

تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري
من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال - ورقلة -

**The Application of the Total Quality Management Principles in the ENTV
(Entreprise Nationale de Télévision) in the viewpoint of the Information and Communication
Sciences Students' - Ouargla.**

مسعود قانة*

¹ جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

تاريخ الاستلام : 2022-09-30؛ تاريخ المراجعة : 2024-02-08 ؛ تاريخ القبول : 2024-03-31

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة وقد إتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، لوصف واقع تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من وجهة نظر طلبة الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة، كما قمنا بالدراسة الميدانية في جامعة ورقلة لإسقاط المفاهيم النظرية على حالة التلفزيون الجزائري، ولستخدمنا أداة الاستبيان، حيث تكون مجتمع الدراسة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة (السنة الثانية ليسانس و الثالثة ليسانس والماستر) بمجموع 1500 طالب، وقد اخترنا عينة عشوائية تتمثل في 100 طالب، حيث تم توزيع 120 استمارة استبيان واسترجاع 110 استمارة، منها 100 صالحة للدراسة. و قد توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها أنه لا يوفر التلفزيون الجزائري متطلبات الجمهور بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، كما أنه لا يركز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، في حين تلتزم المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالتحسين المستمر بدرجة متوسطة من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

الكلمات المفتاح : إدارة الجودة الشاملة، المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، تكنولوجيا الإعلام والاتصال

Abstract :

this study aims at finding out about the extent of applying the principles of the total quality management in the governmental TV corporation (ENTV) in the viewpoint of the information and communication sciences students at Ouargla University.

In this study, we used the descriptive approach in order to describe the reality of applying these principles in the ENTV Corporation in the students of information and communication sciences point of view at Ouargla university. In this research, we followed the case study method in order to project the theoretical concepts on the Algerian TV's case. Additionally, we surveyed 1500 students in the field of information and communication sciences from the 2 nd year, the 3 rd year levels in License degree and the Master's degree levels at Ouargla university. We have chosen a random sample of 100 students, since we distributed 120 survey papers for study.

We achieved many results: we found out that according to the students of information and communication sciences; the ENTV Company doesn't provide at some extent the audiences' requirements as well as it doesn't focus too much on the quality of producing operations. But the ENTV Corporation is always committed to a medium continuous improvements according to the students of information and communication sciences students at Ouargla university.

Keywords : Total Quality Management; ENTV; Information and communication technology.

1- تمهيد :

يعتبر التلفزيون الجزائري من بين المؤسسات الإعلامية التي بدأت بث برامجها منذ الستينات من القرن الماضي، وشهدت تطورات في عدة مراحل في المجال التقني والتسيير، وذلك تزامنا مع التغيرات الحاصلة على المستوى الداخلي والخارجي. وهو اليوم أمام رهانات كبرى لاستقطاب الجمهور والسعي إلى كسب ثقتهم ورضاهم بعد أن أصبح جهاز استقبال قنوات القمر الاصطناعي متوفرا ومتاحا حتى لضعيفي الدخل. ومن أجل ذلك يتحتم على التلفزيون الجزائري مسايرة المؤسسات العالمية الأخرى من تطبيق لاستراتيجيات وأنظمة إدارية وإعلامية حديثة، والتي من بينها نظام إدارة الجودة الشاملة، ولكن يبقى الرهان الأكبر في مدى توفر المعايير الخاصة بإمكانية تطبيق هذا النظام، خاصة وأنه قد أثبت نجاحه في العديد من المؤسسات التي تحولت إلى مؤسسات ذائعة الصيت ورائدة في مجال نشاطها بجودة منتجاتها وخدماتها وتميز أدائها.

1.1- إشكالية الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية

ما مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من وجهة نظر طلبة علوم

الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

التساؤلات الفرعية:

وتتدرج تحت هذه الإشكالية الإشكاليات الفرعية التالية :

س1 - ما مدى توفير التلفزيون الجزائري لمتطلبات الجمهور من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

س2 - ما مدى تركيز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية ووجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

س3 - ما مدى التزام المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالتحسين المستمر ووجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

2.1- فرضيات الدراسة: للإجابة على هذه الإشكاليات الفرعية قمنا بصياغة الفرضيات التالية

الفرضية 1 - يوفر التلفزيون الجزائري متطلبات الجمهور بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

الفرضية 2 - يركز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

الفرضية 3 - تلتزم المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالتحسين المستمر بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ؟

3.1- أهداف الدراسة : تهدف هذه الدراسة أساسا إلى :

1 - التعرف على مفهوم إدارة الجودة الشاملة.

2- التعرف على مدى توفير التلفزيون الجزائري لمتطلبات الجمهور .

3- التعرف على مدى تركيز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية.

4- التعرف على مدى التزام المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري بعمليات التحسين المستمر .

4.1- الإطار النظري للدراسة

سنتطرق من خلال هذه النقطة إلى مفاهيم متعلقة بالإدارة وإدارة الجودة الشاملة، ومنها سنرى العلاقة التي تربط هذه المفاهيم.

4.1-1 مفهوم الإدارة :

تعني الإدارة عملية توجيه الجهود البشرية لتنفيذ الأهداف المرسومة بأقصى كفاءة ممكنة في إطار مؤسسة من المؤسسات؛ أي أن الإدارة بوجه عام هي مجموعة القواعد التنظيمية للجهود البشري في إطار منظمة من المنظمات، مما يحقق أهداف تلك المنظمة بأعلى كفاءة¹.

