



دور القيادة الأخلاقية في بناء السمعة التنظيمية المدركة : دراسة تحليلية لأراء عينة من كليات جامعة القادسية

صباح حسين شناوة الزيايدي*
معهد الصحة العالي في الديوانية

المخلص

تناولت هذه الدراسة الدور الذي تمارسه القيادة الأخلاقية في بناء السمعة المنظمة ، إذ حاولت تقديم إطار نظري لبعض مما طرحه الكتاب والباحثين حول متغيري الدراسة ، إلى جانب إطار عملي تحليلي لأراء (38) من القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية . وقد تم التعبير عن القيادة الأخلاقية بوصفها متغيراً مستقلاً من خلال أبعادها الستة (العدالة ، المشاركة في السلطة ، وضوح الدور ، الاهتمام بالعاملين ، النزاهة ، التوجيه الأخلاقي) . في حين تم التعبير عن السمعة التنظيمية المدركة بعدها متغيراً معتمداً من خلال مؤشرات الأربعة (الشعور حول المنظمة ، الإعجاب والاحترام ، الثقة ، السمعة الكلية) . واعتمد الباحث الاستبانة كأداة رئيسية لقياس متغيرات الدراسة . حدد القسم الأول منها لقياس القيادة الأخلاقية بالاعتماد على مقياس (سيد ، عبد الباسط ، وبشير 2017) . في حين حدد القسم الثاني لقياس السمعة التنظيمية المدركة بالاعتماد على المقياس الذي أعده كل من (Ponzi et al,2011; Reputation institute , 2012) . وباستعمال مجموعة من الأدوات الإحصائية مثل معامل الارتباط البسيط لقياس علاقة الارتباط بين المتغيرين واختبار (t) لمعرفة معنوية هذه العلاقة ، وتحليل الانحدار المتعدد ، واختبار (f) لتحديد معنوية معادلة الانحدار ، و (R²) لتفسير مقدار تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد . فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات جاء في مقدمتها أن ممارسات القيادة الأخلاقية تلعب دوراً أساسياً في بناء سمعة المنظمات.

معلومات المقالة

تاريخ البحث

الاستلام: ٢٠٢١/٣/٢٢

تاريخ التعديل: ٢٠٢١/٤/٢٦

قبول النشر: ٢٠٢١/٤/٢٦

متوفر على الأنترنت: ٢٠٢١/٨/٢٩

الكلمات المفتاحية :

القيادة الأخلاقية
السمعة التنظيمية المدركة
كليات جامعة القادسية
وضوح الدور
التوجيه الأخلاقي

The role of ethical leadership in building perceived organizational reputation :An analytical study

Sabah . Hussein. Al zeyadi *^a

Higher health institute in diwanayah.

Abstract

This study discusses the role of ethical leadership in building perceived organizational reputation .It tries to introduce a theoretical framework about the variables according to the previous literature .It also introduces an analytical framework for the opinions of (38) educational leadership in a sample of faculties of AL-Qadisiya University . The ethical leadership as an independent variable was expressed through the six dimensions (Fairness ,power sharing , role clarification , attention workers , Integrity , ethical guidance) . While the expression for the perceived organizational reputation as dependent variable through four dimensions (Admire and respect, Trust, Good feeling, and Overall reputation). the researcher has adopted a questionnaire as tool to measure the variables of the study . The first section of which to measure ethical leadership based on the scale of (Syd,&Abd-Albasit,Bashir,2017). while the second section of which is devoted to measure perceived organizational reputation based on the scale of (Ponzi et al.,2011; Reputation institute , 2012) . the study used a set of statistical tools such as Pearson correlation coefficient , multiple regression analysis , F and (R²) tests , The study found a set of conclusions and recommendations among which is the key role of ethical leadership practices in building good reputation for organization.

Key words: ethical leadership, perceived organizational reputation, clarity of role, ethical guidance, clarity of the role , ethical guidance , Qadisiyah University colleges.

*

Corresponding author : E-mail addresses : alzyadysbah2020@gmail.com.

2021 AL – Muthanna University .DOI:10.52113/6/2021-11/227-240

المقدمة

تتجسد مشكلة الدراسة التي يمكن إبرازها من خلال إثارة التساؤلات الآتية :

- ❖ ما طبيعة القيادة الأخلاقية التي يمكن أن تمارسها الجامعات لضمان مشروعية وجودها في المجتمع الذي تعمل في حدوده ؟
- ❖ ما مدى اهتمام الكليات عينة الدراسة بقياداتها الأخلاقية تجاه مجتمعاتها المحلية ؟
- ❖ ما طبيعة العلاقة التي تربط بين القيادة الأخلاقية والسمعة التنظيمية المدركة ؟ وهل تسهم ممارسة القيادة الأخلاقية في بناء سمعة الكليات عينة الدراسة؟

أهداف البحث

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- ❖ تقديم إطار مفاهيمي عن القيادة الأخلاقية وأبعادها ، فضلاً عن سمعة المنظمة وطرق قياسها على وفق المصادر العلمية التي توفرت لدى الباحث .
- ❖ التعرف على مدى إدراك القيادات الجامعية في الكليات عينة الدراسة لممارسات القيادة الأخلاقية في كلياتهم ، فضلاً عن السمعة التنظيمية المدركة لتلك الكليات.
- ❖ تفحص طبيعة الدور الذي يمكن أن تمارسه القيادة الأخلاقية في بناء السمعة التنظيمية في الكليات المبحوثة

أهمية البحث

- تتجسد أهمية هذه الدراسة من خلال الآتي :
- ❖ تناولها لموضوع حيوي ومهم لنجاح المنظمات يتمثل بالقيادة الأخلاقية بوصفها واحدة من أكثر الممارسات أهمية لبناء سمعة المنظمات.
- ❖ ترسيخ الاعتقاد لدى القيادات الجامعية في الكليات المبحوثة بضرورة الالتزام بالمعايير الأخلاقية .
- ❖ يأمل الباحث أن تسهم النتائج التي ستحققها هذه الدراسة وتوصياتها في تحقيق الفوائد والمنافع الثمينة التي من شأنها أن تحسن السمعة التنظيمية للكليات المبحوثة.

نموذج البحث الفرضي

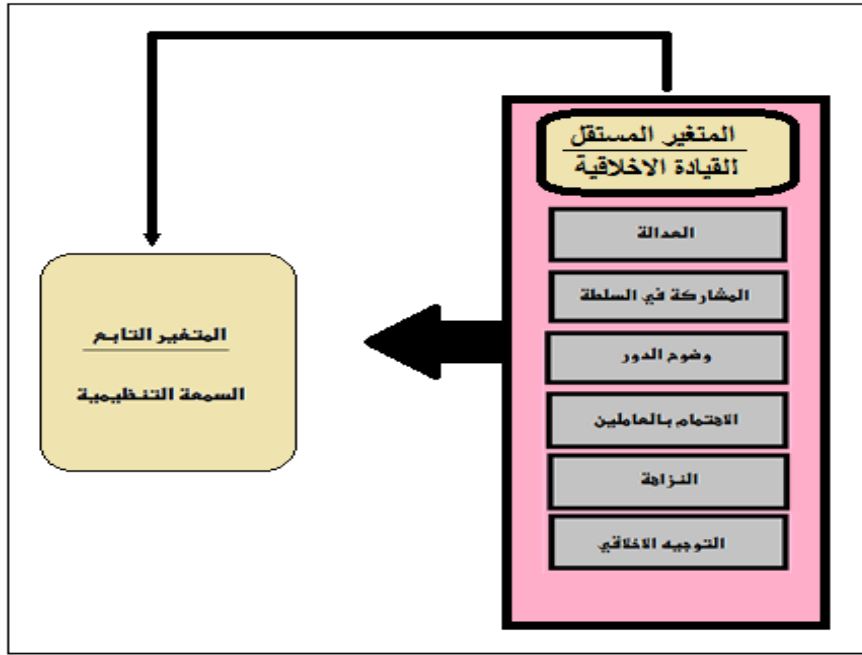
لغرض تحقيق أهداف الدراسة تطلب الأمر إعداد مخطط فرضي يوضح طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة وكما موضح في أدناه:

