



المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية
Iraqi Journal For
Economic Sciences



PISSN: 1812-8742

EISSN : 2791-092X

Arcif : 0.375

Digital leadership and its role in enhancing organizational reputation
An applied study at the Information Technology Center at the
Presidency of Al-Mustansiriya University

القيادة الرقمية ودورها في تعزيز السمعة التنظيمية /دراسة تطبيقية في مركز
تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية

ا.م.د ميسون عبد الكريم محمد
Maysoon_ abdul_kareem_mohammed
nm_abdula64@uomustansiriyah.edu.iq

استغفر الله رباح صالح عبد الكريم
AstagfeerllahRabah SalehAbdulKareem
astagfirallah.salih@uomustansiriyah.edu.iq

كلية الادارة و الاقتصاد/جامعة المستنصرية

Abstract:

The research aims to know the impact of digital leadership in enhancing organizational reputation in the Information Technology Center at the Presidency of Al-Mustansiriya University, through the dimensions of digital leadership represented by(digital culture creativity, persuasion), and through the basic dimensions of organizational reputation(social responsibility, products and services, Financial performance) and the research problem was represented in the main question: (Is there an effect of digital leadership in enhancing the organizational reputation in the Information Technology Center at the Presidency of Al-Mustansiriya University), and the research sample was chosen by including all workers in the Information Technology Center, as their number reached(40) Individually, and for the purpose of testing hypotheses, the researchers used the descriptive analytical method. The questionnaire form was relied upon as the main tool for collecting data, and the researchers also reached a set of results, perhaps the most prominent of which is the presence of a statistically significant impact of the digital leadership of the Information Technology Center on the organizational reputation of the university as a whole by supporting the process of digital transformation and preparing individuals with a future vision and capabilities that enable them. By innovating systems and software that help the university perform its activities efficiently and effectively, which raises it to the first ranks in the classification of Iraqi universities which is a testimony of pride and pride for all its members and students.

Keywords:digital leadership, organizational reputation, Al-Mustansiriya University.

المستخلص:

يهدف البحث الى معرفة تأثير القيادة الرقمية في تعزيز السمعة التنظيمية في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية، من خلال ابعاد القيادة الرقمية المتمثلة ب(الثقافة الرقمية الابداع الاقناع)، ومن خلال الابعاد الاساسية للسمعة التنظيمية(المسؤولية الاجتماعية،المنتجات و الخدمات الاداء المالي)، وتمثلت مشكلة البحث في تساؤل رئيس مفاده(هل هناك تأثير للقيادة الرقمية في تعزيز السمعة التنظيمية في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية)، و تم اختيار عينة البحث من خلال شمول كافة العاملين في مركز تكنولوجيا المعلومات حيث بلغ عددهم(40) فرداً ولغرض اختبار الفرضيات استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي. وتم الاعتماد على استمارة

الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، كما توصل الباحثان الى مجموعة من النتائج لعل ابرزها وجود تأثير ذو دلالة احصائية للقيادة الرقمية لمركز تكنولوجيا المعلومات على السمعة التنظيمية للجامعة ككل من خلال دعم عملية التحول الرقمي تهيئة و اعداد افراد يمتلكون رؤية مستقبلية و امكانات تمكنهم من ابتكار انظمة و برمجيات تساعد الجامعة على اداء انشطتها بكفاءة و فاعلية والذي يرقى بها الى المراتب الاولى في تصنيف الجامعات العراقية والتي تعد شهادة فخر و اعزاز لجميع منتسبيها و طلبتها.

الكلمات الرئيسية: القيادة الرقمية، السمعة التنظيمية، جامعة المستنصرية.

المقدمة:

شهد العصر الحالي ما يعرف بالثورة الصناعية الرابعة التي تميزت عن سابقتها باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي و انترنت الاشياء وغيرها من التقنيات التي اصبحت فيما بعد جزء لا يتجزأ من حياة الافراد مثل اجهزة الهاتف المحمول و تطبيقاته وهو ما خلق حاجة الى ظهور نوع جديد من انواع القيادة يعرف بالقيادة الرقمية التي تشير الى امكانية الفرد في التأثير بالسلوك الوظيفي للعاملين من خلال استخدام الادوات الرقمية و تشجيعهم و تحفيزهم على تحقيق التحول الرقمي للمنظمة التي ينتمون لها الامر الذي ينتج عن هذه القيادة نتائج ايجابية واسعة تعود بالنفع على كل من العاملين بالمنظمة و كذلك المستفيدين منها مما يمنحها قدرات جوهرية يصعب على الاخرين تقليدها و كذلك تبوؤها مركزاً تنافسياً عالياً بين اقرانها و اعتلائها للمراتب الاولى بينهم وهو ما يعرف بالسمعة التنظيمية التي تشير الى مدى ادراك اصحاب المصلحة الداخليين و الخارجييين الى القدرات الجوهرية للمنظمة والتي تميزها عن غيرها من المنظمات الاخرى و تدفعهم الى استهلاك منتجاتها و تمكينها من مواجهة الازمات و المخاطر دون الاضرار بها بشكل واسع، انطلاقاً مما سبق سعى الباحث الى الاجابة على مجموعة من التساؤلات كان ابرزها التعرف على تأثير القيادة الرقمية و ابراز دورها في تعزيز السمعة التنظيمية في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية لما لهذا المركز من دور حيوي في دعم عملية التحول الرقمي لهذه الجامعة العريقة التي تعتبر احدى اقدم الجامعات العراقية بالإضافة الى ما يمثله البحث من اهمية علمية نظرية كونه يتناول احد المجالات التي اضحت اكثر تعقيداً في عالمنا المعاصر و هو حقل السلوك الاجتماعي و السلوك التنظيمي و كذلك اهميته العلمية التطبيقية من خلال تنبيه الجامعات عامة و مراكز تكنولوجيا و تقانة المعلومات لعلاقة الارتباط و التأثير بين متغيرات البحث. تضمن البحث اربع مباحث اشار الى المنهجية فيما تطرق المبحث الثاني الى الجانب النظري ليستكمل المبحث الثالث الجانب العملي و ختاماً المبحث الرابع لاستنتاجات و توصيات البحث.

المبحث الاول / منهجية البحث

اولاً، مشكلة البحث: مركز تكنولوجيا المعلومات هو احد مراكز جامعة المستنصرية الذي يعنى بكافة الامور التقنية لغرض دعم العملية التعليمية و الادارية بكافة احتياجاتها من برامج و تطبيقات و ارشاد و توجيه تقني و ما الى ذلك، و لتحقيق هذا الغرض كان لا بد من توافر قيادة رقمية كفؤة قادرة على طرح و تطبيق الافكار الجديدة و ابتكار الانظمة المطلوبة التي تحتاجها الجامعة و بالتالي تعزيز سمعتها في بيئتها الداخلية و الخارجية الامر الذي يفرض مشكلة توفر الامكانات المادية و المعنوية المطلوبة والتي قد لا يكون من السهل توفيرها بالقدر الكافي الامر الذي يؤثر على سمعة الجامعة من وجهة نظر العاملين فيها والتي تعتبر الركيزة الاساسية لكون نجاح الجامعة في تعزيز سمعتها امام المستفيدين يبدأ من البيئة الداخلية و بعدها ينتقل الى بيئتها الخارجية، تتمثل مشكلة البحث بتساؤل رئيس مفاده (هل يوجد تأثير للقيادة الرقمية في السمعة التنظيمية في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية) والذي ينبثق منه مجموعة من التساؤلات الفرعية اهمها ما يأتي:

1. ما هو مستوى القيادة الرقمية في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية.
2. ما هو مستوى السمعة التنظيمية في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية.
3. هل توجد علاقة ارتباط او تأثير للقيادة الرقمية في السمعة التنظيمية .

ثانياً، اهمية البحث:

الاثراء المعرفي الذي يضاف لمفاهيم اصبحت ذات اهمية في الادب الاداري . رقد المكتبة العراقية و بالأخص الجامعية بمرجع يساعد الباحثين في تطوير البحث العلمي.

