

تقييم أثر بعض أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية

محمد منصور أبو جليل *

ملخص

تهدف الدراسة إلى تقييم أثر أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية، تكونت العينة من (102) مستجيب من مديري المبيعات ومندوبي البيع ومدراء دوائر التسويق ووكلاء ووسطاء التأمين والكوادر التسويقية العاملة في تسويق وبيع وثائق التأمين في شركات التأمين الأردنية المدرجة في بورصة عمان. وتم استخدام الأسلوب الوصفي والتحليلي واختبار الانحدار الخطي المتعدد والبيسيط في اختبار الفرضيات. وتوصلت الدراسة إلى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الصحة التنظيمية المتمثلة بـ(وضوح الهدف، الثقة، الإبداعية، التماسك، وملاءمة الاتصالات) على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية، كما أظهرت النتائج أن مستوى تقييم أبعاد الصحة التنظيمية وأداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية، كان بدرجة مرتفعة باستثناء بعد ملاءمة الاتصالات فقد جاء بدرجة متوسطة. وأوصت الدراسة بقيام شركات التأمين الأردنية بأخذ دورها في زيادة الاهتمام بأبعاد الصحة التنظيمية وتعزيزها لما لها من أثر في تحسين أداء مندوبي المبيعات والتسويق، واستمرارها في تطوير مقاييس لكل بُعد من أبعاد الصحة التنظيمية وربطها بالأداء التسويقي حتى تتمكن من تحديد نقاط القوة للعمل على تعزيزها، ونقاط الضعف لمعالجتها.

الكلمات الدالة: أبعاد الصحة التنظيمية، أداء مندوبي المبيعات والتسويق، شركات التأمين الأردنية.

المقدمة

البشري تتزايد قيمته وأهميته، الأمر الذي يؤكد يفرض على المديرين زيادة الاهتمام بهذا العنصر والعمل على تحسين المعارف والقدرات المعنوية لديهم.

تُعد الصحة التنظيمية من أهم الأساليب والسبل التي يمكن من خلالها إحداث تأثير مباشر في الأفراد العاملين، حيث إنها ترفع من مستواهم أثناء قيامهم بأداء واجباتهم وتثير لديهم رغبة على إنجاز الأعمال المطلوبة. لذلك فإن الأهمية التي يجب أن تتأهلها الصحة التنظيمية تكون نابعة من أهمية العنصر البشري الذي يتطلب من منظمات الأعمال القيام باستثماره بأقصى كفاءة لتحقيق أهدافه الخاصة وأهداف المنظمة، وكذلك تحقيق أهداف المجتمع المتمثلة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ومن جهة أخرى فإن الهدف الذي تسعى إليه منظمات الأعمال هو تحقيق أعلى معدلات من الأداء بكفاءة وفاعلية، لذا يمكن النظر إلى أداء مندوبي المبيعات والتسويق على أنه الهدف الأساسي والمبرر لوجود هذه المنظمات، إذ أن الأداء

إن توافر المناخ التنظيمي الصحي في ظل وجود تغيرات بيئية متسارعة التي تعيش فيها منظمات الأعمال والتغيرات التكنولوجية الكبيرة، يفرض عليها الإبداع والتطوير لكون الإبداع هو مفتاح أي تقدم أو رقي.

ولكون المناخ التنظيمي يمثل وصفاً لخصائص بيئة العمل، فإن سلوك العاملين حتماً سوف يتأثر بالمناخ السائد، وسيعطيهم الفرصة لنمو طاقاتهم الإبداعية ويشجعهم على التجديد ويمنحهم مجالاً أوسع في أداء الأعمال المطلوبة منهم، فهم يشكلون أحد أهم موارد منظمات الأعمال، فالعنصر

* قسم التسويق، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا.

islyzd@yahoo.com.

تاريخ استلام البحث 2016/3/21 وتاريخ قبوله 2017/6/29.

والمتمثلة بـ(وضوح الهدف، الثقة، الإبداعية، التماسك، وملاءمة الاتصالات) على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية؟

أهداف الدراسة

1. تحديد مستوى أبعاد الصحة التنظيمية وأداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.
2. تقييم أثر أبعاد الصحة التنظيمية والمتمثلة بـ(وضوح الهدف، الثقة، الإبداعية، التماسك، وملاءمة الاتصالات) على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتطرق لبحث أحد المفاهيم الإدارية والتنظيمية الجديدة خصوصاً في شركات التامين التي تسعى إلى تبني استراتيجيات مهتمة بالأفراد العاملين والشركة وتعزيز المساهمة في العمل وفي القيمة المضافة لأثر أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية. وتبرز تلك الأهمية عملياً في كونها محاولة يمكن من خلالها الخروج بتوصيات عملية من الممكن أن تتبناها شركات التامين الأردنية والتي يمكن لها أن تستفيد من نتائج هذه الدراسة. كما يمكن أن تقدم هذه الدراسة للقائمين على إدارة شركات التامين الأردنية تصورات واضحة عن مدى توافر أبعاد الصحة التنظيمية في شركاتهم ليتمكنوا من اتخاذ الإجراءات المناسبة، وذلك من أجل تحسين مستويات أداء مندوبي المبيعات والتسويق وتقويمها في ضوء هذه الأبعاد.

فرضيات الدراسة

تستند الدراسة إلى الفرضية العدمية الآتية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لأبعاد الصحة التنظيمية المتمثلة بـ(وضوح الهدف، الثقة، الإبداعية، التماسك، وملاءمة الاتصالات) على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية.

يتحدد ضمن ثلاثة مواقع تتمثل بأداء الأفراد في منظمة الأعمال وأداء منظمة الأعمال في إطار سياساتها العامة، وأدائها في إطار البيئة المحيطة التي تعمل فيها.

لذلك يجب أن يكون هناك علاقة بين أبعاد الصحة التنظيمية وبين أداء مندوبي المبيعات والتسويق لان عدم توافر أبعاد الصحة التنظيمية الملاءمة يؤثر سلباً على أدائهم، فالحاجة باتت ملحة إلى توافر هذه الأبعاد لتساعد على تحسين أداء هؤلاء المندوبين في ظل توافر مناخ تنظيمي صحي يساعد على التطور الذاتي لهم ويرفع من مستوى رضاهم عن العمل ويخلق نوعاً من التحدي لديهم ويحفزهم للإبداعية ويرفع من معنوياتهم ومن مستوى أدائهم.

مشكلة الدراسة

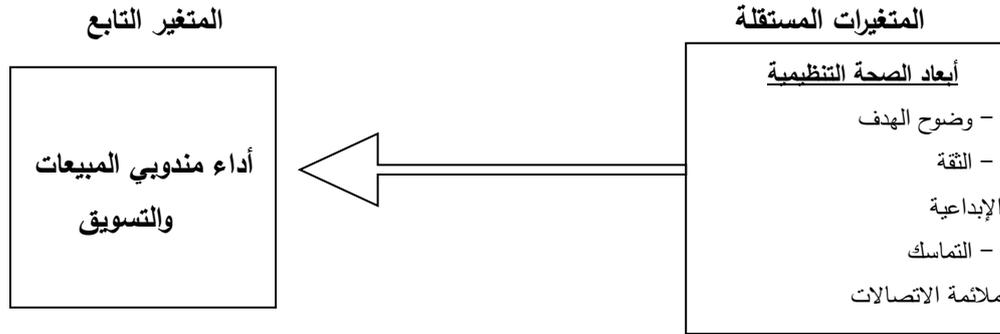
يمثل المناخ التنظيمي بيئة العمل الداخلية بمختلف متغيراتها وخصائصها وتفاعلاتها، وهو يلعب دوراً كبيراً في نجاح شركات التامين الأردنية في تحقيق أهدافها، كما انه يسهم في تعزيز السلوك الأخلاقي والوظيفي من ناحية تشكيل وتعديل وتغيير القيم والعادات والاتجاهات والسلوك وفي تحسين أداء مندوبي المبيعات والتسويق.

ومن هنا يمكن القول إن المناخ التنظيمي يمثل شخصية شركات التامين الأردنية بكل أبعادها، وإن نجاحها في خلق المناخ الملائم لمندوبي المبيعات والتسويق من شأنه أن يشجع على خلق أجواء عمل هادفة تعزز سبل الثبات والاستقرار لهم وللشركة على حد سواء إذ إن هؤلاء المندوبين في البيئة التنظيمية الفاعلة يشعرون بأهميتهم في العمل وقدرتهم على المشاركة في اتخاذ القرار والإسهام في رسم السياسات والخطط ويسود شعور بالثقة بينهم وبين الإدارة. وبناءً على ذلك فقد تحددت مشكلة الدراسة بالإجابة عن الاسئلة الآتية:

- السؤال الأول: ما مستوى أبعاد الصحة التنظيمية في شركات التامين الأردنية من وجهة نظر أفراد العينة ؟
- السؤال الثاني: ما مستوى أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية من وجهة نظر أفراد العينة ؟
- السؤال الثالث: هل يوجد أثر لأبعاد الصحة التنظيمية

نموذج الدراسة

المتغيرات المستقلة



الشكل (1) نموذج الدراسة

المصدر: تم بناء وتطوير نموذج الدراسة وفق المتغيرات المستقلة المكونة من الأبعاد الواردة في الشكل رقم (1)، إذ تم اختيار خمسة متغيرات من أبعاد الصحة التنظيمية الإحدى عشرة التي قدمها مايلز (Miles) عام 1969، واعتمد الباحث على المراجع والدراسات الآتية في صياغة أسئلة الاستبانة:

تعريف المصطلحات

الصحة التنظيمية: هي قدرة شركات التأمين الأردنية على إحداث درجة من التكيف والنمو والتطور والعمل بكفاءة، من خلال إيجاد نظام تسويقي شامل ومتكامل لتحقيق أهدافها المطلوبة. وأبعاد الصحة التنظيمية التي قدمها مايلز (Miles) هي أحد عشر بعداً، اختار منها الباحث خمسة أبعاد كمتغيرات مستقلة، وهي على النحو الآتي:

1. وضوح الهدف: وهي تشير إلى المدى الذي يشعر به المسوقون في شركات التأمين الأردنية بقبولهم للأهداف والغايات التي يسعون إلى تحقيقها واعتبارها ملائمة وممكنة التحقق، وكذلك حاجتهم إلى تجنب المواقف الغامضة وإلى إي مدى يمكن لهم إدارة تلك المواقف من خلال التزود بأنظمة وتعليمات واضحة.

2. الثقة: العمل على خلق وتعميق الثقة بين المسوقين وبين شركة التأمين التي يعملون فيها في القول والعمل، مما يوفر مناخاً صحياً لكافة مندوبي المبيعات والمسوقين، بالإضافة إلى تعميق التعاون بين الإدارة وبين مندوبي المبيعات والمسوقين من خلال تطبيق سياسات تنظيمية عادلة، تستند إلى معلومات دقيقة وصادقة وذات موثوقية عالية.

3. الإبداعية: أي قدرة شركات التأمين الأردنية على تبني

الجدول رقم (1): المصادر والمراجع لمتغيرات الدراسة

المتغير	المصدر والمرجع الذي تم الاعتماد عليه
المتغيرات المستقلة	دراسة الصرايرة والطيط (2010) ودراسة الحوامدة، وأبو شتال، (2011) ودراسة الضلاعين، (2012)
المتغير التابع	دراسة المرابات، (2011)، ودراسة الحجايا والكريمين، (2012)

حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

- 1. الحدود المكانية:** شركات التأمين الأردنية.
- 2. الحدود البشرية:** تم اختيار عينة من مديري المبيعات ومندوبي البيع ومدراء دوائر التسويق ووكلاء ووسطاء التأمين والكوادر التسويقية العاملة في تسويق وبيع وثائق التأمين في شركات التأمين الأردنية.
- 3. الحدود الزمانية:** تم إجراء الدراسة وتعبئة الاستبانات الخاصة بها خلال الفترة الواقعة ما بين شهر تموز 2015 وحتى شهر أيلول 2015.

(2009، ص447).