تناولت هذه الدراسة الدور الذي تمارسه القيادة الأخلاقية في بناء السمعة المنظمة ، إذ حاولت تقديم إطار نظري لبعض مما طرحه الكتاب والباحثين حول متغيري الدراسة ، إلى جانب إطار عملي تحليلي لآراء (٣٨) من القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية . وقد تم التعبير عن القيادة الأخلاقية بوصفها متغيراً مستقلاً من خلال أبعادها الستة (العدالة ، المشاركة في السلطة ، وضوح الدور ، الاهتمام بالعاملين ، النزاهة ، التوجيه الأخلاقي) . في حين تم التعبير عن السمعة التنظيمية المدركة بعدها متغيراً معتمداً من خلال مؤشرات الأربعة (الشعور حول المنظمة ، الإعجاب والاحترام ، الثقة ، السمعة الكلية) . واعتمد الباحث الاستبانة كأداة رئيسية لقياس متغيرات الدراسة . حدد القسم الأول منها لقياس القيادة الأخلاقية بالاعتماد على مقياس (سيد ، عبد الباسط ، وبشير ٢٠١٧) . في حين حدد القسم الثاني لقياس السمعة التنظيمية المدركة بالاعتماد على المقياس الذي أعده كل من (Ponzi et al, 2012; Reputation institute, 2011) . وباستعمال مجموعة من الأدوات الإحصائية مثل معامل الارتباط البسيط لقياس علاقة الارتباط بين المتغيرين واختبار (t) لمعرفة معنوية هذه العلاقة ، وتحليل الانحدار المتعدد ، واختبار (f) لتحديد معنوية معادلة الانحدار ، و (R²) لتفسير مقدار تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد . فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات جاء في مقدمتها أن ممارسات القيادة الأخلاقية تلعب دوراً أساسياً في بناء سمعة المنظمات

مشكلة البحث

جلبت العولمة والتطور التكنولوجي وظهور اقتصاد المعرفة العديد من التحديات امام بيئة عمل الجامعات على مستوى العالم ككل. ومن أهم هذه التحديات هو التوجه المعاصر للعديد من الدول نحو ربط الجامعات بسوق العمل من خلال خلق إمدادات تطبيقية تحقق التواصل بين النظرية والتطبيق وتفتح للجامعات قنوات مالية جديدة لرفد أعمالها وتحقيق برامجها التعليمية والعلمية. ، إلا ان تلك الجامعات تحتاج في كثير من الأحيان والظروف الى عوامل تنظيمية أو إدارية أو أخلاقية أما لبناء سمعة تنظيمية مميزة أو تعزيز السمعة التنظيمية لها ، ومن هنا

شكل (1) نموذج الدراسة الفرضي



فروض البحث

من أجل تحقيق أهداف الدراسة واختبار مخططها الفرضي تم صياغة مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية وعلى النحو الآتي :

الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيادة الأخلاقية والسمعة التنظيمية المدركة وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

- ❖ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين العدالة والسمعة التنظيمية المدركة .
- ❖ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المشاركة بالسلطة والسمعة التنظيمية المدركة .
- ❖ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين وضوح الدور والسمعة التنظيمية المدركة .
- ❖ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالعاملين والسمعة التنظيمية المدركة .
- ❖ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين النزاهة والسمعة التنظيمية المدركة .
- ❖ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التوجيه الأخلاقي والسمعة التنظيمية المدركة .

الفرضية الرئيسية الثانية : توجد علاقة اثر ذات دلالة إحصائية للقيادة الأخلاقية كمتغير مستقل في السمعة التنظيمية المدركة بوصفها متغيراً كلياً تابعاً.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة استمارة الاستبيان كأداة للحصول على البيانات ذات الصلة بمتغيراتها ، وتضمنت محورين هما : **المحور الأول :** القيادة الأخلاقية بأبعادها (العدالة ، المشاركة بالسلطة ، وضوح الدور ، الاهتمام بالعاملين ، النزاهة ، التوجيه الأخلاقي) حيث قام الباحث بالاعتماد على استبانة (سيد ، عبد الباسط ، وبشير ، 2017) بنفس أبعادها وعباراتها وهي استبانة محكمة تم حساب الصدق والثبات لها خلال عمل الباحثين بهذه الدراسة .

المحور الثاني : السمعة التنظيمية المدركة وتتضمن أربعة مؤشرات رئيسية هي (الشعور حول المنظمة ، الإعجاب والاحترام ، الثقة ، السمعة الكلية) بالاستناد إلى المقياس الذي أعده كل من (*Ponzi et al , 2011; Reputation Institute*) (2012 ،) وقد تم استعمال مقياس ليكرت الخماسي ذي الأوزان (لا أتفق تماماً ، لا أتفق ، أتفق إلى حد ما ، أتفق ، أتفق تماماً) .

مجتمع وعينة الدراسة

أختار الباحث جامعة القادسية لتكون ميداناً للدراسة بوصفها أكثر المنظمات إدراكاً لأهمية الدور الذي تلعبه القيادة الأخلاقية في بناء سمعة الجامعات، وقد وقع اختيار الباحث على القيادات الجامعية المتمثلة بـ (عميد ، معاون عميد ، رئيس قسم) في عينة من كليات جامعة القادسية بلغ عددها (5) كلية من أصل (12) كلية في الجامعة. وقد تكونت عينة الدراسة من (43) قيادة جامعية وزعت عليهم الاستبانة المعدة لهذا الغرض استرجع منها

(38) بنسبة استرداد بلغت (88%) وكما موضح في الجدول (1).

جدول (1) عدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة

النسبة المئوية	عدد الاستثمارات الموزعة		الموقع القيادي			الكلية
	المسترجعة	الكلية	رئيس قسم أو فرع	معاون عميد	عميد	
%100	5	5	2	2	1	كلية القانون / جامعة القادسية
%77	7	9	6	2	1	كلية العلوم / جامعة القادسية
%88	8	9	6	2	1	كلية الطب البيطري / جامعة القادسية
%100	8	8	5	2	1	كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة القادسية
%83	10	12	9	2	1	كلية التربية / جامعة القادسية
%88	38	43	28	10	5	المجموع

الاطار النظري

- القيادة الأخلاقية

اولاً: مفهوم القيادة الأخلاقية

واهتمام من قبل قائدهم . وتأسيساً على ما تقدم يرى الباحث إن القيادة الأخلاقية مجموعة من الأفعال والسلوكيات التي يتبناها القائد والمبنيّة على القيم والمبادئ الأخلاقية المناسبة التي تمكنه من انجاز أهداف وتطلعات الآخرين وتحقيق الرفاهية لهم .

ثانياً: أهمية القيادة الأخلاقية

على قادة المنظمات تشجيع السلوك الأخلاقي ومكافئته ، والعمل على ثباته واستمرارية العمل فيه ليكون جزء من ثقافة المنظمة والعاملين فيها ومثل هذا الأمر كما يشير (Wheelen & Hunger,2006:66) يتطلب ما يأتي :

- ❖ وجود مدونة أخلاقية تعطي تصور عن كيفية التعامل مع مختلف المواقف وتساهم في تحسين السلوك الأخلاقي للإفراد والمجموعات والإدارات والمنظمة .
- ❖ وجود مبادئ إرشادية للسلوك الأخلاقي وهذه المبادئ ضرورية لمعرفة الأسس التي تقوم عليها كل من الأخلاق والجوانب المعنوية للإفراد والقوانين .
- ❖ توفر أخلاقيات الأعمال الإرشادات التي توجه سلوك كل المدراء والعاملين في عملية صنع القرارات (Mejjia & Balkin,2002:52) .
- ❖ ويرى (Boufatah,2016:185) إن بناء منظومة أخلاقية في المنظمة له أهمية بالغة على كافة المستويات الإدارية في المنظمة حيث أشار الى إن الأهمية تتمثل بالاتي :
- ❖ تساعد بالارتقاء بأخلاقيات العاملين وينعكس ذلك بشكل مباشر على طريقة تعاملهم مع الزبائن والشركاء ، مما يضيف التميز على المنظمة ككل .

