

مهارات التواصل في بيئة العمل
وأثرها على تحسين جودة المشروع
بالتطبيق على شركات التسويق الرقمي في جدة، السعودية

إعداد:
براءه ناصر الكبودي
2021202226

مشروع تخرج 1
كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

إشراف:
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول – 2024

جدول المحتويات

1.....	الغلاف
2.....	جدول المحتويات
3.....	المقدمة
5.....	مشكلة البحث
6.....	الفجوات النظرية
6.....	الفجوات التطبيقية
6.....	أهمية البحث
6.....	أهمية نظرية
6.....	أهمية عملية
7.....	أسئلة البحث
7.....	أهداف البحث
7.....	فرضيات البحث
7.....	نموذج البحث
8.....	منهجية البحث
9.....	الدراسة الميدانية
9.....	هيكل البحث المقترح
10.....	المراجع

المقدمة

يعد التواصل سمة مهمة جدًا في جميع جوانب الحياة، كل إنسان بغض النظر عن المهنة أو المسؤولية أو السلطة أو المحطة في الحياة أو العمر أو الجنس يحتاج إلى التواصل ولذلك فمن الضروري أن نكون قادرين على التواصل بشكل فعال.

ويعرف التواصل بأنه تبادل الحقائق أو الأفكار أو الآراء أو العواطف بين شخصين أو أكثر

(W.H. Norman & Summer)

والتواصل هو الفهم المشترك من خلال العقول والقلوب

ويعود معنى كلمة التواصل إلى الكلمة الإنجليزية (communication) وهي مشتقة من الكلمة اللاتينية (communis) والتي تعني مشترك.

ويعرف التواصل أيضًا على أنه نقل المعلومات من شخص إلى شخص أو أكثر.

والتواصل هو نشاط نقل معلومات ذات معنى، ويتطلب مرسلاً ومستقبلاً ورسالة، على الرغم أنه لا يلزم أن يكون المتلقي حاضراً أو على علم بنية المرسل في التواصل في وقت الإتصال، وبالتالي يمكن أن يحدث التواصل عبر مسافات شاسعة من المكان والزمان فقط يتطلب وجود مساحة مشتركة لتكتمل عملية الاتصال.

أما مهارات التواصل فهي أدوات تعزز القدرة على التواصل والتفاهم مع الآخرين في البيئة الاجتماعية والعملية. تشمل هذه المهارات القدرة على التواصل بشكل فعال، والاستماع الجيد، والتواصل اللغوي وغير اللفظي، والعمل الجماعي، ومهارات الإتصال العامة.

يعد تطوير مهارات التواصل الاجتماعي أساسياً لتحقيق النجاح والنمو الشخصي والمهني.

كما أنها تلعب دوراً حاسماً في تحقيق النجاح في الحياة الشخصية والمهنية، فهي تساعدنا على بناء علاقات قوية مع الآخرين وتعزز فهمنا المتبادل والتعاون في العمل الجماعي.

إضافة إلى ذلك، فإن مهارات التواصل تساعدنا في التفاعل مع الآخرين بشكل إيجابي وفعال، مما يؤدي إلى تحقيق النجاح في التعامل مع التحديات الشخصية والمهنية.

ومن خلال تطوير هذه المهارات، يمكن أن نبني شبكات اجتماعية قوية، ونتقدم في مجال عملنا، ونتفاعل بفاعلية في المجتمع.

وعلى وجه الخصوص في بيئات العمل حيث أنها تعد ذات أهمية قصوى لأن العمال سيكونون أكثر إنتاجية حينما يعرفون كيفية التواصل مع زملائهم؛ ذلك لأن تلك المهارات تمكن الآخرين من التعرف على الشخص الذي يعمل معهم، كما أنها تحسن فرصة بناء العلاقات مع زملاء العمل، وتزيد من قدرة الشخص على استخلاص التوقعات التي قد يملئها عليه مدير العمل؛ مما يساهم في تقديم عملٍ مميز.

