



تأثير سوابق التوجه نحو السوق في مستوى توجه

المؤسسات المصرفية نحو السوق

- دراسة استطلاعية على عينة من وكالات البنوك العمومية الجزائرية بالشرق -

The impact of market orientation antecedents in the level of banking institutions market orientation

-An exploratory study on a sample of Algerian public banks agencies in the East-

ا. د. الهادي بوقلقول

جامعة باجي مختار، عنابة

boukhalhadi@gmail.com

ا. ياسين بوناب

جامعة باجي مختار، عنابة

yacine2222dz@yahoo.fr

المخلص:

Abstract :
This study aims to verify the impact of market orientation antecedents (Organizational and environmental) on the level of market orientation in the agencies of the Algerian public banks. To achieve this objective, the researchers conducted a survey of (managers and competent staff) in 30 agencies bank balance (Affiliates to different public banks) located in the willayas of "Skikda, Constantine and Annaba", through a questionnaire that includes various aspects of market orientation antecedents and various behavioral dimensions of market orientation. The results of the field study showed that the market orientation antecedents have an impact on the level of orientation a market in the agencies of the Algerian public banks.

Key words:

Market orientation, Organizational antecedents, Environmental antecedents Top Management Emphasis.

تمت هذه الدراسة إلى التحقق من وجود تأثير سوابق التوجه نحو السوق (التنظيمية و البيئية) على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية الجزائرية، ولتحقيق هذه الهدف، قام الباحثين باستطلاع آراء (مدراء، رؤساء مصالح، موظفين مختصين) في 30 وكالة بنكية عمومية (تنتهي لمختلف البنوك العمومية) تتواجد في ولايات "سكيكدة وقسنطينة وعنابة"، وهذا بالاعتماد على استبيان يشمل مختلف جوانب سوابق التوجه نحو السوق ومختلف الأبعاد السلوكية للتوجه نحو السوق، وقد بينت نتائج الدراسة الميدانية أن سوابق التوجه نحو السوق لها تأثير على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية.

الكلمات المفتاحية :

التوجه نحو السوق، السوابق التنظيمية، السوابق البيئية، التزام الإدارة العليا.

تصنيف M31:JEL

مقدمة:

تزايد الاهتمام بموضوع التوجه نحو السوق خلال العقود الأخرين من قبل عدة باحثين في مجال التسويق وإدارة الأعمال، وهذا منذ المقال الرائد لكوهلي و جوارسكي (Kohli&Jaworski,1990)، حيث تركزت جهود الباحثين في المقام الأول حول تصور مفهوم وقياس التوجه نحو السوق

(Narver &Slater,1990 , Deshpandé ,Farley&Webester 1993 ,Ruekert 1992,Day1994)، ومن ثم اتجهت الأبحاث إلى دراسة تأثير التوجه نحو السوق على أداء المنشآت والتي نالت الاهتمام الأكبر من قبل الباحثين، (Xureb,1997, ((Narver&Slater,1990,1994, Kohli & Jaworski, 1993, Greenly1995, Gatingnon & Berthon 1996) حيث سمحت نتائج هذه الأبحاث بتأكيد وجود علاقة ايجابية بين التوجه نحو السوق وأداء المنشآت. غير أن الاهتمام بالعوامل التي تسبق ظهور التوجه نحو السوق في المنظمة (Antécédents) بقي إلى حد اليوم محدودا، خاصة في قطاع الخدمات رغم أهمية دراسة هذه العوامل باعتبارها عوامل من شأنها أن تحفز أو تعرقل التوجه نحو السوق في المنظمات. وتعود بداية الأبحاث حول سوابق التوجه نحو السوق إلى دراسة كوهلي و جوارسكي (Kohli & Jaworski, 1993) والتي أوضحت أن سوابق التوجه نحو السوق تتمثل في عوامل مرتبطة بالتنظيم مثل: التزام الإدارة العليا؛ أسلوب لتنظيم؛ حركية العلاقات ما بين الأقسام؛ نظام التقييم والحوافز التنظيمية، كما أن كريستين وآخرون (Christine; et ale,2002) اقترحوا إضافة عوامل أخرى مرتبطة بالبيئة الخارجية ويتعلق الأمر بتأثير كلا من التشريعات الحكومية؛ هيكل الملكية:الموارد البشرية والمالية والتكنولوجية؛ حيث تلعب هذه العوامل بدورها دورا بارزا في الزيادة أو الحد من درجة توجه المنظمة نحو السوق باعتبارها تشكل جزءا من بيئة نشاطها.

1- إشكالية الدراسة

تواجه المؤسسات المصرفية العمومية الجزائرية متغيرات بيئية تفرض عليها التكيف من اجل البقاء والنمو، خاصة مع دخول فاعلين جدد في السوق المصرفية الجزائرية ممثلين في فروع بنوك ذات خبرة عالمية في مجال الأنشطة المالية والمصرفية، ولعل من ابرز متطلبات التكيف مع هذه البيئة المتغيرة هو تبني المؤسسات المصرفية العمومية للتوجه نحو السوق باعتبارها الخيار الأمثل لرفع من مستوى أدائها، غير أن مستوى توجه المؤسسات المصرفية نحو السوق وكغيرها من منظمات الأعمال يتحدد بتأثير مجموعة من العوامل تعرف بمقدمات أو سوابق التوجه نحو السوق، وهذا ما يدفعنا إلى طرح التساؤل التالي :

هل تؤثر سوابق التوجه نحو السوق في مستوى توجه

وكالات البنوك العمومية الجزائرية نحو السوق؟

2- فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة تمت صياغة الفرضية الأساسية التالية:

H : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسوابق التوجه نحو السوق في مستوى توجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق.

والتي ينبثق عنها الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق التنظيمية في مستوى توجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق.

H₂: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق البيئية في مستوى توجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق.

3- مراجعة الدراسات السابقة

كما سبق الإشارة إليه فإن الأبحاث التي اهتمت بدراسة سوابق التوجه نحو السوق في المنظمات الخدمية تبقى محدودة خاصة في قطاع الخدمات المصرفية، وعلى العموم فستتطرق ضمن هذه الفقرة إلى أهم الدراسات التي اهتمت بدراسة سوابق التوجه نحو السوق في مختلف القطاعات وفي القطاع المصرفي وهذا كمايلي :

- دراسة (Sue, Pulendran & al, 2000)¹ : هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في سوابق وعواقب التوجه نحو السوق ضمن بيئة أعمال استرالية، من خلال تكرار خطوات دراسة كوهلي وجورسكي (Kohli & Jaworski, 1993)، اعتمادا على عينة من 505 شركة متنوعة من حيث قطاع النشاط والحجم و الموقع الجغرافي، أكدت نتائج هذه الدراسة من جهة وجود اثر ايجابي للتوجه نحو السوق على الأداء، ومن جهة أخرى أوضحت هذه الدراسة أن مستوى التوجه نحو السوق يتحدد بمجموعة من العوامل (سوابق التوجه نحو السوق)، حيث أن كلا من التزام الإدارة العليا والترابط التنظيمي واعتمادا نظام مكافأة مرتبط بالأداء التسويقي يؤدي إلى الرفع من مستوى توجه المنظمات نحو السوق، في حين أن النزاع التنظيمي والمبالغة في الاعتماد على الطابع الرسمي للإدارة يؤدي إلى انخفاض مستوى توجه المنظمات نحو السوق.

