مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور الرضا الوظيفي في تحسين الأداء التسويقي (دراسة ميدانية على مؤسسة الخطوط الحديدية السورية في محافظة اللاذقية)
اسم الكاتب: د. سامر قاسم، حسن عبود معروف
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5135
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 23:16 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (3) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (3) 2018

دور الرِّضا الوظيفي في تحسين الأداء التَّسويقي

(دراسة ميدانيَّة على مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السُّورية في محافظة اللَّاذقية)

الدُّكتور: سامر قاسم*

حسن عبُّود معروف**

(تاريخ الإيداع 16 / 1 / 2018. قُبِل للنشر في 31 / 5 / 2018)

□ ملخّص □

هدفت هذه الدِّراسة إلى التَّعرف على العلاقة بين الرِّضا الوظيفي والأداء التَّسويقي في مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السوريَّة في اللَّاذقيَّة، من خلال معرفة أثر كل من التَّرقية، وساعات العمل (برنامج العمل)، ومحتوى العمل، وبيئة العمل، وقد اعتمد الباحث على المقاربة الاستنباطيَّة كمنهج عام للبحث، واتباع منهجيَّة المسح، وقام بتوزيع الاستبانة على 290 فرد من كادر العاملين في المؤسَّسة، ومن ثمَّ أجرى دراسة ميدانيَّة بغرض بيان هذه العلاقة، وقد خلصت الدِّراسة إلى وجود علاقة معنوية طرديَّة مقبولة بين الرِّضا الوظيفي والأداء التَّسويقي، ثمَّ قدَّم ملخص لأهم النتائج الَّتي تمَّ التَّوصُّل إليها، حيث كانت النتيجة الرئيسة الأهم هي أنَّ هناك دوراً كبيراً للرِّضا الوظيفي في تحسين الأداء التَّسويقي من خلال الترقية وبرامج العمل ومحتوى وبيئة العمل، ثمَّ تمَّ عرض بعض المقترحات والتَّوصيات لتحسين العلاقة والتي أهمُّها: ضرورة أَنْ تزيد المؤسَّسة من اهتمامها برضا العامل الوظيفي من خلال زيادة تحقيق العدالة في الحصول على الترقية ورفع مستوى توافق سياساتها الخاصة بالترقية مع طموحات عامليها؛ لأَنَّها بذلك ستزيد من الفاعليَّة والكفاءة في أداء المؤسَّسة وتحقيق الربحيَّة، وتحسين حجم مبيعاتها، وتعزيز ولاء عامليها لها.

الكلمات المفتاحية: التَّسويق الدَّاخلي؛ الرِّضا الوظيفي؛ الأداء التَّسويقي؛ الفاعلية؛ الكفاءة.

***أستاذ– قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.**

****طالب ماجستير – قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.**

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (3) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (3) 2018

The Role Of Job Satisfaction In Improving Marketing Performance
(A Field Study On Syrian Railways In Lattakia)

Dr. Samer Qasem [*]
Hasan A Maarouf [**]

(Received 16 / 1 / 2018. Accepted 31 / 5 / 2018)

□ ABSTRACT □

This study aimed to identify the relationship between job satisfaction and marketing performance in the Syrian Railways Establishment in Lattakia. By identifying the impact of each the functional upgrade, working hours (work program), work content, and work environment. The researcher relied on the Deductive Approach as a general method. He follows a survey methodology, and he gave a questionnaire to 290 people of the staff of the institution, He also made a field study to show this relationship, The main result of the study was that there an existence of an acceptable positive correlation between job satisfaction and marketing performance through upgrade, work program, content and work environment, And we provided a summary of the main result that have found out is that the most important role of job satisfaction in improving marketing performance, With the presentation of some of the proposals and recommendations The need for the institution to increase its interest in the satisfaction of the functional factor, through achieving in obtaining promotion and providing material and moral incentives through programs of work and providing independence in work, because it will increase the efficiency and effectiveness in the performance of the institution and achieve profitability, and improve the volume of sales, and enhance the loyalty of its employees.

Key words : Internal marketing; Job satisfaction; Marketing performance; Efficiency; effectiveness.

[*]**Assistant Professor- Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Tishreen University- Syria.**
[**]**Postgraduate Student- Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Tishreen University- Syria.**

مقدمة :

من المعروف أنَّ العاملين داخل المنظمة هم القوَّة المؤثّرة في جودة الخدمات الدَّاخلية، ويعدُّون زبائن داخل المنظَّمة، حيث عدَّ العديد من الباحثين وحسب العديد من الدّراسات السَّابقة أنَّ الزَّبون الدَّاخلي في المنظَّمة هو صاحب القرار النّهائي والحكم على جودة الخدمة المقدَّمة، ولهذا ظهر مفهوم التَّسويق الداخلي Internal marketing كمفهوم حديث يهتم بالعاملين كعملاء داخليين أوائل سنة 1950 عن طريق مديري الجودة اليابانيَّة، وحتَّى يقدِّم هذا الزَّبون التَّقييم الأفضل ويقدم كل ما لديه في سبيل إنجاح المنظَّمة التي يعمل بها، لا بدَّ من تحقيق رضاه وإشباع حاجاته.

ولهذا أصبحَ موضوع الرِّضا الوظيفي Job satisfaction من الموضوعات الَّتي تحظى باهتمام السُّلوكيين والإداريين، وذلكَ من خلال بحث الجوانب المختلفة لوسائل ومصادر الرِّضا لدى الموظَّف وقياس درجة رضا الأفراد نحو وظائفهم، وكذلك بحث أسباب ومصادر عدم الرِّضا.

إن امتلاك المنظَّمة لعملاءَ داخليِّين راضين، يساعدها على تحسين الأداء التَّسويقي Marketing performance، وذلك سواءً من حيث الفاعليَّة Effectiveness، أو من حيث الكفاءة Efficiency، مما يعظِّم من قيمة المنظَّمة وقدرتها على خلق الميزة التَّنافسية الَّتي تجعل منها متفوّقة وناجحة.

مما سبق فإنَّ الغاية من الدِّراسة الحاليَّة هو بيان تأثير الرِّضا الوظيفي أحد أبعاد التَّسويق الدَّاخلي، على الأداء التَّسويقي في قطاع النَّقل، وخصوصاً أن هناك دراسات تناولت هذه العلاقة في الشَّركات والمنشآت الخدميَّة، مما أتاح المجال أمام الباحث للبحث عن هذا الموضوع، نتيجةَ وجود قصورٍ في الدِّراسات في قطاع النَّقل في سوريَّة، الأمر الَّذي تطلَّب دراسة هذه العلاقة في قطاع النَّقل في مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة، من حيث اعتمادها على الكفاءة والفاعليَّة، والاهتمام بالموارد البشريَّة؛ من أجل بناء والمحافظة على ميزة تنافسيَّة تجعلها تتفوَّق على شركات النَّقل الأخرى المحليَّة منها، والعالميَّة.

المراجعة الأَدبيَّة والنقديَّة: وفيها يعرض الباحث موجز عن الدِّراسات السَّابقة الَّتي تناولت هذه العلاقة.

الدِّراسات العربيَّة:

- **دراسة (برياح وموساوي، 2016)**

تأثير الرِّضا الوظيفي على أداء الموارد البشريَّة (دراسة حالة المؤسَّسة العموميَّة الاستشفائيَّة بمغنية).

المشكلة والأَهداف: تكمن مشكلة الدِّراسة في طرح التَّساؤلات الآتية:

1- ما مدى مساهمة الرِّضا الوظيفي في تحسين أَداء الموارد البشريَّة؟

2- ما المقصود بالرِّضا الوظيفي، وما هي العوامل المؤثِّرة فيه؟

وهدفت الدِّراسة إلى تحديد العوامل المؤثِّرة في متغيري الرِّضا الوظيفي والأَداء الوظيفي، وبيان العلاقة بين الرِّضا الوظيفي وأَداء الأَفراد، وبيان أَهميَّة الرِّضا الوظيفي، وبيان مساهمته في تحسين أَداء الموارد البشريَّة في المؤسَّسة، وتحديد الأُسس النظريَّة والواقع العملي من خلال دراسة واقع المؤسَّسة.

