

## الذكاء العاطفي للقوى البيعية في المؤسسة الجزائرية

—ALABILI— دراسة ميدانية لعينة من رجال البيع بمؤسسة

The emotional intelligence of the sales forces in the Algerian institution  
A field study of a sample of salesmen at ALABILI Foundation -

د. ام الرتم سحر<sup>1</sup> د. عواج سامية<sup>2</sup>

Dr. Samia Aouadj

Dr. Oumertem Sahar

جامعة محمد مين دباغين سطيف<sup>2</sup>

saharoumertem@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2018/02/19 تاريخ القبول: 2019/02/19

### الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أهمية تحلي رجال المبيعات في المؤسسة بمهارات الذكاء العاطفي الوجداني لأنها من أهم المهارات العاطفية التي تمكنه من توجيه نفسه والتحكم في عاطفته ، وكذا تحمل مسؤولية أعماله والتحكم في مشاعر الآخرين، وهذا ما يؤثر على أدائه في عمله فرجل البيع ( القوى البيعية) الناجح هو الذي يمتلك هذه المهارة خاصة وأن وظيفة البيع الشخصي قائمة على التفاعل المباشر فهي نشاط اتصالي شخصي بالدرجة الأولى.

حيث أكد الباحثون أن نجاح رجل المبيعات ليس مرتبط بذكائه العقلي فقط بل بمستوى ذكاءه العاطفي أيضا فالإعتقاد السائد منذ زمن أنه لا مكان للعواطف في العمل وأن التفكير الصحيح يكفي وحده لصنع رجل مبيعات ناجح و مؤسسة ناجحة، فالجمع بين الذكاء المعرفي و الذكاء الوجداني يوفر نجاحا في الحياة بإعتباره قيمة مضافة للأداء خاصة المهن المعتمدة على التفاعل الإنساني، فالذكاء العاطفي هو كيفية توظيف إنفعالاتنا بطريقة صحيحة و يشمل معرفة الفرد بعاطفته و وجدانه والتحكم في العاطفة و تحفيز الفرد لذاته و ملاحظة إنفعالات الآخرين.

الكلمات المفتاحية: الذكاء العاطفي، القوة البيعية، المؤسسة الاقتصادية.

### Abstract

the aim of this study is to reveal the importance of sales agents in the foundation skills of emotional intelligence emotional because it's the most emotional skills that enable him to orient himself and control his passion, as well as taking responsibility for his actions and control the emotions of others, and this affects its performance in his work, man. Sale (selling power)

successful is who owns that particular skill and personal selling post based on direct interaction is primarily personal connection activity.

The researchers stressed that the success of the sales guy not linked to mental intelligence but also emotional level prevailing since then the view is no place for emotions at work and to think right enough to make a successful salesman and a successful enterprise, combining cognitive and emotional intelligence intelligence provides survived. Pick a life as an added value for performance accredited professions on human interaction, emotional intelligence is how to employ our emotions properly and include individual knowledge with such passion and conscience and controlling emotion and stimulate one's own and others' emotions note.

**Keywords:** emotional intelligence, sales force, economic foundation.

### الإشكالية:

إن القاعدة الأساسية في التسويق تتمثل في اعتبار أن المؤسسة في بحث دائم على رضی المتعاملين معها، حيث تركز المؤسسات الاقتصادية في ظل المنافسة على سياسة الإتصال للتعريف بخدماتها وإيصال المعلومات والتركيز على بيان وإظهار الفوائد المحتملة التي يمكن الحصول عليها من الخدمة المؤداة، غير أنها تواجه مشاكل عديدة في طرق تحقيق ذلك.

و تعتبر أفضل طريقة للوصول إلى المعني به هو البيع الشخصي، الذي يلعب دورا هاما ووظيفة أساسية في سياسة هذا النوع من المؤسسات.

