

دور القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة

(بحث إستطلاعي لأراء موظفي جامعة وارث الانبياء عليه السلام / العتبة الحسينية المقدسة)

Role Of values-based Leadership in enhancing of mental position of the organization

(Exploratory research For the opinions of employees Of Universty Of Warith AL-

Anbiyaa That Belongs To The Holy Husseinian Threshold)

أ. فؤاد حمودي العطار

الباحث/ رائد حميد ناصرالراشدي

كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء

كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء

Raydeee77@gmail.com

المخلص

البحث الحالي يجري تقديمه بالأطر الفكرية له والهدف منها معرفة دور القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة , وقد أعتمد كل متغير على مجموعة من الأبعاد , إذ تضمن المتغير المستقل (القيادة بالقيم) الذي أعتمد أنموذج (Bulti , 2016) على أبعاد (النزاهة , الرحمة والشعور بالأمتان , التواضع و نكران الذات , المساءلة والأنضباط الذاتي , التصور والشجاعة الاخلاقية) , أما المتغير التابع (المكانة الذهنية للمنظمة) أعتمد على إنموذج (العامري , 2015) فتضمن خمسة أبعاد (الإدراك , الدوافع , التأثير , السلوك , الرغبة) ويجري تحديد علاقة الأرتباط والتأثير بين أبعاد المتغيرين , و وضع فرضيتين رئيسيتين ونصت (الفرضية الاولى) على أنه (لا توجد علاقة أرتباط ذات دلالة إحصائية بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة) وتفرع منها خمس فرضيات فرعية , أما (الفرضية الثانية) فنصت على أنه (لا تؤثر القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة) وأيضا تفرع منها خمس فرضيات فرعية , و طبق البحث على الموظفين في (جامعة وارث الانبياء عليه السلام) التابعة الى العتبة الحسينية المقدسة , وقد إعتمد الباحث على إستمارة الأستبانة , أداة للبحث للحصول على نتائج حقيقية , وأعتمد البحث الحالي أسلوب العينة القصدية لأراء الموظفين مجتمع البحث , وتوصل البحث الى مجموعة من الأستنتاجات أبرزها , تسعى الجامعة لتوظيف قادة لديهم خيال وتصور واسع وشجاعة أخلاقية, وقد إختتم البحث الحالي بمجموعة من التوصيات أبرزها , زيادة أهتمام قادة الجامعة المبحوثة بنظام المكافأة عن طريق تفعيله مادياً ومعنوياً .

abstrac

The current research is presented through its intellectual frameworks and its aim is to know the role of leadership with values in enhancing the mental position of the organization, and each variable has relied on a set of dimensions, as it included the independent variable (leadership by values), which adopted the model (2016, Bulti) on the dimensions of (integrity , Mercy and gratitude, humility and selflessness, accountability and self-discipline, moral vision and courage), while the dependent variable (the mental position of the organization) relied on a model (Al-Amiri, 2015) that includes five dimensions (perceptions, motivations, influence, behavior, desire), and the correlation and effect relationship between the dimensions of the two variables has been identified, and two main hypotheses have been developed The first hypothesis) stated that (There is no statistically significant correlation

Between leadership by values and mental organization of the organization) and five sub-assumptions branched from them. Either (the second hypothesis) stipulated that (leadership by values does not enhance the mental position of the organization) and also five sub-hypotheses that are divided into it. The research was applied to the employees at University Of Warith AL- Anbiyaa That Belongs To The Holy Husseinian Threshold), and the researcher relied on the questionnaire form, as a research tool to obtain real results, and the current research adopted the intent sample method for the opinions of the employees of the research community, and the research reached a set of conclusions, the most prominent of which, seeks The university seeks to recruit leaders who have imagination, broad perception, and moral courage. The current research concluded with a set of recommendations, the most prominent of which is to increase the interest of university leaders researched by the reward system through its financial and moral activation.

المقدمة

يتناول البحث الحالي دور القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة , إذ يُعد هذان المتغيران أساسين بالنسبة للمنظمات التي تبحث عن الريادة وضمان بقاءها لأطول فترة ممكنة , عندما تمتلك المنظمة قائد يعمل بمبدأ القيم فستظهر إبداعات من قبل المرؤوسين , وهنا تبنى مكانة للمنظمة في ذهن الزبائن . تُعد القيادة القائمة على القيم من المواضيع الأساسية والحديثة في عصرنا الحالي , إذ أدرك البحث الحالي أهميتها وعدها العنصر الرئيس في عملية التغيير والتطوير في المنظمة ومن أهم عوامل نجاحها , ولا يحدث التطوير الناجح في المنظمات , إلا إذا توفرت قيادة تنظم حياتها وعلاقاتها في العمل وتضع كل إمكانياتها لكي تحقق مصالحها , فضلا عن ذلك , فقد عدها الباحثون العامل الأساس في تطوير الميزة التنافسية , تحديد الاستراتيجيات , تشجيع الألتزام , وتحسين أداء العاملين , إذ إن المنظمات التي يمتلك قادتها القيم تعد الأكثر نجاحاً من أقرانها , ويجب على القائد أن يركز اهتمامه بالتعامل مع المرؤوسين بتقدير واحترام ومصداقية , مما في ذلك من أثر جيد وإيجابي في أداء عملهم ويزيد من ولائهم للمنظمة , أما المكانة الذهنية للمنظمة فتعد الأنطباع الذي يشغلها المنتج في أذهان الزبائن قياساً بباقي المنتجات الأخرى , وتوسعى المنظمات للحفاظ على زبائنها دائما بالتطوير المستمر لمنتجاتها وتقديم ما يتناسب مع الأذواق , إذ أشار إليها العديد من الباحثين بأنها تشكل ميزة تنافسية أساسية تساعد في تسويق منتجات المنظمة وتعكس فكرة يحتفظ بها الزبائن في أذهانهم , وجاء البحث الحالي لمناقشة العلاقة بين المتغيرين , المستقل (القيادة بالقيم) والتابع (المكانة الذهنية للمنظمة) , وجرى هيكلة البحث الحالي الى أربعة مباحث , إذ شمل المبحث الأول منهجية البحث , في حين تضمن المبحث الثاني المرتكزات الفكرية والمفاهيمية لمتغيرات البحث , المتغير المستقل (القيادة بالقيم) والمتغير التابع (المكانة الذهنية للمنظمة) , وأهتم المبحث الثالث بعرض وتحليل وتفسير النتائج لمتغيرات البحث , أما المبحث الرابع فجرى تركيزه على الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول

منهجية البحث

توطئة : يوضح هذا المبحث الفقرات والخطوات الرئيسية لمنهجية البحث وذلك وفقا لما يأتي:

أولاً:- مشكلة البحث : يمكن إيجاز مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

- (1) هل تمتلك الجامعة المبحوثة صورة واضحة عن مفهوم وأبعاد القيادة بالقيم؟
- (2) هل للقيادة بالقيم دور في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ؟
- (3) هل هناك توجه لدى الجامعة المبحوثة في تبني أبعاد القيادة بالقيم ؟
- (4) هل توجد علاقة بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ؟

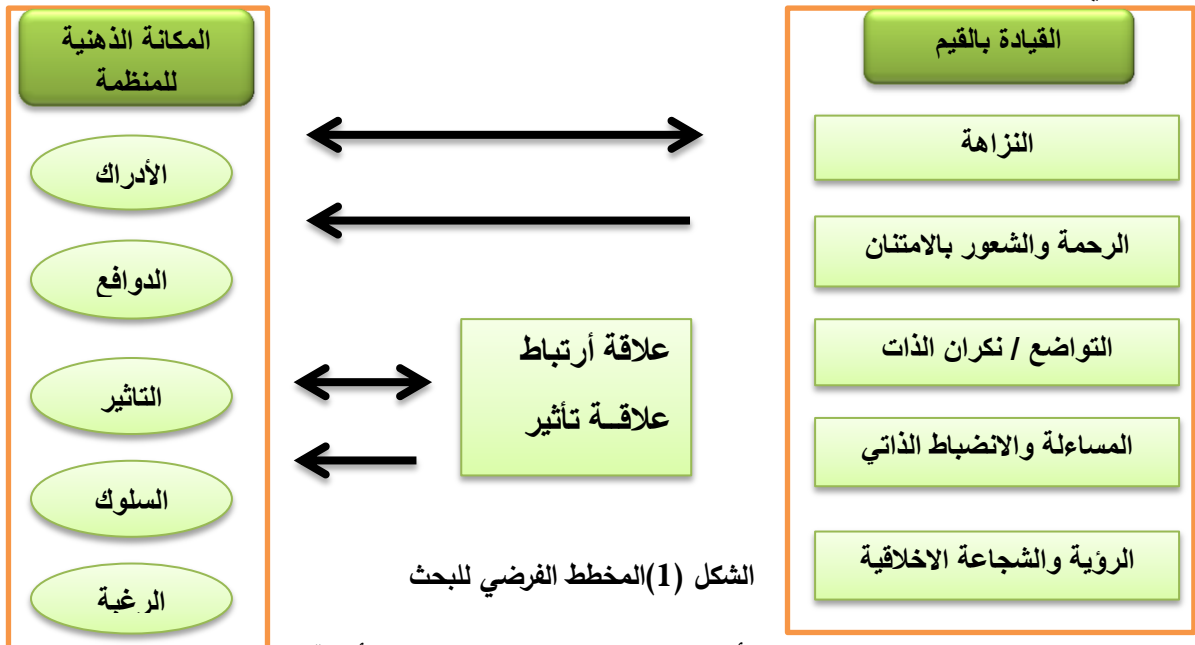
ثانياً:- أهمية البحث : يمكن تحديد وإيجاز أهمية البحث الحالي بالنقاط الآتية:-

- (1) البحث وتعرّف مفهوم وأهمية القيادة بالقيم وتأثيرها في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة .
- (2) تبني الجامعة المبحوثة لمفهوم القيادة بالقيم يساهم في تحسين مكانتها بين الجامعات الأخرى .
- (3) معرفة أبعاد القيادة بالقيم التي تتبناها الجامعة المبحوثة وتحديد الضروري منها .
- (4) عرض الاستنتاجات الأساسية التي توصل إليها البحث الحالي وتحديد أبرز التوصيات التي تتوافق معها .

ثالثاً:- أهداف البحث : يسعى البحث الحالي الى تحقيق العديد من الأهداف أبرزها ما يأتي :

- (1) تحديد العلاقة بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للجامعة المبحوثة بأبعادها.
- (2) توضيح دور القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.
- (3) تشخيص مدى قدرة الجامعة المبحوثة على تبني أبعاد القيادة بالقيم

رابعاً:- المخطط الفرضي للبحث : عندما يجري تحديد مشكلة وأهداف البحث , يجب علينا السعي لأيجاد الحلول المنهجية المناسبة لها بتصميم مخطط فرضي تتحدد فيه علاقات ارتباط وتأثير بين متغيري البحث , وقد تضمن المخطط الافتراضي متغيرين أساسيين هما , المتغير المستقل (القيادة بالقيم) , والمتغير التابع (المكانة الذهنية للمنظمة)



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر من أعداد الباحثين بالاعتماد على الادبيات الإدارية

خامسا:- فرضيات البحث : يستند البحث الحالي على فرضيتين رئيسيتين جرى صياغتها على النحو الآتي :-
أ- الفرضية الرئيسة الأولى: (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها).

ب - الفرضية الرئيسة الثانية : (لا تؤثر القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها)

سادسا:- مجتمع البحث : أختار البحث الحالي جامعة (وارث الأنبياء عليه السلام) التابعة الى الأمانة العامة للعتبة الحسينية المقدسة الواقعة في محافظة كربلاء المقدسة مجتمعا للبحث , وجرى استطلاع آراء عينه قصدية من الموظفين العاملين في الجامعة المبحوثة والبالغ عددهم (87) موظف , إذ جرى توزيع (87) إستمارة إستبانة , وأعيد (87) إستمارة , بلغ الصالح منها(83) , ونسبتها (95 %)

سابعا . وصف مجتمع البحث: شُملت عينة قصدية من الموظفين في إدارة الجامعة المبحوثة في هذا البحث ويبين الجدول (1) وصف لهذا المجتمع وفقا لما يأتي:

الجدول (1) وصف عينة البحث

النسبة المئوية	التكرار	الفئة	الصفة
81 %	67	ذكور	النوع الاجتماعي
19 %	16	إناث	
100 %	83	المجموع	
63 %	52	20 - 30	العمر
37 %	31	31 - 40	
100 %	83	المجموع	
14 %	12	دبلوم	التحصيل العلمي
69 %	57	بكالوريوس	
17 %	14	ماجستير	
100 %	83	المجموع	
63 %	52	1- 5	سنوات الخدمة
37 %	31	6- 10	
100 %	83	المجموع	

المصدر:- من اعداد الباحثان بالاعتماد على استمارة الاستبانة

أ - النوع الاجتماعي :- أوضحت النتائج الواردة في الجدول (1) ان غالبية الموظفين هم من الذكور , اذ بلغت نسبتهم (81 %) فيما بلغت نسبة الأناث (19 %) , وهذا يعني إن الجامعة المبحوثة يطغى عليها الطابع الذكوري بشكل كبير جدا في إدارتها .

