

فحص الجينات التنظيمية (DNA) للمنظمة وقياس أثرها على الأداء التسويقي بالتطبيق على شركة ليبيا للتأمين بمدينة الزاوية

د. عمر شعبان العوامة

د. رجب عبد السلام العموري

كلية الاقتصاد العجيلات - جامعة الزاوية

كلية الاقتصاد العجيلات - جامعة الزاوية

الملخص Abstract:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى إدراك الإدارة والعمالين بشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية (DNA) لمنظمات الأعمال، وفحص مدى توفر هذه الجينات بالشركة محل الدراسة والبحث وقياس أثرها على الأداء التسويقي، ولتحقيق ذلك قام الباحثان بتوزيع 50 قائمة استقصاء على أفراد الدراسة، استُرجع منها 42 قائمة بنسبة استجابة 84%، وباستخدام الباحثان لبرنامج pspp في تحليل البيانات، توصلت الدراسة إلى أنّ أفراد الدراسة غير مدركين تماما لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية، كما أظهرت النتائج وجود واضح للعوامل الرئيسية التي يمكن أن تسهم في تحسين الأداء التسويقي للشركة، والتي تمثل أهم أبعاد الجينات التنظيمية للمنظمات (الهيكل التنظيمي، اتخاذ القرارات، نظم المعلومات، نظام الأجور والمرتبات والحوافز)، وأظهر الأداء التسويقي للشركة أنّ الشركة تمتلك حصة سوقية كبيرة في السوق، وتحظى بسمعة جيدة مقارنة بالشركات المنافسة لها، ومع ذلك أظهرت النتائج أنّ معدل الارتباط بين أبعاد الجينات التنظيمية والأداء التسويقي كان بين المتوسط إلى الضعيف، ويرجع الباحثان ذلك إمّا إلى وجود خطأ إحصائي في التحليل، أو أنّ هناك عوامل أخرى يمكن أن تكون سبباً في تحسن الأداء التسويقي للشركة، ويرى الباحثان أنّ من بين تلك العوامل يمكن أن تكون درجة تحمل الشركة لمسؤولياتها القانونية والاجتماعية والاقتصادية أو الهيكل المالي، وسياسة توزيع الأرباح التي تعتمدهما الشركة، ويترك الباحثان للبحوث المستقبلية

التأكد من ذلك وإضافة هذه العوامل إلى أبعاد الجينات التنظيمية وقياس أثرها على الأداء التسويقي.

الكلمات المفتاحية Keywords: الجينات التنظيمية، الأداء التسويقي.

المقدمة:

إنّ منظمات الأعمال التجارية الليبية اليوم تعمل في بيئة شديدة التعقيد، بسبب الظروف التي مرت بها البلاد في السنوات السابقة، وبالرغم من تشابه هذه المنظمات في موجوداتها الملموسة كالأبنية والمكائن والمعدات والمواد الأولية والتكنولوجيا المستخدمة في العملية الإنتاجية أو الخدمية، ومع ذلك نجد منظمات ناجحة متفوقة قد حققت ميزة تنافسية مكنتها من تحقيق التقدم والنمو في أدائها التسويقي، ونجحت في تحقيق أهداف البقاء والنمو والربحية، وأخرى فاشلة خسرت سمعتها وحصتها في السوق وأصبحت مهددة بالإفلاس والخروج من السوق.

من هنا برز موضوع الجينات التنظيمية "وهي مصطلح مجازي يوضح العوامل التي تحدد معاً شخصية المنظمة وتساعد على شرح أدائها وهو يحاكي مفهوم الجينوم البشري والذي يمثل الخريطة الوراثية للإنسان وهو ما أطلق عليه العلماء (سر الحياة)، وقد استعارت شركة Booz Allen Hamilton للاستشارات الإدارية بالولايات المتحدة الأمريكية عام 2002 هذه الفكرة وقدمت رؤية جديدة للمنظمات قائمة على مفهوم الحمض النووي للمنظمات"¹.

وبالتالي يمكن القول إنّ أي منظمة تمتلك هوية مميزة لها تعكس السمات والصفات الأساسية التي تميزها وتمنحها خصوصية عن غيرها من المؤسسات، فقد تتشابه بعض المؤسسات في عناصر ومكونات البيئة المادية من مباني ومعدات وتكنولوجيا.. الخ ولكنها تختلف في فلسفتها وثقافتها وكادرها البشري وهذا ما يسهم في تحديد هوية المنظمة ويميزها عن الآخرين.²

الإطار العام للدراسة:

مشكلة الدراسة: تعمل منظمات الأعمال الليبية وتتنافس تحت ذات الظروف منذ انهيار الدولة سنة 2011، بسبب تعقد الظروف السياسية والاقتصادية وظهور المظاهرات والشغب والحروب، والذي طال تأثيرها كل مؤسسات الدولة العامة والخاصة، ومع ذلك نجد اليوم منظمات أعمال ناجحة متفوقة وأخرى متعثرة فاشلة، وعلى سبيل المثال لا الحصر المصارف التجارية الليبية تعمل تحت الظروف ذاتها، ومع ذلك استطاعت بعض هذه المصارف أن تتغلب على هذه الظروف وتنجح في تقديم خدمات مميزة لزيائنها، ومصارف أخرى فشلت في ذلك وأصبحت عاجزة عن تقديم خدماتها، الأمر الذي يسهم في تدمير الزبائن وعدم رضائهم عن الخدمات المقدمة، بل والأكثر من ذلك أصبحت المصارف التي فشلت في تقديم الخدمات بالجودة المطلوبة محل استهجان عند عامة الناس؛ بسبب تعثرها وفشلها، ولعل موضوع توفر السيولة من عدمه خير دليل على ذلك.

ويرجّح الباحثان التفوق الحاصل لدى بعض منظمات الأعمال إلى وجود خصائص أو عوامل أساسية تحدد شخصية هذه المنظمات، وتتأثر بها أثناء ممارستها لأنشطتها المختلفة، وتسهم في نجاحها، ولا تتوفر هذه الخصائص والعوامل بالمنظمات المتعثرة والفاشلة.

وبالتالي يكمن صياغة مشكلة الدراسة في عدم إدراك الإدارة والعاملين في الشركة محل البحث لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية التي يمكن أن تحدد شخصية المنظمة وتتأثر بها أثناء ممارستها لأنشطتها المختلفة.

وهذا يثير التساؤلات التالية:

1. هل الإدارة والعاملين بالشركة محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي؟

2. ما درجة توفر العوامل الأساسية التي تمثل الجينات التنظيمية في الشركة محل الدراسة والبحث؟

3. هل هناك علاقة ارتباط بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الجينات التنظيمية على الأداء التسويقي للشركة محل البحث؟

أهداف الدراسة:

1. معرفة مدى إدراك الإدارة والعاملين بشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية.
2. التعرف على مدى توفر العوامل الأساسية التي تمثل الجينات التنظيمية (DNA) للمنظمات.
3. معرفة علاقة الارتباط بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي للشركة محل البحث.
4. التعرف على درجة تأثير الجينات التنظيمية على الأداء التسويقي.

أهمية الدراسة: يمكن تحقيق أهمية الدراسة من خلال الجانبين العلمي والتطبيقي كآتي :

الأهمية العلمية:

1. تسليط الضوء على موضوع الجينات التنظيمية أحد أهم الموضوعات الحديثة في مجال الإدارة والمساهمة في سد الفجوة البحثية لدى شركة ليبيا للتأمين محل الدراسة، وكذلك المراكز البحثية ذات العلاقة.
2. دعم البحث العلمي والمساهمة بتشكيل حلقة من حلقات البحث العلمي المستمر حول الاتجاهات الحديثة في مجال إدارة الأعمال.
3. المساهمة في النقل الأفقي للتكنولوجيا من خلال نشر المعارف والمفاهيم الحديثة في مجال الإدارة ونقل ما توصلت إليه الدراسات السابقة بخصوص موضوع البحث.
4. المساهمة في تحديد طبيعة علاقة الارتباط بين الجينات التنظيمية ومدى ارتباطها بالأداء التسويقي لشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث.

5.المساهمة في تحديد طبيعة التأثيرات المباشرة بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي لشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث.

الأهمية التطبيقية:

1.محاولة توجيه أنظار الادارة والعاملين بشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث إلى العوامل الرئيسية التي يمكن أن يكون لها دور وأهمية كبرى في تحسين الأداء التسويقي للشركة.

2.تقديم إطار علمي لشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث يُمكنها من الإلمام بموضوع ومتغيرات الدراسة.

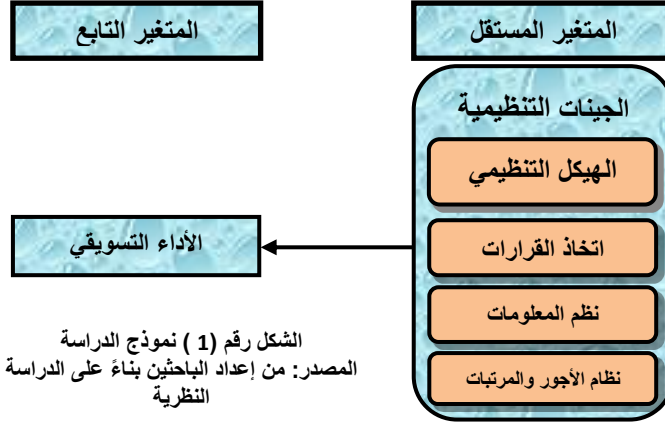
3.الوصول إلى مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تساعد شركة ليبيا للتأمين وشركات الاعمال المختلفة في معرفة العوامل الأساسية التي يمكن أن تسهم في تحسين الأداء التسويقي.

