

تمهيد :

بعد أن تطرقنا إلى أهم المفاهيم النظرية التي ألمنا بها في الفصول السابقة و المتعلقة بمتغيري الدراسة "التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي " ، و معرفة أثر الذي يؤديه المتغير الأول على المتغير الثاني ، في هذا الفصل سنقوم بإسقاط تلك المضامين النظرية على الواقع الميداني ، و من خلال الدراسة التي قمنا بها في مديرية الصيانة لشركة سوناتراك - بسكرة- ، تم جمع المعلومات بواسطة أداة الاستمارة حيث تم إعدادها و توزيعها على عينة البحث ، قصد تشخيص مستوى كل من التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي في المديرية و أثر التسويق الداخلي في تعزيز هذا الأخير. و على هذا الأساس سيتم التطرق إلى مجموعة من النقاط من خلال المباحث التالية :

المبحث الأول : تقديم مديرية الصيانة لشركة سوناتراك بسكرة

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: عرض و مناقشة النتائج

المبحث الأول : تقديم مديرية الصيانة سوناطراك بسكرة

المطلب الأول : تعريف المؤسسة الوطنية سوناطراك الأم

في 31 ديسمبر 1963 أسست شركة سوناطراك ، و كان دورها التكفل بنقل و تسويق المحروقات و لكن تطور الظروف سرعان ما أعيد النظر في هذا الدور ، حيث تم توسيع الشركة ابتداء من 1966 ، ليمس القطاعات الأخرى من النشاط البترولي كالبحث و الانتاج و التحويل .

و تحديدا من تاريخ 21 فيفري 1971 وفي عهد الرئيس الراحل هواري بومدين ، حدثت ثورة في مجال المحروقات ، حيث أمت هذه الأخيرة حتى تتمكن من استرجاع كل سيادتها على مواردها الوطنية ، و حتى تتمكن من فرض نفسها في صرح الأمم و حتى تمتلك الجزائر من جديد ثرواتها الطبيعية و تنتزعها من الاستعمار التعسفي و الجائر للشركات الأجنبية .

و عليه اصبحت شركة سوناطراك تعمل على تقويم المحروقات من خلال سياسة استثمارية مطورة بذلك جميع فروع الصناعة البترولية من الاستكشاف الى البتروكيماويات .

و في الثمانينات سحبت شركة سوناطراك من نشاطات الخدمات البترولية و البتروكيماويات و التكرير و التوزيع ليقترصر نشاطها على ميدان البحث و الانتاج و النقل بالإضافة الى ميداني معالجة الغاز و تسويق المحروقات .

و هي اليوم تحتل المرتبة 11 في العالم ، و هي أول مؤسسة حوض المتوسط و تحتل المرتبة 4 عالميا في تصدير الغاز الطبيعي .

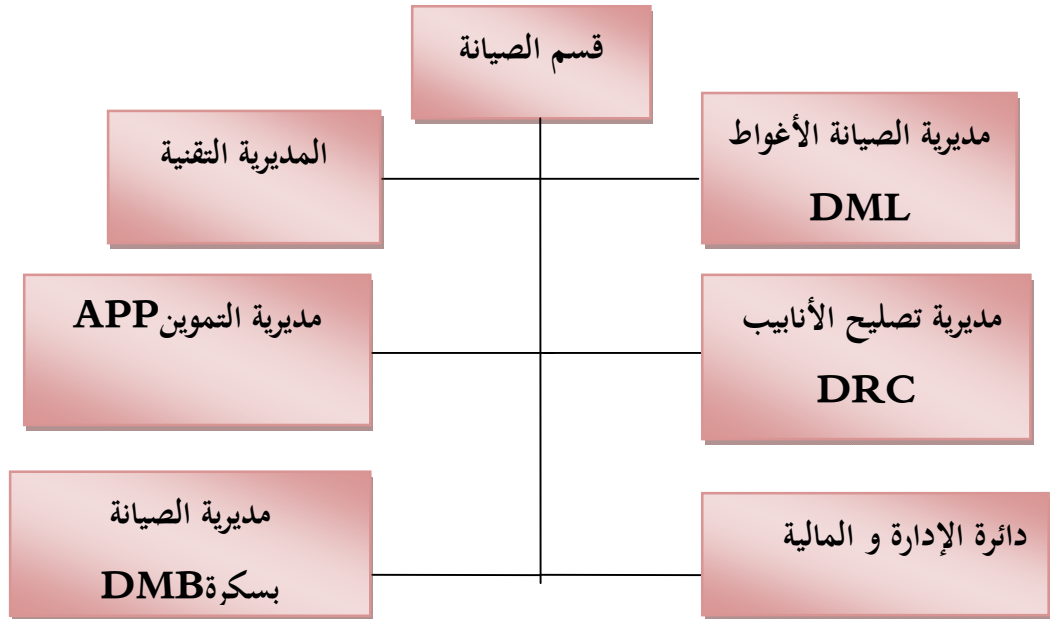
تعد المؤسسة الوطنية سوناطراك احدى اهم المؤسسات العمومية الاقتصادية في الجزائر ، ومن أنجح المؤسسات الوطنية ، فلها تاريخها و مكانتها على المستوى الوطني ، لذلك سنحاول التعرف على مؤسسة سوناطراك و على الخصوص وحدة الصيانة بسكرة و على نشاطها الاقتصادي . و تعمل مؤسسة سوناطراك في مجال المحروقات ، و تنقسم الى عدة أنشطة:

- نشاط الإنتاج.
- نشاط التوزيع.
- نشاط نقل الأنابيب.

و يضمن نشاط النقل عبر الأنابيب نقل المحرقات بواسطة شبكة للبترول و الغاز على امتداد 16000 كم وهذه الشبكة تستخدم تجهيزات مهمة و متطورة ، و تعتبر الصيانة إحدى أهم الوظائف التي تضمن استغلال هذه الشبكة بدون أخطاء ، و مكلف بها حاليا قسم خاص هو قسم الصيانة بالنسبة للعمليات المهمة و قسم الاستغلال للعمليات العادية و البسيطة .

و ينقسم قسم الصيانة الى عدة مديريات ، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (12): الهيكل التنظيمي لقسم الصيانة سوناطراك



المصدر : وثائق الوحدة لشركة سوناطراك بسكرة

المطلب الثاني: تعريف مديرية الصيانة سوناطراك بسكرة

أولاً- تقع هذه المديرية في المنطقة الصناعية بسكرة ،وقد مرت في تطورها بالمراحل التالية :

* أنشئت سنة 1977، حيث بدأ بنائها في أكتوبر 1977 ، و كان الاستلام النهائي لها مارس 1980 ، وكانت

آنذاك المديرية الجهوية بسكيكدة مكلفة ببنائها ضمن مشروع يهدف إلى صيانة الآلات الموجهة للصناعة البترولية .

* من 1979-1989 : تم إنشاء قسم بسكرة سنة 1982 بهدف صيانة تجهيزات المنشآت التابعة للمديرية الجهوية

سكيكدة ، و كذا التمويل بقطع الغيار .

● سنة 1989 : تم إنشاء مديرية الصيانة (DML) التي تقوم بتسيير ثلاث قواعد هي : قاعدة الأغواط وقاعدة حوض الحمراء وقاعدة بسكرة.

* من 1990-2002 : قاعدة الصيانة بسكرة كان هدفها مركزا على تنفيذ عمليات الصيانة .

* جوان 2002: تم إنشاء مديرية الصيانة بسكرة

(DMB) Direction Maintenance Biskra ، حيث أصبحت مؤسسة مستقلة

بانفائها عن مديرية الصيانة الاغواط ، وذلك بقرار رقم 206/DG ،

مرجع A-589 المؤرخ في : 2002/06/12

و تقع مديرية الصيانة بسكرة على مساحة اجمالية قدرها 8793 م مربع ، في شكل مباني موزعة كما يلي:

- ورشات تقنية.
- مخزن.
- مبنى إداري تقني.

• مبنى للحماية.

• مستودع.

وهذا لمواكبة التطورات التي تحدث في ISO 9001 وقد تحصلت مديرية الصيانة بسكرة على شهادة الجودة العالمية الاقتصاد الجزائري ، حيث بدأت في مشروع الحصول على شهادة الجودة في 15 ماي 2004 ، و تحصلت عليها في جويلية 2005 ، و أصبحت تحصل عليها كل سنة .

و تعتمد الوحدة في تسييرها على شبكة داخلية و على الاعلام الالي وعلى برنامج متخصص في التسيير ، من أجل تسيير أكثر عقلانية ، و يقدر عمال مديرية الصيانة بسكرة ب 306 عامل .

ثانيا - النشاط الاقتصادي لوحدة الصيانة بسكرة

إن النشاط الأساسي لمديرية الصيانة بسكرة هي صيانة الهياكل التالية :

* GK1/GK2/40 : حاسي الرمل /سكيكدة .

* OK1/34 : حوض الحمراء / سكيكدة .

* GO1/GO2/48 : حاسي الرمل / واد الصفصاف / تبسة نحو ايطاليا .

* وهذا ما يعطيها وضعية استراتيجية للقيام بالعمليات المختلفة للصيانة (مراجعات دورية ، تدخلات ميدانية ، تصحيح

الأجهزة و الآلات التقنية) في مختلف المنشآت وعلى الخطوط التالي :

* نشاط النقل بالأنابيب ، و أنشطة المحروقات (إنتاج ، توزيع)

كما يوجد للمديرية مهام فرعية أخرى نذكر منها :

-تشخيص و صيانة قطع الغيار ، تجديد الهياكل الأساسية للآلات ، صنع قطع الغيار لاحتياجات نشاط النقل

بالأنابيب ، المساهمة في التجديد المستمر لتجهيزات مختلف هياكل النشاط .

- إعداد وضع حيز التنفيذ نظام و إجراءات الصيانة و معايير الآلات و التجهيزات المرتبطة بالنشاط .

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لمديرية الصيانة سوناطراك بسكرة

و تتبع مديرية الصيانة بسكرة في تنظيمها أسلوب المديريات ، حيث يتدرج الهيكل التنظيمي للمؤسسة كالتالي :

1- مديرية الصيانة:

هو المشرف على مديرية الصيانة بسكرة ، و المسؤول على :

- اعداد و تحديث سياسة و أهداف المؤسسة .

- التخطيط الاستراتيجي و رقابة أهداف المؤسسة .

- توزيع الموارد و الوسائل بالمؤسسة .

- وضع حيز التنفيذ نظام إتصال داخل المؤسسة ، و التي لها علاقة مباشرة بمديرية الصيانة ، كما تهتم بالصادر و

الوارد من مدير المؤسسة على مختلف الدوائر التابعة للمؤسسة .

2- الأمانة :

تهدف بتسجيل الرسائل الصادرة و الواردة من و إلى المؤسسة ، و التي لها علاقة مباشرة بمديرية الصيانة ، كما تهتم بالصادر و الوارد من مدير المؤسسة على مختلف الدوائر التابعة للمؤسسة .

3- دائرة التموين و النقل :

و هي المسؤولة عن :

- تموين المؤسسة بالموارد الأولية ، قطع الغيار ، الآلات و التجهيزات الضرورية للنشاط مع احترام الجودة و الوقت .
- تسيير المخزون و الجرد المادي في المؤسسة ، مع احترام الإجراءات و القوانين المطبقة .
- تسيير و صيانة مستودع النقل : السيارات ، الآلات ، الشاحنات .
- خدمات النقل الضرورية بمختلف هياكل المؤسسة .
- ضمان تحسين عمليات التموين .

4- دائرة الإدارة و الاتصال :

وهي المسؤولة عن :

- تقييم احتياجات المؤسسة للعمال و إعداد خطط التعيين و التكوين في إطار الموازنات المعتمدة .
- تسيير ملفات العمال في المؤسسة و حساب أجورهم وكل ما يتعلق بها .
- تضمن الخدمات الاجتماعية ، طب العمل ، التنشيط الاجتماعي و الرياضي ...
- تسيير و متابعة النشاطات المرتبطة ب : الفندق ، الاطعام ، صيانة التجهيزات ...
- تسيير وسائل الاتصالات بالمؤسسة (هاتف ، فاكس ، تليكس ...)
- التكلف بمهام النقل و الاطعام و المبيت للعمال في إطار المهام التي يقومون بها خارج المؤسسة ، و كذلك إجراءات الحصول على تأشيرات السفر للعمال الذين يقومون بمهام أو تكوين خارج الوطن .
- تحسين إجراءات الاتصال بالمؤسسة .
- تحسين العمليات المتعلقة بالموارد البشرية .
- تطبيق سياسة المؤسسة فيما يتعلق بمعالجة المشكل .