ب- العمر :- أوضحت النتائج الواردة في الجدول (1) أن غالبية أفراد المجتمع تتراوح أعمارهم بين (20- 30 سنة) إذ بلغت نسبتهم (63 %) , فيما جاءت الفئة العمرية بين (31- 40) ثانياً وبلغت نسبتها (37 %) , إذ يعد اعتماد الجامعة المبحوثة على الشباب أولاً في اداء اعمالها ,

ت - التحصيل العلمي :- النتائج الواردة في الجدول (1) تبين ان غالبية الموظفين هم حملة شهادة البكالوريوس , اذ بلغت نسبتهم (69 %) , وأحتل حملة شهادة الماجستير المرتبة الثانية بنسبة (17 %) في حين جاء حملة شهادة الدبلوم بالمرتبة الاخيرة بنسبة (14 %) , وهذا يعني أن أفراد مجتمع البحث لديهم المؤهلات العلمية التي تمكنهم من فهم فقرات إستمارة الاستبانة والاجابة عليها بدقة ,

ث- سنوات الخدمة :- النتائج الواردة في الجدول (1) تبين ان نسبة (63 %) من الموظفين افراد مجتمع البحث هم ممن تتراوح خدمتهم الوظيفية في الجامعة المبحوثة ما بين (1 - 5 سنة) , ثم تلتها نسبة الذين تتراوح خدمتهم بين (6- 10 سنة) اذ بلغت (37 %) , مما يعني أن بعض الموظفين في الجامعة المبحوثة لديهم خبرة قليلة في مجال العمل الإداري , ولكون الجامعة المبحوثة تعد حديثة التأسيس .

ثامناً:- أساليب جمع البيانات والمعلومات : أعتمد الباحثان في عملية جمع البيانات والمعلومات نظرياً وميدانياً على الأدوات بما يأتي :-

(1) الجانب النظري: جرى الاعتماد في هذا البحث على مجموعة من الكتب والمؤلفات العربية والاجنبية , والدوريات والمجلات والبحوث العلمية والرسائل والأطاريح الجامعية ذات العلاقة بموضوع البحث الحالي , فضلاً عن استخدام الشبكة العالمية لأنترنت .

(2) الجانب الميداني : في البحث الحالي إعتد الباحثان على عدد من الأدوات والوسائل الضرورية لتغطية الجانب الميداني أبرزها ما يأتي :

(أ) إستمارة الإستبانة : تكونت من محورين أساسين, إذ تضمنت في محورها الأول المعلومات العامة والتي تخص مجتمع البحث (النوع الاجتماعي , العمر , التحصيل العلمي , سنوات الخدمة ,) أما فيما يخص محورها الثاني فيتكون من جزئين هما متغيران : القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة , وكل منهما يتكون من عدد من الأبعاد الفرعية ,

(ب) صدق وثبات اداة قياس البحث : تهدف هذه الإختبارات لفحص أداة جمع البيانات واختبارها والهدف منها هو التأكد من مدى دقتها في توفير المعلومات اللازمة لاختبار فرضيات البحث, وكما يأتي:

• الصدق الظاهري لأداة قياس البحث : الصدق (Validity) هو ان مقياس البحث يقيس فعلاً ما تم وضعه لقياسه, بمعنى اخر هل ان المقياس يقيس الظاهرة تحت الدراسة وليس شيء اخر (Sekrana,2003:206) , وصدق المحتوى (Content Validity) وهو مقياس حكمي (Judgmental) يعتمد على التحديد الدقيق للباحث لمتغيرات

موضوع البحث وهذا بالتأكيد يعتمد على حجم المعلومات التي درسها بخصوص الموضوع (Cooper & Schindler,2014:257). ولقياس الصدق رياضياً فإنه يساوي الجذر التربيعي لمعامل الثبات (عبد الفتاح، 2008: 565). ويوضح الجدول (2) قيم معامل الثبات والصدق لمتغيرات البحث

• **ثبات قياس أداة البحث:** يسعى الباحث باختبار ثبات المقياس الى التأكد من استقراره وعدم تناقضه مع نفسه، أي إن المقياس سيعطي النتائج نفسها إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، بمعنى ان الثبات يعني استقراراً (Stability) واتساقاً (Consistency) المقياس (Sekrana,2003:203). ومن أفضل المقاييس المستخدمة في قياس ثبات الإستبانة وأكثرها شهرة هو مقياس (Cronbach's Alpha)، فإذا بلغت قيمة الأختبار المذكور اقل من (0.60) فإن ذلك يعد مؤشراً على ضعف ثبات المقياس المستخدم ، في حين يعد ثبات المقياس مقبولاً في حال تعديده نسبة (0.70) ، فيما تعد نسبة ثباته جيدة اذا بلغت (0.80) فاكثراً (Sekrana,2003:311).

الجدول (2) قيم معامل الثبات والصدق لمتغيرات البحث

مقياس متغيرات البحث	قيم معامل Cronbach's Alpha	قيم معامل الصدق Validity
مقياس القيادة بالقيم	0.77	0.88
مقياس المكانة الذهنية للمنظمة	0.75	0.87

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتضح من الجدول (2) ان قيم معاملات كافة (Cronbach's Alpha) ضمن الحدود المقبولة إحصائياً مما يعني إن المقياس المستخدم لقياس فقرات البحث تتمتع بثبات وصدق عاليين مما يمكن الباحث من التعويل على النتائج التي يجري الحصول عليها لاتخاذ قرار سليم.

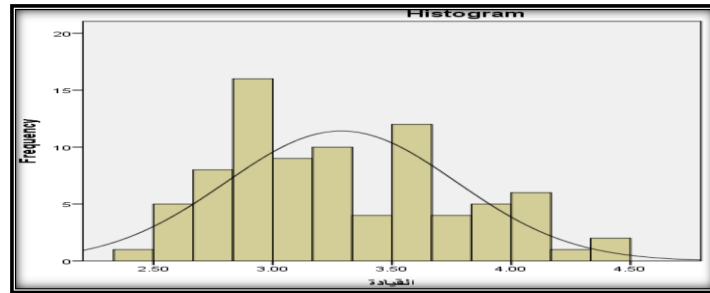
تاسعا:- منهج البحث والأساليب الإحصائية المستخدمة

1- **منهج البحث :** - أستخدم البحث الحالي المنهج الوصفي الأستطلاعي والذي يتوافق مع استطلاع الآراء ، اعتماداً على العينة القصدية لمجموعة موظفين من مجتمع البحث.

2- **الاساليب الإحصائية المستخدمة :** - إتمد البحث الحالي على مجموعة من الوسائل والأساليب الإحصائية لتحليل البيانات واختبار الفرضيات ، و قد جرى بالاستعانة بالبرامج الإحصائية (Microsoft Excel) و (SPSS) وأبرزها: (الفيا كرونباخ ، معامل الصدق ، النسبة المئوية ، المتوسط الحسابي الموزون ، مستوى الإجابة ، شدة الإجابة ، الانحراف المعياري ، معامل الارتباط البسيط ، معامل التحديد R^2 ، اختبار T واختبار F .

عاشرا : - **أختبار التوزيع الطبيعي للبيانات :** يعتمد إختبار فرضيات البحث الحالي على الإحصاء المعلمي (Parametric statistics) الذي يقوم على أفترض أساسى مفاده أن البيانات الخاضعة للتحليل يجب أن تتوزع طبيعياً (Normally distribution) ، وإذا جرى إعتقاد الأساليب المعلمية لبيانات لا تخضع للتوزيع الطبيعي عندها لا يمكن الوثوق بالنتائج المتحصلة عن تلك الإختبارات (Field,2009:132) ، و أشار الكثير من الأحصائيين (Babin & Griffin, 2009:425) (Field , 2009: 42) على أنه في حالة إستخدام الباحث لعينة كبيرة (30 مفردة فأكثر) فإنه وأعتقاداً على نظرية النهاية المركزية (central limit theorem) فإن العينة ستتبع التوزيع الطبيعي ، بل يذهب (Hopkins) وهو من الأحصائيين المعروفين الى أبعد من ذلك عندما يصرح انه ليس من الضروري القلق بخصوص التوزيع الطبيعي الا إذا ظهر المدرج الأحصائي (Histogram) الخاص بالعينة مشوه بشكل كبير ، وان حجم العينة (10) مفردات فاقل (Hopkins,2014:68). ولكون حجم عينة البحث بلغ (83) مستجيباً لذا فأن معنوية إختبار

(Kolmogorov-Smirnov) ستكون أقل من (5%) وهذا شيء شائع في العينات الكبيرة (Pallant , 2016: 68) ، لذلك يوصي (Tabachnick & Fidell , 2013: 81) بضرورة الإطلاع على شكل المدرج الإحصائي (Histogram) لتحديد فيما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ام لا . علما وحسب رأي (Field, 2009) أنه في الحياة العملية من الصعب أن نجد البيانات تتوزع توزيعا طبيعيا تماما، عليه يكتفى في كثير من الأحيان بكون التوزيع يقترب من التوزيع الطبيعي ، وللتأكد من خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي ، جرى إعتداد ثلاثة أساليب ، المدرج الإحصائي ، قيمة معنوية أختبار (Kolmogorov-Smirnov) التي يجب أن تكون أكبر من (5%)، و قيم إختباري (Skewness) و (Kurtosis) الذين يجب أن لا تزيد قيمة (Z) لهما عن $(1.96 \pm)$ ، ويبين الشكل (2) المدرج الأحصائي الخاص بالتوزيع الطبيعي لبيانات المتغير المستقل (القيادة بالقيم) إذ يظهر من الشكل ان توزيع البيانات يقترب من التوزيع الطبيعي الشكل (2) التوزيع الطبيعي لبيانات القيادة بالقيم



فيما بلغت قيمة إحصاءة (Kolmogorov-Smirnov) المحسوبة (0.093) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.071) ، وهي أكبر من (0.05). أما قيم إختباري (Skewness) و (Kurtosis) فقد كانت كما مبين في الجدول (3) :

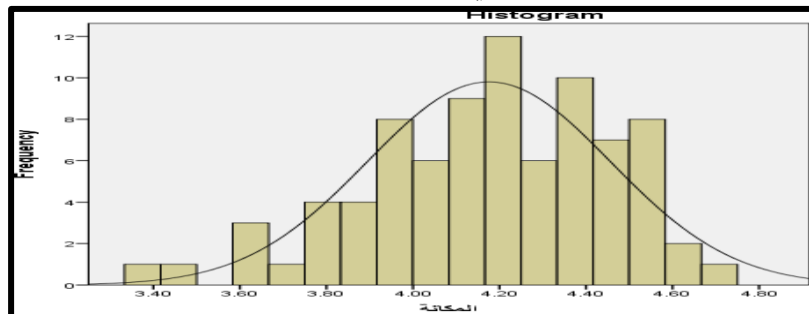
الجدول (3) قيم إختباري (Skewness) و (Kurtosis) للقيادة بالقيم

ت	نوع الإختبار	قيمة الإختبار	الخطأ المعياري	قيمة Z
1	Skewness	0.417	0.264	1.57
2	Kurtosis	0.739-	0.523	0.707-

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتضح من الجدول (3) ان قيم (Skewness) و (Kurtosis) اقل من $(1.96 \pm)$ مما يعني خضوع بيانات المتغير المستقل للتوزيع الطبيعي ، أما الشكل (7) فيبني المدرج الأحصائي الخاص بالتوزيع الطبيعي لبيانات المتغير المعتمد (المكانة الذهنية للمنظمة) إذ يظهر من الشكل (3) أن توزيع البيانات يقترب من التوزيع الطبيعي أيضا.

الشكل (3) التوزيع الطبيعي لبيانات المكانة الذهنية للمنظمة



فيما بلغت قيمة إحصاءة (Kolmogorov-Smirnov) المحسوبة (0.072) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.20)، وهي أكبر من (0.05). أما قيم إختباري (Skewness) و (Kurtosis) فقد كانت كما مبين في الجدول (4) :

الجدول (4)

قيم إختباري (Skewness) و (Kurtosis) للمكانة الذهنية للمنظمة

ت	نوع الإختبار	قيمة الإختبار	الخطأ المعياري	قيمة Z
1	Skewness	-0.490	0.264	1.85
2	Kurtosis	0.03	0.523	0.06

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية
يتبين من الجدول (4) أن قيم (Skewness) و (Kurtosis) أقل من ($1.96 \pm$) مما يعني خضوع بيانات المتغير التابع للتوزيع الطبيعي.

المبحث الثاني

المرتكزات الفكرية والمفاهيمية لتغيرات البحث

أولاً. القيادة بالقيم :

1- مفهوم القيادة بالقيم : تركز فلسفة القيادة بالقيم على من نحن وكيف نتصرف بدلاً من القوة الموضوعية التي نحفظ بها , إذ أن القيادة لا تتعلق بالسلطة الموضوعية أو القدرة على جعل الناس يفعلون إرادتنا , لذا يعد مفهوم القيادة بالقيم من المفاهيم الحديثة التي تجمع بين القيادة والقيم التي يعتنقها القائد في المنظمة , فضلاً عن كونها فلسفة لتوحيد الأفراد حول القيم الأساسية بحيث يصبح للقائد دوراً أساسياً في تبني العاملين لهذه القيم , في حين أضافت (سوزان اطلس) مسمى آخر للقيادة بالقيم أطلق عليها الإدارة بأستخدام القيم (العتيبي, 2009: 26), لذلك تعددت وجهات نظر الباحثين حول مفهوم القيادة بالقيم وفقاً لأتجاهاتهم وتخصصاتهم المختلفة, ويعرض الجدول (5) بعض إسهامات الباحثين لهذا المفهوم حسب الأسبقية الزمنية .

