

جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

قسم إدارة الأعمال / الدراسات العليا

دبلوم محلي / إدارة المشاريع



الاقترار المعرفي ودوره في تعزيز سمعة المنظمة

بجث استطلاعي تحليلي لآراء عينة من الموظفين في المصارف الالهية في محافظة كربلاء المقدسة

بجث مقدم الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد في جامعة كربلاء وهو جزء من متطلبات نيل درجة الدبلوم العالي في ادارة المشاريع

من قبل

زهراء حسين كاظم خرباط

ياشرف

أ.م.د. اميمة حميد العادي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا

إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

صدق الله العلي العظيم

سورة البقرة

الآية (32)

اقرار المشرف

اشهد ان اعداد البحث الموسوم بـ(الاقتدار المعرفي ودوره
ففي تعزيز سـمعة المنظمة)
والتي تقدمت بها الطالبة(زهراء حسين كاظم خرباط) قد جرى
تحت اشرافي في جامعة كربلاء /كلية الادارة والاقتصاد/
قسم ادارة الاعمال ، وهي جزء من متطلبات نيل درجة
الدبلوم العالي في ادارة المشاريع.

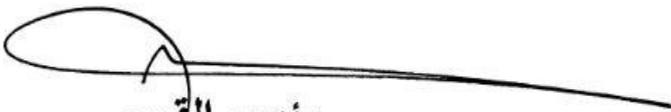


المشرف: أ.م.د اميمة حميد عبدالله العادلي

التاريخ: 3 / 4 / 2022

توصية السيد رئيس القسم

()

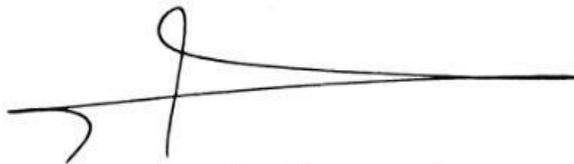


رئيس القسم

/

اقرار الخبير اللغوي

اقر بان البحث الموسوم بـ (الاقتدار المعرفي ودوره في تعزيز سمعة المنظمة) والعائد لطالبة الدبلوم العالي (زهراء حسين كاظم خرباط) / قسم ادارة الاعمال/ ادارة المشاريع قد جرت مراجعتها من الناحية اللغوية من قبلي حتى اصبحت ذات اسلوب لغوي سليم وخالٍ من الاخطاء اللغوية ولأجله وقعت...



أ. م. د. علياء نصرت حسن

جامعة كربلاء/كلية الادارة والاقتصاد

2022/3 /23

اقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن اعضاء لجنة المناقشة باننا اطلعنا على بحث الدبلوم العالي الموسوم بـ(الاقتدار المعرفي ودوره في تعزيز سمعة المنظمة) والمقدم من الطالبة(زهراء حسين كاظم خرباط) وقد ناقشنا الطالب في محتوياته وفيما له علاقة به، ووجدنا انه جدير بالقبول لنيل درجة الدبلوم العالي في ادارة المشاريع بتقدير (امتياز)


أ.د احمد كاظم بريس

جامعة كربلاء/كلية الادارة والاقتصاد

(رئيساً)


أ.م.د اميمة حميد عبدالله

جامعة كربلاء/كلية الادارة

(عضواً ومشرفاً)



أ.م.د حسام حسين شياح

جامعة كربلاء/كلية التربية

(عضواً)

إقرار رئيس لجنة الدراسات العليا

بناءً على ترشيح السيد المشرف والسيد رئيس القسم وكذلك التوصية

العلمية للمقومين العلمي واللغوي لبحث الدبلوم العالي /قسم ادارة

الاعمال /للطالبة (زهراء حسين كاظم خرباط)

الموسوم بـ (الاقنتدار المعرفي للأفراد ودوره في تعزيز سمعة المنظمة)

أرشح هذه البحث للمناقشة.

أ.د محمد حسين كاظم الجبوري

رئيس لجنة الدراسات العليا

معاون العميد للشؤون العلمية والدراسات العليا

مصادقة مجلس الكلية

صادق مجلس كلية الإدارة والاقتصاد /جامعة كربلاء على توصية لجنة المناقشة



أ.د علاء فرحان طالب

عميد كلية الإدارة والاقتصاد

الأهداء

إلى الذي حنى ظهره التعب في سبيل وصولي لهذه المرحلة

.....(والدي الحبيب) رحمه الله

إلى بحر الحب والعنان والنفض الساكن في عروقي التي لم تنام يوماً إلا ورفعت يدها للسماء تدعو الله ليحقق حلمي التي انارت دربي بدخانها إلى نبع الحب والعنان وشمعة العطاء

.....(أمي الحنونة) حفظها الله

إلى من وقفو معي دائماً سدي في العياه من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب

.....(إخوتي) (صفاء وعلاء) حفظهم الله

إلى رفيق روحي وهديتي من الله وكديق الأيام جميعاً بجلوها ومرها

.....(زوجي الحبيب)(حيدر) شكراً لك من القلب

إلى من أشرفه على هذا البحث (أ.م. د. أميمة حميد العادلي)

إلى من وقف بجانبى دوماً (أ.م. د. صالح مهدي الحساوي)

إلى كل أساتذتي و اصدقائي الذين وقفوا معي في هذه الرحلة الطويلة من النجاح متمنية لهم التوفيق

شكر وتقدير

الحمدُ والشكرُ لله العليّ القدير، خالق كل شيءٍ ورب العالمين، والصلاة والسلام على خير الخلق اجمعين سيد المرسلين وخاتم النبيين وشفيعنا نبي الرحمة (محمد) واله الطيبين الطاهرين ، أما بعد

وأقدم بـخـالص شكري وامتناني إلى المشرفة (أ.م.د. أميمة حميد العادلي) لما قدمته من إرشادات وتوجيهات قيمة كان لها الأثر الكبير في إخراج هذا الجهد المتواضع بهذه الكيفية فجزاها الله عني خير الجزاء .

وأتوجه بشكري وامتناني إلى السيد عميد الكلية المحترم الدكتور (أ.د. علاء فرحان طالب) ، كما أتوجه بشكري وتقديري إلى السيد رئيس قسم إدارة الأعمال المحترم (أ.د. محمود فهد الدليمي) لما بذلوه من جهد في رعاية طلبة الدراسات العليا وتعاونهم متمنية لهم التوفيق ، كما أتوجه بشكري وتقديري إلى أساتذتي في قسم إدارة الأعمال وأخصّ فيهم الأساتذة (أ.د. ميثاق هاتف الفتلاوي ، أ.م.د. صالح مهدي الحسناوي ، أ.م.د. دينزن سالم محمد ، م.د. امير غافر العوادلي) لما بذلوه من جهد في مساعدتي على انجاز هذا البحث

ومن واجب العرفان يلي على الباحثة أن تتقدم بالشكر والامتنان للسيد رئيس لجنة المناقشة المحترم والسادة أعضاء اللجنة المحترمين لما تحملوه من عناء المراجعة والتقويم واغناء البحث بملاحظاتهم العلمية القيمة فجزاهم الله عني خير الجزاء . وشكري وتقديري إلى الأساتذة محكمي الاستبانة الذين عرضت عليهم استبانة الدراسة لأرائهم السديدة في تطوير هذه الأداة واغنائها . وكذلك الاساتذة المقوم العلمي والمصحح اللغوي ؛ لبذلهم الجهد الكبير من أجل إخراج هذا البحث بشكله النهائي .

كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى موظفي المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة لتعاونهم في انجاز الجانب التطبيقي فجزاهم الله خير الجزاء .

وكل شكري وتقديري لكل من مَدَّ العون والمساعدة والمشورة الصادقة ، فلن انسى فضلهم وجزاهم الله عني خير الجزاء ووفقهم انه سميع مجيب الدعاء .

يهدف هذا البحث الى معرفة دور الاقتدار المعرفي في تعزيز سمعة المنظمة على مستوى المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة ، اذ انطلق البحث من مشكلة رئيسة تجسدت بالسؤال الرئيس (كيف يساهم الاقتدار المعرفي في تعزيز سمعة المصارف الاهلية ؟) فضلاً عن التعرف على مستوى ممارسة عينة البحث المتمثلة بالمصارف الأهلية / كربلاء المقدسة للاقتدار المعرفي والذي يؤثر بدوره على المصارف المبحوثة ، واعتمد البحث مقياس (الحساوي ، 2019) في قياس أبعاد الاقتدار المعرفي والذي تضمن ثلاثة أبعاد فرعية هي (تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار ، التفكير الابداعي) ، وجرى اعتماد مقياس (sala, 2011) لقياس سمعة المنظمة والذي يتكون من أربعة أبعاد فرعية هي (الجودة ، الجاذبية ، الاداء ، المسؤولية) ، اعتمد البحث منهجاً استطلاعياً تحليلياً في المنظمة المبحوثة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لذلك ، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات عن الدراسة الميدانية، وزعت على الموظفين في المصارف المبحوثة ، إذ بلغ عدد حجم العينة (80) مستجيباً ، ولتحليل البيانات تم الاعتماد على البرنامج الاحصائي (spss v. 25) ومجموعة مناسبة من مقاييس الاحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، معامل الاختلاف ، الأهمية النسبية ، مستوى الاجابة ، معامل الارتباط البسيط ، الانحدار البسيط) . وتم التوصل من خلال البحث الى نتائج عديدة كان من اهمها إن هناك علاقة ارتباط موجبة بين أبعاد الاقتدار المعرفي ومتغير سمعة المنظمة في كل من بُعد (تكنولوجيا المعلومات و إتخاذ القرار وكذلك التفكير الأبداعي) إذ كانت علاقة الارتباط هذه معنوية ، وهذا دليل على أهمية الاقتدار المعرفي ودوره في المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة وقدرته على تحقيق سمعة المنظمة الجيدة لهذه المصارف عينة البحث. وقد خرج البحث بمجموعة التوصيات كان من أهمها ضرورة قيام ادارات المصارف الأهلية في محافظة كربلاء عينة البحث بتوظيف أبعاد الاقتدار المعرفي المتمثلة ب(تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار و التفكير الابداعي) في كافة انشطتها وعملياتها المصرفية كافة ؛ لأنها تسهم بشكل كبير في زيادة دوافع العمل وإدراك المزيد من الفرص فضلاً عن تعزيز سمعة المنظمة وقيمتها من قبل المنظمات المنافسة .

الكلمات المفتاحية : الاقتدار المعرفي ، سمعة المنظمة

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	الاهداء
ت	شكرو وتقدير
ث	المستخلص
ح_د	فهرس المحتويات
ذ	فهرس الجداول
ر	فهرس الاشكال
ر	فهرس الملاحق
1	المقدمة
الفصل الاول / منهجية وبعض الدراسات السابقة	
2-10	المبحث الاول : منهجية البحث
2	اولاً: مشكلة البحث
3	ثانياً: أهمية البحث
3	ثالثاً: اهداف البحث
4	رابعاً: المخطط الفرضي للبحث
5-4	خامساً: فرضيات البحث
5	سادساً: حدود البحث
5	سابعاً: منهج البحث
6	ثامناً: جمع البيانات
7-9	تاسعاً: مجتمع وعينة البحث
9-10	عاشراً: اساليب التحليل والمعالجة الاحصائية
11-17	المبحث الثاني: بعض الدراسات السابقة للبحث
11-13	اولاً: الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل : الاقتدار المعرفي
13-15	ثانياً: الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع : سمعة المنظمة
15-16	ثالثاً: مجالات الافادة من الدراسات السابقة
17_33	الفصل الثاني / الجانب النظري للبحث
17-24	المبحث الاول : الاقتدار المعرفي
17_18	اولاً: مفهوم الاقتدار المعرفي
19_20	ثانياً: أهمية واهداف الاقتدار المعرفي
20_24	ثالثاً: أبعاد الاقتدار المعرفي

25_33	المبحث الثاني : سمعة المنظمة
25_27	اولاً: مفهوم سمعة المنظمة
27_28	ثانياً: أهمية سمعة المنظمة
28_29	ثالثاً: اهداف سمعة المنظمة
29_33	رابعاً: ابعاد سمعة المنظمة
34_60	الفصل الثالث / الجانب التطبيقي للبحث
34_39	المبحث الاول: الفحص الابتدائي لثبات المقاييس وصدقها
34_37	اولاً: الفحص الابتدائي للبيانات
38	ثانياً: ترميز اداة القياس
38_39	ثالثاً: اختبار صدق مقياس الدراسة
40_54	المبحث الثاني: تحليل استجابات عينة البحث ووصفها
40_46	اولا : الوصف الاحصائي الخاص بالافتدار المعرفي وتحليل استجابات عينة الدراسة
47_54	ثانيا : الوصف الاحصائي الخاص بسمعة المنظمة وتحليل استجابات عينة الدراسة
55_60	المبحث الثالث : اختبار فرضيات البحث
55_57	اولا : فرضيات الارتباط
58_60	ثانيا : فرضيات التأثير
61_63	الفصل الرابع / الاستنتاجات والتوصيات
62	المبحث الاول : الاستنتاجات
63	المبحث الثاني : التوصيات
64_72	قائمة المصادر
-	الملاحق
-	Abstract