يدور مفهوم الأخلاق في كتب اللغة العربية والمعاجم حول الطبع والسجية والمروءة والدين ، أما في القوانين الأجنبية فقد عرف قاموس (oxford) مصطلح الأخلاق مرادفة اللفظ (morals) بأنه السلوك الإنساني المتعلق بالصواب والخطأ (العتيبي ، 2013:17) . وينظر مجموعة من الباحثين للقيادة الأخلاقية أمثال (Brown,et al, 2005 ;Kalshoven , etal) على أنها مجموعة من السلوكيات أو أسلوب قيادة منفصل بحد ذاته بدلاً من التركيز فقط على أنماط القيادة الأخرى مثل القيادة التحويلية ، القيادة الخادمة (Engelbrecht,et al, 2017:2) . إلا إن التعريف الأوسع انتشاراً للقيادة الأخلاقية هو ما ذكره (Brown,et al,2005) على أنها تعني إظهار السلوك المعياري المناسب من خلال الإجراءات الشخصية والعلاقات بين الأشخاص وتعزيز هذا السلوك لدى المرؤوسين من خلال الاتصال ثنائي الاتجاه والتعزيز واتخاذ القرار (Brown&Harnson,2005:120) . وينظر كل من (Kalshoven, et al, 2011:52) للقيادة الأخلاقية من منظورين : منظور التعلم الاجتماعي (social learning) ، على وفق هذا المنظور فإن المرؤوسين يتصرفون بشكل مشابه لقائدهم من خلال التقليد والملاحظة ، ومنظور التبادل الاجتماعي (social exchange) الذي يرى إن المرؤوسين يرغبون بالمعاملة بالمثل عند معاملتهم بأنصاف

السلوك الفردي والسلوك الخاص بالمنظمة (حسين والجميل ، 2009:8). وبالنظر لاتفاق اغلب الباحثين والمهتمين بموضوع القيادة الأخلاقية على هذه الأبعاد الأخيرة كأبعاد مهمة وبارزة في القيادة الأخلاقية ، ولكونها من أكثر الدراسات انسجاماً مع هذه الدراسة ، فإن الباحث سيقوم باعتمادها بدراسته هذه.

- السمعة التنظيمية المدركة

أولاً: مفهوم السمعة التنظيمية

تلعب السمعة التنظيمية دوراً محورياً وهاماً في نجاح المنظمات أو فشلها وتسهم في توطيد العلاقات مع جميع الأطراف المؤثرة في المجتمع وتساعد في التقليل من المخاطر التي تتعرض لها المنظمات (مطر، 2018: 1). ويعتبر دوالينغ (2003) سمعة المنظمة ثروة إستراتيجية ذات قيمة كبرى واكبر الموارد ، وإحدى أهم الموجودات غير الملموسة التي تحرص المنظمات على بناءها والمحافظة عليها باستمرار بطريقة تتناسب مع طبيعة البيئة الداخلية والخارجية لدورها الفاعل في بقائها ونموها في ظروف الأزمات (2014: 32). وقد عرف (Hendriks, 2016:38) السمعة التنظيمية بأنها تصور أو حكم من قبل أصحاب المصلحة حول قدرة المنظمة على خلق القيمة المتميزة لهم بناءً على إجراءاتها المتبعة وتوفير نظرة مستقبلية وأهمية بارزة لها . وتعكس السمعة التنظيمية التقييم الشامل لأصحاب المصلحة لمنظماتهم بمرور الوقت ، ذلك التقييم الذي يستند على تجاربهم المباشرة مع المنظمات ، وأي شيء آخر من الاتصالات التي تقدم لهم المعلومات الكافية حول أعمال المنظمة مقارنة مع المنافسين الآخرين (Matter & Baena, 2012:131). وقد أكد عدد من الباحثين بشكل خاص على الجودة كمؤشر مهم في قياس سمعة المنظمة ومنهم (Haunschild, 2006: 102) الذي أشار إلى أن السمعة التنظيمية هي حصلة التقييم الموضوعي للزبائن لجودة المنتج أو الخدمة التي تقدمها المنظمة . ويذهب (Carter, 2006 : 1145) الى ابعاد من ذلك بقوله إن السمعة التنظيمية لا تقف عند حد جودة الإدارة ، جودة المنتجات والخدمات ، المسؤوليات البيئية والمجتمعية ، والإبداعات التي تقدمها ، بل تتعداها إلى تلبية تطلعات وطموحات كل أصحاب المصلحة من خلال أدائها المتميز الذي يؤدي إلى تعظيم القيمة لهم بشكل مستمر . وقد لخص كل من (Keshta, et al, 2020:117) مفهوم السمعة التنظيمية من خلال الآتي : أولاً - السمعة التنظيمية ذات أبعاد متعددة ، ثانياً - السمعة التنظيمية هي تراكم لبناء المنظمة على مر الوقت ، ثالثاً - السمعة التنظيمية تعتمد على سلوك المنظمة ، شخصيتها ، أنشطة الخدمات التي تقدمها ، وأخيراً أنها تنعكس من خلال تجارب أصحاب المصلحة مع المنظمة . وتأسيساً على ما

- ❖ زيادة الرضا الوظيفي للعاملين مما يسهم في تحسين الأداء وتهيئة بيئة عمل ايجابية تنسم بالتعاون والمشاركة والولاء .
- ❖ تسهم في تعزيز رفاهية المنظمة اجتماعياً واقتصادياً وتنظيماً.

ثالثاً: أبعاد القيادة الأخلاقية

بالنظر لأهمية السلوك الأخلاقي للفرد والمجموعة والمنظمة والمجتمع فقد تناول الباحثون القيادة الأخلاقية من جوانب وزوايا مختلفة ، فقد أورد مجموعة من الباحثين ومنهم (kalshoven , Den Hartog & De Hoogh, 2011:54) مجموعة أبعاد للقيادة الأخلاقية من أهمها :

