

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية
دراسة حالة مؤسسة التسيير السياحي بولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: الاتصال والعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:
د. سليمان ليلى

إعداد الطالبة:
بن أودينة ربحة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
نسيبة فريجات	جامعة غرداية	رئيسة
أبو بكر صيتي	جامعة غرداية	مناقشة
ليلى سليمان	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا

الموسم الجامعي:
1443-1444هـ/2022-2023م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية
دراسة حالة مؤسسة التسيير السياحي بولاية غرداية

تخصص: الاتصال والعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:
د. سليمان ليلى

إعداد الطالبة:
بن أودينة ربحة

الموسم الجامعي:
2023-2022/1444-1443هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير

فلقد كان له الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي

والذي الحبيب أطال الله في عمره.

إلى من وضعتني على طريق الحياة

وجعلتني ربط الجأش، وراعتني حتى صرت كبيراً

أمي الغالية (طيب الله ثراها).

أهدي لكم بحث تخرجي...

داعياً المولى عز وجل أن يطيل في أعماركم ويرزقكم بالخيرات

ربحة



الشكر

بسم الله الرحمن الرحمان الرحيم
الحمد لله رب العالمين

الذي منحنا القوة وساعدنا على إنهاء هذا البحث والخروج به بهذه الصورة
الممتازة فبالأمس القريب بدأنا مسيرتنا التعليمية ونحن ننظر إلى يوم التخرج كأنه
يوم بعيد فرأينا أن الاتصال وعلاقات عامة هدفًا ساميًا ومغامرة عظيمة وغاية
تستحق السير وتحمل العناء لأجلها
وإن هذا البحث الذي أقدمه لكم يحمل في طياته معلومات هامة بذلت مجهودًا عظيمًا
لدراستها وجمعها لتظهر لكم بهذا الشكل،
وإيمانًا بمبدأ أنه لا يشكر الله من لا يشكر الناس
فإني أتوجه بالشكر الجزيل الأستاذة ليلي سليمان
وإلى كل الأهل والأحبة
إلى أختي الصغرى كريمة
إلى كل من ساعدني في هذا البحث من قريب أو بعيد

ملخص الدراسة:

يقف البحث على دراسة دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية
دراسة حالة مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

استخدمنا في دراستنا أداة للبحث وهو الاستبيان حيث قمنا بتوزيع استمارات
الاستبيان على المبحوثين أخذنا عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث وقد تبين من خلال
نتائج الدراسة:

أثبتت الدراسة أن كل أنواع الاتصال الداخلي تتوفر في المؤسسة محل الدراسة حيث
أن الاتصال الداخلي الرسمي وغير الرسمي يجري في كل الاتجاهات بمؤسسة التسيير
السياحي بغرداية، أظهرت الدراسة أن كل المبحوثين يستخدمون كل وسائل الاتصال المتاحة
في مؤسسة محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الداخلي، الخدمة الفندقية، الدور.

Abstract:

The research focuses on the study of the role of internal communication in improving the quality of hotel service, a case study of the Tourist Management Corporation in Ghardaia.

In our study, they used a tool for research, which is the questionnaire, where we distributed the investments of the questionnaire to the respondents, choosing a simple random sample from the research community. It was shown through the results of the study:

The study confirmed that all types of internal communication are available in the institution under study, as formal and informal internal communication takes place in all directions in the Ghardaia Tourist Management Corporation. The study showed that all respondents use all means of communication available in the institution under study, THROUGH WHICH IT HELPS IMPROVE THE QUALITY OF HOTEL SERVICE.

Key words: internal communication, hotel service, role.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية
I	قائمة المحتويات
II	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
A	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
09	1- إشكالية الدراسة
09	2- التساؤلات الفرعية
09	3- أسباب اختيار الموضوع
10	4- الدراسات السابقة
13	5- أهمية الدراسة
14	6- أهداف الدراسة
14	7- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
17	8- الإطار النظري للدراسة (البراديجم)
19	9- الإجراءات المنهجية للدراسة
19	أولاً: منهج الدراسة
20	ثانياً: أدوات جمع البيانات
21	ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة
22	رابعاً: مجالات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة	
25	تمهيد
26	1- لمحة تعريفية عن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية
28	2- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية
28	أولاً: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة
33	ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول
39	ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني
42	رابعاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث
68	3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
69	4- النتائج العامة للدراسة
74	الخاتمة
76	قائمة المراجع

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح قائمة المحكمين	28
02	يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الجنس	28
03	يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير السن	29
04	يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي	30
05	يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي	31
06	يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية	32
07	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند: هل يوجد مخطط في مؤسستك؟	33
08	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل عملية الاتصال الداخلي تجري في جميع الاتجاهات؟	34
09	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند ماهي نوعية الرسائل المستعملة في المؤسسة؟	35
10	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند ماهي الوسائل المستعملة؟	35
11	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل تنتقل اليك المعلومات بكل وضوح ودقة؟	36
12	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل ترى أن الوسائل المستعملة في المؤسسة ملائمة لطبيعة عملك؟	37
13	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل الرسائل الاتصالية تصل اليك بكل وضوح ودقة؟	37
14	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند ماهي الوسيلة المناسبة التي تراها مناسبة لطبيعة عملك؟	38
15	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل المكاتب الادارية للمؤسسة مزودة بوسائل اتصالية حديثة؟	39
16	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل تتوفر المؤسسة على جهاز كمبيوتر خلال أداء مهامك؟	39
17	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل توجد شبكات اتصالية حديثة وسريعة في المؤسسة؟	40
18	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل تملك بريد الكتروني خاص بالمؤسسة؟	41
19	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل تتقن اللغات الاجنبية؟	41
20	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند الذين يتقنون اللغات الأجنبية؟	42
21	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟	42
22	يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند حسب رأيك هل ممكن أن	43

	تكون رقابة إدارية دون اللجوء إلى اتصال داخلي منظم وفعال؟	
43	يوضح توزيع اجابات المبحوثين على البند الاتصال الداخلي يساعد الموظف على	23
44	يوضح توزيع اجابات المبحوثين على البند طبيعة المؤسسة يجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال؟	24
45	يوضح العلاقة بين متغير الجنس والبند هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال صنع عملية صنع القرار؟	25
46	يوضح العلاقة بين متغير الجنس والبند حسب رأيك هل ممكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال؟	26
47	يوضح العلاقة بين متغير الجنس والبند طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال؟	27
48	يوضح العلاقة بين متغير السن والبند هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟	28
49	يوضح العلاقة بين متغير السن والبند حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال؟	29
50	يوضح العلاقة بين متغير السن والبند الاتصال الداخلي يساعد الموظف	30
52	يوضح العلاقة بين متغير السن والبند طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال	31
53	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والبند هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار	32
54	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والبند الاتصال الداخلي يساعد الموظف على	33
56	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والبند طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال	34
57	يوضح العلاقة بين متغير المهنة والبند هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار	35
58	يوضح العلاقة بين متغير المستوى المهني والبند حسب رأيك هل ممكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي وفعال	36
59	يوضح العلاقة بين متغير المستوى المهني والبند الاتصال الداخلي يساعد الموظف	37
60	يوضح العلاقة بين متغير المستوى المهني والبند طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال	38
61	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار	39
62	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند حسب رأيك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال	40
63	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند الاتصال الداخلي يساعد الموظف	41
64	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى	42

	اتصال داخلي وفعال	
65	يوضح نتائج تحليل اختبار t-test للعينات المستقلة	43
66	يوضح فحص أثر المتغيرات الشخصية والوظيفية	44

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي لمؤسسة التسيير السياحي بغرداية	27
02	توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الجنس	29
03	توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير السن	30
04	توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي	31
05	توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي	32
06	توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية	33

مقدمة

يعد الاتصال جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية حيث يتم تبادل الأفكار والمعلومات والمشاعر بين الناس بشكل دائم فهو جزء أساسي من الحياة ولا يمكن للفرد الاستغناء عنه حيث يساعدنا في التفاهم مع الآخرين والتفاعل معهم كما يعتبر أحد العوامل الرئيسية على نجاح العلاقات الشخصية والعلاقات في بيئة العمل.

ومع تطور الزمن أصبح الإنسان يبحث عن نشاطات أخرى التي تساعد في تحسين حياته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ومن بين هذه الأنشطة هي السياحة والتي يقوم بها الفرد بالسفر والإقامة في مكان آخر لغرض الترفيه والاستجمام والتعلم والتجربة ولتوفير هذا الشيء أصبحت أغلب الدول تنشأ مؤسسات فندقية جذابة لجلب العملاء والسياح لكن هذا الشيء لا يتحقق إلا بجودة الخدمة والكفاءة والأداء المميز.

من أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر على جودة الخدمة الفندقية هو الاتصال الداخلي في المؤسسة التي يتم تسيير الفنادق فيها من قبل، فعندما يكون هناك تفاهم وتعاون بين جميع الموظفين في المؤسسة، يمكن للمؤسسة تقديم خدمة عالية.

وضمن هذا الإطار قسمنا دراستنا إلى الفصل الأول وهو الإطار المنهجي حيث تضمن اشكالية الدراسة وتساؤلاتها بالإضافة إلى تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة كما قمنا بتحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية وجملة من الدراسات السابقة لموضوع دراستنا وتناولنا بعد ذلك منهج الدراسة وأدواته المتمثلة وأضافنا في هذا الفصل أسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها والمقاربة النظرية والمتمثلة في نظرية النظم وكذلك حددنا مجتمع الدراسة وعينته.

أما في الفصل التطبيقي فقد تضمن عرض وتحليل البيانات الخاصة وكذلك مناقشة النتائج في ضوء الإجابة على تساؤلات الدراسة المحددة مسبقاً.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد مشكلة الدراسة
 - 2- التساؤلات الفرعية
 - 3- أسباب اختيار الموضوع
 - 4- الدراسات السابقة
 - 5- أهمية الدراسة
 - 6- أهداف الدراسة
 - 7- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
 - 8- الإطار النظري للدراسة (البراديجم)
 - 9- الإجراءات المنهجية للدراسة
- أولاً: منهج الدراسة
- ثانياً: أدوات جمع البيانات
- ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة
- رابعاً: مجالات الدراسة

1- تحديد مشكلة الدراسة:

يعد الاتصال الداخلي من اهم العوامل التي تحدد نجاح المؤسسات الخدمائية، التي تختص في مجال الفنادق حيث يوفر بيئة عمل ايجابية وصحيحة فمن خلاله يستطيع الموظفون التواصل والتعاون بشكل فعال مما ينتج تعزيز روح تعاونية وزيادة الإنتاجية. كما يعمل الاتصال الداخلي على توفير معلومات هامة حول مختلف جوانب المؤسسة والتي يمكن استخدامها في تحديد استراتيجيات تساعد ها على تحسين جودة الخدمة الفندقية وبالتالي جاءت اشكالية دراستنا على النحو التالي:

ما هو دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟

وينتج من خلال ما تم تقديمه عن اشكالية الدراسة تساؤلات فرعية

2- التساؤلات الفرعية:

- كيف يتم الاتصال الداخلي لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟
- كيف يمكن ان تؤثر وسائل الاتصال الداخلي الحديثة على تحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟
- ما مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الميول الشخصي نحو موضوع الاتصال في المؤسسة السياحية.
- الرغبة في التعمق في مجال السياحة في ولاية غرداية.

أسباب موضوعية:

- زيادة الاهتمام بالاتصال حيث يعتبر الاتصال أحد العوامل الرئيسية لنجاح المؤسسة.
- تطابق موضوع البحث مع مجال تخصصنا الذي هو اتصال وعلاقات عامة.
- محاولة توضيح كيف يساهم الاتصال الداخلي في المؤسسات الخدمائية الفندقية الجزائرية.

4- الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات التي تطرقت لموضوع الاتصال الداخلي ودوره في تسيير العمل بشكل فعال وتناولته من زوايا مختلفة وقد تنوعت الدراسات بين العربية والأجنبية وسوف نستعرض هذه الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة الى أبرز ملامحها مع تقديم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية.

الدراسة الأولى:

دراسة للطالبة باية بوزة بعنوان الاتصال الداخلي ودوره في تحسين انتاجية اليد العاملة دراسة وصفية لمؤسسة الوطنية للصناعة الكهرو منزلية اينيام جامعة الجزائر كلية العلوم والإعلام والاتصال قسم الاتصال سنة 2012.¹

والتي تهدف الى محاولة التعرف على دور الاتصال الداخلي في رفع انتاجية اليد العاملة وتشخيص وضعيته في المؤسسات الجزائرية وتمثلت عينتها في 190 موظف واستخدمت اداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي في الجانب النظري أما الجانب التطبيقي فقد استخدمت أسلوب دراسة حالة وكان من أبرز نتائجها:

إن الاتصال الداخلي الذي تمارسه مؤسسة اينيام لا يهدف إلى تحسين انتاجية الموارد البشرية بسبب النقائص العديدة التي يعاني منها خاصة على صعيد التنظيم بافتقاره لخلية الاتصال. -ضعف وسائل الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الامر الذي يؤدي الى عدم اتخاذ القرارات بدقة. -بيئة المؤسسة التي يعمل الموظفون عموما وخصوصا الاطارات على وجه الخصوص تتميز بندرة كبيرة في الاتصال الامر الذي قد ينجم عنه سلوك غير مرغوب فيه او ردة فعل سلبية وكلها مؤشرات على ضعف الانتاجية.

الدراسة الثانية:

دراسة ماجستير لطالبة نعيمة بوكثوم قسم علوم التسيير تخصص تسيير عمومي بعنوان الاتصال الداخلي ودوره في عملية التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة البناء المعدني البلدية السنة الجامعية 2008.²

والتي تهدف الى ابراز التعرف على اهمية الاتصال الداخلي في تسهيل التغيير التنظيمي في المنظمة وتجاوز مقاومة التغيير وتمثلت عينتها لموظفين الشركة 111 موظف واستخدمت اداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

يغلب على الاتصال الداخلي في شركة البناء المعدني, التعليمات, التوجيهات والقرارات الرسمية اي ان الاتصال النازل هو الاكثر انتشارا ويصدر عن المسؤولين الى مجموع المستخدمين في السلم الوظيفي للمؤسسة.

الجانب السلوكي غائب في المؤسسة لان المعلومات التي تصل الى الموظفين ماهي الا قرارات لم يشاركوا في وضعها.

الدراسة الثالثة:

دراسة ماستر للطالبتين ياسمينه بودويرة, مريم بوزردوم قسم علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بعنوان الاتصال الداخلي ودوره في تحسين الاداء الوظيفي لدى العمال

¹ باية بوزة الاتصال , الداخلي ودوره في تحسين انتاجية اليد العاملة دراسة وصفية للمؤسسة الوطنية للصناعة الكهرو منزلية اينيام جامعة الجزائر كلية العلوم الاعلام والاتصال, رسالة دكتوراه في الاتصال /2011/2012.
¹ نعيمة بوكثوم, الاتصال الداخلي ودوره في عملية التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة البناء المعدني البلدية, رسالة ماجستير في الاقتصاد, تخصص تسيير عمومي, قسم علوم التسيير البلدية, 2009/2008

دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي الميلية جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل
2016/2017.¹

والتي تهدف الى معرفة دور الاتصال الداخلي لتحسين ادا العمال في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية وتمثلت عينتها في 100 موظف بالمؤسسة واستخدمت اداة الاستبيان وفق المنهج الوصفي وكان من أبرز نتائجها:

تعد العملية الاتصالية في مؤسسة الخزف الصحي متوسطة من حيث الفعالية وذلك لعدم اهتمام المؤسسة بتطوير العملية الاتصالية.

يقوم الاتصال الداخلي في مؤسسة الخزف الصحي بمختلف اتجاهاته صاعد, نازل, افقي .
تعتمد المؤسسة على الاعلانات كوسيلة هامة لإيصال التعليمات بسرعة الى الموظف.

الدراسة الرابعة:

دراسة ماستر لطالبة شيغوب، فطيمة الزهراء بعنوان دور الاتصال التسويقي في تحسين جودة الخدمة الفندقية دراسة ميدانية على فندق النخيل والزيان والتي تمثلت عينتها على النزلاء بالفندق بجامعة بسكرة سنة 2016.²

والتي تهدف الى محاولة التعرف على كيفية مساهمة الاتصال التسويقي في تحسين جودة الخدمة الفندقية استخدمت هذه الدراسة اداة الاستبيان وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

تساهم جودة الخدمات في تحسين سمعة المؤسسة.

ان تحسين جودة الخدمة أصبح امر ضروري لبقاء المؤسسة واستمراره.
تنشيط المبيعات لها دور في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

الدراسة الأجنبية:

دراسة للباحث ايفانا تشويتش تانكوفيتش بعنوان تأثير الاتصال الداخلي على رضا الموظفين في صناعة الضيافة بجامعة سيفيث كلية الاقتصاد سنة 2021 دراسة ميدانية والتي تمثلت عينتها على الموظفين بمؤسسة سياحية.³

والتي تهدف الى تحليل تأثير الاتصال الداخلي في صناعة الضيافة من وجهة نظر الرؤساء والزملاء استخدمت هذه الدراسة اداة استبيان وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

يساهم الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسة السياحية.

يعد التواصل شرطاً ضرورياً لنجاح التخطيط والتنظيم والقيادة.

الاتصال الداخلي يعد من اهم العوامل الرئيسية الذي يشكل الرضا الوظيفي للموظف ومن خلاله يمكن تحسين جودة الخدمة.

²ياسمينه بودويرة، مريم بوزرديوم، الاتصال الداخلي ودوره في تحسين الاداء الوظيفي لدى العمال دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي -الميلة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جيجل 2016/2017،

¹ فاطمة الزهراء شيغوب , دور الاتصال التسويقي في تحسين جودة الخدمة الفندقية دراسة ميدانية على فندق النخيل والزيان ,مذكرة ماستر في الاتصال بسكرة, 2016/2017.

² ايفانا تشويتش تانكوفيتش ,تأثير الاتصال الداخلي على رضا الموظفين في صناعة الضيافة ,دراسة ميدانية بمؤسسة سياحية ,رسالة دكتوراه, سيفيث ,2021.

تستعمل المؤسسة السياحية جميع وسائل الاتصال الداخلي وذلك مما يشكل سهولة في تواصل مع الموظفين.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

الدراسة الحالية مع دراسة باية بوزة 2012 ونعيمة بوكثوم 2008 تناولت أن الاتصال الداخلي يساهم بشكل فعال في رفع انتاجية اليد العاملة حيث يعتبر الاتصال الداخلي ضمن العوامل الاساسية الحديثة لمواجهة التطورات والذي يعتبر العامل الرئيسي في نجاح المؤسسات لقد اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي للإجابة على اشكالية الدراسة وبالتالي فهي متفقة مع جميع الدراسات السابقة في الاعتماد على المنهج الوصفي، اذ يعتبر هو الانسب للإجابة على اشكالية الدراسة.