فالقوة البيع دور هام وتأثير واضح على المستهلكين مقارنة بالوسائل الأخرى كونها على علاقة مباشرة مع الأفراد من خلال مقابلات مباشرة، يقوم فيها رجل البيع بتقييم درجة إهتمام هؤلاء بالمؤسسة ومنتجاتها والعمل على توضيح كل الأمور العالقة لديهم من تساؤلات واعتراضات من خلال تحويل هاته الأخيرة إلى مواقف إيجابية في صالح المؤسسة. كما أن رجل البيع يتميز بمرونة كبيرة حيث أن أسلوب البيع ومعاملة الزبون ولغة التخاطب وكيفية التأثير عليه يمكن أن تعدل بسهولة وبسرعة لموافقة عقلية المشتري، طبيعته وظروفه. وبناء علاقات مع زبائنهم، عليه البحث عن المشتري المرتقبين

والعمل على تحويلهم زبائن لدى المؤسسة من خلال إقناعهم بالشراء وإعادة الشراء .  
فهذه العملية صعبة وطويلة ولكن واجبة لتطوير واستمرارية المؤسسة. ولهذا فعلى  
البائع التحضير لها، بحث وجمع ودراسة كل المعلومات والمعارف الدقيقة حول السوق  
والمنافسة.

ولقد أثبتت التجارب و الدراسات المختلفة أن نجاح الجهاز الوظيفي في تحقيق  
أهداف المؤسسة يعتمد على الموارد المناسبة لشغل الوظائف المختلفة و ذلك باختلاف  
العاملين المناسبين و الملائمين و منهم القوى البيعية فهي المحرك الأساسي للاتصال  
المباشر بالزبون فهي المحلل و الناصح و الموجه والمتحاور والمقنع و لذا فإن اختيارها  
يتطلب الكثير لما يجب أن تتسم به من مواصفات و شروط تساعد على أداء مهامه  
بكفاءة وفعالية.

فنجاح رجل البيع ( القوى البيعية) ليس مرتبط بذكائه العقلي فقط بل  
بمستوى ذكائه العاطفي أيضا فالاعتقاد السائد منذ زمن أنه لا مكان للعواطف في  
العمل و أن التفكير الصحيح يكفي وحده لصنع مؤسسة ناجحة أثبت عكسه، فالجمع  
بين الذكاء المعرفي و الذكاء الوجداني إنما يوفر نجاحا في الحياة بإعتباره قيمة مضافة  
للأداء خاصة المهن المعتمدة على التفاعل الإنساني، فالذكاء العاطفي هو كيفية توظيف  
انفعالاتنا بطريقة صحيحة و يشمل معرفة الفرد بعاطفته و وجدانه و التحكم في  
العاطفة و تحفيز الفرد لذاته و ملاحظة انفعالات الآخرين.

و رجل البيع الناجح هو الذي يملك مهارات عاطفية تسمى مهارات الذكاء العاطفي  
و عليه نتساءل : مامدى توفر مهارات الذكاء الوجداني لدى القوى البيعية لمؤسسة

ALABILI-؟

- هل وتنبثق منها مجموعة من التساؤلات الفرعية:
- هل يمتلك رجال البيع بالمؤسسة مكون الوعي بالذات؟

- هل تتوفر مهارة الضبط الانفعالي لدى القوى البيعية محل الدراسة؟
  - هل يمتلك رجال البيع محل الدراسة مهارة التواصل؟
  - هل يتوفر لدى رجال البيع محل الدراسة عنصر الدافعية؟
- أهمية الدراسة:

لما جاءت فكرة دراسة مثل هذه المواضيع كانت لنا أهداف نريد تحقيقها من وراء الدراسة وبلوغها، وهذا لسد النقائص التي لاحظناها من وراء ذلك ، فأهمية أي دراسة أو بحث يقوم به الباحث تتوقف على قيمة الظاهرة التي يدرسها وجوهرها العلمي وما يصبوا إلى تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها ، فالهدف الأساسي من وراء دراستنا يتمثل أولاً في توسيع دائرة معارفنا في مجال الذكاء الوجداني والبيع الشخصي هذا من جهة، ومن جهة أخرى إثراء مكتبتنا بمثل هذه الدراسات لكي يتسنى للطلبة الإطلاع عليها وأخذ ولو فكرة بسيطة حول موضوع الذكاء العاقي وكذا البيع الشخصي ، هذا بشكل عام ، أما الأهداف المرجوة من دراسة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، فهو معرفة المكانة التي تحظى بها الذكاء العاطفي في النشاط الاتصالي والتجاري و هل توصلت هذه المؤسسة الاقتصادية إلى إستراتيجية واضحة لتطوير مهارات الذكاء العاقي ، ومن ثم تحسيس مسؤولي المؤسسة الاقتصادية ورجال البيع بقيمة امتلاك مهارات الذكاء العاطفي ، ومدى مساهمتها في التسيير والتنظيم ونجاح أي مؤسسة خصوصا في حالة تعرض المنظمة الاقتصادية للأزمات والمنافسة التي من شأنها ان تشوه صورة المؤسسة وتهدد استقرارها