ومفهوم الصحة التنظيمية يمثل الحالة النشطة واليجابية التي تتميز وتنفرد بها منظمة الأعمال عن غيرها، وتظهر مدى قدرتها على تحقيق حالة من التنسيق والتكامل بين أقسامها المختلفة واستخدامها الأمثل لمواردها المتاحة، واستجابتها للتغيرات والتطورات التي تحصل في البيئة الخارجية، وتوفيرها لبيئة عمل داخلية مناسبة في إطار من الكفاءة والفاعلية (Srivastav, 2008, p:125).

فالصحة التنظيمية تتمثل برؤية العاملين وإدراكهم لخصائص التنظيم المحيط والمؤثر بهم، وهو بذلك المحصلة النهائية لوجهات نظرهم في البيئة التنظيمية، والتي تدفع منظماتهم إلى الاستمرار في البيئة التي تعمل بها، وذلك باستخدام قدراتها في التغلب على الصعوبات التي تواجهها (الصرايرة والطيط، 2010، ص100).

ويشير (الحوامدة وأبو شتال، 2011، ص1812) إلى أن الصحة التنظيمية هي " حالة منظمة الأعمال التي يتوافر فيها البيئة والمكان الذي يسهم بأداء العمل بنجاح والوصول إلى مستويات أداء تحقق التوقعات على المدى البعيد، الذي ويمكن أن يكون له انعكاس على انخفاض معدلات الغياب عن العمل، وتقليل دوران العمل، والشكاوى"، ولتفعيل الصحة التنظيمية في منظمة الأعمال لا بد من الاهتمام بمصدرين لها هما:

1. نمط القيادة والسلوك الفردي: وذلك من خلال توجيه الرؤية وتوسيعها، وتمكين الأفراد العاملين من العمل بحرية وإبداع، وحل الصراعات بعدالة، وتشجيع التطور والتعلم، ومعاملة كل شخص باحترام، وأن تكون القيادة داعمة للعاملين وقادرة على تلبية حاجاتهم وجديرة بثقتهم.

2. الممارسات التنظيمية: وهذه الممارسات تتمثل في توضيح أهداف المنظمة وتشجيع مشاركتهم في اتخاذ القرارات، ومنح المكافآت بعدالة وتوفير التجهيزات الملائمة لإنجاز العمل، وتشجيع تبادل المعرفة والاتصالات.

ويرى الباحث أن الصحة التنظيمية تعكس مقدرة شركات التامين على توفير بيئة العمل المناسبة والصحية والمبدعة والخالية من الصراعات بين مندوبي المبيعات والتسويق، والتي تبعث على التكيف والتكامل والتماسك بينهم، وبالتالي يمكن تسخير طاقاتهم واستغلالها لإنجاز الأعمال والواجبات المطلوبة

واستحداث إجراءات وأساليب تسويقية جديدة تحركها نحو تحقيق أهداف جديدة، مع تنوع في خدماتها التأمينية، أي ميل هذه الشركات إلى النمو والتطور والتميز بدلاً من بقائها أسيرة الرتابة والنمطية المغلقة، إضافة إلى قدرتها على توفير بيئة تنظيمية تمكن مندوبي المبيعات والموسيقين من انجاز أعمالهم بطريقة إبداعية.

4. التماسك: هو مقدار المشاعر الايجابية التي يكنها مندوبو المبيعات والموسيقون في شركات التامين الأردنية لبعضهم البعض، ومدى حرصهم ورغبتهم في البقاء والاستمرار فيها، وتتوقف درجة التماسك على قوة تجاذب مندوبو المبيعات والموسيقين في الجماعة.

5. ملاءمة الاتصالات: وهي تعبير عن درجة تداول المعلومات والأفكار ودرجة انتقالها أفقياً وعمودياً بين مندوبي المبيعات والموسيقين في شركات التامين وذلك من خلال النقاشات والمراسلات والبرامج الإعلامية ولوحات الإعلانات.

أداء مندوبي المبيعات والتسويق: هو الجهد الذي يبذله مندوبو المبيعات والتسويق لتحقيق أهداف الشركة وإتمام المهام والمتطلبات المكونة لوظيفتهم البيعية والتسويقية، وهو يشكل ناتجاً نهائياً لمحصلة كافة الأنشطة التي يمارسونها ومسؤولياتهم التي تكلفهم بها شركات التامين الأردنية في ضوء التفاعل مع عناصر البيئة الخارجية.

الأدب النظري للدراسة

مفهوم الصحة التنظيمية

لقد تم الحديث عن مفهوم الصحة التنظيمية لأول مرة من قبل مايلز (Miles) عام 1965 و 1969، إذ لجأ مايلز إلى استخدام استعارة الصحة البشرية للتعبير عن الصحة التنظيمية، وهو يعني بذلك قدرة منظمة الأعمال على العمل بكفاءة وفاعلية والنمو لتصبح منظومة تعمل بملء طاقتها لكي يستمر عملها في البيئة المحيطة، وأن تقوم باستخدام كافة قدراتها لضمان ديمومتها واستمراريتها وبقائها، ويتكون مفهوم الصحة التنظيمية من أحد عشر بعداً هي: وضوح الأهداف، والثقة التنظيمية، والمعنويات، والتكيف، وتسخير الموارد، وتوازن السلطة، والتماسك، وملاءمة الاتصالات، والإبداع، وملاءمة أسلوب حل المشكلات، والاستقلالية (نيجاد،

الذي يُكنه مندوبو المبيعات والتسويق لبعضهم البعض، ومدى حرصهم ورغبتهم في البقاء والاستمرار في الشركة، لأن نجاحها يعتمد على العلاقات الاجتماعية الصحية بين الجماعات ويحرصون على أنفسهم وشركتهم وتسودهم علاقات الثقة المتينة ويلتقون عند الهدف المنشود ويحافظون على التوازن السليم بين حياتهم بالعمل وخارجه، أي عملهم بروح العمل الجماعي (عبد الباقي، 2011، ص160).

5. ملاءمة الاتصالات: وهي التعبير عن مستوى ودرجة تداول الأفكار والمعلومات بين مندوبي المبيعات والتسويق، وذلك من خلال النقاشات والمراسلات والبرامج الإعلامية ولوحات الإعلانات، وملاءمة الاتصال تشمل كافة أنواع الاتصالات الأفقية والرأسية والاتصالات الهابطة من مدراء الإدارة العليا إلى العاملين، والاتصالات الصاعدة من العاملين إلى الإدارة العليا، والاتصالات الأفقية بين المستويات الإدارية (القيوتي، 2010).

ويرى الباحث بأن أبعاد الصحة التنظيمية تلعب دوراً مهماً في عملية تحسين مستويات الأداء لمندوبي المبيعات والتسويق، وأنها مؤشر مهم يمكن من خلاله قياس مدى رضاهم عن أداء خدمات التأمين، ومن خلاله يمكن للإدارة العمل على تحفيز هؤلاء المندوبين وتوجيههم نحو أهداف الشركة التنظيمية وضبط سلوكهم وجعله يصب في مصلحتها.

تقييم الصحة التنظيمية لشركات التأمين

يتم تقييم الصحة التنظيمية للشركات وفقاً لمجموعة من القوائم المرجعية تعرف بقوائم الصحة التنظيمية والتي اهتم بتطويرها عدد من الباحثين باعتبارها أدوات لتقييم وتشخيص صحة الشركات يستخدمها الإداريون والعاملون معا لتحليل جودة العمل، وهي تقيس أيضاً المتغيرات المتصلة بأدائهم وتتيح الفرصة للتعبير عن الرأي بصراحة ودون خوف من نتيجة ذلك. ونذكر فيما يلي بعض قوائم الصحة التنظيمية: (ناصر وهاشم، 2007، ص16)

1. قائمة مايلز (Miles 1965): يصور مايلز الشركة ذات المستوى الصحي المرتفع بوجود إحدى عشرة خاصية تعكس وضع المدرسة وهي: وضوح الهدف، الاستقلالية، الثقة التنظيمية، حل المشكلات، الإبداعية، المعنويات، التكيف، تسخير الموارد، توازن السلطة، التماسك، ملاءمة الاتصالات.

منهم، في ظل جو من انسجام الأهداف وتناغمها ووضوحها والثقة المتبادلة، ووضوح الأهداف والأنظمة والتعليمات.

أبعاد الصحة التنظيمية

هناك العديد من الأبعاد التي تدل على وجود منظمة أعمال تتمتع بصحة تنظيمية. ولأغراض الدراسة الميدانية فقد استخدم الباحث في دراسته الحالية خمسة أبعاد منها هي:

1. وضوح الهدف: ويمثل هدف منظمة الأعمال "بالنهاية المرغوبة والتي تعمل على تحقيقها، ويعني تحديد الهدف والغرض الفريد لها والذي يميزها عن المنظمات الأخرى" (العلونة وعبيدات 2009، ص 120). وهدف منظمة الأعمال يتمثل بالغاية والسبب في وجودها، إذ إنه لا وجود لها إن لم يكن هنالك أهداف تعبر عن الرؤية المستقبلية، وبالتطبيق على شركات التأمين فإن أهدافها هي نصوص تحدد النتائج التي ترغب الشركة تحقيقها، حيث توجه مواردها وأنشطتها نحوها، والأهداف تنبثق من رسالتها التي يجب أن تكون واقعية وقابلة للتطبيق ويمكن قياسها، وهي أهداف أساسية لتقديم خدماتها، وأهداف على مستوى أقسامها الوظيفية التي تدفع الأفراد إلى الشعور بالارتياح في ظل وجود هياكل تنظيمية وسياسات وإجراءات وبيئة مناسبة لتحسين الأداء (العتيبي، 2005)

2. الثقة: وهي الشعور بالاطمئنان بان السلوك يتطابق مع توقعات مؤكدة لانجاز الأعمال وفقاً لمتطلباتها، وتعبر الثقة التنظيمية عن مستوى التعامل بين الإدارة والعاملين، وللوصول إليها يجب أن تسود حالة من الصدق والصراحة والوضوح والمكاشفة والواقعية بين مندوبي المبيعات والتسويق أنفسهم وبينهم وبين الشركة (Herting, 2012, p: 4).

3. الإبداعية: عرف (Price, 2007, p: 38) الإبداع على أنه "عملية إيجاد أو تبني الأفكار والعمليات والإجراءات والتطبيقات الجديدة المساعدة على إعادة التنظيم والتطوير عند تقديم الخدمات". والإبداع الإداري هو "استخدام مهارات الفرد الشخصية في البحث والتحليل من أجل إيجاد الأساليب الإدارية الجديدة أو القدرة على إيجاد الحلول الابتكارية ومعالجة المشكلات التي تواجه مصلحة منظمة الأعمال" (الحراسيس، 2004، ص36).

4. التماسك: وهو مقدار المشاعر الإيجابية والاحترام

المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة (Durrani, 2011, p: 288). وأن الأداء ينتج عن تفاعل العوامل البيئية، والإمكانات أو القدرة على أداء العمل، إدراك الدور أو المهمة، والدافعية الفردية (Zwick, 2006: 719)

ويعتقد الباحث أنه ومن خلال تفاعل هذه العوامل فيما بينها يتحدد مستوى أداء مندوبي المبيعات والتسويق، بالإضافة إلى توافر الدافعية الفردية لكل فرد ومدى قوة أو ضعف هذه الدافعية، وتهيئة المناخ البيئي للعمل وتوافر الإمكانيات لإنجاز العمل. ولتحقيق مستوى مقبول من الأداء فلا بد من وجود حد أدنى من الإنجاز، لذلك فإنه لا يكفي أن يكون مندوبي المبيعات والتسويق قادرين على العمل وإنما الأهم هو أن تتوفر لديهم الرغبة في العمل الجاد، وهذه الرغبة تتوفر عن طريق تحفيزهم على الأداء الجيد الفعال.

ويعرف الباحث الأداء بأنه مستوى الإنجاز (كمياً وكيفياً ونوعاً)، والذي يُعبّر عن مدى قيام مندوبي المبيعات والتسويق بمسؤولياتهم وواجباتهم واستخدام القدرات والمصادر المتاحة بأفضل صورة ممكنة، ويلتزمون من خلالها بالقواعد، والأنظمة، والإجراءات، وأخلاقيات العمل من أجل تحقيق أهداف شركات التامين.