كما اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبيان لمعرفة الدور الذي يلعبه الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة مستندة في ذلك على اراء عينة من موظفين مؤسسة التسيير السياحي بغرداية وهذا ما اتفقت عليه جميع الدراسات السابقة الاعتماد على الاستبيان لتحليل النتائج وذلك في مؤسسات دولية ووطنية مختلفة.

اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة شيغوب فاطمة الزهراء ان الدراسة الحالية خصصت دراسة الاتصال الداخلي في المؤسسة للجمهور الداخلي بينما الدراسة السابقة خصصت الاتصال التسويقي ومما يساهمه في تحسين جودة الخدمة الفندقية اي الجمهور الخارجي الذي يركز على مميزات المنتج بينما الاتصال الداخلي يركز على هوية المؤسسة بشكل عام أي يستهدف جمهور المؤسسة بينما الاتصال التسويقي يستهدف العملاء لترويج المنتجات.

5- أهمية الدراسة

تظهر أهمية هذا الدراسة من خلال حداثة الموضوع حيث تم الجمع بين متغيرين ذات أهمية بالغة في الوقت الحالي وبالنظر الى الدور الذي تلعبه الفندقية في السياحة من المهم التعرف على الجانب الاتصالي داخل المؤسسات التي تختص في مجال تسيير الفندقية بعد ان عرفت هذه الاخيرة دراسات حديثة.

6- أهداف الدراسة

نطمح من خلال دراستنا الى تحقيق بعض الاهداف نذكر منها فيما يلي:

- محاولة دراسة الاتصال الداخلي وإبراز اهم خصوصياته في المؤسسات الجزائرية.
- محاولة تحليل وتقييم وسائل الاتصال الداخلي المستعملة في المؤسسات الخدمائية.

7- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

تعريف الدور:

التعريف اللغوي:

عود الشيء الى ما كان عليه او حيث كان جاء دورك في كذا، اي نوبتك/خذ دورك في الكلام، اي ترتيبك بالنسبة للآخرين¹.

التعريف الاصطلاحي¹ :

¹ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز الابدادي، قاموس المحيط، دار الحديث للطبع والنشر والتوزيع 1429-2008 ص 308.

نموذج للسلوك الاجتماعي السوي المرتبط او المركز الاجتماعي للفرد وهو ايضا مجموع السلوكيات المتوقعة والمتفق عليها اجتماعيا لأداء عمل او وظيفة معينة ويتطلب الدور القيام بأفعال وسلوكيات محددة متفق عليها اجتماعيا.

الاتصال الداخلي:

مفهوم الاتصال:

التعريف اللغوي:

اتصل, يتصل, اتصالا:بالشيء: التأم به او ارتبط, اتصل جدار داري بجدار المحاذية².

التعريف الاصطلاحي:

هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر ايضا والاتصال هو نشاط انساني حيوي وان الحاجة اليه في ازدياد مستمر³.

هو عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة او فكرة او خبرة او اي مضمون اتصالي اخر عبر قنوات اتصالية ينبغي ان تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا فيما بينها⁴.

هو عملية تقوم على تبادل المعلومات بين شخصين او اكثر الذين يستخدمون رمزا مكونا من الكلمات والتعبيرات بهدف المعرفة او التعبير عن موقفهم او سلوكه تجاه قول, فكرة , منتج⁵.

التعريف الاجرائي:

الاتصال هو عملية تفاعلية تتم بين شخصين او أكثر مرسل ومستقبل أو أكثر بغية نقل المعلومات او افكار قصد تحقيق الاستجابة المطلوبة في وسط اجتماعي معين.

الاتصال الداخلي:

هو انتاج وتوفير وتجميع البيانات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها وإذاعتها بحيث يمكن للفرد او الجماعة احاطة الغير بالمعلومات الجديدة أو التأثير والتعديل في سلوك الافراد والجماعات او توجيه وجهه معينة⁶.

هو تلك العملية الاتصالية الذي تتم داخل المؤسسة بين مختلف مستوياتها وتهتم بسير المعلومات والحقائق بين العمال لتحقيق الاهداف⁷.

التعريف الاجرائي:

¹ عبد العزيز عبد الله الدخيل, معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية, دار المناهج للنشر والتوزيع, عمان, 2013, ص189.

³ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز الابدادي, مرجع سابق ذكره, ص

¹ منال محمود طلعت, مدخل الى علم الاتصال, جامعة الاسكندرية, مصر, 2022, ص18

⁴ بسام عبد الرحمن مشاقبة, نظريات الاتصال, دار اسامة للنشر والتوزيع, الاردن, -عمان, ص29.

3 Djouad omer belkhaair Le rol de la communication marketing dans lrs entprise de service ;etude de cas de lecol de formation isec –tlemcen ;les cahiers du mecas ;v15 ;n2 ;decembre2019

⁶ كمال براوي, دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي, مجلة رؤى اقتصادية, العدد 15, ص86

⁷ منال محمود طلعت, مرجع سابق ذكره, ص222.

نقصد بالمصطلح حسب دراستنا هو الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة يقوم على نقل المعلومات وتبادلها وتكون من اعلى المستويات الإدارة داخل المؤسسة أو العكس داخل هيكلها التنظيمي بين العمال لتحقيق التماسك العملي والتعاون المهني وتبادل الآراء والخبرات لتحقيق فعالية المؤسسة.

تعريف جودة الخدمة:

تعريف الجودة:

التعريف اللغوي:

أصلها "جود" والجيد نقيض الرديء وجاد الشيء جوده ; وجوده أي صار جيدا , وأجاد أي أتى بالجيد من القول والفعل¹.

التعريف الاصطلاحي:

يعرفها جوزيف جوران أن الجودة تعني الملائمة للاستخدام اي يعني الجودة بأنها القدرة على تقديم أفضل اداء تعني ايضا المطابقة مع المتطلبات اي تطابق الخدمة المقدمة مع توقعات الطرف الاخر².

التعريف الاجرائي:

نقصد بالمصطلح حسب دراستنا السمة المميزة التي تكتمل بالمنتجات أو خدمات معينة.

تعريف الخدمة:

التعريف اللغوي:³

خدم ,خدم, يخدمه ,خدمة والخدم: واحد الخدم غلاما كان أو جارية وأخدمه أي: أعطاه خادما والخدمة: سير يشد في رسغ البعير تشد إليه سريحة النعل, وبه سمي الخللخال خدمة لأنه ربما كان من سيور يركب فيه الذهب والفضة والجمع خدام وقد سمي حلقة القوم خدمة.

التعريف الاصطلاحي:⁴

أنشطة وفعاليات غير مادية أو غير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل او مستقل هدف إلى اشباع حاجات المستهلك الأخير وليست بالضرورة ان ترتبط مع بيع منتج او خدمة وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية.

التعريف الاجرائي:

نعني بالمصطلح حسب دراستنا ان كل نشاط الذي يبده الموظف داخل مؤسسة يخدمه بشكل خاص ويخدم المؤسسة بشكل عام.

8- الإطار النظري للدراسة (البراديجم): نظرية النظم

تعددت النظريات العلمية المفسرة لظاهرة الاتصال والاتصال في المؤسسة بالخصوص، إلا أننا سنعتمد في دراستنا على نظرية النظم، حيث سنتعرف عليها في العنصر التالي:

أولاً: التعريف بنظرية النظم¹:

¹ مجد الدين بن يعقوب الفيروز الابادي ,مرجع سابق ذكره ,ص 308.

²Juran, qiality hand book ;2011,P989.

³ابي نصر اسماعيل بن حماد الجوهري ,الصاح ,دار الطبع للنشر والتوزيع ,ط1,ص 308.

¹ جهاد خلوط ,محمد شنشونة ,اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية ,مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ,العدد 12,2019,ص 623.

تأتي نظرية النظم في إطار النظريات الحديثة التي تقوم على أساس نقد النظريات السابقة سواء التقليدية أو السلوكية لأن كل منهما ركز على احد متغيري التنظيم { العمل والإنسان } باعتبار أن التنظيم نظام مقفل بينما يرى للتنظيم في نظرية النظم الى انه نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة المحيطة وذلك ضمانا لاستمرارية التنظيم، وان دراسة اي تنظيم لا بد ان تكون من منطلق النظم، فالنظم البشرية تحوي عددا كبيرا من المتغيرات المرتبطة ببعضها وبالتالي فنظرية النظم نقلت منهج التحليل الى مستوى اعلى ويعتبر شيرستر برنارد اول من تطرق الى التفسير بمفهوم النظم فهو ينظر الى المؤسسة" على انها نظام اجتماعي للتعاون المتبادل الذي تعتمد اجزاه على بعضها البعض وهذه الاجزاء مترابطة فيما بينها وتتكيف مع بعضها البعض وتتحدد اجزاء النظام بالبيئة والأفراد العاملين في النظام لتحقيق الهدف المشترك الذي يجمعهم الهيكل الرسمي والتنظيم غير الرسمي.

ثانيا: الأفكار الرئيسية التي تعتمد عليها نظرية النظم:

نظرية النظم تعتمد على مفهوم النظام system الذي يمكن تعريف بأنه هو الكل المنظم او الوحدة المركبة التي تجمع وترتبط بين أشياء وأجزاء اخرى تشكل في مجموعها تركيبا كليا موحد.

ان الجزء الاساسي في النظام هو الفرد { قائدا او منفذا } وبصفة اساسية التركيب السيكلوجي او هيكل الشخصية الذي يحضره معه في المؤسسة.

الجزء الاساسي الثاني في النظام هو الترتيب الرسمي للعمل او الهيكل التنظيمي وما يتبعه من المناصب².

الجزء الاساسي الثالث في النظام هو التنظيم غير الرسمي وبصفة خاصة انماط العلاقات بين المجموعات وأنماط تفاعلهم مع بعضهم وعملية تكيف التوقعات المتبادلة.

الجزء الاساسي الرابع في النظام هو تكنولوجيا العمل ومتطلباته الرسمية. فالآلات والعمليات يجب تصميمها بحيث تتمشى مع التركيب السيكلوجي والفسولوجي للبشر³.

ترتكز نظرية النظم على متغير واحد على حساب المتغير الاخر فكما اشارت الى اهمية سلوك الافراد بالمؤسسة اشارت كذلك على أهمية بالتكنولوجيا والآلات فنوع وحجم العاملين مهم كما إن نوع وحجم الآلات مهم ايضا.

تعد هذه النظرية من أحدث وأدق نظريات التنظيم إلا أن تطبيقها يختلف من مؤسسة أخرى وذلك حسب ظروف كل مؤسسة⁴.

إن دراسة دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية في ظل نظرية النظم يضع لها دورا في التحسين بما يحقق الكفاءة والفعالية في الأداء.

²عائشة بن عاشور، نظرية النظم في الادارة، نظرية التنظيم والتسيير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية {دس}، ص 02.

²نفس المرجع، ص 04.

³حكيمه جباله، نظريات التنظيم، مطبوعات محاضرات وحدة التنظيم، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر، ص 73.

⁴نفس المرجع، ص 74.

الاتصال الداخلي يساهم في فهم بناء المؤسسة وتحسين الجودة والكفاءة العالية ويعد أحد العوامل الرئيسية في تحقيق أهداف المؤسسة وإن عدم تحقيق وظيفته بشكل صحيح يؤدي إلى اختلال في وظيفة المؤسسة الكلية.

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

ارتبطت هذه النظرية بدراستنا انطلاقاً مما قامت عليه نظرية النظم وهو أن المؤسسة عبارة عن نظام اجتماعي تربطه علاقات بين أفرادها، واعتمدنا على تصور هذه النظرية والتي ترتبط بالمؤسسات من خلال أن المؤسسة كونها كنظام اجتماعي وأن الفرد هو أساس هذا النظام، بحيث يرتبط الأفراد في هذا النظام على علاقات اجتماعية يتم تجسيدها من خلال الاتصال الداخلي في المؤسسة، وفي مؤسسة التسيير السياحي التي تعتبر كنظام اجتماعي والفرد هو أساسه حسب نظرية النظم فهي النظرية التي تفسر الاتصال الداخلي في هذا النظام ومدى دوره في تحسين جودة الخدمة الفندقية، بحيث أنه كلما كان هذا النظام متماسكاً ومتناسقاً كلما له دور في الخدمة الفندقية ويتم ذلك من خلال الاتصال التي يعتبر عصب المؤسسة وهو أحد أشكال تلك العلاقات الاجتماعية التي تربط الأفراد داخل هذا النظام.

9- الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: منهج الدراسة: تنتمي دراستنا إلى نوع الدراسات الوصفية والتي تساعد الباحث في التعرف على ظاهرة الدراسة ووصفها كما هي في الواقع وصفاً كاملاً دقيقاً،¹ والهدف من هذه الدراسات هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع المعالج كما هو في الواقع، من خلال استخدام أساليب القياس والتصنيف بهدف استخراج الاستنتاجات ثم الوصول لتعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة،² وبما أن دراستنا تقوم على وصف مدى دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

أما المنهج فيعرف لغويًا بأنه مصطلح مرادف لكلمتي نهج ومنهاج اللتين تعنيان الطريق الواضح وهي من الكلمة الفرنسية "method" التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة الهادفة لبلوغ نتيجة ما في البحث العلمي.

أما اصطلاحاً يعرفه موريس أنجرس "على أنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"³، والمنهج العلمي هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة، تختلف المناهج باختلاف الظواهر، وتمتاز بالمرحلية فتؤدي كل مرحلة إلى المرحلة التالية بتسلسل وترابط،⁴ وفي دراستنا نجد أن المنهج المناسب هو المنهج الوصفي الذي يعرف على أنه يقوم بوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كيفياً وتحليلها عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة تصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة.⁵

¹ أحمد مرسللي. *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. ديوان المطبوعات الجامعية. ط.4. 2010. الجزائر. ص52.

² فاطمة عوض صابر، علي ميرفت خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الإشهار الفني، الإسكندرية، مصر، 2002، ص87.

³ أحمد مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص282.

⁴ مصطفى عليان ربحي، *البحث العلمي، أسسه ومناهجه، أساليبه وإجراءاته*. بيت الأفكار الدولية. عمان. الأردن. 2001. ص

35.

⁵ نفس المرجع السابق، ص47.

ثانياً: أدوات جمع البيانات: وهي من الخطوات الأساسية في البحث العلمي، ويعتمد عليها الباحث للحصول على المعلومات والبيانات التي تخدم بحثه ويكون الاعتماد على هذه الأدوات بناءً على طبيعة الموضوع المدروس للوصول إلى الأهداف الموضوعية من قبل الباحث، وأدوات جمع البيانات تتمثل في الاستبيان.

وتعتبر الاستبانة من أكثر وسائل جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية استعمالاً، ويمكن تعريفه الاستبانة هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمعدة يهدف من خلالها الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.¹

ويعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.²

وقد اعتمدنا على إستمارة الإستبيان من خلال على موظفي مؤسسة التسيير السياحي بغرداية، وتم توزيع الاستمارة على عينة مقدره بخمسين موظف واسترجاعها كاملة، وقد تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور هي:

محور البيانات الشخصية

المحور الأول: الاتصال الداخلي في المؤسسة.

المحور الثاني: وسائل الاتصال الداخلي الحديثة وعلاقتها بجودة الخدمة الفندقية.

المحور الثالث: مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

صدق الاستمارة: هو اختبار قدرة الاستبيان على قياس ما هو مطلوب قياسه بحيث يتضمن عدم تسرب أو التحيز أو الخطأ في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للدراسة وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها وقد اعتمدنا على الأسئلة المغلقة والمفتوحة كما تم عرض هذه الأسئلة على عدد من الأساتذة بقسم علوم الاعلام والاتصال بحيث وضعت مجموعة من الملاحظات والاقتراحات من طرف المحكمين من أجل أخذها بعين الاعتبار وذلك من خلال إعادة بعض الأسئلة أو تصحيح الغموض فيها وفي الأخير تم اعداد الاستمارة النهائية التي وزعت على المبحوثين.

الاستاذ قشار بكير بجامعة غرداية

الاستاذ شرايطي بجامعة غرداية

ثبات الأداة: للتحقق من ثبات الأداة اعتمدنا على طريقة التطبيق وإعادة التطبيق للاستمارة او ما يعرف بالدراسة الاستطلاعية للاستمارة والتي تعد مسلكاً ضرورياً للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة إضافة لكونها خطوة لا غنى عنها لتحصيل فهم كاف حول الميدان وكفاءة المحكمات المعيارية التي يقوم به الاستبيان والحصول على تصور واضح وملموس حول طبيعة افراد العينة الذين سيتم التعامل معهم وكذا مدى تجاوبهم مع استمارة الاستبيان.

ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- **مجتمع البحث:** يعتبر تحديد مجتمع الدراسة من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث القيام بها لمساعدته على اختيار العينة وحجمها الممثل لهذا المجتمع.

¹ نفس المرجع السابق، ص 55.

² محمد سرحان علي المحمودي، *مناهج البحث العلمي*، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019، ص 126.

ويعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة عناصر لها ميزة أو عدة مميزات مشتركة تختلف عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث والتقصي.¹ حيث يتمثل مجتمع دراستنا هم موظفي مؤسسة التسيير السياحي بغرداية الذين بلغ عددهم الاجمالي حوالي 170 موظف.

وبما أن مجتمع الدراسة كبير وواسع وفي مختلف التخصصات والفروع ويصعب الوصول إلى كل فئاته فقد اخترنا نظام العينة لتمثيل مجتمع الدراسة، ويمكننا من خلاله الحصول على نتائج متوافقة يتم تعميمها على باقي مجتمع البحث.

- **عينة الدراسة:** تعرف العينة بأنها جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره من قبل الباحث وفق شروط مناسبة ويجري عليها الباحث دراسته ومن ثم يمكنه أن يقوم بتعميم النتائج المتحصل عليها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

وفي دراستنا اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة، والتي تعرف بأنها العينة التي تختار في حالة توفر شرطين أساسيين وهما أن يكون جميع أفراد مجتمع البحث الأصلي معروفين وأن يكون هناك تجانس بينهم.³

بحيث قمنا بسحب 50 مفردة " موظف " من مجتمع البحث الكلي "جميع الموظفين" بطريقة احتمالية بعد أن حددنا كل المفردات في قائمة واحدة ووزعنا عليهم استمارة الاستبيان.

