

الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

أ.م.د. هديل كاظم سعيد / كلية الادارة والاقتصاد / جامعة بغداد
الباحث / زياد علي عباس

تاريخ التقديم : 2016/10/27

تاريخ القبول : 2016/11/29

المستخلص :

تناول هذا البحث اختبار علاقة وتأثير الشفافية بوصفه متغيرا مستقلا في السمعة التنظيمية بوصفه متغيرا مستجيبا من قبل الادارة العليا في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا، مع تحديد مدى وجود الفروقات ذات الدلالة الاحصائية بين متغيرات البحث، فضلا عن الخروج بجملة توصيات تسهم في تحقيق السمعة التنظيمية للمنظمات المبحوثة. وانطلاقاً من اهمية موضوع البحث للمنظمات العامة والمجتمع والبيئة التي تعمل في اطارها صمم الباحث استمارة استبانة تتضمن (30) فقرة، وجمعت البيانات من (92) مستجيبا يمثلون مجتمع البحث (ثمانية دوائر) بشكل حصري وشامل، معتمدا المنهج الوصفي التحليلي، اذ تمثل مجتمع البحث بـ (المديرين العاميين، معاوني المديرين العاميين، رؤساء الاقسام) بوصفهم الاكثر تخصصا ومناصبهم تمنحهم القدرة على تحقيق السمعة التنظيمية، وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج (SPSS V.21, EXCEL 2010) مع اعتماد اساليب الاحصاء الوصفي والتي تتمثل بـ (النسب المئوية، الوسط الحسابي، التباين، الاهمية النسبية، معامل الارتباط البسيط PEARSON، والانحدار الخطي البسيط). وقد توصل الباحث الى وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية عالية للشفافية في السمعة التنظيمية مع تطبيقهما بشكل واضح في المنظمات المبحوثة، مع تقديم افضل خدمة للمستفيدين وتنمية مناخ يشجع على الابداع الا انه على الرغم من العمل بمبدأ العلانية في الاعلان عن المناقصات والمزايدات للجميع الا انها مازالت تعاني من شيوع ثقافة السرية واحتكار المعلومات، اما ابرز التوصيات فكانت ايلاء الموظفين ذوي الكفاءة العالية مكافآت تناسب مخرجاتهم وتدعيم نظم اتخاذ القرار التي يدعمها نظام اتصال كفوء.

المصطلحات الرئيسية للبحث / الشفافية، السمعة التنظيمية، الابداع، الافصاح عن المعلومات، الاتصال، جودة الخدمة



مجلة العلوم

الاقتصادية والإدارية

العدد 99 المجلد 23

الصفحات 143-165

*بحث مستل من رسالة ماجستير



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

المحور الاول / منهجية البحث :

اولاً (مشكلة البحث :

في ضوء التغيرات الديناميكية لبيئة المنظمات الخارجية ستكون هناك قوى ترفع المنظمات وتمكنها من البقاء والنمو والازدهار والتحلي بفرص ونقاط قوة يصعب محاكاتها او تقليدها او الحصول عليها كالشفافية والسمعة التنظيمية، اذ تعد السمعة التنظيمية المرآة العاكسة لشفافية ممارسات هذه المنظمة او تلك. ومن منطلقات وتوصيات الباحثين والكتاب وجدالهم الفكري اخذت مشكلة البحث فلسفتها النظرية وتولدت وتمت صياغتها بالشكل الذي ظهر في اطار عنوانها وتكامل مع جانبها التطبيقي والمتمثل بضعف المام مجتمع البحث باليات وممارسات الشفافية مما قد يؤثر سلبا في سمعة المنظمة في ضوء الولوج للانفتاح والتنافس في قطاع الاسكان في العراق، وقد صيغت مشكلة البحث وفقا للتساؤلات المهمة وكالاتي :

- ما مستوى الشفافية والسمعة التنظيمية في المنظمات المبحوثة ؟
- ما تقدير مجتمع البحث لطبيعة ومستوى العلاقة بين الشفافية والسمعة التنظيمية ؟
- ما تأثير الشفافية في السمعة التنظيمية ؟

ثانياً (أهمية البحث :

تبرز أهمية البحث الحالي بإسهامه في الكشف عن مستوى توافر الشفافية وطبيعة ممارستها في دوائر وزارة الاسكان والاعمار ولفت انظار اداراتها الى ذلك، بغية اثارة اهتمامهم وتوجههم بالحفاظ على سمعة منظماتهم بشكل علمي مدروس يستند لأدبيات الادارة الحديثة ومحاوراً للطروحات الفكرية حول العلاقة بين المتغيرين للخروج بإضافات علمية للمكتبة العربية والعراقية بوجه خاص، وفي اطارها التطبيقي يتوضح في السعي لرصد تقديرات المنظمات المبحوثة لطبيعة العلاقة بين المتغيرين وما يتمخض عنه من نتائج تسهم في الارتقاء الفاعل في مجمل عملياتها.

ثالثاً (اهداف البحث :

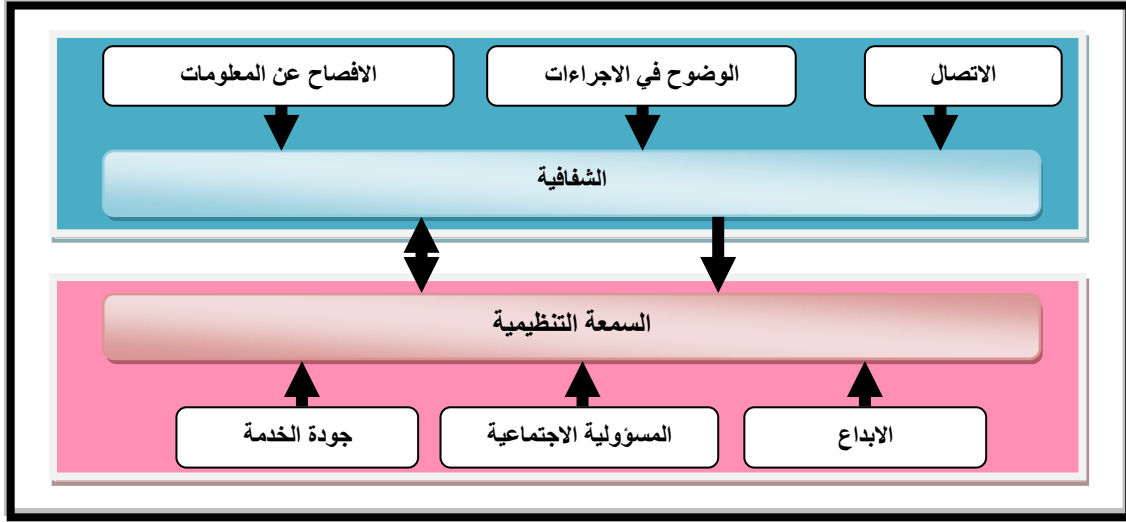
يهدف هذا البحث لتشخيص مستوى وطبيعة العلاقة بين الشفافية والسمعة التنظيمية من وجهة نظر مجتمع البحث اولاً، وفي تحديد مستوى تأثير الشفافية في تحقيق السمعة التنظيمية ثانياً، مع محاولة توجيه انظار ادارة المنظمات المبحوثة الى دراسة الابعاد التنظيمية والاستراتيجية للشفافية والسمعة التنظيمية وجعلها الفلك الذي تدور في رحاها اهتماماتها واعطاء اولوية لأبعاد كل متغير من متغيرات البحث ومدى اهتمامها به وبث ثقافة الشفافية والعمل بأطر السمعة التنظيمية بين افراد تلك المنظمات فضلاً عن الخروج بجملته من الاستنتاجات والتوصيات بصددتها.

رابعاً (المخطط الفرضي :

يعتمد البحث مخططاً فرضياً وضعه الباحث في ضوء الطروحات الفكرية التي قدمتها دراسة (Gelber,2012) للشفافية، ودراسة (Dolatabadi et al., 2012) للسمعة التنظيمية.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

خامساً (فرضيات البحث :

❖ الفرضية الرئيسية الاولى : توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين الشفافية والسمعة التنظيمية بأبعادها، وانبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1-توجد علاقة ارتباط معنوية بين الافصاح عن المعلومات والسمعة التنظيمية بأبعادها.
- 2-توجد علاقة ارتباط معنوية بين الوضوح في الاجراءات والسمعة التنظيمية بأبعادها.
- 3-توجد علاقة ارتباط معنوية بين الاتصال والسمعة التنظيمية بأبعادها.

❖ الفرضية الرئيسية الثانية : ينعكس تأثير الشفافية معنوياً في السمعة التنظيمية بأبعادها، وانبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

1. ينعكس تأثير الافصاح عن المعلومات في السمعة التنظيمية بأبعادها.
2. ينعكس تأثير الوضوح في الاجراءات في السمعة التنظيمية بأبعادها.
3. ينعكس تأثير الاتصال على السمعة التنظيمية بأبعادها.

سادساً (ادوات البحث واساليبه:

- الوسط الحسابي : لمعرفة أهمية ومستوى المتغيرات.
- الانحراف المعياري : لقياس التشتت المطلق لقيم الاجابات عن الوسط الحسابي.
- معامل الاختلاف : لقياس التشتت النسبي لقيم الاجابات عن الوسط الحسابي.
- معامل الارتباط (Pearson) : كأداة احصائية لا معلمية لقياس نوع ودرجة العلاقة بين متغيرين.
- الانحدار الخطي البسيط : لقياس التأثير بين متغيرات البحث.

سابعاً (مجتمع البحث :

اختار الباحث مجتمع البحث بموجب المعاينة القصدية للحصر الشامل لثمانية دوائر مموله مركزيا في وزارة الاسكان والاعمار في مدينة بغداد، كونها الاختصاص الاكثر اهتماما بمتغيرات البحث، وكان حجم مجتمع البحث (92) فرداً وبما يشكل ما نسبته (100%) من المجتمع والمتمثل بـ (المديرين العاميين ، معاوني المديرين العاميين ورؤساء الاقسام).



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

ثامناً (صدق وثبات الاستبانة :

لغرض التحقق من ثبات الاستبانة تم الاعتماد على اختبار (الفاكرو نباخ)، بوصفه يعد واحداً من اختبارات الثبات الاحصائية المهمة لتحليل البيانات للاستبانة الاحصائية (البياتي والقاضي، 2010: 100). ولقد بلغ معامل الفاكرو نباخ لفقرات الاستبانة (0.957) وهي قيمة عالية تدل على ثبات عالٍ للاستبانة. اما بصدق صدق المقياس فيحسب من معامل الثبات، اذ يتم احتساب الصدق (الصدق = جذر معامل الثبات)، وبما ان معامل ثبات الاستبانة (0.957) فسيكون صدق المقياس (0.978)، وهي قيمة تدل على صدق عالٍ للمقياس، فضلا عن عرض الاستبانة على مجموعة من اساتذة في قسمي الادارة العامة وادارة الاعمال ضمن متطلبات الصدق الظاهري وبنسبة (94%) منهم والذين ابدوا بعض الملاحظات وتم الاخذ بها من قبل الباحث.

تاسعاً (دراسات سابقة :

1- دراسات عربية سابقة :

أ- دراسة (الطائي والنقار، 2013)

(تطوير ممارسات القيادة الاستراتيجية في ضوء الشفافية وسلوك المواطنة التنظيمية، دراسة ميدانية لعينة من موظفي مكتب المفتش العام في وزارة الثقافة العراقية).