- دراسة (Ahmet H. Kirca & al, 2005)² : قدمت الدراسة محصلة لنتائج (114 دراسة) بشأن سوابق وعواقب التوجه نحو السوق باستخدام التحليل متعدد المتغيرات بالإضافة إلى استخدام تحليل الانحدار، وقد صنفت الدراسة سوابق التوجه نحو السوق تماشيا مع النموذج المقدم من طرف كوهلي وجورسكي (Kohli & Jaworski, 1993) إلى ثلاث فئات هي : عوامل الإدارة العليا، والعوامل المشتركة بين الإدارات، والأنظمة التنظيمية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ايجابية بين التوجه نحو السوق والأداء. كما أوضحت الدراسة أن مستوى التوجه نحو السوق يتحدد تبعا لتأثير مجموعة من السوابق منها ما هو ايجابي مثل التزام الإدارة العليا والترابط بين الإدارات ومنها ما هو سلبي مثل المركزية والمبالغة في الإجراءات الرسمية، كما خلصت الدراسة إلى أن تأثير التوجه نحو السوق في الأداء يكون أعلى في المؤسسات الصناعية مقارنة بالمؤسسات الخدمية .

- دراسة (kajendra, 2008) : شملت هذه الدراسة عينتين من الشركات الصناعية في اليابان وسيريلانكا (176 و106 على التوالي) باستخدام سلم القياس المقترح من طرف كوهلي وجورسكي (Kohli

(Jaworski, 1993) ، وقد أوضحت النتائج أن مستوى التوجه نحو السوق في المؤسسات اليابانية أعلى منه في المؤسسات السريلانكية التي تبقى متوسطة المستوى. من جهة ثانية أكدت الدراسة وجود علاقة ايجابية بين مستوى التوجه نحو السوق والأداء. كما أظهرت الدراسة تأثير السوابق على التوجه نحو السوق فمن خلال نتائج تحليل الانحدار تبدوا الشركات اليابانية تتأثر ايجابيا بالتزام الإدارة العليا والترابط بين الإدارات، وهو ما ينطبق كذلك على الشركات السريلانكية، كما أن المركزية تؤثر سلبيا على مستوى التوجه نحو السوق الشركات السريلانكية، في حين أن باقي العوامل ليست لها تأثير حسب هذه الدراسة. كما لفتت الدراسة إلى وجود عوامل أخرى تؤثر في مستوى التوجه نحو السوق مثل البيئة والموردين .

- دراسة (Valter, 2010)³ : وهي دراسة تحليلية تجميعية (Meta & Mega-Analysis) لعينة من الدراسات (27 دراسة) التي تناولت سوابق التوجه نحو السوق ونتائجه في بيئة الأعمال البرازيلية ، وبيئة الأعمال الدولية (07 دراسات)، وقد اعتمدت على النموذج المقترح من قبل (krica, 2005) الذي يحدد العلاقة بين سوابق ونتائج التوجه نحو السوق، وخلصت الدراسة إلى تأكيد وجود علاقة ايجابية بين التوجه نحو السوق والأداء. كما أوضحت الدراسة أن مستوى التوجه نحو السوق يتحدد بمجموعة من السوابق والمتمثلة في الترابط بين الأقسام الإدارية والبيئة مابين الأقسام الإدارية وإجراءات تنفيذ العمل .

- دراسة (Frederick. O& al, 2011)⁴ : تناولت هذه الدراسة الصلة بين سوابق التوجه نحو السوق والأداء في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببوتسوانا ، وهذا اعتمادا على عينة من مدراء 160 مؤسسة صغيرة ومتوسطة باستخدام سلم القياس المقترح من طرف كوهلي وجورسكي (Kohli & Jaworski, 1993) المعروف بـ (MARKOR Scale) وقد خلصت الدراسة إلى تأكيد وجود علاقة ايجابية بين التوجه نحو السوق وأداء المؤسسة الصغيرة، رغم أن مستوى التوجه نحو السوق في هذا القطاع خاصة وقطاع الأعمال بدولة بوتسوانا عامة يبقى محدودا، لأسباب مرتبطة بتأثير سوابق التوجه نحو السوق الداخلية المتمثلة في: ضعف دور الإدارة العليا وضعف الترابط مابين الأقسام وعدم مناسبة أنظمة التنظيم .

- دراسة (Graber, Stéphane& al, 2003)⁵ : اعتمدت على عينة تمثلية مكونة من 22 بنك من بين البنوك السويسرية المتواجدة بمنطقة جنيف وضواحيها والمختصة في إدارة الأصول الخاصة والتي تدير حسب تقارير الفينونيشل تايمز أكثر من 30 بالمائة من الأصول الخاصة في العالم. تبنت هذه الدراسة نموذج يعتبر أن التوجه التعليمي والتنظيم الداخلي كسوابق أساسية للتوجه نحو السوق في القطاع المصرفي، وقد اعتمدت الدراسة على سلالمة قياس استعملت في دراسات سابقة. و أوضحت نتائج هذه الدراسة وجود مجموعتين من البنوك وهي البنوك الأقل توجهها نحو السوق (6 بنوك) والبنوك الأكثر توجهها نحو السوق (14 بنكا)، وأظهرت الدراسة أن مستوى التوجه نحو السوق في كلا المجموعتين يتأثر بمجموعة من العوامل (التي تسمى بسوابق التوجه نحو السوق). حيث أن التنظيم الداخلي للبنوك الأكثر توجهها نحو السوق أكثر ملامة مقارنة بالبنوك الأقل توجهها نحو

السوق، في حين الحركية مابين الإدارات ليست لها دلالة حيث أن البنوك المدروسة بشكل عام لديهم مستوى جيد من التعاون بين الإدارات والصراعات قليلة ومتحكم فيها.

- دراسة (Robert A & Vincent.B, 2011)⁶ : تنبع أهمية هذه الدراسة من الرغبة في قياس التوجه نحو السوق للبنوك في دولة نامية مثل غانا، حيث مفهوم التوجه نحو السوق لا يزال ممارسة جديدة، الدراسة تهدف إلى التعرف على موقف الموظف من التوجه نحو السوق، وكيف أنها تختلف فيما يتعلق الوضع الوظيفي داخل البنك في البلدان النامية. تم استخدام مقياس اعتمادا على تعديل طفيف لمقياس (MARKOR). نتائج الدراسة تكشف قدر كبير من التوجه نحو السوق في البيئة المصرفية الغانية. على الرغم من أن التصور العام من التوجه نحو السوق معتدل إلى حد ما، فإن النتائج تكشف أيضا أن إدارة البنك لديها فهم أعلى للتوجه نحو السوق من الموظفين.

4- أهداف الدراسة

- التعرف على السوابق التنظيمية التي تتميز بها وكالات البنوك العمومية الجزائرية؛
- التعرف على السوابق التي تميز بيئة عمل وكالات البنوك العمومية الجزائرية؛
- التعرف على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية؛
- التأكد من وجود تأثير لسوابق التنظيمية والبيئية على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية.

5- أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها ترمي إلى المساهمة في معالجة موضوع يتسم بالحدثة بالنسبة لمناخ الأعمال في الجزائر بصفة عامة، ومناخ الخدمات المصرفية بصفة خاصة، والذي ما يزال بعيدا عن الخوض في هكذا مواضيع لأسباب مختلفة، تتعلق أساسا بالفجوة المعرفية في مجال سوابق التوجه نحو السوق وتأثيرها في مستوى توجه نحو السوق في المؤسسات المصرفية الجزائرية.

6- ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات المذكورة

تتميز هذه الدراسة أنها تجري في مناخ أعمال جزائري، حيث تعتبر المفاهيم التسويقية حديثة نسبيا بالنسبة للمنظمات الأعمال الجزائرية بصفة عامة وقطاع البنوك العمومية بصفة خاصة، الذي لا زال بعيدا عن من مواكبة مقتضيات اقتصاد السوق.

أولا: الخلفية النظرية للدراسة

1- تعريف التوجه نحو السوق

يعتبر نارفوسلاتر (Narver & Slater, 1990) وجوروسكي وكوهلي (Kohli & Jaworski, 1990) أول من عرفوا التوجه نحو السوق حيث اقترحوا تعريفيين قائمين على مقاربتين مختلفتين: المقاربة الثقافية والمقاربة السلوكية. وقد أسست هاتان المقاربتان للعديد من الأعمال البحثية اللاحقة⁷.

1-1- تعريف التوجه نحو السوق من وجهة نظر المقاربة السلوكية

يرى كلا من جورسكي وكوهلي (Kohli&Jaworski,1990) أن التوجه نحو السوق يعتبر كجملة محددة من السلوكيات المتعلقة بجمع وتوليد المعلومات ونشرها واستخدامها.

وعرفاه كما يلي: "إنتاج المعلومات من قبل المنظمة حول الاحتياجات الحالية والمستقبلية للزبائن وتوزيع هذه المعلومات في مختلف أقسام المنظمة واستخدامها لهذه المعلومات" ⁸.

2-1 تعريف التوجه نحو السوق من وجهة نظر المقاربة الثقافية

حسب نارفر وسلاتر (Narver & Slater, 1990) فإن مفهوم التوجه نحو السوق يقوم أساسا على اعتباره ثقافة مشتركة بين أعضاء المنظمة. وقد عرفاه بأنه: " ثقافة تنظيمية تحث سلوكيات ضرورية لاقتراح قيمة عليا للمستهلكين" ⁹، وأوضحا أن ما يحث السلوكيات التنظيمية هو فهم احتياجات الزبائن وفهم أسلوب استجابة المنافسين لاحتياجات نفس الزبائن، وتنسيق الموارد المتاحة لاقتراح قيمة عليا للزبون. كما أوضحا كذلك أن التوجه نحو السوق يظهر في المؤسسة نتيجة تضافر ثلاثة عناصر هي: التوجه نحو الزبون والتوجه نحو المنافسين والتنسيق بين الأقسام.

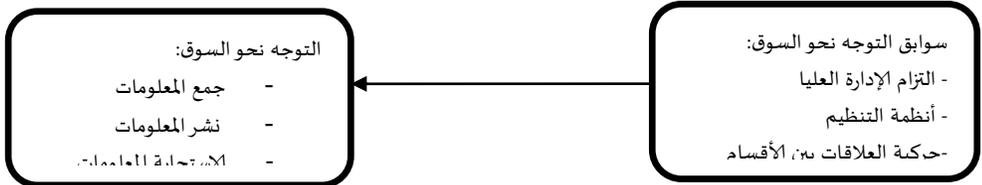
2- سوابق التوجه نحو السوق : Antécédents of market orientation

سوابق أو مقدمات التوجه نحو السوق هي عوامل ترتبط بالتنظيم أو بالبيئة قد تزيد أو تحد من تطبيق فلسفة التسويق في المنظمة. وتبرز هذه العوامل التنظيمية على مستوى الأفراد والمجموعات والتنظيم والأقسام.. الخ، في حين أن العوامل الخارجية (البيئية). تتعلق حسب كريستين وآخرون (Christine&ale,2002) بالتشريعات الحكومية وهيكل الملكية والموارد(بشرية ومالية وتكنولوجية)، حيث تلعب هذه العوامل دورا بارزا في الزيادة أو الحد من مستوى توجه المنظمة نحو السوق باعتبارها تشكل جزءا من بيئة نشاط المنظمة، ويمكننا شرح كيفية تأثير هذه السوابق كما يلي:

2-1 سوابق التوجه نحو السوق المرتبطة بالتنظيم

وهي عوامل ترتبط بالتنظيم يمكن أن تزيد أو تحد من مستوى توجه المؤسسة نحو السوق (Kohli & Jaworski, 1993) وتشمل على العوامل التالية: التزام الإدارة العليا، وحركية العلاقات ما بين الأقسام، وأنظمة التنظيم ونظام التقييم والحوافز، كما هو مبين في الشكل الموالي، والتي سنتعرض لها بالتفصيل في الفقرات الموالية.

الشكل (1): سوابق التوجه نحو السوق المرتبطة بالتنظيم



Source ; Kohli & Jaworski, Market Orientation :Antecedents and consequences , Journal of marketing ,vol57 july1993,p55 (adapted by researcher)

2-1-1- التزام الإدارة العليا (Top Management Emphasis)

أكد كلا من كوهلي وجورسكي (Kohli&Jaworski, 1993) في دراستهما حول سوابق التوجه نحو السوق، على أنه بقدر أهمية التزام الإدارة العليا بممارسة نشاطات التوجه نحو السوق بقدر ما يزيد مستوى توجه المنظمة نحو السوق، ويتحقق ذلك من خلال قدرة وإرادة المنظمة على جمع معلومات حول السوق ونشرها داخل المنظمة والاستخدام المناسب لهذه المعلومات¹⁰. ويبرز التزام الإدارة العليا بالتوجه نحو السوق من خلال العناصر التالية:

الشكل (2): سوابق التوجه نحو السوق (المتعلقة بالتزام الإدارة العليا)



Source ; Kohli & Jaworski, Market Orientation :The construct ; Research propositions and Managerial Implications , Journal of Marketing , April 1990 , p08(adapted by researcher)

أ- كفاءة أعضاء الإدارة العليا: باعتبار أن التوجه نحو السوق يتضمن الاستجابة للتغيرات في سلوكيات واحتياجات المستهلكين والتي تتضمن بدورها ابتكار برامج تسويقية وإستراتيجية¹¹، الأمر الذي يتطلب توافر المنظمة على مسيرين أكفاء. وفي هذا السياق يرى ماسون وهامبريك (Hambrick & Mason, 1984) " أن المنظمة يجب تكون مقادة من قبل مسيرين شباب يتمتعون بمستوى تعليم رسمي وينتمون إلى وسط اقتصادي متواضع يحفزهم على الارتقاء في السلم الاجتماعي ". ويرى كوهلي وجورسكي " أن مستوى التوجه نحو السوق يكون أعلى كلما كان تكوين أعضاء الإدارة العليا الرسمي جيدا ورغبتهم في الترقية الاجتماعية أكبر.