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	ت
6	الأبعاد الرئيسية والفرعية لمتغيرات البحث مع المقياس المستجيب	1
7	مجتمع وعينة البحث	2
8	عدد الاستبانات الموزعة والمسترجعة لعينة البحث	3
8-9	خصائص أفراد عينة البحث	4
11-12	بعض الدراسات العربية السابقة للمتغير المستقل : الاقتدار المعرفي	5
12-13	بعض الدراسات الاجنبية السابقة للمتغير المستقل : الاقتدار المعرفي	6
13-14	بعض الدراسات العربية السابقة للمتغير التابع : سمعة المنظمة	7
14-15	بعض الدراسات الاجنبية السابقة للمتغير التابع : سمعة المنظمة	8
18	مفهوم الاقتدار المعرفي وفقاً لآراء بعض الباحثين	9
26	مفهوم سمعة المنظمة وفقاً لآراء بعض الباحثين	10
35-36	التأكد من البيانات المفقودة حسب الفقرات	11
37	نتائج اختبار اعتدالية التوزيع الاحتمالي لمتغيرات الدراسة	12
38	الترميز والتوصيف	13
39	الثبات البنائي لأداة القياس	14
41	نتائج تحليل فقرات بُعد تكنولوجيا المعلومات ضمن متغير الاقتدار المعرفي	15
43	نتائج تحليل فقرات بُعد اتخاذ القرار ضمن متغير الاقتدار المعرفي	16
45	نتائج تحليل فقرات بُعد التفكير الابداعي ضمن متغير الاقتدار المعرفي	17
46	ملخص المتوسطات والانحراف المعياري لمتغير الاقتدار المعرفي	18
48	نتائج تحليل فقرات بُعد الجودة ضمن متغير سمعة المنظمة	19
49	نتائج تحليل فقرات بُعد الجاذبية ضمن متغير سمعة المنظمة	20
51	نتائج تحليل فقرات بُعد الاداء ضمن متغير سمعة المنظمة	21
52	نتائج تحليل فقرات بُعد المسؤولية ضمن متغير سمعة المنظمة	22
53	ملخص المتوسطات والانحراف المعياري لمتغير سمعة المنظمة	23
56	علاقات الارتباط بين متغير الاقتدار المعرفي بأبعاده و سمعة المنظمة	24
58	تحليل تأثير الاقتدار المعرفي في سمعة المنظمة (n=80)	25
59	تحليل تأثير ابعاد الاقتدار المعرفي في سمعة المنظمة (n=80)	26

فهرس الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	ت
4	المخطط الفرضي للبحث	1
42	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء تكنولوجيا المعلومات	2
44	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء اتخاذ القرار	3
45	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء التفكير الابداعي	4
46	تمثيل اجابات الافراد عينة الدراسة حول ابعاد متغير الاقتدار المعرفي	5
48	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء الجودة	6
50	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء الجاذبية	7
51	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء الاداء	8
53	تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعء المسؤولية	9
54	تمثيل اجابات الافراد عينة الدراسة حول ابعاد متغير سمعة المنظمة	10

فهرس الملاحق

عنوان الملحق	رقم الملحق
تحديد حجم العينة	1
السادة محكمي الاستبانة	2
استبانة التحكيم	3
استبانة المستجيبين	4

المقدمة

تواجه المنظمات في الوقت الحالي تحديات كبيرة نتيجة للتطورات المتلاحقة في سوق المنافسة والتي زاد من وطأتها استثمار تكنولوجيا المعلومات التي عززت عمل تلك المنظمات واوجدت لها بيئة سريعة التغيير ، وهنا يظهر دور الموارد البشرية كأحد الاصول المهمة في دعم عمل المنظمات والتي يتطلب فيها كي تقوم بدورها ان تكون على مستوى من القدرة المعرفية وبما ينعكس ايجاباً في كل ما يتعلق بطبيعة عمل تلك المنظمات ونشاطاتها ومن ثم تظهر بشكل جلي في مستوى وجودة الخدمات والمنتجات التي تقدمها بما يرسم صورة ايجابية عن عمل المنظمة حيث تظهر هذه الصورة الايجابية بأراء الزبائن واصحاب المصالح عند تعاملهم بثقة مع تلك المنظمات وهذه الصورة الايجابية تمثل سمعة المنظمة والتي تم بناؤها اعتماداً على الاقتدار المعرفي للعاملين فيها ، ويتمثل هذا الموضوع ببعداً بحثياً مهماً يحتم دراسته في البيئة العراقية سيما في القطاعات الاقتصادية والتي تمثل المصارف العمود الفقري لهذه البيئة ومن هذا المنطلق برزت فكرة البحث للخوض به من لدن الباحث ، وانطلق البحث من هدف رئيس يتلخص في تقديم دراسة ميدانية لبيان أهمية تطبيق الاقتدار المعرفي على سمعة المنظمة في عينة من المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة .

كما تلخصت مشكلة البحث في دراسة مدى تبني المصارف المبحوثة لأبعاد متغيرات البحث ، ولغرض ذلك تم وضع فرضيتين رئيسيتين اشتقت عنها فرضيات فرعية وقد تضمنت هذه الفرضيتان التحقق من (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاقتدار المعرفي بإبعاده في سمعة المنظمة) .

ولغرض اختبار هذه الفرضيات تم اختيار عينة من المصارف الأهلية في محافظة كربلاء مع اعتماد الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة البحث تم اعدادها بالاعتماد على مقاييس جاهزة وهي مقياس (الحسنوي ، 2019) لمتغير الاقتدار المعرفي بإبعاده (تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار ، التفكير الابداعي) ومقياس (sala,2011) لمتغير سمعة المنظمة بإبعاده (الجودة ، الجاذبية ، الاداء ، المسؤولية) وقد واجه البحث محدودية في المصادر المتعلقة بالجمع بين المتغيرين .

تضمن البحث أربعة فصول ضم الفصل الاول منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة ، اما الفصل الثاني فقد درس التأهيل النظري لمتغيرات البحث المتغير المستقل والتابع من حيث بيان مفاهيمها واهميتها واهدافها ، وتحديد ابعاده ، اما الفصل الثالث فقد درس الجانب التطبيقي للبحث ضم ثلاث مباحث درست بشكل متتابع دراسة ثبات المقاييس وصدقها ثم تحليل اجابات عينة البحث ووصفها واخيراً اختبار فرضيات البحث ، ثم ختمت الدراسة بالفصل الرابع الذي ضم مبحثين الاول كان لعرض الاستنتاجات التي توصل اليها البحث والثاني عرض المقترحات التي تم وضعها بناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل لها ، اعتمد البحث (91) مصدراً عربي واجنبي واشتمل على اربع ملاحق.

الفصل الاول

منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

المبحث الاول

منهجية البحث

توطئة :

تمثل منهجية البحث المسار الاساس الذي يتخذه الباحث، في بحثه عبر إيضاح مشكلة ، وأهمية ، وأهداف البحث التي يسعى الى تحقيقها وكذلك ، المخطط الفرضي للبحث وفرضياته ، وبناء مقياساً للبحث وحدوده ، ومنهجية وادوات البحث ، فضلاً عن المجتمع والعينة والوسائل الإحصائية والاساليب المستخدمة في جمع البيانات والمعلومات وسنتناول على وفق الآتي :

اولاً : مشكلة البحث

إن موضوع الاقتدار المعرفي وسمعة المنظمة يعد من الموضوعات المهمة في الفكر الاداري المعاصر على الرغم من قلة دراستهما في ميادين فكرية مختلفة الا ان مشكلة الدراسة تكمن في كيفية استخدام القدرة المعرفية لدى الموارد البشرية من اجل تعزيز سمعة المنظمة لما لها من اهمية في الحصول والاحتفاظ بالموارد البشرية الماهرة والمبدعة والطموحة وانعكاس ذلك على تحقيق الغايات وبلوغ الاهداف المشتركة ، وانسجاما مع حيوية الدور الذي يؤديه هذان المتغيران يمكن وصف مشكلة البحث من مشكلة رئيسة تمثلت بالسؤال الآتي :- (كيف يساهم الاقتدار المعرفي في تعزيز سمعة المصارف الاهلية) ويتفرع منه التساؤلات الآتية :

- 1- ما مستوى الاقتدار المعرفي الذي تمتلكه الموارد البشرية في المصارف عينة البحث؟ .
- 2- ما مستوى الاهتمام بسمعة المنظمة بأبعادها في المصارف عينة البحث؟ .
- 3- ما طبيعة أثر متغيرات ابعاد الاقتدار المعرفي في متغيرات عملية تعزيز سمعة المنظمة في المصارف عينة البحث ؟ .

ثانياً : أهمية البحث

يستمد البحث أهميته عبر دراسته لموضوع له أثر مهم في بيان مدى القدرة المعرفية لدى الموارد البشرية والاختذ بنظر الاعتبار كل المقترحات والآراء التي تساهم في اتخاذ القرارات التي تعمل على تعزيز سمعة المنظمة التي تسعى المصارف عينة البحث الى بلوغها ، إذ يمكن إيضاح ذلك بالآتي :-

- 1- تقديم دراسة نظرية وميدانية لبيان أهمية تطبيق الاقتدار المعرفي في سمعة المنظمة .
- 2- عرض نتائج دراسة العلاقة بين متغيري البحث الرئيسيين سيوضح مواطن القوة والضعف لمتخذي القرار والتي يمكن الاستفادة منها وتطبيقها على المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة .
- 3- تحديد طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث .

ثالثاً : اهداف البحث

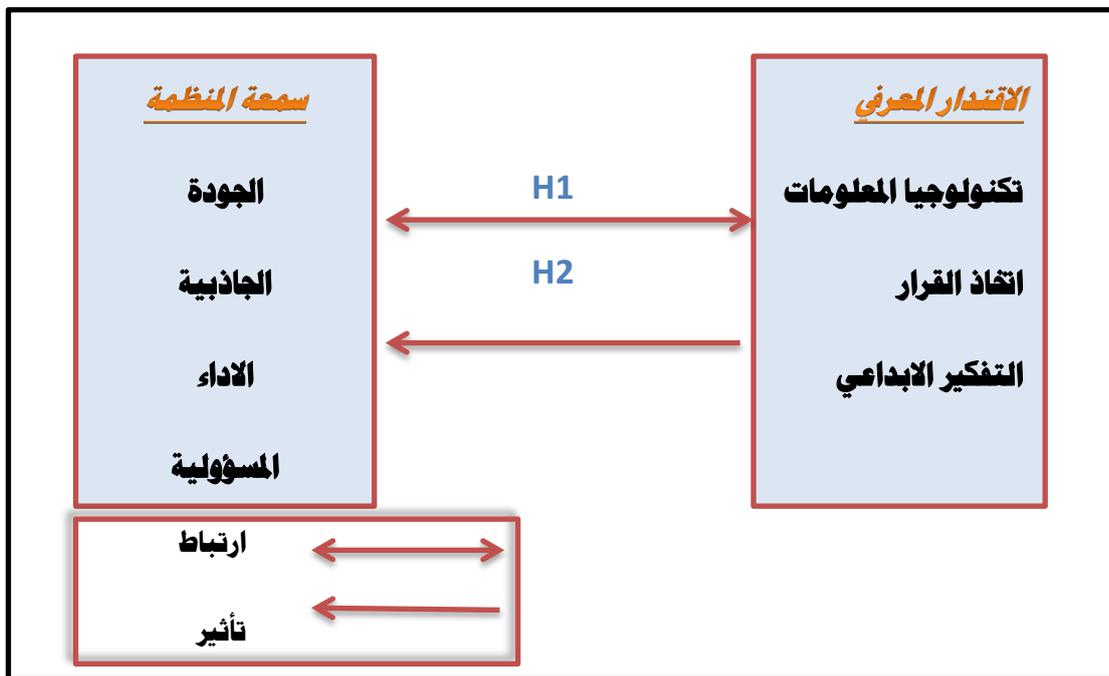
تتلخص اهم اهداف البحث بالنقاط الآتية :-

- 1- استعراض المفاهيم الاساسية لمتغيري البحث المتمثلة بالاقتدار المعرفي وسمعة المنظمة .
- 2- تحديد مستوى ابعاد كل من الاقتدار المعرفي وسمعة المنظمة في المصارف المبحوثة .
- 3- تشخيص ودراسة علاقات الارتباط والتأثير بين الاقتدار المعرفي (المتغير المستقل) وسمعة المنظمة (المتغير التابع) .
- 4- اقتراح عدد من التوصيات للمعنيين في المنظمة المبحوثة في ضوء النتائج التي سيتم التوصل اليها ، وصياغة الآليات اللازمة لتنفيذ هذه التوصيات .