هدفت هذه الدراسة لمحاولة ايجاد مزيج عضوي متناغم للأبعاد الثلاثة (سلوك المواطنة التنظيمية والشفافية) كمتغيرين مستقلين، لمكونات القيادة الاستراتيجية (كمتغير مستجيب) القادرة على زج الامكانيات والموارد ضمن توقعيات وسلوكيات معدة مسبقا، مع اعتماد مبدأ الشفافية كأحد ركائز الضغط على القيادة الاستراتيجية، اعتمدت الدراسة استبانة الموزعة على (50) مستجيباً، وقد جرى تحليلها احصائياً على وفق برنامج (SPSS)، فخرجت الدراسة بنتائج مبررة في جانب وغير مبررة في الاخر، منها: ان سلوك المواطنة التنظيمي يؤثر بشكل جزئي في القيادة الاستراتيجية، واما الشفافية فقد حلت بعيدا عن العلاقة مع سلوك المواطنة التنظيمي ومتغير القيادة الاستراتيجية، لتستنتج أن هذه المتغيرات يمكن النظر اليها بالمعنى في التأثير على ممارسات القيادة الاستراتيجية لا تكفي، ولا بد للبحث عن متغيرات اكثر شمولاً ذات علاقة يمكن اعتمادها لترصين مستوى الاداء العام للمنظمة ووضعها على المساق الصحيح، الذي يهدف الى تحقيق ما مطلوب منها فعلاً، وصولاً للتوافق بين القيادة والمروسين بالتوجهات والاعراض الموحدة والمحقة للمقاصد، بدلا ان يكون في المشاعر والاحاسيس والافكار.

ب- دراسة (الظالمي، 2014)

(الذكاء الاستراتيجي واثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية، دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء مجالس المعاهد التقنية واعضاءها في كربلاء وبابل والنجف والكوفة).

هدفت الدراسة الى ابراز دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق اهداف المنظمة وتعزيز قدراتها التنافسية وتوظيفه في دعم وتعزيز سمعة المنظمة وترسيخه للسمات القيادية في المنظمة، اذ يعزز ثقة القيادة الاستراتيجية بنفسها ويمنحها القدرة على اتخاذ القرارات بنظرة مستقبلية، مع ادراك العينة المتزايد لأهمية السمعة بوصفها ذات قيمة كبيرة ورصيد ثمين، تجعل المنظمات اكثر مرونة وقدرة على مواجهة التحديات، وهذا بدوره يؤول لنجاح القيادة الاستراتيجية في ادوارها وتحسين العمل، مما يسهم في ريادتها، تضمنت عينة الدراسة (44) مستجيب من رؤساء واعضاء مجالس المعاهد، ومن ابرز الاستنتاجات امتلاك المنظمة التعليمية للذكاء الاستراتيجي وبخاصة بالجوانب المتعلقة باستقراء المستقبل لتطوير استراتيجيات المنظمة في الامد البعيد، ومن ابرز التوصيات جعل الذكاء الاستراتيجي برنامج تدريبي خاص بالقيادات العليا وتطوير مؤشرات جودة الخدمة، وجذب الموهوبين ومنع تسربهم كونهم ملاكات فكرية وقدرات علمية، مع تفعيل منظومة البحث العلمي في موضوع سمعة المنظمة وبذل الجهود في تحسين مؤشرات هذه السمعة، وعد الذكاء الاستراتيجي للقيادات العليا من العوامل الحاسمة في تحسين ذلك الاداء.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزي

2- دراسات اجنبية سابقة :

أ- دراسة (Suk- Chong Tong, 2013)

(Exploring Corporate Risk Transparency : Corporate Risk Disclosure and Interplay of Corporate Reputation, Corporate Trust and Media Usage in Initial Public Offering)

(استكشاف مخاطر الشفافية التنظيمية، الإفصاح عن مخاطر المنظمات وتفاعلها مع سمعة المنظمة، الثقة بالمنظمات واستعمال الاعلام في الاصدارات العامة الاولى).

جرت هذه الدراسة في سوق هونغ كونغ لأوراق المالية، هدفت هذه الدراسة لتسليط الضوء على العلاقات المتبادلة لأثار الإفصاح عن المخاطر وسمعة اية منظمة والثقة بالمنظمة وطريقة استعمالها لوسائل الاعلام المرئية في السوق المالي، اذ اشارت هذه الدراسة الى اهمية المعلومات المتعلقة بالمخاطر في السوق المالية، واستكشاف مفهوم خطر شفافية المنظمات من وجهة نظر الافراد المستثمرين وبشكل فردي، ووزعت استمارة الاستبانة على (212) مستجيباً، وجرى استعمال اساليب التحليل الاحصائي (SPSS)، وظهرت معادلات النمذجة لأدراك اهمية سمعة وثقة المنظمة مدى ترابطها الفعلي في درجة الإفصاح عن المخاطر، وخلصت الدراسة لأهم النتائج، اذ ان تنوع وسائل الاعلام المستخدمة من قبل المنظمات بالإفصاح بشكل ايجابي تؤثر بسمعة المنظمات ودرجة ثقة المستثمرين بتلك المنظمات.

ب- دراسة (Linjuan Rita Men, 2014)

(Internal Reputation Management : The Impact of Authentic Leadership and transparent Communication).

(ادارة السمعة الداخلية : تأثير القيادة الاصيلية والاتصال الشفاف)

هدفت هذه الدراسة الى القاء الضوء على عملية ادارة السمعة الداخلية للمنظمة من خلال دراسة تأثير القيادة الاصيلية والاتصال التنظيمي الشفاف في تقييم العاملين في المنظمة، اذ توصلت الى ان القيادة الاصيلية والاتصال الشفاف هي عوامل فعالة للحصول على السمعة الجيدة في نظر المستجيبين من خلال شبكة الانترنت (400)، اختيارهم بشكل عشوائي من مجموعة متنوعة من المنظمات الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الامريكية، وكذلك اظهرت الدراسة ان القيادة الاصيلية تلعب دورا حاسما في تغذية نظام الاتصالات الشفافة للمنظمة والتي بدورها تشكل السمعة الداخلية للمنظمة، واوصت الدراسة بضرورة ممارسة التواصل الشفاف للمنظمة بشكل يومي يجعلها اكثر تميزا ومتانة في المعلومات ويقلل من المساءلة ويزيد درجة المشاركة، اذ يسهم الموظف الى حد كبير في التقييم الايجابي للتنظيم.

المحور الثاني / الجانب النظري :

اولاً (الشفافية :

1- مفهوم الشفافية : في جميع متون ثقافات الانسانية، نجد للشفافية معاني ترتبط بها وتعمل ضمن مجالها ك (الامانة، الصدق، الاخلاص، العدالة)، والنظر لمنظورها العملي بإطار شفاف وواضح ومشاهدة كافة الاعمال والتصرفات مبتعدة عن التدليس والمراوغة واظهار اجزاء مجتزئة من الحقيقة اذ ترسم المنظمات لحياتها منهاجا (اعمل وفق شعار ما تراه هو ما تحصل عليه) والابتعاد عن الاجندات المزدوجة، عرفها (Oliver, 2004: 3) بالسماح للحقائق بأن تكون متاحة للجميع لرؤية فيما اذا كان اختيارهم او تفكيرهم او نظرهم عن جميع الاعمال والانشطة صحيحا واتخاذ القرار الصحيح وبالوقت المناسب وبمهارة عالية.

ولقد اشارت اليها (وناس، 2008: 81) بالاطلاع على عمليات صنع القرار ووضوح القوانين والاجراءات والتشريعات وسهولة الوصول الى المعلومات وفهمها ومن ثم استخدامها في تفعيل الانظمة والمنظمات بكافة انواعها، وينظر للشفافية بعملية عرض القواعد والقوانين والعمليات والسلوكيات التي تميز ادارة المنظمة عن غيرها من المنظمات تحسب المجهز وكيفية تجنب الفضائح التي تطيح بها (Shel & John, 2009: 14).



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

فيما يعدها (البهجي، 2014: 18) احد عناصر الادارة الجيدة في الحكم من خلال توافر المعلومات لعامة الافراد حول السياسات والانتظمة والتعليمات والقرارات الحكومية ووضوح التشريعات وسهولة فهمها واستقرارها وانسجامها مع بعضها بعضاً وموضوعيتها ووضوح لغتها. ويراها الباحث عملية تقاسم المعلومات والتصرف بطريقة مكشوفة تتيح لمن لهم المصلحة بشأن ما جمع المعلومات، اذ تكون دعامة هامة لضمان النزاهة والثقة في المعلومات الصادرة من مختلف الجهات داخلها وخارجها، لأفرادها وجمهورها وزبائنها.

2- أهمية الشفافية: (أبو كريم ، 2009: 103-104) (الخنق ، 2003: 75-80) (Oliver,2004:19)

- أ- اتخاذ القرارات الصحيحة ببسر وسلاسة نظرا لوضوح الاهداف والسياسات والاجراءات التي تعمل ضمنها الادارة اذ تفق حاجزاً بوجه الفساد.
- ب- توليد بيئة عمل متميزة يسودها التعاون وروح الولاء والالتزام لتطوير العمليات والاداء وتعمل على تدعيم مفهوم السلوك المسؤول بتركيزها على اخلاقيات العمل.
- ج- منح المنظمات الريادة في المستوى المحلي والدولي.
- د- تحقيق رضا العاملين من خلال زيادة ملائمة ظروف العمل وفرص الترقية والنمو للأفراد وعملانها من خلال اطلاعهم على منتجاتها وارباحتها وبناء علاقة جيدة معهم.
- هـ- الاستثمار الامثل للموارد المالية للمنظمة مما يزيد من كفاءة وفاعلية نتائج العمل للإدارة المنظمة.
- و- نتيجة لاستخدام الشفافية كوسيلة لتقويم الافراد في جميع المواقع الادارية واعتماد الكفاءة ستعمل الادارة بوضع الرجل المناسب في المكان المناسب وستكون مصدرا اساسيا لنظم الحوافز والتميز نظرا لاهتمامها بالأبداع والمصادقية عند اداء الاعمال بين مستويات العاملين في كافة ارجاء المنظمة.
- ز- جذب الكفاءات والمواهب والخبرات المتميزة للمنظمة.
- ح- تعد الشفافية وسيلة مضافة للتطوير الاداري كنتيجة لمحصلة الاهداف التي تعمل على تحقيقها، مما يتطلب اعادة النظر المستمر بالأنظمة والاساليب والاجراءات المستخدمة في تنفيذ الاعمال الخاضعة لمتابعة ورقابة مختلف الجهات العاملة معها المنظمة.