ب- تقبل المخاطرة: تشير أدبيات التسويق إلى أن تقبل المخاطرة يجب أن تكون متأصلة في مسيري المنظمة المتوجهة نحو السوق، ذلك أن التوجه نحو السوق محفوف بالمخاطر التي تنجم عن الفشل في تقديم منتج أو خدمة جديدة أو معدلة تلي حاجات ورغبات المستهلك.

ج - التفاعل مع المستهلكين: يعتبر التفاعل مع الزبائن أحد أبرز أركان التسويق الحديث القائم على التسويق بالعلاقات، حيث تضع المنظمة نفسها (ممثلة في المسيرين والأفراد المستخدمين) في موقع الخبير في اختصاصها بالنسبة للزبائن، مما يساعدها على جمع المعلومات حول تطلعات ورغبات الزبائن وبالتالي استخدامها في تلبية هذه التطلعات، وهو ما يسمح للمنظمة بأن تكون أكثر توجهها نحو السوق وتصبح في نظر الزبائن الجهة المثالية التي تستجيب لانشغالاتهم.

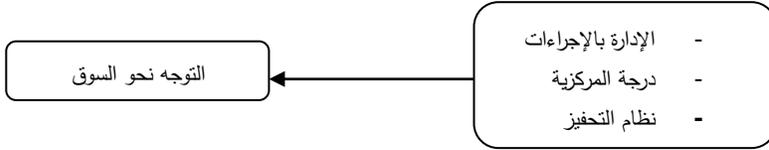
د- الاهتمام بأفكار الأفراد: يسمح الاهتمام المتزايد بأفكار وأراء الأفراد في مختلف أقسام المنظمة بتحسين مستوى توجه المنظمة نحو السوق. وقد دعا أرجيس (Argyis, 1966) إلى فتح مجال الاقتراحات والعروض للأفراد والأفواج في المنظمة لأن عدم الاهتمام بأراء وأفكار الأفراد في مختلف

الأقسام يؤدي إلى الحد من تدفق المعلومات، إضافة إلى خلق مناخ من الحذر والمعارضة في وسط أفراد المنظمة¹². كما أن انخفاض الاهتمام بأفكار الأفراد من مختلف الأقسام بصفة مستمرة قد يمنع أو يحد من نشر المعلومات المتعلقة بالسوق عبر الأقسام، وهذا بدوره يؤدي إلى إضعاف مستوى توجه المنظمة نحو السوق.

2-1-2 الأنظمة التنظيمية (The organizational systems)

ترتبط هذه الأنظمة بخصائص المنظمة الواسعة (Organization- wide) وطبيعة الهيكل التنظيمي، وتتعلق هذه الأنظمة حسب كوهلي وجورسكي بالإدارة بالإجراءات ودرجة المركزية و أنظمة التحفيز (الشكل 3 يوضح ذلك)، وضمن هذا الصدد ترى معظم أدبيات التسويق أن الأنظمة التنظيمية قد تشكل حاجزا أمام توجه المنظمة نحو السوق¹³، بسبب تأثيرها السلبي على مكونات التوجه نحو السوق وهذا ما سنوضحه في مايلي:

الشكل(3): مقدمات التوجه نحو السوق المتعلقة بأنظمة التنظيم



Source ; Kohli & Jaworski, Market Orientation : The construct ; Research propositions and Managerial implications , Jornal of Marketing , April 1990 , p13(adapted by researcher)

أ- الإدارة بالإجراءات الرسمية (**Formalisation**): حسب (Johnson;Haas) فإن الإدارة بالإجراءات هو أسلوب في الإدارة يتميز باللجوء المكثف لتحديد الأدوار بدقة وإتباع الإجراءات الرسمية في اتخاذ القرارات وعلاقات السلطة والاتصال¹⁴، ويؤكد (Stampfl,1978) أن المبالغة في الإدارة بالإجراءات تجعل من المنظمة أقل تكيفا مع تغيرات المحيط ممثلا في السوق، ذلك أن الإفراط في الإجراءات وتحديد الأدوار يشكل عائقا أمام نشر المعلومات بين أعضاء المنظمة وبالتالي الحد من قدرة المنظمة على التكيف مع السوق وتغيرات المحيط ومن ثم انخفاض درجة توجه المنظمة نحو السوق.

ب- درجة المركزية (**Degree of centralization**): تعرف المركزية بأنها تركيز سلطة اتخاذ القرارات في جهة واحدة من المنظمة، حيث تكون مشاركة أعضاء التنظيم في صنع القرارات محدودة (Aiken&Hage,1968). ويرى (Stampfl,1978) أن المركزية المفرطة تجعل المنظمة أقل تكيفا مع السوق وتغيرات المحيط¹⁵، وتؤدي إلى إضعاف قدرة المنظمة على جمع المعلومات واستخدامها. وقد وجد باحثون آخرون أن المركزية ترتبط عكسيا باستعمال المعلومات (Hespan & Zatman,1982) وبالتالي فإن زيادة درجة المركزية تؤدي إلى تدني مستوى توجه المنظمة نحو السوق لأنها تحد من سلوكيات الابتكار والإبداع.

ج- نظام التقييم والمكافأة: تشير معظم أدبيات التسيير إلى وجود علاقة وثيقة بين نظام التقييم والمكافأة وميول و سلوكيات الأفراد في المنظمة. حيث يؤديان معا إلى تشكيل سلوك إما أن يكون

مرغوبا أو غير مرغوب فيه وقد بين كتاب عديدون (88; Webster; Anderson,95; Jaworski,88) دور نظام التقييم والمكافأة في تطوير المؤسسات التي تسيير بدفع السوق (Markte_Driver)، فالمنظمات المتوجهة نحو السوق تتبنى نظام مكافأة يرتبط بأداء السوق حيث أن الاعتماد على أسلوب التقييم قصير المدى يخالف مبادئ التوجه نحو السوق عكس الأسلوب الطويل المدى. وعليه ينبغي على المؤسسات المتوجهة نحو السوق تكثيف الاعتماد على عوامل السوق في تقييم ومكافأة المسيرين والأفراد من أجل الرفع من مستوى هذا التوجه.

2-1-3- حركية العلاقات ما بين الأقسام (Interdepartmental Dynamics)

المقصود بحركية العلاقات بين الأقسام تفاعلات النزاع والعلاقات بين أجزاء المنظمة، ويمكن أن نلاحظ في معظم المنظمات إحدى الحالتين التاليتين كمايلي:

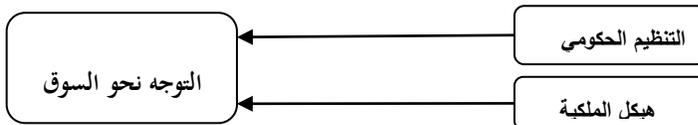
أ- الترابط بين الأقسام (Interdepartmental Connectedens): أن وجود روابط قوية بين مختلف أقسام وإدارة المؤسسة يساعد على تعظيم مستوى توجهها نحو السوق حيث أن الترابط بين الأقسام الوظيفية يسمح للإدارة التسويقية بكسب ثقة وتعاون المدراء غير التسويقيين مما يسمح بتقليل النزاع بين الأقسام وبالتالي تحسين ظروف نشر وتبادل المعلومات.