فروض الدراسة: بناءً على مشكلة البحث يسعى الباحثان إلى إثبات مدى صحة الفروض التالية:

الفرض الأول: الإدارة والعاملون بالشركة محل الدراسة والبحث غير مدركين تماما لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي.

الفرض الثاني: لا يوجد ارتباط معنوي عند مستوى معنوية 0.05 بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي للشركة محل الدراسة.

نموذج الدراسة



منهجية الدراسة: اعتمد الباحثان في دراستهم على المنهج المتكامل في البحوث التطبيقية، وهو منهج مستحدث لدراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية، ويستند هذا المنهج على حقيقة وجود ترابط وتلازم بين الإطار العلمي للبحث (الجانب النظري)، وبين الواقع العملي (الجانب التطبيقي).3

أسلوب الدراسة:

البيانات المطلوبة وأسلوب الحصول عليها: أعتمد الباحثان لإتمام هذه الدراسة على البيانات التالية:

1/ بيانات ثانوية: تم الحصول عليها من خلال مرجعة الكتب والمجلات العلمية والدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث، مما مكن الباحثان من تأصيل المفاهيم وإعداد الإطار النظري للبحث.

2/ بيانات أولية: تم الحصول عليها من شركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث باستخدام قائمة استقصاء أعدت لهذا الغرض وتحليلها مما مكن الباحثين من اختبار صحة أو خطأ فروض البحث والتوصل إلى النتائج والتوصيات.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في شركة ليبيا للتأمين بدولة ليبيا.
وحدة المعاينة وعينة الدراسة: تتمثل وحدة المعاينة في شركة ليبيا للتأمين فرع الزاوية، وتم إجراء مسح شامل لأفراد وحدة المعاينة البالغ عددهم 50 مفردة، وبذلك قام الباحثان بتوزيع 50 قائمة استبانة استرجع منهم 42 بنسبة استجابة بلغت 84 % والجدول رقم (1) يقدم وصف لعينة الدراسة.

أداة الدراسة: أعتد الباحثان في تجميع بيانات الدراسة الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة استبانة أُعدت لهذا الغرض بناء على نتائج الدراسة النظرية، وجهت هذه القائمة إلى جميع المدراء ورؤساء الأقسام والمكاتب والعاملين بشركة ليبيا للتأمين فرع الزاوية، وتضمنت القائمة على 4 عبارات لقياس مدى إدراك الإدارة والعاملين بفرع الزاوية لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية و28 عبارة لقياس أبعاد الجينات التنظيمية و12 عبارة لقياس الأداء التسويقي، بالإضافة إلى 6 أسئلة للمعلومات العامة وذلك لمعرفة خصائص العينة ووصفها، وتم استقصاء أفراد الدراسة وفق نموذج ليكرت ذو 5 درجات موافق تماما، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق تماما.

أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة: اعتمد الباحثان في تحليل البيانات الأولية للدراسة على الأساليب الإحصائية التالية:

- 1/ مقاييس النزعة المركزية والتشتت: لوصف أفراد الدراسة ومعرفة اتجاهاتهم.
 - 2/ معامل الارتباط بيرسون: لبيان نوع وقوة علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة.
 - 3/ تحليل الانحدار المتعدد المتدرج: لحساب معاملات الانحدار المتعدد للمتغيرات.
- واستخدم الباحثان برنامج pspp في التحليل الوصفي والإحصائي لبيانات الدراسة.

محددات الدراسة:

المحددات المكانية: فرع شركة ليبيا للتأمين بمدينة الزاوية.
المحددات الزمنية: أجريت الدراسة خلال الفترة 1 - 15 / 10 / 2021.

المحددات الموضوعية: الجينات التنظيمية، الأداء التسويقي.

المحددات البشرية: مدراء ورؤساء الأقسام والمكاتب والعاملين بشركة ليبيا

للتأمين فرع الزاوية.

الدراسات السابقة:

دراسة (آمال الحيلة وآخرون، 2021)⁴: هدفت هذه الدراسة إلى كشف العلاقة والأثر بين مدى توافر مكونات الحمض النووي التنظيمي، وبين مستوى تحقيق الأداء العالي لدى العاملين في قطاع التعليم التقني الفلسطيني، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من مؤسستين من مؤسسات التعليم التقني الفلسطيني، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت 236 مفردة بنسبة استجابة 82.2%، وأثبتت نتائج البحث وجود علاقة وأثر بين مكونات الحمض النووي التنظيمي وتحقيق الأداء العالي لدى العاملين في قطاع التعليم التقني الفلسطيني، وكان من أهم التوصيات ضرورة اهتمام مؤسسات التعليم التقني بمكونات الحمض النووي والعمل على تلافي جوانب الضعف في أي مكون منها بالشكل الذي يضمن تحقيق الأداء العالي وتحديد بصمة مميزة خاصة بالجامعة تسهم في إظهار صورة ذهنية وسمعة حسنة لها.

دراسة (محمد إسماعيل يوسف، 2020)⁵: هدف هذا البحث إلى دراسة تأثير الجينات التنظيمية على الثقة التنظيمية بالتطبيق على العاملين بالمستشفيات الجامعية بمصر، بلغ حجم العينة 384 مفردة، كان الصالح منها للتحليل 282 استمارة، واعتمد الباحث في توزيع الاستبيان على العينة العشوائية الطبقية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوي إيجابي بين أبعاد الجينات التنظيمية وأبعاد الثقة التنظيمية، كما أشارت النتائج إلى أنّ هناك تأثير معنوي لأبعاد الجينات التنظيمية على أبعاد الثقة التنظيمية.

دراسة (عبد الحكيم نجم وآخرون، 2018)⁶: تناول الباحثون في هذه البحث دور جودة الخدمة في العلاقة بين الجينات التنظيمية والابتكار بالتطبيق على المراكز

الطبية المتخصصة بجامعة المنصورة، وبلغ حجم العينة (384) مفردةً بنسبة استجابة (100%) من إجمالي حجم عينة البحث، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين أبعاد الجينات التنظيمية والابتكار وجودة الخدمة، كما توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي بين أبعاد الجينات التنظيمية والابتكار وكذلك تأثير معنوي إيجابي بين جودة الخدمة والابتكار.

دراسة (لمياء إبراهيم، 2018)⁷: هدفت الدراسة إلى تقديم صورة للمتطلبات الواجب توفرها في الجينات التنظيمية للحد من المخاطرة في اتخاذ القرارات الإدارية بالتطبيق على البنوك التجارية المصرية، وقد تناولت الدراسة شرحاً للدعائم الأربعة للجينات التنظيمية وعلاقتها بإدارة المخاطر، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالمديرين الذين لديهم ميل للمخاطرة حيث أنّ القاعدة الذهبية للربح هي المخاطرة في ظل زيادة قوة المنافسة في الخدمات البنكية في البنوك التجارية المصرية محل البحث.

دراسة (زكريا بدوان ، 2018)⁸: هدفت الدراسة إلى معرفة علاقة الجينات التنظيمية بالتميز المؤسسي في الجامعات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الجينات التنظيمية والتميز المؤسسي في الجامعات الفلسطينية بمعامل ارتباط 0.794، وكذلك وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد الجينات التنظيمية على تحقيق التميز المؤسسي في الجامعات الفلسطينية وأنّ المتغيرات المؤثرة على التميز المؤسسي هي (حقوق اتخاذ القرار، جودة المعلومات، الهيكل التنظيمي)، وقدمت الدراسة مجموعة متميزة من التوصيات وآلية التنفيذ وفق خطة محددة.

دراسة (مولاي أمينة، كافي ميمون، 2017)⁹: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين مكونات الحمض النووي التنظيمي DNA مجتمعة وأبعاد الريادة المتمثلة في القدرات الإبداعية، الإجراءات الاستباقية وتبني المخاطرة، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 200 عاملاً، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير لمكونات الحمض النووي على أبعاد الريادة وأوصت الدراسة بإشاعة مفهوم الحمض النووي

التنظيمي ومكوناته بين العاملين وإبراز أهميته في تحديد الهوية المتميزة للمؤسسة من خلال الإبداع والابتكار كعنصر محوري لتنافسية المؤسسات وديمومتها.

دراسة (ميسون العبيدي، 2015)¹⁰: دراسة استطلاعية لعينة عشوائية مكونة من 30 طبيباً من منتسبي مستشفى مرجان التعليمي، هدفت إلى بناء إطار معرفي لموضوعات (الحمض النووي التنظيمي، وصحة المنظمات) ومتغيراتها، عبر تتبع المسارات النظرية للأدبيات المتخصصة، والربط بينها ميدانياً في إطار البحث الميداني، وكيفية الاستفادة من هذا الربط، وأشارت الدراسة في ملخصها إلى تميز هذا الموضوع بالحدوث في الدراسات والبحوث المحلية والعربية على المستويين النظري والتطبيقي إذ يعدّ الحمض النووي للمنظمات الأداة التي تساعد الإدارة في تحديد المشكلات وتصنيفاتها تبعاً لأولوياتها وتكييف الإدارة لحل تلك المشكلات من خلال توفير البيانات اللازمة وتم ربط العوامل التي تحدد شخصية المنظمة بصحة المنظمات وإبراز أثر المكونات الأربعة للحمض النووي في نجاح المنظمات.

