



جامعة احمد دراية - ادرار
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص : إدارة أعمال

بعنوان

مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني دراسة حالة بريد الجزائر وكالة ادرار

إشراف الأستاذ:
هداجي عبد الجليل

إعداد الطلبة:
بن التومي كلتوم
رابح فتيحة

لجنة المناقشة

| | | |
|----------------|----------------------|------------------|
| (رئيسا) | استاذ التعليم العالي | ساوس الشيخ |
| (مشرفا ومقررا) | استاذ محاضراً | هداجي عبد الجليل |
| (مناقشا) | استاذ محاضرب | مختاري سعد الله |

الموسم الجامعي

2021-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:

أهدي هذا البحث الى كل من:

إلى من ساندتني في صلاتها ودعائها...الى من سهرت الليالي تتير دربي

إلى من تشاركني أفراحي وأماني.....الى نبع العطف والحنان الى أجمل

إبتسامة في حياتي الى أروعامرأة في الوجود: أمي الغالية "فاطمة"

إلى من علمني ان الدنيا كفاح.....وصلاحها العلم والمعرفة

إلى الذي لم يبخل علي بأي شيء.....الى من سعى لأجل راحتى ونجاحي

إلى أعظم واعز رجل في الكون: أبي الغالي "محمد" .

إلى الذين طفرت بهم هدية إقدار الأخوة فعرفوا معنى الأخوة : عز الدين وجمال

والى أخواتي العزيزات: سامية ونادية وسعيدة والزهراء وابتسام ووسيلة

دون ان أنسى زوجات إخوتي كلثوم وسميرة وأبناء أختي أيمن وعائشة وريان وادم وأفراح وأكرم .

إلى كافة زملاء الدراسة: "عفاف ونجاة وحميدة وفاطمة وخولة وزينب وشيماء وحنان" .

إلى من شاركتني هذا البحث " فتيحة"الى كل من يحمل لقب " بن التومي "

وإلى كل من علمني حرفا ولقنني علما نافعا: أساتذتي

وأخص بالذكر أستاذي المشرف " هداجي عبد الجليل " .

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع أهدي هذا العمل إلى كل هؤلاء .

كلثوم

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تم الصالحات والحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا إن هدانا الله

إلى والدتي الغالية أطل الله في عمرها و أمدّها بالصحة والعافية "عائشة "

إلى روح والدي الطاهرة رحمة الله عليه وقدوتي في هذه الحياة " احمد "

إلى من شاركوني ظلمة البطن والرحم إلى من قاسموني فرحة الحياة وحزنها أختي حفظهم الله ورعاهم "

حسان نعم الأخ الذي ضحى من اجلي بالنفس والنفيس وإبراهيم وفاطمة ورحمة و خدة "

وزوجاتهم صفية وسعاد

إلى خالتي زهراء والى أبناء عمي حميدة وشهيرة وحفيظة ومنيرة ونزيهة ورفيقة وحليمة

وسالمة و رميساء ووافية وعواطف كلهم دون استثناء

إلى العائلة المباركة الكريمة التي نعيش في رغد حبها وعطائها

إلى كل أعمامي وعماتي وبالأخص البركة ولحبيب

إلى من جمعني به القدر ورفيق عمري وأكن له عظيم الحب و الوفاء والتقدير

وطالما ساهم بدعائه ودعمه في كل الظروف والأحوال حفظه الله و رعاه من كل سوء

وجمعني معه في الخير عبد المالك

إلى من شاركنتي البحث " كلثوم "

إلى أصدقائي : حميدة ونجاة وعفاف و فاطمة و زينب و يمينه وكلثوم ولطيفة و زاهة

إلى براعم العائلة: بنت أخي خديجة و تسنيم وزياد ومحمد انس وسدى وندى وأنيس بهاء الدين ونعمة

إلى من ساهم من قريب أو بعيد في هذا العمل المتواضع تحية شكر وعرفان .

فتيحة

شكر وعرافان

ربي أوزعني ان اشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه
وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين.

الحمد لله على نعمه التي لا ينسى ذكرها ، ولا يؤدي بشي من الأنواع شكرها نحمده تعالى
عند هذا المقام وفي هذا المقام ننثي عليه الخير كله ولا نحصي ثناء عليه وهو أهل الحمد
والشكر والثناء.

كما نشكر كل من ساعدنا على انجاز هذا العمل

ونخص بالذكر: الأستاذ المشرف هداجي عبد الجليل الذي لم يبخل علينا بنصائحه
وتوجيهاته القيمة التي كانت لنا خير معين في البحث.

كما نتقدم بالشكر الجزيل للجنة المناقشة التي سيكون لها دورا كبيرا في تقويم وتثمين هذا
البحث

الى كل أساتذة قسم علوم التسيير بجامعة ادرار

وكل من ساعدنا ولو بكلمة طيبة أو دعاء كريم



| الصفحة | العنوان |
|---|--|
| | إهداء |
| | شكر وعرافان |
| I-II | الفهرس |
| III-V | قائمة الجداول |
| VI | قائمة الأشكال |
| VI | قائمة الملاحق |
| أ-ج | مقدمة |
| الفصل الأول: قراءة مفاهيمية حول الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني | |
| 4 | تمهيد |
| 5 | المبحث الأول: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة |
| 5 | المطلب الأول: أدبيات نظرية حول الثقافة التنظيمية |
| 5 | الفرع الأول: مفهوم الثقافة التنظيمية |
| 5 | الفرع الثاني: أهمية الثقافة التنظيمية |
| 6 | الفرع الثالث: أبعاد الثقافة التنظيمية |
| 7 | المطلب الثاني: مفاهيم حول رأس المال الزبائني |
| 7 | الفرع الأول: مفهوم رأس المال الزبائني |
| 8 | الفرع الثاني: خصائص رأس المال الزبائني |
| 8 | الفرع الثالث: أبعاد رأس المال الزبائني |
| 11 | المطلب الثالث: العلاقة بين الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني |
| 12 | المبحث الثاني: الدراسات السابقة |
| 12 | المطلب الأول: عرض الدراسات المتعلقة بالثقافة التنظيمية عربية وأجنبية |
| 12 | الفرع الأول: دراسات عربية |
| 13 | الفرع الثاني: دراسات أجنبية |
| 15 | المطلب الثاني: عرض الدراسات المتعلقة برأس المال الزبائني عربية وأجنبية |

| | |
|---|--|
| 15 | الفرع الأول: دراسات عربية |
| 16 | الفرع الثاني: دراسات أجنبية |
| 17 | المطلب الثالث: التعقيب عن الدراسات |
| 18 | خلاصة |
| الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بريد الجزائر بأدرار | |
| 20 | تمهيد |
| 21 | المبحث الأول: الطريقة والأدوات والنموذج المتبع |
| 21 | المطلب الأول: طريقة اختيار مجتمع الدراسة وعينة البحث |
| 21 | الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة |
| 22 | الفرع الثاني: وحدة المعاينة |
| 23 | الفرع الثالث: عينة الدراسة |
| 23 | الفرع الرابع: نموذج الدراسة |
| 24 | المطلب الثاني: تحليل البيانات والنمذجة |
| 24 | الفرع الأول: أدوات الدراسة |
| 25 | الفرع الثاني: مقياس الدراسة |
| 26 | الفرع الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة |
| 29 | المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج |
| 29 | المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة |
| 29 | الفرع الأول: التحليل الوصفي لعينة الدراسة |
| 35 | الفرع الثاني: تحليل النتائج المتعلقة بتصورات استجابة أفراد الدراسة |
| 41 | المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة |
| 41 | الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسية |
| 42 | الفرع الثاني: اختبار الفرضية الأولى |
| 43 | الفرع الثالث: اختبار الفرضية الثانية |
| 45 | الفرع الرابع: اختبار الفرضية الثالثة |
| 46 | الفرع الخامس: اختبار الفرضية الرابعة |

| | |
|----|--------------------------------------|
| 47 | الفرع السادس: اختبار الفرضية الخامسة |
| 49 | خلاصة |
| 50 | خاتمة |
| 53 | قائمة المصادر والمراجع |
| 56 | ملاحق |
| 61 | ملخص |

قائمة الجداول

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 1 | وصف متغيرات الدراسة | 21 |
| 2 | درجات مقياس ليكرت الخماسي | 25 |
| 3 | مستويات الموافقة لمقياس ليكرت الخماسي | 25 |
| 4 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الأول (احترام العاملين) بالدرجة الكلية للبعد | 26 |
| 5 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثاني (المشاركة في صنع القرارات) بالدرجة الكلية للبعد | 26 |
| 6 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثالث (التعلم التنظيمي) بالدرجة الكلية للبعد | 27 |
| 7 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الرابع (التعاون بين زملاء العمل) بالدرجة الكلية للبعد | 27 |
| 8 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الخامس (تمكين العاملين) بالدرجة الكلية للبعد | 27 |
| 9 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الأول (رضا الزبون) بالدرجة الكلية للبعد | 27 |
| 10 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثاني (الاحتفاظ بالزبون) بالدرجة الكلية للبعد | 28 |
| 11 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثالث (ولاء الزبون) بالدرجة الكلية للبعد | 28 |
| 12 | معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الرابع (تطوير العلاقة مع الزبون) بالدرجة الكلية للبعد | 28 |
| 13 | معامل الثبات ألفا كرومباچ لأداة الدراسة | 29 |
| 14 | توزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع | 30 |
| 15 | توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر | 31 |
| 16 | توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي | 32 |
| 17 | توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة | 33 |
| 18 | توزيع عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي | 34 |
| 19 | أفراد الدراسة لبعد احترام العاملين حسب المتوسطات الموافقة | 35 |
| 20 | استجابة أفراد الدراسة لبعد المشاركة في صنع القرارات حسب المتوسطات الموافقة | 35 |
| 21 | استجابة أفراد الدراسة لبعد التعلم التنظيمي حسب المتوسطات الموافقة | 36 |
| 22 | استجابة أفراد الدراسة لبعد التعاون بين زملاء العمل حسب المتوسطات الموافقة | 37 |

| | | |
|----|---|----|
| 37 | استجابة أفراد الدراسة لبعء تمكين العاملين حسب المتوسطات الموافقة | 23 |
| 38 | استجابة أفراد الدراسة لبعء رضا الزبون حسب المتوسطات الموافقة | 24 |
| 39 | استجابة أفراد الدراسة لبعء الاحتفاظ بالزبون حسب المتوسطات الموافقة | 25 |
| 39 | استجابة أفراد الدراسة لبعء ولاء الزبون حسب المتوسطات الموافقة | 26 |
| 40 | استجابة أفراد الدراسة لبعء تطوير العلاقة مع الزبون حسب المتوسطات الموافقة | 27 |
| 41 | نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية | 28 |
| 43 | نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية | 29 |
| 44 | نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الثالثة | 30 |
| 46 | نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة | 31 |
| 47 | نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة | 32 |

قائمة الأشكال

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 1 | الأصول المجمعّة والموردة للنقد | 7 |
| 2 | الهيكل التنظيمي للمديرية المركزية للبريد | 22 |
| 3 | نموذج الدراسة | 24 |
| 4 | رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع | 30 |
| 5 | رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر | 31 |
| 6 | رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي | 32 |
| 7 | رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة | 33 |
| 8 | رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي | 34 |

قائمة الملحق

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|--------------|--------------------|--------|
| الملحق رقم 1 | استبيان الدراسة | 56 |
| الملحق رقم 2 | مخرجات برنامج spss | 60 |

مقدمة

تمهيد:

تسعى منظمات الأعمال دوماً لتحقيق الكفاءة و الفعالية الإدارية و ذلك من اجل تحقيق أهداف و سمات تميزها عن غيرها،لذا فإن المنظمات تحاول أن توفر لعمالها ثقافة تنظيمية تساعد على القيام بأدوارهم على أكمل وجه، لذا فإن الثقافة التنظيمية تعد إحدى المحددات الرئيسية لنجاح المنظمات أو فشلها لكونها الوسط البيئي الذي تعيش فيه المنظمات، فالقيم و المعتقدات التي تستند عليها المنظمات في ترتيب أوضاعها الداخلية و علاقاتها مع بيئتها الخارجية التي تحكم الأداء و ترسم الطريق نحو تحقيق الأهداف . في حين ان رأس المال الزبائني يعد قيمة العلاقات التي تقومها المنظمة مع زبائنها من خلال زيادة رضا الزبون وولائه، ومدى الاحتفاظ به عن طريق الاهتمام بمقترحاته.

الإشكالية:

من خلال ما سبق فان الغرض من هذه الدراسة هو التعرف على مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني، و من خلال هذا تبلورت إشكالية موضوعنا على نحو التالي:

ما مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني للمؤسسة من وجهة نظر عينة من العاملين في مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-؟

الأسئلة الفرعية:

لإثراء موضوع الإشكالية يمكن طرح الأسئلة التالية :

- ما مدى مساهمة بعد احترام العاملين في تعزيز رأس المال الزبائني للمؤسسة من وجهة نظر عينة من العاملين في مؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار - ؟
- ما مدى مساهمة بعد المشاركة في صنع القرارات في تعزيز رأس المال الزبائني للمؤسسة من وجهة نظر عينة من العاملين في مؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار - ؟
- ما مدى مساهمة بعد التعلم التنظيمي في تعزيز رأس المال الزبائني للمؤسسة من وجهة نظر عينة من العاملين في مؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار - ؟
- ما مدى مساهمة بعد التعاون بين زملاء العمل في تعزيز رأس المال الزبائني للمؤسسة من وجهة نظر عينة من العاملين في مؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار - ؟
- ما مدى مساهمة بعد تمكين العاملين في تعزيز رأس المال الزبائني للمؤسسة من وجهة نظر عينة من العاملين في مؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار - ؟

الفرضيات:

لغرض الإجابة على التساؤلات المثارة في مشكلة الدراسة تم بناء مخطط بحث فرضي يوضح طبيعة العلاقات بين أبعاد هذين المتغيرين و التأثيرات بينهما. وتمت صياغة الفرضية الرئيسية الأولى كالآتي:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية تبرز مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
- وتتفرع من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية وهي كالآتي :
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد احترام العاملين و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد المشاركة في صنع القرارات و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد التعلم التنظيمي و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد التعاون بين زملاء في العمل و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد تمكين العاملين و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية البحث في نقاط التالية:

- زيادة الاهتمام بالزبون كأحد محاور العمليات التسويقية للمؤسسات الحديثة.
- أهمية المتغيرات المبحوثة التي تتمثل في الثقافة التنظيمية و رأس المال الزبائني بوصفهما من المتغيرات المعاصرة في الأدب الإداري، وبحثهما سيؤدي الى إفادة مؤسسة محل الدراسة.
- توضيح مدى تأثير الثقافة التنظيمية على رأس المال الزبائني في مؤسسة بريد الجزائر -وكالة ادرار.

أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة لتجسيد عدة أهداف لعل أبرزها :

- زيادة المعرفة النظرية والميدانية المتعلقة بالثقافة التنظيمية وكذا رأس المال الزبائني.
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين أبعاد الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني في مؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار.

- التعرف على دور الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني في مؤسسة بريد الجزائر -وكالة ادرار.

دوافع اختيار الموضوع:

هناك عدة دوافع لاختيارنا لهذا الموضوع، تنوعت بين الأسباب الذاتية والموضوعية وهي كالآتي :

- الأسباب الذاتية : تمثلت في:
- الرغبة في البحث في مثل هذه المواضيع الحديثة .
- طبيعة الموضوع باعتباره من بين المواضيع ذات العلاقة المتينة بتخصص إدارة الأعمال

- الأسباب الموضوعية: تمثلت في:
- أهمية الموضوع ومحاولة البحث في مثل هاته المواضيع التي تختص بدراسة الثقافة التنظيمية و دورها في تعزيز رأس المال الزبائني من اجل الخروج بمجموعة من النتائج.

حدود الدراسة:

تمثلت في :

- الحد الموضوعي: اقتصرت الدراسة على توضيح مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني.
- الحد المكاني: كانت في مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار. وذلك لتعاون إدارة هذه المؤسسة مع الباحثين.
- الحد الزمني: حددت مدة البحث بمدة البدا بالبحث ومدة توزيع استمارة الاستبيان على أفراد المبحوثين واستلامها منهم فضلا عن مدة المقابلة مع مدير المؤسسة، بهدف الحصول على بعض المعلومات. وتم ذلك خلال الفصل الثاني من العام الدراسي 2021/2020م.
- الحد البشري: تمثل في عينة من عمال في مؤسسة بريد الجزائر -وكالة ادرار.

المنهج المتبع:

اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي في كل من الجانب النظري والمنهج التحليلي في تحليل الاسباب باستعمال البرمجة الإحصائية Spss.

صعوبات البحث: كان أبرزها :

- قلة المراجع في المتغير التابع (رأس المال الزبائني).
- تغيير محل الدراسة الميدانية من مؤسسة موبيليس الى مؤسسة بريد الجزائر -وكالة ادرار.في آخر المطاف نظرا الى قلة حجم العينة وهذا ما أدى الى تباطؤ وتيرة انجاز الدراسة.
- هيكل الدراسة:** للإمام بالموضوع من جميع جوانبه تم تقسيم الدراسة الى فصلين:
الفصل الأول والذي جاء بعنوان قراءة مفاهيمية حول الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني، حيث تم تقسيمه الى مبحثين، الأول بعنوان الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، والثاني بعنوان الدراسات السابقة.
في حين جاء الفصل الثاني بعنوان دراسة تطبيقية بمؤسسة بريد الجزائر بادرار، وضم مبحثين الأول بعنوان الطريقة والأدوات والمنهج المتبع، أما المبحث الثاني فكان بعنوان عرض وتحليل النتائج.

الفصل الأول
قراءة مفاهيمية حول الثقافة
التنظيمية ورأس المال الزبائني

تمهيد :

يحظى موضوع ثقافة المنظمة في الفترة الأخيرة باهتمام كبير، على اعتبار ان الثقافة التنظيمية مجموعة القيم والمفاهيم الأساسية التي يتم إيجادها وتنميتها داخل مجموعات العمل في المنظمة، وتعليمها للعاملين لتحديد طريقة تفكيرهم وإدراكهم وشعورهم تجاه بيئة العمل الداخلية والخارجية، وتحديد سلوكهم وتأثرهم في أدائهم ونتاجاتهم.