5- دائرة المالية و الشؤون القانونية :

هي المسؤولة عن :

- التسيير المالي و المحاسبي للمؤسسة في إطار الموازنات المعتمدة و احترام الإجراءات و النصوص القانونية حيز التنفيذ.
- إعداد المخطط السنوي و على المدى المتوسط للمؤسسة مع احترام مختلف هياكل المؤسسة و متابعة تنفيذها .
- تسجيل جميع العمليات اليومية مع الغير كالفواتر و الموردن .
- إعداد الميزانيات المالية و المحاسبية للمؤسسة .
- إعداد العقود و الاتصال مع الإدارة القانونية المركزية .

- تسيير تأمينات المؤسسة و الاتصال مع الادارة القانونية المركزية .
- إعداد و متابعة الملفات القانونية للمؤسسة مع الاتصال بالإدارة القانونية المركزية .
- تسيير و متابعة ممتلكات المؤسسة .
- متابعة الاحترام القانوني لكل العقود المنة على مستوى المؤسسة .

6- دائرة الكهرباء و الآلية :

هي المسؤولة عن :

- القيام بالصيانة فيما يخص فرعي الكهرباء و الآلية .
- الإشراف على عمليات الصيانة للآلات الدوائر .
- المساعدة في عمليات تحديث التجهيزات .
- القيام بأعمال حول نظام الحماية .
- القيام بأعمال الكهرباء الصيانة و الالكترونية .
- المشاركة في اعداد دفاتر الشروط المرتبطة بالتجهيزات .
- تحسين عمليات الصيانة في الورشات و الخدمات المقدمة للزبائن .

7- دائرة المنهجية الاعتماد :

هي المسؤولة عن :

- إعداد مخطط العمل السنوي و الأكثر من سنوي بمساعدة المديرية الجهوية لسوناطراك لضمان صيانة الآلات الدوائر .
- استقبال طلبات العمل و برمجتها و تقسيمها على هياكل المؤسسة المسؤولة عن التنفيذ .
- تسيير و تحديث برامج و إجراءات الصيانة .
- تنظيم مجموعات من العمال لإعداد فرق عملية للصيانة .
- إعداد و تحليل نسب الصيانة .
- تحليل و تحديث تكاليف الصيانة .
- إجراء دراسات خاصة على الصيانة .
- تسيير الوثائق التقنية للتجهيزات الصناعية .
- تحسين العملية التجارية و الخدمات المقدمة للزبائن .
- قياس و متابعة رضا الزبائن، و المعالجة الفعالة لاحتياجاتهم .

8- دائرة الميكانيك الصناعي :

هي المسؤولة عن :

- القيام و الاشراف على عمليات الآلات الواردة .
- الصيانة في الورشات لآلات الضغط (المضخات ، المحركات ، الآلات الضاغطة ...)
- المساهمة في عمليات تحديث التجهيزات .
- صنع قطع الغيار المرتبطة باحتياجات نشاط النقل بالأنايب .
- تصليح القطع الخاصة بالآلات الدوارة .
- مراقبة مطابقة القطع المصنعة.
- القيام بالتشخيص، التحليل، قياس خبرة القطع الثمينة (Pièces nobles)
- تحسين التدخلات الميدانية و الخدمات المقدمة للزبائن .

9- مركز الإعلام الآلي :

هي المسؤولة عن :

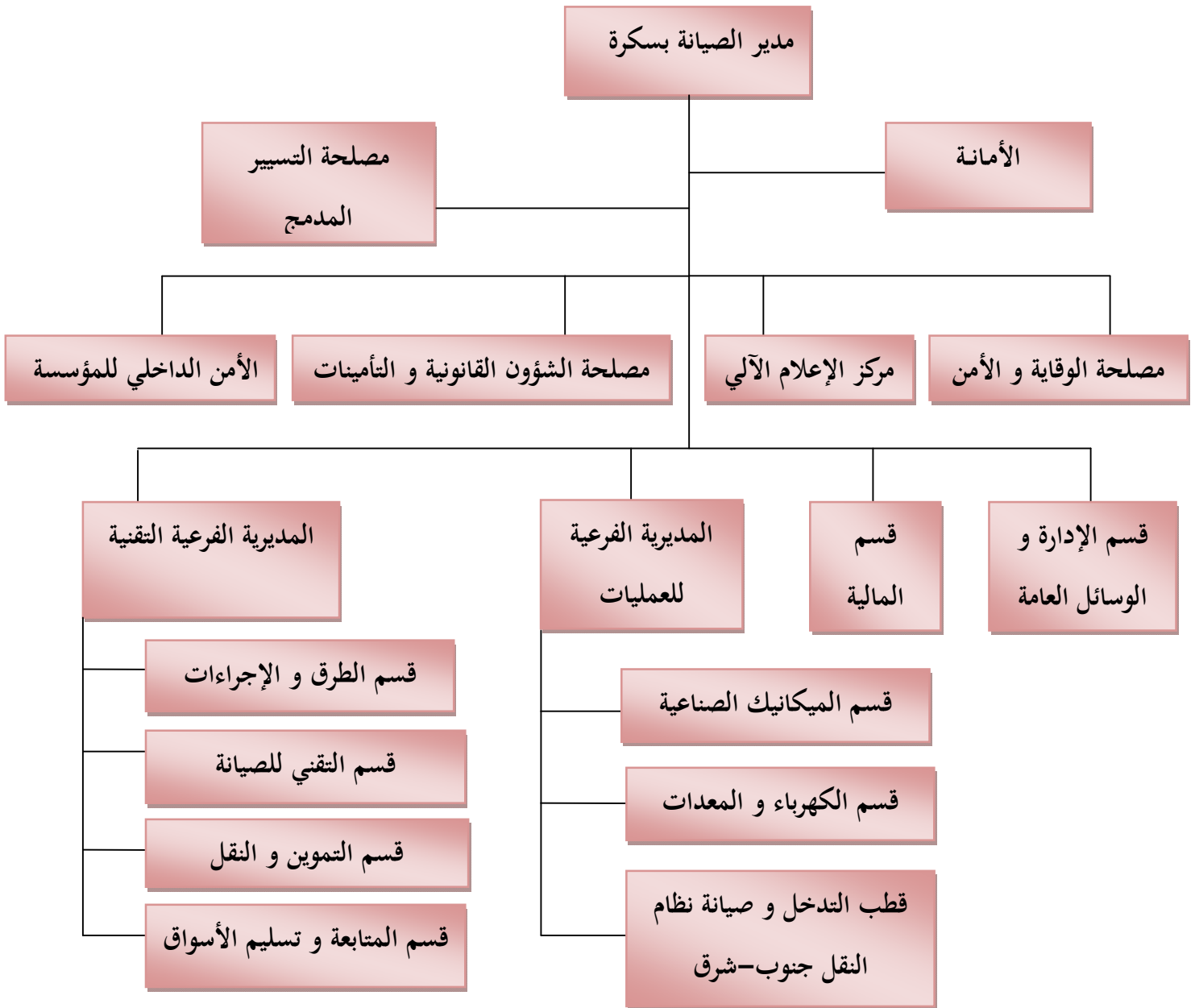
- تسيير و إدارة و صيانة أنظمة الإعلام الآلي في المؤسسة .
- الصيانة القبيلية و البعدية لأنظمة الإعلام الآلي .
- تسيير و إدارة و استغلال المراسلات الآلية في المؤسسة .
- تسيير و إدارة و استغلال قواعد معطيات البرامج .
- تسيير و إدارة و استغلال شبكة الاعلام الالي .
- مساعدة و تكوين مستعملي أدوات الإعلام الالي .
- الاستغلال المثل لوسائل الاعلام الآلي على مستوى المؤسسة .
- تحسين عمليات تسيير أنظمة الاعلام الالي .

10- مصلحة الحماية و المحيط :

مسؤولة عن :

- تطبيق سياسة الحماية و المحيط و الأمن لمجمع سوناطراك .
- توضيح وظيفة الحماية و المحيط و الأمن في المؤسسة من خلال التوعية و التكوين.
- حماية الممتلكات البشرية و المادية من خلال برامج وقاية .
- الوقاية من الحوادث و الحرائق من خلال مراقبة الشروط التقنية، و تصرفات العمال و طرق العمل الخطيرة و التوصيات الضرورية.
- مراقبة و متابعة برامج نشاط النقل بالأنايب لحماية المحيط .

الشكل رقم (13): هيكل التنظيمي لمديرية الصيانة لشركة سوناطراك بسكرة



المصدر : وثائق الوحدة لشركة سوناطراك بسكرة

المبحث الثاني : منهجية الدراسة الميدانية

تشير منهجية الدراسة إلى الطرق النظامية المتبعة لحل المشكلة و التي من خلالها يتم إنجاز الدراسة بشكل علمي لذا سيتم من خلال هذا المبحث صياغة المنهجية المعتمدة في هذه الدراسة من أجل شرح أثر التسويق الداخلي في التعلم التنظيمي ، وذلك من خلال تحديد منهج و مجالات الدراسة ، مجتمع و عينة الدراسة ، نموذج و فرضيات الدراسة وكذا أداة الدراسة و الأساليب الاحصائية المستخدمة.

المطلب الأول: منهج و حدود الدراسة

الفرع الأول : منهج الدراسة

يشير منهج إلى أسلوب التفكير و العمل الذي يعتمد عليه الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها ، و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول ظاهرة الموضوع الدراسة.¹ كما تختلف المناهج المتبعة باختلاف أهداف الدراسات و المشاكل التي تحاول حلها . وبناءً على أهداف الدراسة الحالية ، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يقوم على الرصد و المتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو كيفية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة من حيث المحتوى أو المضمون و الوصول إلى نتائج و تعميمات تساعد على فهم الواقع و تطويره.²

وتجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من أساليب البحث العلمي التي يتضمنها المنهج الوصفي ، و منها أسلوب دراسة الحالة الذي نم اختياره لإجراء هذه الدراسة ، و الذي يقصد به دراسة متعمقة لجمع البيانات المجمعة عن وحدة سواء كانت فرداً أو منظمة.³

الفرع الثاني : حدود الدراسة

تحددت الدراسة الميدانية بالمجالات التالية:

- المجال البشري : يتعلق بالعناصر المتمثلة لوحداث العينة ، ويعبر عن المجتمع الذي نريد معرفته و قد اقتصرت الدراسة الميدانية على الإطارات في مديرية الصيانة لشركة سوناطراك بسكرة .
- المجال المكاني : تمت الدراسة الميدانية على مستوى مديرية الصيانة لشركة سوناطراك ، والتي تنشط بالمنطقة الصناعية بسكرة ، وهذا لتحديد أثر التسويق الداخلي على التعلم التنظيمي.
- المجال الزمني : إن أي دراسة تستلزم فترة زمنية لإجرائها تتحدد حسب طبيعة الموضوع و قدرة الباحث على جمع المعلومات ، وهنا تمت الدراسة الحالية في السداسي الثاني من السنة الجامعية 2019/2018.

¹ رجي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج و أساليب البحث العلمي : النظرية و التطبيق ، ط1 ، دار الصفاء ، الأردن ، 2000 ، ص 33.

² رجي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، نفس المرجع السابق ، ص 43.

³ مروان عبد المجيد ابراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1 ، دار الوراق ، الأردن ، 2000 ، ص 133.

