

**تشخيص واقع نظام إدارة شكاوي العملاء  
وفق المعايير الدولية إيزو 10002 في مؤسسة اتصالات الجزائر**  
Diagnosing the Reality of Customer Complaints Management System  
According to International Standards ISO 10002 in Algeria  
Telecom Company

صبري مقيم<sup>1</sup> جامعة سكيكدة، sab88mek@gmail.com

ايمن هرموش جامعة سكيكدة

تاريخ القبول: 2019-11-03

تاريخ الاستلام: 2019-09-13

**ملخص:**

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع نظام إدارة شكاوي العملاء وفق المعايير الدولية إيزو 10002 في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة سكيكدة. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة حالة، مع استخدام استمارة التقييم الذاتي كمصدر أولي لجمع البيانات، وزعت على عينة عشوائية على العمال قدر عددهم 96 عامل في المؤسسة محل الدراسة، إلى جانب تدعيمها بالمقابلة كمصدر ثانوي. ولاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS المتضمن مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل الإجابات والآراء المتوصل إليها .

لقد أظهرت النتائج أن نسبة التطبيق لمتطلبات معيار إيزو 10002 مرتفعة في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بسكيكدة وقدرت بـ: 83.72٪، مما يستوجب على المؤسسة الرفع من هذه النسبة أكثر لكي تتمكن من الحصول على شهادة الايزو 10002 في حالة طلبها.

**الكلمات المفتاحية:** نظام إدارة شكاوي العملاء إيزو10002، شكاوي العملاء، معالجة الشكاوي، مؤسسة اتصالات الجزائر.

**Abstract**

The aim of this study is to diagnose the reality of the customer complaints management system according to the international standards ISO 10002 in the Algeria Telecom Company, Skikda Agency. The analytical descriptive approach and the case study method were employed using the check-lists form as the primary source of data collection and analysis of strengths on a sample of 96 workers in the institution under study. This was supported by interview as a secondary source. To test the hypotheses of the study, we used the statistical program SPSS, which includes a set of statistical methods to analyze the answers and opinions reached. We found that the proportion of the application of those requirements in commercial agency of Algeria telecom scene was 83.72%, necessitating the Algeria Telecom Company to improve this ratio even more and enable them to obtain the certificate ISO10002.

1- المؤلف المراسل

**Keywords:** Customer Complaints; Customer Complaints Management System ISO 10002; Complaints Processing; Algeria Telecom Company.

## مقدمة

تشهد بيئة الأعمال اليوم تغيرات وتطورات علمية وتقنية سريعة، في كافة الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية ما يجعل إدارة المؤسسات الاقتصادية تعيد النظر في العديد من الأساليب الإدارية، خاصة في مجال الخدماتية، فتقديم خدمة جيدة للعملاء لم يعد أمرا اختياريا يعتمد فقط على مجموعة من الشعارات وأساليب الدعاية المختلفة التي تنتهجها المؤسسات المنافسة، بل أصبح واقعا تفرضه طبيعة الظروف والمتغيرات في بيئة الأعمال المعاصرة، وكذا طبيعة وخصائص العملاء أنفسهم.

لتحقيق الأهداف بفاعلية يستوجب أن تكون هناك جهودا متصلة من جانب إدارة المؤسسة بتبنيها نظم إدارية حديثة، تؤدي بها إلى التميز والبقاء في ظل المنافسة، والوكالة التجارية لاتصالات الجزائر كغيرها من المؤسسات الخدمية تعمل في بيئة متغيرة، وتسعى جاهدة من أجل مواكبة التغيرات والتطورات الحاصلة في رغبات وحاجات عملائها، الأمر الذي يفرض عليها ضرورة دراسة وتحليل السوق وكذا حاجات عملائها وشكاويهم المتعلقة بالخدمات المقدمة، والعمل على تحليلها وتشخيصها بالاعتماد على أحدث الأنظمة والبرامج، والتي نجد على رأسها نظام إدارة شكاوى العملاء وفق المعيار الدولي ايزو10002 للتركيز على العميل، وجعله من الأولويات وهذا بغرض الحفاظ على العملاء الحاليين وكسب المزيد من العملاء المحتملين، والعمل تحقيق الاستدامة في ميزتها التنافسية.

## 1.1 إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق وفي محاولة لتشخيص واقع تطبيق نظام إدارة شكاوى العملاء وفق معيار ايزو 10002 للتركيز على العميل تم طرح السؤال الرئيسي التالي: ما مدى تطبيق متطلبات نظام إدارة شكاوى العملاء وفق المعيار الدولي ايزو10002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيكدة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

-ما مدى تطبيق متطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة ؟

- ما مدى تطبيق متطلب المبادئ التوجيهية لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة؟

- ما مدى تطبيق متطلب إطار التعامل مع الشكاوى لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة ؟

- ما مدى تطبيق متطلب التخطيط والتصميم والتطوير لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة ؟

- ما مدى تطبيق متطلب عملية معالجة الشكاوى لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة ؟

- ما مدى تطبيق متطلب الصيانة والتحسين لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة ؟

## 2.1 فرضيات الدراسة

انطلاقا من السؤال الرئيس للدراسة والتساؤلات الفرعية السابقة، وكإجابات مبدئية عليها، تم وضع الفرضيات التالية:

### 1.2.1 الفرضية الرئيسية:

- متطلبات نظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيكدة- غير مطبقة.

