



زانكۆى سه لاهه دين - هه ولتير
Salahaddin University-Erbil

تأثير القيادة الاخلاقية في بناء السمعة المنظمية

دراسة تحليلية لأراء عينة من الموظفين في كلية الادارة والاقتصاد جامعة صلاح الدين-اربيل

ببحث

مقدم إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة صلاح الدين - أربيل
وهي جزء من متطلبات نيل درجة بكالوريوس في اختصاص علوم ادارة الاعمال

من قبل

ابراهيم عبدالله اسماعيل

نارام فاخر ظاهر

بإشراف

هشام أزور محمد

أربيل-كوردستان

الاية القرآنية

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**وَجَعَلْنَاكُمْ اُمَّةً یَّحْدُونَ بِاَمْرِنَا
وَاَوْحَيْنَا اِلَيْهِمْ فِعْلَ الْخَيْرَاتِ
وَاقَامَ الصَّلَاةَ وَآتٰنَا الزُّكَاةَ
وَكَانُوا لَنَا عَابِدِیْنَ**

صدق الله العظيم

(الأنبياء: 73)

اقرار المشرف

أشهد بأن اعداد هذا البحث الموسوم (تأثير القيادة الاخلاقية في بناء السمعة المنظمة). والمقدمة من قبل الطلبة (نارام فاخر ظاهر , ابراهيم عبدالله اسماعيل) جرى بأشرافي في قسم ادارة الاعمال - كلية الادارة والاقتصاد - جامعة صلاح الدين اربيل وهي جزء من متطلبات نيل درجة بكالوريوس ادارة الاعمال.

(هشام أزور محمد)

الاهداء

الي من زرع في روحي حب العلم والسعي للتعليم.....والذي العزيز الي من غذا قلبي بأصالة الاخلاق وسداد

الرأي وخالص النصيح.....والدتي الحنون الي الذين حملوا الأعباء معنا ومن أجلهم احببنا الحياة

فاحبيناهم.....أصدقائنا الي من علموني.....أستاذتي فاضلة من اللّة أنار بالعلم عقوله فأنازوا دربنا بالعلم

والحلم.

الباحثون

شكر و تقدير

الحمد لله رب العلمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد، فلا يسعنا في هذا المجال إلا أن نتقدم بعظيم الشكر وجزيل الامتنان إلى كل من ساهم. في دعم هذا البحث إسهاماً وتوجيهاً ونصحاً وإرشاداً، ونخص بالشكر والثناء في هذا المجال الى أ فراد عائلتنا الذين كان لدعمهم وتشجيعهم بالغ الأثر في نجاحنا وتواصلنا طيلة مدة البحث على الرغم من كل الظروف الصعبة التي مرت بنا. كما نقدم خالص شكر وثناء إلى أستاذنا الفاضل(هشام ازور محمد)المشرف على بحثنا الذي كانت لدعمه وإرشاده الأثر الكبير في إعداد هذا البحث وصياغته ، كما نوجه شكرنا إلى الذين قدموا لنا الدعم من أجل إعداد هذا البحث العلمي المتواضع وأخيراً نود أن نتقدم بالشكر الجزيل الى مكتبة كليتنا لتقديمهم العون الينا باستمرار .

الباحثون

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	اقرار اللجنة
ب	الاية القراءانية
ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
هـ	قائمة المحتويات
هـ	قائمة الأشكال
و	قائمة الجداول
1	المقدمة
6-2	الفصل الأول : الإطار المنهجي للبحث
19-7	الفصل الثاني : القيادة الاخلاقية والسمعة المنظمة
28-20	الفصل الثالث : الاطار التطبيقي للبحث
31-29	الفصل الرابع : الاستنتاجات والتوصيات
34-32	المصادر و المراجع

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
5	نموذج الافتراضي للبحث	1
17	عوامل المؤثرة على السمعة المنظمة	2
17	الاية الوصول الى السمعة المنظمة	3

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
9	تعريف القيادة الاخلاقية	1
22	توزيع المستجيبين على وفق الجنس	2
22	توزيع المستجيبين على وفق العمر	3
23	توزيع المستجيبين على وفق المؤهل العلمي	4
23	توزيع المستجيبين على وفق الخدمة الاجمالية	5
25	وصف وتشخيص المتغير القيادة الاخلاقية	6
26	وصف وتشخيص متغير السمعة المنظمة	7
27	تأثير القيادة الاخلاقية في تعزيز السمعة المنظمة	8

المقدمة

تعد القيادة بشكلها العام والقيادة الاخلاقية بشكل خاص عاملا حاسما في ادارة ونجاح اي منظمة ، لان القيادة الاخلاقية هي التي تضفي دلالة على الاشياء الكبيرة أو الصغيرة من خارج مادياتها ومعاييرها المادية ، وأيضا " تنظر الى ما هو أبعد من اللحظة في الزمن وأبعد من المال في القرار وأبعد من الجاذبية في الاشياء وأبعد من المشاعر في النفسيات وأبعد من الهدف في الاغراض ، فهي تسعى الى أفراد أكثر ثقة وولاء للدلالات السامية كما تسعى لبناء منظمة ذات نكهة روحية أخلاقية تحرك جماعة العمل كلها نحو الاداء الاعلى ويحرك المجتمع الخلي نحو علاقات بعيدة المدى في دعم ورعاية المنظمة بهذا لا يعود القائد الروحي وكيل اعمال بالدرجة الاولى وانما مصدر للتسامي والاحساس بالاهمية وقيمة العمل داخل المنظمة.

من جهة أخرى تمثل السمعة إحدى القيم القيمة التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها، وتتساوى تلك الأهمية لدى كافة أنواع المنظمات سواء الحكومية أو الخاصة، الإنتاجية أو الخدمية، المحلية أو الدولية. وترتبط سمعة المنظمة بعدد من القيم الأخرى التي تعمل المنظمات على التأكيد عليها وتعريف الجمهور بها ومنا هوية المنظمة وثقافتها وشخصيتها وصورتها . ويرتبط بناء السمعة الجيدة لأي منظمة بالعديد من العوامل التي تعمل مجتمعة على توطيد تلك السمعة، ومن هذه العناصر الكفاءة التي تؤدي بها تلك المنظمة أعمالها، والجودة التي تقدم بها منتجاتها أو خدماتها. ومن هذه العوامل أيضاً اتصالات المنظمة وعلاقتها مع الجمهور والمجتمع ومؤسساته، والدور الاجتماعي الذي تقوم به في خدمة مجتمعها . وقد تناولت العديد من الدراسات إدارة سمعة المنظمة من خلال التركيز على عناصر بناء السمعة والسياسات الإدارية والاستراتيجيات الاتصالية التي تساهم في بناء السمعة الطيبة

وانطلاقا مما ذكر أنفا تم أعداد البحث ضمن اربعة فصول خصص الأول منها للمنهجية و الثاني للمراجعة الفكرية و الفلسفية لمفهوم القيادة الاخلاقية و السمعة المنظمة و الثالث ضم الجانب العملي و الأخير يتكون من الاستنتاجات و التوصيات