الجدول (5) بعض إسهامات الباحثين لمفهوم القيادة بالقيم

ت	الباحث , السنة و الصفحة	المفهوم
1	(Mccuddy,2008:19)	فلسفة تسهل العمل للقيادة لمتابعة عملهم في مساعدة المنظمات على البقاء والتطور لفترة طويلة والسعي لتحقيق منجزاتهم العملية والشخصية.
2	(Taylor ,2011: 2)	فلسفة القيادة التي تحقق قيمة للمنظمة والزبائن والموردين والمساهمين , دون التركيز على المكاسب الشخصية.
3	(Peregrym & wolf , 2013:5)	القيادة التي تتقدم بأستمرار عن القيم الشخصية المرغوبة والمفيدة لأنفسنا سواء في مجتمعاتنا او المنظمات التي تخدمها.
4	(السقاف وأبو سن ، 2015 : 74-75)	أسلوب قيادي متميز وفلسفة إدارية , تنطلق من ضرورة اهتمام القائد في أي منظمة بجميع الأفراد العاملين فيها , إذ يركز هذا الاهتمام على نوع الأسلوب القيادي واهتمامه بالتعامل مع العاملين وفق قيم ومبادئ أصيلة ويعاملهم بكل تقدير واحترام وعدالة ومساواة وبكل مصداقية وشفافية , مما يساهم في الأثر الإيجابي لأدانهم ويرفع من ولائهم وحبهم .
5	(عبد الحكيم , 2018 : 11)	اسلوب يعتمد القيم لكل معاملات القائد وأفكاره والتشجيع للتطوير المستمر لكل من العاملين والتنظيم مع حرصهم على مقاربة الاهداف بينهم فضلاً عن خلق ثقافة ايجابية في المنظمة من خلال التعامل الانساني والنزاهة في التعليمات الادارية.

المصدر :- من اعداد الباحثان بالاعتماد على الأدبيات الادارية

أما الباحثان فينظران الى القيادة بالقيم بأنها فلسفة وإسلوب وممارسة يتعامل بها القائد مع الأفراد العاملين في المنظمة والأهتمام بهم والتعامل معهم على وفق القيم الإنسانية وتقديم التسهيلات لهم بالشكل الذي يسهم في التطور الإيجابي لأدائهم وزيادة حبهم وولائهم للمنظمة .

2 - أهمية القيادة بالقيم : تقوم القيادة بالقيم على وجود ميثاق يحترم حقوق الافراد العاملين في تقرير أفضل الطرق لانجاز اهدافهم وتعد هذه الحقوق جزءا من كيان المنظمة , كما يتضمن الميثاق عدُ العاملين روح المنظمة وقلبها النابض , و متميزين لايحوز استبدالهم , وأن ينمو لديهم الشعور بأن أصحاب العمل والقادة يتقون بهم ويقدرتهم , وأن يعاملون بعدالة , فضلا عن تقدير ادارة المنظمة لجهودهم الاضافية المبذولة , وإن تطلعهم على كل أنشطتها بشكل دقيق وشفاف , و تتبع معهم سياسة الباب المفتوح وتمنحهم حق حرية التعبير عن أفكارهم وأرائهم وأمانياتهم (الأسدي , 2016 : 40), وتتبع أهمية القيادة بالقيم من كونها تتبنى العنصر المحرك لسلك الفرد والمجموعة , الامر الذي يجعل الافراد يشعرون بالثقة برؤية قائدهم في المنظمة يتبنى قيم هم متفقين عليها وجرى تعميمها على كل فرد في المنظمة , كما يجب الإشارة الى كون انموذج القيادة بالقيم يشجع على مشاركة العاملين في عملية اتخاذ القرار وتقديم اقتراحات حول العمل تفتح مجالا واسعا للابداع وتقدير الفكر الابتكاري , ولا ننسى اهتمام هذا الأنموذج بالجانب المادي والروحي للأفراد على حد سواء , وبما ان القيادة بالقيم لا تتبنى قيما معينة لتطبيقها , بل تتبنى قيما متباينة حسب ثقافة المنظمة لذا تعد إنموذجا مرنا ومتناسقا مع كل التشكيلات الثقافية (عبد الحكيم , 2018 : 34).

أما الباحثان فينظران الى أهمية القيادة بالقيم عن طريق القائد الذي يقود المنظمة والمبادئ والقيم التي يؤمن بها , فضلا عن احترامه للأفراد العاملين ومنحهم حق التعبير عن آرائهم وأفكارهم , والمشاركة في اتخاذ القرارات , وأعتماذ سياسة الباب المفتوح في التعامل معهم بأعتبارهم الركيزة الأساسية في نجاح المنظمة وتفوقها التنافسي في السوق .

3 - أبعاد القيادة بالقيم : تعددت وتباينت المسميات الواردة في الأدبيات الإدارية فيما تتعلق بأبعاد القيادة بالقيم , فقد تناولها بعض الباحثين تحت مسمى قيم القيادة بالقيم , ووصفها باحثون آخرون بأنها محتويات للقيادة بالقيم, أما بعضهم فقد أوردتها تحت مسمى عناصر القيادة بالقيم , ويعود سبب هذا التباين الى أختلاف التخصصات والأهداف البحثية. ويوضح الجدول (6) بعض اسهامات الباحثين حول هذه الأبعاد وحسب الاسبقية الزمنية :

الجدول (6) بعض اسهامات الباحثين حول أبعاد القيادة بالقيم

ت	الباحث , السنة و الصفحة	الأبعاد
1	(Ponnu & Tennakoon, 2009 :22)	الإحترام - تجنب أذى الآخرين - عدم الكذب والخداع - الألتزام بالتعهدات - العدالة - منع الأذى عن الآخرين - إطاعة القوانين
2	(نجم , 2011 : 337-338)	الرؤيا الاخلاقية -إمتلاك الحس الأخلاقي - إمتلاك القيم الأخلاقية - وجود مقاييس أخلاقية واضحة - العلاقات الأخلاقية المتميزة
3	(كوفي , 2013 : 30-33)	الأمان - التوجيه - الحكمة - القدرة أو القوة
4	(السقاف وابوسن , 2015 : 13)	المبادئ والقيم - التقدير والأحترام - العلاقات الإنسانية
5	(Bulti , 2016 : 38 - 45)	النزاهة - الرحمة والشعور بالأمتنان - التواضع و نكران الذات - المساءلة والأنضباط الذاتي - التصور والشجاعة الأخلاقية

المصدر :- من اعداد الباحثان بالأعتماذ على الأدبيات الإدارية

أما البحث الحالي فتبنى أنموذج (Bulti , 2016 : 38- 45) بأبعاده : (النزاهة , الرحمة والشعور بالأمتنان , التواضع و نكران الذات , المساءلة والأنضباط الذاتي , التصور والشجاعة الأخلاقية), وذلك للأسباب الآتية :

- 1- أكثر منطقية من باقي الأبعاد الأخرى
 - 2- توافقتها مع أهداف البحث الحالي
 - 3- إمكانية قياسها وتطبيقها بسهولة
- وفيما يلي توضيح لكل بعد من هذه الأبعاد :-

أ - **النزاهة** : تعد أفضل طريقة لتشجيع السلوك المثالي في الأفراد هي نمذجة السلوك الذي يريد القائد أن يحذو حذوه لأن الأفراد يسارعون إلى الشعور بالفصل بين ما يقال مقابل ما يجري فعلاً (Klatt & Hiebert, 2001: 37) , وعرف (Northouse 2013: 25) النزاهة بأنها جودة الصدق والجدارة بالثقة ، ويلاحظ أن القادة ذوي النزاهة يلهمون الثقة بالآخرين لأنهم يمكن الوثوق بهم للقيام بما سيفعلونه .وأشار (Kouzes & Posner) إن إثبات النزاهة أو تقديم نماذج للسلوكيات بطريقة موثوق بها يتطلب شيئين. في المقام الأول ، يتعين على القائد أن يتبنى النزاهة كقيمة قيادته ، وثانياً / من المتوقع أن يقدم مثلاً مكملاً لضمان موافاة الكلمات والأفعال (Bulti , 2016 : 39) .

ب- **الرحمة والشعور بالامتنان** : وضع (Sarros & Cooper 2006 :21) التعاطف كأهتامام بمعاناة الآخرين أو رفاههم وتقديم المساعدات أو إظهار الرحمة للآخرين فضلاً عن كونه الانعكاس الحقيقي للرحمة و الإشراف ، وهذا طابع فريد للقائد ، وأكد (Fairholm & Fairholm 2009:86-87) أن القادة بالقيم يأتيون لرؤية المنظمة ومواردها والعاملين فيها من ناحية الإشراف ، كقادة ، وهم يتحملون مسؤولية رعاية وتطوير الأشخاص الذين يعملون معهم والفريق الذي يمثلونه. فضلاً عن خلق بيئة مواتية لتحسين عمل الفريق و تطوير او تمكين أصحاب المصلحة بطريقة اخرى مماثلة ، وأشار (Daft 2010: 395) أن القادة بالقيم يعاملون الأفراد العاملين بعناية وأهتام و يدعمونهم ويحافظون على العلاقات الإيجابية بين الأفراد ، و يتصرفون برحمه بما يحقق مصلحة جميع الأفراد الذين يمكن أن يتأثروا بالقرارات التي تتخذ في المنظمة .

ت - **التواضع و نكران الذات** : يصور (Sarros & Cooper ,2006 : 8) نكران الذات أن القائد بالقيم يهتم برفاهية الأفراد العاملين في المنظمة والأستعداد للتضحية بمصالحه الشخصية من أجلهم ، ويعد التواضع ونكران الذات هما السلوك المرغوب فية للقائد بالقيم . وتعد هذه القيمة مفتاح لتطبيق القيادة بالقيم ، و بدونها لا يبدو هذا التطبيق حقيقياً في أعين العاملين ، ووصف (Kouzes & Posner 2012: 341) أن جوهر هذه القيمة على النحو الأتي هو بإمكانك تجنب الكبرياء المفرط فقط عندما تدرك أنك إنسان وتحتاج إلى مساعدة الآخرين ، إذ أنه لا يمكنك فعل ذلك بمفردك وأنهم يتصرفون وفقاً لذلك ، فيما أكد (Sweeney & Fry 2012 : 91-92) أن القادة بالقيم عن طريق أفعالهم يبرهنون على امتلاك قيم عالية كأصدق ، النزاهة ، الشجاعة ،الرحمة أوالتواضع من المرجح أن يكتسبوا صفات ذات طابع جيد من أتباعهم ، كل هذه التأكيدات تدل أن التواضع ونكران الذات هما جزء من قيم القيادة بالقيم المعتمدة عالمياً.

ث - **المساءلة والأنضباط الذاتي** : أكد (Fairholm & Fairholm 2009:88-90) بأنه يمكن أن تنعكس المساءلة والأنضباط الذاتي في القيادة من حيث التزامه بمواءمة القيم الشخصية مع قيم المنظمات وتنفيذ العمليات الملهمة على كل مستوى. وفي الوقت نفسه الاهتمام بالتفاصيل الفورية ذات الصلة بالأهداف النهائية ، وأشار (Daft 2010: 395) أن القادة بالقيم يصفون الطابع المنظمي على الرؤية عن طريق تحميل أنفسهم والآخرين المسؤولية ووضع الأخلاق فوق المصالح الشخصية أو المنظمة قصيرة الأجل ، وتعد مسؤولية تأديب التابعين للانتقال الجماعي إلى نهاية معينة من بين القيم الأساسية في القيادة بالقيم. ويمكن أن تنعكس المساءلة والأنضباط الذاتي في القيادة بالقيم من حيث التزام القائد بمواءمة القيم الشخصية مع قيم المنظمات. و يتعلق أيضاً بعدم إغفال أهدافه كقائد ، وفي الوقت نفسه الاهتمام بالتفاصيل

الفورية ذات الصلة بالأهداف النهائية ، فضلا عن محاسبة نفسه والآخرين (الموظفين) على الأداء التشغيلي تحقيقا لهذه الغاية ، فإنه يتطلب من القائد إنشاء تفاهم والتزام متبادلين ووضع معيار للسلوك والأداء .

ج- **التصور والشجاعة الأخلاقية** : التصور هي القيمة النهائية أو الأساس المنطقي النهائي لاشتقاق أي قيم أخرى ، إذ إنها تستند إلى معتقدات المنظمة وقيمها وتعكسها وتنقل المستقبل (Calder, 2006:12) ، وعدّ (Kouzes & Posner, 2008:3) الشجاعة الأخلاقية أو الإلهام عنصر اساس يتوقعه الأفراد من قبل القادة وذلك لأن القادة الملهمين يبعثون الحياة في تطلعات الأفراد ، مما يجعلهم أكثر استعدادًا للعمل لمدة أطول ان القيم والاخلاق متشابهان في أنهما يكملان بعضهما بعض ، ويختلفان من حيث أن الاخلاق لها علاقة بالسلوك ، بينما القيم تكون على علاقة بالمعتقدات ، وان الاخلاق عامة ، بينما القيم خاصة ويجري رؤيتها بواسطة الآخرين ، وأشار (Yoeli & Berkovich ، 2010) التصور أو الرؤية بعدها بوصلة المنظمة التي تشير إلى الاتجاه الذي ينبغي لها أن تستهدفه ، يعني أن الرؤية هي علاقة عقلية تدفع أصحاب المصلحة المؤسسين للمنظمة للذهاب إلى النهاية المطلوبة على طريق صعب ولكن محددة.

ثانياً . المكانة الذهنية للمنظمة :

1 - **مفهوم المكانة الذهنية للمنظمة** : تعد المكانة الذهنية من المفاهيم الحديثة في مجال الإدارة ، ويُعد الباحثان (Trout & AL Ries) أول من أشار إليه عام 1969 ، إذ قدما هذا المفهوم عندما كانت المنظمات تستند في الحملات الإعلانية على المنافع التي يقدمها المنتج إلى الزبون ، لتحقيق النجاح لمدة قصيرة. وذلك لإهمالها دور احتياجات ورغبات الزبائن في تحديد هذه المنافع ، إذ تتضاعف النفقات الترويجية بشكل ملحوظ بهدف التأثير في سلوك شراء الزبون لذلك أتجهت المنظمات نحو كيفية الوصول إلى عقله وكيف تحقق مكانة متميزة مقارنةً بباقي المنافسين (2) : (Wiseman ، 2003) ، لذلك تعددت وجهات نظر الباحثين حول مفهوم المكانة الذهنية للمنظمة ، ويوضح الجدول (7) بعض أسهمات الباحثين لهذا المفهوم حسب الأسبقية الزمنية .