1. تعريف الجامعات عامة و مراكز تكنولوجيا و تقانة المعلومات بعلاقة الارتباط و التأثير بين متغيرات البحث.
2. تقديم عدد من التوصيات و الاقتراحات للمركز عينة البحث بقصد تطوير ادائه.

ثالثاً ،اهداف البحث: يكمن الهدف الرئيس للبحث في التعرف على مدى توافر وطبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (القيادة الرقمية) والمتغير التابع (السمعة التنظيمية) وتنبثق من ذلك مجموعة من الاهداف الفرعية وكالاتي:

1. التعرف على واقع القيادة الرقمية بأبعادها الفرعية في المركز المبحوث.
2. تحديد واقع السمعة التنظيمية في المركز المبحوث.
3. اختبار علاقة الارتباط و التأثير بين القيادة الرقمية و السمعة التنظيمية في المركز المبحوث.

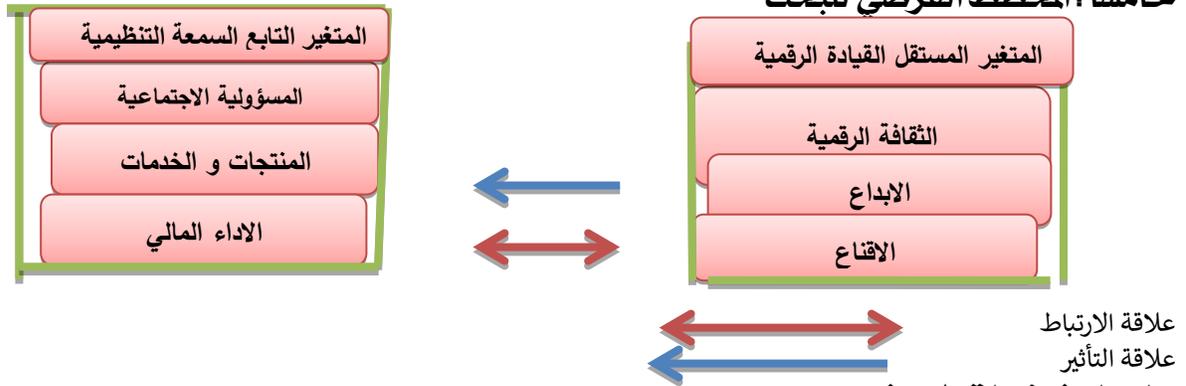
رابعاً، التعاريف الاجرائية لمتغيرات البحث و مقاييسها

1- المتغير المستقل (القيادة الرقمية): هي القدرة في التأثير على سلوك الافراد وتوجيههم وتحفيزهم نحو انجاز الاعمال المختلفة باستخدام وسائل تقنية ملموسة (HARDWARE) او غير ملموسة (SOFTWARE) بالإضافة الى كافة وسائل الذكاء الاصطناعي المتاحة والتي تسهم بشكل فعال في تحقيق اهداف الجامعة وتمنحها قدرات جوهرية تساعد على الاستمرار في البيئة التنافسية المحيطة بها. مصدر المقياس: (Zeike, etal, 2019) (Terouhid&Ries, 2016: 911-931) (Kieser, 2017: 70-75).

2- المتغير التابع (السمعة التنظيمية): هي ادراك اصحاب المصلحة الداخليون و الخارجيون حول القدرات الجوهرية و الموارد غير الملموسة للجامعة التي تميزها عن غيرها من الجامعات الاخرى و التي تساهم في تعزيز موقعها التنافسي و تمنحها القدرة على مواجهة كافة المخاطر و الازمات التي من شأنها التأثير عليها. مصدر المقياس (Fombrun, et al. 2000).

3- مركز تكنولوجيا المعلومات: هو احد مراكز جامعة المستنصرية التي تعتبر احدي تشكيلات وزارة التعليم العالي و البحث العلمي العراقية والمسؤول عن توفير الدعم التقني الى كافة اقسام و مراكز و كليات الجامعة كابتكار الانظمة و المواقع و تحويل الاجراءات التقليدية الى الكترونية تساهم في تقليل الجهد و زيادة دقة و شفافية الاعمال و دعم كافة أنشطة و اوجه التحول الرقمي.

خامساً ،المخطط الفرضي للبحث



سادساً ،فرضيات البحث:

- 1- الفرضية الرئيسة الاولى : توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين القيادة الرقمية بأبعادها و السمعة التنظيمية بأبعادها ،انبثقت عنها الفرضيات الفرعية الاتية:
 - 1.1- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين بعد الثقافة الرقمية و السمعة التنظيمية.
 - 2.1- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين بعد الابداع و السمعة التنظيمية.
 - 3.1- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين بعد الاقناع و السمعة التنظيمية.
- 2- الفرضية الرئيسة الثاني : يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للقيادة الرقمية في السمعة التنظيمية وقد انبثقت منها الفرضيات الفرعية الاتية:
 - 1.2- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لبعء الثقافة الرقمية في السمعة التنظيمية.
 - 2.2- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لبعء الابداع في السمعة التنظيمية.

3.2- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لبعث الافناع في السمعة التنظيمية.

سابعاً، حدود البحث،

1. الحدود المكانية: مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية.
2. الحدود البشرية: العاملون كافة في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية والبالغ عددهم(40)اربعون فرداً على مختلف مستوياتهم الادارية .
3. الحدود الزمانية : (2023/8/31- 2024 /5/20).

ثامناً، مجتمع وعينة البحث: تم اختيار مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية ليكون مجتمع البحث وشملت العينة جميع العاملين فيه بواقع (40) فرداً.

المبحث الثاني/الاطار النظري للبحث

اولاً، القيادة الرقمية

1- مفهوم القيادة الرقمية: نوضح في الجدول(1)بعض المفاهيم الواردة في الادب الاداري حول القيادة الرقمية:

الجدول (1) مفهوم القيادة الرقمية

ت	الباحث	المفهوم
1	الفهداوي، 2022: 246	"هي قدرة القائد على إنجاز الأهداف الخاصة بالتنظيم التابع له من خلال الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكليف القدرات والمهارات والمعرفة والخبرة بالتحكم بالتكنولوجيا للوصول إلى اتخاذ القرار الأمثل، وتقليل المخاطر وزيادة عوائد المنظمة في ظل بيئة رقمية متطورة ومنافسة رقمية حادة".
2	Buyukbese ,etal, 2022: 743	"اسلوب قيادي يهدف إلى تنفيذ وإنفاذ التحول الرقمي للمنظمة وخلق ثقافة التغيير المستدام في المنظمة من أجل قيادة المنظمة في بيئة رقمية بالكامل".
3	السبيعي و الشمراني، 2023: 1124	"القيادة التي تعمل على استثمار التكنولوجيا في تنظيم العملية الإدارية والفنية داخل المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها"
4	Karakose , 2023 : 3	"أنها نموذج قيادة قائم على التكنولوجيا يتضمن الاستخدام الفعال للتكنولوجيا لتعزيز أداء المؤسسة"

المصدر: من اعداد الباحثين

2- أهمية القيادة الرقمية، تظهر أهمية القيادة الرقمية من خلال أهميتها الاستراتيجية التي تساهم في دعم ومساندة العاملين في المؤسسات من خلال تبسيط الإجراءات الإدارية، وتسهيل عملية صنع القرار بالإضافة إلى تمكين الإدارات والقيادات من التخطيط بكفاءة وفاعلية للاستفادة من متطلبات العمل وتقديم الأعمال بجودة عالية وفقاً للمعايير الفنية والتقنية الموضوعية لغرض مواكبة متطلبات العصر وتحقيق الغاية منه، وتساعد القيادة الرقمية في إدارة المعلومات بكافة أشكالها بطريقة أكثر سهولة دون تعقيد، ومن ثم سهولة انتقالها عبر المستويات الإدارية المختلفة وسهولة الاتصال بالمؤسسات الأخرى كما تسهم القيادة الرقمية في التحول نحو مجتمع متطور يشمل التوعية والتعبئة للموارد والعمليات القيادية(العماري 2022: 207). و تلعب دوراً حيوياً في تعزيز ومساعدة العاملين في المؤسسات، وتسهيل عملية اتخاذ القرار أيضاً، من خلال تمكين الإدارات والقادة من التخطيط للاستفادة من متطلبات العمل بكفاءة و فاعلية، بالإضافة الى ذلك تساعد القيادة الرقمية على إدارة المعلومات دون تعقيد وتسهيل نقلها عبر المستويات الإدارية دون عناء واجراء اتصالات إضافية مع المنظمات الأخرى وباقي اصحاب المصلحة(كمال ومحمود، 2022 : 167). كما تعمل على المساعدة في الاحتفاظ بقاعدة بيانات رقمية عن المؤسسة ككل وتحسين الأداء وتقليل الأخطاء، توفير الوقت والجهد والمال، وتحسين المخرجات المادية والبشرية كماً ونوعاً، زيادة الترابط من خلال الأدوات الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي، ومشاركة المعلومات والممارسات المثلى بين أطراف المنظمة مما يزيد الإنتاجية والجودة، وتوفير المعلومات في الزمان والمكان المطلوبين، زيادة الشفافية وتقليل التعقيد، إزالة الهرمية والحواجز الشخصية(ابو حية2021: 16-17).