والإدارة أيضا عملية اجتماعية مستمرة تعمل على استغلال الموارد المتاحة استغلالا أمثل، عن طريق التخطيط والرقابة والقيادة للوصول إلى هدف محدد².

ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول أن مفهوم الإدارة يمثل العناصر التالية :

- الإدارة وسيلة أو نشاط أو جهد أو عملية أو نظام
- عمل جماعي يؤدي على أساس تجميع الجهود الأساسية للأفراد والجماعات .
- تسعى إلى تحقيق الأهداف التي تضعها الجهة صاحبة السلطة من خطط و برامج وسياسات واعية ومعبرة عن سلوك عقلائي ولو بشكل نسبي.
- يتعدى دورها إلي تنفيذ الأهداف المسطرة بفعالية وكفاءة. ورغباتهم وفق ما يتوقعونه.

4.1-2 مفهوم الجودة :

الجودة : لغة من الكلمة اللاتينية **QUALITIES** وتعني طبيعة الشيء والشخص ودرجة صلاحه ويعرفها ابن منظور في كتابه "لسان العرب" أنها من أصل جود و قد جاد جودة و أجاد أي أتى بالجيد من القول والفعل³.

اصطلاحا: تعددت تعريف الجودة بتعدد الباحثين والمنظرين في هذا المجال، فتعني الجودة للكثير من الناس التفضيل، والسلع الجيدة هي تلك التي تحقق الرفاهية والتميز لمقتنيها⁴.

و يعرفها فيغنبام على أنها إنتاج المنظمة لخدمة بمستوى عال من الجودة، تكون خلالها المنظمة قادرة على الوفاء باحتياجات ورغبات عملاءها بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم ويحقق الرضا والسعادة لديهم. ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج سلعة أو تقديم خدمة و إيجاد صفة التميز فيهما⁵.

يقول أبو الجودة إدوارد ديمينغ: الجودة الجيدة لا تعني بالضرورة الجودة العالية، إنما تعني درجة مثلي يمكن التنبؤ بها من الانتظام و الاتساق و الثقة والتناسب مع السوق⁶.

و يذهب بعض الباحثين إلى أنه هناك مفهوم قديم و آخر حديث للجودة، فالمفهوم القديم أو التقليدي هو أن الجودة هي مجموعة الصفات والخصائص التي يجب أن تتوفر في المنتج، وفيما يتطابق مع خصائص وصفات وضعت لهذا المنتج مسبقا، وفي معظم الأحيان فإن هذه الخصائص والصفات تحدد من قبل المنتج وفقا لظروفه و موارده و تقديراته الإنتاجية، أما الجودة حسب المفهوم الحديث فهي مجموعة الخصائص والمعايير التي يجب أن تتوفر في المنتج و يتطابق و يلبي رغبات وتفضيلات المستهلك ولها ثلاثة جوانب⁷ :

- جودة التصميم: ويقصد بها توفر مجموعة من الخصائص الملموسة وغير الملموسة.
- جودة الأداء الاعتيادي: وتتمثل في قدرة المنتج على إرضاء الزبون لأطول فترة.
- جودة الإنتاج: جودة ظروف الإنتاج وجودة العمليات الإنتاجية، ويطلق على جودة الإنتاج أحيانا بجودة المطابقة، ويقصد بها مدى مطابقة جودة التصميم مع ظروف و عمليات الإنتاج في المنظمة، وهذا التطابق يكون له نتائج إيجابية على الجودة الكلية.

ورغم تباين التعاريف المقدمة للجودة إلا أنها تتفق في بعض الجوانب التي يمكن صياغتها في النقاط التالية :

- تلبية حاجات ورغبات الزبون.
- خضوع المنتج أو الخدمة لمعايير يتم وضعها قصد صلاحيتها للتسويق.

- تباين تقدير كل من المصنع أو مقدم الخدمة والزبون للجودة

4.1-3 مفهوم جودة الخدمة : نظرا لكون المؤسسات الإعلامية من المؤسسات التي تقدم الخدمات للجمهور مجانا أو بمقابل شراء بطاقة الاشتراك فقد رأى الباحث ضرورة تعريف جودة الخدمة و منها يصيغ تعريفا إجرائيا لجودة الخدمة الإعلامية.

4.1-3-1 مفهوم الخدمة : هي نشاط أو سلسلة من الأنشطة التي تكون إلى حد ما ذات طبيعة غير ملموسة، وتكون بين العميل من جهة، وبعض أو كل عناصر عملية تقديم الخدمة من أفراد و موارد مادية و سلع و نظم من جهة أخرى، ويتم تقييم الخدمة كحل لبعض المشاكل التي يواجهها العميل، وتتسم الخدمة بأنها :

- تتضمن جانبا غير ملموس.

- يصعب تقييمها نظر لتباين مواصفات الخدمة المقدمة.

- تنطوي على اتصال و تفاعل مع العميل أثناء تقديم الخدمة⁸

4.1-3-2 مفهوم جودة الخدمة : و يقصد بجودة الخدمة أن يكون إنتاجها أو تقديمها على النحو الذي يتوافق مع رغبات وتوقعات المستفيدين المعلة أو المتوقعة⁹.