ب- النزاع بين الأقسام (Interdepatmental Conflic): يؤدي احتدام الصراع والمنافسة بين أقسام المنظمة إلى تدني مستوى توجه المؤسسة نحو السوق. وفي هذا الصدد يرى (59; Felton; zhiaklae; 76) أن ارتفاع حدة النزاع ما بين الأقسام يضر بتطبيق التوجه نحو السوق، كما أكد ولتر وريكرت (1987; Ruckert&Walker) أن وجود نزاع ما بين الأقسام الوظيفية في المنظمة يعرقل الاتصال بين أجزاء المنظمة مما يعيق جمع ونشر المعلومات التي تحتاجها المؤسسة حول السوق وبالتالي إحداث اضطراب في تنسيق الرد بين الأقسام على حاجات السوق، وبالتالي انخفاض مستوى توجه المنظمة نحو السوق.

2-2 سوابق التوجه نحو السوق البيئية (The environmental antécédents)

إضافة إلى العوامل التنظيمية المرتبطة أساسا بالمحيط الداخلي للمنظمة، إهتمت دراسات حديثة عديدة بعوامل أخرى مرتبطة بالمحيط الخارجي للمنظمة. هذه العوامل تم اعتبارها بمثابة سوابق أو مقدمات للتوجه نحو السوق، لما لها من تأثير في مستوى توجه المنظمة نحو السوق. وتمثل حسب كريستين وآخرون (2002; Christine;& ale) في التنظيم الحكومي وهيكل الملكية .

الشكل(04): السوابق البيئية للتوجه نحو السوق



Source: Riliang & Cristine; Thea, Developing market orientation in China the Impact of the Regulation and Ownership Structure

2-2-1 - التنظيم الحكومي (Government Regulation)

ويتعلق الأمر بالقواعد التنظيمية التي تشرعها الحكومة لضبط النشاط الاقتصادي و التجاري بما يتماشى والأهداف الاقتصادية للحكومة. وينظر الكثير من الباحثين والمهتمين بموضوع التوجه نحو السوق إلى القواعد التنظيمية الحكومية المتعلقة بالسوق والمنافسة كعوامل يمكن أن تحد من تطور توجه المنظمة نحو السوق.¹⁶ لأنها يمكن أن تدعم القطاع العام وتقيد المنافسة مما يحد من قدرة المنظمة على تطوير مهارات مرتبطة بالتوجه نحو السوق. غير أن القواعد التنظيمية المتعلقة بحماية المستهلك وضمان جودة المنتج من المتوقع أن يكون لها أثر إيجابي على تطور توجه المنظمة نحو السوق.

2-2-2 - هيكل الملكية (Ownership Structure)

وتؤكد الأبحاث الامبريقية أن هيكل الملكية يؤثر على سلوك المنظمة لعدة اعتبارات ومن ثم على توجيهها نحو السوق، حيث تشير الدراسات أن تركيز الملكية يضر بأداء المنظمة¹⁷ (Parichart.R & al.,2011). وهكذا نجد أن المنظمات المملوكة للدولة تبدو متمسكة بميكانيزمات وأنظمة إدارية بالية تشكل حاجزا أمام تطوير نشاطات التوجه نحو السوق. في حين أن المؤسسات غير التابعة للحكومة (خاصة) تعتمد أنظمة التسيير الحديث (مثل اعتماد ميكانيزمات مكافأة ترتبط بالأداء المالي والتجاري). فالتوجه نحو السوق يقتضي أن تعتمد المؤسسة في إدارتها على مسيرين مؤهلين لتطوير وتطبيق برامج ومهارات تسويقية ناجعة والاستخدام الفاعل لمعلومات السوق في صياغة قرارات المؤسسة .

ثانيا: منهج وأدوات الدراسة

- 1- منهج الدراسة: اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحلي، بالإضافة إلى الاطلاع على الخلفية النظرية للموضوع واستعراض نتائج الدراسات السابقة، فقد قمنا بإجراء دراسة ميدانية على مستوى عينة من وكالات البنوك العمومية بالاعتماد على استبيان موجه إلى أفراد يشغلون وظائف إدارية في هذه الوكالات.
- 2- اختيار قطاع الدراسة: تم اختيار قطاع المؤسسات المصرفية العمومية بالجزائر وهذا للاعتبارات التالية:

- أ- في حدود معلوماتنا لا يوجد بحث منشور حول سوابق التوجه نحو السوق في قطاع المؤسسات المصرفية العمومية بالجزائر
- ب- التحديات التي تواجهها هذه المؤسسات والتي تتمثل في العوامل التالية :
 - تحرير قطاع العمل المصرفي وانفتاحه على المنافسة؛
 - زيادة متطلبات زبائن الخدمات المالية؛
 - دخول فاعلين جدد في السوق المصرفية الوطنية؛
 - نقص الخبرة في العمل المصرفي وفقا للمعايير الدولية؛ لعب دور في تعبئة الادخار المحلي كبديل عن الإيرادات الربعية؛

ففي ظل هذه التحديات البيئية فان البنوك العمومية تمر بمرحلة إعادة صياغة و تعديل خيارتها الإستراتيجية والتي من بينها تبني التوجه نحو السوق وهو الأمر الذي يشكل بالنسبة لها تحديا حقيقيا للحاق بركب البنوك الناجحة.

3- مجتمع وعينة الدراسة:

أ- المجتمع المدروس: يتعلق مجتمع الدراسة بوكالات البنوك العمومية الجزائرية التابعة للبنوك التالية: بنك الجزائر الخارجي (BEA)، البنك الوطني الجزائري (BNA)، القرض الشعبي الجزائري (CPA)، بنك التنمية المحلية (BDL)، بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، الصندوق الوطني للادخار والاحتياط (بنك) (CNEP BANK).

ب- عينة الدراسة: تتمثل في عينة ميسرة متكونة من 30 وكالة بنكية تابعة للبنوك العمومية (1 إلى 3 وكالات عن كل بنك عمومي في ثلاثة ولاية بشرق البلاد)، موزعة على ثلاثة ولايات هي سكيكدة، عنابة، قسنطينة، وهذا راجع لعدم توفر الإمكانيات لتوسيع مجال الدراسة إلى باقي الولايات، وعليه فقد كان عدد الاستبيانات الموزعة تقدر بـ 90 استمارة، وكانت نتائج استرجاع الاستبيانات كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم 1: حالة الاستبيانات الموزعة والمستلمة

90	عدد الاستبيانات المعدة للتوزيع
60	عدد الاستبيانات الموزعة
49	عدد الاستبيانات المستلمة
%81.66	نسبة الاستبيانات المستلمة
41	عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل
%83.67	نسبة الاستبيانات الصالحة للتحليل إلى المستلمة
%68.33	نسبة الاستبيانات الصالحة للتحليل إلى الموزعة

المصدر: إعداد الباحث

4- أدوات جمع المعطيات: يتركز جمع المعطيات على استبيان مكون من قسمين؛ القسم الأول يتضمن الخصائص العامة للمستجوبين، في حين يتضمن القسم الثاني قائمة من 24 عبارة منها 12 عبارة تتعلق بسوابق التوجه نحو السوق (العبارات من 01 إلى 12) و 12 عبارة حول قياس مستوى التوجه نحو السوق (العبارات من 13 إلى 24)، وهي مهيكلة وفقا لمتغيرات الدراسة وأهدافها كما هو مبين في الجدول التالي :

الجدول رقم 2: هيكلية الاستبيان

العبارة المعنية	الأبعاد المكونة لمتغيرات الدراسة	متغيرات الدراسة
1 إلى 09	1- المرتبطة بالتنظيم	سوابق التوجه نحو السوق (المتغير المستقل)
10 إلى 12	2- المرتبطة بالبيئة	
13 إلى 16	1- جمع المعلومات	التوجه نحو السوق (المتغير التابع)
17 إلى 21	2- نشر المعلومات	
21 إلى 24	3- استخدام المعلومات	

المصدر: إعداد الباحث

كل الجمل تم صياغتها اعتمادا على مراجعة سلالمة قياس استعملت في أعمال سابقة وهي تستجيب لحاجة الدراسة الحالية، وتم صياغتها بالفتن العربية والفرنسية، وقد خضعت للتحكيم من قبل أساتذة متخصصين لتحليل المحتوى وتأكد من صدقتها، كما تم التأكد من ثبات العبارات المستخدمة في القياس من خلال حساب معامل الثبات.