بالنسبة لجودة العمل فقد تعددت تعاريفها باختلاف النظر إليها وباختلاف وتطور مفهومها لذلك نجد من التعاريف من يعرف الجودة على أنها مجموعة من المواصفات والخصائص التي تحددها المؤسسة والتي يجب أن يتضمنها المنتج أثناء عمليتي التصميم والتصنيع

وأيضا تعرف على أنها المطابقة لمواصفات ومعايير مخططات تضعها المؤسسة فتكون المنتجات ذات جودة إذا تمثلت لهذه المعايير والقواعد والمواصفات الفنية

وما يتبع ذلك ان الجودة تعني ان المؤسسة قادرة على الوفاء باحتياجات ورغبات عملائها وبالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم ويحقق الرضا والسعادة لديهم ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفاً لانتاج السلعة او تقديم الخدمة ويجاد التميز فيها (عمر عقيلي-2001)

اذن من خلال ما سبق نجد ان مفهوم الجودة ينحصر في مدى مطابقة وامثال منتج أو خدمة ما لمجموعة من المقاييس والمواصفات الموضوعة سلفاً من قبل المؤسسة يفترض فيها ان تتفق مع احتياجات ورغبات المستهلكين. ومن الطبيعي أن الجودة مرت بنشأة ومراحل تطور حتى وصلت الينا ومن أهم هذه التطورات:

أن فكرة الجودة ارجعها الباحثون الى أكثر من سبعة الاف سنة وتجسدت في الحضارات الإنسانية المتعاقبة خاصة منها الحضارة الفرعونية، اليونانية، وغيرها إلا أن أصل الإهتمام الفعلي يعود لفترة ما قبل الثورة الصناعية حيث إنتاج الورشات والحرفية يتم وفقاً لمعايير بسيطة يحددها صاحب الورشة، ومع ظهور الثورة الصناعية وتزايد الاعتماد على الآلة والتوسع الهائل في حجم المصانع، ومع الطلب الزائد كان الإهتمام منصب على البحث عن تحسين مستوى الإنتاجية وحجم الإنتاج ولو على حساب نوعية وجودة المنتج، والتي تقع مسؤولية تحقيقها على عاتق المشرف المباشر (عمر عقيلي-2001)

وبالتالي نستطيع التوصل الى أن مهارات التواصل مهمة جداً في بيئات العمل وتساعد في تحسين جودة الأعمال المقدمة.

وجاء هذا البحث ليناقد أهمية مهارات التواصل في بيئات العمل الحديثة وكيف تساعد في تقديم وتحسين الجودة الخاصة بها الى العملاء وبالأخص في بيئات عمل شركات التسويق الرقمي التي تعتمد اعتماداً كلياً على مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الانترنت في عملها

ويعود معنى التسويق الى كلمة marketing وهي كلمة مشتقة من مصطلح mercatus والذي يعني السوق وكذلك تشتق من الكلمة اللاتينية وكذلك تعني المتاجرة. (ربحي مصطفى عليان، 2002)

ولقد مر التسويق بعدة تعاريف حاول من خلالها الإقتصاديون والمهتمون بالانشاط التسويقية لتحديد مفهومه انطلاقاً من الفترة الزمنية التي وجدوا بها واعتماداً على المعطيات الإقتصادية والإجتماعية المرتبطة بها والتي كانت سائدة آنذاك.

ويشير kotler dorucker إلى إن البداية الأولى لنشأة التسويق عام 1650 على وجه التقريب، حيث قامت عائلة "ميتسو" اليابانية بإنشاء أول متجر في طوكيو storé-dept ومنذ ذلك الوقت ظهرت سياسات تصميم المنتجات وتنمية موارد الإنتاج وظهور الرسائل الإعلانية وظهور فكرة الكتالوج. (عبد السلام أبو قحف، 2002) أما الجامعة الأمريكية للتسويق 1960 عرفت النشاط التسويقي على أنه "أداء أنشطة الأعمال التي تختص بانسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك". (محمد مونير، 2005)

أما التسويق الرقمي فيعرف على أنه تعامل تجاري قائم على تفاعل أطراف التبادل رقميًا بدلاً من الإتصال المادي المباشر وعملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر الانترنت، كما نعتبر أن التسويق الرقمي هو تكنولوجيا التغيير وذلك لما حدث من تحولات جوهرية في مسار وفلسفة وتطبيقات التسويق.