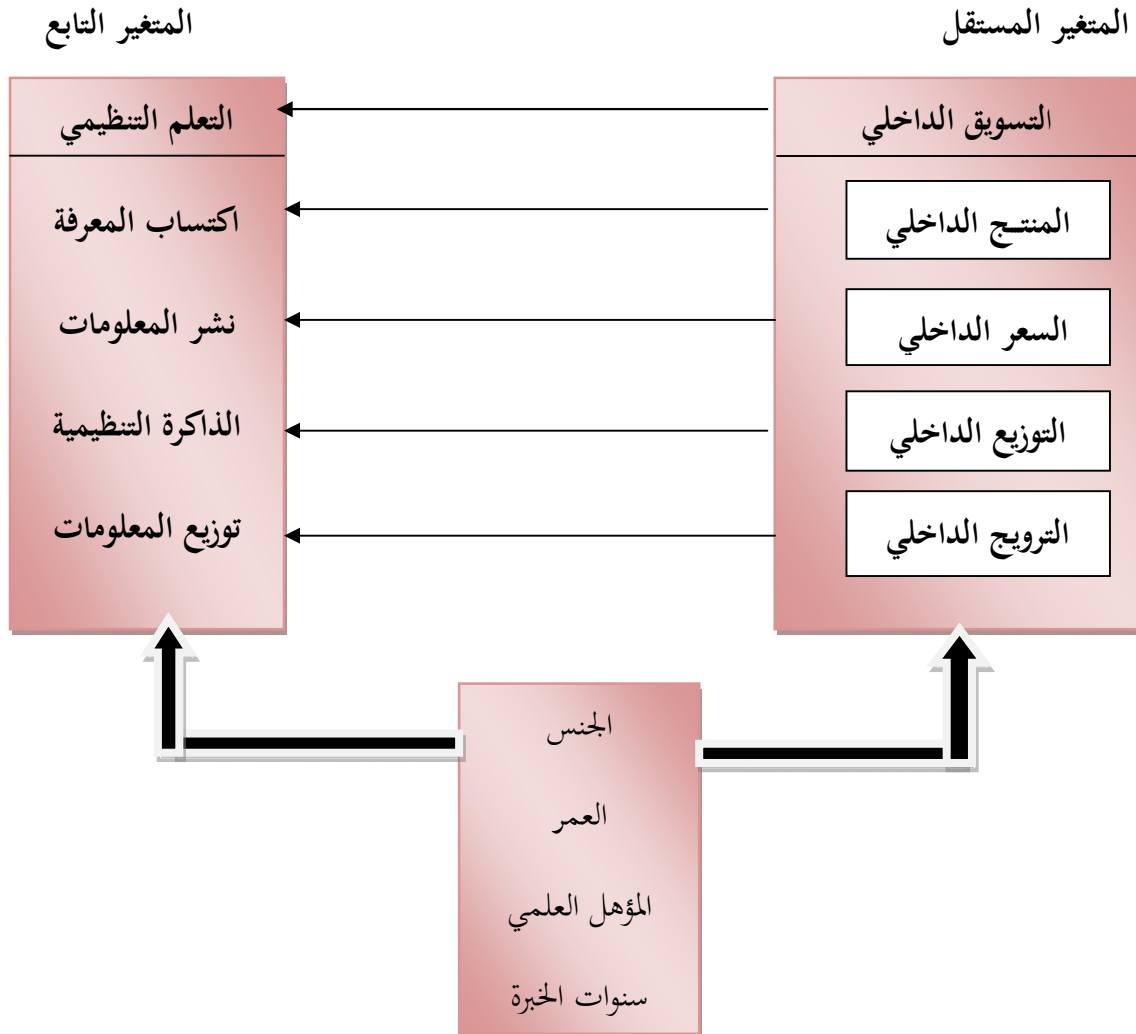
- المجال الموضوعي : وقد اقتصرت الدراسة على معرفة ما مدى توفر عناصر المزيج التسويقي و كذا تطبيق التعلم التنظيمي في مديرية الصيانة لشركة سونطراك بسكرة ،بالإضافة إلى أثر هذا المزيج على التعلم التنظيمي بالمؤسسة محل الدراسة.

المطلب الثاني : نموذج و فرضيات الدراسة

الفرع الأول : نموذج الدراسة

استنادا إلى الإطار النظري للدراسة ، وفي ضوء مشكلة الدراسة و أهدافها ،قمنا ببناء نموذج شمولي مقترح ،انطلاقا من فكرة مفادها بيان امكانية الربط المشترك فيما بين التسويق الداخلي من حيث عناصر مزيججه و المتمثلة في المنتج الداخلي ، السعر الداخلي ، التوزيع الداخلي و الترويج الداخلي ، و بين التعلم التنظيمي من حيث مراحل عملياته و فق لنموذج Huber و هو موضح في الشكل أدناه :

الشكل رقم (12) : نموذج الدراسة



المصدر : من إعداد الطالبة

الفرع الثاني : فرضيات الدراسة

و بناء على نموذج الدراسة قمنا بصياغة الفرضيات الرئيسية و الفرضيات الفرعية كما يلي :

➤ **الفرضية الرئيسية الأولى :** يوجد أثر ذو دلالة احصائية للتسويق الداخلي على التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0,05$.

و يندرج ضمن هذه الفرضية أربع فرضيات فرعية :

✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده المنتج الداخلي على التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0,05$.

✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده السعر الداخلي على التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0,05$.

✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده التوزيع الداخلي على التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0,05$.

✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الترويج الداخلي على التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0,05$.

➤ **الفرضية الرئيسية الثانية :** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى بالخصائص الشخصية (الجنس ، العمر ، المؤهل العلمي ، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة $\alpha= 0.05$

و يندرج ضمن هذه الفرضية أربع فرضيات فرعية :

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى المتغير الجنس عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى المتغير العمر عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى المتغير المؤهل العلمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى المتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

➤ **الفرضية الرئيسية الثالثة :** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزى بالخصائص الشخصية (الجنس ، العمر ، المؤهل العلمي ، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة $\alpha= 0.05$

و يندرج ضمن هذه الفرضية أربع فرضيات فرعية :

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزى المتغير الجنس عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزى المتغير العمر عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي المتغير المؤهل العلمي عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي المتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

المطلب الثالث : مجتمع و عينة الدراسة

الفرع الأول : مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة "بأنه كامل أفراد ، أو وحدات أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة " ¹ و بناءً على مشكلة الدراسة و أهدافها ، فإن مجتمع الدراسة تمثل في كافة إطارات مديرية الصيانة لشركة سوناطراك - بسكرة - و البالغ عددهم 95 إطار.

الفرع الثاني : عينة الدراسة

تعرف العينة على أنها "عبارة عن مجموعة جزئية من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي" ² ، فبدلاً من إجراء البحث أو الدراسة على كامل مفردات المجتمع يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطرق علمية ، و عن طريق دراسة ذلك الجزء يمكن تعميم نتائج التي تم حصول عليها على مجتمع الدراسة بأكمله . وقد تم اختيار عينة عشوائية، حيث تم توزيع 70 استمارة و استرجعت بأكملها ، و بعد فحصها و تحليلها تبين أن جميعها صالحة للتحليل نظراً لتحقيقها شروط الإجابة الصحيحة و بذلك ، فإن النسبة المئوية للاستمارات الصالحة للتحليل تقدر بما يقارب 74% من المجتمع الأصلي.

و فيما يلي سنعرض خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية :

¹ ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مرجع السابق ، ص 138.

² محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، منهجية البحث العلمي ، القواعد و المراحل و التطبيقات ، ط 2 ، دار وائل للنشر و التوزيع ، 1999 ، ص 84.

جدول رقم (4): الخصائص العامة لعينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	44	62,9%
	أنثى	26	37,1%
	المجموع	70	100,0%
العمر	أقل من 30 سنة	6	8,6%
	من 30 إلى 39 سنة	30	42,9%
	من 40 إلى 49 سنة	27	38,6%
	من 50 سنة فأكثر	7	10,0%
	المجموع	70	100,0%
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	5	7,1%
	ليسانس	33	47,1%
	مهندس	11	15,7%
	ماستر (ماجستير)	12	17,1%
	آخر	9	12,9%
	المجموع	70	100,0%
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	14	20,0%
	من 5 إلى 9 سنوات	10	14,3%
	من 10 إلى 14 سنة	24	34,3%
	من 15 إلى 19 سنة	15	21,4%
	من 20 سنة فأكثر	7	10,0%
	المجموع	70	100,0%

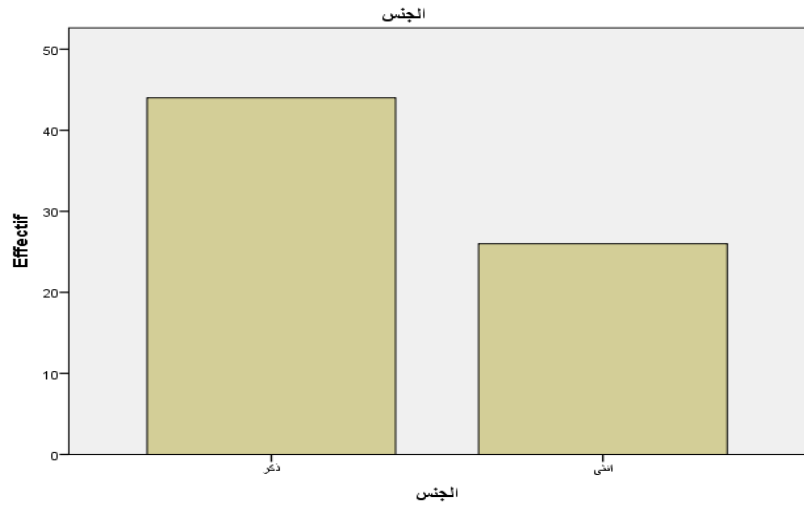
المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج Spss.v20

من خلال الجدول يتضح لنا ما يلي:

متغير الجنس : يبين الجدول أن غالبية الباحثين ذكور حيث بلغ عددهم 44 بنسبة 62.9% ، في حين بلغ عدد الإناث 26 بنسبة 37.1% من مجموع أفراد عينة البحث. وهذا راجع إلى طبيعة التقنية للمناصب في هذه المؤسسة

محل الدراسة و التي لا تتوافق نسبيا مع التركيبة الفيزيولوجية للإناث

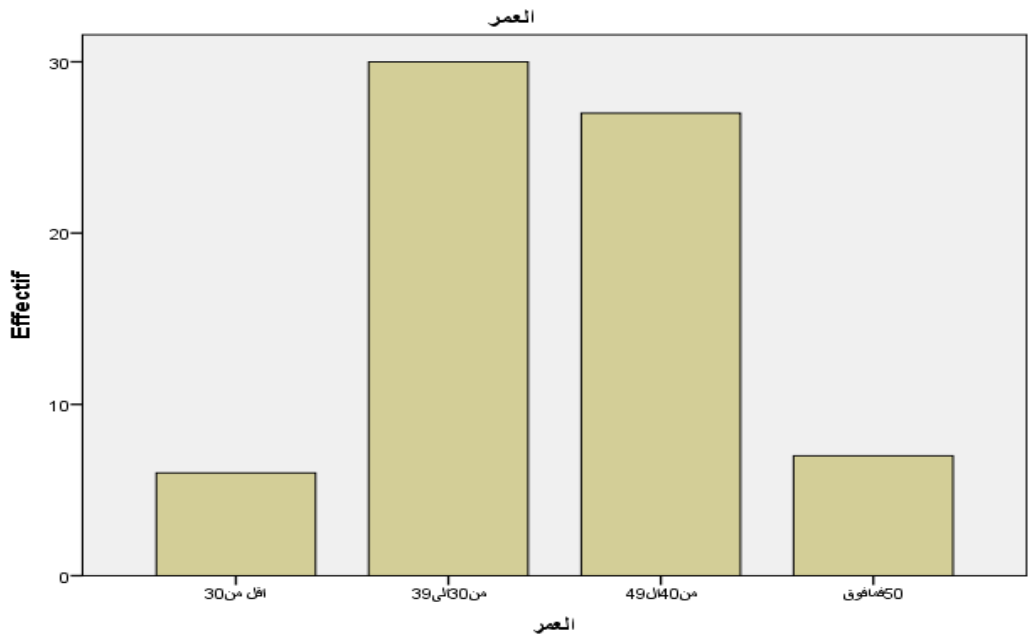
الشكل رقم (13): المدرج التكراري لمتغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج Spss.v20

متغير العمر : نلاحظ من الجدول أن فئة من 30 إلى 39 سنة بلغت أعلى نسبة 42.9% من أفراد عينة البحث، تليها الفئة العمرية من 40 إلى 49 سنة نسبة 38.6% ، ثم الفئة الواقعة في مجال من 50 سنة فأكثر بنسبة 10%، في حين تراوحت الفئة العمرية أقل من 30 سنة نسبة 8.6%. ما يعني ذلك أن أغلبية الإطارات من فئة الشباب.