الفصل الأول

الاطار العام للبحث ومنهجيتها

أولاً: مشكلة البحث

حصل موضوع القيادة الأخلاقية على اهتمام كبير في السنوات الأخيرة، فالقيادة الأخلاقية أصبحت القضية الساخنة في السنوات الأخيرة، فقد اكتسبت اهتمام الأكاديميين، والمُدرّاء والسياسيين على حد سواء، على وجه الخصوص مع زيادة القضايا غير الأخلاقية لكبريات الشركات العالمية. وإن السبب الرئيس الذي نتجت عنه هذه القضايا غير الأخلاقية هو فشل قيادة المنظمات في ممارسة السلوكيات الأخلاقية وتعزيزها وتأثيرها السلبي على سلوكيات العاملين وسمعتها. وتكمن مشكلة البحث في تدني مستويات ممارسات السلوك الأخلاقي من قبل العديد من المنظمات، وتأتي في مقدمتها الممارسات اللااخلاقية لكبريات الشركات الأمريكية وأبرزها قضية شركة (Enron) سيئة السمعة المتمثلة بالتلاعب والاحتيال الخاسي لتخفيض أرباح الشركة للتخلص من المدفوعات الضريبية. هذا على الصعيد العالمي. أمّا في المجال المحلي، فقد انتشرت مظاهر الفساد المالي والإداري في أغلب مؤسسات الدولة ومفاصلها. وقد وجدت العديد من الدراسات أن الجانب الأساس الذي تركز عليه هذه القضايا هي قلة الاهتمام بممارسات السلوك الأخلاقي من قبل القيادة وبالتالي تأثيرها السلبي على نتائج العاملين وعلى سمعة المنظمة. وعلى الرغم من أن هناك دراسات تحرت عن محددات السلوك الأخلاقي ونتائج مثل هذه السلوكيات على سمعة المنظمة وسلوكيات أفرادها، إلا أن دراسة كيف تؤثر القيادة الأخلاقية على سمعة المنظمة وما هي العلاقة بينهما لم يدرس بشكل كاف على وجه الخصوص :

استناداً إلى ما تقدم فإن الباحثون يحاول الإجابة على التساؤلات الآتية

١- ما مستوى توافر السلوك الأخلاقي للقيادة في كلية الإدارة والاقتصاد ؟

٢- ما هو تصور عينة البحث حول سمعة الكلية ؟ وما هي مستوياتها من وجهة نظرهم ؟

٣- ما طبيعة العلاقة التأثير لسلوك القيادة الأخلاقي على السمعة المنظمة؟

ثانياً: أهمية البحث

يمكن توضيح أهمية البحث بالآتي:

- 1- تبنّق أهمية البحث من حيوية الموضوع الذي ستناول القيادة الاخلاقية والسمعة المنظمة.
- 2- لم يحظى الموضوع بالعناية وأنّ اهتمام من قبل الباحثين والممارسين للإدارة من المنظمات بشكل عام

3- استفادة الكلية من نتائج البحث الذي يتمّ التوصل إليه.

ثالثاً: أهداف البحث

وتهدف البحث إلى الأهداف الآتية:

- 1- تقديم جانب عن الإطار المفاهيمي لقيادة الاخلاقية وسمعة المنظمة.
- 2- تحديد أثر إدراك الموظفين في الكلية القيادة الأخلاقية على السمعة المنظمة
- 3- التعريف على مستوى سلوك القيادة الاخلاقية لدى الموظفين .
- 4- بيان مدى تأثير القيادة الاخلاقية في السمعة المنظمة.
- 5- تقديم بعض التوصيات التي تساعد الكلية والاستفادة منه.

رابعاً: فرضيات البحث

تنتقل فرضية البحث من محاولات الإجابة عن التساؤلات الفكرية التي وردت في مشكلة البحث ومنهجية مع

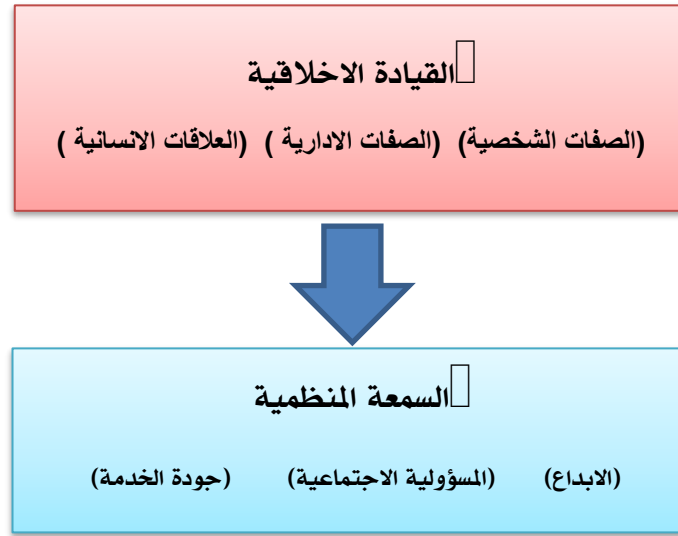
الطروحات النظرية منها ومفسرة لتصورات عن سلوكيات ومتغيرات النموذج وعلى النحو الآتي:

الفرضية الرئيسية ا: : يوجد تأثير معنوي ذات دلالة معنوية بين القيادة الاخلاقية وسمعة المنظمة.

خامساً: أُمُوذج البحث

حيث تم اعتماد متغيرين اساسيين هما (القيادة الاخلاقية) و(السمعة المنظمة) لبناء أُمُوذج البحث الافتراضي

والموضع بالشكل (1).



الشكل (1) النموذج الافتراضي للبحث

المصدر : من اعداد الباحثون

سادساً: أسلوب جمع البيانات

اعتمدَ البحث على أسلوب جمع البيانات والمعلومات وتحليلها في ضوء الإطار النظري والميداني الخاص بموضوع البحث.

1- الإطار النظري: تم الرجوع إلى الكتب والبحوث والعربية والأجنبية في هذا المجال لصياغة الجانب النظري.

2- الإطار الميداني: تم إعادة استمارة الاستبانة وتوزيعها على الموظفين في كلية الإدارة والاقتصاد

سابعاً : منهج البحث

طالما أن البحث الحالية تركز على استطلاع الآراء فإن المنهج الملائم لها هو المنهج الوصفي التحليل في عرض البيانات وتحليل النتائج ويمتاز هذا المدخل بنظرة شمولية لاقتزان و صيف الحالة بتحليلها، ومن ثم استخلاص النتائج والمؤشرات الأساسية للدراسة.

ثامناً : حدود البحث

- الحدود المكانية : تم اختيار كلية الإدارة والاقتصاد كحدود للدراسة ، ويأتي سبب الاختيار للأهمية التي تتمتع بها كونها تمثل أرضية خصبة لإجراء البحوث ونقل المعرفة والتقانة الحديثة .

- الحدود البشرية : اقتصر البحث على (الموظفين) في كلية الإدارة والاقتصاد كافة والذي يمثل حصر شامل لمجتمع البحث .

- الحدود الزمانية : مدة تطبيق البحث كانت من الفترة 1 / 11 / 2023 لغاية 1 / 4 / 2024 .

□

□

□ الفصل الثاني // الاطار النظري للبحث

□ المبحث الاول // القيادة الاخلاقية

□ المبحث الثاني // السمعة المنظمة

□

□

□

□

□

القيادة الاخلاقية

اولا // مفهوم القيادة الأخلاقية

يشير مفهوم القيادة الأخلاقية الى مظاهر السلوك المناسب معياريا من خلال الاجراءات والعلاقات الشخصية ، وتعزيز هذا السلوك للأتباع من خلال التواصل في اتجاهين ، التعزيز ، و صنع القرار ، والسلوك المناسب للقيادة الأخلاقية هو من خلال الاجراءات والعلاقات الـشيخ صية والتي تظهر من خلال المصادقية ، الثقة ، الصدق ، والعدالة في اتخاذ القرارات الخا صية بهم ، ونبدأ أشكال الأعمال الـسلبية مثل الف سيد الاداري وغيره والقيادة الأخلاقية تعمل على تعزيز السلوك الاخلاقي بشكل علني ومحاولة للتأثير على اجراءات السلوك الاخلاقي المناسب الاتباع من خلال المكافآت والعقوبات . ان القيادة الاخلاقية تتمثل في مظاهر في استخدام القيم الخلاقية في اختيار البدائل الملائمة لحل المشاكل التي تواجه متخذ القرار ، وبذلك فهي تسعى جاهدة الى عمل الشيء الصحيح في الوقت الصحيح من اجل تحقيق الأهداف ومن أهم خصائصها العدالة أو الأذ صيناف و الأمانة والاحترام والثقة في بيئة العمل ونبذ مظاهر الفساد.

