

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

اعداد:

براءه ناصر الكبودي

2021202226

مشروع تخرج 2

كلية الادارة – جامعة ميدأوشن

إشراف:

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس – كلية الادارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني – 2024

الشكر والتقدير

بعد حمد الله تعالى وشكره على إنهائي لهذا البحث أتقدم بخالص الشكر وعظيم الأمتنان لدكتورتي الفاضلة د. منى مصطفى العشري على ماقدمته لي من علم وإرشاد مستمر طوال فترة هذا البحث وعلى ما بذلته من جهد متواصل ونصح وتوجيه من بداية مرحلة البحث حتى إتمامه, ومهما كتبت من عبارات وجمل فإن كلمات الشكر تظل عاجزة عن إيفاء حقها, فجزاها الله عني خير الجزاء وجعل ذلك في موازين حسناتها.

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى والدي العزيزين اللذين غرسا في حب العلم من الصغر, وقدموا لي كل غالي ونفيس, وكان لهما الفضل بعد الله فيما وصلت إليه الآن فلا أملك إلا الدعاء لهما بطول العمر وحسن العمل وبلوغ الجنان. ولكل من مد لي يد العون, أو أسدى لي معروف أو إسهامه صغيرة أو كبيرة في إنجاز هذا العمل فله مني خالص الشكر والتقدير.

الإهداء

مرّت قاطرة البحث بكثير من العوائق، ومع ذلك حاولت أن أتخطّأها بثبات بفضل
من الله ومنّه.

إلى والدي ووالدتي وأخوتي وأصدقائي، من كانوا بمثابة العضد والسند في سبيل
استكمال البحث.

ولا ينبغي أن أنسى أساتذتي ممن كان لهم الدور الأكبر في مُساندتي
ومدّي بالمعلومات القيّمة.
أهدي لكم بحث تخرّجي.

داعياً المولى - عزّ وجلّ - أن يُطيل في أعماركم، ويرزقكم بالخيرات.

مستخلص الدراسة

الهدف:

المنهجية:

النتائج:

التطبيقات والأهمية:

الكلمات المفتاحية:

جدول المحتويات

1	الشكر والتقدير.....
2	الإهداء.....
3	مستخلص الدراسة.....
7	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
8	1.1. المقدمة:.....
11	1.2. مشكلة الدراسة.....
11	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
11	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
11	1.3. أهمية الدراسة.....
12	1.3.1. على المستوى النظري:.....
12	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
12	1.4. أسئلة الدراسة.....
13	1.5. أهداف الدراسة.....
13	1.6. فرضيات الدراسة.....
13	1.7. نموذج الدراسة.....
14	1.8. الدراسة الميدانية.....
14	1.9. مخطط المشروع.....
15	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
16	2.1. المقدمة:.....
17	2.2. المتغير المستقل.....
22	2.3. المتغير التابع.....
28	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
29	2.5. الخاتمة.....
32	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
33	3.1. المقدمة.....
33	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
34	3.3. تصميم البحث.....
35	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
36	3.5. طريقة جمع البيانات.....
38	3.6. أنواع البيانات.....

38	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
39	3.8. الخاتمة
40	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
41	4.1. المقدمة
41	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
45	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
48	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
50	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
54	4.6. الخاتمة
55	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
56	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
56	5.2. توصيات الدراسة
56	5.3. الخاتمة
57	قائمة المراجع
59	الملاحق

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. 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 أيضا على أنه نقل المعلومات من شخص إلى شخص أو أكثر.

والتواصل هو نشاط نقل معلومات ذات معنى، ويتطلب مرسلًا ومستقبلًا 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 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 تحسّن فرصة بناء العلاقات مع زملاء العمل، وتزيد من قدرة الشخص على استخلاص التوقعات التي قد يملئها عليه مدير العمل؛ مما يساهم في تقديم عملٍ مميّز.

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

وايضا تعرف على انها المطابقة لمواصفات ومعايير مخططات تضعها المؤسسة فتكون المنتجات ذات جودة اذا 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 وايجاد 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 بالنشاط التسويقي 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 الكتلوج. (عبد السلام أبو قحف، 2002)

أما الجامعة الأمريكية للتسويق 1960 عرفت النشاط التسويقي على انه "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 رقمياً 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 عنصرًا أساسيًا 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 الى 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 الى 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 ايجاباً 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

1.2. مشكلة الدراسة

لا يخفى علينا جميعا التطور الذي وصلنا إليه في عامنا الحالي وما سوف نصل إليه في الأعوام القادمة ومع هذا التطور أصبح التواصل أقل وفي بعض الاحيان يكون شبه معدوم حتى بين أفراد المنظمة الواحدة. وفي الغالب لا تهتم الشركات إلى تنمية مهارات التواصل ويرونها موضوعًا جانبيًا بالرغم أن أهميته كبيرة ويتم رؤية أثرها على المدى الطويل بين أعضاء الفريق والإنتاجية بينهم. لذلك يهدف هذا البحث الى توضيح تأثير مهارات التواصل في تحسين جودة العمل والعلاقة الايجابية بينهما في شركات التسويق الرقمي.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

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.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

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 الإستفادة من جميع مهارات الفريق ومن نقاط قوة العمل الجماعي جاءت فكرة دراسة وربط المتغيرين (مهارات التواصل وجودة العمل) ببعضهما وما لهما من تأثير ايجابي.

وبناء على الأسباب والفجوات السابقة جاء سؤال البحث كالتالي:

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

1.3. أهمية الدراسة

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:

1.3.1. على المستوى النظري:

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 تتميز هذه الجودة بين الشركات ومستويات الخدمة التي يتم تقديمها للعملاء.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

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.

1.4. أسئلة الدراسة

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

1.5. أهداف الدراسة

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

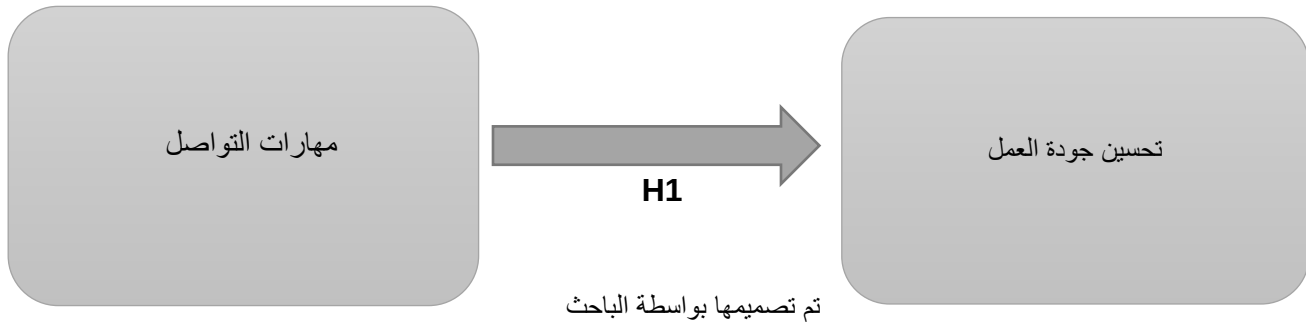
1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية H1

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

1.7. نموذج الدراسة

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



1.8. 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.

1.9. مخطط المشروع

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

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

كتابة البحث العلمي تعتبر عملية مهمة وضرورية في عالم البحث والتطوير. فهي تساهم بشكل كبير في تطوير المعرفة والاكتشافات الجديدة، وتوثيق النتائج والملاحظات لتكوين قاعدة علمية قوية.

هنا بعض الجوانب الرئيسية لأهمية كتابة البحث العلمي:

التطوير العلمي والتقني: كتابة البحث تمثل فرصة لتطوير المهارات العلمية والتقنية لدى الباحثين، مما يساعدهم على توسيع مجالات العلم والتقنية وإثراء المعرفة في مختلف المجالات.

توثيق المعرفة والاكتشافات: من خلال كتابة البحث، يمكن للباحثين توثيق الاكتشافات والنتائج العلمية، مما يساهم في توفير قاعدة معرفية دقيقة وموثوقة للباحثين والمهتمين.

تبادل الخبرات والمعرفة: كتابة البحث تشجع على تبادل الخبرات والمعرفة بين الباحثين والمؤسسات البحثية، مما يعزز التعاون العلمي ويساهم في تحقيق تقدم في مجالات متعددة.

تحسين القدرات البحثية: يعتبر كتابة البحث فرصة لتحسين قدرات الباحثين البحثية، مثل القدرة على وضع الفرضيات وتحليل البيانات واستخدام الأساليب العلمية في التحليل والتفسير.

إثراء العلم والمعرفة: البحوث العلمية تساهم في إثراء المعرفة والعلم في مختلف المجالات، وتقدم حلولاً علمية للمشكلات الحالية وتوجهات المستقبل.

دعم عملية اتخاذ القرارات: توفر البحوث العلمية المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات الصحيحة والمستنيرة في مختلف المجالات، سواء في القطاع العام أو الخاص.

تعزيز التقدم والتطور: كتابة البحث العلمي تعزز التقدم والتطور في مختلف المجالات العلمية والتقنية، مما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

تطوير الفهم والفكر النقدي: تعمل عملية كتابة البحث على تطوير الفهم والتفكير النقدي لدى الباحثين، مما يساهم في تحسين الجودة والدقة في الأبحاث العلمية.

باختصار، يمكن القول إن كتابة البحث العلمي تعتبر عملية أساسية وضرورية في تقدم العلم والمعرفة، وهي وسيلة فعالة لتطوير المعرفة وحل المشكلات العملية وتحقيق التقدم والتنمية في مختلف المجالات ولذلك جاء هذا البحث ليناقد أهمية مهارات التواصل ودورها الفعال في تحسين جودة العمل والمشاريع.

مهارات التواصل تعتبر عاملاً حاسماً في تحسين جودة المشاريع، وخاصة في بيئة العمل التسويقية الرقمية.

يركز هذا البحث على استكشاف تأثير مهارات التواصل في شركات التسويق الرقمي في جدة، السعودية، وكيف يمكن أن تؤثر هذه المهارات على تحسين جودة العمل في هذا السياق الخاص.

يشير إلى أن التواصل الفعال داخل الفرق العاملة يعد أساساً لتنفيذ المشاريع بكفاءة عالية وتحقيق الأهداف المحددة. من خلال تبسيط عمليات التواصل الداخلي وتحسين الفهم المتبادل، يمكن تجنب الأخطاء وتحقيق نتائج أفضل. وفقاً لتقرير المنظمة الدولية للعمل (2020)، فإن استثمار الشركات في تطوير مهارات التواصل يمكن أن يقلل من التوترات داخل الفرق ويعزز التفاعل الإيجابي، مما ينعكس إيجاباً على جودة المشاريع

(Smith, Johnson2019)

تشير الدراسة الميدانية التي أجراها الشهري (2020) إلى أن تطوير مهارات التواصل بين أعضاء الفريق يمكن أن يسهم في تحسين أداء المشاريع وتقليل الأخطاء الناتجة عن سوء التواصل. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي الاتصال الجيد مع العملاء، كما تشير دراسة السعيد (2021)، إلى تحسين تجربة المستخدم وتعزيز رضاهم، مما يؤدي في النهاية إلى تحسين جودة العمل وتحقيق الأهداف بنجاح.

باستنتاجات هذه الدراسات والأبحاث، يُظهر أن تطوير مهارات التواصل يعتبر عنصرًا أساسيًا في تحسين جودة المشاريع في شركات التسويق الرقمي، وهو عامل رئيسي في تحقيق النجاح والتميز في هذا القطاع المتنامي.

2.2. المتغير المستقل مهارات التواصل

مهارات التواصل هي المهارات التي تستخدم في الحياة العملية التي بموجبها يقوم شخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم وعبر وسيلة اتصال، تنتقل هذه الأفكار إلى شخص آخر وبدوره يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها. عادة ما تلعب الشخصية بناءً على هذه المهارات، دوراً رئيسياً وأساسياً في الترويج للإنسان، سواء تقدم لوظيفة ما، أو التأهل لبرنامج معين بناءً على تنافس بينه وبين الآخرين، خوض غمار المعارك الانتخابية، التقدم لخطبة فتاة، الدعوة لرسالة سامية، وغيرها من الأمور يقاس مدى نجاح مهارات الاتصال في مدى توفيرها للوقت والجهد.

يعد الاتصال الإنساني جانباً مهماً في الحياة فهو أداة فعالة من أدوات التغيير والتطوير والتفاعل بين الأفراد والجماعات. ويلعب دوراً مهماً في التطور والتغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، فكلما اتسعت وتنامت خطوات التغيير والتطور، اتسعت وازدادت الحاجة إلى المعلومات والأفكار والخبرات، وبالتالي إلى قنوات الاتصال لنقلها وإيصالها إلى الأفراد والجماعات..