منهجيَّة البحث:

تمَّ الاعتماد على المنهج الوصفي التَّحليلي؛ وتمَّ الاعتماد على طريقة المعاينة العشوائيَّة في اختيار عيِّنة البحث والَّتي بلغ حجمها 220 عاملاً، حيثُ تمَّ توزيع الاستبانة من خلال دراسة ميدانيَّة.

بعض نتائج الدِّراسة: توصَّلت الدِّراسة إلى أنَّ الرضا الوظيفي من الوسائل المهمَّة للرفع من مستوى الأداء كماً ونوعاً، وإنَّ رضا المورد البشريَّ عنصر من عناصر الرِّضا الوظيفي في فترة معيَّنة.

الدِّراسات الأجنبيَّة:

- **دراسة (Shazad et al, 2013)**

Impact of employee's job satisfaction on organizational performance.

تأثير الرِّضا الوظيفي للموظَّف على الأَداء التَّنظيمي.

المشكلة والأَهداف: تتَّضح مشكلة الدِّراسة من خلال الإجابة على التَّساؤل الآتي:

ما هو تأثير الرِّضا الوظيفي للموظَّف على الأَداء التَّنظيمي؟.

وهدفت الدِّراسة إلى بيان العلاقة بين الرِّضا الوظيفي للموظف والأَداء التَّنظيمي، وتحديد كيفيَّة تحسين الأَداء التَّنظيمي من خلال رضا الموظَّف، تحديد الأَحداث المُرضية للموظَّف والَّتي تقلِّل دوران العمل، وتحديد فيما إذا كان الموظفين يستمدُّون الرِّضا الوظيفي من مكافآت العمل الخارجيَّة أو مكافآت العمل الجوهريَّة.

منهجيَّة الدِّراسة: تمَّ الاعتماد على أُسلوب المسح الشَّامل؛ واستخدام أُسلوب العيِّنات الاحتماليَّة وغير الاحتماليَّة، وتمَّ جمع البيانات باستخدام الاستبيانات، حيثُ تمَّ جمع البيانات الأوليَّة من خلال دراسة ميدانيَّة، وبلغَ حجم العيِّنة 120 مفردة.

بعض نتائج الدِّراسة: توصَّلت الدِّراسة إلى أَنَّ للرِّضا الوظيفي تأثير كبير على الأَداء التَّنظيمي.

- **دراسة (Babalola, 2016)**

The effect of leadership style, gob satisfaction and employee- supervisor relationship on job performance and organizational commitment.

تأثير أُسلوب القيادة، الرِّضا الوظيفي، علاقة المشرف والمرؤوسين، على الأَداء الوظيفي والالتزام التَّنظيمي.

المشكلة والأَهداف: تتبع مشكلة الدِّراسة من خلال التَّساؤل الآتي:

ما هو تأثير أسلوب القيادة، الرِّضا الوظيفي، علاقة الإشراف، على الأَداء الوظيفي والالتزام التَّنظيمي؟.

وهدفت الدِّراسة إلى تحديد تأثير أُسلوب القيادة، الرِّضا الوظيفي، علاقة الإشراف، على الأَداء الوظيفي والالتزام التَّنظيمي.

منهجيَّة الدِّراسة: تمَّ الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمَّ استخدام أُسلوب المسح الشَّامل، وتمَّ استخدام الاستبانة لجمع المعلومات.

بعض نتائج الدِّراسة: توصَّلت الدِّراسة إلى أَن للرِّضا الوظيفي، والعلاقة بين المشرف والمستخدم، وأُسلوب القيادة غير الرسميَّة هي عوامل لها تأثير كبير على الالتزام التَّنظيمي، ولتجربة العمل والقيادة التَّحويليَّة تأثير سلبي على الأَداء الوظيفي، كما أَنَّ للتَّعليم والخبرة تأثير كبير ومستقل على الأَداء الوظيفي.

- **دراسة (Shmailan, 2016)**

The role between job satisfaction, job performance and employee engagement (An explorative study).

العلاقة بين الرِّضا الوظيفي، والأَداء الوظيفي ومشاركة الموظَّفين (دراسة استكشافية).

المشكلة والأهداف: تتَّضح مشكلة الدِّراسة من خلال الإجابة على التَّساؤل الآتي: ما هي العلاقة بين الرِّضا الوظيفي والأداء الوظيفي ومشاركة الموظَّفين؟.

وهدفت الدِّراسة إلى تحديد العلاقة بين الرِّضا الوظيفي، والأَداء الوظيفي ومشاركة الموظَّفين، وبيان العوامل الَّتي تؤثِّر على رضا الموظَّفين والأَداء الوظيفي.

منهجيَّة الدِّراسة: تمَّ الاعتماد على المنهج الوصفي، واستخدام الدِّراسة الاستكشافيَّة، وتمَّ الاعتماد على الدَّوريَّات والأدبيَّات المنشورة في الحصول على البيانات.

بعض نتائج الدِّراسة: توصَّلت الدِّراسة إلى أَنَّه يرتبط رضا الموظَّفين ارتباطاً مباشراً بمشاركة الموظَّفين، ورضا الموظَّفين يجعل النَّاحية التِّجارية جيِّدة، ويؤدِّي إلى زيادة الإنتاجيَّة، وتعزيز الحياة الوظيفيَّة.

- **دراسة (Khan *et al*, 2017)**

The mediating role of job satisfaction between transformational leadership and organizational commitment with in SMEs Karachi.

دور الرِّضا الوظيفي بين القيادة التَّحويليَّة والالتزام التَّنظيمي في الشَّركات الصَّغيرة والمتوَّسطة في كاراتشي.

المشكلة والأَهداف: تتبع مشكلة الدِّراسة من خلال التَّساؤل الآتي:

ما هو دور الرِّضا الوظيفي بين القيادة التَّحويلية والالتزام التَّنظيمي في الشَّركات الصغيرة والمتوسِّطة في كاراتشي؟.

وهدفت الدِّراسة إلى بيان دور الوساطة من الرِّضا الوظيفي بين القيادة التَّحويلية والالتزام التَّنظيمي للموظَّفين في الشَّركات الصغيرة والمتوسِّطة في كراتشي في باكستان.

منهجيَّة الدِّراسة: تمَّ الاعتماد على المنهج الوصفي التَّحليلي؛ حيث تمَّ استخدام أُسلوب المعاينة غير الاحتماليَّة، إذ تمَّ جمع البيانات الأُولية باستخدام الاستبيانات، وتمَّ تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائيَّة spss.

بعض نتائج الدِّراسة: توصَّلت الدِّراسة إلى أَنَّ للرِّضا الوظيفي دوراً هاماً في الوساطة بينَ القيادة التَّحويليَّة والالتزام التَّنظيمي في الشَّركات الصغيرة والمتوسِّطة في كاراتشي.

المراجعة النَّقديَّة: تُشير معظم الدِّراسات السَّابقة على أَهميَّة الرِّضا الوظيفي في الشَّركات الخدميَّة والصِّناعيَّة، وخلصَت معظم الدِّراسات أَنَّ للرِّضا تأثيراً مهماً في تحسين الأَداء الكلِّي للشَّركة، والدِّراسة الحاليَّة تركز على دراسة العلاقة بين الرِّضا الوظيفي والأَداء التَّسويقي في المنظَّمات الخدميَّة وتحديداً خدمة النَّقل، ومن هنا جاءت أَهميَّة هذه الدِّراسة.

تشابهت الدِّراسة الحاليَّة مع الدِّراسات السَّابقة من حيث المتغيِّر المستقل، لكن الباحث درس الرِّضا الوظيفي بأَبعاده (التَّرقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل)، بشكل مختلف عما درسه الباحثون السابقون.