تحديد المصطلحات:

1- رجال البيع:

الذكاء العاطفي للقوى البيعية في المؤسسة الجزائرية- دراسة ميدانية لعينة من رجال البيع بمؤسسة—ALABILI  
د. ام الرتم سحر  
د. عواج سامية

مجموعة من الأشخاص الذين لهم مهمة أساسية هي البيع أو المساعدة على بيع منتجات المؤسسة من خلال الاتصال المباشر مع الزبائن الحاليين أو (المحتملين أو الموزعين لمنتجات المؤسسة".

## 2- المؤسسة الاقتصادية:

المؤسسة يعرفها الدليل الإحصائي الفرنسي سنة 1999 " كل وحدة قانونية متكونة من أشخاص طبيعيين أو معنويين يتمتعون بحرية اتخاذ القرارات في إنتاج السلع والخدمات". ( Breneman ; 2001:22 )

أما المؤسسة الاقتصادية تعني منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية، المادية، والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمكاني معين.(بن حبيب،2006; 28)

## 3- الذكاء العاطفي:

ويطلق عليه أيضا الذكاء الانفعالي أو الوجداني، وله تعريفات عدة، فقد عرفه جولمان بأنه قدرة الفرد على تعرف مشاعره الخاصة، ومشاعر الآخرين، وعلى تحفيز ذاته وإدارة مشاعره وعلاقاته مع الآخرين.

وهو ظروف عمل جيدة وإشراف جيد، ومرتببات ومزايا ومكافآت جيدة وقدر من الاهتمام والتحمي بالوظيفة، وتتحقق الذكاء العاطفي من خلال فلسفة علاقات العاملين التي تشجع استخدام جهود جودة الحياة الوظيفية لإعطاء العاملين فرص أكبر للتأثير على وظائفهم والمساهمة الفعالة على مستوى المنظمة ككل(4; Rayan2014).

استخدم سالوني وماير سنة 1990 مفهوم الذكاء العاطفي لوصف الخصائص العاطفية للأفراد لتحقيق النجاح وكان مجمل الخصائص تشمل التقمص العاطفي، ضبط النزاعات أو المزاج، المثابرة والتعاطف و التعبير عن الأحاسيس والقابلية للتكيف

وحل المشاكل بين الأشخاص وكانت هي تلك بداية انطلاق المفهوم وانتشاره.(خوالدة،19;2004)

ويعد الذكاء العاطفي من أكثر المفاهيم التي حظيت باهتمام علماء النفس منذ ظهوره في بداية القرن الماضي فهو عبارة عن جملة من الوظائف الفكرية الضرورية لإدراك المفاهيم والقدرة على التحليل .

وان كان مفهوم الذكاء قديم إلا أن التجديدات التي طرأت عليه في الفهم والتطبيق من فترة لأخرى ساهمت في استيعابنا لهذه الخاصية البشرية المهمة بشكل أفضل ويعتبر مفهوم الذكاء العاطفي من المفاهيم الحديثة نسبيًا ولا زالت دراسته يكتنفها بعض الغموض لأنه يقع في منطقة تفاعل بين النظام المعرفي والانفعالي.