ويعرفها البعض الآخر من وجهة نظر المستفيد ومن وجهة نظر المقدم للخدمة، فجودة الخدمة من وجهة نظر المستفيد هي ملاءمتها لاستخداماته واستعمالاته. أما جودة الخدمة من وجهة نظر المقدم لها فهي مطابقة لل معايير والمواصفات الموضوعية مسبقا لها¹⁰.

من هذه التعاريف يقترح الباحث تعريفا إجرائيا لجودة الخدمة على النحو التالي:

جودة الخدمة : هي مطابقة الخدمة لمعايير ومواصفات وضعت مسبقا، والتي تتوافق مع رغبات وميول واستعمالات وتوقعات المستفيدين منها، والتي تحقق درجة من الرضا لديهم عن طريق إشباع رغباتهم واحتياجاتهم .

4.1-3-3 مفهوم جودة الخدمة الإعلامية: باعتبار أن المستفيدين من الخدمة الإعلامية هم الجمهور المتلقي وكذا المتعاملون الاقتصاديون المستفيدون من خدمات الإشهار، فإن مفهوم جودة الخدمة الإعلامية حسب التعريف الإجرائي الذي يقدمه الباحث يكون على النحو التالي:

جودة الخدمة الإعلامية هي مطابقة المضامين والرسائل الإعلامية والخدمات الإشهارية المختلفة لمعايير ومواصفات موضوعية مسبقا، عن طريق التفاهم مع المتعامل الحاصل على الخدمة الإشهارية، أو عن طريق رصد رغبات وميول الجمهور المتلقي، و هذه الخدمات تتوافق مع رغبات وميول العملاء، وتحقق درجة من الرضا لديهم.

4.1-4 قياس جودة الخدمة الإعلامية : لقد تم تطوير منهجية قياس جودة الخدمة من خلال قياس رضا الزبون، وبدأ هذا المدخل بصورة طبيعية في قياس الفرق بين ما يتوقعه الزبون ومدار كه حول الخدمة، و تقع معايير قياس جودة الخدمة بموجب عشرة فئات:

1 - المعولية : و التي تحتوي على الأداء والاعتمادية.

2 - الاستجابة: و التي تتعلق برغبات العاملين وجديتهم في تقديم الخدمة.

3 - الجدارة: و تعني انتقاء المهارات و المعرفة الضرورية لتقديم الخدمة.

4- سهولة الوصول : أي سهولة وصول الخدمة للزبون أو الجمهور وكذا سهولة التواصل معه.

5- الكياسة و المجاملة: و تشمل اللباقة والاحترام و الليونة في التعامل.

6 - الاتصال: أي إدامة الاتصال مع الجمهور والزبائن لمعرفة احتياجاتهم ورغباتهم والاستماع لآرائهم حول الخدمات المقدمة.

7 - الثقة والمصادقية والأمانة في التعامل أو تقديم الخدمة.

8 - الأمان: أي توفير الأمان للعميل عند استقباله أو التعامل معه.

9 - الفهم التام: وتعني الجهود الموجهة لفهم حاجات الزبائن و الجمهور

10 - الملموسية: تشتمل الحقائق والمعطيات المادية حول الخدمة.

ورغم وجود هذه المعايير فإن قياس جودة الخدمة عملية معقدة مقارنة بقياس جودة المنتج حيث تستعمل الأساليب الكمية بسهولة.

و في المؤسسات الإعلامية تكمن صعوبة قياس جودة الخدمة الإعلامية من خلال تعدد رغبات الجمهور وميولهم نحو البرامج المقدمة، واهتماماتهم بالأخبار والحصص وطريقة تقييم كل فرد من أفراد الجمهور للمضامين والرسائل والخدمات الإعلامية.

4.1-5- مفهوم إدارة الجودة الشاملة : لقد تعددت التعريفات الخاصة بمصطلح إدارة الجودة الشاملة، فمنهم من ذهب

إلى تفكيك المصطلح إلى الكلمات المكونة لها، حيث يكون تعريف إدارة الجودة الشاملة كالآتي:

إدارة: أي تخطيط وتنظيم كافة النشاطات ورقابتها وهذه النشاطات متعلقة بتطبيق الجودة، ويتضمن ذلك دعم السلطات للجودة وتوفير الموارد اللازمة لذلك.

الجودة: أي تلبية متطلبات العميل وتوقعاته.

الشاملة: أي تشمل جميع الموظفين في المؤسسة وجميع النشاطات ذات العلاقة والصلة بالتحسين

وهناك اتجاه يعرفها على أساس أنها فلسفة إدارية، فيعرفها الأخوان الخطيب على أنها: " فلسفة إدارية حديثة، تأخذ نظاماً أو شكلاً إدارياً قائماً على أساس إحداث تغييرات إيجابية جذرية لكل شيء داخل المؤسسة، بحيث تشمل هذا التغييرات الفكر، السلوك، القيم والمعتقدات التنظيمية، المفاهيم الإدارية، نمط القيادة الإدارية، نظم إجراءات العمل... الخ وذلك من أجل تحسين وتطوير مكونات المؤسسة كلها للوصول إلى أعلى جودة في مخرجاتها (سلع- خدمات،...) و بأقل تكلفة ويهدف تحقيق أعلى درجة من الرضا لدى عملائها، عن طريق إشباع حاجاتهم ورغباتهم وفق ما يتوقعونه¹¹.