رابعاً : المخطط الفرضي للبحث

سيعتمد البحث المخطط الفرضي الموضح كما في الشكل (1) والذي يبين تأثير الاقتدار المعرفي بأبعاده المتمثلة ب (تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار ، التفكير الابداعي) في سمعة المنظمة بأبعاده المتمثلة ب (الجودة ، الجاذبية ، الاداء ، المسؤولية) .

الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث



المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

خامساً : فرضيات البحث

تعتبر فرضيات البحث في مضامينها عن الحلول المتوقعة التي تتسجم مع التساؤلات التي جاءت بها مشكلة البحث ، وبغية اختبار مخطط البحث الفرضي وتحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيراته وضع الفرضيات الآتية :-

- 1- الفرضية الرئيسية الاولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاقتدار المعرفي بأبعاده وسمعة المنظمة .
- ومنها تتفرع الفرضيات الآتية :

أ- الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد تكنولوجيا المعلومات وسمعة المنظمة.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اتخاذ القرار وسمعة المنظمة.

ج- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد التفكير الابداعي وسمعة المنظمة.

2- الفرضية الرئيسية الثانية : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للاقتدار المعرفي بأبعاده في سمعة المنظمة .

أ- الفرضية الفرعية الاولى:- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد تكنولوجيا المعلومات في متغير سمعة المنظمة.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد اتخاذ القرار في سمعة المنظمة.

ج- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد التفكير الابداعي في سمعة المنظمة.

سادساً: حدود البحث

من اجل توضيح معالم البحث الحالي يستوجب الوقوف عند الحدود البشرية و الحدود المكانية والزمانية لذلك البحث وكما يأتي :

1- الحدود المكانية : تم اختيار المصارف الأهلية العاملة في محافظة كربلاء المقدسة ليشتمل عليها البحث الميداني وهي (مصرف الهدى _ فرع كربلاء ، مصرف أيلاف الاسلامي ، مصرف بغداد الاهلي، مصرف الطيف الاسلامي للاستثمار ، مصرف زين العراق الاسلامي للاستثمار والتمويل ، مصرف التنمية الدولي ، المصرف الاهلي العراقي ، مصرف الثقة الدولي الاسلامي ، مصرف الاتحاد العراقي)

2- الحدود البشرية : تمثلت الحدود البشرية للدراسة بالموظفين العاملين في المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة .

3- الحدود الزمانية : امتدت طوال مدة البحث بجانبه النظري والميداني من (2021/10/6) الى (17/1/2022) ، إذ كانت هذه المدة تغطي عملية جمع البيانات والمصادر للدراسة وتوزيع الاستبانة وجمعها ، والهدف منها هو جمع المعلومات والبيانات من افراد العينة المبحوثة.

سابعاً : منهج البحث

تم اعتماد المنهج الاستطلاعي التحليلي الذي يمتاز بالوصف الدقيق للمعلومات التي تم جمعها عبر توزيع اداة البحث .

ثامناً : جمع البيانات

تم الاعتماد على عدد من الوسائل والأساليب الضرورية في جمع البيانات الخاصة بالبحث وهي :

- 1- **الكتب والرسائل والاطاريح:** تم الاعتماد على الكتب والرسائل والاطاريح والمجلات العلمية العربية منها والاجنبية الورقية والالكترونية من اجل جمع البيانات الضرورية لإغناء الجانب النظري من البحث .
- 2- **الاستبانة:** تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات وتبويبها وتحليلها، وتم تصميمها بالاعتماد على عدد من المصادر الاجنبية والعربية ، وعرضت على مجموعة من الخبراء لغرض الاستفادة من آراءهم في تحكيمها والتأكد من قدرتها على قياس متغيرات البحث الحالية، المحور الاول من الاستبانة فقد تضمن معلومات عامة وعدد من الخصائص الديموغرافية لإفراد المستجيبين منها (النوع الاجتماعي ، الفئة العمرية، التحصيل العلمي ، سنوات الخدمة)، اما المحور الثاني فقد تضمن متغيرات البحث الرئيسية والفرعية التي شملت متغيرين و(7) أبعاد فرعية تم قياسها باستعمال (35) فقرة تم توزيعها بين المتغيرات الرئيسية وابعادها الفرعية. وقد اعتمدت الباحثة مقياس (Five-Point Likert) من اجل قياس مستوى استجابة المبحوثين ، اذ تم استعمال مقياس (اتفق بشدة ، اتفق ، محايد، لا اتفق، لا اتفق بشدة) لقياس متغيرات البحث. والجدول (1) يوضح اهم البحوث والدراسات التي تم الاعتماد عليها في بناء استبانة البحث والابعاد الفرعية.

الجدول (1): الابعاد الرئيسية والفرعية لمتغيرات البحث مع المقياس المستجيب.			
المتغيرات الرئيسية	المتغيرات الفرعية	عدد الفقرات	المصدر
الاقتدار المعرفي	تكنولوجيا المعلومات	5-1	(الحسنوي ، 2019)
	اتخاذ القرار	10-6	
	التفكير الابداعي	15-11	
سمعة المنظمة	الجودة	20-16	(sala,2011)
	الجاذبية	25-21	
	الاداء	30-26	
	المسؤولية	35-31	

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

تاسعاً : مجتمع وعينة البحث**أ- مجتمع البحث**

تم توضيح مجتمع البحث في الجدول الآتي :-

جدول (2)**مجتمع البحث**

ت	اسم المصرف	سنة التأسيس	عدد العاملين
1	مصرف بغداد الاهلي _ فرع كربلاء	1999	13
2	مصرف الاتحاد العراقي	2002	15
3	مصرف الهدى - فرع كربلاء	2008	8
4	مصرف أيلاف الاسلامي	2008	10
5	مصرف الطيف الاسلامي للاستثمار	2006	6
6	مصرف زين العراق الاسلامي للاستثمار والتمويل	2016	9
7	مصرف التنمية الدولي	2011	16
8	مصرف الثقة الدولي الاسلامي	2004	11
9	المصرف الاهلي العراقي	1995	12

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات

ب- عينة البحث

تمثلت عينة البحث بمجموعة من موظفي المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة ، وتم اختيار مجموعة منها وهي (مصرف الهدى _ فرع كربلاء ، مصرف أيلاف الاسلامي ، مصرف بغداد الاهلي - فرع كربلاء ، مصرف الطيف الاسلامي للاستثمار ، مصرف زين العراق الاسلامي للاستثمار والتمويل ، مصرف التنمية الدولي ، المصرف الاهلي العراقي ، مصرف الثقة الدولي الاسلامي ، مصرف الاتحاد العراقي) و من اجل تحديد حجم العينة المناسب لمجتمع البحث والبالغ (100) موظف من المصارف المذكورة مجتمعة و تم الاستعانة بالملحق الذي اقترحه (Krejcie & Morgan.,1970:608)، كما هو موضح في الملحق (1) واستنادا اليه ظهر ان حجم العينة هو (80) شخص، اذ تم توزيع (100)

استرجع منها (80) استمارة وكانت جميعها صالحة للتحليل، اذ بلغت نسبة الاجابة على الاستبانة ما يقارب (80%) وكما مبين في الجدول (3)

الجدول (3)

عدد الاستبانات الموزعة والمسترجعة لعينة البحث

النسبة	العدد	الاستبانة	مجتمع العينة
% 100	100	المجتمع المستهدف	المصارف الأهلية في
%80	80	العينة المستهدفة	محافظة كربلاء المقدسة

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

ج- وصف خصائص عينة البحث

ويسعى هذا المحور إلى توضيح أهم خصائص أفراد عينة البحث اذ تم تحديد عينة البحث بالطريقة العشوائية وضمت (80) موظفاً من مجموعة من المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة، عن طريق المعلومات التي تضمنتها استمارة الاستبانة التي تم توزيعها عليهم ، و فيما يأتي وصف موجز لأفراد عينة البحث وكما موضحة بالجدول (4)

الجدول (4)

خصائص أفراد عينة البحث

ت	المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة %
1	النوع الاجتماعي	ذكور	36	%45
		اناث	44	% 55
		المجموع	80	% 100
2	الفئة العمرية	30-21 سنة	30	%38
		40-31 سنة	37	% 46
		50-41 سنة	8	%10
		60-51 سنة	5	%6
		المجموع	80	%100
3	التحصيل العلمي	اعدادية	1	%1
		دبلوم	10	%12
		بكالوريوس	28	%35
		دبلوم عالي	15	%19
		ماجستير	18	%23
		دكتوراه	8	% 10
		المجموع	80	%100
		4	سنوات الخدمة	5-1 سنة
10-6 سنة	27	%34		
15_11 سنة	17	%21		
20_16 سنة	16	%20		
اكثر من 20 سنة	4	%5		

المجموع	80	100%	عدد الدورات التي شارك فيها	5
1- 3	26	32%		
4 - 6	23	29%		
7 - 9	11	14%		
10 فأكثر	19	24%		
لا يوجد	1	1%		
المجموع	80	100%		

المصدر / من اعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة

يتبين من الجدول (4) ان نتائج خصائص افراد عينة الدراسة كالاتي :

- 1- **النوع الاجتماعي** : ان غالبية افراد عينة الدراسة هم من الاناث ، اذ بلغت نسبتهم (55%) أي ما يعادل (44) فرداً في حين بلغت نسبة الذكور (45%) أي ما يعادل (36) فرداً ، مما يعني ان نسبة الاناث هي اعلى قياساً بالذكور .
- 2- **الفئة العمرية** : اشارت النتائج في الجدول الى ان النسبة الاعلى كانت للفئة العمرية (31_40) إذ بلغت (46%) أي ما يعادل (37) من افراد عينة البحث ، بينما كانت النسبة الادنى للفئة العمرية (51-60) اذ بلغت (6%) أي ما يعادل (5) افراد من عينة البحث ، أي ان المصارف تمتلك طاقة بشرية جيدة يمكن يعزز اداء المصرف اذا ما استخدمت بشكل صحيح .
- 3- **التحصيل العلمي** : إن معظم افراد العينة هم من حملة شهادة البكالوريوس إذ بلغت نسبتهم (35%) أي ما يعادل (28) فرداً ، بينما كانت النسبة الادنى لحملة شهادة الاعدادية اذ بلغت نسبتهم (1%) أي ما يعادل فرداً واحداً ، وهذا مؤشر جيد يوضح مدى الفرص المتاحة لإكمال المسار العلمي
- 4- **سنوات الخدمة** : يتضح من نتائج الجدول (4) إن النسبة الاعلى لسنوات الخدمة (6-10) اذ بلغت نسبتهم (34%) أي ما يعادل (27) فرداً ، وإن النسبة الأدنى لسنوات الخدمة (20 فأكثر) اذ بلغت نسبتهم (5%) أي ما يعادل (4) افراد وهذا دليل على ان معظم المصارف تمتلك موارد بشرية ذات كفاءات عالية .
- 5- **عدد الدورات التي شارك فيها** : يتضح من نتائج الجدول (4) ان النسبة الاعلى للدورات التي شارك بها افراد العينة كانت (1_3) إذ بلغت نسبتهم (32%) ، بينما كانت النسبة الأدنى (لا يوجد) حيث بلغت نسبتها (1%) أي ما يعادل فرداً واحداً ، وهذا يدل على ان المصارف الأهلية عينة البحث تقوم بإدخال موظفيها دورات تدريبية من أجل زيادة خبراتهم ومهاراتهم .