ويرتبط مفهوم الأخلاق في نشأته بنشأة الكون والخلق الانسيان ، ويستدل على ذلك بما جاء به القرآن الكريم وما جاء على لسان نبينا الأكرم صلوات الله و سلام عليه حين قال : "انما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق" (الألباني 1 : 28 : 92)، فقط او ضيع هذا الحديث وجود الاخلاق منذ القديم ، وقد جاءت بعثة المصطفى عليه السلام لتعزيزها وتثبيت دعائم الصالح منها والنهي عن الذميمة منها ؛ ولقد كان السبب في نجاح الدعوة الاسلامية والمؤسسا تها هو تمسكها بالأخلاق والمنظومة القيمية والتي كانت أساسا لانطلاقها و سيادتها على مر العصور (العتيبي ، 2013 ، 10) .

و قد اشارت بأن القيادة الاخلاقية هي عملية انسانية تحفز الافراد نحو تحقيق اهداف التنظيم و القائد الناجح هو الذي يستطيع كسب تعاون و تفاهم افراد مجموعته و اقتناعهم بان تحقيق اهداف التنظيم هو نجاح لهم و يتحقق اهدافهم الشخصية و بالتالي تصبح وظيفة القائد الاساسية هي تحقيق التجانس و التوافق بين حاجات و رغبات مجموعته و رغبات التنظيم الذي تنتمون اليه جميعا. (البشتي، 2019، ص76)

ثانياً / تعريف القيادة الاخلاقية

تأسيساً على ما سبق ولغرض بلورة مفهوم القيادة الاخلاقية بشكل سليم سيتم عرض بعض الاراء والتصورات الخاصة للكتاب والباحثين من هذا المجال في جدول(1).

جدول (1) تعريف القيادة الاخلاقية على وفق المنظور الزمني

ت	الباحث	التعريف
1	(عثمان, 2008, 250)	"مجموعة من السلوكيات والأفعال التي يقوم بها القائد المدرسي تجاه المتعلم، مستخدماً في ذلك الوسائل والسبل المألوفة، والتي يمكن من خلالها إكساب المتعلم الصفات الأخلاقية التي تجعل منه إنساناً صالحاً نافعا لمجتمعه ووطنه"
2	(إكريم, 2012, 2011)	هي عبارة عن مجموعة من السلوكيات التي تتسم بخصائص الأخلاقية ملائمة مثل (المصداقية، والأمانة، والعدالة، والإيثار، والرحمة...) الصادرة عن القيادات الإدارية قاصدة بذلك تعديل، وتحسين، وتعزيز السلوكيات بين مرؤوسيه، وذلك عن طريق توضيح التوقعات الأخلاقية، ومناقشة الصفات الأخلاقية، ودعم المعايير والسلوكيات الأخلاقية
3	(نسيمة 2015, 147)	تتمثل في أولئك الأفراد القادة الذين قاموا بوضع مجموعة من القيم والمعايير الجيدة لتكون دليلاً لسلوكياتهم يقومون به مع تقديم العون الدائم و اظهار الالتزام الكلي، والمطالبة به، وخلق جو من الثقة تسوده الحرية في الحوار والاقتراح.
4	(الكبير, 2016, 125)	" بأنها: "التأثير على الآخرين لتحقيق أهداف المنظمة، والمساهمة في تنمية المجتمع وازدهاره، عبر تمييز القائد بسمات، ومهارات، وأنماط، قيادية وقدرات موقفية، ونجاحه في إحداث التوازن في تحقيق مصالح مختلف الأطراف، ومراعاة دقيقة لأبعاد الأخلاقية والقانونية "

المصدر: من اعداد الباحثون

ثالثا // أهمية القيادة الأخلاقية

تمكن أهمية القيادة الأخلاقية في المنظمة في مدى تأثيره في الكثير من المجالات المنظمات علي الالتزام به وتوجيهه كتعزيز مصادقية المنظمة مع الرؤو سين , وتزويد المنظمات بالربح والمساعدة في تحسين عملية صنع القرارات , وإيجاد المصادقية بين المنظمة والمجتمع , والمحافظة علي المجتمع والبيئة بمستوي أكبر من القوانين والمنظمة (حمائل, ٢٠١٢, ص٨٢).

على قادة المنظمات تشجيع السلوك الاخلاقي و مكافئته و العمل على ثباته و استمرارية فيه ليكون جزء من ثقافة المنظمة و العاملين فيها و مثل هذا الامر يتطلب ما يأتي : (جاد الرب, 2010, ص66)

- وجود مدونة اخلاقية تعطي تصور عن كيفية التعامل مع مختلف المواقف و تساهم في تحسين السلوك الاخلاقي للأفراد و المجموعات و الادارات و المنظمة.
- وجود مبادئ إرشادية للسلوك الاخلاقي و هذا المبادئ ضرورية لمعرفة الاسس التي تقوم عليها كل من الاخلاق والجوانب المعنوية للأفراد و القوانين.
- توفر اخلاقيات الاعمال الارشادات التي توجه سولك كل المدراء و العاملين في عملية صنع القرارات. (الجرجاي, 2010, ص34) و يرى (جرينبرج, 2004, ص87) ان بناء منظومة اخلاقية في المنظمة له اهمية بالغة على كافة المستويات الادارية في المنظمة حيث اشار الى ان الاهمية تتمثل بالاتي:
- تساعد بالرتقاء باخلاقيات العاملين و ينعكس ذلك بشكل مباشر على طريقة تعاملهم مع الزبائن و الشركاء مما يضيفي التميز على المنظمة ككل.
- زيادة الرضاء الوظيفي للعاملين مما يساهم في تحسين الاداء و تهيئة بيئة عمل ايجابية تتسم بالتعاون و المشاركة و الولاء
- تساهم في تعزيز رفاهية المنظمة اجتماعيا و اقتصاديا و تنظيمها

رابعاً : مبادئ القيادة الأخلاقية

المدير وا لقائد هو الشخصية المحورية في الادارة و المؤسسة و هو العقل المفكر و المدرك للجميع ، كما أنه النموذج و القدوة للأفراد إدارته ، و بإستقامته يستقيم الأفراد و يستقيم العمل و الإنتاج .لذلك فإن إعداد و تأهيل القادة و المديرين محل إهتمام كبير من المصلحين و أصحاب المؤسسات و المصالح المختلفة

تتمثل مبادئ القيادة الأخلاقية في عدة أبعاد تتمثل فيما يلي (Freakley'and'Burgh,2000):

1. الأمانة والصدق والإخلاص في العمل القيادي .
2. الاهتمام بمبادئ العلاقات الإنسانية عند الأفراد العاملين في المؤسسة .
3. يحترم القوانين والأنظمة القائمة في المؤسسة .
4. يعمل على تطوير القوانين التربوية بكافة الوسائل المشروعة .
5. يبتعد عن انتهاز منصبه لكسب مصلحة شخصية .
6. يحافظ على المستوى المهني لديه ويسعى لتطويره .
7. يحترم كافة الاتفاقيات والعقود في المؤسسة ويلتزم بها .