كما يعرف هوفر وزملاؤه إدارة الجودة الشاملة بأنها: " فلسفة إدارية مصممة لجعل المؤسسة أكثر مرونة وسرعة في إنشاء نظام هيكلي، توجه من خلالها كافة جهود العاملين لكسب العملاء عن طريق سبل المشاركة الجماعية في التخطيط والتنفيذ للأداء التشغيلي¹².

ويذهب بعض الباحثين إلى تعريف الجودة الشاملة على أنها: " أداة للتحسين المستمر، كما هو في تعريف المنظمة العالمية للتقييس إيزو، حيث عرفت إدارة الجودة الشاملة على أنها: " أداة للتحسين المستمر للأداء على المدى الطويل من خلال التركيز على متطلبات وتوقعات الزبائن، مع عدم إغفال متطلبات المساهمين وجميع أصحاب المصالح الأخرى¹³.

وفي رأي آخر يورده توفيق عبد المحسن عن إدارة الجودة الشاملة على أنها: بعض المبادئ التوجيهية والفلسفة التي تمثل أساس التحسين المستمر للمؤسسة من خلال استخدام الأساليب الإحصائية والموارد البشرية، وذلك لتحسين الخدمات والموارد التي يتم توفيرها للمؤسسة، بالإضافة إلى النظام الداخلي الذي يحكم على المؤسسة التي يتم بها | مواجهة مطالب المستفيدين في الوقت الحاضر والمستقبل. وهي خلق التكامل بين الأساليب الإدارية الجوهرية، و الجهود الحالية لتحسين الأداء، والوسائل التقنية وجعلها تعمل في نموذج نظامي موحد لتحقيق التحسين المستمر¹⁴.

4.1-6 مبادئ إدارة الجودة الشاملة : تعددت مبادئ إدارة الجودة الشاملة من أهمها التالي¹⁵ :

1. مبدأ التركيز على الزبون: يعد التركيز على المستهلك وتحقيق رضاه وتلبية احتياجاته هو الهدف الرئيسي لأي منظمة كانت، وهذا ما يراه أغلب الباحثين، حيث يكون المستهلك المحور الذي ترتكز عليه الجودة الشاملة.

2. مبدأ التحسين المستمر : تؤكد فلسفة الجودة الشاملة على أهمية التحسين المستمر لمختلف الأنشطة الوظيفية والعمليات التسييرية في المؤسسات، ويؤكد هذا المبدأ فرضية أن الجودة النهائية ما هي إلا نتيجة لسلسلة من الخطوات

والنشاطات المترابطة. إن فكرة التحسين المستمر تعتمد على تدعيم البحث والتطوير وتشجيع الإبداع وتنمية المعرفة والمهارات، لدى الكفاءات البشرية المتاحة بالمؤسسة، كما يعد عنصرا

أساسيا في تخفيض الانحرافات على مستويات النشاط، ذلك أن التركيز على التحسين المستمر لأنظمة العمليات الإنتاجية والمالية والتسويقية والموارد البشرية يحقق أعلى مستوى من الرضا للمستهلك كنتيجة لتقديم قيمة المنتج النهائي، لذا يتطلب الأمر إجراء الدراسات المستمرة وتحليل النتائج للوصول إلى كفاءة عالية لأنظمة المعلومات المختلفة من جهة وتطوير جودة المخرجات من جهة أخرى.

3- **منهج العمليات:** تعتمد هذه المقاربة على أن المؤسسة بنظام إدارة الجودة من خلال مجموعة من العمليات المرتبطة؛

4- **مبدأ القيادة الموجهة:** إن التطورات الحديثة والمتسارعة في أساليب المنافسة وظهور إدارة الجودة الشاملة، من أهم أسباب الاهتمام بالقيادة كعملية أساسية لنجاح أهداف المؤسسة، لذا يجب أن يتسم القائد بمجموعة من المواصفات عند تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسته.

5- **مبدأ التخطيط الاستراتيجي:** يعتبر التخطيط الاستراتيجي أساس الجودة الشاملة كونه يهتم بتحديد أهداف وأنشطة المؤسسة.

6- **مبدأ اتخاذ القرار على أساس الحقائق:** لا بد للمؤسسات التي تطبق نظام إدارة الجودة الشاملة وذلك بالاعتماد على .

الأساليب الكمية مثل شجرة القرار، أو استعمال نظام المعلومات الإدارية والحاسوبية

4.1-7 جوهر إدارة الجودة الشاملة :

1- تأكيد فكرة التحسين المستمر

2- العمل على جعل عملية التحسين داخلية وليست كرد فعل للشكاوي.

3- اشتراك جميع أفراد المؤسسة في عملية التحسين المستمر .

4- جعل المورد البشري هو القاعدة الأساسية في التحسين المستمر للجودة وللعملية الإنتاجية.

5- وضع أهداف محددة للوصول إليها .

6- العمل على اشتراك الموردين في العملية الإنتاجية وعمليات التحسين المستمر .

7- التأكد من التكلفة المثلى في كل مشروع جديد¹⁶.