دراسة (أم الخير ربوح، 2018)¹¹: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان أثر الأداء التسويقي على استدامة المؤسسات الابتكارية هدفت هذه الدراسة إلى محاولة تحديد علاقة الأداء التسويقي باستدامة المؤسسات الابتكارية وبالأخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال إبراز مساهمة مؤشرات الأداء التسويقي في تحقيق بقاء واستمرار المؤسسات الابتكارية والتي يمينها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتمكن من الحصول على منتجات تتسم بالجودة وتلبي احتياجات مختلف مستهلكيها، وقد توصلت الدراسة إلى أنّ أثر الأداء التسويقي تجلّى في تحقيق بقاء واستمرار المؤسسات الابتكارية، وأشارت الدراسة إلى أنّ هذا الأمر يبقى نسبي لعدم وجود مؤشرات للاستدامة تتعلق بالمؤسسات الابتكارية بصفة مطلقة ومرتبطة مباشرة بالموضوع.

دراسة (غانم الكيكي، 2010)¹²: سعت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين أبعاد استراتيجية العمليات والأداء التسويقي في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات

الطبية/ نينوى بدولة العراق، وقد سعى الباحث إلى تضمين بحثه الحالي هذه الأبعاد بمتغيراتها ضمن إطار شمولي في محاولة لتحليل العلاقة بينهما، وتوصل البحث إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد استراتيجية العمليات والأداء التسويقي، وكذلك تأثير معنوي لأبعاد استراتيجية العمليات في الأداء التسويقي.

الإطار النظري للدراسة: تناول الباحثان في الإطار النظري للدراسة المتغيرين الأساسيين للدراسة، وهما المتغير المستقل الجينات التنظيمية، والمتغير التابع الأداء التسويقي وذلك على النحو التالي:

أولاً- المتغير المستقل: الجينات التنظيمية Organizational DNA:

1/ مفهوم الجينات التنظيمية: يحاكي مفهوم الجينات التنظيمية للمنظمة مفهوم الجينات الوراثية في الإنسان، حيث تحمل الجينات التنظيمية الخصائص الداخلية للمنظمة وتتحكم إلى حد كبير في تلك الخصائص، ومن ثم تكون مسؤولة عن المعلومات المسجلة فيها، وما يبني على هذه المعلومات من قرارات لازمة لتحقيق أهداف المنظمة، وقد تحدث طفرة في الجينات التنظيمية للمنظمة نتيجة عوامل من داخل المنظمة أو من خارجها، وقد تكون للطفرة الجينية نتائج مفيدة، بما يسمح للمنظمة بالتأقلم مع التغيرات التي تطرأ على البيئة الداخلية والبيئة الخارجية لها، وتكمن خطورة الطفرة في إحداث اختلال في الوظائف المرتبطة بهذه الجينات، وظهور العديد من الآثار السلبية، وقد تكون الطفرة التي تطرأ على أحد الجينات ضارة وقد يبدو الضرر يسيراً، إلا أنه قد يتسبب في آثار سلبية خطيرة. ويمكن إصلاح الطفرات الجينية بواسطة آليات خاصة لذلك، ويحدث الخلل غالباً عندما يكون معدل حدوث هذه الطفرات أعلى من قدرة المنظمة على إصلاحها.¹³

وفيما يلي بعض المفاهيم المتداولة في البحوث والدراسات السابقة:

- استعارة مجازية من نظم المناعة البيولوجية، حيث تعمل على حماية منظمات الاعمال من أي أخطار قد تهدد بقائها أو تمنعها من ممارسة أداءها بصورة صحيحة.

- قدرة المنظمات على صد الهجمات المستمرة من الأفراد الذين ليس لهم ولاء كامل للمنظمة، حيث يعمل النظام المناعي للمنظمة على تحصينها من المتسللين من الخارج و استبعادهم ومعالجة آثارهم.

- شبكة من السياسات والثقافات ضمن الهيكل التنظيمي تعمل بطريقة مشابهة لنظام المناعة عند البشر لمنع الأفكار السيئة من الدخول وأحداث الأضرار في المنظمة، وتوفر مستوى معين من الحصانة ضد الأفكار والأشخاص الذين قد يعطلوا عمل المنظمة.

- مجموعة من السياسات والإجراءات التي تهاجم وترفض الأجسام الغريبة في المنظمة كانتشار أفكار جديدة أو دخول أفراد جدد، وتحول هذه النظم دون حصول أي تغيير في المنظمة بغض النظر عن عواقبه سواء كانت إيجابية أو سلبية.

- مصطلح مجازي يوضح العوامل الأساسية التي تحدد معا شخصية المنظمة وتساعد في شرح أدائها¹⁴.

2/ أبعاد الجينات التنظيمية: إنَّ الأبعاد الرئيسية المكونة للجينات التنظيمية DNA في المنظمات تشكل في مجموعها الهوية التنظيمية للمنظمات، وهي تختلف من منظمة إلى أخرى، ولا يمكن أن تتطابق مع بعضها، ولكن يمكن أن تتقارب أو تتشابه في بعض الجوانب، وبالتالي لكل منظمة جيناتها وهويتها الخاصة بها والتي تميزها عن غيرها من المنظمات.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة تبين أنَّ أهم الأبعاد التي تشكل الجينات التنظيمية للمنظمة ما يلي:

الهيكل التنظيمي: الهيكل التنظيمي يتمثل في الأنشطة والوظائف الرئيسية والمساعدة المطلوب تنفيذها لتحقيق الأهداف وتوزيعها على المستويات الإدارية المختلفة ووضع الخريطة التنظيمية التي تحدد العلاقات بين الوحدات والأقسام والإدارات وتجميعها لتكون الهيكل التنظيمي المتكامل للمنظمة، وهذا يختلف من منظمة إلى أخرى من حيث المرونة ودرجة التعقيد.

اتخاذ القرارات: إنّ القرارات الحديثة اليوم لا تعتمد على المعلومات وحسب، بل على تقنيات التحليل والبحث عن المثالية في الحلول المقترحة وهذا ما تستطيع أن تقدمه منظومات وتقنيات المعلوماتية ومن بينها نظم مساندة القرار.

إنّ نظم دعم القرارات هي مجموعة متكاملة من البرمجيات، الحزم الجاهزة، النماذج، أدوات المعالجة، تتفاعل مع البيانات والمعلومات لتقديم الحلول المقترحة، كما يمكنها دمج عدة نماذج لتكوين نموذج متكامل، وتقديم برامج إدارة وإنتاج الحوار فهو يسمح لصانعي القرارات بالتفاعل مع النظام والتخاطب المباشر معه، لاسترجاع المعلومات التي تفيد في صنع القرارات واتخاذها.¹⁵

نظم المعلومات: المعلومات هي القاعدة الأساسية التي تستند عليها منظمات الأعمال في تحقيق رؤيتها ورسالتها وأهدافها الاستراتيجية المتمثلة في البقاء والنمو والربحية والكفاءة والفعالية الإنتاجية.

ويتضمن نظم المعلومات الذاكرة التنظيمية وهي المعلومات السابقة عن ممارسات المنظمة التي تستخدم مستقبلاً من قبل الأفراد والمنظمات، تساعد على تحفيز تفكير الأفراد ورفع مستوى مهاراتهم لمواجهة معوقات العمل، اليومية، وتسهم في صياغة وصناعة القرارات الحالية والمستقبلية.¹⁶

نظام الأجور والمرتبات والحوافز: زاد الاهتمام في الآونة الأخيرة بنظام الأجور والمرتبات والمكافآت المادي والمعنوي لتحفيز الإدارة والعاملين على العمل الجاد والمنتقن، كونه من العوامل الرئيسية المحددة لمدى مقدرة المنظمة على تحقيق أهدافها ومعالجة مشاكلها، ويختلف هذا النظام من منظمة إلى أخرى، ومن خصائص نظام الأجور والمرتبات الفعّال، أن يكون مبني على معايير وأسس علمية تحقق وتضمن العدالة بين العاملين، ويكون مرتبط بشكل مباشر بالإنتاجية ومدى التقدم في العمل والنتائج الذي يحققها، وأن يكون واضحاً لجميع العاملين ويدعم الثقة التنظيمية فيما يتعلّق بالحقوق والواجبات بين الإدارة والعاملين، وأن يكون تنافسياً مع الأجور والمرتبات السائدة في السوق، كذلك من خصائص نظام الأجور والمرتبات الفعّال أن

يكون متسماً بالسرعة (دفع الأجور والمرتبات في الوقت المحدد أو المتفق عليه وبدون تأخير).

ومن أهم المعايير والعوامل المحددة لمستوى الأجور والمرتبات الفعال ما يلي:¹⁷

أ. **مستوى الإنجاز:** مستوى الأداء المحقق مقارنة بالأداء المطلوب من الأفراد لإنجاز المهام والواجبات وتحمل مسؤوليات الوظيفة، فكلما زاد مستوى الإنجاز أو الأداء زاد المرتب أو الأجر والعكس صحيح.

ب. **الجهد العقلي أو الجسدي المبذول:** تختلف درجة صعوبة العمل من حيث الجهد المبذول من وظيفة إلى أخرى فهناك الوظائف السهلة والوظائف الصعبة، وكلما كان الجهد العقلي أو المطلوب لشغل الوظيفة عالي كلما كان المرتب أو الأجر أعلى.

ت. **الخبرة أو الأقدمية:** عدد سنوات الخبرة العملية التي أمضاها الأفراد في العمل بالمنظمة، أو في الوظيفة، وكلما زادت سنوات الخبرة زاد المرتب أو الأجر والعكس صحيح.

ث. **المؤهل العلمي:** تختلف المواصفات والمؤهلات المطلوبة لشغل الوظيفة هل هي شهادة ثانوية، دبلوم متوسط، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، فكلما كان المؤهل المطلوب لشغل الوظيفة أعلى كلما زاد المرتب أو الأجر والعكس صحيح.

ج. **ظروف العمل:** من حيث درجة الحرارة، الرطوبة، النظافة، المخاطر.