### 2.2.1 الفرضيات الفرعية:

- متطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في غير الوكالة مطبق.

- متطلب المبادئ التوجيهية لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة غير مطبق.

- متطلب إطار التعامل مع الشكاوى لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة غير مطبق.

-متطلب التخطيط والتصميم والتطوير لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة غير مطبق.

– متطلب عملية معالجة الشكاوى لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة غير مطبق.

– متطلب الصيانة والتحسين لنظام إدارة شكاوى العملاء ايزو10002 في الوكالة غير مطبق.

### 3.1. أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ارتباط الدراسة بجانب هام متعلق بالعميل باعتباره أحد التوجهات الرئيسية لعمل الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر.
- تبرز أهمية الدراسة في محاولة إثراء المادة العلمية التي تفيد الباحثين، وتبين لهم كيفية ارتباطها بالواقع الفعلي.
- يمكن لنتائج هذه الدراسة أن تفتح آفاقا جديدا لمزيد من الدراسات المستقبلية كونها من المواضيع الجديدة.

### 4.1. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق النقاط التالية:

- تقديم إطار مفاهيم حول إدارة شكاوى العملاء.
- معرفة عما إذا كان لدى الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بسكيدة توجهات وإجراءات تسعى من خلالها إلى تطبيق نظام إدارة شكاوى العملاء وفق المعيار الدولي ايزو10002؛
- التعرف على واقع تطبيق الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بسكيدة لنظام إدارة شكاوى العملاء وفق المعيار الدولي ايزو10002.

### 5.1 . منهج الدراسة

في إطار معالجة مختلف الجوانب المتعلقة بموضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في عرض وتحليل كافة الجوانب المتعلقة بنظام إدارة شكاوى العملاء وتحليل متطلباتها، كما تم الاعتماد على استمارة التقييم الذاتي كأداة رئيسية لجمع البيانات وكذا استخدام المقابلة مع مدير الكالة التجارية لاتصالات الجزائر بعزابة.

## 6.1. تقسيمات الدراسة

من أجل معالجة الإشكالية المطروحة والإمام الجيد بالموضوع تم تقسيم البحث إلى محورين:  
-المحور الأول: الجانب النظري تحت عنوان مدخل لنظام إدارة شكاوي العملاء المعيار الدولي ايزو10002".  
-المحور الثاني: الجانب التطبيقي أي دراسة ميدانية لتشخيص واقع تطبيق متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء وفق المعيار الدولي ايزو10002 بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيكدة-.

## 2.الإطار النظري للدراسة:

تناول في هذا الجزء من الدراسة كل من الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، كما تلقي الضوء على نظام ادارة شكاوي العملاء، وعلى المعيار الدولي لإدارة شكاوي العملاء أيزو 10002.

## 2.1الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة في الموضوع إلا أنها قليلة جدا نظرا لحدثة الموضوع، ومن بين أهم الدراسات المستعملة هي:  
- دراسة بعنوان اتجاهات الزبائن نحو التذمر وتأثيرها في سلوكهم التذمري - دراسة ميدانية في قطاع خدمات الاتصالات الخلوية في سورية، من إعداد الباحث نبال ناصر، 2015، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الزبائن في قطاع خدمات الاتصالات الخلوية في سورية نحو التذمر، وإلى تحديد تأثيرها في سلوكهم التذمري، ولتحقيق أهداف البحث قام الباحث بإعداد استبيان وتوزيعه على عينة من 560 زبون شركتي (سيرتل و MTN) محل الدراسة، وتم تحليل البيانات باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية في برنامج الحزمة الإحصائية SPSS، وفي الأخير تم التوصل إلى أن الزبائن لديهم اتجاهات إيجابية نحو التذمر، وأنهم أكثر ميلا للتعبير عن شكاوهم إلى موظف خدمة الزبون، كما بينت النتائج أيضا أن هناك تأثير إيجابي لاتجاهات الزبائن نحو التذمر في تعبيرهم عن الشكوى(نبال ناصر، 2015).