ويعتبر الذكاء العاطفي من أهم مزايا الإنسان الفعال ومفتاح نجاحه فرجل المبيعات الذي عاطفيا إنسان سوي بريء من عقد الغرور والنقص ومن أمراض الحقد والحسد، تتسم علاقته مع غيره بالتكافل والمساواة ويتمتع بالقدرة على توجيه نفسه وتحمل مسؤولي أعماله، كما يمتاز بتفتح في العقل والفكر وبرغبة في التعلم المستمر وهو يقدر قيمة التعاون والاعتماد المتبادل كضرورة اجتماعية لنجاحه وتقدم مجتمعه ويحاول اكتساب المهارات لحل مشكلاته وتحسين معيشتة ويحسن استثمار وقته، فهو إنسان لا يتجاهل عواطفه ولا يكتبها وإنما يفهمها ثم يتعامل معها بطريقة إيجابية خلاقة.(جمال، 2004; 60)

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

كون دراستنا تهدف إلى معرفة توفر مهارات الذكاء العاطفي لدى رجال البيع في مؤسسة -ALABILI- ، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية الأكثر شيوعا في بحوث

الإعلام والاتصال، التي تركز على تحليل وتفسير الظاهرة الإعلامية كما هي، من خلال

تحديد ظروفها وأبعادها، بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة.

فالدراسات الوصفية هي أساليب بحثية تدرس الظواهر الاجتماعية الراهنة دراسة

توضح خصائص الظاهرة ودرجات ارتباطها بالظواهر الأخرى؛ وفي مجتمعاتنا تزداد

الحاجة إلى الدراسات الوصفية، لأنها توفر رصيذا من البيانات والمعلومات الأساسية

حول الظواهر الأمر الذي يتيح تطوير دراسات جديدة، وفقا للبيانات والنتائج التي

قدمتها الدراسات الوصفية الأولية (حجاب، 2003; 81).

مجتمع الدراسة وعينتها:

إن مجتمع البحث يتمثل في "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص

مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي"

حيث يمثل مجتمع البحث " جميع وحدات أو عناصر الظاهرة المدروسة سواء كانت

أفراد مباني أو منشآت... الخ، طبقا للمجال الموضوعي لمشكلة البحث(حجاب؛ 2007، 370)

ومجتمع بحثنا يتمثل 16 رجل بيع موزعين على كافة القطر الجزائري.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيار العينة العرضية أو عينة الصدفة التي لا يمكن

تقدير مدى تمثيلها للمجتمع الأصلي لأن اختيار المفردات يتم بالصدفة، خصوصا وان

مجتمع بحثنا يتميز بأكبر حجمه مما يصعب عملية الوصول إليه، أما بالنسبة لحجم

العينة قمنا بتوزيع الاستمارة على 08 مفردات وهو العدد الذي ارتأينا أنه مناسب ويسمح

بالحصول على نتائج مناسبة في حدود الإمكانيات المتاحة لأن مجتمع بحثنا وإن كان كبير

الحجم فإنه متجانس من حيث أن المجتمع المعني يتشكل من مجموعة من رجال البيع

التابعين للمؤسسة محل الدراسة. ونظرا للفترة المحددة لإجراء البحث فقد اكتفينا بهذا

العدد، وكان توزيع الاستمارة خلال شهر سبتمبر سنة 2017.

## أدوات جمع البيانات:

وهي الوسيلة التي يتم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة وفروضها واتساقا مع منهجية البحث والإطار النظري ونظرا لطبيعة دراستنا الميدانية التي تهدف لمعرفة مدى توفر مهارات الذكاء العاطفي لدى رجال البيع في مؤسسة -ALABILI-، قمنا باستخدام استمارة الاستبيان كأداة تساعد على تحقيق أهداف الدراسة حيث يعرف الاستبيان بأنه: مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستقصاء التجريبي أي إجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الناس، وهي وسيلة اتصال رئيسية بين الباحث والمبحوث وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي تزيد معلومات عن المبحوث. (بوحوش، 1995، 57)

## نتائج الدراسة التحليلية :

الجدول الأول: يبيّن إجابات القائمين بالبيع عن السؤال الأول: اذا وضعك عميلك في

### وضع مخرج أثناء اللقاء ماذا تفعل؟

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
تحلل وتفكر بعمق في دوافع قيامه بهذا السلوك	06	75
تخطط لكيفية التعامل معه في المستقبل	00	00
تتجاهل الموقف وتعتبره تافه لا يستحق التفكير	02	5
المجموع	08	100