ونظراً لأهمية التواصل مع الآخرين وعمل الفريق سواء في المدرسة أم الجامعة أم العمل، فإن امتلاك مهارات الاتصال غداً أحد المتطلبات للنمو الشخصي والمؤسسي.

للوصول إلى الاهداف التي عادة ما توضع من خلال تخطيط مسبق، ورؤية واضحة المعالم، وإعداد بيئة صحية، سواء كان (إدارة) التخطيط على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد، لا بدّ من التسلح بالكثير من هذه المهارات.

الأمثلة على هذه كثيرة ومتنوعة منها فن الإلقاء والتحدث أمام الجمهور، إعداد وكتابة السيرة الذاتية باللغة العربية والغة الإنجليزية، استخدام الحاسوب والإنترنت، فن إدارة الأزمات وحل المشكلات، والتعامل مع الجمهور، مهارة الكتابة الصحفية، حسن الخلق، حسن الخط، فن الاستماع والإنصات، القدرة على التنبؤ والتحليل، العمل ضمن فريق والعمل تحت الضغط، استخدام أسلوب المنطق العلمي في النقاش والحوار، قوة اللغة وملكة التعبير والإيجاز، القدرة على البناء والتصميم، فن إدارة الوقت، التحدّث بأكثر من لغة، القدرة على كتابة أبحاث وتقارير معبرة وافية.. إلخ

طبعاً كلما ازدادت أهداف الإنسان في هذه الحياة كلما احتاج إلى مهارات اتصال أكثر، وكلما ازدادت هذه المهارات قويت شخصية الفرد، وزادت ثقته بنفسه، وفتحت أبواب النجاح له باباً تلو الآخر.

إن مهارات الاتصال تعد إحدى المهارات الأساسية التي يجب أن تتحلّى بها القيادات، فإذا فشل المستمعون في فهم كلمتك، أو إذا انصرف عدد كبير منهم عن الإنصات لك نتيجة الإحساس بالملل مما تقوله، تكون قد افتقدت القدرة على التواصل مع الجمهور، والإحدى عشرة نصيحة التالية إذا لم تجعل منك خطيباً مفوهاً، فإنها ستعينك حتماً على تجنب الكثير من الأخطاء الشائعة التي يرتكبها الكثيرون عند مخاطبة الآخرين لاحظ أن هذه النصائح تعتمد بشكل رئيسي على محاولة التقليل من العادات التي تعوق قدرة الفرد على مخاطبة الآخرين بطريقة واضحة تؤثر فيهم.

ويقصد بها تلك القدرات الإبداعية والمكتسبة لدى الإنسان والتي يستخدمها من أجل إكمال عملية الاتصال ، وذلك في حالتي أن يكون الإنسان مرسلاً أو مستقبلاً والتي يبدأ في استخدامها منذ أول يوم في حياته ، ولا تنتهي وظيفتها إلا بالموت ويذهب بعض المتخصصين في الاتصال الإنساني إلى أن التطور الإنساني على التنظيم يرجع لمدى قدرات الإنسان في تطوير مهارات الاتصال لدى الإنسان في عملية الاتصال.

هي القدرات التي تستخدم في العملية التي بموجبها يقوم شخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات على شكل رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم وغير وسيلة اتصال تنقل هذه الأفكار إلى شخص آخر وبدوره يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها ولتحديد هذا المفهوم لا بد من الوقوف على عملية تطور الاتصال لدى الانسان.

في تطور عملية الاتصال الأولى يري الباحثون في مجال علم الاتصال وعلم الاجتماع أن تطور الحياة البشرية يمكن تفسيره من خلال دراسة تطور عملية الاتصال ، كما أن تطور عملية الاتصال يمكن دراسته من خلال دراسة تطور مهارات الاتصال واستخدامها وتوظيفها لدى الإنسان وهناك سؤال منطقي هو كيف بدأت عمليات الاتصال الأولى؟

أن الإنسان مخلوق لا يماثله مخلوق آخر من مخلوقات الله على الأرض خص بعقل وقابلية لا تحدها حدود على التكيف والتطور، وانتهج سبيلي المعرفة والتطبيق والتجريب الفكري العقلاني والمادي الحياتي وما استطاعت الذاكرة الإنسانية الفنية أن تحفظ لنا هذا القدر الهائل من المعارف والعلوم إلا من خلال سبل وطرائق وآليات التميز والتراكم ، وهي كذلك ثمرة لتطور تاريخي آخر شاق وطويل وليس من اليسير ولا المنطقي أن تفصل بين تطور المجتمعات البشرية في مجمله وتطور وسائط الاتصال كذلك.

وإذا نظرنا إلى مراحل تطور التاريخ الإنساني في محتواها وفي نسقها لتثبيت العلاقة الجدلية الطردية التي تمنطق الانتقال من مرحلة إلى التي تليها في نسيج واحد متماسك بسببه يحق لنا أن نقول أن ليس ثمة حياة اجتماعية ولا مجتمع في غياب العملية

الاتصالية التي هي في بنية المجتمع وليست دخيلة عليه ، يقول ولبور شرام في كتابة وسائل الإعلام والمجتمع ستصبح الجماعة الإنسانية شبيهة بأشجار الغابة إذا لم تجد وسيلة للتفاهم بينهما فلاعلام والاتصال إذا هو بمثابة الجهاز العصبي لهذا الجسد المتعدد المكونات والأعضاء المسمى المجتمع ، فحاجات الإنسان ورغائبه هي التي تدفعه للبحث عن حلول ومخارج لما يواجهه من صعوبات وأزمات ، وهي كذلك التي تحفزه للسعي لشحذ أدواته وتجديدها وتطوير أساليب عمله وتحديد نظمته ، وعند ما يحقق ما يصبو إليه من كفاءة ووفرة ورفاهية تطل في أفق حياته حاجات ومرامي جديدة فيضيق بما يكشفه من كشوف قصرت عن تحقيق ما يرنو إليه كما أو كيفا فيجدد السعي باحثاً عما يستطيع الوفاء برغائبه تلك وربما استطعنا بسبب كشف ما أو مجموع تقنيات ما غير ذلك أن نسلم طرفاً من عمر الزمان المديد بالسمة التي عرف بها في ذلك التاريخ، فالعصر الحجري القديم ارتبط باستخدام الحجارة وعرف الناس خصائصها وأصنافها وقدراتها سميانه وسيطاً وحديثاً ، وذلك عند ما فرق الإنسان بين أنواع الحجارة كالصوان والرخام والبازلت والجرانيت ، وعرف العجلة والنار واستخدام الخشب.

ثم جاء العصر الحديدي والبرونزي ولم يبق لنا الكثير من تراثهم إلا المادي منه وظللنا نصف العصور على ذلك المنوال ، ثم تطورت معاييرنا فوصفنا الزمان بأكثر الحضارات والأمم تأثيراً فيه ووصفناه بحالة وبنائه ، ثم لما ثار البشر على الخرافة والظلام والدجل وركنوا لعلم الإنسان ومواهبه

سمينه عصر النهضة وهكذا دواليك ، ونحن نسمى عصر الحاضر كما يقول جون ونتر في كتابة مقدمة الاتصال الجماهيري بعصر المعلومات.

أن التراث الحضاري البشري هو حصيله عمليات معقدة في الاختيار والتلاقح والانتقاء والتراكم الطبيعي ، تربط بينها عبر المراحل المختلفة وشائج الترابط التاريخي والانتقال والتكميل والتطوير والرفض والقناعة وغيرها. وربما استطعنا تمييز أهداف وحاجات مشابهة سعى الإنسان لتحقيقها عبر الأزمنة ولكن لن يفوتنا بالطبع أن نستقرئ اختلاف العصور الذي تسبب في ابتداء الآليات وظن الاختلاف عن بعضها البعض.

فلقد سعى الإنسان منذ العصر الحجري الأول لأن يطور طرق وأساليب ينقل بها المعارف والمعاني للآخر ، ثم طور الإنسان تقنيات لإرسالها للآخر البعيد ، ثم سعى لابتداء سبل يحفظ بها المعارف للزمان القادم، وهو ما نسعى اليوم بتطوير أساليب وأجهزتنا الإلكترونية وأقمارنا الصناعية وعقولنا الإلكترونية.

تعتبر مهارات التواصل أساسية في بيئة العمل، حيث تلعب دوراً هاماً في تحسين جودة العمل وتحقيق الأهداف بنجاح. يشمل ذلك الاستماع الفعّال، التعبير اللفظي وغير اللفظي، الكتابة الفعّالة، والتواصل العاطفي. سنحلل في هذا البحث دور كل من هذه المهارات في تعزيز الجودة وتحقيق النجاح في بيئة العمل، مع تطبيقات عملية في شركات التسويق الرقمي بجدة، السعودية.

الاستماع الفعّال:

الاستماع الفعّال هو مهارة أساسية في بيئة العمل، حيث يمكنه تحسين فهم الاحتياجات والتوجيهات وتوقعات العملاء والزلاء. من خلال الاستماع بانتباه وتركيز، يمكن للفرد تلبية الاحتياجات بشكل أفضل وتجنب السلوكيات الغير فعالة

(Smith & Jones, 2020.)

التعبير اللفظي:

التعبير اللفظي الواضح يعتبر مفتاحاً في تبادل الأفكار والمعلومات بين الأفراد والفرق داخل الشركات. إذا كان التعبير غير واضح، فإن هذا قد يؤدي إلى الالتباسات والتفاوت في تفهم المعلومات، مما يؤثر سلباً على جودة العمل والنتائج المحققة (Smith & Johnson, 2018.)

التعبير غير اللفظي:

التعبير غير اللفظي يشمل لغة الجسد والعبارات الوجهية والتوتر وغيرها من التفاصيل غير اللفظية التي تنقل الرسالة. يمكن أن يكون هذا النوع من التواصل أقوى من الكلمات في بعض الحالات، حيث يساهم في توضيح المشاعر والمعاني وتحفيز التعاون

(Jones & Williams, 2017.)

الكتابة الفعّالة:

الكتابة الفعّالة تعتبر مهارة حيوية في بيئة العمل، حيث يتطلب الأمر التوثيق الدقيق للمعلومات، وكتابة التقارير والرسائل بشكل واضح ومفهوم. إذا كانت الرسائل غير واضحة أو غير دقيقة، فقد تؤدي إلى سوء التفاهم والخطأ في الإجراءات، مما يؤثر سلباً على العمل وجودته

(Brown & Garcia, 2019.)

التواصل العاطفي:

التواصل العاطفي يمكن أن يعزز الروابط الإنسانية بين الزملاء ويقوي العلاقات الفردية والجماعية داخل الفرق والمؤسسات. إذا تمت العلاقات على أساس من الثقة والتفهم والاحترام، فإن هذا يؤدي إلى مزيد من التعاون والمرونة في العمل

(.Wilson & Martin, 2016)

يوجد عدد من النظريات المفسرة لمهارات التواصل الاجتماعي، وسنبدأ بالنظرية السلوكية التي ترى السلوك الإنساني كعادات يتعلمها ويكتسبها الفرد خلال مراحل نموه وتطوره المختلفة، ولعلها الأكثر تفسيراً لمهارات التواصل الاجتماعي ، باعتبار المهارات سلوكيات بشرية يتم تشكيلها في مراحل الحياة المختلفة، والتي أساسها القيم والعادات والمفاهيم والتصورات والاتجاهات ومناهج التفكير لدى كل شخص.

نظرية التعلم الاجتماعي

إن البيئات المتنوعة للفرد تعمل بصورة مترابطة لإحداث التعلم كنتيجة للتفاعلات المتبادلة بين كل من البيئتين الداخلية والخارجية والعمليات المعرفية، وقد أسماها باندورا عملية التحديد المتبادل. والأفراد لا يندفعون بفعل المثيرات الداخلية أو الخارجية، وإنما بفعل التفاعل بين المحددات الشخصية والبيئية، والتي تتشكل من خلال التعلم بالنمذجة.

النظرية السلوكية

ترى النظرية السلوكية التواصل الاجتماعي كوحدة معقدة يمكن تحليلها إلى وحدات أبسط، وتلك الوحدات تعد الاستجابات الأولية المرتبطة بمثيرات محددة، وتجد السلوك الإنساني كمجموعة من العادات التي يمكن للفرد تعلمها، أو اكتسابها خلال

نموه، والتي يتحكم في تكوينها العقل. ووفقاً للنظرية السلوكية فإن مهارات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجموعة من السلوكيات والعادات التي يكتسبها الفرد، ويتعلمها خلال مراحل نموه من خلال أساليب التنشئة الاجتماعية المختلفة.