- دراسة بعنوان الأبعاد الموقفية لسلوك العملاء التذمري عند عدم الرضا عن الخدمات المصرفية في فلسطين، من إعداد الباحث سام عبد القادر الفقهاء، (2010)، هدفت هذه الدراسة إلى تفسير السلوك التذمري لعملاء المصارف التجارية عند عدم الرضا عن الخدمات المصرفية في فلسطين، وذلك من أجل الوصول إلى فهم أفضل لأسباب عدم تقديم العملاء للشكاوي عندما يشعرون بعدم الرضا، الأمر الذي سوف يزيد من فرصة إدارات المصارف في تحسين أدائها. وقد تم التوصل إلى أن العملاء عند قيامهم بالتذمر عند عدم الرضا، يتأثر سلبا بعدم معرفتهم لجهة استقبال الشكوى، وبالعدالة المدركة وبالتكاليف والجهود المتوقعة من وراء القيام بتقديم الشكوى (سام عبد القادر الفقهاء، 2019).
- دراسة بعنوان:

Public versus private complaint behaviour and Customer defection in Malaysia: Appraising the role of moderating factors.

هدفت هذه الدراسة لاختبار العلاقة بين السلوك التذمري العام (القيام بالشكوى للمؤسسة) والسلوك التذمري الخاص (القيام بالشكوى لأعضاء الأسرة والأصدقاء وليس للمؤسسة) وأثر ذلك في ترك العملاء للمصرف الذي يتعاملون معه بالإضافة لاختبار الآثار المعدلة للعرق والدخل وتكاليف تحول العميل لمنافس آخر في هذه العلاقة. وقد استخدمت الدراسة أسلوب المسح الميداني لعينة مكونة من 218 عملاء المصارف الماليزيين، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية، كما تم تحليل البيانات الناتجة باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد. أظهرت النتائج أن الأسلوبين التذمري العام والخاص، يتصاحبان بقوة مع ترك العميل للمصرف، لكن الأثر الأقوى كان للتذمري الخاص، وأن تكاليف التحول يعدلان تلك العلاقة، أما الدخل فقد كان له أثر معنوي معدل للعلاقة بين التذمري الخاص وترك المصرف. وأن أصحاب الدخل المنخفض هم أكثر احتمالا لان يتركوا بدون القيام بالشكوى للمصرف مقارنة مع أصحاب الدخل المرتفع (Malhotra, and al, 2008).

تختلف كل الدراسات السابقة عن هذه الدراسة الحالية في المجال الزمني والمكاني، حيث أننا تناولنا دراسة حالة مؤسسات اتصالات الجزائر من خلال الوكالة التجارية بولاية سكيكدة، وقمنا بتشخيص واقع تطابق متطلبات نظام إدارة شكاوي

العملاء وفق المعيار الدولي ايزو 10002 مع النظام الذي تتبع المؤسسة في ادارة شكاوي عملائها.

## 2.2. مدخل لنظام إدارة شكاوي العملاء المعيار الدولي ايزو 10002".

### 1.2.2. نظام إدارة شكاوي العملاء:

إن شكاوى العميل ما هي إلا توقعات العملاء التي لم تقم المؤسسة بإشباعها فهي سلاح ذو حدين، فإذا تم الاهتمام بها زاد ولاء العملاء للمؤسسة وإذا تم عكس ذلك تحول العملاء إلى منافسين، (منى شفيق، 2005، ص43) بحيث تعتبر الشكاوي المقدمة من قبل العملاء بمثابة أفكار ومعلومات مهمة لمعرفة جوانب القصور في الأداء، ومجالات التحسين الممكنة من خلال كسب عملاء جدد أكثر بسبب الأحاديث العابرة التي يتناقلها الناس عن المؤسسة دون الحاجة إلى الكثير من الوقت والمال، التعرف على الأفراد الذين بحاجة للتدريب أو المراقبة الدائمة لعمليهم (المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، 2019)، وهذه الشكاوي قد تتعلق بتوقعات الزبائن لأداء المنتج، حيث لا يجدون فيه المستوى الذي يرضيهم، وعليه فإن الشكاوى تساهم في تطوير المنتج ومن ثم زيادة المبيعات (جمال الدين محمد مرسي ومصطفى محمود أبو بكر، 2006م، ص67).

إن التعامل مع الشكاوي هو بمثابة استجابة المؤسسة لأي خلل أو فشل في عملية الإنتاج أو في المنتجات المقدمة التي تسبب للعملاء أي مستوى من الإزعاج المادي أو النفسي، وعلى هذا الأساس يتم وضع خطوات التعامل مع الشكاوي من خلال تعيين موظفين مختصين في مجال خدمات العملاء، الاتصال بالعميل الشاكي بأسرع وقت ممكن

ومحاولة قيام المنظمة بتعويض العميل الشاكي إما عن طريق تقديم خصم له عند قيامه بالشراء مرة أخرى، أو عن طريق تقديم هدية صغيرة لتعويضه عن الخطأ الذي حدث (صادق زهراء، 2016، ص45)، ومعالجتها عن طريق تحليل الشكاوى الواردة من العميل ودراسة الأسباب التي أدت إلى المشكلة، بالإضافة لمعرفة من هو العميل الذي قدم الشكاوى ومدى تكرارها والاستجابة السريعة للشكاوي وشرح الخطوات التي سوف تتم للعميل الشاكي، بالإضافة إلى ذلك متابعة العميل بعد