الشكل رقم (14) : المدرج التكراري لمتغير العمر

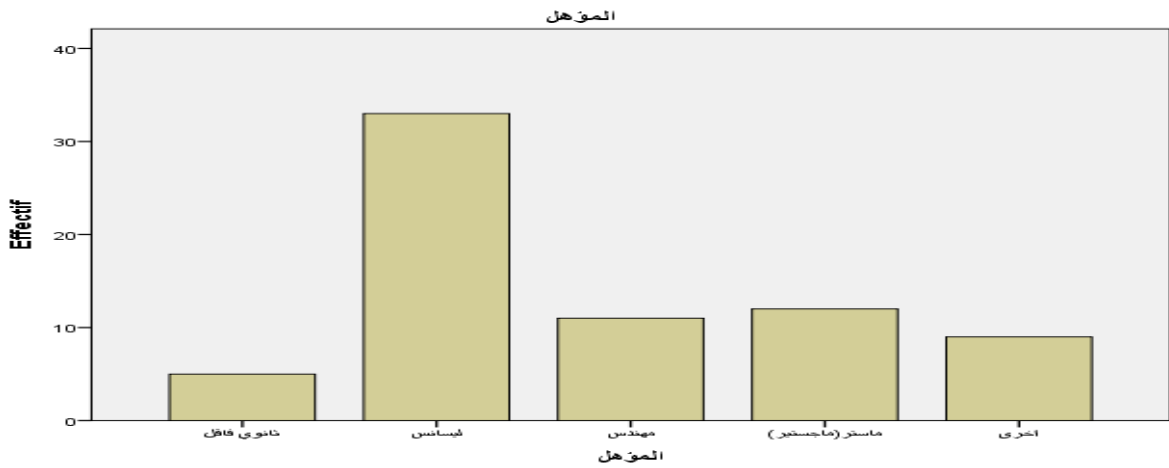


المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج

Spss.v20

متغير المؤهل العلمي : من خلال الجدول نجد أن معظم الباحثين حاملين ليسانس بنسبة 47.1%، يليها حاملين شهادة ماستر (ماجستير) بنسبة 17.1%، في حين يليها رتبة مهندس بنسبة 15.7%، ثم تليها شهادة أخرى بنسبة 12.9%، و أخيرا ثانوي فأقل بنسبة 7.1%. وهذا راجع لتركيبية مجتمع الدراسة المتكون من الإطارات، كما يدل أيضا على أن المؤسسة تحرص على استقطاب و توظيف أفراد ذوي كفاءات و مؤهلات علمية قادرة على استيعاب و التأقلم مع التغيرات البيئية.

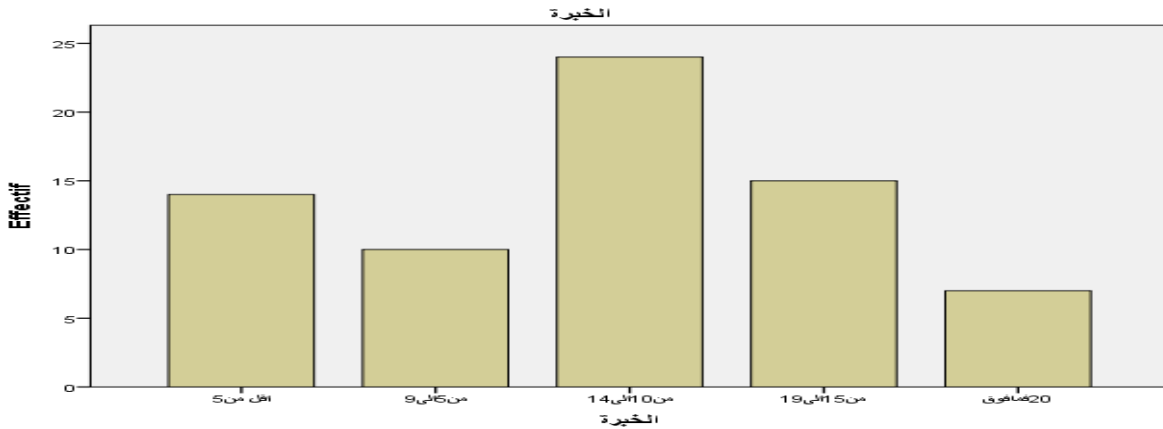
الشكل رقم (15) : المدرج التكراري لمتغير المؤهل العلمي



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss.v20

- متغير سنوات الخبرة : يوضح الجدول أن أغلبية الباحثين يمتلكون خبرة من 10 إلى 14 سنة بنسبة 34.3%، في حين تليها ذوي خبرة من 15 إلى 19 سنة بنسبة 21.4%، ثم ذوي الخبرة أقل من 5 سنوات بنسبة 20%، ثم يليها ذوي خبرة من 5 إلى 9 سنوات بنسبة 14.3% وأخيرا 20 سنة فما فوق بنسبة 10%.

الشكل رقم (16) : المدرج التكراري لمتغير لسنوات الخبرة



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss.v20

المطلب الرابع : أداة الدراسة و الأساليب الإحصائية.

الفرع الأول : أداة الدراسة

1. إجراءات بناء الأداة

وفقا لطبيعة الدراسة فقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة ، إذ تعرف على أنها " وسيلة أو أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المرتبة بأسلوب منطقي مناسب ، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها " ¹ وقد تم بناءها من خلال اتباع الخطوات التالية:

- مراجعة البحوث و الدراسات النظرية و الميدانية التي تناولت موضوعي التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي.
- الربط بين الدراسات النظرية و الميدانية ، ثم اعداد الاستبيان في صورته الأولية ، حيث تكون من قسمين:
- **القسم الأول :** يتعلق بالبيانات الشخصية و هي : الجنس ، العمر ، المؤهل العلمي ، الخبرة.
- **القسم الثاني :** و شمل عبارات متغيري الدراسة ، من خلال تقسيمه إلى محورين:

المحور الأول: تعلق بالمتغير المستقل المتمثل في التسويق الداخلي حيث حددت أبعاده في المزيج التسويقي و المتمثل في : (المنتج الداخلي، السعر الداخلي ، التوزيع الداخلي ، الترويج الداخلي) ، و اشتمل على 19 عبارة موزعة كمايلي:

- من 1 إلى 4 : تتعلق بالمنتج الداخلي.
- من 5 إلى 8 : تتعلق بالسعر الداخلي.
- من 9 إلى 13 : تتعلق بالتوزيع الداخلي.
- من 14 إلى 19 : تتعلق بالترويج الداخلي.

¹ عودة أحمد سليمان ، أساسيات البحث العلمي في التربية و العلوم الإنسانية ، الطبعة الثانية ، مكتبة الكتاني للنشر و التوزيع ، إربد ، الأردن ، 1992 ،

المحور الثاني : يتعلق التعلم التنظيمي وتم قياسه من خلال أبعاد نموذج Huber (اكتساب المعرفة ، نشر المعلومات ، الذاكرة التنظيمية، توزيع المعلومات)، حيث اشتمل هذا المحور على 16 عبارة موزعة كما يلي:

- من 20 إلى 23: تتعلق باكتساب المعلومات.
- من 24 إلى 27: تتعلق بنشر المعلومات.
- من 28 إلى 31: تتعلق بتوزيع المعلومات.
- من 32 إلى 35: تتعلق بالذاكرة التنظيمية.

و قد تم استخدام سلم ليكارت الخماسي ، بحيث تم توزيع الأوزان على البدائل الخمسة كما يلي:

الجدول رقم (05): درجات مقياس ليكارت الخماسي

لا أتفق تماماً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبة

كما تم إعطاء لكل خيار من الخيارات أوزان متباينة تعكس التدرج في مستوياتها بحسب طبيعة عبارات القياس ، واستخدمت الأوساط الموزونة كما يلي:

الجدول رقم (06): درجات القيم حسب مقياس ليكارت الخماسي للحكم على إجابات الأفراد

درجات الموافقة	فئات المتوسط الحسابي
لا أتفق تماماً	(1,79 - 1)
لا أتفق	(2,59 - 1,80)
محايد	(3,39 - 2,60)
أتفق	(4,19 - 3,40)
أتفق تماماً	(5 - 4,20)

المصدر: من إعداد الطالبة

2. صدق و ثبات الأداة:

يقصد بالصدق مدى صلاحية الاستبيان في قياس السلوك الذي صمم من أجله، أي أنه لا يقيس شيئاً آخر بدلاً منه ومن أجل التأكد من مدى صدق أداة الدراسة فقد تم الاعتماد على:

- الصدق الظاهري: حيث تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين (انظر الملحق رقم 1)، و بناء على ملاحظاتهم تم تعديل الاستمارة إما بالإضافة أو حذف.
 - صدق المحك: تم حساب صدق المحك من خلال: الأخذ بالجذر التربيعي لمعامل الثبات الفا كرونباخ. ومن أجل التأكد من ثبات الإستبيان الذي يعني أن التابع يخص الثبات بمدى الوثوق في كل درجات الاختبار ، ستكون نفسها إذا تكرر تطبيقها على نفس أفراد العينة ، فقد تم استخدام معامل الفا كرونباخ بوصفه أكثر شيوعاً لتقدير التناسق الداخلي للمقياس، و كلما اقترب هذا المعامل من القيمة واحد فإن ذلك يعتبر مؤشرا جيدا على تجانس مكونات المقياس، كما يتم قبول المقياس إذا كانت قيمته مساوية أو أكبر من 0,7.
- و الجدول التالي يوضح نتائج تحليل الثبات و الصدق لكل من متغيري التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي
- جدول رقم (07): تحليل الثبات و الصدق لكل متغيري التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي

أبعاد الإستبانة	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
التسويق الداخلي	19	0,922	0,960
المنتج الداخلي	04	0,761	0,872
السعر الداخلي	04	0,706	0,840
التوزيع الداخلي	05	0,803	0,896
الترويج الداخلي	06	0,843	0,918
التعلم التنظيمي	16	0,924	0,961
اكتساب المعلومات	04	0,860	0,927
نشر المعلومات	04	0,809	0,899
توزيع المعلومات	04	0,828	0,909
الذاكرة التنظيمية	04	0,730	0,854
الاستبانة	35	0,950	0,974

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات Spss.v20

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الثبات لعبارات متغير التسويق الداخلي مرتفع جداً في مجمله إذ بلغ 0,922 و بمعامل صدق قدره 0,960 ، كما جاء ألفا كرونباخ لأبعاد هذا المتغير مرتبة كما يلي : الترويج الداخلي بقيمة 0,843 ، التوزيع الداخلي بقيمة 0,803 ، المنتج الداخلي بقيمة 0,761 و السعر الداخلي بقيمة 0,706. وهذا يعكس لنا جلياً أن معامل الثبات في مجمله جيد و مناسب لأغراض البحث .

أما فيما يخص معامل الثبات لعبارات أبعاد التعلم التنظيمي فنجدها تتراوح ما بين 0,730 و 0,860 وهي مرتفعة ، و لماذا ما أخذنا معامل الثبات لمتغير التعلم التنظيمي فنجده أيضا مرتفعا حيث بلغ في مجمله 0,924 و بمعامل صدق قدره 0,961 وهو جيد جداً ومناسب لأغراض البحث.

لذلك نجد أن معامل الإتساق الداخلي لأداة البحث تمتاز بدرجة كبيرة من الصدق و الثبات حيث بلغ كل منهما على الترتيب 0,974 و 0,958 ، ما يعكس تحقق الشروط المطلوبة لإتمامها كوسيلة تحليل الدراسة.

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية

تم الاستفادة من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Sps.v20 في تحليل البيانات وذلك باستخدام بعض أساليب الإحصاء الوصفي و الاستدلالي التي يوفرها البرنامج ، و المتمثلة في :

- جدول التوزيعات التكرارية مع النسب المئوية لكل فئة لتمثيل الخصائص الشخصية و الوظيفية لمبحوثي الدراسة و التي تبين لنا تكرار كل فئة و نسبتها إلى مجموع الكلي لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي حيث تم تحديد قيمته لكل عبارة من عبارات المحاور بالإضافة إلى المتوسط الحسابي لكل محور الذي تم على أساسه تحديد اتجاهات و درجة أهمية المبحوثين اتجاه العبارات و المحاور حسب سلم ليكارت.
- الانحراف المعياري وذلك بغية التعرف على مدى انحراف و تشتت إجابات أفراد العينة نحو كل كل فقرة أو بعد، فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركز الإجابات و عدم تشتتها ، كما أنه يفيد في ترتيب العبارات أو الفقرات لصالح الأقل تشتتاً عند تساوي المتوسط الحسابي المرجح بينهما.
- معامل الثبات ألفا كرونباخ Alpha Gronbach وذلك لقياس ثبات قياس عبارات الاستمارة.
- الجذر التربيعي لألفا كرونباخ Alpha Gronbach لقياس مدى صدق العبارات.
- معامل بيرسون لمعرفة طبيعة الارتباط بين متغيرات الدراسة و أبعادها.
- اختبار معامل تضخم التباين (VIF) (Variance Inflation Factor) واختبار التباين المسموح (Tolerance) اختبار مدى الارتباط بين المتغير المستقل.
- اختبار معامل الالتواء (Skewness) و معامل التفلطح (Kurtosis) لأجل التحقق من التوزيع الطبيعي للبيانات.
- تحليل التباين الانحدار (Analysis of variance) وذلك لاختبار مدى صلاحية النموذج و اختبار الفرضيات.
- اختبار T-test و اختبار تحليل التباين الأحادي Anova one way، وذلك لمعرفة الفروقات بين المتغيرات الشخصية و الوظيفية في المتغيرات المستقلة و التابعة.
- تحليل الانحدار البسيط (Simple regression analysis) لاختبار أثر المتغير المستقل و أبعاده على المتغير التابع.
- تحليل الانحدار المتدرج (Stepwise regression) لاختبار أفضل معادلة انحدار.