4.1-8 **أهمية إدارة الجودة الشاملة :** تكمن أهمية تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة والتي لاقت المؤسسات التي تطبقها نجاحا كبيرا فيما يلي:

2- زيادة إنتاجية العمال، وبالتالي تنقص ساعات العمل مقارنة بما يتم العمل في الظروف العادية (قبل تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة)، وذلك باستخدام التقنيات الحديثة وغيرها .

3- الاستغلال الأمثل للطاقات البشرية وتطوير إمكانيات المؤسسة الهادفة إلى تحسين الأداء

4- تعتبر الجودة الشاملة في ظل العولمة مفتاحا أساسيا في التصدي للمنافسة الدولية، التي تعتمد على الأداء الإنتاجي والخدمي لتحقيق الاستقرار والاستمرار في السوق والوصول إلى مركز الريادة.

5- إن إدارة الجودة الشاملة تعتبر مدخلا أساسيا في زيادة القدرة التنافسية للمنظمات المختلفة من خلال استمرارية التحسين مع البيئة الخارجية.

6- التركيز الكبير على الدور الوقائي بدلا من الدور العلاجي، وهذا من شأنه تقليص التكاليف الناجمة عن الإجراءات التصحيحية (العلاجية).

7- التطبيق الأمثل لهذا المفهوم لا يكون من خلال تحسين العلاقة مع العملاء فقط (موردين - زبائن - جمهور) بل يتعداه إلى تحسين سمعة المؤسسة، و الروح المعنوية بين العاملين، و تنمية روح الفريق

8- رفع درجة رضا الزبائن والجمهور .

- 9- فتح أسواق جديدة وتعزيز الأسواق الحالية.
 10/ زيادة معدل سرعة الاستجابة للمتغيرات داخل المنظمة.
 11 - حفز العامل وشعوره بتحقيق الذات وذلك من خلال مشاركته في تحقيق الأهداف واتخاذ القرارات.
 12 - تنمية قدرات العاملين من خلال التدريب
 وهناك العديد من الفوائد التي ترجى من تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة، والذي أصبح مطلب العصر في ظل التنافس الشديد على مستوى الأسواق المحلية أو الدولية.

II - الطريقة والأدوات :

II-1 المنهج المستخدم : تم الاعتماد على المنهج الوصفي، لوصف واقع تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من وجهة نظر طلبة الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة، كما قمنا بالدراسة الميدانية في جامعة ورقلة لإسقاط المفاهيم النظرية على حالة التلفزيون الجزائري.

II-2 مجتمع وعينة الدراسة : يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة (السنة الثانية ليسانس و الثالثة ليسانس والماستر) بمجموع 1500 طالب، وقد اخترنا عينة عشوائية تتمثل في 100 طالب.

II-3 طريقة جمع البيانات : لانجاز الدراسة اعتمدنا أساسا على الاستبيان في الجانب الميداني، حيث تم توزيع هذه الاستمارة على عينة الدراسة للإجابة على الأسئلة المطروحة قصد التعرف على واقع تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

II-4 الأداة المستخدمة في الدراسة : للوصول إلى نتائج الدراسة تم استخدام أداة الاستبيان، والذي تم تصميمه بالاعتماد على الجانب النظري، ثم عرضه على مجموعه من الأساتذة المتخصصين، وبعد إجراء التعديلات المطلوبة تم اعتماده و توزيعه على عينة الدراسة.

تم تصميم الاستمارة من ثلاث محاور كما هو مبين في الجدول (01)، المحور الأول يشمل العبارات الخاصة بالتركيز على الزبون، والمحور الثاني يشمل العبارات الخاصة بالتركيز على جودة العمليات، أما المحور الثالث يشمل العبارات الخاصة بالتحسين المستمر، كما استخدمنا مقياس ليكارت الثلاثي في محاور دراسته، ويظهر الجدول رقم (02) الأوزان المقترحة حسب المقياس، كما يظهر الجدول رقم (03) المتوسطات المرجحة والاتجاه الموافق لها.

II-5 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة : للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها تم استخدام مجموعة من أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك بالاستعانة بحزمة البرامج التطبيقية الإحصائية في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية نسخة 22، (SPSS Version22) وتشمل هذه الأساليب على ما يلي :

- معامل الثبات كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة .
- استخدام المتوسط الحسابي المرجح لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو بعد من فقرات وأبعاد الدراسة.
- استخدام الانحراف المعياري لمعرفة مدى انحراف استجابة أفراد الدراسة نحو كل فقرة.

III - النتائج ومناقشتها :

III-1 : نتائج الدراسة

III-1-1 ثبات الاستبيان : لمعرفة مدى ثبات الاستبيان ومعرفة إمكانية استخدامه لأغراض البحث قمنا بحساب معامل ألفا كرومباخ لمحاور الدراسة وكذا للاستبيان ككل كما هو موضح في الجداول (04،05،06،07)، حيث يتضح لنا أن قيمة الثبات ألفا كرومباخ لمحور التركيز على الزبون بلغت 0.90، أما قيمة الثبات ألفا كرومباخ لمحور التركيز على جودة العمليات بلغت 0.95، أما قيمة الثبات ألفا كرومباخ لمحور التحسين المستمر بلغت 0.85 وهذه القيم كانت كلها أكبر من

0,62، أما قيمة ثبات الإستبانة فقد قدر بـ 94 بالمائة، وهذه القيمة تعتبر مؤشر لصلاحية أداة الدراسة (الإستبانة) وهي تعبر عن إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تعطىها الإستبانة مرة أخرى، أي في حالة ما إذا قمنا باستجواب أفراد العينة وفي نفس الظروف فإن 94 بالمائة من أفراد العينة المدروسة تكون نفس الإجابة.