3- ابعاد القيادة الرقمية

أ- الثقافة الرقمية، لقد نتج عن التكنولوجيا نوع جديد من المنظمات اطلق عليها اصطلاحاً(بالمنظمات الرقمية)التي لا تكون مرتبطة بأي موقع جغرافي، وهذا يعني أن المنظمات الرقمية بإمكانها التواصل مع جميع اصحاب المصلحة الداخليين و الخارجيين، فضلاً عن تقديم خدماتها من خلال الشبكات والأنترنت، فعادة ما يرتبط ظهور الثقافة الرقمية بمجموعة من الممارسات القائمة على

الاستخدام المكثف لتقنيات الاتصال والتكنولوجيا، وهذه الاستخدامات تعني ضمناً سلوكيات أكثر تشاركية على جانب المستخدم، وذات بيئة غنية بكثير من المتعة وخصائص اتصال تتميز بأبعاد شخصية متميزة(الفهداوي،2022: 246-247).

ب- **الابداع**: لكي تكون القيادة الرقمية قيادة فعالة قادرة على التجديد والابتكار والإبداع والتعامل مع المتغيرات بشكل أكثر كفاءة، ينبغي أن تكون لها القدرة على صياغة الرؤى الاستراتيجية للمستقبل والوصول إلى الأهداف على المدى البعيد والقريب، من خلال تبني مقومات الإبداع والابتكار الإداري والاتصال الفعال بالمرؤوسين والتي تساهم جميعها في توجيه جهود الإدارة صوب الاتجاه الصحيح ويعد الابتكار او الإبداع التنظيمي عامل مهم في نجاح المؤسسات وتحقيق الميزة التنافسية وكذلك تحقيق الاقتصاد المتين على مستوى المجتمع وكل المؤسسات اليوم تواجه بيئة ديناميكية تتصف بالتغيرات التكنولوجية السريعة وبدورات حياة المنتج قصير الأمد وكذلك العولمة، والمنظمات تحتاج أن تكون مبتكرة ومبدعة أكثر من قبل حتى تستطيع أن تبقى وتتنافس وتنمو وتقوم(العماري،2022: 209210). بالإضافة الى ما يمثله من إمكانية المنظمة نحو تنفيذ نشاط معين من خلال تنمية الموارد غير الملموسة واكتناز المنظمات للخبرات والتجارب والمعرفة الناجمة من التعلم الاستراتيجي والعمل ضمن فريق واحد باتجاه تحقيق التميز والنجاح(مجيد و حسن، 2021 : 104).

ج- **الإقناع**: لا يمكن لأي قائد أن ينجح من دون ممارسة أو اتقان فن الإقناع إذ أن معظم الباحثين يتفقون على أن القادة هم الأفراد الذين يتولون عملية تحفيز وتوجيه والهام الآخرين والذي يعد امراً ضرورياً من خلال تعزيز قدرة الموظف وأهميته للمشاركة باتخاذ القرارات ومنحه المكافآت المادية و المعنوية التي تعزز من قدرته على الأداء الجيد في العمل ولذلك على المنظمات اعتماد وتطوير استراتيجيات متنوعة لتوصيل الموارد العاطفية والفكرية بين الموظفين لتلبية الطلب المتزايد للموظفين ولضمان سلامة البيئة الداخلية للمنظمة(الطائي و الحدراوي، 2019: 24).

ثانياً: السمعة التنظيمية : مفهوم السمعة التنظيمية: يوضح الجدول (2) بعض المفاهيم الواردة في الادب الاداري حول السمعة التنظيمية وكالاتي:

الجدول (2) مفهوم السمعة التنظيمية
المفهوم

ت	الباحث	المفهوم
1	Al-Yazidi, etal, 2022 : 5306	"المورد الأساسي غير الملموس الذي يمثل التقييم العاطفي للمنظمة كجانب من عملية البناء الاجتماعي على مر الزمن وفي وقت واحد".
2	مصطفى، 2022: 494	"أنها تصورات وانطباعات ذوي المصلحة الداخليين والخارجيين عن المنظمة ومكائنها وأنشطتها وتوقعاتهم لما ستكون عليه".
3	Siddiqui, etal, 2023: 3	"تقييم لجودة المنظمة من قبل أصحاب المصلحة (الزبائن والموظفين والمستثمرين والموردين) الذين يقارنون سلوك المنظمة بسلوك المنظمات الأخرى وتوقعاتهم الذاتية للممارسة لأنشطتها".
4	النعمي والخشاب، 2023: 346	"هي أحد الميزات التنافسية التي تستطيع المنظمة من خلالها التفوق والتميز على الآخرين وتمثل أحد أنواع الموارد غير الملموسة للمنظمة التي تعود عليها بالمنافع الإيجابية".

المصدر: من اعداد الباحثين

1- **اهمية السمعة التنظيمية**: هناك اهتمام متزايد بسمعة المنظمات في ضوء الدور الذي تلعبه السمعة الإيجابية لها في تعزيز التعاون مع اصحاب المصالح، وجذب الموظفين ذوي القيمة والاحتفاظ بهم وزيادة احتمالات بقائها أثناء الاضطرابات الاقتصادية، وتسهيل الدخول إلى الأسواق الخارجية و تُترجم السمعة الإيجابية للمنظمات إلى مزايا تنافسية وزيادة حصتها في السوق وتعمل السمعة الطيبة على تحسين الأداء المالي للمنظمة وتزيد من شهرتها وقيمتها السوقية(Golebiewska, 2021:1) وتعتبر السمعة التنظيمية كذلك من الموارد غير الملموسة والقيمة التي يمكن أن تساهم في تحقيق الميزة التنافسية وهي من الأمور المهمة التي يأخذها الباحثون عن عمل بعين الاعتبار عند التقدم لوظيفة ما لأن السمعة التنظيمية الممتازة يمكن أن تكون عامل جذب للموظفين المحتملين والاحتفاظ بهم، و أحد الجهود التي يمكن القيام بها لزيادة الاهتمام هو بناء سمعة تنظيمية إيجابية من خلال

جاذبية العلامة التجارية لصاحب العمل لتوظيف العمال (Soeling,etal,2022:2). كما تتأثر سمعة المنظمة بالتغيرات التي

تحدث في البيئة مثل العوامل السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتكنولوجية والتنافسية وتستند الى مجموعة من الصور مثل سلوك المنظمة، ورمزية المنظمة، واتصالات المنظمة(المصري،2021: 41-42).

2- ابعاد السمعة التنظيمية

أ- **المسؤولية الاجتماعية:** يشار الى أنها السعي من أجل تحقيق أهداف المنظمة من خلال التفاعل مع الآخرين داخل نظام اوسع يدعى المجتمع، كما أن الوصول إلى تشخيص شامل للمسؤولية الاجتماعية في حقيقة الامر ليس بالعملية السهلة لمنظمات الاعمال لكونها معقدة ولسببين هما (نوري ومحمد، 2020: 31):

- الأول: وجود العديد من أصحاب المصالح ذوي الاهداف المتعددة والاهداف المتباين و المتناقضة في بعض الاحيان.
- الثاني: وجود فجوة بين ما يتصوره رجال الاعمال من امكانيات يمكن أن تقدمها منظماتهم للمجتمع وبين ما يتوقعه المجتمع من هذه المنظمات.

