

أثر سلوك موظفي مكاتب الاستقبال على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية

## The impact of the behavior of reception office staff on the satisfaction of customers of Algeria Telecom for the wilaya of Medea

صكري أيوب<sup>1</sup>، نشاد عز الدين<sup>2</sup>، صكوشي حاسين<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المركز الجامعي البيض (الجزائر)، [a.sakri@cu-elbayadh.dz](mailto:a.sakri@cu-elbayadh.dz)

<sup>2</sup> جامعة خميس مليانة (الجزائر)، [a.nechad@univ-dbk.m.dz](mailto:a.nechad@univ-dbk.m.dz)

<sup>3</sup> المركز الجامعي البيض (الجزائر)، [sakouchi.hassine@yahoo.com](mailto:sakouchi.hassine@yahoo.com)

تاريخ النشر: 2023/12/30

تاريخ القبول: 2023/12/27

تاريخ الاستلام: 2023/04/24

### ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر سلوك موظفي مكاتب الاستقبال على رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية، وقد اعتمد الباحثين في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهو الأنسب لمثل هذه المواضيع، كما تم الاستعانة بالاستبانة كأداة للدراسة وجمع المعلومات، وتم توزيعها على عينة الدراسة والمتمثلة في زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية، حيث تم توزيع (260) استبانة، استرجعت منها (243) استبانة صالحة للتحليل.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط وتأثير إيجابية بين أبعاد سلوك موظفي مكاتب الاستقبال مجتمعة (إمكانية تقديم الخدمة وحسن الاستقبال، أسلوب تقديم الخدمة والسرية في التعامل، الشفافية وسرعة الإنجاز) ورضا الزبون. كلمات مفتاحية: سلوك إنساني، سلوك الموظفين، رضا الزبون، مؤسسة اتصالات الجزائر.

تصنيف JEL : E24، J54، J28.

### Abstract:

This study aimed to find out the impact of the behavior of reception office staff on customer satisfaction in Algeria Telecom for the state of Medea, and the researchers relied in this study on the descriptive analytical approach, which is the most appropriate for such topics, and the questionnaire was used as a tool for study and information collection, and it was distributed to the study sample represented by the customers of Algeria Telecom for the state of Medea, where (260) questionnaires were distributed, from which (243) questionnaires valid for analysis were retrieved.

The study found a set of results, the most important of which is the existence of a positive correlation and influence between the dimensions of the behavior of reception office staff combined (the possibility of providing service and good reception, the style of service delivery and confidentiality in dealing, transparency and speed of delivery) and customer satisfaction.

**Keywords:** Human behavior, employee behavior, customer satisfaction, Algeria Telecom.

**JEL Classification:** E24, J54, J28.

## 1. مقدمة:

إن المؤسسات الخدمائية تواجهها اليوم عدّة تحديات، تفرضها التغيرات السريعة في بيئة الأعمال التي تنشط ضمنها، ولما كانت المنافسة من بين التحديات، أصبح الاهتمام بالزبون والاحتفاظ به من بين الأهداف الرئيسية لجميع المؤسسات خاصة الخدمائية منها، لأنه محور العملية التسويقية والحلقة الأهم فيها.

وتحقيق رضا الزبون في المؤسسات الخدمائية يُعد من المهام الأساسية لموظفي مكاتب الاستقبال (المكاتب الأمامية)، كونهم عصب المؤسسة وعمودها الفقري، وواجهة المؤسسة لدى زبائنها ومن خلالها يتم توليد الانطباع الأول لديهم عن المؤسسة ومستوى جودة الخدمات فيها.

من هنا أصبح لزاماً على المؤسسات الخدمائية الاهتمام بموردها البشري وخاصة بسلوك موظفيها أصحاب مكاتب الاستقبال، نظراً لزيادة أهميتهم وتأثيرهم المباشر على الزبون وعلى صورة المؤسسة ككل، حيث لا بد أن يتصف هؤلاء بالمهارة والسلوك السليم والأخلاق الحسنة التي تؤثر إيجاباً على الزبون من أجل كسب رضاه والاحتفاظ به لأطول مدة ممكنة.

مما سبق وانطلاقاً من الأهمية البالغة التي يكتسبها هذا الموضوع، جاءت دراستنا هذه لإثراء المعرفة المتعلقة بسلوك موظفي مكاتب الاستقبال في المؤسسات الخدمائية وعلاقته برضا الزبون، ومنه يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

### 1.1. إشكالية البحث:

ما مدى تأثير سلوك موظفي مكاتب الاستقبال على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، نوردتها فيما يلي:

### 2.1 أسئلة البحث:

هل توجد علاقة ارتباط بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ؟  
هل هناك تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لأبعاد سلوك موظفي مكاتب الاستقبال مجتمعة (إمكانية تقديم الخدمة، أسلوب تقديم الخدمة، الشفافية وسرعة الإنجاز) في تحقيق رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ؟

3.1 فرضيات البحث: من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية، ارتأينا تقديم الفرضيات التالية:

#### الفرضية الأولى:

لا توجد علاقة ارتباط بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

#### الفرضية الثانية:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لأبعاد سلوك موظفي المكاتب الأمامية مجتمعة في تحقيق رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

### 4.1. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية دراستنا من خلال الدور الكبير الذي يلعبه موظفو مكاتب الاستقبال في تحسين صورة المؤسسة لدى زبائنها، كون هذا القسم هو أحد الأقسام الرئيسية في المؤسسة الخدمائية، والذي يؤثر بصورة مباشرة على زبائنها، من خلال جلبهم والاحتفاظ بهم عن طريق المعاملة الحسنة والسلوك السليم، كما تبرز أهمية دراستنا من خلال النتائج التي ستقدمها بإذن الله للمؤسسة محل الدراسة والمؤسسات الخدمائية الأخرى.