واضاف (العتيبي، ٢٠١٣ ، ص ١٥) عدد من مبادئ القيادة الأخلاقية والمتمثلة في:

1. النزاهة والشفافية في العمل :والتي تأتي لتتسجم مع المبادئ الإنسانية السامية لدى القيادة الأخلاقية.
2. المسؤولية :وهي تحمل القادة م مسؤولية الأعمال والنتائج المتوقعة لتلك الأعمال والتي تتضمن أن تتوافق مع المبادئ الإنسانية السامية وتشتمل المسؤولية على ما يلي:
 - أ -القدرة على تحمل المسؤولية الشخصية.
 - ب -الاعتراف بمجالات الفشل ومواطن الأخطاء.
 - ج -تحمل المسؤولية لخدمة الآخرين.
3. العدل :فمن الأخلاقيات أن يحرص القائد على العدل ويعمل بروحه ويؤثر على العاملين ليكون أقرب إليهم.
4. الاتزان الانفعالي :والذي يساعد القادة على التفاهم مع العاملين في المؤسسة.

1. الصفات الشخصية:

وتشمل التركيبة الفريدة من الخصائص الشخصية، والقيم، والمبادئ الأخلاقية التي يحملها الشخص، علاوة على التجربة الشخصية الأخلاقية. فهي ترتبط بشخصية القائد الأخلاقي و تدخل في بناء الكاريزما القيادية التي يعتمد عليها القائد في التأثير على مرؤوسيه وتؤهله للتفاعل الإيجابي معهم وتزيد من ثقتهم به من أهم هذه الصفات كما حددها كل من (جميل، 2017، ص13)

- تحرى الصدق في تعاملاته مع المرؤوسين.
- توافق أقواله مع أفعاله فالمرؤوسون لا يقتنعون إلا بما هو واقع أمامهم.
- النزاهة والأمانة في تصرفاته وسلوكياته.
- الاعتراف بأخطائه وتحمل المسؤولية تجاهها.
- يتقبل النقد برحابة صدر، ولا يستنثار بسهولة، ويفي بوعوده التي يقطعها على نفسه.
- يجب أن يكون القائد ملتزماً بحيث يُظهر نفسه مثلاً يُحتذى به في كافة مجالات الحياة وأن يكون حاضر في أذهان الآخرين.

2. الصفات الإدارية:

وهي مجموعة من الصفات التي يجب أن يتحلى بها المدير الأخلاقي والتي تتمثل في :

- الحرص على تحقيق رؤية المنظمة وأهدافها.
- تشجيع العاملين على الإبداع والتجديد.
- يتخذ القرارات العادلة والمتوازنة ويلتزم باللوائح والقوانين والتعليمات الضابطة للعمل.
- يوزع المهام على المرؤوسين حسب قدراتهم ورغباتهم، ويوفر لهم كل التسهيلات لأداء أعمالهم.
- العمل على تنمية قدرات المرؤوسين مهنيًا والارتقاء بكفاءاتهم.

- مكافأة المجتهدين ومحاسبة المقصرين بعد توضيح جوانب القصور لديهم.
- اعتماد معايير واضحة لتقييم أداء العاملين.

3. العلاقات الإنسانية:

حيث يحرص القائد الأخلاقي على بناء علاقات إنسانية مع العاملين من خلال:

- عدم المحاباة والقدرة على تكوين علاقة اجتماعية طيبة مع رؤوسيه.
- احترام وتقدير مشاعر رؤوسيه وتقدير حاجاتهم الشخصية .
- التعامل مع رؤوسيه بتواضع واحترام وينصت لهم باهتمام.
- مراعاة مشاعرهم ومساعدتهم في حل مشكلاتهم وحفظ أسرارهم.
- مشاركة العاملين في مناسباتهم ويحرص على كسب صداقاتهم

4. العمل بروح الفريق:

يسعى المدير الأخلاقي إلى: (جواد، 2010، ص34)

- تعزيز ثقة العاملين بأنفسهم وبقدراتهم.
- تنمية روح الفريق والمسؤولية الجماعية والالتزام.
- يعزز لديهم روح التعاون والانسجام، والحرص على توفير البيئة المناسبة للتواصل وتنسيق العمل الجماعي.
- تقدير آراء وأفكار التابعين مما يعزز لديهم مهارة صناعة القرارات الجماعية.
- ينسب النجاحات التي تتحقق إليهم إلى تعاونهم واجتهادهم
- يمثل قدوة للآخرين في سلوكه وتعاملاته

المبحث الثاني

السمعة المنظمة

اصبحت سمعة المنظمة هدفا اساسيا يسعى الى تحقيقه كل المنظمات من خلال اداء يتناسب مع احتياجات و متطلبات العملاء في الاسواق فالدور الاستراتيجي الاهم للشركات هو البناء و المحافظة على سمعة طيبة للشركة في عيون مختلف الاطراف المرثرة و المتاثرة بنشاطها و هوية قوية للعلامة (الشامي، 2017، ص 34)

اولا: مفهوم وتعريف السمعة التنظيمية

تعرف السمعة التنظيمية بأنها عبارة عن التراكم الزمني للنتائج التي تحققها المنظمة في البيئة الداخلية و الخارجية بشكل يحقق الولاء و الانتماء من قبل عملائها (الشنطي، 2016، ص21) كما عرفت بأنها توقعات العملاء بما يمكن ان توفره المنظمة مع سلع و الخدمات تقابل احتياجاتهم في الاسواق.

كما انه يمكن تعريف السمعة التنظيمية بناها مفهوم جماعي يتم تشكيله بين مجموعة من الناس تجاه المنظمة بمعنى مجموع التقييمات او التمثيل المعرفي للافراد في المنظمة (عمران، 2013، ص44)

و ينظر للسمعة التنظيمية على انها عبارة عن احكام جماعية ثابتة نسبيا و لفترات طويلة الاجل من عملاء المنظمة و هذه الاحكام مبنية على نتائج سلسلة زمنية حققت مخرجات ذات قيمة لعملاء المنظمة حيث تسعى المنظمة بشكل دؤوب للمحافظة على مكانتها عند العملاء و العمل على تعزيزها بشكل دائم و تعتبر الاعتراف العلني من قبل العميل بقوله المنظمة و ما تقدمه من السلع و خدمات اجتماعية ، سمعة المنظمة عي اصل المؤثر على اصحاب المصالح و كسب رضائهم مما يؤدي الى زيادة التزامهم و تعاملهم وولائهم للمنظمة كما اشارت الدراسات ان سمعة المنظمة تعتمد على قيمتها عند اصحاب المصالح و هذا يشر الى العلاقة بين السمعة التنظيمية و نظرة اصحاب المصالح و رضائهم عن اداء المنظمة. (عمران، 2013، ص45)

ثانيا: اهمية السمعة التنظيمية

لا تزال إدارة السمعة Reputation management تخصصا جديدا في مجال الاعمال و تحتاج الى مجموعة جديدة من الكفاءات و القدرات و التي لا بد ان تتقاطع مع مختلف الوظائف و المهام التقليدية مثل الاتصال و البحث و التدريب و مندرجة البيانات و ذلك فق تقرير لمعهد السمعة، إننا نعيش في عالم الجديد ترتبط الشركات ارتباطا مباشرا بنجاح الاعمال في هذه البيئة و تعتبر إدارة السمعة اولوية قصوى للمديرين التنفيذيين و مجلس الادارة مع توقع زيادة التركيز على السمعة في سنوات القادمة و كنتيجة حتمية لما سبق ذكره فإن ذلك يضع الكثير من الضغط على فريق الاتصالات في المنظمة لانه الجهة الرئيسية المسؤولة عن ادارة السمعة حيث تعتمد المنظمات بشكل واسع على الاتصالات المؤسسية لادارة السمعة.