3- مبادئ الشفافية :

لا يمكن لأية منظمة ان تصيح شفافة بين ليلة وضحاها، دون اختيارها لطريقة مناسبة بشكل تدريجي أو مباشر لتوليد ثقة ضرورية بانتهاجها سلسلة مبادئ ومركزات تسير وفقها للولوج الى جوهر عمل يبعث اشارة اطمئنان للجميع. وللشفافية مبادئ ومحددات تتلخص بـ الحقوق العامة : يمتلك العاملون حقوقا ولهم واجبات، الا اذا نصت القوانين صراحة حجبها عنهم، ومثلما للعاملين حقوقاً فأن للزبائن والجهات المستفيدة حقوقا ايضا، وتعد الحقوق العامة عنصرا رئيسا لضمان حصول الجمهور على الفرصة لمراقبة سلسلة أنشطة المنظمات والمشاركة فيها، التزامات الادارة : الادارة ملزمة بتوفير بيانات موثوقة وصادقة، وينبغي عليها ان لا تسمح فقط، بل تعمل على تشجيع المشاركة العامة في عملية التواصل مع جمهورها وزبائنها عن طريق الترويج لاستعمال المعلومة الرسمية بنشر جهودها وانشطتها، وفق ضمانات تلزمها المحافظة على المعلومات الرسمية للأجيال القادمة، تقييم البرامج : يعد توفير سبل الوصول الى المعلومات حول اداء المنظمات امرا بالغ الاهمية، فلا يمكن تطبيق المساءلة الا اذا عرف الافراد الفوائد التي يقدمها البرنامج ، وللمورد البشري في المنظمة الحق في معرفة ما يدور فيها والى اين تتجه مستقبلا، وما دوره في تحقيق النتائج المستهدفة (باشيوه واخرون، 2013: 271-73). بينما يوضحها (Borgia , 2005: 22) ثقافة تركز الانفتاح والالتزام الشفاف من قبل قيادة المنظمة، وتشجيع البرامج والعمليات الضامنة لتحقيق الشفافية في كل مستوى وتحاسب العتمة وعدم الشفافية، في ضوء التدريب الجيد للعاملين والاداريين والمديرين في كافة المستويات لاتباع الاساليب القائمة على الحكمة والاستقامة والثقة والأمانة وقول وفعل ما هو صحيح، ومعرفة كيفية التصرف عندما لا تؤدي المنظمة او الافراد الأشياء الواجب عليهم تأديتها، وتأسيس وسائل الاتصالات تتمتع باستباقية في نقل وايصال المعلومات الى جميع أصحاب المصلحة.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار المعمولة مركزيا

4- مسؤولية تنفيذ الشفافية :

أخذت مسؤولية تنفيذ الشفافية دورا مهما في حياة المنظمات الساعية لأثبات جدارتها وبناء ميزة تنافسية تستقطب من خلالها جمهور يتنامى بمرور الوقت، (الخناق، 2006: 14) و (عليان وجرار، 1997: 366) مسؤولية التنفيذ اولا: المستوى الذاتي : تتطلب الشفافية العمل على زيادة ادراك العاملين والمواطنين ولواجبات واهداف المنظمة التي وجدت الشفافية من اجلها، ودور كل منهما في هذه الواجبات، ورسم خارطة انجاز الاعمال المناطة بكل مرحلة من مراحل العمل وبشكل واضح، والاعلان وبشكل واضح عن حالات التميز والفضل التي تتعرض لها المنظمة، وتحديد هدف (خدمة المواطن) المفهوم الاول للمنظمة والاعلان عن الاجراءات وباستخدام البرامج الاعلامية والملصقات. وثانياً : المستوى الشمولي : اذ يتطلب التزام نظام الدولة والادارات العليا بمبدأ المؤسسات والقانون، واجراء اللقاءات بصورة مستمرة ومنظمة بين الاجهزة المركزية في الادارة والاجهزة الرقابية لضمان الحد الاعلى للشفافية، ولأجل الابتعاد عن المخالفات واشراك اكبر عدد ممكن من القطاعات العاملة في المجتمع في مجلس الادارة لضمان تنسيق الاعمال، اضافة لذلك الاهتمام بتطوير مركز المعلومات لتكون الرافد الاول للحصول على انظمة وتشريعات في مختلف المجالات، وتفعيل دور الرقابة والمحاسبة وتقييم الاداء للقيادات الادارية، على ان تكون فلسفة الرقابة في ابعاد قيادات المنظمة عن الانحراف بالعمل وبحسب توجهات وخبرات الرقابة، والوظائف العامة تتطلب العمل بمبدأ (اشهار الذمة) لكل شاغر وظيفة وتقع مسؤولية تنفيذ الشفافية في المنظمات على عاتق جميع افرادها. ويتوجب عدم معاملة افراد المنظمة بسرية واشراكهم في صناعة القرارات ورسم السياسات وعلى الادارة مراعاة اللامركزية والمرونة في تبنيتها لمبدأ الديمقراطية والتعامل بنزاهة في جميع المستويات (ابو كريم، 2009: 72) .

5- استراتيجيات الشفافية :

تولد المنظمات مناخا ملائماً لمسار شفافتها وتعمل على استدامة خطوطها باستراتيجيات هادفة في ضوء ايمان قياداتها الاستراتيجية بالشفافية، وترى (الصادي واخرون، 2015: 19-20) استراتيجيات الشفافية تنبثق من الاستراتيجية الكلية للمنظمة اذ تتضمن دراسة البيئة الخارجية ك(الفرص والتحديات التي تواجه المنظمة من جانب، وتوقعات المستفيدين من الخدمة)، والبيئة الداخلية للمنظمة ب(نقاط القوة والضعف الاساسية للمنظمة، مبادئ المنظمة ورسالتها)، فيما يتفق (United State Department of Health & Human Services, 2010: 16-56) مع (ابو كريم، 2009: 60) و (الخناق، 2006: 9) على الاستراتيجيات والتي تتحد بالاتي (النزول الى الاحداث بشكل متكرر ومفاجئ، والاهتمام بكل العناصر واستخدام اساليب التفكير المختلفة للوصول لجذور المشكلة ووضع الحلول لها، واتخاذ الاجراءات الوقائية والفورية لحل المشكلة، والبحث عن الاسباب الحقيقية واهميتها النسبية في توليد المشكلة، ووضع الحلول المناسبة للمشكلة، مع اتخاذ كافة الاجراءات الكفيلة بتجنب تكرارها، واعتماد مداخل الادارة المفتوحة، والادارة على المكشوف، والادارة المرنة، والادارة بالرؤية المشتركة، والهندرة الادارية، والادارة التشاركية وتمكين العاملين، اذ تكون مضامينها متداخلة مما يجعل تطبيقها ذا اطار واسع للعمل الشفاف داخل المنظمات.

6- أبعاد الشفافية :

تجسدت ابعاد الشفافية ب(الوضوح في الاجراءات، الافصاح عن المعلومات، الاتصال) اعتماداً على اراء بعض الكتاب والباحثين وان تباينت بمنظورها ومداخلها تبعاً لتوجهاتهم، الا انها تصب في جوهر عملها، وسيتم تناولها وكالاتي: يعرف الافصاح عن المعلومات (محمود، 2006: 23) بأنه توفير كافة المعلومات سواء الدورية او غير الدورية، وكذلك المالية وغير المالية لجميع الاطراف. وتضيف الى ذلك (ارتيمة، 2005: 25) الدقة والمصادقية والحدثة في المعلومات المناسبة بين مختلف المستويات الادارية في المنظمة، اذ يستطيع الافراد الحصول على المعلومات التي يحتاجون اليها لتأدية مهامهم الوظيفية بالسرعة المطلوبة والوقت المناسب دون تأخير، مع نشر المعلومات والافصاح عنها للجمهور وبسهولة، فيما يعرفه الباحث بالاعلام والتحذير، واطهار كافة المعلومات المتعلقة بمواضيع المنظمة، وبالوقت المناسب، اذ يؤدي لتكوين الرأي السليم دون الاخلال بتوازن المصالح بين المنظمة وجمهورها.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

ويعرف الاتصال (القيوتي، 2012: 218) عملية التفاعل التي تحدث عندما يحول شخص او جهة ما (المرسل) رسالة، ويستجيب لها الطرف الاخر (المستقبل) بشكل يرضي المرسل، ويتفق مع هذا التعريف (الزعيبي والبطينة، 2014: 145) اذ يعده عملية ارسال واستقبال للمعلومات بين الافراد مع وجود معاني مرتبطة بها بهدف التأثير على سلوك الافراد وحفزهم واحداث حالة توافق وتتطابق تام بين المعنى المرسل من قبل المرسل والمعنى المفهوم من قبل المستلم، ويكون الاتصال بأقل التكاليف الممكنة، فيما يراه الباحث عملية دينامية تهدف لإيجاد فهم مشترك وبشكل اساسي لا غنى عنه للأفراد والجماعات والمنظمات، ويتم خلالها نقل وتبادل المعلومات والافكار والمشاعر بين جميع اطراف عملية الاتصال. اما الوضوح في الاجراءات فيراها (Berger & et al., 2015: 7) بعملية استيعاب عاملي المنظمة لرؤيتها، ومهامها والغرض الذي أوجدها واستراتيجياتها وجميع التحديات والفرص، والاولويات، وواقعها التنافسي والمعتمد على فهمهم لأبعاد (العمل، الاستراتيجية، السوق). وتتفق (هادي، 2008: 77) مع كونها عملية ايضاح لقواعد العمل لتخدم رسالة المنظمة بطريقة مثلى، مبتعدة عن الجمود ليتسنى تطويرها وتعديلها فتصبح بسيطة وفاعلة، ومواكبة لثقافة السرعة التي يتصف بها النظام العالمي الجديد. فيما يراها (حوامدة وجرادات، 2005: 20) بعملية توضيح للتشريعات والقواعد والاجراءات التنظيمية، اذ يسهل فهمها واستقرارها وانسجامها مع بعضها البعض، وموضوعيتها ووضوح لغتها وفقا للتغيرات الادارية والاجتماعية والعمل على تبسيط الاجراءات قدر الامكان، ويعرفها الباحث بعملية النشر الواسع للمعلومات والبيانات بشكل صريح وكاف، وتوفير ادلة يُسترشد بها العاملين والجمهور، والجهات الاخرى ذات العلاقة بشكل انسيابي، وعلى درجة من الوضوح والمراقبة ومعرفة مدى تطورها وتقدمها، مما يساعد على اتخاذ القرار السليم وبالوقت المناسب.

ثانياً (السمعة التنظيمية :

1- مفهوم السمعة التنظيمية :

ينظر للسمعة التنظيمية على اساس كونها حزمة التعويضات والرفاهية والاحترام لأفرادها وتقديم المنتجات والخدمات لمجتمعها وتأمين تلك الاسهامات الكلية في ظل المصلحة العامة، فتعمل المنظمة بكل قوة ونشاط لتعزيز السمعة التي يعرفها أفرادها وجمهورها، وتواجه في سبيلها تحديات مختلفة، فالتحدي في بناء السمعة التنظيمية الجيدة للمنظمة يعد العلامة المميزة لها. ان بناء السمعة يتطلب الالتزام الطويل بأفكار واصول تُصان وتُحمى ويُعمل على استدامتها، نظرا لكونها اصولاً غير ملموسة وغير قابلة للتقليد (Pearce & Robinson, 2011: 106). يعرفها (Carter, 2006: 1145) بأنها (جميع الممارسات كجودة الادارة، ونوعية المنتج او الخدمة، المسؤولية الاجتماعية، الابداع والسلامة المالية). وينحصر فهما للسمعة التنظيمية بالثقة والخصائص والمزايا الاضافية المقدمة لزبون ما، وتكون ذات قيمة بالعمل، فالولاء التنظيمي وشعور الافراد بشكل افضل تجاه تعامل منظماتهم، ليكون خليطاً من خصائص ملموسة وغير ملموسة (McKeown, 2012: 67) ، ويراها (Beer, 2003: 623) مجموعة من الخصائص والصفات الكلية للخدمة التي تكون من خلالها المنظمة قادرة على تحقيق رضا الزبون واشباع رغباته وحاجاته. فيما ينظر اليها بعملية توليد قيمة تنافسية على المستوى الاستراتيجي وتنظيم مخطط ومتوازن لإضافة أنشطة وفعاليات شرعية للمنظمة للتغلب على كافة الضغوطات الداخلية والخارجية (Winn et al., 2008: 50)، وقد اشار (رشيد والزيادي، 2014: 18) للسمعة التنظيمية بالانطباع الذهني الشامل الذي يشكل من قبل مختلف اصحاب المصلحة المتعاملين مع المنظمة حول انشطتها وانظمتها وقراراتها وسياساتها والذي يتحدد في ضوء استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم من عدمه، ومن ثم فأنها تتجسد في كل الجهود والانجازات المتميزة والتي ترمي من ورائها المنظمات كسب رضا المجتمع وتحقيق رفاهيته.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزي

2- أهمية السمعة التنظيمية :

يبين (Griffin, 2008: 6-9) أهمية السمعة بأنها (تعطي للمنظمة الثقة العالية اوقات الازمات، وتسهم بشكل مباشر في توفير مناخ تنظيمي متميز يسهم في بلورة صحة المنظمة، وتعمل على زيادة رأس المال وتجذب افضل المواهب، وتزيد المبيعات بفضل ولاء الزبائن، وتجذب الاستراتيجيات المناسبة لاستدامة التنافس، وتجذب شركاء اعمال جدد يزيديون من توسع المنظمة عموديا وافقيا، لتمييزها بسلوك اخلاقي يوفر حاجزا يحول بين المنظمة والاضع المضطربة ويعمل على تقليل الاحتكاك بين المنظمة والجهات الرقابية الحكومية والجهات التشريعية). ويذكر (Lickerman, 2010: 2) أهمية السمعة التنظيمية بكونها (تدافع عن المنظمات ضد الافتراءات والاقاويل التي توجه ضدها، ومن خلالها تستطيع المنظمة حشد الرأي العام، وانها تتيح للمنظمات الحفاظ على الاهداف الطامحة في تحقيقها لأنها الخط الاول للدفاع عنها، اذ تعزز الجوانب الايجابية للمنظمة وحصر الجوانب السلبية وتقليلها لأقصى ما يمكن، وتمثل السمعة الجيدة للمنظمة الاستراتيجية التسويقية اللانقة لمواجهة المنافسين، فهي تجعل الاداء التنافسي للمنظمة متفوقا على المنظمات الاخرى ضمن ميدان التنافس نتيجة لاستخدامها بشكل متكرر وتثير الحماس عند الاخرين، لذا فالسمعة الجيدة تلهم الافراد الحاجة لان يكونوا قدوة واكثر تألقا وتدفعهم ليكونوا اكثر ايجابية).

3- استراتيجيات بناء السمعة والحفاظة عليها :

حدد (جوناثان روفيد، 2008: 180-85) قواعداً ذهبية لحماية السمعة تتمثل بـ (الصدق : السياسة الوحيدة التي توجب على المنظمات البدئ بالحقائق واتخاذها منطلقا لخطواتها التالية مبتعدة عن تشويه الحقائق وتحمل المسؤولية والابتعاد عن التستر، الثبات : في الاسلوب خلال اوقات الرخاء والشدة بالانفتاح والصراحة مع وسائل الاعلام لأنها ذات ثمار مجدية في كافة المواقف ، الاستعداد : المفتاح دوما لمواجهة الظروف وتقلبات البيئة، يتوجب على المنظمات وضع خطة للازمات ومعرفة خط السلطة يصنع متحدثاً باسم المنظمة خلال وقت الازمة، فوضع الاحتياطات مقدما بأسلوب استباقي خير من انتظار المصائب لتضع الحلول ، بالمبادأة بوضع استراتيجيات تعزز السمعة وتحافظ عليها، الاهتمام العالي بالعلاقات العامة : وجعلها وظيفة استشارية تنفيذية، الاهتمام بالعمليات : والممارسات والعناية المثلى بالعملاء من خلال قوة التسويق والاعلان ودعم الأنشطة التعريفية للمنظمة والاهتمام بممارسات المسؤولية الاجتماعية. لقد ازدادت حدة التنافس بين المنظمات في الآونة الاخيرة، نتيجة لازدياد عوامل التنافس كالعولمة والمنافسة السعريّة، وتقارب الاسواق وانتشارها، ورفع القيود التنظيمية، فقيادة السمعة استراتيجيا تحتاج لرؤية الاسواق الكبيرة بشكل يعتمد على ادوات الادارة الاستراتيجية في (التحليل، الصلابة الادارية، الالتزام المالي، الابداع الدؤوب، فاعلية الموجودات). تعد ادارة السمعة استراتيجيا من اهم سمات المنظمات الكفوة والفاعلة .

اذ يتفق (2010 Tayleur)، (Seitel, 2012)، (Keller, 2013) على استراتيجيات للسمعة التنظيمية تتمثل بـ (عملية تحديد وبناء ووضع القيم للسمعة : تكون هذه العمليات نابعة من الفهم والوضوح، نظرا لما تمثله السمعة للمنظمة ونمو مكانة واحترام لسمعتها من قبل منافسيها وجمهورها، يتم توجيه التسويق بشكل متكامل لتعظيم الميزة التنافسية بصدى سمعة قوية، وتنمية علاقات الولاء بشكل فاعل مع زبائن المنظمة برسم الخارطة الذهنية لاطار التنافس وتوضيح نقاط التكافؤ والاختلاف مع المنظمات الاخرى، والاستفادة من الاحداث وتسخيرها لخدمة السمعة، اضف لذلك ابراز شعار المنظمة ليصبح معروفا للجميع، عملية تصميم وتنفيذ برامج تسويق السمعة : بناء وتحديد موقع السمعة في اذهان الزبائن لتحقيق اكبر قدر من المعرفة من قبلهم ضمن وحدة الزمن ، وتتوقف على الاختيار الاولي والدقيق لمزيج العناصر المكونة للسمعة والتوفيق والموانمة فيما بينها، والاهتمام بالبرامج والانشطة التسويقية الداعمة والمتكاملة مع تلك العناصر، اذ تحدث روابط مباشرة وغير مباشرة فيما بينها تعمل على رفع السمعة وتربطها مع الكيانات الاخرى ضمن حدود المنظمة، وتتضمن (الرمز، الشخصية، الشعار، استراتيجيات التسعير والانتاج، القنوات الاستراتيجية، استراتيجيات العلاقات العامة، تحديد البلد المصنع، التراخيص، الناطقين الرسميين، التأييد والرعاية والجوائز التي تحصل عليها المنظمة).



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

عملية قياس وتفسير اداء السمعة : ادارة السمعة بشكل مثمر ومفيد بتصميم وتنفيذ نظام قياس لكل الاوقات والظروف ، ويكون مناسباً وذا فاعلية ليعطي متخذ القرار المعلومات الكافية لاتخاذ القرار التكتيكي او الاستراتيجي لتوليد السمعة بتجميع التقارير وتحديد مسؤوليات المنظمة اجتماعيا من خلال (تدقيق السمعة، تعقب السمعة، نظام ادارة واستثمار السمعة، سلسلة قيمة السمعة)، نمو واستدامة السمعة : المحافظة على السمعة وتوسيعها من اكبر التحديات التي تواجه المنظمة، اذ تسعى المنظمة لأداء اعمال واسعة من منظورات مختلفة لفهم استراتيجيات السمعة التنظيمية والية انعكاسها على مكانتها وكيفية تعديلها وتعزيزها وتنشيطها بمختلف الاوقات بتحديد بنيتها، واستراتيجيات توسيعها، وهيكل محافظة اعمالها، لجميع عمليات واستراتيجيات ادارة السمعة وبشكل مستمر : من خلال التطور التقني والارتقاء بأساليب بحثية جديدة لنماذج السمعة، اعادة النظر بأسس التسويق وقيم ورؤية وثقافة الجمهور، والمهارات الموجهة للأنشطة على الشبكة العنكبوتية، والتصميم المؤثر وتقنيات الابداع في وضع الحلول الشاملة للسمعة المنظمة.

4- أبعاد السمعة التنظيمية :

تمثلت الابعاد الفرعية للمتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) بالأبعاد وجودة الخدمة والمسؤولية الاجتماعية، فالإبداع يعرف بعملية اجتماعية تفاعلية يمكن ان تثير العواطف المختلفة، ودور العواطف في عملية الإبداع التنظيمي ليست في حد ذاتها، بل تعمل على تعزيز حل المشكلات واتخاذ القرار، فالعواطف ستحرك مجمل التفاعلات الاجتماعية لتحسن عملية توليد وبناء فكرة او سلوك ابداعي في المنظمة بشكل مستمر (Biniari, 2011: 199) ، بينما يعرفه (العميان، 2004: 389) بأنه ايجاد وتقبل وتنفيذ الافكار والعمليات والمنتجات والخدمات الجديدة، ويشخصه (الكبيسي، 2002: 92) بعملية او تقنية او اسلوب، وهذا ما يتفق مع (العامري والغالبي، 2007: 48) كونه تطبيق عملي للأفكار، اما جودة الخدمة فأنها تعرف بحصيلة ادارة العاملين من جهة وادارة العلاقات مع المستفيدين ونجاح ادارتها مرتبط بإدارة الوقت، وخبرة العاملين، والتقمص العاطفي والسمعة، وهي تقدم لمختلف المستفيدين أفراداً ومنظمات، او كليهما معا (العزاوي، 2008: 56)، ويشير (Dess et al., 2014: 76) لكافة الاجراءات المرتبطة بتقديم الخدمة لتعزيز والمحافظة على قيمة المنتج، فيما يذكرها (Bateman, 2009: 15) السرعة والاعتمادية التي تعمل من خلالها المنظمة لتوفير ما يريده زبائننا ، وعرفت المسؤولية الاجتماعية بمزيج من الانظمة الاجتماعية لسلوك المنظمات والمؤسسات، واتخاذ كافة التدابير المسؤولة والواجبة كافة وبشكل استباقي تجاه اصحاب المصالح ولجميع افراد المجتمع في اطار سعيها لتحقيق منافعها الاقتصادية والتي تضم كلا من المسؤولية الاجتماعية الطوعية والالزامية (Li Kai, 2014: 4) ، بينما اشار اليها (كوتلر ولي، 2011: 9) بالالتزام بتحسين رفاهية المجتمع من خلال ممارسات اعمال اختيارية تقديرية ، وهذا يتفق مع (رشيد وجلاب، 2015: 95) بكونها التزام انساني اخلاقي تطوعي يعكس الرغبة الحقيقية الصادقة للمنظمة للعمل بأبعد من المديات الاقتصادية والقانونية واتخاذها لمجموعة من القرارات والممارسات التي تعبر عن مساعي نبيلة تهدف لتحقيق ما هو خير ورفاه للمجتمع الذي تعمل فيه المنظمة) .