و يعد رأس المال الزبوني العنصر الثالث من رأس المال الفكري، وقد اسماه البعض برأسمال العلاقات، وهو يشتمل على جميع العلاقات التي تربط المنظمة بأصحاب المصالح لديها، مثل الموردين و الجهات الحكومية و المستثمرين و الزبائن وقنوات التوزيع و التحالفات التي تقيمها المنظمة

المبحث الأول: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة

من خلال هذا المبحث سوف نتطرق الى مطلبين يختص كل مطلب بتقديم عرض نظري لمتغير من متغيرات الدراسة.

المطلب الأول: أدبيات نظرية حول الثقافة التنظيمية

الفرع الأول: تعريف الثقافة التنظيمية

* هي ذلك النموذج من الافتراضات الأساسية التي تعطي الجماعة القدرة على الابتكار والاكتشاف أو التطور من خلال تعلم كيفية التعامل مع مشكلات التكيف الخارجي والتكامل الداخلي، وتستطيع كذلك العمل بنجاح مبني على الثقة والتعامل مع الأعضاء الجدد بطريقة صحيحة عن طريق الإدراك، والتفكير، والشعور، بعلاقة مباشرة مع تلك المشكلات. (مساعدة، 2018/2016)

* عرف الكاتب Gibson وزملاؤه ثقافة المنظمة بأنها " تعني شيئاً مشابهاً لثقافة المجتمع، إذ تتكون ثقافة المنظمة من قيم واعتقادات ومدركات وافتراضات وقواعد ومعايير وأشياء من صنع الإنسان، وأنماط سلوكية مشتركة... ان ثقافة المنظمة هي شخصيتها ومناخها أو الإحساس وثقافة المنظمة تحدد السلوك والروابط المناسبة وتحفز الأفراد". (حريم، 2009)

نستنتج مما سبق ان الثقافة التنظيمية هي عبارة عن القيم السائدة والعادات والمعتقدات التي يمتلكها الأفراد داخل المنظمة، من اجل التكيف والتعامل مع المحيط الداخلي والخارجي، وتختلف من منظمة الى أخرى.

الفرع الثاني: أهمية الثقافة التنظيمية

تعتبر الثقافة التنظيمية ذات أهمية كبيرة، ذلك أنها قائمة في كل المنظمات، إذ لا يوجد منظمة بدون ثقافة تنظيمية، حيث ان المنظمات تشكل ثقافتها التنظيمية بناء على طبيعة عملها وإجراءاتها الداخلية وسياسات الإدارة العليا فيها، وتتحول هذه الإجراءات والسياسات مع الوقت مع مجموعة من الممارسات والخبرات للموظفين والتي تكون بشكل غير مباشر ثقافة تنظيمي (القادر، 2019/2018).

ويمكن تلخيص أهمية الثقافة التنظيمية كالتالي (مساعدة، 2018/2016):

- دليل للإدارة والعاملين يشكل لهم نماذج السلوك والعلاقات التي يجب إتباعها والاسترشاد بها.
- إطار فكري يوجه أعضاء المنظمة الواحدة، وينظم أعمالهم وعلاقاتهم وإنجازاتهم.
- تساعد الإدارة على تحقيق أهدافها وطموحاتها.
- تيسر مهمة الإدارة، وقادة الفرق، فلا يلجأون إلى الإجراءات الرسمية الصارمة لتأكيد السلوك المطلوب.
- تؤثر على قابلية المنظمة للتغيير وتزيد من قدرتها على مواكبة التطورات الجارية من حولها.

الفرع الثالث: أبعاد الثقافة التنظيمية

يمكن عرض أبعاد الثقافة التنظيمية كما يلي: (محمد ب.، 2019-2020)

• **قيم التعاون:** تؤكد على التوجهات الداخلية المرنة حيث يركز بشكل أساسي على تقاسم المعلومات، الثقة، التمكين، والعمل بروح الفريق. والمنظمة التي تشدد على التعاون فإنها ترغب في التوصل إلى مجتمع يسوده الود، ويثق كل فرد بالآخر كاسرة كبيرة.

• **قيم الاحترام:** يسعى الإنسان دائما من أجل الحصول على تقدير الآخرين واحترامهم، فهو بحاجة إلى شعور بأنه ذو قيمة واحترام في المجتمع الذي يعيش فيه، وأن أعضاء ذلك المجتمع أفراد ذو قيمة يجدر به أن يحترمهم، فالإنسان يرغب دائما في تبادل هذه المشاعر مع أفراد المجتمع، ويجدر بالذكر هنا أن العقائد الدينية والقيم الأخلاقية السائدة تلعب دورا كبيرا في تحقيق الاحتياجات الإنسانية خاصة في إشباع حاجة احترام الذات وتقدير النفس.

بالإضافة إلى الأبعاد المذكورة أعلاه يمكن إضافة الأبعاد التالية: (أحمد ح.، 2018)

• **المشاركة في صنع القرار:** إذا كانت ثقافة المشاركة في صنع القرارات قبل اتخاذها هي التي تسود المنظمة. وأن لكل موظف فيها دورا مهما كان مستواه الوظيفي. فإن هذه الثقافة تشجع روح التعاون والمبادرة والدافعية لدى العاملين. وهو يعبر عن اهتمام المنظمات بأن يشاركهم عاملوها في عملية تحليل وصنع القرارات التي تتخذ داخل المنظمة.

• **التعلم التنظيمي:** مستوى تعليم العاملين جزء مهم من الثقافة التنظيمية ويمكن أن يكون عائقا في سبيل تطويرها وتصبح الثقافة التنظيمية في هذا المجال ثقافة مشجعة عندما تدرك بموجبها المنظمة أهمية مساندة ومؤازرة مواصلة التعليم لعمالها وتوظيف الإدارة للمهارات وللقدرات الخاصة بعاملها إلى حدها الأقصى وتتيح لجميع العاملين تحديد احتياجاتهم التعليمية والتدريبية وتلبية هذه الاحتياجات. وهو ما يعبر عن دعم المنظمات لعملية التعلم المستمر والتطوير لعاملها بما يخدم تحقيق أهدافها التنظيمية.

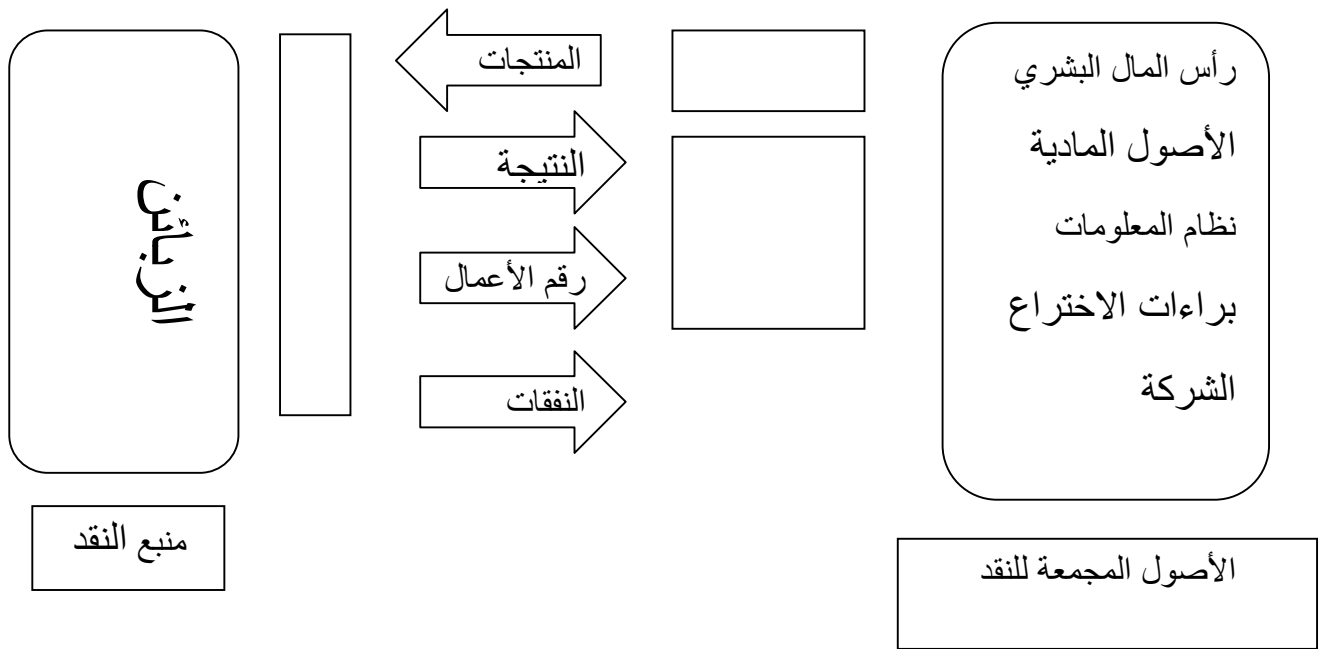
• **تمكين العاملين:** تكون تلك الثقافة ايجابية عندما يكون هناك تحديد واضح مفهوم لكل دور يتعلق بمهام المنظمة والعاملين بها بحيث تكون هذه المهام تحتاج الجميع، بحيث تخلق هذه الثقافة الطموح لدى الأفراد وتحفزهم على المشاركة الايجابية في تحقيقها، واستخدام آليات تفويض وتمكين العاملين حيث أن كل فرد يعرف ما عليه وما دوره وبالتالي تكون ثقافة المنظمة مصدر قوة ودافعة لها من خلال العاملين فيها. وهو يعبر عن ثقة المنظمة في قدرات عاملها في أداء الأعمال بروئيتهم وقدراتهم الخاصة، وتكليفهم بأعمال تبرز هذه الثقة.

المطلب الثاني: مفاهيم حول رأس المال الزبائني

الفرع الأول: تعريف رأس المال الزبائني:

ينطلق تحديد مفهوم رأس المال الزبائني من توضيح كيفية خلق القيمة في المنشآت الاقتصادية، حيث أن رأس المال الزبائني يمثل مورد التدفق النقدي، كما أن خلق القيمة في المؤسسة يتم من خلال الزبائن الذين يتم استقطابهم من خلال الأصول المجمعّة للنقد، أو ما يسمى أصول الاستقطاب، وتتم العملية بتبادل المنتجات و الخدمات مقابل النقد والشكل رقم (1) يوضح ذلك.

الشكل (1) : يوضح الأصول المجمعّة والموردة للنقد:



المصدر:

et B Marois, valoriser le capital immatériel de Editions d Organisation, France, 2006, p74

A Fust l'entreprise

يوضح الشكل (1) أن تفاعل الأصول المجمعّة للنقد فيما بينها يمكن المؤسسة من استقطاب زبائن مستقبليين، كما إن الإنفاق على اقتناء الأصول خاصة الغير المادية كالبحت والتطوير بإمكانه أن يساهم في زيادة رقم الأعمال وخلق القيمة، يضيف bernardmarrois بان امتلاك المؤسسة لرضا زبائني وولاء زبون لمنتجاتها إضافة إلى عدد كبير من الزبائن يمتلكون قدرة انتمانية جيدة يجعل المؤسسة تمتلك عامل من عوامل النجاح (الدين، 2017)

كما ان رأس المال الزبائني يعبر على العلاقة الناتجة عن علاقة الشركة مع الزبائن الذين تتعامل معهم مثل رضا الزبون وولائه ومدى الاحتفاظ بالزبون، من خلال الاهتمام بمقترحاته ومعالجة الشكاوي المقدمة من قبله وتلبية احتياجاته ورغباته بالسرعة الممكنة، ومشاركته في أعمالها وصفقاتها ومد جسور التعاون معه (محمد ر، 2015)

كما يعبر رأس المال الزبائني عن القيمة التي يفرزها مستوى رضا الزبائن وولائهم والموردين والجهات الخارجية الأخرى، وما استطاعت المنظمة من بنائه من علاقات متميزة مع هذه الأطراف، إن هذه العلاقات ذات أهمية كبيرة وقيمة حيوية استنادا لما يلي (زكية، 2012)

1/ إن الزبائن هم يدفع فاتورة الشركة لان المهمة الأول لأي شركة هي إنشاء أو إيجاد أو بناء زبائنها بالسوق وإيجاد أسس العلاقة المتميزة معهم.

2/ أن الولاء الذي تكسبه الشركة بالعلاقات الجيدة مع زبائنها سواء كان ولاء ماديا يحقق لها زيادة في العائد، إذ تشير الدراسات إلى أن معاودة الزبون على شراء منتجات الشركة بنسبة (5%) يزيد من أرباح الشركة بنسبة لا تقل عن (25%)، أو الكترونيا إذ تشير التقديرات إلى انه في تجارة التجزئة الإلكترونية فإن الزبون المعاود ذو الولاء ينفق أكثر من الضعف خلال الأشهر (24-30) من علاقته بالشركة مقارنة بالأشهر الستة الأولى من هذه العلاقة.

الفرع الثاني: خصائص رأس المال الزبوني

يتميز رأس المال الزبوني بعدة خصائص يمكن تلخيصها في ما يلي: (احمد م.، 2017)

* خلق التفوق الإبداع والتطوير مثل إيجاد منتجات جديدة واختراق اسواق جديدة لكسب الزبائن

*زيادة قيمة الزبون عن طريق عمليات إدارة الزبائن و تعميق العلاقة مع الزبائن الحاليين؛

*تخفيض أوقات التسليم أو سرعة الاستجابة

الفرع الثالث: أبعاد رأس المال الزبوني :

يمكن ذكرها كما يلي : (اغا، 2012)

1- رضا الزبون:

إن رضا الزبون هو شعور ايجابي أو سلبي أو محايد حول القيمة التي تحقيقها من منتجات الشركة. وبين إن بعض يرى بان رضا الزبون هو مستوى السعادة التي يمكن أن يشعر بها الزبون عند قيام الشركة بتلبية توقعاته. وأشار آخر إلى أن رضا الزبون هو شعور بالبهجة أو خيبة الأمل نتيجة مقارنة الخدمة التي تقدمها الشركة مع توقعات الزبون المستفيد منها. وأوضح البعض بان تحقيق رضا الزبون يعد من مفاتيح نجاح أي الشركة آذ كلما زاد رضا الزبون عن الشركة ومنتجاتها كلما تحسنت قدرتها في تحسين الحصة السوقية. وتستخدم في قياس رضا الزبون عدة أساليب وذكر آخر أن توافق الأداء مع التوقعات فسيرضى الزبون وان حالة عدم الرضا ستظهر عندما يكون الأداء دون المتوقع.

ويبين بان رضا الزبون يعد واحدا من المعايير الهامة التي يمكن استخدامها في المقارنة المرجعية مع إدارة الشركات الأخرى المنافسة وأكد على ضرورة إن تهتم الشركة بالزبون وتحدد جميع الأمور التي من شأنها أن تقلل من نسبة رضا لديه.

وأوضح كلوثر بان رضا الزبون يمثل المفتاح المنافسة بين الشركات فضلا عن انه يعد من مقومات النجاح الرئيسية في عالم المنافسة اليوم ،واغلب المدراء اليوم يهتمون اهتماما كبير برضا الزبون وذلك لغرض

زيادة الربحية و الحصة السوقية وأكد على إن مستوى رضا الزبون الشركة يستند من مدى قبولهم لمنتجاتها و أشار بعض إلى أن رضا الزبون يشير إلى مقارنة النتائج الملحوظة بالمتوقعة إذ يكون لديه حالة من الشعور بالسعادة أو الخيبة انسجاما مع ما تقدم يرى الباحثين بان رضا الزبون يمثل احد أبعاد رأس المال الزبائني والذي يشير إلى ملاحظة الزبون لأداء المنتج (سلعة أو خدمة) وربطه بتوقعاته فإذا حصل التوافق بين الأداء المنتج وتوقعات يشعر الزبون بالرضا و العكس صحيح ومن ثم رضا الزبون هو شعور أو أحساس بالبهجة أو خيبة الأمل نتيجة لمقارنة الأداء المدرك مع توقعات الزبون

2-ولاء الزبون:

الولاء الزبون هو الالتزام بإعادة الشراء أو قيامه بالشراء بصورة مستمرة بغض النظر عن تأثير جهود المنافسة في إمكانية تغيير سلوكه وبين بان ولاء الزبون يشير إلى توجه الزبون باستمرار نحو منتجات شركة معينة . وأشار البعض إلى ولاء الزبائن على قاعدتين أساسيتين تتمثلان بمستوى الجودة الفنية التي تقدمها الشركة لمنتجاتها وخدماتها من جهة وقدرة الزبائن على المشاركة في ذلك من جهة ثانية وبالتالي فإنه ينبغي على الشركة جعل ولاء الزبائن محور عملها الاستراتيجي لغرض حث الزبون على تكرار عملية الشراء من العلامة التجارية ذاتها على رغم من التأثيرات و الظروف البيئية المحيطة بالقرار المتخذ ويعد (فردير كريتشلد) أول من أشار إلى ما يمكن تسميته باقتصاديات الولاء وإمكانات التعبير عن الولاء بطريقة كمية من خلال ما يسمى بتأثير الولاء الزبون بنسبة 5% يمكن إن يؤدي إلى زيادة الأرباح بنسبة تتراوح ما بين 25% -95% وذكر البعض بان الولاء الزبون يقصد به تعامل الزبون مع الشركة ما على مدى طويل وبشراء واستخدام منتج الشركة وبشكل متكرر وتشجيع الآخرين على اقتنائه .وبين الآخر بان ولاء الزبون هو مجموعة من اتجاهات والميول التي تتكون لدى الزبون وبين صنف الولاء ضمن نموذجة إلى أربعة مستويات هي :

1/التمييزي: وهو عبارة عن علاقة تجارية واحدة تكون مفضلة لدى الزبون بالاعتماد على خصائص ومميزات العلامة التجارية الفاتئة

2/الانفعالي: هو عبارة عن الارتباط إزاء العلامة التجارية ويكون تطوره عبر سلسلة من مواقف شراء متعددة وتكون مرضية

3/الميول: وهي مرحلة الانفعالية مع التعبير عن نية إعادة الشراء

4/ الفعلي: وهي المرحلة الميولية زائدا الرغبة الفعلية للتغلب على المؤثرات الموقفية و أوضح الآخرون بان صاحب الولاء يتميز بالاتي :