الجدول (7) بعض إسهامات الباحثين لمفهوم المكانة الذهنية للمنظمة

ت	الباحث ، السنة والصفحة	المفهوم
1	(Jandaghi et al , 2011: 154)	نتيجة تصور الزبائن للمنظمة وكفاءتها الانتاجية والخدمية ومسؤولياتها الاجتماعية وكفاءتها عن طريق خبرتها في صناعة المنتجات وتسليمها الى الزبائن
2	(Hashem & AL Rifai, 2011:94)	طريقة المنظمة التي يدرك من خلالها الزبائن منتجاتها
3	(معلا , 2013: 250)	إطباع معين مترسخ في أذهان الزبائن بصفة خاصة والناس بصفة عامة عن منتجات المنظمة
4	(Ozlati & Nasr , 2015:358)	جميع تصورات المعرفة والمعتقدات والتوقعات الموجودة لدى الزبائن وخلق القيمة والجودة والاداء وفقا لاولويات مختلفة في عقولهم والتي تمكنهم من الحركة نحو تحقيق اهدافهم اللاحقة.
5	(عبد الامير , 2019 : 218)	بناء عام وغير مدرك له عدة مزايا ويتكون من مجموعة عناصر عاطفية ومعرفية تساهم بتحديد وعرض مميزات الأشياء .

المصدر :- من إعداد الباحثان بالأعتماد على المصادر المذكورة

أما الباحثان فينظران الى المكانة الذهنية للمنظمة بأنها المكانة أو الأطباع أو الصورة أو الإدراك الذي تحتله منتجات منظمة ما في عقل الزبائن مقارنة بمنتجات المنظمات المنافسة الأخرى .

2 - **أهمية المكانة الذهنية للمنظمة** : تبرز أهمية المكانة الذهنية عن طريق إيجاد الصلة أو الرابطة ما بين الزبون والمنتج إذ تعد وسيلة فعالة يستخدمها الزبون للتمييز بين المنتجات ، وأحد الأساليب الاساسية لتحقيق النجاح والنمو في الأسواق كافة (Levey , 2000 : 1) , إذ أتفق الباحثون (عبيدات , 2002 : 143) , (العزاوي , 2002 : 117)

, (عجوة و فريد, 2005 : 144) , (الحوري وآخرون , 2009 : 8-9) , (حمودي والطائي, 2014 : 141) على وجود مجموعة من النقاط التي تبرز أهمية المكانة الذهنية للمنظمة وهي على النحو الآتي :

- أ - تطوير فاعلية إستراتيجيات المنظمات.
- ب - تقديم مزيج تسويقي يتلائم مع متطلبات الزبائن.
- ت - يمكن إستغلال الطاقة الموجودة على نحو كفوء.
- ث - تحسين وتعزيز المكانة الأنية للمنظمة.
- ج - تحقيق الاحترام والأهتمام من منظمات المجتمع الخارجية.
- ح - تحقيق ميزة تنافسية وأجواء مشجعة للبقاء وتطوير المنظمة.
- خ - تحسين و تطوير السلوك والمواقف الفردية عند الموظفين في المنظمة.
- د - تشجيع الزبائن لأخذ قرار شراء منتجات المنظمة دون المنافسة لها ,

أما الباحثان فينظران إليها على أنها اساسية في تحقيق الأهداف المنشودة , إذ تقدم منتجات تلبي متطلبات الزبائن من جهة وتحافظ عليهم من جهة اخرى وتجعلهم يقررون شراء او طلب اي المنتجات من المنظمة دون تردد.

3 - أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة: تعددت وتباينت وجهات نظر الباحثين والمهتمين حول تسمية أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة , فقط تناولها البعض تحت مسمى مكونات , ووصفها آخرون بالعناصر أما البعض الآخر فأوردتها تحت عنوان الأشكال وأن سبب تباين الأبعاد يعود لأختلاف تخصصات الباحثين وكثرة الأهداف البحثية , ويوضح الجدول (8) بعض أسهامات الباحثين لتلك الأبعاد حسب الأسبقية الزمنية:

الجدول (8) بعض أسهامات الباحثين حول أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة

ت	الباحث , السنة والصفحة	الأبعاد
1	(رزيقة , 2007 : 130)	المؤسسي , المهني , العاطفي , العلائقي
2	(الشيع , 2008 : 89)	الادراك - الدوافع - الرغبة
3	(EI-Nahass & other, 2013: 178)	البعد الوظيفي - البعد العاطفي
4	(العامري, 2015: 70-82)	الادراك - الدوافع - التأثير - السلوك - الرغبة
5	(أعراب , 2019 : 102-103)	المكانة الذاتية - المكانة المرغوبة - المكانة المدركة.

المصدر :- من إعداد الباحثان بالأعتماد على المصادر المذكورة

أما البحث الحالي فقد تبنى أبعاد أنموذج (العامري , 2015) (الإدراك - الدوافع - التأثير - السلوك - الرغبة) , وذلك للأسباب الآتية :

- 1- إمكانية وسهولة تطبيقها وقياس نتائج البحث الحالي
 - 2- توافقها مع اهداف البحث الحالي.
 - 3- تعد الأكثر منطقية من بين الأبعاد الأخرى.
- وفيما يأتي توضيح لكل بعد من تلك الأبعاد :

1- الإدراك : أوضح (Mcshane & Glinow, 2005: 76) بأنه طريقة أستقبال المعلومة وتكوين صورة تعطي معنى للعالم المحيط بنا , وحدده (الزعبي , 2009 , 163) بالعملية التي نستنتج عن طريقها المعلومة أو نتعرف بها على المعلومات نتيجة التنبيه المادي الصادر من حولنا , أو القدرة على معرفة الأشياء عن طريق الحواس . فيما عده (النسور , 2010 : 149) عملية ذهنية تنطوي على إستلام المعلومات التي ترد عن منبه حسي معين , بناء صورة

واضحة في العقل وترتيب المعلومة وأعطاء تفسير لها ، وهناك من وصفه بالعملية التي عن طرقها يقوم الناس بتنظيم وتفسير المعلومات الحسية (ما يسمونه ويرونه) (Scandure, 2016:111) .

2 - الدوافع: يعد الدافع من المواضيع الأساسية التي أثارت اهتمام العديد من علماء النفس والباحثين كونه يشكل أحد الأسس الضرورية لدراسة السلوك الأنساني بعد أن دراسة أو تعديل تغيير السلوك لاتجري دون معرفة الدوافع للأسباب التي تكمن وراءه ، وعرفت على أنها الرغبة لدى الفرد في بذل أقصى جهود ممكنة لتحقيق الأهداف التنظيمية من أجل زيادة قدرته على تلبية إحتياجاته، فهي بالنهاية محركات داخلية للسلوك (القريوتي ، 2000 : 36) فيما عدها (Lai) الأسباب الكامنة وراء ذلك السلوك ، وتعد القوة الذاتية التي تدفع الفرد للقيام بشيء معين أو الأمتناع عنه (Lai , 2011 : 4)

3- التأثير: ترتبط العناصر المؤثرة بالمكانة الذهنية بالحوافز عن طريق كيفية تقييم الزبون للموضوع المراد تقييمه في المنتجات ، تتجلى أساسا عن طريق قدرة المنظمة على إستقطاب الزبائن بأستخدام وسائل محفزة مختلفة ، من ضمنها الإعلان من أجل جذبهم وتحقيق حالة الرضا لديهم في التعامل مع منتجاتها المختلفة (الضمور ، 2002 : 103) ، فيما أشار اليه (Larson,et al , 2009 : 2) بأنه القدرة على إقناع الزبائن المستهدفين وكسب ولائهم.

4 - السلوك يعد من الأعمال والأفعال الإرادية التي يقوم بها الإنسان كالصدق ، الكذب، الكرم ، والبخل وغالبا ما يرتبط السلوك بالبيئة المحيطة بالفرد، وقد يكون السلوك إختياري أوغير إختياري .، (www.merriam-behavior.com), وعرف بأنه كل ما يصدر عن الزبون من أستجابات للمنبهات التي تؤثر في سلوكه سواء كانت صادرة من الداخل او الخارج (قلية وعبد المجيد ، 2009 : 29), في حين نظر اليه (جلاب ، 2011 : 60) على أنه التصرف أو النشاط الذي يمارسه الزبون في حياته سواء الظاهر منه أي الذي يمكن مشاهدته أم الباطن الذي يصعب ملاحظته بشكل مباشر ويجري الأستدلال عليه عن طريق قياس ذلك السلوك.

5 - الرغبة: عرفها (Raju et al , 2004 : 4) بأنها الكيفية التي يجري عن طريقها تحديد الأحتياجات من قبل الأفراد والجماعات ، وكيفية شرائهم للمنتجات المتضمنة (ماذا ، أين، متى، لماذا، كيف) في عملية الشراء والتجربة ، ونظر اليها (شومان ، 2010 : 29) بأنها الحاجة من نوع خاص ، وتختلف رغبات الزبون بأختلاف الثقافة والشخصية، لذلك فإن دور القائم بالتسويق هو أيجاد وتقديم المنتجات التي تشبع الحاجة ،فضلا عن خلق تفضيلات معينة لدى الزبون لإقتناء وشراء المنتجات بدلا من منتجات منافسيه ، إذ تعد الرغبات أمنيات ذاتية يرغب الأفراد في تحقيقها وإشباعها وفقا للبيئة التي ينتمون إليها، والتي تمتاز بالتغير المستمر والأختلاف من بلد الى آخر بل حتى في البلد الواحد أيضا ويعود السبب في ذلك يعود الى قوة تأثير المجتمع والعادات والتقاليد والعائلة فيه (البكري، 2011 : 28).

المبحث الثالث

أولا - عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث

يستعرض المبحث الحالي الوصف الأحصائي وأختبار فرضيات البحث وفقا لإجابات أفراد العينة بخصوص القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة وعلى النحو الآتي:-

أولا - الوصف الأحصائي : تتناول هذه الفقرة عرضا للأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الأجابة وشدتها لمغيرات البحث :

1 - القيادة بالقيم : يبين الجدول (9) تشخيص آراء مجتمع البحث حول أبعاد القيادة بالقيم وعلى النحو الآتي:-

الجدول (9) تشخيص آراء مجتمع البحث حول أبعاد القيادة بالقيم

ت	الفقرات يتميز قادة الجامعة :	الوسط الحسابي	شدة الاجابة	الانحراف المعياري	مستوى الاجابة
1	السعي لتطوير عمل الجامعة.	3.23	64.58%	1.22	معتدل
2	تطبيق القانون على جميع العاملين في الجامعة.	3.13	62.65%	1.09	معتدل
3	عدالة توزيع المهام بين العاملين.	3.01	60.24%	1.11	معتدل
4	اختيار العاملين بناء على خبرتهم وكفاءتهم وسمعتهم الوظيفية.	3.11	62.17%	1.17	معتدل
5	معاملة جميع العاملين على قدم المساواة	3.04	60.72%	1.22	معتدل
المعدل العام	النزاهة	3.10	62.07%	1.16	معتدل
1	معاملة الموظفين بأحترام ولطف حتى عندما يحدث خطأ في تنفيذ بعض إجراءات العمل في الجامعة.	3.07	61.45%	1.43	معتدل
2	لا يمانعون من التراجع عن قرار خاطئ في حال اقتناعهم من قبل العاملين.	3.23	64.58%	1.36	معتدل
3	استخدام نظام المكافأة كحافز للموظفين لزيادة التزامهم بأداء العمل بأفضل صورة.	2.99	59.76%	1.25	معتدل
4	تقديم المساعدة والدعم للموظفين حتى ينجزوا أعمالهم بأفضل مستوى ممكن.	3.05	60.96%	1.17	معتدل
المعدل العام	الرحمة والشعور بالامتنان	3.08	61.69%	1.30	معتدل
1	مشاركة العاملين في صنع القرارات المهمة.	3.29	65.78%	1.37	معتدل
2	لا يمانعون من الاشراف شخصيا على تدريب العاملين.	3.01	60.24%	1.20	معتدل
3	يفضلون مصلحة الجامعة على المصلحة الشخصية	3.18	63.61%	1.29	معتدل
4	لا يضعون أي حدود بينهم وبين العاملين	2.90	58.07%	1.29	معتدل
5	يستمعون باهتمام للموظفين عند حدوث مشكلة إدارية أو تنظيمية.	3.75	74.94%	1.28	مرتفع
المعدل العام	التواضع ونكران الذات	3.23	64.53%	1.31	معتدل
1	مساعدة الموظفين عن أخطائهم.	3.11	62.17%	1.33	معتدل
2	المحافظة على مواعيد العمل.	3.28	65.54%	1.14	معتدل
3	لا يؤثر ثقل المسؤولية التي يتحملوها على كفاءتهم أداء المهام.	3.17	63.37%	1.32	معتدل
4	دقة تطبيق قواعد وإجراءات العمل	3.20	64.10%	1.39	معتدل
المعدل العام	المساءلة والانضباط الذاتي	3.19	63.80%	1.29	معتدل
1	متابعة ظروف العمل باستمرار في الجامعة.	3.22	64.34%	1.26	معتدل
2	الخيال الواسع	4.04	80.72%	0.76	مرتفع
3	امتلاك الشجاعة الأخلاقية في أصعب الظروف.	3.48	69.64%	1.07	مرتفع
4	الاهتمام بمصالح الآخرين عند اتخاذ قراراته.	4.30	86.02%	0.69	مرتفع جدا
5	قدرتهم على طرح تصورات وأفكار إبداعية.	4.13	82.65%	0.85	مرتفع
المعدل العام	التصور والشجاعة الاخلاقية	3.83	76.67%	1.03	مرتفع
المعدل الكلي	القيادة بالقيم	3.30	66.01%	1.25	معتدل

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

N=83

1- النزاهة : يتضمن الجدول (9) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الإجابة وشدها لبعد النزاهة . ويلاحظ أن الفقرة (1) تفوقت على باقي الفقرات الأخرى بأعلى وسط حسابي موزون بلغ (3.23)، وانحراف معياري (1.22) ، يستدل الباحث ان قادة الجامعة يسعون الى تطوير عمل الجامعة، وحصلت الفقرة على مستوى إجابة معتدل، و شدة إجابة بلغت (64.58%) أما الفقرة (3) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (3.01) بانحراف معياري (1.11) و شدة اجابة (60.42%) ، على الرغم من كون هذه الفقرة حصلت على اقل الأوساط الحسابية الموزونة، مما يدل على ضعف اهتمام قادة الجامعة بها، الا انها ما زالت تتمتع بمستوى إجابة معتدل ، وان بعد النزاهة حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً بلغ (3.10) وانحراف معياري (1.16) ، وشدة الاجابة (62.07%) وقد حصل على مستوى إجابة (معتدل)، وبذلك يتبين ان قادة الجامعة يسعون لتطوير عمل الجامعة ، وانهم يطبقون القانون على جميع العاملين بدون استثناء، وانهم يسعون لاختيار العاملين بناء على كفاءتهم وسمعتهم الوظيفية، ويجري التعامل مع جميع العاملين على قدم المساواة. ولكن يتطلب الاهتمام بتوزيع المهام بين جميع العاملين بشكل متساوي وحسب امكانياتهم .