## 5.1. أهداف الدراسة:

- هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى تحديد دور سلوك موظفي مكاتب الاستقبال في تحقيق رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، كما سعت إلى تحقيق جملة من الأهداف الأخرى كما يلي:
- إبراز المكانة الهامة لموظفي مكاتب الاستقبال وسلوكهم ضمن المورد البشري للمؤسسة الخدمية.
- التعرف على واقع سلوك موظفي مكاتب الاستقبال في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.
- تحديد دور سلوك موظفي مكاتب الاستقبال في تحقيق رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.
- المساهمة بمجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن أن تساعد متخذي القرارات الإدارية والتسويقية في المؤسسة محل الدراسة والمؤسسات الخدمية الأخرى، من أجل تصميم وإعداد برامج وإستراتيجيات تمكنهم من تحقيق الأهداف المرجوة.

## 2. الإطار النظري للدراسة:

إنّ المورد البشري مهم جداً بالنسبة لأي مؤسسة، وتزداد أهمية أكثر في المؤسسات الخدمية، نظراً للارتباط الوثيق ومستوى التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون، ومن هنا وجب على هذه المؤسسات الاهتمام وكسب رضاه بما ينعكس على أدائه وسلوكه اتجاه الزبائن، وهذا من خلال التدريب والتحفيز وتوجيه سلوكه بما ينعكس بشكل إيجابي على مهاراته وقدرته على التواصل بشكل صحيح مع الزبون.

## 1.2 مفاهيم أساسية حول سلوك موظفي مكاتب الاستقبال:

## 1.1.2. سلوك موظفي مكاتب الاستقبال:

## 1.1.1.2 السلوك التنظيمي وعناصره:

يُعبّر السلوك عن مختلف الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الإنسان جراء تأثيرات العوامل الداخلية والعوامل الخارجية التي تتفاعل فيما بينها بصورة مستمرة ويظهر تأثيرها في شكل سلوك معين، وهناك السلوك الفطري الذي يولد مع الإنسان، وهناك السلوك المكتسب والذي يتعلمه الإنسان نتيجة احتكاكه الدائم بالبيئة المحيطة به.

- السلوك التنظيمي: أورد الباحثون عدّة تعاريف للسلوك التنظيمي منها:

- يشير السلوك التنظيمي إلى ذلك العلم الذي يهتم بالدراسة المنهجية لسلوك العنصر البشري في المنظمات، وتشير نتائج البحوث العلمية وممارسات وآراء خبراء التنظيم إلى أن السلوك التنظيمي هو محصلة التفاعل بين ثلاث مستويات، هي الفرد وجماعة العمل، والمنظمة ككل.<sup>1</sup>

- السلوك التنظيمي هو دراسة السلوكيات الفردية والجماعية داخل المنظمات وتطبيق هذه المعرفة نحو فعالية الشركات.<sup>2</sup>

- دراسة سلوك وأداء العاملين في المنظمة وذلك باعتبار أن بيئة المنظمة لها تأثير كبير على سلوك وتصرفات العاملين ومن ثم إنتاجيتهم.<sup>3</sup>

من خلال هذه التعاريف يمكن القول أن السلوك التنظيمي هو سلوك إنساني محيط بالعمل، أي مجمل ما يصدر عن الفرد أو العامل من تصرفات وردود أفعال نتيجة للمؤثرات في محيط المؤسسة التي يعمل بها.

- عناصر السلوك التنظيمي: يمكن إيجاز عناصر السلوك التنظيمي في النقاط التالية:<sup>4</sup>

- الأفراد: يمثل الأفراد النظام الاجتماعي الداخلي للمنظمة وهم يعملون كأفراد ومجموعات سواء كانت رسمية أو غير رسمية وهم يختلفون في شخصياتهم ومشاعرهم وتفكيرهم ودوافعهم.

- الهيكل التنظيمي: يحدد العلاقات الرسمية للأفراد داخل المنظمة فهو يوضح أنواع الوظائف وعلاقتها ومستوياتها.

- التكنولوجيا: تمثل الأسلوب الذي يستخدمه العاملون في المنظمة فالأفراد لا يملكون بأيديهم كل شيء فهم يستخدمون الآلات ووسائل تكنولوجيا معينة في العمل والتكنولوجيا المستخدمة لها تأثير على الإنتاجية.
- البيئة: تعمل كافة المنظمات في بيئة داخلية خاصة بها، وأيضاً في بيئة خارجية خاصة بالمجتمع، والتي لها تأثير كبير على العاملين في المنظمة فهي تؤثر على سلوكهم واتجاهاتهم وتؤثر في ظروف العمل ودرجة المنافسة.