رابعاً: مجالات الدراسة

يعتبر تحديد مجالات الدراسة من الخطوات الرئيسية في المنهجية حيث تسمح بحصر مجالات دراسته حتى يستطيع ضبط الدراسة وتطبيقها على أكمل وجه للوصول إلى الأهداف التي يطمح إلى تحقيقها وتمثل هذه الحدود في:

- **المجال المكاني:** وهو مكان الذي يتم فيه إجراء الدراسة ميدانياً وفي دراستنا نركز على مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

- **المجال الزمني:** وهي الفترة الزمنية لإنجاز هذه الدراسة. ودراستنا بدأت منذ شهر ديسمبر 2022 أي بعد الموافقة على العنوان تم الشروع في الدراسات الاستطلاعية حول الموضوع والدراسات السابقة وتمتد هذه الدراسة إلى غاية شهر ماي 2023.

- **المجال البشري:** ويشمل المجال البشري كل موظفي مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، تر. بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2008، ص 298.

² محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سبق ذكره، ص 160.

³ ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2015، ص100.

الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

تمهيد

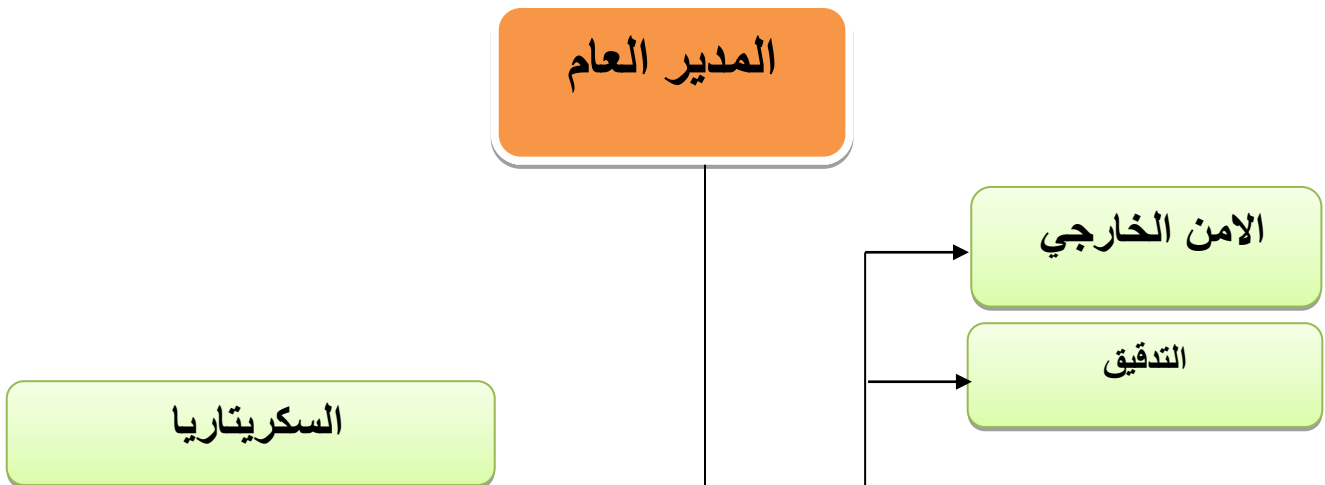
- 1- لمحة تعريفية عن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.
- 2- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:
أولاً: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة.
ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول
ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني.
رابعاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث.
- 3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.
- 4- النتائج العامة للدراسة.

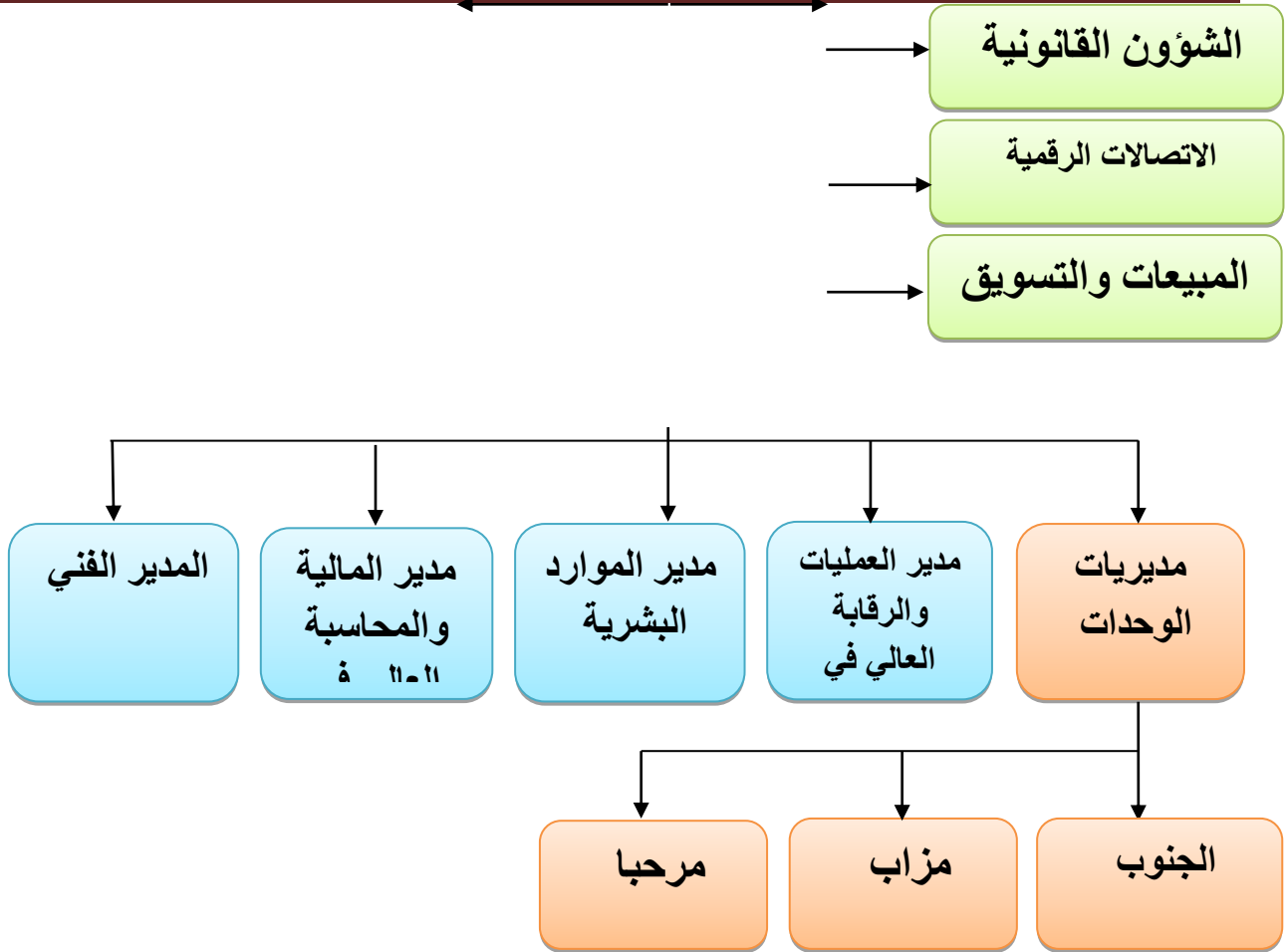
تمهيد:

بعد أن استعرضنا الجانب المنهجي لموضوع دراستنا، نتطرق في هذا الفصل التطبيقي إلى دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية حيث سنحاول إبراز العلاقة بين الاتصال الداخلي للمؤسسة ومدى تحسين جودة الخدمة الفندقية.

1- لمحة تعريفية عن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية:

أولاً: التعريف بالمؤسسة: هي مؤسسة خدماتية تمارس كل نشاطات الخدمة المتعلقة بالفندقة والإطعام وتسيير الفنادق وتوريد المستخدمين المؤهلين في الإطعام والفندقة والمراقبة. تأسست مؤسسة التسيير السياحي بغرداية 1999/12/14 برقم التسجيل 97b0862029 وفقاً للنظام القانوني شركة الاسهم وبراس مال قدره 513000 00.000 دج
العنوان الاجتماعي /الاسم التجاري: شركة مؤسسة التسيير السياحي غرداية
رقم التعريف الاحصائي 098347010007146:
رقم التعريف الضريبي 0997408620294300000:

ثانياً: الهيكل التنظيمي للمؤسسة



الشكل 1 الهيكل التنظيمي لمؤسسة التسيير السياحي بغرداية

2- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

قياس ثبات الاستبيان: من أجل اختبار الصدق الظاهري لأداة الاستبيان قمنا بعرضها على عدد من الأساتذة المحكمين وتعديلها حسب الملاحظات المقدمة، لتصبح الأداة في تصميمها النهائي مناسبة للتوزيع.

الجدول رقم (01): يوضح قائمة المحكمين

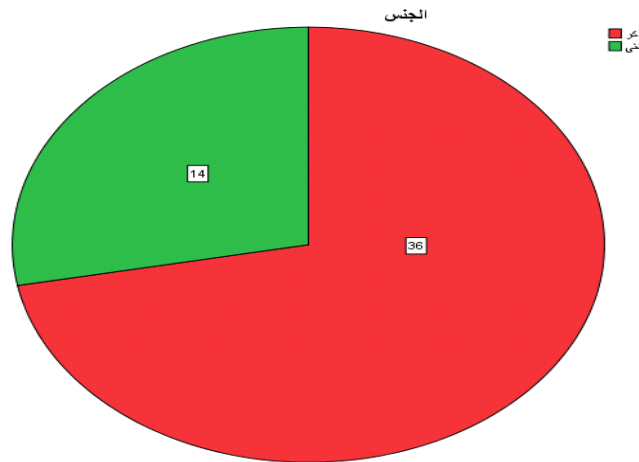
الجامعة	إسم الاستاذ
جامعة غرداية	د. قشار بكير
جامعة غرداية	أ. شريطي فوزي

أولاً: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة
الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
72%	36	ذكر
28%	14	أنثى
100%	50	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن نسبة الذكور من عينة الدراسة 72% بتكرار قدره 36 مفردة، ونسبة الإناث 28% بتكرار قدره 14 مفردة.

نستنتج من ذلك أن عدد الذكور أكبر من عدد الإناث في المؤسسة محل الدراسة وهذا راجع الى طبيعة العمل التي تتطلب قدر كبير من المسؤولية الادارية والتي تتناسب مع الذكور أكثر من الإناث



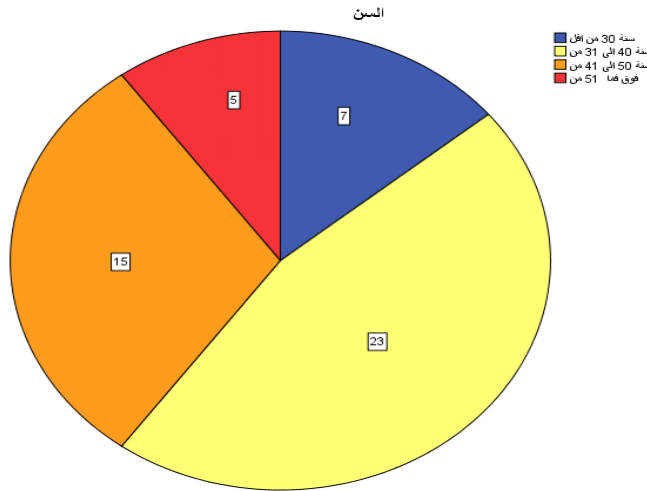
الشكل رقم (02): توزيع مفردات الدراسة وفق متغير الجنس

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة وفق متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
14%	07	أقل من 30 سنة
46%	23	30-40 سنة
30%	15	41-50 سنة
10%	05	51 سنة فما فوق
100%	50	المجموع

من خلال الجدول المبين اعلاه نلاحظ أن نسبة الفئة العمرية من 31 الى 40 سنة 46% بتكرار قدره 23 مفردة والفئة العمرية 14 الى 50 سنة 30% بتكرار قدره 15 مفردة والفئة العمرية أقل من 30 سنة 7 مفردات بنسبة 14% أما الفئة العمرية 51 سنة فما فوق 5 مفردات بنسبة 10%

نستنتج من هذه المعطيات أن غالبية مفردات عينة الدراسة من فئة الشباب وهذا راجع الى سياسة التوظيف التي تتبعها المؤسسة والتي تقوم على توظيف الفئات الشابة ذات الكفاءة العالية.

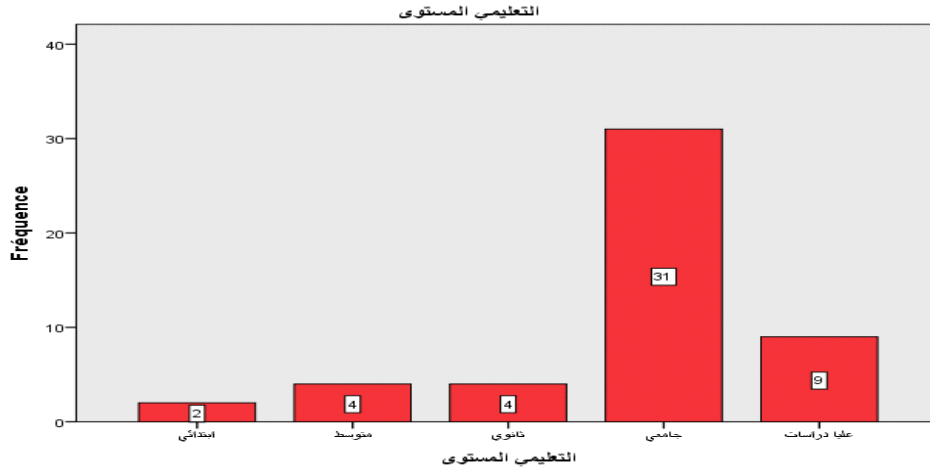


الشكل رقم (03): يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير السن
الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
04%	02	ابتدائي
08%	04	متوسط
08%	04	ثانوي
62%	31	جامعي
18%	09	دراسات عليا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن نسبة المستوى التعليمي الجامعي 62 % بتكرار قدره 31 مفردة، والدراسات العليا 9 مفردات بنسبة 18% ، اما فئة المتوسط 4 مفردات بنسبة 8% ، والابتدائي 02 مفردتين بنسبة 4%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين لهم مستوى تعليمي جامعي، وذلك راجع الى طبيعة المناصب الادارية في المؤسسات الحكومية التي تشترط المستوى التعليمي والشهادة في التخصص .

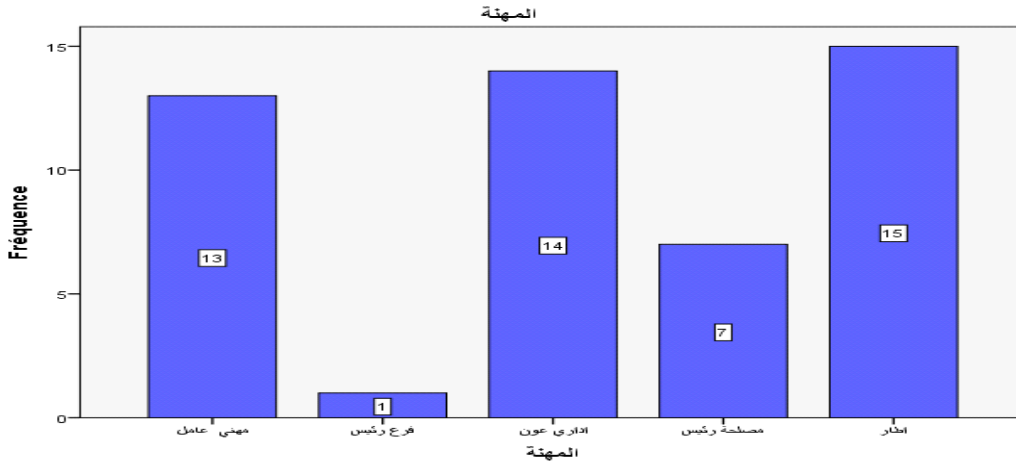


الشكل رقم (04): توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي
الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

النسبة %	التكرار	المستوى الوظيفي
26%	13	عامل مهني
02%	01	رئيس فرع
28%	14	عون إداري
14%	07	رئيس مصلحة
30%	15	إطار
100%	50	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن 30% من مفردات عينة الدراسة من الاطارات بالمؤسسة بتكرار قدره 15 مفردة، و 28% أعوان إداريين، بتكرار قدره 14 مفردة، اما الأعوان المهنيين 13 مفردة بنسبة 26% ورؤساء المصالح 7 مفردات بنسبة 14% ، في حين أن منصب رئيس فرع مفردة واحدة بنسبة 2%

نستنتج من ذلك أن غالبية مفردات عينة الدراسة من المسؤولين الاداريين وذلك راجع الى تعاونهم معنا واجابتهم لكل الاستمارات الموزعة عليهم.



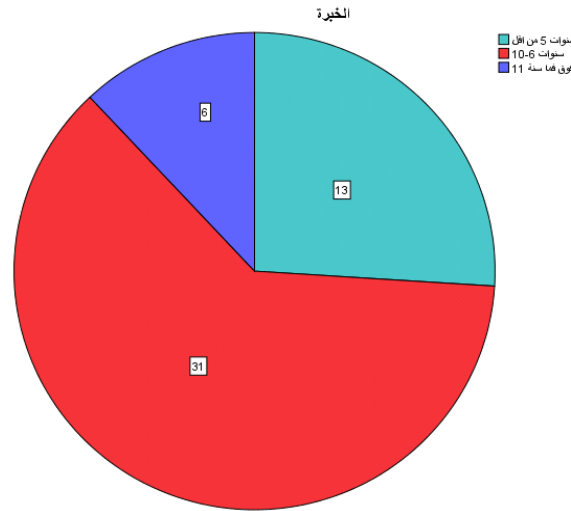
الشكل رقم (05): توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
26%	13	أقل من 5 سنوات
62%	31	10-06 سنوات
12%	06	11 سنة فما فوق
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال ما جاء في الجدول أعلاه أن 62% من مفردات عينة الدراسة لهم خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات وذلك بتكرار قدره 31 مفردة، أما فئة الخبرة أقل من 5 سنوات قدرت نسبتها بـ 26% بتكرار قدره 13 مفردة، في حين أن نسبة فئة الخبرة 11 سنة فما فوق 12% بتكرار قدره 6 مفردات.

نستنتج من ما سبق أن غالبية المبحوثين لديهم خبرة متوسطة المدة وهو ما يتوافق مع معدل الفئة العمرية للموظفين أي أن فئة الموظفين الشباب من 31 إلى 40 سنة تكون خبرتهم في المؤسسة من 6 إلى 10 سنوات.