ويعتبر التسويق الرقمي عنصراً أساسياً لنجاح أي عملية تجارية بغض النظر عن حجمها ومجالها، فهو يعتبر مجموعة من التكتيكات التي تعمل على اكتشاف رغبات المستهلكين ويعتبر فعالاً في العديد من المجالات والقنوات التي تعمل على نقل السوق الافتراضية إلى سوق واقعية

ويستهدف هذا البحث في المقام الأول مديري المشاريع وأعضاء الفريق والقادة وأصحاب المصلحة والمدراء التنفيذيين وكل من يعمل تحت سقف التسويق الرقمي، ويهدف هذا البحث في المقام الأول إلى تعزيز دور وأهمية مهارات التواصل في تحسين جودة الأعمال المقدمة من قبل شركات التسويق وتحسين الممارسات كما أنه سوف يساهم في تنمية الشركة ككل وليس فقط أعضائها من ناحية نمو ونجاح الشركة.

والغرض من هذه الدراسة هو توضيح جوانب القوة في الشركات التي تحرص على تنمية مهارات التواصل لدى أعضائها وكيف تؤثر إيجاباً على تحسين جودة الأعمال المقدمة من هذه الشركة.

ستتضمن هذه الدراسة جمع وتحليل البيانات من مختلف شركات التسويق الرقمي في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية تحليلًا كمياً ونوعياً وسيتم فيها تحديد العلاقة بين مهارات التواصل وتحسين جودة العمل ستساعد هذه الدراسة جميع من له صلة بشركات التسويق الرقمي على إدراك أهمية مهارات التواصل وتحديد المجالات التي تتطلب إلى تحسين وتحديد نقاط القوة عند كل عضو من أعضاء الفريق والحرص على تنميتها

مشكلة البحث

لا يخفى علينا جميعاً التطور الذي وصلنا إليه في عاونا الحالي وما سوف نصل إليه في الأعوام القادمة ومع هذا التطور أصبح التواصل أقل وفي بعض الأحيان يكون شبه معدوم حتى بين أفراد المنظمة الواحدة. وفي الغالب لا تهتم الشركات إلى تنمية مهارات التواصل ويرونها موضوعاً جانبياً بالرغم أن أهميته كبيرة ويتم رؤية أثرها على المدى الطويل بين أعضاء الفريق والإنتاجية بينهم.

لذلك يهدف هذا البحث إلى توضيح تأثير مهارات التواصل في تحسين جودة العمل والعلاقة الإيجابية بينهما في شركات التسويق الرقمي.

الفجوات النظرية

وبحكم أنه لم يسبق للبحوث والدراسات السابقة أن ربطت بين مهارات التواصل وجودة العمل والإفتقار الى رؤية أهمية مهارات التواصل في شركات التسويق الرقمي بشكل خاص جاءت فكرة هذا البحث.

الفجوات التطبيقية

فهي لإدراك أهمية مهارات التواصل بين أعضاء الفريق خاصة وأن شركات التسويق يغلب على طريقة عملها الفرق الجماعية دون إدراك أن مهارات التواصل هي جزء لا يتجزء من مهارات العمل كفريق ولذلك وحتى يتم الاستفادة من جميع مهارات الفريق ومن نقاط قوة العمل الجماعي جاءت فكرة دراسة وربط المتغيرين (مهارات التواصل وجودة العمل) ببعضهما وما لهما من تأثير إيجابي.

وبناء على الأسباب والفجوات السابقة جاء سؤال البحث كالتالي:

ما دور مهارات التواصل في تحسين جودة العمل في شركات التسويق الرقمي؟

أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في توضيح أهمية مهارات التواصل وسد الفجوات في بيانات العمل التي تفتقر الى هذه المهارات وكيفية تحسين جودة العمل وتحسين أداء الفريق بالاعتماد على هذه المهارات ومن خلال استكشاف وتحليل الفجوات النظرية والتطبيقية تهدف هذه الدراسة الى ما يلي:

أهمية نظرية

ستساعد نتائج هذا البحث شركات التسويق الرقمي الى إدراك وفهم أهمية مهارات التواصل وتأثيرها ودورها الفعال في تحسين جودة الاعمال المقدمة من أعضاء ومدراء وأصحاب المصلحة، وبالتالي إدراك أهمية تحسين جودة الأعمال وكيف تميز هذه الجودة بين الشركات ومستويات الخدمة التي يتم تقديمها للعملاء.