عاشراً : اساليب التحليل والمعالجة الاحصائية

تعد اساليب التحليل الاحصائية الوسيلة الاساسية التي يمكن عبر نتائجها الوقوف على صحة الفرضيات من عدمه ، لذلك سوف يتم استخدام الادوات الاحصائية التالية بمساعدة البرامج الاحصائية " SPSS V.25 " لتحليل البيانات واختبار صدق الفرضيات وكالاتي : (Cohen & Cohen, 1983)

- 1- النسبة المئوية (Percentages): وتستهمل في تحديد نسبة الاجابات عن متغيرات البحث، اذ تمثل حاصل قسمة القيمة الجزئية على القيمة الكلية مضروبة في (100).
- 2- مقياس الفا كرومباخ (Cronbach-alpha): وهو مقياس او مؤشر يستخدم لقياس وثبات فقرات الاستبانة واتساقها، للتأكد من ثبات اجابات العينة.
- 3- الوسط الحسابي (Mean): يستعمل الوسط الحسابي لتحديد مستوى الاجابة للمتغيرات او الأبعاد المبحوثة في فقرات الاستبانة، فضلا عن معرفة مستوى المتغيرات.
- 4- الانحراف المعياري (Standard Deviation): لقياس درجة التشتت او الانسجام في اجابات افراد العينة.
- 5- معامل الاختلاف (Coefficient of Variation): وهو أحد مقاييس التشتت، اذ يستعمل للمقارنة بين درجات تشتت مجموعتين او أكثر من القيم عن اوساطها الحسابية، وبشكل نسبة مئوية.
- 6- معامل الارتباط البسيط (Simple Correlation Coefficient: Pearson): يستعمل لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث الرئيسية والفرعية عبر ملازمة القيم الكبيرة للظاهرة الاولى للقيم الكبيرة للظاهرة الثانية، اذ يكون الارتباط موجب او طرديا، او عند سير احدي الظاهرتين باتجاه مضاد لاتجاه الاخرى فسوف يكون الارتباط سالبا او عكسيا، وتكون القيم غير مبوبة وبشكل ارقام.
- 7- الانحدار الخطي البسيط (Simple Liner Regression): يستعمل لقياس تأثير المتغيرات المستقلة او التوضيحية معنويا على المتغير المعتمد او ما يسمى متغير الاستجابة.

المبحث الثاني

بعض الدراسات السابقة للمبحث

توطئة:

تضمن هذا المبحث بعض الدراسات السابقة التي درست متغيرات هذا البحث (الاقتدار المعرفي ، سمعة المنظمة) وبيان مجالات الإفادة منها وإيجاد ما يميزه عن ما سبقه من الدراسات لكلا المتغيرين .

اولاً : بعض الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل : الاقتدار المعرفي

الدراسات العربية

جدول (5) بعض الدراسات العربية السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل الاقتدار المعرفي

اسم الباحث	2- الحساوي (2019)
عنوان البحث	الدور الوسيط للاقتدار المعرفي في العلاقة بين ممارسات الموارد البشرية الخضراء والاداء الابداعي .
مشكلة البحث	ما هي العلاقة بين ممارسات الموارد البشرية الخضراء من خلال الاقتدار المعرفي كمتغير وسيط .
هدف البحث	تهدف الدراسة الى تحليل مدى قوة الارتباط بين متغيرات البحث كمصدر يسهم في تحقيق هدف العمل الاخضر .
مجتمع وعينة البحث	عينة عشوائية على تدريسي كلية الزراعة / جامعة كربلاء وكان حجم العينة (45) تدريسي من المجتمع البالغ (108) تدريسياً
منهج البحث	منهج البحث الوصفي و التحليلي
اهم الاستنتاجات	هناك علاقة احصائية قوية بين ممارسات ادارة الموارد البشرية الخضراء والاداء الابداعي من خلال الدور الوسيط للاقتدار المعرفي .
اهم التوصيات	التوجه بالاهتمام بممارسات الموارد البشرية الخضراء والتي تسهم في المحافظة على البيئة والتنمية المستدامة .

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

اسم الباحث	دراسة اوسو (2019)
عنوان البحث	دور الاقتدار المعرفي في تحقيق الابتكار التسويقي في عدد من المنظمات الفندقية في منظمات دهوك .
مشكلة البحث	كيف يمكن لإبعاد الاقتدار المعرفي المساهمة في تحقيق الابتكار التسويقي من وجهة نظر عينة من المنظمات الفندقية بمدينة دهوك .

التعرف على واقع الاقتدار المعرفي والابتكار التسويقي في المنظمات الفندقية المبحوثة .	هدف البحث
<ul style="list-style-type: none"> تمثلت عينة البحث بمجموعة من المديرين في عدد من المنظمات الفندقية بمدينة دهوك وكان حجم العينة (70) مديراً . 	مجتمع وعينة البحث
بحث استطلاعي تحليلي	منهج البحث
اهتمام المنظمات الفندقية بالاقتدار المعرفي والابتكار التسويقي .	اهم الاستنتاجات
الاهتمام بالمتغيرات المستقبلية لكونها تساهم في تحقيق المتغير المعتمد	اهم التوصيات
المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة	

الدراسات الاجنبية

جدول (6) بعض الدراسات الأجنبية السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل : الاقتدار المعرفي

اسم الباحث	دراسة sherry (1996)
عنوان البحث	Everyday Cognitive Competence in Elderly Persons: Conceptual Issue and Empirical Findings القدرات المعرفية اليومية عند كبار السن الأشخاص: المسألة المفاهيمية والنتائج التجريبية
مشكلة البحث	فقدان المهارات المعرفية الكامنة وراء الادراك اليومي
هدف البحث	معرفة المقدرات المعرفية لدى كبار السن
مجتمع وعينة البحث	تمثل بمجموعة من كبار السن في جمعية علم الامراض في امريكا وتمثلت عينة البحث ب (85) فرداً
منهج البحث	المنهج الوصفي التحليلي
اهم الاستنتاجات	ان القدرات المعرفية عالية المستوى تظهر انخفاضاً مبكراً مرتبطاً بالعمر في الشيخوخة الطبيعية وكذلك حالات العجز في الشيخوخة المنطقية مثل الخرف .
اهم التوصيات	الاهتمام بالقدرات المعرفية لدى كبار السن المصابين بمرض الشيخوخة والامراض الاخرى .

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

اسم الباحث	دراسة (Rachel and EadaoinK , 2012)
عنوان البحث	Cognitive Competence as a Positive Youth Development الاقتدار المعرفي كبناء إيجابي لتنمية الشباب
مشكلة البحث	ما هو الدور الذي يؤديه الاقتدار المعرفي لتنمية الشباب المراهقين
هدف البحث	مناقشة التفكير النقدي والتفكير الابداعي على انهما جوهر الكفاءة المعرفية
مجتمع وعينة البحث	عينة عشوائية على مجموعة من طلاب المدارس الصينية وكان حجم العينة (250) طالباً وطالبة .
منهج البحث	المنهج الوصفي التحليلي
اهم الاستنتاجات	هناك ترابطات وتأثيرات متبادلة بين الاقتدار المعرفي والسلوكي والعاطفي وكذلك الروحي والجسدي
اهم التوصيات	تعزيز مهارات الاقتدار المعرفي وكذلك التفكير الابداعي والتفكير النقدي للشباب المراهقين

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

ثانياً : بعض الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع : سمعة المنظمة

الدراسات العربية

جدول (7) بعض الدراسات العربية السابقة المتعلقة بالمتغير التابع : سمعة المنظمة

اسم الباحث	دراسة عبد الحسين (2018)
عنوان البحث	توظيف رأس المال النفسي في تعزيز متطلبات بناء سمعة المنظمة
مشكلة البحث	ضعف تبني ابعاد رأس المال النفسي في المنظمة المبحوثة .
هدف البحث	تحديد درجة إسهام أبعاد رأس المال النفسي في تعزيز أبعاد سمعة المنظمة
مجتمع وعينة البحث	مجتمعة ومنفردة للتعرف على نواحي الإيجاب والسلب في تلك العلاقة . عينة من المدراء العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين . وكانت العينة بواقع (104) مديراً .
منهج البحث	المنهج الوصفي التحليلي .
اهم الاستنتاجات	وجود تأثير وارتباط معنوي لأبعاد رأس المال النفسي في تعزيز متطلبات بناء سمعة المنظمة .
اهم التوصيات	على ادارة الجامعة ان تقوم بتنمية رأس مالها البشري عبر اساليب متعددة كالتمرين والتطوير .

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

اسم الباحث	دراسة صباح (2020)
عنوان البحث	ابعاد المنظمة الأخلاقية ودورها في بناء سمعة المنظمة
مشكلة البحث	ما دور ابعاد المنظمة الاخلاقية في الجامعات الفلسطينية الخاصة .
هدف البحث	الكشف عن مستوى سمعة المنظمة في الجامعات الفلسطينية الخاصة من وجهة نظر العاملين فيها .
مجتمع وعينة البحث	تكون مجتمع الدراسة من الموظفين في الجامعات الفلسطينية الخاصة بالمحافظات الجنوبية (فلسطين ، غزة ، الاسراء) تمثلت العينة ب (211) موظفاً
منهج البحث	المنهج الوصفي التحليلي
اهم الاستنتاجات	ضرورة الاهتمام ببناء المنظمة الاخلاقية بأبعادها المختلفة والعمل على توعية الجامعات بأهمية بناء سمعة المنظمة المميزة بمختلف مكوناتها من مسئولية اجتماعية وخدمات متنوعة ، والابداع بتقديم برامج اكاديمية متنوعة ، واداء عالي المستوى من كافة مكونات الجامعة .
اهم التوصيات	تعزيز سمعة المنظمة للجامعة عبر توفير مناخ تنظيمي يتوفر فيه كافة العوامل المادية والمعنوية السليمة في الجامعة ، عبر بناء انظمة ادارية وتنظيمية دائمة تتضمن الحوافز ، والترقيات الاكاديمية والادارية المختلفة في الجامعة .

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

الدراسات الاجنبية

جدول (8) بعض الدراسات الاجنبية السابقة المتعلقة بالمتغير التابع : سمعة المنظمة

اسم الباحث	دراسة (2016) D. Jankauskaite
عنوان البحث	Organization's Reputation Management through Content Creation and Sharing in the Social Media ادارة سمعة المنظمة من خلال انشاء المحتوى و المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي
مشكلة البحث	ما هو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سمعة المنظمة .
هدف البحث	اثبات قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز سمعة المنظمة .
مجتمع وعينة البحث	ان مجتمع البحث متمثل في جميع المنظمات الثقافية الليتوانية التي لديها حسابات مملوكة وتضمن (11) منظمة ثقافية .
منهج البحث	المنهج الوصفي
اهم الاستنتاجات	ان المنظمات الثقافية الوطنية في ليتوانيا تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد .
اهم التوصيات	تدريب الموظفين على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يؤثر على سمعة المنظمة .

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

اسم الباحث	دراسة (2020) Keshta & Abu- Naser
عنوان البحث	Strategic Creativity and Influence in Enhancing the Perceived Organizational Reputation in Islamic Banks
مشكلة البحث	الإبداع الاستراتيجي وتأثيره في تعزيز السمعة التنظيمية المتصورة في البنوك الإسلامية لم يعد النجاح في مجتمعات الأعمال يعتمد فقط على مقدار المكاسب المالية التي تحققها المنظمة ؛ بدلاً من ذلك ، فإن ما تقدمه من خدمات مميزة ومبتكرة وعالية الجودة لتحقيق البقاء والاستمرارية والنمو ، لذلك تسعى المنظمات إلى تعزيز ودعم سمعتها تجاه عملائها والمستفيدين من منتجاتها لدعم القيمة السوقية غير الملموسة ، واتضح أن هناك مجموعة من أوجه القصور المتعلقة بالسمعة التنظيمية التي تواجه البنوك .
هدف البحث	التعرف على الإبداع الاستراتيجي وأثره في تعزيز السمعة التنظيمية المتصورة في البنوك الإسلامية في فلسطين
مجتمع وعينة البحث	م تمثيل مجتمع الدراسة من قبل جميع العاملين في البنوك الإسلامية من الإدارة العليا والمتوسطة وبلغت عينة البحث (175) موظفاً .
منهج البحث	المنهج الوصفي التحليلي
اهم الاستنتاجات	توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الابتكار الاستراتيجي بأبعاده ومستوى تعزيز السمعة التنظيمية في البنوك الإسلامية في فلسطين.
اهم التوصيات	يجب ان تتبنى الإدارة العليا في البنوك الإسلامية استراتيجيات واضحة لتعزيز عملياتها ، لزيادة الوعي بأهمية السمعة التنظيمية التي يُنظر إليها على أنها ركيزة أساسية للتطور والتقدم.

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

ثالثاً:- مجالات الإفادة من الدراسات السابقة

- بعد ان تم استعراض الدراسات السابقة ومناقشتها بضوء مؤشرات معينة ،يمكن القول أن مجالات إفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة كانت على النحو الآتي :-
- 1- إغناء الجوانب الفكرية والنظرية : أسهمت الجهود المعرفية السابقة في إثراء الجوانب الفكرية والنظرية للدراسة عبر الإفادة منها في البناء النظري للدراسة الحالية ، إذ إن اغلب الدراسات السابقة تعرض مراجعة فكرية ونظرية لأفكار الفلسفية التي تخص متغيرات الدراسة.
 - 2- المساهمة في تحديد الأبعاد الفرعية التي يتكون منها كل متغير من متغيرات الدراسة الحالية.