ب- **المنتجات والخدمات:** يعتمد أي عمل تجاري حول العالم على الزبون وما تقدمه المنظمة من منتجات (سلع وخدمات) فالأرباح دائماً ما تزيد وتتناقص حسب طلبات الزبائن مما يتطلب معاملتهم كملوك و يعد رضا الزبائن في الوقت الحاضر أمراً مهماً جداً لمنتجات المنظمة لكونه يقيس مستوى التوقعات بين منتج المنظمة وتوقعات زبائنها وبالتالي سيؤثر رضاهم على المنظمة والمنتج أيضاً (Ali,etal,2021:65). فهي مجموعة من الاعراف والقيم والاجراءات التي تساعد المنظمة على تعزيز اداء خدماتها التي تقوم بها بالإضافة الى سعيها المستمر لتطوير مهارات العاملين وقابلياتهم والعمل على تلبية رغبات المستفيدين بنحو جيد وكسب رضاهم وإقامة علاقات طويلة الامد معهم(علوان و النجار، 2022: 26).

ت- **الاداء المالي:** الأداء المالي للشركات هو نظرة عامة على تقرير الوضع المالي للمنظمة على مدى فترة من الزمن لمعرفة مدى نجاح المنظمة في إنتاج الإيرادات والارياح، و تتضمن هذه المؤشرات نمو المبيعات والربحية التي تعكسها نسب مثل(العائد على الاستثمار والعائد على المبيعات والعائد على حقوق الملكية) وسعر السهم وأرباح السهم وما إلى ذلك (Kusumawardani,etal2021:3980) كما يشار الى الاداء المالي على انه كل من الفاعلية والكفاءة معاً المرتبطين بنشاط المنظمة التي تعمل على تحقيق النتائج المرجوة وفقاً للأهداف والخطط المحددة مسبقاً عن طريق استغلال الموارد الموضوعية تحت تصرف الشركة بشكل امثل(عبود و عباس، 2023 : 219).

المبحث الثاني / الجانِب العملي

اولاً: ترميز وتوصيف مقاييس البحث: المتغير المستقل Independent Variable: القيادة الرقمية الذي تم قياسه من خلال مقياس يتكون من الابعاد الاتية(الثقافة الرقمية، الابداع الافناع).

المتغير التابع Dependent Variable: السمعة التنظيمية الذي جرى قياسه عن طريق مقياس يتكون من الابعاد الاتية(المسؤولية الاجتماعية، المنتجات و الخدمات، الاداء المالي).

وبذلك سيتم تحديد رموز لجميع المتغيرات وابعادها الفرعية لسهولة تداولها في اجراءات التحليل وكما هي عليه:

الجدول (3) ترميز مقياس البحث

المتغير	البعد	الرمز	عدد الأسئلة
القيادة الرقمية X	الثقافة الرقمية	X1	3
	الابداع	X2	3
	الافناع	X3	3
السمعة التنظيمية Y	المسؤولية الاجتماعية	Y1	3
	المنتجات و الخدمات	Y2	3
	الاداء المالي	Y3	3

المصدر: من اعداد الباحثين

صدق الاتساق الداخلي Construct validity: ويشير الاتساق الداخلي(Construct validity) الى مدى جودة النتائج التي يتم الحصول عليها من استخدام مقياس ما. ولعل من أشهر الطرق استخداماً لقياس صدق البناء هي مصفوفة الارتباطات(Sekaran & Bougre 2016 :221) وبالتالي فإن الغرض من هذا الاختبار هو معرفة مدى قوة وعلاقة ارتباط الفقرات مع البعد الذي وضعت من أجله أو قياسه ولكل متغير، وذلك من خلال استخراج معامل الارتباط ومستوى المعنوية(-2) tailed Sig لكل فقرة من فقرات الاستبانة. فإذا كان

مستوى المعنوية لفقرة ما تساوي (0.01)، بمعنى مستوى الثقة (99%) أو أصغر أو تساوي (0.05) بمعنى مستوى الثقة (95%)، فإن هذه الفقرة تعد مناسبة لقياس البعد التابعة له والا يتم حذفها وعدم اعتمادها في التحليلات الاحصائية الأخرى اللاحقة وهو بذلك يعوض عن التحليل العاملي التوكيدي كون عينة البحث اصغر من الحد الأدنى المقبول والتي يفضل ان لا تقل عن (200) مائتي مشاهدة لمثل هذا التحليل وفق نمذجة المعادلات الهيكلية عبر برنامج AMOS. ويمكن بيان ذلك من خلال الجدولين (4)، (5).

جدول (4) اختبار صدق البناء Construct validity لفقرات القيادة الرقمية

النتيجة	مستوى المعنوية (Sig. (2-tailed))	معامل الارتباط بين الفقرة والبعد	الفقرة	القيادة الرقمية
ملائمة لقياس البعد	اصغر من (0.001)	0.812**	X11	الثقافة الرقمية X1
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.707**	X12	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.897**	X13	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.637**	X21	الابداع X2
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.747**	X22	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	**0.699	X23	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.596**	X31	الاقناع X3
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.791**	X32	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.824**	X33	

"الرمز * يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.05)، والرمز ** يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.01)".

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.28

"يتضح من خلال الجدول (4)، أن قيم معامل الارتباط لفقرات بعد (الثقافة الرقمية) كانت ما بين (0.707* - 0.897*)، وهي علاقة ارتباط قوية الى قوة جداً دالة معنوياً عند مستوى معنوية (0.001) Sig < بحدود ثقة بلغت أكثر من 99%، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس بعد الثقافة الرقمية الذي وضعت لقياسه، اما فقرات بعد (الابداع) فكانت قيم معامل الارتباط محصورة ما بين (0.637*، 0.747***)، وهي علاقة قوية دالة معنوياً عند مستوى معنوية (0.001) Sig < بحدود ثقة بلغت أكثر من 99%، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس بعد الابداع الذي وضعت لقياسه، أما فقرات بعد (الاقناع) فكانت قيم معامل الارتباط محصورة ما بين (0.596**، 0.824***)، وهي علاقة قوية جداً الى متوسطة دالة معنوياً عند مستوى معنوية (0.001) Sig < بحدود ثقة بلغت أكثر من 99%، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس بعد الاقناع الذي وضعت لقياسه ، وقد كانت قيم معامل الارتباط لجميع فقرات أبعاد القيادة الرقمية محصورة ما بين (0.596*، 0.897*) وهو ما يدعم قوة العلاقة والارتباط بين الأبعاد والفقرات التي وضعت لقياسها. مما يعني صلاحية فقرات القيادة الرقمية جميعها لتمثيل المتغير المستقل خير تمثيل لأجراء الاختبارات الإحصائية".

جدول (5) اختبار صدق البناء Construct validity لفقرات السمعة التنظيمية

النتيجة	مستوى المعنوية (Sig. (2-tailed))	معامل الارتباط بين الفقرة والبعد	الفقرة	السمعة التنظيمية
ملائمة لقياس البعد	اصغر من (0.001)	0.828 **	Y11	المسؤولية الاجتماعية Y1
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.816 **	Y12	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.776 **	Y13	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.685**	Y21	المنتجات و الخدمات Y2
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.840**	Y22	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.838**	Y23	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.680**	Y31	الاداء المالي Y3
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.789**	Y32	
ملائمة لقياس البعد	Sig.< (0.001)	0.862**	Y33	

"الرمز * يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.05)، والرمز ** يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.01)".

