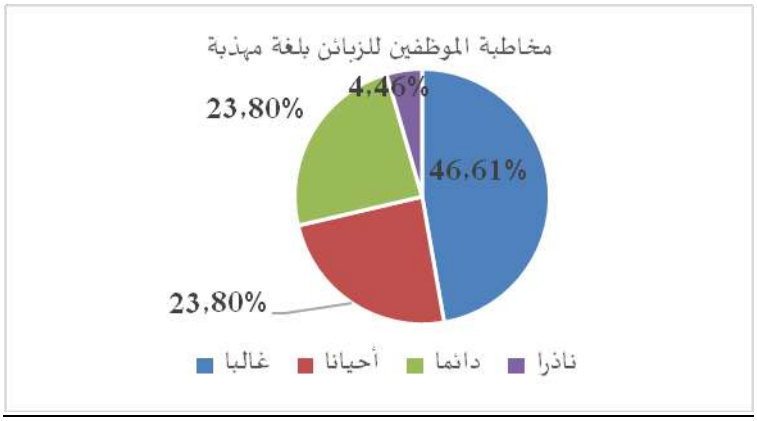
الشكل رقم 18: يوضح مستوى تقييم المبحوثين لخدمة الزبائن

يوضح الجدول أعلاه مستوى تقييم المبحوثين لخدمة الزبائن لمؤسسة اتصالات الجزائر حيث بلغت 52.38 بالمائة على المستوى النسيء جدا، ليلها46.61بالمائةبمستوى مقبول في حين أن28.57 بالمائة بمستوى

جيد.ويعود استياء المبحوثين إلى نوعية الخدمة الهيكلية والوظيفية للوكالة فمن ناحية الخدمة الهيكلية المتعلقة بالموظفين وطريقتهم في التعامل أما الخدمة الوظيفية المتمثلة في وظائف وكالة كتسهيل الخدمة واستحقاق العروض بشكل فعلي

الجدول رقم 19: يوضح مخاطبة الموظفين للزبائن بلغة مهذبة

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
غالبا	20	%46.61
أحيانا	10	%23.80
دائما	10	%23.80
ناذرا	02	%4.46
المجموع	**42**	**%100**

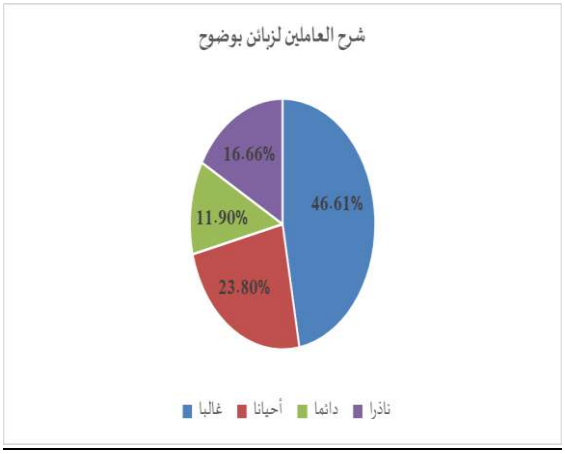


الشكل رقم 19: يوضح مخاطبة الموظفين للزبائن بلغة مهذبة

يوضح الجدول أعلاه مخاطبة الموظفين للزبائن بلغة مهذبة ، حيث أنه غالبا ما الموظفون يخاطبون بلغة مهذبة 46.41% تساوت بين أحيانا ودائما بنسبة 23.80 % وأجاب ناذرا 4.46 %،ويعود هذا الاختلاف حسب طريقة حديث الزبون وتعامله الأولي الذي يثير انطباع الموظفين بلغة المتناسبة معه ، بالإضافة إلى خبرة تعامل الموظفين مع الزبائن ، كما تلعب الفئة العمرية لزبون اللغة المحددة في المخاطبة بالإضافة إلى مستوى التعليمي للزبون التي تجعل من اللغة مختلفة من فرد لآخر.

الجدول رقم 20: يوضح شرح العاملين لزبائن لخدمات والمنتجات

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
غالبا	20	% 46.61
أحيانا	10	% 23.80
دائما	05	%11.90
ناذرا	07	%16.66
المجموع	**42**	**%100**

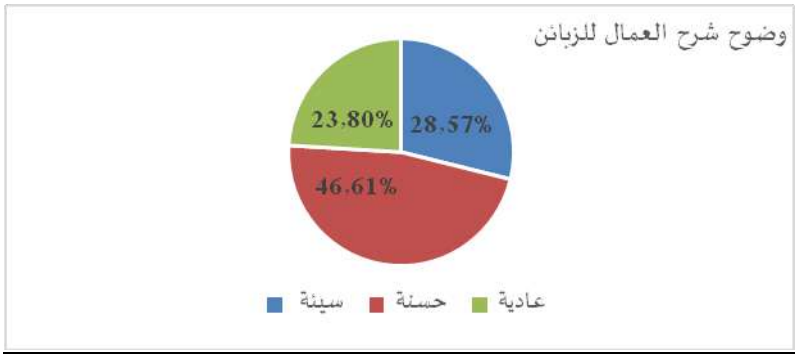


الشكل رقم 20:يوضح شرح العاملين لزبائن لخدمات والمنتجات

يوضح الجدول أعلاه يوضح شرح العاملين لزبائن لخدمات والمنتجات بوضوح وسهولة،حيث يفضل46.61%من المبحوثين أتهم غالبا ما يتلقون شرحا واضحا،و23.80 %انهم أحيانا ما يتلقون شرحا واضحا و 16.66% ناذرا ما يتبقون شرحا واضحا و11.90% دائما ما يتلقون شرحا واضحا

الجدول رقم 21:يوضح مدى وضوح شرح العمال للزبائن

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
سيئة	12	%28.57
حسنة	20	%46.61
عادية	10	%23.80
المجموع	**42**	**%100**