2-الرحمة والشعور بالأمتنان: يبين الجدول (9) أن الفقرة (2) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (3.23) ، وانحراف معياري (1.36) ، وحصلت على مستوى إجابة (معتدل) ، وشدة إجابة بلغت (64.58 %) مما يعني ان قادة الجامعة المبحوثة منفتحون على أفكار العاملين، ولديهم الاستعداد لتغيير قناعاتهم لصالح الأفكار والمقترحات الجيدة ، أما الفقرة (3) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (2.99) بانحراف معياري (1.25) وشدة أجابة بلغت (59.76%) وحصلت على مستوى إجابة (معتدل) مما يدل على ضعف الاهتمام بها قياساً بالفقرات الأخرى، يتبين من الجدول (9) ان هذا البعد حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً بلغ (3.08) وانحراف معياري (1.30)، وشدة اجابة (61.69%) وحصل على مستوى إجابة (معتدل)، يتبين من نتائج الجدول (9) تقبل قادة الجامعة المبحوثة لأفكار ومقترحات العاملين فيها ،مما يعني إمكانية الاستفادة من أفكار العاملين الأبداعية لتطوير عمل الجامعة المبحوثة وان المناخ التنظيمي تسوده حالة الاحترام والتعامل اللطيف ، حتى مع حصول حالة الخطأ الامر الذي يكسر حاجز الخوف لدى العاملين ، وينبغي الأهتمام بجانب التحفيز المادي لديهم .

3-التواضع ونكران الذات : يتبين من الجدول (9) أن الفقرة (5) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (3.75)، وانحراف معياري (1.28) ، وشدة إجابة بلغت (74.94%) وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع) ، مما يعني اهتمام قادة الجامعة المبحوثة بالاستماع لأراء العاملين في الجامعة عند حدوث مشكلة معينة ، أما الفقرة (4) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (2.90) بانحراف معياري (1.29) و شدة اجابة (58.07%) ومستوى أجابة (معتدل) وعلى الرغم من كونها حصلت على اقل الأوساط الحسابية الموزونة الا انها ما زالت تتمتع بمستوى إجابة (معتدل) ، يتبين من الجدول (9) ايضا أن هذا البعد حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً بلغ (3.23) وانحراف معياري (1.31)، وشدة إجابة (64.53%) وحصل على مستوى إجابة (معتدل) يتبين من نتائج الجدول (9) أن القادة في الجامعة المبحوثة يستمعون باهتمام كبير للعاملين عند حدوث مشكلة معينة ، ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الضرورية ، وانهم يفضلون المصلحة العامة على المصلحة الشخصية ، كما انهم يشرفون شخصيا على تدريب العاملين معهم.

4 -المساءلة والأنضباط الذاتي: يوضح الجدول (9) أن الفقرة (2) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (3.28)، وانحراف معياري (1.14)، وشدة إجابة بلغت (65.54%) وحصلت على مستوى إجابة معتدل ، مما يعني إلتزام وتأكيد قادة الجامعة المبحوثة على ضرورة الإلتزام بمواعيد العمل الرسمية، أما الفقرة (1) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (3.11) بانحراف معياري (1.33) وشدة إجابة (62.17%) ومستوى إجابة (معتدل) مما يعني ذلك ضعف اعتماد هذه الفقرة من قبل قادة الجامعة المبحوثة قياساً بباقي فقرات البعد ، ويتبين من الجدول (9) ايضاً أن

هذا البُعد حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً بلغ (3.19) وانحراف معياري (1.29)، وشدة اجابة (63.80%) وحصل على مستوى إجابة (معتدل)

يستدل الباحث من نتائج الجدول (9) أن الموظفين العاملين في الجامعة المبحوثة يدركون ان قادتهم يحافظون على مواعيد العمل الرسمية ، فضلا عن سعيهم الى تطبيق قواعد وإجراءات العمل بدقة، وهم لا يتهربون من تحمل المسؤولية بحجة تأثيرها على كفاءتهم ،اما ما يخص مساءلة الموظفين عن أخطائهم فلم تتل إهتماما بقدر الفقرات الأخرى وذلك تشجيعا منها للموظفين على تطبيق الأفكار والمقترحات الحديثة .

5- التصور والشجاعة الاخلاقية : يتبين من الجدول (9) أن الفقرة (4) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (4.30)، وبانحراف معياري (0.69) ، وشدة إجابة بلغت (86.02%) وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع جدا) ، مما يعني ان افراد عينة البحث يشعرون بان قادتهم يضعون نصب اعينهم مصالح العاملين في أي قرار يجري اتخاذه ، أما الفقرة (1) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (3.22) بانحراف معياري (1.26) وشدة أجابة (64.34%) ومستوى إجابة معتدل مما يعني ضعف إدراك هذه الفقرة من قبل عينة البحث قياسا بباقي فقرات البعد ، كما ان اتساق اجاباتها كان اقل من باقي الفقرات ، ويتبين من الجدول (9) إن هذا البعد حقق وسطاً حسابياً موزوناً كلياً بلغ (3.83) وانحراف معياري (1.03) ، وشدة أجابة (76.67%) و حصل على مستوى إجابة (مرتفع) وهذا يدل بشكل عام على إدراك عينة البحث توافر ابعاد القيادة بالقيم في الجامعة المبحوثة في محافظة كربلاء المقدسة.

2 - المكانة الذهنية للمنظمة : يبين الجدول (10) تشخيص آراء مجتمع البحث حول أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة وعلى النحو الآتي:-

الجدول (10) تشخيص آراء مجتمع البحث حول أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	شدة الإجابة	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
1	يتأثر مستوى إدراك الطلبة للجامعة بالانطباعات والتصورات السابقة والراسخة في عقولهم.	4.23	84.58%	0.70	مرتفع جدا
2	يسعى الطلبة لمعرفة المعلومات التي تهمهم عند اتخاذ قرار الانضمام للجامعة.	4.20	84.10%	0.75	مرتفع
3	يؤثر الترويج في زيادة أدراك أهمية الانضمام للجامعة دون غيرها	4.29	85.78%	0.69	مرتفع جدا
4	يسهم الترويج الجيد في زيادة إدراك الطلبة بارتقاء المستوى التعليمي للجامعة.	4.12	82.41%	0.76	مرتفع
5	تأخذ الجامعة آراء الطلبة بنظر الاعتبار وتشاركهم بالمعلومات التي تهمهم.	4.11	82.17%	0.81	مرتفع
	الإدراك	4.19	83.81%	0.74	مرتفع
1	تعد حاجة التعلم الدافع الرئيس للطلبة للتعامل مع الجامعة	4.42	88.43%	0.66	مرتفع جدا
2	تلبية الجامعة لرغبات الطلبة يدفعهم للاستمرار بالدراسة فيها	4.29	85.78%	0.72	مرتفع جدا
3	يشعر الطالب ان انتماءه للجامعة يحقق له مكانة اجتماعية	4.31	86.27%	0.70	مرتفع جدا
4	كلفة الدراسة بالجامعة اقل من كلفة الجامعات الأخرى.	4.20	84.10%	0.71	مرتفع
5	الاهتمام بمرافق الجامعة يعد أولوية لجذب الطلبة	4.21	84.10%	0.68	مرتفع
	الدوافع	4.29	85.73%	0.70	مرتفع جدا

مرتفع جدا	0.65	87.23%	4.36	يتأثر قرار الطالب بالانتماء للجامعة بدقة المعلومات المتوفرة عنها	1
مرتفع جدا	0.64	86.27%	4.31	يتأثر قرار الطلبة بالانتماء للجامعة بجودة الخدمة التعليمية المقدمة لهم	2
مرتفع جدا	0.71	85.06%	4.25	يتأثر قرار الطالبة بالانتماء للجامعة بسرعة انجاز معاملات انتسابهم	3
مرتفع	0.74	83.13%	4.16	تأثر سمعة الجامعة تأثيرا كبيرا في اقناع الطلبة بالانتساب لها.	4
مرتفع	0.71	84.10%	4.20	تؤثر مشاعر الطالب في تقييمه للجامعة.	5
مرتفع جدا	0.72	84.58%	4.23	تجنب الجامعة إعطاء أي معلومات مغلوبة للطلبة	6
مرتفع جدا	0.70	85.06%	4.25	التأثير	المعدل العام
مرتفع	0.69	81.45%	4.07	تعامل الطالب مع الجامعة من اهم اولوياته	1
مرتفع	0.80	80.00%	4.00	تتعامل الجامعة بمرونة عالية مع الطلبة	2
مرتفع	0.77	80.00%	4.00	يحاول بعض طلبة الكلية دفع الطلبة الجدد للانتماء اليها	3
مرتفع	0.89	81.20%	4.06	تحاول الجامعة بناء علاقات مع الطلبة تمتد لما بعد التخرج.	4
مرتفع جدا	0.95	84.34%	4.22	يساهم سلوك العاملين وتصرفاتهم في جذب الطلبة الجدد للانتماء الى الجامعة	5
مرتفع	0.82	81.40%	4.07	السلوك	المعدل العام
مرتفع	0.81	81.69%	4.08	تضع الجامعة مناهجها بما يتلاءم وسوق العمل.	1
مرتفع	0.81	81.93%	4.10	تعامل الجامعة الجيد مع الطلبة يشعرهم بمكانتهم المميزة في المجتمع	2
مرتفع	0.81	82.65%	4.13	يسعى العاملون في الجامعة لتقديم أفضل الخدمات للطلبة	3
مرتفع	0.89	81.20%	4.06	كلما زاد احترام الطلبة زاد اقبالهم للانتساب والاستمرار في الجامعة	4
مرتفع	0.79	80.24%	4.01	تسعى الجامعة لزيادة رغبة الطلبة بالانتماء اليها عن طريق زيادة برامجها التعليمية	5
مرتفع	0.82	81.54%	4.08	الرغبة	المعدل العام
مرتفع	0.76	83.57%	4.18	المكانة الذهنية للمنظمة	المعدل الكلي

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية
N=83

1- الإدراك: يتضمن الجدول (10) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الإجابة وشدها لبعده الإدراك , ويلاحظ إن الفقرة (3) تفوقت على باقي الفقرات الأخرى وحصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (4.29)، وانحراف معياري (0.69) ، وشدة إجابة بلغت (85.78%) وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع)، مما يدل على أهمية النشاطات الترويجية لغرض تشجيع الطلبة للانضمام للجامعة أما الفقرة (5) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (4.11) بانحراف معياري (0.81) وبلغت شدة إجابة (82.17%) ، ان ذلك يعني ضعف ادراك الفقرة من قبل عينة البحث قياسا بباقي فقرات البعد ، كما ان اتساق اجاباتها كان اقل من باقي الفقرات. ويتبين إن هذا البعد حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاما بلغ (4.19) وانحراف معياري (0.74)، و شدة إجابة (83.81%) وحصل على مستوى إجابة (مرتفع) ، مما يدل أن الموظفين في الجامعة المبحوثة يدركون أهمية النشاطات الترويجية لغرض كسب الطلبة الجدد ، إذ يتأثر قرار الطلبة بالانطباعات السابقة عن الجامعة المبحوثة ، ويمكن عن طريق أنشطة الترويج والاعلان تزويد الطلبة بما يحتاجوه

من معلومات خاصة فيما يتعلق بالمستوى التعليمي الجيد الذي تتمتع به الجامعة. ويمكن اشراك الطلبة في اتخاذ بعض القرارات التي تهمهم

2-الدوافع: يبين الجدول (10) أن الفقرة (1) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (4.42)، وبانحراف معياري (0.66) ، وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع جدا)، وشدة إجابة بلغت (88.43%)، مما يعني ان الموظفين في الجامعة المبحوثة يعتقدون ان حاجة التعلم هي أساس تعامل الطلبة مع الجامعة المبحوثة ، وذلك ايمانا منهم برقي مستواها العلمي ، أما الفقرة (4) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (4.20) بانحراف معياري (0.71) وشدة اجابة بلغت (84.10%) من وجهة نظر الموظفين ويستدل من الجدول (10) أن هذا البُعد حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاما بلغ (4.29) وانحراف معياري (0.70)، وشدة اجابة (85.73%) وحصل على مستوى إجابة (مرتفع جدا) ، يستدل الباحث على رقي المستوى التعليمي للجامعة الامر الذي يدفع الطلبة للانضمام اليها، وان لها مكانة اجتماعية كبيرة في المجتمع المحلي خصوصا ، وعلى مستوى البلد، وان الجامعة تلبى احتياجات الطلبة التعليمية الامر الذي يدفعهم للاستمرار فيها. إضافة الى تمتع الجامعة بمرافق جذابة تعد عامل اساسي لتشجيع الطلبة للانضمام لها ، ويتطلب الامر الاهتمام بموضوع الأجرور الدراسية.