معالجة الشكوى للتأكد من رضاه، وتشجيعه على استشارة المؤسسة عند أي طارئ والتوجه بالشكر للعميل على صبره أثناء حل المشكلة ( مونيكا بادولوس، 2010).  
ومن الأسباب التي تؤدي بالمؤسسات إلى إهمال الشكاوي، هو أن كثيرا ما ترى الإدارة أن هؤلاء الزبائن يببالغون في إبراز العيوب الموجودة في المنتج أو السلبيات المتعلقة بتقديم الخدمة(عبد العزيز الصبحي، 2014) ، ومن أجل الوصول إلى رضا العملاء وتحقيق تطلعاتهم لأبد من إتباع طرق فعالة لإدارة الشكاوي تتمثل أساسا في إنشاء أنظمة داخلية تتعلق بإجراءات التعامل مع شكاوي العملاء، وحثهم على سرعة الإبلاغ عن ما قد يعترضهم من مشكلات، والتحليل المستمر لشكاوي العملاء ومصادرها ومدى التقدم في المعالجة(جمال الدين محمد مرسي ومصطفى محمود أبو بكر، 2006، ص ص 66 - 67).

## 2.2.2 معيار الدولي ايزو10002:

هي عبارة عن مواصفة تقدم للمؤسسات إرشادات لتخطيط وتصميم وتطوير وتشغيل وصيانة وتحسين عملية معالجة الشكاوي بكفاءة وفعالية لجميع الأنشطة المتعلقة بالمنتجات والخدمات، بحيث يجب أن يكون هدف الإدارة العليا من التعامل مع الشكاوي هو خلق بيئة تركز على العملاء وأن أهم ما يميز مواصفة ايزو 10002 أ هو أنه يحدد الضوابط والإرشادات التي تنظم آلية التعامل مع الشكاوي.

كما يتميز معيار ايزو 10002 بالعديد من الفوائد التي يتم من خلالها تحقيق الكفاءة التشغيلية لتحديد أسباب الشكاوي، حل المزيد من الشكاوي وذلك من خلال تبني مبدأ التركيز على العملاء ، ودمج معيار ايزو10002 مع معيار ايزو9001 لرفع الكفاءة والفاعلية (المعهد البريطاني للمعايير ،2019).

إن نظام ايزو يحتاج لمجموعة من المتطلبات التي تركز على اتفاق عالمي بين الخبراء، وذلك بالاعتماد على معايير موضوعية وأسس علمية مدروسة، ومن بين هذه المتطلبات: المجال بحيث يجب توفر مبادئ توجيهية وإرشادات عامة لعملية التعامل مع الشكاوي المتعلقة بالمنتجات والخدمات داخل المؤسسات، المراجع المعيارية كونها تمثل وثائق مهمة يتم الإشارة إليها بطريقة تجعل محتواها يشكل جزءا مهما من متطلبات هذا المعيار، المصطلحات والتعاريف التي ارتكزت عليها المواصفة تتمثل في المدعي، شكوى الزبون، رضا العملاء خدمة العملاء، ردود الفعل، أصحاب المصلحة المؤسسة، وأيضا متطلب المبادئ التوجيهية كونها تعطي دليلا



إرشاديا حول مبادئ نظام إدارة شكاوي العملاء والتي حددتها المواصفة من أجل تحقيق فعالية وكفاءة التعامل مع الشكاوي، إطار التعامل مع الشكاوي من خلال الاهتمام بالسياق التنظيمي والقيادة والالتزام.

ويجب أن تلتزم إدارة المؤسسة بالتعامل مع الشكاوي ومعالجتهم بكفاءة وفعالية (International standard, 2018). بالإضافة إلى ذلك متطلب التخطيط والتصميم والتطوير؛ للتأكد من تحديد أهداف معالجة الشكاوي، بحيث يعتبر عملية بالغة الأهمية في تحقيق المنتج، حيث تبدأ بالتخطيط وأخيرا إقرار صلاحية التصميم والتطوير وضبط التغييرات (جون بيتربيرغ رابيتو، 1999). وفي الأخير نذكر أيضا متطلب الصيانة والتحسين عن طريق جمع معلومات صحيحة وذات مغزى ومفيدة، مع حماية أي معلومات شخصية عن عملائها، تحليل وتقييم الشكاوي وضمان التحسين المستمر لعملية إدارة الشكاوي، ومن ثم تحسين جودة منتجاتها وخدماتها، من خلال الإجراءات التصحيحية والإجراءات المتخذة فيما يتعلق بالفرص والتحسينات المبتكرة بتشجيع الابتكار في تطوير التعامل مع الشكاوي (International standard, 2018)، وهذا المتطلب يعد على أنه نشاط منتظم يسمح برفع قدرة التنظيم نحو الاستجابة لمتطلبات وتوقعات العملاء المتغيرة باستمرار (بن العربي حمزة، 2015، ص 81).