مؤشرات الحكم على أداء مندوبي المبيعات والتسويق

إن على إدارة الموارد البشرية السعي إلى تحقيق أهدافها بأعلى كفاءة ممكنة، وتعتبر سياسات الاختيار والتعيين والأجور والحوافز وإعداد فئة القادة المدربين مهمات أساسية تعتمد عليها الإدارة الحديثة في تحقيق أهدافها (عبد المحسن، 2006، ص54)، إلا أن تطبيق هذه المهام لا يعتبر كافياً في حد ذاته للتأكد من أن الأفراد سوف يؤدون أعمالهم بالكفاءة المطلوبة لذا، يظهر ضرورة تقييم أداء مندوبي المبيعات والتسويق لمحاولة الحكم على إسهام كل فرد في العملية التسويقية (Lazear, 2010, p: 135).

ويشير (نوار، 2006، ص216) إلى إن المقياس لأداء مندوبي المبيعات والتسويق هو عامل الوقت والذي يتضمن في المدى القصير المؤشرات الآتية:

1. الرضا: يتطلب إدراك منظمة الأعمال كنظام اجتماعي الاهتمام بالمنافع التي يحصل عليها مندوبو المبيعات

2. قائمة هوي وفيلدمان (Feldman & Hoy

1987): تصور هذه القائمة الشركة ذات المستوى المرتفع بأنها التي تتسجم بها المستويات الفنية والإدارية والمؤسسية، كما أن الشركة هي كغيرها تعتبر من النظم الاجتماعية التي يجب أن تحل أربع مشكلات هي: (التكيف مع بيئتها، وضع وتنفيذ الأهداف، الحفاظ على التماسك داخل الشركة، وخلق ثقافة موحدة والمحافظة عليها).

3. قائمة سادجل (Sadegul 1997): تصور هذه

القائمة الشركة ذات المستوى المرتفع بأنها التي توفر أبعاد الأمان الوظيفي، التكامل البيئي القيادة، والهوية التنظيمية، والمنتج التنظيمي.

أداء مندوبي المبيعات والتسويق

الأداء في اللغة يقابل اللفظة اللاتينية Performer وتعني إعطاء كلية الشكل لشيء ما، والتي اشتقت منها اللفظة الانجليزية Performance التي تعني إنجاز العمل والمهام أو الكيفية التي يبلغ بها التنظيم أهدافه، والأداء يعني " الكيفية التي يؤدي بها العاملون مهماتهم أثناء القيام بالعمليات الإنتاجية والعمليات المرافقة لها، وإجراء التحويلات الكمية والكيفية المناسبة لطبيعة هذه العمليات ولتخزينها وتسويقها حسب البرنامج المسيطر والأهداف المحددة خلال الفترة الزمنية المدروسة" (Luchak & Gellatly, 2007, p:786).

ويرى (Kuvass, 2006, p: 505) أن الإنتاج الإجمالي لمنظمة الأعمال ينتج عن التوفيق بين عدد من العوامل مثل رأس المال والعمل، المعرفة، أما الأداء فانه ينتج بشكل مباشر عن عنصر العمل الذي يتناسب مع قدرات العامل وطبيعة عمله، فالأداء يعكس الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها، وهو يتمثل بالمرجات والأهداف التي تسعى منظمة الأعمال إلى تحقيقها عن طريق الأفراد العاملين فيها.

عرف (درة، 2013، ص77) الأداء على أنه: " عملية التفاعل التي تتم بين السلوك والإنجاز، أو أنه مجموع السلوك والنتائج التي تحققت معاً مع الميل إلى إبراز الإنجاز أو النتائج أو النشاطات". أي أن الأداء درجة إنجاز وإتمام المهمات المكونة لوظيفة الفرد، ويمثل الكيفية التي يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة (Ghebregiorgis & Karsten, 2007, p: 322). ويشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهمات

نتائج الدراسة أهمية الإدارة في البيئة التعليمية، وأثرها في بناء المنظمة المتمتعة بالصحة، كما بينت النتائج وجود أثر للصحة التنظيمية في الحد من ضغوط العمل، وأظهرت كذلك وجود أثر للصحة التنظيمية في تحقيق الرضا الوظيفي.

كذلك أجرى الحوامدة، وأبو شتال، (2011) دراسة هدفت إلى معرفة مدى توافر أبعاد الصحة التنظيمية وتأثيرها في الحد من مصادر ضغوط العمل لدى الأطباء في المستشفيات الحكومية الأردنية في محافظات إقليم الوسط. وأظهرت النتائج أن تصورات العينة لمدى توافر أبعاد الصحة التنظيمية جاءت متوسطة. وتبين وجود علاقة ارتباطية عكسية بين أبعاد الصحة التنظيمية وبين مصادر ضغوط العمل.

وأجرت المرايات، (2011)، دراسة هدفت إلى قياس أثر أخلاقيات الأعمال للمنظمة على السلوك الأخلاقي وأداء رجال البيع للمنتجات الصيدلانية في مدينة عمان. وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى أداء رجال بيع المنتجات الصيدلانية في عمان مرتفع نسبياً، وتبين وجود أثر لأخلاقيات الأعمال للمنظمة وللسلوك الأخلاقي لرجال البيع على أداء رجال البيع للمنتجات الصيدلانية في عمان.

وهدف دراسة الضلاعين، (2012)، إلى تحديد أثر الصحة التنظيمية وكل بعد من أبعادها في تعزيز الدافعية للالتحاق بالعمل لدى العاملين في مؤسسات مالية عامة أردنية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى إدراك العاملين في المؤسسات المالية للصحة التنظيمية وكل بعد من أبعادها جاء متوسطاً، ومرتفعاً بالنسبة لدوافع الالتحاق بالعمل، كذلك تبين وجود أثر هام ذو دلالة إحصائية لمتغير الصحة التنظيمية في دوافع الالتحاق بالعمل.

وأجرى كل من الحجايا والكريمين، (2012) دراسة هدفت إلى التعرف على مستوى توافر الصحة التنظيمية وعلاقتها بالأداء الوظيفي في إقليم جنوب الأردن، وأشارت النتائج إلى إن مستوى توافر أبعاد الصحة التنظيمية في المدارس الحكومية كان متوسطاً، وكان مستوى الأداء الوظيفي لدى معلمي ومعلمات هذه المدارس متوسطاً. وبينت النتائج أيضاً وجود فروق دالة إحصائية في مستوى توافر أبعاد الصحة التنظيمية والأداء الوظيفي.

كذلك أجرى برون (Browne, 2012) دراسة هدفت إلى

والتسويق والمنافع التي يمكن أن تعود على عملائها، وتتضمن مقاييس الرضا معدل الغياب والتأخر والشكاوى.

2. الإنتاج: ويعكس قدرة مندوبو المبيعات والتسويق في منظمة الأعمال على الإنتاج (مهما كان ذلك) بالكمية والنوعية التي تتطلبها البيئة.

3. الكفاءة: وهي نسبة المخرجات للمدخلات، وتستخدم فيها عدة مقاييس مثل تكلفة الوحدة المنتجة والعائد على رأس المال ومعدل الضياع من المواد والمواد الخام وكذلك الوقت الضائع وما شابه ذلك من مؤشرات الكفاءة. وأورد (جون، 2008، ص62) المؤشرات الآتية لأداء مندوبي المبيعات والتسويق:

1. الجودة: وتعني درجة الاتفاق وطبيعة العمل الذي يؤديه مندوبي المبيعات والتسويق، ويشير إلى نوعية العمل المنجز مقارنة مع النوعية المطلوب إنجازها.

2. الكمية: وتعني حجم العمل المنجز في ضوء إمكانات وقدرات مندوبي المبيعات والتسويق لا يقل عنها ويتعداها، ويشير إلى حجم ما تم إنجازه مقارنة بما كان متوقفاً منه.

3. الوقت: ويشير إلى إنجاز العمل المطلوب في الوقت المحدد، لذلك يجب استغلال كل لحظة منه، والوقت أحد المؤشرات التي يستند عليها في أداء أعمال مندوبي المبيعات والتسويق.

4. التكلفة: وتعني معرفة تكلفة تحقيق النتائج المرغوبة من مندوبي المبيعات والتسويق، ودرجة الانحراف الناتج عند مقارنة التكلفة الفعلية مع التكلفة المستهدفة.

الدراسات السابقة

أجرى كل من الصرايرة والطيب (2010) دراسة هدفت إلى معرفة مدى توافر أبعاد الصحة التنظيمية في شركات الاتصالات الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها، وتوصلت الدراسة إلى إن توافر أبعاد الصحة التنظيمية في شركات الاتصالات الأردنية الأربع كان مرتفعاً، باستثناء أبعاد (تسخير الموارد، والتكيف، والثقة، والمعنويات)، التي كان توافرها متوسطاً. وكان أقل الأبعاد توافراً بعد الثقة في شركة أمنية.

وأجرى كل من هوو وكوتكامب (Ho & Kottkamp, 2010) دراسة هدفت إلى الكشف عن علاقة الصحة التنظيمية بمستوى ضغط العمل، والرضا الوظيفي، وبينت

أبعاد الصحة التنظيمية والمتمثلة بـ (وضوح الهدف، الثقة، الإبداعية، التماسك، وملاءمة الاتصالات) على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية على اعتبار أن كثيراً من الدراسات لم تتعرض إليها، ورصد أهم الجوانب المنهجية، كما أسهم البحث على المستوى الإجرائي في تحديد نوع المواد المبحوثة، وصياغة التساؤلات التي تعرض لها في البحث.

منهجية الدراسة وأدواتها

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الميدانية التي اتبع فيها الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي، بهدف تقييم أثر بعض أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية.

مجتمع الدراسة والعينة

يتكون مجتمع الدراسة من شركات التأمين الأردنية المدرجة في بورصة عمان، وقد قام الباحث بدراسة جميع شركات التأمين وعددها (24) شركة، حسب الموقع الرسمي لبورصة عمان للأوراق المالية، www.ase.com.jo تاريخ الدخول، 12-7-2015، وهذه الشركات هي (الشرق الأوسط للتأمين، النسر العربي للتأمين، التأمين الأردنية، التأمين العربية-الأردن، دلنا للتأمين، القدس للتأمين، المتحدة للتأمين، الأردنية الفرنسية للتأمين، الأراضي المقدسة للتأمين، اليرموك للتأمين، المنارة للتأمين، الشرق العربي للتأمين، الأردنية الإماراتية للتأمين، العرب للتأمين للتأمين على الحياة والحوادث، فيلادلفيا للتأمين، الاتحاد العربي الدولي للتأمين، التأمين الوطنية، الأردن الدولية للتأمين، المجموعة العربية الأوروبية للتأمين، التأمين الإسلامية، الضامنون العرب للتأمين، المجموعة العربية الأردنية للتأمين، المتوسط والخليج للتأمين - الأردن، الأولى للتأمين). أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها من مديري المبيعات ومندوبي البيع ومدراء دوائر التسويق ووكلاء ووسطاء التأمين والكوادر التسويقية العاملة في تسويق وبيع وثائق التأمين في شركات التأمين الأردنية المدرجة في بورصة عمان، حيث تم توزيع خمس استبانات في كل شركة من هذه الشركات، أي تم توزيع ما مجموعه (120) استبانة واسترد الباحث (103) استبانات وبنسبة (85.84%) من إجمالي الاستبانات الموزعة، وبعد أن تم فرز الاستبانات تم استبعاد استبانة واحدة لعدم اكتمال

معرفة الضغوط المرتبطة بالعمل وسعادة العاملين تحت ما يسمى بالصحة التنظيمية وذلك باستخدام نموذج منظمات العمل الصحية، وأظهرت النتائج أن (التحسين المستمر والتطوير المهني) كمارسات إدارية وان الإبداع وحل الصراعات كمتغيرات للمناخ التنظيمي وان الالتزام بالتكنولوجيا كقيمة منظمية قد ساهمت جميعها في الحد من ضغوط العمل وعززت الفاعلية التنظيمية.