5- طريقة الإجابة: لغرض الإجابة تم اختيار موظفين عن كل وكالة بنكية (مدير الوكالة أو نائبه أو المكلف بقسم التسويق أو موظف بقسم التسويق)، والهدف هو سؤال الشخص الأكثر كفاءة.

6- طريقة القياس: تكون الإجابات مفاسه على سلم ليكرت (Likert) خماسي الدرجات الذي يتضمن خمسة مستويات ترتيبية (موافق بشدة إلى غير موافق تماما) تقابلها خمس نقاط من 05 إلى 01، فان حساب المتوسط الحسابي المرجح يتم من خلال حساب طول الفئة وهي عبارة عن حاصل قسمة 4 على 5. حيث 4 تمثل عدد الفئات و5 عدد الاختيارات (الدرجات). حيث نحصل على طول الفئة يساوي 0.80 وبالتالي التوزيع يكون كما هو مبين في الجدول التالي :

جدول رقم3: حساب المتوسط الحسابي المرجح لدرجات سلم ليكرت الخماسي

المستوى الترتيبي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
الدرجات	5	4	3	2	1
المتوسط المرجح	4.21-5	3.41-4.20	2.61-3.40	1.81-2.60	1-1.80

المصدر: إعداد الباحث

7- طريقة تحليل المعطيات: لغرض معالجة إشكالية الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها والتحقق من فرضيتها، تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة (اعتمادا على برنامج (SPSS)) ومن بينها:

- استخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات فقرات الاستبيان.
- حساب النسب المئوية الوسط الحسابي والانحرافات المعيارية.
- حساب معامل الانحدار واختبار تحليل التباين.

ثالثا: تحليل ومناقشة النتائج

1- قياس درجة ثبات وصدق أداة الدراسة: يهدف التأكد من ثبات الفقرات المستخدمة في الاستبيان قمنا بحساب معاملي الثبات (Alpha Cronbach) و الصدق (الجذر التربيعي لألفا كرونباخ) حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم4: قياس درجة ثبات وصدق أداة الدراسة

الملاحظة	معامل الصدق (الجذر التربيعي لألفا كرونباخ)	معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	
كل فقرات الاستبيان	0.980	0.961	24	
فقرات قياس (سوابق التوجه نحو السوق)	0.956	0.914	12	
فقرات قياس (التوجه نحو السوق)	0.971	0.943	12	

تأثير سوابق التوجه نحو السوق في [...]

مجلة الباحث الاقتصادي

تدل هذه النتائج على أن الاستبيان يقيس ما وضع لقياسه (صدق أداة القياس)، كما أنها تدل على استقراره (ثبات أداة القياس) و بالتالي يمكننا اعتبار أن أداة القياس جد مناسبة للقيام بهذه الدراسة.

2- تحليل المعلومات الشخصية:

الجدول رقم5: المعلومات الشخصية للمجيبين

الملاحظات	النسبة	التكرار	المتغيرات الشخصية	
	43.9	18	ذكر	الجنس
	56.1	23	أنثى	
	41.5	17	20 إلى 35	السن
	39.0	16	35 إلى 50	
	19.5	8	أكثر من 50	
اغلب المستجوبين لهم مستوى تعليمي جامعي 82.9 بالمئة	17.1	7	ثانوي	المستوى الدراسي
	82.9	34	جامعي	
اغلب المستجوبين يحتلون مركز وظيفي مهم (رئيس مصلحة او مدير وكالة) 58.5 بالمئة	41.5	17	موظف	الوظيفة في البنك
	39.0	16	رئيس مصلحة	
	19.5	8	مدير وكالة	
اغلب المستجوبين لهم خبرة مهنية تفوق الخمس سنوات 73.1 بالمئة	26.8	11	اقل من 5 سنوات	الخبرة المهنية
	26.8	11	من 5 الى 10 سنوات	
	46.3	19	أكثر من 10 سنوات	

المصدر: إعداد الباحث

من خلال تحليل البيانات الشخصية لعينة الأفراد المستجوبين، يتبين لنا أن اغلب المستجوبين يتميزون بالخصائص التالية: المستوى التعليمي العالي؛ الخبرة المهنية الكبيرة؛ المنصب الوظيفي المهم. مما يدل على أن أفراد العينة المختارة لهم القدرة والكفاءة على تقديم إجابات تستجيب لأهداف الدراسة.

3- تحليل متغيرات الدراسة

الجدول رقم 6: التحليل الإحصائي لسوابق التوجه نحو السوق

رقم	عبارات قياس سوابق التوجه نحو السوق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تهتم الإدارة العليا للبنك بتحسين كفاءة موظفي البنك	3,5366	80925	موافق
2	تطلب الإدارة العليا لهذا البنك من جميع الموظفين في كل المستويات أن يكونوا متفاعلين مع الزبائن	4,6098	49386	موافق بشدة
3	هناك استعداد من قبل الإدارة العليا في هذا البنك لتحمل المخاطر من أجل تحقيق الأهداف	3,4634	55216	موافق
4	تأخذ إدارة البنك بعين الاعتبار آراء واقتراحات الموظفين من مختلف المستويات	2,4878	95189	محايد
5	يعتمد البنك في إدارته على إجراءات رسمية وغير رسمية	1,9268	51915	غير موافق
6	التسويق مسؤولة لا مركزية داخل البنك	1,9756	56955	غير موافق
7	تتم مكافأة الموظفين على أساس قدرتهم على إرضاء الزبائن	1,8537	76030	غير موافق
8	نادرا ما يكون هناك صراع بين الأفراد من مختلف الأقسام	3,4634	89715	موافق
9	هناك تنسيق وثيق بين مختلف أقسام وفروع هذا البنك	3,9756	1,03653	موافق
	الوسط الحسابي المرجح للسوابق التنظيمية	3,0325	56232	محايد
10	يلتزم البنك بقواعد المناقشة التمهيدية	3,6829	68699	موافق
11	يلتزم البنك بقواعد حماية حقوق المستهلك	3,9512	21808	موافق بشدة
12	لا يؤثر الطابع العمومي لهذا البنك في الحصول على امتيازات مقارنة بالبنوك الأجنبية أو الخاصة	3,6098	62762	موافق
	الوسط الحسابي المرجح للسوابق البيئية	3,5244	60932	موافق
	الوسط الحسابي المرجح لسوابق التوجه نحو السوق	3,2114	50932	محايد

المصدر: إعداد الباحث

الملاحظ من الجدول أن هناك تفاوت بين إجابات بعد السوابق التنظيمية حيث يتراوح الوسط الحسابي لفقرات هذا البعد بين 1.85 بالنسبة للفقرة 07 و 4.61 بالنسبة للفقرة 02، ما يقابل درجتي عدم الموافقة والموافقة بشدة، وهو ما يجعل الوسط الحسابي المرجح لكل السوابق التنظيمية في حدود 3.03 أي ما يقابل درجة الحياد أو المتوسط، وهذا يدل على أن الوكالات البنكية لا تتوفر كثيرا على عوامل تنظيمية تساعد على أفضل تبني للتوجه نحو السوق.