من خلال الجدول نلاحظ أن معظم رجال البيع أجابوا بأنهم يفكرون بعمق في دوافع قيام الفرد بسلوك وحسب دليل الاختبار فإن كل الإجابات مقبولة إلا الإجابة الأخيرة ومفادها: "أتجاهل الموقف"، لأنها تعكس غياب الوعي بالذات فيما يخص الاستجابة عند مواجهة المشكلة، و عليه فإجابة رجال البيع بالمؤسسة محل الدراسة تعكس الوعي بالذات و الذي نقصد به الوعي بمشاعرنا أو انفعالنا أو عواطفنا و كذلك الوعي بأفكارنا المرتبطة بهذه العواطف و كما يقول جون ماير و بيتر سالوني أن الوعي

بالذات يمكن أن يكون دون استجابة أي لا يصاحبه استجابة و لا يعبر عنه تقييم أو حكم أي لا يصاحبه قرار، مثلا هذا جيد أو سيء، مقبول أو مرفوض، لكن هذا غير شائع ففي معظم الحالات يتضمن الوعي بالذات تقييم واستجابة يجب أن لا أشعر بهذا الشعور، على أن أفكر في أشياء مبهجة لأخفف من الحزن، و أحيانا يصل الوعي بالذات إلى إصدار تعليقات صارمة يجب ألا أفكر في هذا. (بام، سكون؛2000،110)

فالوعي بالذات يتضمن معرفة الفرد لحالته المزاجية بحيث يكون لديه ثراء في حياته الانفعالية و رؤية واضحة لانفعالاته. (زيدان، امام؛ 2003، 23).

**الجدول الثاني:** يبين إجابات القائمين بالبيع عن السؤال الثاني: إذا احتدم النقاش

بينك وبين عميلك وبقي مصرا على رأيه ماذا تفعل ؟

النسبة المئوية	التكرار	الاختيارات
37.5	03	تشبث برأيك وتحاول أن تثبت انه الأصح
00	00	تلغي الصفقة البيعية معه
62.5	05	تتجاوز معه مؤكدا على مبدأ تحقيق المصلحة المشتركة
100	08	المجموع

تشير نتائج الجدول أعلاه أن إجابات عينة الدراسة هي الاحتمال الثالث " تتجاوز معه مؤكدا على مبدأ تحقيق المصلحة المشتركة" وهو الاقتراح الأفضل بالنسبة للسؤال، لأن بيانات الغضب و كيفية تهدئته تشير إلى كفاءة تشتيت إنتباه الغاضب عن الموضوع المثير لغضبه و تفهم مشاعره و رؤيته للموقف و إقتراح رؤية بديلة أقل إثارة للغضب، و في نفس السياق توصل العالم النفسي دولف زيلمان إلى أن السبب الرئيسي للغضب هو إحساس الشخص بأنه مهدد بخطر و أفضل حل لتهدئته هو تشتيت الإنتباه، و هذا ما فسرتة النتائج التي توصل إليها زولمان حيث طلب من مساعده أن يستفز عددا من النساء و ذلك بتوجيه بعض التعليقات عليهن ثم يلي ذلك عرض فيلمين أحدهما مرح و الثاني مزعج و بعد مشاهدة الفيلم يطلب منهن الباحث تقييم الأداء للإستفادة من آرائهن في قبول الشخص في الوظيفة المقدمة إليه أم لا، ولاحظ الباحث حينها أن التقييم

تأثر بنوع الفيلم الذي شاهده كل مجموعة، و المجموعة التي شاهدت الفيلم المزعج كان تقييمها أسوأ من المجموعة التي شاهدت الفيلم المرح. (خوالدة، 2004: 38) وعليه فإن تفهم الغير و محاولة تحسيسه بأنك تشعر بما يشعر به هو بالتأكيد يخفف من حدة الغضب و هذه مهارة من مهارات الذكاء العاطفي، واغلب رجال البيع في المؤسسة محل الدراسة يمتلكون هذه المهارة.