الشكل رقم (06): توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية

ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول

الجدول رقم (07): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند: هل يوجد مخطط في مؤسستك؟

النسبة %	التكرار	بدائل الاستجابة
88%	44	نعم
12%	06	لا
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن 88% من المبحوثين أجابوا بـ " نعم " على البند : هل يوجد مخطط في مؤسستك ؟، وذلك بتكرار قدره 44 مفردة، بينما الذين أجابوا بـ " لا " قدرت نسبتهم بـ 12% بتكرار قدره 6 مفردات.

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن المؤسسة محل الدراسة تعتمد مخططا تنظيمي وواضح في ادارة المؤسسة، وهوما يفسر بأن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تعتمد استراتيجية تنظيمية واتصالية فعالة.

الجدول رقم (08): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند: هل عملية الاتصال الداخلي تجري في جميع الاتجاهات؟

النسبة المئوية	التكرار	نوع الاتصال
34,8%	46	صاعد من العمال الى المدير

33,3%	44	نازل من المدير الى العمال
31,8%	42	افقي بين العمال بنفس المستوى
100,0%	132	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن نسبة الإجابات بـ " صاعد من العمال الى المدير %34.8 " بتكرار قدره 46 مفردة، والاجابة " نازل من المدير الى العمال 44 " مفردة بنسبة %33.3 أما "افقي بين العمال بنفس المستوى 42 " مفردة بنسبة %31.8 .

نستنتج من ذلك أن كل أنواع الاتصال الداخلي تتوفر في المؤسسة محل الدراسة وهذا ما يعني أن الاتصال الداخلي الرسمي وغير الرسمي يجري في كل الاتجاهات بمؤسسة التسيير السياحي بقرطاجنة . وهو ما يتطابق مع ما توصلت إليه دراسة ياسمينه بودويرة، مريم بوزردوم : الاتصال الداخلي ودوره في تحسين الاداء الوظيفي لدى العمال دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي – الميلية حيث توصلت إلى " الاتصال الداخلي في مؤسسة الخزف الصحي يقوم بمختلف اتجاهاته الاتصال النازل حيث يتضمن التعليمات واوامر وقرارات والافقي يسهل طريقة العمل".

إلا أن الاتصال الصاعد هو الأكثر انتشارا وهو عكس ما توصلت اليه الباحثة نعيمة بوكثوم في دراستها :الاتصال الداخلي ودوره في عملية التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة البناء المعدني البليدة، حيث توصلت الى " يغلب على الاتصال الداخلي في شركة البناء المعدني ،التعليمات، التوجيهات والقرارات الرسمية اي أن الاتصال النازل هو الأكثر انتشارا ويصدر عن المسؤولين الى مجموع المستخدمين في السلم الوظيفي للمؤسسة "

الجدول رقم (09): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : ماهي نوعية الرسائل المستعملة في المؤسسة ؟

النسبة المئوية	التكرار	نوعية الرسائل
45,1%	32	كتابية
29,6%	21	شفهية
25,4%	18	الإلكترونية
100,0%	71	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن نسبة اختيار الوسائل الكتابية %45.10 بتكرار قدره 32 مفردة، والوسائل الشفهية %29.6 بتكرار قدره 21 مفردة، أما الوسائل الإلكترونية 18 مفردة بنسبة %25.4.

نستنتج من ذلك أن المبحوثين يستخدمون كل لأنواع الرسائل الاتصالية في المؤسسة خاصة الرسائل الرسمية الكتابية، ويمكن تفسير ذلك بأن مؤسسة التسيير السياحي بقرطاجنة تعتمد على كل أنواع الرسائل الاتصالية والتي من شأنها تفعيل الاتصال الداخلي بكل اتجاهاته وأنواعه الرسمية وغير الرسمية.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : ماهي الوسائل المستعملة ؟

النسبة المئوية	التكرار	الوسائل المستعملة
13,9%	10	الهاتف
37,5%	27	الإعلانات
34,7%	25	التقارير
13,9%	10	البريد الإلكتروني
100,0%	72	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة استخدام التقارير من طرف المبحوثين 34.70 % ، بتكرار قدره 25 مفردة والإعلانات 27 مفردة بنسبة 37.5% أما البريد الإلكتروني 13.9% بتكرار قدره 10 مفردات.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن المبحوثين يستخدمون كل وسائل الاتصال المتاحة في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية، إلا أنهم يعتقدون على الإعلانات والتقارير أكثر من الهاتف والبريد الإلكتروني في اتصالهم الداخلي بالمؤسسة، وهوما يتطابق مع نتائج دراسة ياسمينة بودويرة، مريم بوزردوم : الاتصال الداخلي ودوره في تحسين الاداء الوظيفي لدى العمال، دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي – الميلية، حيث توصلت إلى أن " المؤسسة على الإعلانات كوسيلة هامة لإيصال التعليمات بسرعة الى العامل".

الجدول رقم (11): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل تنتقل اليك المعلومات بكل وضوح ودقة ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
90,0%	45	نعم
10,0%	5	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال ما جاء في الجدول رقم 10 أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ " نعم 90% " بتكرار قدره 45 مفردة أما الذين أجابوا بـ " لا 5 " مفردات بنسبة 10% نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن المعلومات تنتقل إليهم بكل وضوح ودقة في المؤسسة محل الدراسة، وهوما يفسر جودة الاتصال الداخلي للمؤسسة خاصة وأنها تعتمد على كل الوسائل الاتصالية الحديثة.

الجدول رقم (12): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل ترى أن الوسائل المستعملة في المؤسسة ملائمة لطبيعة عملك ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
76,0%	38	نعم
24,0%	12	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن 38 مبحوثاً أجابوا بـ " نعم " على البند : هل ترى أن الوسائل المستعملة في المؤسسة ملائمة لطبيعة عملك ؟، وذلك بنسبة 76% ، أما عدد المبحوثين الذين أجابوا بـ " لا " 12 "مفردة بنسبة 24%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يرون أن الوسائل الاتصالية المستعملة في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية ملائمة لطبيعة عملهم، وهو ما يفسر حرص المؤسسة على توفير كل الوسائل الاتصالية للموظفين حسب حاجتهم لها وحسب طبيعة عمل كل موظف إداري أو عامل مهني.

الجدول رقم (13): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل الرسائل الاتصالية تصل اليك بكل وضوح ودقة ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
92,0%	46	نعم
8,0%	4	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ " نعم " 92% "بتكرار قدره 46 مفردة، أما الذين أجابوا بـ " لا " قدرت نسبتهم بـ 8% بـ تكرار قدره 04 مفردات. نستنتج من خلال هذه المعطيات أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن الرسائل الاتصالية الداخلية للمؤسسة تصلهم بكل وضوح ودقة وذلك بنسبة 92% ، وهذا ما يفسر جودة الاتصال الداخلي بنسبة كبيرة وقلة المعوقات الاتصالية داخل المؤسسة محل الدراسة.

الجدول رقم (14): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : ماهي الوسيلة التي تراها مناسبة لطبيعة عملك ؟

النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة
33,9%	19	الاتصال الشفهي
30,4%	17	البريد الالكتروني
33,9%	19	التقارير
1,8%	1	وسائل أخرى أذكرها
100,0%	56	المجموع

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم 13 ، أن نسبة المبحوثين الذين يفضلون الاتصال الشفهي في عملهم 33.9% بتكرار قدره 19 مفردة ن والذين يفضلون البريد الإلكتروني 17 مفردة بنسبة 30.4% ، بينما الذين اختاروا التقارير 19 مفردة بنسبة قدرت بـ 33.9% ، في حين أن الوسائل الأخرى التي اختارها مبحوث واحد تمثلت في الفاكس بنسبة 1.8% من إجمالي إجابات المبحوثين.

نستنتج من ذلك أن هناك اختلاف في الوسائل الاتصالية التي يفضل استخدامها المبحوثين، ولعل ذلك راجع الى اختلاف مناصبهم ووظائفهم حيث تختلف الوسائل الاتصالية التي يحتاجها الموظف الاداري في المؤسسة عن العامل المهني الذي قد لا يحتاج الى البريد الالكتروني ويكتفي بالاتصال الشفهي في المؤسسة.

ثالثاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني

الجدول رقم (15): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل مكاتب الادارية للمؤسسة مزودة بوسائل اتصالية حديثة ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
50,0%	25	نعم
50,0%	25	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال ما جاء في الجدول أعلاه أن 50% من المبحوثين أجابوا بـ " نعم " على البند هل مكاتب الادارية للمؤسسة مزودة بوسائل اتصالية حديثة ؟ " بتكرار قدره 25 مفردة وهي نفس النسبة للذين أجابوا بـ "لا".

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن نصف عدد المبحوثين يستخدمون وسائل اتصالية حديثة بينما النصف الاخر لا تتوفر لديهم هذه الوسائل، ولعل ذلك راجع الى أن بعض الوظائف في مؤسسة التسيير السياحي لا تحتاج الى وسائل اتصالية حديثة بل تقتصر فقط على مكاتب المسؤولين أو مكاتب المصالح التي تحتاج هذه الوسائل الحديثة.

الجدول رقم (16): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل تتوفر المؤسسة على جهاز كومبيوتر خلال اداء مهامك ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
86,0%	43	نعم
14,0%	7	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن 86% من المبحوثين أجابوا بـ " نعم " على البند : هل تتوفر المؤسسة على جهاز كومبيوتر خلال اداء مهامك ؟ " بتكرار قدره 43مفردة، بينما الدين أجابوا بـ " لا 7 "مفردات بنسبة.14%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يمتلكون جهاز حاسوب في أماكن عملهم وهو ما يفسر حرص مؤسسة التسيير السياحي بغرداية على توفير جهاز الحاسوب لكل الموظفين الذين يحتاجون لجهاز الحاسوب في عملهم، اي أن المؤسسة تسعى الى توفير كل الوسائل اللازمة لتفعيل الاتصال الداخلي وضمان سيرورة المعلومة بين مصالها.

الجدول رقم (17): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل توجد شبكات اتصال حديثة وسريعة في المؤسسة ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
52,0%	26	نعم
48,0%	24	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول اعلاه أن 52% من إجابات المبحوثين كانت بـ"نعم" وذلك بتكرار قدره 26 مفردة أما الذين أجابوا بـ" لا 24 "مفردة بنسبة.48% نستنتج من هذه المعطيات أن حوالي % 50 من المبحوثين يوافقون على أن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تتوفر على شبكات اتصال حديثة وسريعة في المؤسسة، بينما الذين لا يوافقون على ذلك يمثلون الموظفين والعمال الذين لا يمكنهم استخدام شبكات الاتصال السريعة الخاصة بالمؤسسة، ولعل ذلك راجع الى أن استخدامها يقتصر على فئة معينة فقط من الموظفين حسب الحاجة لها في العمل الإداري.

الجدول رقم (18): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل تملك بريد الكتروني خاص بالمؤسسة ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
92,0%	46	نعم
8,0%	4	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن 92% من المبحوثين أجابوا بـ " نعم " على البند : هل تملك بريد الكتروني خاص بالمؤسسة ؟ بتكرار قدره 45 مفردة، والذين أجابوا بـ " لا 4 " مفردات بنسبة..8%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يمتلكون بريد الكتروني خاص بالمؤسسة يتم التواصل معهم داخليا عن طريقه وهو ما يعني أن مؤسسة التسيير السياحي توفر كل الوسائل والتقنيات الحديثة التي تساهم في إيصال المعلومة للموظفين وتسهيل عملية الاتصال الرسمي فيما بينهم.

الجدول رقم (19): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل تتقن اللغات الأجنبية ؟

بدائل الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	84,0%
لا	8	16,0%
المجموع	50	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 84% من إجابات المبحوثين كانت بـ " نعم " بتكرار قدره 42 مفردة، وعدد الذين أجابوا بـ " لا 8 " مفردات بنسبة.16%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يتقنون اللغات الأجنبية، وذلك راجع الى أن المؤسسة تسعى الى توظيف نوي الكفاءات، خاصة وأن الوثائق الرسمية التي يتم التعامل بها في المؤسسة باللغة العربية والفرنسية، بالإضافة الى تعامل المؤسسة بشكل مباشر مع السياح الأجانب، فبالتالي من الضروري أن يكون موظفيها يتقنون اللغة الأجنبية.

الجدول رقم (20): يوضح توزيع إجابات المبحوثين الذين يتقنون اللغات الأجنبية

بدائل الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
فرنسية	19	38,0%
إنجليزية	23	46,0%
لا يتقن	8	16,0%
المجموع	50	100,0%

نلاحظ من خلال ما جاء في الجدول أعلاه أن 46% من المبحوثين أجابوا بـ " الإنجليزية " بتكرار قدره 23 مفردة، 38% منهم أجابوا بـ " الفرنسية وذلك بـ 19 تكرارا . بينما الموظفين الذين لا يتقنون اللغات الأجنبية تقدر نسبتهم بـ 16% بتكرار قدره 8 مفردات.

نستنتج من هذه المعطيات أن غالبية المبحوثين يتقنون اللغة الإنجليزية، والتي تعتبر اللغة الحية وذلك راجع الى حاجة المؤسسة مع موظفين يتقنون اللغة الأجنبية الإنجليزية من اجل التواصل مع السياح الأجانب في المواسم السياحية، أما الذين يتقنون اللغة الفرنسية يكتبون بالعمل الإداري بينما الذين لا يتقنونها هم العمال المهنيين والذين لا يتطلب عملهم ضرورة إتقان اللغة الأجنبية.

رابعاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث

الجدول رقم (21): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
94,0%	47	نعم
6,0%	3	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 94% من إجابات المبحوثين كانت بـ " نعم " بتكرار قدره 47 مفردة، و 3 مفردات أجابوا بـ " لا"، بنسبة 6%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن الرئيس الإداري يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار، وهوما يعني أن المؤسسة تتبنى مبدأ الحوار بين المدير والمرؤوسين وهو ما يساهم في تفعيل الاتصال الداخلي للمؤسسة.

الجدول رقم (22): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : حسب رأيك هل ممكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال ؟

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
80,0%	40	نعم
20,0%	10	لا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن 80% من المبحوثين أجابوا بـ " نعم " على البند : حسب رأيك هل ممكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال ؟، بتكرار قدره 40 مفردة، والذين أجابوا بـ " لا " 10 مفردات بنسبة 20%

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يرون أنه يمكن أن تكون هناك رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال - وهذا يعني أن الرقابة الادارية لا تحتاج الى اتصال داخلي فعال بالضرورة حتى تتحقق.

الجدول رقم (23): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند : الإتصال الداخلي يساعد الموظف على

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
60,0%	30	تحسين ادائه
10,0%	5	تعلم مهارات جديدة
28,0%	14	الابداع
2,0%	1	تعزيز الاحساس بالانتماء
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن 60% من المبحوثين أجابوا بـ "تحسين أدائه" وذلك بتكرار قدره 30 مفردة، والذين أجابوا بـ "تعلم مهارات جديدة 5" مفردات بنسبة 10% ، أما الذين أجابوا بـ "الابداع 14" مفردة بنسبة 28% ، و "تعزيز الاحساس بالانتماء" مفردة واحدة بنسبة 2%.

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على تحسين أدائه وذلك بنسبة 60% ، حيث أن الاتصال الداخلي الفعال يساهم في زيادة الرضى الوظيفي لدى الموظفين وكذا ضمان انتقال المعلومة بين الموظفين بكل اتجاهاته الصاعدة والنازلة والأفقية وهو ما يؤدي الى تحسين الاداء العام للموظفين وتنمية الابداع التنظيمي لديهم.

الجدول رقم (24): يوضح توزيع إجابات المبحوثين على البند طبيعة المؤسسة يجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإستجابة
80,0%	40	لرفع من جودة الخدمات
12,0%	6	أريحية العمال
8,0%	4	تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا
100,0%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه أن 80% من إجابات المبحوثين كانت بـ "الرفع من جودة الخدمات" بتكرار قدره 40 مفردة، وعدد المبحوثين الذين أجابوا بـ "أريحية العمال 6" مفردات بنسبة 12% ، اما الذين أجابوا بـ "تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا 4" مفردات بنسبة 8%.

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين يرون أن طبيعة المؤسسة يجعلها تحتاج الى اتصال داخلي فعال من أجل للرفع من جودة الخدمات المقدمة، خاصة وأن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تعتمد بشكل كبير على الخدمات الفندقية وبالتالي فإن الاتصال الداخلي الفعال له دور كبير في تحين جودة هذه الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي لها.

-05-02 العلاقة بين المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية) وبنود محور مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية .

الجدول رقم (25): يوضح العلاقة بين متغير الجنس والبند: هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟

المجموع	هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟		التكرار	نكر	الجنس
	لا	نعم			
36	1	35			
72,0%	2,0%	70,0%	النسبة %		

14	2	12	التكرار	أنثى
28,0%	4,0%	24,0%	النسبة %	
50	3	47	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	النسبة %	

نلاحظ من خلال نتائج الجدول المركب اعلاه أن نسبة الذكور من المبحوثين الذين أجابوا بـ " نعم " على البند " : هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟ " 70% بتكرار قدره 35 مفردة، ونسبة الإناث من المبحوثين اللذين أجابوا بـ " نعم " 24% بتكرار قدره 12 مفردة، والذكور الذين أجابوا بـ " لا " 2% بتكرار قدره مفردة واحدة، أما الإناث 4% بتكرار قدره 02 مفردتين.

نستنتج من هذه المعطيات أن كلا الجنسين من افراد عينة الدراسة يوافقون على أن الرئيس الاداري في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار، وهو ما يعني أن اتخاذ القرار في المؤسسة محل الدراسة يتم بأسلوب الآراء الذي يقوم على المشاركة في اتخاذ القرارات والحوار بين الافراد في الحالات التي تتطلب المشاركة والنقاش.

الجدول رقم (26): يوضح العلاقة بين متغير الجنس والبند :حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال

المجموع	حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال		التكرار	النسبة %	الجنس
	لا	نعم			
36	6	30	التكرار	النسبة %	ذكر
72,0%	12,0%	60,0%	التكرار	النسبة %	أنثى
14	4	10	التكرار	النسبة %	المجموع
28,0%	8,0%	20,0%	التكرار	النسبة %	
50	10	40	التكرار	النسبة %	
100,0%	20,0%	80,0%	التكرار	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول المركب أعلاه أن 60 % من إجابات الذكور كانت بـ " نعم " على البند " :حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال " بتكرار قدره 30 مفردة، والذين أجابوا بـ " لا " 6 "مفردات بنسبة 12% ، أما الإناث قدرت نسبة الإجابة بـ " نعم " 20% بتكرار قدره 10 مفردات، والاجابة بـ " لا " 8% بتكرار قدره 04 مفردات.