وهدفت دراسة عيداروس (2013) إلى التوصل إلى درجات إجرائية تسهم في تحسين التعلم التنظيمي كمدخل لتحسين كفايات الذاكرة التنظيمية والصحة التنظيمية في بعض المدارس الثانوية العامة والخاصة بمحافظة الشرقية في مصر، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها: إن الإدارة المدرسية لا تتعامل باحترافية مهنية معهم حيال مقترحات التطوير التنظيمي للمدرسة، مع قلة تعطي أولوية التفويض الإداري رغبة في إعداد كوادر قيادية جديدة بجانب ضعف الاهتمام بشفافية المناقشات حيال التطوير التنظيمي.

كما أجرى جافان (Javan, 2014) دراسة بهدف البحث في العلاقة بين الصحة التنظيمية وتأسيس المدارس ذات الإدارة الذاتية في المدارس الثانوية في مدينة شابهار (إيران). وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن كل بنود الصحة التنظيمية مرتبطة ارتباطاً إيجابياً وبشكل واضح إحصائياً بالمدارس ذات الإدارة الذاتية.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة ومدى

الاستفادة من هذه الدراسات

وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها تحاول تحديد مستوى أبعاد الصحة التنظيمية وأداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية. في حين اهتمت تلك الدراسات بالكشف عن مدى توافر الصحة التنظيمية في المؤسسات التربوية، سواء المدارس الأساسية أو الثانوية، ومنها ما طبق في القطاع الصحي، ومنها ما سعى إلى بناء نموذج للصحة التنظيمية.

ولا شك بأن الباحث استفاد من خلال الإطلاع على هذه الدراسات، في جوانب أضافت أبعاداً مهمة في إجراء هذه الدراسة، وفي وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلة البحث وأهدافه، حيث تطرقت مباشرة إلى تقييم أثر

فقرة، لقياس أبعاد الصحة التنظيمية إذ أن الفقرات من (1 - 5) تقيس بعد وضوح الهدف، والفقرات من (6 - 10) تقيس بعد الثقة، والفقرات من (11-15) تقيس بعد الإبداعية، والفقرات من (16 - 20) تقيس بعد التماسك، والفقرات من (21-25) تقيس بعد ملاءمة الاتصالات. أما الفقرات من (26-35) تقيس المتغير التابع وهو أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية.

صدق أداة الدراسة وثباتها

تم عرض الاستبانة على بعض الأساتذة في الجامعات الأردنية المختصين بعلم الإدارة والتسويق للحكم على مدى صدقها الظاهري وتم بعد ذلك إجراء التعديلات المقترحة من المحكمين قبل توزيعها على عينة الدراسة. كما تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Alpha Cronbach,s)، للتحقق من درجة التناسق والتجانس لأداة والتأكد من ثباتها. وقد بلغت درجة اعتمادية هذه الاستبانة وفقاً لمعيار كرونباخ ألفا (0.971) وهي نسبة عالية وممتازة يمكن الاعتماد عليها لتعميم نتائج الدراسة. ويلاحظ من قيم كرونباخ ألفا (Sekaran, 2010). وكما هو موضح في الجدول (2) بأن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة كانت جيدة وهي مناسبة لأغراض الدراسة.

تعبئتها، وبذلك استقرت العينة على (102) استبانة ونسبة (85.00%) من إجمالي الاستبانات الموزعة.

طرق جمع البيانات

اعتمد الباحث على نوعين من مصادر المعلومات هما المصادر الثانوية، مثل كتب الإدارة والتسويق والمواد العلمية والنشرات والدوريات المتخصصة التي تبحث في موضوع الدراسة، كذلك المصادر الأولية من خلال الاستبانة.

أداة الدراسة

قام الباحث بتصميم استبانة وتطويرها، إذ غطت الفرضيات التي استندت عليها، وباستخدام عبارات تقييمية لتحديد أهمية إجابات العينة المبحوثة. وتم اعتماد مقياس ليكرت (Likart Scale) الخماسي والمكون من خمس درجات وذلك لتحديد درجة الأثر النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة. وقد تكونت الاستبانة من جزأين، وكما يلي:

الجزء الأول: خصص للتعرف على البيانات الشخصية للمستجيبين من عينة الدراسة وشملت (الجنس، العمر، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي).

الجزء الثاني: اشتمل على مجالات من الأسئلة موزعة على متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة المتمثلة بأبعاد الصحة التنظيمية وأداء مندوبي المبيعات والتسويق شركات التأمين الأردنية، وتناول هذا الجزء فقرات الاستبانة وتكون من (25)

الجدول رقم (2) قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي

معامل كرونباخ ألفا %	اسم المتغير	تسلسل الفقرات
82.9	وضوح الهدف	5-1
86.6	الثقة	10-6
88.5	الإبداعية	15-11
92.3	التماسك	20-16
92.9	ملاءمة الاتصالات	25-20
91.2	أداء مندوبي المبيعات والتسويق	35-26
97.1 %	المعدل العام لمعامل الثبات	35-1

الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات، حيث استخدم الوسط الحسابي والتكرارات والنسب

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة. قام الباحث بالاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن برنامج

المئوية والانحراف المعياري وذلك لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة، كما تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط في اختبار الفرضيات. تحليل النتائج واختبار الفرضيات

أولاً: خصائص عينة الدراسة
يبين الجدول (3) النتائج التي تم التوصل إليها فيما يتعلق بخصائص أفراد العينة.

الجدول رقم (3) خصائص أفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	73	71.6
	أنثى	29	28.4
المجموع		102	100.0%
العمر	30 سنة فأقل	5	4.9
	31 - 35 سنة	21	20.6
	36 - 40 سنة	33	32.4
	41 - 45 سنة	30	29.4
	46 سنة فأكثر	13	12.7
المجموع		102	100.0%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	17	16.7
	5 سنوات أقل 10 سنوات	30	29.4
	10 سنوات أقل 15 سنة	32	31.4
	أكثر من 15 سنة	23	22.5
المجموع		102	100.0%
	دبلوم	17	16.7
	بكالوريوس	82	80.4
	دراسات عليا	3	2.9
المجموع		102	100.0%

(29) وشكل ما نسبته 28.4% من عينة الدراسة. والشكل رقم (2) يمثل الرسم البياني لمتغير الجنس:

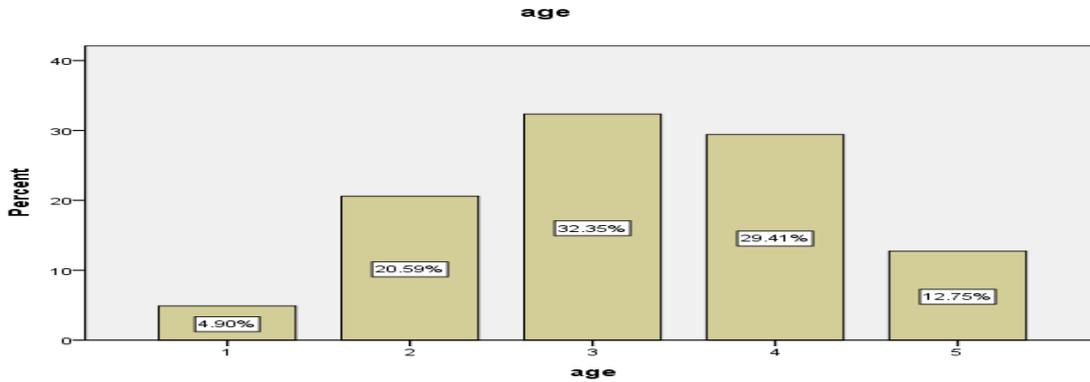
يتبين من خلال الجدول رقم (3) ما يلي:
1. الجنس: بلغ عدد الذكور (73) مستجيباً وشكلوا نسبة 71.6% من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغ عدد الإناث



الشكل (2) الرسم البياني لمتغير الجنس

ما نسبته 20.6%، ثم الفئة التكرارية (46 سنة فأكثر) وبلغ عددهم (13) مستجيباً وشكلوا ما نسبته 12.7%، وأخيرا الفئة التكرارية (30 سنة فأقل) وبلغ عددهم (5) مستجيبين وشكلوا ما نسبته 4.9% من إجمالي عينة الدراسة. والشكل رقم (3) يمثل الرسم البياني لمتغير العمر:

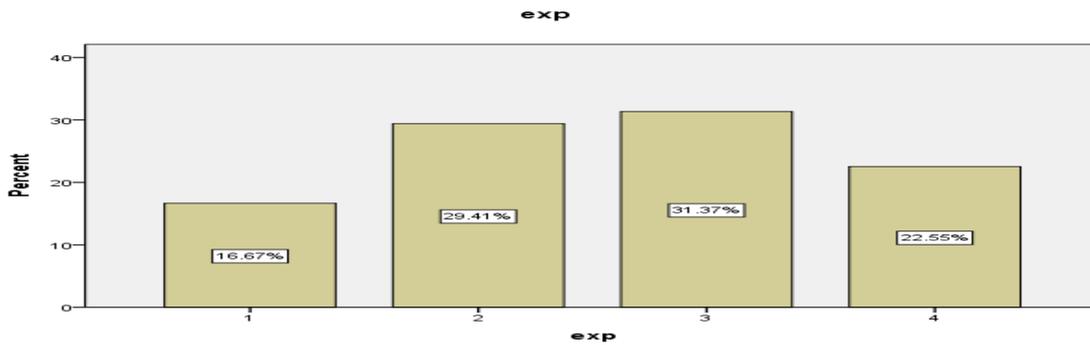
2. العمر: أن الفئة التكرارية (36-40 سنة) هي الأعلى بين الفئات الأخرى وبلغ عددهم (33) مستجيباً وشكلوا ما نسبته 32.4%، ثم الفئة التكرارية (41-45 سنة) وبلغ عددهم (30) مستجيباً وشكلت ما نسبته 29.4%، ثم الفئة التكرارية (31-35 سنة) وبلغ عددهم (21) مستجيباً وشكلوا



الشكل (3) الرسم البياني لمتغير العمر

من 15 سنة) وبلغ عددهم (23) مستجيباً وشكلوا ما نسبته 22.5%، وأخيرا الفئة التكرارية (أقل من 5 سنوات) وبلغ عددهم (17) مستجيباً وشكلوا ما نسبته 16.7% من إجمالي عينة الدراسة. والشكل رقم (4) يمثل الرسم البياني لمتغير سنوات الخبرة:

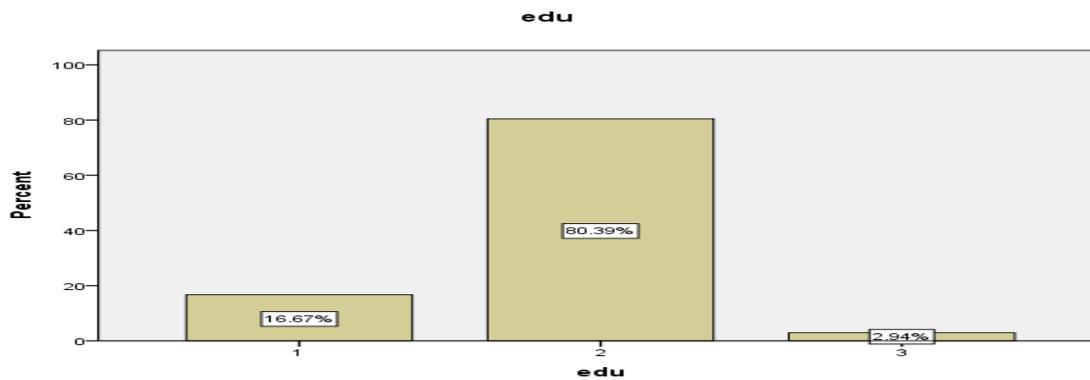
3. سنوات الخبرة: أن الفئة التكرارية (10 سنوات أقل 15 سنوات) شكلت النسبة الأعلى للمستجيبين في عينة الدراسة، وبلغ عددهم (32) مستجيباً وشكلوا ما نسبته (31.4%)، ثم الفئة التكرارية (5 سنوات أقل 10 سنوات) وبلغ عددهم (30) مستجيباً وشكلوا ما نسبته (29.4%). ثم الفئة التكرارية (أكثر