3-التأثير: يلاحظ من الجدول (10) أن الفقرة (1) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (4.36) ، وبانحراف معياري (0.65)، وشدة إجابة بلغت (87.23%) وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع جدا)، مما يعني ان افراد عينة البحث يدركون أهمية دقة المعلومات التي يجب توفرها عن الجامعة المبحوثة ، أما الفقرة (4) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (4.16) بانحراف معياري (0.74) وشدة إجابة بلغت (83.13%). وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع) ، ويتبين من الجدول (10) أن بُعد التأثير حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاما بلغ (4.25) وانحراف معياري (0.70) وشدة اجابة (85.06%) وحصل هذا على مستوى إجابة (مرتفع جدا) ، يستدل الباحث من النتائج في الجدول (10) أن الموظفين في الجامعة المبحوثة تدرك أهمية دقة المعلومات وتأثيرها في قرار الطالب إضافة الى تأثير جودة الخدمات التعليمية وسرعة انجاز معاملات الانتساب في قرار انضمام الطلبة للجامعة، كل ذلك يدفع إدارة الجامعة المبحوثة الى تجنب إعطاء أي معلومات مغلوطة للطلبة ، حتى يستطيع الطالب ان يأخذ قراره بالانضمام من عدمه على أساس موضوعي، وبناء على سمعة الجامعة .

4- السلوك: يبين الجدول (10) أن الفقرة (5) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (4.22)، وبانحراف معياري (0.95) وشدة إجابة بلغت (84.34%) ، وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع جدا) مما يعني ان الموظفين في الجامعة المبحوثة يدركون الأهمية الكبيرة لسلوك العاملين في جذب او عدم جذب الطلبة الجدد ، أما الفقرتين (2 و3) فقد حصلتا على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (4.00) بانحراف معياري (0.80 و0.77) على التوالي، وشدة اجابة (80.00%) ومستوى إجابة (مرتفع) ، ويتبين من الجدول ان بعد السلوك حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاما بلغ (4.07) وانحراف معياري (0.82)، وشدة اجابة (81.40%) وحصل على مستوى إجابة (مرتفع) ، تدل النتائج في الجدول (10) ان الجامعة المبحوثة تؤمن بان سلوك الموظفين العاملين فيها مهم جدا لجذب الطلبة الجدد، وهذا السلوك يتأثر بالتأكيد بنمط القيادة فيها. مع العلم ان الجامعة المبحوثة تحاول بناء علاقات طيبة مع جميع الطلبة ، والتعامل معهم بمرونة الامر الذي يجعلهم ينوّهون باسمها في مختلف محافل المجتمع المحلي.

5 - الرغبة : يلاحظ من الجدول (10) أن الفقرة (3) حصلت على أعلى وسط حسابي موزون بلغ (4.13)، وبانحراف معياري (0.81) وشدة إجابة (82.65%) وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع) مما يعني تفهم الموظفين في الجامعة المبحوثة لأدوارهم ومسؤولياتهم والمتمثلة بخدمة طلابها ، أما الفقرة (5) فقد حصلت على أقل الأوساط الحسابية إذ بلغ (4.01) بانحراف معياري (0.79) وشدة اجابة (80.24%) وحصلت على مستوى إجابة (مرتفع) يعني ذلك ضعف اعتماد

هذه الفقرة من قبل الموظفين في الجامعة المبحوثة قياساً بباقي فقرات البعد ، كما انها اكثر فقرات البعد من حيث اتساق إجابات الموظفين افراد العينة ويتبين من الجدول (10) ان بعد الرغبة حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً بلغ (4.08) وانحراف معياري (0.82) و شدة اجابة (81.54%) وحصل على مستوى إجابة (مرتفع) ويستدل الباحث من نتائج الجدول (10) ان العاملين في الجامعة المبحوثة يسعون الى تقديم افضل الخدمات للطلبة ، وتحقيق التعامل الجيد معهم ، بما يعزز مكانتهم في المجتمع ، إضافة الى سعيها لتضمين مناهجها العلمية لتخصصات مطلوبة في سوق العمل ، وينبغي عليها زيادة برامجها التعليمية وحسب حاجة المجتمع ، ومما ينبغي الإشارة اليه هو ان متغير المكانة الذهنية للمنظمة حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً (4.18)، بانحراف معياري (0.76)، وشدة إجابة بلغت (83.57%) وحصل على مستوى إجابة (مرتفع) مما يدل بشكل عام على إدراك الموظفين في الجامعة المبحوثة بقوة توافر ابعاد المكانة الذهنية للمنظمة في الجامعة المبحوثة في محافظة كربلاء المقدسة.

ثانياً - إختبار فرضيات البحث

لغرض أختبار فرضية علاقات الارتباط بين متغيرات البحث أستخدم الباحثان بأستخدام مصفوفة الارتباط (معاملات الارتباط البسيط "Pearson") ، للتحقق من قوة واتجاه تلك العلاقة ، أما اختبار فرضية التأثير فجرى بأستخدام معامل الانحدار البسيط .

1 - أختبار علاقات الارتباط

الفرضية الرئيسية الأولى : تنص (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها) ، وينبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية : -

- أ- (H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين النزاهة والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- (H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين النزاهة والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- ب- (H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرحمة والشعور بالامتنان والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- (H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرحمة والشعور بالامتنان والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- ت- (H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التواصل ونكران الذات والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- (H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التواصل ونكران الذات والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- ث- (H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المسائلة والانضباط الذاتي والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- (H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المسائلة والانضباط الذاتي والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.
- ج- (H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التصور والشجاعة الاخلاقية والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.

(H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التصور والشجاعة الاخلاقية والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها.

يظهر الجدول (11) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) التي تختبر الفرضية الفرعية الأولى ، وقبل الدخول في اختبار هذه الفرضية فأن الجدول (11) يشير أيضاً إلى حجم العينة (83) ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (Sig.) الذي يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط عن طريق مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير أن يظهر قيمها. فإذا ظهر وجود علامة (*) على معامل الارتباط فأن هذا يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (5%)، أما في حال وجود علامة (***) على معامل الارتباط فان ذلك يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (1%).

الجدول (11) مصفوفة معاملات الارتباط بين القيادة بالقيم و المكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها

المكانة الذهنية للمنظمة	الرغبة	السلوك	التأثير	الدوافع	الإدراك	المتغير التابع (المكانة الذهنية للمنظمة)	
						المتغير المستقل (القيادة بالقيم)	
0.510	0.355	0.304	0.314	0.239	0.241	Pearson Correlation	النزاهة
0.000	0.001	0.005	0.004	0.030	0.028	Sig. (2-tailed)	
0.546	0.361	0.332	0.461	0.293	0.131	Pearson Correlation	الرحمة والشعور بالأمتنان
0.000	0.001	0.002	0.000	0.007	0.238	Sig. (2-tailed)	
0.631	0.491	0.433	0.450	0.314	0.105	Pearson Correlation	التواضع ونكران الذات
0.000	0.000	0.000	0.000	0.004	0.344	Sig. (2-tailed)	
0.535	0.400	0.424	0.350	0.214	0.113	Pearson Correlation	المساءلة والأنضباط الذاتي
0.000	0.000	0.000	0.001	0.052	0.308	Sig. (2-tailed)	
0.631	0.341	0.540	0.316	0.219	0.339	Pearson Correlation	التصور والشجاعة الأخلاقية
0.000	0.002	0.000	0.004	0.047	0.002	Sig. (2-tailed)	
0.772	0.532	0.540	0.522	0.352	0.244	Pearson Correlation	القيادة بالقيم
0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.026	Sig. (2-tailed)	

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

N = 83

1 - الفرضية الفرعية الأولى: يظهر جدول مصفوفة الارتباط (11) الذي أختبر الفرضية الفرعية الأولى بأن هناك علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (5%) بين بعد النزاهة وكل من بعد الإدراك والدوافع ، إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.239 و 0.241) على التوالي. أما علاقة ارتباط بعد النزاهة مع كل من التأثير والسلوك والرغبة فقد كانت علاقات معنوية عند مستوى (1%) ، إذ بلغت (0.314 و 0.304 و 0.355) على التوالي. وبشكل عام كانت هناك علاقة ارتباط موجبة بين بعد النزاهة ومتغير المكانة الذهنية للمنظمة، إذ بلغت (0.510) وهي علاقة معنوية عند

مستوى (1%) . تدل النتائج على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) الأولى , بمعنى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين النزاهة والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها) ، وهذا يدل على أن الجامعة المبحوثة يمكنها الاستفادة من نزاهة قادتها في مجال تعزيز مكانتها الذهنية لدى الطلبة.

2 - الفرضية الفرعية الثانية: ثم قام الباحث بأختبار الفرضية الفرعية الثانية ، يظهر جدول مصفوفة الارتباط (11) الذي أختبر الفرضية الفرعية الثانية بأن هناك علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بعد الرحمة والشعور بالأمتنان وكل أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة عدا بعد الإدراك ، إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهم (0.293 و0.461 و0.332 و0.361) على التوالي , أما علاقة ارتباط بعد الرحمة والشعور بالأمتنان والإدراك فلم تكن معنوية عند مستوى (1% او 5%) ، إذ بلغت (0.131). وبشكل عام كانت هناك علاقة ارتباط موجبة بين بعد الرحمة والشعور بالأمتنان ومتغير المكانة الذهنية للمنظمة ، إذ بلغت (0.546) وهي علاقة معنوية عند مستوى (1%). تدل النتائج على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) الثانية , بمعنى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الرحمة والشعور بالأمتنان والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها)، وهذا يدل على أن الجامعة المبحوثة يمكنها الاستفادة من تعاطف قادتها مع العاملين لغرض تعزيز مكانتها الذهنية لدى الطلبة.

3- الفرضية الفرعية الثالثة: يظهر جدول مصفوفة الارتباط (11) أختبار الفرضية الفرعية الثالثة ، ويتبين بأن هناك علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بعد التواصل ونكران الذات وكل أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة عدا بعد الإدراك ، إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهم (0.314 و0.450 و0.433 و0.491) على التوالي , أما علاقة ارتباط بعد التواصل ونكران الذات والإدراك فلم تكن معنوية عند مستوى (1% او 5%) ، إذ بلغت (0.105). وبشكل عام كانت هناك علاقة ارتباط موجبة بين بعد التواصل ونكران الذات ومتغير المكانة الذهنية للمنظمة، إذ بلغت (0.631) وهي علاقة معنوية عند مستوى (1%)، تدل النتائج على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) الثالثة , بمعنى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد التواصل ونكران الذات والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها)، وهذا يدل على إمكانية الاستفادة من التواصل ونكران الذات التي يتمتع بها قادة الجامعة المبحوثة لغرض تعزيز مكانتها الذهنية لدى الطلبة.

4- الفرضية الفرعية الرابعة: يظهر جدول مصفوفة الارتباط (11) إختبار الفرضية الفرعية الرابعة ، ويتبين بأن هناك علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بعد المساءلة والانضباط الذاتي وكل أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة عدا بعدي الإدراك والدوافع، إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهم (0.350 و0.424 و0.400) على التوالي , أما علاقة ارتباط بعد المساءلة والانضباط الذاتي وبعدي الإدراك والدوافع فلم تكن معنوية عند مستوى (1% او 5%) ، إذ بلغت (0.113 و0.214) على التوالي , وبشكل عام كانت هناك علاقة ارتباط موجبة بين بعد المساءلة والانضباط الذاتي ومتغير المكانة الذهنية للمنظمة، إذ بلغت (0.535) وهي علاقة معنوية عند مستوى (1%). تدل النتائج على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) الرابعة , بمعنى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد المساءلة والانضباط الذاتي والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها)، وهذا يدل على إمكانية الاستفادة من المساءلة والانضباط الذاتي في تعزيز مكانة الجامعة المبحوثة الذهنية لدى الطلبة.

5 - الفرضية الفرعية الخامسة : ويبين جدول مصفوفة الارتباط (11) أختبار الفرضية الفرعية الخامسة، ويتبين بأن هناك علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بعد التصور والشجاعة الأخلاقية وكل أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة عدا بعد الدوافع، إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهم (0.339 و0.316 و0.540 و0.341) على التوالي , أما علاقة ارتباط بعد التصور والشجاعة الأخلاقية وبعد الدوافع كانت معنوية عند مستوى (5%) ، إذ بلغت (0.219). وبشكل عام كانت هناك علاقة ارتباط موجبة بين بعد التصور والشجاعة الأخلاقية ومتغير المكانة الذهنية للمنظمة، إذ

بلغت (0.631) وهي علاقة معنوية عند مستوى (1%) ، تدل النتائج على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) الخامسة بمعنى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد التصور والشجاعة الأخلاقية والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها)، وهذا يدل على إمكانية الإستفادة من تصورات القادة وشجاعتهم الأخلاقية في تعزيز مكانة الجامعة المبحوثة في أذهان الطلبة.

بعد أن قام الباحثان بأختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الأولى قام بأختبار الفرضية الرئيسة الأولى منطلقاً من الفرضيتين أدناه :

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها

(H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها

يظهر جدول مصفوفة الارتباط (11) أختبار الفرضية الرئيسة الأولى، ويتبين بأن هناك علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين متغير القيادة بالقيم وكل أبعاد المكانة الذهنية للمنظمة عدا بعد الإدراك، إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهم (0.352 و 0.522 و 0.540 و 0.532) على التوالي، أما علاقة ارتباط متغير القيادة بالقيم وبعد الإدراك فقد كانت معنوية عند مستوى (5%) ، إذ بلغت (0.244).

