

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة. - دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة

The importance of social media sites in improving the performance of the services provided.

- Field study from the perspective of a sample of students from the Department of Psychology at Badji Mokhtar Annaba University

تاريخ الاستلام : 2022/05/06 ؛ تاريخ القبول : 2022/07/19

ملخص

ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الجامعي، وكيف يمكن تحسين جودة الخدمة المقدمة للطلبة. هذا ما سنتناوله في هذا المقال مركزين على المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة من منظور مستهلكي هذه الخدمات. حيث توصلت الدراسة من خلال استبيان إلكتروني بالاعتماد على إجابات عينة طبقية تعدادها 220 طالب وطالبة من قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة إلى مجموعة من النتائج أهمها الأثر الإيجابي الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات للطلبة، زيادة على الوقوف على أهم العقبات التي تواجه القائمين على القسم للاستغلال الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الخدمة.

1 سالمي سمير

2 مراد بومنقار

1 جامعة الجزائر 2

2 مخبر تحليل العمل والدراسات
الأرغومية جامعة باجي مختار - عنابة

Abstract

What role can social media play in the university community and how can the quality of services offered to them be improved? This is what we discussed in this article, focusing on the concepts of study variables from the perspective of consumers of these services. Through an online questionnaire based on the responses of a sample stratified of 220 students from the Department of Psychology of Baji Mukhtar University, the study achieved a series of results, the most important of which is the positive impact of social media in the delivery of services to students, as well as identifying the most significant barriers the Department faces in optimizing the use of social media sites.

Keywords: Social networks, services

Résumé

Quel rôle les médias sociaux peuvent-ils jouer dans la communauté universitaire et comment peut-on améliorer la qualité des services qui leur sont offerts? C'est ce que nous avons discuté dans cet article en mettant l'accent sur les concepts de variables d'étude du point de vue des consommateurs de ces services. Grâce à un questionnaire en ligne basé sur les réponses d'un échantillon stratifié de 220 étudiants du Département de psychologie de l'Université Badji Mokhtar, l'étude a atteint une série de résultats, dont le plus important est l'impact positif des médias sociaux dans la prestation de services aux étudiants, en plus de cerner les obstacles les plus importants auxquels le Ministère fait face pour optimiser l'utilisation des sites de médias sociaux.

Mots clés: Réseaux sociaux, services.

1- مقدمة:

للوصول إلى 50 مليون مستعمل لزم الأمر إلى 38 عاما للإذاعة، 13 عاما للتلفاز، 04 سنوات للإنترنت، واستطاع GOOGLE+ الوصول إلى نفس العدد خلال 88 يوما فقط. وحين نعلم أن أكثر من 300 مليون صورة وفيديو تحمّل وتورّع يوميا على موقع فيسبوك، وأن أكثر من 3.2 مليار تعليق وتفاعل من المستخدمين (1)، ندرك أهمية هذه المنصات. (Christine Balagué, 2018)

غير الانتشار الرهيب لفيروس كوفيد 19 من طريقة التفاعل بين البشر، فأصبح من بين أنجع الطرق لعدم الإصابة به هو تفادي التعامل المباشر بين الناس، وأصبح التعامل عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو السبيل الأمثل للوقاية منه.

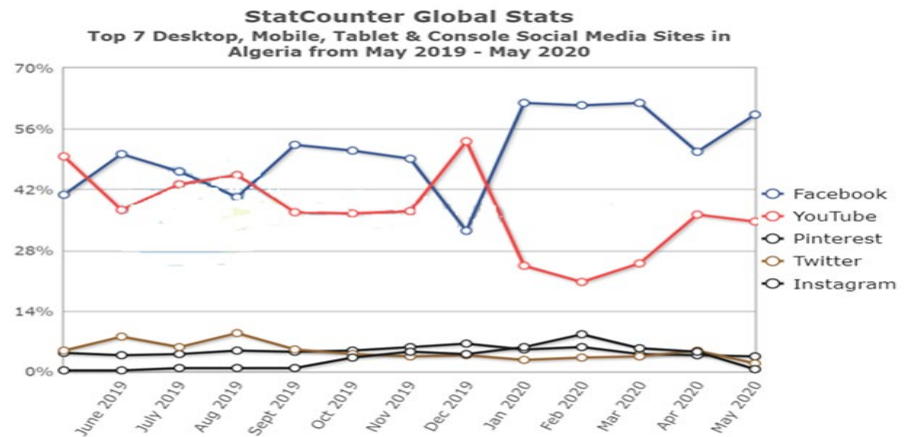
أرغم هذا الواقع المفروض معظم المنظمات على استعمال وسائل بديلة غير تقليدية، كالبعبع عبر الإنترنت، العمل من المنزل، التواصل مع العملاء والشركاء عن بعد، الدراسة عبر الوسائط.

رغم أن هناك كثير من المنظمات لها خبرة كبيرة في هذا المجال، إلا أن الجزائر تفتقر إلى هكذا خبرة، خاصة في مجال التعليم عن بعد، وذلك راجع إلى نقص الوسائل القاعدية كالإنترنت إذ تشتكي معظم الجامعات من عدم توفر هذه الخدمة، وإن وجدت فهي لا تفي بالغرض لنقص التدفق، زيادة على ذلك هناك نقص في تكوين الأطمق الإدارية مما يصعب عليها التعامل مع التقنيات الحديثة، فالملاحظ أن هناك هوة كبيرة بين جيل الطلبة الذي يتحكم في هذه التقنيات وبين العاملين في إدارات الجامعات الجزائرية.