الشكل (4) الرسم البياني لمتغير سنوات الخبرة

جاء حملة الشهادات العليا (الماجستير والدكتوراه) وشكلوا ما نسبته 2.9%. والشكل رقم (5) يمثل الرسم البياني لمتغير المؤهل العلمي:

4. المؤهل العلمي: إن حملة الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس) هم الأكثر في عينة الدراسة، حيث بلغ عددهم (82) مستجيباً، ونسبة بلغت 80.4%، ثم حملة الشهادة الجامعية المتوسطة (الدبلوم) وشكلوا ما نسبته 16.7%، ثم



الشكل (5) الرسم البياني لمتغير المؤهل العلمي

1-النتائج الخاصة ببعد وضوح الهدف

يوضح الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تم الحصول عليها من خلال استجابات العينة على فقرات هذا البعد، وكانت النتائج على النحو الآتي:

ثانياً: وصف وتحليل متغيرات الدراسة

الجدول من (4-9) تبين استجابات عينة الدراسة على الفقرات الخاصة بكل بُعد من أبعاد الصحة التنظيمية والأداء:

الجدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة والأهمية لبعده وضوح الهدف

ت	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبرة
1	اعتقد أن إدارة الشركة تضع أهدافاً قابلة للتحقيق	3.715	.9583	مرتفعة	5
2	أحرص على التوافق بين أهدافي وأهداف الشركة	4.127	.7793	مرتفعة	3
3	أشعر بقبول الأهداف والغايات التي تسعى الشركة إلى تحقيقها	4.147	.7365	مرتفعة	2
4	أقوم بتأدية واجباتي بالشركة من خلال معرفتي بأهدافها	4.254	.8864	مرتفعة	1
5	تضع إدارة الشركة أهدافاً تحقق من خلالها الاستفادة من الموارد المتاحة	4.009	.9697	مرتفعة	4
وضوح الهدف		4.051	مرتفعة		

الشركة أهدافاً تحقق من خلالها الاستفادة من الموارد المتاحة"،
وبمتوسط حسابي (4.009)، وأخيراً جاءت في المرتبة
الخامسة العبرة التي تنص على أن "اعتقد أن إدارة الشركة
تضع أهدافاً قابلة للتحقيق"، بمتوسط حسابي (3.715).

2- النتائج الخاصة ببعده الثقة

يوضح الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات
المعيارية التي تم الحصول عليها من خلال استجابات العينة
على فقرات هذا البعد، وكانت النتائج على النحو الآتي:

تم معالجة هذا المتغير من خلال خمس عبارات حققت
وسطاً حسابياً (4.051) وبمستوى مرتفع من الأهمية. ويلاحظ
أن العبرة التي تنص على أن "أقوم بتأدية واجباتي بالشركة من
خلال معرفتي بأهدافها" هي الأعلى، إذ حققت وسطاً حسابياً
قدره (4.254) تلاها العبرة التي تنص على أن "أشعر بقبول
الأهداف والغايات التي تسعى الشركة إلى تحقيقها" بمتوسط
حسابي (4.147)، ثم عبارة "أحرص على التوافق بين أهدافي
وأهداف الشركة" فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي
(4.127)، تلاها العبرة التي تنص على أن "تضع إدارة

الجدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة والأهمية لبعده الثقة

ت	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبرة
6	تحرص الشركة على خلق الثقة المتينة بين مندوبي المبيعات والتسويق والإدارة	3.921	1.050	مرتفعة	1
7	أحصل على معلومات موثوقة من إدارة الشركة	3.686	.9542	مرتفعة	5
8	تحرص الشركة على تعميق التعاون بين مندوبي المبيعات والتسويق فيها	3.774	1.061	مرتفعة	2
9	أشعر بالاطمئنان بان سلوكي متطابق مع توقعاتي لانجاز الأعمال وفقاً لمتطلباتها	3.705	1.113	مرتفعة	4
10	أشعر بان العلاقة بيني وبين زملائي في الشركة ومع الشركة قائمة على المكاشفة والواقعية	3.754	1.028	مرتفعة	3
الثقة		3.7686	مرتفعة		

التي تنص على أن " اشعر بالاطمئنان بان سلوكي متطابق مع توقعاتي لانجاز الأعمال وفقا لمتطلباتها "، وبمتوسط حسابي (3.705)، وأخيرا جاءت العبارة التي تنص على أن " أحصل على معلومات موثوقة من إدارة الشركة "، بمتوسط حسابي (3.686).

3-النتائج الخاصة ببعد الإبداعية

يوضح الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تم الحصول عليها من خلال استجابات العينة على فقرات هذا البعد، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة والأهمية لبعد الإبداعية

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبارة
11	تقوم إدارة الشركة بدعم الأفكار الجديدة	3.451	1.049	متوسطة	5
12	تعقد إدارة الشركة برامج وأنشطة لتحسين المهارات الإبداعية لدى مندوبي المبيعات والتسويق	3.647	1.011	متوسطة	4
13	تحفزي إدارة الشركة على استخدام مهاراتي الشخصية لإيجاد أساليب إدارية جديدة	3.745	.9919	مرتفعة	3
14	أعتقد إن إدارة الشركة التي أعمل فيها توفر لمندوبي المبيعات والتسويق بيئة عمل لإظهار إبداعاتهم	3.843	.9413	مرتفعة	2
15	أعتقد إن إدارة الشركة تحفز عمليات البحث عن المستجدات التي تخدم مندوبي المبيعات والتسويق والشركة بشكل عام	3.852	1.155	مرتفعة	1
الإبداعية		3.707	مرتفعة		

(3.843)، ثم عبارة " تحفزي إدارة الشركة على استخدام مهاراتي الشخصية لإيجاد أساليب إدارية جديدة " فجاءت بمتوسط حسابي (3.745)، تلاها العبارة التي تنص على أن "تعقد إدارة الشركة برامج وأنشطة لتحسين المهارات الإبداعية لدى مندوبي المبيعات والتسويق"، وبمتوسط حسابي (3.647)، وأخيرا جاءت العبارة التي تنص على أن " تقوم إدارة الشركة بدعم الأفكار الجديدة "، بمتوسط حسابي (3.451).

تم معالجة هذا المتغير من خلال خمس عبارات حققت وسطاً حسابياً (3.7686) وبمستوى مرتفع من الأهمية. ويلاحظ أن العبارة التي تنص على أن " الشركة تحرص على خلق الثقة المتينة بين مندوبي المبيعات والتسويق والإدارة " هي الأعلى، إذ حققت وسطاً حسابياً قدره (3.921) تلاها العبارة التي تنص على أن " الشركة تحرص على تعميق التعاون بين مندوبي المبيعات والتسويق فيها" بمتوسط حسابي (3.774)، أما فيما يتعلق بعبارة " اشعر بان العلاقة بيني وبين زملائي في الشركة ومع الشركة قائمة على المكاشفة والواقعية" فقد جاءت بمتوسط حسابي (3.754)، تلاها العبارة

تم معالجة هذا المتغير من خلال خمس عبارات حققت وسطاً حسابياً (3.707) وبمستوى مرتفع من الأهمية. ويلاحظ أن العبارة التي تنص على أن " أعتقد إن إدارة الشركة تحفز عمليات البحث عن المستجدات التي تخدم مندوبي المبيعات والتسويق والشركة بشكل عام " هي الأعلى، إذ حققت وسطاً حسابياً قدره (3.852) تلاها العبارة التي تنص على أن " أعتقد إن إدارة الشركة التي أعمل فيها توفر لمندوبي المبيعات والتسويق بيئة عمل لإظهار إبداعاتهم " بمتوسط حسابي

4-النتائج الخاصة ببعيد التماسك

المعيارية التي تم الحصول عليها من خلال استجابات العينة على فقرات هذا البعد، وكانت النتائج على النحو الآتي:

يوضح الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات

الجدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة والأهمية لبعيد التماسك

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبارة
16	تحرص الشركة على تجسيد العلاقات الاجتماعية الصحية بين مندوبي المبيعات والتسويق	3.911	.9450	مرتفعة	1
17	لدي الرغبة الأكيدة في البقاء والاستمرار في الشركة	3.794	1.027	مرتفعة	3
18	أحافظ على التوازن السليم والصحي بين حياتي بالعمل وحياتي خارج العمل	3.666	1.065	متوسطة	5
19	أحرص على العمل بروح الجماعة	3.754	1.009	مرتفعة	4
20	أحترم زملائي مندوبي المبيعات والتسويق	3.823	1.056	مرتفعة	2
	التماسك	3.790		مرتفعة	

أن " أحرص على العمل بروح الجماعة "، وبمتوسط حسابي (3.754)، وأخيرا جاءت العبارة التي تنص على أن " أحافظ على التوازن السليم والصحي بين حياتي بالعمل وحياتي خارج العمل"، بمتوسط حسابي (3.666).

5-النتائج الخاصة ببعيد ملاءمة الاتصالات

يوضح الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تم الحصول عليها من خلال استجابات العينة على فقرات هذا البعد، وكانت النتائج على النحو الآتي:

تم معالجة هذا المتغير من خلال خمس عبارات حققت وسطاً حسابياً (3.790) وبمستوى مرتفع من الأهمية. ويلاحظ أن العبارة التي تنص على أن " الشركة تحرص على تجسيد العلاقات الاجتماعية الصحية بين مندوبي المبيعات والتسويق " هي الأعلى، إذ حققت وسطاً حسابياً قدره (3.911) تلاها في المرتبة الثانية العبارة التي تنص على أن " أحترم زملائي مندوبي المبيعات والتسويق" بمتوسط حسابي (3.823)، وجاءت العبارة التي تنص على " لدي الرغبة الأكيدة في البقاء والاستمرار في الشركة " بمتوسط حسابي (3.794)، تلاها العبارة التي تنص على

الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة والأهمية لبعيد ملاءمة الاتصالات

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبارة
21	يتم تداول المعلومات والأفكار بين مندوبي المبيعات والتسويق من خلال النقاشات والمراسلات والبرامج الإعلامية ولوحات الإعلانات	3.705	1.086	مرتفعة	3
22	أحرص على بناء علاقات إنسانية داخل الشركة ومع الأطراف الخارجية	3.637	.9929	متوسطة	4

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبارة
23	تتم عملية انتقال المعلومات أفقياً وعمودياً بسهولة وبسرعة عالية	3.735	1.052	مرتفعة	2
24	تتم عملية انتقال المعلومات أفقياً وعمودياً بمرونة عالية	3.754	1.028	مرتفعة	1
25	تتم عملية انتقال المعلومات أفقياً وعمودياً بدون تشويه أو تشويش أو تحريف	3.529	1.040	متوسطة	5
ملاءمة الاتصالات		3.672	متوسطة		

(3.705)، تلاها العبارة التي تنص على أن "أحرص على بناء علاقات إنسانية داخل الشركة ومع الأطراف الخارجية"، وبمتوسط حسابي (3.637)، وأخيراً جاءت العبارة التي تنص على أن "تتم عملية انتقال المعلومات أفقياً وعمودياً بدون تشويه أو تشويش أو تحريف"، بمتوسط حسابي (3.529).