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

(المحور الثالث) عرض النتائج وتحليلها واختبار الفرضيات :

سيتم في هذا المحور عرض النتائج التي افترضتها الاستبانة لتشخيص مستوى متغيرات البحث وتحليلها، باستخدام بعض اساليب الاحصاء الوصفي : الوسط الحسابي لتقدير مستوى كل متغير والانحراف المعياري لتقدير التشتت المطلق ومعامل الاختلاف لتقدير التشتت النسبي، ومن خلال تحليل اجابات افراد المجتمع حول الابعاد المكونة لكل متغيرات البحث الرئيسية والفرعية، ثم بعد ذلك اختبار فرضيات البحث، وقد اعتمد البحث مقياس ليكرت الخماسي في اجابات الاستبانة وبحسب طول الفئة ($5-1=4/5= 0.80$) فكانت الاوساط كالآتي :

درجات المقياس	ضعيف جدا	ضعيف	حول الوسط	عالي	عالي جدا
طول الفئة	1 - 1.080	1.80 - 2.60	2.61 - 3.40	3.41 - 4.20	4.20 - 5

اولاً (عرض وتحليل النتائج) : سيتم عرض النتائج وتحليلها لمتغيرات الشفافية (الوضوح في الاجراءات، والافصاح عن المعلومات، والاتصال) ومتغيرات السمعة التنظيمية (الابداع، جودة الخدمة، المسؤولية الاجتماعية) وكالاتي :

أ- تحليل استجابات مجتمع البحث وفقاً لأبعاد الشفافية :

تعد الشفافية المتغير المستقل (التفسيري)، اذا تضمنت ثلاثة متغيرات فرعية (وضوح الاجراءات، الاتصالات، والافصاح عن المعلومات، يتضح من الجدول (1) وصفا لفقرات الشفافية بان الوسط الحسابي العام بلغ (4.11) بنسبة أهمية نسبية (82.3%) بانحراف معياري (0.8)، وان اعلى وسط حسابي بشكل عام كان للفقرة (X10) والتي تنص على (مبدأ العلانية في اعلان المناقصات والمزايدات وللجميع)، اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي (4.48) ونسبة الأهمية النسبية لها (89.6%) والانحراف المعياري (0.763) في حين ان اقل متوسط اجابة كان للفقرة (X6) والتي تنص على (شيوخ ثقافة السرية واحتكار المعلومة) وقد بلغ الوسط الحسابي لها (3.38) بأهمية نسبية بلغت (67.6%) وانحراف معياري (1.194) وهذا يشير لمستوى تجانس ضعيف بين مجتمع البحث في الاجابة عن هذه الفقرة، يتضح ان المنظمات المبحوثة تعمل على توليد بيئة تكون فيها المعلومة متاحة للجميع وخاصة المستفيدين من خدماتها (زبائن، ومجهزين) كون المنظمات المبحوثة تهتم بالمشافة واتاحة الفرصة بشكل متكافئ لمن يرغب الحصول على خدماتها وبشكل عادل ومتساو، وهذا ما يعزز معرفة الجميع بالحقوق والواجبات اتجاه ما يكلفون به والابتعاد عن الريبة والشك وبإطار ديمقراطي يتفاعل مع الجميع، وفي الجانب الاخر ورغم تحقق الفقرة (X6)، وبمتوسط حسابي يقل عن جميع الفقرات الا انه اعلى من الوسط الفرضي، فيعود ذلك لكون السؤال اعد بشكل عكسي لغرض التأكد من صدق الاجابة، ويعزى ذلك الى ادراك المستجيبين وتجانس آرائهم من خلال الانحراف المعياري لهذه الفقرة (1.194)، حول ضرورة الاهتمام بآتاحة المعلومة الخادمة لجوهر عمل المنظمة، وان عدم اقتصرها على فئة دون اخرى فيما تروم المنظمة من انجازه او العمل به، سواء أكان ترقية ام تعين، ام مكافئة، ام طرح مزايدات ومناقصات، او بالولوج لمشاريع تعود بالفائدة على الجميع وبما يسهم في تعزيز مكانة المنظمة داخل الفرد المنتمي اليها كونه جزءاً منها، ام المتعامل معها بشكل مستمر، وهذا ما يعزز الثقة على المدى البعيد رغم عدم تجانس الآراء في الاجابة والنابع من عدم رضاهم .

وفيما يخص الابعاد منفردة فقد اتضحت النتيجة كالآتي :

1- ان متوسط الاستجابات لبعد (الوضوح في الاجراءات) كان (4.1) بأهمية نسبية بلغت (82%) بانحراف معياري بلغت قيمته (0.873) وقد كانت اعلى أهمية نسبية للفقرة (X5) (بأن تكون رؤية المنظمة واضحة ومعلنة للموظفين وللزبائن)، اذ بلغت اهميتها النسبية (87%) وبمتوسط حسابي وانحراف معياري وعلى الترتيب (4.35);(0.686) ، ان حصول هذه الفقرة على اعلى متوسط حسابي يدل على ان المنظمات المبحوثة تكون رؤيتها واضحة ومفهومة للجميع، ومعنى ذلك ان الجميع يدرك الهدف الذي اوجد هذه المنظمات وما تطمح ان تكون عليه خدمة للمصلحة العامة مستقبلا وبشكل واضح ومفهوم، اما فقرة (X1) حصلت على اقل متوسط حسابي واهمية نسبية والتي تنص (يتجنب التعامل بوضوح والمكاشفة بكافة قراراته)، وهو السؤال الذي اعد بشكل عكسي.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

اذ سجل متوسط الاستجابة لها (3.5) بأهمية نسبية (70%) وبتحرف معياري مقداره (1.72) وهذا يدل على عدم تجانس الاجابة، ويؤشر محدودية اهتمام مجلس الادارة بالوضوح والمكاشفة في قراراته بشكل نسبي، وهذا الشيء يعطي الانطباع بأن اغلب الاجراءات والعمليات الادارية نسبية الوضوح، فقد تكون قرارات تخص مستقبل المنظمات وتتطلب السرية، او لاقتصرها على قيادتها العليا المختصة باتخاذ القرار، وهذا ما قد يضعف اندماج بقية افراد التنظيم، وازدياد شعورهم بالاغتراب وقلة الولاء.

2- تشير نتائج الجدول (1) الى ان الاهمية النسبية لعدد (الافصاح عن المعلومات) بلغت (79.6%) والوسط الحسابي بلغت قيمته (3.98) بتحرف معياري بلغ (0.980) وكانت اكثر فقرة ساهمت بإيجابية هذا المتغير هي الفقرة (X10) والتي نصت على (مبدأ العلانية في اعلان المناقصات والمزايدات وللجميع) اذ كانت اهميتها النسبية (89.6%) ووسطها الحسابي وانحرافها المعياري على الترتيب (4.48); (0.763)، بينما كانت اقل فقرة لهذا البعد هي الفقرة (X6) (شروع ثقافة السرية واحتكار المعلومة)، اذ كانت اهميتها النسبية (67.6%) وبمتوسط حسابي (3.38) وانحراف معياري (1.194) وهذا يدل على عدم تجانس الاجابات اما لكون وقت الافصاح ليس مناسباً للظروف او لتعارض المعلومات مع العوامل المؤثرة في التنافس او لاقتصرها على قمة الهرم وتوزيع الادوار والمسؤوليات المقصورة على افراد مهمين وموقعهم مفصلي دون الاخرين، ومن خلال معاشية الباحث لهذه المنظمات، وجد ان اغلب الامور التنظيمية تدار في قمة الهرم وما بقية القيادات الا ادوات تنفيذية تعمل على تسيير امور العمل دون المشاركة بالقرارات وبشكل نسبي.

3- ان متوسط الاستجابات لعدد (الاتصال) كان (4.26) بأهمية نسبية بلغت (85.1%) بتحرف معياري بلغت قيمته (0.7) وقد كانت اعلى أهمية نسبية للفقرة (X11) (بناء عمليات اتصال فعالة في معالجة كافة الامور العالقة)، اذ بلغت اهميتها النسبية (86.5%) وبمتوسط حسابي وانحراف معياري على الترتيب (4.33); (0.866)، ان تجانس المستجيبين في الاجابة بشكل نسبة مرتفعة يعطي فهما عميقا لكونهم يدركون حجم واهمية نظام الاتصالات في منظماتهم المتسم بالفاعلية والكفاءة في معالجته للأمور وبشكل ديناميكي يؤثر ويتأثر بسياق العمل المنطوي على معرفة دقيقة بالمواضيع او نتيجة لآلياته المبنية على الوضوح والصدق دون التحريف والتشويه وبالوقت المناسب الا ان مدى قناعتهم عنه ليست بشكل تام او لكونه لا يشملهم بشكل عام ، في حين كانت اقل الفقرات (X13) (اتخاذ قراراته بالاستناد للمعلومات التي يوفرها نظام الاتصالات المتاحة والممكنة في المنظمة) اذ سجل متوسط الاستجابة لها (4.15) والمتجه نحو المتوافر بنسبة عالية وبأهمية نسبية (83%) وانحراف معياري (0.811) ، على الرغم من هذه الفقرة حققت اقل متوسط حسابي من فقرات متغير الاتصال ، الا انها فقرة متحققة وبشكل كبير وتعمل المنظمة في اطارها، الا ان ادراك بعض الافراد سرعة وصول المعلومات اليهم بطينة نسبية نتيجة لمرورها بسلسلة من المراجع والتسلسل الهرمي، قد يضيء بظن في النظام وهذا ما يتوافق مع التشتت الحاصل في اجابة مجتمع البحث وما لمسها الباحث لأن اتخاذ القرار في هذه المنظمات لا يعتمد بشكل كبير على نظام الاتصالات الا انه اداة تساعد على اتخاذه .

ومن خلاصة المؤشرات التحليلية السابقة يتضح، ان الاوساط الحسابية لأجمالي الفقرات كانت اعلى من الوسط الفرضي المعتمد في الدراسة والبالغة قيمته (3) للمقياس ذي التدرج الخماسي، ولقد اشار التحليل الاحصائي للمتغير المستقل الشفافية، بأن المنظمات المبحوثة تهتم بالشفافية وتعمل في ظل اطارها لأن وسطها الحسابي العام (4.11) وبتحرف معياري عام مقداره (0.892)، وبأهمية نسبية (82.3%)، ويعد المتغير الفرعي الوضوح في الإجراءات، اكثر المتغيرات اهتماما من قبل المنظمات المبحوثة، اذا جاءت اهميته النسبية (87.3%) وهي اعلى نسبة وبمتوسط حسابي (4.10)، فيما جاء المتغيران الاخران على الترتيب (الاتصالات، والافصاح عن المعلومات) بأهمية نسبية مقدارها (85%) و(79.6%) فيما كانت متوسطاتهم الحسابية على الترتيب (4.26) و(3.98)، وان مدلول الضعف النسبي للإجابة في موضوع الافصاح عن المعلومات، يعد مؤشرا الى ان المنظمات وفي سياق عملها، قد تحتوي على بعض الامور السرية المتعلقة في سير عملها او غاب عنها التفسير المنطقي من قبلها لأفرادها .