النظرية المعرفية

وترى تلك النظرية العوامل المعرفية كالتوقعات السلبية والتقويم الذاتي، والتي تعد الأسباب الرئيسة لقصور مهارات التواصل الاجتماعي، كما أن لكل فرد افتراضات تُبنى على معتقدات محددة، والتي قد تتشكل من أفكار لاعتقائية، وتظل قابضة في العقل، حتى حدوث انتكاسة تعمل على استدعاء وتنشيط تلك الاعتقادات، مسببة التفكير السلبي. وقد لا يقف الأمر عند هذا الحد، وإنما تؤدي تلك الأعراض تعزيزاً لتلك الاعتقادات السلبية، الأمر الذي يزيد من تأويل التفكير وقصور في المهارات.

عناصر مهارات التواصل الاجتماعي

العناصر المعرفية: ويقصد بها تلك التي تشير إلى أفكار الفرد واستجاباته وقراراته بشأن ما يتوجب القيام به أثناء التفاعل الاجتماعي، ونجد في تلك المهارات أن القدرات المعرفية تتضمن المهارة المستندة على الإدراك الصحيح لتطلعات وأمنيات الآخر أو النظر في نوعية الاستجابة التي يغلب أن تؤثر في رأي الطرف الآخر، وتلك القدرات مسؤولة عن نجاح أو فشل الفرد في المواقف الاجتماعية عموماً.

العناصر السلوكية: ويقصد بها تلك التي تشير إلى كافة السلوكيات التي تصدر عن الفرد، ويمكن ملاحظتها خلال تفاعله مع الآخرين، وتسمى السلوك الاجتماعي، ويمكن تصنيف المكونات السلوكية للمهارة الاجتماعية إلى:

سلوك لفظي: (Verbal behaviour) له أهمية كبرى في تقييم مهارات الفرد الاجتماعية خلال التفاعل الاجتماعي، فاللفظ ينقل مقاصد الفرد بصورة مباشرة أكثر من أي سلوك اجتماعي.

سلوك غير لفظي: (Non Verbal behaviour) يلعب دوراً مهماً في التواصل بين الأفراد وعلاقتهم ببعضهم وغالباً يكون عبارة عن رسائل مهمة لتقييم مهارات التواصل الاجتماعي خلال المحادثة، من خلال حركات العيون أو الجسد.

ضعف مهارات التواصل الاجتماعي

هناك عدد من المظاهر السلبية المترتبة على ضعف مهارات التواصل الاجتماعي، والمتمثلة في:

التورط في كثير من إشكاليات التفاعل مع الآخرين مما يقلل من احتمالية التغلب على الخلافات في العلاقات الشخصية، وقد يصل إلى تفاقمها، لتصبح صراعات عميقة تؤدي إلى مشكلات اجتماعية يصعب تجاوزها بسبب ضعف مهارات التواصل الاجتماعي الضرورية خلال التفاعل، كالاستشعار الاجتماعي والاتصال، وضبط الذات والتفهم الوجداني.

تبني توقعات غير واقعية وربما غير فعالة فيما يتعلق بردود فعل الآخرين، والاعتقاد بصحتها يترتب عليه سلوك غير فعال، مما يؤدي لتفاقم المشكلات وهدر الطاقة في إثارة الصراعات. فصعوبة فهم وتفسير سلوكيات الآخرين قد تستثير ردود أفعال دفاعية قد تؤثر سلباً على العلاقة معهم.

الإخفاقات في مواقف التفاعل المختلفة، وعدم استثمار الفرص المتاحة لإقامة علاقات جيدة مع الآخرين، وعدم الحصول على المكانة الملائمة بين الزملاء، أو الدور المناسب في العمل.

الفشل المتكرر، وقلة التقبل غير المشروط للفرد، والتحيز والاحساس بقلة العدالة، أو الإحباط، وانخفاض تقدير الذات، أو استخدام أساليب عدوانية، أو إثارة الشغب في محاولة للتفريغ عن المشاعر السلبية.

الاكتئاب، حيث يجد البعض صعوبة في الإفصاح عن مشاعرهم، مما يضخم من آثارها السلبية على المستويين النفسي والبدني، وهو ما يؤدي إلى ظهور بعض الأعراض المزاجية، والنفسية والجسدية السلبية.

2.3. المتغير التابع جودة العمل

تعد جودة العمل من المواضيع الادارية في إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي اذ تهدف لتحقيق متطلبات الاعمال وتتحقق من خلال الوقاية ومنع حدوث الاخطاء.

وجودة العمل هي مجموعة المفاهيم المتعددة المتمثلة في الامن والسلامة في العمل والمكافئة العادلة وجماعات العمل المشاركة إضافة الى المسار المهني فهي توفر وتسهل للمورد البشري فرص التدريب ورفع درجة الرضا الوظيفي وفرصة الحصول على ولاء عالي من قبل المستفيدين من سلعتها وخدماتها وتعود جودة العمل بعدة فوائد منها السمعة الطيبة والانتاجية وزيادة الربح والتي تأتي من خلال الابداع التنظيمي وللتعرف على جودة العمل بصورة شاملة لابد من البدء من تناول: أهميتها، أهدافها، كذلك مبادئها وأبعادها، بالإضافة لعوامل نجاحها، وأخيرا عوائق جودة العمل.

نشأة وتطور جودة العمل:

ظهر مفهوم جودة العمل ليوأكب سياسات التغيير والتطوير التنظيمي وليخفف من حالات التوتر والقلق التي سادت في الغرب بين العاملين، خوفا من الاستغناء عنهم أو تخفيض للخدمات والمزايا الاجتماعية المقدمة لهم، أو تخفيضا لمعدلات أجورهم بجانب حرص تلك المنظمات على تحقيق الرضا الوظيفي المؤثر على التزام العاملين، ومن ثم تعظيم أهمية استخدام وترشيد أداء الموارد البشرية واعتبارها أحد الاستراتيجيات الفعالة في تدعيم التميز التنافسي لمنظمات الاعمال.

لقد بدأ الاهتمام بجودة العمل في أواخر الستينات من القرن الماضي من خلال التأكيد على الابعاد الانسانية للعمل والتي تركز على جودة العلاقة بين العامل وبيئة العمل، ولكن مصطلح جودة العمل تم تقديمه لأول مرة علم 1972 من خلال مؤتمر علاقات العمل الدولية، والذي خلص المشاركون فيه الى أن تحسين مكان العمل، وتنظيمه، وطبيعته، واجراءاته، بما يؤدي الى تحسين جودة العمل في المجتمع ككل.

ثم بدأ مصطلح جودة العمل يلقي المزيد من الاهتمام والشيوع بعد أن بدأ اتحاد عمل السيارات وجنرال موتورز برنامجا لإصلاحات داخل العمل.

وفي أواخر السبعينات وأوائل الثمانينات تراجع الاهتمام وانخفضت الأنشطة التي تمارسها المنظمات لتحقيق جودة العمل. مما جعل برنامج جودة العمل تأتي في المرتبة الثانوية، وان اختلف الامر عن مختلف المستويات المحلية والدولية وبالتالي على كفاءة الاداء الاقتصادي للمنظمة وما تعتنقه من قيم وأفكار تتعلق بالموارد البشرية.

ومنذ منتصف الثمانينات وحتى منتصف التسعينات تقريبا زاد الاهتمام مرة أخرى ببرامج جودة العمل في الشركات والمؤسسات الأمريكية للعديد من الاسباب، بعضها داخلي يتعلق بحالة العاملين والقوانين الفدرالية في أمريكا، وبعضها خارجي يمثل استجابة للنجاح التي حققتها بعض الانظمة الادارية في اليابان وبعض الدول الاوروبية.

ومع بداية التسعينات قامت شركات عالمية كثيرة منتشرة في دول العالم بتطبيق شكل أو آخر من أشكال برامج جودة العمل، وتزايد الاهتمام نتيجة التركيز على اشباع حاجات العميل الداخلي والخارجي، وتطبيق أسلوب إعادة هندسة الموارد البشرية، واكسابها مهارات متنوعة، والنظر اليها كأحد الاستراتيجيات التنافسية.

ومما سبق يمكن القول بان جودة العمل القت اهتماما كبيرا من قبل المؤسسات وذلك في الفترة ما بين الستينات والسبعينات حيث اهتمت بالموارد البشري اهتمام كبير من خلال التخفيف من حالات التوتر والقلق بين العاملين، وركزت على جودة العلاقة بين العامل وبيئة عمله. إلا أنه تراجع الاهتمام بها وذلك بسبب عدم الاكتراث بالانشطة والبرامج التي تساهم في تحقيق جودة العمل.

أما في فترة التسعينات عاد الاهتمام بتطبيق برامج جودة العمل في المؤسسات وذلك بسبب إشباع حاجات العميل وتحقيق رغباته ومصلحه.

ولجودة العمل عدة خصائص وأهمها ما يلي:

-يجب أن يكون النمط القيادي في الإدارة نمطاً تشاركياً تعاونياً.

-الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة.

-تقديم الخدمات بما يشبع حاجات المستفيدين الداخليين والخارجيين.

-توفير أفضل المعنويات لجميع العاملين.

-تطوير احتمالات النمو المستمر والأمان.

-وجود فرص استخدام قدرات الفرد وتطويرها.

-ظروف عمل صحية وأمنة.

-المناخ الاجتماعي لبيئة العمل (علاقات اجتماعية جيدة بين الرؤساء والزملاء).

-تحسين جودة المنتجات والخدمات.

-زيادة أرباح الأعمال.

-سرعة واعتمادية أفضل للمؤسسة.

-قدرة تنافسية أكبر وحصة سوقية أكبر.

-تحقيق التوازن بين جودة العمل والحياة الشخصية للعاملين.

-دعم الإدارة العليا في المنظمة لهذا الاتجاه مع إتاحة الفرصة لتطوير وتنمية مهارات العاملين للتعرف على حقوقهم

ومسؤولياتهم تجاه منظماتهم من مقومات نجاح مفهوم جودة العمل.

-تشمل مكوناتها وعناصرها جميع الجوانب المادية والمعنوية.

- هي مفهوم شامل يتضمن تحقيق أهداف ومصالح العاملين وأهداف المنظمة وزيادة معدلات الرضا الوظيفي للعاملين والنتائج عن مستويات عالية لجودة العمل تسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة، وكذلك تلبية مطالب العملاء والمجتمع.

تنبع أهمية جودة العمل أساساً من اهتمام المؤسسة برغبة العمال في توفير جملة من الخصائص التي تميز جو العمل الذي يقومون به، وهذا يعود بإيجابية على المؤسسة ويساعدها في تحقيق أهدافها.

وعليه، تتجلى أهمية الجودة في العمل في العناصر التالية:

-تأثيرها على الصحة النفسية والجسمانية للموظفين.

-زيادة المشاركة في العمل.

-كونها أحد المتغيرات العامة المعوقة أو الداعمة لكفاءة الأداء.

-فرصة الحصول على ولاء عالي من قبل المستفيدين من سلعتها وخدماتها.

-تحسين أداء العاملين، مما يؤدي إلى العديد من المنافع مثل زيادة الكفاءة الإنتاجية وتقليل حوادث العمل.

-زيادة رضا العاملين عن العمل، الأمر الذي يؤدي لتقليل معدلات حوادث العمل.

-حفز العاملين وزيادة إنتاجيتهم.

-زيادة قدرة المنظمات على خلق ميزة تنافسية والحفاظ عليها لفترة طويلة.

-زيادة الاستثمار الطويل الأجل في المؤسسات من خلال أرس المال البشري.

-تقليل معدل دوران العمل في منظمات الأعمال.

-المساهمة في تعزيز الجودة والتعلم والإبداع.

-تحسين ودعم العلاقات الإنسانية في المنظمة.

-زيادة الكفاءة والفعالية التنظيمية في المؤسسة.

ومن ذلك يمكن القول إن جودة العمل هي استراتيجية كبيرة سواء على صعيد المستهلك أو المؤسسة، إذ تمثل أحد أهم العوامل التي تحدد حجم الطلب على منتجات أي مؤسسة.

تسعى جودة العمل إلى تحقيق مجموعة من الأهداف حيث أنها تعود بالنفع والمزايا على القيادات والمؤسسة وبيئة العمل، ويمكن إجمال هذه الأهداف في النقاط التالية:

- زيادة ثقة العاملين.

- التندمج في حل المشكلات.

- زيادة الرضا الوظيفي.

- العمل بشكل مميز لتحقيق التفاعل والتكامل بين العاملين وأهداف المنظمة.

- المساهمة الفعالة في تعزيز الإبداع والجودة والتعلم.

- العمل بشكل إيجابي على حل العديد من الصعوبات التي تواجه مجموعة الأفراد العاملين في المنظمة.