- 3- بناء مقياس الدراسة :أسهمت العديد من الجهود المعرفية السابقة في بناء مقياس الدراسة الحالية ، وذلك عبر الاطلاع على المقاييس والاستبيانات والأدوات المستعملة فيها، والتي تم اعتماد الكثير منها بعد إعادة تحكيمها علميا من اجل ضمان قياسها الدقيق للمتغيرات التي صممت من اجل قياسها.
- 4- بناء المنهجية العلمية للدراسة : تمكن الباحث عبر الاطلاع على الجهود المعرفية السابقة من التعرف على المنهجية العلمية المتبعة فيها ،الأمر الذي مكن الباحث من تصميم منهجية الدراسة الحالية عبر التعرف على المشكلات الفكرية والميدانية وكيفية بناء فرضيات ونماذج الدراسات السابقة.
- 5- الوسائل الإحصائية :تمت الإفادة من الجهود المعرفية السابقة في الاطلاع على الوسائل الإحصائية المستخدمة إذ تم استخدام اداة الاستبيان وكذلك المقابلات الشخصية فيها ،ومن ثم اختيار أكثر تلك الوسائل ملائمة لاختبار انموذج الدراسة الفرضي.
- 6- الاطلاع على اساليب الصدق والثبات المستخدمة في تلك الدراسات والتي عن طريقها امكن تحديد الاساليب الاكثر ملائمة لمتغيرات الدراسة الحالية.

الفصل الثاني

الجاناب النظري للبحث

المبحث الاول

الاقتدار المعرفي

توطئة :

اصبح موضوع الاقتدار المعرفي للموارد البشرية المبدعة موضوعاً مهماً بالنسبة للكثير من حيث البحث والدراسة ، حداثة وندرة المعالجات سواء أكانت النظرية منها ام التطبيقية في هذا الموضوع ، ومن هنا جاء هذا المبحث ليعرض مفهوم الاقتدار المعرفي واهميته واهدافه وابعاده الاساسية .

اولاً: مفهوم الاقتدار المعرفي

يعد مفهوم الاقتدار المعرفي من المفاهيم الحديثة التي نالت اهتمام الباحثين والكتاب وتجلت تلك الأهمية في اواخر العقد الاخير من القرن الماضي عبر المساهمات المعرفية للباحثين وتسارع نمو المعرفة البشرية سواء التطور التقني او العلمي ، فيعرف (علق والزبيدي ، 2014 : 298) بانه مجموعة من القدرات التي تقود الى اداء اكثر فاعلية من اداء المنافسين .

و يوضح **مفهوم الاقتدار المعرفي** بحسب ما اورده بعض الكتاب كما هو موضح في الجدول(9) الاتي :-

جدول (9) مفهوم الاقتدار المعرفي وفقاً لآراء بعض الباحثين

الباحث ، السنة : رقم الصفحة	المفهوم	ت
(Sherry ,1996:595)	القدرة على اداء المهارات بشكل مناسب	1
(Rindermann,2007:668)	القدرة على التفكير واكتساب المعرفة واستخدامها .	2
(الزبيدي وجاسم ، 2015 : 154)	التراكم المعرفي الذي يمثل حصانة الفرد من الوقوع في مسارات الخطأ المتكرر والى الحد الذي يعزز الشخصية ويكسبها قدراً محدداً من القوة والاسبقية .	3
(AL-hayy et al., 2016: 4)	مجموعة من المهارات والقدرات اللازمة للأفراد لتحقيق المنظمة اهدافها .	4
(حربي ، 2019 : 6)	تمكين رأس المال الفكري من استعمال الرصيد المعرفي الحاصل من قبل اشكال الانتاج الفكري المختلفة (سواء البحوث ، الدراسات ، مشاريع التطوير وغيرها) في اداء المهام المعقدة الاساسية المتقنة التي تعتمد على القضايا المفاهيمية والنتائج التجريبية .	5
(قدوري وحميد ، 2019 : 363)	هي جملة من الإمكانيات والقدرات المعرفية التي يمتلكها الفرد لإدراك وفهم العلاقات بين الأشياء والأحداث، وكذلك إصدار الأحكام وتقييم المواقف الحياتية .	6
(اوسو ، 2019 : 450)	قدرة الافراد على عمل احكام جيدة تستند الى التجارب الماضية وفهم النماذج بشكل جيد .	7
(الشمري واخرين ، 2021:237)	جملة من الامكانيات والقدرات المعرفية التي يمتلكها الفرد لإدراك وفهم العلاقات بين الاشياء والاحداث .	8

المصدر/ من اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر الواردة فيه

ويعرف الباحث الاقتدار المعرفي اجرائياً : بأنه يمثل حصيلة الامكانيات والمهارات التي يملكها المورد البشري مما يزيد من قوة المنظمة والافراد العاملين فيها وتحقق الفهم اللازم والقدرة على ربط الاحداث وتحليل الانشطة الضرورية في عمل المنظمة .

ثانياً: أهمية واهداف الاقتدار المعرفي

ان الاقتدار المعرفي يساعد الافراد على التعلم بشكل اسرع ، ويكون لديهم مخزون كبير من المعرفة ، اذ انهم يميلون الى ان يكونوا اكثر ثقة بأنفسهم فكرياً كذلك يساعدهم على حل المشكلات بكفاءة اكبر وبالتالي فإنه يعد افضل مؤشر لأداء العمل (Furnham,2008:38) .

كما انه يساعد في تحسين تنمية الذات في شتى المجالات الشخصية ويعد المصطلح المناسب في التعبير عن الذات ، حيث تعد التنمية ذاتها مصطلحاً يحمل مدلولات ذات أبعاد إيجابية ، لما يرتبط به من معاني التطوير والتغيير الى الافضل ، والتطوير والارتقاء ، و تحسين نوعية الحياة ومستواها ، وزيادة الخيارات المتاحة امام الناس. (الزبيدي وجاسم ، 2015 : 155) ، كما انه يسهم في رفع القدرة على توجيه الذات ومواجهة الشدائد والتحصن ضدها مما يساعد على تفتح اليقظة الذهنية المتسمة بالمرونة على الجديد في المحيط والانتباه لما فيه من قدرات و امكانات عالية وتفكير ايجابي الذ يعد نواة الاقتدار المعرفي (الكمري وعباس ، 2015 : 155)

ويضيف (الحسنوي ، 2019 : 460) بأن الاقتدار المعرفي يعمل على تحسين المقدرات والقابليات المعرفية لدى ذات الفرد لمواجهة وحل المشاكل وتثبيت الحلول لمواجهة مستقبلها وهو يُعد من المصادر التي تعزز مرونة التفكير المعرفي في تحديد العوامل المحيطة بالأعمال ومن ثم العمل على وضع الامكانات والقدرات كافة لإنجاز تلك الأعمال.

ونتيجة لما تقدم ترى الباحثة ان الاقتدار المعرفي يعد من ابرز متطلبات بناء المستقبل ، وهذا الاقتدار لا يقتصر على المستوى العلمي فقط بل يمتد الى توليد وتطوير افكار جديدة بكلفة اقل او بدون كلفة اضافية .

اما اهدافه فقد اشار (الكمري وعباس ، 2015 : 342) إلى تباين وجهات النظر حول اهداف الاقتدار المعرفي استناداً الى اختلاف الاهتمامات العلمية والخلفيات او الاكاديمية او غيرها وما ينعكس ذلك على وجهات النظر ذات العلاقة ، كما ان مساعدة المنظمات في بقائها منافسة قوية يكون عبر زيادة معرفتها بالاستراتيجيات ، المنتجات ، وزيادة خدمة الزبون ، وبذلك فان اهداف الاقتدار المعرفي تكمن بالآتي:-

- أ- تبسيط العمليات وخفض التكاليف عن طريق التخلص من الاجراءات المطولة او غير الضرورية
- ب- تحسين خدمة العملاء عن طريق اختزال الزمن المستغرق في تقديم الخدمات المطلوبة.

- ت- تبني فكرة الابداع عن طريق مبدأ التفكير بحرية .
- ث- تحسين طرق إيصال الخدمات عبر تفعيل المعرفة ورأس المال الفكري .
- ج- تسويق المنتجات والعمليات بفاعلية أكبر عبر زيادة العائد المالي .
- ح- تحسين صورة المنظمة وتطوير علاقتها بمثيلاتها .
- خ- خلق المعارف الضرورية لتطوير المنظمة .
- د- تكوين مصدر معرفي موحد للمنظمة .

وهو يركز على بناء التكامل الأمثل للمعرفة والمهارات للتكيف مع مختلف الحالات ويسهم في حل المشاكل (الكبيسي و ابراهيم ، 2014 : 39) ، وهو يقوم بتحسين اداء العمل وتحقيق الميزة التنافسية عن طريق استيعاب قدرة الفرد المعرفية (صلاح الدين ، 2019 : 287 .

ثالثاً : ابعاد الاقتدار المعرفي

اعتمد الباحث على مقياس (الحساوي ، 2019) في قياس الاقتدار المعرفي والذي يتكون من ثلاثة ابعاد هي (تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار ، التفكير الابداعي) وسيتم توضيح تلك الأبعاد وفقاً للآتي :-

1- تكنولوجيا المعلومات

تشهد تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحالي نمواً كبيراً في مختلف المجالات اذ اصبحت بمختلف مكوناتها عنصراً مهماً في مختلف المنظمات ، حيث ان تكنولوجيا المعلومات يمكن ان تقع ضمن ثلاث فئات وهي (الحاسبات _ وسائل التخزين _ الاتصالات) ، (Daft, 2004:285) . كما يراها (مسلم ، 2015 : 126) بانها مجموعة من الأفراد ، والبيانات ، الاتصالات والشبكات ، والاجراءات ، المكونات المادية والبرمجيات التي تعمل سوياً من اجل الوصول الى اهداف المنظمة .

وقد أشار (الحساوي ، 2019 : 460) إلى ان تكنولوجيا المعلومات تُعد من الوسائل الحديثة التي يمكن عبرها إضافة القيمة للعمليات (الانتاجية أو التنظيمية) فضلاً عن الأهداف المرغوب تحقيقها، فهي السلوك الحديث لإدارة المشاريع في الوقت الحاضر .

ويشير (اوسو ، 2019 : 450) بان أهمية تكنولوجيا المعلومات تتبع من كونها العامل الاساسي المؤثر على البيئة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والسياسية ، فقد ازدادت سرعة تغيير تكنولوجيا المعلومات في جميع القطاعات خلال السنوات القليلة الماضية، ويتوقع ان تزداد أكثر عبر السنوات القادمة لكونها تتيح مجالاً واسعاً للابتكارات والتحسينات في العديد من المنظمات .

كما اوضح (عبود وعبدالله ، 2021 : 254) بان تكنولوجيا المعلومات تتكون من مجموعة من الادوات المترابطة مع بعضها البعض وهذه الاجزاء هي الاجهزة والمعدات والتي تشتمل على الاجهزة والمعدات الخاصة بعمليات الادخال والايخارج وكذلك المعالجة والخرن وارسال البيانات ، اما الجزء الثاني لتكنولوجيا المعلومات فهو البرمجيات أي الانظمة التي تحتوي على المعلومات المادية لإكمال المهام المرغوب بها ، كذلك تعد الموارد البشرية من الاجزاء الهامة لتكنولوجيا المعلومات حيث تتمثل بجميع الملاكات المؤهلة والمدربة لتنفيذ النشاطات المختلفة وبذلك يشترط بهم ان تكون لديهم كفاءة وخبرة عالية ، وتعد الشبكات والاتصالات أيضاً من الاجزاء المهمة لتكنولوجيا المعلومات حيث انها تمثل الوسائل التي تربط الحواسيب معاً عبر خطوط اتصال تمكن مستخدميها من مشاركة وتبادل ونقل البيانات فيما بينهم .

كذلك اشار (دبو ، 2021 : 240) بان تكنولوجيا المعلومات اصبحت بمثابة المحرك الاساسي تجاه العولمة ، وذلك باستخدام الحواسيب ، حيث تعد العولمة ظاهرة اقتصادية حولت اقتصاد العالم الى سوق اقتصادي واحد .

وبين (عبود وعبدالله ، 2021 : 102) بأنها مجموعة الوسائل والادوات والتقنيات المختلفة والتي يتم توظيفها لمعالجة المضمون الذي يراد توصيله عبر عملية الاتصال الجماهيري .

كما يبين (قبرصلي ، 2021 : 297) بان تكنولوجيا المعلومات تساعد المنظمات في الحصول على المعلومات التي تحتاجها لأداء أعمالها بشكل متميز ، فالمنظمة الناجحة هي التي تتمكن من الموازنة بين كثرة المعلومات وندرتها .