### 2.1.1.2 مكاتب الاستقبال:

- تعريف مكاتب الاستقبال: يستخدم مصطلح "المكتب الأمامي" في المؤسسات الخدمائية في جميع أنحاء العالم، ويشير إلى الموظفين الذين يعملون مباشرة مع الضيوف وغالباً ما يكون أيضاً نقطة الاتصال الأولى للقادمين.<sup>5</sup> ويتولى موظفو المكتب الأمامي التعاملات بين المؤسسة الخدمائية والعملاء، حيث يستقبل الموظفون العملاء ويتعاملون مع طلباتهم ويساهمون في صنع الانطباع الأول عن المؤسسة الخدمائية في أذهانهم، وعادة ما يطلق عمى المكتب الأمامي قسم الاستقبال.<sup>6</sup>
- مواصفات مكاتب الاستقبال: لمكتب الاستقبال مواصفات وخصائص مهمة يجب أن تتوفر فيه، نذكرها فيما يلي:<sup>7</sup>
- يجب أن يوضع مكتب الاستقبال بشكل مباشر بالقرب من مدخل المؤسسة، وفي حالة المساحة الكبيرة لقسم الاستقبال فيجب أن يكون تصميم وديكور قسم الاستقبال يرشد العميل إليه مباشرة بحيث لا يضطر العميل للسؤال عن قسم الاستقبال.
- المكتب الخاص بقسم الاستقبال يجب أن يكون جميلاً ونظيفاً وخالياً من المعدات غير اللازمة ومرحبا للتعامل مع الموظفين ومجهز بكل المعدات اللازمة واللوحات الإرشادية.
- يجب أن يتمتع موظفي قسم الاستقبال بمظهر خارجي جذاب، كما يجب أن يتمتعوا بمهارات الاتصال بمختلف اللغات مهارات التواصل واللباقة والأدبيات العامة، ويجب أن يقدموا الخدمات للعملاء وفقاً دون إسناد الأيدي على الكاونتر أو التأفف أو جعل العميل ينتظر طويلاً.

### 2.1.2 أخلاقيات العمل لدى موظفي مكاتب الاستقبال:

#### 1.2.1.2 تعريف موظفو مكاتب الاستقبال

إنّ الخدمات عموماً ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمقدميها، وخاصة أصحاب المكاتب الأمامية، أي الموظفون الذين يقومون بأدوار مشتركة تتمثل في إنتاج الخدمة وبيعها بذات الوقت.<sup>8</sup> لهذا فموظفي مكاتب الاستقبال هم الذين يتكون الانطباع الأول على الجميع تقريباً، مما يجعل موظفي مكاتب الاستقبال الوجه العام للمنظمة.<sup>9</sup> حيث يتكون انطباع الزبون سلباً أو إيجاباً عن المؤسسة الخدمائية وما يقدمه من خدمات كنتيجة لسلوك الموظفين وما يمتلكونه من قدرات وهذا يؤكد على أهمية الاهتمام بالموظفين في المؤسسات الخدمائية، وخاصة موظفي المكاتب الأمامية لما لهم من اتصال وتأثير مباشر على الزبائن.

#### 2.2.1.2 أخلاقيات موظفو مكاتب الاستقبال

ينبع سلوك الموظف في مكتب الاستقبال من أخلاقه، والتي هي مجموعة القيم والمبادئ التي تُحرك المجتمع مثل العدل والمساواة والحرية، وتُصبح مرجعية ثقافية سندا قانونياً يستقي منه أنظمتهم وقوانينهم<sup>10</sup>، لذا أصبحت المؤسسات الخدمائية تولي أهمية بالغة لموضوع الأخلاق لدى موظفيها، حيث أن من بين أسس النجاح والتطور وتقديم خدمات ذات جودة عالية لأي مؤسسة الاعتناء بأخلاقيات العمل، وتكريس مبدأ الأخلاق والسلوك السليم في التعامل مع الزبائن.

## 2.2. الإطار المفاهيمي لرضا الزبون

يعتبر رضا الزبون أحد الغايات والأهداف المهمة التي تسعى المؤسسات للوصول إليها، فهو يحتل مكانة مرموقة لديها، وستتناول في هذا العنصر مفاهيم أساسية حول رضا الزبون.