ح. **الإمكانيات المادية للمنظمة:** كلما كان المركز المالي كبير كلما كان لدى المنظمة القدرة المالية على دفع مرتبات وأجور عالية والعكس صحيح.

خ. **مستوى الأجور والمرتبات في سوق العمل:** مستوى الأجور والمرتبات في المنظمات المنافسة العاملة في ذات الصناعة أو ذات الوظائف المتماثلة، كلما كانت المرتبات والأجور في سوق العمل عالية تطلب ذلك زيادة المرتبات والأجور لتكون متقاربة أو أعلى من المنظمات المنافسة.

د. **معدّل التضخم السائد:** الأسعار السائدة في السوق ومعدل الارتفاع أو الانخفاض الذي طرأ عليها مقارنة بالسنوات السابقة، فكلما ارتفع مستوى التضخم كلما تطلب ذلك رفع مستوى الأجور بنسبة معدل التضخم.

ومن الملاحظ أنّ العلاقة بين الأجور والمرتبات وهذه المعايير أو العوامل هي علاقة طردية، أي أنّ الأجور والمرتبات تتناسب طردياً مع جميع العوامل السابقة، ودون استثناء، بمعنى إذا زادت هذه العوامل في اتجاه الارتفاع زادت معها مستويات الأجور والمرتبات، وإذا انخفضت معها مستويات الأجور والمرتبات.

وبالإضافة إلى أبعاد الجينات التنظيمية سابقة الذكر يعتقد الباحثان أنّ من ضمن الجينات التنظيمية التي يقترح على الدراسات المستقبلية قياس أثرها على الأداء التسويقي واعتبارها بُعد من أبعاد الجينات التنظيمية هي درجة الالتزام بالمسؤوليات القانونية والاقتصادية والاجتماعية، حيث تختلف المنظمات في درجة التزامها بالمسؤوليات القانونية والاقتصادية والاجتماعية:¹⁸

المسؤولية القانونية تتمثل في مدى التزام المنظمة بالقوانين كحصولها على الشرعية القانونية، أي الاعتراف الشرعي بتواجدها وبقائها وممارسة نشاطها والتزامها بالقوانين واللوائح والأنظمة الخاصة بالدولة وأجهزتها وعدم الالتفاف عليها.

المسؤولية الاقتصادية وتتمثل في مدى مساهمة المنظمة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية لأبناء المجتمع من خلال توفير الاحتياجات الخدمية والسلعية ذات الجودة العالية وبأسعار معقولة، والاقتصاد والتوفير في الموارد والمدخلات وعدم التبذير فيها، والابتعاد عن الاحتكار والمغالاة في الأرباح، والالتزام بمبادئ المنافسة الشريفة بما يتيح فرص النمو والتطور لمختلف المنظمات، والمساهمة في كبح التضخم والحد من ارتفاع الأسعار.

المسؤولية الاجتماعية وتتمثل في مدى التزام المنظمة بالمسؤولية التي تقع على عاتقها اتجاه المجتمع وتمتد إلى التزام المنظمة بتحقيق أهداف المجتمع إضافة إلى تحقيق أهدافها وبشكل متوازن من خلال احترام ومراعاة الأعراف والعادات والتقاليد

السائدة أثناء ممارسة نشاطها، والاهتمام بتطوير السلوكيات والأنماط الاجتماعية الإيجابية والحد من السلوكيات السلبية، ودعم الأنشطة الاجتماعية والصحية والتعليمية والأمنية والثقافية التي تساهم في تطوير المجتمع، والمحافظة على البيئة وعدم الإضرار بها، والمساهمة في تحقيق هدف العمالة الكاملة والحد من البطالة.

3. أهمية الجينات التنظيمية: يمكن تلخيص أهمية الجينات التنظيمية (DNA) وفق

رأي الباحثان وما توصلت إليه الدراسات السابقة فيما يلي

أ/ التعرف على شخصية المنظمة الاعتبارية ومعالمها الطبيعية وتمييزها عن أي منظمة بعنصر أو أكثر من العناصر الجينية المكونة لـ DNA المنظمة.

ب/ معرفة الاتجاه العام الذي تسير عليه المنظمة وإمكانية تصنيفها هل هي من ضمن المنظمات المثالية الرائدة أو المنظمات البطيئة المتعثرة أو المنظمات الفاشلة المهتدة بالخروج من السوق.

ج/ تمكين المنظمة من مواجهة المشاكل التنظيمية وإدارة الأزمات والسيطرة على الأخطار البيئية ومحاولة تجنبها وتحسين دفاعات المنظمة ضدها.

د/ العمل باستمرار لمتابعة الأداء والمراقبة البيئة الخارجية لأجل بناء سيناريوهات مستقبلية قادرة على مواجهة العقبات والتحديات المحتملة.

هـ/ تحقيق التوازن داخل المنظمة ومنع القرارات المتسارعة التي قد تتعارض مع المعايير الداخلية للمنظمة.

و/ تحفيز السلوك المطلوب من العاملين حتى في غياب المسؤولية القانونية.

ز/ تكوين قاعدة معلوماتية تساعد المدراء على اتخاذ القرارات الجيدة التي تضمن للمنظمة البقاء والنمو والربحية والكفاءة والفعالية الإنتاجية.

ح/ جمع البيانات والمعلومات التاريخية التفصيلية عن المنظمة، ومعرفة الاتجاه العام الذي تسير عليه.

ط/ من خلال DNA يمكن التعرف على شخصية المنظمة الاعتبارية، تاريخها ومكانتها بين المنظمات العاملة في ذات الصناعة ، كما يمكن تمييزها بعنصر أو أكثر من العناصر الجينية المكونة لـ DNA الخاص بالمنظمة¹⁹،²⁰

4.متطلبات تعزيز المناعة التنظيمية: يرى الباحثان إنه وحتى تتمكّن منظمات الأعمال التجارية من تعزيز نظام المناعة التنظيمية لديها يجب عليها ضرورة القيام والالتزام بما يلي:

أ/ دعم الدراسات المقارنة ونقل التكنولوجيا بنوعها الأفقي والرأسي.

ب/ اليقظة والمتابعة المستمرة لمحيط المنظمة الأمر الذي يعزز من الفطنة والخفة الاستراتيجية للمنظمة.

ج/ كسر الصمت التنظيمي وتشجيع العاملين على المشاركة والحوار وإبداء الآراء حول المشاكل الإدارية وبرامج التنمية والتطوير الإداري والتحسين المستمر .

د/ الشفافية التنظيمية وتمكين العاملين.

هـ/ دعم العدالة التنظيمية بالمنظمة فيما يتعلق بالثواب والعقاب وفرص العمل .

و/ دعم الثقة التنظيمية بين الإدارة والعاملين فيما يتعلق بالحقوق والواجبات.

ز/ حماية الذاكرة التنظيمية من التلف والضياع .

ح/ دعم نظم الاتصال والمعلومات وكذا نظام المرتبات الحوافر والمكافآت.

ط/الالتزام الكامل بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية والاجتماعية مع تحقيق التوازن بين مصلحة الأطراف المعنية بهذه المسؤوليات.

ثانيا-المتغير التابع الأداء التسويقي:

مفهوم الأداء التسويقي: وقد عرف الأداء التسويقي للمنظمة الخدمية بأنه مدى قدرة المنظمة الخدمية على إشباع وإرضاء زبائننا من خلال تقديم خدمات تتلاءم مع حاجاتهم وتتطابق مع ماكانوا ينتظرونه، في حدود المراقبة المستمرة للمنافسين والأخذ بعين الاعتبار ردود أفعالهم مع تحقيق النتائج التسويقية المطلوبة من الأرباح، المبيعات والحصة السوقية.²¹

الأداء التسويقي هو مستوى تحقيق الشركة لأهدافها الموضوعة في الخطة التسويقية.²²

وعرف الأداء التسويقي كذلك بأنه مدى مساهمة وظيفة التسويق في المؤسسة بتحقيق أهداف المؤسسة.²³

وعرف الأداء التسويقي أيضا بأنه مدى كفاءة وفعالية وظيفة التسويق، أي مدى قدرتها على تحقيق أهدافها (زيادة المبيعات، رفع حصتها السوقية، تحقيق رضا العملاء) من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها.²⁴

ويمكن القول بأن الأداء التسويقي يعد إطار لقياس الأثر الفعلي للأنشطة والعمليات التسويقية التي تستهدف بها المؤسسة البقاء في بيئة متغيرة ومتجددة تفرض عليها تقديم المزيد إذا ما أرادت الاستمرار في سوق لا ولاء له إلا لمن يمتلك مفاتيح التميز والإبداع والابتكار، التي بمجموعها تمكن المؤسسة ليس فقط من مواجهة التحديات وكسب الفرص، بل إيجاد وتوليد هذه الفرص وتوجيهها بالمسار والوجهة التي تبتغيها المؤسسة، والتي بموجبها تتمكن ليس فقط من الاحتفاظ بحصتها من الزبائن، بل اكتساب المزيد منهم.²⁵

مؤشرات قياس الأداء التسويقي: يمكن قياس الأداء التسويقي لمنظمات الأعمال من خلال المؤشرات التالية:

(1) الحصة السوقية: نسبة ما تمتلكه الشركة من السوق الكلي مقارنة بما يمتلكه المنافسين لها في السوق، وهل لدى الشركة القدرة للمحافظة على حصتها السوقية الحالية وزيادة حصتها المستقبلية من خلال جلب زبائن جدد؟.

(2) الربحية: معدل الربحية التي تحققه الشركة مقارنة بما يحققه المنافسين لها في السوق (مقارنة بمتوسط الصناعة) .