وفي ضوء ما سبق تبين الباحثة بان تكنولوجيا المعلومات هي مجموعة من البرمجيات والاجزاء المادية والاتصالات وتكنولوجيات معالجة مختلف البيانات التي تستخدم في نظم المعلومات المستندة الى الحاسوب ، الى جانب الموارد البشرية المؤهلة لتوظيف هذه التكنولوجيا بشكل بناء في عمل المنظمات .

2- اتخاذ القرار

إن اتخاذ القرار يمثل المفاضلة بشكل واعي ومدرك بين مجموعة من البدائل والحلول المتاحة لمتخذ القرار لاختيار واحد منها باعتباره انسب وسيلة لتحقيق الهدف او الاهداف التي يرغبها متخذ القرار (الاسطل ، 2016 : 34) .

ويضيف (اوسو ، 2019 : 451) إن عملية اتخاذ القرار جوهر العملية الادارية ومحور نشاطها، وهي عملية اختيار لاستراتيجية معينة او اجراء معين وهذه العملية منظمة ورشيدة وبعيدة كل البعد عن العواطف ومبنية على الدراسة والتفكير الموضوعي للوصول الى القرار المناسب، وبشكل عام فإن معظم التصرفات هي نتيجة عملية اتخاذ القرارات بشكل مستقل عن نتيجة هذه التصرفات، فالقرار حالة تحكيم عقلية تسبق التصرف .

وبين (عبيد ، 2015 : 11) بانه الحكم والاختيار من بين البدائل حيث إن نادراً ما يكون اختيارها بين الصواب والخطأ . واكد (الجبوري ، 2011 : 16) بأنه فعل تتخذه الادارة العليا لتوفير نجاح طويل الأمد عبر تخصيص مواردها المهمة من اجل التكيف مع بيئتها المتنافسة فضلاً عن تحقيق اهدافها .

وتناول (الحسنوي ، 2019 : 460) إلى ان اتخاذ القرار هو العملية التي تتضمن التفكير الجاد في المشكلة قيد الدراسة بما في ذلك الهيكل الشامل لها وتفصيلاته ومعتقداته والتحليل للمنهج الشامل ومجموعة من الأدوات التي تُسهم في سرعة الوصول إلى حالة القرار النهائي بما يضمن نجاح تطبيق القرار وتحقيق الهدف منه.

واوضح (امين ، 2021 : 103) بأن عملية اتخاذ القرار هو هدف تسعى اليه كل المنظمات من أجل تحقيقه عبر العمليات الادارية المختلفة للوصول الى اتخاذ قرار اداري مناسب لتطوير المنظمة او إلى حل مشكلة ما تواجه المنظمة .

وبين (الزبيدي ، 2021 : 453) بأن القرارات الادارية تعد نقطة الانطلاق بالنسبة لجميع النشاطات والافعال التي تتم داخل المنظمة ، حيث إن توقف اتخاذ القرار مهما كان نوعه يؤدي الى تعطيل العمل وتوقف النشاطات والافعال مما يؤدي إلى ضياع المنظمة وزوالها .

من جانب آخر بين (السباب وابراهيم ، 2021 : 384) بان هناك خطوات لاتخاذ القرار مكونة من خمسة مراحل وهي كالآتي :-

- 1- تحديد الهدف بكل وضوح لأنه بذلك يوجه الخطوات نحو اتخاذ القرار المراد اتخاذه .
 - 2- التفكير بأكبر عدد ممكن من الإمكانيات فمنها يستخلص وينبثق القرار .
 - 3- فحص الحقائق وهو امر مهم جداً فعدم توفر المعلومات يؤدي الى اتخاذ قرار غير صحيح .
 - 4- التفكير في السلبيات والإيجابيات للقرار الذي تم اتخاذه .
 - 5- مراجعة جميع المراحل مرة اخرى والانتباه فيما اذا اضيفت معطيات جديدة او حدث تغيير جديد ثم يتم بعد ذلك اتخاذ القرار واذا لم يكن القرار مناسباً يمكن فحص عمل جديد .
- و بذلك تبين الباحثة ان أهمية القرارات زادت لما لها من دور في تحقيق اهداف الادارة وما تشهده التنظيمات الادارية من تعقيدات وتعدد اهدافها حيث ان اتخاذ القرار ادى إلى حل هذه المشاكل والتعقيدات .

3- التفكير الابداعي

يمثل التفكير الابداعي اعقد انواع السلوك البشري والخاصية التي يمتاز بها هي قدرة الانسان ومعرفته على تفحص الاعمال والأشياء واستعراضها بصفة رمزية وخيالية حيث ان التفكير من القضايا الهامة التي يجب ان تكون موضوعاً للبحث فهو محرك للحضارة وتقدم الامم ، حيث اشار (Rachel and EadaoinK , 2012: 24) بان التفكير الابداعي مستقل يمكن للأشخاص اختيار الاستفادة من بعض أساليب التفكير" و "المهارات الفكرية" لتعظيم الإبداع .

ودرس (اسماعيل ، 2015 : 117) التفكير الابداعي بانه نشاط عقلي مركب وهاذف توجهه رغبة قوية في البحث عن الحلول والتوصل الى نتائج جديدة لم تكن معروفة سابقاً .

ويشير كل من (سلمان وغند ، 2020 : 390) بأن التفكير الابداعي هو الشعور بالمشكلات ووعي بمواطن الضعف والثغرات وضعف الانسجام والنقص في المعلومات والبحث عن حلول والتنبؤ ، وصياغة فرضيات جديدة ، واختبارها واعادة صياغتها أو من اجل التوصل إلى حلول أو ارتباطات جديدة باستخدام المعطيات المتوفرة ، ونقل أو توصيل النتائج إلى الآخرين .

ويبين (ناصر ، 2021 : 334) بأنه عملية ينتج عنها حلول او افكار تخرج عن الاطار المعرفي سواء بالنسبة للمعلومات التي يفكر فيها ، ام للمعلومات السائدة في البيئة وذلك بهدف ظهور الافكار الجديدة .

بينما اكد (داود ، 2021 : 34) بأنه يعد من الاصول المهمة للمنظمات اذ ان التفكير الابداعي هو الخروج

بشيء جديد ومختلف قد يكون منتجاً أو خدمة أو عملاً فنياً حيث انه الاساس في رضا الزبائن وتحقيق احتياجاتهم .

واضاف (5: 2021 ، mahmood) ان التفكير الابداعي يتكون من الابداع والتفكير ، حيث ان كلمة " الابداع " مشتقة من الكلمة اللاتينية " creativity " وهذا يعني "انشاء" وتعرف بانها القدرة او القوة للإدخال ، الوجود ، الانتاج عبر الخيال لصنع شيء جديد ، اما كلمة " التفكير " فيعرف بأنه سلسلة من الانشطة العقلية التي تحدث عندما يتلقى الدماغ التحفيز بواحد من الحاسة الاولى او اكثر، البصر والسمع واللمس والشم والتذوق .

وتناول (حمادي ، 2021 : 300) بأن التفكير الابداعي يتكون من مجموعة من المهارات التي تكشف عن الابداع في سلوك الفرد ، فالتفكير الابداعي نشاط عقلي مركب وهادف توجهه رغبة قوية في البحث عن الحلول او التوصل الى نواتج اصيلة لم تكن معروفة من قبل .

وفي ضوء ما سبق تبين الباحثة ان التفكير الابداعي هو نشاط ذهني متعدد الوجوه يتضمن انتاجاً جديداً واصيلاً وذا قيمة من قبل الاشخاص الآخرين .

المبحث الثاني

سمعة المنظمة

توطئة :

يعد موضوع سمعة المنظمة من الموضوعات الجوهرية التي تتطلب التفسير والتوضيح والاهتمام بها من قبل جميع اشكال المنظمات وذلك لكونها تمثل موارد المنظمة الهشة والقابلة للكسر والتغيير عبر مراحل دورة حياة المنظمة، اذ تعكس سمعة المنظمة مجموع ما تستثمره المنظمة من امكانياتها وقدراتها المختلفة سواء أكانت مادية أم بشرية أم المالية وحتى المعلوماتية في تطوير وتحسين اداؤها نحو الافضل من اجل ارضاء اصحاب المصالح .

أولاً: مفهوم سمعة المنظمة

إن السمعة تُعد مصدراً محدداً للمنظمة من بين المصادر النادرة التي تكون غير قابلة للنسخ أو التقليد والتي تراكمت عبر عدة سنوات ببطء عبر تاريخ المنظمة ، وان السمعة تمثل الحقيقة القائمة او الظاهرة لطبيعتها الذاتية الصعبة والمعقدة اجتماعياً والتي تكون مرتبطة بشكل وثيق بتاريخ المنظمة ذاتها ، وفي الجدول (10) نورد بعض المفاهيم التي تضمنها بعض الباحثين كالآتي :-

الجدول (10)

مفهوم سمعة المنظمة وفقاً لآراء بعض الباحثين

ت	المفهوم	الباحث ، السنة ، رقم الصفحة
1	قدرة المنظمة على تنفيذ الاستراتيجيات والخطط وكذلك الاهداف ، وتوطيد العلاقات الودية مع الاطراف المؤثرة في المجتمع وتلبية حاجاتها ومعالجة كل ما يسيء اليها وبذلك يحسن من سمعتها ويخلق للمنظمة قيمة تنافسية من اجل بقاؤها واستمرارها.	(الظالمي ، 2016 : 13)
2	قوة كامنة تؤدي الى تشكيل صورة المنظمة من وجهة نظر اصحاب المصالح .	(Jankauskaite,2016 :22)
3	مجموعة من القيم الخاصة بالمنظمة كالصدق والموثوقية والاصالة وكذلك المسؤولية الاجتماعية والنزاهة والابداع ، والتي يشعر بها الفرد عن المنظمة من خلال الصورة التي يحملها عنها ، وبذلك فهي من الاصول المعنوية التي لها قيمة ذاتية تعمل على تحقيق منافع تنافسية تشجع على جذب الزبائن والولاء وكذلك تعمل على تقليل المخاطر التنافسية .	(مطر ، 2018 : 24)
4	هي رأس المال الحقيقي والذي من خلاله تعمل المنظمات ومن دون السمعة الجيدة لن تنجح وتستمر المنظمات في البقاء .	(عبد الحسين ، 2018 : 420)
5	تعكس انطباعات اصحاب المصلحة تجاه منظماتهم وميلهم للتصرف نحوها بنمط محدد مسبقاً .	(احمد ، 2018 : 31)
6	هي عبارة عن التصورات الصافية لمقدرة المنظمة على تلبية توقعات جميع اصحاب المصلحة .	(عبد الكريم ، 2020 : 119)
7	جميع الممارسات الادارية التي تكون مطبقة لجودة الخدمة وجودة الاداء وكذلك المسؤولية الاجتماعية .	(صباح ، 2020 : 25)
8	الانطباع الذهني الشامل الذي يتكون من مختلف أصحاب المصلحة الذين يتعاملون مع المنظمة حول أنشطتها وأنظمتها وقراراتها وسياساتها ، والتي تتحدد في ضوء علاقاتهم المستمرة ، المعاملة ، والدعم من عدمه ، ومن ثم تتجسد في جميع الجهود والإنجازات المتميزة التي تهدف المنظمات إلى كسب رضا المجتمع وتحقيق رفاهيته .	(Keshta & Abu-Naser ,2020 : 19)
9	تقييم جماعي لجاذبية المنظمة من خلال مجموعات معينة من اصحاب المصلحة ذوي العلاقة بمجموعات اخرى مرجعية من المنظمات المنافسة من اجل الحصول على الموارد المتاحة .	(بوترة ، 2021 : 239)

المصدر/ من اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر الواردة فيه

ويعرف الباحث سمعة المنظمة اجرائياً بأنها : الادراك المعرفي لصورة المنظمة وتطور انشطتها

من وجهة نظر اصحاب المصالح .

ثانياً: أهمية سمعة المنظمة

إن تعزيز السمعة عامل مهم فهو يزيد الثقة وقوة العلاقة بين المنظمة وزبائنها ، وعليه فهو يعزز الصفقات الاقتصادية والتخطيط الاستراتيجي ، إذ إنّ العاملين يفضلون التعامل مع المنظمة التي تتمتع بسمعة جيدة ، وتنتج هذه السمعة عبر ما يمتلكه القادة والمديرين وكذلك العاملين من النزاهة والاخلاق وهي بذلك تشكل اهم الخواص التنظيمية لسمعة أي منظمة (الظالمي ، 2016 : 14) .