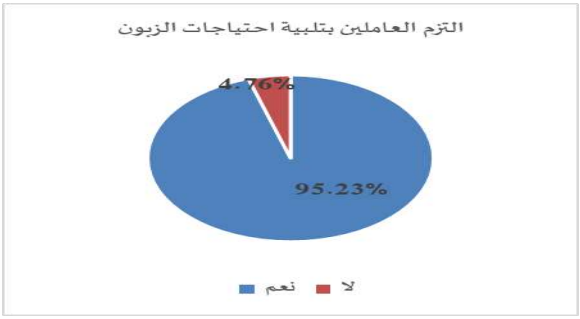


الشكل رقم 21:يوضح مدى وضوح شرح العمال للزبائن

يوضح الجدول أعلاه وضوح شرح العمال للزبائن ،اعتبرها 46.61 %أنها حسنة و28.57% سيئة في حين أن 23.80 % انها عادية .ويعود هذا الأخير إلى مؤشرين الأول درجة المؤشر الأول مهارات الموظف في الشرح والإقناع وهنا نجد المستوى التعليمي للموظف يلعب دورا هما ، المؤشر الثاني درجة استيعاب الزبون وفهمه للموظف وهنا نجد مؤشر الإستعاب العقلي مع المستوى العلمي.

الجدول 22 :يوضح مدى التزم العاملين بتلبية احتياجات الزبون

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	%95.23
لا	02	%4.76
المجموع	42	%100

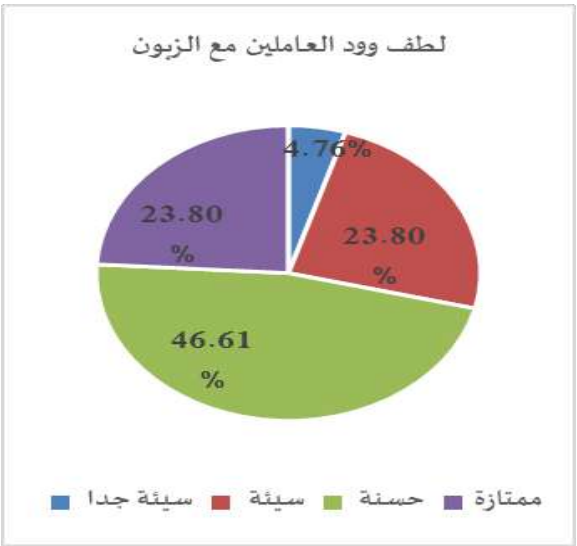


الشكل 22 : يوضح مدى التزام العاملين بتلبية احتياجات الزبون

يوضح الجدول أعلاه تأثير مدى التزام العاملين بتلبية احتياجات الزبون بشكل صحيح ، حيث أكد بالإيجاب على ذلك بنسبة 95.23%في حين أن 4.76%نفوا ذلك،وتباين التزام العاملين حسب ضرورة حرص الزبائن على احتياجاتهم والتي تؤدي إلى حرص الموظفين.

الجدول رقم 23:يوضح مدى لطف وود العاملين مع الزبون

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
سيئة جدا	02	%4.76
سيئة	10	%23.80
حسنة	20	%46.61
ممتازة	10	%23.80
المجموع	42	%100



الشكل رقم 23: يوضح مدى لطف وود العاملين مع الزبون

يوضح الجدول أعلاه مدى لطف وود العاملين مع الزبون ، حيث كانت أعلى لمن أكد بأنها حسنة بنسبة 46.61 %في حين أن تساوت23.80%بين أنها سيئة و ممتازة و 04.76%على أنها سيئة جدا ،ويعود هذا الاختلاف في الأراء حسب طريقة حديث الزبون وطريقة تعامل الموظف التي تختلف من شخص لآخر.

الجدول 24: يوضح مدى قيام الوكالات بخدمات جيدة

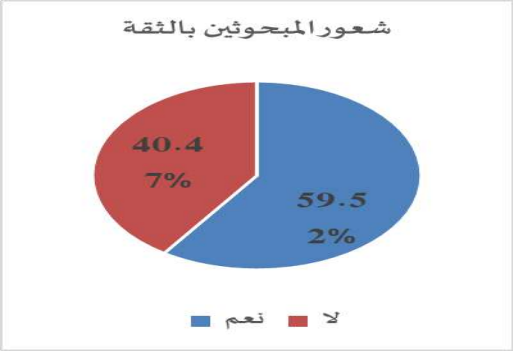
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	%46.41
لا	12	%28.57
المجموع	42	%100

الشكل24: يوضح مدى قيام الوكالات بخدمات جيدة

يوضح الجدول أعلاه مدى قيام الوكالات بخدمات جيدة ، حيث أكد 46.41% في نفى ذلك 28.57% ،ويعود تباين الردود إلى مهارات الفردية للموظفين من جهة بالإضافة إلى استحسان الأفراد من حيث تلبية رغباتهم والتي تختلف من فرد لأحر وهنا يعود الاختلاف حسب الطرفين الزبائن و الوكالة الاتصالية.

الجدول رقم 25:يوضح شعور المبحوثين بالثقة بتعامل مع وكالات الاتصالات

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	%59.52
لا	17	%40.47
المجموع	42	% 100

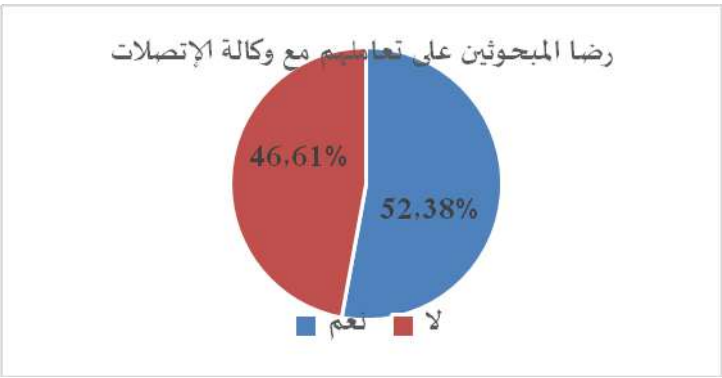


الشكل رقم 25:يوضح شعور المبحوثين بالثقة بتعامل مع وكالات الاتصالات

يوضح الجدول أعلاه شعور المبحوثين بالثقة بتعامل مع وكالات الاتصالات، حيث أكد 59.52 بالمائة ذلك مدى ثقتهم بها، في حين لا يثق بها 40.47بالمائة ،حيث تتباين مسألة الشعور بثقة من حيث ضمان صحة العروض وجديتها في التطبيق بالإضافة إلى الخدمة سريعة من حيث الصيانة وخدمات الحسنة لموظفي الوكالة.