6- النتائج الخاصة بالمتغير التابع: أداء مندوبي المبيعات والتسويق

يوضح الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تم الحصول عليها من خلال استجابات العينة على فقرات هذا البعد، وكانت النتائج على النحو الآتي:

تم معالجة هذا المتغير من خلال خمس عبارات حققت وسطاً حسابياً (3.672) وبمستوى متوسط من الأهمية. ويلاحظ أن العبارة التي تنص على أن "عملية انتقال المعلومات تتم أفقياً وعمودياً بمرونة عالية" هي الأعلى، إذ حققت وسطاً حسابياً قدره (3.754) تلاها العبارة التي تنص على أن "عملية انتقال المعلومات تتم أفقياً وعمودياً بسهولة وبسرعة عالية" بمتوسط حسابي (3.735)، أما فيما يتعلق بعبارة "يتم تداول المعلومات والأفكار بين مندوبي المبيعات والتسويق من خلال النقاشات والمراسلات والبرامج الإعلامية ولوحات الإعلانات" فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي

الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة والأهمية لأداء مندوبي المبيعات والتسويق

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبارة
26	تساهم الصحة التنظيمية في إنجاز الأعمال بأسرع وقت ممكن	4.470	.7407	مرتفعة	1
27	تؤدي الصحة التنظيمية إلى تسريع الاستجابة لمتطلبات مندوبي المبيعات والتسويق	4.313	.7832	مرتفعة	3
28	تساعد الصحة التنظيمية على إنجاز الأعمال والواجبات بشكل أفضل	4.147	.9989	مرتفعة	7
29	تؤدي الصحة التنظيمية إلى تقليل تكلفة المواد والأجهزة اللازمة لأداء وتقديم العمل	4.284	.8369	مرتفعة	4
30	تساعد الصحة التنظيمية على إنجاز القدر الأكبر من الأعمال بكلفة أقل	4.078	.8523	مرتفعة	8
31	تسهم الصحة التنظيمية في تحسين استخدام الإمكانيات والموارد المتاحة بكفاءة وفاعلية أكبر	4.215	.8631	مرتفعة	6

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	أهمية العبارة
32	تسهم الصحة التنظيمية بزيادة التزام مندوبي المبيعات والتسويق بالقوانين والأنظمة والتعليمات	3.892	1.133	مرتفعة	10
33	تساعد الصحة التنظيمية على تعليم مندوبي المبيعات والتسويق لمهارات جديدة لتحسين جودة العمل	3.921	1.031	مرتفعة	9
34	تؤدي الصحة التنظيمية إلى توفير بدائل وأساليب جديدة لحل المشكلات	4.274	.9456	مرتفعة	5
35	تساعد الصحة التنظيمية على زيادة قدرة مندوبي المبيعات والتسويق على مواجهة وتحمل ضغوط العمل	4.451	.8516	مرتفعة	2
المتغير التابع: أداء مندوبي المبيعات والتسويق		4.204		مرتفعة	

أن " الصحة التنظيمية تؤدي إلى توفير بدائل وأساليب جديدة لحل المشكلات "، بمتوسط حسابي (4.274). ويظهر الجدول بقية المتوسطات الحسابية التي تم التوصل إليها.

ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة

ولاختبار الفرضيات قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة الأثر، إذ تبين النتائج التي يتضمنها الجداول من (10-14) النتائج التي تم التوصل إليها:

أولاً: اختبار الفرضية الأولى: وتنص على انه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لوضوح الهدف كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية.

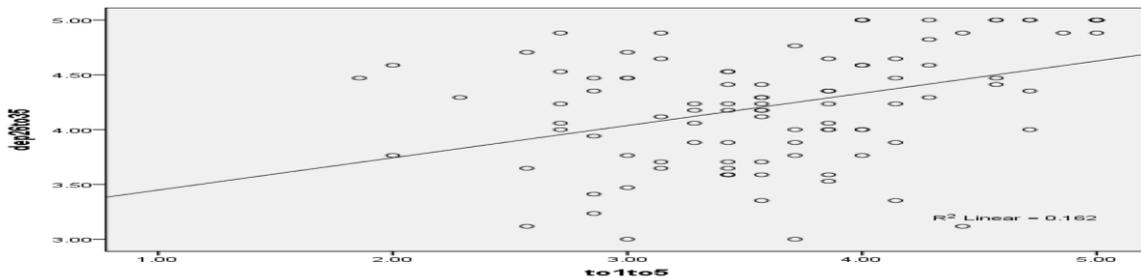
تم معالجة هذا المتغير من خلال خمس عبارات حققت وسطاً حسابياً (4.204) وبمستوى مرتفع من الأهمية. ويلاحظ أن العبارة التي تنص على أن " تساهم الصحة التنظيمية في إنجاز الأعمال بأسرع وقت ممكن " هي الأعلى، إذ حققت وسطاً حسابياً قدره (4.470) تلاها العبارة التي تنص على أن "تساعد الصحة التنظيمية على زيادة قدرة مندوبي المبيعات والتسويق على مواجهة وتحمل ضغوط العمل" بمتوسط حسابي (4.451)، أما فيما يتعلق بعبارة أن " الصحة التنظيمية تؤدي إلى تسريع الاستجابة لمتطلبات مندوبي المبيعات والتسويق " فقد جاءت بمتوسط حسابي (4.313)، تلاها العبارة التي تنص على أن "الصحة التنظيمية تؤدي إلى تقليل تكلفة المواد والأجهزة اللازمة لأداء وتقديم العمل"، وبمتوسط حسابي (4.284)، وجاءت في المرتبة الخامسة العبارة التي تنص على

الجدول رقم (10) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الأولى

البيان	R الارتباط	R ² معامل التحديد	T المحسوبة	معامل الانحدار B	Sig.	القرار الإحصائي
أثر وضوح الهدف على الأداء	.619	.162	7.876	.627	.000	رفض العدمية

مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

تشير النتائج إلى أن التباين في المتغير المستقل (R^2) يفسر ما نسبته (0.162). من التباين في المتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) في حين يعزى الباقي إلى عوامل أخرى غير ظاهرة في نموذج الدراسة. علماً بأن معامل الانحدار (B) قد بلغ (0.627)، إشارة إلى أن اتجاه التأثير طردي موجب بين المتغير المستقل والمتغير التابع. والشكل رقم (6) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل (وضوح الهدف) والمتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) وانتشار القيم كما ظهرت في نموذج الانحدار البسيط:



الشكل (6) العلاقة بين المتغيرات وانتشار القيم لمتغير وضوح الهدف

من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية.

ثانياً: اختبار الفرضية الثانية: وتنص على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للثقة كبعد

الجدول رقم (11) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الثانية

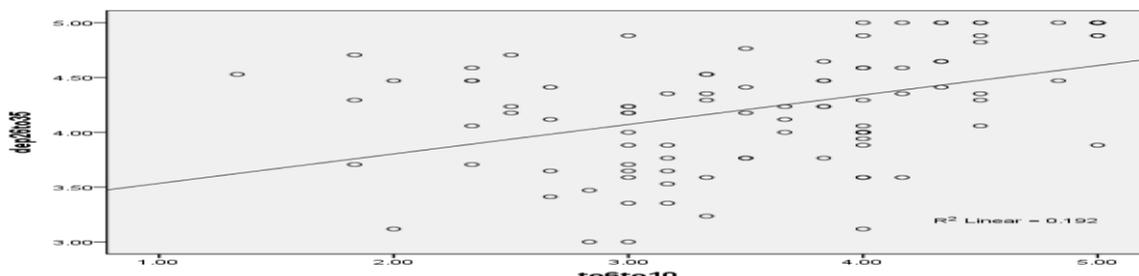
البيان	R الارتباط	R ² معامل التحديد	T المحسوبة	معامل الانحدار B	Sig.	القرار الإحصائي
أثر الثقة على الأداء	.675	.192	9.137	.546	.000	رفض العدمية

مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

($\alpha \leq$) للثقة كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية"، وهذا ما تؤكد قيمة الدلالة (Sig.) البالغة (0.000)، إذ إنها أقل من 5%، وبلغ معامل الارتباط R (0.675). كما تشير النتائج إلى أن التباين في المتغير المستقل (R^2) يفسر ما نسبته (0.192). من التباين في المتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) في حين يعزى

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (11) أن قيمة T المحسوبة هي (9.137) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.671)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05)

والشكل التالي رقم (7) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل (الثقة) والمتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) وانتشار القيم كما ظهرت في نموذج الانحدار البسيط:



الشكل (7) العلاقة بين المتغيرات وانتشار القيم لمتغير الثقة

كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية.

ثالثاً: اختبار الفرضية الثالثة: وتنص على انه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للإبداعية

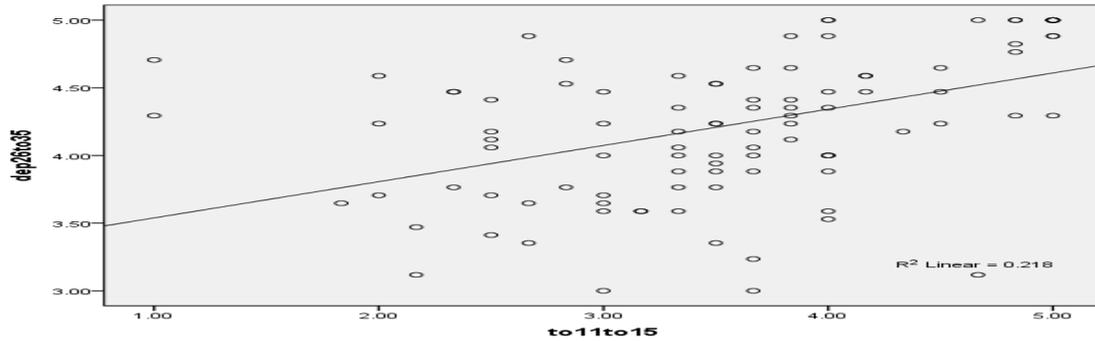
الجدول رقم (12) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الثالثة

البيان	R	R ² معامل التحديد	T المحسوبة	معامل الانحدار B	Sig.	القرار الإحصائي
أثر الإبداعية على الأداء	.626	.218	8.018	.498	.000	رفض العدمية

مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$ وقيمة T الجدولية 1.671.

(.626). كما تشير النتائج إلى أن التباين في المتغير المستقل (R^2) يفسر ما نسبته (.218) من التباين في المتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) في حين يعزى الباقي إلى عوامل أخرى غير ظاهرة في نموذج الدراسة. علماً بأن معامل الانحدار (B) قد بلغ (.498)، إشارة إلى أن اتجاه التأثير طردي موجب بين المتغير المستقل والمتغير التابع. والشكل رقم (8) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل (الإبداعية) والمتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) وانتشار القيم كما ظهرت في نموذج الانحدار البسيط:

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (12) أن قيمة T المحسوبة هي (8.018) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.671)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على انه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للإبداعية كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية"، وهذا ما تؤكد قيمة الدلالة (Sig.) البالغة () حيث إنها أقل من 5%، وبلغ معامل الارتباط R



الشكل (8) العلاقة بين المتغيرات وانتشار القيم لمتغير الإبداعية

كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية.

رابعاً: اختبار الفرضية الرابعة: وتنص على انه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للتماسك

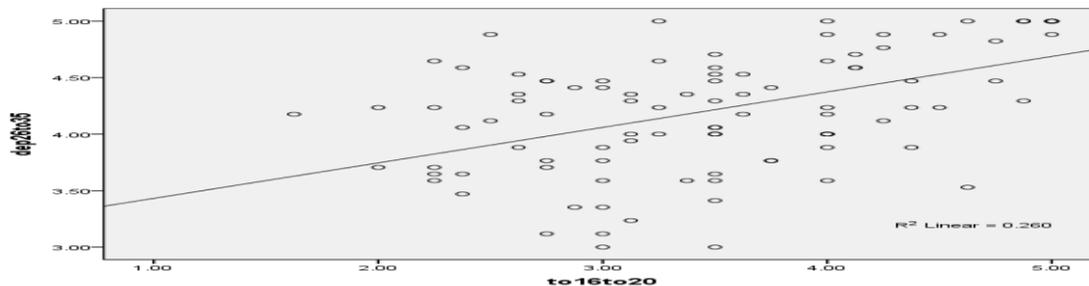
الجدول رقم (13) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الرابعة

القرار الإحصائي	Sig.	معامل الانحدار B	T المحسوبة	معامل R^2 التحديد	R الارتباط	البيان
رفض العدمية	.000	.525	9.538	.260	.690	أثر التماسك على الأداء

مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$ وقيمة T الجدولية 1.671.

R (.690). كما تشير النتائج إلى أن التباين في المتغير المستقل (R^2) يفسر ما نسبته (0.260) من التباين في المتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) في حين يعزى الباقي إلى عوامل أخرى غير ظاهرة في نموذج الدراسة. علماً بأن معامل الانحدار (B) قد بلغ (.525)، إشارة إلى أن اتجاه التأثير طردي موجب بين المتغير المستقل والمتغير التابع. والشكل رقم (9) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل (التماسك) والمتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) وانتشار القيم كما ظهرت في نموذج الانحدار البسيط:

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (13) أن قيمة T المحسوبة هي (9.538) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.671)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على انه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للتماسك كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية"، وهذا ما تؤكد قيمة الدلالة (Sig.) البالغة (.000)، إذ إنها أقل من 5%، وبلغ معامل الارتباط



الشكل (9) العلاقة بين المتغيرات وانتشار القيم لمتغير التماسك

خامسا: اختبار الفرضية الخامسة: وتنص على انه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لملاءمة الاتصالات كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين.