كما إن سمعة المنظمة الجيدة تساعد على ادراك الزبون لجودة المنتجات بالنسبة للمنظمات ذات الطبيعة الانتاجية فهي تساهم في زيادة المبيعات وعليه زيادة الارباح ، فضلاً عن منح قيمة اضافية للمنتجات وجذب زبائن جدد وكذلك زيادة رضا وولاء الزبائن والعمل كحاجز امام دخول المنافسين الجدد (صلاح الدين وعمير ، 2017 : 228) ، وبذلك فان سمعة المنظمة الجيدة تبني الثقة والطمأنينة وهي مورد مهم يؤدي الى ميزة تنافسية عالية وتأييد مختلف اصحاب المصالح حول جاذبية المنظمة (عذيب ، 2018 : 206) . وبذلك فان الفائدة العظمى لسمعة المنظمة تكمن في تحسين رضا العملاء وزيادة وعيهم وفهمهم لما تقدمه المنظمة من منتجات وخدمات وادراكهم لصورتها الحسنة وبالتالي زيادة الارباح ، والاحتفاظ بالمعاملين ممن يمتلكون الموهبة والخبرة العالية ، ورفع الروح المعنوية للعاملين الذي بدوره ينعكس على انتاجية المنظمة وحمائيتها عبر القيام بتقليل المخاطر والتعرف على الازمات المحتملة والمساهمة في التوسع الدولي وتكوين التحالفات الاستراتيجية (النجار ، 2018 : 30) . كذلك تُعد السمعة بمثابة البناء الاجتماعي الذي تحصل عليه المنظمة عبر علاقتها مع اصحاب المصالح ، كما انها تساعد في التقليل المخاطر التي قد يتحملها الزبائن وتكون عوناً لهم عندما يواجهون قرار اختيار سلعة او خدمة معينة سيما في حالة تشابه هذه السلع او الخدمات وهذا سيزيد من رضا الزبون عن المنظمة وكذلك رضا العاملين في المنظمة عن عملهم (محميد ، 2019 : 95) . كما انها تُعد من الاصول الرئيسية التي تقوم بمساعدة المنظمة على تحقيق اهدافها الاستراتيجية مثل خلق القيمة ، والنمو المربح ، وكذلك الميزة التنافسية

المستدامة ، فلكونها فريدة من نوعها ويستحيل نسخها يمكنها ان تساعد على حماية المنظمة في الظروف الاقتصادية الصعبة وكذلك حالة حدوث الازمات (الكريطي ، 2019 : 15) .
واضاف (فخري ، 2020 : 310) بأن أهمية سمعة المنظمة تتحقق بالآتي :-

- 1- تحديد الفجوة بين الوضع الحالي والصورة المرغوبة للمنظمة .
- 2- قياس الوضع الحالي للمنظمة .
- 3- تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتحديد مواطن القوة والضعف وكذلك الفرص و التهديدات.
- 4- اعداد خطة معينة لمعالجة الفجوات وتنفيذ هذه الخطة ومتابعة اثرها على صورة وسمعة المنظمة .

كما أشار (الزياي ، 2014 : 20) بأن السمعة الجيدة اداة مؤثرة بيد المنظمات من اجل تحقيق اهدافها الاستراتيجية التي تتمثل بخلق القيمة وتحقيق الميزة التنافسية مما تسهم في نموها الشامل وبقاؤها ، والنقيض على ذلك يبين (بوترة ، 2021 : 241) عندما تكون السمعة سيئة ، يفقد الناس الثقة بالمنظمة وبكل ما تقدمه للمجتمع من سلع وخدمات ، لذلك فان للسمعة الجيدة نتائج ممتازة سواء من حيث تشغيل وعمليات المنظمة أم من حيث الاداء المالي . بينما ذكر (العزي ، 2021 : 174) ان لسمعة المنظمة امر بالغ الأهمية ، والسبب في ذلك إن السمعة تؤثر على جميع اصحاب المصلحة في المنظمة ، مثل الزبائن والموظفين والمستثمرين والجمهور .

ثالثاً: اهداف سمعة المنظمة

هناك اهداف وضعها (حامد ، 2018 : 37) من اجل تعزيز سمعة المنظمة وهي تتمثل بما يلي :-

- 1- تحقيق قيمة عظيمة واثر ملموس للمنظمات عبر تحسين سمعتها التنظيمية .
- 2- تلبية حاجات اصحاب المصالح المختلفة لدى المنظمة .
- 3- تحسين صورة المنظمة بشكل جيد في عقول اصحاب المصالح من اجل تحقيق استمرارية وبقاء المنظمة .
- 4- زيادة عوائد وارباح المنظمة وتحقيق رضا الزبائن .
- 5- تهدف سمعة المنظمة أيضاً الى قبول المجتمع بمستوى عالي وبصورة مرضية للمنظمة وما تقدمه من سلع وخدمات .

ويرى (النجار ، 2018 : 32) إن سمعة المنظمة تعد من القوى الخفية التي تحقق بقاء المنظمات ونموها ، ويتم ذلك عبر المحافظة على حصتها السوقية والعمل على زيادتها والوصول الى اكبر عدد من العملاء ، فالسمعة الحسنة والجيدة تحافظ على الزبون الحالي وتجذب زبائن جدد .

كما إن سمعة المنظمة تعتبر من الاصول غير الملموسة القيمة التي تساهم في تحقيق عوائد عالية وقيمة مضافة للمنظمة ، لذا من المهم ادارتها بالشكل الامثل من اجل تعظيم القيمة ، كما إنها تسعى لتقديم سلع وخدمات تلبي رغبات واحتياجات اصحاب المصالح (صباح ، 2020 : 27) ، وبالتالي فان سمعة المنظمة الجيدة تبني صورة إيجابية في مخيلة اصحاب المصالح والتي تساعد في بقاء واستمرارية المنظمة ، كما إنها تهدف أيضاً الى تحقيق اعتراف وقبول الزبائن بمستوى عالي وبالصورة المتوقعة للمنظمة وما تقدمه من سلع وخدمات ، وبالتالي فإن السمعة الجيدة تؤدي إلى زيادة ربحية المنظمة عبر إرضاء اصحاب المصالح وتحقيق الولاء بينهم وبين المنظمة . (نوال وسمية ، 2020 : 40). كما إنها تساهم في جذب اكبر عدد من المستثمرين وتخفيض المخاطر ، وانها تساعد على رفع الروح المعنوية للعاملين بالمنظمة فهي تقوم بحماية المنظمة وزيادة قدرتها التنافسية (الزيايدي ، 2020 : 77).

رابعاً: ابعاد سمعة المنظمة

اعتمدت الباحثة على انموذج (sala, 2011) في قياس سمعة المنظمة إذ يتكون من أربعة أبعاد هي (الجودة ، الجاذبية ، الاداء ، المسؤولية) لمنطقية تلك الأبعاد وانسجامها مع طبيعة اهداف البحث الحالي ، وإمكانية تطبيق مؤشراتنا في المنظمات العراقية وقياس نتائجها بسهولة ، وسيتم توضيح تلك الأبعاد بشكل مبسط وفقاً للآتي :-

1- الجودة

في العصر الحالي للعولمة ووعي الزبائن ، ينبغي على المنظمات ان تعطي الجودة الأهمية القصوى باعتبار الجودة هي الاداة الاستراتيجية الاساسية للبقاء والنجاح على المدى الطويل وبذلك الحصول على سمعة طيبة وميزة تنافسية مستدامة (الكريطي ، 2019 : 13) . وذكر (نديم والبلداوي ، 2007 : 74) بأنها فلسفة تؤمن بأهمية الجودة الكلية لكل جوانب العمل مما يتطلب احداث تغييرات هامة بقيم العمل فضلاً عن التخلي عن الاساليب القديمة واستبدالها بأساليب تتناسب مع المرحلة القادمة .

وأشار (العنزي وصالح ، 2008: 488) إلى الجودة بأنها هي الاستراتيجية التي تستند إلى تضافر جهود جميع العاملين في المنظمة لأغراض تحسين مستوى الجودة .

في حين ذكر (العربي وراضي ، 2016 : 27) بأنها طريقة لتحسين مرونة وفعالية الأعمال بشكل عام مع امكانية تحسين التنظيم ومشاركة كل قسم وكل نشاط وكل فرد في جميع المستويات الادارية داخل المنظمة . إذ يبين (عمير وصلاح الدين ، 2017 : 229) أن الجودة تعني اداء الاشياء بصورة صحيحة من المرة الاولى ، ويجب أن يكون هدف الجودة تلبية حاجات الزبون الحالية والمستقبلية . وبين (العبيدي ، 2020 : 242) بانها فلسفة تركز على تحقيق مستوى عالٍ من الجودة واداء العمليات عبر تلبية متطلبات المستفيد ، مشاركة العاملين ، و التحسين المستمر . وأضاف (محميد وآخري ، 2020: 87) بأنها مدخل اداري يركز على الجودة بمساهمة جميع افراد المنظمة من اجل تحقيق النجاح الطويل الامد عبر ارضاء الزبون وتحقيق المنفعة للجميع . بينما اشار (غربي ، 2021 : 30) بانها طريقة للتحسين المستمر للإداء في جميع مستويات العملية الادارية ، وفي كل المجالات الوظيفية وذلك عبر استخدام كافة الموارد البشرية بالمنظمة . وتناول (احمد ، 2021 : 143) بأنها العمل على خلق ثقافة متميزة للأداء بحيث يعمل كافة افراد المنظمة بشكل مستمر لتحقيق رغبات وتوقعات الزبائن بالجودة العالية وبفاعلية عالية وفي اقل وقت زمني ممكن . وبين (اسماعيل ، 2021 : 394) بأنها تركيز الجودة لتشمل المنظمة بأكملها من المجهز الى الزبون . وأكد (عبوش والربيعي ، 2021 : 174) بأنها مجموعة متطلبات يجب ان تنطبق على موضوع او شيء ما يطمح لتحسينه نحو الأفضل . و اشار (عنيد ، 2021 : 451) بأنها فلسفة ادارية جديدة تهدف الى التحسين المستمر لجميع الاقسام والعمليات وخلق ثقافة تنظيمية جديدة تقوم على اجراء التغييرات من اجل تحقيق اهدافها بفعالية في المنظمات سواء أكانت في القيم أم انظمة أم اسلوب اداري . كذلك فان المنظمة تستمد شهرتها من مستوى جودة منتجاتها ، ويتضح ذلك عبر العلاقات الجيدة مع المجهزين وخبرة العاملين وتقديم منتجات تلبية حاجات واذواق وتوقعات الزبائن الحاليين والمستقبليين فإذا كانت المنتجات ذات جودة منخفضة فيمكن استخدام ادوات التحسين المستمر من اجل رفع جودة منتجاتها (ناهض ، 2021 : 78) .

2- الجاذبية

إن الجاذبية تُعد عنصراً أساسياً في سمعة المنظمة ، وان المنظمة الجاذبة تأخذ الرعاية من موظفيها وكذلك الزبائن وغيرهم من اصحاب المصالح (Barron & Rolfe,2011:15) . وإذا كانت المنظمة غير مهتمة

بجاذبية المنظمة او تحسينها يؤدي ذلك الى التأثير المعاكس على زبائن المنظمة هذا بالنسبة الى خارج المنظمة ، أما بداخلها فان الصورة السلبية سوف تؤثر حتماً على العاملين باتخاذهم مواقف معينة تجاه ادارة المنظمة او مالكيها وعليه يؤدي الى التأثير السلبي على عمل الموظفين ومساهماتهم مما يؤثر على علاقاتهم مع الزبائن وبالتالي تقل جاذبيتهم نحو المنظمة (الظالمي ، 2016 : 15). ويتم تحقيق جاذبية المنظمة عبر قدرتها على بناء علامة تجارية ومكانة مرغوبة عن طريق تقديمها نتائج إيجابية للقياس الكمي والنوعي (عمير وصلاح الدين ، 2017 : 230) ، إذ لأجل أن تكون المنظمة المغناطيس الذي يجذب الافراد المهوبين للنجاح في المستقبل ، يستوجب لذلك إدارة علاقاتها المتعددة مع اصحاب المصالح ، حيث ينجذب كل فرد منا الى المنظمات التي تجعلنا نشعر بانها مهمة بنا لذلك فان الجاذبية امر بالغ الأهمية لنجاح المنظمة (الكريطي ، 2019 : 16) .