الجدول رقم 26: يوضح رضا المبحوثين على تعاملهم مع وكالة الإتصلات

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	%52.38
لا	20	%46.61
المجموع	42	%100

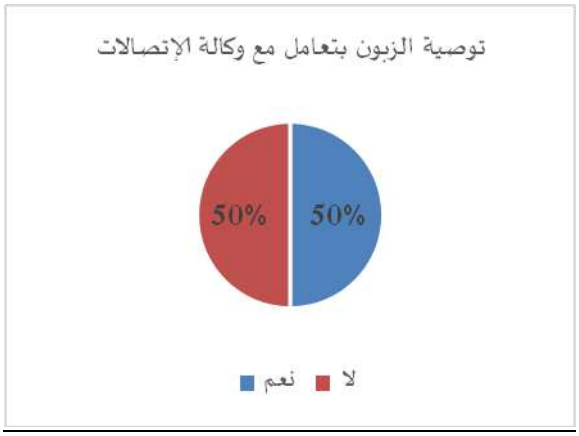


الشكل رقم 26:يوضح رضا المبحوثين على تعاملهم مع وكالة الإتصلات

يوضح الجدول أعلاه رضا المبحوثين على تعاملهم مع وكالة الإتصلات حيث رضا عنها مايقارب نسبة 52.38% ولم يرضا عنها 46.61 %،وهذا يعود لمؤشرات الخدمة زبائن من جهة وتطبيق العروض وجودة الخدمات .

الجدول 27: يوضح توصية الزبون بتعامل مع وكالة الاتصالات

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	21	%50
لا	21	%50
المجموع	42	%100



الشكل27: يوضح توصية الزبون بتعامل مع وكالة الاتصالات

يوضح الجدول أعلاه توصية الزبون بتعامل مع وكالة الاتصالات بمدينة تقرت،حيث بلغت من أوصى بتعامل معها بنسبة 50% أي ما يعادل 21 مبحوث، في حين بلغت من رفض أن يوصي بها بنسبة 50% بعدد 21 مبحوث.

حيث أن هذا تباين يعود إلى درجة رضا كل مبحوث وزبون على تعامل الوكالة وأسلوبها وجودة عروضها.

المبحث الثالث : عرض النتائج وتحليلها لمحاور المقابلة

أجرينا المقابلة مع نائبة مدير المسير الخاصة بقسم الزبائن وطرحنا عليها جملة أسئلة مقابلة وكانت إجاباتها كالتالي:

المطلب الأول: عرض وتحليل محور مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت

- من ناحية المهارات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة فتمثلت في التواصل وتعامل مع الزبائن ،معتمدين في أغلبها على الاتصال المباشر والشخصي، وان المهارات البديلة هي الاتصال المباشر بمقر اتصالات بالجزائر في حال ان فشل الأسلوب الأولي وهو اعتماد كمعلومات من خلال الوكالة المركزية.
- وفي نفس السياق، فإن مهارات المكتسبة المتمثلة في التواصل المباشر تساهم بخدمة الزبائن بشكل جيد ، ذلك مراعاة لمستوى الفكري لكل زبون ، وهو ما يجعل الموظفين يسعون الى تحسين الاتصال الشخصي من الدرجة الأولى .
- وفي خضم هذا الجانب من التواصل فإن من بين الاقتراحات المتعلقة بهذا الجانب تسخير كل الوسائل المتاحة المباشرة وغير المباشرة لنجاح العملية التواصلية بين الوكالة وزبائنها ، ذلك ان الاتصال والتواصل يعد مهارة أساسية يرجى تطويرها للحفاظ على مكانة الوكالة، حيث أن الاتصال

الشخصي يعتبر إستراتيجية تقرب وجهات النظر وتحل سوء الفهم وتحل المشاكل بشكل أسرع و أوضح.

المطلب الثاني: عرض وتحليل محور استراتيجيات الوكالة في تطوير مهارات الإتصال الشخصي للعمال لدى وكالة الجزائر بتقرت.

- من حيث الخطط والاستراتيجيات المستقبلية للوكالة فإنها تخطط لإقامة جملة برامج و دورات تكوينية في مجال الاتصال خاصة الاتصال الشخصي للعمال، من أجل تحسين خدمة الزبائن بدرجة الأولى ، وذلك بسبب انعدام هذه الأخيرة والتي تسعى الوكالة إلى تنظيمها حيث بدأت بشكل متواضع تلقي تدريبات و دورات غير مكثفة ، فبعد أن كانت أنشطة التواصل تنحصر في الاتصال المباشر وبالهاتف وعبر مواقع الالكترونية كالا يميل ، هاهي تزيد من وتيرة الأنشطة إلى خضوع لدورات و تكوينات محتشمة .
- وفي هذا الجانب فإن الوكالة أحيانا ما تقدم إرشادات لكن تكون عن طريق تعليمات و أوامر يصدرها المدير باعتبار أن الاتصال الداخلي في المؤسسة هو اتصال رأسي، يبدأ ويبقى عند المدير وتكون عن طريق تعليمات يصدرها المدير أو تعليمات وإعلانات عبر أيميل من المدير للموظفين .
- وما أعابته الوكالة هي عدم وجود مكتب للاتصال ليخطط إلى أسلوب الاتصال أما الداخلي للمؤسسة أو الخارجي بين موظفين ومتعاملين .

المطلب الثالث: عرض وتحليل محور الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.

-إن من أهم العراقيل التي تصادف الوكالة المستوى التعليمي للموظفين بالإضافة إلى عدم معرفة أغلبهم على الوسائل الاتصال الحديثة وتطرق للعمل بها هذا من ناحية التقنية ، أما من الناحية المهنية مع الزبائن فتمثلت في عدم قدرة التفاهم وإقناع الزبائن ،وسوء تفاهم سواء من ناحية الموظفين مع بعضهم ، او خدمة الزبائن ، بالإضافة إلى الوقوع في الأخطاء ، وجل هذه العراقيل سببها عدم القدرة على التواصل وفهم العملية الاتصالية بشكل ناجح .