بين الفترة الممتدة من شهر ماي 2019 إلى غاية ماي 2020 المنصة الاجتماعية الأكثر استعمالا من قبل الجزائريين هو الفيسبوك (Face book) يليه اليوتيوب (You tube) بحسب الموقع الايرلندي المتخصص في الإحصائيات الرقمية .STATCOUNTER

وبحسب ذات الموقع فإن الجزائريين قد أمضوا ما يعادل 59.34% على فيسبوك (Face book) من وقت تصفحهم على الإنترنت، وعلى يوتيوب (You Tube) 34.59% وأقل من 3.5% على بنتيرست (Pinterest)، وبنسبة ضئيلة جدا لا تتعدى 1.94% على منصة تويتر TWITER من وقت تصفحهم.

الشكل 1: إحصائيات شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استعمالا في الجزائر



المصدر

<https://gs.statcounter.com/social-media-stats/tablet/algeria> اطلع عليه يوم 06 جوان 2020 على الساعة 13

تعتبر هذه المعلومات مصدرا مهما لاختيار الوسيلة الأكثر نفعاً واستعمالاً، وذلك من خلال تحليل مختلف المعطيات المتوفرة كالفئات العمرية وأوقات الذروة، ونوع الموقع الأكثر تداولاً بحسب الميولات الشخصية أو المهنية لكل مستعمل .

من هذا المنطلق قرر القائمون على إدارة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار تبني هذا الخيار، رغم انعدام الانترنت في القسم بحيث تكفل رئيس القسم بإحضار المودم مع شريحة انترنت، وقام بإنشاء صفحة فيسبوك وقناة يوتيوب خاصة بالقسم، بغية تقديم خدمة مميزة للطلبة دون الحاجة إلى الاتصال المباشر أو الانتقال إلى القسم.

2 - إشكالية الدراسة: تتمحور مشكلة الدراسة الحالية حول دور وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك ، واليوتيوب) في تحسين الخدمة واستغلالها بصورة ملائمة قصد تقديمها بصورة مميزة للطلبة، إذ بينت هذه الدراسة أن 99% من عينة الدراسة تملك حساباً على شبكة فايسبوك وأن 88% يطلعون على محتوى اليوتيوب، من هذا المنطلق نسعى إلى الإجابة على التساؤلات التالية :

1- هل هناك دور إيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) على الخدمة المقدمة لطلبة قسم علم النفس بجامعة عنابة؟.

2- ما هي أهم الخدمات التي يقدمها قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة للطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب)؟.

3- ما هي المعوقات التي تواجه إدارة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة للاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) بغرض تحسين الخدمة المقدمة للطلبة؟.

3- الفرضيات :

1- هناك دور إيجابي ومؤثر لوسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) على الخدمة المقدمة إلى طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة.

2- يقدم قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة عدة خدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) ومن أهمها : نشر الإعلانات الخاصة بالطلبة، نقاط التطبيق والامتحان، الاستدعاءات، التنسيق بين الطلبة والأساتذة ، نشر الدروس المرئية، الرد على تساؤلات الطلبة.

3- يواجه قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة عدة معوقات تحول دون الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) أهمها :نقص تدفق الانترنت وفي أحيان كثيرة غياب الانترنت، الاستخدام المجاني (شخصي) عند إنشاء صفحات لمواقع التواصل الاجتماعي مما يجعل إمكانية استغلالها محدودة

4- أهداف الدراسة : التعرف على مايلي:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى استغلال قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل تقديم خدمة مميزة للطلبة .

- بيان الإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) ومفاهيم الخدمة المقدمة.

- تحديد أهم المعوقات للاستغلال الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة وكذا للقائمين على إدارة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة.

- توضيح أهم الآليات التي يمكن من خلالها استغلال شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ملائم في تحسين الخدمة المقدمة للطلبة.

- تقديم مجموعة من الاقتراحات العملية من أجل الاستغلال الأمثل لمنصات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) .

- الإختلافات الراجعة إلى المؤهلات العلمية لدى مربيات طفل ما قبل المدرسة في إدراكهن لأهمية الكفايات التربوية والاحتياجات التدريسية .

5- أهمية الدراسة : وتتجلى أهمية الدراسة فيما يلي :

- تبرز أهمية البحث من أهمية دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي، لاسيما عملية إيصال المعلومة في حينها إلى جميع الطلبة.

6- دواعي اختيار موضوع الدراسة :

تعود أسباب اختيار موضوع الدراسة إلى الأسباب الآتية :
الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين معظم الطلبة الجزائريين، مما يشكل موردا هاما للعاملين في الجامعة في تسهيل التواصل معهم وتقديم خدمة مميزة

7 - مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية:

7-1 تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية

يعتبر مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة بالانترنت والمجتمع الافتراضي التي ذاع صيتها في السنوات الأخيرة، وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوما بعد يوم منذ ظهورها الأول عبر الشبكة وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها، غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو لم تستطع الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا ما نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفاهيمية الأساسية لموضوع مواقع الشبكات الاجتماعية.

وجاءت بعض التعاريف (حبيل، 2013) التي قدمت في هذا الصدد امتدادا لموضوع الشبكات الاجتماعية المعروف في ميدان العلوم الاجتماعية، فهي وفق تعريفهم تعتبر تركيبة اجتماعية إلكترونية تصنع من قبل أفراد وجماعات وكذلك مؤسسات، و يتم تسمية الجزء الرئيسي والمكون الأساسي لها مثل الفرد الواحد باسم العقدة، بحيث تقوم هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كالانتماء إلى نادي رياضي أو الانتماء المهني إلى شركة ما أو أيضا الانتماء أو الاشتراك في صفة المواطنة لبلد ما في هذا العالم، وقد تتخطى ذلك إلى أن تصل الوضع الاجتماعي أو طبقات معينة في مجتمع ما والتي ينتمي إليها الفرد.