- جعل بيئة العمل مصدر جذب للعاملين الجيدين والمساعدة على زيادة انتماء العاملين وولائهم وتحقيق التكامل والتفاعل بين أهداف المنظمة وأهدافهم وتقليص عدد الحوادث وحجمها ونوعها إلى أدنى مستوى ممكن.

- تحقيق التفاعل والتكامل بين أهداف المنظمة وأهداف العاملين.

- توفير قوة عمل أكثر مرونة وولاء ودافعية.

- تعظيم القدرات التنافسية للمؤسسة.

- تحقيق أعلى أداء في كل المجالات.

- وضع أسلوب تطوير مستمر وبالنهاية.

نستخلص من ذلك بالقول أن جودة العمل هي المعيار الأساسي الذي يتم به تقييم مدى تطور المؤسسة أو خمولها وفشلها وتخلفها عن مواكبة الواقع، كما أن أي مؤسسة هدفها الأساسي هو تطوير جودة منتجاتها وخدماتها التي تقدمها للمستهلك.

إن فكرة جودة العمل كفلسفة متكاملة للإدارة الحديثة تسعى لتطوير مناخ عمل أكثر جاذبية وإثارة لحماس الموظفين وإلهامهم لطاقتهم وقدراتهم الإبداعية، فهي تشتمل على الأبعاد التالية:

1. تحسين ظروف العمل: نجد أن منظمة الأمم المتحدة قد أشارت إليها على أنها: مجموعة من الترتيبات تهدف إلى إيجاد بيئة عمل مناسبة تتصف بمرونة أكبر، وتتمثل الأهداف النهائية في إيجاد التوازن المثالي بين الحياة الشخصية والحياة الوظيفية مع الاشتراك في زيادة كفاءة المنظمة. وذلك لأنها تساهم في بناء بيئة عمل صحية وأمنة وخالية من الاضطرابات والمخاطر المهنية ومن حوادث العمل، ولقد أظهرت دراسات عديدة منها دراسة Ilmakunnas Bockerman أن معظم إجازات العمل أو حالات الغياب أو التغيب، ترجع إلى عدم رضا العمال عن ظروف العمل. أي توفير بيئة عمل مثالية ينعكس ذلك إيجاباً على الموظفين مما يؤدي ذلك لزيادة الإنتاجية بالتالي زيادة المبيعات.

2. الموازنة بين العمل والحياة: نجد أن منظمة الأمم المتحدة قد أشارت إليها على أنها مجموعة من الترتيبات التي تهدف إلى إيجاد بيئة عمل مناسبة تتصف بمرونة أكبر، وتتمثل الأهداف النهائية في إيجاد التوازن المثالي بين الحياة الشخصية والحياة الوظيفية مع الاشتراك في زيادة كفاءة المنظمة. يركز هذا البعد على ماهية السبل التي تحقق الموازنة بين الحياة والعمل من خلال زيادة الإنتاجية فيها.

كما يرى Lockwood: أن مبادئ تحقيق التوازن بين الحياة المهنية والشخصية للعمال لا تتم إلا عن طريق تطبيق مجموعة من السياسات والإجراءات التي تسمح للعمال بأداء العمل بكفاءة مع توفير الوقت الكافي للتعامل مع شؤونهم الخاصة واحتياجاتهم العائلية.

أما Kasrai (يرى أن تحقيق التوازن بين هذين البعدين يمكن أن يتحقق من خلال المساندة التي تتمثل في وقوف الإدارة مع العمال في مواجهة وإيجاد الحلول لمشكلاتهم، كإسماح لهم بالعمل الجزئي والتخفيف من أوقات العمل. ومما سبق يمكن أن نستخلص بالقول أن الموازنة بين العمل والحياة يمكن أن تجنب استنزاف الطاقة والجهد وتقليل التوتر وتحقيق الأهداف الشخصية والمهنية.

3. مشاركة العاملين: الاستشارة الوظيفية لفرق العمل، اجتماعات مشاركة العاملين، فرق تحسين وتطوير الجودة. من خلال مشاركة العاملين تعتبر مساعدة للمؤسسة على تحقيق أهدافها من خلال تطبيق أفكارهم وخبراتهم وجهودهم لحل المشاكل واتخاذ القرارات. وتساعد هذه العملية المؤسسة على تحسين القدرة على اتخاذ القرارات التنظيمية والتخطيط ووضع الأهداف بالإضافة إلى زيادة إنتاجية الموظفين.

4. الأجور والتعويضات: أي الرضا عن الأجر وعدالته بالمقارنة بالآخرين. تعد الأجور أهمية كبرى في تحديد أداء العاملين، كما تساهم في توجيه دافعية هؤلاء العمال في اتجاه معين، حيث أن العلاقة بين اتجاه الدافعية والأجور علاقة قوية، تؤدي إلى نتائج تؤثر على مستوى الإنتاج والنتائج المتوقعة تحقيقها على مستوى المؤسسة. وتعد الأجور التي يحصل عليها العاملون في المنظمة بمثابة العوامل الذاتية، التي توفر الشعور الإيجابي لديهم، وتعطيهم فرصاً للتطور الشخصي، بما يدفعهم للمزيد من العمل لتحسين الإنتاجية، وتقليل حالة عدم الرضا، والتمرد والإضراب عن العمل. وتعد سياسة التعويضات من أهم السياسات التي تعنى بقضية المحافظة على الكفاءات البشرية، وخلق الدافعية والحافز لديها على الإبداع، مما يدعم أداء المنظمات نحو تحقيق أهدافها.

5. فرص الترقية والتقدم الوظيفي: تعد الترقية من أهم القرارات التي تتخذ في المؤسسات، لما تحدثه من تأثير كبير على مراكز الموظفين ومعنوياتهم داخل الفئات الوظيفية المختلفة، نظرًا لربطها بمسار حياتهم بشكل كلي، حيث يجب على الترقية أن تجمع بين مصالح الموظفين كافة في المؤسسة نفسها، والعمل على تجنب ردود الفعل السلبية من الموظفين المرشحين للترقية والذين لم تشملهم هذه الترقية.

6. التكامل الاجتماعي: إذ يعطى للإدارة والعاملين فيها الحرية المتكاملة بالعمل، وتشهد فيه أعضاء المنظمة دعم الجماعة والإحساس بها، ويمتد ذلك إلى ما وراء جماعة العمل مباشرة، ويشمل التكامل الاجتماعي في المنظمة على تشكيل أو تنظيم مجموعة من العاملين، يحكمون أنفسهم ذاتيًا ويسعون لحل مشكلات العمل فيها بالمشاركة مع الإدارة مما يجلب الابتكار والإبداع معًا.

7. العمل الكامل: يتعدى المستوى التنظيمي إلى القدرة على تقييم آثار النشاط، من خلال ملاحظة النتائج المحققة منه، ومقارنتها بتلك المتوقعة والعمل على تقليص الفجوة بينهما وبالتالي التحكم في الأداء ولهذا علاقة بالإحساس بالمسؤولية.

8. الدستورية في تنظيم العمل: وهي توفير جودة العمل والحماية الدستورية لموظفين في مسائل مثل الخصوصية، وحرية التعبير، والعدالة، والإجراءات القانونية الواجبة.

9. فرص تطوير القدرات البشرية: وهي لتوفير الحرية والتنظيم الذاتي، واكتساب المهارات المختلفة والحصول على المعلومات المناسبة للعمل، فجودة العمل تعد عنصرا هاما وحاسما في المنظمات في الوقت الحالي، والسبب هو الزيادة في الإنتاجية التي تتأثر بعوامل كثيرة من أكثرها أهمية هو استثمار الموظفين للقيام بواجباتهم الموكلة إليهم.

10. الالتزام التنظيمي: هو عبارة عن ارتباط الفرد الشديد بمنظمته واعتزازه وفخره وتعلقه بها وإيمانه بقيمتها وأهدافها، وبذله قصارى جهده لتحقيق أهدافها من خلال تكريس جل وقته لإنجاز مهام العمل المكلف به، مع المحافظة على مرافقتها، والأدوات التي يستخدمها وسعيه لزيادة مواردها، وترشيد استهلاك المواد المستخدمة في العمل بقدر الإمكان.

11. التعاقب الوظيفي: ويتم تطبيقه في تصميم الوظائف بشكل يمكن الموظفين من التنقل بصورة منتظمة بين عدد من الوظائف المتشابهة في طبيعة العمل، ومن جملة الأهداف المتوقع تحقيقها من قبل المنظمات باعتمادها هذه الآلية، وفقا لما يشير إليه "Wilbur Perry":

- تجنب مجموع العاملين بالمنظمة الشعور بالملل الذي قد ينشأ عن إنجاز المهام الروتينية المتكررة وعدم التنوع في الأداء.

- منح مجموع العاملين بالمنظمة فرصة استخدام مهارات مختلفة مما يمكنهم من إثراء خبراتهم المهنية الأمر الذي يؤدي بالضرورة لتحقيق المرونة في استخدام القوى العاملة.

- الزيادة من فرص الإبداع المتاحة للعاملين بإفترض أن تولي العاملين لمسؤوليات جديدة في العمل تجعل في أذهانهم أكثر تفتحاً.

- التأثير الإيجابي على مشاعر العاملين وإحساسهم بالقيمة الذاتية نظراً للفرص الجديدة التي تتاح لهم للتعلم والنمو وتحقيق اسهامات مختلفة، مما ينعكس بالضرورة على مستوى إنتاجيتهم في العمل.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

مهارات التواصل تعتبر أساسية في بناء بيئة عمل مثمرة وفعالة فهي تساهم في تبادل المعلومات بشكل فعال ودقيق، وتحقيق التفاهم بين الأفراد في الفريق من خلال استخدام مهارات التواصل الفعال يمكن تقديم الأفكار والآراء بوضوح وتوضيح الأهداف والتوجيهات بشكل واضح، مما يؤدي إلى تحسين جودة العمل وزيادة الإنتاجية.

وتعتمد فعالية التواصل على الأنماط المستخدمة في التواصل، فالتواصل الفعال يشمل الاستماع الفعال والتفاعل الإيجابي مع الآخرين ومن هنا يأتي دور فهم أنماط التواصل المختلفة، مثل التواصل اللفظي وغير اللفظي، وتأثيرها على جودة العمل. فمثلاً، إذا كان هناك صراحة ووضوح في التواصل اللفظي، سيزيد ذلك من فهم المهام والمسؤوليات بشكل دقيق وبالتالي تحسين الأداء.

ومن التحديات التي قد تواجه عملية التواصل هي الصراعات والاختلافات في الآراء والمواقف تأثير هذه الصراعات يمكن أن يكون سلبياً على جودة العمل إذا لم يتم التعامل معها بشكل مناسب.

ومن هنا تبرز أهمية مهارات حل الصراعات وإدارة التوتر في بناء بيئة عمل هادئة ومثمرة.

ويمكن أن يساهم التوافق والتسوية في تحسين جودة العمل بشكل كبير فعندما يتم تحقيق التوافق بين أفراد الفريق وتسوية الصراعات بطريقة بناءة، يمكن أن يزيد ذلك من التفاهم والتعاون بين الأفراد وبالتالي تحسين جودة العمل وزيادة الإنتاجية.

وتعتبر عمليات التواصل الداخلي والخارجي أساسية في تحقيق جودة العمل. فالتواصل الداخلي الفعال يضمن تبادل المعلومات والتوجيهات بين أفراد الفريق، بينما يساهم التواصل الخارجي في بناء علاقات جيدة مع العملاء والشركاء، مما يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة وبالتالي جودة العمل بشكل عام.

قد تظهر بعض الفجوات في عمليات التواصل، مما يؤثر على جودة العمل ومن هنا يأتي دور تحديد هذه الفجوات والعمل على تقليلها وتحسين عمليات التواصل.

يمكن ذلك من خلال تحسين الإستماع والتفاعل مع الآخرين وتوضيح الأهداف والتوجيهات بشكل دقيق وواضح.

ويمكن استخدام مجموعة من الاستراتيجيات والتقنيات لتعزيز جودة العمل من خلال تحسين عمليات التواصل. مثلاً، يمكن استخدام التقنيات الحديثة مثل الاتصال عبر الإنترنت والوسائط الاجتماعية لتبادل المعلومات بشكل سريع وفعال. كما يمكن تنظيم دورات تدريبية وورش عمل لتطوير مهارات التواصل لدى الأفراد وتحسين جودة العمل بشكل عام.

وتأتي مراقبة جودة العمل كخطوة أساسية في عملية تحسين الأداء وتعزيز جودة العمل فمن خلال تقييم الأداء بانتظام ومراقبة التقدم المحقق، يمكن اكتشاف النقاط الضعيفة واتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسينها وتحقيق أهداف العمل بشكل فعال.