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

الجدول (1) التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لابعاد وفقرات الشفافية

معامل الاختلاف	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	قياس الاستجابة										م
				لا اتفق تماما		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		اتفق تماما		
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
33.5	70	1.172	3.5	6.52	6	17.4	16	7.78	13	43.5	40	18.5	17	m1
17.7	82	0.727	4.1	1.09	1	2.17	2	5	8	62	57	26.1	24	m2
15.8	84.8	0.669	4.24	0	0	1.09	1	5.96	9	53.3	49	35.9	33	m3
16.8	86.5	0.728	4.33	0	0	3.26	3	3.5	5	46.7	43	44.6	41	m4
15.8	87	0.686	4.35	0	0	1.09	1	5.63	8	44.6	41	45.7	42	m5
21.3	82	0.873	4.1	الوضوح في الاجراءات										
35.3	67.6	1.194	3.38	8.7	8	17.4	16	8.82	15	42.4	39	15.2	14	m6
23.5	79.3	0.931	3.97	0	0	13	12	3.16	5	53.3	49	28.3	26	m7
17.4	82.8	0.72	4.14	0	0	3.26	3	5.77	9	56.5	52	30.4	28	m8
22.9	78.7	0.899	3.93	2.17	2	4.35	4	10	16	50	46	26.1	24	m9
17	89.6	0.763	4.48	0	0	2.17	2	7.09	9	26.1	24	62	57	m10
24.6	79.6	0.98	3.98	الافصاح عن المعلومات										
20	86.5	0.866	4.33	2.17	2	2.17	2	4.35	6	39.1	36	50	46	m11
20.2	84.8	0.856	4.24	2.17	2	2.17	2	4.83	7	45.7	42	42.4	39	m12
19.5	83	0.811	4.15	1.09	1	4.35	4	3.	6	54.3	50	33.7	31	m13
17.7	85	0.75	4.25	0	0	2.17	2	7.53	11	44.6	41	41.3	38	m14
15.3	86.3	0.662	4.32	0	0	1.09	1	4.79	7	50	46	41.3	38	m15
18.6	85.1	0.7	4.26	الاتصال										
21.7	82.3	0.8	4.11	جميع المحاور										

ب- تحليل استجابات مجتمع البحث وفقا لابعاد السمعة التنظيمية

من خلال التحليل الاحصائي للمتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) وابعاده الفرعية الثلاثة (الابداع، جودة الخدمة، المسؤولية الاجتماعية)، يتضح من الجدول (2) وصفا لفقرات السمعة التنظيمية ان الوسط الحسابي العام بلغ (4.09) بنسبة أهمية نسبية (81.9%) بانحراف معياري (0.886)، وان اعلى وسط حسابي بشكل عام كان للفقرة (y11) والتي تنص على (تقديم افضل خدمة للمستفيدين)، اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي (4.52) ونسبة الاهمية النسبية لها (90.4%) والانحراف المعياري (0.602) والتي تشير لأعلى نسبة اتفاق على الاجابة، اذ تشير هذه الفقرة الى ان المنظمات المبحوثة تهتم بتقديم خدمة عالية الجودة من خلال الالتزام والتوجه بمبادئ ادارة الجودة الشاملة والعمل بمضامينها، اذ تقدم خدمة كفوة وفاعلة تراعي قيم واخلاقيات الهدف الخدمي الذي اوجدها، وما يدعم ذلك حصول هذه المنظمات على شهادات الجودة (ISO) والتي تسنى للباحث مشاهدتها في المنظمات المبحوثة، وفي الجانب الاخر، كان اقل متوسط اجابة للفقرة (y8) والتي تنص على (تأسيس وحدة متخصصة بمتابعة الانشطة الاجتماعية ومكافحة التلوث) وقد بلغ الوسط الحسابي لها (3.8) بأهمية نسبية بلغت (76.1%) وانحراف معياري (0.997)، تعد هذه الفقرة من الفقرات التي تعمل في ظلها المنظمات المبحوثة ولكن بشكل بدائي كون الالتزامات نحو البيئة حديثة العهد، والانشطة الاجتماعية تعد أنشطة خيرية في حد ذاتها ومفصولة عن الاداء التنظيمي نسبيا، مع ان العمل الطوعي الذي تلتزم به هذه المنظمات يعد مقبولا بشكل اقل مما عليه في العمل الملزم، وتحتاج لفترة اكثر لتتشبع بثقافة التكامل البيني والاسهامات المجتمعية وهذا ما يتوافق مع عدم تجانس الاجابة وملاحظات الباحث، وفيما يخص الابعاد منفردة فقد اتضحت النتيجة كالآتي :



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

1- ان متوسط الاستجابات لبعده (الابداع) كان (4.00) بأهمية نسبية بلغت (80%) بانحراف معياري بلغت قيمته (0.932) وكانت اعلى أهمية نسبية للفقرة (y1) (تنمية مناخ يدفع العاملين للأبداع) اذ بلغت أهميتها النسبية (84.1%) وبمتوسط حسابي وانحراف معياري وعلى الترتيب (4.21);(0.859)، اذ تهتم المنظمات المبحوثة بتوفير مناخ جيد للأبداع نتيجة لأدراكها، أن الابداع يضيف اليها قيم جوهرية، كونه عملية حضارية تسهم في ارتفاع المنظمات ويفتح لها افاق مستقبلية مشرقة تزيد من ميزتها التنافسية، ولقد كانت اقل الفقرات (y4) (تعقب برامج الابداع محليا ودوليا)، اذ سجل متوسط الاستجابة لها (3.82) بأهمية نسبية (76.3%) وبانحراف معياري مقداره (0.602)، اذ يدل التحليل الاحصائي لهذه الفقرة على عدم تجانس اجابة المستجيبين وان المنظمات المبحوثة تحتاج لمزيد من تعقب الابداع وتطويع آلياته وأسسها واستسقانه من منابع العلم الاداري الحديث والمتجدد محليا ودوليا من خلال(البحوث، المؤتمرات، الاصدارات والمطبوعات) التي تعنى في مجال الابداع، والعمل بأساليب الابتكار المتجدد والباحث عن ايجاد خدمة جديدة تضيف للمنظمة علامة تميزها عن سائر المنظمات الاخرى.

2- تشير نتائج الجدول (2) الى ان الأهمية النسبية لبعده (المسؤولية الاجتماعية) بلغت (77.8%) والوسط الحسابي بلغت قيمته (3.89) بانحراف معياري بلغ (0.942) وهذا يدل على ان المنظمات تملك اسس ومبادئ للمسؤولية الاجتماعية تعمل بموجبها، وكانت اكثر فقرة ساهمت بإيجابية لهذا المتغير هي الفقرة (y7) والتي نصت على (المشاريع التي تحث على مساعدة العاملين المحتاجين) اذ كانت أهميتها النسبية (79.6%) وبمتوسط حسابي مقداره (3.98) وبانحراف معياري مقداره (0.877) ، ويعد اهتمام مجلس ادارة المنظمات المبحوثة بمساعدة العاملين الذين يحتاجون الى دعم مادي ومعنوي من اهم المسؤوليات الاجتماعية الملقاة على عاتقه، كون الظروف المعيشية الاقتصادية الصعبة تجعل هموم الموظف بازيداء مالم يدعم ويخفف عن كاهله، يضاف اليها الدعم النفسي والتنظيمي لهم، فيما كانت اقل فقرة لهذا البعد هي الفقرة (y8) (تأسيس وحدة متخصصة بمتابعة الأنشطة الاجتماعية ومكافحة التلوث)، اذ كانت أهميتها النسبية (76.1%) وبمتوسط حسابي مقداره (3.80) وبانحراف معياري مقداره (0.997) وهذا يدل على اختلاف مرتفع بدرجة اجابة المستجيبين عن هذه الفقرة نتيجة لتشتت افكارهم وثقافتهم ومستوى ادراكهم وحدائث الاهتمام.

3- بلغ متوسط الاستجابات لبعده جودة الخدمة (4.39) بأهمية نسبية بلغت (87.8%) بانحراف معياري بلغت قيمته (0.679)، اذ يعد هذا البعد الفرعي مهما لمجلس ادارة المنظمات المبحوثة، اذ تهتم به وتعمل في اطاره، وذلك لأدراكها ان ارتفاعها وبقائها يتطلبان جودة من الخدمات التي تعود بالاثار الكبير على ذلك، وقد كانت اعلى أهمية نسبية للفقرة (y11) (تقديم افضل خدمة للمستفيدين) اذ بلغت أهميتها النسبية (90.4%)، وبمتوسط حسابي مقداره (4.52) وبانحراف معياري (0.602)، اذ تعكس هذه الفقرة اهتمام مجلس ادارة المنظمات بالعمل على تقديم افضل خدمة للمستفيدين من خلال اعتمادية الخدمة ودرجة امانها والمصادقية مع التركيز على امكانية الوصول لهذه الخدمة بشكل سلس ويسير، نظرا لما يملكه مجلس الادارة من تفهم لاحتياجات جمهور المنظمة مع جدارة الاستجابة لهذا الطلب على الخدمة من خلال نظام الاتصال الكفؤ الذي يعمل بين حاجات الزبون ودرجة تلبية المنظمة لتلك الحاجات، وبانحراف معياري (0.62) واقلها للفقرة (y15) (تجسير الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة) اذ سجل متوسط الاستجابة لها (4.25)، وبأهمية نسبية (85%) وانحراف معياري (0.75) ومعامل اختلاف (17.7%) وتعد هذه الفقرة متحققة بشكل جيد وتعمل المنظمة في اطارها وذلك كون درجة الاستجابة من خلال الأهمية النسبية والمتوسط العالي على الرغم من وجود اختلاف في اجابات مجتمع البحث، اذ يعمل مجلس ادارة المنظمات على تجسير الفجوة ما بين الطلب على الخدمة المقدمة ودرجة تقبل الزبون لها من خلال مصادقية وجودة الخدمة، ومن خلاصة المؤشرات التحليلية السابقة يتضح بان الاوساط الحسابية لأجمالي الفقرات كانت اعلى من الوسط الفرضي للمقياس المعتمد في الدراسة والبالغة قيمته (3) للمقياس ذي التدرج الخماسي، اذ كان المتوسط العام لمتغير السمعة التنظيمية (4.09)، والانحراف المعياري (0.886)، والأهمية النسبية لهذا المتغير المعتمد (81.9%)، ولقد حصل المتغير الفرعي جودة الخدمة على اعلى متوسط حسابي وأهمية نسبية على التوالي (4.39) وبأهمية نسبية (87.8%)، فيما جاء البعدان الاخران الابداع والمسؤولية الاجتماعية على الترتيب وبمتوسط حسابي وأهمية نسبية (4) (80%) و (3.89) (77.8%)، وهذا يفسر ان من اهم اولويات عمل المنظمات المبحوثة في دائرة اكتساب السمعة التنظيمية هو تقديم افضل واجود انواع الخدمات لزبائنها وجمهورها .



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

ب- بلغ ارتباط الشفافية بالأبعاد الفرعية للسمعة التنظيمية والمتمثلة بالأبداع والمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة على الترتيب (**0.751، **0.689، **0.63) وهذه القيم تدل على ارتباط هذه المتغيرات الفرعية بالمتغير المستقل الشفافية ارتباطا طرديا موجبا عاليا ومتدرج، مما يشير الى النتائج المذكورة انفا تؤكد ان اي زيادة او نقصان في الشفافية سيصاحبه زيادة او نقصان في الابعاد الفرعية للسمعة التنظيمية ولكن ليس بالقيمة نفسها وبحسب قيم ارتباط الابعاد الفرعية بالشفافية.

ج- اما على المستوى البيئي لارتباط الشفافية بمتغيراتها الفرعية والمتمثلة بالإفصاح عن المعلومات والاتصالات والوضوح في الاجراءات، فقد كان الارتباط موجبا طرديا عاليا وعلى الترتيب (**0.922، **0.914، **0.827)، وهذا يدل على تماسك المقياس وطريقة اختياره ليتلاءم مع البحث الحالي وتكيفه مع البيئة التي اعد لأجلها. من خلال التحليل الاحصائي لمعامل الارتباط ما بين المتغير المستقل الشفافية والمتغير المعتمد السمعة التنظيمية كليا وعلى مستوى الابعاد، وجد ان الارتباط ايجابي طردي عال وذو دلالة معنوية وبنسبة (100%)، ومن هنا نستنتج قبول الفرضية الرئيسة الاولى وفرصياتها الفرعية، وهذا يتفق مع بعض الدراسات السابقة والتي تربط ما بين الشفافية والسمعة التنظيمية.