### 1.2.2. مفهوم رضا الزبون:

- يُعرّف الزبون على أنه: المصدر الوحيد لاستمرار ربحية وحياة المنظمة في الحاضر والمستقبل، الزبون الجيد هو الذي يحقق أكبر ربح للمنظمة بأقل التكاليف، لكن يبقى هذا المصدر نادراً لأن الزبون أصبح يتمتع بالذكاء في ظل منافسة شرسة وصعبة من غير الممكن السيطرة عليها.<sup>11</sup>
- ويُعرّف رضا الزبون على أنه: شعور الزبون بأن الاستهلاك يلي بعض احتياجاته ورغباته، وكذا بعض أهدافه، وأن هذا الإيفاء يكون ممتعاً.<sup>12</sup>
- كما أنّ رضا الزبون يؤثر على عملية صنع القرار من جانب المشتري، ويؤدي إلى خلق الولاء لديه، كما يجعل المشتري على استعداد لدفع سعر ممتاز، ويحقق للمؤسسة ميزة تنافسية تؤدي إلى ارتفاع حصة السوق والأرباح.<sup>13</sup>
- لهذا فقد أولى المفهوم الحديث للتسويق أهمية بالغة ومكانة مرموقة للزبون في بيئة الأعمال، فجعله الهدف الرئيسي الذي تسعى المؤسسات دوماً لإرضائه، من أجل تحقيق أهدافها في بيئة معقدة تتزايد فيها المنافسة يوماً بعد يوم.

### 2.2.2. أهمية رضا الزبون:

- إنّ للرضا أهمية بالغة لدى أي مؤسسة، ويعد من بين المؤشرات المهمة للحكم على مستوى أدائها، ويمكن إيجاز أهمية رضا الزبون بالنسبة للمؤسسة فيما يلي:<sup>14</sup>
- إذا كان الزبون راضياً عن أداء المؤسسة فإنه سيتحدث للآخرين مما يولد زبائن جدد.
- إذا كان الزبون راضياً عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة، فإن قراره بالعودة إليها سيكون سريعاً.
- إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقول من احتمال توجه الزبون إلى مؤسسات أخرى منافسة .
- إن المؤسسة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولاسيما فيما يخص المنافسة في الأسعار.
- أن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع المؤسسة في المستقبل مرة أخرى.
- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود الفندق إلى تطوير خدماته المقدمة إلى المستهلك.
- أن المؤسسة التي تسعى إلى قياس رضا الزبون تتمكن من تحديد حصتها السوقية.
- يعد رضا الزبون مقياس لجودة الخدمات المقدمة.

### 3.2.2. محددات رضا الزبون

- تختلف وتتعدد محددات رضا الزبون باختلاف المنتج بين سلعة وخدمة، وبين طبيعة إلبائن، وكذا العوامل المؤثرة فيهم، حيث اتفق الباحثون على أن محددات الرضا الزبون تتمثل في ثلاثة أبعاد أساسية وهي:
- 1.3.2.2 التوقعات: وتُعبّر عن الأداء الذي يتطلع المستهلك للحصول عليه من اقتناء منتج أو علامة معينة، ويعبر عنه بالقيمة المتوقعة قبل تنفيذ قرار الشراء، ويمكن أن تتحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه المستهلك في المنتج.<sup>15</sup> فهي توقعات أو أفكار الزبون بشأن احتمالية ارتباط أداء الخدمة بخصائص ومزايا معينة متوقع الحصول عليها من طرف مقدمها.<sup>16</sup>

**2.3.2.2 الأداء المدرك:** أو الأداء الفعلي، ويتمثل في مستوى الأداء الذي يدركه الزبون عند الحصول على الخدمة وبالإضافة إلى الخصائص الفعلية للخدمة.<sup>17</sup> أي هو المستوى المدرك لجودة المنتج نسبة إلى السعر المدفوع، والقيمة المدركة هي قياس للجودة نسبة إلى السعر المدفوع فعلى الرغم من أن السعر يكون أحيانا مهما جداً بالنسبة للزبائن خاصة في مرحلة الشراء لأول مرة إلا أن له تأثير قليل على الرضا من أجل إعادة الشراء.<sup>18</sup>

**3.3.2.2 المطابقة / عدم المطابقة: (الثبت):** وتتمثل المطابقة في عملية إيجاد الفرق بين مستوى التوقعات (الأداء المتوقع) ومستوى الأداء الفعلي الذي حصل عليه الزبون بعد شراء المنتج، وتعرف المطابقة على أنها درجة انحراف أداء المنتج عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء فيتولد عنها عدم الرضا.<sup>19</sup>

### 3. الدراسة الميدانية:

بعد أن استعرضنا الجانب النظري من الدراسة، حيث تعرّضنا لأهم العناصر المتعلقة بمتغيرات الدراسة والمتمثلة في سلوك موظفي مكاتب الاستقبال ورضا الزبون، سنتطرق من خلال هذا العنصر إلى أثر سلوك موظفي مكاتب الاستقبال على رضا الزبون \_ دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية \_ ،

### 1.3. الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

سنعرض من خلال هذا العنصر الإجراءات المنهجية التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة الميدانية والمتعلقة، مجتمع الدراسة والعينة المختارة، تصميم أداة الدراسة، إعداد البيانات والأدوات المستخدمة في الدراسة وأخيراً اختبار أداة الدراسة.