– برغم من أن المؤسسة توفر كل الدعم المالي والمعنوي ، غير أن اغلب الموظفين يفتقرون للمهنية وكيفية سيرورة العملية الاتصالية ، بالإضافة إلى غياب دورات التدريبية شبه غياب التي هي على وشك الانعدام

– أما عن ضغوطات الخارجية فقد تكون موجودة حسب بيئة ومحيط الموظف ، لأن هناك من يقحم ضغوطات الخارجية ضمن ضغوطات العمل، والتي قد تظهر أما في الأداء النسيء للعمل من ناحية التقنية أو من ناحية التعامل مع الزبائن ، أما عن تحفيزات المادية فهي غائبة في الوكالة، ذلك أن العمل في الوكالة يكون بروح الجماعية ولا توجد مهارات فردية أو تمييز موظف على موظف أو احتكار مهارة عن مهارة أخرى ، وهذه الأخيرة أي مهارة الفردية والجماعية هي قناعة بين الموظفين ، وربما إقامة حوافز فردية قد يخلق جو

من المشاحنات والتنافس والانفلات المهني ، لذا لا تقوم الوكالة بتحفيزات لا الفردية ولا الجماعية، لا بشكل المادي كالعلاوات ولا بشكل المعنوي كالترقيات في العمل بسبب النظام الرأسي المتواجد في الوكالة .

– أما عن الحلول المقترحة فتمثلت في بداية، زيادة العمال حتى تكون الخدمة كاملة وتكون تغطية العمل شاملة ، بالإَضافة إلى إقامة دورات وبرامج تكوينية في مجال الاتصال ومهارات إقناع لخدمة زبائن بشكل ناجح ، محاولة كسب رضا وثقة الزبون ، ومتابعة مع الإشراف أُثناء الدورات والبرامج التكوينية.

المبحث الرابع : مناقشة النتائج على ضوء الأسئلة واختبار الفرضيات

حاولنا في الجانب التطبيقي معالجة موضوعنا من الناحية الكمية والكيفية بشكل تطبيقي بعيدا عن التنظير ، حيث قمنا باستخدام الأساليب الإحصائية ، و قمنا بعرض النتائج وتحليليها والتي نحن بصدد مناقشة نتائجها ، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول : مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات الفرعية

في هذا الجانب وكمحاولة لمناقشة النتائج بعد تحليلها بناءا النتائج من خلال تمحيصها وحسابها وعرض وتحليل نتائجها،حيث تضمن المحاور التالي

– مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت، تعتمد على مهارة التواصل والتعامل مع الزبائن ، بالإضافة الاتصال المباشر وتعزيز كل الإمكانيات الاتصالية المباشرة والغير المباشرة (كالوسائط المتعددة).

– استراتيجيات الوكالة في تطوير مهارات الاتصال الشخصي للعمال لدى وكالة اتصالات الجزائر بتقرت ، لابد من الخضوع لدورات التدريبية في المجال ، وتخصيص البرامج التكوينية حول ما يتعلق بالوسائل الحديثة كخطة بعيدة المدى للوكالة ،وتنويع في الاتصال الداخلي بتعدده ، و الخروج من صيغة الرأسية المبنية على صياغة الأوامر وتعليمات.

– تساهم مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت،من حيث لغة التواصل وطريقة المخاطبة ، بالإضافة إلى نوعية الخدمة وطريقة عرضها للزبون والإقناع بها ، و استغلال المهارات الشخصية للاتصال بالاقتناع بها ، وتجلت هذه المهارات في رضا المبحوثين وتوصية على وكالة الاتصالات وثقة فيما تعرضه.

– الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى الوكالة تقرت من أكثر هذه العراقيل المستوى الدراسي للموظفين وعدم قدرتهم على مجاراة الوسائل الحديثة ، وعدم القدرة على مهارة الإقناع وعدم قدرة تصحيح الأخطاء ، بالإضافة إلى عدم استغلال المهارات الفردية برغم من وجودها والتركيز على العمل الجماعي وإهمال العمل الفردي، بالإضافة إلى نقص في تكوين في المجال ونقص الموظفين وعجز عن تغطية خدمات الزبائن.

- تقييم الزبائن للعروض التي تقدمها وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت، حيث كان تقييم الزبائن بين سيئة وسيئة جدا والحسنة والجيدة وممتازة ، وأغلبها كان حسنة من ناحية العروض التي لاقت استحسانا للزبائن.
- تقييم الزبائن لجودة خدمة وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت، تنوعت التقييمات بين مؤيدين ومعارضين ومحايدين فقد كان أغلب المبحوثين راضيين على الوكالة في حين كان الطرف الآخر غير راضي بسبب أن العروض ماهي إلا كلمات وتعليمات من دون تطبيق.

المطلب الثاني : اختبار صحة الفرضيات

بناءا على نتائج الاستبيان ونتائج المقابلة توصلنا إلى جملة تحليلات نذكرها كالتالي والتي من خلال نثبت صحة أو خطأ فرضية

❖ **الفرضية العامة:**

- فمن حيث مهارات الاتصال الشخصي للعمال لها دور في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت فحسب المقابلة التي أجريناها مع نائبة المدير فان الوكالة ترتكز المهارة في الوكالة على مهارة التواصل والاتصال الشخصي ، والذي تعتبره إستراتيجية ناجحة، حيث تلجأ لها الوكالة من أجل خدمة زبائنها ، وتعتبر الاتصال خطة بديلة تشتمل الاتصال الشخصي،وتركز الوكالة على العملية الاتصالية كخطة أساسية من أجل استمراريتها مما يثبت صحة الفرضية الرئيسية