نستنتج من ذلك أن كلا الجنسين من المبحوثين يرون أنه يمكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال، وذلك ما يعني أن الرقابة الادارية لا تحتاج بالضرورة

الى اتصال داخلي فعال وإنما تحتاج الى تحديد المعايير الرقابية وقياس اداء العاملين مع مقارنته بالمخطط الذي تتبعه المؤسسة.

الجدول رقم (27): يوضح العلاقة بين متغير الجنس والبند: طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

المجموع	طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال			التكرار	ذكر	الجنس
	تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا	أريحية العمال	لرفع من جودة الخدمات			
36	4	3	29	التكرار		
72,0%	8,0%	6,0%	58,0%	النسبة %		
14	0	3	11	التكرار	أنثى	
28,0%	0,0%	6,0%	22,0%	النسبة %		
50	4	6	40	التكرار		المجموع
100,0%	8,0%	12,0%	80,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه أن نسبة المبحوثين الذكور الذين أجابوا بـ " الرفع من جودة الخدمات 58% بتكرار قدره 29 مفردة والذين أجابوا بـ " اريحية العمال 6% بتكرار قدره 3 مفردات والاجابة بـ " تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا 8% بتكرار قدره 4 مفردات

أما نسبة الاجابة بـ " الرفع من جودة الخدمات "للإناث قدرت بـ 22% بتكرار قدره 11 مفردة، والاجابة بـ " اريحية العمال 6% بتكرار قدره 3 مفردات و 0% بالنسبة للإجابة بـ " تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا"

نستنتج من هذه المعطيات أن كلا الجنسين من افراد عينة الدراسة يتفقون على أن طبيعة مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال من اجل الرفع من جودة الخدمات الفندقية المقدمة، وهو ما يعني أن الاتصال الداخلي الفعال يساهم بشكل مباشر في رفع جودة الخدمات الفندقية للمؤسسة.

الجدول رقم (28): يوضح العلاقة بين متغير السن والبند: هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟

المجموع	هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟
---------	---

		لا	نعم		
السن	اقل من 30 سنة	7	7	التكرار	النسبة %
		0	14,0%	14,0%	
	من 31 الى 40 سنة	23	20	التكرار	النسبة %
		3	40,0%	46,0%	
	من 41 الى 50 سنة	15	15	التكرار	النسبة %
		0	30,0%	30,0%	
	من 51 فما فوق	5	5	التكرار	النسبة %
		0	10,0%	10,0%	
المجموع		50	47	التكرار	النسبة %
		3	94,0%	100,0%	6,0%

نلاحظ من خلال الجدول المركب أعلاه أن الفئة العمرية أقل من 30 سنة أجابوا بـ "نعم" بنسبة 14%، بتكرار قدره 7 مفردات، والفئة العمرية 31 الى 40 سنة أجابوا بـ "نعم" بنسبة 40% وتكرار قدره 20 مفردة، نسبة الإجابة بـ "لا" 6% بتكرار قدره 3 مفردات، أما الفئة العمرية 41 الى 50 سنة أجابوا بـ "نعم" بنسبة 30% وذلك بتكرار قدره 15 مفردة، أما الإجابة بـ "لا" لذات الفئة العمرية 0%، أما الفئة العمرية 51 سنة فما فوق فنسبة إجابتها بـ "نعم" 10% بتكرار قدره 5 مفردات ولا توجد اي اجابة بـ "لا".

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن غالبية المبحوثين بكل الفئات العمرية يتفقون على أن الرئيس الإداري يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار، ويمكن تفسير ذلك بأن ادارة مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تعتمد تخطيط إداري محكم يقوم على الاتصال الداخلي الفعال وتحقيق مبدأ المشاركة في اتخاذ القرار الذي من شأنه أن يرفع من اداء العاملين والرضى الوظيفي لديهم.

الجدول رقم (29): يوضح العلاقة بين متغير السن والبند: حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال

المجموع	حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال				
	لا	نعم			
السن	اقل من 30 سنة	7	4	التكرار	النسبة %
		3	8,0%	14,0%	
	من 31 الى 40 سنة	23	17	التكرار	النسبة %
		6	34,0%	46,0%	
	من 41 الى 50 سنة	15	14	التكرار	النسبة %
		1	28,0%	30,0%	

5	0	5	التكرار	من 51 فما
10,0%	0,0%	10,0%	النسبة %	فوق
50	10	40	التكرار	المجموع
100,0%	20,0%	80,0%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن نسبة الاجابة بـ " نعم " للفئة العمرية اقل من 30 سنة 8% بتكرار قدره 4 مفردات، والاجابة بـ" لا " 6% "بتكرار قدره 3 مفردات أما الفئة العمرية من 31 الى 40 سنة قدرت نسبة الاجابة بـ" نعم "لهذه الفئة من المبحوثين 34% ، بتكرار قدره 17 مفردة والاجابة بـ" لا "لهذه الفئة 12% بتكرار قدره 6 مفردات، أما الفئة العمرية 41 الى 50 سنة قدرت نسبة اجابتهم بـ" نعم " 28% "وتكرار قدره 14 مفردة، والاجابة بـ" لا "لذات الفئة العمرية 2% بتكرار قدره مفردة واحدة . بينما الفئة العمرية من 51 سنة فما فوق قدرت نسبة اجابتهم بـ "نعم " 10% "بتكرار قدره 5 مفردات والاجابة بـ" لا. 0% "

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين من كل الفئات العمرية يرون بأن الرقابة الإدارية يمكن أن تكون بدون اتصال داخلي فعال، وذلك لأن الرقابة الإدارية تحتاج الى معايير خاصة من اجل تحقيقها ولا تشترط وجود اتصال داخلي فعال من وجهة نظر المبحوثين.

الجدول رقم (30): يوضح العلاقة بين متغير السن والبند :الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

المجموع	الاتصال الداخلي يساعد الموظف على				التكرار	اقل من 30 سنة	السن
	تعزيز الاحساس بالانتماء	الابداع	تعلم مهارات جديدة	تحسين ادائه			
7	0	1	3	3	التكرار	من 30 الى 40 سنة	
14,0%	0,0%	2,0%	6,0%	6,0%	النسبة %		
23	1	7	1	14	التكرار	من 41 الى 50 سنة	
46,0%	2,0%	14,0%	2,0%	28,0%	النسبة %		
15	0	6	0	9	التكرار	من 51 فما فوق	
30,0%	0,0%	12,0%	0,0%	18,0%	النسبة %		
5	0	0	1	4	التكرار	المجموع	
10,0%	0,0%	0,0%	2,0%	8,0%	النسبة %		
50	1	14	5	30	التكرار		
100,0%	2,0%	28,0%	10,0%	60,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المركب اعلاه أن نسبة الاجابة ب " تحسين أدائه " للفئة العمرية أقل من 30 سنة قدرت ب 6% وبنفس النسبة للإجابة ب " تعلم مهارات جديدة " بتكرار قدره 3 مفردات لكل من الإجابتين، و 2%الإجابة ب" الإبداع "بتكرار قدره 02 مفردتين، و 0إجابة ب " تعزز الاحساس بالانتماء " ، أما الفئة العمرية من 31 الى 40 سنة قدرت نسبة إجابتها ب " تحسين أدائه " ب 28%بتكرار قدره 14 مفردة والإجابة ب " تعلم مهارات جديدة " 2% بتكرار مفردة واحدة، والإجابة ب " الإبداع "بنسبة 14% اي 7 مفردات، في حين أن الإجابة ب" تعزيز الإحساس بالانتماء 0 " إجابة، أما بالنسبة للفئة العمرية 41 الى 50 سنة قدرت نسبة الإجابة ب " تحسين أدائه 18% " اي بتكرار قدره 9 مفردات، والإجابة ب" تعلم مهارات جديدة 0% "، بينما الإجابة- " الإبداع 12% "بتكرار قدره 6 مفردات و 0إجابة ب " تعزيز الاحساس بالانتماء"

اما بالنسبة للفئة العمرية 51 سنة فما فوق نلاحظ أن نسبة الإجابة ب " تحسين أدائه 8% " بتكرار قدره 4 مفردات والاجابة ب " تعلم مهارات جديدة 2% " بتكرار قدره مفردة واحدة و 0 إجابة ب الإبداع وتعزيز الاحساس بالانتماء.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن كل الفئات العمرية للمبحوثين تتفق أن أكثر فائدة يحققها الاتصال الداخلي الفعال للموظف في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية هي تحسين أدائه الوظيفي وبالتالي يمكن القول إن عامل الفئة العمرية لا يؤثر على وجهة نظر المبحوثين للفائدة التي يحققها الاتصال الداخلي الفعال بالنسبة للموظف.

الجدول رقم (31): يوضح العلاقة بين متغير السن والبند: طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

المجموع	طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال			السن	اقل من 30 سنة	التكرار
	تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا	اريفية العمال	لرفع من جودة الخدمات			
7	1	1	5	30	النسبة %	التكرار
14,0%	2,0%	2,0%	10,0%	من 31 الى	النسبة %	التكرار
23	3	1	19	40	النسبة %	التكرار
46,0%	6,0%	2,0%	38,0%			

15	0	3	12	التكرار	من 41 الى
30,0%	0,0%	6,0%	24,0%	النسبة %	50 سنة
5	0	1	4	التكرار	من 51 فما
10,0%	0,0%	2,0%	8,0%	النسبة %	فوق
50	4	6	40	التكرار	المجموع
100,0%	8,0%	12,0%	80,0%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول المركب اعلاه أن 10% من إجابات المبحوثين من الفئة العمرية " أقل من 30 سنة كانت بـ " للرفع من جودة الخدمات "بتكرار قدره 5 مفردات و 2% من إجابات هذه الفئة كانت بـ " أريحية العمال " بتكرار قدره مفردة واحدة، اما الإجابة بـ " تحسين صورة المؤسسة " قدرت بـ 2% بتكرار واحد، وبالنسبة للفئة العمرية من 31 الى 40 سنة كانت إجابة المبحوثين بـ "الرفع من جودة الخدمات 38% " بتكرار قدره 19 مفردة، والإجابة بـ " أريحية العمال 2% " بينما الإجابة بـ " تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا 6% " بتكرار قدره 3 مفردات، وبالنسبة للفئة العمرية من 41 الى 50 سنة نلاحظ أن نسبة الإجابة بـ " الرفع من جودة الخدمات 24% " بتكرار قدره 12 مفردة، والإجابة بـ " أريحية العمال 6% " بتكرار قدره 3 مفردات، و 0% من الإجابات بـ " تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا" ، وبالنسبة للفئة العمرية 51 سنة فما فوق 8% من الإجابات الفئة " الرفع من جودة الخدمات " و 2% أريحية للعمال "و" 0% تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا."

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن كل الفئات العمرية للمبحوثين تتفق على أن طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال من اجل تحسين خدماتها الفندقية والسياحية المقدمة للزبائن، وبالتالي يمكن القول أنه لا توجد علاقة بين متغير العمر وبنء : طبيعة المؤسسة وسبب حاجتها الى الاتصال الداخلي. أي أن عامل السن لا يؤثر على توجهات واء المبحوثين حول سبب حاجة المؤسسة الى الاتصال الداخلي الفعال وما يتناسب مع طبيعتها

الجدول رقم (32): وضع العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والبند: هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟

المجموع	هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟		التكرار	النسبة %	
	لا	نعم			
2	0	2	التكرار	ابتدائي	المستوى التعليمي
4,0%	0,0%	4,0%	النسبة %		
4	0	4	التكرار	متوسط	
8,0%	0,0%	8,0%	النسبة %		
4	0	4	التكرار	ثانوي	
8,0%	0,0%	8,0%	النسبة %		
31	1	30	التكرار	جامعي	
62,0%	2,0%	60,0%	النسبة %		

9	2	7	التكرار	دراسات
18,0%	4,0%	14,0%	النسبة %	عليا
50	3	47	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه أن فئة المبحوثين من المستوى الابتدائي كانت إجاباتهم بـ "نعم" بنسبة 4% وتكرار قدره 2 مفردتين، ولا توجد أي اجابة بـ "لا" لهذه الفئة، أما فئة المستوى التعليمي متوسط كانت إجاباتهم بـ "نعم" 8% بتكرار قدره 4 مفردات، و 0% إجابات بـ "لا"، ونفس النسبة لفئة المستوى الثانوي، أما فئة الجامعيين والاكثر تكرارا قدرت نسبة الإجابة بـ "نعم" 60% وذلك بتكرار قدره 30 مفردة، ومفردة واحدة أجابت بـ "لا" بنسبة 2%، أما فئة الدراسات العليا نسبة إجابات المبحوثين بـ "نعم" 14% بتكرار قدره 7 مفردات. نستنتج من ذلك أن كل الفئات التعليمية للمبحوثين تتفق على أن الرئيس الاداري بمؤسسة التسيير السياحي يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار، ويمكن تفسير ذلك بأن المستوى التعليمي لا يؤثر على آراء المبحوثين حول استشارة المدير الاداري للموظفين عند اتخاذ القرارات الإدارية في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

الجدول رقم (33): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والبند: الاتصال الداخلي

المجموع	الاتصال الداخلي يساعد الموظف على				التكرار	النسبة %	
	تعزيز الاحساس بالانتماء	الابداع	تعلم مهارات جديدة	تحسين ادائه			
2	0	0	1	1	التكرار	ابتدائي	المستوى التعليمي
4,0%	0,0%	0,0%	2,0%	2,0%	النسبة %		
4	0	3	0	1	التكرار	متوسط	
8,0%	0,0%	6,0%	0,0%	2,0%	النسبة %		
4	0	3	0	1	التكرار	ثانوي	
8,0%	0,0%	6,0%	0,0%	2,0%	النسبة %		
31	0	8	4	19	التكرار	جامعي	
62,0%	0,0%	16 %	8,0%	38,0%	النسبة %		
9	1	0	0	8	التكرار	دراسات عليا	
18,0%	2,0%	0,0%	0,0%	16,0%	النسبة %		
50	1	14	5	30	التكرار	المجموع	
100,0%	2,0%	28 %	10,0%	60,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه أن عدد المبحوثين الذين أجابوا بـ "تحسين أدائه" من فئة المستوى الابتدائي مفردة واحدة بنسبة 2% والإجابة بـ "تعلم مهارات جديدة" مفردة واحدة بنسبة 2%، و 0% بالنسبة للإجابتين "الإبداع" و "تعزيز الاحساس بالانتماء"، أما فئة المتوسط كانت الإجابة بـ "تحسين أدائه" 2% بتكرار قدره مفردة واحدة، والإجابة بـ "تعلم مهارات جديدة" 0%، اما الإجابة بـ "الابداع" 6% بتكرار قدره 3 مفردات و 0% من الإجابات بـ تعزيز الاحساس بالانتماء"، وبالنسبة لفئة الثانوي قدرت نسبة الاجابة بـ "تحسين

أدائه 2% " والإبداع 6% بينما الإجابات ب " تعلم مهارات جديدة " و "تعزيز الاحساس بالانتماء 0%"، أما فئة الجامعيين قدرت نسبة إجابتهم ب " تحسين أدائه 38%" ، وبتكرار قدره 19 مفردة و 8% الإجابة ب " تعلم مهارات جديدة " بتكرار قدره 4 مفردات، بينما الإجابة ب" الإبداع " 16% " والإجابة ب " تعزيز الاحساس بالانتماء 0%"، أما فئة الدراسات العليا قدرت نسبة الإجابات ب " تحسين أدائه 16% " و "تعزيز الإحساس بالانتماء 2% " ، أما " الإبداع " و "تعلم مهارات جديدة.. 0%"

نستنتج من هذه المعطيات أن فئة الابتدائي ترى أن الاتصال الداخلي الفعال في المؤسسة يساعد على تحسين أداء الموظف بالإضافة الى تعلم مهارات جديدة في العمل، بينما المبحوثين من فئتي المتوسط والثانوي يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على الإبداع بالدرجة الاولى أما فئة الجامعيين والدراسات العليا يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على تحسين ادائه العام في المؤسسة، ويمكن تفسير ذلك بأن الفئات التعليمية المختلفة للمبحوثين تختلف في وجهة النظر حسب مستوياتها التعليمية المستويات الأدنى تستفيد من الاتصال الداخلي الفعال من خلال الإبداع وتنمية المهارات اكثر بينما الفئات الجامعية والدراسات العليا تستفيد من خلال تحسين الاداء العام للعمل في المؤسسة.

الجدول رقم (34): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والبند: طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

المجموع	طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال					
	تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا	اريفية العمال	لرفع من جودة الخدمات			
2	1	1	0	التكرار	ابتدائي	المستوى التعليمي
4,0%	2,0%	2,0%	0,0%	النسبة %		
4	1	3	0	التكرار	متوسط	
8,0%	2,0%	6,0%	0,0%	النسبة %		
4	0	0	4	التكرار	ثانوي	
8,0%	0,0%	0,0%	8,0%	النسبة %		
31	1	2	28	التكرار	جامعي	
62,0%	2,0%	4,0%	56,0%	النسبة %		
9	1	0	8	التكرار	دراسات عليا	
18,0%	2,0%	0,0%	16,0%	النسبة %		
50	4	6	40	التكرار	المجموع	
100,0%	8,0%	12,0%	80,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه أن فئة المستوى الابتدائي أجابوا بـ "أريحية العمال" و "تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا"، بنسبة 2% و 0% من الإجابات بـ "الرفع من جودة الخدمات" أما فئة المتوسط قدرت نسبة الإجابة بـ "أريحية العمال" 6% و "تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا" 2% و "0% من الإجابات بـ "الرفع من جودة الخدمات"، وبالنسبة لفئة الثانوي قدرت نسبة الإجابة بـ "الرفع من جودة الخدمات" 8% و "الإجابة بـ "أريحية العمال" و "تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا" 0% ، وبالنسبة لفئة الجامعيين نلاحظ أن نسبة الإجابة بـ "الرفع من جودة الخدمات" 56% و "أريحية العمال" 4% ، و "تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا" 2% ، وبالنسبة لفئة الدراسات العليا قدرت نسبة الإجابة بـ "الرفع من جودة الخدمات" 16% و "الإجابة بـ "أريحية للعمال" 0%.

نستنتج من ما سبق أنه يوجد اختلاف في وجهة نظر المبحوثين حول حاجة المؤسسة الى اتصال داخلي وفعال حسب طبيعتها، حيث أن فئة الابتدائي والمتوسط ترى أن المؤسسة تحتاج الى الاتصال الفعال من أجل تحقيق اريحية العمال وتحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا بينما الفئات التعليمية الثانوي والجامعي والدراسات العليا ترى أن حاجة المؤسسة الى اتصال فعال من أجل الرفع من جودة الخدمات العامة التي تقدمها المؤسسة بما في ذلك الخدمات الفندقية، ولعل هذا الاختلاف راجع الى اختلاف بعد النظر الذي يتميز به العامل ذو كفاءة علمية عن العامل او الموظف الاقل كفاءة وبالتالي يمكن القول أن عامل المستوى التعليمي يؤثر على اراء المبحوثين حول حاجة المؤسسة الى الاتصال الداخلي الفعال.