وكان الاختلاف الرَّئيس للدِّراسة الحاليَّة عن الدِّراسات السَّابقة، في المتغير التابع وبيئة التطبيق، وقد اختار الباحث الرِّضا الوظيفي نظراً لدوره في التَّأثير على الأَداء التَّسويقي وتحسينه، حيثُ أَنَّ هذه الدِّراسة لم ترد في أَي من الدِّراسات السَّابقة، وكذلك كان الاختلاف في المتغيِّر التَّابع.

مشكلة البحث:

على اعتبار أَنَّ مجال عمل الباحث ضمن مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السُّوريَّة، فقد لاحظ بأَنَّها تعاني من مشاكل عدَّة في الأَداء قبلَ الأَزمة الَّتي تعاني منها سورية اليوم، وأَنَّ هذه المشاكل لم تحل حتى وقتنا الحالي، وخاصَّة في الجزء النَّشط من المؤسَّسة الَّتي يعتقد الكثيرون بأَنها متوقِّفة عن العمل كليَّاً، وهذا الجزء متمثِّل بمحور اللاَّذقية حمص لنقل البضائع مروراً بمدينتي جبلة وطرطوس، ومحور نقل المسافرين بينَ اللاَّذقية وطرطوس مروراً بمدينة جبلة، لذا فإِنَّ مظاهر انخفاض الأَداء ما تزال واضحة المعالم وظاهرة للعيان.

ومن خلال اطلاع الباحث على العديد من الدِّراسات السَّابقة، ومن خلال الملاحظة والمقابلات الَّتي أَجراها مع العاملين، حيث كانت أهم الأسئلة التي طرحها:

1- هل يحصل أفراد عينة البحث على فرص عادلة للترقية؟
2- هل برامج العمل مناسبة لأفراد عينة البحث؟
3- هل يتناسب محتوى العمل مع إمكانات كل فرد من أفراد عينة البحث حسب طبيعة عمله؟
4- هل تتوافر بيئة عمل مناسبة تمكن أفراد عينة البحث من أداء عملهم ومهامهم بالشكل المناسب؟
ومن خلال الدِّراسة الاستطلاعيَّة توصَّل الباحث إلى مؤشِّرات المشكلة والمتمثِّلة بالآتي:
- وجود ضعف الأَداء التَّسويقي.
- وجود ضعف في رضا العاملين الوظيفي.
بناءً على ما تقدَّم يمكن صياغة مشكلة البحث بالتَّساؤل الرَّئيس الآتي:
هل للرِّضا الوظيفي في تحسين الأَداء التَّسويقي في مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السوريَّة؟

أَهميَّة البحث وأَهدافه:

تكمن أَهميَّة البحث من خلال:

- دراسة موضوع هام هو الرِّضا الوظيفي من خلال عناصره (التَّرقية، وبرامج العمل، ومحتوى العمل وبيئة العمل)؛ ومن خلال دراسة دوره في تحسين الأَداء التَّسويقي في مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة.
- بالرغم من أَنَّ العديد من الدِّراسات السَّابقة تناولت الرِّضا الوظيفي، والعديد منها تناولت الأَداء التَّسويقي بأَبعاده وعناصره المختلفة، إلاَّ أَنَّ الباحث لاحظ ندرة الدِّراسات الَّتي تناولت العلاقة بين هذين المتغيرين، إضافةً إلى ندرة الدِّراسات الَّتي تناولت دور هذه المتغيرات في التَّأثير على قطاع النَّقل، وخاصةً في بيئة التَّطبيق الَّتي اعتمدها الباحث.
- من المتوقَّع أَن تقدِّم الدِّراسة معلومات ونتائج مهمَّة لمتخذي القرار التَّسويقي، ومن المتوقَّع أَنْ تُسهم تلك النتائج في تحديد مواطن التَّحسين اللاَّزمة للأداء التَّسويقي لمؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السُّوريَّة بمؤشراته المتعدِّدة.

كما سيسهم في نشر ثقافة الرِّضا الوظيفي لارتباطها بتحسين الأَداء للعاملين، وبالتَّالي تحسين الأَداء التَّسويقي للمؤسَّسة.

يهدُف البحث بشكل أساسي إلى تحديد دور الرِّضا الوظيفي في تحسين الأَداء التَّسويقي لمؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السُّوريَّة في اللاذقيَّة، من خلال تحديد دور عناصر الرضا الوظيفي (الترقية، ساعات العمل، محتوى العمل وبيئة العمل) في تحسين الأداء التسويقي لمؤسسة الخطوط الحديدية.

فرضيَّات البحث:

فرضيَّة البحث الرَّئيسة: ينطلق البحث من فرضيَّة رئيسة مفادها **لا توجد علاقة معنويَّة بين الرِّضا الوظيفي وتحسين الأَداء التَّسويقي.** حيث يمكن اشتقاق الفرضيَّات الفرعيَّة الآتية:

1- <u>الفرضيَّة الفرعيَّة الأولى</u>: لا توجد علاقة معنويَّة بين الرِّضا الوظيفي والفاعليَّة.

2- <u>الفرضيَّة الفرعيَّة الثَّانية</u>: لا توجد علاقة معنويَّة بين الرِّضا الوظيفي والكفاءة

منهجيَّة البحث:

اتَّبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته، ومجموعة طرائق منها الاعتماد على البيانات الثَّانوية، والأوليَّة من خلال استبانة تمَّ تصميمها، وتمَّ توزيعها على (290) مبحوث، استرد منها (271)، وكانت (267) استبانة صالحة للتَّحليل، وتكوَّن مجتمع البحث من كادر العاملين في مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة (مدير فرع، رؤساء أقسام، رؤساء

شعب، وموظَّفين)، والبالغ عددهم (1103) وفق إحصائيَّات مديريَّة الإحصاء والتَّخطيط للعام 2015، ثم تمَّ الاعتماد على برنامج الـ SPSS كأداة لتحليل البيانات المتوَّفرة.

مجتمع وعينة البحث:

شمل مجتمع البحث جميع العاملين في دوائر مؤسسة الخطوط الحديدية السورية في محافظة اللاذقية، والبالغ عددهم 1103، وقد اعتمد الباحث في تحديد حجم العينة على القانون الاحتمالي (قاسم، 2011: 13):

$$n = p.\ (1-p)/\ p.\ [(1-p) \div N)] + [(E^2 \div S.D^2)]$$

n: حجم عينة البحث.

N: حجم مجتمع البحث.

P: نسبة مئوية تتراوح بين الصفر والواحد، وتم اعتماد P = 0.5.

E: نسبة الخطأ المسموح به وهو غالباً يساوي E = 0.05.

S.D: الدرجة المعيارية /1.96/ عند معامل ثقة :95%.

بلغ الحد الأدنى لحجم العينة اللازم سحبه (285) عامل وفق ما يلي:

$$n = 0.5 \times (1- 0.5) / 0.5 \times[(1-0.5) \div 1103)] + [(0.05^2 \div 1.96^2)] = 285$$ عامل

حدود البحث: زمانيَّة: فترة توزيع الاستبانة في شهر كانون الأول 2017، **ومكانيَّة:** دوائر مؤسَّسة الخطوط الحديديَّة السُّوريَّة في فرع اللاَّذقيَّة.