وتعتبر التغذية الراجعة أحد الأدوات الهامة في تحسين عمليات التواصل وجودة العمل. فمن خلال جمع آراء وملاحظات الأفراد حول جودة العمل وعمليات التواصل، يمكن تحديد المناطق التي تحتاج إلى تطوير وتحسين، وبالتالي تحسين جودة العمل بشكل عام.

من خلال النظرة الشاملة لعلاقة مهارات التواصل بجودة العمل، يتضح أن فعالية التواصل لها تأثير كبير على جودة العمل وزيادة الإنتاجية.

ومن هنا يأتي دور تحسين مهارات التواصل وتعزيز عمليات التواصل لدى الأفراد كأداة هامة في تحقيق أهداف العمل وتحقيق النجاح في البيئة العملية.

2.5. الخاتمة

من الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين مهارات التواصل وجودة العمل، توصلت العديد من النتائج المهمة التي تسلط الضوء على أهمية تلك العلاقة وتأثيرها على البيئة العملية.

زيادة الإنتاجية والكفاءة:

البحوث تشير إلى أن المهارات الجيدة في التواصل تسهم في تحسين العمليات الداخلية في الشركات والمؤسسات، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية والكفاءة فالتواصل الفعال يسهم في تنظيم العمل وتجنب الاشتباكات والتأكد من تنفيذ المهام بشكل صحيح.

تحسين جودة المنتجات والخدمات:

من خلال تحسين فهم المتطلبات والتوجيهات، يتم تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء. فالتواصل الصحيح يضمن تقديم المنتجات والخدمات بشكل يلبي توقعات العملاء ويحسن تجربتهم.

تقليل الأخطاء والتكاليف:

عندما يكون التواصل واضحاً وفعالاً، يتم تقليل الأخطاء في العمل وبالتالي تقليل التكاليف المرتبطة بها. فإدراك الأهداف والمسؤوليات بشكل صحيح يمنع الإسراف والتكاليف الزائدة.

تعزيز التعاون وبناء العلاقات الإيجابية:

تسهم مهارات التواصل في تعزيز التعاون بين أفراد الفريق وبناء علاقات إيجابية. فعندما يتم فهم المشاعر والاحتياجات والتوجيهات بشكل صحيح، يتم تعزيز روح الفريق والعمل الجماعي.

تحسين إدارة الوقت وتنظيم المهام:

تؤدي مهارات التواصل الجيدة إلى تحسين إدارة الوقت وتنظيم المهام. فعندما يتم التواصل بشكل واضح حول الأولويات والمهام المطلوبة، يتم توجيه الجهود بشكل أكثر فعالية وفعالية.

تعزيز القيادة الفعالة:

تعتبر مهارات التواصل جزءاً أساسياً من قدرات القيادة الفعالة. فالقادة الذين يتمتعون بمهارات التواصل الجيدة يستطيعون توجيه الفرق بشكل أفضل، وتحفيزهم وإلهامهم نحو تحقيق الأهداف المشتركة.

باختصار، تظهر الدراسات السابقة أن مهارات التواصل لها تأثير إيجابي كبير على جودة العمل وكفاءته، وهي عامل رئيسي في تحقيق النجاح والتميز في البيئة العملية.

دراسات المستقبل المحتملة التي تناقش مهارات التواصل وأثرها على جودة العمل قد تركز على عدة جوانب مهمة وتؤثر في عدة مجالات، منها:

قد تشهد الدراسات المستقبلية تركيزاً كبيراً على كيفية تأثير التكنولوجيا في عمليات التواصل وجودة العمل فمع تطور تكنولوجيا الاتصالات مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي، قد تظهر طرق جديدة للتواصل وتحسين فهم الأفراد لبعضهم البعض، مما يؤدي إلى تحسين جودة العمل بشكل عام.

ويمكن أن تركز الدراسات المستقبلية على كيفية التواصل الفعال بين أفراد ذوي ثقافات ولغات مختلفة في بيئات العمل المتعددة الثقافات.

فهم الثقافات المختلفة وتقدير التنوع الثقافي يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة العمل وبناء بيئة عمل مثمرة.

من الممكن أيضاً أن تدرس الدراسات المستقبلية كيف يمكن للتواصل الفعال أن يعزز عمليات الابتكار والإبداع في البيئات العملية فالتواصل المفتوح والبناء يمكن أن يحفز الأفراد على تبادل الأفكار والمقترحات وبالتالي تطوير حلول إبداعية للتحديات المختلفة.

قد تستكشف أيضاً كيف يمكن تطوير مهارات التواصل في العصر الرقمي، حيث يكون التواصل عبر الوسائط الرقمية جزءاً أساسياً من العمل اليومي.

قد تتضمن هذه الدراسات استخدام تقنيات التعلم الآلي والتدريب عبر الإنترنت لتطوير مهارات التواصل لدى الأفراد.

ويمكن أن تلقي الضوء على كيفية أن تؤثر مهارات التواصل على الصحة النفسية والعملية للأفراد. فالتواصل الفعال يمكن أن يقلل من مستويات التوتر والضغط في العمل، وبالتالي يحسن الرضا الوظيفي وأداء الأفراد.

قد تدرس الدراسات المستقبلية تأثير التواصل في بيئات العمل عن بُعد، خاصة مع انتشار أساليب العمل عن بُعد والعمل المنتشر بين العديد من الدول والمناطق.

فهل يمكن أن يؤثر التواصل الرقمي على جودة العمل بنفس الطريقة التي يؤثر بها التواصل الوجه لوجه؟

باختصار، تتوقع الدراسات المستقبلية في مجال مهارات التواصل وجودة العمل استكشاف العديد من الجوانب المختلفة لهذه العلاقة، بما يشمل التكنولوجيا الحديثة، والتعاون الدولي، وتأثير التواصل على الابتكار والصحة النفسية والعملية، والعمل عن بُعد، بالإضافة إلى جوانب أخرى ترتبط بتطوير مهارات التواصل في البيئات العملية المستقبلية.

وقد جاء هذا البحث ليناقد كيف من الممكن أن تؤثر مهارات التواصل في تحسين جودة العمل وما العلاقة بينهما وكيف يمكن لابعاد مهارات التواصل التأثير على جودة العمل من خلال تحسينه ورفع جودة الاعمال الناتجة بالاخص من شركات التسويق الرقمي التي جاء هذا البحث ليناقدشها خصيصا لما لها من مستقبل باهر خاصة مع تطور التكنولوجيا وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وهي ما ساهمت في انتشار هذا النوع من البيئات

البحث يستعرض العديد من النقاط المهمة فيما يتعلق بعلاقة مهارات التواصل بجودة العمل، وكيف يمكن تحسين جودة العمل من خلال تطوير مهارات التواصل، وذلك خاصة في سياق شركات التسويق الرقمي التي تعتمد بشكل كبير على التواصل والتفاعل مع العملاء والجمهور عبر الوسائط الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي.

فمهارات التواصل تلعب دوراً حيوياً في تحسين جودة العمل في هذا السياق، حيث يمكنها أن تؤثر بشكل مباشر على تفهم احتياجات العملاء، وبناء علاقات قوية معهم، وتوجيه العمل لتحقيق أهداف الشركة بشكل أفضل. ومن خلال تطوير مهارات التواصل، يمكن للشركات أن تعزز تجربة العملاء، وتحسين جودة الخدمات والمنتجات التي تقدمها، مما يساهم في رفع مستوى الرضا لديهم وزيادة فرص النجاح والنمو للشركة.

في هذا السياق، يتعين على شركات التسويق الرقمي توجيه اهتمامها نحو تطوير مهارات التواصل بين موظفيها وبين عملائها، وذلك من خلال تقديم الدورات التدريبية المناسبة واستخدام التقنيات الحديثة لتحسين عمليات التواصل. وعلاوة على ذلك، يمكنها أيضاً تبني استراتيجيات تسويقية تركز على الاتصال الفعال وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، مما يساهم في تعزيز الثقة والولاء وتحقيق نتائج إيجابية للشركة.

مع تطور التكنولوجيا وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، فإن هذا النوع من البيئات يقدم فرصاً كبيرة للشركات لتواصل أوسع مع جمهورها والتفاعل معهم بشكل أكثر فاعلية. ولذلك، يجب أن تكون مهارات التواصل والتفاعل في هذه البيئات جزءاً أساسياً من استراتيجيات الشركات لتحقيق أهدافها وتعزيز جودة العمل والخدمات التي تقدمها.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

يوضح هذا الفصل منهجية البحث المستخدمة في التحقيق لبحث مهارات التواصل في بيئة العمل واثرها في تحسين جودة العمل.

وهو يعرض بالتفصيل التعريفات الاجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث، ومجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات، وطرق جمع البيانات، وأنواع البيانات، وطرق وإجراءات تحليل البيانات.

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

في الدراسات البحثية، تعد التعريفات الاجرائية أساسية في تحديد المتغيرات التي يتم قياسها بوضوح.

يصف التعريف الاجرائي كيفية قياس متغير أو ملاحظته أو التلاعب به.

ويساعد الباحثين على ضمان اتساق دراساتهم وموثوقيتها وصلاحياتها.

مهارات التواصل (المتغير المستقل)

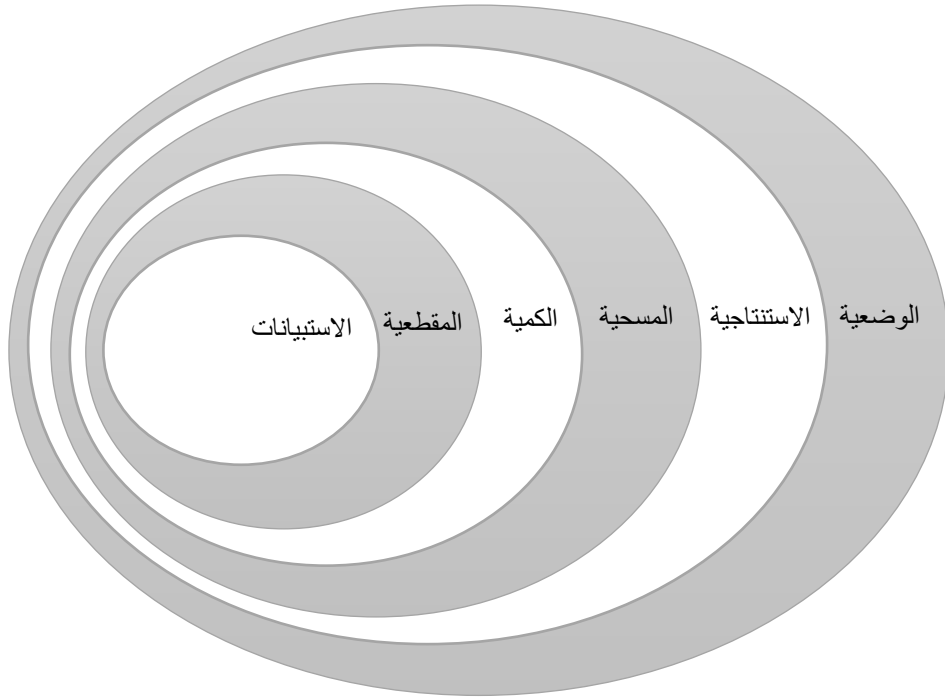
يمكن اعتبار مهارات التواصل كعدد المهارات التي يتقنها كل موظف في شركات التسويق ومدى إتقانها له.

جودة العمل (المتغير التابع)

يمكن اعتبار جودة العمل كمقياس لانتاجية كل موظف وتأثيره على تحسين العمل.

3.3. تصميم البحث (بصلة البحث)

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



تم تصميمها بواسطة الباحث

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

مجتمع البحث:

شركات التسويق الرقمي في جدة، السعودية

القطاع او اسم الشركة	التصنيفات	عدد الموظفين
شركات التسويق الرقمي في جدة، السعودية	الادارة العليا	6
	الموظفين	25

المصدر: الباحث (2024)

عينة البحث:

عينة البحث	حجم العينة
نستهدف الموظفين في شركات التسويق الرقمي في جدة	35-30 موظف

المصدر: الباحث (2024)

طريقة وتقنيات أخذ العينة:

طريقة أخذ العينات هي الاحتمالية وتقنيات أخذ العينات هي أخذ العينات العشوائية البسيطة

3.5. طريقة جمع البيانات

سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها إحصائياً، يتضمن التحليل الإحصائي تحديد البيانات الأولية وتحليلها وتحويلها إلى معلومات مفيدة.

سيساعد هذا المنهج على كشف العلاقات الأساسية بين المتغير المستقل (مهارات التواصل) والمتغير التابع (جودة العمل) في قطاع (شركات التسويق بجدة، المملكة العربية السعودية).