أما بالنسبة لإجابات المتعلقة ببعد السوابق البيئية فليس هناك تفاوت كبير حيث تراوح الوسط الحسابي لفقرات هذا البعد بين 3.61 إلى 3.95 أي بين الموافقة والموافقة بشدة، وبالتالي فإن الوسط الحسابي المرجح لبعد السوابق البيئية في حدود 3.52 وهو ما يقابل الدرجة موافق أو جيد، وهو ما يدل على توفر بيئة أعمال وكالات البنوك العمومية على عوامل تساعد على تبني التوجه نحو السوق. أما بالنسبة للوسط الحسابي المرجح لمجمل سوابق التوجه نحو السوق فقد كان في حدود 3.21 وهو ما يقابل الدرجة محايد أو متوسط، مما يعني أن سوابق التوجه نحو السوق بالنسبة لوكالات البنوك العمومية لا تساعد كثيرا في تحسين مستوى تبني التوجه نحو السوق.

الجدول رقم 7: التحليل الإحصائي لمستوى التوجه نحو السوق

رقم العبارة	عبارات قياس مستوى التوجه نحو السوق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
13	يقوم البنك بإجراء العديد من دراسات السوق	3,26829	,501218	محايد
14	ينظم البنك لقاءات سنوية مع الزبائن لتحديد احتياجاتهم المستقبلية	1,7561	,48890	غير موافق تماما
15	يستطلع البنك سنويا موقف زبائنه من جودة خدماته	2,5610	1,07352	غير موافق
16	يقوم البنك بمراجعة تأثيرات المحيط على زبائنه	3,3171	,90662	محايد
17	توزع المعلومات حول زبائن بانتظام على جميع مستويات البنك	3,0976	,96966	محايد
18	توزع المعلومات حول المنافسين بانتظام على جميع مستويات البنك	2,7805	,90863	محايد
19	يعقد البنك اجتماعات دورية لمناقشة اتجاهات وتطورات السوق	3,9756	,72415	موافق
20	يقوم قسم التسويق بمناقشة احتياجات الزبائن مع باقي أقسام البنك	4,0488	,54549	موافق
21	يقوم البنك بمراجعة أهدافه المتعلقة بتطوير خدمات تناسب زبائنه	3,7805	,90863	موافق
22	يستجيب البنك بشكل سريع لانشغالات زبائنه	2,6098	,97155	غير موافق
23	يقوم البنك بالرد على حملات المنافسين الذين يستهدفون زبائنه	2,5854	,89375	غير موافق
24	تتعاون مختلف أقسام البنك فيما بينها لتعديل أو تطوير منتج ما وفقا لرغبات الزبائن	3,4878	,71141	موافق
	الوسط الحسابي المرجح لمستوى التوجه نحو السوق	3,1057	,64470	محايد

المصدر: إعداد الباحث

نلاحظ من خلال هذا الجدول التفاوت بين الإجابات على الفقرات المكونة لقياس مستوى التوجه نحو السوق، حيث تراوح الوسط الحسابي للفقرات ما بين 1.75 بالنسبة للفقرة 14 و 4.05 بالنسبة للفقرة 20 أي ما يقابل الدرجتين غير موافق تماما (ضعيف جدا) وموافق (جيد)، وعليه فإن الوسط الحسابي المرجح لمستوى التوجه نحو السوق يقدر بـ 3.10 أي ما يقابل الدرجة محايد (مستوى متوسط)، وهذه النتيجة قد يكون من أسبابها عدم توفر البيئة التنظيمية لوكالات البنوك العمومية على عوامل تساعد على الرفع من مستوى التوجه نحو السوق، وهذا ما نسعى إلى التأكد منه من خلال اختبار فرضيات الدراسة.

4- اختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة سنتطرق في مايلي إلى نتائج التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية الأساسية والفرضيات الفرعية للدراسة:

1-4 اختبار الفرضيات:

أ- اختبار الفرضية الفرعية الأولى (H_1): تنص الفرضية الفرعية الأولى على انه: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق التنظيمية في مستوى توجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق.

الجدول رقم9: اختبار تأثير السوابق التنظيمية على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية

Sig	t المحسوبة	Coefficients		F	R ²	R	سوابق التنظيمية
		B	A				
*0.00	10,833	,993	,094	117,344	,751	,866 ^a	

المصدر: إعداد الباحث

تبين نتائج التحليل وجود اثر ذو دلالة معنوية لبعده السوابق التنظيمية على مستوى التوجه نحو السوق وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). وتعتبر العلاقة جد قوية حيث بلغت قيمة الارتباط ($R=0.866$) وهي قيمة مرتفعة جدا، من ناحية أخرى بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.751$) وهو ما يعني أن التغير في بعد السوابق البيئية يفسر ما قيمته 75% من التغيرات في مستوى التوجه نحو السوق، وهي نسبة جد مهمة. هذا وقد بلغت قيمة التأثير ($B=0.993$) وهذا يعني أن زيادة الاهتمام بدرجة واحدة بالسوابق التنظيمية لوكالات البنوك العمومية يؤدي إلى زيادة من مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية بقيمة 99.3% حيث يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة ($F=117,344$) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا ما تؤكد قيمة t المحسوبة والتي بلغت قيمتها 10.883 بمستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الأولى، ما يعني انه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق التنظيمية على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية.

ب- اختبار الفرضية الفرعية الثانية (H_2): تنص الفرضية الفرعية الثانية على انه: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق البيئية في مستوى توجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق

الجدول رقم10: اختبار تأثير السوابق البيئية على مستوى توجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق

Sig	t المحسوبة	Coefficients		F	R ²	R	السوابق البيئية
		B	A				
*0.00	9,847	,894	-,043	96,960	,713	,844 ^a	

المصدر: إعداد الباحث

تبين نتائج التحليل وجود اثر ذو دلالة معنوية لبعده السوابق البيئية على مستوى التوجه نحو السوق وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). وتعتبر العلاقة قوية حيث بلغت قيمة الارتباط ($R=0.844$) وهي

قيمة مرتفعة جدا، من ناحية أخرى بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0,713$) وهو ما يعني أن التغير في بعد السوابق البيئية يفسر ما قيمته 71.3% من التغيرات في مستوى التوجه نحو السوق، وهي نسبة جد مهمة. هذا وقد بلغت قيمة التأثير ($B=0,894$) وهذا يعني أن زيادة الاهتمام بدرجة واحدة بالسوابق البيئية لوكالات البنوك العمومية يؤدي إلى الزيادة من مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية بقيمة 89.4% حيث يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة ($F=117,344$) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$)، وهذا ما تؤكدته قيمة t المحسوبة والتي بلغت قيمتها 9.847 بمستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية، ما يعني انه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق البيئية على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية.