الإطار النظري للبحث:

إن عطاء الفرد وكفاءَته المهنيَّة دليل على مدى رضاه عن عمله، وإحساسه بالتَّقدم والنَّجاح فيه، ويزداد هذا العطاء بمقدار ما يوَّفره العمل من إشباع لحاجاته ودوافعه واستغلال طاقاته، وذلك بغرض متابعة الأَداء التَّسويقي للأنشطة التَّسويقيَّة للمنظَّمة، الَّذي يتحقق من خلال جهود الموظَّفين الرَّاضين عن العمل، والَّتي تُعدُّ بمثابة الأَهداف الَّتي تسعى المنظَّمة إلى تحقيقها متجسِّدة بالفاعليَّة، ورضا الزَّبون، والنُّمو ..... إلخ

1- مفهوم الرِّضا الوظيفي: تعدَّدت تعاريف الكتَّاب والمفكِّرين للرِّضا الوظيفي، ويرجع ذلك إلى تجاربهم وخلفيَّاتهم، بالإضافة إلى اختلاف وجهات نظرهم لهذا المفهوم، وخاصةً أَنَّ للرِّضا أَبعاد عدَّة؛ حيث تمَّ البحث في هذا المفهوم بشكل موَّسع وله العديد من المعاني والتَّفسيرات، ولكن لا يوجد تعريف عالمي متَّفق عليه، حيث تمَّ تعريفه من وجهتين إما وفقا لخصائص الوظيفة نفسها وأَساسيات بيئة العمل الَّتي يحصل فيها الموظفون على مكافآت أَو إرضاء أَو عدم رضا أَو إحباط أو استياء العامل، أَو يعرف بأَنَّه حالة عاطفية ممتعة أَو إيجابيَّة ناتجة عن تقييم عمل واحد أو خبرة العمل (Pantouvakis, 2011. P : 13).

يتفق Locke (1976) مع وجهة النظر الثانية التي تقول بأن الرضا الوظيفي هو حالة عاطفية ممتعة أو إيجابية ناتجة عن تقييم عمل واحد أو خبرة العمل (Fu and Deshpande, 2013. P: 341).

ولقد تناولت العديد من الدِّراسات في رضا العاملين؛ فوجدت أَنَّه يؤدي إلى مشاركتهم بفعاليَّة في جودة وتميُّز الأداء المؤسَّسي، إذ توجد علاقة هامَّة بين رضا العاملين وأدائهم، ولهذا عرَّفه بعض الباحثين بأَنَّه التَّقييم العام للموظف نحو عمله، والذي يتأثَّر بموقع الموظَّف في العمل والحوافز وآلية الرقابة ونظام الإدارة (العواجين، 2013: 27).

ووفقاً لـ Vroom (1964) فإنَّ الرِّضا الوظيفي هو التَّوجه من العواطف الَّتي يمتلكها الموظَّفون نحو الدَّور الَّذي يؤدونه في مكان العمل، والرِّضا الوظيفي هو العنصر الأَساسي الَّذي له الدَّور الهام في تحفيز الموظَّف وتشجيعه نحو أَداء أَفضل (Raziq and Maulabakhsh, 2015. P: 718).

ويرى Spector (1997) أنَّ الرِّضا الوظيفي واحد من المتغيرات الأَكثر تحقيقاً للثَّقافة التَّنظيميَّة، والسُّلوك والظواهر المهنيَّة الأُخرى بدءاً من تصميم الوظائف وصولاً إلى الإشراف (Belias and Koustelious, 2014. P: 139).

وعرف بعض الباحثين الرضا الوظيفي بأنه المتعة النفسية والجسدية والبيئية التي يستمدها الموظف من وظيفته، ويمكن وصفه بأنه سلوك الموظف العاطفي والمعرفي تجاه جوانب معينة من عمله (Dekoulou and Trivellas, 2014. P: 368).

والبعض فسَّر الرِّضا الوظيفي على أَنَّه حالات نفسيَّة أو عاطفيَّة تعكس الحالة العاطفيَّة الإيجابيَّة للموظف تجاه العمل، وعوامل، وظروف العمل المرتبطة به الَّتي استند إليها الموظَّف، ويكون الرِّضا الوظيفي نتيجة للتَّوقعات والخبرات الَّتي يكتسبها الموظف من عمله (C. pan, 2014. P: 85).

ويرى باحثون آخرون بأَنَّ الرِّضا الوظيفي هو حالة الاستقرار العاطفي للأفراد تجاه وظائفهم، أَو مكان عملهم ولذلك أَصبح موضوعاً يجذب اهتمام الباحثين (Khan, *et al*., 2017). **بينما يعرِّف الباحث الرِّضا الوظيفي بأَنَّه الحالة النَّفسيَّة العاطفيَّة والعقليَّة للفرد تجاه وظيفته، ويعدُّ من العوامل الهامَّة والأَساسيَّة لنجاح أَداء أَي منظَّمة فهو يؤثِّر على سلوك الموظَّف وأدائه، ويعدُّ بمثابة القوَّة المحرِّكة والدَّافعة نحو إنجاز متميِّز إذ إنَّ ارتفاع مستويات الرِّضا له دور كبير في تحقيق أَو عدم تحقيق أَهداف المنظَّمة وبالتَّالي نجاحها أَو فشلها.**

2- مفهوم الأَداء التَّسويقي: نظراً لأَهمية التَّسويق وما له من أَهميَّة في حياة المنظَّمة؛ فمن الضروري أَنْ تولي الاهتمام الكافي لأَدائها التَّسويقي، وأَنْ تعمل على متابعته وتقييمه، ولذلك قدَّم الباحثون والمفكرون تعاريف متعدِّدة للأداء التَّسويقي، وكل هذه التَّعاريف لها السِّياق ذاته، وتلتقي في نقاط مشتركة، فالأَداء التسويقي هو مصطلح يستخدم من قبل المتخصصين في مجال التسويق لوصف وتحليل كفاءة وفعالية العملية التسويقية، وذلك بالتركيز على المواءمة بين مخرجات الأنشطة واستراتيجيات التسويق وبين الأهداف المطلوبة لتلك الأنشطة والاستراتيجيات (المجالي، 2012: 8).

والأداء التسويقي بأبسط صورة هو درجة نجاح المنظمة في السوق، والتي تتحقق بواسطة المنتج (الناجي، 2012: 39).

وعرَّفه بعض الباحثين بأَنَّه مدى كفاءة وفعاليَّة وظيفة التَّسويق، أَي مدى بلوغها لأَهدافها (رفع رقم الأَعمال، والحصَّة السُّوقيَّة، وتحقيق رغبات الزَّبائن وإرضائهم، وتخفيض تكاليف التَّسويق) من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها (البشريَّة، الماديَّة والماليَّة) (جعفور، 2016: 9).

ويرى David (2001) بأَن الأَداء التَّسويقي هو مجموع النَّتائج المترتِّبة على الأَنشطة والممارسات الَّتي تقوم بها المنظَّمة، والَّتي يُتوقع منها أَنْ تقابل الأَهداف المخطَّطة والموضوعة (الربيعي وآخرون، 2014: 281).

كما أَنَّ الأَداء التَّسويقي هو قدرة المؤسَّسة على إشباع وإرضاء زبائنها من خلال تقديم خدمات تتلاءم مع حاجاتهم وتتطابق مع ما كانوا ينتظرونه، مع الاستمرار في مراقبة المنافسين والأَخذ بعين الاعتبار ردود أفعالهم، وكذلك تحقيق النَّتائج التَّسويقية المطلوبة من الأَرباح، والمبيعات، والحصَّة السُّوقيَّة، وكل ذلك في ظل اتصال يتضمن مزيجاً ترويجياً متكاملاً (زوخ، 2015: 13).

والأداء التسويقي عنصراً هاماً للمنظمة، وتأتي هذه الأهميَّة من كونه يستخدم لقياس نجاح الشَّركة، حيث ذكر Ferdinand (2000) أنَّ الأداء التَّسويقي هو مؤشر يستخدم غالباً لقياس أثر الاستراتيجيَّة الَّتي تستخدمها الشركة،

تتفق العديد من الشَّركات الكثير من الموارد لتكون قادرة على تنفيذ استراتيجيتها وصولاً لتحقيق الأهداف النهائيَّة والمتمثِّلة في: زيادة المبيعات وعدد العملاء وربحيَّة الشَّركة (Raharjo et al, 2016. P: 30).

كما ويُعرف كل من Armstrong & Kotler الأَداء التَّسويقي بأَنه مقابلة أَداء المؤسَّسة بأَداء منافسيها للتَّعرف على نقاط قوتها للقيام بتعزيزها والتَّعرف على نقاط ضعفها بهدف الحد منها وبما يساهم في تحقيق مزايا تنافسيَّة (جعفور، 2016: 9).