### 3. الإطار التطبيقي للدراسة

نتناول في هذا الجانب دراسة حالة الوكالة التجارية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية سكيكدة من أجل اختبار فرضيات الدراسة، وقبل ذلك نعطي لمحة عن المؤسسة فيما يلي:

#### 1.3 لمحة عن الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيكدة-

نشأت الوكالة في 16 مارس 2003 بغرض تقدير حاجيات العملاء وسكان المدينة وتلبية مختلف الخدمات بكفاءة ونوعية عالية وتحقيق أكبر قدر ممكن من المبيعات وضمان خدمات ما بعد البيع، وتقديم معلومات وخدمات للعملاء لتسيير عمليات اتصالاتهم بجهات قريبة أو بعيدة، وهي تقع في حي الممرات بمدينة سكيكدة.

## 2.3 منهجية الدراسة

### 1.2.3 أساليب المعالجة الإحصائية:

من خلال برنامج الحزمة الإحصائية لتطبيق العلوم الاجتماعية (spss) تمت المعالجة الإحصائية بتحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- مقاييس الإحصاء الوصفي والتي تمثلت في المدى، التكرارات والنسب المئوية، بالإضافة إلى المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك من أجل دراسة اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة وتحليلها.
- معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات أداة الدراسة .
- استخدام T test simple .

### 2.2.3. تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة المختار في مجموع العاملين في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- العمال و الإطارات بالوكالة البالغ عددهم 305 عامل، تم اختيار عينة عشوائية من خلال معادلة ستيفن ثومبسون ( Steven K. Thompson,2012, p51) قدرت بـ 96 عامل، وزعت عليهم الاستبانة واسترجع منها 76 قابلة للتحليل أي بنسبة استجابة 72,91%.

### 3.3 تحليل معطيات الدراسة:

#### 1.3.3 النسب المئوية للتطبيق وفق سلم ليكرت الثلاثي:

جدول رقم 1: التقييم وفق مقياس ليكرت للتبني أو الأهمية

المجال	1	2	3
المتوسط الحسابي	1,66 – 1	2,34 – 1,67	3 – 2,35
النسبة المئوية	33,33% - 55,33%	55,33% - 78%	78% - 100%
التعليق	ضعيفة	متوسطة	قوية

المصدر: من إعداد الباحث

### 2.3.3 ثبات استبانة الدراسة:

لدراسة ثبات عبارات الاستبيان ومختلف محاورها تم استعمال معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كما هو في الجدول التالي:

**جدول رقم(02):** معاملات الثبات (ألفا كرونباخ)

المحاور	العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية	06-1	0,828
المبادئ التوجيهية	20-07	0,905
إطار التعامل مع الشكاوي	25 -21	0,786
التخطيط والتصميم والتطوير	29-26	0,716
عملية معالجة الشكاوي	37-30	0,746
الصيانة والتحسين	44-38	0,695
الإجمالي	44-1	0,953

**المصدر:** من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يشير هذا الجدول بالاعتماد إلى النتائج المحصل عليها أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لمختلف المحاور تجاوز 60٪، وهي تتراوح بين 0,695 و0,905 وهي قيمة مرتفعة، في حين أن القيمة الإجمالية لمعامل ألفا كرونباخ هي 0,953 وهي قيمة مرتفعة كذلك وهذا يدل على ثبات أداة القياس من ناحية العبارات التي تضمنتها الاستمارة.

هذا يعني أن أداة الدراسة تتميز بالثبات والدقة مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستمارة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على كافة تساؤلات الدراسة، واختبار الفرضيات.

### 3.3.3 التعليق عن نتائج الدراسة

يمكن تلخيص العبارات المتعلقة بمحاور نظام ادارة شكاوي العملاء في الجدول التالي:

**الجدول رقم(3): نتائج إجابات عينة الدراسة على عنصر المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية**

رقم المحور	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقييم
1	مستوى أهمية المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية	2,5905	0,45550	1	مطبق
2	مستوى أهمية المبادئ التوجيهية	2,5571	0,40890	2	مطبق
3	مستوى أهمية إطار التعامل مع الشكاوي	2,4600	0,50200	4	مطبق
4	مستوى أهمية التخطيط والتصميم والتطوير	2,5179	0,45109	3	مطبق
5	مستوى أهمية عملية معالجة الشكاوي	2,4536	0,41658	5	مطبق
6	مستوى أهمية الصيانة والتحسين	2,44918	0,39039	6	مطبق

**المصدر:** من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

- يقدر المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور الاول 2,5905 وانحراف معياري 0,45550، وهذا ما يبين أن هناك تطبيق كلي من طرف أفراد عينة الدراسة، هذا ما يوضح مدى قدرة أفراد العينة على التطبيق الجيد لمتطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية.
- ويقدر المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور الثاني 2,5571 وانحراف معياري 0,40890، وهذا ما يبين أن هناك تطبيق كلي من طرف أفراد عينة الدراسة، هذا ما يوضح مدى قدرة أفراد العينة على التطبيق الجيد لمتطلب المبادئ التوجيهية.
- كما يقدر المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور الثالث 2,4600 وانحراف معياري 0,50200، وهذا ما يبين أن هناك تطبيق كلي من طرف أفراد عينة الدراسة، هذا

ما يوضح مدى قدرة أفراد العينة على التطبيق الجيد لمتطلب إطار التعامل مع الشكاوي.