أهمية عملية

ستوفر هذه الدراسة طرق لكيفية تنمية مهارات التواصل لدى الفريق ككل والمنظمات وايضا العملاء. ستعزز هذه الدراسة أهمية دراسة وفهم مهارات التواصل عبر تعلمها وتطبيقها وفهمها. ستعالج هذه الدراسة عيوب وسلبيات عدم التفاهم بين أعضاء الفريق، وتحسن من العلاقات بين الموظفين والمدراء عبر تعزيز وتنمية مهارات التواصل فيما بينهم. ستساعد هذه الدراسة في سهولة التواصل بين المستويات المختلفة لأعضاء وموظفي الشركة وأخيرًا ستسهم هذه الدراسة في تحسين جودة الاعمال المقدمة من قبل الشركة عبر مناقشة طرق لتنمية هذه الأعمال وتحسين جودتها الى الحد الذي ينمي الشركات ويعطيها الميزة التنافسية.

أسئلة البحث

- الى اي مدى تؤثر مهارات التواصل على تحسين جودة المشروع؟
- ما مستوى المهارات المطلوبة تواجهها في شركات التسويق لتحسين جودة المشروع؟
- ما تأثير التواصل اللفظي والغير لفظي على تحسين جودة المشروع؟
- كيف يمكن لمهارتي الاستماع واللغة التأثير على جودة المشروع؟

أهداف البحث

- قياس مدى تأثير مهارات التواصل على جودة المشروع
- تقييم مدى فعالية مهارة التواصل اللفظي والغير لفظي على تحسين جودة المشروع
- دراسة تأثير مهارة الاستماع والانصات على جودة المشروع
- التحقق من تأثير مهارة اللغة في تحسين جودة المشروع
- التحقق من المهارات المطلوب تواجهها في شركات التسويق من اجل تحسين جودة المشروع

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية H1

-توجد علاقة معنوية ايجابية ذات دلالة احصائية بين مهارات التواصل وجودة المشروع

الفرضية الفرعية الأولى Ha

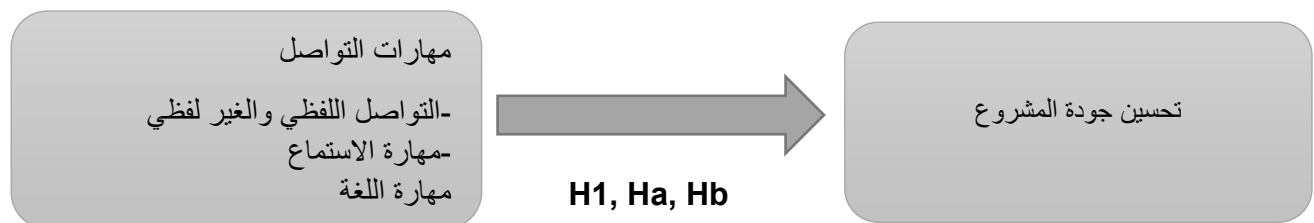
توجد علاقة معنوية ايجابية ذات دلالة احصائية بين التواصل اللفظي والغير لفظي وجودة المشروع

الفرضية الفرعية الثانية Hb

توجد علاقة معنوية ايجابية ذات دلالة احصائية بين مهارتي الاستماع واللغة وجودة المشروع