الجدول رقم (35): يوضح العلاقة بين متغير المهنة والبند: هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟

المجموع	هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟		التكرار	النسبة %	عامل مهني	نوع
	لا	نعم				
13	0	13	التكرار		عامل مهني	
26,0%	0,0%	26,0%	النسبة %			
1	0	1	التكرار		رئيس فرع	
2,0%	0,0%	2,0%	النسبة %			
14	0	14	التكرار		عون اداري	نوع
28,0%	0,0%	28,0%	النسبة %			
7	1	6	التكرار		رئيس مصلحة	
14,0%	2,0%	12,0%	النسبة %			
15	2	13	التكرار		إطار	
30,0%	4,0%	26,0%	النسبة %			
50	3	47	التكرار		المجموع	
100,0%	6,0%	94,0%	النسبة %			

نلاحظ من خلال الجدول المركب اعلاه أن نسبة الإجابة بـ "نعم" لفئة العمال المهنيين على البند هل يستشير الرئيس الاداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟ 26% ، وفئة رئيس فرع قدرة نسبة الاجابة بـ "نعم" 2% ، أما فئة الأعوان الإداريين قدرت نسبة الإجابة بـ "نعم"

28%، وفئة رؤساء المصالح 12% أما الأطارات فقدرت نسبة إجاباتهم بـ "نعم" 26%، أما الإجابة بـ "لا" انعدمت في كل من الفئات عامل مهني ورئيس فرع وعون إداري وكانت بنسبة 2% و 4% على التوالي لكل من الفئتين رئيس مصلحة وإطار.

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين من كل المستويات المهنية في مؤسسة التسيير السياحي بگرداية يتفقون على أن الرئيس الإداري يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار وبالتالي يمكن القول إن عامل المستوى الوظيفي لا يؤثر على رأي المبحوثين حول استشارة الرئيس الإداري للقائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار .

الجدول رقم (36): يوضح العلاقة بين متغير المستوى المهني والبند: حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال

المجموع	حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال				
	لا	نعم			
13	2	11	التكرار	عامل مهني	المستوى المهني
26,0%	4,0%	22,0%	النسبة %		
1	0	1	التكرار	رئيس فرع	
2,0%	0,0%	2,0%	النسبة %		
14	2	12	التكرار	عون إداري	
28,0%	4,0%	24,0%	النسبة %		
7	2	5	التكرار	رئيس مصلحة	
14,0%	4,0%	10,0%	النسبة %		
15	4	11	التكرار	إطار	
30,0%	8,0%	22,0%	النسبة %		
50	10	40	التكرار	المجموع	
100,0%	20,0%	80,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن نسبة الإجابة بنعم على البند: حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال لفئة العمال المهنيين 22% ورئيس فرع 2% وفئة المستوى المهني عون إداري 24% ، وبالنسبة لفئة رؤساء المصالح 10% من الإجابات بـ "نعم" وفئة الأطارات 22%، أما نسبة الإجابة بـ "لا" إجمالاً لكل المستويات الوظيفية قدرت بـ 20% ، تمثل منها 4% لكل من المستويات عامل مهني وعون إداري ورئيس مصلحة وإطار، و 0% من الإجابات بـ "لا" بالنسبة لمستوى رئيس فرع.

نستنتج من ذلك أن كل المستويات الوظيفية لعينة الدراسة يتفقون على أنه يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال، وبالتالي يمكن القول إن عامل المستوى المهني لا يؤثر على وجهة نظر المبحوثين حول علاقة الرقابة الإدارية بالاتصال الداخلي.

الجدول رقم (37): يوضح العلاقة بين متغير المستوى المهني والبند: الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

المجموع	الاتصال الداخلي يساعد الموظف على
---------	----------------------------------

	تحسين أدائه	تعلم مهارات جديدة	الإبداع	تعزيز الاحساس بالانتماء			
المهنة	التكرار	7	1	5	0	13	عامل مهني
	النسبة %	14,0%	2,0%	10,0%	0,0%	26,0%	
	التكرار	1	0	0	0	1	رئيس فرع
	النسبة %	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	
	التكرار	9	0	5	0	14	عون إداري
	النسبة %	18,0%	0,0%	10,0%	0,0%	28,0%	
	التكرار	4	1	2	0	7	رئيس مصلحة
	النسبة %	8,0%	2,0%	4,0%	0,0%	14,0%	
	التكرار	9	3	2	1	15	إطار
	النسبة %	18,0%	6,0%	4,0%	2,0%	30,0%	
التكرار	30	5	14	1	50	المجموع	
النسبة %	60,0%	10,0%	28,0%	2,0%	100,0%		

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن نسبة الاجابة بـ " تحسين أدائه " لفئة العمال المهنيين 14% ورئيس فرع 2% ثم فئة المستوى الوظيفي عون إداري بنسبة 18% ، أما رؤساء المصالح نسبة اجابتهم بـ " تحسين أدائه " قدرت بـ 8% ، واطارات المؤسسة 18% ، وبالنسبة للإجابة بـ " تعلم مهارات جديدة " كانت لفئة العمال المهنيين 2% ورئيس فرع مع الأعوان الإداريين 0% ، ثم رؤساء المصالح بنسبة 2% والإطارات 6% ، أما بالنسبة للإجابة بـ "الإبداع 10% "نسبة إجابات العمال المهنيين، و نفس النسبة للأعوان الإداريين، و 4% لكل من فئة رؤساء المصالح والإطارات و 0% لمستوى رئيس فرع،

نستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين بمختلف مستوياتهم الوظيفية يتفقون على أن الاتصال الداخلي يساعد الموظف على تحسين ذاته بالدرجة الأولى، ويمكن تفسير ذلك بأن عامل المستوى الوظيفي لا يؤثر على آراء المبحوثين حول مساعدة الاتصال الداخلي للموظف. **الجدول رقم (38): يوضح العلاقة بين متغير المستوى المهني والبند: الاتصال الداخلي يساعد الموظف على**

المجموع	الاتصال الداخلي يساعد الموظف على					
	تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا	أريحية العمال	لرفع من جودة الخدمات			
المهنة	التكرار	8	4	1	13	عامل مهني
	النسبة %	16,0%	8,0%	2,0%	26,0%	
	التكرار	1	0	0	1	رئيس فرع
	النسبة %	2,0%	0,0%	0,0%	2,0%	
	التكرار	11	2	1	14	عون إداري
	النسبة %	22,0%	4,0%	2,0%	28,0%	
	التكرار	6	0	1	7	رئيس مصلحة
	النسبة %	12,0%	0,0%	2,0%	14,0%	

15	1	0	14	التكرار	إطار
30,0%	2,0%	0,0%	28,0%	النسبة %	
50	4	6	40	التكرار	المجموع
100,0%	8,0%	12,0%	80,0%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول المركب اعلاه أن نسبة اجابة العاملين المهنيين بـ " الرفع من جودة الخدمات 16% و رئيس فرع 2% وفئة عون إداري 22% ، بينما فئة المستوى الوظيفي رئيس مصلحة 12% ومستوى اطار في المؤسسة 28% ، أما الإجابة بـ " اريحية العمال "كأنت لفئة المستوى عامل المهني 8% و 0%رئيس فرع و 4%نسبة إجابات الاعوان الإداريين و 0% لكل من رؤساء المصالح والإطارات، وبالنسبة للإجابة بـ " تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا 2% "نسبة إجابات فئة المستوى عامل مهني و 0%رئيس فرع و 2%لكل من فئات المستوى الوظيفي : عون إداري ورئيس مصلحة وإطار.

نستنتج من ذلك أن كل الفئات الوظيفية لعينة الدراسة تتفق على أن الاتصال الداخلي يساعد الموظف على الرفع من جودة الخدمات، وبالتالي يمكن القول أن عامل المستوى الوظيفي لا يؤثر على آراء المبحوثين حول الاتصال الداخلي وعلاقته بمساعدة الموظف داخل مؤسسة التسيير السياحي بقرطاجنة

الجدول رقم (39): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند: هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟

المجموع	هل يستشير الرئيس الإداري القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟		التكرار	أقل من 5 سنوات	النسبة %
	لا	نعم			
13	1	12	التكرار	أقل من 5 سنوات	النسبة %
26,0%	2,0%	24,0%	التكرار	6-10 سنوات	النسبة %
31	2	29	التكرار	11 سنة	النسبة %
62,0%	4,0%	58,0%	التكرار	فما فوق	النسبة %
6	0	6	التكرار	المجموع	النسبة %
12,0%	0,0%	12,0%	التكرار		
50	3	47	التكرار		
100,0%	6,0%	94,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المركب المبين اعلاه أن نسبة الإجابة بـ " نعم "لفئة الخبرة المهنية اقل من 5 سنوات 24% ، والفئة 6 الى 10 سنوات 58% أما فئة الخبرة 11 سنة فما فوق 12% ، وبالنسبة للإجابة بـ " لا "نلاحظ أن فئة الخبرة المهنية اقل من 5 سنوات قدرت نسبة إجابتها بـ 2%والفئة من 6 الى 10 سنوات 4% و 11سنة فما فوق. 0% نستنتج من ذلك أن كل فئات الخبرة من المبحوثين يتفقون على أن الرئيس الاداري للمؤسسة يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار، وبالتالي يمكن القول أن عامل الخبرة ليس له تأثير على مدى تقييم استشارة الرئيس الإداري للقائمين بالاتصال داخل المؤسسة.

الجدول رقم (40): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند: حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال

المجموع	حسب رأيك هل يمكن أن تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال		التكرار	اقل من 5 سنوات	النسبة %
	لا	نعم			
13	2	11	التكرار	5	النسبة %
26,0%	4,0%	22,0%	النسبة %	10-6 سنوات	التكرار
31	6	25	التكرار	11 سنة فما فوق	النسبة %
62,0%	12,0%	50,0%	النسبة %	المجموع	التكرار
6	2	4	التكرار		النسبة %
12,0%	4,0%	8,0%	النسبة %		
50	10	40	التكرار		
100,0%	20,0%	80,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المركب أعلاه أن فئة الخبرة المهنية أقل من 5 سنوات قدرت نسبة إجابتها بـ " نعم 22% " وفئة الخبرة من 6 الى 10 سنوات 50% و 11 سنة فما فوق 8% ، أما بالنسبة للإجابات بـ " لا " كانت لفئة أقل من 5 سنوات 4% والفئة 6 الى 10 سنوات خبرة 12% بينما الفئة 11 سنة فما فوق 4%.

نستنتج من ما سبق أن كل فئات الخبرة للموظفين بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية أجابوا بنعم وذلك بنسبة إجابة اجمالية قدرت بـ 80% ، وهو ما يعني أن عامل الخبرة لا يؤثر على آراء وتوجهات المبحوثين حول إمكانية الرقابة الإدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي فعال.

الجدول رقم (41): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند: الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

المجموع	الاتصال الداخلي يساعد الموظف على				التكرار	اقل من 5 سنوات	النسبة %
	تعزيز الاحساس بالانتماء	الإبداع	تعلم مهارات جديدة	تحسين أدائه			
13	0	6	2	5	التكرار	5	النسبة %
26,0%	0,0%	12,0%	4,0%	10,0%	النسبة %	10-6 سنوات	التكرار
31	1	7	2	21	التكرار	11 سنة فما فوق	النسبة %
62,0%	2,0%	14,0%	4,0%	42,0%	النسبة %	المجموع	التكرار
6	0	1	1	4	التكرار		النسبة %
12,0%	0,0%	2,0%	2,0%	8,0%	النسبة %		
50	1	14	5	30	التكرار		
100,0%	2,0%	28,0%	10,0%	60,0%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول المركب أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ " تحسين أدائه " 10% من فئة الخبرة أقل من 5 سنوات و 42% بالنسبة لفئة 6 الى 10 سنوات، والفئة 11 سنة فما فوق. 8% ، وبالنسبة للإجابة بـ " تعلم مهارات جديدة " قدرت نسبة إجابة فئتي الخبرة أقل من 5 سنوات و 6 الى 10 سنوات بـ 4% لكل فئة وفئة 11 سنة فما فوق 2% ، في حين أن نسبة الإجابة بـ " الإبداع " إجمالاً 28% ، تمثل منها نسبة إجابة فئة الخبرة أقل من 5 سنوات 12% والفئة 6 الى 10 سنوات 14% والفئة 11 سنة فما فوق 2% أما الإجابة بـ " تعزيز الاحساس بالانتماء " قدرت بـ 2% لفئة 6 الى 10 سنوات و 0% للفئات الأخرى.

نستنتج من ذلك أن فئة الخبرة أقل من 5 سنوات يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على الإبداع بالدرجة الأولى ثم تحسين أدائه بينما الفئتين 6 الى 10 سنوات و 11 سنة فما فوق يرون أن الاتصال الداخلي الفعال في مؤسسة التسيير السياحي بگرداية تساعد الموظف على تحسين أدائه، يمكن تفسير ذلك بأن فئة الخبرة أقل من 5 سنوات هي الموظفين الجدد في المؤسسة وبالتالي يكون تركيزهم على الإبداع أكثر وتحسين الأداء في المستقبل بينما الفئات الأخرى تمثل الأقدمية وهم الموظفين الذين يهتمون بتحسين الأداء الوظيفي بشكل مستمر.

الجدول رقم (42): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة والبند: طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

المجموع	طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال			التكرار	أقل من 5 سنوات	النسبة %
	تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا	أريحية العمال	لرفع من جودة الخدمات			
13	0	0	13	التكرار	أقل من 5 سنوات	النسبة %
26,0%	0,0%	0,0%	26,0%	النسبة %	أقل من 5 سنوات	النسبة %
31	3	3	25	التكرار	6-10 سنوات	النسبة %
62,0%	6,0%	6,0%	50,0%	النسبة %	6-10 سنوات	النسبة %
6	1	3	2	التكرار	11 سنة فما فوق	النسبة %
12,0%	2,0%	6,0%	4,0%	النسبة %	11 سنة فما فوق	النسبة %
50	4	6	40	التكرار	المجموع	النسبة %
100,0%	8,0%	12,0%	80,0%	النسبة %	المجموع	النسبة %

نلاحظ من خلال ما جاء في الجدول المركب أعلاه أن نسبة إجابة فئة الخبرة أقل من 5 سنوات بـ " الرفع من جودة الخدمات " 26% وفئة الخبرة 6 الى 10 سنوات 50% ، أما الفئة 11 سنة فما فوق 4% ، ونسب الإجابة بـ " أريحية العمال " 0% "فئة اقل من 5 سنوات و 6% لفئتي 6 الى 10 سنوات، و 11 سنة فما فوق، أما بالنسبة للإجابة بـ " تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا " 0% " فئة أقل من 5 سنوات و 6 الى 10 سنوات 6% ، أما 11 سنة فما فوق 2%

نستنتج من هذه المعطيات أن فئتي الخبرة أقل من 5 سنوات و 6 إلى 10 سنوات ترى أن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تحتاج إلى اتصال داخلي فعال من أجل الرفع من جودة الخدمات الفندقية والسياحية المقدمة ، بينما فئة الخبرة 11 سنة فما فوق ترى أن المؤسسة تحتاج إلى الاتصال الداخلي الفعال لضمان العمل بأريحية أكثر في المؤسسة، ويمكن تفسير ذلك بأن الاختلاف في مدة الخبرة والعمل في المؤسسة له دور في وجهة نظر المبحوثين لحاجة المؤسسة للاتصال الداخلي الفعال حيث أن كل ما كانت الأقدمية أكثر يحتاج الموظف إلى العمل بأريحية أكثر.

الجدول رقم (43): يوضح نتائج تحليل اختبار t-test للعينات المستقلة لفحص أثر متغير الجنس على مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

المحور	درجة الحرية	قيمة T	مستوى الدلالة SIG
مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية	48	- 0.77	0.48

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه نتائج اختبار t- test ، حيث تظهر لنا قيمة $T= 0.77$ وقيمة $\text{sig} = 0.48$ وهي اكبر من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0.05 وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية يعزى لمتغير الجنس. ويمكن تفسير ذلك أنه لا يوجد فرق كبير بن الذكور والإناث في رأيهم حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

الجدول رقم (44): يوضح لفحص أثر المتغيرات الشخصية والوظيفية : السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية، على وجهة نظر المبحوثين حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين الخدمة الفندقية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة f المحسوبة	مستوى الدلالة
السن	بين المجموعات	0.37	3	0.12	1.08	0.36
	داخل المجموعات	5.34	46	0.11		
	المجموع	5.72	49			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	1.41	4	0.35	3.68	0.01
	داخل المجموعات	4.31	45	0.09		

			49	46.31	المجموع	
0.86	0.32	0.04	4	0.16	بين المجموعات	المستوى الوظيفي
		0.12	45	5.5	داخل المجموعات	
			49	5.7	المجموع	
0.71	0.34	0.41	2.	0.08	بين المجموعات	الخبرة
		0.12	47	45.76	داخل المجموعات	
			49	46.31	المجموع	

ذات الدلالة الاحصائية أقل من أو يساوي 0.05.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة أقل من أو يساوي 0.05 بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية، تبعاً لمتغير السن، المستوى الوظيفي والخبرة المهنية، حيث قدرت قيمة F المحسوبة لمتغير السن 1.08، والمستوى الوظيفي 0.32، والخبرة المهنية 0.34، ومستوى الدلالة 0.36، 0.86، 0.71 على التوالي وهي غير دالة إحصائياً. وذلك باستثناء متغير المستوى التعليمي حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة أقل من أو يساوي 0.05 بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث قدرت قيمة f المحسوبة 3.68 ومستوى الدلالة 0.01 وهي أقل من 0.05 أي أنها دالة إحصائياً.

ويمكن تفسير ذلك بأن عوامل السن والخبرة المهنية والمستوى الوظيفي لا تؤثر على آراء عينة أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين الجودة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية، باستثناء عامل المستوى التعليمي الذي له تأثير على آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

1- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

التساؤل الأول: كيف يتم الاتصال الداخلي لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟
من خلال النتائج المتحصل عليها من المحور الأول والمتعلق بواقع الاتصال الداخلي في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية، توصلنا إلى أن الاتصال الداخلي للمؤسسة يجري في كل الاتجاهات الصاعدة والنازلة والافقية، حيث تستخدم المؤسسة مختلف الوسائل الاتصالية، والتي بدورها ساهمت في تنقل المعلومات بكل وضوح ودقة بين الموظفين، حيث أن الرسائل الاتصالية الداخلية بالمؤسسة تصل بكل وضوح لكل الموظفين.