ا/يلتزم أكثر بتكرار الشراء من الشركة المعتاد عليها إذا ما قارناه بالزبون الجديد

ب/اقل حساسية اتجاه ارتفاع أسعار المنتج فهو مستعد للدفع أكثر للحصول عليه

ت/يتحدث عن الشركة بشكل ايجابي منا يؤدي إلى تخفيض تكاليف الجهود التسويقية والوسائل الإقناعية لجلب زبائن جدد. اتساقا مع ما تقدم نرى بان ولاء الزبون هو احد أبعاد رأس المال الزبائني للتي يلتزم

بموجبها الزبون الموالي عن غيره بتكرار الشراء من الشركة المعتاد على التعامل معها إذا ما تم مقارنته بالزبون الجديد لذا يطلق عليه بالزبون صاحب الوفاء والذي يتحدث عن الشركة بشكل ايجابي مما يسهم في تخفيض تكاليف الإعلان لجلب زبائن جدد إذ تتوطد علاقة الزبون ذو الولاء مع الشركة أكثر فأكثر إلى إن يصبح زبون مشارك في الشركة من خلال اقتراحاته و انتقاداته

3- الاحتفاظ بالزبون :

وجود تحول جذري في الشركات الصناعية إذ أنها شهدت تغييرات واضحة في سياستها المرتبطة بالزبون وتمثلت هذه التحولات بالانتقال من سياسة كسب او أيجاد زبون الجديد إلى سياسة احتفاظ بالزبون الحالي وذلك من خلال العمل على بناء علاقات دائمة معه . ويعرف أيضا الاحتفاظ بالزبون على انه نية الزبون بالاستمرار في استخدام عروض الشركة طالما أنها قادرة على تحقيق ذلك وبالتالي فان قدرة الشركة على الاحتفاظ بزبونها يعد من الاستراتيجيات الدفاعية من اجل البقاء في السوق التنافسية الحالية . وأضاف أخر بان سياسة الاحتفاظ بالزبون ينبغي إن تتضمن مجموعة من العناصر الرئيسة والمرتبطة بالزبون من حيث عدد مرات الشراء و تفضيلات الزبون فضلا عن معرفة الخصائص التي يبحث عنها الزبون في المنتجات التي يتطلبها في حين ترى بان تقديم أسعار خاصة لزبائن معينين وخاصين تساعد الشركة على الاحتفاظ بالزبائن وتحقيق ما يسمى بالابتكار التسويقي وهذا بدوره يساعد على إيجاد الزبائن جدد وما يترتب على ذلك من نتائج إيجابية للشركة ويرى البعض إن استعمال الشركة لتقانة المعلومات يعد من الطرق التي يمكن إن تتميز من خلالها الشركات وذلك من خلال امتلاكها القدرة على الإقبال السوقية على حساب منافسيها .تأسيسا على ما تقدم نرى بان الاحتفاظ بالزبون هو احد إبعاد رأس المال الزبائني الذي يركز على أساس كون الشركة الناجحة هي التي تمتلك القدرة على الاحتفاظ بالزبون والساعية لتوفير متطلباته بسرعة وبجودة و بأقل كلفة ممكنة وفي وزمان والمكان المناسبين من خلال اعتماد استراتيجيه راسخة لاحتفاظ بالزبون والوصول بيه إلى مصاف الزبون الموالي أو ما يعرف بزبون مدى الحياة والتي يعد من أهم الأهداف التي تسعى إليها التسويق بالعلاقة.

4- تطوير العلاقة مع الزبون :

إن إقامة علاقات طويلة المدى مع الزبون ليست مجرد عملية توريد سلعة أو خدمة وتبادلها بمبلغ من المال فهي ليست مجرد عملية تجارية فحسب إذ أنها علاقة تفاعلية تبعد إلى أكثر من ذلك وتستند على ركنين أساسيين:

1- سير المعلومات بالاتجاهين زبون وشركة

2- معالجة هذه المعلومات من الطرفين

وعليه عندما تضع الشركة مستقبل صوتي يجيب على تساؤلات الزبائن ويقدم الأجوبة أوتوماتيكيا فانه لا يدل على وجود علاقة بالمعنى السليم وإنما هو تدفق المعلومات باتجاه واحد فقط من الزبون إلى المنظمة، كما إن جمع المعلومات عن الزبائن من اجل الإحاطة بعباداتهم الاستهلاكية هو مجرد بداية لأنه

يزال عبارة عن تدفق المعلومات باتجاه واحد وبالتالي فان تدفق المعلومات باتجاهين في نفس الوقت يدل على وجود علاقة حقيقة بين الشركة وزبائنها ويرى البعض بان إدارة علاقات الزبون بنيت بشكل أساسي حول تحسين رضا الزبون وزيادة ربحية الشركة وبناء الولاء لديه وعلى يمكن القول بان إدارة علاقات الزبون هي إن تعرف ما تحتاجه كي تخدم زبونك بشكل أفضل وبالتالي فانه يمكن القول إن إدارة علاقات الزبون هي عبارة عن تلك إستراتيجية التي تبدأ من الزبون وتنتهي عنده ويرى آخر بان اهتمام الشركات بتوسيع علاقتها مع الزبائن يعزى غالى سببين رئيسيين هما:

1- طبيعة المنافسة المتزايدة في الأسواق

2- الحاجة الملحة لمعرفة المعلومات الأساسية عن زبائن الشركة ومتطلباتهم

وبالتالي فانه بإمكان الشركات تحقيق الاستمرارية في علاقتها مع زبائنها من خلال الأتي:

1/ تسهيل الخدمات التي تسبق عملية طب المنتجات

2/ تقديم مزايا للزبائن الراغبين في إقامة أي شكل من أشكال العلاقة مع الشركة

3/ تنمية القدرة على إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات من خلال تحقيق التعاون بين الطرفين. اتساق مع ما تقدم نرى بان تطوير العلاقات مع الزبون احد أبعاد رأس المال الزبوني المستندة على أساس كونها احد عمليات توسيع العلاقات مع الزبون المودية الى زيادة قيامه بأعمال الشراء من منتجات الشركة ومن ثم زيادة مبيعاتها فعندما تلبي الشركات متطلبات زبائنها قبل وبعد عملية الشراء فإنها ستمتلك علاقة متواصلة ومتطورة مع الزبون

المطلب الثالث: العلاقة بين الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبوني

تتمثل علاقة الثقافة التنظيمية مع رضا الزبون فيما يلي:(واخرون، 2012)

ان رأس المال الزبائني هو العلاقة الناتجة عن علاقة المؤسسة مع الزبائن الذين تتعامل معهم، مثل رضا الزبون وولائه ومدى القدرة على الاحتفاظ بالزبون، من خلال الاهتمام بمقترحاته ومعالجة الشكاوي المقدمة من قبله، وتلبية احتياجاته ورغباته بالسرعة الممكنة ومشاركته في أعمالها وصفقاتها ومد جسور التعاون معه، وان قيمة المؤسسة تتحدد وفقا لعلاقتها بزبائنها سواء الداخليين (العاملين) أم الخارجييين (المستخدمين للسلعة أو المستفيدين منها)، إذ ان رضا الزبائن وولائهم يعد مؤشرا ايجابيا على قدرة المؤسسة على مد جسور التعاون معهم وإشباع حاجاتهم ورغباتهم، لكن درجة الاهتمام بالزبون تختلف من مؤسسة الى أخرى باختلاف ثقافتها التنظيمية، باعتبار ان هذه الأخيرة تشير إلى القيم والمعتقدات والأفكار السائدة في مؤسسة معينة، وتصل هذه القيم إلى الأفراد من خلال العلاقات الاجتماعية و التفاعل المستمر سواء فيما بينهم داخل المؤسسة أو مع المحيط الخارجي، فعندما تتبنى المنظمة قيما معينة مثل الانصياع للأنظمة و القوانين و الاهتمام بالعملاء وتحسين الفاعلية و الكفاءة، فالمنظمة تتوقع من أعضائها تبني هذه القيم لتنعكس على سلوكياتهم ومن ثم على الأطراف التي تتفاعل معها.

ويمكن للمؤسسة تحليل هذه المعطيات بناء على طبيعة نشاط المؤسسة والمحيط الذي تنشط فيه بالإضافة الى فئة الزبائن المستهدفة في حد ذاتها، كما وان المؤسسة التي تحتفظ بزبائنها تحقق مزايا تنافسية تتمثل بتعزيز القدرات الفكرية المؤدية الى بناء القيمة المضافة، وذلك من خلال :

1/ الاحتفاظ بعلاقات متينة وراسخة مع الزبائن الرئيسيين، مع كسب زبائن جدد.

2/ فهم البيئة السياسية والتعرف على احتياجات ورغبات الزبائن.

ويضم رأس المال الزبائني مجموعة المعلومات عن الزبائن وعلاقتهم مع المؤسسة، والمتمثلة في أصحاب القرار والعناوين والهياكل التنظيمية والشبكات. ويبين بان المحور الرئيسي لموضوع رأس المال الزبائني يدور حول معرفة المؤسسة بالقنوات التوزيعية فضلا عن علاقتها بالزبائن. ويذكر ان رأس المال الزبائني يعبر عن قيمة العلاقة ما بين المؤسسة والأطراف الخارجية وخاصة هؤلاء الذين تعمل المؤسسة من اجلهم وهم الزبائن، ويشار الى ان رأس المال الزبائني هو الثروة المتضمنة في علاقات الشركة مع زبائنها، انها حقوق ملكية العالمة التجارية وثقة الزبائن بالشركة وولائهما. اتساقا مع ما تقدم يمكن القول بان رأس المال الزبائن يعبر عن علاقة المؤسسة مع زبائنها ويتمثل في القيمة المتحققة لها من رضا الزبائن وولائهم، وكذلك رضا العاملين وولائهم فضلا عن رضا وولاء الأطراف الخارجية الأخرى المتعاملة مع المؤسسة بما يحقق لها ميزة تنافسية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول الموضوع

المطلب الأول: عرض دراسات المتعلقة بالثقافة التنظيمية عربية وأجنبية

الفرع الأول: دراسات عربية

الدراسة الأولى: عيساوي وهيبة وهي عبارة عن مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية بجامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان لسنة 2012/2011 التي حاولت من خلالها دراسة " اثر الثقافة التنظيمية على الرضا الوظيفي" دراسة حالة فئة الأفراد الشبه طبيين بالمؤسسة الاستشفائية العمومية ترابي بوجمعة بشار توصلت الى أنها توجد علاقة بين الثقافة التنظيمية والرضا الوظيفي للأفراد. توصلنا من خلال الدراسة الميدانية الى صحة هذه الفرضية حيث وجدنا ان قيمة معامل الارتباط تقدر ب 0.692 وهي تقترب من الواحد مما يدل على وجود علاقة قوية نوعا ما بين الثقافة التنظيمية السائدة والرضا الوظيفي.

الجانب المعنوي للثقافة التنظيمية لديه أقوى ارتباط بالرضا الوظيفي:

بلغ معامل ارتباط الجانب المعنوي للثقافة التنظيمية بالرضا الوظيفي 0.563

بلغ معامل ارتباط الجانب السلوكي للثقافة التنظيمية بالرضا الوظيفي 0.497

بلغ معامل ارتباط الجانب المادي للثقافة التنظيمية بالرضا الوظيفي 0.642

الدراسة الثانية: كانت لحسام قرني احمد وهي عبارة عن العربية للإدارة المجلد 38، ع 2 يونيو 2018 عنونت ب " دور الثقافة التنظيمية في تعزيز مظاهر الالتزام التنظيمي" حيث توصل الى النتائج التالية ان هناك موافقة بنسبة كبيرة على توافر ثقافة تنظيمية جيدة بالبيئة حيث ظهر من النتائج ان ثقافة البيئة تقوم

على احترام العاملين وتمكينهم. وكذا وجود علاقة ايجابية قوية بين عناصر الثقافة التنظيمية مجتمعة وبين الالتزام التنظيمي للعاملين في البيئة. مما يؤكد على صحة الفرضيات التي تبنتها الدراسة، والعلاقة بينهما علاقة طردية مما يدل على انه كلما توافرت الثقافة التنظيمية الملائمة والمناسبة داخل البيئة.

الدراسة الثالثة: كانت لتامر محمد موسى أبو المكارم وهي عبارة عن مجلة الدراسات التجارية المعاصرة العدد 8 ديسمبر 2019 عنونت بـ " اثر الثقافة التنظيمية على الأداء "أوضحت هذه الدراسة ان متغيرات الثقافة التنظيمية جميعها ذات تأثير معنوي ايجابي على عملية تطوير الأداء حيث كانت تختلف في ترتيب تركيزها حيث جاء متغير القيم التنظيمية السائدة في المركز الأول يليه جماعية العمل يليه عدالة العائد تم الابتكار والإبداع وفي النهاية القدرة التأثيرية للفائد كذلك يشير معامل الارتباط الى وجود علاقة ارتباط طردية بين متغيرات المستقلة المتمثلة في متغيرات الثقافة التنظيمية والمتغير التابع وهذا يشير الى ان أي زيادة للمتغيرات المستقلة سوف يتبعه بالضرورة زيادة في فرص تطوير الأداء للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

الدراسة الرابعة: كانت لبدرية بنت متعب العتيبي حاولت فيها دراسة " اثر الثقافة التنظيمية على التفكير الاستراتيجي " وهي عبارة عن مجلة عربية للإدارة مج 40، ع 4 ديسمبر (كانون الأول) 2020 توصلت فيها الى ان هناك اثر ايجابي للثقافة التنظيمية على التفكير الاستراتيجي لدى القيادات النسائية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة وذلك نظرا لأهمية الدور الحيوي التي تقوم به عناصر الثقافة التنظيمية والذي يمكن القيادات من خلالها الى تكوين ثقافة داعمة للتفكير الاستراتيجي ومصدرا للإلهاموالإبداع والانطلاق نحو المستقبل وأثبتت الدراسات بان المنظمات التي تتمتع بثقافة قوية متماسكة هي المؤسسات الأكثر إبداعا. وكذلك القيم التنظيمية السائدة في الجامعة هي قيم تعني بالعنصر البشري مم دفعت القيادات الى المحافظة على ممتلكات الجامعة واستغلال الوقت لانجاز جميع المهام الموكلة اليهم وهذا بالتأكيد له الأثر الكبير في تقديم مستوى الجامعة.

الدراسة الخامسة: كانت لعماد سعادي بعنوان مساهمة الثقافة التنظيمية في تبني إدارة الجودة الشاملة وهي مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص تسيير المنظمات توصل الى ان الثقافة التنظيمية تساهم في التركيز على الزبون (H2) وذلك من خلال ترسيخ قيم النزاهة المسؤولية الاجتماعية وسلوك المواطنة التنظيمية التمكين التنظيمي والالتزام التنظيمي بالإضافة الى تطبيق تسيير العلاقة مع الزبون وتوفير تكنولوجيا الإعلام والاتصال المناسبة وكذا تمكن الثقافة التنظيمية من الحفاظ على التحسين المستمر (H4) وذلك من خلال الاستعداد الذهني للتغيير، اعتبار المشاكل فرصا للتحسين، نشر اللاخوف، الاعتراف والتقدير وتقديم المكافآت وتشجيع التفكير الإبداعي.

الفرع الثاني: دراسات أجنبية

الدراسة الأولى: كانت ل ميمونة إسماعيل وسحر أحادي وعمر سندي توريمان بعنوان Influence of Organizational Culture on psychological empowerment of academicians in Research Universities هي عبارة عن مؤتمر 12 الدولي للبحوث تنمية الموارد البشرية TH والممارسة في جميع أنحاء أوروبا نمو المحافظة من خلال تنمية الموارد البشرية 25-27-2011 كشفت نتائج الدراسة

عن ثقافة تنظيمية مرتبطة بالتمكين النفسي وأبعاده كانت الثقافة السائدة في الجامعات البحثية هي ثقافة التسلسل الهرمي، بينما كان أقوى مؤشر على التمكين النفسي هو ثقافة العشرة وقد طرحت انعكاسات على تنمية الموارد البشرية في التعليم العالي وخاصة الجامعات البحثية.

الدراسة الثانية: حزانة عبد الله والينا شمس الدين وآخرون وهي عبارة عن مؤتمر دولي حول الابتكار والإدارة وبحوث التكنولوجيا ماليزيا، 22-23 سبتمبر 2013 *the Relationship between Organizational culture and Product innovativeness* أنها بناء شامل إلا ان هذا اتخذت الدراسة طريقا مختلفا من خلال دراسة تأثير كل بعد على ابتكار المنتج المنطق وراء هذا بسيط نظرا لان معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة محدودة من حيث مواردها مع العلم بأي منها أبعاد الثقافة التنظيمية التي من شأنها ان تحفز المزيد من ابتكار المنتج من شأنها ان تمنحهم ميزة تنافسية. تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية دمج الابتكار في المهمة والرؤية التنظيمية والحصول على الالتزام والمشاركة من الموظفين في المنتج.

الدراسة الثالثة: كانت لكاي سوك تشونغ، مينايكيم وهي عبارة عن مجلة الأطفال والمدارس المجلد 40 العدد 3 يوليو 2018 عنونت ب *The impact of psychological empowerment and Organizational culture on the early childhood teacher-parent partnerships in South Korea* هدفت هذه الدراسة الى دراسة تأثير التمكين النفسي والثقافة التنظيمية على التعاون بين المعلمين وأولياء أمور الأطفال الصغار وجدت الدراسة انه كلما تقدم المعلمون في السن كلما طالت حياتهم المهنية وكلما كان الأطفال الذين يعتنون بهم اصغر سنا كانت الشراكات الأفضل مع أولياء الأمور التي يتصورها المعلمون عندما ابلغ المعلمون عن مستويات عالية من التمكين النفسي أو كانوا كثر عرضة لرؤية ثقافتهم التنظيمية كمجموعة وثقافة تنمية وهرمية كانوا يميلون الى إدراك شركاتهم مع أولياء الأمور بشكل ايجابي.

الدراسة الرابعة: كانت ل كيم مينهونج، جيمس EUISOO، جيونج YUNDUK تشانغ بعنوان *Exploring Relation shipamong organizatiunai culture. Empowerment. And organizational citizenship behavior in the south Korean professional sport industry* ينتمي هذا المقال الى قسم الجوانب الاقتصادية والتجارية للاستدامة 2019، 11 (19) 5412 كان الغرض من هذه الدراسة هو فحص العلاقات الهيكلية بين الثقافة للمنظمات (OCB) التنظيمية والتمكين وسلوك المواطنة التنظيمية الرياضية المحترفة في كوريا الجنوبية. على وجه الخصوص أكدت هذه الدراسة على تأثير الوسيط للتمكين على العلاقة بين الثقافة كان المشاركون في البحث 606 موظفين ينتمون OCB التنظيمية والى 42 فريق رياضي محترف. كشفت النتائج ان جميع العوامل الفرعية للثقافة التنظيمية (أي ثقافة العشرة، ثقافة التشبع، ثقافة السوق) باستثناء ثقافة التسلسل الهرمي، كان لها تأثير ايجابي على التمكين المتصور، وكذلك ركزت هذه الدراسة على دراسة الثقافة التنظيمية على مستوى إداري محدد.