3.5.1. المتغير المستقل (مهارات التواصل)

اعتمد الباحث على استبانة بدر الحري (2013) من أجل قياس المتغير المستقل (مهارات التواصل) وذلك من حيث خمسة أبعاد وهي: مهارة الانصات، مهارة اعادة العبارات، مهارة الصمت، مهارة عكس المشاعر، مهارة نبذة الصوت مع الإجمالي 23 عنصر للمتغير بأكمله، حيث أن البعد الأول: مهارة الانصات يتكون من 4 عناصر، والبعد الثاني مهارة اعادة العبارات يتكون من 4 عناصر، والبعد الثالث مهارة الصمت يتكون من 5 عناصر والبعد الرابع مهارة عكس المشاعر يتكون من 6 عناصر والبعد الخامس مهارة نبذة الصوت يتكون من 4 عناصر.

نوع الأداة ليكرت: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

جدول (1) : المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل (مهارات التواصل)

المتغير المستقل	الأبعاد	عدد العبارات	المصدر
مهارات التواصل	مهارة الانصات	4	(الحري بدر، 2013)
	مهارة اعادة العبارات	4	
	مهارة الصمت	5	
	مهارة عكس المشاعر	6	
	مهارة نبذة الصوت	4	

بواسطة الباحث (2024)

3.5.2 المتغير التابع (نجاح المشاريع)

اعتمد الباحث على استبانة إبتهاج الجزولي (2023) من أجل قياس المتغير التابع (جودة العمل)، وذلك من حيث أربعة أبعاد البعد الأول هو التركيز على رضا العملاء، والبعد الثاني التركيز على جودة اداء الموظفين، والبعد الثالث الاهتمام بالعمل الجماعي، والبعد الرابع القيادة الفعالة، مع الإجمالي 19 عنصر للمتغير بأكمله، حيث أن البعد الأول: التركيز على رضا العملاء يتكون من 4 عناصر، والبعد الثاني التركيز على جودة اداء الموظفين يتكون من 4 عناصر، والبعد الثالث الاهتمام بالعمل الجماعي يتكون من 5 عناصر والبعد الرابع القيادة الفعالة يتكون من 6 عناصر.

نوع الأداة ليكرت: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة

جدول (2): المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (جودة العمل)

المتغير المستقل	الأبعاد	عدد العبارات	المصدر
جودة العمل	التركيز على رضا العملاء	4	(الجزولي ابتهاج,2023)
	التركيز على جودة اداء الموظفين	4	
	الاهتمام بالعمل الجماعي	5	
	القيادة الفعالة	6	

بواسطة الباحث (2024)

3.6. أنواع البيانات

بيانات أولية - تم جمع البيانات الأولية عن طريق استخدام الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة.

تم تصميم الاستبيان بعناية لتغطية جميع جوانب موضوع البحث وتحقيق أهداف الدراسة. تم توزيع الاستبيان على عينة ممثلة من المستهدفين وتم الحصول على معدل استجابة عالٍ - تم إجراء تحليل كمي للبيانات الأولية المجمعة باستخدام برامج إحصائية متقدمة. تم استخراج المؤشرات والمقاييس الإحصائية ذات الصلة لاستخلاص النتائج والاستنتاجات.

بيانات ثانوية - تم البحث بشكل مكثف في الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.

تم استعراض الأبحاث والكتب والمقالات العلمية المنشورة في المجالات ذات الصلة - تم الاطلاع على المعلومات والبيانات المتاحة على موقع الشركة/المؤسسة محل الدراسة لفهم السياق والخلفية التنظيمية والتشغيلية للموضوع قيد البحث - تم تحليل وتفسير البيانات الثانوية بطريقة منهجية لبناء إطار نظري قوي يدعم الدراسة الميدانية وربط النتائج بالأدبيات السابقة.

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى، كما تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديدًا الإصدار 28 لتحليل البيانات المجمعة

تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة، يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة، تعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها:

اختبارات الصدق (التحليل العاملي الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه،

بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرونباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت.

تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة.

يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

3.8. الخاتمة

في ختام هذا القسم استنتج الباحث التعريفات الاجرائية التي اعتمد عليها في المتغير المستقل (مهارات التواصل) وهو عدد المهارات التي يتقنها كل موظف ومدى اتقانها له اما المتغير التابع (جودة العمل) فيمكن اعتبار انتاجية كل موظف وتأثيره على العمل كمقياس لهذا المتغير .

منهجية الدراسة مسحية اعتماداً على قطاع (شركات التسويق في جدة, المملكة العربية السعودية) وهو ما تم اعتباره مجتمع البحث وقد كان حجم عينة البحث يتراوح بين 30-35 وطريقة أخذ العينات هي الاحتمالية أما التقنيات فهي العينات العشوائية البسيطة.

سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها احصائياً من خلال تحديد البيانات وتحليلها وتحويلها الى معلومات مفيدة وذلك لكشف العلاقات الاساسية بين المتغير المستقل (مهارات التواصل) والمتغير التابع (جودة العمل) في شركات التسويق في جدة .

اعتمد الباحث من اجل قياس المتغير المستقل (مهارات التواصل) على خمسة ابعاد وهي مهارة الانصات, مهارة اعادة العبارات, مهارة الصمت, مهارة عكس المشاعر, مهارة نبذة الصوت أما من اجل قياس المتغير التابع فقد اعتمد الباحث على اربعة ابعاد وهي التركيز على رضا العملاء, التركيز على جودة اداء الموظفين, الاهتمام بالعمل الجماعي, القيادة الفعالة وذلك باستخدام اداة ليكرت لقياس هذه البيانات.

تم جمع البيانات الاولى عن طريق استخدام الاستبيان كاداة رئيسية للدراسة وتم جمع البيانات الثانوية عن طريق البحث بشكل مكثف في الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث .

بعد جمع البيانات تم تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى متصل بموضوع البحث.

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها إحصائياً باستخدام البرامج الإحصائية SPSS الإصدار 22. الفصل الحالي للتحليل الإحصائي يتضمن الإحصاء الوصفي للعينة محل الدراسة باستخدام SPSS الإصدار 22 اختبار صدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في جمع البيانات المطلوبة من عينة الدراسة الحالية، من أجل اختبار فرضيات البحث ومدى ملائمة النموذج ، تم إجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط عبر SPSS22

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

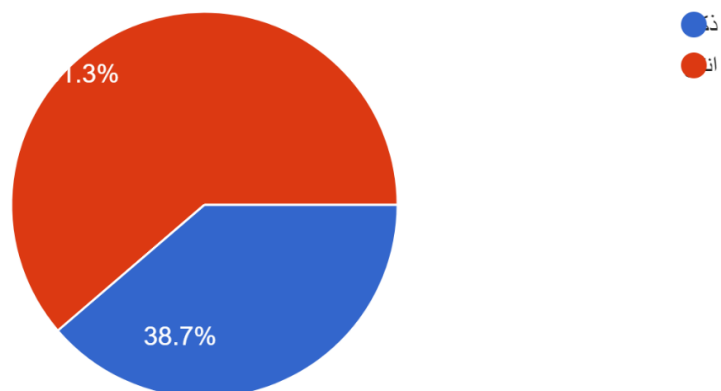
تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنس - الفئة العمرية - المستوى التعليمي - عدد سنوات الخبرة
تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل:

- الجنس يشمل (ذكر، أنثى)
- الفئة العمرية تشمل (18-25 سنة ، من 25-35 سنة، من 35-60 سنة)
- عدد سنوات الخبرة تشمل (أقل من 5 سنوات, من 5 إلى 10 سنوات, من 11 إلى 20 سنة, أكثر من 20 سنة)
- المستوى التعليمي يشمل (بكالوريوس / دبلوم / ماجستير)

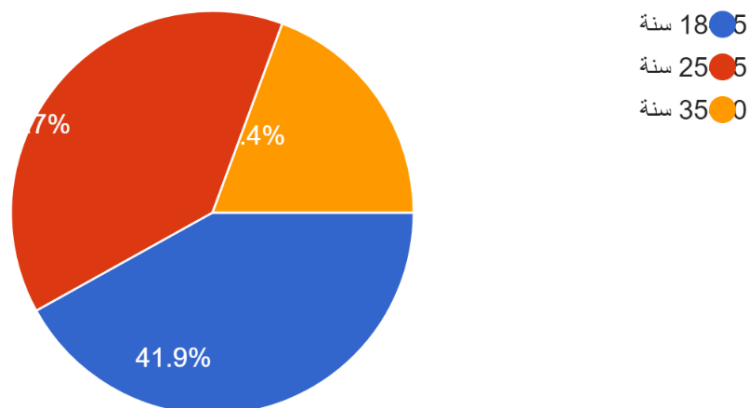
المتغير	فئات المتغير	العدد	نسبة العينة الاجمالية
الجنس	ذكر	12	%38.7
	أنثى	19	%61.3
	الإجمالي	31	%100
الفئة العمرية	18-25 سنة	13	%41.9
	من 25 إلى 35 سنة	12	%38.7
	من 35 إلى 60 سنة	6	%19.4
	الإجمالي	31	%100
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	18	%58.1
	من 5 إلى 10 سنوات	10	%32.3
	من 11 إلى 20 سنة	2	%6.5
	أكثر من 20 سنة	1	%3.2
	الإجمالي	31	%100
المستوى التعليمي	بكالوريوس	25	%80.6
	دبلوم	4	%12.9
	ماجستير	2	%6.5
	الإجمالي	31	%100

المصدر: الباحث (2024)

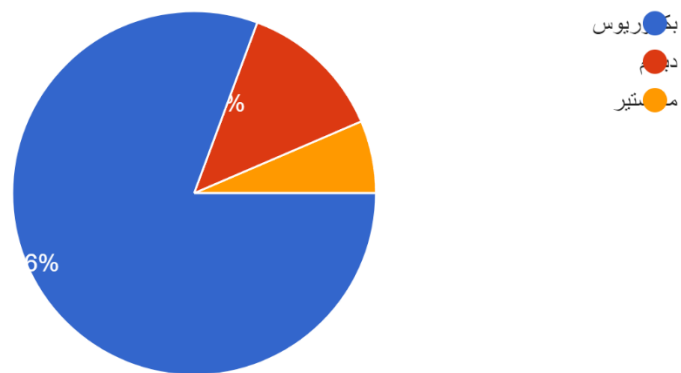
الجنس
رد 31



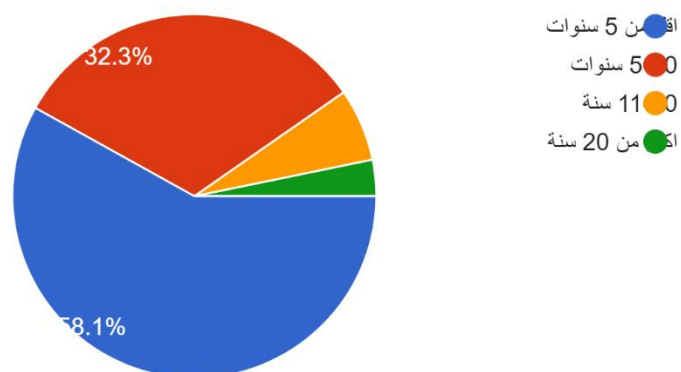
العمر
رد 31



المست
31 رة



الخبر
31 رة



4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة، تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخرج AVE Extracted Variance Average. بينما تم قياس الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة عن طريق قياس قيمة ألفا كرونباخ Cronbach's alpha، من خلال نموذج المعادلة البنائية SEM modeling equation Structural، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS بالإصدار 22 . الفقرات والجداول التالية توضح ذلك.

4.3.1 صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة

تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط (Average Variance Extracted) المستخرج التباين صدق الاتساق الداخلي: يقصد به مدي اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة للمتغير الذي تنتمي إليه، لذا قامت الباحثة بقياس الاتساق الداخلي للاستبانات من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير التي تنتمي إليه .

وفقا لدراسة (Kaiser 1974) معامل الارتباط أقل من 0.5 يتم حذفه من الاستبانة

الصدق التقاربي: Validity Convergent يتم قياس متوسط التباين بين العبارات التي تقيس نفس المقياس، وذلك عن طريق احتساب متوسط التباين المستخرج AVE، التي يجب ان تكون قيمتها أكبر من 0.5

وفقا ل (al et Hair 2006) الجداول التالية توضح النتائج الاحصائية الخاصة ب معاملات الارتباط الانحراف المعياري، قيمة T المحسوبة، وقيمة P value، بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير لقياس صدق الاتساق الداخلي للاستبانات .