- **النزاهة Integrity:** وتعني الموائمة بين الأقوال والأفعال التي يقوم بها القائد داخل المنظمة من خلال إتباعه القيم الإنسانية المهنية المثلى مبتعداً عن الضغوط الاجتماعية والوظيفية وتحقيق الأهداف المخطط لها بكل شفافية وواقعية.
- **العادلة Fairness:** وتعني المساواة في المعاملة وطرح الخيارات العادلة ، أي إنها درجة تحقيق المساواة في توزيع المخارجات والنزاهة والموضوعية في اتخاذ القرارات والإجراءات وإحساس الفرد بحسن المعاملة التي يعامل بها ضمن المنظمة .
- **وضوح الدور Role clarification:** وهو سلوك موجه نحو المهام يستهدف توفير الهياكل التنظيمية للمنظمة وسياساتها وقواعدها العامة كما يشمل التوجيه والتنسيق لأنشطة العمل والتأكد من أن المرؤوسين يعرفون ما يحتاجون إليه للقيام به والوسائل المطلوبة لإنجاز هذه المهام والأهداف المتوقع تحقيقها .
- **المشاركة في السلطة power sharing:** من خلال قبول الرأي الآخر واحترام الأفكار وتشجيعها . فالقائد الأخلاقي يجب أن يشجع الآخرين ويراعي مطالبهم وكذلك يقترح ولا يفرض ويترك للآخرين حرية اتخاذ القرار واقتراح الحلول والبدائل بحيث تزيد ثقة القائد بمرؤوسيه بشكل كبير .
- **الاهتمام بالعاملين Attention to the workers:** تشير الى مدركات العاملين بوجود دعم قيادي يمكن إدراكه عن طريق اجتهاد القائد في تحديد المسارات للمرؤوسين وتقدير جهودهم ومساهماتهم وتحقيق مصالحهم وتقديم العون لهم لانجاز المهام المختلفة وتقديم الحوافز والتأثير الايجابي .
- **التوجيه الأخلاقي Ethical guidance:** تركز المنظمات المعاصرة على الأهداف والقيم والأخلاقيات لغرض تطوير أداء الأفراد العاملين ، الذين أصبحوا الآن مورد من موارد المنظمة ويمثلون رأس مال فكري . ويتم التركيز عليهم وبناءهم بناءً روحياً وفكرياً من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات والقدرات والسلوك في إطار ثقافة المنظمة والذي أصبح فيه توجه المنظمات والمديرين نحو أخلاقيات العمل من خلال

(Gurieva,2018:1176) مجموعة من المبادئ الرئيسية لبناء السمعة التنظيمية وهي كالآتي :

- ❖ **إن تكون مرئية** : يجب أن تكون المنظمة مرئية في وسائل ومجتمع الإعلام والتي يتم تحقيقها من خلال الحملات الاعلانية .
- ❖ **إن تكون مميزة** : إي التفرد بالمنتج والخدمة ، الرمز ، الشعار ، استراتيجية التطوير والفوائد الممكنة نتيجة التعاون مع المنظمة .
- ❖ **إن تكون أصيلة** : أي صدق نشاط إدارة المنظمة بما في ذلك بالمواقف الحرجة ، مما يعني التعبير عن هوية المنظمة للمجموعات المهنية دون التضحية بالقيم والمبادئ .
- ❖ **إن تتمتع بالشفافية** : من خلال الوصول الكامل الى المعلومات حول المنظمة أو منتجاتها أو خدماتها . مما يسمح بإجراء تقييم دقيق لأنشطة المنظمة وموثوقيتها .
- ❖ **إن تكون منسقة** : من خلال اتساق المعلومات عن المنظمة والمعلن عنها وكذلك عدم وجود اختلافات بين صورة المنظمة وتقييم التنظيمية الداخلية في الإعلان والاتصالات . ويمكن للباحث القول إن الإبعاد المذكورة ضرورية جداً لبناء السمعة الايجابية القوية للمنظمة ، لكن يتوجب على المنظمة العمل على تحسين كافة أنشطتها وقراراتها وسياساتها وتطوير كافة الجهود والإبداعات المتميزة التي ترمي من وراءها تلك المنظمات رضا المجتمع وتحقيق رفاهيته .

رابعاً: قياس السمعة التنظيمية

هناك ثلاث مدارس رئيسية تنطلق منها وجهات نظر الباحثين في تعريفهم لمفهوم السمعة التنظيمية وهي (sala, 2 : 2011) (الزيادي . رشيد ، 2014 : 14)

- ❖ **مدرسة التقييم** : ينظر إلى السمعة التنظيمية على وفق هذه المدرسة على أنها تقييم لإنتاجية المنظمة (**Productivity**) من وجهة نظر أصحاب المصلحة الأساسيين (المحللون الماليون ، المستثمرون ، المساهمون ، فضلاً عن مدراء القمة) والتي تركز عادةً على النتائج المالية للمنظمة .

- ❖ **المدرسة الانطباعية** : تتحدد السمعة التنظيمية على وفق رواد هذه المدرسة في ضوء الانطباع الذي تخلقه المنظمة لدى الأفراد (الزبائن و / أو العاملين) الذين تركز وجهات نظرهم على أنشطة التسويق والموارد البشرية واتصالات المنظمة .
- ❖ **المدرسة العلاقاتية** : تمثل السمعة التنظيمية هنا الفجوة ما بين وجهات نظر أصحاب المصلحة الداخليين (الهوية Identity) وأصحاب المصلحة الخارجيين (الصورة Image) حيث يعتمد تقييم المنظمة على وجهات نظر مختلف أصحاب المصالح والتي تتشكل في ضوء العلاقة ما

تقدم يرى الباحث أن السمعة التنظيمية تعبر عن قدرة المنظمة على مواجهة تطلعات وطموحات أصحاب المصلحة المتعاملين معها من خلال توظيف جميع الإمكانيات والقابليات والجهود لتحقيق الأداء المتميز الذي يرمي الى تعظيم القيمة لهم باستمرار .

ثانياً: أهمية السمعة التنظيمية

اهتم الباحثون بسمعة المنظمة بصفتها مصدر هام للتميز ، وتعد السمعة الجيدة أداة مؤثرة بيد المنظمات لتحقيق أهدافها الإستراتيجية ، وهي تعمل على زيادة الفاعلية التنظيمية وتمنح المنظمات الثقة في إيجاد مناخ تنظيمي متميز (مطر ، 2018:35). وقد أورد كل من (Samaiziene & Jucevicius , 2010 : 49;Deheshti,et al,2019:64) مجموعة من المزايا التي تجلبها السمعة التنظيمية الايجابية على كافة المستويات الداخلية والخارجية وكالاتي :

- ❖ تحقيق ميزة تنافسية من خلال الموارد الملموسة وغير الملموسة ، ورفع أداء العاملين ، وزيادة مستوى التزام الموظفين تجاه المنظمة ، وزيادة مشاركتهم بالمنظمة .
- ❖ تحسين القدرة على التوظيف واستقطاب الموظفين المؤهلين في المنظمات .
- ❖ تحسين إدراك المستفيدين بجودة الخدمات التي تتيح فرص أسعار جيدة .
- ❖ رفع معنويات العاملين وبالتالي تحقيق إنتاجية مرتفعة .
- ❖ تحسين علاقة المنظمة مع الموردين والمجهزين وأصحاب المصلحة المباشرين .
- ❖ سهولة الوصول لأفضل مقدمي المهنية مثل وكالات الإعلان المتميزة وغيرها .
- ❖ منح المنتج قيمة إضافية .
- ❖ ارتفاع قيمة المنظمة وتقليل المخاطر التي تتعرض لها .
- ❖ جذب اكبر عدد من المستثمرين من خلال مصداقية جيدة في تعاملاتها المختلفة مع الآخرين
- ❖ التميز بين المنظمة ومنافسيها ووضع أفضل في سوق المنافسة .

ثالثاً: بناء السمعة التنظيمية

إن بناء السمعة التنظيمية يستند الى مجموعة من العوامل والمصادر المباشرة التي تعتمد أساساً على أصحاب المصلحة بالإضافة الى العديد من المصادر والعوامل غير المباشرة التي تشكل تصورات أصحاب المصلحة تجاه سمعة المنظمة ، ولذا فإن المصادر الجوهرية التي يمكن الاعتماد عليها في بناء سمعة المنظمة تتمثل بـ (سلوك العاملين وخبراتهم ، وعمليات الاتصال والتواصل ، ووسائل الإعلام المتعلقة بالمنظمة ، المنافسون والدعاية والإعلان) (مطر ، 2018:33). وكما أورد

واستند التقييم إلى السمات التي تم الإشارة إليها في النموذج السابق مع إضافة سمة أخرى هي فاعلية المنظمة على المستوى الدولي .