نموذج البحث

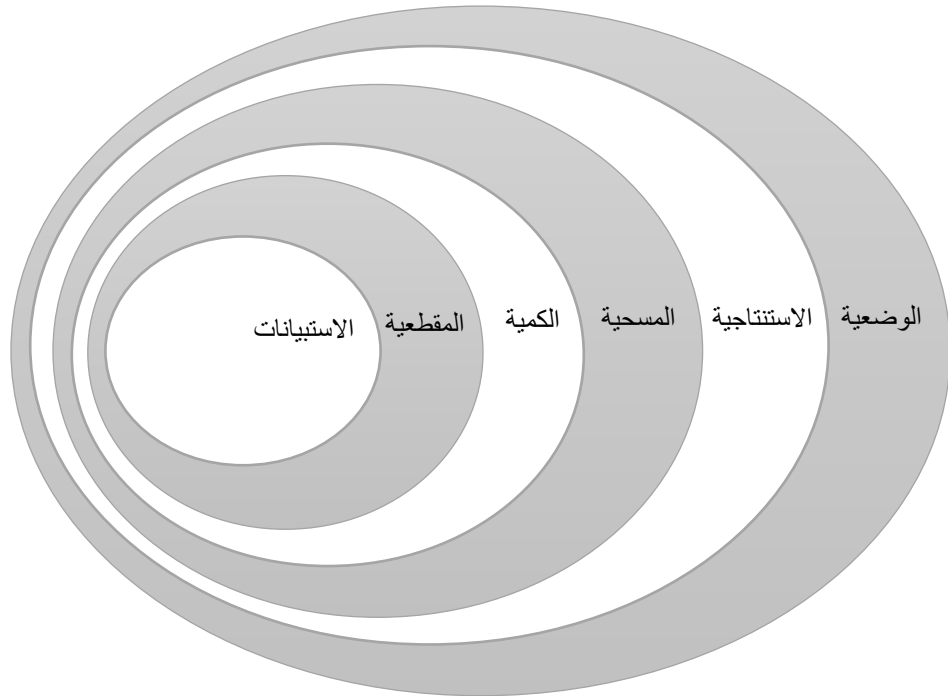
يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي:



تم تصميمها بواسطة الباحث

منهجية البحث

- فلسفة الدراسة: الوضعية
- منهج الدراسة: الاستنتاجية
- استراتيجية الدراسة: المسحية
- خيارات الدراسة: الكمية
- الأفق الزمني: المقطعية
- التقنيات وجمع المعلومات: الاستبيانات



تم تصميمها بواسطة الباحث

الدراسة الميدانية

ستبحث هذه الدراسة المسحية في القطاع الخاص بمنطقة مكة المكرمة وتحديدًا مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، وتخصص شركات التسويق الرقمي والتي تعني بتقديم خدمات التسويق عبر إنشاء المحتوى ونشره من خلال قنوات الوسائط الرقمية مثل مواقع الويب، والصفحات الترحيبية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، وتطبيقات الأجهزة المحمولة والترويج لذلك المحتوى باستخدام مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات عبر القنوات الرقمية المدفوعة، والمكتسبة، والمملوكة.

هيكل البحث المقترح

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

الإطار العام للدراسة
الإطار النظري
منهجية الدراسة
التحليل الإحصائي
مناقشة النتائج والخاتمة

تم تصميمها بواسطة الباحث

المراجع

- برويس_حدة, & إيمان_بن_لاغة. دور الإبداع التنظيمي في تحقيق جودة العمل.
- بلمبروك, وليد توفيق, لهاشمي, مولاي عمر, عياد, & صالح/مؤطر. (2020). دور التسويق الرقمي في تحسين الأداء المالي بالمؤسسة (Doctoral dissertation, جامعة احمد دراية-ادرار).
- عمر وصفي عقيلي: المنهجية الكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر عمان، ط 1 ، 2001 ، 17-20 مشري الطاهر, & عبيد السعيد. إدارة الوقت ودورها في تحقيق جودة العمل بالمنشأة الرياضي.
- introduction-to-communication-skills-revised-jan-2017.pdf-
- J- C TARONDEAU : MARKETING , STRATÉGIE INDUSTRIELLE , ED P236,VUIBERT,PARIS, 1998
- ..Sen, L. (2007). Communication skills. PHI Learning Pvt. Ltd-
- Swamy, D. R., Nanjundeswaraswamy, T. S., & Rashmi, S. (2015). Quality of work life: scale development and validation. *International Journal of Caring Sciences*, 8(2), 281.
- Takahashi, M., Tanaka, K., & Miyaoka, H. (2006). Reliability and validity of communication skills questionnaire (CSQ). *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 60(2), 211-218.