(3) المبيعات: حجم المبيعات التي تحققه الشركة ومعدل نمو المبيعات السنوي بالوحدة وبالدينار مقارنة بما يحققه المنافسين لها في السوق (مقارنة بمتوسط الصناعة) .

4) **رضا العملاء:** مدى رضا العملاء والزبائن على الخدمة أو السلعة المقدمة ، هل استطاعت الشركة أن تحقق رض العملاء والزبائن من خلال تقديم الخدمة أو السلعة وفق رغباتهم وتوقعاتهم؟ .

5) **ولاء العملاء:** مدى ولاء العملاء لمنتجات أو خدمات الشركة ، هل عملاء الشركة لديهم ولاء لهذه الخدمات أو المنتجات ولا يستبدلونهم بمنتجات أو خدمات المنافسين لها في السوق؟ .

6) **قوة العلامة التجارية:** هل تمتلك الشركة علامة تجارية معروفة لدى عملاء الشركة وزبائنهم المحتملين في السوق تذكرهم بالشركة وخدماتها المميزة عن منافسيها؟.

7) **سمعة الشركة في السوق:** هل تمتلك الشركة سمعة طيبة في السوق بين العملاء والزبائن حول جودة السلعة أو الخدمة التي تقدمها؟ أيضا هل تتمتع الشركة بسمعة طيبة بين المنافسين لها من خلال التزامها بمسؤولياتها القانونية والاقتصادية والاجتماعية؟.

8) **كفاءة البرامج والسياسات والاستراتيجيات التسويقية:** هل استطاعت الشركة أن تحقق أهدافها التسويقية والاستراتيجية المستهدفة ضمن برامجها وسياساتها واستراتيجياتها التسويقية؟.

أهمية الأداء التسويقي: تبرز أهمية الأداء التسويقي في كونه يرتبط بشكل مباشر بتحقيق أهداف المنظمة والمتمثلة في زيادة الحصة السوقية وزيادة الأرباح المتحققة وتحقيق رضا الزبون ورفع كفاءتها إلى المستوى المطلوب²⁶.

ويمكن تلخيص أهمية الأداء التسويقي فيما يلي:

1) التعرف على مقدار ما أنجز من أهداف المؤسسة.

2) يوفر المعلومات لمختلف المستويات الإدارية لأغراض التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات المستندة على حقائق علمية وواقعية.

- 3) يساعد المؤسسات في وضع المعايير اللازمة لتطوير رسالتها، وتحقيق الشمولية والعقلانية في عملية التخطيط واتخاذ القرار .
- 4) يؤدي إلى الكشف عن العناصر التي تتميز بالخبرة والمعرفة والمهارة ومن ثم وضعها في المواقع المهمة والمناسبة لها .
- 5) التأكد من تحقيق التنسيق بين مختلف أقسام المؤسسة، وتشخيص الأخطاء في العملية، واتخاذ الخطوات اللازمة لمعالجتها والاعتناء بها. 27.

الإطار التحليلي للدراسة:

نبذة عن الشركة محل الدراسة والبحث:

شركة ليبيا للتأمين أحد الشركات الرائدة في مجال التأمين، وأول شركة تأمين ليبية تأسست سنة 1964 برأس مال وقدره (100,000) مائة ألف جنيه ليبي لتكون بذلك أول شركة تأمين وطنية تؤسس وتسجل في ليبيا، تقدم الشركة خدماتها بشكل يغطي مساحة ليبيا من خلال (7) فروع رئيسية والعديد من المكاتب التابعة لها والتي تقدم من خلالها كافة أنواع الخدمات التأمينية، وللشركة موقع الكتروني على شبكة المعلومات الدولية يحتوي على معلومات شاملة عن الشركة.²⁸

وصف عينة الدراسة: باستخدام برنامج pspp في ادخال البيانات الاولية وإجراء التحليل الوصفي، تشير نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة أنّ غالبيتهم من الذكور حيث بلغت نسبتهم 67 % من عدد أفراد الدراسة، وأنّ ما نسبته 43 % من أفراد الدراسة تتراوح أعمارهم من 40 أقل من 50، وأنّ 50 % من أفراد العينة يتقاضون رواتب تتراوح بين 1000 إلى أقل من 1500، كما أنّ معظمهم يحملون مؤهلات جامعية حيث بلغت نسبتهم 62 %، ولعل أهم ما يميز أفراد الدراسة أنّ معظمهم يتمتعون بخبرة كبيرة تزيد عن 15 سنة، والجدول رقم (1) يقدم وصفاً شاملاً لعينة الدراسة.

الجدول رقم (1) التحليل الوصفي لعينة الدراسة

المتغير	الرمز في قاعدة البيانات	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	1	ذكر	28	67%
	2	أنثى	14	33%
المجموع				
العمر	1	20 أقل من 30	3	7%
	2	30 أقل من 40	7	17%
	3	40 أقل من 50	18	43%
	4	50- فما فوق	14	33%
المجموع				
الدخل	1	أقل من 1000 دينار	6	15%
	2	من 1000 إلى أقل من 1500	21	50%
	3	من 1500 إلى أقل من 2000	14	33%
	4	من 2000 فأكثر	1	2%
المجموع				
المؤهل العلمي	1	ثانوي فأقل	16	38%
	2	جامعي	26	62%
	3	دراسات عليا	0	0%
المجموع				
	1	أقل من 5 سنوات	1	2%

فحص الجينات التنظيمية (DNA) للمنظمة وقياس أثرها... د.رجب عبدالسلام العموري د.عمر شعبان العوامة

سنوات الخبرة	2	5 وأقل من 10 سنوات	7	17%
	3	10 سنوات وأقل من 15 سنة	5	12%
	4	15 سنة فأكثر	29	69%
المجموع			42	100%
الوظيفة الحالية	1	مدير إدارة	0	0%
	2	رئيس قسم	0	0%
	3	رئيس مكتب/ رئيس وحدة	8	19%
	4	موظف	34	81%
المجموع			42	100%

المصدر: أعدده الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

صدق وثبات أداة الدراسة: للتأكد من صدق قائمة الاستقصاء قام الباحثان بالتأكد من أن العبارات الواردة بها قادرة فعلا على قياس المتغيرات المراد قياسها والتأكد من سلامة القائمة من حيث صياغتها وخلوها من الأخطاء اللغوية.

أمّا فيما يتعلق من ثبات أداة القياس فقد قام الباحثان باستخدام طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة القياس حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ 0.88، وتم استخراج المعامل عن طريق برنامج pspp الإحصائي لاختبار صدق وثبات أداة الدراسة والجدول رقم (2) يوضح ذلك.

الجدول رقم (2) صدق و ثبات أداة الدراسة

المتغيرات	عدد المقاييس	عبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
الجينات التنظيمية	32		0.88	0.938
الأداء التسويقي	12		0.62	0.762
المعدل العام لأداة الدراسة	44		0.88	0.938

المصدر: أعدّه الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp.

التحليل الإحصائي للبيانات الأولية للدراسة.

أولاً- وصف اتجاهات أفراد الدراسة حول متغيرات الدراسة: لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول متغيرات الدراسة استخدم الباحثان مقياس ليكرت الخماسي: موافق تماماً، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق تماماً.

وحيث أنّ العبارات تم صياغتها في صورتها الإيجابية فقد أعطيت خمس نقاط لموافق تماماً، وأربعة نقاط لموافق، وثلاث نقاط لمحايد، ونقطتين لغير موافق، ونقطة واحدة لغير موافق تماماً.

وبذلك سيكون المتوسط الحسابي بين أحد الفئات التالية: 29

(1- 1.80) وتعني عدم الموافقة الشديدة من قبل أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.

(1.81 – 2.60) وتعني عدم الموافقة من قبل أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.

(2.61 – 3.40) وتعني عدم تأكد أفراد الدراسة من أسئلة الاستبانة.

(3.41 – 4.20) وتعني الموافقة من أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.

(4.21 – 5) وتعني الموافقة الشديدة من أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.

أمّا الانحراف المعياري فهو من أهم مقاييس التشتت والذي يعني مدى تباعد البيانات (الاستجابات) عن بعضها البعض وعن المتوسط الحسابي، وبالنسبة لتفسير قيم الانحراف المعياري، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما قل التشتت وزاد تجانس

الأفراد حول استجاباتهم وانفاقهم على قيمة المتوسط الحسابي، و كقاعدة عامة المتوسط الحسابي ± 1 انحراف معياري يعني أن تقريبا 75% من أفراد الدراسة ضمن هذا النطاق.

وباستخدام برنامج pspp الإحصائي توصل الباحثان إلى أهم النتائج التالية:

وصف اتجاهات أفراد الدراسة حول متغير الجينات التنظيمية وأبعاده الأربعة.

1. اتجاهات أفراد الدراسة حول إدراك مفهوم وأهمية الجينات التنظيمية:

تشير اتجاهات أفراد الدراسة بأنه لم يسبق لهم السماع بمصطلح الجينات التنظيمية، وإلى عدم تأكدهم من العبارات التي تقيس مدى إدراكهم لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية وتأثيرها على الأداء التسويقي حيث كان المتوسط الحسابي العام 2.76 ضمن الفئة الثالثة، وانحراف معياري 1.18، وبالرغم من ذلك أفراد الدراسة موافقين بأن الجينات التنظيمية مصطلح مجازي يوضح العوامل الأساسية التي تحدد شخصية المنظمات وتتأثر بها أثناء ممارستها لأنشطتها المختلفة، والجدول رقم (3) يوضح ذلك.