الدراسة الخامسة: كانت ل زبير عبد الرشيد مركز الدراسات العليا الجامعة المفتوحة في ماليزيا وهي عبارة عن مجلة القيادة والتطوير التنظيمي عنونت ب *the influence of Organizational culture on*

attitudes toward Organizational change توصلت الى النتائج التالية ان الثقافة التنظيمية مرتبطة بالاتجاهات نحو التغيير التنظيمي أنواع مختلفة من الثقافة التنظيمية مختلفة مستويا القبول على المواقف تجاه التغيير التنظيمي بشكل عام فان العينة الموجودة واحد الآثار الرئيسية لهذه النتيجة هو ان الثقافة التنظيمية لها تأثير في عمليات التغيير التنظيمي

المطلب الثاني: عرض دراسات متعلقة برأس المال الزبائني عربية وأجنبية

الفرع الأول: دراسات عربية

الدراسة الأولى: كانت ل أكرم محمد الطويل وندى عبد الباسط وهي عبارة عن مجلة الادارة والاقتصاد سنة 35 العدد 93 / 2012 بعنوان دور أبعاد رأس المال الزبائني في تعزيز استراتيجيات الريادة لمنظمات الأعمال توصلت الى النتائج التالية أهمها وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد رأس المال الزبائني مجتمعة واستراتيجيات الريادة مجتمعة وكذا وجود علاقة ارتباط منعزلة بين كل بعد من أبعاد رأس المال الزبائني وكل إستراتيجية من استراتيجيات الريادة وكذا وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين أبعاد رأس المال الزبائني مجتمعة واستراتيجيات الريادة مجتمعة.

الدراسة الثانية: كانت لفرحاتي لويزة وهي عبارة عن رسالة دكتوراه لسنة 2016/2015 كانت بعنوان دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة حيث توصلت الى النتائج أهمها وجود علاقة ارتباطيه مقبولة وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 0.05 بين راس المال الزبوني والميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة .

الدراسة الثالثة: مزهود عبد الحميد واحمد قايد نور الدين، عبارة عن مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ،ديسمبر 2017 بعنوان قياس مردودية رأس المال الزبوني كحل لإشكالية تمويل مرحلة التطوير بالنسبة لمشاريع الصغيرة، حالة bmarois و afustec النتائج المتوصل إليها هي أن عملية قياس مردودية رأس المال الزبوني تساهم في حل للمعوقات التقنية لتحديد قيمة المشاريع الصغيرة في مرحلة التطوير من خلال إلغاء إشكالية تقدير التدفقات النقدية فوق هذه الطريقة يكفي استخدام التدفق النقدي للسنة السابقة إضافة إلى حل إشكالية حساب معامل التحيين فهي تستند إلى معامل الولاء الزبوني وكذا معامل تحسين الولاء الزبوني وتحديد مجال تقييم أكثر منطقي يمكن من تحديد قيمة أكثر حقيقة للمشاريع الصغيرة ما يجعل سعر نسبة المساهمة فئة رأس المال المقترح من قبل المبادر للمورد التمويلي تكون أكثر حقيقة كما تمكن المبادر من إيجاد الرفع المالي الأمثل لتمويل مرحلة التطوير ومن ثم مواجهة خطر تمييع المساهمة

الدراسة الرابعة: يوسف أحمد ومزريق عاشور وهي عبارة عن مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير و العلوم التجارية جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف سنة 2017 كانت بعنوان رأس المال الزبوني كآلية لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية توصلت الى النتائج التالية الاهتمام الدائم بالزبون يساعد على تنمية الكفاءات البشرية بالمؤسسة الناتجة عن التدريب والتكوين التي يتلقاها الموظف في كيفية التعامل مع الزبائن و تقديم

السلع والخدمات بالشكل المطلوب وذات جودة مما يحقق ميزة تنافسية لها وأشارت نتائج الدراسة ان المال الزبوني يساعد المؤسسة في التعرف على أهم العوامل التي تحقق الميزة التنافسية بناء على العلاقات مع الزبائن التي تمكن من التعرف على أذواق ورغبات الزبائن ومدى رضاهم على السلعة والخدمة المقدمة وكذا وجود اثر ذو دلالة إحصائية للعلاقات مع الزبائن في تدعيم الميزة التنافسية لان العلاقات مع الزبائن تنعكس إيجابيا على ميزة التنافسية وبالتالي تزيد من إمكانية تدعيمها بالشركة وكذا وجود اثر دلالة إحصائية لاحتفاظ بالزبائن في تدعيم الميزة التنافسية وذلك باعتبار ان الشركة موبيليس تعلم يقينا أن الاحتفاظ بالزبون مصدر من مصادر الميزة التنافسية والذي لها تأثير على كل أبعاد الميزة التنافسية ووجود اثر ذو دلالة إحصائية لرضا زبون في تدعيم الميزة التنافسية لأن رضا الزبون يعكس مدى جودة الخدمات والمنتجات المقدمة من قبل شركة موبيليس وبالتالي يمكننا القول أن كل ما تقدمه الشركة من خدمات وسلع يرقى إلى طموحات زبائنها

الدراسة الخامسة: بن زيان أيمن ،بوسعيد زكية،وهو عبارة عن مجلة الاقتصاد الصناعي 2 جوان 2017 جامعة باتنة 1 الحاج لخضر بعنوان دور إستراتيجية التمكين في تعزيز رأس المال الزبوني توصلت الى أشارت إجابات أفراد عينة إلى أن مستوى الاهتمام بتعزيز رأس المال الزبوني كان مرتفعا إجمالا لدى الموظفين في الشركة محل الدراسة وكذا وجود علاقة ارتباط إيجابية بين المتغير المستقل إستراتيجية التمكين بالمتغير التابع رأس المال الزبوني و هذا يؤشر على ان الأفراد عينة الدراسة مدركين لمستوى تفعيل إستراتيجية التمكين في الشركة محل الدراسة من اجل دعم وتعزيز رأس مالها الزبون
الفرع الثاني: دراسات أجنبية

الدراسة الأولى: Bontis .Nick وهي عبارة عن مجلة رأس المال الفكري المجلد 1 إصدار سنة 2000 كانت بعنوان *capital and business performance in malaysien indùtries0Intellectul* هذه الدراسة الى دراسة العلاقة بين عناصر رأس المال الفكري البشري والهيكلية والزبوني ومعرفة الفوائد التي تجنيها الشركات من خلال استغلال ارس مالها الفكري وتوصلت الدراسة الى ان العنصر البشري مهم بغض النظر عن قطاع الصناعات أو الأعمال كما توصلت الدراسة الى ان رأس المال الزبوني تأثير و أهمية كبيرة في نمو واستمرار الشركة في السوق التي تتسم بجدة المنافسة

الدراسة الثانية: firer et williams بعنوان *Intellectual capital and traditionnel measures of performance* هدفت هذه الدراسة الى فحص العلاقة بين كفاءة القيمة المضافة المتمثلة برأس المال الطبيعي ورأس المال البشري ورأس المال الهيكلية و الزبوني و مؤثرات الأداء وصلت الدراسة ان هناك فروق في تأثير رأس المال لبشري والهيكلية والزبوني على أداء المنظمات و أوصت الدراسة بضرورة اهتمام المنظمة برأس المال الزبوني لما له من أهمية في تعزيز نموها وبقاءها في بيئة الأعمال.

المطلب الثالث: التعقيب عن الدراسات السابقة

- تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في المنهج المتبع للدراسة، لقد كانت جميع الدراسات السابقة التي تم التطرق إليها دراسات تفسيرية.
- غالبية الدراسات السابقة وجهت أدوات دراساتها (الاستبيان) للزبون، في حين ان دراستنا الحالية وجهت أدوات دراستها استبيان لعمال المؤسسة محل الدراسة.
- ركزت الدراسات السابقة فقط على دراسة متغير من متغيرات البحث الحالي ولا يوجد أي دراسة عربية جمعت بين المتغيرين.

خلاصة :

ان قيمة المؤسسة تتحدد وفقا لعلاقتها بزبائنها سواء الداخليين (العاملين) أم الخارجيين (المستخدمين للسلعة أو المستقدين منها)، إذ ان رضا الزبائن وولائهم يعد مؤشرا ايجابيا على قدرة المؤسسة على مد جسور التعاون معهم وإشباع حاجاتهم ورغباتهم، لكن درجة الاهتمام بالزبون تختلف من مؤسسة الى أخرى باختلاف ثقافتها التنظيمية، باعتبار ان هذه الأخيرة تشير إلى القيم والمعتقدات والأفكار السائدة في مؤسسة، وتصل هذه القيم إلى الأفراد من خلال العلاقات الاجتماعية و التفاعل المستمر سواء فيما بينهم داخل المؤسسة أو مع المحيط الخارجي، وهذا ما تم الإشارة إليه خلال هذا الفصل الذي تطرق الى الإطار النظري والمفاهيمي للثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني من خلال التعرف على مفهوم كلا منهما والابعاد المحددة لهما. ومن خلال العرض السابق لنتائج الدراسات السابقة يتضح لنا عدم وجود دراسة ربطت بين متغيرات الدراسة وان دراستنا تتميز عن باقي الدراسات من حيث أنها تبحث في جانب مهم وحيوي وهو دراسة الثقافة التنظيمية بطريقة تبادلية تأثيرية على متغير أساسي هو رأس المال الزبائني.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد :

بغرض تحديد مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لبريد الجزائر - ادرار - تم تقسيم البحث الى فصلين الفصل الأول تناول الإطار النظري للمتغيرين، وآخر الفصل التطبيقي و الذي تناولنا فيه مساهمة الثقافة التنظيمية كمتغير مستقل في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة محل الدارسة كمتغير تابع، ومحاولة الربط بين الجانب النظري والتطبيقي في المؤسسة محل الدارسة، وتضمن هذا الفصل مبحثين تناول المبحث الأول الطريقة و الأدوات والنموذج المتبع، أما المبحث الثاني فتناول عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها، وفي الأخير اختبار الفرضيات.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات والنموذج المتبع

يتضمن هذا المبحث التعريف بالطريقة والأدوات والنموذج المتبع من خلال الإشارة الى مجتمع وعينة الدراسة، وكذلك نموذج الدراسة كما يتم التعرّيج فيه على تحليل البيانات والنمذجة من خلال عرض لنتائج اختبار الصدق وثبات أداة الدراسة وكذلك الأدوات الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات وتحليلها

المطلب الأول: طريقة اختيار مجتمع الدراسة وعينة البحث

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة) موقع بريد الجزائر)

يتمثل مجتمع عينة الدراسة في كل من يمكن ان تعمم عليه نتائج البحث، وتوفرت فيه خصائص الدراسة وبهذا يتكون مجتمع دراستنا هذه من عمال مؤسسة بريد الجزائر وكالة ادرار وقد بلغ حجم مجتمع الدراسة 112 فرد.

• نشأة مؤسسة البريد الجزائري:

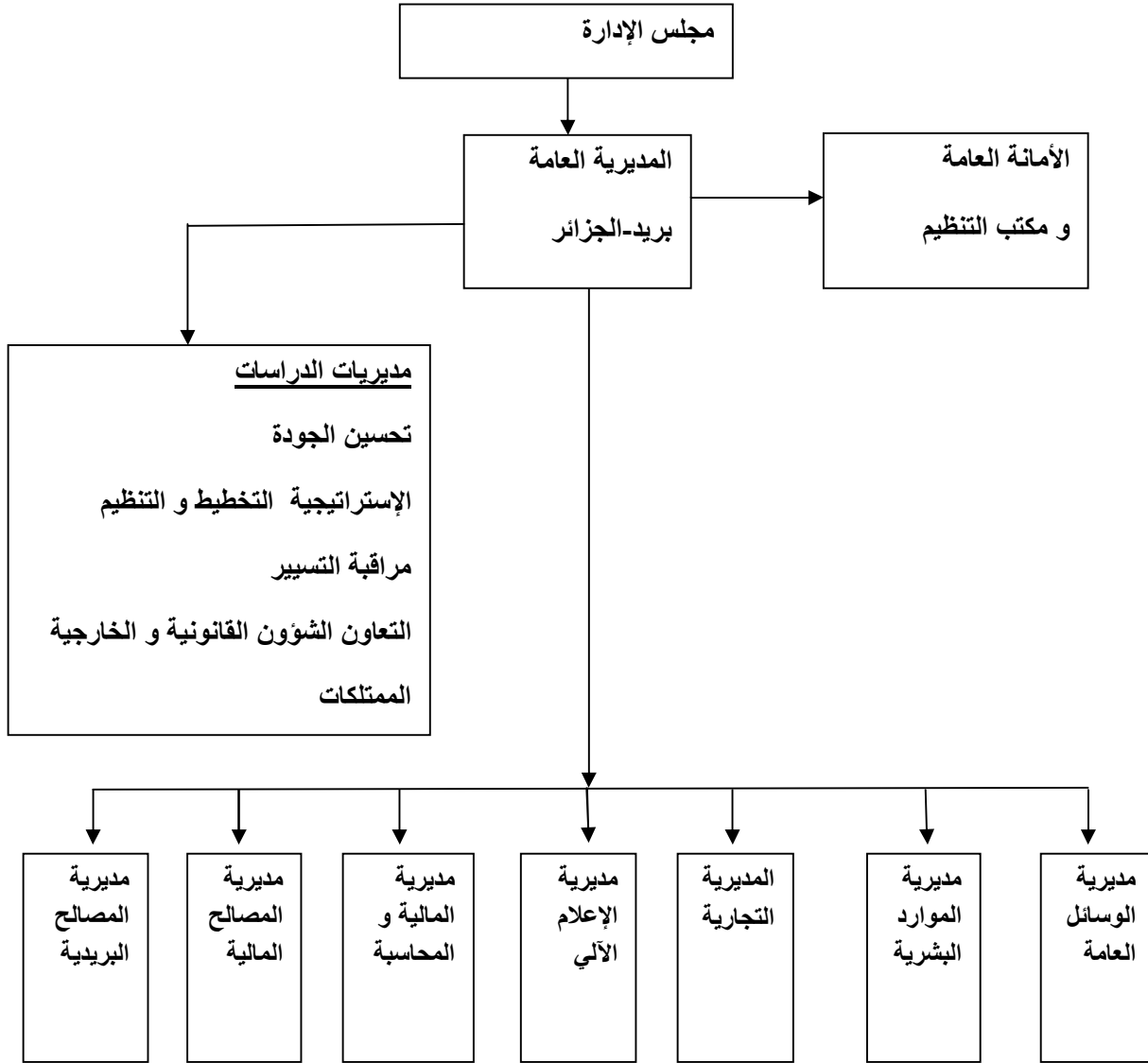
كانت مؤسسة البريد تسيير وفق أحكام الأمر رقم 75-89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 و المتضمنة قانون البريد و المواصلات , الذي يجعل من قطاع البريد و المواصلات مؤسسة واحدة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تحت إشراف وزارة البريد و المواصلات , حيث تتمتع بميزانية ملحقة و يخضع تنفيذها إلى قواعد محاسبة عمومية و تتمتع أيضا في استغلالها لمختلف نشاطات البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية وفق المادة الأولى و المادة 39 على التوالي من ذات القانون .

نتيجة للتطور الالكتروني و مواكبة التحولات صدر القانون 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية.

• مهام مؤسسة بريد الجزائر: للمؤسسة العديد من المهام باعتبارها مؤسسه تقدم خدمه عمومية، ويمكن تلخيصها في ما يلي :

- اعتبار مؤسسه ذات طابع صناعي وتجاري فهي تعمل على تخطيط ترقيته وتميتها وتخليص وتقليص تكاليفها للحصول على نتائج ايجابية لمتابعه تطورها .
- تلعب دور محرك للاقتصاد الوطني من خلال الجهود في مجال البحث وتطوير الاستثمار .
- استغلال النشاطات المدرجة تحت نظام التخصيص أو الحصر حسب المادة 63 من القانون 2003 بخصوص بريد الرسائل بكل أشكاله في النظام الداخلي وفي علاقتها مع الخارج .
- القيام بكل النشاطات الملحقة التي لها علاقة بالنشاط الرئيسي سواء تعلق الأمر بالنشاطات المرتبطة في بريد الرسائل الطرود البريدية والمصالح المالية البريدية بما في ذلك مصلحه التوفير .
- القيام بكل النشاطات الموكلة إليها لصالح الخزينة العمومية.
- إنشاء هيئات وهيكل تتماشى مع نشاطاتها وأهدافها على مستوى التراب الوطني مع توفير كل الوسائل الضرورية لتأمين الاستغلال وصيانة الهياكل القاعدية الموجودة تحت تصرفها .
- صياغة المخططات الرئيسية لتطوير مختلف الهياكل المرتبطة بنشاطها .