التساؤل الثاني: كيف يمكن أن تؤثر وسائل الاتصال الحديثة على تحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟

من خلال النتائج المتحصل عليها من المحور الثاني والمتعلق بوسائل الاتصال الداخلي وعلاقتها بجودة الخدمة الفندقية توصلنا إلى أن المكاتب الإدارية للمؤسسة مزودة بكل الوسائل الاتصالية الحديثة بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر وشبكة الأنترنت وتوفر البريد الإلكتروني للعمال في المؤسسة وهو ما ساهم في زيادة فعالية الاتصال الداخلي الذي يؤدي إلى تحسين أداء العاملين وتحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

التساؤل الثالث: ما مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية؟

من خلال النتائج المتحصل عليها من المحور الثالث من الاستبيان والمتعلق بمدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية توصلنا إلى أن الاتصال الداخلي الفعال يساهم في تحسين الأداء الوظيفي للعمال داخل المؤسسة والذي بدوره يرفع من جودة الخدمات الفندقية المقدمة لزبائن المؤسسة وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة .

2- النتائج العامة للدراسة

نتائج الدراسة الميدانية: بعد تحليلنا وتفسيرنا لنتائج الدراسة الميدانية، تم التوصل للنتائج التالية:

بينت الدراسة أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن المؤسسة محل الدراسة تعتمد مخططا تنظيمي وواضح في ادارة المؤسسة وذلك بنسبة 88%
أثبتت الدراسة أن كل أنواع الاتصال الداخلي تتوفر في المؤسسة محل الدراسة، حيث أن الاتصال الداخلي الرسمي وغير الرسمي يجري في كل الاتجاهات بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

- ✚ أظهرت الدراسة أن كل المبحوثين يستخدمون كل وسائل الاتصال المتاحة في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.
- ✚ يتفق غالبية المبحوثين على أن المعلومات تنتقل إليهم بكل وضوح ودقة في المؤسسة محل الدراسة، بنسبة 90%
- ✚ يرى غالبية المبحوثين أن الوسائل الاتصالية المستعملة في مؤسسة التسيير السي نستنتج من خلال هذه المعطيات أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن الرسائل الاتصالية الداخلية للمؤسسة تصلهم بكل وضوح ودقة وذلك بنسبة 92%
- ✚ بينت الدراسة أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن الرسائل الاتصالية الداخلية للمؤسسة تصلهم بكل وضوح ودقة وذلك بنسبة 92% ،
- ✚ أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين يمتلكون جهاز حاسوب في اماكن عملهم 86%
- ✚ اثبتت الدراسة أن % 50 من المبحوثين يوافقون على أن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تتوفر على شبكات اتصال حديثة وسريعة في المؤسسة.
- ✚ يمتلك غالبية المبحوثين بريد إلكتروني خاص بالمؤسسة يتم التواصل معهم داخليا عن طريقه.
- ✚ أثبتت الدراسة أن غالبية المبحوثين يتقنون اللغات الاجنبية بنسبة 84%
- ✚ يوافق غالبية المبحوثين على أن الرئيس الإداري يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار، وذلك بنسبة 94%
- ✚ يرى غالبية المبحوثين أنه يمكن أن تكون هناك رقابة إدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال، بنسبة 80%
- ✚ أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على تحسين أدائه وذلك بنسبة 60%
- ✚ يرى غالبية المبحوثين أن طبيعة المؤسسة يجعلها تحتاج الى اتصال داخلي فعال من أجل للرفع من جودة الخدمات الفندقية المقدمة 80%
- ✚ بينت الدراسة أن كلا الجنسين من افراد عينة الدراسة يوافقون على أن الرئيس الإداري في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار.
- ✚ بينت الدراسة أن كلا الجنسين من افراد عينة الدراسة يتفقون على أن طبيعة مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال من أجل الرفع من جودة الخدمات الفندقية المقدمة.
- ✚ أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين بكل الفئات العمرية يتفقون على أن الرئيس الإداري يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار .
- ✚ بينت الدراسة أن كل الفئات العمرية للمبحوثين تتفق أن أكثر فائدة يحققها الاتصال الداخلي الفعال للموظف في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية هي تحسين أدائه الوظيفي.
- ✚ بينت الدراسة أن كل الفئات العمرية للمبحوثين تتفق على أن طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال من أجل تحسين خدماتها الفندقية والسياحية المقدمة للزبائن
- ✚ تتفق كل الفئات التعليمية للمبحوثين على أن الرئيس الإداري بمؤسسة التسيير السياحي يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار.

- أظهرت الدراسة أن فئة المستوى الابتدائي ترى أن الاتصال الداخلي الفعال في المؤسسة يساعد على تحسين أداء الموظف بالإضافة الى تعلم مهارات جديدة في العمل.
- ترى فئتي المستوى المتوسط والثانوي أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على الإبداع.
- أظهرت الدراسة أن فئة الجامعيين والدراسات العليا يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على تحسين أدائه العام في المؤسسة.
- بينت الدراسة أنه يوجد اختلاف في وجهة نظر المبحوثين حول حاجة المؤسسة الى اتصال داخلي وفعال حسب طبيعتها، حيث أن فئة الابتدائي والمتوسط ترى أن المؤسسة تحتاج الى الاتصال الفعال من اجل تحقيق اريحية العمال وتحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا بينما الفئات التعليمية الثانوي والجامعي والدراسات العليا ترى أن حاجة المؤسسة الى اتصال فعال من اجل الرفع من جودة الخدمات العامة التي تقدمها المؤسسة بما في ذلك الخدمات الفندقية.
- اظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين من كل المستويات المهنية في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية يتفقون على أن الرئيس الإداري يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار.
- أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين بمختلف مستوياتهم الوظيفية يتفقون على أن الاتصال الداخلي يساعد الموظف على تحسين أدائه.
- بينت الدراسة أن كل الفئات الوظيفية لعينة الدراسة تتفق على أن الاتصال الداخلي يساعد الموظف على الرفع من جودة الخدمات.
- بينت الدراسة أن كل فئات الخبرة من المبحوثين يتفقون على أن الرئيس الإداري للمؤسسة يستشير القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار.
- لا يؤثر عامل الخبرة على آراء وتوجهات المبحوثين حول إمكانية الرقابة الإدارية دون اللجوء الى اتصال داخلي فعال.
- بينت الدراسة أن فئة الخبرة أقل من 5 سنوات يرون أن الاتصال الداخلي الفعال يساعد الموظف على الإبداع، بينما الفئتين 6 الى 10 سنوات و 11 سنة فما فوق يرون أن الاتصال الداخلي الفعال في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تساعد الموظف على تحسين أدائه.
- أظهرت الدراسة أن فئتي الخبرة اقل من 5 سنوات و 6 الى 10 سنوات ترى أن مؤسسة التسيير السياحي بغرداية تحتاج الى اتصال داخلي فعال من اجل الرفع من جودة الخدمات الفندقية والسياحية المقدمة.
- ترى فئة الخبرة 11 سنة فما فوق أن المؤسسة تحتاج الى الاتصال الداخلي الفعال لضمان العمل بأريحية أكثر في المؤسسة.
- اثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية يعزى لمتغير الجنس.
- اثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة اقل من أو يساوي 0.05 بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في

تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية، تبعا لمتغير السن، المستوى الوظيفي والخبرة المهنية.

أظهرت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة أقل من أو يساوي 0.05 بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الخاتمة

الخاتمة:

يساهم الاتصال الداخلي في تطوير المؤسسة وذلك من خلال ما يوفره من انتاج وتوفير المعلومات لإنجاز العمل داخل المؤسسة وذلك ما يقدمه في تحقيق الانسجام داخل محيط العمل. كما يمثل الاتصال الداخلي العامل الرئيسي للموظف وذلك من خلال المشاركة بين موظفين لكونه يساعد على التحفيز وينسق بين مختلف المستويات الادارية لتحقيق اهداف المؤسسة ولقد جاءت الدراسة الحالية كمحاولة للتعرف على دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية بمؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

ومن خلال الدراسة الميدانية التي أجريت في مؤسسة التسيير السياحي بغرداية توصلنا الى نتائج التالية:

الاتصال الداخلي للمؤسسة يجري في كل الاتجاهات الصاعدة والنازلة والأفقية , حيث تستخدم المؤسسة مختلف الوسائل الاتصالية والتي بدورها ساهمت في تنقل المعلومات بكل وضوح ودقة بين الموظفين حيث أن الرسائل الاتصالية الداخلية بالمؤسسة تصل بكل وضوح لكل الموظفين.

المكاتب الإدارية للمؤسسة مزودة بكل الوسائل الاتصالية الحديثة بما في ذلك اجهزة الكمبيوتر وشبكة الأنترنت وتوفر البريد الإلكتروني للعمال في المؤسسة وهو ما ساهم في زيادة فعالية الاتصال الداخلي الذي يؤدي الى تحسين أداء العاملين وتحسين جودة الخدمة الفندقية لدى مؤسسة التسيير السياحي بغرداية.

الاتصال الداخلي الفعال يساهم في تحسين الأداء الوظيفي للعمال داخل المؤسسة والذي بدوره يرفع من جودة الخدمات الفندقية المقدمة لزبائن المؤسسة وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

قائمة

١

١١

قائمة المراجع:

أولاً: المعاجم والقواميس

- 1- ابي اسماعيل نصر بن حماد الجوهري, الصحاح, ط, 1 دار الطبع للنشر والتوزيع, د.س.}
- 2- الدخيل عبد العزيز عبد الله, معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية, دار المناهج للنشر والتوزيع, عمان. 2013
- 3- الفيروز الابدادي اليعقوبي مجد الدين, قاموس المحيط, دار الحديث للطبع والنشر والتوزيع. 2008-1429,

ثانياً: الكتب والمؤلفات العربية

- 1- محمود طلعت منال, مدخل الى علم الاتصال, جامعة الاسكندرية مصر. 2022,
- 2- مشاقبة بسام عبد الرحمن, نظريات الاتصال, دار اسامة للنشر والتوزيع, الاردن- عمان 2015,

- 3- ربحي مصطفى عليان, البحث العلمي, أسسه, مناهجه, أساليبه, إجراءاته, جامعة البلقاء التطبيقية, الأردن. 2001,

ثالثاً: الرسائل والمذكرات الجامعية

- 1- بوزة باية, الاتصال الداخلي ودوره في تحسين انتاجية اليد العاملة دراسة وصفية للمؤسسة الوطنية للصناعة الكهرومنزلية انيام جامعة الجزائر كلية علوم الاعلام والاتصال قسم الاتصال 2011/2012
- 2- برايكوفيتش ايفا, تأثير الاتصال الداخلي على رضا الموظفين في صناعة الضيافة كلية الاقتصاد والأعمال جامعة سيفييث, رسالة دكتوراه. 2021,
- 3- بودويرة ياسمين, بوزرديوم مريم, الاتصال الداخلي ودوره في تحسين الاداء الوظيفي لدى العمال دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي- الميلة جامعة محمد الصديق بن يحي- جيجل مذكرة لنيل شهادة الماستر. 2016/2017
- 4- بوكلتوم نعيمة, قسم علوم التسيير تخصص تسيير عمومي بعنوان الاتصال الداخلي ودوره في عملية التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة البناء المعدني البليدة السنة الجامعية, مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير. 2008/2009,
- 5- شيغوب فاطمة الزهراء, دور الاتصال التسويقي في تحسين جودة الخدمة الفندقية على فندقي النخيل والزيان, مذكرة لنيل شهادة الماستر, بسكرة. 2016/2017,

رابعاً: المقالات

- 1- بدوي محمد طه, منهج في علم السياسة, المكتب الجامعي الحديث, د, ط, {الاسكندرية.
- 2- بشاني رانية, دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي مجلة القبس للدراسات النفسية والاجتماعية, العدد, {, 04, د, ج {الجزائر- تيزي وزو} د, س.}
- 3- بلقاضي امين, لاتصال الداخلي في المؤسسة, مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية, المجلد, 02 العدد. 2014, 03,
- 4- جبا الله حكيم, نظريات التنظيم, مطبوعات محاضرات وحدة التنظيم, كلية علوم الاعلام والاتصال, قسم الاتصال, جامعة الجزائر 2019/2020,

- 5- جمال شنة, عيسى جمال, جودة الخدمات الفندقية كمدخل لتحقيق رضا العميل دراسة حالة فنادق تسميسيلت, المجلد, 06 العدد, 01 الجزائر}. د.س.
- 6- خبيزي سامية, , مكانة الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسة الجزائرية, دراسة في ديوان مؤسسات الشباب وماحقته, تسميسيلت, مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية, العدد 01, 2020.
- 7- خلوط جهاد, شنشونة محمد, اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية, مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية, ع. 12, 623
- 8- دروم احمد, بلقاسم العالي, اثر الاتصال الداخلي على بناء القيم الثقافية في المؤسسة, الجلفة, 2018.
- 9- ذبحاني مشلح, انواع العينات في مجتمع البحث, جامعة الملك سعود, {د,ج}, {د,س},
- 10- السوفي ام الخير, مقراني الهاشمي, وسائل الاتصال الحديثة ودورها في تفعيل الاتصال الداخلي في المؤسسات الجزائرية.
- 11- العابد صليحة, دور الاتصال الداخلي بالجامعة في التحسين بأهمية ضمان الجودة في التكوين دراسة استطلاعية في جامعة الامير عبد القادر كلية للعلوم الانسانية, مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية, العدد, {د,س} 22.
- 12- عمارية عبد الحكيم, تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحتمية التحول الالكتروني للمؤسسات, مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية, العدد, 35, 2018
- 13- هيبية طوال, طوير لخضر, واقع الخدمة الفندقية في ولاية الجلفة, دراسة استطلاعية لفنقي الامير والنايلي, مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية, العدد, 02, 2018 الجزائر.
- 14- يحياوي الهام, بوحديد ليلي, قويم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها دراسة حالة, مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية, العدد, {د,س} 04.

سادسا: المواقع الأجنبية

- 1- Djouad omer belkhaair Le rol de la communication marketing dans lrs entprise de service ;etude de cas de lecol de formation isec –tlemcen ;les cahiers du mecas ;v15 ;n2 ;decembre2019
- 2- ET ROY .G RENOUVELLEMENT TEMPROL DUN ECHANTLLON.ANALRS DELINSEE
- 3- Juran .qiality hand book ;20111

الملاحق

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة حول دور الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية، دراسة حالة مؤسسة التسيير السياحي بولاية غرداية وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة في إنجاح هذه الدراسة من خلال الإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم علما أن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نشكر لكم مقدما لجهودكم وحسن تعاونكم.

إشراف الأستاذة:
د. سليمان ليلى

إعداد الطلبة (ة):
بن أودينة ربحة

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2022-2023م

اولا : البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة :

<input type="checkbox"/>	انثى	<input type="checkbox"/>	الجنس: ذكر
<input type="checkbox"/>	2-	<input type="checkbox"/>	السن اقل من 30 سنة
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	31 الى 40 سنة
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	41 الى 50 سنة
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	51 سنة فما فوق
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	ثانوي
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	متوسط
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	ج
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	المستوى التعليمي ابتدائي
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	دراسات عليا
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	المهنة: اطار
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	رئيس مصلحة
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	عون ادراي

رئيس فرع

عامل

الخبرة: اقل من 5 سنوات من 6 سنوات الى 10 11 سنة فما فوق
المحور الاول : واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة .

1 هل يوجد مخطط في مؤسستك ؟ نعم

2 هل عملية الاتصال الداخلي تجري في جميع الاتجاهات ؟

صاعد : من العمال الى المدير

نازل من المدير الى العمال

افقي : بين العمال من نفس المستوى

3 ماهي نوعية الرسائل المستعملة في المؤسسة :

شفهية الكترونية كتابية

4 ماهي الوسائل المستعملة في المؤسسة :

هاتف اعلانات تابلو بريد الكتروني

وسائل اخرى:.....

5 هل تنتقل اليك المعلومات بكل وضوح ودقة ؟ نعم لا

6- هل ترى ان الوسائل المستخدمة في المؤسسة ملائمة لطبيعة عملك؟ نعم لا

7- هل الرسائل الاتصالية تصل اليك بكل وضوح ودقة ؟ نعم لا

8- ماهي الوسيلة التي تراها مناسبة لطبيعة عملك؟

الاتصال الشفهي البريد الالكتروني تقا

وسائل اخرى اذكرها

المحور الثاني : وسائل الاتصال الداخلي الحديثة وعلاقتها بجودة الخدمة الفندقية

1- هل مكاتب الادراية للمؤسسة مزودة بوسائل اتصالية حديثة ؟

نعم لا

2- هل تتوفر المؤسسة على جهاز كمبيوتر خلال اداء لمهامك ؟

نعم

3- هل توجد شبكات اتصال حديثة وسريعة في المؤسسة ؟

نعم لا

4- هل تملك بريد الكتروني خاص بالمؤسسة ؟

نعم

5- هل تتقن اللغات الاتصالية؟

نعم لا

فرنسية

انجليزية

المانية

المحور الثالث : مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية

1 هل يستشير الرئيس الادراي القائمين بالاتصال خلال عملية صنع القرار؟ نعم لا

الملاحق

2 حسب رأيك هل ممكن ان تكون رقابة ادراية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم وفعال؟ نعم
لا

3الاتصال الداخلي يساعد الموظف على :
تحسين ادائه

تعلم مهارات جديدة
الابداع

تعزيز الاحساس بالانتماء

4 طبيعة المؤسسة يجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال وذلك ل:

الرفع من جودة الخدمات

اربحية العمال

تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجي

الملحق رقم: 02 يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية.
أ - توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الجنس :

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	36	72,0	72,0	72,0
أنثى	14	28,0	28,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

ب - توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير السن

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنة من 30 أقل	7	14,0	14,0	14,0
سنة الى 40 من 31	23	46,0	46,0	60,0
سنة الى 50 من 41	15	30,0	30,0	90,0
فوق فما من 51	5	10,0	10,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

ج - توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ابتدائي	2	4,0	4,0	4,0
متوسط	4	8,0	8,0	12,0
ثانوي	4	8,0	8,0	20,0
جامعي	31	62,0	62,0	82,0
عليا دراسات	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

د - توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

المهنة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide مهني عامل	13	26,0	26,0	26,0
فرع رئيس	1	2,0	2,0	28,0
اداري عون	14	28,0	28,0	56,0
مصلحة رئيس	7	14,0	14,0	70,0
اطار	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

و - توزيع مفردات عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية

الخبرة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنوات من 5 اقل	13	26,0	26,0	26,0
سنوات 6-10	31	62,0	62,0	88,0
فوق فما سنة 11	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الملحق رقم: 02 المحور الاول : واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة.