الجدول رقم (3)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	ت
1.17	2.48	سبق وأن سمعت بمصطلح الجينات التنظيمية .	1
1.18	2.67	أعرف معني ومفهوم الجينات التنظيمية .	2
1.23	2.64	ادرك تأثير وأهمية الجينات التنظيمية على الأداء التسويقي للشركة.	3
1.13	3.26	الجينات التنظيمية مصطلح مجازي يوضح العوامل الأساسية التي تحدد شخصية المنظمات وتتأثر بها أثناء ممارستها لأنشطتها المختلفة .	4
1.18	2.76	المعدل العام	

المصدر: أعدده الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

2. اتجاهات أفراد الدراسة حول الهيكل التنظيمي: تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى موافقتهم على العبارات التي تتعلق بالهيكل التنظيمي حيث أن المتوسط الحسابي العام 3.85 جاء ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد الدراسة على العبارات التي تقيس

هذا البُعد وبانحراف معياري 0.83، وبالتالي يمكن القول بأن لدى الشركة هيكل تنظيمي مناسب يتصف بالمرونة وإمكانية تعديله متى اقتضت الضرورة ذلك، كذلك يوجد وصف وتوصيف لوظائف الشركة، ويشعر الموظف بهذه الشركة بأن الوظيفة التي يعمل فيها لها معنى وقيمة وهذا سوف يساهم في تحقيق الأمان الوظيفي والولاء التنظيمي للشركة، والجدول رقم (4) يوضح ذلك.

الجدول رقم (4)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	ت
0.82	3.67	يتلاءم الهيكل التنظيمي الموجود مع طبيعة نشاط الشركة.	5
0.81	3.79	يتميز الهيكل التنظيمي للشركة بالوضوح وعدم وجود تداخل في الاختصاصات بالمستويات الإدارية المختلفة.	6
0.73	4.00	يوجد وصف وظيفي واضح يحدد مهام ومسؤوليات كل وظيفة بالشركة .	7
1.02	3.45	العدد الحالي للعاملين في الشركة يتناسب مع الاحتياج الفعلي للعمل.	8
0.60	3.69	يتميز الهيكل التنظيمي للشركة بالمرونة بحيث يمكن تعديله متى اقتضت الضرورة ذلك.	9
1.15	3.50	تقوم الشركة بتقييم الوظائف وتحديد الأهمية النسبية لكل وظيفة مقارنة بالوظائف الأخرى .	10
0.55	4.50	أشعر بأن الوظيفة التي أعمل فيها لها معنى وقيمة.	11
0.92	4.19	يوجد توصيف وظيفي واضح يحدد المتطلبات والشروط الواجب توفرها لشغل كل وظيفة.	12
0.83	3.85	المعدل العام	

المصدر: أعدّه الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

3. اتجاهات أفراد الدراسة حول اتخاذ القرارات: تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى عدم التأكد من أن إدارة الشركة تتشارك مع العاملين في صنع القرارات، ولكن وبشكل عام تشير النتائج إلى موافقة أفراد الدراسة على جُل العبارات المتعلقة باتخاذ القرارات، والتي من ضمنها أن القرارات التي تتخذها إدارة الشركة واضحة ومعلنة وتقال ثقة الجميع حيث جاء المتوسط الحسابي العام 3.44 ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد

الدراسة على العبارات التي تقيس هذا البُعد ذلك وبانحراف معياري 1.10 والجدول رقم (5) يوضح ذلك.

الجدول رقم (5)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	ت
1.43	3.05	تتشارك إدارة الشركة مع العاملين في صنع القرارات.	13
0.82	3.76	القرارات التي تتخذها إدارة الشركة واضحة ومعلنة وتنال ثقة الجميع.	14
0.83	3.74	تتبنى إدارة الشركة منهج الإدارة بالتفويض مما يقلل من المركزية في العمل.	15
1.22	3.21	تسمح إدارة الشركة بأن يشارك العاملون في صنع قرارات مهمة تخص أقسامهم ومكاتبهم.	16
1.19	3.24	تعمل إدارة الشركة على مشاركة المستويات الإدارية المختلفة في اتخاذ القرار.	17
1.12	3.67	تسمح الشركة بمساهمة العاملين في وضع حلول مناسبة للمشاكل التي تواجههم في العمل.	18
1.10	3.44	المعدل العام	

المصدر: أعدده الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

4. اتجاهات أفراد الدراسة حول نظم المعلومات: تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى الموافقة بأن إدارة الشركة تمتلك قاعدة معلومات لتوفير المعلومات اللازمة في الوقت المناسب كما تمتلك موقعا إلكترونياً على شبكة المعلومات الدولية وتعمل على تحديثه باستمرار، ولقد جاء المتوسط الحسابي العام 3.85 ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد الدراسة على العبارات التي تقيس هذا البُعد وبانحراف معياري 0.91 والجدول رقم (6) يوضح ذلك.

الجدول رقم (6)

ت	العبــــــــــــــــارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
19	توفر إدارة الشركة قاعدة معلومات عن الفترة الماضية و الحاضرة والمتوقعة في المستقبل.	3.67	1.05
20	يتم توفير المعلومات اللازمة في الوقت المناسب قبل فقدان قيمتها.	3.81	0.86
21	تمتلك الشركة نظام اتصال فعال وحديث يسهل عملية نقل المعلومات للمستفيدين منها.	3.74	1.01
22	تستخدم الشركة باستمرار أنظمة معلومات حديثة لخدمة زبائننا.	3.86	0.95
23	تمتلك الشركة مواقع الكترونية على شبكة المعلومات الدولية تعرض بها المعلومات وتقدم من خلالها الخدمات وتعمل على تحديثها باستمرار.	4.19	0.67
	المعدل العام	3.85	0.91

المصدر: أعده الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

5. اتجاهات أفراد الدراسة حول نظام الأجور والمرتبات: تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى الموافقة بأن الشركة لديها نظام أجور ومرتبات فعّال وأن الراتب الذي يتقاضاه الموظف يتناسب مع المجهود المبذول، وأن إدارة الشركة تعمل على تدريب العاملين وفي كافة المستويات الإدارية، وتعطي للعاملين فرص حقيقية للتطور والترقية وتحقيق طموحاتهم الوظيفية، وتُقدر إدارة الشركة الجهد الإضافي المبذول من قبل العاملين وتعمل على مكافأتهم وتحفيزهم، وبشكل عام جاء المتوسط الحسابي العام 3.59 ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد الدراسة على العبارات التي تقيس هذا البُعد وانحراف معياري 1.02 والجدول رقم (7) يوضح ذلك.

الجدول رقم (7)

ت	العبــــــــــــــــارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
24	تعمل إدارة الشركة على تدريب العاملين وفي كافة المستويات الإدارية.	4.05	0.67
25	يتناسب الراتب الذي أتقاضاه مع المجهود المبذول.	3.29	1.27
26	يتم توزيع المكافآت على العاملين بطريقة شفافة ومنصفة.	3.71	0.94
27	تعطي إدارة الشركة فرص حقيقية للعاملين للتطور والترقية وتحقيق طموحاتهم	3.48	0.92

فحص الجينات التنظيمية (DNA) للمنظمة وقياس أثرها... درجب عبدالسلام العموري د. عمر شعبان العوامة

الوظيفية.			
28	تناسب مستويات الأجور والمرتبات التي تمنحها الشركة مع الأوضاع الاقتصادية السائدة.	3.17	1.34
29	تقدر الشركة الجهد الإضافي المبذول من قبل العاملين وتعمل على مكافأتهم وتحفيزهم	3.52	1.23
30	يتم إنجاز العمل لفي جو يسوده الانسجام والتعاون.	4.02	0.68
31	اعتقد أن هناك عدالة من قبل إدارة الشركة فيما يتعلق بمنح الثواب و توقيع العقاب على العاملين.	3.52	1.17
32	أنا على ثقة تامة بأن الشركة تعطي العاملين كامل حقوقهم وفي الوقت المناسب.	3.55	0.92
المعدل العام		3.59	1.02

المصدر: أعدده الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

5. وصف اتجاهات أفراد الدراسة حول متغير الأداء التسويقي: بشكل عام تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى موافقتهم على العبارات التي تقيس الأداء التسويقي حيث جاء المتوسط الحسابي العام 4.05 وانحراف معياري 0.77 ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد الدراسة على العبارات التي تقيس هذا المتغير، ومن أهم ما تشير إليه تشير اتجاهات أفراد الدراسة أن الشركة تمتلك حصة سوقية أكبر من الشركات المنافسة لها في السوق، وتحظى بسمعة جيدة في السوق مقارنة بالشركات المنافسة لها، وتحرص إدارة الشركة على تقديم خدماتها بالجودة العالية التي ترضي زبائنها، والجدول رقم (8) يوضح ذلك .