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.28

يتضح من خلال الجدول (5)، أن قيم معامل الارتباط لفقرات بعد (المسؤولية الاجتماعية) كانت ما بين (0.776* ، 0.828*)، وهي علاقة ارتباط قوية جداً الى قوية دالة معنوياً عند مستوى معنوية (0.001) Sig < بحدود ثقة بلغت أكثر من 99%، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس بعد المسؤولية الاجتماعية الذي وضعت لقياسه ، اما فقرات بعد (المنتجات و الخدمات) فكانت قيم معامل الارتباط محصورة ما بين (0.685*، 0.840*) وهي علاقة قوية جداً الى قوية دالة معنوياً عند مستوى معنوية (0.001) Sig < بحدود ثقة بلغت أكثر من 99%، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس المنتجات و الخدمات الذي وضعت لقياسه ، أما فقرات بعد (الاداء المالي) فكانت قيم

معامل الارتباط محصورة ما بين (0.680^* ، 0.862^*)، وهي علاقة قوية جدا الى قوية دالة معنويًا عند مستوى معنوية (0.001) $\text{Sig} <$ بحدود ثقة بلغت اكثر من 99%، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس بعد الاداء المالي الذي وضعت لقياسه، وهذا يشير الى ان جميع الفقرات هي مناسبة لقياس بعد الرؤية و القيادة الذي وضعت لقياسه، وقد كانت قيم معامل الارتباط لجميع فقرات أبعاد السمعة التنظيمية محصورة ما بين (0.680^* ، 0.862^*)، وهو ما يدعم قوة العلاقة والارتباط بين الأبعاد والفقرات التي وضعت لقياسها. مما يعني صلاحية فقرات السمعة التنظيمية جميعها لتمثيل المتغير المعتمد خير تمثيل لأجراء الاختبارات الإحصائية."

اختبار تقييم جودة المقاييس: سيتم الحكم على قبول المقاييس المستخدمة في البحث ومدى ملائمتها لأجراء التحليلات الاحصائية اللاحقة من خلال مؤشرين وكما يلي:

الثبات المركب (Composite Reliability (rho_c): تم استخدام هذا التحليل للتحقق من موثوقية جميع المتغيرات في نموذج البحث، حيث تعتبر قيم مقبولة إذا كانت أكبر أو تساوي (0.70) (Hair et al. 2017:137). ألفاكر ونباخ Cronbach's Alpha: يقصد به الى اي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند تطبيقه في كل مرة، إذ تتراوح قيمة الفا بين الصفر والواحد، فإذا كان المقياس ذات ثبات عال فان هذا يعني ان بنود المقياس ثابتة ومن ثم المقياس ثابت (Hair et al. 2019:775).

جدول (6) تقييم ثبات اداة القياس الاستبانة

الرمز	متغيرات البحث	عدد الفقرات ضمن استمارة الاستبيان	الثبات المركب (rho_c)	قيمة معامل ثبات الاستبانة Cronbach's Alpha
X	القيادة الرقمية	9	0.888	0.869
Y	السمعة التنظيمية	9	0.914	0.898

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي smart pls-4

اذ يوضح الجدول (6) قيم الثبات المركب (rho_c) وقيم معامل ألفاكر ونباخ Cronbach's Alpha للمتغيرات، والتي كانت جميعها اكبر من الحدود المقبولة وهو مؤشر جيد ويدل على ثبات المقياس ويدل على ان معامل الثبات لأداة القياس يتمتع بدرجة جيدة من الثبات، فعلى مستوى المتغير المستقل القيادة الرقمية بلغت قيم الثبات المركب (rho_c) وقيم معامل ألفاكر ونباخ Cronbach's Alpha على التوالي (0.888) (0.869) وهي اعلى من الحد الأدنى المسموح به لجميع الاختبارات وهذا يعني أن هذه المتغير بمقاييسه الخمسة عشر ذات ثبات عالٍ ويمكن اعتماده في أوقات مختلفة للمستجيبين أنفسهم ويعطي النتائج ذاتها. اما على مستوى المتغير المعتمد السمعة التنظيمية بلغت قيم الثبات المركب (rho_c) وقيم معامل ألفاكر ونباخ على التوالي (0.914) (0.898) وهي اعلى من الحد الأدنى المسموح به، وهذا يعني أن المتغير المعتمد بمقاييسه الثمانية عشر ذات ثبات عالٍ ويمكن اعتماده في أوقات مختلفة للمستجيبين أنفسهم ويعطي النتائج ذاتها."

اختبار توزيع البيانات: يعد فحص المتغيرات فيما إذا كانت تخضع للتوزيع الطبيعي ام لا خطوة مبكرة مهمة في كل تحليل، ففي حال خضوع المتغيرات للتوزيع الطبيعي فان الاختبارات الإحصائية الملائمة لها هي الاختبارات المعلمية، اما إذا كانت تخضع للتوزيع غير الطبيعي فأن الاختبارات الإحصائية الملائمة لها هي الاختبارات اللامعلمية، ولغرض معرفة هل ان متغيرات البحث وابعادها الفرعية تخضع للتوزيع الطبيعي ام لا سيتم اخضاعها لاختبار Shapiro-Wilk وهو الاختبار الملائم لعينة التي يكون حجمها 50 مستجيب فما دون، ويوضح الجدول (7) قيم اختبار Shapiro-Wilk لفحص التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث وابعادها الفرعية."

جدول (7) اختبار Shapiro-Wilk لفحص التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث

متغيرات البحث	قيم اختبار Shapiro-Wilk	مستوى المعنوي (Sig. (2-tailed))	نتيجة الاختبار
X القيادة الرقمية	0.956	0.120	يخضع للتوزيع الطبيعي
Y السمعة التنظيمية	0.945	0.051	يخضع للتوزيع الطبيعي

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي لاستمارة الاستبانة باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.28.

يوضح الجدول (7) قيم اختبار Shapiro-Wilk ومستوى المعنوية (Sig(2-tailed) لمتغيرات كل من المتغير المستقل القيادة الرقمية والمتغير المعتمد السمعة التنظيمية، إذ تظهر النتائج ان قيمة اختبار Shapiro-Wilk للمتغير المستقل القيادة الرقمية بلغ (0.956)، وبمستوى معنوية (0.120) وهي غير دالة معنوياً لأنها أكبر من (0.05)، وهذه النتيجة تشير الى ان الاستجابات للمتغير المستقل القيادة الرقمية تخضع للتوزيع الطبيعي، اما بالنسبة للمتغير التابع السمعة التنظيمية، إذ تظهر النتائج ان قيمة اختبار Shapiro-Wilk بلغت (0.945)، وبمستوى معنوية (0.051) وهي غير دالة معنوياً لأنها أكبر من (0.05)، وهذه النتيجة تشير الى ان الاستجابات للمتغير التابع السمعة التنظيمية تخضع للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على ان الاختبارات المناسبة لمتغيرات البحث هي الاختبارات المعلمية.

ثانياً، وصف وتشخيص متغيرات البحث

تشخيص القيادة الرقمية: ان المتغير المستقل (القيادة الرقمية) قد حصل على متوسط حسابي موزون اجمالي بلغ (4.028) وكان ذا مستوى مرتفع وبانحراف بلغت قيمته (0.560) وبمستوى اهمية بلغ (80.5%)، وبطبيعة الحال هذا يؤكد استجابة العينة على ان ما تضمنه هذا المتغير كان بمستوى مرتفع". وبهذا يكون ترتيب ابعاد القيادة الرقمية كالآتي (الاقناع، الثقافة الرقمية، الابداع) حسب اجابات العينة في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية عينة البحث.

تشخيص السمعة التنظيمية: ان المتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) قد حصل على متوسط حسابي موزون اجمالي بلغ (4.111) وكان ذا مستوى استجابة مرتفع وبانحراف بلغت قيمته (0.555) مما يشير الى انحراف قليل في اجابات افراد العينة، وبمستوى اهمية بلغ (82.2%)، وبطبيعة الحال هذا يؤكد ان استجابة العينة على ما يتضمنه هذا المتغير بمستوى مرتفع، ويتضح ان ترتيب ابعاد السمعة التنظيمية كان كالآتي (المسؤولية الاجتماعية، المنتجات والخدمات، الاداء المالي) حسب اجابات العينة في مركز تكنولوجيا المعلومات في جامعة المستنصرية عينة البحث.