– ويقدر المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور الرابع 2,5179 وانحراف معياري 0,45109، وهذا ما يبين أن هناك تطبيق كلي من طرف أفراد عينة الدراسة، هذا ما يوضح مدى قدرة أفراد العينة على التطبيق الجيد لمتطلب التخطيط والتصميم والتطوير.

– كما يقدر المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور الخامس 2,4536 وانحراف معياري 0,41658، وهذا ما يبين أن هناك تطبيق كلي من طرف أفراد عينة الدراسة، هذا ما يوضح مدى قدرة أفراد العينة على التطبيق الجيد لمتطلب عملية معالجة الشكاوي.

– وفي الأخير يقدر المتوسط الحسابي الإجمالي 2,44918 وانحراف معياري 0,39039، وهذا ما يبين أن هناك تطبيق كلي من طرف أفراد عينة الدراسة، هذا ما يوضح مدى قدرة أفراد العينة على التطبيق الجيد لمتطلب الصيانة والتحسين.

#### 4.3 . اختبار فرضيات الدراسة

##### 1.4.3. اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

- متطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية لنظام إدارة شكاوي العملاء ايزو21000 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيكدة- غير مطبق.

**جدول رقم(4):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق متطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيكدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	قيمة T	مستوى المعنوية
المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية	2,5905	0,45550	86,35%	7,522	0,000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (4) مستوى تطبيق متطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,5905 والانحراف المعياري 0,45550، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 86,35٪، حيث كانت قيمة T المحسوبة 7,522 وهي أكبر من T الجدولية 2,66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: متطلب المجال، المراجع والمصطلحات التعريفية بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبق.

### 2.4.3. اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

متطلب المبادئ التوجيهية لنظام إدارة شكاوي العملاء ايزو 10002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- غير مطبق.

**جدول رقم (5):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق متطلب المبادئ التوجيهية بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	قيمة T	مستوى المعنوية
المبادئ التوجيهية	2,5571	0,40890	85,23٪	9,061	0,000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (5) مستوى تطبيق متطلب المبادئ التوجيهية بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,5571 والانحراف المعياري 0,40890، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلب المبادئ التوجيهية مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 85,23٪، حيث كانت قيمة T المحسوبة 9,061 وهي أكبر من T الجدولية 2,66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: متطلب المبادئ التوجيهية بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبق.

### 3.4.3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

- متطلب إطار التعامل مع الشكاوي لنظام إدارة شكاوي العملاء ايزو21002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- غير مطبق.

**جدول رقم (6):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق متطلب إطار التعامل مع الشكاوي بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	قيمة T	مستوى المعنوية
إطار التعامل مع الشكاوي	2,4600	0,50200	82%	9,000	0,000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (6) مستوى تطبيق متطلب إطار التعامل مع الشكاوي بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,4600 والانحراف المعياري 0,50200، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلب إطار التعامل مع الشكاوي مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 82٪، حيث كانت قيمة T المحسوبة 9,000 وهي أكبر من T الجدولية 2.66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه: متطلب إطار التعامل مع الشكاوي بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبق.

### 4.4.3. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

- متطلب التخطيط والتصميم والتطوير لنظام إدارة شكاوي العملاء ايزو21002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- غير مطبق.

**جدول رقم(7):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق متطلب التخطيط والتصميم والتطوير بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	قيمة T	مستوى المعنوية
التخطيط	2,5179	0,45109	83,93%	8,943	0,000

					والتصميم والتطوير
--	--	--	--	--	-------------------

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يوضح الجدول رقم (7) مستوى تطبيق متطلب التخطيط والتصميم والتطوير بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,5179 والانحراف المعياري 0,45109، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلب التخطيط والتصميم والتطوير مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 83,93٪، حيث كانت قيمة T المحسوبة 8,943 وهي أكبر من T الجدولية 2.66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه متطلب التخطيط والتصميم والتطوير بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبق.

### 5.4.3. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

متطلب عملية معالجة الشكاوي لنظام إدارة شكاوي العملاء ايزو 10002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- غير مطبق.

**جدول رقم (8):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق متطلب عملية معالجة الشكاوي بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	قيمة T	مستوى المعنوية
عملية معالجة الشكاوي	2,4536	0,41658	81,71٪	10,975	0,000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يوضح الجدول رقم (8) مستوى تطبيق متطلب عملية معالجة الشكاوي بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,4536 والانحراف المعياري 0,41658، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلب عملية معالجة الشكاوي مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 81,71٪، حيث كانت قيمة T المحسوبة 10,975 وهي أكبر من T الجدولية 2.66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية



ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه: متطلب عملية معالجة الشكاوي بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبق.