❖ **الفرضيات الجزئية:**

1) فعلى حسب المقابلة وكما ذكرنا في الافتراض الرئيسي والذي أثبتنا صحته:بالنسبة لتعدد مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة اتصالات الجزائر مدينة تقرت، ترتكز المهارة في الوكالة على مهارة التواصل والاتصال الشخصي ، والذي تعتبره إستراتيجية ناجحة، حيث تلجأ لها الوكالة من أجل خدمة زبائنها ، وتعتبر الاتصال خطة بديلة تشتمل الاتصال الشخصي ، وتركز الوكالة على العملية الاتصالية كخطة أساسية من أجل استمراريتها.، لكن رغم هذا فالوكالة تعتمد على الاتصال الشخصي التقليدي ،وأغلب موظفيها يفتقرون إلى خبرة تعامل مع الوسائل العصرية وأكثر جهودهم هي الإيميل ، ذلك أن المؤسسة تتبع منهاج الاتصال الرأسي والذي يبدأ وينتهي عند المدير ، والذي يقرر تعليمات وأوامر على شكل إرشادات مع غياب دورات التكوينية وتدريبية في العملية الاتصالية.بالإضافة إلى ضغوطات الخارجية وغياب المحفزات المالية والمعنوية و الوظيفية في المؤسسة ، تجنبا للمشاحنة واحتكار المهارات الفردية واختزالها وسط العمل الجماعي، وهذا الطرح يؤكد عدم صحة هذا الافتراض.

2) أما عن تعدد استراتيجيات الوكالة في تطوير مهارات الاتصال الشخصي للعمال لدى وكالة الجزائر بتقرت، في خصوص الاستراتيجيات البديلة، فباعتبار أن وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت تفتقد للعملية الاتصالية ، فهي تسعى لتطوير من موظفيها من خلال الشروع بإقامة وتكثيف من الدورات التدريبية والبرامج تكوينية حول أهم النقائص المتمثلة في الاتصال بأنواعه، خاصة المهارات الاتصالية و الإقناعية ، وتدرب حول برامج الحديثة من وسائل الاتصال التكنولوجية، واستغلال الرقمنة في العمل في قطاع بشكل سريع ، بالإضافة إلى الاعتماد على مهارات الفردية واستغلالها وتخصيص تحفيزات داعمة لها، وكذا حتمية توفر مكتب خاص بالاتصال من أجل تحسين قدرات وخبرات الخاصة بالتواصل من جهة ، وتخصيص فرع فيه لاستقبال شكاوي الزبائن ومعالجتها بمهارة تواصلية عالية ، لكسب صورة حسنة للوكالة بالإضافة إلى ضرورة التنويع من تواصل الداخلي للمؤسسة بغرض إبعاد الضغط عن الموظفين ، وشعورهم بالإرتياحية من أجل قيام بعمل ايجابي مما يؤكد عدم صحة هذا الافتراض.

3) تساهم مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت، فحسب على حسب المحور الثالث وتساؤلات التي طرحت في تعامل مع وكالات الاتصال والتي خلصت أن نصف المبحوثين راضيين على تعامل مع وكالات الاتصالية ويستحسنون العمل معها ويوصون بتعامل معها برغم من بعض النقائص في مهارات الاتصال بين الموظفين والزبائن ،فبرغم من رضاء وثقة الزبائن غير أن النصف الآخر كان متهجما على وكالة وخدماتها من حيث تعامل مع الموظفين، من حيث طريقة التواصل الشخصي ولغة معينة والتي تفتقدها أغلب المؤسسات، وعدم مراعاة اختلاف مستويات الثقافية بسبب غياب القدرة الإقناعية ، مما يلجأ اغلب الزبائن إلى كتابة شكاوي للمدير ، كل هذا يعود إلى غياب شروط التوظيف والذي يحسب خطأ وظيفيا في القطاع ، بالإضافة إلى الأخطاء البنائية، مما يؤكد صحة هذا الافتراض

4) أما عن تعدد الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل دور مهارات اتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت ، فقد أكدت لنا نائبة المدير في المقابلة أن هناك جملة صعوبات تمثلت في ، محاولة إقحام من هم أَصحاب المجال في التوظيف في وكالة ،من أجل الاتصال الناجح بين الموظف وزبون العائد إلى قلة المستوى الدراسي أو عدم إقحام أهل التخصص، بالإضافة إلى عدم تخصيص تدريبات عن وسائل الاتصال الحديثة، والاكتفاء بالأسلوب القديم الذي

يعتمد على تواصل الشفهي أو الكتابي أو الهاتفي، محاولة توفير الدعم المادي والمعنوي والمهني ، من أجل رفع درجة معنويات الموظفين مثل العلاوات المالية كالهدايا مقابل خدمات الفردية وجماعية من أجل الاستمرارية في المنوال ، والترقيات التي تعد محفزا منافسا بين موظفين وخلق نوع من التنافس، بفضل مهارات الفردية من أجل ضمان نجاح الخدمة للزبائن. وعدم ،توظيف خريجي قطاع الاتصال يتحلون بمهارات الاتصال والإقناع ، وحسن تعامل مع الزبائن باختلاف مستوياتهم، بالإضافة إلى إقامة الدورات التدريبية ، حول وسائل الاتصال الحديثة وكيفية تعامل بها وسط حيز العمل ، بالإضافة إلى برامج التكوينية عن مهارات الاتصال، وإقحام المهارات الفردية مقابل تحفيزات المادية والمعنوية، مما يؤكد صحة هذا الافتراض.

5) تقدم الوكالة الاتصالات بتقرت عروض متنوعة التي يعتبرها للزبائن جيدة فمن حيث العروض المتنوعة التي تقوم بها وكالة الإتصلات الجزائر بمدينة تقرت، كالعروض قيد حيز التنفيذ لاقت استحسان مبدئيا بها ، وتباينت بين جيدة والسيئة بسبب التجارب السابقة ، حيث يعرف أن الإتصلات الجزائر تتسم بضعف وتذبذب التغطية أتعلق الأمر بخدمة هاتف الثابتdoomبأنواعه أكان عن طريق الهاتف الثابت، حيث تتجسد خدمة العروض الخاصة بdoomفي الهاتف الثابت والخط المدفوع ، فالعروض المقدمة في هذه الخدمة تتجزأ إلى مستويين مستوى السعر المدفوع الذي ينخفض ويرتفع حسب الحاجة و سعة الخدمة وجودتها ، وهذه الأخيرة لاقت استحسانا حسب ظروف المادية لبعض المبحوثين وإسقاط جودتهم على وظائفهم وخدماتهم محدودة ،على عكس الأطراف الأخرى التي اعتبرت أن جودة السيئة لا تستحق المبالغ الرمزية مدفوعة لها ، –أما من ناحية باقي العروض فقد ترادفت الأراء ، بين استحسان وتهجم بسبب سعة الميغا في خدمة ' ج 4 مثلا وخدمة الخط الثابت والتي تتذبذب سعتها خاصة في المناسبات ، حيث أن أغلب العروض معمول بها نبقا مجرد تعليمات لا تطبق بحذافيرها على حسب رأي أغلبية المبحوثين، مما يؤكد صحة هذا الافتراض