الجدول (3) معاملات الارتباط للعلاقة بين الشفافية والسمعة التنظيمية وابعادها

المتغير	الشفافية	القيمة جودة	المسؤولية الاجتماعية	الأبداع	الاتصال	عن الإفصاح المعلومات	الاجراءات الوضوح في	
الوضوح في الاجراءات	.827(**)	.550(**)	.595(**)	.663(**)	.715(**)	.930(**)	1	
Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
الإفصاح عن المعلومات	.922(**)	.553(**)	.672(**)	.693(**)	.723(**)	1		
Sig.	.000	.000	.000	.000	.000			
الاتصال	.914(**)	.641(**)	.588(**)	.715(**)	1			
Sig.	.000	.000	.000	.000				
الأبداع	.751(**)	.674(**)	.719(**)	1				
Sig.	.000	.000	.000					
المسؤولية الاجتماعية	.689(**)	.600(**)	1					
Sig.	.000	.000						
جودة الخدمة	.630(**)	1						
Sig.	.000							
الشفافية	1							
Sig.	.000							
السمعة التنظيمية								1
Sig.								

2- تأثير الشفافية في السمعة التنظيمية :

اختبار الفرضية الرئيسة الثانية :

تنص هذه الفرضية على (تؤثر الشفافية معنويا في السمعة التنظيمية على المستوى الكلي وعلى مستوى الابعاد) ، ولأجل اختبار أثر اجمالي القيادة الشفافية في السمعة التنظيمية، اذ نصت الفرضية الرئيسة الثانية على (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للشفافية في السمعة التنظيمية)، وبحسب الجدول فان قيمة (F) المحسوبة بلغت (136.540) وهي بطبيعة الحال اكبر من قيمة (F) الجدولية عند مستوى المعنوية (0.05) اي بدرجة ثقة (95%)، وبدرجة حرية (1.90)، وعليه يمكن قبول الفرضية ، اذ يوجد تأثير ذو دلالة معنوية.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) لأجمالي متغير القيادة الشفافية (0.603)، اي متغير الشفافية قادر على تفسير ما نسبته (60.3%) من التغيرات التي تطرأ على السمعة التنظيمية اما ما تبقى من نسبة فأنها تمثل متغيرات وعناصر اخرى مؤثرة لم تظهر في النموذج، اما قيمة (β) معامل الميل الحدي فقد بلغت (0.776) وهذا يدل على الزيادة الحاصلة في متغير الشفافية بمقدار وحدة واحدة سيؤدي بالضرورة الى زيادة السمعة التنظيمية بمقدار (0.776)، وبهذا تكون الفرضية الرئيسية الثانية قد قبلت .

السمعة التنظيمية = (0.688) + (0.776) (الشفافية) الفرضية الرئيسية الاجمالية الثانية

$$OR = (0.688) + (0.776) \text{ (Transparency)}$$

اما على مستوى الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية فهي كالآتي :

- الفرضية (1-2) علاقة التأثير بين الوضوح في الاجراءات والسمعة التنظيمية : أفادت هذه الفرضية (وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لوضوح الاجراءات في السمعة التنظيمية) وعند متابعة القيم الظاهرة في الجدول (4) والتي تشير الى قيم ومؤشرات تحليل التأثير للوضوح في الاجراءات (كمتغير مستقل) في السمعة التنظيمية (كمتغير معتمد)، وقد حقق تأثيرا معنويا من خلال متابعة قيمة (F) لنموذج الانحدار والتي بلغت (76.71) وهي اكبر من القيمة الجدولة عند مستوى المعنوية ودرجة حرية (1.90)، كما ان قيمة معامل التحديد المحتسب (R^2) ظهرت قيمته (0.460) وهذا يعني ان المتغير المستقل يفسر (46%) من التذبذبات او الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد المتمثل بـ (السمعة التنظيمية) وما تبقى من نسبة فأنها تمثل عناصر ومتغيرات اخرى مؤثرة لم تظهر في النموذج، وتشير قيمة معامل (β) المعيارية والتي بلغت (0.678) الى ان اي تغير بمقدار وحدة واحدة في المتغير المستقل يؤدي الى تغير (0.678) في متغير السمعة التنظيمية، واستنادا الى ما احرزته نتائج تحليل الانحدار للتعرف على حجم التأثير فقد توفر دعما للفرضية الفرعية الاولى التي نصت على (ينعكس تأثير الوضوح في الاجراءات معنويا في السمعة التنظيمية).

$$OR = (0.591) + (0.678) \text{ (Clarity in Actions)}$$

السمعة التنظيمية = (0.591) + (0.678) (الوضوح في الاجراءات)..... (الفرضية الفرعية الاولى)

- الفرضية (2-2) علاقة التأثير بين الافصاح عن المعلومات والسمعة التنظيمية : أفادت هذه الفرضية (وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للإفصاح عن المعلومات في السمعة التنظيمية)، اذ تدل نتائج تحليل نموذج تحليل الانحدار البسيط الظاهرة في الجدول (4) والتي تلخص قيم ومؤشرات تحليل التأثير للإفصاح عن المعلومات (كمتغير مستقل) في السمعة التنظيمية (كمتغير معتمد)، فقد حقق تأثيرا معنويا من خلال متابعة قيمة (F) لنموذج الانحدار والتي بلغت (106.446) وهي اكبر من القيمة الجدولة عند مستوى المعنوية وبدرجة حرية (1.90)، كما ان قيمة معامل التحديد المحتسب (R^2) ظهرت بقيمة (0.542) وهذا يعني ان المتغير المستقل (الافصاح عن المعلومات) يفسر (54.2%) من التذبذبات او الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد المتمثل بـ السمعة التنظيمية اما ما تبقى من نسبة فأنها تخص متغيرات وعناصر مؤثرة لم تظهر في النموذج، وتشير قيمة معامل (β) الميل الحدي والتي بلغت (0.736) الى التغير بمقدار وحدة واحدة في المتغير المستقل (الافصاح عن المعلومات) يؤدي الى تغير (0.736) في متغير السمعة التنظيمية، واستنادا الى ما احرزته نتائج تحليل الانحدار للتعرف على حجم التأثير فقد توفر دعما للفرضية الفرعية الثانية التي نصت على (ينعكس تأثير الافصاح عن المعلومات معنويا في السمعة التنظيمية).

$$OR = (0.736) + (0.653) \text{ (Disclosure of Information)}$$

السمعة التنظيمية = (0.653) + (0.736) (الافصاح عن المعلومات) .. (الفرضية الفرعية الثانية)



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

• الفرضية (2-3) علاقة التأثير بين الاتصال والسمعة التنظيمية : أفادت هذه الفرضية (وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للاتصال في السمعة التنظيمية)، فمن الجدول (38) اظهرت النتائج قيم ومؤشرات تحليل لتأثير الاتصال (كمتغير مستقل) في السمعة التنظيمية (كمتغير معتمد)، وقد حقق تأثيرا معنويا من خلال متابعة قيمة (F) المحسوبة لنموذج الانحدار والتي بلغت (88.035) وهي اكبر من القيمة الجدولة عند مستوى المعنوية المعتمد للبحث وبدرجة حرية مقدارها (1,90)، ولقد عزز ذلك قيمة معامل التحديد المحتسب (R^2)، اذ ظهرت قيمته (0.494) وهذا يعني ان المتغير المستقل (الاتصال) يفسر (49.4%) من التذبذبات او الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد المتمثل بالسمعة التنظيمية وما تبقى من نسبة لعناصر ومتغيرات اخرى لم تظهر في النموذج، وتشير قيمة معامل الميل الحدي (β) والتي بلغت (0.703) الى ان تغير بمقدار وحدة واحدة في المتغير المستقل (الاتصال) يؤدي الى تغير (0.703) في متغير السمعة التنظيمية، واستنادا الى ما احرزته نتائج تحليل الانحدار للتعرف على حجم التأثير فقد توفر دعما للفرضية الفرعية الثالثة التي نصت على ان (ينعكس تأثير الاتصال معنويا في السمعة التنظيمية) وكما موضح بمعادلة التأثير:
الجدول (4) خلاصة المؤشرات التحليلية لأثر الشفافية على السمعة التنظيمية

$$OR = (0.560) + (0.703) (\text{Communication})$$

السمعة التنظيمية = (0.560) + (0.703) (الاتصال) (الفرضية الفرعية الثالثة)

الابعاد	F	df	P	R2	A- R2	α	β	الدلالة الاحصائية
الوضوح في الاجراءات	76.710	1,90	0.000	0.460	0.454	0.591	0.678	قبول
الافصاح عن المعلومات	106.446	1,90	0.000	0.542	0.537	0.653	0.736	قبول
الاتصال	88.035	1,90	0.000	0.494	0.489	0.560	0.703	قبول
المؤشر العام	136.540	1,90	0.000	0.603	0.598	0.688	0.776	قبول

ومن خلال التحليل والتفسير الاحصائي لمعادلات الانحدار الخطي البسيط من الجدول (4)، فقد اتضح قبول الفرضية الرئيسية الثانية وابعادها الفرعية (ينعكس تأثير الشفافية معنويا على السمعة التنظيمية بأبعادها، وانبتقت عنها الفرضيات الفرعية).



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

المحور الرابع / الاستنتاجات والتوصيات :

سيتم في هذا المحور التطرق لاهم الاستنتاجات والتوصيات وكالاتي :

اولاً (الاستنتاجات :

1. ثبت تمتع دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا بالشفافية مع وجود سمعة تنظيمية عالية.
2. ثبت وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين المتغير المستقل الشفافية والمتغير المعتمد السمعة التنظيمية بأبعاده وان هذا التأثير المباشر لأجمالي مكونات الشفافية والمتمثلة بـ (الاتصال، الإفصاح عن المعلومات، الوضوح بالإجراءات) في تحقيق السمعة التنظيمية وابعادها (الابداع، جودة الخدمة، والمسؤولية الاجتماعية) .
3. ثبت اهتمام المنظمات المبحوثة باستقطاب الموظفين ذوي المعارف والمهارات والخبرات، ولكن لا توجد مكافآت مناسبة توازي التزامهم وجهودهم وتحملهم للأعباء الإضافية الموكلة اليهم.
4. ثبت العمل بمبدأ العلانية في المنظمات المبحوثة ولاسيما في موضوع الاعلان عن المناقصات والمزايدات، الا انها مازالت تعاني من شيوع ثقافة السرية واحتكار المعلومة.
5. على الرغم من وجود عمليات الاتصال الفاعل في المنظمات المبحوثة، الا ان هناك ضعفاً في اتخاذ القرار المستند للمعلومات التي توفرها أنظمة الاتصال المتاحة والممكنة فيها.
6. ثبت اهتمام المنظمات المبحوثة بتقديم افضل خدمة للمستفيدين وتنمية مناخ يشجع على الابداع، مع وجود ضعف في متابعة الانشطة الاجتماعية ومكافحة التلوث.

ثانياً (التوصيات :

- 1- تعزيز نظام المكافآت التي توازي التزام الموظفين وتحملهم الاعباء الوظيفية وبما يتناسب مع الوضع الاقتصادي الراهن، مما يزيد التزامهم وولائهم للمنظمة.
- 2- الحرص على اشعار الموظفين بنفاصيل العمل والياتة لغرض فهم واجباتهم مع الاهتمام بنشر اعمال المنظمات وما تصبوا لتحقيقه على موقعها الالكتروني وفي لوحة الاعلانات الداخلية للمنظمة.
- 3- تدعيم نظم المعلومات وانشاء شبكة اتصال داخلية وخارجية تربط اجزاء المنظمة ببعضها بعضاً من جهة ومع جمهورها والمستفيدين من خدماتها وبشكل شفاف ومعلن ودقيق.
- 4- تعزيز برامج الحفاظ على البيئة والسلامة العامة ومنع التلوث وانشاء وحدات خاصة ارشادية نفسية تقوم على الاهتمام بالجوانب الانسانية لحياة الموظف.