### 6.4.3. اختبار الفرضية الفرعية السادسة:

- متطلب الصيانة والتحسين لنظام إدارة شكاوي العملاء ايزو21000 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- غير مطبق.

**جدول رقم (9):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق الصيانة والتحسين بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	قيمة T	مستوى المعنوية
الصيانة والتحسين	2,4918	0,39039	83,06%	10,891	0,000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم(9) مستوى تطبيق متطلب الصيانة والتحسين بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,4818 والانحراف المعياري 0,39039، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلب الصيانة والتحسين مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 83,06%، حيث كانت قيمة T المحسوبة 10,891 وهي أكبر من T الجدولية 2.66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه: متطلب الصيانة والتحسين بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبق.

### 7.4.3. اختبار الفرضية الرئيسية:

-متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء ايزو21000 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- غير مطبقة.

**جدول رقم (10):** اختبار T ومستوى المعنوية لقياس تطبيق متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التقييم	قيمة T	مستوى المعنوية

0,000	10,871	83,72%	0,37572	2,5118	متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء
-------	--------	--------	---------	--------	--

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يوضح الجدول رقم (10) مستوى تطبيق متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي يساوي 2,5118 والانحراف المعياري 0,37572، كما يبين الجدول أن نسبة التطبيق لمتطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء مرتفعة بحسب أفراد عينة الدراسة تساوي 83,72%، حيث كانت قيمة T المحسوبة 10,871 وهي أكبر من T الجدولية 2.66، بمستوى معنوية 0,000 وهي اقل من 0,05، ومنه نقول بعدم صحة الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه: متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء بالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- مطبقة.

### خاتمة ونتائج الدراسة:

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تشخيص واقع نظام إدارة شكاوي العملاء وفق المعايير الدولية ايزو 10002 في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة سكيدة، من خلال دراسة الإشكالية التالية: ما مدى تطبيق متطلبات نظام إدارة شكاوي العملاء وفق المعيار الدولي ايزو 10002 في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة-، حيث تمت معالجتها من الجانب النظري والتطبيقي، فكانت بداية الانطلاقة هي محاولة إعطاء نظرة على مختلف المفاهيم التي تتعلق بشكاوي العملاء وإجراءات التعامل معها وإدارتها وفق المعايير الدولية ايزو 10002، ثم القيام بعدها بدراسة ميدانية كمحاولة لتشخيص متطلبات هذا النظام في مؤسسة خدمية وطنية هي اتصالات الجزائر من خلال دراسة حالة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية سكيدة. ويمكن تلخيص أهم ما توصلنا إليه من النتائج فيما يلي:

### النتائج:

- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة تطبيق متطلبات نظام شكاوي العملاء وفق المعيار الدولي ايزو 10002 عالية هذا ما يمكنها من الحصول على شهادة ايزو 10002.

- الوكالة تواكب التطورات والتقنيات الحاصلة في عالم تكنولوجيا الاتصالات والانترنت وهذا للوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين وتحقيق احتياجاتهم.
- الوكالة تحرص على معالجة الشكاوى بالسرعة والفعالية اللازمة للتقليل من عدد الشكاوى وتحقيق رضا العملاء.
- الوكالة تقوم بإجراء دورات تدريبية لزيادة ثقافة واختصاص العاملين حول كيفية التعامل مع الشكاوى.
- تهتم الوكالة بتخطيط وتصميم وتطوير إجراءات التعامل مع الشكاوى بشكل دوري ومستمر من أجل مواجهة المشاكل مستقبلا.
- تسعى الوكالة لتوفير مختلف الموارد والمعدات التقنية الحديثة لضمان تحسين الخدمات في الوقت المناسب.
- تخصص الوكالة مكاتب استقبال وخط هاتفى وموقع إلكترونى لاستلام الشكاوى وتشجيع اقتراحات العملاء لتحسين خدماتها.
- تضع الوكالة إجراءات تقييم للشكاوى الأكثر تكرار من أجل متابعتها وتصحيحها.
- عدم إدراك جميع الأفراد العاملين مصطلحات نظام شكاوى العملاء وهذا لعدم إطلاع البعض عن المستجدات الخاصة بهذا النظام.
- هناك تطبيق جزئي لمبدأ الشفافية في قرارات معالجة الشكاوى وهذا بسبب الإجراءات المتعلقة بأسرار المهنة.
- هناك تطبيق جزئي لمبدأ التركيز على العميل وهذا راجع إلى اللامبالاة وعدم إدراك قيمة العميل من قبل مقدم الخدمة.
- الوكالة لا تتحقق بشكل كلي من الحلول المقترحة لعملية معالجة الشكاوى قبل تقديمها للعميل في حال كانت ضمن شكاوى سابقة تم معالجتها ويمكن الرد عليها بنفس الشكل.