❖ **نموذج حاصل سمعة المنظمة (CRQ):** طور هذا النموذج

من قبل معهد السمعة بالتعاون مع مؤسسة Harris Interactive عام 1998 للتغلب على أوجه القصور في النماذج السابقة لعدم تمثيلها الكافي لأصحاب المصلحة . ويتضمن هذا النموذج إجراء استطلاع رأي لعموم المجتمع للتعرف على الشركات المرغوبة والأكثر احتراماً من قبل الأفراد والأسباب الكامنة وراء ذلك بالاستناد إلى مجموعة من السمات تم تبويبها في ست أبعاد رئيسية هي (الإعجاب العاطفي ، المنتجات والخدمات ، النتائج المالية ، الرؤية والقيادة ، بيئة العمل ، المسؤولية الاجتماعية) .

❖ **نموذج RepTrak™ Pulse:** أن الدراسة المعمقة لأغلب

النماذج الخاصة بقياس السمعة التنظيمية تشير إلى أن تلك النماذج تركز على العوامل أو المحددات التي تؤثر على سمعة المنظمات ولهذا السبب حاول Reputation Emotion (institute , 2012) تطوير مقياس شعوري (- based measure) للسمعة التنظيمية يفصل بين وجهات السمعة (Reputation drivers) والمقياس نفسه أطلق عليه تسمية RepTrak™ Pulse كما هو واضح في الشكل (2) .

بين الهوية والصورة ، وما بين الصورة والسمعة التنظيمية . واستناداً إلى المدارس المذكورة ، فقد طور الباحثون عدداً من النماذج التي يمكن اعتمادها لقياس السمعة التنظيمية هي (sala , 2011 :4) .

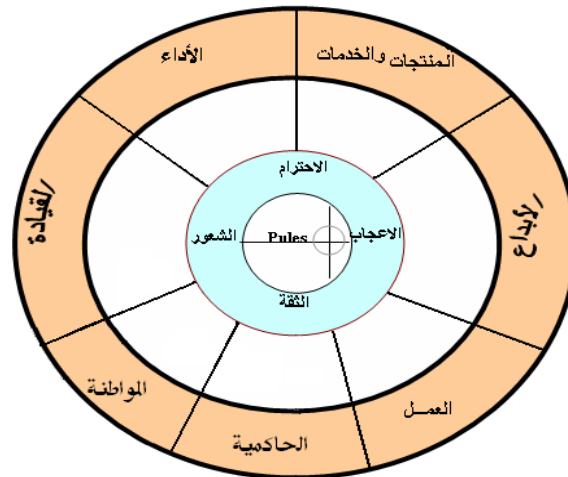
❖ **نموذج المنظمات الأكثر إعجاباً في الولايات المتحدة الأمريكية (AMAC)**

يستند هذا النموذج على إجراء تقييم لـ (500) من أكبر الشركات الأمريكية على أساس النتائج المالية ، الأداء الأفضل ، ومعدل الدوران من قبل عينة من التنفيذيين والمدراء والمحليين الماليين في كل قطاع من القطاعات المشمولة بالتقييم لإعطاء تقييمهم لتلك الشركات على وفق مقياس تتراوح درجاته بين (10 – 1) بالاستناد إلى (8) سمات هي (الإبداع ، جودة الإدارة ، الاستثمار طويل الأجل ، المسؤولية الاجتماعية ، إدارة الموارد البشرية ، جودة المنتجات والخدمات ، الأداء المالي ، واستعمال موجودات المنظمة .

❖ **نموذج المنظمات الأكثر إعجاباً في العالم (WMAC):** تم

تطوير هذا النموذج عام (1997) ليشمل أكبر عدد من الشركات الأكثر إعجاباً على مستوى العالم بلغ عددها (1500) شركة منها (1000) شركة رائدة في أمريكا الشمالية و(500) شركة على المستوى الدولي توزعت على (55) قطاعاً في (33) بلداً من بلدان العالم ، وشملت عينها مدراء وتنفيذيين ومحليين ماليين للتعرف على وجهات نظرهم حول أفضل الممارسات التي تحدد سمعة المنظمات .

شكل (٢) The Rep Trak TM Model



(Source : Reputation institute , 2012 ; Mirvis et al., 2012 : 10)

❖ **الإعجاب والاحترام:** الذي يمنحه الأشخاص للمنظمة والذي ينعكس من خلال أنشطتها الجيدة في مجال تقديمها المنتجات والخدمات بالجودة العالية ، فضلاً عن ممارساتها الأخلاقية الرائعة .

ويلاحظ من الشكل المذكور ما يأتي :

1 - أن سمعة المنظمة يمكن قياسها في ضوء :

- ❖ **الثقة بالمنظمة** : تستطيع المنظمة كسب ثقة الآخرين عندما تتفوق على منافسيها في مجال خدمة زبائنها ومجتمعها المحلي من خلال أنظمتها وعملياتها وبرامجها وسياساتها المتطورة ، كما أن المنظمات التي تمتلك سجلاً تاريخياً مملوءة بالتجارب الناجحة ، والشفافية ، والصدق ، والاتصالات المؤثرة مع كل الأطراف ستكون موضع ثقة لكل الأطراف والمجتمع بشكل عام .

- ❖ **الشعور الجيد عن المنظمة** : تتبع المشاعر الجيدة تجاه المنظمة من خلال قدرتها على خلق الجودة العالية في الإدارة ، والأداء ، والعاملين ، وبرهنتها تحقيق المنافع المثالية لأصحاب المصلحة والمجتمع ككل.

- ❖ **الشعور بأن المنظمة تملك سمعة كلية جيدة** : يمكن للمنظمة أن تخلق شعوراً قوياً عن سمعتها الإيجابية الشاملة لدى الآخرين من خلال ممارساتها ، ومساهماتها الفاعلة في تحقيق الرفاهية الشاملة للمجتمع الذي تعمل فيه ، وخلقها الصورة الإيجابية في مجال قيادتها للإعمال التي تنفذها.

٢- إن النموذج المذكور يحقق العديد من المزايا بالمقارنة مع النماذج الأخرى (32 : Ponzi et al., 2011) :

- ❖ إمكانية استعماله جنباً إلى جنب مع المقاييس الأخرى .
- ❖ يمكن تقيسه واستعماله في ظل ثقافات متنوعة .
- ❖ إمكانية للحصول على بيانات إدرائية من عينة كبيرة من المشاركين.

جدول (2) ملخص مقاييس الدراسة

المقياس	عدد الفقرات	مصدر المقياس	الرمز	كرونباخ الفا
1. القيادة الأخلاقية	35		ETH	0.75
2. العدالة	6	سيد ، عبد الباسط ، وبشير، 2017	FAI	0.78
3. المشاركة بالسلطة	5		POW	0.81
4. وضوح الدور	5		ROL	0.83
5. الاهتمام بالعاملين	6		WOR	0.88
6. النزاهة	5		INT	0.86
7. التوجيه الأخلاقي	4		ETO	0.87
8. السمعة التنظيمية	4	Ponzi et al.,2011; Reputation Institute , 2012	REP	0.85

يشير إلى انسجام إجابات أفراد العينة ، وضمن مستوى إجابة معتدل تجاه بعد العدالة مما يؤكد على أن إدارة الجامعة تتخذ القرارات بأسلوب متميز يضر بالعاملين الى حد ما ، كما إن الإدارة عادةً ما تحمل العاملين مسؤولية أخطاء لم يفعلوها .

❖ **المشاركة بالسلطة** : بلغ المتوسط الحسابي لُبعد المشاركة بالسلطة (POW) مقدار (2.71) وبانحراف معياري عام

ثانياً : الوصف الإحصائي

يتضمن الجدول (3) الأوساط الحسابية ، والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة ، وكالاتي :

- 1. **القيادة الأخلاقية**
- ❖ **العدالة** : حصلت بُعد العدالة (FAI) على متوسط حسابي عام بلغ (2.81) وبانحراف معياري عام بلغ (0.98)، ما

هذا البعد ، مما يؤكد على أن إدارة الجامعة تراعي توافق القرارات مع المعايير الأخلاقية بدرجة متوسطة وإنها تحافظ على وعودها مع العاملين الى حد ما .