المبحث الثالث: عرض و مناقشة النتائج

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى الإحصاءات الوصفية لمتغيري الدراسة و اختبار الفرضيات من خلال إجراء الاختبارات القبلية التي تسمح باختبار أثر المتغير المستقل و أبعاده على المتغير التابع و اختبار الفروق الشخصية لنصل في الأخير إلى مناقشة نتائج الدراسة.

المطلب الأول: عرض نتائج فقرات متغيري الدراسة

سيتم على مستوى هذا المطلب عرض نتائج فقرات متغيري الدراسة من خلال استعراض مؤشرات الأولوية لإجابات أفراد العينة بالاعتماد على متوسط الحسابي و الانحراف المعياري.

الفرع الأول: متغير التسويق الداخلي

يوضح الجدول التالي تصورات المحوثين في مديرية الصيانة لشركة سوناطراك لأبعاد التسويق الداخلي.

الجدول رقم (08): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور التسويق الداخلي

الرقم	أبعاد التسويق الداخلي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	إتجاهات الآراء
أ-المنتج الداخلي(الوظيفة)					
1	تمثل الوظيفة تأشيرة و بطاقة اللاتمء إلى المنظمة .	3,8714	0,79712	2	أتفق
2	الوظيفة التي أشغلها تشبع رغباتي و حاجاتي المادية و المعنوية .	3,6286	0,91954	3	أتفق
3	المهام و الواجبات التي أقوم بها تساهم في تنفيذ برامج المؤسسة و تحقيق أهدافها .	4,0143	0,69141	1	أتفق
4	تبذل إدارة المؤسسة الجهود الكافية في جعل الوظيفة تلي الرغبات و الحاجات المادية و المعنوية لشاغلها.	3,1857	1,03969	4	محايد
ب-السعر الداخلي (الالتزام)					
5	أشعر بالتوافق و انسجام بين الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة و الأهداف التي أسعى إليها .	3,2286	0,91954	3	محايد
6	يمكن الالتزام بأداء المهام و الواجبات المطلوبة	3,6571	0,77806	1	أتفق

				بالحصول على منافع الضرورية.	
7	لا أفكر في ترك وظيفتي في المؤسسة أو البحث عن فرصة عمل أخرى .	3,4857	0,98897	2	أتفق
8	تبذل إدارة المؤسسة الجهود الكافية من أجل أن أبقى في المؤسسة(عدم الاستقالةو المغادرة إلى جهة أخرى	3,0571	1,07522	4	محايد
ج-التوزيع الداخلي					
9	أعرف مهام وظيفتي جيدا و أحرص على تقديم عمل جيد لزميلي الذي يعتمد عليه لأداء عمله .	4,0286	0,76084	1	أتفق
10	أشعر أن الوظيفة التي أشغلها توافق قدراتي و مستوى تأهيلي العلمي .	3,6714	0,86345	3	أتفق
11	يوفر المحيط المادي للعمل الجو الملائم لأداء مهام وظيفتي كما يجب .	3,6750	0,66533	2	أتفق
12	أخضع إلى دورات تدريبية خارج المؤسسة أو بإشراف مؤطرين من خارج المؤسسة .	3,3571	0,66427	5	محايد
13	تبذل إدارة المؤسسة الجهود الكافية في وضع الشخص المناسب في المكان المناسب.	3,5121	0,54090	4	أتفق
د-الترويج الداخلي					
14	أعرف جيدا أهداف و استراتيجيات المؤسسة .	3,3143	0,68014	3	محايد
15	تستعمل إدارة المؤسسة الأدوات اللازمة لتوصيل المعلومات الضرورية للموظفين حتى يتمكنوا من الأداء الجيد لمهامهم (كالمراسلات) .	3,5286	0,97388	2	أتفق
16	لا أجد صعوبة في تبادل المعلومات الضرورية مع الزملاء من أجل تقديم خدمة الجيدة للزبائن .	3,6571	0,93073	1	أتفق
17	تحرص إدارة المؤسسة على تحفيزنا من أجل تقديم الخدمة الجيدة للزبائن .	3,1429	1,01132	4	محايد
18	نظام المكافآت و الحوافز فعال يشجعني على تقديم أفضل أداء أستطيع القيام به .	2,9429	1,08862	6	محايد

محايد	5	1,00062	3,1143	19	لدي بعض الصلاحيات في التصرف و اتخاذ القرارات لحل مشاكل .
أتفق		0,56576	3,4775		التسويق الداخلي

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss.v20

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد اتجاه تطبيق عناصر مزيج التسويق الداخلي بلغ **3,4775**، بانحراف معياري بلغ **0,56576**، وفقاً لمقياس الدراسة فإن اتجاهات آراء عينة البحث تشير إلى " أتفق " ما يفيد أن تصورات المبحوثين في مديرية ذات نسب إيجابية إزاء متغير التسويق الداخلي بحيث هناك ممارسة لهذا الأخير بشكل ضمني أي غير مخطط لها و ليست مقصودة وموجهة لتحقيق أهداف التسويق الداخلي. وقد جاءت عناصر المزيج مرتبة كما يلي :

✓ **المنتج الداخلي**: نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ **3,6750** بانحراف معياري **0,66533**، وفقاً لمقياس الدراسة فإن اتجاهات آراء عينة البحث تشير إلى " أتفق "، أما على مستوى عباراته فقد تراوحت متوسطاتها **3,628** و **4,014** الحسابية ما بين ماعدا عبارة (4) جاءت في اتجاه " محايد " و بمتوسط حسابي بلغ **3,1857**. وهو أكبر من المستوى الفرضي (3)، ما يفيد أن اتجاه الآراء نحو الموافقة على بذل الإدارة الجهود في جعل الوظيفة تلي الرغبات و الاحتياجات .
وعلى العموم، فإن تحليل عبارات هذا البعد تظهر:

- الاعتقاد الكبير لدى أفراد العينة بأهمية العمل الذي يقومون به و مساهمته في تجسيد أهداف المؤسسة.
- توفر عنصر الانتماء للأفراد العينة، و الذي يمثل جوهر القيمة التي تتضمنها الوظيفة في تجسيد معالم التبادل الداخلي.

✓ **التوزيع الداخلي**: يظهر الجدول أن المتوسط الحسابي لإجابات هذا البعد بلغ **3,6489** ، بانحراف معياري قدره **0,52878**، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى أن الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة كان نحو الموافقة ، كما أن الاتجاه نحو عباراته اتسمت غالبيتها أيضاً بالموافقة بحيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين **3,3571** و **4,0286** باستثناء عبارة واحدة و المتعلقة بخضوع الأفراد إلى دورات التدريبية خارج أو داخل المؤسسة الذي كان اتجاهها نحو "محايد" و مع ذلك فإن الآراء تتجه نحوها للموافقة لكون متوسطها الحسابي و المقدر ب **3,35** أكبر من المتوسط الفرضي(3).

و بتحليل عبارات هذا البعد يتضح لنا ما يلي :

- اجتهاد إدارة المؤسسة محل الدراسة في توضيح المهام و الواجبات التي يجب أن يقوم بها الأفراد.
- مراعاة إدارة المؤسسة محل الدراسة أهمية التوافق بين متطلبات الوظيفة و المؤهلات العلمية لشاغل الوظيفة.

- مساهمة متوسطة للمحيط المادي للعمل في مستوى الأداء.

✓ **السعر الداخلي** : يوضح الجدول أن المتوسط الحسابي لإجابات هذا البعد بلغ 3,3571 ، بانحراف معياري قدره 0,66427 ، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى أن الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة كانت محايدة ، كما أن إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد السعر الداخلي تنقسم بين إتجاهات آراء موافقة و أخرى محايدة ، إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية بين 3,0571 و 3,6571.

و من خلال تحليل عبارات هذا البعد تبين لنا ما يلي :

- توفر الالتزام المستمر لدى الأفراد عينة البحث الذي ليس له علاقة بجهود المؤسسة.

- تجاهل إدارة المؤسسة إلى قضية الالتزام التي يمكن ارجاعها إلى طبيعة التنافسية.

- التوافق النسبي بين أهداف المؤسسة و أهداف الفرد.

✓ **الترويج الداخلي** : نلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي لإجابات هذا البعد قدره 3,2833 ، بانحراف معياري بلغ 0,71593 ، ووفقا لمقياس الدراسة فإن الاتجاه العام لهذا البعد يشير إلى "محايد" ، كما أن إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد الترويج الداخلي تنقسم بين إتجاهات آراء " أتفق" و "محايد " ، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين 3,1143 و 3,6571 ، بحيث احتلتان عبارات الاتصال الترتيب الأول يليها متوسط عبارتي التحفيز ثم عبارة التمكين.

والعموم ، فإن تحليل عبارات هذا البعد تبرز ما يلي :

- ممارسة نشاط الاتصال في المؤسسة محل الدراسة بشكل مقبول جدًا.

- حرص إدارة المؤسسة على التحفيز أفرادها من أجل تقديم أفضل الخدمات.

- وجود نظام مكافآت و حوافز لا يرتق إلى مستوى المطلوب وفقا الآراء المبحوثين.

- ممارسة شبه معتبرة لنشاط التمكين من خلال منح بعض الصلاحيات في اتخذا القرارات.

الفرع الثاني : متغير التعلم التنظيمي

الجدول رقم (09): المتوسطات الحسابية و الأهمية النسبية لإجابة أفراد عينة الدراسة عن عبارات التعلم التنظيمي

الرقم	أبعاد التعلم التنظيمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
أ- اكتساب المعلومات					
1	تسعى المؤسسة الى التعلم من ممارسات المؤسسة المنافسة	3,1000	0,96534	4	محايد
2	تسعى المؤسسة الى استقطاب الكوادر البشرية من ذوي المهارات و الخبرات العالية.	3,1571	1,09856	2	محايد
3	تعتمد المؤسسة على التجارب و الخبرات السابقة كأساس للعمل في المستقبل.	3,4857	0,95921	1	أتفق
4	تشجع المؤسسة العاملين على البحث عن كل ماهو جديد في مجال عملهم.	3,1429	1,06711	3	محايد
ب- نشر المعلومات					
5	يتشارك الموظفون المعرفة و الخبرة من خلال التحوار مع بعضهم البعض.	3,5571	0,92683	2	أتفق
6	تطور المؤسسة برامج تدوير داخلية للموظفين لتسهيل انتقال الموظفين من قسم إلى آخر.	3,0571	1,04792	4	محايد
7	تهتم المؤسسة بتوفير ادوات تكنولوجيا المعلومات اللازمة لنشر المعلومات بين الافراد من جهة و الوحدات التنظيمية من جهة اخرى.	3,5857	0,89269	1	أتفق
8	تبنى المؤسسة مبدأ العمل الفرقي كآلية لنشر المعلومات و تعزيز عملية التعلم.	3,2714	0,84992	3	محايد
ج- توزيع المعلومات					
9	تعتمد المؤسسة على التقارير و النشرات الداخلية في توزيع المعلومات.	3,6714	0,73665	1	أتفق
10	تمتلك المؤسسة آليات رسمية لضمان مشاركة أفضل الممارسات بين أقسام المؤسسة.	3,5000	0,79400	2	أتفق
11	يتم ابلاغ جميع الموظفين بأهداف المؤسسة.	3,2214	0,85925	4	محايد
12	تعقد المؤسسة اجتماعات دورية لإبلاغ العاملين	3,3679	0,74299	3	محايد

				على أحدث الإبداعات.
أتفق	1	0,66025	3,5393	د-الذاكرة التنظيمية
أتفق	1	0,88699	3,7143	13 تقوم المؤسسة بالتحديث المستمر على وسائل خزن المعلومات وفقا للتطورات الحاصلة في هذا المجال.
أتفق	2	0,88524	3,6429	14 للمؤسسة قواعد بيانات لتخزين خبراتها ومعارفها لكي تتمكن من استخدامها لاحقا.
محايد	4	1,01633	3,1571	15 يمتلك جميع الموظفين وسائل تمكنهم من الوصول إلى قواعد البيانات الخاصة بالمؤسسة.
أتفق	3	0,74281	3,6429	16 يسهل نظام الترميز و إدارة المعرفة في المؤسسة عمل الموظفين.
محايد		0,62327	3,3922	التعلم التنظيمي

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss.v20

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد اتجاه التعلم التنظيمي بلغ **3,3922** ، بانحراف معياري بلغ **0,62327**، ووفقا لمقياس الدراسة فإن اتجاهات آراء عينة البحث تشير إلى " محايد" مما يعني أن سلوكات المديرية اتجاه تطبيق عمليات التعلم التنظيمي معمول بها على اعتبار أن المتوسط الحسابي لهذا المتغير أكبر من المتوسط الفرضي (3)، ولكن بدرجات مختلفة، حيث جاءت مرتبة على النحو التالي:

✓ **الذاكرة التنظيمية:** نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ **3,5393** ، بانحراف معياري قدره **0,66025** ، ووفقا لمقياس الدراسة فإن اتجاهات المبحوثين تشير إلى "أتفق" ما يدل على توافر هذا البعد في المؤسسة محل الدراسة. أما على مستوى عباراته فجعلها اتجهت أيضا نحو الموافقة بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين **3,6429** و **3,7143** ما عدى عبارة واحدة و المتعلقة "بامتلاك الموظفين الوسائل التي تمكنهم من الوصول إلى قواعد البيانات المؤسسة" ، بحيث كان الاتجاه لها هو " محايد " ، وبتشتت كبير يقدر ب **1,0163** ما يعني عدم اتفاق الآراء حول هذه العبارة.