- الصياغة والإشراف على السياسة التجارية تماشياً مع عقد نجاح المصادق عليه من الوزير المكلف بالبريد .
- الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر : يمكن تمثيل الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر من خلال الشكل التالي :
- الشكل رقم (2): الهيكل التنظيمي للمديرية المركزية للبريد



المصدر : مستخرج من وثائق المؤسسة

الفرع الثاني: وحدة المعاينة

ويقصد بها جزء من أفراد مجتمع الدراسة تجرى عليه استطلاعية أولية لتأكد من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان وقد عرض هذا الاستبيان ، وقد هذا الاستبيان بصفة أولية على 38 عامل كعينة استطلاعية

الفرع الثالث: عينة الدراسة

تم استخراج عينة الدراسة من مجتمع متكون من 112 مفردة تم الاعتماد على عينة عشوائية من عمال مؤسسة وقد تم استنتاج حجم العينة بالاعتماد على معادلة ستيفن ثاميسون التالية :

$$n = \frac{N \times P(1-P)}{\left[(N-1) \left(\frac{d^2}{z^2} \right) \right] + P(1-P)}$$

حيث ان :

n: حجم عينة الدراسة

N: مجتمع الدراسة

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى دلالة (0.95) وتساوي (1.96)

d: نسبة الخطأ وتساوي (0.05)

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (0.50)

وعند تطبيق هذه المعادلة نجد ان:

$$n = \frac{112 \times 0.5(1 - 0.5)}{\left[(112 - 1) \left(\frac{0.05^2}{1.96^2} \right) \right] + 0.5(1 - 0.5)}$$

n=86.95

n=87

وبناء على ذلك فقد بلغ عدد الاستبيانات التي تم توزيعها استبانة 87 على أفراد العينة كحد اكبر حيث تم استرجاع استبانة منها 50 غير صالحة للتحليل وبالتالي أصبح عدد الاستبانات القابلة للتحليل 37

الفرع الرابع: نموذج الدراسة

من اجل الإجابة على الإشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية ثم وصف نموذج الدراسة الممثل بالمتغيرات التالية:

المتغير المستقل : يتمثل في الثقافة التنظيمية ونرمز له بالرمز x

المتغير التابع : يتمثل في رأس المال الزبائني ونرمز له بالرمز y

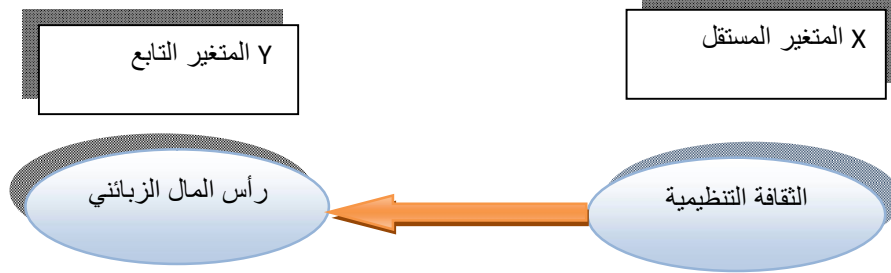
الجدول رقم (1) : وصف متغيرات الدراسة

| الترميز | المحاور |
|---------|---------------|
| x | المحور الأول |
| y | المحور الثاني |

المصدر: من إعداد الطالبتين

وللتوضيح أكثر تم الاعتماد على الشكل الموالي :

الشكل رقم (3): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

المطلب الثاني: تحليل البيانات والنمذجة

سيتم التطرق في هذا المطلب الى كل من أدوات الدراسة، مقياس الدراسة، اختبار صدق وثبات أداة الدراسة.

الفرع الأول: أدوات الدراسة

قصد التعرف على مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني تم دراسة بريد الجرائر وكالة ادرار-، للوصول الى لإجابة النهائية على أسئلة هذه الدراسة، واختبار صحة الفرضيات التي تم وضعها تم الاعتماد على الأدوات التالية :

1/ الاستبانة: بعد ما تم التعرف على أدبيات الموضوع من المراجع و الدراسات السابقة ذات علاقة بموضوع الدراسة وجدنا ان الأداة الأنسب لجمع بيانات الدراسة هي الاستبانة وقد تم إعداد الاستبانة وفق المقياس ليكرت الخماسي (غير موافق تماما، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وتتكون هذه الاستبانة من جزئين وهما :

1- الجزء الأول: يتضمن المعلومات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة، المسمى الوظيفي).

2- الجزء الثاني: يتضمن محاور الدراسة وينقسم بدوره الى محورين:

1-2 المحور الأول: يتضمن المتغير المستقل وهو الثقافة التنظيمية بأبعادها الخمسة (احترام العاملين، المشاركة في صنع القرارات، التعلم التنظيمي، التعاون بين زملاء العمل، تمكين العاملين)، وشملت هذه الأبعاد 20 عبارة موزعة حسب كل بعد وقسمت وفق مقياس ليكرت الخماسي.

2-2 المحور الثاني: يتضمن المتغير التابع وهو رأس المال الزبائني بأبعاده الأربعة (رضا الزبون، ولاء الزبون، احتفاظ بالزبون تطوير العلاقة) وشملت هذه الأبعاد 20 عبارة.

ب/ الأداة الإحصائية المستخدمة: تمثلت الأداة الرئيسية في برنامج الجزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية لتحقيق الأهداف المرجوة من هاته الدراسة والذي يرمز له اختصار بالرمز spss إصدار 26، حيث يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات،

المتوسطات، الانحرافات،..... الخ وكذلك الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الاستدلالي، حيث تم استخدام الأدوات التالية :

- 1- تم استخدام المدى لمعرفة طول المجال لمقياس ليكرت الخماسي
- 2- تم استخدام معامل الارتباط سييرمان لقياس صدق أداة الدراسة
- 3- تم استخدام معامل ألفا كرومباخ لقياس ثبات أداة الدراسة
- 4- تم استخدام اختبار الالتواء والتفلطح لاختبار التوزيع الطبيعي
- 5- تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة
- 6- تم استخدام مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت المتمثلة في الانحراف المعياري والمتوسطات الحسابية.
- 7- تم استخدام تحليل التباين الأحادي.

الفرع الثاني: مقياس الأداء

لقد تم اختبار مقياس الخماسي في الإجابة على محاور الدراسة ما عدا المحور المتعلق بالمعلومات الشخصية الذي يتراوح بين (1-5) درجات، حيث كلما اقتربت الإجابة الى 5 كلما كانت درجة الموافقة اكبر والجدول التالي يوضح ذلك حسب الدرجات التالية :

الجدول رقم(2): درجات مقياس ليكرت الخماسي

| غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|-----------------|-----------|-------|-------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

ولتحديد درجة الموافقة حسب المستويات تم الاعتماد على معادلة التالية :

$$\text{طول المجال} = \frac{\text{المدى}}{\text{عدد المستويات}}$$

$$\text{طول المجال} = \frac{(\text{الحد الأعلى للبدل} - \text{الحد الأدنى للبدل})}{\text{عدد المستويات}}$$

$$\text{ومنه طول المجال} = \frac{5}{(5-1)}$$

$$\text{طول المجال} = 0.8$$

حيث يتم حساب طول الفئة الأولى من خلال إضافة القيمة 0.8 الى اقل قيمة في المجال وهي 1 وذلك لتحديد الحد الأعلى فيصبح 1.80 وبنفس الطريقة للحصول على طول الفئة الثانية، الثالثة، الرابعة الخامسة كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (3): مستويات الموافقة لمقياس ليكرت الخماسي

| درجة الموافقة | منخفض جدا | منخفض | متوسط | مرتفع | مرتفع جدا |
|----------------|-----------|--------------|--------------|--------------|-----------|
| مستوى الموافقة | [1، 1.8] | [2.60، 1.81] | [3.40، 2.61] | [3.41، 4.20] | [4.21، 5] |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على دراسات السابقة

الفرع الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

يقصد بصدق أداة الدراسة ان تقيس فقرات الاستبانة ما وضعت لقياسه، أما الثبات فيقصد به انه في حالة إعادة توزيع هذه الاستبانة على عينة أخرى من نفس المجتمع وبنفس حجم العينة فان النتائج المتحصل عليها ستكون مقاربة للنتائج المتوصل إليها في العينة الأولى.

1- صدق أداة الدراسة :

تم قياس أداة الدراسة بطريقتين مختلفتين :

1-1 الصدق الظاهري :

للتأكد من صدق فقرات الاستبانة ظاهريا ،تم عرضها على الأستاذ المشرف أولاً، ومن ثم على مجموعة من الأساتذة المحكمين في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالجامعة، حيث بلغ عدد الأساتذة المحكمين لهذا الاستبانة (4) أساتذة، وذلك للتأكد من صدقها الظاهري، ويأخذ ملاحظاتهم ثم وضع الاستبانة بصورتها النهائية (ملحق رقم 1).

1-2 صدق الاتساق الداخلي :

بعد التأكد من صدق الظاهري لأداة الدراسة، تم تطبيقها ميدانيا على وحدة المعاينة، حيث تم حساب معامل الارتباط سيبرمان لمعرفة درجة الارتباط بين كل فقرة مع المحور الذي ينتمي إليه ضمن محاور الاستبانة.

والجداول الموالية توضح نتائج معامل الارتباط سيبرمان لمحاور الاستبانة.

الجدول رقم (4) : معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الأول (احترام العاملين) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.513 | الثانية | 0.684 |
| الثالثة | 0.591 | الرابعة | 0.742 |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss*26

الجدول رقم (5) : معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثاني (المشاركة في صنع القرارات) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.775 | الثانية | 0.723 |
| الثالثة | 0.714 | الرابعة | 0.805 |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الجدول رقم (6): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثالث (التعلم التنظيمي) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.781 | الثانية | 0.553 |
| الثالثة | 0.744 | الرابعة | 0.611 |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss*26

الجدول رقم(7): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الرابع (التعاون بين زملاء العمل) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.616 | الثانية | 0.611 |
| الثالثة | 0.727 | الرابعة | 0.626 |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss*26

الجدول رقم (8): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الخامس (تمكين العاملين) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.749 | الثانية | 0.785 |
| الثالثة | 0.708 | الرابعة | 0.689 |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss*26

الجدول الموالية توضح معاملات سيبرمان لفقرات المتغير التابع رأس المال الزبائني

الجدول رقم(9): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الأول(رضا الزبون) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.643 | الثانية | 0.603 |
| الثالثة | 0.703 | الرابعة | 0.708 |
| الخامسة | 0.532 | | |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss*26

الجدول رقم (10): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثاني (الاحتفاظ بالزبون) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.572 | الثانية | 0.365 |
| الثالثة | 0.480 | الرابعة | 0.736 |
| الخامسة | 0.672 | | |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

* دال عند مستوى إحصائية 0.05

المصدر : من إعداد الطالبتين على مخرجات برنامج spss*26

الجدول رقم (11): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الثالث (ولاء الزبون) بالدرجة الكلية للبعد

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.668 | الثانية | 0.468 |
| الثالثة | 0.658 | الرابعة | 0.370 |
| الخامسة | 0.625 | | |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

* دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.05

المصدر: من إعداد الطالبتين على مخرجات برنامج spss*26

الجدول رقم (12): معاملات الارتباط سيبرمان لفقرات البعد الرابع (تطوير العلاقة مع الزبون) بالدرجة

الكلية للبعد :

| رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد | رقم الفقرة | درجة الارتباط بالبعد |
|------------|----------------------|------------|----------------------|
| الأولى | 0.593 | الثانية | 0.589 |
| الثالثة | 0.402 | الرابعة | 0.676 |
| الخامسة | 0.734 | | |

** دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

* دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.05

المصدر: من إعداد الطالبتين على مخرجات برنامج spss*26

2- ثبات أداة الدراسة: تم قياس ثبات أداة الدراسة بطريقتين مختلفتين :

1-2 معامل ألفا كرومباخ S Coefficient Alpha Cronbach

لقياس ثبات أداة الدراسة تم الاستعانة بمعامل الثبات للتأكد من صحة ثبات الاستبانة، علما انه يأخذ قيمة ما بين (0 - 1)، وتكون قيمته مقبولة إحصائية عندما تكون 70 فما فوق وكلما اقتربت النسبة الى الواحد كلما كانت درجة القبول وجدول الموالي يوضح نتائج معامل الثبات حسب كل بعد من محاور الاستبانة إضافة الى ذلك معامل الثبات الكلي.

الجدول رقم (13): معامل الثبات ألفا كرومباچ لأداة الدراسة

| معامل ألفا كرومباچ | عدد الفقرات | البيان |
|--------------------|-------------|------------------------------|
| 0.689 | 4 | بعد احترام العاملين |
| 0.759 | 4 | بعد المشاركة في صنع القرارات |
| 0.672 | 4 | بعد التعلم التنظيمي |
| 0.559 | 4 | بعد التعاون بين زملاء العمل |
| 0.688 | 4 | بعد تمكين العاملين |
| 0.886 | 20 | الثبات الكلي للمحور الأول |
| 0.610 | 5 | بعد رضا الزبون |
| 0.604 | 5 | بعد الاحتفاظ بالزبون |
| 0.574 | 5 | بعد ولاء الزبون |
| 0.662 | 5 | بعد تطوير العلاقة مع الزبون |
| 0.849 | 20 | الثبات الكلي للمحور الثاني |
| 0.921 | 40 | الثبات الكلي للاستبانة |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مستخرجات برنامج spss*26

من خلال الجدول (13) نلاحظ ان قيمة الثبات للمحور الأول و الثاني بلغت قيمة 0.849 و 0.886 على التوالي، كلما بلغت قيمة الثبات الكلي للإستبانة 0.921 وقد تجاوزت النسبة المقبولة إحصائياً والمقدرة ب 0.7، وهو يدل على ثبات الاستبانة كما هو موضح في (الملحق رقم 2) .

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج

في هذا المبحث سيتم التطرق الى عرض وصف المتغيرات الشخصية وكذا عرض لمستويات تواجد ابعاد المتغير التابع والمستقل، وصولاً الى اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

الفرع الأول: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

1- توزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع: يمكن عرض البيانات المتعلقة بتوزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع من خلال الجدول التالي:

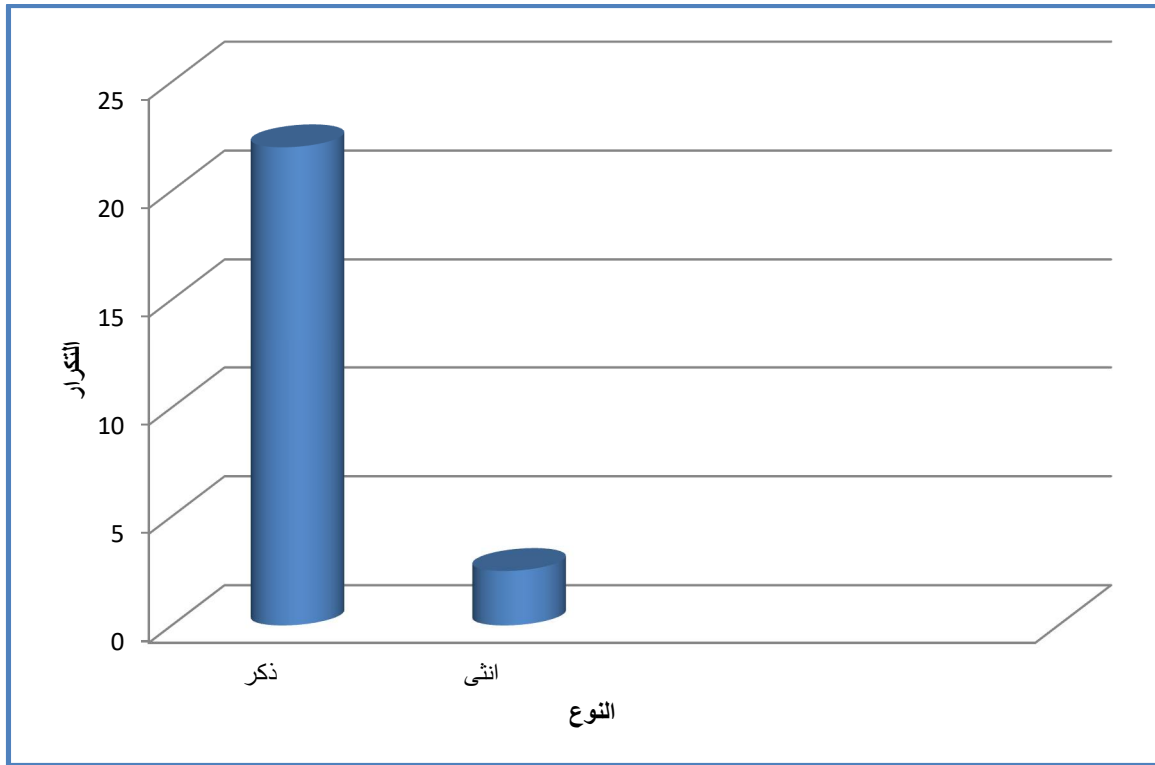
1- الجدول رقم (14) : توزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع

| العامل | الفئة | العدد | النسبة المئوية |
|---------|-------|-------|----------------|
| النوع | ذكر | 22 | 59.5 |
| | أنثى | 15 | 40.5 |
| المجموع | | 37 | 100 |

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يمكن تمثيل البيانات الواردة في الجدول أعلاه من خلال الشكل التالي:

1- الشكل رقم (4) : رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع



المصدر: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج Excel

يظهر لنا من خلال الشكل رقم (4) والجدول أعلاه رقم (14) ان توزيع الذكور في العينة بلغ (22) فرد بنسبة من المجموع الكلي للعينة ، بينما توزيع الإناث بلغ (15) ما يمثل نسبته من المجموع الكلي للعينة.

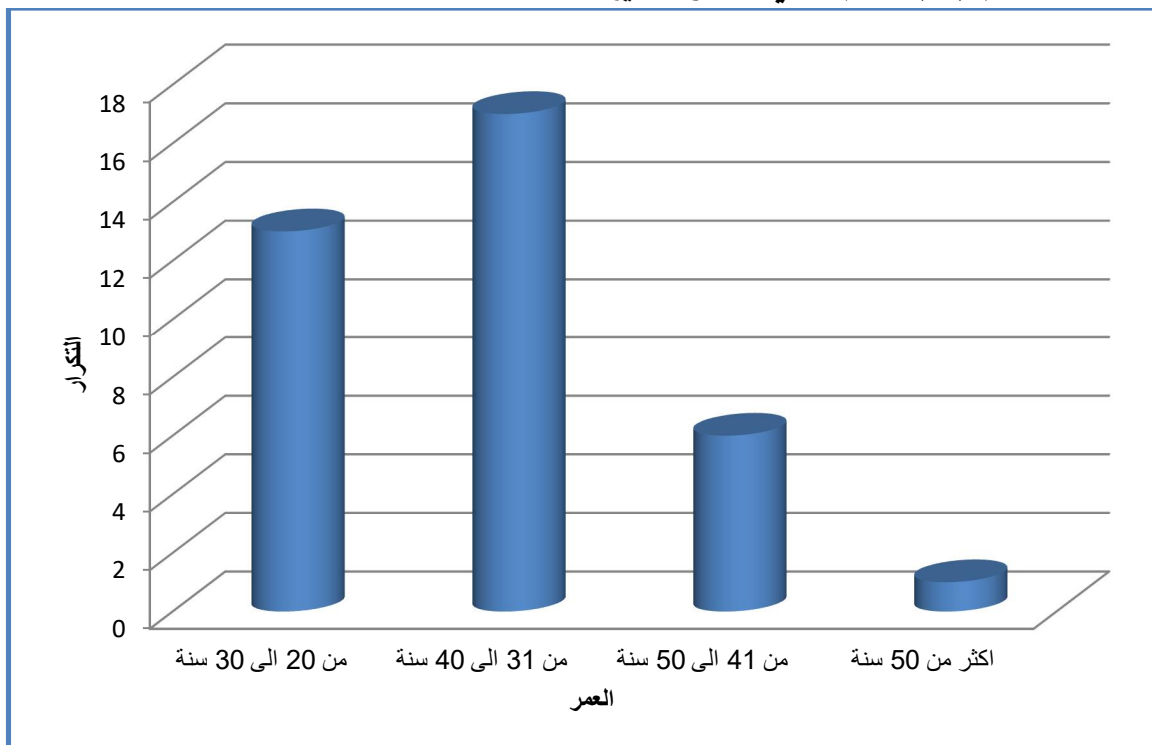
2- توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر: يمكن عرض البيانات المتعلقة بتوزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر من خلال الجدول التالي:

2-الجدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر

| العامل | الفئة | العدد | النسبة المئوية |
|---------|------------------|-------|----------------|
| العمر | من 20 الى 30 سنة | 13 | 35.1 |
| | من 31 الى 40 سنة | 17 | 45.9 |
| | من 41 الى 50 سنة | 6 | 16.2 |
| | أكثر من 50 سنة | 1 | 2.7 |
| المجموع | | 37 | 100 |

المصدر من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج spss

2 - الشكل رقم (5) : رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج Excel

من خلال الشكل رقم(5) و الجدول أعلاه رقم(15) نلاحظ ان اغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين [31 الى 40 سنة] بنسبة 45.9% ،تليها الفئة العمرية من [20 الى 30 سنة] بنسبة 35.1%، تليها الفئة العمرية من [41الى 50 سنة] بنسبة 16.2% لتأتي في الأخير بنسبة 2.7% الفئة العمرية التي أعمارهم أكثر من 50 سنة.

3- توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي: يمكن عرض البيانات المتعلقة بتوزيع عينة الدراسة وفق متغير الرتبة العلمية من خلال الجدول التالي:

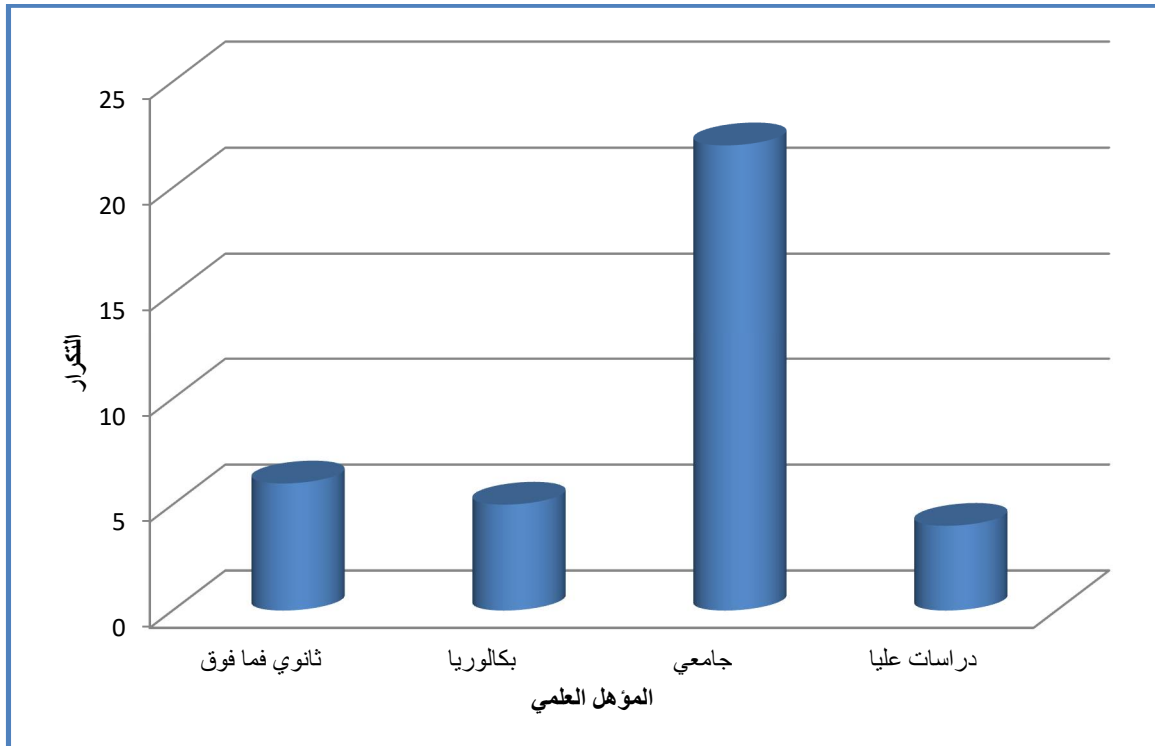
الجدول رقم (16): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

| العامل | الفئة | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|---------------|-------|----------------|
| المؤهل العلمي | ثانوي فما فوق | 6 | 16.2 |
| | بكالوريا | 5 | 13.5 |
| | جامعي | 22 | 59.5 |
| | دراسات عليا | 4 | 10.8 |
| المجموع | | 37 | 100 |

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يمكن تمثيل البيانات الواردة في الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (6) : رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج Excel

تظهر النتائج من خلال الشكل رقم (6) والجدول أعلاه رقم (16) ان اغلب أفراد العينة يمثلون ما نسبته 59.5% من المؤهل العلمي الجامعي تم بعد ذلك نسبة 16.2% من المؤهل العلمي ثانوي فما فوق ولتأتي بعد ذلك نسبة 13.5% من المؤهل العلمي بكالوريا ثم المؤهل العلمي دراسات عليا بنسبة 10.8%

4- توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة: يمكن عرض البيانات المتعلقة بتوزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة من خلال الجدول التالي:

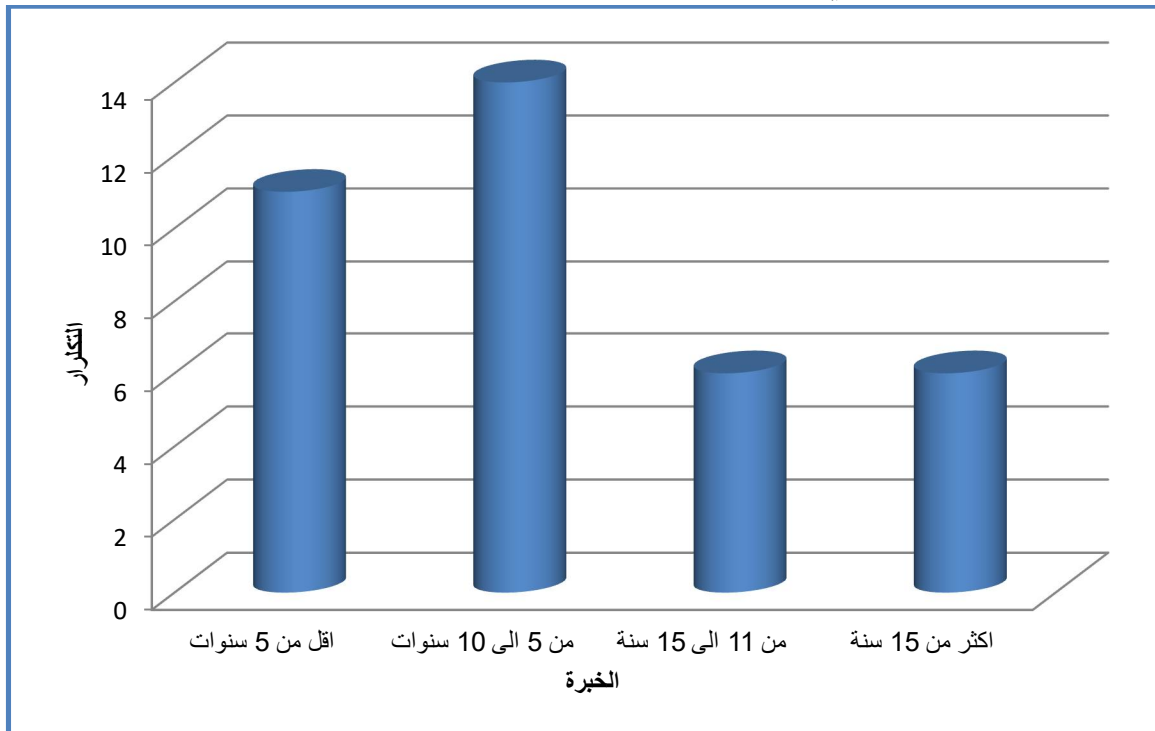
الجدول رقم (17): توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة

| العامل | الفئة | العدد | النسبة المئوية |
|---------|-------------------|-------|----------------|
| الخبرة | اقل من 5 سنوات | 11 | 29.7 |
| | من 5 الى 10 سنوات | 14 | 37.8 |
| | من 11 الى 15 سنة | 6 | 16.2 |
| | أكثر من 15 سنة | 6 | 16.2 |
| المجموع | | 37 | 100 |

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج Spss*26

يمكن تمثيل البيانات الواردة في الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (7) : رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج Excel

من خلال الشكل رقم (7) والجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ ان أغلب أفراد العينة يمثلون من 5 الى 10 سنوات بنسبة 37.8% ثم بعد ذلك الذين يمثلون اقل من 5 سنوات بنسبة 29.7% لتليهما من 11 الى 15 سنة و أكثر من 15 سنة بنسبة 16.2%

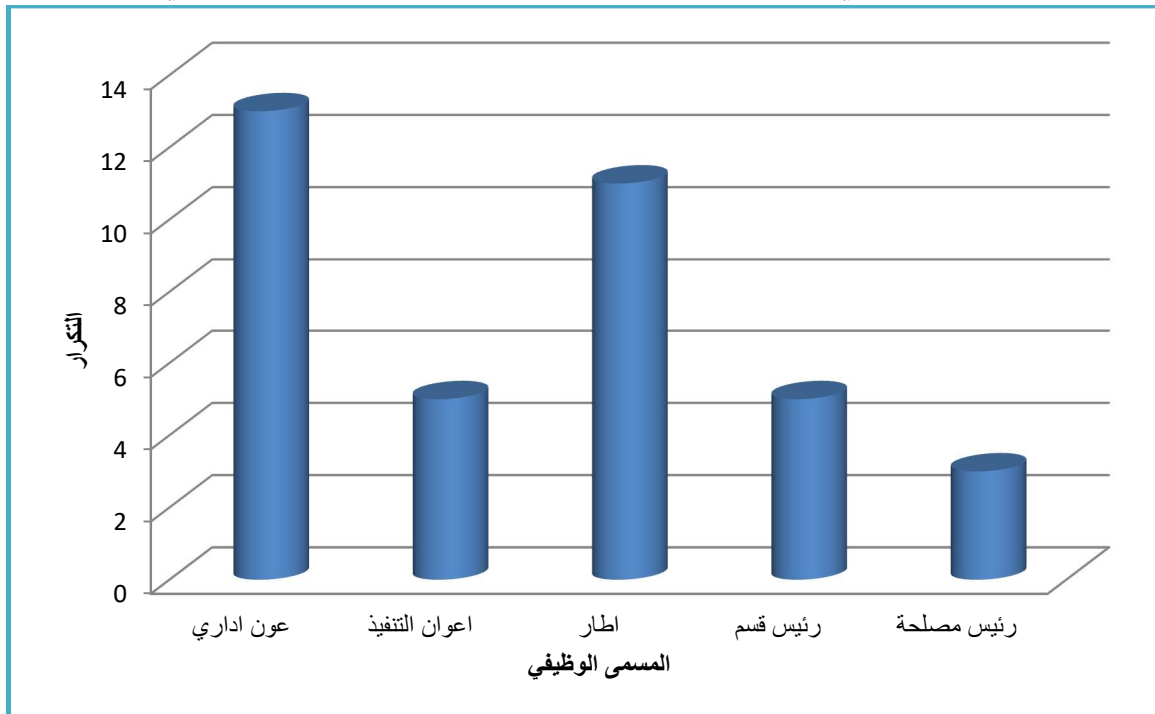
5- توزيع عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي: يمكن عرض البيانات المتعلقة بتوزيع عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (18): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي

| العامل | الفئة | العدد | النسبة المئوية |
|----------------|---------------|-------|----------------|
| المسمى الوظيفي | عون إداري | 13 | 35.1 |
| | أعوان التنفيذ | 5 | 13.5 |
| | إطار | 11 | 29.7 |
| | رئيس قسم | 5 | 13.5 |
| | رئيس مصلحة | 3 | 8.1 |
| المجموع | | 37 | 100 |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج Spss*26
يمكن تمثيل البيانات الواردة في الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي

الشكل رقم (8): رسم بياني يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel

لدينا من خلال الشكل رقم (8) والجدول أعلاه رقم (18) ان أغلب أفراد العينة كان المسمى الوظيفي لديهم عون إداري بنسبة 35.1% ، بعد ذلك إطار بنسبة 29.7% تليهما رئيس قسم وأعوان التنفيذ بنسبة 13.5% وأخيرا رئيس مصلحة بنسبة 8.1%.

الفرع الثاني: تحليل النتائج المتعلقة بتصورات استجابة أفراد الدراسة

1- تحليل النتائج المتعلقة بتصورات استجابة أفراد الدراسة لأبعاد المتغير المستقل الثقافة التنظيمية

الجدول رقم (19): استجابة أفراد الدراسة لبعد احترام العاملين حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|---------------------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 1 | 3.89 | 0.774 | 1 | مرتفع |
| 2 | 3.37 | 1.138 | 4 | متوسط |
| 3 | 3.62 | 1.089 | 2 | مرتفع |
| 4 | 3.56 | 1.191 | 3 | مرتفع |
| بعد احترام العاملين | 3.61 | 0.762 | / | مرتفع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يظهر من خلال الجدول رقم (19) نتائج تحليل بعد احترام العاملين، حيث اشتمل هذا البعد على (4) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (1) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (0.774) تليه العبارة رقم (3) بمتوسط حسابي (3.62) و انحراف معياري (1.089) ثم بعد ذلك العبارة (4) بمتوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.191) لتأتي بعد ذلك العبارة (2) بمتوسط حسابي(3.37) وانحراف معياري (1.138).

الجدول رقم (20): استجابة أفراد الدراسة لبعد المشاركة في صنع القرارات حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|---------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 5 | 3.02 | 1.384 | 4 | متوسط |
| 6 | 3.10 | 1.349 | 3 | متوسط |
| 7 | 3.27 | 1.325 | 1 | متوسط |
| 8 | 3.13 | 1.475 | 2 | متوسط |

| | | | | |
|-------|---|-------|------|------------------------------|
| متوسط | / | 1.055 | 3.13 | بعد المشاركة في صنع القرارات |
|-------|---|-------|------|------------------------------|

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يظهر من خلال الجدول رقم (20) نتائج تحليل بعد المشاركة في صنع القرارات، حيث اشتمل هذا البعد على (4) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.27) وانحراف معياري (1.325) تليها العبارة رقم (8) بمتوسط حسابي (3.13) و انحراف معياري (1.475) ثم بعد ذلك العبارة (6) بمتوسط حسابي(3.10) وانحراف معياري (1.349) لتأتي في الأخير العبارة (5) بمتوسط حسابي(3.02) وانحراف معياري (1.384).

الجدول رقم (21): استجابة أفراد الدراسة لبعد التعلم التنظيمي حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|---------------------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 9 | 3.45 | 1.192 | 3 | مرتفع |
| 10 | 3.51 | 1.044 | 2 | مرتفع |
| 11 | 3.67 | 1.203 | 1 | مرتفع |
| 12 | 3.51 | 1.304 | 2 | مرتفع |
| بعد التعلم التنظيمي | 3.54 | 0.844 | / | مرتفع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يظهر من خلال الجدول رقم (21) نتائج تحليل بعد التعلم التنظيمي، حيث اشتمل هذا البعد على (4) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (11) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (1.203) تليها العبارة رقم (10) و(12) بمتوسط حسابي(3.51) و انحراف معياري (1.044) (1.304) على التوالي لتأتي في الأخير العبارة (9) بمتوسط حسابي(3.45) وانحراف معياري (1.192).

الجدول رقم (22): استجابة أفراد الدراسة لبعء التعاون بين زملاء العمل حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|-----------------------------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 13 | 3.67 | 0.973 | 1 | مرتفع |
| 14 | 3.37 | 1.319 | 4 | متوسط |
| 15 | 3.59 | 0.956 | 2 | مرتفع |
| 16 | 3.56 | 0.958 | 3 | مرتفع |
| بعء التعاون بين زملاء العمل | | | | |
| | 3.56 | 0.697 | / | مرتفع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss

يظهر من خلال الجدول رقم (22) نتائج تحليل بعء التعاون بين زملاء العمل، حيث اشتمل هذا البعد على (4) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (13) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (0.973) تليها العبارة رقم (15) بمتوسط حسابي (3.59) و انحراف معياري (0.956) ثم بعد ذلك العبارة (16) بمتوسط حسابي(3.56) وانحراف معياري (0.958) لتأتي في الأخير العبارة (14) بمتوسط حسابي(3.37) وانحراف معياري (1.319).

الجدول رقم (23): استجابة أفراد الدراسة لبعء تمكين العاملين حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|---------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 17 | 3.45 | 1.366 | 1 | مرتفع |
| 18 | 3.13 | 1.456 | 2 | متوسط |
| 19 | 2.89 | 1.219 | 3 | متوسط |

| | | | | | |
|--------------------|--|------|-------|---|-------|
| 20 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- على ترقية العمال المبدعين في عملهم. | 3.45 | 1.345 | 1 | مرتفع |
| بعد تمكين العاملين | | 3.23 | 0.969 | / | متوسط |

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *26 spss

يظهر من خلال الجدول رقم (23) نتائج تحليل بعد تمكين العاملين، حيث اشتمل هذا البعد على (4) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (17) و (20) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (1.366) و(1.345) على التوالي تليها العبارة رقم (18) بمتوسط حسابي(3.13) و انحراف معياري (1.456) لتأتي في الأخير العبارة (19) بمتوسط حسابي(2.89) وانحراف معياري (1.219).