❖ **التوجيه الأخلاقي :** حصل متغير التوجيه الأخلاقي (ETO) على متوسط حسابي عام بلغ (2.95) وبانحراف معياري عام مقداره (1.11)، مما يدل على انسجام الإجابات الواردة بخصوص فقرات هذا البعد ، ويدل الوسط الحسابي العام على وجود تقبل إيجابي من قبل القيادات الجامعية عينة الدراسة تجاه توفر هذا البعد ، مما يؤكد على إن إدارة الجامعة تتأكد من التزام العاملين بمعايير السلوك الأخلاقي الى حد ما ، وتثني على العاملين الذين يتصرفون وفقاً للقواعد والمعايير الأخلاقية بدرجة متوسطة . في ضوء ما سبق فإن المتوسط الحسابي العام لمتغير القيادة الأخلاقية حسب أبعاده السنة بلغ (2.97) وبانحراف معياري عام بلغ (0.98) مما يدل على وجود الاتساق في الإجابات عينة الدراسة تجاه الأبعاد الأساسية لهذا المتغير وعموماً يعبر هذا المتوسط الحسابي عن جود تقبل إيجابي معتدل لدى القيادات الجامعية في الكليات عينة الدراسة تجاه توفير أبعاد القيادة الأخلاقية . إذ يلاحظ بان بعد وضوح الدور قد حصل على أعلى المتوسطات الحسابية في حين حصل بعد المشاركة بالسلطة على أقل المتوسطات الحسابية.

2. السمعة التنظيمية

حصل متغير السمعة التنظيمية (REP) على متوسط حسابي عام بلغ (3.78) وبانحراف معياري عام بلغ (0.85)، مما يشير إلى انسجام واتساق الإجابات الواردة بخصوص فقرات هذا المتغير. ويدل الوسط الحسابي العام لهذا المتغير على وجود تقبل إيجابي من قبل القيادات التعليمية عينة الدراسة تجاه توفر هذا المتغير لأن قيمة المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي (3).

بلغ (1.02)، ما يشير إلى انسجام واتساق إجابات أفراد العينة بخصوص فقرات هذا البعد. ويدل المتوسط الحسابي العام لبعد المشاركة بالسلطة على وجود تقبل إيجابي معتدل من قبل القيادات التعليمية تجاه توفر هذا البعد ، مما يؤكد إن إدارة الجامعة توفر البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الى حد ما ، وإنها تشارك العاملين في مواجهة تحديات القرارات بدرجة متوسطة .

❖ **وضوح الدور:** حصل بعد وضوح الدور (ROL) على متوسط حسابي عام بلغ (3.52) وبانحراف معياري عام بلغ (0.86) مما يدل على اتساق الإجابات الواردة بخصوص فقرات هذا البعد ، ويشير المتوسط الحسابي العام لهذا البعد على وجود تقبل إيجابي مرتفع من قبل القيادات عينة الدراسة تجاه توفر هذا البعد ، لان قيمة الوسط الحسابي اكبر نسبياً من الوسط الفرضي (3) .

❖ **الاهتمام بالعاملين :** حصل بعد الاهتمام بالعاملين (WOR) على متوسط حسابي عام بلغ (2.88) وبانحراف معياري عام بلغ (0.89) ، مما يشير الى انسجام الإجابات الواردة بخصوص فقرات هذا البعد ، ويدل الوسط الحسابي العام لهذا البعد على وجود تقبل إيجابي معتدل من قبل القيادات الجامعية عينة الدراسة تجاه توفر هذا البعد ، ويؤكد هذا إن إدارة الجامعة تطلب من العاملين التصرف بنزاهة بشكل كبير وتعطي اهتماماً ملحوظاً لسلوكيات العاملين وان تخصيصها وقتاً للحديث عن الجوانب المرتبطة بالعمل ضعيفاً .

❖ **النزاهة:** بلغ المتوسط الحسابي لبعد النزاهة (INT) مقدار (2.99) وبانحراف معياري عام بلغ (1.07) مما يوضح انسجام واتساق الإجابات الواردة بخصوص فقرات هذا البعد ، ويدل المتوسط الحسابي العام لبعد النزاهة على وجود تقبل معتدل من قبل القيادات التعليمية عينة الدراسة تجاه توفر

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير القيادة الاخلاقية والسمعة التنظيمية

Study variables	ETH	FAI	POW	ROL	WOR	INT	ETO	REP
Summary statistics								
Mean	2.97	2.81	2.71	3.52	2.88	2.99	2.95	3.78
Standard deviation	0.98	0.98	1.02	0.86	0.89	1.07	1.11	0.85

١. الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين القيادة الأخلاقية بدلالة أبعادها مجتمعة والسمعة التنظيمية.

ثالثاً. اختبار الفرضيات

3- وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد وضوح الدور ومتغير السمعة التنظيمية

يظهر جدول مصفوفة الارتباط (4) بان هنالك علاقات ارتباط قوية (لان قيمتها اكبر من 0.30) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بعد وضوح الدور والسمعة التنظيمية ، إذ بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بين هذه البُعد والمتغير المذكور (0.61). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (3) بشكل كامل .

4- وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد الاهتمام بالعاملين ومتغير السمعة التنظيمية

يعرض جدول مصفوفة الارتباط (4) بان هنالك علاقات ارتباط معتدلة وذات دلالة معنوية عند مستوى (5%) بين بعد الاهتمام بالعاملين والسمعة التنظيمية ، إذ بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بين هذه البُعد والمتغير المذكور (0.205). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (4) بشكل كامل .

5- وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد النزاهة ومتغير السمعة التنظيمية

يظهر جدول مصفوفة الارتباط (4) بان هنالك علاقات ارتباط قوية بين بعد النزاهة والسمعة التنظيمية (لان قيمتها اكبر من 0.30) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) ، إذ بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بين هذه البُعد والمتغير المذكور (0.57). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (5) بشكل كامل .

6- وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد التوجيه الأخلاقي ومتغير السمعة التنظيمية

يعرض جدول مصفوفة الارتباط (4) بان هنالك علاقات ارتباط قوية بين بعد التوجيه الأخلاقي والسمعة التنظيمية (لان قيمتها اكبر من 0.30) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) ، إذ بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بين هذه البُعد والمتغير المذكور (0.59). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (6) بشكل كامل .

مع ملاحظة وجود علاقة ارتباط قوية بين القيادة الأخلاقية بأبعادها مجتمعة والسمعة التنظيمية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.588) عند مستوى (1%) ، وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الرئيسية بشكل كامل .

جدول (4) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط بين أبعاد متغيرات الدراسة

Statistical parameters

Variables	Independent variable(REP)	
FAI	Pearson correlation	0.42
	Sig.(2-tailed)	0.02*

اعتمدت هذه الدراسة على معامل الارتباط البسيط (Pearson) لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى والمتمثلة بعلاقات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل (القيادة الأخلاقية) والمتغير المعتمد (السمعة التنظيمية). إذ يظهر الجدول (4) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين أبعاد هذه المتغيرات. وقيل الدخول في اختبار الفرضية فان الجدول (4) يشير أيضا إلى حجم العينة (38) ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (Sig.) في الجدول يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط من خلال مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير أن يظهر قيمها. فإذا ظهر وجود علامة (***) على معامل الارتباط فإن هذا يعني بأن قيمة (t) المحسوبة أكبر من الجدولية. ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen & Cohen, 1983) وكالاتي :

- * علاقة الارتباط منخفضة: إذا كانت قيمة معامل الارتباط اقل من 0.10
 - * علاقة الارتباط معتدلة : إذا كانت قيمة معامل الارتباط بين 0.10 - 0.30
 - * علاقة الارتباط قوية: إذا كانت قيمة معامل الارتباط أعلى من 0.30
- وتتفرع من هذه الفرضية ست فرضيات فرعية هي :

1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد العدالة ومتغير السمعة التنظيمية

يظهر جدول مصفوفة الارتباط (5) بأن هنالك علاقات ارتباط قوية (لأن قيمتها أكبر من 0.30) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بُعد العدالة والسمعة التنظيمية. إذ بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بين هذه البُعد والمتغير المذكور (0.42). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (1) بشكل كامل .

2- وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد المشاركة في السلطة ومتغير السمعة التنظيمية

يعرض جدول مصفوفة الارتباط (4) بان هنالك علاقات ارتباط معتدلة وذات دلالة معنوية عند مستوى (5%) بين بعد المشاركة في السلطة والسمعة التنظيمية ، إذ بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بين هذه البُعد والمتغير المذكور (0.208). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (2) بشكل كامل .

	N	38
	Pearson correlation	0.208
POW	Sig.(2-tailed)	0.039*
	N	38
	Pearson correlation	0.61
ROL	Sig.(2-tailed)	0.001**
	N	38
	Pearson correlation	0.205
WOR	Sig.(2-tailed)	0.037*
	N	38
	Pearson correlation	0.57
INT	Sig.(2-tailed)	0.04*
	N	38
	Pearson correlation	0.59
ETH	Sig.(2-tailed)	0.001**
	N	38
	Pearson correlation	0.588
ETL	Sig.(2-tailed)	0.001**
	N	38

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يظهر من خلال الجدول (5) فان هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية ($\beta = 0.485$, $P < 0.01$) بين بعد وضوح الدور ومتغير السمعة التنظيمية ، وبين الجدول (5) بان بعد الاهتمام بالعاملين سيكون له تأثير ايجابي على السمعة التنظيمية ، وتبين النتائج عدم وجود علاقة تأثير معنوية لا عند مستوى (1 %) ولا مستوى (5 %) بين بعد الاهتمام بالعاملين وبين متغير السمعة التنظيمية ($\beta = 0.140$, $P > 0.5$) ، وتظهر النتائج ان بعد الاهتمام بالعاملين كأحد أبعاد القيادة الأخلاقية يساهم في تفسير (29%) من التغير الحاصل في السمعة التنظيمية وان (71%) يعود لتدخل عوامل أخرى غير داخلية في النموذج الإحصائي وجاءت هذه النتيجة مغايرة لتوقعات الدراسة ، وكما يوضح الجدول (5) وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية ($\beta = 0.573$, $P < 0$) بين بعد النزاهة والسمعة التنظيمية . وأخيراً يظهر الجدول (6) بان هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية ($\beta = 0.524$, $P < 0.01$) بين بعد التوجيه الأخلاقي ومتغير السمعة التنظيمية .

٢. الفرضية الرئيسية الثانية : يوجد تأثير موجب ذو دلالة إحصائية للقيادة الأخلاقية كمتغير كلي مستقل في السمعة التنظيمية بوصفه متغيراً كلياً تابعاً

تركز هذه الفرضية على علاقة الأثر بين أبعاد القيادة الأخلاقية (العدالة ، المشاركة في السلطة ، وضوح الدور ، الاهتمام بالعاملين ، النزاهة ، التوجيه الأخلاقي) ومتغير السمعة التنظيمية . وكما يظهر من خلال الجدول (5) فان هنالك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية ($\beta = 0.382$, $P < 0.01$) بين بُعد العدالة والسمعة التنظيمية ، وتتنبأ هذه الفرضية بأن بُعد المشاركة في السلطة سيكون له تأثير ايجابي في السمعة التنظيمية. كما تبين النتائج عدم وجود علاقة تأثير معنوية لا عند مستوى (1 %) ولا مستوى (5 %) بين بعد المشاركة في السلطة ومتغير السمعة التنظيمية ($\beta = 0.143$, $P > 0.5$) . وتظهر النتائج ان بعد المشاركة في السلطة كأحد أبعاد القيادة الأخلاقية يساهم في تفسير (28%) فقط من التغير الحاصل في السمعة التنظيمية، وان (72%) يعود لتدخل عوامل أخرى غير داخلية في النموذج الإحصائي وجاءت هذه النتيجة مغايرة لتوقعات الدراسة ، وكما

جدول (5) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية

Independent variable (ETO)	F	R 2	Sig.	T	B	Independent (REP)
FAI	11.42**	0.39	.000	3.96	.382**	
POW	4.03*	0.82	.534	.635	.143	
ROL	24.572**	0.72	.002	3.432	.485**	
WOR	4.04*	0.29	.532	.632	.140	
INT	20.810**	0.64	.001	3.825	.573**	
ETH	20.941**	0.66	.001	3.48	.524**	

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

❖ إدراك تلك الكليات بأن السمعة الجيدة يمكن تحقيقها من خلال بذل المزيد من الجهود الإدارية والفنية والبحوث العلمية المنفذة لصالح المؤسسات المختلفة ، بما يمكنها من خلق المشاعر الإيجابية لأصحاب المصلحة تجاه تلك الكليات .
❖ هناك اعتقاد لدى تلك الكليات بأنها تستطيع كسب ثقة الآخرين من خلال تقديمها خدمات تعليمية متميزة في مجال التدريس وإعداد البحوث العلمية وخدمة المجتمع .
❖ إدراك الكليات عينة الدراسة بأنها يمكن أن تخلق سمعة جيدة وشاملة لدى المجتمع من خلال مساهماتها الفاعلة في تحقيق الرفاهية الشاملة للمجتمع الذي تعمل فيه ودورها المتميز في إحداث التغيير والتنمية .
٥. أظهرت نتائج الدراسة إن هناك علاقة ارتباط بين أبعاد القيادة الأخلاقية مجتمعة والسمعة التنظيمية كمتغير كلي تابع ، مما يدل على إن ممارسة القيادة الأخلاقية في الكليات عينة الدراسة يلعب دوراً هاماً في بناء السمعة التنظيمية التي تعد بدورها مصدراً جوهرياً لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة .
٦. توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لأبعاد القيادة الأخلاقية (العدالة ، المشاركة في السلطة ، وضوح الدور ، الاهتمام بالعاملين ، النزاهة ، التوجيه الأخلاقي) في السمعة التنظيمية المدركة بأبعادها (الشعور حول المنظمة ، الإعجاب والاحترام ، الثقة ، السمعة الكلية) ، ويؤشر هذا الاستنتاج أن قدرة المنظمات على البقاء والاستمرار والتميز يعتمد بدرجة كبيرة على مقدار التزام تلك المنظمات بالقيم والمعايير الأخلاقية التي تسهم في تحسين سمعتها في عيون ممن تتعامل معهم من أصحاب المصلحة داخليين كانوا أم خارجيين .

الاستنتاجات و التوصيات

الاستنتاجات

خلصت الدراسة إلى العديد من الاستنتاجات التي أظهرت القيادة الأخلاقية في بناء سمعة المنظمات ، وفي ما يلي عرضاً لأهم تلك الاستنتاجات :

١. أظهرت نتائج الدراسة قدراً كبيراً من الاهتمام من قبل الكليات عينة الدراسة بالبعد الخاص بوضوح الدور ، ويظهر ذلك جلياً في التزام تلك الكليات بتحديد الأولويات التي يجب ان يلتزم بها العاملين ، وتوضيحها لمسؤوليات كل فرد تجاه العمل ، فضلاً عن تحديد قنوات الاتصال الكافية لانجاز العمل .