6) أغلب الخدمات المقدمة هي خدمات جيدة من طرف الوكالة، بالنسبة للجودة فلا تختلف كثيرا عن الانتقاد للعروض ، فكما ذكرت في مراحل تحليل هذه الدراسة أن في كثير من الأحيان تتصادف مع قلة الجودة والتي تكون عكس ما تعرضه وكالات الاتصالات ، كعدم محدودية سعة الإنترنت والتي تبقى مجرد كلام إشهارات مقارنة بالواقع الذي تكون فيه سعة الإنترنت محدودة ونصفها يضيع مع تذبذب ، بالإضافة إلى اختلاس أموال أكثر مقابل سعة أقل ، كل هذا في كفة مقارنة بالجودة الضئيلة خاصة في ظل عدم

تلبية حاجات المعرفية والوظيفية لتلبية التغطية الكاملة، وبالرغم من ذلك لا ننكر محاولات وكالات اتصالات الجزائر لسعي لتطوير وتحسين من نقاط الضعف في الإنترنت ومكالمات وتعويضها بخدمات الصيانة السريعة وتطبيقها من أجل تغطية كل ضعف في جودة، مما يؤكد صحة هذا الافتراض

خلاصة الفصل

تعتبر وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت، من بين الوكالة الفرعية في جنوب الشرقي للجزائر ، التابعة لفرع ورقلة ، تتميز بمهارات الاتصال المباشر كمهارة أساسية ، حيث تركز الوكالة على رضا الزبون كهدف بعيد المدى ، وكسب الزبون كهدف قصير المدى ، فيكون كسب الزبون من خلال العروض والخدمات التي تقدمها الوكالة، بالإضافة إلى مهارات التواصل التي تعد مهارة أساسية.

وبرغم من ذلك، تفتقد الوكالة عدة شروط كمهارة الإقناع و صعوبة الحوار مع شرائح الزبائن من مختلف الجنسية، والفئات العمرية، والمستوى الثقافي، حيث يعد هذا من أبرز الصعوبات ،خاصة و أن الوكالة تفتقر إلى الدورات التدريبية والبرامج التكوينية في مجال الاتصال وتقنياته الحديثة.

خاتمة

خاتمة

وفي الأخير ونحن نضع النقاط الأخيرة على الدراسة لبحثنا ودراستنا حيث قمنا بدراسة ميدانية لوكالة الاتصالات الجزائرية بمدينة تقرت ، وخصصنا حديثنا في الدراسة،حول المهارات والاستراتيجيات المتبعة ، ومدى رضا زبائنها ، على الخدمة من مختلف جوانبها أتعلق بالتعامل وأسلوب التواصل أو بالجودة أو بالعروض .

وباعتبار اعتمادنا على نظرية البنائية الوظيفية المتعلقة بدراسات حول المؤسسات ، والتي تهدف إلى معرفة تحقيق مدى البناء الداخلي الاستراتيجي وتحقيق النجاح الوظيفي في ذلك متجاوزين رضا الوظيفي للعمال إلى رضا الخدمة للزبون ، ونظرا لتلاحم الذي يربط البناء بالوظيفة فإننا نسقط حذافير النظرية على الدراسة .

فمن ناحية البناء تعتبر بناء الداخلي للإستراتيجية جد متواضع ذلك بسبب جملة من الصعوبات وأهمها التواصل الداخلي المبني على التواصل الرأسي والذي يعد معيقا للموظفين مما يساهم بتقييد بتعليمة وإستراتيجية واحدة مع زبون ألا هو الاتصال المباشر أو الشخصي باعتبار المهارة الوحيدة التي تقيد المؤسسة لذا فالبناء الاستراتيجي الداخلي هنا هو الاتصال الشخصي من دون بديل .

أما من ناحية الوظيفية فهي تعود إلى مدى رصا الزبون على الأسلوب الذي يتعامل به الموظفين والذي كان جوابه بين متحفظا ومعارض لطريقة التي يلقفاها في غالب الأحيان من عدم طريقة للتهذيب ولجوء لكتابة شكاوي للمدير.

فقد ذكرت نائبة المدير افتقار الموظفين إلى مهارة التواصل والإقناع مع الزبائن بالإضافة إلى سوء الفهم والعائد إلى مؤشرات كتدني المستوى التعليمي للموظفين و عدم كفاءتهم في العملية الاتصالية ومجاراة في وسائل الاتصال الحديثة ، وهذا يعود إلى افتقار المؤسسة إلى برامج تكوينية خاصة بالمهارات الإقناعية ودورات تدريبية حول العملية الاتصالية ومجارات في مهارة استخدام وسائل الاتصال الحديثة ، بالإضافة إلى عدم وجود موظفين في التخصص .

وبرغم من هذا فقد تباينت أراء الزبائن بين مستحسن و متهجم ، مع محاولة إيجاد الوكالة بعض الحلول البديلة .