ثالثاً، اختبار فرضيات البحث

يتطلب تحليل مخطط البحث الفرضي اختبار فرضياته الرئيسة والفرعية بحسب ورودها في منهجية البحث، وتسعى هذه الفقرة إلى تحديد طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (القيادة الرقمية) وبين المتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) ومعرفة مدى قبول أو رفض الفرضيات الرئيسة الأولى وفروعها وذلك باستعمال معامل الارتباط البسيط (Pearson) الذي يعد من الطرائق الاحصائية المستخدمة لقياس قوة العلاقة واتجاهها بين متغيرين باستخدام البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS) الاصدار 28. ويمكن تصنيف قوة العلاقة بين متغيرين حسب ما اشار اليه (Saunders et al., 2016:545) الى عدة فئات "فتكون العلاقة تامة طردية او عكسية عندما تكون قيمة معامل الارتباط مساوية لـ (±1.0) بينما تكون قوية جداً عندما تكون قيمة معامل الارتباط ما بين (0.80 الى 0.99) ±، وقوية عندما تكون القيمة محصورة بين (0.60 الى 0.79) ± وتكون العلاقة متوسطة القوة عندما تكون قيمة معامل الارتباط بين (0.35 الى 0.59) ± وضعيفة عندما تكون قيمة معامل الارتباط اقل من (0.34) ±، في حين ينعدم وجود العلاقة بين متغيرين عندما تكون قيمة معامل الارتباط (0). ولأجل تحليل طبيعة العلاقات بين تلك المتغيرات، تم حساب معاملات ارتباط Pearson Correlation لفحص وجود العلاقة، كما في الجدول (8) التالي:

1- اختبار الارتباط بين القيادة الرقمية و السمعة التنظيمية:

جدول (8) معاملات ارتباط Person لفحص وجود العلاقة بين القيادة الرقمية السمعة التنظيمية n=40

الفرضية	المتغيرات		معامل الارتباط البسيط Person	مستوى الدلالة (Sig. (2-tailed)	قوة العلاقة واتجاهها
	المستقل	المعتمد			
1-1	الثقافة الرقمية	السمعة التنظيمية	0.379*	(0.016)	متوسطة طردية
2-1	الابداع	السمعة التنظيمية	0.418**	(0.007)	متوسطة طردية
3-1	الاقناع	السمعة التنظيمية	0.484**	(0.002)	متوسطة طردية
الرئيسة الاولى	القيادة الرقمية	السمعة التنظيمية	0.620**	P<(0.001)	قوية طردية
الفرضيات المقبولة			العدد	ثلاث فرضيات معنوية من بين ثلاث فرضيات	

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.28

"ملاحظة: الرمز * يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.05)، والرمز ** يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.01)". يشير الجدول (8) الى وجود علاقة ارتباط معنوية قوية عند مستوى

معنوية. Sig. (0.001) (2-tailed) $P <$ بمستوى ثقة بلغ أكثر من 99% بين القيادة الرقمية و السمعة التنظيمية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط Pearson (0.620)، وهذه النتيجة تشير الى انه كلما زاد توافر القيادة الرقمية في جامعة المستنصرية ارتبط ذلك طرديا بالسمعة التنظيمية من وجهة نظر عينة البحث، اذن تقبل الفرضية الرئيسية الاولى والتي نصت على (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين القيادة الرقمية و السمعة التنظيمية).

ملاحظة 2: ان الطريقة المستخدمة في تفسير نتائج الاختبارات تعتمد على القيمة p-value او (Sig.(2-tailed) والتي تتميز بكونها لا تحتاج لاستخدام جداول توزيعات لرفض او قبول الفرضية مثل توزيع T او Z الجدولية والمحسنة، ويتم احتسابها مباشرة من قبل البرنامج الاحصائي spss ويمكن تعريف p-value او (2-tailed.Sig) بأنها أقل قيمة ل (α) مستوى الدلالة) التي ترفض عندها فرضية العدم، حيث نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة اذا كانت p-value أقل من α (بشير ، 2003 : 104) .

وفيما يأتي تحليل العلاقات الفرعية بين ابعاد القيادة الرقمية و السمعة التنظيمية وعلى مستوى الفرضيات الفرعية:

1.1 تحليل العلاقة بين الثقافة الرقمية و السمعة التنظيمية: في الجدول (8)، نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الثقافة الرقمية و السمعة التنظيمية قد بلغت (0.379)، وهي علاقة ارتباط معنوية وطردية متوسطة القوة عند مستوى معنوية Sig(2-tailed) (0.016) بحدود ثقة بلغت أكثر من 98%، وتشير هذه النتيجة الى انه كلما زاد مستوى الثقافة الرقمية ارتبط ذلك طرديا بالسمعة التنظيمية بمستوى متوسط، وتدعم هذه النتيجة فرضية البحث الفرعية الاولى المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الاولى ، وهذا يعني قبول هذه الفرضية، اي توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الثقافة الرقمية و السمعة التنظيمية.

2.1 تحليل العلاقة بين الابداع و السمعة التنظيمية: في الجدول (8)، نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الابداع و السمعة التنظيمية قد بلغت (0.418)، وهي علاقة ارتباط معنوية وطردية متوسطة القوة عند مستوى معنوية Sig(2-tailed) (0.007) بحدود ثقة بلغت أكثر من 99% ، وتشير هذه النتيجة الى انه كلما زاد مستوى الابداع ارتبط ذلك طرديا بالسمعة التنظيمية بمستوى متوسط ، وتدعم هذه النتيجة فرضية البحث الفرعية الثانية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الاولى ، وهذا يعني قبول هذه الفرضية، اي توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الابداع و السمعة التنظيمية.

3.1 تحليل العلاقة بين الاقناع و السمعة التنظيمية: في الجدول (8)، نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الاقناع و السمعة التنظيمية قد بلغت (0.484)، وهي علاقة ارتباط معنوية وطردية متوسطة القوة عند مستوى معنوية Sig (2-tailed) (0.002) بحدود ثقة بلغت أكثر من 99% ، وتشير هذه النتيجة الى انه كلما زاد مستوى الاقناع ارتبط ذلك طرديا بالسمعة التنظيمية بمستوى متوسط ، وتدعم هذه النتيجة فرضية البحث الفرعية الثالثة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الاولى، وهذا يعني قبول هذه الفرضية، اي توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاقناع و السمعة التنظيمية.

اختبار تأثير القيادة الرقمية في السمعة التنظيمية: لاختبار صحة الفرضية الرئيسية الثانية للبحث فيما اذا كان هناك تأثير معنوي للقيادة الرقمية في السمعة التنظيمية بصورة عامة او لا فقد تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression وكانت النتائج كما في الجدول (9) ادناه.

جدول (9) جدول تحليل التباين لمعادلة انحدار القيادة الرقمية في السمعة التنظيمية n= 40

المتغير المعتمد	F- test		مستوى الدلالة Sig. (2-tailed)	معامل الانحدار بيتا	الحد الثابت α	معامل التحديد R	%نسبة التفسير
	المستقل	المتغير المعتمد					
1-2	الثقافة الرقمية	السمعة التنظيمية	6.382	(0.016)	0.304	2.840	14.4%
2-2	الابداع	السمعة التنظيمية	8.040	(0.007)	0.306	2.991	17.5%
3-2	الاقناع	السمعة التنظيمية	11.627	(0.002)	0.440	2.235	23.4%
الرئيسية الثانية	القيادة الرقمية	السمعة التنظيمية	23.688	$P <$ (0.001)	0.620	1.618	38.4%

ثلاث فرضيات معنوية من بين ثلاث فرضيات

العدد

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.28

يبين الجدول (9) قيم اختبار F للأنموذج ككل وقد بلغت قيمة اختبار F –test بالنسبة للأنموذج ككل (23.688)، و بمستوى دلالة Sig(2-tailed) P* (0.001) وهذا يعني وجود تأثير معنوي للقيادة الرقمية في السمعة التنظيمية عند مستوى ثقة بلغ أكبر من (99%)، وبلغت قيمة الثابت (α=1.618) الذي يعني

أن هناك وجوداً للقيادة الرقمية) ما مقداره (1.618) في مركز تكنولوجيا المعلومات في رئاسة جامعة المستنصرية قيد البحث حتى ان كانت السمعة التنظيمية تساوي صفر، وبلغت قيمة معامل β والذي يمثل قيمة ميل خط الانحدار (0.620)، والتي تفسر على انها مقدار التغير في قيمة المتغير المعتمد عند حصول تغير بمقدار وحدة واحدة في قيمة المتغير المستقل، اي ان زيادة قيمة متغير القيادة الرقمية وحدة واحدة ستؤدي الى تغير بمقدار (0.620) في السمعة التنظيمية، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.384) والذي يعني أن ما مقداره (38.4%) من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية هو تباين مُفسّر بفعل القيادة الرقمية التي دخلت النموذج وأن (61.6%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار للدراسة الحالية، اذن تقبل الفرضية الرئيسة الثانية للبحث اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للقيادة الرقمية في السمعة التنظيمية. وفيما يأتي تحليل للتأثيرات لأبعاد القيادة الرقمية كلا على حدا في السمعة التنظيمية على مستوى الفرضيات الفرعية.