III-1-2 التكرارات النسبية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور التركيز على الزبون : يظهر لنا الجدول رقم (08) التكرارات النسبية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور التركيز على الزبون

III-1-3 التكرارات النسبية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور التركيز على جودة العمليات : يظهر لنا الجدول رقم (09) التكرارات النسبية والمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لاجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور التركيز على جودة العمليات.

III-1-4 التكرارات النسبية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور التحسين المستمر : يظهر لنا الجدول رقم (10) التكرارات النسبية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور التحسين المستمر

III-2 : مناقشة نتائج الدراسة

III-2-1 بالنسبة لمحور التركيز على الزبون : يتضح من خلال الجدول 08 أن إجابات أفراد المجتمع على المحور كانت ذات إتجاه غير موافق لأن التلفزيون الجزائري في سياسته العامة يقدم خدمة عمومية للجمهور المستهدف بغض النظر عن البيئة المنافسة، ويظهر ذلك من خلال أن كل من العبارات الثانية (تتنوع برامج قنوات التلفزيون الجزائري) والثالثة (تتناسب البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري مع متطلبات الجمهور المستهدف) والرابعة (للتنوع الإشعاري في التلفزيون الجزائري تأثير على إقبال الجمهور على المشاهدة) كانت ذات اتجاه غير موافق، وذلك لأن البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري لازلت تتسم بالطابع التقليدي المعهود سابقا رغم وجود بعض الاجتهادات للتغيير، ويبقى ذلك مرهونا بتشجيع الابتكار والابداع خاصة وأن التلفزيون الجزائري موجه من طرف السلطة الحاكمة، ويؤثر ذلك في نوعية البرامج وتنوعها، و إبداء الرأي والرأي الآخر لكي يجلب أكبر عدد ممكن من الجمهور عندما يتم التركيز على تلبية متطلباته. والملاحظ كذلك أن العبارة الأولى (يؤدي تنوع وتعدد قنوات التلفزيون الجزائري إلى تلبية أوسع لمتطلبات الجمهور)، كانت ذات إتجاه موافق بدرجة متوسطة وذلك لأن التلفزيون الجزائري في باقاته يتكون من ثمان قنوات، وذلك يؤدي لإعطاء فرصة للجمهور لمشاهدة ما يحتاجه من مواد إعلامية خاصة وأنها تتنوع بين الإخبارية والعامة والتعليمية والوثائقية والدينية، إلا أنها تبقى في بداية مسيرتها من أجل التحسين.

III-2-2 بالنسبة لمحور التركيز على جودة العمليات : يتضح من خلال الجدول 09 أن إجابات أفراد العينة على المحور كانت ذات إتجاه غير موافق، و يظهر من خلال أن العبارات الأولى (يتميز التلفزيون الجزائري بجودة الأداء) والثانية (يتميز التلفزيون الجزائري بجودة البث) والثالثة (يتميز التلفزيون الجزائري بجودة الصورة المعروضة) كلها كانت ذات إتجاه غير موافق وذلك يعود إلى أن قنوات التلفزيون الجزائري تبث برامجها في التردد الذي لا يوافق مباشرة ترددات النايل سات بمعنى أن الإشارة غالبا ما يشنكي منها الجمهور لضعفها، وذلك ما يؤثر على جودة الصورة والصوت، فان أردت قوة الإشارة لقنوات التلفزيون الجزائري يؤثر ذلك على جميع قنوات النايل سات الأخرى، كما يلاحظ في الأونة الأخيرة هجرة بعض الإعلاميين المتميزين الى قنوات أجنبية، والتي تتيح لهم إمكانيات أكبر مادية ومعنوية، غير أن العبارة الرابعة (يتناسب الديكور المستخدم مع طبيعة البرامج المقدمة في التلفزيون الجزائري) كانت ذات إتجاه موافق بدرجة متوسطة، وذلك لأن طبيعة الجمهور تفرض ديكورها، فسيمولوجيا توافق الديكور مع طبيعة البرنامج مطلوبة، للدلالة على الحال

III-2-1 بالنسبة لمحور التحسين المستمر : يتضح من خلال الجدول 10 أن إجابات أفراد العينة على المحور كانت ذات إتجاه غير موافق بدرجة متوسطة، ويظهر ذلك من خلال أن كل العبارات الأولى (ساهمت التكنولوجيا الرقمية في إحداث التغيير الإيجابي في التلفزيون الجزائري) والثانية (تتوفر قنوات التلفزيون الجزائري على كفاءات إعلامية متميزة) والثالثة (يلتزم التلفزيون الجزائري بالدقة في نقل الأخبار) والرابعة (يلتزم التلفزيون الجزائري بالمصداقية في نقل الأخبار) والخامسة (يستطيع التلفزيون الجزائري أن ينافس القنوات الإعلامية العالمية) كانت ذات اتجاه موافق بدرجة متوسطة، وذلك يعود إلى أن تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها الحديثة تساهم في زيادة نوعية البث، وذلك لأن التلفزيون الجزائري حاضر في منصات التواصل الاجتماعي، مما يزيد من تفاعلية الجمهور، وابداء آرائه وانشغالاته و أن هذه القنوات توجد في التطبيقات المختلفة عبر الانترنت، كما أن التلفزيون الجزائري وفي سياسته العامة يسعى الى تقديم الأخبار بعد التأكد منها مما تصل أحيانا متأخرة الى الجمهور، ولكنها بأكثر دقة ومصداقية، مما جعل قطاع كبير من الجمهور لا زال يحافظ على تقاليد متابعة النشرات المختلفة للتلفزيون الجزائري، مما يكسبه مركزا تنافسيا لتلقي الأخبار، مما جعل المحور يكون باتجاه موافق بدرجة متوسطة.