الجدول رقم (8)

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تمتلك الشركة حصة سوقية أكبر من الشركات المنافسة لها في السوق.	4.36	0.82
2	تقوم الشركة بمتابعة نشاطها التسويقي للحفاظ على حصتها السوقية الحالية.	4.19	0.63
3	يسهم الأداء التسويقي للشركة في زيادة حجم المبيعات والأرباح.	4.07	0.68
4	تستخدم الشركة مختلف عناصر المزيج التسويقي (الخدمة، السعر، الترويج، التوزيع) الهادفة إلى تحسين الأداء التسويقي.	4.05	0.44
5	تعمل الشركة على زيادة حصتها السوقية بشكل متواصل مقارنة بالشركات المنافسة لها.	4.00	0.73
6	تقوم الشركة بتطوير سياساتها التسويقية عندما تواجه مشاكل تتعلق بأنشطتها	3.86	0.78

		الرئيسية.	
0.81	3.98	تضع الشركة هدف تحقيق الأرباح في أولويات أهدافها.	7
0.76	4.64	تحظى الشركة بسمعة جيدة في السوق مقارنة بالشركات المنافسة لها.	8
0.75	4.14	يساعد الأداء التسويقي في التعرف على ما أنجز من أهداف الشركة في البقاء والنمو والربحية.	9
0.63	4.45	تحرص إدارة الشركة على تقديم خدماتها بالجودة العالية التي ترضي زبائننا.	10
0.80	4.26	تحظى إدارة الشركة بالتقدير والاحترام مع جميع الأطراف التي تتعامل معهم .	11
0.59	4.12	تسعى الشركة باستمرار إلى تحسين الأداء التسويقي بما يكفل لها الزيادة في حجم المبيعات والأرباح.	12
0.77	4.05	المعدل العام	

المصدر: أعدّه الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

ثانياً-اختبار فروض الدراسة: لأجراء اختبار فروض الدراسة والتأكد من صحتها

يعرض الباحثان أهم الخطوات المتبعة في اختبار الفروض وهي كالتالي:

1. تشكيل الفرضية الأساسية والبدلية.
2. الاختبار الإحصائي المناسب بناء على نوع البيانات المتوفرة.
3. تحديد مستوى المعنوية α .
4. إيجاد القيمة المعيارية للاختبار الإحصائي من الجداول المخصصة لذلك .
5. إيجاد القيمة الإحصائية للاختبار الذي تم اختياره في الخطوة الثانية.
6. مقارنة القيمة الإحصائية التي تم إيجادها في الخطوة السابقة مع القيمة المعيارية التي تم إيجادها في الخطوة الرابعة.
7. القرار: إذا كانت القيمة الإحصائية أكبر من القيمة المعيارية فإننا سوف نقوم برفض الفرضية الأساسية والعكس صحيح.

اختبار الفرض الأول: إنّ الإدارة والعاملين بالشركة محل الدراسة والبحث غير

مدركين تماما لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي.

الفرضية الأساسية: H_0 أنّ الإدارة والعاملين بالشركة محل الدراسة والبحث غير

مدركين تماما لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي.

الفرضية البديلة: H1 أنَّ الإدارة والعاملين بالشركة محل الدراسة والبحث يدركون تماماً مفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي.

لاختبار الفرضية اعتمد الباحثان على المتوسط الحسابي في قياس ومعرفة اتجاهات أفراد الدراسة، حيث جاءت النتيجة بأنَّ جلَّ أفراد الدراسة لم يسبق لهم السماع بمصطلح الجينات التنظيمية بمتوسط حسابي 2.48، كذلك تشير النتائج الى عدم تأكد أفراد الدراسة من ادرك تأثير وأهمية الجينات التنظيمية على الأداء التسويقي للشركة وبمتوسط حسابي 2.64 .

ورغم موافقة أفراد الدراسة بأنَّ الجينات التنظيمية مصطلح مجازي يوضح العوامل الأساسية التي تحدد شخصية المنظمات وتتأثر بها أثناء ممارستها لأنشطتها المختلفة إلا أنَّ النتيجة النهائية بشكل عام تشير إلى عدم الإدراك التام لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي بمتوسط حسابي 2.74 وانحراف معياري 1.18 ، والجدول رقم (3) يوضح ذلك.

القرار: قبول الفرضية الأساسية H0 ورفض الفرضية البديلة H1 .

النتيجة: إنَّ الإدارة والعاملين بشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث غير مدركين تماماً لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي .

اختبار الفرض الثاني: لا يوجد ارتباط معنوي عند مستوى معنوية 0.05 بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي للشركة محل الدراسة.
1/الفرضية الأساسية والفرضية البديلة:

$$H_0: r = 0 \quad H_1: r \neq 0 \quad \text{أي أن المتغيرين مستقلين تماماً}$$

$$/2 \text{ مستوى المعنوية } \alpha = 0.05$$

$$/3 \text{ قيمة T المعيارية من الجداول هي } 1.68$$

$$/4 \text{ تحديد قيمة T الإحصائية باستخدام القانون (العلونة، 1996: 314) :}$$

$$T = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}} = \frac{0.41}{\sqrt{\frac{1-0.17}{42-2}}} = 2.83$$

حيث : n حجم العينة r (معامل الارتباط)

وحيث أنّ قيمة t المحسوبة 2.83 أكبر من قيمة t المعيارية 1.68 فإن ذلك يعني رفض فرض العدم H0 وقبول الفرض البديل H1 .

القرار: يوجد ارتباط معنوي عند مستوى دلالة معنوية 0.05 بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي محل الدراسة بلغت قيمته 0.41، ويرجع تفسيره هذه الارتباط إلى أنّ 41% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة يفسره التغير الحاصل على الجينات التنظيمية وأنّ 59% من التغير تفسره عوامل أخرى غير الجينات التنظيمية، وفيما يلي يعرض الباحثان تفسير كل بعد من أبعاد الجينات التنظيمية لهذه الارتباط.

1. الهيكل التنظيمي يفسر 2% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة .
2. نظم اتخاذ القرارات يفسر 21% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة .
3. نظم المعلومات يفسر 17% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة.
4. نظام الأجور والمرتبات يفسر 33% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة .

ويوضح الجدول رقم (9) قيمة معامل الارتباط بين متغير الجينات التنظيمية بأبعاده المختلفة والأداء التسويقي، ويتضح من الجدول أنّ أكثر أبعاد الجينات التنظيمية ارتباطاً بالأداء التسويقي للشركة هو نظام الأجور والمرتبات، ثم نظم اتخاذ القرارات يليها نظم المعلومات وأخيراً الهيكل التنظيمي.

جدول رقم (9) اختبار الانحدار المتعدد للجينات التنظيمية على الأداء التسويقي

اختبار التباين		اختبار الارتباط		المتغير التابع	المتغير المستقل
F	0.05Sig	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2		
1.44	0.234	410.	170.	الأداء التسويقي	الجينات التنظيمية
0.01	0.904	0.02	0.00	الأداء	الهيكل التنظيمي

				التسويقي	
1.86	0.180	0.21	0.04	الأداء التسويقي	نظم اتخاذ القرارات
1.22	0.276	0.17	0.03	الأداء التسويقي	نظم المعلومات
4.75	0.035	0.33	0.11	الأداء التسويقي	نظام الأجور والمرتببات
pspp: Analyze → Regression → Liner → ok					

المصدر: أعدده الباحثان بناء على نتائج برنامج pspp

النتائج:

أولاً- نتائج قياس اتجاهات أفراد الدراسة حول متغيرات وأبعاد الدراسة:

1. إنَّ العاملين بشركة ليبيا للتأمين محل البحث غير مدركين تماماً لمصطلح الجينات التنظيمية وأهميتها وتأثيرها على الأداء التسويقي.
2. تمتلك شركة ليبيا للتأمين محل البحث هيكلًا تنظيمياً مناسباً يتصف بالمرونة، ويمكن تعديله متى اقتضت الضرورة ذلك.
3. لدى شركة ليبيا للتأمين محل البحث وصف وتوصيف للوظائف.
4. شعور الموظف بشركة ليبيا للتأمين محل البحث بقيمة الوظيفة التي يعمل فيها وأنَّها تحقق له الأمان الوظيفي.
5. إنَّ إدارة الشركة محل البحث تتشارك مع العاملين في صنع القرارات، وأنَّ القرارات التي تتخذها إدارة الشركة واضحة ومعلنة وتنال ثقة الجميع.
6. إنَّ إدارة الشركة محل البحث تمتلك قاعدة معلومات توفر لها المعلومات اللازمة، وفي الوقت المناسب كما تمتلك موقعاً إلكترونيًا على شبكة المعلومات الدولية، وتعمل على تحديثه باستمرار.
7. إنَّ إدارة الشركة محل البحث لديها نظام الأجور والمرتببات فعَّال وأنَّ الراتب الذي يتقاضاه الموظف بهذه الشركة يتناسب مع المجهود المبذول.

8. إنَّ إدارة الشركة محل البحث تعمل على تدريب العاملين، وفي كافة المستويات الإدارية، وتعطي للعاملين فرص حقيقية للتطور والترقية، وتحقيق طموحاتهم الوظيفية، وتُقدِّر إدارة الشركة الجهد الإضافي المبذول من قبل العاملين وتعمل على مكافأتهم وتحفيزهم.

9. إن إدارة الشركة محل البحث تمتلك حصة سوقية أكبر من الشركات المنافسة لها في السوق، وتحظى بسمعة جيدة في السوق مقارنة بالشركات المنافسة لها، وتحرص إدارة الشركة على تقديم خدماتها بالجودة العالية التي ترضي زبائنها.

ثانياً- نتائج اختبار فروض الدراسة:

1. إنَّ الإدارة والعاملين بشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث غير مدركين تماماً لمفهوم وأهمية الجينات التنظيمية في تحسين الأداء التسويقي.

2. يوجد ارتباط معنوي عند مستوى دلالة معنوية 0.05 بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي للشركة محل الدراسة بلغت قيمته 0.41، ويرجع الباحث أنَّ تفسير هذه الارتباط إلى أنَّ 41% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة يفسره التغير الحاصل على الجينات التنظيمية وأنَّ 59% من التغير تفسره عوامل أخرى غير الجينات التنظيمية.

3. إنَّ نظام الأجور والمرتبات يفسر 33% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة، ويأتي ذلك نظم اتخاذ القرارات يفسر 21% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة، ثم نظم المعلومات حيث يفسر 17% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة، وأخيراً الهيكل التنظيمي يفسر 2% من التغير الحاصل على الأداء التسويقي للشركة.

التوصيات:

في ضوء الدراسة النظرية ونتائج تحليل البيانات الأولية للدراسة والخبرة العلمية، خلص الباحثان إلى مجموعة من التوصيات التالية.