قائمة المصادر والمراجع

I. المراجع باللغة العربية

أولا: الكتب:

1. إبراهيم القمري: **السلوك الإنساني و العلاقات العامة**، دط، مصر، دار الجامعات العربية، 1976،
2. بسام عبد الرحمن المشاقبة، **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع–الاردن–عمان.
3. زياد أحمد طويسي ، **مجتمع الدراسة و العينة**، ط01: مديرية اللواء،البتراء،2000–2001
4. حسين وليد حسين عباس،أحمد عبد محمود الجنابي،**أدارة علاقة الزبون** ،دار الصفاء للنشر وتوزيع، ط1 .عمان ،2017
5. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، دار المصرية اللبنانية، ط1،.
6. طلعت إبراهيم لطفى،د كمال عبد الحميد الزيات، **النظرية المعاصرة في علم الاجتماع** ، دار غريب للطباعة والنشر –القاهرة
7. محمد عبد العال النعيمي، **طرق ومناج البحث العلمي**، دار الوراق للنشر والتوزيع– عمان
8. محسن علي عطية ،**البحث العلمي في التربية–مناهجه وأدواته**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان–الاردن
9. محمد علي أبو العلا، **فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق**، دار العلم والايمان ،جامعة كفر الشيخ، ط1
10. محمد عبيدات ، **منهجية البحث العلمي**، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الاردنية، دار وائل للطباعة والنشر، ط2 ،1999
11. مصطفى يوسف كافي، **البروتوكول وخدمة الزبائن**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان_الطبعة الأولى،2014
12. مصطفى يوسف كافي، **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر التوزيع، ط1.
13. فهد محمد الشعابي الحارثي، **الاتصال اللغوي في القرآن الكريم ،دراسة تأصيلية في المفاهيم والمهارات** ،مكتبة مومن قريش ،بيروت ،2014.
14. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبات ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ،لجامعة الأردنية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4،
15. عصمت عدلي: **علم الاجتماع الأمني**، دط، مصر، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 2001،
16. فريدريك بوش ، دافيد جيرد، تر آمين بوناب،**أساسيات الفيزياء العد والقياس الدقة والإنظباطية**،ج 01 ،مدونة علوم الفيزياء ، 2016
17. سمير محمد حسن ، **تطبيقات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام** ،عالم الكتب، القاهرة ،1991

18. سمير محمد حسن ،**بحوث الإعلام الأسس و المبادئ**، عالم الكتب، القاهرة ، 1991

19. سيف الإسلام سعد عمر، **الموجز في منهج البحث العلمي**، دار الفكر دمشق، الطبعة الأولى

20. رجاء وحيد دويدري، **البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية**، دار الفكر المعاصر ،بيروت،لبنان،ط1

21. خضرة عمر الملح،**الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة** ،دار الجامد للنشر والتوزيع،ط1.

ثالثا: مذكرات ورسائل جامعية

1) أتليلي أم الخير وسوفي سعدية: **استخدام التويتر في تشكيل الرأي العام الداخلي حول التراث الجزائري والمغربي "دراسة ميدانية تناولت الصراع التراث "**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي تخصص الاتصال الجماهير والوسائط المتعددة ، جامعة قاصدي مرباح ،2023

2) هامل سلمى و سلاق سهام :**أهمية الاتصال الشخصي في تحسين الأداء المهني في المؤسسة العمومية –دراسة حالة مديرية الإدارة المحلية لولاية غرداية** – مذكرة لنيل شهادة الماستر شعبة علوم الاعلام و الاتصال،التخصص: الاتصال والعلاقات العامة،جامعة غرداية ،2017-2018

1) هرفاوي صالح و آخرون :**الرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال إذاعة قالمة "نموذجا"**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016

2) لغليد ماسي وحمار منوار: "**دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي**" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي بجامعة مولود معمري بولاية تيزي وزو سنة 2020/ 2021

3) نصيرة جار الله: "**مهارات الاتصال لدى المدير ودورها في تحسين أداء العاملين**" مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات العامة،بجامعة محمد خيضر بسكرة،سنة 2019_2018

4) شرفي فيروز : "**دور مهارات الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية**"، تبسة مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي بجامعة العربي التبسي بتبسة سنة 2019 /2020.

5) "**صندوق محمد ومزاري أحمد بعنوان "الاتصال الشخصي في المؤسسات ودوره في تحسين الأداء**"مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص تنظيم وعمل بجامعة زيان عاشور بالجلفة سنة 2016 / 2017.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

1. لموقع الرسمي لاتصالات الجزائر :dz.telecomalgerier.www يوم 15 افريل ،2024 على الساعة :20:30 ليلا

قائمة الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

أستاذي الفاصل ، أستاذتي الفاضلة

في ايطار انجاز مذكرة التخرج لمستوى **ماستر L-M-D تخصص " الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري**" نضع بين أيديكم إستمارة الإستبيان لغاية دراسة موضوعنا بعنوان " **دور مهارات الاتصال الشخصي في تحسين خدمة الزبائن(دراسة ميدانية بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت)"**

كم نحيطكم علما بأن كل ما سيدون سيحض بسرية تامة ،ولن يستخذ إلا للبيانات العلمية ولغرض البحث العلمي.

لذا نرجو منكم الإجابة على النحو التالي بعد القراءة بتمعن :

من إعداد الطلبة:

- بوهريرة المعتز بالله
- معبدي بشير

تحت إشراف الأستاذ(ة)

د. بودربالة عبد القادر

الموسم الجامعي : 2023-2024

البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
2. السن:
3. المستوى: ابتدائي ☐ وسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐
4. المهنة: موظف ☐ بطال ☐ عامل حر ☐ متقاعد ☐
5. الحالة الاجتماعية:أعزب /عزباء ☐ مطلق (ة) ☐ متزوج(ة) ☐ أرمل(ة) ☐

المحور الأول:تقييم الزبائن للعروض التي تقدمها وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت

المؤشر	سيئة جدا	سيئة	حسنة	جيدة	ممتازة
العروض المقدمة لخدمة الخط الثابت من ناحية خط الانترنت أو الاتصالات					
العروض التي تترافق مع المناسبات الدينية والوطنية في 4G					
الخدمات والعروض التي تعلن عليها اتصالات الجزائر من حيثIDoom					
خدمة الصيانة التي تقدمها وكالة الاتصالات الجزائر بتقرت					
العروض والإعلانات المعلن عليها من طرف وكالة اتصالات الجزائر بتقرت من حيث حجم سعة ودقة الانترنت					

المحور الثاني:تقييم الزبائن لجودة خدمة وكالة اتصالات الجزائر بمدينة تقرت

المؤشر	موافق	معارض	محايد
غالبا ما تكون العروض المقدمة من طرف الوكالة أقل جودة مما يروج لها			
في العديد من المرات يكون التواصل الشخصي مع الموظفين بلا جدوى مما يدفعنا للتواصل الكتابي مع المسؤول			
الأسعار التي ادفعها لا تتناسب مع الجودة الخدمات التي تقدمها لوكالة وكالة اتصالات الجزائر بتقرت			
كثيرا مع أتصادف مع أخطاء وزيادات في الفواتير			
سرعة التدفق الانترنت لا تتوافق مع تلك المعلنة عنها من قبل الوكالة			

المحور الثالث : مهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت .

1. منذ منى تتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر؟

اقل من سنة ☐ من سنة إلى3 سنوات ☐ من 03 سنوات إلى 05 سنوات ☐

أكثر من 05 سنوات ☐

2. هل أنت راضي على خدمة زبائن هذه المؤسسة ؟

نعم ☐ لا ☐

3. إن كان نعم ماهو مستوى تقييمك لهذه الخدمة ؟

جيد ☐ مقبولة ☐ سيئة ☐

4. هل يخاطبك الموظفون بلغة مهذبة ومناسبة؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐ ناذرا ☐

5. هل يشرح لك العاملون لخدمات والمنتجات بوضوح وسهولة؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐ ناذرا ☐

6. ما مدى وضوح شرح العمال في نظرك؟

سيئة ☐ حسنة ☐ عادية ☐

7. هل يلتزم العاملين بتلبية احتياجات الزبون بشكل صحيح في نظرك ؟

نعم ☐ لا ☐

8. كيف ترى لطف وود العاملين مع الزبون ؟

سيئة جدا ☐ سيئة ☐ حسنة ☐ ممتازة ☐

9. هل ترى بأن وكالات الاتصالات تقوم بخدمات جيدة ؟

نعم ☐ لا ☐

10. هل تشعر بالثقة بتعامل مع وكالات الاتصالات ؟

نعم ☐ لا ☐

11. هل أنت راضي على تعاملك مع وكالة الإتصلات ؟

نعم ☐ لا ☐

12. هل توصي بتعامل معها ؟

نعم ☐ لا ☐

تشكر لكم تعاونكم

استمارة المقابلة :

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

في ايطار انجاز مذكرة التخرج لمستوى **ماستر L-M-D تخصص " الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري**" نضع بين أيديكم إستمارة الإستبيان لغاية دراسة موضوعنا بعنوان " **دور مهارات الاتصال الشخصي في تحسين خدمة الزبائن(دراسة ميدانية بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت)"**

لذا الرجاء الإجابة على الأسئلة بكل موضوعية ونعدكم باستغلال الأجوبة في إطار البحث العلمي

من إعداد الطلبة:

- بوهريرة المعتز بالله
- معبدي بشير

تحت إشراف الأستاذ(ة)

د. بودربالة عبد القادر

الموسم الجامعي : 2023-2024

المحور الأول: تحديد المهارات الاتصال الشخصي لدى العمال في تحسين خدمة الزبائن بوكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.

1. **ماهي المهارات الأساسية للاتصال التي تعتقد أنها ضرورية لخدمات الزبائن؟**

ج .....

2. **هل هناك طرق بديلة تستعملونها لخدمة الزبائن؟**

ج.....

3. **هل تساهم مهارات الاتصال الشخصي بشكل جيد في خدمة الزبائن ؟**

ج. .....

4. **هل تسعى إلى تحسين مهاراتك الاتصالية؟**

ج.....

5. **ماهي الاقتراحات لتحسين خدمة الزبائن لوكالة الاتصالات الجزائرية بتقرت؟**

ج. .....

6. **ماهي وجهة نظرك حول مساهمة الاتصال الشخصي في تحسين مستوى خدمة الزبائن في وكالة الاتصالات؟**

ج. .....

المحور الثاني:استراتيجيات الوكالة في تطوير مهارات الاتصال الشخصي لعمال لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.

1. **هل توجد استراتيجيات مستقبلية مخططة لتعزيز مهارات الاتصال الشخصي لعمال في تحسين خدمة للزبائن؟**

ج. .....

2. **ماهي الأنشطة التي قامت بها الوكالة والتي من شأنها تطوير المهارات الإتصالية؟**

ج. .....

3. **هل يتم تقديم وتوجيه إرشاد للعمال حول مهارات الاتصال الشخصي ؟**

ج. .....

4. **من يقوم بهذا التوجيه والإرشاد؟هل من خبراء داخلية وخارجية؟**

ج. .....

5. **هل يساهم مكتب الاتصال في تحسين مهارات الاتصال الشخصي؟**

ج. .....

6. **هل تقوم الوكالة بدورات تكوينية حول الاتصال الشخصي وكيفية تعامل في خدمة الزبائن؟**

ج. .....

المحور الثالث: الصعوبات والعراقيل التي تحد من تفعيل دور مهارات الاتصال الشخصي للعمال في تحسين خدمة الزبائن لدى وكالة الاتصالات الجزائر بمدينة تقرت.

1. ماهي الصعوبات التي يواجهها العامل أثناء تواصله مع الزبائن؟

ج1. .....

2. هل هناك نقص في الدعم وتحفيز المقدم من الإدارة العاملين على مهارات الاتصال؟

ج. .....

3. هل توفر الوكالة برامج تدريبية كافية للعاملين عمى مهارات الاتصال الشخصي؟

ج. .....

4. هل توجد ضغوطات خارجية على العمال تؤثر على قدرتهم في التوصل الفعال لخدمة زبائن؟

ج .....

5. هل تعتبر العراقيل التحفيزات المادية أحد الصعوبات الاتصال الشخصي لدى العمال ؟

ج. .....

6. هل تتوفر لدى العمال الروح الفردية أم أن الروح الجماعية هي التي تطغى عليه؟

ج. .....

7. ماهي الحلول التي تراها مناسبة لتجاوز هذه العراقيل والصعوبات؟

ج. .....

نشكر لكم تعاونكم