2.1 تحليل تأثير بعد الثقافة الرقمية في السمعة التنظيمية: لاختبار صحة الفرضية الفرعية الاولى المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثالثة يبين الجدول (9) قيم اختبار F ل بعد الثقافة الرقمية في السمعة التنظيمية والذي بلغ (6.382)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.016) وهذا يعني وجود تأثير معنوي للثقافة الرقمية في السمعة التنظيمية عند مستوى ثقة بلغ اكبر من (98%) وبلغت قيمة معامل β (0.304)، اي ان زيادة قيمة بعد الثقافة الرقمية بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغير بمقدار (0.304) في السمعة التنظيمية، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (0.144) والذي يعني أن ما مقداره (14.4%) من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية هو تباين مُفسّر بفعل بعد الثقافة الرقمية التي دخلت النموذج وأن (85.6%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار للدراسة الحالية، اذن تقبل الفرضية الفرعية الاولى ضمن الفرضية الرئيسة الثالثة للبحث، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للثقافة الرقمية في السمعة التنظيمية.

2.2 تحليل تأثير بعد الابداع في السمعة التنظيمية: لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثالثة يبين الجدول (9) قيم اختبار F ل بعد الابداع في السمعة التنظيمية والذي بلغ (8.040) و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.007)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للابداع في السمعة التنظيمية عند مستوى ثقة بلغ اكبر من (98%) وبلغت قيمة معامل β (0.306)، اي ان زيادة قيمة بعد الابداع بمقدار وحدة واحدة سيؤدي الى تغير بمقدار (0.306) في السمعة التنظيمية، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (0.175) والذي يعني أن ما مقداره (17.5%) من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية هو تباين مُفسّر بفعل بعد الابداع الذي دخل النموذج، وأن (82.5%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار للدراسة الحالية، اذن تقبل الفرضية الفرعية الثانية ضمن الفرضية الرئيسة الثالثة للبحث، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للابداع في السمعة التنظيمية.

3.2 تحليل تأثير بعد الاقناع في السمعة التنظيمية: لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثالثة يبين الجدول (9) قيم اختبار F ل بعد الاقناع في السمعة التنظيمية والذي بلغ (11.627)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.002)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للاقناع في السمعة التنظيمية عند مستوى ثقة بلغ اكبر من (99%)، وبلغت قيمة معامل β (0.440)، اي ان زيادة قيمة بعد الاقناع بمقدار وحدة واحدة سيؤدي الى تغير بمقدار (0.440) في السمعة التنظيمية، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (0.234) والذي يعني أن ما مقداره (23.4%) من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية هو تباين مُفسّر بفعل بعد الاقناع الذي دخل النموذج، وأن (76.6%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار للدراسة الحالية، اذن تقبل الفرضية الفرعية الثالثة ضمن الفرضية الرئيسة الثالثة للبحث، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاقناع في السمعة التنظيمية. ويتضح من نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسة الثانية أن البعد ذا التفسير الأكبر للتغيرات التي تحدث في المتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) هو بعد الاقناع بمعامل تفسير بلغت نسبته (23.4%) يليه بعد الابداع بمعامل تفسير بلغت نسبته (17.5%) ثم بعد الثقافة الرقمية بالمرتبة الاخيرة بمعامل تفسير بلغت نسبته (14.4%).

الاستنتاجات والتوصيات

اولاً، الاستنتاجات

1. للقيادة الرقمية دور كبير في تحقيق اهداف المركز التي يصبوا اليها من خلال اقناع الادارة العليا بضرورة اعتماد الانظمة والبرمجيات التي يقومون بتصميمها وكذلك اقناع المستخدمين النهائيين بفوائدها وتدريبهم على استخدامها من خلال ورش العمل و المحاضرات التي تتطلب افراد ذوي قدرات شخصية وامكانيات تستطيع توضيح وشرح الامور المبهمة .
2. ان ادارة الجامعة تحقق قيمة عليا لأنشطتها من خلال الاستمرار بتطوير انظمتها وبرمجياتها المستخدمة الامر الذي يخلق تحدي لدى العاملين في مركز تكنولوجيا المعلومات بعدم الاكتفاء و القبول بالنتائج المحققة مهما كانت ايجابية وفعالة والسعي لأكثر من ذلك .
3. ان الامكانيات المالية المتاحة قد لا تكون كافية لتنفيذ خطط المركز خاصة عند الحاجة الى اجهزة ذات كلف باهظة تحتاج الى العديد من الموافقات والتي قد تطول لعدة اشهر لحين الحصول عليها .
4. هناك دور فاعل للقيادة الرقمية في تعزيز السمعة التنظيمية لمركز تكنولوجيا المعلومات خاصة وجامعة المستنصرية عامة كما ان البعد الاعلى قيمة كان الاقناع .
5. يوجد دعم من قبل الجامعة لعملية التحول الرقمي وتوفير افراد يمتلكون رؤية مستقبلية و امكانيات تمكنهم من ابتكار انظمة و برمجيات تساعد الجامعة على اداء انشطتها بكفاءة وفاعلية والتي ترقى بها الى المراتب الاولى في تصنيف الجامعات العراقية والتي تعد شهادة فخر و اعزاز لجميع منتسبيها وطلبتها .

ثانياً، التوصيات

1. من الممكن لمركز تكنولوجيا المعلومات رفع مستوى القيادة الرقمية لديه من خلال التعاون المشترك مع كلية العلوم في الجامعة لما لقسم علوم الحاسوب فيها من قانات علمية يشهد لها بالبنان تساعد على رفع مستوى الثقافة والمعرفة والبصيرة الرقمية الى مستويات عليا دون الاضطرار الى التقيد بالجهات الخارجية التي قد تحتاج الى موافقات وتمويل يثقل كاهل المركز و الجامعة في بعض الاحيان .
2. العمل على تسجيل براءات اختراع رسمية لدى الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية العراقي بالأنظمة و البرمجيات التي تم ابتكارها حفاظا على الحقوق الفكرية لأصحابها وكذلك تعزيز سمعة الجامعة في هذا الجانب لما لهذه البراءات من نقاط و اولوية في المقاييس المستخدمة للمفاضلة بين الجامعات داخل وخارج العراق .
3. قيام الادارة العليا بالجامعة بالسماح لمركز تكنولوجيا المعلومات بالحصول على نسبة معينة من الايرادات المتحصلة من اختبارات كفاءة الحاسوب و فحص الاستلال الالكتروني للباحثين و طلبة الدراسات العليا وكذلك المتقدمين لخوض الامتحان الوطني للغة الانكليزية وغيرها من الانشطة التي تكون مدفوعة وغير مجانية للمستفيدين منها الامر الذي يساهم في دعم المركز مالي ويساعده على توفير احتياجاته المادية مثلا الاجهزة و التقنيات الحديثة وباقي احتياجاته بسهولة ويسر .
4. قيام الادارة العليا بالجامعة بعمل ورش عمل مشتركة بين مركز تكنولوجيا المعلومات وباقي اقسام وكليات الجامعة للتعرف على اجراءات العمل والمعوقات التي تواجههم ومحاولة ابتكار انظمة و تطبيقات تساهم في تحويل اجراءات العمل الورقية و التقليدية الى الكترونية مثل : ابتكار مكتبة الكترونية تحمل عليها كافة البحوث و الرسائل و الاطاريح الاكاديمية و المؤلفات الخاصة بأساتذة و منتسبي الجامعة و تحويل الدفع للحصول عليها الى الكتروني على نفس الموقع او باشتراكات رمزية اسوة بالجامعات خارج العراق، او تصميم مواقع للتسجيل و الدفع الالكتروني خاصة بمركز التعليم المستمر لكافة الورش و الدورات التي يقوم بتقديمها) وهكذا لباقي الكليات و الاقسام والمراكز .
5. اهمية ان تكون هناك دراسات و ابحاث حول مفاهيم (القيادة الرقمية، السمعة التنظيمية) لما لها من اهمية في تعزيز القدرات الفردية و الجماعية للموارد البشرية والتي تنعكس بشكل مباشر على هيئة قدرات جوهرية تدعم المنظمات على اختلاف القطاعات التي تعمل بها و الاهداف التي تسعى اليها سواء كانت ربحية ام لا وتمنحها ميزة تنافسية للتفوق على اقرانها وارتفاع المراتب الاولى بينها.