المصادر :

- 1- ابو كريم، احمد فتحي، (2009)، الشفافية والقيادة الادارية، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الاردن.
- 2- ارتيمية، ماجدة سليمان، (2005)، شفافية تقييم اداء العاملين في وزارة التربية والتعليم، دراسة ميدانية لواقع وأهمية ومعوقات الشفافية، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد.
- 3- باشبوة، لحسن عبد الله والبرواري، نزار عبد المجيد وعيشوني، محمد احمد، (2013)، التميز المؤسسي: مدخل الجودة وأفضل الممارسات مبادئ وتطبيقات، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- 4- البطانية، محمد تركي، والزعبي، محمد عمر، (2014)، القيادة الادارية، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان-الاردن.
- 5- البهجي، عصام احمد، (2014) أ، الالتزام بالشفافية والإفصاح في عقود الاستثمار والاستهلاك والعلاج الطبي، الطبعة الاولى، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ج. م. ع.
- 6- البياتي، محمود والقاضي، دلال، (2010)، البحث العلمي واساليبه في استخدام SPSS، الطبعة الثانية، البينة للطباعة والنشر، بغداد.
- 7- جوناثان روفيد، ترجمة اصلاح، علا احمد، (2008)، ادارة مخاطر الاعمال، دليل عملي لحماية اعمالك، الطبعة الاولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا

- 8- حوامدة، باسم وجرادات، محمد، (2005)، درجة تطبيق المساءلة الادارية في المدارس الحكومية في محافظة جرش، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، العدد (58)، ج 2، المنصورة.
- 9- الخناق، نبيل محمد، (2006)، الشفافية التنظيمية، رقم الايداع في دار الكتب والوثائق (314)، بغداد.
- 10- رشيد، صالح عبد الرضا وجلاب، احسان دهش، (2015)، الادارة الاستراتيجية وتحديات الالفية الثالثة، الطبعة الاولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان - الاردن.
- 11- رشيد، صالح عبد الرضا، والزيادي، صباح حسين، (2014)، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة : دراسة تحليلية لأراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (16)، العدد (1).
- 12- الصادي، وفاء هاشم وشمروخ، ميرفت جمال الدين وفتحي، مديحة مصطفى، (2015)، الحوكمة ومنظمات المجتمع المدني، الطبعة الاولى، المكتب الجامعي الحديث، ج. م. ع.
- 13- الطائي، علي حسون والنقار، عبد الله حكمت، (2013)، تطوير ممارسات القيادة الاستراتيجية في ضوء الشفافية وسلوك المواطنة التنظيمية، دراسة ميدانية لعينة من موظفي مكتب المفتش العام في وزارة الثقافة العراقية، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (18)، العدد (69).
- 14- الظالمي، محمد جبار هادي، (2014)، الذكاء الاستراتيجي واثره في تعزيز سمعة المؤسسة التعليمية، دراسة استطلاعية لاراء عينة من رؤساء واعضاء مجالس المعاهد التقنية في كربلاء، بابل، النجف، الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد (1).
- 15- العزاوي، بشرى هاشم محمد، (2008)، اثر العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الاستراتيجي، اطروحة دكتوراه فلسفة في الادارة العامة، غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد - جامعة بغداد.
- 16- عليان، عبد الله وجرار، اماني، (1997)، الشفافية في الخدمة المدنية : مفاهيمها ومعاييرها واثرها على الخدمة المدنية، المجلد الثاني.
- 17- العميان، محمود سلمان، (2004)، السلوك التنظيمي في منظمات الاعمال، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان.
- 18- الغالبي، طاهر محسن منصور، ادريس، وائل محمد، (2007)، الادارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان-الاردن.
- 19- القريوتي، محمد قاسم، (2012)، السلوك التنظيمي دراسة السلوك الانساني الفردي والجماعي في منظمات الاعمال، الطبعة السادسة، دار وائل للنشر، عمان-الاردن.
- 20- الكبيسي، صلاح الدين عواد كريم، (2002)، ادارة المعرفة واثرها في الابداع التنظيمي : دراسة استطلاعية مقارنة لعينة من شركات القطاع الصناعي المختلط، اطروحة دكتوراه فلسفة في ادارة الاعمال، غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية .
- 21- كوتلر، فيليب ولي، نانسي، ترجمة اصلاح، علاء احمد، (2011)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، الطبعة الاولى، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ش.م.م. القاهرة.
- 22- محمود، عصام حنفي، (2006)، التزام الشركات بالشفافية والافصاح، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 23- هادي، اسيل محمود، (2008)، اسس الشفافية الادارية وعلاقتها بمكافحة الفساد الاداري، دراسة استطلاعية لاراء عينة من الافراد العاملين في مكتب المفتش العام لوزارات : التعليم العالي، العمل والشؤون الاجتماعية، الصناعة والمعادن، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد (71).
- 24- وناس، سوسن عبد الامير، (2008)، تأثير الشفافية التنظيمية في الرضا الوظيفي، اطروحة دكتوراه في الادارة العامة مقدمة الى كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

25- Alex Lickerman M.D.,(2010), The Value of a good reputation , why we should care about others perceive us, Psychology Today, www.psychologytoday.com/blog/happiness-in-world/201004/the-value-good-reputation.

26- Andrew Griffin, (2008), New Strategies For Reputation Management: Gaining Control Of Issues, Crises & Corporate Social Responsibility, 1st edition, Kagan Page Limited.



- 27- Beer, M., (2003), Why Total Quality Management programs, do not persist: the Role of Management Quality and Implications for Leading A TQM Transformation, Decision Science, Vol. 34, No. 4, PP 623-642.
- 28- Biniari, Marin G., (2011), Bringing The Honey out of people: How Managing Envy Helps The Organizational Innovation Process, AMBPP, 160A, Academy of Management Annual Meeting Proceeding in the Property of Academy of Management.
- 29- Borgia, Fiammetta, (2005), Corporate Governance & Transparency Role of Disclosure: how prevent new financial scandals and crimes ?, American university, transnational Crime and Corruption Center (TRACCC), Washington DC.
- 30- Bruce Berger, Keith Burton, Gary Grates, Peter Debreceeny, Sarb Kochhar, Tina Mc Corkindel & Andrew Tucker, (2015), international edition, Southwest limited.
- 31- Carter, S.M., (2006), The Interaction of Top Management Group, Stakeholders and Situational Factors on Creation Corporate Reputation Management Activities, Journal of Management Studies, No. 43, PP1145-1176.
- 32- David Tayleur and David Nichols, (2010), The Brand Gym : For a very Practical Brand Building Guide, 2nd edition, John Wiley & Sons, UK.
- 33- Fraser P. Steilel and John Doorley, (2012), Rethinking Reputation : how PR Trumps Marketing and Advertising in The New Media World, 1st edition, Palgrave MacMillam.
- 34- Gregory G. Dess, G. T. Lumpkin, Alan B. Eisner & Gerry McNamara, (2014), Strategic Management, Creating Competitive Advantages, 7th edition, McGraw-Hill Education.
- 35- Hossein Rezaie Dolatabadi, Tohid Ghujali and Masood Shahmohammadi, (2012), Analysis of Employees' Awareness from Their Manner of impact of the Organizational Reputation, International Journal of Business and Social Science, Vol. 3, No.3, PP 220-228.
- 36- John A. P. & Richard B. R., (2011), Strategic Management Formulation, Implementation and Control, 11th edition, McGraw-Hill / Irwin.
- 37- Kevin L. Keller, (2013), Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 4th edition, Pearson Education Limited, Edinburgh Garte, Harlow, Essex CM 20 2 JF, England.
- 38- Li Kai ,(2014), The Evaluation and Development of Public Policy for CSR in China, international edition, China Economic Publishing House, Beijing, Chin.
- 39- Linjuan Rita Men, (2014), Internal Reputation Management : The Impact of Authentic Leadership and Transparent Communication, Corporate Reputation Review, Vol. (17), Issue (4), pp 254-272 .
- 40- Max McKeown, (2012), The Strategy Book, 1st edition, Maverich & strong Limited, GB.
- 41- Ritchard W. Oliver , 2004, What is Transparency , McGraw- Hill companies.
- 42- Shel Holtz & John C. Havens, 2009, Tactical Transparency : How Leaders can Leverage Social Media to Maximize Value and Build their Brand, John wiley & sons, INC.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية
بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

- 43- Suk- Chong Tong, (2013), Exploring Corporate Risk Transparency: Corporate Risk Disclosure and Interplay of corporate Reputation, Corporate Trust and Media Usage in Initial Public Offering, Corporate Reputation Review, Vol. (16), Issue (2), pp 131-149.
- 44- Thomas S. Bateman & Scott A. Snell, (2009), Management Leading & Collaborating in The Competitive World, 8th edition, McGraw – Hill / Irwin.
- 45- united state department of health & human service, 2010, http://search.hhs.gov/search?q=transparency&site=HHS&entqr=3&ud=1&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&output=xml_no_dtd&ie=UTF-8&oe=UTF-8&lr=lang_en&client=HHS&proxystylesheet=HHS.
- 46- Winn M., MacDonald, P and Zietsma, C., (2008), Managing Industry Reputation The Dynamic Tension between Collective and Competitive Reputation Management Strategies, Corporate Reputation Review, Vol. (11), No. (1), PP 72-80.
- 47- David Gebler ,(2012),The 3 Power Values , How commitment , Integrity , and Transparency Clear the Roadblocks to Performance , Published by Jossey-Bass.



الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار العمولة مركزيا

Transparency and Its Impact on Achieving The Organizational Reputation.

Abstract :

This research test the relationship and the effect of an explanatory variable transparency in the organizational reputation responder variable by senior management in the departments of the Ministry of Housing and Construction centrally funded, As well as come out among other recommendations contribute to the achievement of organizational reputation of the organizations surveyed. Given the importance of the research topic for the public sector and the community and the environment in which they operate researcher designed questionnaire containing (30) items, and collected data from (92) respondents, representing the research community (eight establishments) exclusively and comprehensively, relying descriptive analytical method, Accounting for the research community to (general managers, aides general managers, heads of departments) as the most specialized and their office gives them the ability to achieve organizational reputation, and in the light of that has been collecting and analyzing data and test hypotheses using software (SPSS V.21, EXCEL 2010) with the adoption of methods descriptive statistics which is b (percentages, the arithmetic mean, variance, relative importance, simple PEARSON correlation coefficient and simple linear regression), The researcher reached to an association and effect correlation high transparency in the organizational reputation with their application clearly in the surveyed organizations, while providing better service to beneficiaries and the development of a climate encourages creativity, but that in spite of the work to the principle of openness in the announcement of tenders and auctions for everyone, but it continues to suffer the prevalence of a culture of secrecy and monopoly of information, the main recommendations were given to high-quality staff bonuses fit their output and strengthen decision-making supported by an efficient system of communication systems .

Key words: Transparency, Organizational Reputation, Innovation, Disclosure of Information, Communications, Quality of Service.