✓ **توزيع المعلومات :** نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ **3,4402** ، بانحراف معياري قدره **0,63706** ، ووفقا لمقياس الدراسة ، فإن الإتجاهات المبحوثين تشير إلى " أتفق " ما يدل على توافر هذا البعد في المؤسسة محل الدراسة. أما على مستوى الفقرات فتراوحت قيم المتوسط الحسابي بين أعلى قيمة حققتها فقرة "تعتمد المؤسسة على التقارير و النشرات الداخلية في توزيع المعلومات " البالغ **3,6714**، وبين أقل قيمة للمتوسط الحسابي حققتها فقرة يتم ابلاغ جميع الموظفين بأهداف المنظمة ، حيث بلغ **3,2214** و بتشتت كبير بلغ **0,85925**. ما يعني اختلاف الآراء حول هذه العبارة.

✓ **نشر المعلومات** : نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ 3,3679 ، بانحراف معياري قدره 0,74299 ، وهو بذلك يقع في الفئة الثالثة " محايد " ما يعني ذلك أن هناك توافر نسبي لهذا البعد لكون متوسطه الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي (3). أما على مستوى الفقرات فتراوحت قيم المتوسط الحسابي بين أعلى قيمة حققتها فقرة توفير ادوات تكنولوجيا المعلومات اللازمة لنشر المعلومات بين الافراد من جهة و الوحدات التنظيمية من جهة اخرى و البالغ 3,5857 ، وبين أقل قيمة للوسط الحسابي حققتها فقرة "برامج تدوير داخلية للموظفين لتسهيل انتقال الموظفين من قسم إلى آخر" حيث بلغ 3,0571 وبتشتت كبير بلغ 1,04792 ما يفيد أن هناك اختلاف في آراء الباحثين.

✓ **اكتساب المعلومات** : نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ 3,2214 ، بانحراف معياري قدره 0,85925 ، وهو بذلك يقع في الفئة الثالثة " محايد " ما يعني ذلك أن هناك توافر نسبي لهذا البعد لكون متوسطه الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي (3). أما على مستوى الفقرات ، فنجد أنها جاءت ضمن اتجاه "محايد" ماعدا عبارة واحدة و الخاصة ب "تعتمد المؤسسة على تجارب و الخبرات السابقة كأساس للعمل في المستقبل" التي اتجهت الآراء نحوها إلى الموافقة. ومع ذلك فإن اتجاهات آراء الباحثين نحو كل العبارات تميل إلى الموافقة لكون أوساطها الحسابية أكبر من الوسط الفرضي (3).

المطلب الثاني : اختبار فرضيات الأثر

الفرع الأول : الاختبارات القبليّة

قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار الفرضيات ، نقوم بإجراء بعض الاختبارات له و ذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل، وذلك على النحو التالي:

1- طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة

قبل دراسة الأثر بين متغيري الدراسة حاولنا معرفة طبيعة الارتباط بينهم، من خلال الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون، وذلك لغرض تقديم دعم أولي لفرضيات الدراسة. و الجدول التالي يبين نتائج التحليل الإحصائي لهذه العلاقات.

الجدول رقم (10): مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة.

		اكتساب المعلومات	نشر المعلومات	توزيع المعلومات	الذاكرة التنظيمية	التعلم التنظيمي
المنتج الداخلي	معامل الارتباط	0,443**	0,581**	0,576**	0,246**	0,538**
	مستوى الدلالة	0,000	0,000	0,000	0,040**	0,000
السعر الداخلي	معامل الارتباط	0,477**	0,532**	0,493**	0,133**	0,484**
	مستوى الدلالة	0,000	0,000	0,000	0,273**	0,000
التوزيع الداخلي	معامل الارتباط	0,559**	0,586**	0,541**	0,208**	0,561**
	مستوى الدلالة	0,000	0,000	0,000	0,083	0,000
الترويج الداخلي	معامل الارتباط	0,673**	0,713**	0,742**	0,480**	0,761**
	مستوى الدلالة	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
التسويق الداخلي	معامل الارتباط	0,634**	0,704**	0,694**	0,337**	0,695**
	مستوى الدلالة	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

* ذات دلالة احصائية على مستوى الدلالة (0.05) ** ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة (0.01)

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين متغيري الدراسة وكذا بعد من أبعادها ، حيث :

✓ بلغ معامل الارتباط بين التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي 0,695** عند مستوى الدلالة 0,000 ، وهذا يشير إلى ارتباط موجب وقوي بينهما.

✓ بلغ معامل الارتباط بين المنتج الداخلي و التعلم التنظيمي 0,538** عند مستوى الدلالة 0,000 ، وهذا يشير إلى ارتباط موجب ومتوسط بينهما.

✓ بلغ معامل الارتباط بين السعر الداخلي و التعلم التنظيمي 0,484** عند مستوى الدلالة 0,000 ، وهذا يشير إلى ارتباط موجب بينهما.

✓ بلغ معامل الارتباط بين التوزيع الداخلي و التعلم التنظيمي 0,561** عند مستوى الدلالة 0,000 ، وهذا يشير إلى ارتباط متوسط و موجب و متوسط بينهما.

✓ بلغ معامل الارتباط بين الترويج الداخلي و التعلم التنظيمي 0,761** عند مستوى الدلالة 0,000 ، وهذا يشير إلى ارتباط موجب و قوي بينهما.

2- اختبار معامل تضخم التباين و التباين المسموح.

للتأكد من عدم وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة قمنا باستخدام اختبار التضخم التباين

(VIF) واختبار التباين المسموح (Tolérance)، مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين (VIF) للقيمة (10)، وقيمة اختبار التباين المسموح (Tolérance) أكبر من (0.05)، و الجدول الموالي يوضح نتائج هذه الاختبارات.

الجدول رقم (11): اختبار معامل تضخم التباين و التباين المسموح

المتغيرات	VIF	Tolérance
المنتج الداخلي	2,260	0,443
السعر الداخلي	3,355	0,298
التوزيع الداخلي	3,659	0,273
الترويج الداخلي	2,572	0,389

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

نلاحظ من خلال الجدول أن قيم اختبار معامل تضخم التباين (VIF) لجميع متغيرات تقل عن 10 و تتراوح بين (2,260، 3,659)، وان اختبار التباين المسموح (Tolérance) تراوحت بين (0,273، 0,443) وهي أكبر من 0.05 ويعد مؤشرا على عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة.

3- اختبار التوزيع الطبيعي

يستخدم اختبار التوزيع الطبيعي للتأكد من تمثيل العينة للمجتمع الأصلي بإتباع طريقة التوزيع الطبيعي. ومن أجل ذلك يجب أن تكون قيمة Kurtosis محصورة بين (10، -10) بينما قيمة Skewners تكون محصورة بين (3، -3).

وفيما يلي حساب قيمة الالتواء و التفلطح للإجابات حول الفقرات المكونة لكل متغير من متغيرات الدراسة

جدول رقم (12): اختبار التوزيع الطبيعي بمعاملي Kurtosis و Skewners .

المتغيرات و الأبعاد	الحد الأدنى		الحد الأعلى	
	الإحصائيات	الإحصائيات	الإحصائيات	الإحصائيات
المنتج الداخلي	2,00	5,00	0,219	0,566
السعر الداخلي	1,75	4,50	-0,764	0,566

0,287	-0,497	0,566	0,384	4,72	2,10	التوزيع الداخلي
0,287	-0,965	0,566	0,392	4,36	1,00	الترويج الداخلي

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Sps.v20

من خلال الجدول نلاحظ أن معاملات الالتواء Skewners كانت محصورة بين (-0,965 ، -0,402) و معاملات التفلطح Kurtosis التي كانت محصورة بين (-0,764،0,392). و بالتالي فإن بياناتنا تخضع لتوزيع الطبيعي.

4-اختبار صلاحية النموذج

تم استخدام تحليل تباين الانحدار Analysis of variance للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضيات، ونتائجها تظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (13):نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F محسوبة	مستوى الدلالة
الإنحدار	12,945	1	12,945	63,516	0,000
الخطأ	13,859	68	0,204		
المجموع	26,804	69			

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Sps.v20

من خلال نتائج الواردة في الجدول يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى حيث بلغت قيمة F محسوبة 63,516 و بقيمة احتمالية 0,000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى و فرضياتها الفرعية

بناء على الاختبارات القبليّة، يمكننا اختبار الفرضية الرئيسية و فرضياتها الفرعية الأربعة من خلال معرفة أثر كل بعد من أبعاد المتغير المستقل على نحو مستقل في مستوى المتغير التابع و هو التعلم التنظيمي ثم أثر المتغير المستقل (كمتغير كلي) على المتغير التابع، لنصل بعد ذلك إلى بناء أفضل نموذج باستخدام طريقة الانحدار المتدرج.

جدول رقم (14): نتائج تحليل اختبار الانحدار البسيط لأثر المتغير المستقل و أبعاده على التعلم التنظيمي

المتغير المستقل و أبعاده	R	R ²	F	مستوى الدلالة	الثابت α	B	T	مستوى الدلالة
المنتج الداخلي	0,538	0,290	27,726	0,000	1,539	0,504	5,266	0,000
السعر الداخلي	0,484	0,234	20,809	0,000	1,867	0,454	4,562	0,000
التوزيع الداخلي	0,561	0,314	31,190	0,000	0,980	0,661	5,585	0,000
الترويج الداخلي	0,761	0,579	93,616	0,000	1,217	0,663	9,676	0,000
التسويق الداخلي	0,695	0,483	63,516	0,000	0,730	0,766	7,970	0,000

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

تشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه إلى ما يلي :

✓ يرتبط المنتج الداخلي بالتعلم التنظيمي بمقدار 0,538 كما أنه يستطيع أن يفسر 29% من التغير في التعلم التنظيمي. ويعد ذلك مقبولاً إحصائياً بالاعتماد على قيمة الاختبار T البالغة 5,266 بمستوى دلالة 0,000 وهو أقل من مستوى الدلالة 0,05، مما يدل على معنوية هذا البعد و ثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المنتج الداخلي و التعلم التنظيمي. و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الأولى.