2- تحليل النتائج المتعلقة بتصورات استجابة أفراد الدراسة لأبعاد متغير التابع رأس المال الزبائني
الجدول رقم (24): استجابة أفراد الدراسة لبعد رضا الزبون حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة | |
|----------------|--|-------------------|-----------------|-----------------|-------|
| 21 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-على أرواء زبائنها باستمرار. | 3.40 | 1.279 | 5 | متوسط |
| 22 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-على تجديد منتجاتها بما يتوافق مع تطلعات الزبائن. | 3.81 | 1.126 | 1 | مرتفع |
| 23 | تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-الى تقديم منتجات متنوعة بما يتوافق مع مختلف فئات الزبائن. | 3.72 | 0.870 | 2 | مرتفع |
| 24 | تحرص مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-على معالجة مشاكل وشكاوي الزبائن وتسعى الى حلها. | 3.70 | 1.288 | 3 | مرتفع |
| 25 | تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-الى زيادة عدد الشبابيك والفروع من اجل تسريع وصول الخدمة للزبائن. | 3.62 | 1.587 | 4 | مرتفع |
| بعد رضا الزبون | | 3.65 | 0.782 | / | مرتفع |

المصدر من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *26 spss

يظهر من خلال الجدول رقم (24) نتائج تحليل بعد تمكين العاملين، حيث اشتمل هذا البعد على (5) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي () لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (22) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (1.126) تليها العبارة رقم (23) بمتوسط حسابي(3.72) و انحراف معياري (0.870) ثم بعد ذلك العبارة (24) بمتوسط حسابي(3.70) وانحراف معياري (1.288) لتأتي بعد ذلك العبارة رقم

(25) بمتوسط حسابي (3.62) وانحراف معياري (1.587) لتأتي في الأخير العبارة رقم (21) بمتوسط حسابي (3.40) وانحراف معياري (1.279) .

الجدول رقم (25): استجابة أفراد الدراسة لبعد الاحتفاظ بالزبون حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|----------------------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 26 | 3.64 | 1.059 | 1 | مرتفع |
| 27 | 3.64 | 1.398 | 1 | مرتفع |
| 28 | 3.51 | 1.386 | 2 | مرتفع |
| 29 | 3.37 | 1.232 | 3 | متوسط |
| 30 | 3.24 | 1.382 | 4 | متوسط |
| بعد الاحتفاظ بالزبون | | | | |
| | 3.48 | 0.807 | / | مرتفع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يظهر من خلال الجدول رقم (25) نتائج تحليل بعد تمكين العاملين، حيث اشتمل هذا البعد على (5) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي () لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (26) و (27) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (1.059) و (1.398) على التوالي تليها العبارة رقم (28) بمتوسط حسابي (3.51) و انحراف معياري (1.386) ثم بعد ذلك العبارة (29) بمتوسط حسابي(3.37) وانحراف معياري (1.232) لتأتي في الأخير العبارة رقم (30) بمتوسط حسابي (3.24) وانحراف معياري (1.382).

الجدول رقم (26): استجابة أفراد الدراسة لبعد ولاء الزبون حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|---------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 31 | 3.70 | 1.371 | 1 | مرتفع |
| 32 | 3.54 | 0.960 | 3 | مرتفع |
| 33 | 3.43 | 1.281 | 5 | مرتفع |

| | | | | |
|-------|---|-------|------|--|
| | | | | للزبون الموالي الذي يقوم بتكرار طلب الخدمة. |
| مرتفع | 4 | 1.238 | 3.51 | 34 تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-على كسب ولاء زبائنها من خلال تحسين المكانة الذهنية لمنتجاتها لديهم. |
| مرتفع | 2 | 1.039 | 3.59 | 35 ترى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-ان الزبون الموالي لها يساهم في تخفيض الجهد التكلفة المترتبة على العملية التسويقية. |
| مرتفع | / | 0.722 | 3.55 | بعد ولاء الزبون |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يظهر من خلال الجدول رقم (26) نتائج تحليل بعد تمكين العاملين، حيث اشتمل هذا البعد على (5) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي () لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (31) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (1.371) تليها العبارة رقم (35) بمتوسط حسابي (3.59) و انحراف معياري (1.039) ثم بعد ذلك العبارة (32) بمتوسط حسابي(3.54) وانحراف معياري (0.960) لتأتي بعد ذلك العبارة رقم (34) بمتوسط حسابي (3.51) وانحراف معياري (1.238)لتأتي في الأخير العبارة رقم (33) بمتوسط حسابي(3.43) وانحراف معياري(1.181) .

الجدول رقم (27): استجابة أفراد الدراسة لبعد تطوير العلاقة مع الزبون حسب المتوسطات الموافقة

| الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى الاستجابة |
|--|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 36 توفر مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-خط خاص باستقبال انشغالات الزبائن في حينها. | 3.62 | 1.063 | 3 | مرتفع |
| 37 تتيح مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-الفرصة الكافية لزبائنها للتعرف على الخدمة قبل طلبها. | 3.75 | 1.038 | 1 | مرتفع |
| 38 تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-على مشاركة زبائنها في اتخاذ الحلول المناسبة للمشاكل التي تقع بين الطرفين. | 3.70 | 0.908 | 2 | مرتفع |
| 39 تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-الى جمع القدر الكافي من المعلومات الخاصة بالاعدادات الاستهلاكية للزبائن من اجل توفير العروض المناسبة لهم. | 3.61 | 1.021 | 4 | مرتفع |
| 40 تقوم مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-بتدعيم مختلف التظاهرات التي تقام داخل محيطها الاجتماعي. | 3.54 | 1.366 | 5 | مرتفع |
| بعد تطوير العلاقة مع الزبون | 3.65 | 0.714 | / | مرتفع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss*26

يظهر من خلال الجدول رقم (27) نتائج تحليل بعد تمكين العاملين، حيث اشتمل هذا البعد على (5) فقرات كما هو موضح في استبانة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي () لهذا البعد حيث انه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة ، حيث جاءت العبارة رقم (37) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (1.038) تليها العبارة رقم (38) بمتوسط حسابي (3.70) و انحراف معياري (0.908) ثم بعد ذلك العبارة (36) بمتوسط حسابي(3.62) وانحراف معياري (1.063) لتأتي بعد ذلك العبارة رقم (39) بمتوسط حسابي (3.61) وانحراف معياري (1.021) لتأتي في الأخير العبارة رقم (40) بمتوسط حسابي(3.54) وانحراف معياري (1.366) .

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار الفرضية الرئيسية و الفرضيات الفرعية للدارسة ،سيتم استخدام معامل الارتباط بيرسون ، وكذلك تحليل الانحدار الخطي البسيط للتأكد من مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة ادرار

الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على انه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية تبرز مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) أي:

الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية تبرز مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية البديلة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية تبرز مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وننتج الاختبار موضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (28): نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية

| المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار | | | القدرة التفسيرية | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | | | |
|------------------------------------|-------|-------|-------------------|---------------------------------|----------|-------------------|-----------------|
| sig | T | B | | معامل التحديد | الارتباط | مستوى الدلالة sig | قيمة F المحسوبة |
| 0.001 | 3.541 | 5.200 | الثابت | 0.548 | 0.740 | 0.000 | 42.459 |
| 0.000 | 6.518 | 0.543 | الثقافة التنظيمية | | | | |

المصدر :من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *spss26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني قد بلغت (0.740) وهو ارتباط طردي قوي، أما بالنسبة لقيمة معامل التحديد فقد بلغت (0.548) وهذا يعني ان الثقافة التنظيمية تساهم بنسبة (54.8%) من التغييرات التي تحدث على رأس المال الزبائني للمؤسسة محل الدراسة، وهي قدرة تفسيرية معتبرة، والباقي (45.2%) يرجع الى عوامل أخرى. كذلك نلاحظ من الجدول السابق ان قيمة معال الانحدار للثقافة التنظيمية بلغت (0.543)، وهذا معناه انه بزيادة وحدة واحدة من الثقافة التنظيمية تؤدي الى الزيادة في رأس المال الزبائني بقيمة 0.543، أما قيمة الحد الثابت فقد بلغت 5.200 وهذا يعني انه اذا انعدمت الثقافة التنظيمية تكون قيمة المتغير التابع رأس المال الزبائني (5.200) وكما هو موضح في (الملحق رقم 2).

الحد الثابت والمتغير المستقل لهما معنوية إحصائية (الاحتمال الحرج لهما اصغر من مستوى المعنوية 0.05) وهذا يعني أن الثقافة التنظيمية لها اثر معنوي على رأس المال الزبائني. لدينا F المحسوبة هي 42.459، بما ان قيمة مستوى دلالة هي 0.000 وهي اقل من مستوى المعنوية 0.05 إذن نقبل الفرض البديل الذي مفاده ان النموذج مناسب لتمثيل لعلاقة بين الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني.

انطلاقاً من نتائج التحليل السابق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني تبرز مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

تنص الفرضية الفرعية الأولى على انه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد احترام العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) أي:

الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد احترام العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
الفرضية البديلة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد احترام العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وننتج الاختبار موضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (29): نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الاولى

| المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | |
|------------------------------------|-------|-------|------------------|----------|---------------------------------|-----------------|
| sig | T | B | معامل التحديد | الارتباط | مستوى الدلالة sig | قيمة F المحسوبة |
| 0.000 | 4.851 | 8.310 | الثابت | 0.287 | 0.001 | 14.061 |
| 0.001 | 3.750 | 1.740 | احترام العاملين | | | |

المصدر :من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *spss26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بين الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني قد بلغت (0.535)، وهو ارتباط طردي متوسط، أما بالنسبة لقيمة معامل التحديد فقد بلغت (0.278) وهذا يعني ان احترام العاملين يساهم بنسبة (27.8%) من التغييرات التي تحدث على رأس المال الزبائني للمؤسسة، وهي قدرة تفسيرية اقل من المتوسط، والباقي (72.2%) يرجع الى عوامل أخرى. كذلك نلاحظ من الجدول السابق ان قيمة معامل الانحدار لاحترام العاملين بلغت (1.740)، وهذا معناه انه بزيادة وحدة واحدة من احترام العاملين تؤدي الى الزيادة في رأس المال الزبائني بقيمة 1.740، أما قيمة الحد الثابت فبلغت (8.310)، وهذا يعني انه إذا انعدمت متغيرة الثقافة التنظيمية تكون قيمة المتغير التابع (رأس المال الزبائني) 8.310.

الحد الثابت والمتغير المستقل لهما معنوية إحصائية (الاحتمال الحرج لهما اصغر من مستوى المعنوية 0.05) وهذا يعني أن احترام العاملين له اثر معنوي على رأس المال الزبائني. لدينا قيمة sig لاختبار F تساوي 0.001 وهي اقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يعني ان قيمة F المحسوبة (14.060) اكبر من الجدولية، وعليه نقبل الفرض البديل الذي مفاده ان النموذج مناسب لتمثيل العلاقة بين بعد احترام العاملين ورأس المال الزبائني.

انطلاقاً من نتائج التحليل السابق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد احترام العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

تنص الفرضية الفرعية الثانية على انه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد المشاركة في صنع القرارات و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) أي:

الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد المشاركة في صنع القرارات ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر- وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.05$).
الفرضية البديلة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد المشاركة في صنع القرارات و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر -وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
ونتائج الاختبار الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (30): نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

| المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار | | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | |
|------------------------------------|-------|--------|--------------------------|------------------|----------|---------------------------------|-----------------|
| sig | T | B | الثابت | معامل التحديد | الارتباط | مستوى الدلالة sig | قيمة F المحسوبة |
| 0.000 | 9.720 | 10.761 | الثابت | 0.276 | 0.526 | 0.001 | 13.371 |
| 0.001 | 3.675 | 1.209 | المشاركة في صنع القرارات | | | | |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *spss26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بين بعد المشاركة في صنع القرارات ورأس المال الزبائني قد بلغت (0.526)، وهو ارتباط طردي متوسط، اما بالنسبة لقيمة معامل التحديد فقد بلغت (0.276)، وهذا يعني ان احترام العاملين يساهم بنسبة (27.6%) من التغييرات التي تحدث على رأس المال الزبائني للمؤسسة، وهي قدرة تفسيرية اقل من المتوسط، والباقي (72.4%) يرجع الى عوامل أخرى. كذلك نلاحظ من الجدول السابق ان قيمة معامل الانحدار لبعد المشاركة في صنع القرارات بلغت (1.209)، وهذا معناه انه بزيادة وحدة واحدة من المشاركة في صنع القرارات التنظيمية يؤدي الى الزيادة في رأس المال الزبائني بقيمة 1.209، أما قيمة الحد الثابت فبلغت 10.761 وهذا يعني انه إذا انعدم بعد المشاركة في صنع القرارات تكون قيمة المتغير التابع (رأس المال الزبائني) 10.761. الحد الثابت والمتغير المستقل لهما معنوية إحصائية (الاحتمال الحرج لهما اصغر من مستوى المعنوية 5% وهذا يعني أن بعد المشاركة في صنع القرارات لها اثر معنوي على راس المال الزبائني. لدينا قيمة sig لاختبار F تساوي 0.001 وهي اقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يعني ان قيمة F المحسوبة (13.371) اكبر من الجدولية، وعليه نقبل الفرض البديل الذي مفاده ان النموذج مناسب لتمثيل العلاقة بين بعد المشاركة في صنع القرارات ورأس المال الزبائني. انطلاقا من نتائج التحليل السابق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد المشاركة في صنع القرارات ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار.

الفرع الرابع: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

تنص الفرضية الفرعية الثالثة على انه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التعلم التنظيمي و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) أي:

الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد التعلم التنظيمي و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.05$).

الفرضية البديلة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التعلم التنظيمي و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ونتائج الاختبار الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (30): نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الثالثة

| المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | | |
|------------------------------------|-------|-------|------------------|----------|---------------------------------|-----------------|--------|
| sig | T | B | معامل التحديد | الارتباط | مستوى الدلالة sig | قيمة F المحسوبة | |
| 0.000 | 5.033 | 6.434 | الثابت | 0.550 | 0.742 | 0.000 | 42.825 |
| 0.000 | 6.544 | 2.268 | التعلم التنظيمي | | | | |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *spss26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بين بعد التعلم التنظيمي ورأس المال الزبائني قد بلغت (0.742) وهو ارتباط طردي قوي، أما بالنسبة لقيمة معامل التحديد فقد بلغت (0.550) وهذا يعني ان بعد التعلم التنظيمي يساهم بنسبة (55%) من التغييرات التي تحدث على رأس المال الزبائني للمؤسسة، وهي قدرة تفسيرية معتبرة، والباقي (45%) يرجع الى عوامل أخرى. كذلك نلاحظ من الجدول السابق ان قيمة معامل الانحدار لبعد التعلم التنظيمي بلغت (2.268)، وهذا معناه انه بزيادة وحدة واحدة من بعد التعلم التنظيمي يؤدي الى زيادة في رأس المال الزبائني بقيمة (2.268)، أما قيمة الحد الثابت فبلغت (6.434) وهذا يعني انه إذا انعدمت قيمة التعلم التنظيمي تكون قيمة المتغير التابع رأس المال الزبائني (6.434).

الحد الثابت والمتغير المستقل لهما معنوية إحصائية (الاحتمال الحرج لهما اصغر من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يعني أن التعلم التنظيمي له اثر معنوي على رأس المال الزبائني).

لدينا قيمة sig لاختبار F تساوي 0.000 وهي اقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يعني ان قيمة F المحسوبة (42.825) اكبر من الجدولية، وعليه نقبل الفرض البديل الذي مفاده ان النموذج مناسب لتمثيل العلاقة بين بعد التعلم التنظيمي ورأس المال الزبائني.

انطلاقاً من نتائج التحليل السابق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد التعلم التنظيمي ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار .

الفرع الخامس: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

تنص الفرضية الفرعية الرابعة على انه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاون بين زملاء العمل ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) أي:

الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاون بين زملاء في العمل و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر- وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية البديلة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاون بين زملاء العمل ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر -وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$). ونتائج الاختبار الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (31): نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

| المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | | |
|------------------------------------|-------|-------|-------------------------|----------|---------------------------------|-----------------|--|
| sig | T | B | معامل التحديد | الارتباط | مستوى الدلالة sig | قيمة F المحسوبة | |
| 0.002 | 3.271 | 5.396 | الثابت | 0.479 | 0.000 | 32.184 | |
| 0.000 | 5.673 | 2.560 | التعاون بين زملاء العمل | | | | |

المصدر :من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *spss26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بين بعد التعاون بين الزملاء في العمل ورأس المال الزبائني قد بلغت (0.692) وهو ارتباط طردي قوي، أما بالنسبة لقيمة معامل التحديد فقد بلغت (0.479) وهذا يعني ان بعد التعاون بين الزملاء في العمل يساهم بنسبة (47.9%) من التغييرات التي تحدث على رأس المال الزبائني للمؤسسة، وهي قدرة تفسيرية متوسطة، والباقي (52.1%) يرجع الى عوامل أخرى. كذلك نلاحظ من الجدول السابق ان قيمة معامل الانحدار لبعد التعاون بين الزملاء في العمل بلغت (2.560)، وهذا معناه انه بزيادة وحدة واحدة من بعد التعاون بين الزملاء في العمل يؤدي ذلك الى الزيادة في رأس المال الزبائني بقيمة 2.560، أما قيمة الحد الثابت فبلغت 5.396 وهذا يعني انه إذا انعدم بعد التعاون بين زملاء العمل تكون قيمة المتغير التابع رأس المال الزبائني (5.396).

الحد الثابت والمتغير المستقل لهما معنوية إحصائية (الاحتمال الحرج لهما اصغر من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يعني أن التعاون بين زملاء في العمل له اثر معنوي على رأس المال الزبائني. لدينا قيمة sig لاختبار F تساوي 0.000 وهي اقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يعني ان قيمة F المحسوبة (32.184) اكبر من الجدولية، وعليه نقبل الفرض البديل الذي مفاده ان النموذج مناسب لتمثيل العلاقة بين بعد التعاون بين زملاء العمل ورأس المال الزبائني.

انطلاقا من نتائج التحليل السابق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد التعاون بين زملاء العمل ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار.