كما يرى باحثون آخرون أَنَّ الأَداء التَّسويقي مفهوم واسع إلى حد ما، فهو يعني التَّغييرات وفقاً لمنظور الموظَّف واحتياجاته، ويعني القدرة على تحقيق أَهداف التَّسويق (Alrubaiee, *et al.*, 2017. P: 107). بينما يرى الباحث بأَنَّ الأَداء التَّسويقي هو شريان الحياة في المؤسَّسة الَّذي يغذيها، وهو مصدر استمرار المؤسَّسة وبقاؤها فهو بمثابة المخرجات والأَهداف الَّتي تطمح المؤسَّسة في الحصول عليها من خلال القيام بالأَنشطة التَّسويقيَّة المختلفة خلال فترات زمنية محددة، والَّتي لها دور هام في عمل المؤسَّسة وقدرتها على المنافسة في دنيا الأَعمال في ظل المنافسة الشَّرسة الَّتي تتعرض لها المنظَّمات اليوم في الأَسواق المعاصرة.

3. الفاعليَّة التَّسويقيَّة: على الرُّغم من إجماع الكتَّاب والباحثين على أَهميَّة الفاعليَّة بوصفها أَحد مقاييس الأَداء التَّسويقي، إلا أَنهم يتباينون في تحديد مفهومها، فعرَّفها Stair (2009, 11) بأَنَّها قدرة أَي نظام على إنجاز الأَهداف المقرَّرة (حمودة، 2014: 47). ويعرِّفها بعض الباحثين بأَنها القدرة على تحقيق الأَهداف في شكل زيادة حجم المبيعات والحصَّة السوقية وتحقيق رضا الزبائن وتنمية الموارد البشريَّة وتحقيق النمو المرغوب للمؤسَّسة. الفعاليَّة التَّسويقيَّة = المخرجات الفعلية / المخرجات المخططة (محاط، 2014: 37). ولا يخرج رأي الباحث عن آراء الباحثين فيما يتعلق بالفاعليَّة؛ فهو يرى بأنها تجسِّد قدرة المنظَّمة للوصول إلى الأهداف العظمى الَّتي تطمح إلى بلوغها بأَقل وقت، وبأقل الموارد تلك الأَهداف الَّتي تحقق للمنظَّمة القيادة، والاستمراريَّة في الأَسواق وتمكنها من مواجهة جميع الشَّركات المنافسة لها.

4. الكفاءة التَّسويقية: تُعد الكفاءة التسويقية أيضاً من مؤشرات قياس الأداء التسويقي؛ فهي تشير إلى تحقيق العلاقة المثلى بين المدخلات والمخرجات على أَساس تحقيق أَكبر قدر ممكن من المدخلات، وتتمثل المخرجات التَّسويقيَّة في صورة المؤسَّسة وسمعة علامتها والقيمة المدركة لدى الزَّبائن وولائهم.. إلخ.

الكفاءة التَّسويقيَّة = النتائج المحققة / الموارد المستخدمة = المخرجات /المدخلات (محاط، 2014، 37). بينما يرى الباحث بأَنَّ الكفاءة التَّسويقيَّة بأنها الحالة المثلى الَّتي تتصرف فيها المنشأة بالموارد المتاحة لديها لتقوم باستثمارها في سبيل بلوغ أهدافها المنشودة وفي أوقات قياسيَّة.

النتائج والمناقشة:

أداة الدراسة: اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، مع قيامه بالمقابلات الشخصية مع عدد من أفراد عيّنة البحث، وقد قام الباحث بتقسيم الاستبانة إلى قسمين رئيسين:

القسم الأول: تناول جمع بيانات عن المتغيرات الديموغرافية للعينة التي تمّ توزيع الاستبانة عليها.

أمَّا القسم الثاني: حيث تناول جمع بيانات حول دور الرّضا الوظيفي في تحسين الأداء التّسويقي وهي تُمثل 30 عبارة، وقد اعتمد الباحث على مقياس ليكرت الخماسي.

أولاً: توصيف المتغيرات الديموغرافية: يوضّح الجدول (1) خصائص العيّنة الديموغرافية.

الجدول (1) توصيف المتغيرات الديموغرافية

الجنس		
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	231	%86.52
أنثى	36	%13.48

العمر			المسمى الوظيفي		
الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية
30 وأقل	99	% 37.1	رئيس دائرة	2	% 0.75
40-31	116	%43.5	رئيس شعبة	3	%1.12
50 -41	26	% 9.7	موظف	262	% 98.13
أكثر من 50	26	% 9.7			

المؤهل العلمي			الخبرة الوظيفية		
الصفة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية	السنوات	التكرار	النسبة المئوية
ثانوية عامة أو أقل	119	%44.6	5 وأقل	30	% 11.24
معهد متوسط	110	% 41.2	10-6	66	% 24.72
إجازة جامعية	26	% 9.7	15 -11	27	%10.11
دراسات عليا	12	%4.5	أكثر من 15	144	% 53.93

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

ثانياً: اختبار ثبات وصدق المقياس: استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقاييس (غدير، 2012، P، 234- 246)، حيث تمّ حساب معامل كرونباخ لحساب ثبات جميع عبارات الاستبانة معاً كما هو موضّح بالجدول رقم (2)؛ وحساب ثبات متغيّرات الدّراسة كلّ على حدة.

الجدول (2) عدد العبارات الداخلة في التحليل والمستثناة Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	267	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	267	100.0

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

ويُظهر الجدول (3) أنّ قيمة ثبات معامل الثبات ألفا كرونباخ الكلّية باستثناء متغيّر الجنس لأنّه الوحيد غير الرتبي يساوي 0.913 (معامل ثبات مرتفع) وهي أكبر من 0.6، وهذا يدلّ على أنّ جميع العبارات تتمتع بثبات جيّد ولا داعي لحذف أيّة عبارة.

الجدول(3) معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبانة

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	34

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

معامل ثبات متغيرات الدراسة كلّ على حدة: كما قام الباحث بحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيّرات الدراسة كلّ على حدة وكانت النتائج كالآتي:

الجدول (4) معامل ألفا كرونباخ لكل متغيّر على حدة

المتغير	Cronbach's Alpha	N of Items	المتغير	Cronbach's Alpha	N of Items
الترقية	.735	6	بيئة العمل	.669	4
برامج العمل	.801	4	الفاعلية	.907	4
محتوى العمل	.703	4	الكفاءة	.875	8

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

وجد الباحث من خلال الجدول (4) أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ للعبارات المستخدمة في قياس كل متغير على حدة كانت جميعها أكبر من 0.6، وهذا يدلّ على ثبات مقبول للبيانات وصلاحيتها للدراسة ولا داعي لحذف أيّة عبارة من العبارات.

مقياس الصّدق (الاتّساق الداخلي لفقرات الاستبانة): حيث قام الباحث بدراسة علاقة طرفيّات عدّة في الدّراسة مع طرف أساسيّ كالمتوسّط الإجمالي (غدير، 2012، P، 247 – 248)، واختبار تلك العلاقات؛ حيث كانت العلاقات الناتجة معنوية أي ذات دلالة إحصائية؛ وكان ذلك مؤشّراً على صدق المقياس. Sig = p = 0.000 < α =0.01، وبذلك يكون الباحث قد تأكّد من صدق وثبات فقرات الاستبانة، وأصبحت الاستبانة صالحة للتطبيق على عيّنة الدّراسة الأساسيّة.

اختبار الفرضيّات:

قام الباحث بحساب الإحصائيات الوصفية لكل عبارة من عبارات الاستبانة وذلك لمعرفة متوسط إجابات أفراد العينة حيث تبيّن من خلال الجدول (5) أنّ أقل متوسط حسابي لإجابات أفراد العينة هو 2.81 والمتعلق بقياس الكفاءة، وهو أقل من متوسّط الحياد 3، ومعنوي، والذي يبين أنّ المؤسسة لا تستخدم حملات ترويجية متنوعة وفق إجابات أفراد العينة.