#### 1.1.3. مجتمع الدراسة والعينة المختارة:

- يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأفراد والأشخاص الطبيعيين الذين لهم صلة بموضوع البحث وإشكاليته، وبما أن الظاهرة المدروسة هي معرفة أثر سلوك موظفي مكاتب الاستقبال على رضا الزبون \_ دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية \_، فبذلك يكون مجتمع الدراسة متكون من جميع زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

- ونظراً لأنه الصعب جداً قياس الظاهرة بين جميع أفراد مجتمع الدراسة لأن ذلك يتطلب الكثير من الإمكانيات المادية والمعنوية وتتطلب وقت كبير، وبالتالي ومن أجل الوصول إلى هدف الدراسة في ظل ما هو متاح فإننا اعتمدنا على أسلوب المعاينة من أجل جمع البيانات الضرورية لإكمال الدراسة وذلك باختيار عينة من مجتمع الدراسة وتمثل المجتمع الكلي تمثيلاً دقيقاً، ولقد تم اختيار العينة وفقاً لأسلوب المعاينة (طريقة سحب العينة)، لهذا فقد تم الاعتماد على أسلوب المعاينة الطبقية العشوائية وهي الطريقة التي اعتمدنا عليها في سحب العينة وجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالموضوع، وتم اختيار الطريقة الاحتمالية (العشوائية) لغياب قاعدة بيانات دقيقة حول المجتمع الكلي للدراسة.

- ونظراً لكبر مجتمع الدراسة والعديد من الصعوبات وقلة الإمكانيات وضيق الوقت، فقد تم توزيع 260 استبانة على زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر، استبعدت منها 07 استبانة لعدم اكتمالها، ولوجود تناقضات كبيرة بين أجوبة الباحثين، وبهذا فقد بلغت عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل 243 استبانة.

#### 2.1.3. أسلوب جمع البيانات وأدوات التحليل الاقتصادي:

**1.2.1.3 أسلوب جمع البيانات:** لقد تم الاعتماد في دراستنا على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، حيث تصميم استبيان بحث موجه إلى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، وقد تكون استبيان الدراسة من ثلاثة محاور هي: (الخصائص الديمغرافية، سلوك موظفي مكاتب الاستقبال، رضا الزبون)

2.2.1.3 أدوات التحليل الاقتصادي: قمنا في هذه المرحلة بفرض وتحليل الإجابات من الاستبيان قصد بناء قاعدة معطيات، والتي تم إعدادها بالاعتماد على برنامج الـ **Spss20** "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" لمعالجة البيانات وتحليلها، واستخراج نتائج الدراسة، وقد تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية والتي تتناسب ومتغيرات الدراسة كما يلي:

- معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس درجة الاتساق لفقرات الاستبيان ومتغيرات الدراسة.
  - التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات ومفردات عينة الدراسة.
  - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة درجة موافقة المستجوبين (الزبائن).
  - اختبار التوزيع الطبيعي لمعرفة ما إذا كانت العبارات تتبع التوزيع الطبيعي.
  - معامل الارتباط برسون لقياس العلاقة بين متغيرات الظاهرة المدروسة.
  - معامل الانحدار البسيط لمعرفة تأثير بعد سلوك الموظفين (المتغير المستقل) على رضا الزبون (المتغير التابع).
- 3.1.3. قياس صدق وثبات أداة الدراسة: اعتمدنا عند قياس ثبات أداة الدراسة على أهم وأشهر اختبارات قياس الثبات وهو معامل ألفا كرونباخ.

#### الجدول رقم (1): معامل الثبات ألفا كرونباخ

المتغير	سلوك الموظفين	رضا الزبون	الاستمارة
قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ	0,82	0,78	0,84

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال قراءتنا للجدول أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ الكلي لأداة الدراسة بلغت: **0,84**، وهي قيمة مرتفعة، وأكبر من النسبة (0,6) المعتمدة إحصائياً، ما يدل على ثبات الاستمارة.

#### 2.3. عرض نتائج الدراسة الميدانية:

يهدف التعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية، قمنا بحساب التكرارات والنسب المئوية الخاصة بها، وكانت النتائج كما يلي:

- بالنسبة لتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس ما نسبته **54,7%** من مجموع أفراد العينة هم ذكور، وما نسبته **45,3%** هم إناث.
- بالنسبة لتوزيع أفراد العينة حسب متغير العمر فهي متنوعة، حيث تصدرت المرتبة الأولى الفئة العمرية (من 21 إلى 40 سنة) بنسبة **63%**، تليها بعدها الفئة العمرية (من 41 إلى 60 سنة) بنسبة **25%**، ثم تأتي كل من الفئتين العمريتين (أقل من 20 سنة) و (أكثر من 60 سنة) بنسب **5%** و **7%** على التوالي.
- بالنسبة لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي فإن أغلب أفراد العينة المدروسة لديهم مستوى جامعي وذلك بنسبة بلغت **63.4%** أي أكثر من ثلثي العينة المدروسة، كما بلغت نسبة الأفراد الذين لديهم مستوى ثانوي **29.6%**، أما أقل نسبة بلغت **7%** بالنسبة للأفراد الذين لديهم مستوى متوسط وأقل.
- بالنسبة لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة، يتضح أن **55%** من مجموع المبحوثين يعملون في القطاع العمومي التابع للدولة، أما ما نسبته **20%** فهم موظفون لدى القطاع الخاص، ثم في الأخير كل من فئة الطلبة والأفراد بدون عمل بنسب **16%** و **9%** على الترتيب.