ج- اختبار الفرضية الأساسية (H) : تنص الفرضية الأساسية على أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسوابق التوجه نحو السوق في مستوى التوجه وكالات البنوك العمومية نحو السوق.

الجدول رقم 8: نتائج اختبار تأثير سوابق التوجه نحو السوق على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك

Sig	المحسوبة	Coefficients		F	R ²	R	سوابق التوجه نحو السوق
		B	A				
0.00*	11,718	1,117	-.482	137,307	,779	,882 ^a	

المصدر: إعداد الباحث

تبين نتائج التحليل وجود اثر ذو دلالة معنوية لسوابق التوجه نحو السوق على مستوى التوجه نحو السوق وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$). وتعتبر العلاقة جد قوية حيث بلغت قيمة الارتباط ($R=0,882$) وهي قيمة مرتفعة جدا، من ناحية أخرى بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0,779$) وهو ما يعني أن التغير في سوابق التوجه نحو السوق يفسر ما قيمته 77.9% من التغيرات في مستوى التوجه نحو السوق، وهي نسبة جد مهمة. هذا وقد بلغت قيمة التأثير ($B= 1.117$) وهذا يعني أن زيادة الاهتمام بدرجة واحدة لسوابق التوجه نحو السوق لوكالات البنوك العمومية يؤدي إلى زيادة من مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية بقيمة 1.117 حيث يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة ($F=117,344$) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$)، وهذا ما تؤكدته قيمة t المحسوبة والتي بلغت قيمتها 11.718 بمستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) وبالتالي قبول الفرضية الأساسية، ما يعني انه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسوابق التوجه نحو السوق على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية.

2-4 مناقشة النتائج:

من خلال نتائج التحليل الإحصائي للبيانات و اختبار الفرضيات البحثية، توصلنا إلى الاستنتاجات مفادها أن هناك علاقة تأثير لسوابق التوجه نحو السوق على مستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية حيث بينت نتائج اختبار الفرضيات وجود اثر ذو دلالة إحصائية، غير أن مستوى التوجه نحو السوق حسب ما بينته نتائج التحليل يبقى جدا متواضع ولا يرقى للمستوى المطلوب (مستوى متوسط)، وهذا راجع إلى أن العوامل المكونة لأبعاد سوابق التوجه نحو

السوق لا تساعد وكالات البنوك العمومية على زيادة مستوى توجهها نحو السوق، وبالتحديد السوابق التنظيمية التي تبقى بعيدة عن المطلوب مثل (أساليب المكافأة التي لا تستند إلى معايير تسويقية أو المبالغة في الإدارة المركزية)، الأمر الذي يستدعي إعادة النظر في الكثير من الجوانب التنظيمية التي تشكل عائقا أمام الرفع من مستوى التوجه نحو السوق.

الخاتمة:

سمحت لنا هذه الدراسة بالتأكد من وجود علاقة قوية ما بين سوابق التوجه نحو السوق ومستوى التوجه نحو السوق في وكالات البنوك العمومية الجزائرية، غير أن نتيجة هذه العلاقة القوية لم تؤدي إلى الرفع من مستوى التوجه نحو السوق، و السبب يرجع كما بينته نتائج هذه الدراسة إلى كون مستوى العوامل التنظيمية التي تتميز بها وكالات البنوك العمومية لا يسمح بالرفع من مستوى توجهها نحو السوق، الأمر الذي يستدعي اتخاذ إجراءات تصحيحية على مستوى البيئة التنظيمية للبنوك العمومية تشمل العناصر التالية:

- 1- إعطاء استقلالية أكبر للوكالات في ممارسة الأنشطة التسويقية؛
 - 2- الحد من الإجراءات الرسمية المعقدة في إدارة الخدمات المصرفية؛
 - 3- الأخذ بعين الاعتبار آراء واقتراحات الموظفين من مختلف المستويات؛
 - 4- إعادة النظر في نظام المكافأة بالاستناد إلى معايير تسويقية؛
 - 5- تكوين الموظفين على الأساليب الحديثة في خدمة الزبائن.
- مما من شأنه أن يمكن البنوك العمومية الجزائرية من مواكبة المتغيرات التي تشهدها بيئة الأعمال المصرفية سواء على الصعيد المحلي أو على الصعيد العالمي.

الهوامش

¹ Sue , Pulendran & Richard, Speed & Robert, E. Widing , The Antecedents and Consequences of Market Orientation in Australia , Australian Journal of Management, Vol. 25, No. 2, September 2000

² Ahmet H. Kirca, Satish Jayachandran, & William O. Bearden, Market Orientation: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Impact on Performance, Journal of Marketing Vol. 69 , pp 24–41 (April 2005),

³ Valter Afonso Vieira , Antecedents and Consequences of Market Orientation: a Brazilian Meta-Analysis and an International Mega-Analysis , Brazilian Administration Review , v. 7, n. 1, art. 3, pp. 40-58, Jan./Mar. 2010

⁴ Frederick. O. Opeda , Olumide. O. Jaiyeoba , Amanze Donatus , Market Orientation: Journey from Antecedents to Business Performance in a Developing Economy A Case-Study of Botswana's Small and Medium Size Manufacturing Firms , International Journal of Business Administration Vol. 2, No. 4; November 2011

- ⁵ Graber, Stéphane, Czellar, Sandor, Denis, Jean-Emile , Premières évidences empiriques sur les antécédents de l'orientation vers le marché dans la gestion bancaire privée ,Universite De Genève , 2003
- ⁶ Robert A Opoku and Vincent B Essien , Employee perceptions of market orientation in the banking industry: case from a developing country , Journal of Financial Services Marketing 16, 139-152 (September 2011)
- ⁷ David Gotteland et Jean -Marie Boule ; Le degré d' utilisation des information : Une nouvelle variable médiatrice de la relation orientation marche-performance d'un produit nouveau ?
- ⁸ Kohli & Jaworski , Market orientation : the construct research propositions and managerial implications, Journal of Marketing (Aprile1990) , p 06
- ⁹ Narver & Slater ; The effect of a market orientation on business profitability . Journal of Marketing , Oct1990 p20
- ¹⁰ Riliang & Christine; Thea , Developing market orientation in China the Impact of the Regulation and Ownership Structure, **Journal of Public Policy & Marketing** May 2005, Vol. 24, No. 1, pp. 82-89
- ¹¹ Kohli & Jaworski , Market orientation : Antecedent and consequences ; Journal of Marketing; vol57;july1993;p55
- ¹² Kohli & Jaworski ; Opcit; p09
- ¹³ Opcit.,p5
- ¹⁴ Riliang & Chritine; Opcit.;p10
- ¹⁵ Kohli & Jaworski , Opcit;p56
- ¹⁶ Riliang & Christine, Opcit;p10/13
- ¹⁷ Parichart.R & al., the impact of ownership concentration on bank performance and risk-taking : form east asia , 2011 ,