في حين نجد أن 03 مفردات من العينة أجابوا أنهم يتشبثون برأيهم ويحاولون أن يثبتوا أنهم الأصح ، فهم بذلك يفتقدون إلى مهارة الضبط الإنفعالي و التحكم في الغضب و السيطرة عليه، إن الإجابة بالإختيار الثالث " يعتبر الإقتراح الصائب و ذلك لأن الإبتعاد عن الموقف يعطي فرصة للتخلص من الآثار الفسيولوجية السيئة للغضب التي تخل بالإدراك السليم و توجه الإنسان للخطأ و بعد أن يتحقق الهدوء تكون فرصة للمناقشة، فالجسم عندما يكون في حالة إنفعال ثم يحدث ما يستثير الإنفعال اللاحق سواء كان القلق أو الغضب، فإن الإنفعال الناتج يكون شديد الحدة و بالتالي يتصاعد الغضب إلى أقصى حدته. (الخوالدة، 2004: 38)

### الجدول الثالث: يبين إجابات القائمين بالبيع عن السؤال الثالث :

إذا تقدم عميلك بمجموعة من الاستفسارات والاعتراضات ماذا تفعل؟

النسبة المئوية	التكرار	الاختيارات
12.5	01	تعترف له بالنقائص الموجودة وتتجنب الجدال وتضخيم الأمر
37.5	03	تقوم بتحويل استفسارات العميل إلى مزايا إغرائية
50	04	تكون قد خططت للإجابات المحتملة لبعض الاستفسارات
100	08	المجموع

من خلال الجدول نجد بأن أغلب المستجوبين أجابوا بالإجابة الثالثة" تكون قد خططت للإجابات المحتملة لبعض الاستفسارات" من خلال التنبؤ المسبق برد فعل الزبون انطلاقاً من التحليل والانتباه الجيد لانفعالات الطرف الآخر فمعرفة مشاعر الغير قدرة إنسانية أساسية بينما الفشل في إدراكها نقطة عجز في الذكاء الوجداني و

ينبنى التفهم على الوعي بالذات و كل علاقة ودية وكل إهتمام بالغير ينبع من القدرة على التعاطف و التفهم ولها دور أساسي في نشر جوانب الحياة، و هذا يمثل الوسيط الذي يستطيع أن يمنع وقوع النزاعات أو يستطيع إيجاد الحلول للنزاعات و الأشخاص الذين لديهم هذه القدرة يتفوقون في أعمالهم.(خوالدة؛ 2004، 40) ونستنتج أن رجال البيع يتوفر فيهم مكون الذكاء العاطفي و هو التعاطف العقلي أو التفهم الذي سيساعدهم على التفوق في أعمالهم.

حيث نجد أن من أهم مرتكزات الذكاء العاطفي القدرة على الوعي و الانتباه الجيد للانفعالات الخاصة و فهمها و صياغتها بوضوح و تنظيمها وفقا لمراقبة و إدراكه الدقيق لانفعالات الآخرين و مشاعرهم.(خوالدة، 2004؛ 52)

و يقول كراير و هو يتحدث عن المهارات الأربع "الوعي بالذات، الإدارة العاطفية، التعاطف، العلاقات الإيجابية" أن هذه المهارات تمنح الشخص المرونة الشخصية و المهنية العميقة التي تلعب دورا حيويا في الوقاية من المصاعب و التغلب عليها.

و لعلّ مهارة التواصل هي ضمن مهارة إدارة العواطف و العلاقات الإيجابية حيث تمكن صاحبها من التخلص من المشاعر السيئة.

إنّ مهارة التواصل تمكن القائم بالعلاقات العامة من التأثير الإعلاني القوي في الآخرين عن طريق إدراك انفعالاتهم و مشاعرهم و معرفة متى تقود الآخرين و متى تتبعهم و متى تساندهم و التصرف معهم بطريقة لائقة.(زيدان، الامام ; 2003، 25).

**الجدول الرابع:** يبيّن إجابات القائمين بالبيع عن السؤال الرابع : إذا كنت مشغول جدا  
وعليك ضغوطات كيف تخطط وتنظم الوقت ؟

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
تحضر قائمة بما يجب عمله حالا وما يمكن تأخيره	03	37.5
تتحرك وفقا لما تمليه الظروف الحالية	01	12.5
تحاول التأكيد على أولويات العمل وتحدد الوقت اللازم لانجازها	04	50
المجموع	08	100

من خلال الإجابات نجد أن أغلب رجال البيع أجابوا بالإجابة الثالثة "تحاول التأكيد على أولويات العمل وتحدد الوقت اللازم لانجازها" فحسب دليل الاختبار فإنها أفضل الإجابات حيث تقيس عنصر دافعية الذات و تعني أن يكون لدى الفرد هدف و أن يعرف خطواته خطوة، خطوة، و يسعى نحو تحقيقها و أن يكون لديه الحماس و المثابرة لاستمرار السعي من أجله، فالأمل مكون أساسي في الدافعية.