III-3 : إختبار الفرضيات

إختبار الفرضية الأولى : يوفر التلفزيون الجزائري متطلبات الجمهور بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

من خلال النتائج السابقة، وبالرجوع الى الجدول رقم 08 نلاحظ أن محور التركيز على الزبون كان ذو اتجاه غير موافق، مما يدل على أن هذه الفرضية غير صحيحة، ومنه نحصل على النتيجة التالية :

لا يوفر التلفزيون الجزائري متطلبات الجمهور بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

إختبار الفرضية الثانية : يركز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة من خلال النتائج السابقة، وبالرجوع الى الجدول رقم 09 نلاحظ أن محور التركيز على جودة العمليات كان ذو اتجاه غير موافق، مما يدل على أن هذه الفرضية غير صحيحة، ومنه نحصل على النتيجة التالية :

لا يركز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

إختبار الفرضية الثالثة : تلتزم المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالتحسين المستمر بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

من خلال النتائج السابقة، وبالرجوع الى الجدول رقم 10 نلاحظ أن محور التحسين المستمر كان ذو اتجاه موافق بدرجة متوسطة، مما يدل على أن هذه الفرضية غير صحيحة، ومنه نحصل على النتيجة التالية :

تلتزم المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالتحسين المستمر بدرجة متوسطة من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

IV - الخلاصة :

حاولنا في هذه الورقة البحثية التعرف على مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال -ورقلة-، وقد توصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها :

- لا يوفر التلفزيون الجزائري متطلبات الجمهور بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

- لا يركز التلفزيون الجزائري على جودة العمليات الإنتاجية بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

- تلتزم المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالتحسين المستمر بدرجة متوسطة من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

و من أجل ضمان تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة الاهتمام بمتطلبات الجمهور وخياراته؛
 - ضرورة التركيز على جودة العمليات؛
 - زيادة الالتزام بالتحسين المستمر؛
 - القيام بحلقات الجودة بصفة دورية لموظفي التلفزيون الجزائري؛
 - القيام بالدورات التدريبية والملتقيات الدولية والجهوية للتوعية بأهمية إدارة الجودة الشاملة وتطبيقها.
- ملاحق :

الجدول رقم 01 : إستمارة الاستبيان الموزعة على أفراد العينة

الرقم	العبارات	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق
	المحور الأول : التركيز على الزبون			
01	يؤدي تنوع وتعدد قنوات التلفزيون الجزائري الى تلبية أوسع لمتطلبات الجمهور			
02	تتنوع برامج قنوات التلفزيون الجزائري			
03	تناسب البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري مع متطلبات الجمهور المستهدف			
04	للتنوع الإسهاري في التلفزيون الجزائري تأثير على إقبال الجمهور على المشاهدة			
	المحور الثاني : التركيز على جودة العمليات			
05	يتميز التلفزيون الجزائري بجودة الأداء			
06	يتميز التلفزيون الجزائري بجودة البث			
07	يتميز التلفزيون الجزائري بجودة الصورة المعروضة			
08	يتناسب الديكور المستخدم مع طبيعة البرامج المقدمة في التلفزيون الجزائري			
	المحور الثالث : التحسين المستمر			
09	ساهمت التكنولوجيا الرقمية في إحداث التغيير الإيجابي في التلفزيون الجزائري			
10	تتوفر قنوات التلفزيون الجزائري على كفاءات إعلامية متميزة			
11	يلتزم التلفزيون الجزائري بالدقة في نقل الأخبار			
12	يلتزم التلفزيون الجزائري بالمصادقية في نقل الأخبار			
13	يستطيع التلفزيون الجزائري أن ينافس القنوات الاعلامية العالمية			

المصدر : من إعداد الباحثين

الجدول 03 : المتوسطات المرجحة والاتجاه الموافق لها

الاتجاه	المتوسط المرجح
غير موافق	1 - 1.66
موافق بدرجة متوسطة	1.67 - 2.33
موافق	2.34 - 3