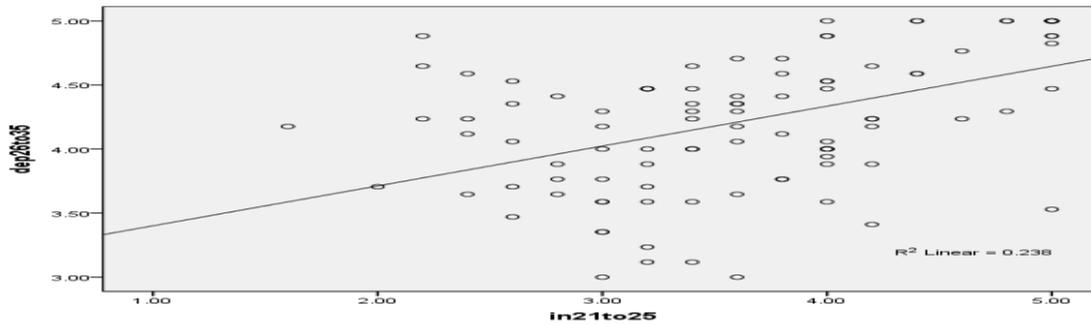
الجدول رقم (14) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الخامسة

البيان	R الارتباط	R ² معامل التحديد	T المحسوبة	معامل الانحدار B	Sig.	القرار الإحصائي
أثر ملاءمة الاتصالات على الأداء	.729	.238	10.660	.540	.000	رفض العدمية

مستوى المعنوية $(\alpha \leq 0.05)$ وقيمة T الجدولية 1.671.

معامل الارتباط R (.729). كما تشير النتائج إلى أن التباين في المتغير المستقل (R^2) يفسر ما نسبته (.238) من التباين في المتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) في حين يعزى الباقي إلى عوامل أخرى غير ظاهرة في نموذج الدراسة. علما بأن معامل الانحدار (B) قد بلغ (.540)، إشارة إلى أن اتجاه التأثير طردي موجب بين المتغير المستقل والمتغير التابع. والشكل رقم (10) يوضح العلاقة بين المتغير المستقل (ملاءمة الاتصالات) والمتغير التابع (أداء مندوبي المبيعات والتسويق) وانتشار القيم كما ظهرت في نموذج الانحدار البسيط:

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (14) أن قيمة T المحسوبة هي (10.660) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.671)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على انه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لملاءمة الاتصالات كبعد من أبعاد الصحة التنظيمية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية"، وهذا ما تؤكد قيمة الدلالة (Sig.) البالغة (.000)، إذ إنها أقل من 5%، وبلغ



الشكل (10) العلاقة الخطية بين المتغير وانتشار القيم لمتغير ملائمة الاتصالات

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1. أشارت النتائج إلى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد وضوح الهدف على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية، كما أظهرت المتوسطات الحسابية وجود مستوى مرتفع من الموافقة على الأسئلة الخاصة بهذا البعد، وقد تبين أن أكثر العبارات أهمية هي قيام مندوبي المبيعات والتسويق بتأدية واجباتهم بالشركة من خلال معرفتهم بأهدافها، وشعورهم بقبول تلك الأهداف والغايات التي تسعى الشركة إلى تحقيقها، إضافة إلى حرصهم على تحقيق درجة من التوافق بين أهدافهم وأهداف الشركة. وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحوامدة، وأبو شنتال، (2011) التي أظهرت أن تصورات الأطباء لمدى توافر بعد وضوح الهدف جاءت متوسطة. ويفسر الباحث هذه النتيجة أن للصحة التنظيمية أهمية بالغة في توجيه سلوك مندوبي المبيعات والتسويق، وجعلهم يقبلون على ممارسة نشاطات معرفية وعاطفية وحركية داخل الشركة وخارجها، كما تتجلى أهميتها في توليد دافع لانجاز الأهداف وتحقيق المهمات، حيث ترتبط ارتباطاً ايجابياً مع مستوى ميول واتجاهات مندوبي المبيعات والتسويق لبعض النشاطات التسويقية بالشركة، وتجعل من المثبرات معززات في سلوكهم وتحثهم على العمل بشكل نشط وفعال لتحقيق الأهداف.

2. أشارت النتائج إلى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الثقة على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية، كما أظهرت المتوسطات الحسابية وجود مستوى مرتفع

من الموافقة على الأسئلة الخاصة بهذا البعد، وأن أكثر العبارات أهمية هي حرص الشركة على خلق الثقة المتينة وتعميق التعاون بين مندوبي المبيعات والتسويق والإدارة، وشعورهم بان العلاقة بينهم وبين زملائهم في الشركة ومع الشركة قائمة على المكاشفة والواقعية. وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة كل من الصرايرة والطيح (2010) التي بينت أن بعد الثقة كان بدرجة متوسطة وقل الأبعاد توافراً في شركة أمنية. ويفسر الباحث هذه النتيجة أن الصحة التنظيمية تعد أحد محددات قدرة شركات التامين الأردنية على تحقيق أهدافها لما له من تأثير عميق في تكوين اتجاهات مندوبي المبيعات والتسويق بها وتشكيل سلوكهم الوظيفي داخل الشركة والنابع من الثقة في أهدافها. حيث أن نجاح الشركات في تحقيق أهدافها يتطلب توافر مجموعة من المتغيرات التنظيمية، التي تسهم في رضا مندوبي المبيعات والتسويق ونموهم، وتحسين مستوى أدائهم.

3. أشارت النتائج إلى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الإبداعية على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التامين الأردنية، كما أظهرت المتوسطات الحسابية وجود مستوى مرتفع من الموافقة على الأسئلة الخاصة بهذا البعد، وأن أكثر العبارات أهمية هي قيام إدارة الشركة بتحفيز عمليات البحث عن المستجدات التي تخدم مندوبي المبيعات والتسويق والشركة بشكل عام، وتوفيرها بيئة عمل مناسبة لإظهار إبداعاتهم واستخدام مهارات شخصية لإيجاد أساليب إدارية جديدة. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة بروان (Browne, 2012) التي أظهرت أن الإبداع قد ساهم تعزيز الفاعلية التنظيمية وكانت الممارسات الإدارية بمثابة قواعد

شتال، (2011) التي أظهرت أن تصورات الأطباء لمدى توافر بعد ملاءمة الاتصالات جاءت متوسطة. ويفسر الباحث هذه النتيجة أن ملاءمة الاتصالات تساعد على إيجاد المناخ التنظيمي الصحي المناسب لتحسين الأداء والإبداع، كما أن لها دور في تحديد طبيعة العلاقة بين الإدارة العليا وبين مندوبي المبيعات والتسويق وفي تعزيز الثقة بينهما أو فقدانها، بالإضافة إلى أن مدى العلاقة الرسمية أو عدم الرسمية في أداء المهام يؤثر في العلاقات السائدة بين الإدارة العليا وبين مندوبي المبيعات والتسويق.

6. أظهرت المتوسطات الحسابية المتعلقة بالمتغير التابع أداء مندوبي المبيعات والتسويق وجود مستوى مرتفع من الموافقة على الأسئلة الخاصة بهذا المتغير، فقد تبين أن الصحة التنظيمية تساهم في إنجاز الأعمال بأسرع وقت ممكن وأن تساعد على زيادة قدرة مندوبي المبيعات والتسويق على مواجهة وتحمل ضغوط العمل، وتبين أن الصحة التنظيمية تؤدي إلى تسريع الاستجابة لمتطلبات مندوبي المبيعات والتسويق. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة المرابات، (2011)، التي توصلت إلى أن مستوى أداء رجال بيع المنتجات الصيدلانية في عمان مرتفع نسبياً. ويفسر الباحث هذه النتيجة أن أهمية أداء مندوبي المبيعات والتسويق تتجلى من حيث كونها وسيلة يمكن استخدامها في سبيل إنجاز أهداف الشركة على نحو فعال وذلك من خلال اعتبارها احد العوامل المحددة لقدرة مندوبي المبيعات والتسويق على الأداء والانجاز، لان الأداء على علاقة بالصحة التنظيمية على اعتبار وجود مثيرات ومعززات تؤثر في سلوك مندوبي المبيعات والتسويق وتحثهم على المثابرة والعمل بشكل نشط وفعال لتحقيق أهداف معينة تتمثل في السرعة أو الدقة في الأداء والانجاز.

ثانياً: التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصي الباحث بالاتي:

1- قيام شركات التأمين الأردنية بأخذ دورها في زيادة الاهتمام بأبعاد الصحة التنظيمية وتعزيزها لما لها من أثر في تحسين أداء مندوبي المبيعات والتسويق.

2- الاستمرار في تطوير مقاييس لكل بُعد من أبعاد الصحة التنظيمية وربطها بالأداء التسويقي في شركات التأمين

انطلاق لتطوير النشاطات المهنية. ولكن هذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة الحوامدة، وأبو شتال، (2011) التي أظهرت أن تصورات الأطباء لمدى توافر بعد الإبداعية جاءت متوسطة. ويفسر الباحث هذه النتيجة أن التغيرات التكنولوجية والتقنية السريعة، والبيئية التي تعيشها الشركات والدخول في العولمة، يفرض عليها إيجاد ظروف مناخية أكثر انفتاحاً ومرونة لتدفع مندوبي المبيعات والتسويق فيها نحو الإبداع والتطوير المستمرين، إذ إن الإبداع يتطلب دافعية وروحاً معنوية وهي العمليات التي يكمن وراءها أي إنجاز وتقدم.

4. أشارت النتائج إلى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التماسك على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية، كما أظهرت المتوسطات الحسابية وجود مستوى مرتفع من الموافقة على الأسئلة الخاصة ببعد التماسك، وتبين أن أكثر العبارات أهمية هي حرص الشركة على تجسيد العلاقات الاجتماعية الصحية بين مندوبي المبيعات والتسويق واحترامهم لزملائهم ورغبتهم الأكيدة في البقاء والاستمرار في الشركة. وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحوامدة، وأبو شتال، (2011) التي أظهرت أن تصورات الأطباء لمدى توافر بعد التماسك جاءت متوسطة. ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن الصحة التنظيمية تشكل تفاعلاً بين الجهود الاجتماعية والإنسانية والمدخلات المادية المختلفة من أجل بلوغ الأهداف المرسومة سلفاً. كما تعد أحد العوامل الرئيسة المميزة لبيئة العمل، وتعكس العلاقات التنظيمية التي تسود بين الإدارة ومندوبي المبيعات والتسويق من جهة، وبين مندوبي المبيعات والتسويق أنفسهم من جهة أخرى، وتأثير تلك العلاقات في سير عمل الشركة بأكملها.

5. أشارت النتائج إلى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد ملاءمة الاتصالات على أداء مندوبي المبيعات والتسويق في شركات التأمين الأردنية، كما أظهرت المتوسطات الحسابية وجود مستوى متوسط من الموافقة على الأسئلة الخاصة ببعد ملاءمة الاتصالات، وتبين أن أكثر العبارات أهمية هي أن تتم عملية انتقال المعلومات أفقياً وعمودياً بمرونة وبسهولة وبسرعة عالية، وأن يتم تداول المعلومات والأفكار بين مندوبي المبيعات والتسويق من خلال النقاشات والمراسلات والبرامج الإعلامية ولوحات الإعلانات. وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحوامدة، وأبو

7- إجراء دراسات متعمقة أخرى حول موضوع الدراسة الحالية، وذلك لغرض التأكد من مدى وجود التطبيق والاختلاف في النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة، كما يمكن إجراء بحوث أخرى للتأكد من مدى تأثير عوامل أخرى في أداء مندوبي المبيعات والتسويق، ويمكن طرح التوجهات البحثية الآتية:

- أ- التوسع في دراسة خصوصية وخصائص المناخ التنظيمي في شركات التامين الأردنية، حيث لا زالت الدراسات حولها محدودة على الرغم من أهميتها.
- ب- إجراء دراسات حول إيجاد مقاييس أكثر دقة وتفصيلاً لكل من التكنولوجيا والهيكل التنظيمي في بيئة شركات التامين الأردنية بسبب أهميتها مع إدخال متغيرات أخرى.
- ج- إجراء دراسات حول تأثير الحوافز والمكافآت على أداء مندوبي المبيعات والتسويق مع توضيح الوسائل اللازمة لتطويرها.