هل يوجد مخطط في مؤسستك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	44	88,0	88,0	88,0
لا	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

\$a3 fréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الرسائل نوعية ماهي	32	45,1%	65,3%
كتابية	21	29,6%	42,9%
شفهية	18	25,4%	36,7%
الكثرونية	18	25,4%	36,7%
Total	71	100,0%	144,9%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

\$a4 fréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الهاتف ^a المستعملة الوسائل ماهي	10	13,9%	20,0%
الإعلانات	27	37,5%	54,0%
التقارير	25	34,7%	50,0%
الإلكتروني البريد	10	13,9%	20,0%
Total	72	100,0%	144,0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

هل تنتقل اليك المعلومة بكل وضوح ودقة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides نعم	45	90,0	90,0	90,0
لا	5	10,0	10,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هل ترى ان الوسائل المستخدمة في المؤسسة ملائمة لطبيعة عملك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides نعم	38	76,0	76,0	76,0
لا	12	24,0	24,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هل الرسائل الاتصالية تصل اليك بكل وضوح ودقة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides نعم	46	92,0	92,0	92,0
لا	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

\$a8 fréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الوسيلة ماهي ^a الشفهي الاتصال	19	33,9%	38,8%
الإلكتروني البريد	17	30,4%	34,7%
التقارير	19	33,9%	38,8%
أذكرها اخرى وسائل	1	1,8%	2,0%
Total	56	100,0%	114,3%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

الملحق رقم : 03 المحور الثاني : وسائل الاتصال الحديثة وعلاقتها بجودة الخدمة الفندقية.

هل المكاتب الإدارية للمؤسسة مزودة بوسائل اتصالية حديثة ؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	25	50,0	50,0	50,0
لا	25	50,0	50,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هل تتوفر المؤسسة على جهاز كمبيوتر خلال أداء لمهامك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	43	86,0	86,0	86,0
لا	7	14,0	14,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هل توجد شبكات اتصال حديثة و سريعة في المؤسسة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	26	52,0	52,0	52,0
لا	24	48,0	48,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هل تملك بريد الكتروني خاص بالمؤسسة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	46	92,0	92,0	92,0
لا	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هل تتقن اللغات الاجنبية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	42	84,0	84,0	84,0
لا	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

اللغات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فرنسية	19	38,0	38,0
	انجليزية	23	46,0	84,0
	بئقن لا	8	16,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

الملحق رقم : 04 المحور الثالث : مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

هل يستشير الرئيس الإداري الفائزين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	47	94,0	94,0
	لا	3	6,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

حسب رأيك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	40	80,0	80,0
	لا	10	20,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ادائه تحسن	30	60,0	60,0
	جددة مهارات تعلم	5	10,0	70,0
	الابداع	14	28,0	98,0
	بالانتماء الاحساس تحريز	1	2,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الخدمات جودة من الرفع	40	80,0	80,0
	العمال ايجابية	6	12,0	92,0
	داخليا المؤسسة صورة تحسن وخارجيا	4	8,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

الملحق رقم : 05 العلاقة بين المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية) وبنود محور مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

الجنس * هل يستشير الرئيس الإداري الفائزين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟

			بالاتصال الفائزين الإداري الرئيس يستشير هل خازل عملية صنع القرار ؟		Total
			نعم	لا	
الجنس	ذكر	Effectif	35	1	36
		% du total	70,0%	2,0%	72,0%
	أنثى	Effectif	12	2	14
		% du total	24,0%	4,0%	28,0%
Total		Effectif	47	3	50
		% du total	94,0%	6,0%	100,0%

الجنس * حسب رأيك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال

			ادارية رقابة تكون ان يمكن هل رأيك حسب دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال		Total
			نعم	لا	
الجنس	ذكر	Effectif	30	6	36
		% du total	60,0%	12,0%	72,0%
	أنثى	Effectif	10	4	14
		% du total	20,0%	8,0%	28,0%
Total		Effectif	40	10	50
		% du total	80,0%	20,0%	100,0%

الجنس * الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

			على الموظف يساعد الداخلي الاتصال				Total
			ادائه تحسين	جديدة مهارات تعلم	الابداع	الاحساس تعزيز بالانتماء	
الجنس	ذكر	Effectif	22	4	10	0	36
		% du total	44,0%	8,0%	20,0%	0,0%	72,0%
	أنثى	Effectif	8	1	4	1	14
		% du total	16,0%	2,0%	8,0%	2,0%	28,0%
Total		Effectif	30	5	14	1	50
		% du total	60,0%	10,0%	28,0%	2,0%	100,0%

الجنس * طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال Tableau croisé

	وفعال داخلي اتصال الى تحتاج تجعلها المؤسسة طبيعة			Total	
	جودة من للرفع الخدمات	العمال اربحية	صورة تحسين المؤسسة داخليا وخارجيا		
الجنس ذكر	Effectif	29	3	4	36
	% du total	58,0%	6,0%	8,0%	72,0%
الجنس أنثى	Effectif	11	3	0	14
	% du total	22,0%	6,0%	0,0%	28,0%
Total	Effectif	40	6	4	50
	% du total	80,0%	12,0%	8,0%	100,0%

السن * هل يستشير الرئيس الإداري القائم بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟ Tableau croisé

	بالاتصال القائم الإداري الرئيس يستشير هل خادل عملية صنع القرار ؟		Total	
	نعم	لا		
السن سنة من 30 اقل	Effectif	7	0	7
	% du total	14,0%	0,0%	14,0%
السن سنة الى 40 من 31	Effectif	20	3	23
	% du total	40,0%	6,0%	46,0%
السن سنة الى 50 من 41	Effectif	15	0	15
	% du total	30,0%	0,0%	30,0%
السن فوق 51	Effectif	5	0	5
	% du total	10,0%	0,0%	10,0%
Total	Effectif	47	3	50
	% du total	94,0%	6,0%	100,0%

السن * حسب رأيك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال Tableau croisé

	ادارية رقابة تكون ان يمكن هل رأيك حسب دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال		Total	
	نعم	لا		
السن سنة من 30 اقل	Effectif	4	3	7
	% du total	8,0%	6,0%	14,0%
السن سنة الى 40 من 31	Effectif	17	6	23
	% du total	34,0%	12,0%	46,0%
السن سنة الى 50 من 41	Effectif	14	1	15
	% du total	28,0%	2,0%	30,0%
السن فوق 51	Effectif	5	0	5
	% du total	10,0%	0,0%	10,0%
Total	Effectif	40	10	50
	% du total	80,0%	20,0%	100,0%

السن * الاتصال الداخلي يساعد الموظف على Tableau croisé

		على الموظف يساعد الداخلي الاتصال				Total	
		ادائه تحسين	جديدة مهارات تعلم	الابداع	الاحساس تعزيز بالانتماء		
السن	سنة من 30 اقل	Effectif	3	3	1	0	7
		% du total	6,0%	6,0%	2,0%	0,0%	14,0%
	سنة الى 40 من 31	Effectif	14	1	7	1	23
		% du total	28,0%	2,0%	14,0%	2,0%	46,0%
	سنة الى 50 من 41	Effectif	9	0	6	0	15
		% du total	18,0%	0,0%	12,0%	0,0%	30,0%
	فوق فما من 51	Effectif	4	1	0	0	5
		% du total	8,0%	2,0%	0,0%	0,0%	10,0%
Total		Effectif	30	5	14	1	50
		% du total	60,0%	10,0%	28,0%	2,0%	100,0%

السن * طبيعة المؤسسة نجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال Tableau croisé

		وفعال داخلي اتصال الى تحتاج نجعلها المؤسسة طبيعة			Total	
		جودة من الرفع الخدمات	العمال ايجابية	صورة تحسين المؤسسة داخليا وخارجيا		
السن	سنة من 30 اقل	Effectif	5	1	1	7
		% du total	10,0%	2,0%	2,0%	14,0%
	سنة الى 40 من 31	Effectif	19	1	3	23
		% du total	38,0%	2,0%	6,0%	46,0%
	سنة الى 50 من 41	Effectif	12	3	0	15
		% du total	24,0%	6,0%	0,0%	30,0%
	فوق فما من 51	Effectif	4	1	0	5
		% du total	8,0%	2,0%	0,0%	10,0%
Total		Effectif	40	6	4	50
		% du total	80,0%	12,0%	8,0%	100,0%

المستوى التعليمي * هل يستشير الرئيس الإداري الفاعلين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟ Tableau croisé

		بالاتصال الفاعلين الإداري الرئيس يستشير هل خلال عملية صنع القرار ؟		Total	
		نعم	لا		
التعليمي المستوى	ابتدائي	Effectif	2	0	2
		% du total	4,0%	0,0%	4,0%
	متوسط	Effectif	4	0	4
		% du total	8,0%	0,0%	8,0%
	ثانوي	Effectif	4	0	4
		% du total	8,0%	0,0%	8,0%
	جامعي	Effectif	30	1	31
		% du total	60,0%	2,0%	62,0%
	عليا دراسات	Effectif	7	2	9
		% du total	14,0%	4,0%	18,0%
Total		Effectif	47	3	50
		% du total	94,0%	6,0%	100,0%

المستوى التعليمي * حسب رأيك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي
منظم و فعال

			ادارية رقابة تكون ان يمكن هل رأيك حسب دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال		Total
			نعم	لا	
التعليمي المستوى	ابتدائي	Effectif	1	1	2
		% du total	2,0%	2,0%	4,0%
	متوسط	Effectif	2	2	4
		% du total	4,0%	4,0%	8,0%
	ثانوي	Effectif	4	0	4
		% du total	8,0%	0,0%	8,0%
	جامعي	Effectif	27	4	31
		% du total	54,0%	8,0%	62,0%
	عليا دراسات	Effectif	6	3	9
		% du total	12,0%	6,0%	18,0%
Total		Effectif	40	10	50
		% du total	80,0%	20,0%	100,0%

المستوى التعليمي * الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

			على الموظف يساعد الداخلي الاتصال				Total
			ادائه تحسن	جديدة مهارات تعلم	الابداع	الاحساس تعزيز بالانتماء	
التعليمي المستوى	ابتدائي	Effectif	1	1	0	0	2
		% du total	2,0%	2,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	متوسط	Effectif	1	0	3	0	4
		% du total	2,0%	0,0%	6,0%	0,0%	8,0%
	ثانوي	Effectif	1	0	3	0	4
		% du total	2,0%	0,0%	6,0%	0,0%	8,0%
	جامعي	Effectif	19	4	8	0	31
		% du total	38,0%	8,0%	16,0%	0,0%	62,0%
	عليا دراسات	Effectif	8	0	0	1	9
		% du total	16,0%	0,0%	0,0%	2,0%	18,0%
Total		Effectif	30	5	14	1	50
		% du total	60,0%	10,0%	28,0%	2,0%	100,0%

المستوى التعليمي * طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال

	وفعال داخلي اتصال الى تحتاج تجعلها المؤسسة طبيعة			Total
	جودة من للرفع الخدمات	العمال ايجابية	صورة تحسين المؤسسة داخليا وخارجيا	
التعليمي المستوى ابتدائي	Effectif	0	1	2
	% du total	0,0%	2,0%	4,0%
متوسط	Effectif	0	3	4
	% du total	0,0%	6,0%	8,0%
ثانوي	Effectif	4	0	4
	% du total	8,0%	0,0%	8,0%
جامعي	Effectif	28	2	31
	% du total	56,0%	4,0%	62,0%
عليا دراسات	Effectif	8	0	9
	% du total	16,0%	0,0%	18,0%
Total	Effectif	40	6	50
	% du total	80,0%	12,0%	100,0%

المهنة * هل يستنصر الرئيس الاداري الفائزين بالاتصال خلال عملية صنع القرار ؟

	الاتصال الفائزين الاداري الرئيس يستنصر هل خازل عملية صنع القرار ؟		Total	
	نعم	لا		
المهنة مهني عامل	Effectif	13	0	13
	% du total	26,0%	0,0%	26,0%
فرع رئيس	Effectif	1	0	1
	% du total	2,0%	0,0%	2,0%
اداري عون	Effectif	14	0	14
	% du total	28,0%	0,0%	28,0%
مصلحة رئيس	Effectif	6	1	7
	% du total	12,0%	2,0%	14,0%
اطار	Effectif	13	2	15
	% du total	26,0%	4,0%	30,0%
Total	Effectif	47	3	50
	% du total	94,0%	6,0%	100,0%

المهنة * حسب رأيك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال

		ادارية رقابة تكون ان يمكن هل رأيك حسب دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال		Total	
		نعم	لا		
المهنة	مهنى عامل	Effectif	11	2	13
		% du total	22,0%	4,0%	26,0%
	فرع رئيس	Effectif	1	0	1
		% du total	2,0%	0,0%	2,0%
	ادارى عون	Effectif	12	2	14
		% du total	24,0%	4,0%	28,0%
	مصلحة رئيس	Effectif	5	2	7
		% du total	10,0%	4,0%	14,0%
	اطار	Effectif	11	4	15
		% du total	22,0%	8,0%	30,0%
Total		Effectif	40	10	50
		% du total	80,0%	20,0%	100,0%

المهنة * الاتصال الداخلي يساعد الموظف على

		على الموظف يساعد الداخلي الاتصال				Total	
		ادائه تحسين	جديدة مهارات تعلم	الابداع	الاحساس تعزيز بالانتماء		
المهنة	مهنى عامل	Effectif	7	1	5	0	13
		% du total	14,0%	2,0%	10,0%	0,0%	26,0%
	فرع رئيس	Effectif	1	0	0	0	1
		% du total	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	ادارى عون	Effectif	9	0	5	0	14
		% du total	18,0%	0,0%	10,0%	0,0%	28,0%
	مصلحة رئيس	Effectif	4	1	2	0	7
		% du total	8,0%	2,0%	4,0%	0,0%	14,0%
	اطار	Effectif	9	3	2	1	15
		% du total	18,0%	6,0%	4,0%	2,0%	30,0%
Total		Effectif	30	5	14	1	50
		% du total	60,0%	10,0%	28,0%	2,0%	100,0%

المهنة * طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال Tableau croisé

	وفعال داخلي اتصال الى تحتاج تجعلها المؤسسة طبيعة			Total	
	جودة من للرفع الخدمات	العمال اربحية	صورة تحسين المؤسسة داخليا وخارجيا		
المهنة	مهنى عامل Effectif	8	4	1	13
	% du total	16,0%	8,0%	2,0%	26,0%
فرع رئيس	Effectif	1	0	0	1
	% du total	2,0%	0,0%	0,0%	2,0%
ادارى عون	Effectif	11	2	1	14
	% du total	22,0%	4,0%	2,0%	28,0%
مصلحة رئيس	Effectif	6	0	1	7
	% du total	12,0%	0,0%	2,0%	14,0%
اطار	Effectif	14	0	1	15
	% du total	28,0%	0,0%	2,0%	30,0%
Total	Effectif	40	6	4	50
	% du total	80,0%	12,0%	8,0%	100,0%

الخبرة * حسب رأيتك هل يمكن ان تكون رقابة ادارية دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال Tableau croisé

	ادارية رقابة تكون ان يمكن هل رأيتك حسب دون اللجوء الى اتصال داخلي منظم و فعال		Total	
	نعم	لا		
الخبرة	سنوات من 5 اقل Effectif	11	2	13
	% du total	22,0%	4,0%	26,0%
سنوات 6-10	Effectif	25	6	31
	% du total	50,0%	12,0%	62,0%
فوق فما سنة 11	Effectif	4	2	6
	% du total	8,0%	4,0%	12,0%
Total	Effectif	40	10	50
	% du total	80,0%	20,0%	100,0%

الخبرة * الانصال الداخلي يساعد الموظف على Tableau croisé

	على الموظف يساعد الداخلي الاتصال				Total	
	ادائه تحسين	جديدة مهارات تعلم	الابداع	الاحساس تعزيز بالانتماء		
الخبرة	سنوات من 5 اقل Effectif	5	2	6	0	13
	% du total	10,0%	4,0%	12,0%	0,0%	26,0%
سنوات 6-10	Effectif	21	2	7	1	31
	% du total	42,0%	4,0%	14,0%	2,0%	62,0%
فوق فما سنة 11	Effectif	4	1	1	0	6
	% du total	8,0%	2,0%	2,0%	0,0%	12,0%
Total	Effectif	30	5	14	1	50
	% du total	60,0%	10,0%	28,0%	2,0%	100,0%

الخبرة * طبيعة المؤسسة تجعلها تحتاج الى اتصال داخلي وفعال **Tableau croisé**

	وفعال داخلي اتصال الى تحتاج تجعلها المؤسسة طبيعة			Total	
	جودة من للرفع الخدمات	العمال اربحية	صورة تحسين المؤسسة داخليا وخارجيا		
الخبرة سنوات من 5 اقل	Effectif	13	0	0	13
	% du total	26,0%	0,0%	0,0%	26,0%
سنوات 6-10	Effectif	25	3	3	31
	% du total	50,0%	6,0%	6,0%	62,0%
فوق فما سنة 11	Effectif	2	3	1	6
	% du total	4,0%	6,0%	2,0%	12,0%
Total	Effectif	40	6	4	50
	% du total	80,0%	12,0%	8,0%	100,0%

الملحق رقم "06 نتائج تحليل اختبار t-test للعينات المستقلة لفحص أثر متغير الجنس على مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

Test des échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes						
	F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
								Inférieur	Supérieur
y									
Hypothèse de variances égales	,505	,481	-,771	48	,445	-,08333	,10812	-,30073	,13406
Hypothèse de variances inégales			-,743	22,127	,465	-,08333	,11211	-,31576	,14909

الملحق رقم : 07 اختبار anova لفحص أثر المتغيرات الشخصية والوظيفية : السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية، على وجهة نظر المبحوثين حول مدى مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين الخدمة الفندقية أ-العمر :

ANOVA

y	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,377	3	,126	1,081	,367
Intragroupes	5,349	46	,116		
Total	5,726	49			

ب - المستوى التعليمي :

ANOVA

y

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	1,413	4	,353	3,686	,011
Intragroupes	4,313	45	,096		
Total	5,726	49			

ج - المستوى الوظيفي

ANOVA

y

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,160	4	,040	,323	,861
Intragroupes	5,566	45	,124		
Total	5,726	49			

د - الخبرة:

ANOVA

y

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,083	2	,041	,345	,710
Intragroupes	5,644	47	,120		
Total	5,726	49			