الفرع الخامس: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

تنص الفرضية الفرعية الخامسة على انه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد تمكين العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) أي: الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد تمكين العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر- وكالة ادرار عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$). الفرضية البديلة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد تمكين العاملين و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$). ونتائج الاختبار الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (32):نتائج الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة

| المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار | | | | القدرة التفسيرية | | المعنوية الكلية لنموذج الانحدار | |
|------------------------------------|-------|--------|----------------|------------------|----------|---------------------------------|-----------------|
| sig | T | B | الثابت | معامل التحديد | الارتباط | مستوى الدلالة sig | قيمة F المحسوبة |
| 0.000 | 7.779 | 10.363 | الثابت | 0.238 | 0.488 | 0.002 | 10.919 |
| 0.002 | 3.304 | 1.269 | تمكين العاملين | | | | |

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج *spss26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بين بعد تمكين العاملين ورأس المال الزبائني قد بلغت (0.488) وهو ارتباط طردي متوسط، أما بالنسبة لقيمة معامل التحديد فقد بلغت (0.238) وهذا يعني ان تمكين العاملين يساهم بنسبة (23.8%) من التغييرات التي تحدث على رأس المال الزبائني للمؤسسة، وهي قدرة ضعيفة، والباقي (76.2%) يرجع الى عوامل أخرى. كذلك نلاحظ من الجدول السابق ان قيمة معامل الانحدار لبعث تمكين العاملين بلغت (1.269)، وهذا معناه انه بزيادة وحدة واحدة من تمكين

العاملين تؤدي الى الزيادة في رأس المال الزبائني بقيمة 1.2.69، أما قيمة الحد الثابت فبلغت 10.363 وهذا يعني انه إذا انعدم تمكين العاملين تكون قيمة المتغير التابع رأس المال الزبائني (10.36). الحد الثابت وبعد تمكين العاملين لهما معنوية إحصائية الاحتمال الحرج لهما أقل من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يعني أن تمكين العاملين لها اثر معنوي على رأس المال الزبائني لدينا قيمة sig لاختبار F تساوي 0.002 وهي اقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يعني ان قيمة F المحسوبة (10.919) اكبر من الجدولية، وعليه نقبل الفرض البديل الذي مفاده ان النموذج مناسب لتمثيل العلاقة بين بعد تمكين العاملين ورأس المال الزبائني. انطلاقا من نتائج التحليل السابق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد تمكين العاملين ورأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار.

خلاصة :

تم التطرق في هذا الفصل الى تحليل نتائج الدراسة الميدانية التي تناولت مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- حيث تم إسقاط المفاهيم النظرية على الدراسة التطبيقية من خلال أبعاد تقيس متغيرات الدراسة ممثلة في كل من المتغير المستقل الثقافة التنظيمية والمتغير التابع رأس المال الزبائني، مع اختبار الفرضيات للتأكد من صحتها وعدمها، للوصول في الأخير الى انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.5$) بين الثقافة التنظيمية و رأس المال الزبائني تبرز مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني.

خاتمة

خاتمة :

يعتبر موضوع الثقافة التنظيمية ورأس المال الزبائني من المواضيع الهامة التي لقيت اهتمام في الآونة الأخيرة، فالثقافة التنظيمية هي أداة فعالة في توجيه سلوك العاملين ومساعدتهم على أداء أعمالهم بصورة أفضل، أما رأس المال الزبائني يعتبر من أهم العناصر التي تساعد على تطور المؤسسة و تحقيق أهدافها، حيث ان المنظمة التي تتمتع بثقافة تنظيمية قوية تكون مصدر فخر واعتزاز العاملين فهي تحقق مكانة مرموقة في المجتمع.

نتائج الدراسة:

1- نتائج الجزء النظري:

- تتكون الثقافة التنظيمية من مجموعة القيم والمعتقدات والمعايير التنظيمية المشتركة بين أعضاء المنظمة الواحدة.
- لكل منظمة ثقافة تنظيمية تميزها عن غيرها من المنظمات، حتى لو كانت تعمل في نفس القطاع.
- التركيز على ان توطيد العلاقة مع الزبائن هي مسؤولية مشتركة لجميع العاملين في المؤسسة.

2- نتائج الجزء التطبيقي:

- وبناء على ما سبق توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي متمثلة في الآتي:
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية تبرز مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد احترام العاملين و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد المشاركة في صنع القرارات و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد التعلم التنظيمي و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد التعاون بين زملاء في العمل و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
 - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين بعد تمكين العاملين و رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر - وكالة ادرار عند مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

التوصيات:

- من خلال هذه الدراسة يمكن الوقوف على التوصيات التالية :
- يجب إشراك العمال في صنع القرارات ومنحهم المجال لإبراز قدراتهم.
 - يجب تقديم مكافأة للعمال المبادرين لتقديم طرق أبداعية في العمل.

- يجب مناقشة التجارب السابقة والأخطاء ليستفيد منها الجميع.

أفاق الدراسة :

من خلال هاته الدراسة المتمثلة في مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني تم الوقوف على مجموعة من النتائج الايجابية المتعلقة بموضوع الدراسة، ولكن تبقى مجموعة من النقاط التي قد أغفلت بسبب الإطار الزمني المحدود للدراسة، كذلك تعتبر أداة جمع البيانات والمتمثلة في الاستبانة هي أداة غير كافية لجمع البيانات، حيث أن هناك أدوات أكثر دقة وهي الملاحظة والمقابلة وبالتالي، وفي هذا المجال نقترح دراسات مستقبلية في المجالات التالية :

- دور رأس المال زبائني في تحقيق الميزة التنافسية
- العلاقة بين إدارة المعرفة و رأس المال الزبائني في مؤسسة موبيليس
- علاقة الثقافة التنظيمية برأس المال الفكري

قائمة المراجع

الكتب:

1. حسين حريم. (2009). السلوك التنظيمي سلوك الافراد والجماعات في منظمات الاعمال (المجلد 3). عمان: دارالحامد.
2. ماجد عبد المهدي مساعدة. (2016/2018). السلوك التنظيمي (المجلد 2/1). عمان: دار المسيرة.

المذكرات:

3. بن كحول محمد. (2019-2020). ابعاد الثقافة التنظيمية وعلاقتها بتنمية سلوك
4. المواطنة التنظيمية . كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، علم النفس. المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
5. عبد القادر. (2018/2019). الثقافة التنظيمية واثرها على فعالية التنظيم. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، علم النفس. المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
6. عيساوي وهيبة. (2011/2012). اثر الثقافة التنظيمية على الرضا الوظيفي . كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير ، حوكمة الشركات. تلمسان: جامعة ابو بكر بلقايد.

المجلات:

7. اكرم احمد الطويل واخرون. (2012). دور ابعاد راس المال الزبائني في تعزيز استراتيجيات الريادة لمنظمات الاعمال. مجلة الادارة والاقتصاد .
8. اكرم احمد الطويل، ندى عبد الباسط، احمد عوني احمد عمر اغا. (2012). دور ابعاد راس المال الزبائني في تعزيز استراتيجيات الريادة لمنظمات الاعمال. مجلة الادارة والاقتصاد .
9. بن زيان ايمان، بوسعد زكية. (2012, 06 02). دور استراتيجية التمكين في تعزيز راس المال الزبائني. مجلة الاقتصاد الصناعي ، صفحة 165.
10. حسام قرني احمد. (يونيو، 2018). دور الثقافة التنظيمية في تعزيز مظاهر الالتزام التنظيمي. المجلة العربية للادارة، العدد 2 .
11. رحمون رزيقة وشنشونة محمد. (2015, 12). مساهمة ابعاد راس المال الزبوني في تدعيم الميزة التنافسية. اباحات الاقتصادية وادارية .
12. مزهود عبد الحميد و احمد قايد نور الدين. (2017). قياس مردودية راس المال الزبوني كحل الاشكالية تمويل مرحلة التطوير بالنسبة للمشايخ الصغيرة. مجلة العلوم الانسانية .
13. مزيرق عاشور ويوسف احمد. (2017). راس مال الزبون كالية لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية . مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية .
14. موقع بريد الجزائر www.poste.dz



الملاحق

الملحق (1): استبانة الدراسة



جامعة العقيد احمد دراية- ادرار
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

سيدي المحترم/ سيدتي المحترمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، تحية طيبة وبعد:

نرجو التفضل بإعطائنا جزءا من وقتكم الثمين للإجابة على أسئلة هذه الاستبانة التي تم إعدادها للتعرف على "مساهمة الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني- دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار"، وهو عنوان لمذكرة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص إدارة الأعمال. إن تعاونكم سيكون سببا في نجاح هذه الدراسة و الوصول إلى نتائج مفيدة، كما نحيطكم علما أن المعلومات الواردة في هذه الاستبيان ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط. شاكرين لكم حسن تعاونكم، وتفضلوا بقبول فائق التحية والاحترام والتقدير.

المحور الأول : البيانات الشخصية

| | | | | |
|------------------------------------|--|----------------------------------|---|---|
| | | 1/ النوع : | <input type="checkbox"/> ذكر | <input type="checkbox"/> أنثى |
| | | 2/ العمر : | <input type="checkbox"/> من 20 الى 30 سنة | <input type="checkbox"/> من 31 سنة الى 40 سنة |
| | | | <input type="checkbox"/> من 41 الى 50 سنة | <input type="checkbox"/> أكثر من 50 سنة |
| | | 3/ المؤهل العلمي : ثانوي فما اقل | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> بكالوريا |
| | | جامعي | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> دراسات عليا |
| | | 4/ الخبرة : | <input type="checkbox"/> اقل من 5 سنوات | <input type="checkbox"/> من 5 الى 10 سنوات |
| | | | <input type="checkbox"/> من 11 الى 15 سنة | <input type="checkbox"/> أكثر من 15 سنة |
| | | 5/ المسمى الوظيفي : | | |
| <input type="checkbox"/> عون إداري | <input type="checkbox"/> أعوان التنفيذ | <input type="checkbox"/> إطار | <input type="checkbox"/> رئيس قسم | <input type="checkbox"/> رئيس مصلحة |

ملاحظة : ضع علامة (x) أمام إجابتك

المحور الثاني : أبعاد الثقافة التنظيمية

| رقم العبارة | العبارات | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|---------------------------------|---|------------------|-----------|-------|-------|------------|
| احترام العاملين | | | | | | |
| 1 | تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- الى تكريس مبدأ الاحترام المتبادل بين الرؤساء والمرؤوسين. | | | | | |
| 2 | تراعي مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- الفروق الفردية بين العاملين في توزيع المهام. | | | | | |
| 3 | تتعاطف مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- مع الظروف الطارئة التي قد تحدث للموظف. | | | | | |
| 4 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- على توفير القدر الكافي من التقدير والاحترام للعاملين. | | | | | |
| المشاركة في صنع القرارات | | | | | | |
| 5 | تقوم مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- بإشراك مختلف الفئات العمالية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل. | | | | | |
| 6 | تحرص مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- على أن تكون مشاركة عمالها في اتخاذ القرارات مشاركة فعلية. | | | | | |
| 7 | تلتزم مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- بتنفيذ القرارات التي يتم الاتفاق عليها مع العاملين. | | | | | |
| 8 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- على مكافأة العمال المبادرين لتقديم طرق إبداعية في العمل. | | | | | |
| التعلم التنظيمي | | | | | | |
| 9 | تساعد مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- الموظفين على اكتساب المهارة اللازمة لأداء مهامهم. | | | | | |
| 10 | تحرص مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- على مناقشة التجارب السابقة والأخطاء ليستفيد منها الجميع. | | | | | |
| 11 | توفر مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- اطار عمل يساعد على التعلم وتطوير القدرات والمهارات. | | | | | |
| 12 | تتميز مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- بهيكل تنظيمي يساهم في تدفق المعارف بين المستويات بشكل سلس. | | | | | |
| التعاون بين زملاء العمل | | | | | | |
| 13 | يحرص عمال مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- على التعاون فيما بينهم لمواجهة مختلف المشاكل التي تطرأ أثناء أداء المهام. | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------|--|--|--|--|--|----|
| | | | | | تعمل مختلف فرق العمل في مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على تقديم الدعم للعمال الجدد. | 14 |
| | | | | | تسود روح الصداقة في مختلف العلاقات التي تربط عمال مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - فيما بينهم. | 15 |
| | | | | | تعمل فرق العمل في جو يسوده التضامن والتعاون داخل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - . | 16 |
| تمكين العاملين | | | | | | |
| | | | | | تتيح مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - فضاء كافي للعمال من اجل اجراء التغييرات التي تهدف الى تطوير اداء المؤسسة. | 17 |
| | | | | | تتمتع مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - الحرية الكاملة للعمال من اجل التعامل مع المشكلات التي قد تواجههم اثناء العمل. | 18 |
| | | | | | تسمح مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - بتوفير الظروف المساعدة على تغير طرق العمل اذا رغب الموظفون في ذلك. | 19 |
| | | | | | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على ترقية العمال المبدعين في عملهم. | 20 |

المحور الثالث : أبعاد رأس المال الزبائني

| رقم العبارة | العبارات | غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|-------------------------|---|-----------------|-----------|-------|-------|------------|
| رضا الزبون | | | | | | |
| 21 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على أرضاء زبائنها باستمرار . | | | | | |
| 22 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على تجديد منتجاتها بما يتوافق مع تطلعات الزبائن . | | | | | |
| 23 | تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - الى تقديم منتجات متنوعة بما يتوافق مع مختلف فئات الزبائن . | | | | | |
| 24 | تحرص مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على معالجة مشاكل وشكاوي الزبائن وتسعى الى حلها . | | | | | |
| 25 | تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - الى زيادة عدد الشبابيك والفروع من اجل تسريع وصول الخدمة للزبائن . | | | | | |
| الاحتفاظ بالزبون | | | | | | |
| 26 | تمنح مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - مزايا إضافية لزبائنها الدائمين تميزهم عن غيرهم . | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|--|--|--|--|----|---|
| | | | | | 27 | تهتم مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - بالاحتفاظ بعلاقة طيبة مع زبائنها. |
| | | | | | 28 | تتميز مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - بمصداقية عالية في التعامل مع زبائنها. |
| | | | | | 29 | توفر مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - شباك خاص بتقديم خدمات ما بعد البيع لزبائنها. |
| | | | | | 30 | تقوم مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - بدراسات استطلاعية بصفة دورية للتعرف على احتياجات ورغبات الزبائن. |
| ولاء الزبون | | | | | | |
| | | | | | 31 | تبحث مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - باستمرار على توفير خدمات جديدة لزيادة ولاء الزبائن. |
| | | | | | 32 | تعتبر مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - ان الزبون الموالي لها بمثابة شريك فتقبل اقتراحاته وانتقاداته. |
| | | | | | 33 | توفر مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - اعتبارات خاصة للزبون الموالي الذي يقوم بتكرار طلب الخدمة. |
| | | | | | 34 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على كسب ولاء زبائنها من خلال تحسين المكانة الذهنية لمنتجاتها لديهم. |
| | | | | | 35 | ترى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - ان الزبون الموالي لها يساهم في تخفيض الجهد التكلفة المترتبة على العملية التسويقية. |
| تطوير العلاقة مع الزبون | | | | | | |
| | | | | | 36 | توفر مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - خط خاص باستقبال انشغالات الزبائن في حينها. |
| | | | | | 37 | تتيح مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - الفرصة الكافية لزبائنها للتعرف على الخدمة قبل طلبها. |
| | | | | | 38 | تعمل مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - على مشاركة زبائنها في اتخاذ الحلول المناسبة للمشاكل التي تقع بين الطرفين. |
| | | | | | 39 | تسعى مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - الى جمع القدر الكافي من المعلومات الخاصة بالعادات الاستهلاكية للزبائن من اجل توفير العروض المناسبة لهم. |
| | | | | | 40 | تقوم مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار - بتدعيم مختلف التظاهرات التي تقام داخل محيطها الاجتماعي. |

شكرا على حسن تعاونكم

الملحق رقم (2) : مخرجات برنامج spss

1/ اختبار معامل ألفا كرونباخ

لأبعاد الثقافة التنظيمية:

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .886 | 20 |

لأبعاد رأس المال الزبائني:

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .849 | 20 |

للإستبانة ككل:

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .921 | 40 |

2/ نتائج اختبار الانحدار البسيط:

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .740 ^a | .548 | .535 | 1.68997 |

a. Predictors: (Constant), الثقافة التنظيمية

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 121.320 | 1 | 121.320 | 42.479 | .000 ^b |
| | Residual | 99.960 | 35 | 2.856 | | |
| | Total | 221.280 | 36 | | | |

Dependent Variable: جراس المال الزبائني²
b. Predictors: (Constant), الثقافة التنظيمية

ملخص

هدفت هذه الدراسة الى محاولة معرفة دور الثقافة التنظيمية في تعزيز رأس المال الزبائني في منظمات الأعمال كما ان مستوى الثقافة التنظيمية مرتفع كلما ارتفع رأس مالها، وهو الهدف الذي تسعى إليه منظمات الأعمال. ومن هنا تم اختيار مؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار- كنموذج للدراسة التطبيقية ومحاولة الاجابة على إشكالية الدراسة.

وبغية تحقيق ذلك تم إعداد وتوزيع استبانة على عينة من مجتمع الدراسة والتي كان حجمها 112 فرد، تم استرجاع 38 استبانة صالحة للمعالجة. وباستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS تم تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، ولغرض اختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على أسلوب الانحدار البسيط. وقد خلصت الدراسة الى نتيجة مفادها انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 للثقافة التنظيمية على رأس المال الزبائني لمؤسسة بريد الجزائر-وكالة ادرار-

كما أوصت الدراسة بضرورة ان تتولى إدارة المؤسسة اهتماما خاصا بتوفير عناصر الثقافة التنظيمية باعتبارها متغير هاماً يؤدي الى ارتفاع الروح المعنوية للعمال وزيادة التزاماتهم للمؤسسة.
الكلمات المفتاحية: الثقافة التنظيمية، رأس المال الزبائني، مؤسسة بريد الجزائر.

Study Summary:

This study aimed to try to know the role to know the role of organizational culture in enhancing customer capital in business organizations, and the level of organizations culture is high the higher its capital, which is the goal that business organizations seek. Hence, the choice of Algeria Post corporation- Adrar Agency- as a model for applied study and an attempt the answer to the problem of the study.

In order to achieve this, a questionnaire was prepared and distributed to a sample of the study population, whose size was 112 individuals, and 38 valid questionnaires were retrieved for treatment. Using the statistical package social sciences spss program, the answers of the study sample members were analyzed, and for the purpose of testing the study s hypotheses, it was relied on the study concluded that there is a statistically significant effect at the 0.05 level of organizational culture on the customer capital of Algiers Pos-Adrar Agency.

The study also recommended that the organizations management should pay special attention to providing the element to organizational culture as an important variable that leads to a higher morale of workers and an increase in their commitments to the institution.

Keywords: organizational culture, customer capital, Algeria Post.