### 3.3. اختبار فرضيات الدراسة الميدانية:

#### 1.3.3. اختبار التوزيع الطبيعي:

#### الجدول (02): اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات العينة

متغيرات الدراسة	مستوى الدلالة
المحور الأول (المتغير المستقل)	0,079
المحور الثاني (المتغير التابع)	0,089

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة لكل بعد من بعدي متغيرات الدراسة (سلوك موظفي مكاتب الاستقبال، رضا الزبون) أكبر من مستوى الدلالة (0,05)، ومنه فإن العبارات تتبع التوزيع الطبيعي.

#### الفرضية الثانية:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لأبعاد سلوك موظفي المكاتب الأمامية مجتمعة في تحقيق رضا زبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

❖ اختبار الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباط بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

H0: لا توجد علاقة ارتباط بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

H1: توجد علاقة ارتباط بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحثين بتحليل الانحدار المتعدد لمعرفة درجة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة، والجدول الموالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

#### جدول رقم (03): الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد سلوك موظفي مكاتب الاستقبال على رضا الزبون

Sig	قيمة T	قيمة B	المتغيرات المستقلة	معنوية النموذج			R2	R
				Sig	F	ddl		
0,000	1,720	0,669	Constant	0,000	99,155	3	0,510	0,669
0,000	4,650	0,491	إمكانية تقديم الخدمة			239		
0,000	5,300	659,0	أسلو تقديم الخدمة			242		
0,000	18,239	701,0	الشفافية وسرعة الإنجاز					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss22

من خلال بيانات الجدول رقم (03) أعلاه تبين أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال ورضا الزبون، حيث بلغ معامل الارتباط الثنائي (0.669) عند مستوى الدلالة  $\alpha \leq (0,05)$  ومعامل تحديد قُدْر ب (0.510) أي أن 51% من التغيرات الحاصلة في رضا الزبون لدى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر محل الدراسة مصدرها سلوك موظفي مكاتب الاستقبال، وهي قدرة تفسيرية مقبولة جداً والباقي 49% مصدرها عوامل أخرى.



❖ **الفرضية الثانية:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لأبعاد سلوك موظفي المكاتب الأمامية مجتمعة في تحقيق رضا زبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

**H0:** لا يوجد تأثير بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

**H1:** يوجد تأثير بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال و رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

من خلال بيانات الجدول رقم (03) أعلاه تبين أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لأبعاد سلوك موظفي المكاتب الأمامية مجتمعة في تحقيق رضا زبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، حيث بلغت درجة التأثير (0.669) وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في سلوك موظفي مكاتب الاستقبال يؤدي إلى زيادة رضا الزبون بقيمة (66.9%).

وبالرجوع إلى بيانات الجدول رقم (03) أعلاه، يتضح لنا ثبوت لمعاملات الانحدار ( $\beta$ ) لكافة الأبعاد، وعليه هناك ارتباط وتأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد سلوك موظفي مكاتب الاستقبال المذكورة و رضا الزبائن عند مستوى الدلالة (0,05)، كما أن سلوك موظفي مكاتب الاستقبال بأبعاده المذكورة مجتمعة قد فسرت (51%) من التغيرات الحاصلة في رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية، وهي قدرة تفسيرية مقبولة.

وعليه يمكن إيجاد معادلة الانحدار المتعدد لأبعاد سلوك موظفي مكاتب الاستقبال مجتمعة كما يلي:

رضا الزبون =  $0,669 + 0,491$  (إمكانية تقديم الخدمة) +  $0,596$  (أسلوب تقديم الخدمة) +  $0,710$  (الشفافية وسرعة الإنجاز)

4. **خلاصة:** لقد تمّ التطرق في هذه الورقة البحثية لمدى إدراك الزبائن لسلوك موظفي مكاتب الاستقبال في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية مدية، وقد خلّصت الدراسة لمجموعة من النتائج والتوصيات نوردتها فيما يلي:

#### 1.4. النتائج:

- أثبتت الدراسة الميدانية أن تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر المدية لعبارات مؤشر إمكانية تقديم الخدمة كان متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (3.33)، وتفسير هذه القيمة أن موظفي المكاتب الأمامية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر البيض ليس لديهم الاستعداد كافي لتقديم الخدمة للزبائن.

- إن تقييم الزبائن لعبارات البعد الثاني والمتعلق أسلوب تقديم الخدمة والسرية في التعامل كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لكافة العبارات (3.16)، وهي قيمة لا ترقى للمستوى المطلوب وتفسير ذلك في وجهة نظرنا أن موظفي المكاتب الأمامية لمؤسسة اتصالات الجزائر البيض ينقصهم الأسلوب والطريقة المثلى والسليمة لتقديم الخدمة للزبائن، إضافة إلى عدم وجود سرية ف التعامل مع زبائن هاته المؤسسة.