7-2 خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية :

يمكن حصر أهم خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية في خمسة جوانب وفقا (McQuail 2010) كالتالي:

• مواقع الشبكات الاجتماعية هي وسيلة اتصال شخصي :

وهذه تشمل البريد الإلكتروني الذي يستخدم في الأغراض العامة والخاصة، والشخصية والجماعية، والهاتف المتنقل (الجوال) وهو يكتسب خصائص تفاعلية غنية متزايدة باستمرار، وفقاً لهذه الخاصية الشخصية، يمكن القول بأن المحتوى الذي يتم ترأسله هو في الغالب غير مستقر وغير ثابت أي يغلب عليه الغرض الآني المؤقت، بالإضافة إلى ذلك، فإن خاصية الاتصال الشخصي تؤدي إلى تعزيز علاقات اجتماعية قائمة فعلاً، أو تشكيل علاقات اجتماعية جديدة، ومن الملاحظ أن تشكيل العلاقة وتعزيزها عبر الإعلام الجديد تكون أهم أحياناً من محتوى الرسائل التي يتم تداولها أو التعبير عنها.

• وسيلة بحث عن المعلومات:

وهي من أهم خصائص الإنترنت والإعلام الجديد، حيث أن الإنترنت بمواقعها المختلفة وشبكاتنا الاجتماعية تعد مخزناً كبيراً للمعلومات، ومصدراً للمعرفة لم يسبق له مثيل في التاريخ البشري من حيث ضخامة حجمه، من ناحية، وسهولة وسرعة الوصول إليه، من ناحية أخرى، وتقوم هذه العملية على وجود محركات بحث تساعد على العثور على لمعلومات المطلوبة في جميع مواقع الإنترنت أو أجزاء منها مثل مواقع الشبكات الاجتماعية، ويزيد من قيمة هذه المحركات بالنسبة للمستخدم توفرها على الهواتف النقالة بحيث تصبح المعلومة بين يديه في أي مكان وأي زمان يرغبه.

• وسيلة مشاركة جماعية:

هذه الخاصية كانت موجودة في الإنترنت منذ بدايتها، ولكنها كانت تستخدم على نطاق محدود، ثم تطورت بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع تطور تقنيات الشبكة العنكبوتية التي يطلق عليها أحياناً اسم (الجيل الثاني من الإنترنت ومن ثم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الاجتماعي .

• وسيلة لعب تفاعلي :

هذه الخاصية في ازدياد وتقوم على المشاركة في ألعاب الفيديو وألعاب الكمبيوتر المختلفة وأجهزة الواقع الافتراضي، وما يميز هذه الخاصية هو التفاعل بين المشاركين، وأنها تركز على الاستمتاع عن طريق عملية المشاركة والأداء، أكثر من إشباع المحتوى.

• خاصية الاستبدال أو الإحلال للوسائل الأخرى :

فمن الملاحظ أن الجمهور كثيراً ما يستبدل قراءة الصحف الورقية بتصفح مواقع الأخبار على الإنترنت، وكذلك تقدم الإنترنت بديلاً عن الإذاعة والتلفزيون في تقديم البرامج المسموعة والإذاعات الخاصة بالإنترنت وتنزيل الملفات الصوتية، وتقدم طرق مختلفة لعرض الأفلام ومقاطع الفيديو بأشكال عديدة من أشهرها موقع (يوتيوب) للمشاركة بمقاطع الفيديو.

من كل ذلك يتضح أن مواقع الشبكات الاجتماعية ليس لها خاصية واحدة، أو خصائص محدودة، ولذلك من الصعب إطلاق وصف دقيق وشامل على الإعلام الجديد كوسيلة أو أداة اتصال، حيث أنها تجمع عدة وسائل ووظائف في وسيلة واحدة. كما أن خصائص الإعلام الجديد المذكورة أعلاه تذكرنا بأن الإعلام الجديد ليس وسيلة منفصلة تماماً عن الإعلام القديم بل يوجد الكثير من الخصائص المشتركة والمكملة لبعضها البعض.

وإذا نظرنا إلى خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الجمهور المستخدم لهذه الوسائل، فإنه يمكن الحديث عن عدة خصائص تميز مواقع الشبكات الاجتماعية كوسائل وأدوات مقارنة بالاتصال الجماهيري التقليدي، هذه الخصائص التي قدمها ماكويل هي كالتالي : (McQuail, 2010)

• **التفاعلية :** وهي نسبة الاستجابة أو المبادرة التي يقوم بها المستخدم مقارنة بما يقدمه

المصدر، فإذا كان المصدر يقدم جميع أو معظم المحتوى من طرف واحد، فدرجة التفاعلية تكون قليلة، أما إذا كانت نسبة استجابة ومشاركة المتلقي عالية فدرجة التفاعلية عالية.

• **الحضور الاجتماعي:** وهي مدى إحساس المستخدم بالتواصل الشخصي مع الآخرين من خلال استخدام الوسيلة.

• **الثراء في الوسيلة:** وهو مدى قدرة الوسيلة على تقريب المسافة بين وجهات النظر المختلفة ومد جسور بين وجهات النظر المتعددة من مرجعيات مختلفة، وتقليص الفوارق وسوء الفهم، وإزالة الغموض، عن طريق تعدد خصائصها المسموعة والمرئية وإثارتها لاستجابات متنوعة لدى المستخدم، وهذا يعني أن الإعلام الجديد قادر على طرح الموضوع الواحد من عدة زوايا وبعده أشكال مما يجعله أكثر ثراء من الإعلام التقليدي.

• **الاستقلالية :** وهي درجة إحساس المستخدم بالتحكم والسيطرة على المحتوى وأنماط الاستخدام بعيداً عن تحكم وسيطرة المصدر.

• **اللعب والمرح والتسلية:** المقصود توفر استخدامات للتسلية والمتعة بالمقارنة بالاستخدامات النفعية العرضية.

• **الخصوصية:** وهي قدرة المستخدم على اختيار المحتوى الذي يناسبه وحماية معلوماته الشخصية بدون تدخل أو متابعة من المصدر.