أولاً- توصيات خاصة بشركة ليبيا للتأمين محل الدراسة والبحث:

- 1) ضرورة تعميق الشركة محل الدراسة والبحث لمفهوم الجينات التنظيمية باعتبارها أحد المفاهيم الحديثة في الإدارة والتي يمكن أن تساعد على التغيير إلى الأفضل والاستمرار في الأداء التسويقي المتميز.
- 2) ضرورة زيادة اهتمام إدارة الشركة محل الدراسة والبحث بتعزيز نظام الأجور والمرتبات والحوافز بالشركة لضمان ولاء العاملين وتحقيق الأمان الوظيفي لهم.
- 3) تمكين العاملين بالمستويات الإدارية المختلفة للمساهمة في اتخاذ القرارات من خلال التوسع في منح الصلاحيات ودعم الثقة التنظيمية بين الإدارة والعاملين فيما يتعلق بالحقوق والواجبات.
- 4) دعم الأمان الوظيفي بالشركة من خلال دعم العدالة التنظيمية فيما يتعلق بالثواب والعقاب.
- 5) نوصي إدارة الشركة محل الدراسة والبحث وفي ظل التعقيد الشديد والتغير السريع لبيئة الأعمال بضرورة الاهتمام بنظم المعلومات الاستراتيجية وتوفير المتطلبات الإدارية والتكنولوجية الحديثة التي تسهم في تحديث قاعدة المعلومات لدى الشركة، وهذا سيسهم في تحقيق اليقظة والفتنة والخفة الاستراتيجية للشركة.
- 6) ضرورة زيادة اهتمام الشركة محل الدراسة والبحث بأدائها التسويقي لما له من أثر إيجابي على زيادة الربحية والحصة السوقية ورضا العملاء، وذلك من خلال الاهتمام ببحوث التسويق والعملية التسويقية.
- 7) ضرورة تطبيق الشركة محل الدراسة والبحث لأهم توصيات البحوث العلمية التي تجرى بين الحين والآخر في الشركة أو في المراكز البحثية المختلفة بخصوص الاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال، والمساهمة في النقل الرأسي للتكنولوجيا لما لذلك من أهمية كبيرة في تفوق منظمات الأعمال التجارية وزيادة قدرتها في تحقيق أهدافها المرجوة .

ثانياً - توصيات خاصة بالبحوث والدراسات المستقبلية:

من خلال نتائج الدراسة النظرية ونتائج اختبارات الفروض وكذلك من خلال الخبرة العملية يوصي الباحثان طلاب العلم والمعرفة ومؤسسات البحث العلمي بالآتي:

1. إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية في مجال الجينات التنظيمية والأداء التسويقي والاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال، وتطبيقها على مؤسسات ومجتمعات مختلفة، لتأكيد أهمية مثل هذه الموضوعات لمنظمات الأعمال باختلاف المكان والزمان، وذلك لمواكبة التطور العلمي في مثل هذه الموضوعات.

2. اختبار وقياس أثر عوامل أخرى يمكن أن تصنف من ضمن أبعاد الجينات التنظيمية للمنظمة و يكون لها تأثير أكبر على الأداء التسويقي مثل درجة التزام منظمة الأعمال بالمسؤولية القانونية والاقتصادية والاجتماعية، العدالة التنظيمية فيما يتعلق بالثواب والعقاب، الثقة التنظيمية بين الإدارة والعاملين فيما يتعلق بالحقوق والواجبات، الهيكل المالي وسياسة توزيع الأرباح ..الخ.

3. يقترح الباحثان بعض العناوين البحثية التالية:

توسيط الثقة التنظيمية في العلاقة بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي .

✓ توسيط العدالة التنظيمية في العلاقة بين الجينات التنظيمية والأداء التسويقي.

✓ قياس مدى التزام منظمة الأعمال بمسؤولياتها القانونية والاقتصادية

والاجتماعية وأثر ذلك على الأداء التسويقي.

✓ سياسة توزيع الأرباح المتبعة في المنظمة وأثرها على الأداء التسويقي .

✓ الهيكل المالي للمنظمة وأثره على الأداء التسويقي .

هوامش البحث:

- 1 عبد الحكيم أحمد ربيع نجم وآخرون ، (2018)، الجينات التنظيمية وعلاقتها بالابتكار: الدور الوسيط لجودة الخدمة بالتطبيق على المراكز الطبية المتخصصة بجامعة المنصورة، المجلة المصرية للدراسات التجارية جامعة المنصورة - كلية التجارة ، ص 2 . <https://alat.journals.ekb.eg>
- 2 آمال عبد المجيد الحيلة وآخرون، (2021)، مدى توافر مكونات الحمض النووي التنظيمي DNA وأثرها في تحقيق الاداء العالي لدى العاملين في قطاع التعليم التقني الفلسطيني ، مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث، 8 (3)، ص 202. <https://rj.ptuk.edu.ps/index.php/pturj/article/view/214/131>
- 3 محمد الصاوي محمد مبارك، (1992) ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، ص 32.
- 4 آمال عبد المجيد الحيلة وآخرون، (2021)، مرجع سبق ذكره ، ص 201- 227 .
- 5 محمد إسماعيل يوسف، (2020)، تأثير الجينات التنظيمية على الثقة التنظيمية دراسة تطبيقية على العاملين بالمستشفيات الجامعية بجمهورية مصر العربية، جامعة بورسعيد، مجلة البحوث المالية والتجارية -المجلد - (21) العدد الرابع <https://jsst.journals.ekb.eg>.
- 6 عبد الحكيم أحمد ربيع نجم وآخرون، (2018)، مرجع سبق ذكره <https://alat.journals.ekb.eg>.
- 7 لمياء عيد عطا إبراهيم،(2018) ، المتطلبات الواجب توافرها في الجينات التنظيمية للحد من المخاطرة في اتخاذ القرارات الإدارية، جامعة قناة السويس، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 9 ، العدد3، ص ص 918-937 <https://jces.journals.ekb.eg>.
- 8 زكريا محمد حسن بدوان،(2018)، علاقة الجينات التنظيمية بالتميز المؤسسي

- دراسة ميدانية على الجامعات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة، رسالة ماجستير، جامعة غزة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.
- 9 مولاي أمينة، كافي ميمون،(2017)، الحمض النووي التنظيمي DNA وريادية المؤسسات دراسة حالة متعاملي الهاتف النقال في الجزائر، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الرابع، العدد الأول.
- 10 ميسون العبيدي،(2015)، استخدام مكونات الحمض النووي التنظيمي لتشخيص المنظمات الصحية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 13، العدد 36 . /http://journals.uokufa.edu.iq
- 11 أم الخير ربوح،(2018)، أثر الأداء التسويقي على استدامة المؤسسات الابتكارية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
- 12 غانم محمود أحمد الكيكي، (2010)، العلاقة بين أبعاد استراتيجية العمليات والأداء التسويقي دراسة استطلاعية لآراء المدراء في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية/ نينوى، كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة الموصل، مجلة تنمية الرافدين العدد 99 مجلد 32 .
- 13 زكريا محمد حسن بدوان،(2018)، مرجع سبق ذكره ، ص 16 .
- 14 شاه يستا السعيد محمد لبدة، (2015)، أثر الجينات التنظيمية على قدرات المرؤوسين الابتكارية، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة طنطا ، جمهورية مصر، ص 4 .
- 15 عبد الله بن حمود بن محمد الحسني، (2013)، الأثر بين نظم دعم القرار وجودة المعلومات وفاعلية اتخاذ القرار دراسة ميدانية في وزارة الخدمة المدنية بـ سلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، ص 35 .

- 16 عثمان رياض عبد المجيد،(2016)، نظم المناعة التنظيمية وأثرها في استراتيجيات إدارة الأزمات اختبار الدور الوسيط لنظم المعلومات الاستراتيجية دراسة ميدانية على شركات الصناعات الغذائية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط ، ص 13 .
- 17 رجب عبد السلام العموري، (2021) ، إدارة الموارد البشرية ، منهج غير منشور ، كلية الاقتصاد العجيلات، جامعة الزاوية ص ص 36- 37 .
- 18 رجب عبد السلام العموري، (2021) ، السياسات الإدارية، منهج غير منشور، كلية الاقتصاد العجيلات، جامعة الزاوية، ص 19 .
- 19 عثمان رياض عبد المجيد،(2016)، مرجع سبق ذكره ، ص 22.
- 20 مولاي أمينة، كافي ميمون ،(2017)، مرجع سبق ذكره ص 58.
- 21 مريم شريفة قوارح،(2018)، دور إدارة معرفة الزبون في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 12.
- 22 محاط أميرة، (2014)، أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 35.
- 23 خالد خالفي، (2014)، دور نظام المعلومات التسويقي في تحسين الأداء التسويقي، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 3 العدد الأول، ص 215.
- 24 تالي هاجر، (2018)، أثر التوجه الاستراتيجي على تحسين الأداء التسويقي للبنك دراسة حالة البنك الوطني الجزائري – BNA ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، ص 12.

- 25 مولود حواس، هدى حفصي، (2020)، أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة ، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 10، العدد الأول، ص 71 .
- 26 وائل علي رفيق نظيف، (2016)، أثر الاستراتيجيات التسويقية في الأداء التسويقي لمنظمات الأعمال الصغيرة الفلسطينية، أطروحة دكتوراة غير منشورة ،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص 136.
- 27 أم الخير ربوح، (2018)، مرجع سبق ذكره ، ص 42.
- 28 الموقع الالكتروني شركة ليبيا للتأمين <https://www.libtamin.ly>.
- 29 نبيل بن عبد الرحمن المعتم،(2010)، المكتبات الرقمية في المملكة العربية السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ص 315 .