كذلك احتساب قيمة متوسط التباين المستخرج AVE لقياس الصدق التقاربي للاستبانات وذلك من خلال نموذج المعادلة البنائية SPSS بالإصدار 22 ، كما يلي:

المتغير		العبارات	KMO	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	P Values	التباين المستخرج	متوسط
المتغير الأول	البعد الأول	B1	.250	.894	.882	0.00	0.17	0.61
		B2		.706	.715	0.00		
		B3		.492	.807	0.00		
		B4		.768	.992	0.00		
	البعد الثاني	N1		.637	.922	0.00	0.17	
		N2		.553	.877	0.00		
		N3		.528	1.311	0.00		
		N4		.626	1.110	0.00		
	البعد الثالث	L1		.822	.892	0.00	0.21	
		L2		.585	1.078	0.00		
		L3		.717	.983	0.00		
		L4		.852	.923	0.00		
		L5		.647	1.110	0.00		
	البعد الرابع	M1		.895	1.048	0.00	0.26	
		M2		.798	1.205	0.00		
		M3		.851	.985	0.00		
		M4		.652	1.166	0.00		
		M5		.752	.773	0.00		
		M6		.623	.814	0.00		
	البعد الخامس	A1		.747	.748	0.00	0.17	
A2		.905	.944	0.00				
A3		.749	1.128	0.00				
A4		.878	.948	0.00				
المتغير الثاني	البعد الأول	D1	.606	.896	.739	0.00	0.26	0.39
		D2		.751	.957	0.00		
		D3		.756	.761	0.00		
		D4		.807	1.128	0.00		
	البعد الثاني	T1		.640	.755	0.00	0.26	
		T2		.574	1.131	0.00		
		T3		.630	.682	0.00		
		T4		.781	1.232	0.00		
	البعد الثالث	K1		.860	.945	0.00	0.26	
		K2		.561	1.264	0.00		
		K3		.646	1.016	0.00		
		K4		.737	1.432	0.00		
	البعد الرابع	S1		.930	1.124	0.00	0.20	
		S2		.876	1.310	0.00		
		S3		.687	1.270	0.00		

المصدر: الباحث (2024)

يتضح من الجدول بالأعلى:

مقياس تطبيق المتغير الأول: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابعة لها (مهارات التواصل مع الأبعاد مهارة الانصات, مهارة إعادة العبارات, مهارة الصمت, مهارة عكس المشاعر, مهارة نبذة الصوت) , عند قيم أكبر من 0.7. بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.001. وفقا لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس .

كذلك, من النتائج بالا على المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرجة AVE, يتضح ان قيمته لمتغير (مهارات التواصل) هو $0.565 > 0.5$, وفقا لذلك, فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

مقياس تطبيق المتغير الثاني: جميع معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس (جودة العمل مع الأبعاد التركيز على رضا العملاء, التركيز على جودة اداء الموظفين, الاهتمام بالعمل الجماعي, القيادة الفعالة) قيمتها أكبر من 0.7 بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.0001 وفقا لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس بأبعاده الأربعة.

كذلك, من النتائج بالا على المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE لمتغير جودة العمل ككل الذي يساوي 0736, كذلك قيم متوسط التباين المستخرج لأبعاد المتغير هي : 0770,00758, على الترتيب.

وفقا لذلك, فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

4.3.2 ثبات أداة الدراسة

يشير ثبات الاستبيان إلى الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على افراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية محددة.

لقياس ثبات الاستبانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة, تم احتساب قيم ألفا كرونباخ بواسطة SPSS الاصدار 22 وفقا لـ (al et Hair, 2010) يجب ان تكون القيمة أكبر من 0.7 حتى يتحقق الثبات للمقياس.

الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

لا تنطبق تماما	لا تنطبق	محايد	تنطبق نوعا ما	تنطبق تماما
----------------	----------	-------	---------------	-------------

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية
من 1 الى اقل من 1.8	لا تنطبق تماما	من 20% إلى أقل من 36%	منخفض جدا
من 1.8 الى اقل من 2.6	لا تنطبق	من 36% الى اقل من 52%	منخفض
من 2.6 الى اقل من 3.4	محايد	من 52% الى اقل من 68%	متوسط
من 3.4 الى اقل من 4.2	تنطبق نوعا ما	من 68% الى اقل من 84%	مرتفع
من 4.2 الى اقل من 5	تنطبق تماما	من 85% الى اقل من 100%	مرتفع جدا

المتغير		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		الاتجاه العام		مستوى الأهمية	
المتغير الأول	البعد الأول	0.17	0.61	.882 .715 .807 .992	0.151.	تنطبق تماما	تنطبق تماما	مرتفع	مرتفع
	البعد الثاني	0.17		.922 .877 1.311 1.110		تنطبق تماما		مرتفع	
	البعد الثالث	0.21		.892 1.078 .983 .923 1.110		تنطبق تماما		مرتفع	
	البعد الرابع	0.26		1.048 1.205 .985 1.166 .773 .814		تنطبق تماما		مرتفع	
	البعد الخامس	0.17		.748 .944 1.128 .948		تنطبق تماما		مرتفع	
المتغير الثاني	البعد الأول	0.26	0.39	.739 .957 .761 1.128	0.228	تنطبق تماما	تنطبق نوعا ما	مرتفع	مرتفع
	البعد الثاني	0.26		.755 1.131 .682 1.232		تنطبق نوعا ما		مرتفع	
	البعد الثالث	0.26		.945 1.264 1.016 1.432		تنطبق نوعا ما		مرتفع	
	البعد الرابع	0.20		1.124 1.310 1.270		تنطبق تماما		مرتفع	

المصدر: الباحث (2024)

1.1. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

Inter-Item Correlation Matrix																							
	B1	B2	B3	B4	N1	N2	N3	N4	L1	L2	L3	L4	L5	M1	M2	M3	M4	M5	M6	A1	A2	A3	A4
B1	1.000	.494	.373	.684	.309	.247	.260	.361	-.033-	.292	.139	-.001-	.361	.094	.283	.317	-.166-	.191	.010	.007	-.167-	.199	-.024-
B2	.494	1.000	.402	.515	.230	.199	.357	.236	-.093-	.273	.124	-.002-	.194	.249	.233	.107	-.125-	.356	.242	.320	-.008-	.204	.166
B3	.373	.402	1.000	.647	-.059-	.159	.046	.356	-.270-	.020	-.186-	-.289-	-.127-	.299	.187	.445	-.064-	.301	.110	.486	-.011-	.296	.018
B4	.684	.515	.647	1.000	.134	.398	.217	.532	.006	.359	.020	-.053-	.381	.211	.375	.396	-.138-	.245	.213	.440	.276	.449	-.091-
N1	.309	.230	-.059-	.134	1.000	.347	.450	.232	-.111-	.142	.299	.027	.167	.039	.520	.389	.363	.142	-.033-	-.131-	-.062-	-.053-	-.196-
N2	.247	.199	.159	.398	.347	1.000	.568	.672	.098	.357	.489	.345	.296	-.122-	.429	.498	.083	.254	.247	.277	.239	.093	.094
N3	.260	.357	.046	.217	.450	.568	1.000	.330	.081	.365	.606	.398	.468	.228	.455	.501	.258	.538	.120	-.027-	.088	.201	.337
N4	.361	.236	.356	.532	.232	.672	.330	1.000	.267	.591	.427	.247	.378	.228	.434	.438	.163	.184	.440	.348	.124	.377	.096
L1	-.033-	-.093-	-.270-	.006	-.111-	.098	.081	.267	1.000	.534	.302	.411	.402	-.002-	.119	.027	.245	-.122-	-.052-	-.132-	.190	.077	.278
L2	.292	.273	.020	.359	.142	.357	.365	.591	.534	1.000	.573	.420	.702	.330	.346	.373	.320	.022	.357	.039	.085	.357	.026
L3	.139	.124	-.186-	.020	.299	.489	.606	.427	.302	.573	1.000	.536	.519	-.001-	.322	.460	.300	.208	.164	-.196-	.140	.215	.144
L4	-.001-	-.002-	-.289-	-.053-	.027	.345	.398	.247	.411	.420	.536	1.000	.540	-.187-	-.136-	.022	.223	-.017-	.318	-.058-	.105	.003	.130
L5	.361	.194	-.127-	.381	.167	.296	.468	.378	.402	.702	.519	.540	1.000	.142	.135	.285	.266	.145	.182	-.013-	.379	.457	.096
M1	.094	.249	.299	.211	.039	-.122-	.228	.228	-.002-	.330	-.001-	-.187-	.142	1.000	.169	.334	.363	.401	.466	.241	-.071-	.371	.202
M2	.283	.233	.187	.375	.520	.429	.455	.434	.119	.346	.322	-.136-	.135	.169	1.000	.573	.351	.048	-.073-	.044	-.051-	-.027-	-.129-
M3	.317	.107	.445	.396	.389	.498	.501	.438	.027	.373	.460	.022	.285	.334	.573	1.000	.565	.343	.030	.115	.110	.187	.023
M4	-.166-	-.125-	-.064-	-.138-	.363	.083	.258	.163	.245	.320	.300	.223	.266	.363	.351	.565	1.000	-.089-	.023	-.221-	-.031-	-.117-	-.070-
M5	.191	.356	.301	.245	.142	.254	.538	.184	-.122-	.022	.208	-.017-	.145	.401	.048	.343	-.089-	1.000	.343	.370	.376	.546	.557
M6	.010	.242	.110	.213	-.033-	.247	.120	.440	-.052-	.357	.164	.318	.182	.466	-.073-	.030	.023	.343	1.000	.512	.209	.520	.132
A1	.007	.320	.486	.440	-.131-	.277	-.027-	.348	-.132-	.039	-.196-	-.058-	-.013-	.241	.044	.115	-.221-	.370	.512	1.000	.521	.459	.250
A2	-.167-	-.008-	-.011-	.276	-.062-	.239	.088	.124	.190	.085	.140	.105	.379	-.071-	-.051-	.110	-.031-	.376	.209	.521	1.000	.610	.302
A3	.199	.204	.296	.449	-.053-	.093	.201	.377	.077	.357	.215	.003	.457	.371	-.027-	.187	-.117-	.546	.520	.459	.610	1.000	.338
A4	-.024-	.166	.018	-.091-	-.196-	.094	.337	.096	.278	.026	.144	.130	.096	.202	-.129-	.023	-.070-	.557	.132	.250	.302	.338	1.000

المصدر: الباحث (2024)

Inter-Item Correlation Matrix

	D1	D2	D3	D4	T1	T2	T3	T4	K1	K2	K3	K4	S1	S2	S3
D1	1.000	.134	.327	.582	-.071-	.463	.243	.594	.005	.012	-.190-	.039	-.023-	-.063-	.377
D2	.134	1.000	.387	.134	.304	.405	.305	.263	.321	.194	.407	.421	.271	.280	.169
D3	.327	.387	1.000	.313	.043	.290	.122	.461	-.087-	-.101-	.285	.397	.243	.253	.051
D4	.582	.134	.313	1.000	-.187-	.299	-.056-	.597	.106	-.133-	-.063-	.060	-.245-	-.098-	.243
T1	-.071-	.304	.043	-.187-	1.000	.476	.594	.121	.348	.483	.506	.505	.640	.486	.493
T2	.463	.405	.290	.299	.476	1.000	.533	.664	.184	.272	.414	.571	.540	.379	.612
T3	.243	.305	.122	-.056-	.594	.533	1.000	.462	.488	.583	.517	.466	.543	.337	.552
T4	.594	.263	.461	.597	.121	.664	.462	1.000	.195	.307	.362	.501	.413	.448	.570
K1	.005	.321	-.087-	.106	.348	.184	.488	.195	1.000	.351	.475	.118	.294	.223	.358
K2	.012	.194	-.101-	-.133-	.483	.272	.583	.307	.351	1.000	.448	.706	.435	.402	.429
K3	-.190-	.407	.285	-.063-	.506	.414	.517	.362	.475	.448	1.000	.609	.670	.679	.421
K4	.039	.421	.397	.060	.505	.571	.466	.501	.118	.706	.609	1.000	.625	.581	.472
S1	-.023-	.271	.243	-.245-	.640	.540	.543	.413	.294	.435	.670	.625	1.000	.889	.691
S2	-.063-	.280	.253	-.098-	.486	.379	.337	.448	.223	.402	.679	.581	.889	1.000	.638
S3	.377	.169	.051	.243	.493	.612	.552	.570	.358	.429	.421	.472	.691	.638	1.000

المصدر: الباحث (2024)