وبشكل عام كانت هناك علاقة ارتباط موجبة بين متغير القيادة بالقيم ومتغير المكانة الذهنية للمنظمة، إذ بلغت (0.772) وهي علاقة معنوية عند مستوى (1%)، تدل النتائج على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) بمعنى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيادة بالقيم والمكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها)، وهذا يدل على إمكانية الإستفادة من القيادة بالقيم في تعزيز مكانة الجامعة المبحوثة في أذهان الطلبة.

ثالثاً:- اختبار فرضيات التأثير

أعتمد الباحثان في إجراء اختبار التأثير على استخدام معامل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis)، وسيجري قياس القوة التأثيرية للمتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد عن طريق قياس معنوية قيمة (t) المحسوبة لمعامل الانحدار البسيط، وسيجري التأكد من معنوية إنموذج الانحدار عن طريق قيمة (F) ، كما أستخدام معامل التحديد (R^2) لقياس القوة التفسيرية للمتغيرات المستقلة في المتغير التابع، وعن طريق البرنامج الاحصائي (SPSS V.23).
الفرضية الرئيسة الثانية : تنص (لا تؤثر القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة بأبعادها) وينبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

1- الفرضية الفرعية الأولى

(H0) لا تؤثر النزاهة في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

(H1) تؤثر النزاهة في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

الجدول (12) أختبار الفرضية الفرعية الأولى

قيمة R^2	قيمة F المحسوبة ومستوى معنويتها		قيمة t المحسوبة ومستوى معنويتها		المكانة الذهنية للمنظمة		المتغير المعتمد
	مستوى معنويتها	قيمة F	مستوى معنويتها	قيمة t	β	α	
0.26	0.000	28.52	0.000	5.34	0.194	3.57	النزاهة
							القرار
							نرفض فرضية العدم

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (12)

1- تؤثر نزاهة القائد بصورة إيجابية في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى الطلبة بمقدار (0.194)، وهذا يعني انه كلما زاد الأهتمام بتعزيز نزاهة القائد بمقدار وحدة واحدة ، فإن المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ستزداد بمقدار (0.194).

2- علما إن هذا التأثير كان معنويا عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، لان قيمة (t) المحسوبة لمعامل الانحدار بلغت (5.34) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور .

3- بلغت قيمة (F) المحسوبة والتي تقيس معنوية أنموذج الانحدار (28.52) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، مما يدل على ثبوت معنوية إنموذج الانحدار

4- بلغت القوة التفسيرية لأنموذج الانحدار (R^2) (0.26)، وهذا يعني أن نزاهة القائد تفسر ما نسبته (26%) من التغيرات التي تطرأ في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ، اما النسبة المتبقية فتعود لعوامل أخرى غير داخلية في الأنموذج ، إن النتائج المذكورة تدعم الاعتقاد بوجود تأثير معنوي لنزاهة القائد في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى طلابها ، الأمر الذي يدفع الباحثان الى رفض فرضية العدم (H_0)، وقبول الفرضية البديلة (H_1) بمعنى تؤثر النزاهة في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة

2- الفرضية الفرعية الثانية

(H_0) لا تؤثر الرحمة والشعور بالامتنان في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

(H_1) تؤثر الرحمة والشعور بالامتنان في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

الجدول (13) اختبار الفرضية الفرعية الثانية

قيمة R^2	قيمة F المحسوبة ومستوى معنويتها		قيمة t المحسوبة ومستوى معنويتها		المكانة الذهنية للمنظمة		المتغير المعتمد
	قيمة F	مستوى معنويتها	قيمة t	مستوى معنويتها	β	α	
0.30	34.41	0.000	5.87	0.000	0.195	3.60	المتغير المستقل الرحمة والشعور بالامتنان
نرفض فرضية العدم							القرار

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (13):

1- تحقق الرحمة والشعور بالامتنان تأثيرا إيجابيا في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى الطلبة بمقدار (0.195)، وهذا يعني أنه كلما زاد الأهتمام بتعزيز شعور القائد بالرحمة والامتنان من العاملين معه بمقدار وحدة واحدة ، فان المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ستزداد بمقدار (0.195).

2- علما إن هذا التأثير كان معنويا عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، لأن قيمة (t) المحسوبة لمعامل الانحدار بلغت (5.87) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور .

3- بلغت قيمة (F) المحسوبة والتي تقيس معنوية أنموذج الانحدار (34.41) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، مما يدل على ثبوت معنوية أنموذج الانحدار

4- بلغت القوة التفسيرية لأنموذج الانحدار (R^2) (0.30)، وهذا يعني أن شعور القائد بالرحمة وأمتنانه من الآخرين تفسر ما نسبته (30%) من التغيرات التي تطرأ في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ، أما النسبة المتبقية فتعود لعوامل أخرى غير داخلية في الأنموذج ، إن النتائج المذكورة تدعم الاعتقاد بوجود تأثير معنوي للرحمة والشعور بالامتنان للقائد في

تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى طلابها ، الأمر الذي يدفع الباحثان الى رفض فرضية العدم (H_0)، وقبول الفرضية البديلة (H_1) بمعنى تؤثر الرحمة والشعور بالامتنان في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة

3- الفرضية الفرعية الثالثة

(H_0) لا يؤثر التواضع ونكران الذات في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

(H_1) يؤثر التواضع ونكران الذات في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

الجدول (14) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

قيمة R^2	قيمة F المحسوبة ومستوى معنويتها		قيمة t المحسوبة ومستوى معنويتها		المكانة الذهنية للمنظمة		المتغير المعتمد / المتغير المستقل
	قيمة F	مستوى معنويتها	قيمة t	مستوى معنويتها	β	α	
0.40	53.55	0.000	7.32	0.000	0.31	3.19	التواضع ونكران الذات
							القرار / نرفض فرضية العدم

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (14):

1- يؤثر التواضع ونكران الذات تأثيرا إيجابيا في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى الطلبة بمقدار (0.31)، وهذا يعني انه كلما زاد الاهتمام بتعزيز تواضع القادة ونكرانهم لذاتهم بمقدار وحدة واحدة، فان المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ستزداد بمقدار (0.31).

2- ان هذا التأثير كان معنويا عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، لان قيمة (t) المحسوبة لمعامل الانحدار بلغت (7.32) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.

3- بلغت قيمة (F) المحسوبة والتي تقيس معنوية أنموذج الانحدار (53.55) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، مما يدل على ثبوت معنوية انموذج الانحدار

4- بلغت القوة التفسيرية لأنموذج الانحدار (R^2) (0.40)، وهذا يعني أن تواضع القائد ونكرانه لذاته تفسر ما نسبته (40%) من التغيرات التي تطرأ في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة ، أما النسبة المتبقية فتعود لعوامل أخرى غير داخلية في الأنموذج ، إن النتائج المذكورة تدعم الاعتقاد بوجود تأثير معنوي للتواضع ونكران الذات للقائد في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى طلابها ، الأمر الذي يدفع الباحثان الى رفض فرضية العدم (H_0)، وقبول الفرضية البديلة (H_1) بمعنى يؤثر التواضع ونكران الذات في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

4- الفرضية الفرعية الرابعة

(H_0) لا تؤثر المساءلة والانضباط الذاتي في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

(H_1) تؤثر المساءلة والانضباط الذاتي في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

الجدول (15) اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

قيمة R^2	قيمة F المحسوبة ومستوى معنويتها		قيمة t المحسوبة ومستوى معنويتها		المكانة الذهنية للمنظمة		المتغير المعتمد / المتغير المستقل
	قيمة F	مستوى معنويتها	قيمة t	مستوى معنويتها	β	α	
0.28	32.48	0.000	5.70	0.000	0.21	3.51	المساءلة والانضباط الذاتي
							القرار / نرفض فرضية العدم

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (15) :

- 1- تحقق المساءلة والأنضباط الذاتي تأثيراً إيجابياً في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى الطلبة بمقدار (0.21)، وهذا يعني أنه كلما أهتم القادة بتعزيز إنضباطهم الذاتي بمقدار وحدة واحدة، فإن المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة في نفوس طلابها ستزداد بمقدار (0.21).
- 2- إن هذا التأثير كان معنوياً عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، لأن قيمة (t) المحسوبة لمعامل الأندحر بلغت (5.70) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.
- 3- بلغت قيمة (F) المحسوبة والتي تقيس معنوية أنموذج الأندحر (32.48) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، مما يدل على ثبوت معنوية أنموذج الإندحر.
- 4- بلغت القوة التفسيرية لأنموذج الأندحر (R^2) (0.28)، وهذا يعني أن الأنضباط الذاتي للقائد يفسر ما نسبته (28%) من التغيرات التي تطرأ في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة، أما النسبة المتبقية فتعود لعوامل أخرى غير داخلية في الأنموذج، إن النتائج المذكورة تدعم الاعتقاد بوجود تأثير معنوي للأنضباط الذاتي في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى طلابها، الأمر الذي يدفع الباحثان إلى رفض فرضية العدم (H_0)، وقبول الفرضية البديلة (H_1) بمعنى تؤثر المساءلة والأنضباط الذاتي في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.
- 5- الفرضية الفرعية الخامسة
- (H_0) لا يؤثر التصور والشجاعة الأخلاقية في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.
- (H_1) يؤثر التصور والشجاعة الأخلاقية في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

الجدول (16) اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

قيمة R^2	قيمة F المحسوبة ومستوى معنويتها		قيمة t المحسوبة ومستوى معنويتها		المكانة الذهنية للمنظمة		المتغير المعتمد المتغير المستقل
	قيمة F	مستوى معنويتها	قيمة t	مستوى معنويتها	β	α	
0.40	53.67	0.000	7.32	0.000	0.36	2.77	التصور والشجاعة الأخلاقية
نرفض فرضية العدم							القرار

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (16):

- 1- يحقق التصور والشجاعة الأخلاقية تأثيراً إيجابياً في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى الطلبة بمقدار (0.36)، يعني أنه كلما أهتم القادة بتعزيز تصوراتهم وشجاعتهم الأخلاقية بمقدار وحدة واحدة، فإن المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة في نفوس طلابها ستزداد بمقدار (0.36).
- 2- إن هذا التأثير كان معنوياً عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، لأن قيمة (t) المحسوبة لمعامل الأندحر بلغت (7.32) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.
- 3- بلغت قيمة (F) المحسوبة والتي تقيس معنوية أنموذج الأندحر (53.67) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، مما يدل على ثبوت معنوية إنموذج الأندحر.
- 4- بلغت القوة التفسيرية لأنموذج الأندحر (R^2) (0.40)، وهذا يعني أن التصور والشجاعة الأخلاقية للقائد تفسر ما نسبته (40%) من التغيرات التي تطرأ في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة، أما النسبة المتبقية فتعود لعوامل أخرى غير

داخلة في النموذج ، إن النتائج المذكورة تدعم الاعتقاد بوجود تأثير معنوي للتصورات والشجاعة الاخلاقية في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى طلابها، الأمر الذي يدفع الباحثان الى رفض فرضية العدم (H_0)، وقبول الفرضية البديلة (H_1) بمعنى يؤثر التصور والشجاعة الأخلاقية في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة ، بعد أن تأكد الباحثان من رفض فرضيات العدم بالنسبة للفرضيات الفرعية، قرر اختبار الفرضية الرئيسية الثانية بشكل أجمالي وعلى النحو الآتي: -

(H_0) لا تؤثر القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

(H_1) تؤثر القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

الجدول (17) اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

قيمة R^2	قيمة F المحسوبة ومستوى معنويتها		قيمة t المحسوبة ومستوى معنويتها		المكانة الذهنية للمنظمة		المتغير المعتمد
	مستوى معنويتها	قيمة F	مستوى معنويتها	قيمة t	β	α	
0.60	0.000	119.44	0.000	10.93	0.45	2.70	القيادة بالقيم
نرفض فرضية العدم							القرار

المصدر من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (17) :

- أ- تؤثر القيادة بالقيم تأثيراً إيجابياً في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى الطلبة بمقدار (0.45)، وهذا يعني أنه كلما زاد الأهتمام بالقيادة بالقيم في الجامعة المبحوثة بمقدار وحدة واحدة، فإن المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة في نفوس طلابها ستزداد بمقدار (0.45).
- ب- إن هذا التأثير كان معنوياً عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، لأن قيمة (t) المحسوبة لمعامل الإنحدار بلغت (10.93) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.
- ت- بلغت قيمة (F) المحسوبة والتي تقيس معنوية نموذج الإنحدار (119.44) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (1%) أي بدرجة ثقة (99%)، مما يدل على ثبوت معنوية نموذج الأنحدار
- ث- بلغت القوة التفسيرية لأنموذج الانحدار (R^2) (0.60)، وهذا يعني ان القيادة بالقيم تفسر ما نسبته (60%) من التغيرات التي تطرأ في المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة في نفوس طلابها، أما النسبة المتبقية فتعود لعوامل أخرى غير داخلة في النموذج ، إن النتائج المذكورة تدعم الاعتقاد بوجود تأثير معنوي للقيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للجامعة المبحوثة لدى طلابها ، الأمر الذي يدفع الباحثان الى رفض فرضية العدم (H_0)، وقبول الفرضية البديلة (H_1) بمعنى تؤثر القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً - الاستنتاجات :

- أ- الاستنتاجات ذات الصلة بالمتغير المستقل (القيادة بالقيم)
- 1- تسعى الجامعة لتوظيف قادة لديهم خيال وتصور واسع وشجاعة أخلاقية ، وهذا يعني إن الجامعة المبحوثة تسعى للأعتماد على قدرات قادتها في سبيل تحقيق رؤيتها المستقبلية وبما يسهم في تطوير عمل الموظفين.
- 2- إهتمام قادة الجامعة المبحوثة بالعمل على تلبية مصالح موظفيها وطلبتها عند اتخاذ القرارات

- 3- إدراك قادة الجامعة المبحوثة بأهمية التعامل بتواضع مع الموظفين والطلبة ، وذلك إنطلاقاً من المبادئ والقيم الأخلاقية والتربوية القائمة على أساسها .
- 4- السعي الجاد لقادة الجامعة المبحوثة للأستماع بأهتمام للموظفين عند حدوث أي مشكلة إدارية أو تنظيمية .
- 5- حرص قادة الجامعة المبحوثة على ضرورة تنمية الرقابة الذاتية للألتزام بمواعيد العمل الرسمية وليس الأعتداف فقط على الإجراءات الرسمية .