- إن تقييم الزبائن لعبارات البعد الثالث والمتعلق الشفافية وسرعة الإنجاز كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام لكافة العبارات (3.16)، وتفسير ذلك في وجهة نظرنا أن موظفي المكاتب الأمامية لمؤسسة اتصالات الجزائر البيض تنقصهم السرعة في الأداء، إضافة إلى افتقارهم الثقة من وجهة نظر الزبائن.

- أثبتت الدراسة الميدانية أن هناك رضا متوسط بالنسبة لعينة الدراسة نحو مؤشر سلوك موظفي مكاتب الاستقبال لدى مؤسسة اتصالات الجزائر المدية، وهو مستوى غير مقبول نظراً للأهمية البالغة لموظفي مكاتب الاستقبال وتأثيرهم الكبير والمباشر على الزبائن، فهم واجهة المؤسسة الخدمية ولديهم تأثير كبير في تكوين الانطباع الإيجابي الأولي للزبائن اتجاه المؤسسة الخدمية،

وبالتالي على القائمين على هذه المؤسسات الخدمية بصفة عامة، والمؤسسة محل الدراسة بصفة خاصة أن تولي أهمية بالغة لهؤلاء الموظفين من خلال تحفيزهم وتكوينهم وتدريبهم لكي ينعكس أداؤهم وسلوكهم بالإيجاب على مستوى الرضا لدى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر المدية .

- في حين تبين من خلال الدراسة الميدانية أيضاً أن هناك رضا متوسط بالنسبة لعينة الدراسة اتجاه سلوك موظفي مكاتب الاستقبال لدى مؤسسة اتصالات الجزائر المدية، ولهذا وجب على هذه المؤسسة التحسين من هذه النسبة لكونها ضعيفة، وهذا عن طريق ما يُعرف بالتسويق الداخلي أو الاهتمام بالزبائن الداخليين وهم الموظفين لديها وخاصة أصحاب مكاتب الاستقبال، بما ينعكس بالإيجاب والرضا على الزبائن الخارجيين .

- كما تبين من خلال الدراسة الميدانية أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بين سلوك موظفي مكاتب الاستقبال ورضا الزبون، حيث قُدِّرَ معامل الارتباط  $0,669$ ، وهي علاقة ارتباط طردية إيجابية متوسطة .

- في حين تبين أيضاً من خلال نتائج الدراسة الميدانية أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لكافة أبعاد سلوك موظفي مكاتب الاستقبال مجتمعة على رضا الزبون، وهذا ما تمّ التوصل إليه من خلال إجراء اختبار تحليل الانحدار المتعدد، وقد قُدِّرَت قيم درجات التأثير ب  $(0,491)$ ،  $(0,596)$ ،  $(0,710)$  لكل مؤشر من مؤشرات قياس المتغير المستقل، (إمكانية تقديم الخدمة، أسلوب تقديم الخدمة، الشفافية وسرعة الإنجاز).

#### 2.4. التوصيات: بناء على النتائج نقدم التوصيات التالية:

- ينبغي على المؤسسات الخدمية بصفة عامة، ومؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية بصفة خاصة أن تولي أهمية بالغة لموظفي المؤسسة وخاصة أصحاب مكاتب الاستقبال، وهذا عن طريق تحفيزهم وتدريبهم وتكوينهم لتنمية معارفهم وقدراتهم ومهاراتهم وسلوكياتهم في التعامل الإيجابي مع زبائن المؤسسة، لأنهم الواجهة الأمامية للمؤسسة لدى الزبون وأصحاب التأثير المباشر عليهم سواء إيجاباً أو سلباً .

- ينبغي على مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية أن تولي أهمية بالغة للزبون والسعي دوماً لخدمته وإرضائه بالشكل الذي يؤدي إلى الاحتفاظ به لأطول وقت ممكن، لأنه الحلقة الأهم الذي تدور حوله العملية التسويقية، وكونه الهدف الرئيسي لكل مؤسسة ، حتى يصبح المروج الإيجابي والمؤثر لخدمات هذه المؤسسة من خلال ما يُعرف بالكلمة المنطوقة .

على مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية الاهتمام دوماً بتنمية مهارات التواصل والاتصال بين موظفي مكاتب الاستقبال وزبائن المؤسسة .