الجدول (5) الإحصائيات الوصفية الخاصّة ببنود الاستبانة

البعد	عبارات الاستبانة	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Sig
الترقية	هناك فرص للترقية والتقدم في العمل	267	2	5	3.94	.644	.000
	توجد عدالة في الحصول على الترقية	267	1	4	3.33	.779	.000
	الترقية في العمل تعتمد على الكفاءة والأداء	267	2	5	3.87	.723	.000
	أنا راضٍ عن الترقيات ووقت الحصول عليها	267	2	5	3.32	1.015	.000

	إن سياسات الترقية الوظيفية المتاحة تتوافق مع طموحاتي	267	1	4	3.10	1.090	.131
	إن الوظيفة الحالية التي أقوم بها تتناسب مع سنوات الخبرة التي أتمتع بها	267	1	5	3.35	1.336	.000
برامج العمل	مواعيد بداية ونهاية الدوام مناسبة	267	3	5	4.05	.384	.000
	أنا راضٍ عن عدد أيام العمل في الأسبوع	267	1	5	3.95	.935	.000
	أنا راضٍ عن عدد ساعات العمل في اليوم	267	1	5	3.85	1.025	.000
	لدي أوقات للراحة أثناء ساعات العمل	267	2	5	3.41	.971	.000
محتوى العمل	أشعر بالاستقلالية في عملي	267	2	5	3.55	.872	.000
	إن مسؤولياتي في العمل واضحة	267	1	5	3.86	1.027	.000
	يحتاج عملي للكثير من التركيز والانتباه	267	1	5	4.20	.943	.000
	يحتاج عملي للكثير من الجهد الجسدي	267	1	5	2.99	1.229	.921
بيئة العمل	تصميم مكان عملي) المكتب مثلا (جيد	267	2	5	3.99	.649	.000
	مستوى التهوية في مكان عملي مناسب	267	2	5	4.03	.571	.000
	مكان عملي يوفر لي الراحة التامة لأداء المهام	267	2	5	3.96	.767	.000
	تتوفر الوسائل التي تساعدني في أداء عملي	267	1	5	3.39	1.188	.000
الفاعلية	تؤمن مؤسستي بأن إرضاء الزبائن يسهم في تحسين حجم مبيعاتها	267	2	5	4.03	.677	.000
	تسعى مؤسستي إلى تحسين الربحية من خلال إيجاد نوع من التوازن بين مصلحتها ومصلحة الزبون	267	2	5	4.07	.732	.000
	ترتفع ربحية مؤسستي من خلال جذب الزبائن الجدد وتعزيز الولاء لدى الحاليين	267	2	5	4.06	.858	.000
	إن تحسين النشاط التسويقي لمؤسستي يؤدي إلى زيادة حجم المبيعات	267	1	5	4.10	1.041	.000
الكفاءة	توفر مؤسستي خدمات متعددة ومتنوعة	267	1	5	3.47	1.066	.000
	تعمل مؤسستي على تطوير خدماتها الحالية	267	2	5	3.64	.896	.000
	تضع مؤسستي أسعارها بما يتلاءم مع جودة الخدمات التي تقدمها	267	2	5	4.15	.788	.000
	تضع مؤسستي أسعارها بما يتلاءم مع قدرات الزبائن	267	1	5	4.27	1.004	.000
	تستخدم مؤسستي طرق ترويجية مقنعة في التعريف بمنتجاتها	267	1	5	2.93	1.058	.273
	تستخدم مؤسستي حملات ترويجية متنوعة	267	2	4	2.81	.875	.000

	تقوم مؤسستي بتوزيع خدماتها في الوقت والشكل المناسب	267	1	5	3.46	1.015	.000
	تقدم مؤسستي خدماتها من خلال أكبر عدد ممكن من منافذ البيع والتوزيع	267	1	5	4.01	.946	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

بعد ذلك قام الباحث باختبار الفرضية الرئيسة والفرضيات المتفرّعة عنها:

الفرضية الرئيسة للبحث:

فرضية العدم Ho: لا توجد علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي وتحسين الأداء التسويقي.

الفرضية البديلة H1: توجد علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي وتحسين الأداء التسويقي.

ويتفرع منها فرضيات فرعية عدة:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي وتحسين الفاعلية.

ويتفرع منها فرضيات فرعية عدة:

1- توجد علاقة معنوية بين الترقية وتحسين الفاعلية.

2- توجد علاقة معنوية بين برامج العمل وتحسين الفاعلية.

3- توجد علاقة معنوية بين محتوى العمل وتحسين الفاعلية.

4- توجد علاقة معنوية بين بيئة العمل وتحسين الفاعلية.

ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى والفرضيات الفرعية المتعلّقة بها قام الباحث بحساب ارتباط بيرسون للعلاقة بين الرضا الوظيفي بأبعاده الأربعة (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) وبين تحسين الفاعلية، ومعامل التحديد، حيث أظهر الجدول رقم (6) ما يلي:

الجدول (6) معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد الرّضا الوظيفي والفاعلية

		الترقية	برامج العمل	محتوى العمل	بيئة العمل	الفاعلية
الترقية	Pearson Correlation	1	.232**	.614**	.294**	.403**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	267	267	267	267	267
برامج العمل	Pearson Correlation	.232**	1	.416**	.344**	.379**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	267	267	267	267	267
محتوى العمل	Pearson Correlation	.614**	.416**	1	.318**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	267	267	267	267	267
بيئة العمل	Pearson Correlation	.294**	.344**	.318**	1	.381**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	267	267	267	267	267
الفاعلية	Pearson Correlation	.403**	.379**	.581**	.381**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	267	267	267	267	267

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

- هناك علاقة معنوية بين أبعاد الرّضا الوظيفي (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) وتحسين الفاعلية، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون على التوالي (0.403، 0.379، 0.581، 0.381) وهو يدلّ على ارتباط ضعيف وطردي بين أبعاد الرّضا الوظيفي والفاعلية، كما بلغ معامل التحديد على التوالي (0.162، 0.144، 0.337، 0.145)، وهو يدلّ على أنّ (16.2%، 14.4%، 33.7%، 14.5%) من تغيرات تحسين الفاعلية تتبع لتغيرات أبعاد الرّضا الوظيفي (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) على التوالي؛ وبما أنّ Sig = p = 0.000 < α =0.01، **فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين أبعاد الرّضا الوظيفي والفاعلية؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.**

<u>نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الأولى:</u>

الجدول (7) معامل ارتباط بيرسون بين الرّضا الوظيفي والفاعلية

		الرّضا الوظيفي	الفاعلية
الرّضا الوظيفي	Pearson Correlation	1	.605**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	267	267
الفاعلية	Pearson Correlation	.605**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	267	267

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

اتضّح للباحث من خلال الجدول (7) أنّ معامل الارتباط بيرسون بلغ 0.605 وهو يدلّ على ارتباط ضعيف وطردي بين الرّضا الوظيفي وتحسين الفاعلية، كما بلغ معامل التحديد 0.366، وهو يدلّ على أنّ 36.6% من تغيرات تحسين الفاعلية تتبع لتغيرات الرّضا الوظيفي، مما يعني أنّ هناك دور للرّضا الوظيفي في تحسين الفاعلية؛ وبما أنّ قيمة احتمال الدلالة (Sig= 0.000)، فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي والفاعلية؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي وتحسين الكفاءة.

ويتفرع منها فرضيات فرعية عدة:

1- توجد علاقة معنوية بين الترقية وتحسين الكفاءة.

2- توجد علاقة معنوية بين برامج العمل وتحسين الكفاءة.

3- توجد علاقة معنوية بين محتوى العمل وتحسين الكفاءة.

4- توجد علاقة معنوية بين بيئة العمل وتحسين الكفاءة.

ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية والفرضيات الفرعية المتعلّقة بها قام الباحث أيضاً بحساب ارتباط بيرسون للعلاقة بين الرضا الوظيفي بأبعاده الأربعة (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) وبين تحسين الكفاءة، ومعامل التحديد:

الجدول (8) معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد الرّضا الوظيفي والكفاءة

		الترقية	برامج العمل	محتوى العمل	بيئة العمل	الكفاءة
الترقية	Pearson Correlation	1	.232**	.614**	.294**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	267	267	267	267	267
برامج العمل	Pearson Correlation	.232**	1	.416**	.344**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	267	267	267	267	267
محتوى العمل	Pearson Correlation	.614**	.416**	1	.318**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	267	267	267	267	267
بيئة العمل	Pearson Correlation	.294**	.344**	.318**	1	.344**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	267	267	267	267	267
الكفاءة	Pearson Correlation	.688**	.509**	.652**	.344**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	267	267	267	267	267

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

أظهر الجدول رقم (8) أنَّ هناك علاقة معنوية بين أبعاد الرّضا الوظيفي (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) وتحسين الكفاءة، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون على التوالي (0.688، 0.509، 0.652، 0.344) وهو يدلّ على ارتباط ضعيف وطردي بين أبعاد الرّضا الوظيفي والكفاءة، كما بلغ معامل التحديد على التوالي (0.473، 0.259، 0.425، 0.118)، وهو يدلّ على أنّ (47.3%، 25.9%، 42.5%، 11.8%) من تغيرات تحسين الكفاءة تتبع لتغيرات أبعاد الرّضا الوظيفي (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) على التوالي؛ وبما أنّ $Sig = p = 0.000 < \alpha = 0.01$، فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين أبعاد الرّضا الوظيفي والكفاءة؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.

<u>نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الثانية</u>

الجدول (9) معامل ارتباط بيرسون بين الرّضا الوظيفي والكفاءة

		الرّضا الوظيفي	الكفاءة
الرّضا الوظيفي	Pearson Correlation	1	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	267	267

الكفاءة	Pearson Correlation	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	267	267

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

وجد الباحث من خلال الجدول (9) أنّ معامل الارتباط بيرسون بلغ 0.760 وهو يدلّ على ارتباط مقبول وطردي بين الرّضا الوظيفي وتحسين الكفاءة، كما بلغ معامل التحديد 0.578، وهو يدلّ على أنّ 57,8% من تغيرات تحسين الكفاءة تتبع لتغيرات الرّضا الوظيفي، مما يعني أنّ هناك دور للرّضا الوظيفي في تحسين الكفاءة؛ وبما أنّ قيمة احتمال الدلالة (Sig= 0.000)، **فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي والفاعلية؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.**

<u>اختبار الفرضية الرئيسة:</u> بعد أن قام الباحث باختبار الفرضيتين الفرعيتين، قام باختبار الفرضية الرئيسة:

الجدول (10) معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد الرّضا الوظيفي والأداء التسويقي

		الترقية	برامج العمل	محتوى العمل	بيئة العمل	الأداء التسويقي
الترقية	Pearson Correlation	1	.232**	.614**	.294**	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	267	267	267	267	267
برامج العمل	Pearson Correlation	.232**	1	.416**	.344**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	267	267	267	267	267
محتوى العمل	Pearson Correlation	.614**	.416**	1	.318**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	267	267	267	267	267
بيئة العمل	Pearson Correlation	.294**	.344**	.318**	1	.412**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	330	330	330	330	330
الأداء التسويقي	Pearson Correlation	.614**	.501**	.698**	.412**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	267	267	267	267	267

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

يتبين من خلال الجدول رقم (10) هناك علاقة معنوية بين أبعاد الرّضا الوظيفي (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) وتحسين الأداء التسويقي، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون على التوالي (0.614، 0.501، 0.698، 0.412) كما هو موضّح بالجدول (10)، وهو يدلّ على ارتباط ضعيف وطردي بين أبعاد الرّضا الوظيفي والأداء التسويقي، كما بلغ معامل التحديد على التوالي (0.377، 0.251، 0.487، 0.17)، وهو يدلّ على أنّ (37.7%، 25.1%، 48.7%، 17%) من تغيرات تحسين الأداء التسويقي تتبع لتغيرات أبعاد الرّضا الوظيفي (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل، بيئة العمل) على التوالي؛ وبما أنّ Sig = p = 0.000 < α =0.01، فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين أبعاد الرّضا الوظيفي والأداء التسويقي؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.

نتيجة اختبار الفرضية الرئيسة:

الجدول (11) معامل ارتباط بيرسون بين الرّضا الوظيفي والأداء التسويقي

		الرّضا الوظيفي	الأداء التسويقي
الرّضا الوظيفي	Pearson Correlation	1	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	267	267
الأداء التسويقي	Pearson Correlation	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	267	267

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

وجد الباحث من خلال الجدول (11) أ أنّ معامل الارتباط بيرسون بلغ 0.772 وهو يدلّ على ارتباط مقبول وطردي بين الرّضا الوظيفي وتحسين الأداء التسويقي، كما بلغ معامل التحديد 0.596، وهو يدلّ على أنّ 59.6% من تغيرات تحسين الأداء التسويقي تتبع لتغيرات الرّضا الوظيفي، مما يعني أنّ هناك دور للرّضا الوظيفي في تحسين الأداء التسويقي؛ وبما أنّ قيمة احتمال الدلالة (Sig= 0.000)، **فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين الرّضا الوظيفي والأداء التسويقي؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.**

وكما هو واضح من الجدول (12)، فقد بلغ متوسّط إجابات أفراد العيّنة لمتغيّر برامج العمل 3.8174، وهو يدلّ على رضا أفراد العيّنة عن مواعيد بداية ونهاية الدوام الرسمية وعدد ساعات العمل في الأسبوع.

الجدول (12) متوسّط إجابات أفراد العيّنة

البعد	Mean	الرمز	Mean
الترقية	3.4850	بيئة العمل	3.8390
برامج العمل	3.8174	الفاعلية	4.0674
محتوى العمل	3.6498	الكفاءة	3.5894

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

وقام الباحث بإجراء تحليل ANOVA لإظهار إن كان يوجد فروق معنويّة بين متوسّطات إجابات أفراد العيّنة لكل متغيّر من متغيّرات البحث، حيث تنصّ فرضيّة العدم على عدم وجود فروق معنويّة بين متوسّطات إجابات أفراد العيّنة؛ في حين الفرضيّة البديلة تنصّ على وجود فروق معنويّة، وكانت النتائج كما هي موضّحة في الجدول (13) الآتي:

الجدول (13) تحليل ANOVA لإظهار الفروق بين متوسّطات إجابات أفراد العيّنة لكلّ متغيّر.

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	106.167	28	3.792	7.583	.281
Within Groups	.500	1	.500		
Total	106.667	29			

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

ومن خلال جدول (13) وجد الباحث أنّ Sig = p = 0.281 > α =0.05، أَي أَنَّ قيمة احتمال الدلالة (Sig= 0.281) أكبر من مستوى الدلالة 0.05. مما يعني قبول فرضيّة العدم، مما يؤكّد عدم وجود فروق معنويّة بين متوسّطات إجابات أفراد العيّنة لكل متغير من متغيرات الدراسة، حيث لا يمكن ترتيب المتوسّطات لكل متغيّر بحسب حصوله على اجماع الموافقة لإجابات أفراد العيّنة على العبارات الخاصّة به.

الاستنتاجات والتَّوصيات:

الاستنتاجات: وكنتيجة لاختبار الفرضيات تمكّن الباحث من الوصول لعدد من النتائج أهمّها:

1- الدور الكبير الذي يلعبه الرّضا الوظيفي بأبعاده المختلفة (الترقية، برامج العمل، محتوى العمل وبيئة العمل) في تحسين الأداء التسويقي، وهذا ما أظهرته نتائج اختبار الفرضيات.

2- بلغ متوسّط إجابات أفراد العيّنة للعبارات الخاصّة بمتغير الترقية (3.4850)، وهذا يعني موافقة أفراد العيّنة على أنّ المؤسسة توفّر للعاملين لديها فرص الترقية والتقدّم، وأنّ الترقية تعتمد على الكفاءة والأداء وهذا واضح من خلال متوسط العبارات الموضحة في الإحصائيات الوصفية، إلّا أن رضاهم كان أقل بشأن وجود العدالة في الحصول عليها أو بتوافق السياسات المتبعة في الترقية مع طموحاتهم.