٢. أوضحت نتائج الدراسة اهتماماً معتدلاً بالعاملين من قبل الكليات عينة الدراسة ، مما يدل على إن الجامعة تولي اهتماماً ملحوظاً لسلوكيات العاملين وتطلب منهم التصرف بنزاهة بشكل كبير ، لكنها تخصص وقتاً للحديث عن الجوانب المرتبطة بالعمل بشكل قليل .

٣. أشارت النتائج الى وجود تقبل ايجابي معتدل من قبل القيادات في الكليات عينة الدراسة تجاه بُعدي النزاهة والمشاركة في السلطة ، مما يؤكد إن الجامعة تراعي توافق القرارات مع المعايير الأخلاقية وإنها تحافظ على وعودها مع العاملين الى حد ما ، فضلاً على إن إدارة الجامعة تنثني على العاملين الذين يتصرفون وفقاً للقواعد والمعايير الأخلاقية .

٤. هناك اهتمام ملحوظ من قبل الكليات عينة الدراسة في السعي لتحسين سمعتها التنظيمية لدى أصحاب المصلحة الخارجيين كالمجتمع المحلي ، سوق العمل ، أولياء أمور الطلبة وغيرهم ، وهذا يتجسد من خلال :

التوصيات

التربية والتعليم العالي بقطاع غزة) . رسالة ماجستير مقدمة لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية في الجامعة الإسلامية في غزة .

سيد ، عادل وعبد الباسط ، عبد الحق ، سيد وبشير ، محمد سيد . (2017). سلوكيات القيادة الأخلاقية لدى العاملين . مجلة أسبوط لفنون التربية الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسبوط و العدد 45 ، ج 2 ، ص 613 - 645 .

رشيد ، صالح عبد الرضا ، والزيادي ، صباح حسين . (2014) . دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة ، دراسة تحليلية لأراء عينة من كليات جامعة القادسية . مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، 16 (1) ، 6 - 32 .

Abdel-fattah. Iman Selah Hassan . (2014), Modeling the relationship between organizational reputation and competitiveness in the presence of the mental image as modify variable , journal of financial and commercial research faculty of commerce port said university .no.2.

Brown. M . E, Trevino, I k, and Harrison, D. (2005). Ethical leadership asocial Learning perspective for construct development and testing organizational behavior and human decision process. vol. 97 No. 2, pp: 117-134.

Boufatah. Dr. Keltouma. (2016). The Impact of business ethics on the management of human resources in the business organization .(coEs & RJ-JBM) .Vol. 4. pp.182-203 .

Carr, Heather.(2017).ethical leadership . Submitted in partial fulfilling of the requirement for the degree of master in education leadership Vancouver istand university .

Engelbrecht. A.S.(2017). Integrity, ethical leadership. trust and work e gagement leadership and Organizational development journal, 38 (3) : 368 -379.

Ferrell, O .C., Hirt, Geoffrey & Feerrell, Linda.(2006). Business A changing World . McGraw-hell Irwin companies, Inc., Avenue of the America , New York. Albahussain.

Gurieva, S., Suystun , M.(2018). Implicit representations about the reputation capital in the company , Advances in Economics , business and management Research , international

1 . تعزيز قيم ومبادئ العدالة والنزاهة والشفافية في العمل والقيم الأخلاقية من قبل قيادات الجامعة وإدارتها دون النظر للمصالح الفئوية الضيقة لكي تكون تلك القيادات قدوة يحتذى بها من قبل الجامعات الأخرى .

2 . ضرورة اهتمام الكليات عينة الدراسة باختيار قياداتها العلمية والإدارية على أساس متوازن من الكفاءة والقيم التنظيمية الأخلاقية العالية لتكون تلك القيادات مصدراً لتعزيز سمعة ومكانة المؤسسات التعليمية التي يعملون فيها .

3 . العمل على تنمية السلوك الأخلاقي لدى العاملين في الكليات عينة الدراسة ، من خلال الاهتمام المستمر بسلوكياتهم اليومية وتشجيعهم على إبداء ملاحظاتهم واقتراحاتهم ومساهماتهم بشأن تطوير البرامج الأخلاقية ، ونشر الثقافة التنظيمية الأخلاقية عبر كافة المستويات الأكاديمية والإدارية المختلفة بالجامعة .

4 . السعي الدائم على إدخال وتصميم استراتيجيات الجامعة عينة الدراسة والجامعات الأخرى متضمنة القيم والمبادئ الأخلاقية العالية ووضعها موضع التنفيذ وإدخال قيم متجددة تتسجم مع طبيعة بيئة عمل الجامعة والمجتمع المحيط بها .

5 . الحاجة الى بذل المزيد من الجهود في تحسين مؤشرات سمعة المنظمة من خلال تفعيل البحث العلمي في موضوع سمعة المنظمات والتي عدت من الموضوعات المعاصرة .

6 . ضرورة اعتماد أبعاد القيادة الأخلاقية وأبعاد السمعة التنظيمية كموجود من الموجودات الاستراتيجية الغير الملموسة في الجامعة ، وان تكون جزء رئيسي من قيم وغايات واستراتيجية الجامعة .

7 . بالنظر للأهمية البالغة لقطاع الجامعات وحاجتها الدائمة الى الاستقرار الإداري والمالي لضمان حصولها على سمعة ومكانة تنظيمية وأكاديمية سليمة ، مما يتطلب من المجتمع المحلي والدولي رفد تلك الجامعات بالموارد المالية المتنوعة لمواجهة الأزمات المالية التي تمر بها والأزمات الصحية وخاصة جائحة كورونا التي عصفت مؤخراً بمعظم المؤسسات المختلفة .

المصادر

العتيبي ، احمد بركي ، (2013) . درجة التزام مديري المدارس الثانوية للقيادة الأخلاقية وعلاقتها بقيمهم التنظيمية من وجه نظر المعلمين في دولة الكويت . رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان الأردن .

مطر ، محمد عبد الهادي إبراهيم ، (2018) . دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز سمعة المنظمات التعليمية (دراسة تطبيقية على وزارة

Policy , concepts and business Policy , concepts and cases, 10th edition Person Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey .

scientific conference far East con , Volume. 47 . pp 1175-1179 .

Hindriks M. (2016). Organizational reputation organizational attractiveness and employer branding clarifying the concepts. Master thesis faculty of behavior management and social sciences master business Administration the university of Twenty .

Kalshoven, Karianne. Den Hartoge. Deanne N De Hoogh, Anneble H. B.(2011) . Ethical leadership work questionnaire. (ELW) : Development and validation of multidimensional measure the leadership Quarterly, (22) .pp.51-69.

Keshta, Matter , Maria & Baena , Veroica.(2012). Corporate reputation land its social responsibility : A comprehensive vision . Cuadernos de studios Empresariales , Vol, 22 , 139 -149 .

Matter , Maria & Baena , Veroica.(2012). Corporate reputation land its social responsibility : A comprehensive vision . Cuadernos de studios Empresariales , Vol, 22 , 139 -149.

Mejia , Luis R. Grom ez, & Balkin , David B.(2005). Management . McGraw-Hill.Inc. 1221 Avenue of the America , New York.

Nyukorong ,R.(2014).Fostering ethical leadership in organizations, European journal of business and management, Vol . 6 , No .33 , pp.56 -63 .

Ponzi, reputation institute Uk.(2012). Corporate reputation : The Main Driver of Business Value .

Sala, marta carrio, i.(2011). creating anew multi stakeholder for measuring corporate reputation corporate excellence center for reputation leadership .pp, 1-6.

Smaiziene . Ingrida & Jucevicius .(2010). Facing Multidimensional nature of corporate reputation : challenges for managing reputation , social science / Socialiniai Moksiai , Nr. 3 , (69) , PP. 1 – 9.

Wheelen, Thomas L. Hunger, David J. (2006).Strategic management and business