و تتجلى اهمية السمعة في النقاط التالية: (ابو طيخ، 2008، ص 55)

أ. تعتبر السمعة بمثابة البناء الاجتماعي الذي تحصل عليه المنظمة من علاقتها مع أصحاب المصالح ، وأن السمعة

الجيدة تؤدي إلى توطيد العلاقات الودية مع الاطراف المؤثرة في المجتمع.

ب. تساعد في التقليل من المخاطر التي قد يتحملها العمالء وتكون عوناً لهم عندما يواجهون اختياراً منهنج و

خدمة خصوصا في حالة تشابه المنتجات والخدمات، كل هذا سوف يزيد في رضا العملاء عن المنظمة

وكذا الموظفين عن ملهم.

ت. تعطي قيمة سيكولوجية إضافية للمنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة؛

ث. تضاعف فاعلية الإعلان وتأثير قوة المبيعات، فالسمعة الايجابية لها شأن كبير في مصداقية إعلانات المنظمة.

تكمّن الفائدة العظمى لسمعة المنظمة في تحسين رضا العمالء وزيادة وعيهم وفهمهم لما تقوم به المنظمة وما تقدمه

من منتجات، و إدارتهم لصورتهما الحسنة والسليمة، كما تسهم في الحفاظ على أموال المساهمين وزيادتها، وتكوين

علاقات عامة بشكل أوسع، وكشف مواطن القوة والعمل على تعزيزها ومواطن الضعف والعمل على معالجتها. كما

أن السمعة الجيدة للمنظمة تساعد على إدراك المستهلك لجودة المنتجات الذي يتي للمنظمة فرز زيادة المبيعات وبالتالي زيادة الربح، والحفاظ بالموظفين الموهوبين في المنظمة، ورفع الروح المعنوية للعاملين الذي بدوره ينعكس على إنتاجية المنظمة، وحماية المنظمة من خلال تقليل المخاطر والتعرف على الأزمات المحتملة، والمساهمة في التوسع الدولي وتكوين التحالفات الاستراتيجية (عباس ، 2017، ص 76)

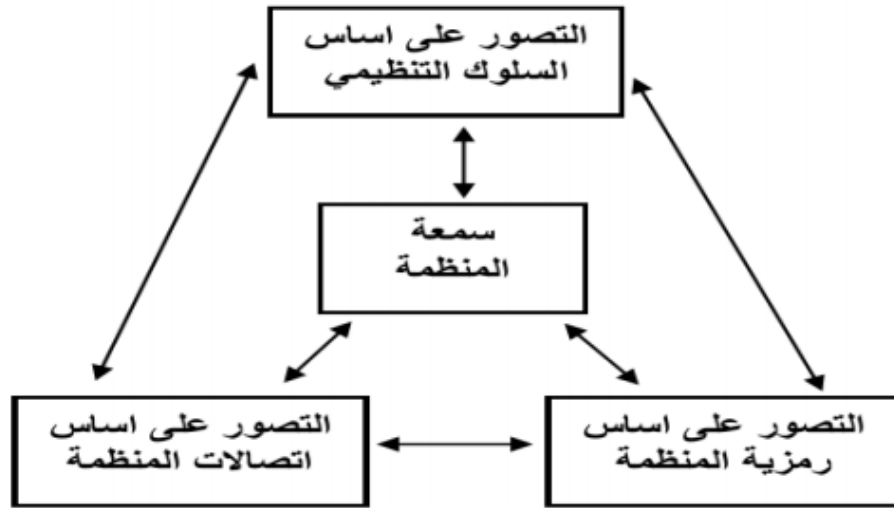
ثالثا: اهداف السمعة التنظيمية

تساهم السمعة التنظيمية في تحقيق مجموعة من الاهداف، من أبرزها: (النجار،31،2018)

1. السعي الحثيث لتقديم سلع وخدمات تلي وتسبق رغبات أصحاب المصال
2. تعتبر سمعة المنظمة التي ت من الأصول الغير ملموسة التي ساهم في تحقيق عوائد وقيمة مضافة للمنظمة، لذا يجب إدارتها بالشكل الأمثل والذي يؤدي لتعظيم القيمة.
3. للمنظمة البقاء والاستمرارية .
4. تبني صورة إيجابية في مخيلة أصحاب المصالح محقق، للمنظمة البقاء والاستمرارية.
5. تهدف إلى تحقيق اعتراف وقبول المجتمع بـ مستوى عالي وبالصورة المرجوة للمنظمة وما تقدمه من سلع وخدمات.
6. زيادة العائد وبالتالي زيادة ربحية المنظمة من خلال إرضاء أصحاب المصال وتحقيق الولاء بينهم وبين المنظمة.

رابعا: العوامل المؤثرة على سمعة المنظمة

ترتبط سمعة المنظمة بالعديد من العوامل الداخلية والخارجية مثل السمعة الشخصية، وسمعة المنافس، و سمعة العميل، و سمعة الصناعة، وسمعة البلد وعوامل بيئية أخرى. فعلى سبيل المثال، تتأثر سمعة المنظمة بسمعة المنظمات الأخرى داخل الصناعة أو خارجها، ويمكن أن تتأثر سمعة المنظمة بالجوانب التي تتجاوز تاريخها الحاز وتشمل تأثيرات داخل الصناعة وبين الصناعات، والشكل التالي يوض العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على سمعة المنظمة:



الشكل (2) العوامل المؤثرة على سمعة المنظمة

(1) المصدر: النجار، محمد سمير، 2018، أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: ل دور المعد لثقة التنظيمية دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان. رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط. ص 28

ومن المهم جدا الفحص بين سمعة المنظمة والمعاني المتعلقة بهذا المفهوم، إذ أن سمعة المنظمة مفهوم واسع يشمل جميع الجوانب التسويقية المتمثلة بهوية المنظمة وصورة المنظمة والعالمة فضالاً عن الشخصية الاعتبارية لها، وهي بذات الوقت تصورات أصحاب التجارية للمنظمة 29 المصال عن المنظمة، وقد حدد (Shamma 2012)، آلية الوصول إلى سمعة المنظمة بالشكل التالي:



الشكل (3) آلية الوصول إلى سمعة المنظمة

المصدر: النجار، محمد سمير، 2018، أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: ل دور المعد لثقة التنظيمية دراية ميدانية على البنوك التجارية ألدنية في مدينة عمان. ر سالة ماجستير، ق سيم إدارة الاعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق ألولسط، ص29.

خامسا : ابعاد السمعة التنظيمية

لقد اعتمد الباحثون على نموذج (Sontaite & Kristensen ,2009:132) لتحديد ابعاد السمعة التي تشمل : الابداع ، المسؤولية الاجتماعية ، جودة الخدمة. واكد كل من (الفتلاوي،26،2017) ، (الكرعاوي،20،2016) ، (النجار،33،2018) ، (الطائي واخرون،12،2013) ، (جميل ،2017، 64) على ان ابعاد السمعة التنظيمية المتملة ب الابداع ، المسؤولية الاجتماعية ، جودة الخدمة، لذا سيتم تناول هذه الأبعاد بشيء من التفصيل أدناه:

- الابداع

ان الابداع امر ا سيسي لتطوير اي منظمة , ويتحقق ليس فقط من خلال المنتجات والخدمات والعمليات المتجددة. بل من خلال الممار سيات الادارية ومن اجل ادخال الممار سيات المبدعة ينبغي على المنظمة اعتماد نموذج اداري من الابداعات التي تمثيل عمليات الابداع التنظيمي على اساس الكفاءات المهنية والمهارات الادارية وتأثيرها على عملية صنع القرار(Nogueira&Marques,2008;237),

2- المسؤولية الاجتماعية

يرى (Tari,2011:624) ان المسؤولية الاجتماعية تمثل فلسفة مجموعة من الممارسات لمسؤولي الادارة والتي لها التأثير الايجابي على جودة منتجات المنظمة, وتعبّر عن السلوك والقيم الشخصية لمديري الاعمال والتي هي بمثابة المعتقدات والاتجاهات التي تقودهم لتكوين قاعدة او اطار لما يحملون من معلومات واعتماد السلوك الذي ينتهجونه. ولقد اشار كل من (Alshbiel&Alawawdeh,2011:95) ان المسؤولية الاجتماعية هي تعهد والتزام رجال الاعمال في مواصلة السياسات لصنع القرارات ومعالجة الحالات المرغوبة وتحقيق الاهداف والقيم لعموم المجتمع, وليس فقط التركيز على تعظيم الارباح كهدف وحيد للمنظمة وان يكون العمل نابعا من الالتزام المعنوي والاخلاقي لصانعي القرارات في ادارة المنظمة.