• **الشخصنة:** عندما يكون المحتوى مخصصاً لفرد ومتوافقاً مع احتياجاته على سبيل المثال، يمكن للمستخدم تخصيص نوع محدد من الأخبار أو أصناف محددة من البرامج الترفيه، يستقبلها بشكل شخصي يتناسب مع ميوله الذاتية، وكذلك مع ظروفه

المكانية والزمنية

8- الخدمة:

8-1 تعريف الخدمة:

من خلال إطلاعنا على كثير من الكتب والبحوث في مجال الخدمة، تمكنا من اختيار تعاريف مختلفة للخدمة نحاول التطرق إلى أهمها:

- عرّفت الجمعية الأمريكية للتسويق، الخدمة على أنّها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة" (الضمور، 2005) و يشير ديمينج (Deming) " أنه عندما تصبح القوى العاملة في مؤسسة ملتزمة بكامل إدارتها في إتقان عملها على أحسن وجه و يكون لديها عملية إدارية سليمة يتم من خلالها العمل، فإن الجودة ستكون محصلة طبيعية لذلك" . (خليل ع، 2006). و يرى فليب كروسبي (Ph.crosby) أن الجودة هي مسؤولية الجميع و رغبات المستهلك هي أساس التصميم" (crosby, 1986)

8-2 خصائص الخدمات:

إن تحديد مفهوم الخدمة يعود إلى جملة من الخصائص التي تتميز بها عن السلع المادية و هذه الخصائص هي:

أ - **عدم القابلية للمس (غير ملموسة):** " لا يستطيع المشتري الحكم على الخدمة قبل شرائها، بمعنى صعوبة معاينة أو فحص الخدمة قبل شرائها، كما أن المستفيد من الخدمة لن يكون قادرا على إصدار قرارات أو إبداء الرأي بالخدمة استنادا إلى تقييم محسوس من خلال حواسه قبل شرائه الخدمة مثلما يحصل لو أنه اشترى سلعة مادية". (الطائي، الصميدعي، و آخرون، 2006)

ب - **التلازمية أو عدم الانفصالية:** و نعني بها الترابط الوثيق بين الخدمة ذاتها و بين الشخص الذي يتولى تقديمها ، الأمر الذي يترتب عليه ضرورة حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها كما هو : الحال في الخدمات الطبية و يترتب عن هذه الخاصية ما يلي :

- يكون تقديم الخدمة في الوقت الذي تطلب فيه؛
- التوزيع المباشر هو الأسلوب الوحيد الذي يمكن استخدامه في توصيل هذا النوع من الخدمات إلى طالبيها.
- تكون العلاقة بين مقدم الخدمة و المستفيد منها قوية ووطيدة و قد تتطور المعرفة بينهما لمعرفة الشخصية لتصل في بعض الأحيان إلى صدقات و علاقات عائلية.
- عرض هذا النوع من الخدمات غير مرن بمعنى أن الطبيب لا يستطيع أن يزيد من كمية الخدمات المقدمة إلى زبائنه إذا ما زاد الطلب عليها، و بالتالي فهو و أمثاله يعملون تحت شعار " من لم يستطع الحصول على الخدمة اليوم فليأت في وقت آخر". (المؤذن، 2008)

ج - **عدم التجانس أو عدم التماثل:** تتميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التماثل أو عدم التجانس طالما أنها تعتمد على مهارة أو أسلوب أو كفاءة مزودها و زمان و مكان تقديمها، كما نجد أنه من الصعب إيجاد معايير نمطية للإنتاج في حالة الخدمات فكل نوع من أنواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها، بل و نجد صعوبة في قياس الإنتاجية الخاصة بكل منها كما أن مزود الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتمادا على ظروف معينة و بذلك تتباين الخدمة المقدمة من قبل نفس الشخص أحيانا . (الضمور، 2005)

إن ظاهرة عدم التأكد في نتائج الخدمات هي في الحقيقة المحصلة النهائية للعديد من الأسباب: (المؤذن، 2008)

- تدخل المستفيد من الخدمة في إنتاج و تقديم الخدمة ذاتها ، و يعتبر هذا مستلزما أساسيا في أداء بعض الخدمات و لا يمكن الوصول إلى مستوى عال من الكفاءة إلا بتوافره و كمثال على ذلك نجد أن دقة تشخيص الطبيب للحالة المرضية يتوقف و لو جزئيا على

دقة إجابات المريض على أسئلته واستفساراته كما أن دقة الاستثمارات الإدارية و القانونية تتوقف كثيرا على دقة البيانات التي يدلي بها الزبون، كما أن الطالب يتدخل في المحاضرة و يكون تدخله هذا ايجابيا في بعض الأحيان و سلبيا في أحيان أخرى .
- ما يؤثر على جودة الخدمات و يجعل منها متباينة الجودة و مختلفة الصفات هو العبء الذي يؤديه الشخص، و الذي أصبح يؤثر بشكل كبير على جودة الخدمة و بالتالي عدم تجانسها أو تماثلها لما يصيب مقدم الخدمة من إرهاق و تعب و ملل و كذلك من اعتلال في حالته النفسية .

- وقت تقديم الخدمة ربما يكون سببا آخر من أسباب عدم تجانس الخدمات المقدمة و تماثلها فالمحاضرة التي تقدم الساعة التاسعة صباحا تختلف في جودتها عن المحاضرة التي يقدمها الشخص ذاته الساعة الثانية بعد الظهر أو السابعة مساء .