الأردنية حتى تتمكن من تحديد نقاط القوة للعمل على تعزيزها، ونقاط الضعف لمعالجتها.

3- بذل المزيد من الجهود للعمل على تدريب وتطوير أداء مندوبي المبيعات والتسويق باستمرار وخاصة في مجال الأنشطة البيعية والتسويقية بما يتلائم والتطورات المتسارعة في هذا المجال.

4- قيام شركات التامين الأردنية بوضع أهداف قابلة للتحقيق وتحقق من خلالها الاستفادة من الموارد المتاحة.

5- زيادة الاهتمام ببعد ملائمة الاتصالات لأنها كانت أقل أبعاد الصحة التنظيمية من وجهة نظر عينة الدراسة، ويمكن أن يكون ذلك عن طريق تامين انتقال المعلومات أفقياً وعمودياً بدون تشويه أو تشويش أو تحريف.

6- ضرورة قيام شركات التامين الأردنية بعقد برامج وأنشطة لتحسين المهارات الإبداعية لدى مندوبي المبيعات والتسويق وإن تتبنى إجراءات جديدة تتحقق أهداف معينة.

المراجع

المراجع العربية

- الضلاعين، علي فلاح، (2012)، أثر الصحة التنظيمية في تعزيز الدافعية للالتحاق بالعمل لدى العاملين في مؤسسات مالية عامة أردنية، *مؤتمّر للبحوث والدراسات*، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد السابع والعشرون، العدد السابع، ص 1-48.
- عبدالباقي، صلاح، (2011)، *السلوك التنظيمي*، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع والطباعة، الإسكندرية.
- عبد المحسن، توفيق، (2006)، *اتجاهات حديثة في التقييم والتميز في الأداء ستة سيجما وبطاقة القياس المتوازن*، دار الفكر العربي، مصر.
- العتيبي، سعد بن مرزوق، (2005)، *جوهر تمكين العاملين: إطار مفاهيمي، الملتقى السنوي العاشر لإدارة الجودة الشاملة*، المنعقد في الخبر خلال الفترة 17-18 أبريل 2005م، المملكة العربية السعودية.
- العلوانة، علي، وعبيدات، محمد، (2009)، *نظرية المنظمة*، دار رند للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
- عبداروس، احمد نجم، (2013)، *التعلم التنظيمي كمدخل لتحسين كفايات الذاكرة التنظيمية والصحة التنظيمية في بعض المدارس الثانوية العامة والخاصة بمحافظة الشرقية، مجلة التربية*، العدد 39، ص 9-112.

- جون، جاكسون، (2008). *نظرية التنظيم منظور كلي للإدارة*، ترجمة خالد حسن زروق، مراجعة حامد سوداي عطية، منشورات معهد الإدارة العامة، السعودية.
- الحجايا، سليمان سالم، والكريمين، هاني احمد (2012)، مستوى توافر الصحة التنظيمية وعلاقتها بالأداء الوظيفي في مدارس محافظتي معان والطفيلة في إقليم جنوب الأردن، *المجلة التربوية*، العدد 104، الجز الثاني، ص 339-379.
- الحراسيس، عمر سلامة، (2004)، *السلوك التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس: المحددات والمعوقات دراسة ميدانية على الجامعات الأردنية الخاصة*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق.
- الحوامدة، نضال، وأبو شتال، معنصم، (2011) مدى توافر أبعاد الصحة التنظيمية وأثرها في الحد من مصادر ضغوط العمل: دراسة ميدانية على أطباء القطاع الحكومي في الأردن، *أبحاث اليرموك*، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 27، العدد 2، ص 1809-1832.
- الصرايرة، أكثم عبد المجيد، والطيط، أحمد عدنان، (2010)، توافر الصحة التنظيمية في شركات الاتصالات الأردنية، *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، المجلد 6، العدد 1، ص 97-118.

والدافعية نحو العمل لدى معلمي مدارس محافظة القاهرة في مصر، *مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 31، الجزء الرابع، ص9-124.*
 نوار، صالح، (2006). *فعالية الأداء في المؤسسات الاقتصادية، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة.*
 نيجاد، علي رضا، (2009)، *إجهاد العمل عند المدراء والصحة التنظيمية في المدارس الثانوية، منشورات جامعة آزاد الإسلامية، ديزقل، إيران.*

القريوتي، محمد قاسم، (2010)، *نظرية المنظمة والتنظيم، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.*
 المرابطات، رعدة عابد عطالله (2011)، *أثر أخلاقيات الأعمال للمنظمة على السلوك الأخلاقي وأداء رجال البيع للمنتجات الصيدلانية في مدينة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.*
 الموقع الرسمي، ليورصة عمان للأوراق المالية، www.ase.com.jo تاريخ الدخول، 12-7-2015.
 ناصيف، ميرفت، وهاشم، نهلة (2007)، *الصحة التنظيمية*

المراجع العربية باللغة الإنجليزية

Abdmohsen, T. (2006), **Recent Trends in Evaluation and Excellence in Performance Six Sigma and Balanced Scorecard**, Dar Al-Fikr Al Arabi, Egypt.
 Abdalbaki, S., (2011), **Organizational Behavior**, New University House for Publishing, Distribution and Printing, Alexandria.
 Alawneh, A., Obaidat, M., (2009), **Theory of the Organization**, Dar Rand Publishing, Distribution and Printing, Amman.
 Dallen, A. F., (2012), The Impact of Regulatory Health on Enhancing Motivation for Joining Workers in Jordanian Public Financial Institutions, *Mu'tah Research and Studies*, Series of Human and Social Sciences, 27 (7): 1-48.
 Eidaros, A. N., (2013), organizational learning as an approach to improve organizational memory and organizational health competencies in some public and private secondary schools in Sharkia Governorate, *Education Magazine*, 1 (39): 9-12.
 Hajaya, S. S., and Karim, H.A. (2012), the level of availability of organizational health and its relation to job performance in the schools of Ma'an and Tafileh governorates in the Southern Jordan Region, *Educational Journal*, 104, (2): 339-379.
 Harasis, O. S., (2004), **Organizational Behavior in Teaching Staff: Determinants and Constraints "A Field Study on Private Jordanian Universities"**, Unpublished Master Thesis, All-Albait University,

Mafrag.
 Hawamdeh, N., Abu Shattal, M., (2011), The availability of organizational health dimensions and their impact on reducing the sources of work pressure: a field study on the doctors of the governmental sector in Jordan, *Yarmouk Research*, Human and Social Sciences Series, 27, (2): 1809-1832.
 John, J. (2008), **The Theory of Organization, A holistic perspective of management**, translated by Khalid Hassan Zarrouk, Review by Hamed Sudai Attieh, Publications of the Institute of Public Administration, Saudi Arabia.
 Mrayat, R. (2011), **The Effect of the Organization Ethical Business on the Ethical Behavior and Performance of Pharmaceutical Products Salesmen in Amman**, Unpublished Master Thesis, Middle East University, Amman.
 Naseef, M., and Hashim, N., (2007), Regulatory and Motive organizational Health Towards Work for Cairo Governorate School Teachers in Egypt, *Journal of the Faculty of Education*, Ain Shams University, 31 (4): 9-124.
 Nawar, S., (2006), **Effectiveness of Performance in Economic Institutions**, Publications of the Sociology of Communication for Research and Translation, Cosantine.
 Niadad, A. R. (2009), **Work Stress and organizational Health of managers in Secondary Schools**, Azad

- Islamic University Publications, Desfol, Iran.
- Otaibi, S. M. (2005), **Core Empowerment of Employees: Conceptual Framework**, 10th Annual TQM Forum, held in Al-Khobar, 17-18 April 2005, Saudi Arabia
- Qariuti, M. Q. (2010), **Theory of Organization**, Dar Wael Publishing, Distribution and Printing, Amman.
- Browne, J. (2012), Validation of the Healthy Work Organizations Model, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Hollywood, USA, 1, (2): 206-215.
- Durrani, B., Obaid U. and Sabeeh U. (2011), Effect of Leadership on Employees Performance in Multinational Pharmaceutical Companies in Pakistan, *Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*, 2, (9): 286-299.
- Herting, S. R. (2012). Trust Correlated with Innovation Adoption in Hospital Organizations, *American Society of Public Administrations*, Arizona, USA, 62, (2) :1-36.
- Ho, W. K.; Tarter, C.J., and Kottkamp, R.B. (2010). **Open Schools, Healthy Schools: Measuring Organizational Climate**. Newbury Park, CA: Sage.
- Ghebreorgis, F. and Karsten, L. (2007), Human resource management and performance in a developing country International, *Journal of Human Resource Management*, 18 (2): 321 -332.
- Javan, Z. Z. (2014), Study of the relationship between organizational health and establishment of school-based Management in secondary schools of the city Chabahar
- Sarayra, A. A.M., Al-Tait, A.A., (2010), Regulatory Health Availability in Jordan Telecom Companies, *Jordan Journal of Business Administration*, 6 (1): 97-118.
- The official website of the Amman Stock Exchange, www.ase.com.jo Date of entry, 12-7-2015.
- المراجع الاجنبية**
- City Iran. *International Journal of Economy, Management & Social Science*, hienaabadi@ped.usb.ac.ir.
- Kuvas, B., (2006), Performance Appraisal Satisfaction and Employee Outcomes: Mediating and Moderating Roles of Work Motivation, *International Journal of Human Resource Management*, 17, (3): 504-522.
- Lazear, E., (2010), Performance and productivity. *American Economic Review*, 90, (5) :1346-1361.
- Price, J. 2007. Handbook of Organizational Measurement, *International Journal of Manpower*, Department of Sociology, University of Iowa, Iowa City, USA. 18, (4): 38-70.
- Sekaran, U. (2010), *Research Methods For Business, A Skill-Building Approach*. John Wiley and Sons Inc, New York.
- Srivanstav, A. (2008), **Organizational Climate as a Dependent Variable**, *Journal of Management Research*, 6, (3): 125-136.
- Zwick, T., (2006), The impact of training intensity on establishments productivity. *Labor Economics*, 11, (2): 715-740.

Evaluating the Impact of Some Organizational Health Dimensions on Sales and Marketing Delegate Performance in Jordanian Insurance Companies

*Mohammad Mansour Abu-Jalil **

ABSTRACT

This study aims to evaluate the impact of organizational health dimensions on sales and marketing delegate performance in Jordanian insurance companies. The sample of the study consisted of (102) respondents from among sales managers, sales delegates, marketing departments' managers, insurance agents and mediators, as well as marketing staff working in marketing and selling insurance documents at Jordanian insurance companies listed in Amman Stock Exchange. The analytical descriptive method was adopted and linear regression (simple and multiple) tests were used to test the research hypotheses. Results showed that there was a statistically significant effect for organizational health dimensions represented by (objective clarity, trust, creativity, cohesion and communication suitability) on the performance of sales and marketing delegates in Jordanian insurance companies. Results also showed that the degree of organizational health dimensions in sales and marketing delegates in Jordanian insurance companies was high, except for the dimension of communication suitability the degree of which was middle. In light of the findings of the study, Jordanian insurance companies are recommended to take their role in increasing interest in the dimensions of organizational health and reinforcing organizational health due to its effect on improving the performance of sales and marketing delegates. Moreover, Jordanian insurance companies are recommended to develop the standards of each dimension of organizational health and connect them to marketing performance in order to be able, on the one hand, to determine and reinforce points of strength and, on the other hand, to determine weakness points to treat them.

Keywords: Organizational health dimensions, Sales and marketing delegate performance, Jordanian insurance companies.

* Business Administration Department, Philadelphia University.
Received on 21/3/2016 and Accepted for Publication on 29/6/2017.