## 5. الهوامش والإحالات:

- <sup>1</sup> بطاهر بختة، السلوك التنظيمي وأهميته في رفع درجة اليقظة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية دراسة ميدانية في مؤسستي ميناء مستغانم ومؤسسة سونلغاز، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون، المجلد 5 العدد 9، 2019، ص125.
- <sup>2</sup> John Nkeobuna Nnah Ugoani, **Organizational Behaviour and its Effect on Corporate Effectiveness**, International Journal of Economics and Financial Research, Vol. 6, Issue. 6, 2020, p : 121,
- <sup>3</sup> يوسف عنصر، ناجي ليتيم، أهم المحددات السيكو - سيولوجية المستخدمة في قياس وتشكيل سلوك العمال التنظيمي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، 2014، ص126.
- <sup>4</sup> عبد الحق علي إبراهيم، دور السلوك التنظيمي في أداء منظمات الأعمال بيئة المنظمة الداخلية كمتغير معدل، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، السودان، 2006، ص ص39-40.
- <sup>5</sup> Nguyen Hanh Huyen My. **Optimizing the Role of Hotel Front Office Staff in Modern-Day Revenue Management**. Saimaa University of Applied Sciences Faculty of Tourism and Hospitality, Imatra Degree Programme in Hotel, Restaurant and Tourism Management, 2019, p: 08.
- <sup>6</sup> رنا إبراهيم داود، دور موظفي المكاتب الأمامية في تحقيق رضا العملاء، مجلة جامعة البعث، المجلد 43، العدد 26، 2021، ص61.
- <sup>7</sup> رنا إبراهيم داود، دور موظفي المكاتب الأمامية في تحقيق رضا العملاء، مجلة جامعة البعث، المجلد 43، العدد 26، 2021، ص61.
- <sup>8</sup> عادل عباس عبد حسين، محمد سعيد ماصح، المزيج التسويقي للخدمات المصرفية وتأثيره في تحقيق قيمة الزبون المستدامة، بحث تحليلي لآراء عينة من الموظفين في مصرف الرافدين، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 14، العدد 56، 2020، ص283.
- <sup>9</sup> Muhammad A Q, and others, **Influence of Front Desk Staff Service Quality on Students' Affective Commitment, Trust and Word of Mouth in Higher Education**, Asian Academy of Management Journal, 2021, P : 03. Article available at : <https://www.researchgate.net/publication/351523708>, seen on : 15/03/2023.
- <sup>10</sup> عزوز أمينة، غريسي العربي، دور المناخ الأخلاقي في إرساء أخلاقيات الإدارة العمومية، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 11، العدد 01، 2019، ص103.
- <sup>11</sup> شرفي جلول، واقع إدارة العلاقة مع الزبون في المؤسسات الخدمية وتأثيرها على ولائه " دراسة حالة مؤسسة موبيليس لبعض الولايات الممثلة للغرب الجزائري (سعيدة، تلمسان، وهران)، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة تلمسان، 2014-2015، ص11.
- <sup>12</sup> زواد رجاء .رماس محمد أمين ، دراسة أثر معايير جودة خدمة التأمين على ولاء الزبون بوجود الرضا كمتغير وسيط (دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (crma) بسعيدة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 13، العدد 2، 2022، ص352.
- <sup>13</sup> Vonny S, Ujang S, Megawati S, Eva Z Y, **Rational Antecedent Framework of Brand Satisfaction in he Industrial Market: Assessing Rational Perceived Quality and Rational Perceived Value Roles**, International Review of Management and Marketing, Vol. 10, Issue. 1, 2020, P : 20
- <sup>14</sup> عاصم رشاد محمد أبو فزع، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون، دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصرف التجاري في الأردن، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015، ص ص22-23.
- <sup>15</sup> حاتم نجود، تفعيل رضا الزبون استراتيجي لبناء ولائه ( دراسة حالة المصنع الجزائري الجديد للمصبرات NCA )، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص53.
- <sup>16</sup> كشيده حبيبة، استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 2005، ص43.

<sup>17</sup> كشيده حبيبة، استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 2005 ، ص52.

<sup>18</sup> بوزيان حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون ( دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - العلمة) مجلة رؤى اقتصادية، العدد السادس جوان 2014، ص68.

<sup>19</sup> حاتم نجاد، تفعيل رضا الزبون استراتيجي لبناء ولائه ( دراسة حالة المصنع الجزائري الجديد للمصبرات NCA )، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص76.

6. الملاحق:

الملحق (01): صدق وثبات أداة الدراسة

- معامل الثبات ألفا كرونباخ

### Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	243	100,0
	Exclue <sup>a</sup>	0	,0
	Total	243	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,840	25

- ألفا كرونباخ للمتغير المستقل

### Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	243	100,0
	Exclue <sup>a</sup>	0	,0
	Total	243	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,820	15

- ألفا كرونباخ للمتغير التابع

### Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	243	100,0
	Exclue <sup>a</sup>	0	,0
	Total	243	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
78,	10

- إختبار التوزيع الطبيعي

### Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

	سلوك الموظفين	رضا الزبون
N	243	243
Statistiques de test	0,079	0,089
Sig. asymptotique (bilatérale)	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

a. La distribution du test est Normale.

b. Calculée à partir des données.

c. Correction de signification de Lilliefors.

الملحق رقم (02): الانحدار المتعدد

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,669 <sup>a</sup>	01,5	31,5	,49520

a. Prédicteurs : (Constante), إمكانية تقديم الخدمة، أسلوب تقديم الخدمة، الشفافية

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	121,736	3	24,347	99,155	,000 <sup>b</sup>
Résidus	91,714	242	,245		
Total	213,450	239			

a. Variable dépendante : رضا الزبون

b. Prédicteurs : (Constante), إمكانية تقديم الخدمة، أسلوب تقديم الخدمة، الشفافية

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	69,6	,378		1,720	00,0
إمكانية تقديم الخدمة	491,	,104	11,2	4,650	,000
أسلوب تقديم الخدمة	659,	,121	19,3	5,300	,000
الشفافية وسرعة الإنجاز	701,	,041	20,6	18,239	,000

a. Variable dépendante : رضا الزبون