د- متزامنة أو الفئائية: تتعرض الخدمات للزوال و الفناء عند استخدامها فهي غير قابلة للتخزين، هذا ما يجعل تكلفة التخزين و الإيداع منخفضة نسبيا أو بشكل كامل في المؤسسات الخدمية و هذا يمكن النظر إليه كنتيجة إيجابية لخاصية الفئائية. (العلي، 2008)

لذا فإن المؤسسات الخدمية تمنى بخسائر كبيرة في حالة عدم الاستفادة من الخدمة، فوجود غرف شاغرة في الفندق مثلا أو مقاعد غير مشغولة على متن طائرة في رحلة معينة فإنه لا يمكن تخزينها لوقت آخر فهذا كله يشكل خسارة باعتبارها طاقات معطلة، و لا تشكل هذه الخاصية أية مشكلة طالما أن الطلب مستمر، إلا أن التباين أو التذبذب في الطلب و عدم استمراره بوتيرة واحدة يجعل مؤسسات الخدمة تواجه بعض الصعوبات كما في شركات النقل التي تواجه ازدحاما في فترات بداية ساعات : العمل و نهايته، و رغم ذلك يمكن التخفيف من أثار هذه الخاصية عن طريق بعض الإجراءات : (برنجي، 2009)

- استخدام أنظمة الحجز المسبق و ذلك بهدف إدارة مواجهة التغيير في مستوى الطلب .
- تشكيل قوة عمل لمواجهة حالة التزايد على طلب الخدمة .

- تطوير أساليب الخدمات المشتركة بمعنى تقديم الخدمة للأسر و المجموعات .
ه - الملكية: "إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة و خاصة مميزة للخدمات مقارنة بالسلع المادية، مما يسبب مشكلة تسويقية لأن المستهلك يشعر بالسعادة عند تملكه للسلعة مما يلقي بعبء كبير على رجل تسويق الخدمة حتى يشعره بهذه الخدمة. المادية، فبالنسبة لهذه الأخيرة فإن لمستخدميها حق التصرف بها، و امتلاكها و استخدامها و استهلاكها بشكل كامل و بإمكانية تخزينها أو بيعها في وقت لاحق، و عندما يدفع ثمنها فإن المستهلك يمتلك السلعة". (الطائي، الصميدعي، و آخرون، 2006)

أما بالنسبة للخدمة فإن المستفيد له فقط الحق باستعمال أو استخدام الخدمة لفترة معينة و الوقت محدد في كثير من الأحيان (مثل تأجير غرفة في فندق أو مقعد في طائرة) و أن ما يدفعه ما يكون إلا لقاء الاستعمال أو الحصول على منفعة مباشرة من الخدمة المقدمة إليه فهو لا يمتلكها كما في السلع المادية، مما يسبب مشكلة تسويقية لأن المستهلك يشعر بالسعادة عند تملكه للسلعة مما يلقي بعبء كبير على رجل تسويق الخدمة حتى يشعره بهذه الخدمة .

الجانب الميداني :

يتضمن الجانب الميداني منهجية الدراسة المتبعة، وعينتها ووصف المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة، ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجات الإحصائية المستخدمة، وقياس ثبات أداة الدراسة.

الجانب الميداني

1-منهج الدراسة:

استخدم هذا البحث، المنهج الوصفي، الذي يحاول وصف الظاهرة موضوع الدراسة،

وتحليل المعطيات الميدانية وبيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها، والعمليات التي تتضمنها. لذا المنهج الوصفي هو الأدر على الوصول إلى تحقيق أهداف البحث، والإجابة على تساؤلاته البحثية المثارة، وتحقيق فرضياته المطروحة. زيادة على مقابلة مع رئيس القسم لمعرفة أهم المعوقات التي تحول دون الاستغلال الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي .

2-مجتمع الدراسة وطبيعة العينة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة، وقد اختيرت عينة عشوائية طبقية مست جميع المستويات الدراسية للسنة الجامعية 2021/2020 وتعدادها 220 طالبا وطالبة أجابوا على الاستمارة الالكترونية المرسلة لهم .

3-أدوات ومصادر الحصول على المعلومات:

اعتمد الباحث على عدة مصادر لجمع المعلومات المتعلقة بالدراسة منها على وجه الخصوص، المقابلة مع رئيس قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعناية للسنة الدراسية 2021/2020، زيادة على مقابلات مع بعض الطلبة، وكذا الاستمارة التي اعتمد عليها الباحث كأداة رئيسية في معرفة آراء الطلبة حول جودة الخدمة المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

4-المعالجة الإحصائية:

أعتمد الباحث في تحليل تفريغ الاستبيانات الصالحة للدراسة على الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الإصدار 25، ولقد قام الباحث بتطبيق الأساليب التالية:

- التكرارات والنسب المؤوية، بهدف تحليل خصائص العينة ديمغرافيا.
- المتوسطات الحسابية لتحديد مستوى استجابة أفراد العينة.
- الانحرافات المعيارية لقياس درجة تباعد استجابة أفراد العينة عن وسطها الحسابي.
- معادلة طول الفئة لقياس مستوى أهمية متغيرات الدراسة وذلك وفق المعادلة التالية:

مدى = (العلامة القصوى - العلامة الدنيا) / (5-1) = 3 / 4 = 0.75 (الإجابات بحسب سلم ليكرت الخماسي)

وبذلك تكون :

- الأهمية المنخفضة من 1 إلى أقل من 2.33
- الأهمية المتوسطة من 2.34 لغاية 3.67
- والأهمية المرتفعة من 3.68 إلى غاية 5
- معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات إدارة الدراسة .

5-الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة البحث

الجدول رقم (01) يوضح توزيع العينة حسب المستويات الدراسية لقسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة

المستوى الجامعي	التكرار	%
السنة الثانية	70	31,82%
السنة الثالثة	62	28,18%
ماستر 1	50	22,73%
ماستر 2	38	17,27%
المجموع	220	%100

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة .

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج برنامج التحليل الإحصائي نلاحظ من خلال الجدول أن الدراسة مسّت كل الأطوار الجامعية وذلك للوصول إلى نتيجة يمكن الوثوق بها وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة.

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس لقسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة.