## 2.4 الاقتراحات والتوصيات:

على ضوء ما تم ذكره يمكن أن نضع الاقتراحات التالية:

- على الوكالة التجارية اتصالات الجزائر زيادة التركيز على العميل بغرض الحفاظ على العملاء الحاليين وكسب المزيد من العملاء المحتملين من خلال إجراء قنوات اتصال فعالة لتلقي آراء واقتراحات وشكاوي العملاء.
- توجيه وتوعية جميع الأفراد بضرورة الاطلاع على المستجدات الحاصلة واستخدام الأساليب العقابية في حالة تقصير منهم.
- التحسين في تطبيق مبدأ الشفافية وذلك بإشراك جميع العاملين في القرارات المتعلقة بمعالجة الشكاوي من أجل تحقيق مسعى واحد هو كسب رضا وولاء العملاء.
- تفعيل عملية تحفيز العاملين بمقدار مساهمتهم في التقليل من الشكاوي، وتقديم تحذيرات وعقوبات في حالة اللامبالاة من قبل موظف الخدمة.
- زيادة الوكالة لعدد العمال المختصين في معالجة الشكاوي حتى تتمكن من تسيير كافة انشغالات و مشاكل العملاء بكفاءة وفعالية.
- ضرورة المتابعة المستمرة للأهداف والمعايير والأنشطة في كافة المستويات التنظيمية لمعالجة النقائص وتعزيز نقاط القوة لديها.
- عقد المؤتمرات والندوات التي تعنى بتوضيح مبادئ وأهمية معيار الإيزو 10002 لتحسين من تطبيق مبدأ التركيز على العميل والشفافية في التعامل مع عملائها.
- على الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر-سكيدة- تحسين أكثر في نسبة تطبيق متطلبات نظام شكاوي العملاء وفق المعيار الدولي ايزو10002 حتى تتمكن من الحصول على شهادة إيزو 10002 لنظام إدارة الشكاوي وتزيد من ثقة وولاء العملاء.

## قائمة المراجع:

1. المعهد البريطاني للمعايير، (2019)، المعيار الدولي لمعالجة الشكاوى وزيادة رضا العملاء إيزو 10002، من الموقع <http://www.bsigroup.com> Vu le 05/03/2019.
2. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، (2019):الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، خدمة العملاء، المملكة العربية السعودية، من الموقع، <https://www.kutub-pdf.netlk>. Vu le 26/01/2019.
3. بن العربي حمزة،(2015)، مساهمة المواصفات القياسية العالمية (iso) في تحقيق وتنمية الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة كوندور إلكترونيك، رسالة ماجستير، جامعة محند أكلي الحاج البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
4. جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمود أبو بكر(2006)، دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، مدخلك لتحقيق ميزة تنافسية في بيئة الأعمال المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية.
5. جون رابيتو بيتربيرغ، (1999) ، دليل الجيب إلى ISO 9000، ترجمة مركز التعريب والترجمة، الدار العربية للعلوم، بيروت.
6. سام عبد القادر الفقهاء، (2010): الأبعاد الموقفية لسلوك العملاء التدمري عند عدم الرضا عن الخدمات المصرفية في فلسطين، مجلة النجاح للأبحاث-العلوم الإنسانية- المجلد24، الإصدار9.
7. صادق زهراء(2016)، إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات، رسالة دكتورا في علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
8. عبد العزيز الصبحي، (2014) ، خدمة العملاء، في الموقع ، [http : f115341830 .blogspot. Com/2014/11/blog-spot.htm](http://f115341830.blogspot.com/2014/11/blog-spot.htm). vu le 11/04/2019.
9. منى شفيق (2005): التسويق بالعلاقات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر.

10. مونيكا بادولوس، (2010)، خدمة العملاء، على الموقع،  
vu le 21/03/2019. <https://www.potential.com>
11. نبال ناصر، (2015): اتجاهات الزبائن نحو التذمر وتأثيرها في سلوكهم التذمري- دراسة ميدانية في قطاع خدمات الاتصالات الخلوية في سورية-، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سورية، المجلد 37، العدد 2.
12. Handling Complaints with ISO 10002:2018 for customer satisfaction(2018) <http://blog.ansi.org/2018/07/complaint-iso-10002-2018-customer-satisfaction/>, vu le 01/04/2019 à 12h.
13. International standard, Quality management,(2018) Customer satisfaction-Guideling for complaints handling in organizations, ISO/FDIS10002:2018, <http://www.iso.org/standart/7158.html>, vu le 20/02/2019.
14. Malhotra, and al, (2008): Public versus private complaint behaviour and customer defection in Malaysia : Appraising the role of moderating factors, journal Esic Market,131.
15. Steven K. Thompson,( 2012) willev séries in probablitiy and statistics, Thom willey and sons, INC, publication, 3rd, Canada.