و عليه نستنتج أن نصف رجال البيع في المؤسسة محل الدراسة يمتلكون عنصرا مهما من عناصر الذكاء العاطفي و هو الدافعية، بينما يفتقر النصف الآخر لهذا المكون المهم والأساسي، لأن دافعية الذات تتضمن وضع خطة للتغلب على الصعاب و الإحباط و تنفيذ هذه الخطة. وهذا ما يحتاجه رجل العلاقات العامة لمواجهة وتحدي ما هم قادم قد يكون مشكلة أو أزمة.

#### النتائج العامة للدراسة:

- يمتلك رجال البيع بالمؤسسة محل الدراسة لمكون الوعي بالذات في الذكاء الوجداني.
- يمتاز رجال البيع في المؤسسة المدروسة بامتلاك مهارة تفهم الغير.
- يفتقد رجال بيع في المؤسسة لمكون هام في الذكاء الوجداني وهو مهارة الضبط الانفعالي.

- تمتاز القوى البيعية في المؤسسة محل الدراسة بامتلاك مهارة القدرة على الوعي والانتباه الجيد لانفعالات الغير.
- تمتلك القوى البيعية في المؤسسة محل الدراسة لمهارة التواصل.
- نجد أن هناك تفاوت في امتلاك القوى البيعية بالمؤسسة لمهارة الدافعية.

#### خاتمة:

لقد حاولنا في دراستنا إسقاط الذكاء العاطفي كمفهوم سيكولوجي جديد على مفهوم البيع الشخصي كنشاط اتصالي بالدرجة الأولى ونشاط ذي أهمية في المؤسسة على اختلاف مجالاتها وأهدافها وعليه فان نتائج دراستنا قد أفضت إلى وجود تجانس كبير وواضح بين رجال البيع بالمؤسسة وآلية الذكاء العاطفي ، حيث ينبغي على رجال البيع التحلي و امتلاك مهارات الذكاء العاطفي أو الوجداني لأنها من أهم المهارات العاطفية التي تمكنه من توجيه نفسه والتحكم في عاطفته وإدارتها وتحمل مسؤولية أعماله والتحكم في مشاعره ومشاعر الآخرين وهذا ما يؤثر على أدائه في عمله فرجل البيع الناجح هو الذي يمتلك هذه المهارة وخاصة أن وظيفة البيع الشخص قائمة على التفاعل الإنساني والاجتماعي فهي نشاط اتصالي بالدرجة الأولى.

#### قائمة المراجع:

1. جمال جمال الدين : الانسان الفعال، دار الفكر ،دمشق، ط1، 2004.
2. حجاب محمد منير ، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ، ج2، 2006.
3. بام روبرت، جان سكوت: الذكاء الوجداني، 2000.
4. بن حبيب عبد الرزاق ، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2006.
5. بوحوش عمار ، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.

الذكاء العاطفي للقوى البيعية في المؤسسة الجزائرية- دراسة ميدانية لعينة من رجال البيع بمؤسسة—ALABILI  
د. ام الرتم سحر  
د. عواج سامية

6. حجاب منير، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية، الطبعة الثانية، دار الفجر للنشر، القاهرة،  
2003.

7. خوالدة محمود، الذكاء العاطفي والذكاء الوجداني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

8. زيدان عصام محمد ، كمال أحمد إمام: الذكاء الإنفعالي و علاقته ببعض أساليب التعلم و أبعاد  
الشخصية، دراسات عربية في علم النفس، العدد1، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 2003.

9. خوالدة محمود عبد الله: الذكاء العاطفي والذكاء الوجداني، دار الشروق للنشر  
والتوزيع، عمان، 2004.

10. Rayan.b ;effect of emotional intelligence organizational climate and job satisfaction of  
employees performance in batam city service procedures; professional;2014.

11. R-Brenneman et Sosepari : Economie, d'entreprise, edition Dunod, Paris, 2001 ..