الجنس	عدد	%
إناث	150	68,18%
ذكور	70	31,82%

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج برنامج التحليل الإحصائي

نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الإناث غالبية على فئة الذكور، ذلك ما لاحظته الباحث عبر مراحل إعداد البحث، حيث أن معظم الطلبة المنتسبين إلى قسم علم النفس هم من الإناث.

6-صدق أداة الدراسة وثباتها

أ- الصدق الظاهري

للتأكد من صدق أداة الدراسة تم عرضها على أساتذة من قسم علم النفس وأخذت كل اقتراحاتهم بعين الاعتبار من تصحيح بعض المفردات وتغيير بعض الفقرات حتى وصل الاستبيان إلى حالته النهائية.

ب- ثبات أداة الدراسة

تم الاعتماد على اختبار الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ لقياس مدى تناسق إجابات عينة الدراسة

الجدول رقم (03) معامل ثبات أبعاد الاستمارة.

المتغير	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
الوسائط المستعملة في تحسين الخدمة	07	0.752
الفيسبوك	04	0.781
اليوتيوب	03	0.678
تقييم الخدمة	09	0.656
رضا الطلبة	03	0.673
ولاء الطلبة	03	0.620
تفاعل الطلبة	03	0.682

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج برنامج التحليل الإحصائي من خلال قراءة نتائج قيمة معامل ألفا كرونباخ المبيّنة في الجدول رقم (03) نلاحظ أن قيمة الثبات تتراوح بين 0.752 كحد أقصى و 0.620 كحد أدنى مما يدل أن أداة الدراسة ثابتة وبمقدورها تحقيق أغراض الدراسة.

7- أجوبة عينة الدراسة على عبارات امتلاك التقنية والخبرة في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (04) يوضح امتلاك عينة الدراسة لهاتف ذكي .

ال تكرارات	%	هل هاتفك موصول بالانترنت
120	48,00%	دائما
70	28,00%	أحيانا
30	12,00%	أبدا

ال تكرارات	%	هل تملك هاتفنا ذكيا
200	90,91%	نعم
20	9,09%	لا

هل تملك جهاز كمبيوتر موصول بخدمة الانترنت		
100	45%	نعم
120	55%	لا

المصدر: من إعداد الباحث اعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي أكثر من 90% من عينة الدراسة تملك هاتفنا ذكيا، بينما 45% من عينة الدراسة لديهم جهاز كمبيوتر موصول بخدمة الانترنت،
الجدول رقم (05) يوضح توفر الانترنت في الهاتف الذكي لعينة البحث
المصدر: من إعداد الباحث اعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي يلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (05) أن أغلب العينة لديها اشتراك شهري ثابت للانترنت، وأن 28% يشتركون في حالة الحاجة وذلك بالاشتراك المؤقت (محدود زمنيا وكميا)، بينما 12% لا يملكون إطلاقا اشتراكا في خدمة الانترنت ويعتمدون على زملائهم في تلقي كل ما هو جديد أو عبر أجهزة الكمبيوتر المنزلية الموصولة بالانترنت.
الجدول رقم (06) يوضح اشتراك عينة البحث في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك و اليوتوب)

ال تكرارات	%	هل تملك حسابا على الفيسبوك
219	99,55%	نعم
1	0,45%	لا

هل أنت مشترك في موقع اليوتوب		
190	86,36%	نعم
30	13,64%	لا

المصدر: من إعداد الباحث اعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي جميع أفراد العينة تملك حسابا على الفيسبوك، باستثناء فرد واحد، وأكثر من 86.36% من أفراد العينة مشتركين في خدمات اليوتوب، مع ملاحظة أنه يمكن مشاهدة محتوى اليوتوب دون شرط الاشتراك بعكس موقع الفيسبوك

الجدول رقم (07) يوضح خبرة عينة الدراسة مع التعامل لمواقع التواصل الاجتماعي

ال تكرارات	%	منذ متى وأنت تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
22	10%	أقل من سنة
36	16%	من سنة إلى سنتين

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة .

74%	162	أكثر من سنتين
100%	220	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي يتضح من خلال الجدول رقم (07) أن جميع عينة الدراسة لها خبرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الأغلبية المطلقة لها أكثر من سنتين خبرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال تحليل أجوبة عينة الدراسة في الجداول السابقة، يمكن استنتاج أن عينة الدراسة مستعدة تقنيا للتفاعل مع محتوى صفحات قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة بما لديهم من خبرة في استعمال هذه المنصات وبما يملكونه من وسائل تقنية.

8- تحليل إجابات أفراد العينة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي المستعملة في تقديم الخدمة:

الجدول رقم (08) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بقسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة من وجهة نظر الطلبة.

رقم	دور شبكات التواصل الاجتماعي المستعملة في تقديم الخدمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	* قيمة "t" المحسوبة	* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
الفيسبوك							
01	أعلق باستمرار على المنشورات والمواضيع الخاصة على الصفحة الرسمية للقسم على الفيسبوك.	4.701	0.618	51.162	0.000	1	مرتفع
02	أبتادل الآراء والأفكار مع زملائي على الصفحة الرسمية للقسم على الفيسبوك.	4.481	0.791	37.250	0.000	3	مرتفع
03	أحصل على المساعدة اللازمة من زملائي على الصفحة الرسمية للقسم على الفيسبوك.	4.632	0.692	43.812	0.000	2	مرتفع
04	يزودني زملائي بالمعلومات التي أحتاجها حول الخدمات والبرامج التدريسية على الصفحة الرسمية للقسم على الفيسبوك.	4.220	0.887	27.453	0.000	4	مرتفع
مرتفع	Σ الفيسبوك	4,509	0,747	39,919			
اليوتيوب							
05	أشاهد باستمرار مقطع الفيديو الخاصة بنشاطات القسم وفعالياته على اليوتيوب .	4.132	1.107	20.098	0.000	2	مرتفع
06	اعلق باستمرار على مقاطع الفيديو الخاصة بالقسم وندواته على اليوتيوب .	4.256	1.061	21.894	0.000	1	مرتفع
07	أشارك زملائي مقاطع الفيديو الخاصة بالفعاليات والنشاطات التي يقوم بها القسم على اليوتيوب .	3.971	0.981	19.254	0.000	3	مرتفع