3- بلغ متوسّط إجابات أفراد العيّنة للعبارات الخاصّة بمتغيّر برامج العمل (3.8174)، وهذا يعني رضا أفراد العينة على هذه البرامج، سواء من جهة مواعيد العمل وساعاته وأوقات الرّاحة المخصصّة لهم.

4- بلغ متوسّط إجابات أفراد العيّنة للعبارات الخاصّة بمتغيّر محتوى العمل (3.6498)، كما بلغ متوسّط إجابات أفراد العيّنة للعبارات الخاصّة بمتغيّر بيئة العمل (3.8390)، وهو ما يدلّ رضا أفراد العيّنة على طبيعة العمل وبيئته، إلّا أنّ العمل وبحسب معظم إجابات أفراد العينة لا يحتاج للكثير من الجهد الجسدي، وأنّ هناك قلّة في الوسائل المتاحة في المؤسسة التي تساعدهم في أداء العمل.

التوصيات: يوصي الباحث بالآتي:

1- ضرورة أن تزيد المؤسسة من اهتمامها برضا العامل الوظيفي لأنها بذلك ستزيد من الفاعلية والكفاءة في أداء المؤسسة وتحقيق الربحية، وتحسّن من حجم مبيعاتها، وتعزز ولاء عامليها لها.

2- ضرورة أن تعمل المؤسسة على زيادة تحقيق العدالة في حصول العاملين على الترقية، وأن ترفع مستوى توافق سياساتها الخاصّة بالترقية مع طموحات عامليها، وأن تستمر في تأمين فرص الترقّي والتقدّم بما يرفع من الأداء.

3- ضرورة استخدام حملات ترويجية متنوعة فقد تبين أن متوسط إجابات الأفراد للعبارات الخاصة بالحملات الترويجية منخفض (2.81)، أي توجد فروق جوهرية سالبة .

4- ضرورة استمرار المؤسسة في سياسة الاستقلالية التي تمنحها للعامل في أداءه لعمله وبموجب القوانين، وتحديد مسؤولياته بدقة، مع الاستمرار في الحفاظ على مكان عمل ومستوى تهوية جيد يوفّر للعامل الرّاحة التامة لأداء عمله.

5-ضرورة الاستمرار بالقيام بأبحاث الرضا الوظيفي، والتعرف على أهم أبعاده التي من شأنها أن ترفع من سوية أداء العامل وتزيد من رضاه عن عمله، والاهتمام بتلك الأبعاد بالشكل الذي يسهم في نجاح المؤسسة، وتحسين أداؤها وتحقيق أهدافها المختلفة.

المراجع:

المراجع العربيَّة:

1. العواجين، أكثم ماجد. *أثر جودة الخدمات الداخلية في الرضا الوظيفي للعاملين في مؤسسة تنمية أموال الأيتام في الأردن*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2013.

2. المجالي، محمد كايد محمد، *أثر أنماط التوجهات الاستراتيجية على الأداء التسويقي للبنوك التجارية العاملة في الأردن*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.

3. الناجي، فهد علي، *أثر استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية الدوائية البشرية في مدينة عمان الكبرى*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.

4. الربيعي، ليث سلمان؛ المحاميد، أسعود محمد،؛ الشيخلي، أسامة، سمير؛ العدوان، سامي. *أثر إدارة معرفة الزبون وتطوير الخدمات الجديدة في الأداء التسويقي*. مجلد الجامعة الأردنية، المجلد (14)، العدد 2، الأردن، 2014.

5. برياح، محمَّد الأَمين؛ موساوي، يحيى. *تأثير الرِّضا الوظيفي على أداء الموارد البشرية: دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية بمغنية*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016.

6. جعفور، خديجة، *الابتكار التسويقي ودوره في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية: دراسة حالة فندق الألف بولاية ورقلة*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.

7. حمودة، محمد سعد أحمد. *العلاقة بين تبني مفهوم التسويق الأخضر والأداء التسويقي: دراسة ميدانية على المنشآت الصناعية في محافظات قطاع غزة*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، 2014.

8. زوخ، سمية، *الاتصال الترويجي والأداء التسويقي بالمؤسسة الخدمية: دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس" المديرية الجهوية بورقلة*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مورباح، بورقلة، 2015.

9. غدير، باسم غدير. *تحليل البيانات المتقدم باستخدام IBM SPSS Statistics 20*، الطبعة الأولى، سورية، حلب، 2012.

10. قاسم، سامر. *دور الاستراتيجيات التسويقية في خلق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي: دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية*. مجلد جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (33)، العدد (6)، 2011.

11. محاط، أميرة. *أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ميلة*، رسالة ماجستير، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2014.

المراجع الأجنبية:

1. ALRUBAIEE, L; ALADWAN, S; ABU JOMA, M; IDRIS, W; KHATER, S. *Relationship between Corporate Social Responsibility and marketing performance: The mediating effect of customer value and corporate Image*. Published by Canadian center of science and Education, Vol, 10. No, 2. (on line) available on: dx. Doi. Org, 2017, 107.

2. BELIAS, D; KOUSTELIOUS, A. *Organizational Culture and Job satisfaction: review. International review of management and marketing*, Vol, 4. No, 2. (on line) Available on: www. econjournals. com, 2014, 139.

3. BABALOLA, S. S. *The effect of leadership style, job satisfaction and employee – supervisor relationship on job performance and organizational commitment*. The journal of applied business research, Vol.32, No. 3, 2016.

4. C. PAN, F. *Practical application of importance – performance analysis in determining critical job satisfaction factors of tourist hotel*. Journal homepage, (on – line) available on: www. science direct. Com, 2014, 85.
5. Dekoulou, P; Trivellas, P. *Measuring The impact of learning organization on job satisfaction and individual performance in Greek Advertising sector*. International conference on strategic innovative marketing, Procedia – social and behavioral sciences, Vol, 175. No, 367. (on – line) available on: www. science direct. com, 2014, 368.
6. Fu, W; P. Deshpande. *The impact of caring climate, job satisfaction, and organizational commitment on job performance of employees in a china's insurance company*. Springer science – Business Media Dordrecht, Vol, 124. No, 339. 0n line: 3 September, 2013, 341.
7. KHAN, R. S; RAO, B; USMAN, K; AFZAL, S. *The mediating Role of job satisfaction between transformation leadership and organizational commitment within the SMEs of Karachi*. Published in international journal of Business and management studies, Vol. 23, No. 80325, (online) Available at: Mpra, ud. Uni – muenchen. De, 2017.
8. RAZIQ, A; MAULABAKHSH, R. *Impact of working Environment on job satisfaction. Procedia economics and finance,* Vol, 23. No, 717. (on line) available on: www. science direct. Com, 2015, 718.
9. RAHARJO, S; ANTONO, M; PERDHANA, M. *SME'S Enterprise resource planning implementation, Competitive advantage and marketing performance Finding from central, Java, Indonesia*. Journal of Entrepreneurship, Business and Economics, Vol, 4. No, 1. (on line) Available on: www. Scientificia. Com, 2016, 30.
10. SHAHZAD, L. M; MUSHTAQ, A; MUHAMMAD, Q; MOMAL, M; AMBER, F; HUMMAYOUN, N. *Impact of employee's job satisfaction on organizational performance*. European Journal of Business and management, Vol. 5, No. 5, 2013.
11. SHMAILAN, A. S. B. *The relationship between job satisfaction, job performance and employee engagement: An explorative study*. Issues in Business management and economics, Vol. 32. Issue. 1, (on line) Available on: www. Journal issues. Org, 2016.
12. PANTOUVAKIS, A. *Internal service quality and job satisfaction synergies for performance improvement: some evidence from a B2B environment*. Journal of targeting, Measurement and analysis for marketing, Vol, 19. No, 11. (on line) Available on: www. Palgrave – journals. Com, 2011, 13