ب- الأستنتاجات ذات الصلة بالمتغير التابع (المكانة الذهنية للمنظمة)

- 1- سعي الجامعة المبحوثة الى جذب الطلبة للأنتساب اليها بخلق الدافع الذاتي لديهم دون التوجه للجامعات الأخرى (الحكومية او الأهلية) في المحافظة.
- 2- إدراك الجامعة المبحوثة بأن شعور الطلبة بأنتمائهم لها يحقق لهم مكانة أجتماعية جيدة ذات سمعة طيبة .
- 3- إهتمام الجامعة المبحوثة بتلبية حاجات ورغبات الطلبة ، يساهم في تشجيعهم وأندفاعهم للأنتظام بالدراسة فيها .
- 4- سعي الجامعة المبحوثة للتأثير في طلبتها بهدف خلق مكانة جيدة في أذهانهم ، بادراكها لأهمية جودة الخدمات ودقة المعلومات المقدمة لهم وعدم تضليلهم.
- 5- إدراك الجامعة المبحوثة بضرورة أستخدام الوسائل الترويجية المؤثرة لتحقيق مكانة ذهنية متميزة لها في نفوس الطلبة ، ومن ثم تشجيعهم لغرض الأنتساب لها.

ثانياً . التوصيات

أ- التوصيات ذات الصلة بالمتغير المستقل (القيادة بالقيم)

- 1- زيادة إهتمام قادة الجامعة المبحوثة بنظام المكافأة عن طريق تفعيله مادياً ومعنوياً ، بعده يشكل حافزاً قوياً لزيادة إلتزام الموظفين بأداء عملهم بأفضل صورة ممكنة .
- 2- التأكيد على قادة الجامعة المبحوثة بضرورة الأهتمام بالعدالة والمساواة في توزيع المهام بين الموظفين عن طريق أعتداف الأختصاص والخبرة أساساً في توزيع تلك المهام .
- 3- يجب على قادة الجامعة المبحوثة مسائلة ومحاسبة الموظفين عند إرتكابهم الأخطاء ، فضلاً عن توجيه التنبهات لهم بعدم تكرار الخطأ بتبني مبدأ العقاب والثواب .
- 4- ضرورة التأكيد على قادة الجامعة المبحوثة بمنح الثقة للموظفين والعمل على رفع الحواجز فيما بينهم بتبني آراءهم ومقترحاتهم ، فضلاً عن مشاركتهم بأخذ القرارات .
- 5- ضرورة قيام إدارة الجامعة المبحوثة بأقامة دورات تدريبية لموظفيها من أجل رفع قدراتهم ومهاراتهم في أداء مهامهم الوظيفية بكفاءة بإعداد البرامج التدريبية وتحت إشراف كوادف متخصصة إدارياً وقنياً

ب- التوصيات ذات الصلة بالمتغير التابع (المكانة الذهنية للمنظمة)

- 1- التأكيد على الجامعة المبحوثة بمعاملة الطلبة بمرونة عالية وتقديم جميع التسهيلات لهم ، فضلاً عن تسهيل الإجراءات الروتينية والعمل على تقليصها .
- 2- زيادة جهود الجامعة المبحوثة بتحسين علاقتها مع طلبتها ، ليساهموا بالترويج لها والعمل على دفع الطلبة الجدد للأنتماء اليها .
- 3- التأكيد على الجامعة المبحوثة بزيادة الدورات والبرامج التدريبية والتعليمية للطلبة ، كونها تعمل على زيادة رغبتهم في الأنتساب اليها .

- 4- التأكيد على موظفين الجامعة المبحوثة بأحترام الطلبة وتقبل آرائهم وأفكارهم التي يطرحونها لكونها تساعد بتعزيز مكانتها الذهنية لديهم .
- 5- تعزيز فكرة حاجة التعلم لدى الطلبة بعديها العنصر الأساسي في تعاملهم مع الجامعة المبحوثة وذلك أيماناً منهم برقيّ مستواهم العلمي

أولا :- العربية

المصادر

أ - الكتب

- 1- البكري، ثامر ياسر، ادارة التسويق ، ط4 ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011.
- 2 - الزعبي ، علي فلاح ، ادارة التسويق ، ط 1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009.
- 3- شومان ، أيناكس رأفت مامون ، التسويق وادارة الأعلان ، ط 1 ، دار الفكر ، عمان، 2010 .
- 4- الضمور، هاني حامد، تسويق الخدمات ، ط 1، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2002.
- 5 - عبد الفتاح ، عز حسن ، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاحصاء الاستدلالي، دار خوارزم العلمية للنشر ، جدة ، 2008.
- 6- عبيدات ، محمد ، سلوك المستهلك - مدخل سلوكي ، ط 2 ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2002.
- 7- عوجة ، علي و فريد ، كريمان ، إدارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية وادارة الازمات ، ط 1، عالم الكتب ، القاهرة ، 2005.
- 8- فلية ، عبد المجيد و عبد المجيد، محمد ، السلوك التنظيمي في المؤسسات التعليمية ، ط 2 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009 .
- 9- القريوتي، محمد قاسم ، السلوك التنظيمي دراسة السلوك الانساني الفردي والجماعي في المنظمات المختلفة ، ط 3 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2000.
- 10- كوفي ، ستيفن آر ، القيادة المرتكزة على المبادئ ، ط1، مكتبة جرير ، الرياض ، 2013
- 11- معلا ، ناجي ، إدارة علامات الشهرة ، ط1، دار زمزم للنشر ، عمان ، 2013.
- 12- نجم ، عبود نجم ، القيادة الادارية في القرن الواحد والعشرين ، ط 1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011.
- 13 - النسور ، اياد عبد الفتاح ، الاصول العلمية للتسويق الحديث ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010.

ب - البحوث والدوريات والمقالات

- 14 - حمودي ، وجدان حسن والطناني ، هبة محمد حسين ، دور ابعاد المعرفة التسويقية في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة ، دراسة استطلاعية في الشركة العامة لصناعة الادوية والمستلزمات الطبية في محافظة نينوى ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد 10 ، العدد 31 ، 2014.
- 15- الحوري، فالح عبد القادر والزيادات ، ممدوح وعباينه ، هائل ، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية - دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الاردنية ، مجلة شؤون اجتماعية ، المجلد 31 ، العدد 121 ، 2009 .

- 16- السقاف ، صفون أمين سعيد و أبو سن ، أحمد ابراهيم ، أثر القيادة بالقيم على الولاء التنظيمي ، حالة تطبيقية على منظمات الاعمال اليمنية ، مجلة العلوم الاقتصادية ، المجلد 16 ، العدد1 ، 2015 .
- 17- السكارنة، بلال خلف، اخلاقيات العمل واثرها في ادارة الصورة الذهنية في منظمات الاعمال، دراسة ميدانية على شركات الاتصالات الاردنية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد33، 2012.
- 18 - عبد الأمير ، صفاء عبد علي ، دور القدرات التكنولوجية في العلاقة بين القيادة الخلاقة والصورة الذهنية للمنظمة ، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، المجلد 15 ، العدد 59 ، 2019 .
- 19- العتيبي ، مشاعل بنت نزياب ، الإدارة بالقيم وتحقيق التوافق القيمي في المنظمات ، دراسة مقدمة الى المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية ، الرياض ، 2009 .

ت - الرسائل والاطارح

- 20 - الأسدي ، محمد رسول علي ، دور القيادة بالقيم في تعزيز قدرات الموارد البشرية الاستراتيجية ، دراسة تحليلية لأراء عينة من موظفي الشركة العامة للتجهيزات الزراعية في بغداد ، رسالة ماجستير ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، 2016 .
- 21 - - أعراب ، عمورات ، دور التسويق الداخلي في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات البنكية ، دراسة مقارنة بين بعض البنوك الجزائرية والأجنبية في السوق الجزائرية ، أطروحة دكتورا منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس ، 2019 .
- 22 - الشياح ، حسام حسين ، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن ، دراسة مقارنة لمجموعة من المصارف التجارية الحكومية والاهلية ، رسالة ماجستير ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، 2008.
- 23- العامري، عذراء هادي كاظم ، دور العرض البصري في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة- دراسة تحليلية لأراء بعض العاملين في المجمعات التجارية في مركز محافظة بابل ، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، 2015 .
- 24 - عبد الحكيم ، مقدر، القيادة بالقيم وعلاقتها بجودة حياة العمل ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2018.
- 25- العزاوي ، محمد عبد الوهاب محمد ، ابعاد الجودة وتطوير المنتج واثرها في تعزيز مكانة الاطار في ذهن المستهلك العراقي ، اطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الموصل ، 2002.
- 26- كردي ، احمد السيد طه، ادارة الصورة الذهنية للمنظمات في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من شركات الادوية المصرية، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة بنها ، 2011.

1 - Cooper, D.R. & Schindler, P.S. Business research methods (12th edn).

Boston:McGraw-Hill. (2014).

2- Daft, R. L , Organization Theory and Design, south - western Thomson, 8th ed, ohio, VSA , 2004 .

3- Daft, R.L , Organisational theory and design. 10 edition. Mason: South-Western Cengage Learning Publishing. 2010.

- 4-Fairholm, Matthew R, & Gilbert W. Fairholm , Understanding leadership perspectives: Theoretical and practical approaches , Springer Science & Business Media, 2009.
- 5-Klatt, M. & Hiebert, B. The encyclopaedia of leadership: A practical guide to classic and contemporary leadership theories and techniques , New York: McGraw-Hill. 2001.
- 6-Kouzes, J. & Posner, B The leadership challenge: How to make extraordinary things happen in organisations, 5 th edition. San Francisco: Jossey-Bass , 2012.
- 7-Kouzes , J & Posner, B. The leadership challenge , 4 th edition. A summary of the original text , Audio-Tech Business Book Summaries, 2008.
- 8-Levey , Tim, The Next Wave in Marketing Software , 2000.
- 9-Larson, Eric. V& Darilek, Richard. E & Gibran, Daniel & Nichiporuk, Brian and Richardson, Amy & Schwartz, Lowell. H & Thurston, Cathryn, Quantic," Foundations of Effective Influence Operations A Framework for Enhancing Army Capabilities", The RAND Corporation, 2009.
- 10- Mcshane, Steven, L& Von Glinow ,Mary Ann, "Organizational Behavior", 3ed, Mc Graw-Hill Irwin, 2005.
- 11-Raju, M.S., et. Al , Consumer Behavior Concept, Applications and Cases, Vikas Publishing House, Pvt Ltd , New Delhi, 2004.
- 12-Scandure , Terria , Essentials of organization Behavior , Los Angeles , London , New Delhi , 2016.
- 13-Sekrana,Uma "Research methods for business, A skill building approach",4th ed. John Wiley & Sons, Inc(2003)..
- 14-Taylor, Davis H, The Power of Values-based Leadership , 2011.
- 15-Wiseman , Bruce , product positioning , 2003.
- 16-Calder, B. Educational leadership with a vision. Proquest Educational Journals. 12(2):81-89. 2006.
- 17-Hashem, Tareq N & Al-Rifai, Nahla A, The Influence of Applying Green Marketing Mix by Chemical Industries Companies in Three Arab States in West Asia on Consumer's Mental Image, International Journal of Business and Social Science, the special issue on Behavioral and Social Science, Centre for Promoting Ideas, USA , Vol. 2 No. 3,2011
- 18-Jandaghi, Gholamreza & Mehranjani, Razieh Nafari & Seresht, Mahdi Nik & Mokhles, Ali, Studying The Effect of Brand Loyalty on Customer Service in Kerman Asia Insurance Company, Australian Journal of Business and Management Research, Vol.1 No.6, 2011.
- 19-Lai, Emily. R," Motivation: A Literature Review ",Research Report, April, 2011.

- 20-Mccuddy , Michael , fundamental moral orientations : implications for values based leadership , the journal of values-based leadership, vol 1 , iss 1 ,valparasio university , USA, 2008.
- 21- Northouse, Peter G. Leadership: Theory and practice. Sage publications, 2018.
- 22-Ozlati, E & Nasr, T, Regeneration of Historical Fabrics with the Approach of Mental Image and Memory of the Places, European Online Journal of Natural and Social Sciences, Vol. (3), No. (3) , 2015.
- 23-Peregrym, D., & Wolff, R. Values-based leadership: The foundation of transformational servant leadership. The Journal of Values-Based Leadership, 6(2), 2013.
- 24-Ponnu, Cyril H. & Tennakoon, Girinda , The Association Between Ethical Leadership and Employee outcomes: the Malaysian cas, Electronic Journal of Business Ethics and organization studies, Vol. 14,2009.
- 25-Sarros, James C., and Brian K. Cooper. "Building character: A leadership essential." . Journal of Business and Psychology 21.1. 2006.
- 26-Sweeney, P.J. & Fry, L.W Character development through spiritual leadership. Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 64(2):89-107 . 2012.
- 27-Yoeli, Raya, and Izhak Berkovich. "From personal ethos to organizational vision: narratives of visionary educational leaders." Journal of Educational Administration (2010).
- 28-Bulti, T. F. Fostering collective teacher efficacy through values-based leadership in Ethiopian institutions for higher education (Doctoral dissertation).2016.

1- www.merriam-webster.com