المتغير		البعد الأول للمتغير الأول	البعد الثاني للمتغير الأول	البعد الأول للمتغير الثاني	البعد الثاني للمتغير الثاني
البعد الأول للمتغير الأول	Pearson correlation	1	.494	1	.531
	Sig. (2-talid)		.019		.002
	N	31	31	31	31
البعد الثاني للمتغير الأول	Pearson correlation	.418	1	.531	1
	Sig. (2-talid)	.019		.002	
	N	31	31	31	31
البعد الأول للمتغير الثاني	Pearson correlation	1	.531	1	.418
	Sig. (2-talid)		.002		.019
	N	31	31	31	31
البعد الثاني للمتغير الثاني	Pearson correlation	.531	1	.418	1
	Sig. (2-talid)	.002		.019	
	N	31	31	31	31

المصدر: الباحث (2024)

الفرضية الرئيسية H1

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

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.278 ^a	.078	.046	.64858

a. Predictors: (Constant), MEAN1

المصدر: الباحث (2024)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.025	1	1.025	2.438	.129 ^b
	Residual	12.199	29	.421		
	Total	13.224	30			

a. Dependent Variable: MEAN2

b. Predictors: (Constant), MEAN1

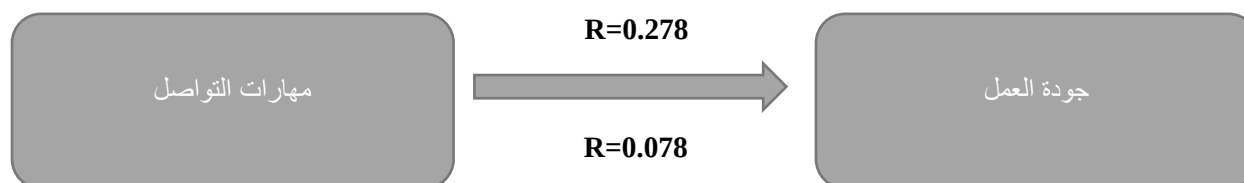
المصدر: الباحث (2024)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.475	.978		2.530	.017
	MEAN1	.374	.239	.278	1.561	.129

a. Dependent Variable: MEAN2

المصدر: الباحث (2024)



1.1. الخاتمة

- من خلال نتائج الاحصائيات السابقة يتضح أن:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين مهارات التواصل وجودة العمل

2. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

2.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

2.2. توصيات الدراسة:

2.3. الخاتمة:

قائمة 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 ، 20-17
- مشري الطاهر, & عبيد السعيد. إدارة الوقت ودورها في تحقيق جودة العمل بالمنشأة الرياضي.
- الشهري، ر. (2020). أثر تطوير مهارات التواصل على تحسين أداء الموظفين: دراسة ميدانية في الشركات الصناعية. مجلة العلوم الإدارية, 45(6), 235-244.
- السعيد، ع. (2021). دور التواصل الداخلي في تحسين جودة العمل: دراسة تحليلية لعينة من الشركات الخاصة. مجلة الاقتصاد والإدارة, 25(1), 55-66.
- عبدالله الطيب (2016) مهارات الاتصال الفعال امواج للنشر والتوزيع عمان الاردن
- بطرس، حافظ (2018): التكيف النفسي والصحة النفسية للطفل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- خليل (2020) اساليب مواجهة الضغوط لدى طلاب المرحلة الثانوية وعلاقتها بجودة الحياة والتفاؤل. مجلة البحث العلمي في التربية.
- خليفة (2020)، الآثار النفسية وتأثيرها على طلبة الجامعة في ليبيا، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية.
- Behroz-Sarcheshmeh, S., Karimi, M., Mahmoudi, F., Shaghaghi, P., & Jalil-Abkenar, S. S. (2017). Effect of training of life skills on social skills of high school students with intellectual disabilities. Practice in Clinical Psychology, 5(3), 177-186
- Shek, D. T., Lin, L., Ma, C. M., Yu, L., Leung, J. T., Wu, F. K., & Dou, D. (2020). Perceptions of adolescents, teachers and parents of life skills education and life skills in high school students in Hong Kong. Applied Research in Quality of Life, 1-14.
- -introduction-to-communication-skills-revised-jan-2017.pdf
- J- C TARONDEAU : MARKETING , STRATÉGIE INDUSTRIELLE , ED VUIBERT,PARIS, 1998, P236
- -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.
- Proctor, B., & Kaufhold, K. (2020). *Effective Communication: A Guide for the People Professions*. Wiley.
- Stovall, J. (2018). *The Art of Communication: Your Competitive Edge*. HarperCollins.
- Harvard Business Review. (2019). The Importance of Effective Communication in the Workplace. <https://hbr.org/>
- Rosenberg, M. B. (2003). *Nonviolent Communication: A Language of Life*. Puddledancer Press.
- Forbes. (2021). The Seven Cs of Communication. <https://www.forbes.com/>
- Smith & Jones. (2020). Active Listening Skills in the Workplace. *Journal of Communication Skills*, 15(3), 45-58.
- Smith & Johnson. (2018). Importance of Verbal Expression in Workplace Communication. *International Journal of Business Communication*, 25(2), 112-125.
- Jones & Williams. (2017). Nonverbal Communication in Team Collaboration. *Journal of Teamwork Dynamics*, 10(1), 78-91.
- Brown & Garcia. (2019). Effective Writing Techniques for Workplace Communication. *Journal of Professional Writing*, 30(4), 88-102.
- Wilson & Martin. (2016). Emotional Intelligence and Workplace Relationships. *Journal of Organizational Psychology*, 25(3), 335-350

الملاحق

استبيان البحث

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد:

يقوم الباحث بإجراء بحث كمتطلب أساسي للحصول على درجة البكالوريوس في إدارة المشاريع بعنوان مهارات التواصل في بيئة العمل واثرها على تحسين جودة العمل بالتطبيق على شركات التسويق الرقمي ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإعداد استبيان لقياس مهارات الاتصال.

ونظرا لأهمية رأيكم فأننا نأمل منكم التكرم بالاجابة على جميع العبارات في الاستبيان بدقة حيث ان مشاركتكم مهمة ورأيكم عامل أساسي لنجاح هذا البحث

ونحيطكم علما ان جميع الاجابات على هذا الاستبيان لن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي

ولكم كل الاحترام والتقدير

المعلومات الشخصية

الجنس:

ذكر ☐ انثى ☐

العمر:

60-35 ☐ 35-25 ☐ 25-18 ☐

المستوى التعليمي:

دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐

الخبرة:

اقل من 5 سنوات ☐ 5-10 سنوات ☐ 11-20 سنة ☐ اكثر من 20 سنة ☐

المحور الأول: مهارات التواصل

م	العبارة	تتطبق تماما	تتطبق نوعاما	محايد	لا تتطبق	لا تتطبق تماما	ملاحظات
مهارة الانصات : الانصات الجيد ينقل للعميل رسالة مفداها أن ما يقوله موضع اهتمام من الموظف ،ومن خلال الانصات يستطيع الموظف أن يعرف معلومات عن العميل منها مفهوم العميل عن نفسه ومفهومه عن الآخرين.							
1	أحافظ على الاتصال البصري مع العميل عند المناقشة أو الحوار						
2	أصغي لكل ما يقوله العميل دون مقاطعة						
3	اتجنب الرد على الجوال اثناء الحديث مع العميل						
4	أعطي العميل فرصة كاملة للحديث						
مهارة إعادة العبارات : تتميز بتكرار المضمون الأساسي لتواصل العميل اللفظي مع الموظف متضمن المعنى الكلي لعباراته وإن لم يكن متضمنة نفس الكلمات التي احتوتها تلك العبارات، ومن ثم تعتبر بمثابة صدى لكل ما يقوله العميل، مما يشجعه على الاستمرار في الكلام والاسترسال فيه.							
1	أعيد عبارات العميل دون تغيير						
2	أعيد الأجزاء المهمة من حديث العميل						
3	أعيد عبارات العميل مع تغيير ضمير المتكلم						
4	أعيد عبارات العميل على شكل تلخيص مركز						
مهارة الصمت : يدل الصمت من جانب العميل على عدم التعاون أو عدم الثقة في الموظف نفسه أو إرهاق أو جهل بتساؤلات الموظف							
1	أستطيع تمييز صمت عدم التعاون عند العميل						
2	أستطيع تمييز صمت التحدي عند العميل						
3	أستطيع تمييز صمت عدم الثقة عند العميل						
4	أستطيع تمييز صمت الحيرة عند العميل						
5	أستطيع تمييز صمت الجهل عند العميل						
مهارة عكس المشاعر : تعتبر بمثابة مرآة صادقة يعكس بها الموظف أحاسيس العميل وتعبيراته وانفعالاته، ما ظهر منها وما بطن، سواء عبر عنها بصراحة أو أخفاها، حتى يرى العميل نفسه وكأنه في مرآة عاكسة لما يتضمن تواصله اللفظي وغير اللفظي مع الموظف							
1	استخدم كلمات وإيماءات مناسبة لعكس مشاعر الحزن						
2	استخدم كلمات وإيماءات مناسبة لعكس مشاعر الضعف						
3	استخدم كلمات وإيماءات مناسبة لعكس مشاعر الغضب						

4	استخدم كلمات وإيماءات مناسبة لعكس مشاعر الخوف					
5	استخدم كلمات وإيماءات مناسبة لعكس مشاعر السعادة.					
6	استخدم كلمات وإيماءات مناسبة لعكس مشاعر القوة					
مهارة نبرة الصوت : نبرة الصوت الدافئة السارة التي تعكس روح الدعابة تدل بوضوح على الاهتمام والرغبة في الاستماع إلى العميل، وأن طبقة الصوت وحجمه ومعدل الحديث قادرة على أن تنقل الكثير من المشاعر التي يكنها الموظف للعميل						
1	انوع في نبرات صوتي (ارتفاعاً و انخفاضاً) في حديثي مع العميل					
2	انوع في سرعات الصوت في حديثي مع العميل					
3	امثل انفعالاتي بصوتي (مع السرور أو الحزن أو الحماسة أو الغضب)					
4	اتوقف عن الكلام مع العميل قبل وبعد الكلمات والجمل المهمة.					

المحور الثاني: جودة العمل

م	العبارة	تتطبق تماما	تتطبق نوعاما	محايد	لا تتطبق	لا تتطبق تماما	ملاحظات
التركيز على رضا العملاء: استراتيجية عمل تعتمد على وضع العميل أولا وفي مركز العمل لتقديم تجربة إيجابية للعملاء وبناء علاقات طويلة الأمد.							
1	العملاء راضون عن مستوى الخدمة المقدمة.						
2	يحرص العميل على الاطلاع على العروض الجديدة المقدمة						
3	العمل في مستوى مناسب للعميل						
4	الخدمة المقدمة مرضية						
التركيز على جودة أداء الموظفين: محور أساسي في تقييم أداء الموظفين وجودة عملهم داخل المؤسسة؛ فهو يُعبّر عن الطريقة التي يؤدي بها الموظف المهام							
1	الموظفين بالشركة مناسبين للعمل						
2	المرتبات والحوافز مرضية للموظف						
3	كفاءة الموظفين موافقة للأهداف المرسومة						
4	يوجد ربط بين حوافز ومكافآت الموظفين بجودة أدائهم						
الاهتمام بالعمل الجماعي: العمل الذي يتم من خلال قيام عدد من الأشخاص بالتعاون معا بطريقة إنتاجية في كل مرحلة من مراحل العمل العامة سواء جديدة أو قديمة لتحقيق الهدف المطلوب وهو انجاز العمل ونجاحه							
1	يعمل الموظفون بروح الفريق						
2	يشارك جميع الموظفين في اتخاذ القرار						
3	يشارك جميع الموظفين في تحسين مستوى الأداء						
4	يشارك جميع الموظفين في وضع أهداف الشركة						
القيادة الفعالية: القدرة على التأثير بنجاح ودعم الفريق أو مجموعة من الأشخاص							
1	يتمتع الاداريون بمهارة الاتصال الجيد						
2	الاداريون بالشركة لهم أفكار قيادية جيدة لتطوير العمل الإداري						
3	الاداريون بالشركة يتمتعون بقدرات إدارية كافية						

جدول (1) : المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل (مهارات التواصل)

المتغير المستقل	الأبعاد	عدد العبارات	المصدر
مهارات التواصل	مهارة الانصات	4	(الحري بدر, 2013)
	مهارة اعادة العبارات	4	
	مهارة الصمت	5	
	مهارة عكس المشاعر	6	
	مهارة نبرة الصوت	4	

جدول (2): المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (جودة العمل)

المتغير المستقل	الأبعاد	عدد العبارات	المصدر
جودة العمل	التركيز على رضا العملاء	4	(الجزولي ابتهاج, 2023)
	التركيز على جودة اداء الموظفين	4	
	الاهتمام بالعمل الجماعي	4	
	القيادة الفعالة	3	

رابط الاستبيان:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScEmPzYOsa_a2Wz3FZjz1Zamit_bA-WYCaTdryTVkNe-gpRQ/viewform?usp=sf_link