مرتفع		20,415	1,050	4,120	∑ اليوتوب
مرتفع		30.167	0.898	4.314	∑ العام

المصدر: من إعداد الباحث اعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي
*قيمة (t) الجدولية عند مستوى $\alpha = 1.629 \leq 0.05$
تم حساب قيمة (t) الجدولية اعتمادا على الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3) على أساس سلم ليكرت ذو (5) درجات.
مما يلاحظ في إجابات عينة الدراسة الموضحة في الجدول رقم (08) عن العبارات المتعلقة بعدد الشبكات الاجتماعية ودورها في تقديم الخدمة من وجهة نظر طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة، أن المتوسطات الحسابية للمتغيرات محصورة بين (3.971 و 4.701) وبمتوسط كلي مقداره 4.314 على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى المستوى المرتفع لشبكات التواصل الاجتماعي المستعملة في تقديم الخدمة، كما يتضح أن بُعد الفيسبوك جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي = 4,509 وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي وانحراف معياري = 0.747، فيما حصل بعد اليوتوب على متوسط حسابي = 4.120 وانحراف معياري 1,050. وبشكل عام يتبين أن مستوى الأهمية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمة مرتفع من وجهة نظر طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة.

9- تحليل إجابات أفراد العينة حول تقييم الخدمة المقدمة من قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة:

الجدول رقم (09) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الأهمية للخدمة المقدمة في قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة من وجهة نظر الطلبة

رقم	تقييم الخدمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	*قيمة "T" المحسوبة	مستوى دلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
رضا الطلبة							
08	أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار التسجيل في قسم علم النفس.	4.591	0.614	46.415	0.000	3	مرتفع
09	أشعر بالرضا عن الخدمات التي يقدمها قسم علم النفس.	4.751	0.443	77.851	0.000	1	مرتفع
10	أحصل على أفضل خدمة من قسم علم النفس.	4.423	0.648	54.121	0.000	2	مرتفع
	∑ رضا الطلبة	4,588	0,568	59,462			مرتفع
ولاء الطلبة							
11	أوصي الآخرين بالتسجيل في قسم علم النفس.	4.892	0.242	132.521	0.000	1	مرتفع
12	لو أتيت لي الفرصة بعد تخرجي لسجلت مرة أخرى في قسم علم النفس.	4.574	0.509	58.321	0.000	3	مرتفع
13	أنوي الاستمرار في الدراسة بقسم علم النفس.	4.652	0.485	64.981	0.000	2	مرتفع
	∑ ولاء الطلبة	4,706	0,412	85,274			مرتفع
تفاعل الطلبة							
11	يحافظ موظفو قسم علم النفس على وجود اتصال ثنائي الاتجاه	4.615	0.468	65.689	0.000	2	مرتفع

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة .

						معي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
مرتفع	3	0.000	28.952	0.515	3.741	أجري حوارات منتظرة مع موظفي قسم علم النفس عبر خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
مرتفع	1	0.000	182.195	0.208	4.954	يحافظ موظفو القسم على علاقات متميزة معي
مرتفع			92,279	0,397	4,437	∑ تفاعل الطلبة
			79,005	0,459	4,577	∑ العام

المصدر: من إعداد الباحث اعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي

*قيمة (t) الجدولية عند مستوى $\alpha = 1.629 \leq 0.05$

تم حساب قيمة (t) الجدولية اعتمادا على الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3) على أساس سلم من (5) درجات.

يوضح الجدول رقم (09) إجابات عينة الدراسة على العبارات المتعلقة بتقييم الخدمة المقدمة لطلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعناية من خلال ثلاثة أبعاد هي رضا الطلبة عن الخدمة المقدمة، ولاء الطلبة لقسم علم النفس و تفاعل الطلبة مع الراداريين وأساتذة القسم، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.741 و 4.954) وبمتوسط كلي مقداره 4.577 على مقياس ليكرت الخماسي الذي يدل على أن تقييم الخدمة المقدمة من طرف طلبة قسم علم النفس كان مرتفعا جدا. حيث تصدر بُعد (ولاء الطلبة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره 4.706 وهو أعلى من المتوسط الكلي وبانحراف معياري قدره 0.412، ثم تلاه في المرتبة الثانية بُعد (رضا الطلبة) بمتوسط حسابي 4.588 وبانحراف معياري قدره 0.568، أما بُعد (تفاعل الطلبة) فجاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 4.437 وانحراف معياري بمقداره 0.459

من خلال النتائج المتحصل عليها والتي تبين صحة الفرضية الأولى القائلة أنه هناك دور إيجابي ومؤثر لوسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) على الخدمة المقدمة إلى طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعناية وذلك من وجهة نظرهم. وللإجابة عن التساؤل الثاني القائل: ما هي أهم الخدمات التي يقدمها قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عناية للطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب)؟. قمنا بسؤال رئيس القسم وكذا مجموعة من الطلبة فكانت إجاباتهم كالتالي : يقدم قسم علم النفس عدة خدمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) أهمها :

نشر الإعلانات الخاصة بالطلبة (توقيت وقاعات الدراسة، رزنامة الامتحانات والاستدراك)، نقاط التطبيق والامتحان حتى يتمكن الطلبة من الطعون في حال وجود الحاجة إلى ذلك، الإستدعاءات، التنسيق بين الطلبة والأساتذة ، نشر الدروس المرئية، الرد على تساؤلات الطلبة. كل هذه الخدمات يستفيد منها الطلبة في حينها لكون الأغلبية مشتركون في شبكات التواصل الاجتماعي التابعة لقسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعناية،

أما الإجابات الخاصة بالفرضية الثالثة والمتعلقة بأهم المعوقات التي تواجه القائمين على قسم علم النفس للاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و اليوتيوب) بغرض تحسين الخدمة المقدمة لطلبة، فقد قمنا بطرح السؤال على رئيس القسم وتلخصت إجابته على هذه النقاط:

-نقص كبير في خدمات الانترنت.