3- جودة الخدمة

في البيئة المضطربة وارتفاع مستوي المنافسة بين منظمات الاعمال سواء كانت منظمات انتاج السلع او تقدم الخدمات. ومع دخول المنظمات الى الاسواق العالمية في جميع انحاء العالم, اصبحت عملية اختيار السلعة او الخدمة اكثر اتساعا بالنسبة للزبون, مما دعا المنظمات.

الفصل الثالث: الجانب الميداني
المبحث الأول : وصف وتشخيص متغيرات
البحث
المبحث الثاني: اختبار فرضية البحث

المبحث الاول - وصف مجتمع البحث

اولاً: وصف خصائص مجتمع وعينة البحث والميدان المبحوث:

ان تحديد مجال البحث من المحاور المهمة التي تسهم اسهاماً مباشراً في نجاح أو فشل البحث، بأعتبره المصدر الاساسي للحصول على بيانات الخاصة بالبحث. ويتضمن مجال البحث كلية الادارة والاقتصاد جامعة صلاح الدين - اربيل, ويتكون عينة البحث مجموعة من موظفين الذين يعملون في تلك كلية , وتعد كلية الادارة والاقتصاد احدى اهم كلية في جامعة صلاح الدين التي يستطيع ان تغطي المجتمع والسوق بالخريجين الكفوئين من اختصاص ادارة الاعمال, والمحاسبة, والسياحة والاقتصاد , ويحظى اختيار كلية ادارة والاقتصاد كميدان مبحوث بأهميتها الكبيرة في تقديم الخدمات بجودة مناسبة للسوق بمستوى عالي, وشملت افراد المستجيبين عينة من موظفي الكلية المبحوثة , وتم توزيع (35) استمارة الاستبانة عليهم وقد تم استرجاع (32) استمارة منها لعدم استجابتهم ومنها لا يصلح للتحليل .

المبحث الثاني : وصف الخصائص الفردية للمستجيبين

اولاً//توزيع الافراد المستجيبين على وفق الجنس:

يوضح الجدول (2) خصائص الافراد المستجيبين من حيث الجنس, بأن النسبة الكبرى من عينة البحث هم من الذكور وعددهم (25) فردا وبلغت (83.33%), في حين بلغت نسبة الإناث (16.66%) بواقع (5) فرداً، وهذا يدل على تكليف الذكور للعمل اكثر من الاناث مما يدل على ان هناك فرصا اكثر للذكور لممارسة المهام والوظائف.

الجدول (2) توزيع المستجيبين على وفق الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس	ت
%.83.33	25	ذكر	1
%.16.66	5	انثى	2
%.100	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثون

ثانيا// توزيع الافراد المستجيبين على وفق الفئات العمرية

يتضح من نتائج الجدول (3) بأن اغلبية الافراد المستجيبين هم من فئات عمرية (30-39) شكلت (%.60)، وتلتها الفئة العمرية (20-29) سنة وكانت نسبتهم (%.33.33) ثم الفئة العمرية (40 فأكثر) سنة وبلغت نسبتهم (%.6.66) وهذه النسب تؤكد بأن أكثر من (%.90) من للمستجيبين هم من الفئات العمرية (29-39) مما يدل على نضجهم وادراكهم للتعامل مع زملائهم ومع الزبائن وكذلك فهمهم وادراكهم للتعامل مع فقرات الاستبانة، والاعتماد على قدراتهم وخبرتهم الأكاديمية .

الجدول (3) توزيع المستجيبين على وفق الفئات العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية	ت
%.33.33	10	29-20	1
%.60	18	39-30	2
%.6.66	2	40 سنة فأكثر	3
%.100	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثون

ثالثاً// توزيع الافراد المستجيبين على وفق التحصيل العلمي

يتضح من الجدول (4) بأن الحاصلين على شهادة بكالوريوس جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (66.66%)، والحاصلين على شهادة اخرى كدبلوم والاعدادية قد بلغت (23.33%) وهذه اشارة إلى أن اغلبية افراد المستجيبين هم من حملة شهادات جامعية ولهم مؤهلات علمية جيدة لكيفية تعامل مع الزبون، وهذا ينسجم مع المهام الإدارية والقيادية الموكلة إليهم، ويعطي مؤشراً جيداً عن إجابات أفراد المجتمع لقدرتهم على فهم عبارات الاستبانة واستيعاب متغيراتها

الجدول (4) توزيع عينة المستجيبين على وفق المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي	ت
66.66%	20	بكالوريوس	1
23.33%	7	دبلوم	2
10%	3	اخرى	3
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثون

رابعاً// توزيع الافراد المستجيبين على وفق عدد سنوات خدمة الاجمالية

يشير الجدول (5) الى توزيع الافراد المستجيبين على وفق عدد سنوات الخدمة الاجمالية, حيث بلغ الذين تكون خدمتهم من الفئة (6-10) اعلى معدل وكانت (53.33%) في حين بلغت الفئة التي تكون خدمتهم (1-5) (33.33%), وفئة التي تكون خدمتهم (11-15)، (اكثر من 10) جاء من مرتبة الثالثة والرابعة على التوالي , ذلك يبين إن المستجيبين لهم خبرة جيدة في مجال تقديم الخدمة الادارية والقيادية وحل المشاكل والتخلص من الازمات ومواجهة التغييرات المتسارعة .

الجدول (5) توزيع المستجيبين على وفق خدمة الكلية

ت	عدد سنوات الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
1	من 1- 5 سنوات	10	33.33%
2	من 6- 10 سنوات	16	53.33%
3	11 □ 15	3	10%
4	أكثر من 20	1	3.32%
	المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثون

المبحث الثالث - وصف متغيرات البحث وتشخيصها

يهدف هذا المبحث إلى وصف متغيرات البحث وتشخيصها للتعرف على الاختلافات الموجودة في آراء المستجيبين، وإعطاء تصور شامل عن وجهات نظرهم حول طبيعة المتغيرات بالاستناد على أدوات إحصائية وصفية في تحليل المتغيرات عبر استخراج النسب المئوية، التكرارات، وأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب للاتفاق إجابات المستجيبين بحيث تكون الفقرة إيجابية أي بمعنى " أن أفراد المجتمع يوافقون على محتواها وعلى النحو الآتي:

أولاً: وصف متغير القيادة الاخلاقية وتشخيصها:

يضم هذا المتغير العبارات (x1-x10) تم ترتيبها ترتيباً تنازلياً على وفق نسب الاتفاق وكما موضحة في الجدول (6) كالاتي:

- احتلت العبارة "3" المرتبة الأولى على وفق نسبة الاتفاق، إذ بلغت 76% وهي أكبر من 60% وتعد أكبر معدل وقد تركزت آراء أفراد عينة البحث نحوها، وكذلك بلغت قيمة الوسط الحسابي 3.80 وهو أكبر من المتوسط القياسي 3 وبلغت قيمة الانحراف المعياري 0.869، مما يدل على أن أفراد عينة البحث يوافقون بدرجة إيجابية عالية على محتوى هذه العبارة، حيث تنص اشعر بأن القادة في كليتنا تحترمني وتحترم عملي

- احتلت العبارة "5" المرتبة الاخيرة على وفق نسبة الاتفاق، إذ بلغت 65.8 % وهي أكبر من 60% وتعد أقل معدل وقد تركزت آراء أفراد مجتمع البحث نحوها. وكذلك بلغت قيمة الوسط الحسابي 3.29 وهو أكبر من المتوسط المقياسي 3 وبلغت قيمة الانحراف المعياري 0.968 مما يدل على أن أفراد عينة البحث يوافقون بدرجة إيجابية على محتوى هذه العبارة والتي تنص على " يهتم كلبتنا بزرع الثقة لدى موظفيها باتجاه رؤيتها. "

الجدول(6) التوزيع التكراري والنسب المئوية وقيم وسط الحسابي والانحراف المعياري لأجابات الافراد المستجيبين

المتغيرات الفرعية	رمز	أتفق تماماً		أتفق		الى حد ما		أتفق		أتفق تماماً		نسبة الاتفاق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		1		2		3		4		5				
		%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr			
القيادة الاخلاقية	X1	6	13.3	19	42.2	12	26.7	7	15.6	1	2.2	3.49	0.998	69.8
	X2	7	15.6	19	42.2	12	26.7	7	15.6	0	0	3.24	0.941	69.6
	X3	7	15.6	28	62.2	4	8.9	6	13.3	0	0	80.3	0.869	76
	X4	8	17.8	23	51.1	10	22.2	4	8.9	0	0	3.78	0.850	75.06
	X5	4	8.9	16	35.6	15	33.3	9	20.0	1	2.2	3.29	0.968	65.8

المصدر: من إعداد الباحثون

ثانيا: وصف متغير السمعة التنظيمية وتشخيصها:

يضم هذا متغير العبارات (Y5-Y1) تم ترتيبها ترتيباً تنازلياً على وفق نسب الاتفاق وكما موضحة في الجدول

(٩) كالاتي:

- احتلت العبارة "4" المرتبة الأولى على وفق نسبة الاتفاق، إذ بلغت 62.2% وهي أكبر من 60% وتعد أكبر معدل وقد تركزت آراء أفراد عينة البحث نحوها، وكذلك بلغت قيمة الوسط الحسابي 3.11 وهو أكبر من المتوسط المعياري 3 وبلغت قيمة الانحراف المعياري 1.151، مما يدل على أن أفراد عينة البحث يوافقون بدرجة إيجابية على محتوى هذه العبارة، حيث تنص اشعر بالفخر والاعتزاز عندما اخبر الآخرين بأنني اعمل في هذه الكلية

- احتلت العبارة "2" المرتبة الاخيرة على وفق نسبة الاتفاق، إذ بلغت 60% وهي تساوي مع نسبة معيارية 60% وتعد أقل معدل وقد تركزت آراء أفراد مجتمع البحث نحوها. وكذلك بلغت قيمة الوسط الحسابي 3.02 وهو أكبر من المتوسط المعياري 3 وبلغت قيمة الانحراف المعياري 1.055، مما يدل على أن أفراد عينة البحث يوافقون بدرجة إيجابية على محتوى هذه العبارة والتي تنص على " اشعر بان مشاكل هذه الكلية هي مشاكلي الخاصة ".

الجدول (7)

التوزيع التكراري والنسب المئوية وقيم وسط الحسابي والانحراف المعياري ونسبة الاتفاق لأجابات الافراد المستجيبين

نسبة الاتفاق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أتفق تماما		لا أتفق		الى حد ما		أتفق		أتفق تماما		ت	المتغيرات الفرعية
			1		2		3		4		5			
			%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr		
62.2	1.153	3.11	8.9	4	22.2	10	28.9	13	28.9	13	11.1	5	Y1	المتغيرات الفرعية
60	1.055	3.02	8.9	4	22.2	10	31.1	14	33.3	15	4.4	2	Y2	
60.8	1.042	3.03	6.7	3	24.4	11	33.3	15	28.9	13	6.7	3	Y3	
60.4	0.988	3.02	4.4	2	26.7	12	37.8	17	24.4	11	6.7	3	Y4	
60.4	1.055	3.02	8.9	4	22.2	10	31.1	14	33.3	15	4.4	2	Y5	

المتغيرات الفرعية
المنظمية

المصدر: من إعداد الباحثون

المبحث الرابع - اختبار النموذج البحث و فرضيتها

اختبار الفرضية الرئيسة وتحليلها:

لاختبار صحة الفرضية الرئيسية الاولى التي تنص على "وجود تأثير معنوي بين القيادة الاخلاقية والسمعة المنظمة مجتمعة في الميدان المبحوث", تم استخدام معامل الانحدار (Regression Coefficient) البسيط بطريقة (Enter) كونها الأداة الإحصائي المناسب لبيان التأثير بين متغيري البحث، إذ سيتم التحقق من مدى صحة تلك الفرضيات ، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتعرف على تأثير المتغير المستقل (القيادة الاخلاقية) في المتغير المعتمد (والسمعة المنظمة) وعلى المستوى الكلي للمتغيرين حيث تشير نتائج التحليل الموضحة في الجدول (8).

الجدول (8)

تأثير القيادة الاخلاقية في السمعة المنظمة

السمعة المنظمة				المتغير المعتمد
F	Radj	$\beta 1$	C الثابت -	المتغير المستقل
75.605 Sig=0.000	%.79.8	0.658 t=5.969 Sig.=0.000	.1662 t=3.106 Sig.=0.000	القيادة الاخلاقية

المصدر: من إعداد الباحثون

تشير نتائج أنموذج الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (10) إلى تأثير القيادة الروحية في السمعة المنظمة ، إذ تبين أن هناك تأثيراً معنوياً للقيادة الاخلاقية في السمعة المنظمة، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (75.605) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، لذا يعدّ أنموذج الانحدار مقبول في تفسير العلاقة، أي ان القيادة الاخلاقية تؤثر في السمعة المنظمة في الميدان المحوٲ إيجابياً ومعنوياً، وفسرت لقيادة الاخلاقية ما نسبته (79.8٪) من التأثير الحاصل في تحقيق السمعة المنظمة وهذا ما أوضحته قيمة معامل التحديد (Radj)، أما النسبة المتبقية والبالغة (20.2٪) فهي تعود إلى متغيرات أخرى لم تناولها البحث الحالية، وتشير قيمة معامل (β_1) التي بلغت (0.79.8) إلى أن التغير في القيادة الاخلاقية بوحدة واحدة سوف يؤدي إلى تغير في السمعة المنظمة بمقدار (1.662)، وكانت قيمة (t) المحسوبة (3.106) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وفيما تشير قيمة ثابت (C) البالغة (0.658) إلى وجود القيادة الاخلاقية حتى لو كانت قيمة القيادة الاخلاقية صفراً. وبموجب ذلك تم قبول الفرضية الرئيسة.