وما يؤكد ذلك أن النموذج الممثل للظاهرة معنوي بقيمة الاختبار F البالغة 27,726 بمستوى دلالة أقل من المستوى المعتمد ، لذا يمكن عرض معالم هذا النموذج في المعادلة التالية:

$$\text{التعلم التنظيمي} = 0,504 + 1,539 \text{ المنتج الداخلي}$$

✓ يرتبط بعد السعر الداخلي بالتعلم التنظيمي بمقدار 0,484، في حين أنه يستطيع أن يفسر 23,4% من التغيرات التي تحدث في التعلم التنظيمي. ومما يؤكد ذلك قيمة الاختبار T البالغة 4,562 ، وهي دالة إحصائياً بمستوى دلالة

أقل من المستوى المعتمد.وعليه يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين السعر الداخلي و التعلم التنظيمي.و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثانية

كما أن قيمة الاختبار F و التي بلغت 21,809 وهي دالة إحصائيا بمستوى دلالة أقل من مستوى الدلالة المحدد،و بالتالي يمكن القول بأن النموذج المقترح معنوي،يعبر عنه من خلال المعادلة التالية:

$$\text{التعلم التنظيمي} = 1,867 + 0,454 \text{ السعر الداخلي}$$

✓ يرتبط بعد التوزيع الداخلي بالتعلم التنظيمي بمقدار 0,561 ، كما يستطيع أن يفسر 31,4% من التغير في التعلم التنظيمي.ويعد ذلك مقبولا إحصائيا بالاعتماد على قيمة الاختبار T البالغة 5,585 ، بمستوى دلالة 0,000 وهو أقل من مستوى الدلالة 0,05 ، مما يدل على معنوية هذا البعد و يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التوزيع الداخلي و التعلم التنظيمي. و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثالثة وما يؤكد ذلك أن النموذج الممثل للظاهرة معنوي بقيمة الاختبار F البالغة 31,190 بمستوى دلالة أقل من المستوى المعتمد ، لذا يمكن عرض معالم هذا النموذج في المعادلة التالية:

$$\text{التعلم التنظيمي} = 0,980 + 0,661 \text{ التوزيع الداخلي}$$

✓ يرتبط بعد الترويج الداخلي بالتعلم التنظيمي بمقدار 0,761 ، كما يستطيع أن يفسر 57,9% من التغير في التعلم التنظيمي. و يعد ذلك مقبولا إحصائيا بالاعتماد على قيمة الاختبار T البالغة 9,676 ، بمستوى دلالة 0,000 و هو أقل من مستوى الدلالة 0,05 ، مما يدل على معنوية هذا البعد و يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الترويج الداخلي و التعلم التنظيمي. و بالتالي نقبل الفرضية الفرعية الرابعة وما يؤكد ذلك أن النموذج الممثل للظاهرة معنوي بقيمة الاختبار F البالغة 93,616 بمستوى دلالة أقل من المستوى المعتمد ، لذا يمكن عرض معالم هذا النموذج في المعادلة التالية:

$$\text{التعلم التنظيمي} = 1,217 + 0,663 \text{ الترويج الداخلي}$$

✓ يرتبط التسويق الداخلي بالتعلم التنظيمي بمقدار 0,695 ، في حين أنه يستطيع أن يفسر 48,3% من التغيرات التي تحدث في التعلم التنظيمي.ومما يؤكد ذلك قيمة الاختبار T البالغة 7,970 وهي دالة إحصائيا بمستوى دلالة أقل من المستوى المعتمد . وعليه يتم قبول الفرضية البديلة و التي تثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي . و بالتالي نقبل الفرضية الرئيسية الأولى

كما أن قيمة الاختبار F و التي بلغت 63,516 هي دالة إحصائيا بمستوى دلالة أقل من مستوى الدلالة المحدد ، و بالتالي يمكن القول بأن النموذج المقترح المعنوي،يعبر عنه من خلال المعادلة التالية:

$$\text{التعلم التنظيمي} = 0,730 + 0,766 \text{ التسويق الداخلي}$$

- بناء و تقييم أفضل نموذج ممثل لأثر المتغير المستقل على المتغير التابع:

يظهر الجدول التالي معالم النماذج المفسرة لأثر التسويق الداخلي على التعلم التنظيمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتدرج (stepwise regression) كما يلي:

جدول رقم (15): تقدير معاملات النماذج المفسرة لأثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

Modèle	Coefficients non standardisés		T	Sig	F	Sig	R	R ²
	A	Erreur standard						
الترويج الداخلي 1	1,217	0,230	9,676	0,000	93,616	0,000	0,761	0,579
	0,663	0,068						

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

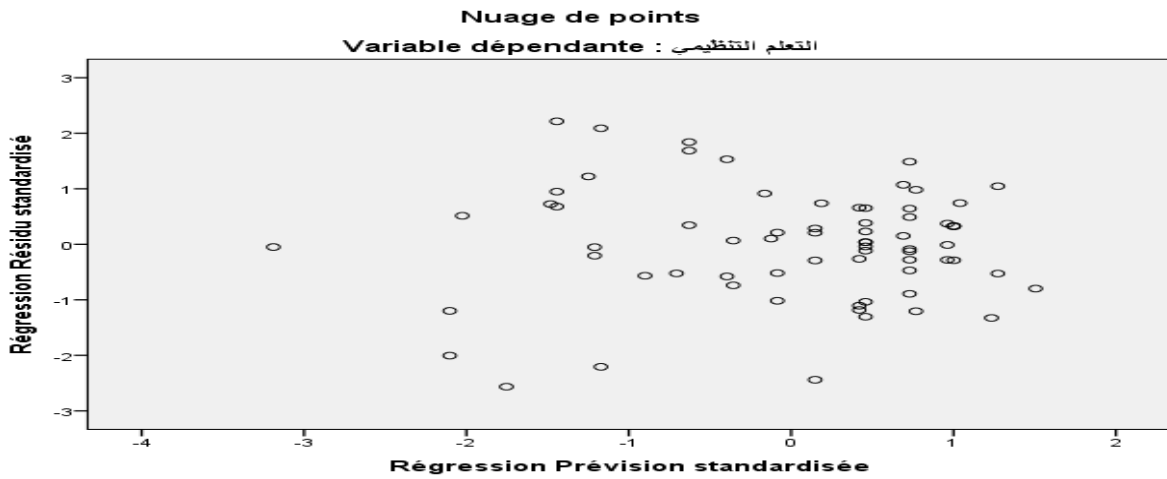
تشير معطيات الجدول أعلاه أنه بتطبيق تحليل الانحدار المتدرج أدى إلى خروج كل من السعر الداخلي و المنتج الداخلي و التوزيع الداخلي و الاحتفاظ بالترويج الداخلي رغم المستوى المتوسط له حسب إجابات المبحوثين. فقد ثبت معنوية الترويج الداخلي لأنه يتضمن ارتباط خطي بنسبة 57,9% مع المتغير التابع، ما يعني ذلك أن أهم أبعاد التسويق الداخلي المؤثرة في التعلم التنظيمي تتمثل في الترويج الداخلي بحيث أن زيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالترويج الداخلي تؤثر بمقدار 0,663 على التعلم التنظيمي، أما باقي المتغيرات التي لم يؤخذ بها في النموذج ستؤدي إلى وجود التعلم التنظيمي بمقدار 1,217 أي وجود حد أدنى من هذا الأخير في غياب المتغيرات المستقلة الأخرى. وبذلك يكون نموذج الانحدار المتعدد بالصيغة التالية:

$$\text{التعلم التنظيمي} = 1,217 + 0,663 \text{ الترويج الداخلي}$$

و الاختبارات التي تقودنا إلى قبول النموذج كأفضل نموذج ممثل لأثر المتغير المستقل على بعد التعلم التنظيمي تتمثل في التالي:

- مستوى معنوية النموذج : حيث يتبين من الجدول السابق أن قيمة (F) بلغت 93,616 بمستوى معنوية 0,000 و هو أقل من 0,05 ، كما أن القدرة التفسيرية لهذا النموذج جاءت مرتفعة وفقا لقيمة R^2 البالغة 0,579 و هذا يشير إلى أن 57,9% من التباينات الكلية يفسرها نموذج الانحدار الخطي المتعدد.
- اختبار تجانس الخطي العشوائي : نلاحظ من خلال الشكل الموالي أن النقاط تتوزع بشكل عشوائي أي أن شكل الانتشار ليس له نمط معين ، مما يعني أن التوزيعات مبعثرة و بالتالي تجانس الأخطاء العشوائية.

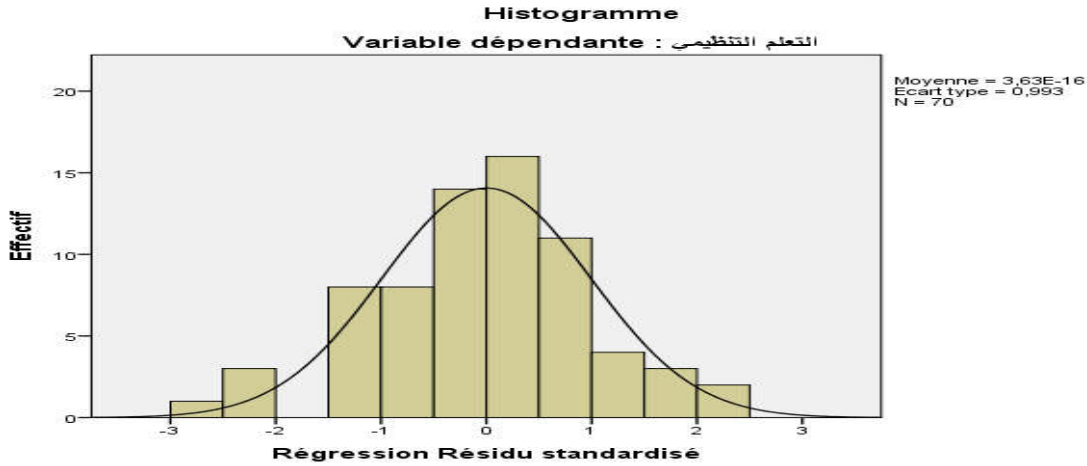
الشكل رقم (17): التمثيل البياني للبقاوي غير المعيارية مع التوقعات المعيارية



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

- اختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية : يبين المدرج التكراري التالي أن أغلب النقاط تتوزع داخل المجال (2-2)، مما يبين أن الأخطاء موزعة حسب التوزيع الطبيعي.

الشكل رقم (18): المدرج التكراري لتوزيع الأخطاء العشوائية



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

المطلب الثالث :اختبار فرضيات الفروق الشخصية

استكمالاً لإختبار فرضيات الدراسة ،فإننا سنعمل على مستوى الفرضية الثانية و الثالثة على الكشف عن مدى وجود اختلافات جوهرية و فروق معنوية من خلال استخدام أسلوب التباين الأحادي *Anova one way*

الفرع الأول : اختبار الفرضية الفرعية الرئيسية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين على مستوى التسويق الداخلي تعزى للخصائص الشخصية و الوظيفية (الجنس ، العمر ، المؤهل العلمي ، عدد سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ و سيتم اختبار هذه الفرضية من الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مستوى التسويق الداخلي تعزى لمتغير الجنس عند مستوى الدلالة $\alpha= 0,05$ لاختبار هذه الفرضية تم استخدام (*Indpendan Sample T.test*) وكانت النتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (16):نتائج تحليل التباين T حسب متغير الجنس

SIG	F	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير الجنس	المتغير المستقل
0,012	6,623	0,62014	3,4053	ذكر	التسويق الداخلي
		0,44415	3,5997	أنثى	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى لمتغير الجنس حيث بلغت قيمة F المحسوبة 6,623 و مستوى دلالة 0,012 وهذه الفروق ناتجة عن جنس إناث حيث بلغ متوسط حسابي لهم 3,59 و بالتالي نرفض الفرضية الفرعية الأولى. الفرضية الفرعية الثانية :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مستوى التسويق الداخلي تعزى لمتغير العمر عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

جدول رقم (17): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير العمر

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير العمر	المتغير المستقل
0,638	0,568	0,43991	3,2687	أقل من 30	التسويق الداخلي
		0,57449	3,4312	من 30 إلى 39	
		0,58598	3,5414	من 40 إلى 49	
		0,58647	3,6085	50 فما فوق	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال نتائج الجدول أعلاه و بمقارنة قيم متوسطات لمختلف الفئات العمرية من (50 فما فوق) سجلت أعلى القيم ، كما أن قيمة F فكانت غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة أكبر من 5%. ما يعني ذلك قبول فرضية العدم التي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى لمتغير العمر"

- الفرضية الفرعية الثالثة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مستوى التسويق الداخلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

جدول رقم (18): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير المؤهل العلمي

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير المؤهل	المتغير المستقل
0,179	1,624	0,82230	3,1940	ثانوي فأقل	التسويق الداخلي
		0,46328	3,5909	ليسانس	
		0,59949	3,1737	مهندس	
		0,50399	3,4617	ماستر (ماجستير)	
		0,71751	3,6119	أخرى	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 حول ممارسة التسويق الداخلي لمتغير المؤهل العلمي حيث بلغت F المحسوبة 1,624 و مستوى دلالة 0,179 و هو أكبر من المستوى المعتمد . و بذلك نقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

- الفرضية الفرعية الرابعة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مستوى التسويق الداخلي تعزى لمتغير الخبرة عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

الجدول رقم (19): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير الخبرة

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير الخبرة	المتغير المستقل
0,793	0,495	0,59723	3,5164	أقل من 5	التسويق الداخلي
		0,52364	3,2695	من 5 إلى 9	
		0,51084	3,4645	من 10 إلى 14	
		0,67178	3,5325	من 15 إلى 19	
		0,57855	3,6238	20 فما فوق	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 حول ممارسة التسويق الداخلي تعزى لمتغير الخبرة حيث بلغت قيمة F المحسوبة 0,495 و مستوى الدلالة 0,793 و أكبر من مستوى المعتمد . و بذلك نقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول ممارسة التعلم التنظيمي ، تعزى للخصائص الشخصية و الوظيفية عند مستوى دلالة 0,05 و سيتم اختبار هذه الفرضية من الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تطبيق التعلم التنظيمي ، تعزى لمتغير الجنس عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

جدول رقم (20): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير الجنس

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير الجنس	المتغير التابع
0,026	5,168	0,68726	3,2567	ذكر	التعلم التنظيمي
		0,41574	3,6214	أنثى	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل 0,05 حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي لمتغير الجنس حيث بلغت قيمة F المحسوبة 5,168 و مستوى دلالة 0,026 حيث هذه الفروقات ناتجة عن فئة الإناث إذ بلغ متوسط حسابها 3,6214 . و بذلك نرفض الفرضية الفرعية الأولى .