-عدم تكوين الأطقم الإدارية للقسم على الاستعمال العلمي لمواقع التواصل الاجتماعي.

-استعمال صفحة مجانية للفيسبوك مما يجد من عدد المشتركين في الصفحة إلى أقل 5000 مشترك وعدم الاستفادة من الامتيازات الإحصائية التي تقدمها صفحة ممولة .

- استعمال الطلبة لأسماء مستعارة تصعب التحكم في تعليقاتهم التي تكون أحيانا ليست في المستوى.

-عدم القدرة على تعيين مسؤول على صفحات المواقع الاجتماعي الخاصة بالقسم مهمته الوحيدة هي تحيين المحتوى.

مناقشة النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها يمكن أن نلاحظ الدور البارز والمهم لمواقع التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات متميزة لطلاب قسم علم النفس بجامعة عنابة، فقد كانت إجاباتهم كلها توحى بالرضا على مستوى الخدمات المقدمة والأثر البالغ في سرعة الحصول على الخدمة مقارنة بتلك التي كانت تقدم ورقيا.

فغالبية عينة البحث تملك التقنية والأدوات والمعرفة في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي باحترافية مما سهل عليهم التأقلم بسرعة كبيرة عند طرح فكرة استعمال تلك المواقع كوسيط بين إدارة قسم علم النفس والطلبة. ولاشك أن التجربة كانت صعبة في بدايتها لكن النتيجة كانت مشجعة،

التوصيات :

على ضوء نتائج البحث يمكن الخروج بعدة توصيات نذكر أهمها:

-توصيل قسم علم النفس بالانترنت أصبح أكثر من ضرورة.

-تكوين الطاقم الإداري من طرف متخصص على استعمال مواقع التواصل الاجتماعي بشكل محترف.

- تمويل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بقسم علم النفس حتى يستطيعوا استغلالها بشكر محترف والاستفادة من المزايا العديدة كالإحصائيات، والعدد الغير محدود من المشتركين لزيادة التفاعل النازل والصاعد.

- في انتظار الحصول على التمويل يمكن التعامل مع المجموعات عوض التعامل الفردي مع الطلبة، كأن ينشئ كل مستوى أو تخصص مجموعة داخل الصفحة الخاصة بالقسم يتم التعامل معها من خلال مندوب الطلبة أو المسؤول عن إدارة تلك المجموعة والتي يطلب من جميع الطلبة المنتمين إلى مستوى جامعي معين وتخصص معين إلى الانخراط في تلك المجموعة وتفعيل زر الإشعارات .

- إنشاء خانة موجهة بالطلبة لتقديم اقتراحاتهم وإبداء رأيهم في الخدمات المقدمة على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالقسم، وذلك لغرض تحسين الخدمة المقدمة لهم .

الخاتمة:

لم يعد من الممكن تجاهل الدور المهم لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية، فجيل اليوم أو ما يطلق عليه بجيل Z أو الجيل الرقمي، الذي ولد في بيئة تسودها التكنولوجيات الجديدة، لا يمكن التعامل معه دون هذه التقنية، وفي الوسط الجامعي يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تلعب دورا كبيرا سواء بالنسبة لإدارة الجامعة أو حتى الأساتذة بل بين الطلبة أنفسهم، فالمعلومة التي تصل في حينها بمجرد نشرها تساهم بشكل كبير في تقديم خدمات متعددة ومميزة سواء للطلبة أو حتى الأساتذة، ومن خلال التجربة القصيرة التي قام بها قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة والتي برغم كل النقائص إلا أن النتيجة كانت أكثر من المتوقع، فقد نقص توافد الطلبة على القسم، ونقصت شكاويهم بل أصبحوا فاعلين من خلال التشارك في تقييم هذه الخدمات وتقديم اقتراحات كان لها الفضل في تحسين نوعية الخدمات المقدمة لهم .

المراجع:

1. أيمن برنجي. الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع الإدارة. التسويقية، 2009 ، ص 28. جامعة بومرداس.

2. حميد الطائي، محمود الصميدعي، و آخرون. (2006). الأسس العلمية للتسويق الحديث. الأردن، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
3. شقرة علي خليل. (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) (الإصدار ط 1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
4. عبد الرزاق خليل. (2006). تطبيق الجودة في مؤسسات التعليم الجامعي. التواصل، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية (العدد 17)، صفحة 111.
5. عبد الستار العلي. (2008). تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع.
6. محمد صالح المؤذن. (2008). مبادئ التسويق (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع.
7. محمد عمر حبيب. (25-26 أفريل، 2013). التواصل السياسي الجديد في ليبيا من خلال الشبكات الاجتماعية الالكترونية ، الملتقى الدولي الاتصال السياسي في العالم العربي و أفريقيا المقاربات و آليات الممارس .
8. هاني حامد الضمور. (2005). تسويق الخدمات (الإصدار الطبعة الثالثة). الأردن: دار وائل للنشر.
9. Christine Balagué, D. F. (2018). Facebook, Twitter et les autres: Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise (éd. 2eme). France: édition pearson.
10. crosby, P. (1986). La qualité est gratuite. Paris: ECONOMICA.
11. McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (éd. 6th ed). Los Angeles: Sage publications.
12. StatCounter. (s.d.). Consulté le 06 06, 2020, sur StatCounter: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/tablet/algeria>