المصدر : من إعداد الباحث

الجدول 02 : الأوزان المقترحة حسب مقياس ليكارت الثلاثي

الأوزان	الرأي
1	غير موافق
2	موافق بدرجة متوسطة
3	موافق

المصدر : من إعداد الباحث

الجدول 05 : معامل الثبات المحور الثاني

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,956	4

المصدر : من إعداد الباحث

الجدول 07 : معامل الثبات الكلي للاستبيان

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,946	13

المصدر : مخرجات SPSS

الجدول 04 : معامل الثبات المحور الأول

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,909	4

المصدر : من إعداد الباحث

الجدول 06 : معامل الثبات المحور الثالث

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,858	5

المصدر : مخرجات SPSS

الجدول رقم 08 : التكرارات النسبية لاجابات أفراد العينة التركيز على الزبون

الرقم	العبارات	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	يؤدي تنوع وتعدد قنوات التلفزيون الجزائري الى تلبية أوسع لمتطلبات الجمهور	22	35	43	1,79	,782	موافق بدرجة متوسطة
02	تتنوع برامج قنوات التلفزيون الجزائري	10	40	50	1,60	,667	غير موافق
03	تناسب البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري مع متطلبات الجمهور المستهدف	12	40	48	1,64	,689	غير موافق
04	للتنوع الإشهاري في التلفزيون الجزائري تأثير على إقبال الجمهور على المشاهدة	13	33	54	1,59	,712	غير موافق
	المحور الأول : التركيز على الزبون				1,6550	,632	غير موافق

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على SPSS

الجدول رقم 09 : التكرارات النسبية لاجابات أفراد العينة التركيز على الزبون

الرقم	العبارات	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
05	يتميز التلفزيون الجزائري بجودة الأداء	10	30	60	1,50	,674	غير موافق
06	يتميز التلفزيون الجزائري بجودة البث	10	25	65	1,45	,672	غير موافق
07	يتميز التلفزيون الجزائري بجودة الصورة المعروضة	10	24	66	1,44	,671	غير موافق
08	يتناسب الذكور المستخدم مع طبيعة البرامج المقدمة في التلفزيون الجزائري	12	50	38	1,74	,661	موافق بدرجة متوسطة
	المحور الثاني : التركيز على جودة العمليات				1,5325	,62931	غير موافق

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على SPSS

الجدول رقم 10 : التكرارات النسبية لاجابات أفراد العينة التركيز على الزبون

الرقم	العبارات	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
09	ساهمت التكنولوجيا الرقمية في إحداث التغيير الإيجابي في التلفزيون الجزائري	18	46	36	1,82	,716	موافق بدرجة متوسطة
10	تتوفر قنوات التلفزيون الجزائري على كفاءات إعلامية متميزة	42	38	20	2,22	,760	موافق بدرجة متوسطة
11	يلتزم التلفزيون الجزائري بالدقة في نقل الأخبار	7	59	34	1,73	,584	موافق بدرجة متوسطة
12	يلتزم التلفزيون الجزائري بالمصداقية في نقل الأخبار	9	53	38	1,71	,624	موافق بدرجة متوسطة

متوسطة						
موافق بدرجة متوسطة	744,	2,05	25	45	30	13 يستطيع التلفزيون الجزائري أن ينافس القنوات الاعلامية العالمية
موافق بدرجة متوسطة	,55008	1,9060				المحور الثالث : التحسين المستمر

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على SPSS

- الإحالات والمراجع :

- ¹ محمد فوزي العبادي، وآخرون (2008)، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ص 28
- ² محمد عبد الوهاب العزاوي (2005)، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ص 13.
- ³ محمد عبد العالي النعيمي وآخرون (2009)، إدارة الجودة المعاصرة : مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ص 27
- ⁴ محمد عبد الوهاب العزاوي (2005)، مرجع سبق ذكره، ص 13.
- ⁵ محفوظ أحمد جودة (2004)، إدارة الجودة الشاملة، مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ص 20.
- ⁶ فيصل بن جاسم آل ثاني (2008)، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية في الفترة ما بين 2004-2006، الطبعة الأولى، دار المعرفة للنشر والتوزيع، بيروت 2008، ص 30.
- ⁷ محمد الصيرفي (2006)، إدارة الجودة الشاملة، طريقك للحصول على شهادة الايزو، الطبعة الأولى، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الاسكندرية ص 18 ص 19.
- ⁸ محمد توفيق ماضي (2005)، تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الخدمية في مجالي الصحة والتعليم، منشورات المنظمة العربية للتنمية والادارة، القاهرة ص 13.
- ⁹ سوسن شاكر مجيد، محمد عواد الزيادات (2007)، إدارة الجودة الشاملة : تطبيقات في الصناعة والتعليم، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 17.
- ¹⁰ عبد الستار العلي (2008)، تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة : تطبيقات في الصناعة والتعليم، الطبعة الأولى، دار صفاء المسير للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ص 308
- ¹¹ أحمد الخطيب، رباح الخطيب (2006)، إدارة الجودة الشاملة : تطبيقات تربوية، الطبعة الثانية، دار الكتب الحديثة للكتاب العلمي، عمان، ص 35
- ¹² خضير كاظم حمود (2002)، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار المسيرة للطبع والنشر والتوزيع، عمان، ص 156.
- ¹³ محمد عبد الوهاب العزاوي (2005)، مرجع سبق ذكره، ص 54.
- ¹⁴ توفيق محمد عبد المحسن (2002)، تقييم الأداء : مداخل جديدة لعالم جديد، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 155.
- ¹⁵ سونيا محمد البكري (2003) : إدارة الجودة الكلية، مصر، الدار الجامعية للنشر، ص 240
- ¹⁶ محمد الصيرفي (2006)، مرجع سبق ذكره، ص 125.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب: APA

مسعود قانة، (2024) تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال - ورقلة - ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 16(01)/2024، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (ص.ص 125 - 136).