- الفرضية الفرعية الثانية :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي لمتغير العمر عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

جدول رقم (21): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير العمر

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير العمر	المتغير التابع
0,898	0,197	0,49083	3,4219	أقل من 30	التعلم التنظيمي
		0,70767	3,3260	من 30 إلى 39	
		0,60668	3,4392	من 40 إلى 49	
		0,45990	3,4688	50 فما فوق	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 حول ممارسة التعلم التنظيمي تعزي لمتغير العمر حيث بلغت F المحسوبة 0,197 و مستوى دلالة 0,898 . و بذلك نقبل الفرضية الفرعية الثانية .

- الفرضية الفرعية الثالثة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي لمتغير المؤهل العلمي عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

جدول رقم (22): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير المؤهل العلمي

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير المؤهل	المتغير التابع
0,225	1,458	0,62455	3,4344	ثانوي فأقل	التعلم التنظيمي
		0,52899	3,5398	ليسانس	
		0,55205	3,1648	مهندس	
		0,81412	3,1237	ماستر (ماجستير)	
		0,68403	3,4635	أخرى	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي لمتغير المؤهل العلمي حيث بلغت F المحسوبة 1,458 و مستوى دلالة 0,225 . و بذلك نقبل الفرضية الفرعية الثالثة .

- الفرضية الفرعية الرابعة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مستوى التسويق الداخلي تعزي لمتغير الخبرة عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$

الجدول رقم (23): نتائج تحليل التباين Anova حسب متغير الخبرة المهنية

SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغير الخبرة	المتغير التابع
0,178	1,627	0,64333	3,3616	أقل من 5	التعلم التنظيمي
		0,83635	2,9969	من 5 إلى 9	
		0,39082	3,5729	من 10 إلى 14	
		0,71918	3,3531	من 15 إلى 19	
		0,56786	3,4821	20 فما فوق	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v20

من خلال الجدول أعلاه تبين أن اختبار F يظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 حول تطبيق التعلم التنظيمي تعزي لمتغير الخبرة المهنية حيث بلغت قيمة F المحسوبة 1,627 و مستوى الدلالة 0,178 و أكبر من مستوى المعتمد . و بذلك نقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

المطلب الرابع: مناقشة النتائج

الفرع الأول: مناقشة نتائج الاستبيان

✓ أشارت نتائج الإستبيان أن المتوسط الحسابي للتسويق الداخلي كان مقبولاً، و إلى حد ما يمكن اعتبار هذه النتيجة ايجابية بالرغم من أنها تعكس الاعتناق الفعلي لمفهوم التسويق الداخلي إذ أن هناك ممارسة لعناصر مزيج التسويق الداخلي بشكل ضمني غير مخطط له وموجه لتحقيق أهداف التسويق الداخلي و السبب يعود إلى حداثة هذا المفهوم في المؤسسة الجزائرية، و لكن الأمر غير مستحيل لتفعيله إذا ماتوفرت إدارة حتميته في الإهتمام بالعنصر البشري و اعتباره مصدر التميز و التفوق أكثر من مجرد عامل من عوامل الإنتاج . كما نلاحظ أيضاً أن مدركات الباحثين نحو بعدي المنتج الداخلي و التوزيع الداخلي كانت مرتفعة و التي اتجهت الآراء نحوها للموافقة، مقارنة ببعدي السعر الداخلي الذي هو شعور الداخلي يختلف من فرد إلى آخر، في حين نسجل أعلى معدلات الانحراف المعياري في أغلب العبارات الترويج الداخلي بحث تجاوزت القيمة الواحد معبرة بذلك عن تشتت الآراء و انقسامهم حول تواجده في مديرية الصيانة لشركة سوناطراك بسكرة.

✓ أشارت نتائج الاستبيان نحو التعلم التنظيمي عن توفر جميع أبعاده في المديرية الصيانة لشركة سوناطراك بسكرة بمتوسط حسابي قدره 3,3922 وهو أكبر من الوسط الفرضي (3)، إلا أنها لا ترق إلى المستوى المطلوب، لا سيما و أن قدرة المؤسسة على التعلم تعد من الأمور التي تشكل أهمية خاصة بالنسبة لنجاحها على الأمد القريب و البعيد على حد سواء، ومنه لا مكانية زيادة قدرتها على التكيف مع التغيرات البيئية. كما نلاحظ أن أكثر الأبعاد تحقيقاً هو بعد الذاكرة التنظيمية، أما أقلها فنجد بعد اكتساب المعلومات . ما يؤشر ذلك على أن الخطوة الأولى في عملية التعلم التنظيمي تعاني ضعفاً كبيراً يتمثل في عدم قدرة المؤسسة محل الدراسة على تحديد المعلومات المناسبة التي ينبغي الحصول عليها، إذ نجد أنها لم تولي عملية التعلم من ممارسات المؤسسة المنافسة. ويرجع السبب إلى الطبيعة غير التنافسية للمؤسسة، فهذا يكون مقبولاً على المستوى المحلي أما على المستوى فقد يؤثر على أدائها المستقبلي.

الفرع الثاني: تفسير نتائج الفرضيات

✓ من خلال تحليل نتائج الفرضيات تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي، وبقية معامل تفسير متوسط قدره 48,3% ما يعني ذلك، أنه من الرغم من أن هناك ممارسة ضمنية و ليست صريحة للتسويق الداخلي فإنه يعتبر من المؤثرات المهمة في زيادة فرص التعلم التنظيمي في المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قدرته على خلق و نشر و توزيع و تخزين للمعلومات الجديدة. وهذه نتيجة التوافق مع ما جاء في الجانب النظري، وعلى اعتبار أن التسويق الداخلي يهدف إلى تطوير الوعي بالعملاء الداخليين و القضاء على العقبات الوظيفية نحو الفعالية التنظيمية من خلال تشجيع الأفراد على تبادل واكتساب المعارف و الخبرات مما إلى قيمة مضافة للمؤسسة.

✓ أشارت نتائج الفرضية الفرعية الأولى على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المنتج الداخلي و التعلم التنظيمي، وبمعامل تفسير قدره 29% رغم احتلاله المرتبة الأولى في الترتيب وفقاً للمتوسطات الحسابية. وقد يرجع ذلك إلى قيمة التشتت في آراء الباحثين لعدم اتفاقهم على العبارات هذا البعد خاصة على مستوى العبارة الرابعة التي تعكس عن عدم أخذ المؤسسة محل الدراسة الحاجات المادية و المعنوية لشاغلي الوظيفة عند تصميم الوظائف. لذا وجب على المؤسسة إعادة النظر هذه النقطة عند تصميم الوظائف، خاصة في ظل الاعتقاد الكبير لأفراد العينة بأهمية العمل الذي يقومون به وكذا توفر عنصر الإنتماء، ما يجعل قيمة التفسير للمنتج الداخلي تكون أعلى بكثير مما هو موجود حالياً بالمؤسسة.

✓ و أشارت الفرضية الفرعية الثانية على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين السعر الداخلي و التعلم التنظيمي، وبمعامل تفسير قدره 23,4%. وهذه نتيجة تتوافق مع المدركات المنخفضة للمبجوثين إزاء بعد السعر الداخلي، ما يعني ذلك أن عنصر الالتزام موجود لدى الأفراد على إدارة المؤسسة أن تبذل جهوداً كافية للرفع منه لما له من تأثير على مشاعر و أحاسيس الأفراد وبالتالي على قدرتهم على التعلم.

✓ أثبتت الفرضية الفرعية الثالثة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التوزيع الداخلي و التعلم التنظيمي، و بمعامل تفسيره قدره 31,4%، و هي تتجه لتتوافق مع المدركات المرتفعة للمبجوثين إزاء بعد التوزيع الداخلي، لذا فإنه يمكن القول بأن تأثير البيئة المادية على التعلم يكون من خلال العلاقة التبادلية القائمة بين المنظمة و موظفيها و لأن البيئة بدورها تشجع و تساند التعلم من خلال تبادل المعارف و الخبرات، والعمل على وضع الشخص المناسب في المكان المناسب حتى يتسنى لها تحقيق التوافق و التكامل بين قدرات الأفراد و مستواهم التعليمي.

✓ نصت الفرضية الفرعية الرابعة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الترويج الداخلي و التعلم التنظيمي، وبمعامل تحديد قدره 57,9% على الرغم من حصول الترويج الداخلي على أدنى مدركات المبجوثين، والسبب يعود إلى الانحراف الكبير التي تحصلت عليه أغلب فقراته ما أدى ذلك على تشتت آراء المبجوثين وعدم اتفاقهم. وعلى العموم يمكن القول بأن مجمل نشاطات الترويج الداخلي الساعية إلى خلق علاقات مستمرة بين الأفراد في المؤسسة المبجوثة عن طريق الإتصال، و إلى الحرية في إتخاذ القرارات عن طريق التمكين، وكذا خلق الرغبة لدى الأفراد في تقديم الأفضل من خلال تحفيز، تعتبر من مصادر المهمة لخلق الدافع نحو الاهتمام بالتعلم التنظيمي، وهو ما يتوافق مع ما جاء في الجزء النظري. كما أن ثبوت معنوية هذا البعد في النموذج الأفضل يؤكد على ضرورة تركيز المؤسسة محل الدراسة على إثراء و تفعيله من أجل الزيادة في فرص تعلم الأفراد.

❖ كما بينت نتائج اختبار الفروق الشخصية:

✓ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول ممارسة التسويق الداخلي تعزي لمتغيرات الشخصية، ما عدى مستوى الجنس بحيث كان الإدراك الأفضل للإناث. ما يعني مما سبق، أن أفراد العينة مهما اختلفت خصائصهم الفردية فإنهم يستخدمون نفس المعايير في تقييم مستوى التسويق الداخلي.

✓ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول تطبيق التعلم التنظيمي. تعزى لمتغيرات العمر، المؤهل العلمي والخبرة، ما عدى مستوى الجنس. بحيث كان الإدراك الأفضل لفئة الإناث. ما يعني أن أفراد العينة مهما اختلفت خصائصهم الشخصية و الوظيفية فإنهم سيستخدمون نفس المعايير في تقييم مستوى التعلم التنظيمي، ما عدى على مستوى الجنس. الذي يعكس قدرة فئة الإناث على التعلم مقارنة بالذكور بسبب الطبيعة الفيزيولوجية لها التي تمكنها من القيام بعدة أعمال في نفس الوقت، ما يساعدها في ذلك على التعلم.

خلاصة الفصل الثالث :

تطرقنا من خلال هذا الفصل على مراحل نشأة و تطور مؤسسة سوناطراك - بسكرة - وكذا الهيكلة الإدارية التي تسيير وفقها و لقد اعتمدنا في جمع البيانات على الاستمارة التي قمنا بتصميمها و فقا لمحورين : التسويق الداخلي و التعلم التنظيمي ، و التي تم توزيعها على عينة من الاطارات مؤسسة محل الدراسة ، حيث كان هدفنا منها هو الإجابة على اشكالية دراستنا بتطبيقها على الأرض الواقع . و بعد جمع البيانات قمنا بتحليلها باستخدام بعض الأساليب الإحصائية ، حيث توصلنا إلى عدة نتائج أهمها:

- ✓ وجود أثر لجميع أبعاد التسويق الداخلي على التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة 0,05.
- ✓ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الباحثين حول التسويق الداخلي عند مستوى الدلالة 0,05 و تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية (العمر ، المؤهل العلمي ، الخبرة) بالمديرية محل الدراسة.
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الباحثين حول التسويق الداخلي عند مستوى الدلالة 0,05 تعزى للمتغير (الجنس) بالمديرية محل الدراسة .
- ✓ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الباحثين حول التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة 0,05 تعزى لمتغيرات الشخصية و الوظيفية (الجنس ،العمر ، المؤهل العلمي) بالمديرية محل الدراسة.
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الباحثين حول التعلم التنظيمي عند مستوى الدلالة 0,05 تعزى للمتغير (الخبرة) بالمديرية محل الدراسة .