References

المصادر

1. أبوحية، نجاته شعبان(2021). درجة ممارسة القيادة الرقمية لدى مديري مدارس الاونروا بالمحافظات الجنوبية لفلسطين وسبل تحسينها رسالة ماجستير في الادارة التربوية. كلية التربية. جامعة الاقصر
2. بشير، سعد زغلول.(2003). دليلك الى البرنامج الاحصائي SPSS. الاصدار العاشر. المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية.
3. السبيعي، تركي بن راشد بن تركي. الشمراي، حامد بن محمد بن علي .(2023). "القيادة الرقمية لدى مديري المدارس و علاقتها باتخاذ القرار الاداري من وجهة نظر المعلمين". مجلة كلية التربية الاساسية للعلوم التربوية والانسانية" . المجلد(15). العدد(60).
4. الطائي، يوسف حجي سلطان . الحدراوي ، باقر خضير عبد العباس .(2019). اثر لقيادة الرقمية في تبني الثقافة التنظيمية لدى العاملين بمديرية تربية محافظة النجف الاشرف في العراق . مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية و القانونية المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث. المجلد(3). العدد(6) .
5. بود، نور عبد النبي. عباس ، صبحي حسون.(2022). "تأثير المخاطر الائتمانية في الاداء المالي للمدة(2010-2020) دراسة تطبيقية المصرف الاهلي انموذجا". مجلة الادارة و الاقتصاد. العدد 138. الصفحات 216-231.
6. علوان، علي حسن. النجار، شهناز فاضل احمد.(2022). "تأثير القيادة البارعة في تحقيق التفوق الاستراتيجي/دراسة تطبيقية دائرة التدريب و بحوث الطاقة، مجلة الادارة و الاقتصاد. العدد(135). الصفحات 19-38 .
7. العماري، جواهر نايش محمد.(2022). درجة ممارسة مديرات المدارس الثانوية للقيادة الرقمية بمحافظة خميس مشيط. مجلة التربية. كلية التربية. جامعة الازهر. العدد (194). الجزء(2).
8. الفهداوي، محمد عادل محمد .(2022). دور القيادة الرقمية في تحقيق التألق التنظيمي(دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادة الادارية في شركات الاتصالات المتنقلة العراقية). مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية و الادارية. المجلد (14). العدد(2).
9. كمال، حنان البدري. محمود، حنان عبد الستار.(2022). القيادة الرقمية كمدخل لتعزيز المرونة التنظيمية لدى القيادات الاكاديمية بجامعة اسوان. المجلة التربوية. كلية التربية. جامعة سوهاج. العدد(100). الجزء(1)
10. مجيد، سمية عباس. حسن، هبة هادي.(2021). دور العصف الذهني في تعزيز مقدرات الابداع الاستراتيجي – دراسة تحليلية في وزارة الموارد المائية – مركز الدراسات و التصميم الهندسية. مجلة الادارة و الاقتصاد. العدد(131). الصفحات 100-115 .
11. المصري، احمد حمدان مصطفى.(2021). القيادة الاتقاعية لدى مديري المدارس الثانوية بالمحافظات الجنوبية لفلسطين واثرها في بناء السمعة التنظيمية لمدارسهم . رسالة ماجستير . كلية التربية . جامعة الاقصى _ غزة .
12. مصطفى. منى سامي محمود.(2022). تأثير اليقظة الاستراتيجية على السمعة التنظيمية الدور الوسيط للأداء المؤسسي بالتطبيق على العاملين بمستشفيات جامعة المنصورة . مجلة البحوث المالية والتجارية. المجلد(23). العدد (2) .
13. النعيمي، تيسير احمد. الخشاب، حسان ثابت(2022) واقع أبعاد السمعة التنظيمية وفقاً لأنموذج (Sontaite & Kristensen 2009) دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن الداخليين في مديرية توزيع كهرباء نينوى/ المركز. مجلة اقتصاديات الاعمال للبحوث التطبيقية. المجلد(4). العدد(2).
14. نوري، اسيل اسماعيل. محمد، زهرة عبد.(2020). "مدى توفر متطلبات ادراك المسؤولية الاجتماعية و اشراك اصحاب المصالح وفق المواصفة الدولية(ISO 26000-2010) دراسة حالة في دائرة السيطرة النوعية/ الجهاز المركزي للتقييس و السيطرة النوعية. مجلة الادارة و الاقتصاد. العدد 124. الصفحات 29-44.
15. Ali, bayad jamal. Saleh, pakzad fadel. Akoi, shwana. Abdulrahman, aram ahmed. Muhamed, awezan shamal. Noori, halwest nowzad. Anwar, govand.(2021). Impact of service quality on the customer satisfaction: case study at online meeting platforms . International journal of engineering business and management(ijejb). Volume(5).Issue(2). <https://dx.doi.org/10.22161/ijejb.5.2.6> .
16. Al-yazidi, sami ali. Berri, jawad . Hassan , mohammad mehedi .(2022). Novel hybrid model for organizations' reputation in online social networks . Journal of king saud university – computer and information sciences. (34) .
17. buyukbese, tuba. Dikbas, tugba. Klein , muge . Unlu , sevgin batuk .(2022). A study on digital leadership scale (dls) development .Kahramanmaraş sütün imam university journal of social sciences . Volume (19). Issue (2) . Pp740–760.
18. Golebiewska , anna blajer.(2021). Individual corporate reputation and perception of collective corporate reputation regarding stock market investment Journal of plos one. Volume(16). Issue (9).
19. Hair j f., william c. Black, barry j. Babin, rolf e anderson.(2019). Multivariate data analysis. Eighth edition. Cengage learning.

- 20Hair jr, j. F., hult, g. T. M., ringle, c. M., sarstedt. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (pls-sem), second edition, sage publications, inc
- 21.Karakose, turgut . Demirkol, murat . Yirci, ramazan. Polat, hakan. Ozdemir, tuncay yavuz . Tulubas, tijen.(2023). A conversation with chatgpt about digital leadership and technology integration: comparative analysis based on human–ai collaboration . Journal of administrative sciences. Volume (13). Issue (157).
- 22.kusumawardani, astrin . Che haat, mohd hassan . Saputra , jumadil . Yusliza , mohd yusoff
23. Muhammad , zikri .(2021). A review of corporate financial performance literature: a mini-review approach. Proceedings of the 11th annual international conference on industrial engineering and operations management singapore.Ieom society international <https://www.researchgate.net/publication/353306609>.
- 24.Saunders, mark., lewis, Philip.thornhill, adrian(2016), research methods for business students, seventh edition, pearson education limited.
- 25.Sekaran, uma and bougie, roger,(2016), research methods for business, a skill-building approach, seventh edition, john wiley & sons ltd.
- 26.Siddiqui, faiza. Yusheng, kong. Tajeddini, kayhan.(2023).The role of corporate governance and reputation in the disclosure of corporate social responsibility and firm performance. Journal of heliyon. (9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16055>
- 27.Soeling, pantius d. Arsanti, sesilia dhea ajeng. Indriati, fibria(2022). Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in indonesia? Journal of heliyon(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09208>