الفصل الرابع :الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الاول: الاستنتاجات

المبحث الثاني: التوصيات

المبحث الاول: الاستنتاجات

توصل الباحثون إلى الاستنتاجات الآتية:

- 1- ندرة الدراسات التي ركزت على دراسة وتفسير العلاقة بين متغيرات البحث الحالي ومحدوديته (القيادة الاخلاقية, والسمعة التنظيمية) مجتمعة في الجانب النظري والعملي على وفق مخطط البحث الافتراضي.
- 2- تعزز الاهتمام بجانب الاخلاقي خبرة الموظفين في العمل والوظيفة وتسهيل شعورهم بالانتماء للآخرين بشكل يوفر مشاعر الفرح واكتمال والسعادة, فضلاً عن إدارة البيئة بشكل فعال ويزيد من قدرتها على متابعة الأفكار والتغذية الداخلية والتطوير المستمر نحو تحقيق الذات والابتعاد عن الانانية.
- 3- تبين من خلال المراجعة النظرية للمفاهيم والمصطلحات والمعرفة النظرية للقيادة الاخلاقية، ان القيادة الاخلاقية لها تأثيراً كبيراً في تعزيز سمعة المنظمة .
- 4- كشفت التحليلات الاحصائية عن وجود تأثيرات معنوية ذات دلالة معنوية لقيادة الاخلاقية والسمعة التنظيمية ، على المستوى الكلي . وبهذا أفسرت النتائج على قبول مخطط البحث. وتقبل الفرضية الرئيسية.
- 5- كما بينت نتائج البحث من وجهة نظر الافراد المبحوثين وجود مستوى عالٍ من الاهتمام بالسمعة التنظيمية.

المبحث الثاني // المقترحات

توصلت الباحثون إلى مجموعة من المقترحات:

1- إعادة النظر في معايير اختيار القيادات الادارية بجعل البعد الاخلاقي محورا أساسيا في اختبار.
2- ينبغي على الكلية ممتلئة بمدراء العمل على ترسيخ المفاهيم الاخلاقية والتأكيد على عدالة ونزاهية ،
واليتخلص من مظاهر الفساد الإداري المتوافر في المستشفى، وإعطاء أسبقية عالية للقيم
الأخلاقية في العمل الإداري.

3- وضع الاستراتيجية مناسبة لادارة وترسيخ مفاهيم القيادة الاخلاقية والسمعة التنظيمية وابرز اهميتها وبرامجها
وتطبيقاتها من خلال برامج التدريب وحلقات النقاش والندوات والمؤتمرات العلمية .

4- توصي الباحثون أجراء هذه البحث لاختبار العلاقة بين متغيرات البحث في بيئات أخرى مثل القطاع الخاص
والقطاع الحكومي.

5- الاهتمام بتوفير المتطلبات والخطوات اللازمة لتطبيق القيادة الاخلاقية و التي تزيد من رضا العاملين والعمل
على توفير المعلومات الكافية حولها في الكلية ومراعاة القدرات المختلفة للموظفين.

6- ضرورة الاهتمام بتوفير الابعاد اللازمة لتطبيق القيادة الاخلاقية (الرؤية، الأمل أو الايمان، حب الالبثار،
الدعوة، العضوية)

7- الاهتمام بالاثر الايجابي للابعاد القيادة الاخلاقية على أبعاد ال سمعة المنظمة من خلال العمل على زيادة
الاهتمام بالوسائل والابعاد اللازمة لتعزيز السمعة المنظمة

المصادر والمراجع

1. أبو طيخ، ه. شام ، (2008) مدى التزام مديري المدارس الا سية الدنيا باخلاقيات مهنة التعليم في محافظة غزة من وجهة نظر المعلمين (رسالة ماجستير) قسم اصول التربية كلية التربية الجامعة الاسلامية.
2. اكريم، محمد سليمان محمد. (2012). نموذج مقترح لتأثير سلوكيات القيادة الأخلاقية تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات، المجلة العلمية لاقتصاد والتجارة.
3. باشرين، نفيسة، فوزي ، فهمي، رباب (2017)، السلوك التنظيمي، منشورات التجارة جامعة، القاهرة، مصر.
4. جاد الرب، سيد، (2010)، القواعد الاعمال الدولية: الا سيات- الا ستراتجية- التطبيقات، المؤلف، ط2، المكتبة الاكاديمية، مصر.
5. الجرجاوي، زياد ، (2010)، قواعد المنهجية لبناء الاستبيان، ط2، مطبعة أبناء الجراح فلسطين.
6. جرينبرج، بارون (2004)، إدارة ال سلوك في المنظمات، ترجمة د. رفاعي رفاعي، د. إسماعيل بي سوني، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
7. جميل ، بريد شان معروف، (2017)، دور ابعاد سمعة المنظمة في الاداء ال سياعي، دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في م صارف القطاع الخاص - اربيل، طؤظاري زانكو بؤ زان سسة مؤؤظاية تيبية كان يةرطى. 21 ، ذمارة. 6 .
8. جميل، بريشان، (2017) دور أبعاد السمعة التنظيمية في الاداء السياعي دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مصارفالقطاع الخاص في مدينة اربيل، مجلة زانكو، مج(21) ع(6) 63-85.
9. جواد، شوقي، (2010)، السلوك التنظيمي في المنظمات الاعمال، دار الحامد للنشر و التوزيع،
10. الا شامي، ساجدة (2018)، العوامل المؤثرة على السمعة التنظيمية المدركة في القطاع العام الاردني، (ر سيالة ماجستير) جامعة اليرموك الاردن.
11. ال شينطي، نهاد، (2016) واقع جودة الحياة الوظيفية في و علاقتها باخلاقيات العمل لدى موظفي وزارة الاشغال العامة و الاسكان، (رسالة ماجستير) اكااديمية الادارة و السياسة للدراسات العليا، غزة، فلسطين.
12. الطائي، يوسف حجيم و الصانع ، محمد جبار، و الذبحاوي ، عامر عبدالكريم، (2013)، دور الذكاء الاخلاقي في ادارة سمعة المنظمة . بحث تطبيقي الراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليتي العلوم والزراعة في جامعة الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية . . . المجلد 15 العدد 1 .
13. عباس، زياد، و سعيد (2017) "القيادة الا ستراتجية و تأثيرها في تحقيق ال سمعة التنظيمية بحث تحليلي في بعض دوائر وزارة الا سكان و الاعمار الممولة مركزيا"، مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، مج(23)، ع(97)، 96-75.

14. العتيبي، أحمد بركي، ٢٠١٣ ، درجة ممارسية مديري المدارس الثانوية للقيادة الأخلاقية وعلاقتها بقيمتهم التنظيمية من وجهة نظر المعلمين في دولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
15. عمران، حسين (2013)، الممارسات الاخلاقية للقيادات الادارية و اثرها على عملية اتخاذ القرارات " دراسة ميدانية بالتطبيق على المصارف التجارية الليبية"، (رسالة دكتوراه)، جامعة قناة السويس.
16. الفتلاوي، ميثاق هاتف، 2017، العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي بحث تحليلي آراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة السيارات، مجلة المثني للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد 1.
17. الكرعاعي، محمد ثابت، 2016، دور مرتكزات البراعة الاستراتيجية في تعزيز وبناء سمعة مؤسسات التعليم العالي دراسة تطبيقية لعينة من اساتذة الجامعات الاهلية في النجف الاشرف، مجلة الادارة والاقتصاد _____ المجلد الخامس — العدد العشرون.
18. النجار، محمد سمير، 2018، أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: لـ الدور المعد لثقة التنظيمية دراسية ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان. رسالة ماجستير، قسم إدارة الاعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط .

المصادر الانكليزية :

1. Freakley'and'Burgh' (2000) Ethics'&'Integrity'and" School'leadership Ethics,""is'about'what'we'ought'to'do”.
2. Sontaite , Migle & Kristensen , Tore . (2009) . Aesthetics Based Corporate Reputation Management in the Context of Higher Education . Management Organizations Vadyba , Systematic Research is the Property of Management of Organizations Teminai Tyrima , VOL.51.