3- الأداء

إن الاداء هو الهدف النهائي لجميع المنظمات إذ إنه موضع اهتمام كل من المنظرين التنظيميين والادارة الممارسين (Damanpour ، 1989 : 589) . ويعرف بأنه يتمثل بالمنظمات ذات الخصائص التي تتمثل بإرضاء اصحاب المصالح وتنفيذ عملياتها بشكل سليم .وتوفيرها للمواد اللازمة وتتوفر فيها ادارة ناجحة تستطيع وضع استراتيجيات لتنفيذ اهدافها (طاهر ، 2009 : 36) و (الظالمي ، 2010 : 22) . كما يعد مفهوم الاداء مفهوم شامل عن السلوك الذي تقوم المنظمة بإتباعه في استثمار الموارد المتاحة لها وفقاً لمعايير محددة واعتبارات متعلقة بعوامل داخلية وخارجية التي تتفاعل معها الوحدة الاقتصادية لضمان كفاءة عملياتها من أجل استمرار بقائها في السوق (عمير وصلاح الدين ، 2017 : 230) . حيث يُعد الاداء من اهم الاهداف التي تسعى أي منظمة إلى تحقيقها فهو يسهم وبشكل مباشر في تنمية وزيادة الخدمات أو ربما في ضعف وتردي هذه الخدمات (ابو عليم ، 2014 : 28) . فإن المنظمات التي يكون لديها سجل من الاداء الجيد ، وآفاق النمو الواضحة والربحية على المدى الطويل ، فان ذلك سيزيد من إيجابية سمعتها (الكريطي ، 2019 : 17) ، كما انه يشمل كل من الاداء المالي وغير المالي حيث يشير الاداء المالي الى الفوائد النقدية مثل عائد الاستثمار والإيرادات وكذلك هوامش الربح بينما الاداء غير المادي يشير الى رضا العميل والفوائد الاخرى غير الملموسة (Muthuveloo , 2017 : 192) . فالمستوى المالي يتيح للمنظمة النجاح والمحافظة على سمعتها نتيجة الانشطة والخدمات التي تدعمها للجمهور والمستوى العالي لخدماتها ومنتجاتها ، لذا تهتم المنظمة بتحقيق السمعة الجيدة لدى كافة فئات

جمهورها من الزبائن والشركاء والموزعين ، فضلاً عن النقابات والاتحادات ومنظمات المجتمع المدني ، لذا فان سمعتها المالية ناتجة من ادائها المالي القوي ونمو ارباحها ودعمها للقطاعات المختلفة تعطي مؤشر قوي في قوة علاقاتها اجتماعياً لما تقدمه من دعم للأنشطة والمجالات التي تدعم سمعتها في المستويات كافة (المشهداني ، 2018 : 228) . وهو أيضاً درجة تحقيق واتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق او يتبع بها الفرد متطلبات الوظيفة وغالبا ما يحدث لبس وتدخل الأداء والجهد فالجهد يشير الى الطاقة المبذولة أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها (حبيب ، 2021 : 281) . ويجب أن يركز الاداء على مجموعة من الاسس التي اذا تم اتباعها فأنها تحقق نتائج في غاية الأهمية قد تؤثر على اداء العاملين حيث ان تلقي العاملين على مستوى عالي من التدريب فضلاً عن حصولهم على مستحقاتهم من الحوافز والتعويضات قد يؤدي الى تحسين الأداء فضلاً عن حصول العاملين على نصيبهم من الرعاية الطبية والرعاية التعليمية وبذلك يؤدي إلى تحسين الاداء (الكثيري ، 2021 : 45) .

4- المسؤولية

تعرف بأنها مسؤولية المنظمة الاخلاقية تجاه اصحاب المصالح الذين يتأثرون بصورة مباشرة او غير مباشرة بسمعة المنظمة والتي يكون لها اثر إيجابي على جودة خدمات المنظمة (الظالمي ، 2016 : 15) . كما انها التزام المنظمة بإداء الأعمال التي تخدم مصالحها ومصالح الذين يتعاملون معها (عمير وصلاح الدين ، 2017 : 230) . ويمثل المسؤولية التي تتبناها المنظمة انطلاقاً من استراتيجيتها وقيمتها وبيئتها والاختذ بالاعتبار التوازن بين اصحاب المصالح والمتعاملين من اجل تحسين ادائها مع الاختذ بعين الاعتبار تطلعات ورغبات المجتمع (عبد الحسين ، 2018 : 421) . وبذلك فإن قيام المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية سيؤدي إلى تخفيف الأعباء عنها وتجد بذلك شركاء حقيقيين يسهمون معها للتصدي للمشكلات الاجتماعية وكذلك الاقتصادية في الانفاق على الأنشطة الضرورية لخدمة المجتمع (احمد ، 2018 : 30) . وهي مزيج من الأنظمة الاجتماعية لسلوك المنظمات ، واتخاذ جميع التدابير المسؤولة والواجبة بشكل استباقي اتجاه اصحاب المصالح ولجميع افراد المجتمع من اجل تحقيق المنفعة الاقتصادية والتي تضم المسؤولية الاجتماعية والالزامية وكذلك الطوعية (عبد الكريم ، 2020 : 119) ، كما إنها تمثل مجموعة القرارات والافعال التي تتخذها المنظمة للوصول الى تحقيق الاهداف المرغوبة والسائدة في المجتمع (محمد ، 2019 : 269) . وكذلك فإنها تتمثل بمسؤولية المنظمة اتجاه المجتمع الذي تعمل به عبر المشاركة بالأعمال الخيرية التي تزيد من مكانة المنظمة لدى عملائها (فخري ، 2020 : 311) ، كما

أنها استجابة المنظمة من أجل اشباع حاجات المجتمع البيئية والاجتماعية والثقافية وكذلك الحاجات الاقتصادية بكفاءة وفاعلية عالية من أجل تحقيق التنمية والرفاهية للمجتمع (صباح ، 2020 : 31) . وأن المسؤولية تعني ان المنظمة جزء من المجتمع الذي تعمل فيه ، وعليه تكون مسؤولة عن افعالها وتصرفاتها (السعيد ، 2021 : 120) .

وبيين (7: 2021 , Jawad) ان المسؤولية الاجتماعية تصنف إلى ثلاثة انواع:

- أ- المسؤولية الاجتماعية تركز على العدل والانصاف في الممارسات القائمة على المبادئ الأخلاقية.
- ب. المسؤولية الاجتماعية تركز على تقديم الخدمات الاجتماعية وتوجيه البعض أرباح المنظمة.
- ج- تركز المسؤولية الاجتماعية للجمعيات الخيرية بشكل أساسي على العطاء العودة إلى المجتمع دون توقع أي شيء.

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للبحث

تمهيد

يتعلق الفصل الحالي بإيضاح وتحليل النتائج وعرضها عبر استخدام الادوات الاحصائية ومحاولة الوصول الى قناعات تتعلق باهتمام الدراسة حيز البحث، ، إذ يتم تشخيص واقع متغيرات الدراسة (الاعتدال المعرفي ، سمعة المنظمة) في المصارف الأهلية في كربلاء عينة الدراسة. وتضمن هذا الفصل أيضا تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة، بالاستناد إلى إجابات الافراد عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بمقياس الدراسة. ولتحقيق ذلك قسم الى:-

المبحث الأول: الفحص الابتدائي لثبات المقاييس وصدقها .

المبحث الثاني: تحليل استجابات عينة البحث ووصفها

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الاول

الفحص الابتدائي لثبات المقاييس وصدقها

توطئة :

تعد عملية التحقق من صدق المقاييس ومدى ثباتها إجراء أولي مهم جدا يساعد الباحث من الوثوق بأن مقياسه سيعكس حقيقة الظواهر المراد دراستها بشكل واضح ومفيد والتحقق من مدى ثباتها خلال مدة البحث وكما يأتي:-

اولا: الفحص الابتدائي للبيانات:-

إن دقة النتائج تعتمد بالأساس مدى دقة البيانات المستخدمة في التحليل ولهذا فإن إجراء الفحص الابتدائي يهدف الى الوصول الى الدقة والموثوقية بالنتائج التي تم جمعها من اجابات الأفراد عينة الدراسة ولتحقيق هذا الفحص يستلزم الامر المرور بخطوات ثلاثة هي:-

1- التأكد من عدم وجود بيانات مفقودة:-

إن عملية التأكد من البيانات المفقودة ضروري لأسباب عدة منها عدم ملئ فقرات الاستبانة او بسبب خطأ الادخال للبيانات لغرض تحليلها وهكذا، وان نسبة الفقدان هي التي تحدد مدى تأثيرها على مصداقية ودقة البيانات المستخرجة فكلما كانت قليلة كان ذلك افضل واسهل لعلاجه من قبل الباحث وللتحقق من ذلك استخدم الباحث الحزمة الاحصائية (Spss.v.25) للتأكد من نسبة البيانات المفقودة عبر عملية استخراج التكرارات وهكذا خطوة كفيلة بتحديد عدد البيانات المفقودة من البيانات الصالحة، وقد افاد هذا الاجراء الباحث في كشف البيانات المفقودة مما سمح له استرجاعها عبر الرجوع إلى الاستبانة الاصلية وكما يوضحه الجدول الآتي إذ اظهره الباحث فقط دون التكرارات لحاجة الدراسة له.

جدول (11)

التأكد من البيانات المفقودة حسب الفقرات

ت	الفقرات	العينة	البيانات المفقودة	ت	الفقرات	العينة	البيانات المفقودة	ت	الفقرات	العينة	البيانات المفقودة
1	TC1	80	0	19	TH3	80	0	37	AP5	80	0
2	TC2	80	0	20	TH4	80	0	38	PE1	80	0

0	80	PE2	39	0	80	TH5	21	0	80	TC3	3
0	80	PE3	40	0	80	QU1	22	0	80	TC4	4
0	80	PE4	41	0	80	QU2	23	0	80	TC5	5
0	80	PE5	42	0	80	QU3	24	0	80	DC1	6
0	80	RE1	43	0	80	QU4	25	0	80	DC2	7
0	80	RE2	44	0	80	QU5	26	0	80	DC3	8
0	80	RE3	45	0	80	AP1	27	0	80	DC4	9
0	80	RE4	46	0	80	AP2	28	0	80	DC5	10
0	80	RE5	47	0	80	AP3	29	0	80	TH1	11
			48	0	80	AP4	30	0	80	TH2	12

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Spss. 25

2- عملية استكشاف البيانات المتطرفة والشاذة:-

تستهدف هذه الفقرة اختبار مدى وجود بيانات متطرفة او شاذة فالقيم التي تقل او تزيد عن المستوى العام لمعظم بيانات الدراسة تسمى القيم المتطرفة والشاذة، فإذا وجدت هذه القيم ستتأثر طبيعة العلاقات بشكل سلبي ولهذا فمن الضروري ان يقوم الباحث بتتبع تلك القيم لتحديد ما يعالجها ان كانت موجودة ضمن تشكيلة البيانات المجموعة ولتحقيق هذا الغرض استخدم الباحث طريقة (Boxplot) لمعرفة وجود هذه القيم ولكل فقرة من فقرات الاستبانة، اذ اظهرت النتائج وجود بعض القيم الشاذة والمتطرفة، ما أوجب على الباحث الرجوع الى البيانات الاولية وتبين وجود خطأ اثناء عملية إدخال البيانات في مصفوفة البرنامج الاحصائي (Spss.v.25) وقد تم إجراء التصحيحات على البيانات الخاطئة وعليه فقد اصبحت بيانات البحث خالية من القيم المتطرفة والشاذة.

3- استكشاف معلمية البيانات المستخدمة:-

يُمكن تحديد طبيعة توزيع البيانات الباحث على اختيار نوع الاحصاءات التي يستخدمها في الجانب العملي وما يشار اليه انه غالبا ما يفضل استخدام الاحصاءات المعلمية في اختبار الفرضيات والسبب يعود

الى ان هذه الاحصاءات تتضمن خصائص مميزة على الاحصاءات اللامعلمية سيما في نطاق القوة الاحصائية وسهولة التنفيذ والتخمين ولغرض التحقق من أن العينة مسحوبة من مجتمع تتبع بياناته التوزيع الطبيعي فان هناك اختبار يمكن اعتماده هو اختبار (Kolmogorov-Smirnov) في هذه الدراسة الحالية، وقد أعتد الباحث على هذا الاختبار لإثبات صحة التوزيع الطبيعي للبيانات المسحوبة من المجتمع وبحسب كل بُعد من أبعاد البحث .

وتفترض الدراسة الحالية أن بيانات العينة مسحوبة من مجتمع لا تتبع بياناته التوزيع الطبيعي، إذ يتضح عبر التحليل الاحصائي للاختبار الظاهر في الجدول (12) بأن قيمة المعنوية أكبر من (5%) (Test Statistics) ولذلك فأنا نرفض الفرضية التي تم افتراضها عن عدم اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، ونقبل الافتراض المعاكس الذي يعني اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي ولمتغيري الدراسة الاقتدار المعرفي (بعد تكنولوجيا المعلومات، وبعد اتخاذ القرار، وبعد التفكير الابداعي) ، سمعة المنظمة (الجودة، الجاذبية، الاداء، المسؤولية) وهذا الاختبار يسمح للباحث باستخدام الاحصاءات المعلمية.

الجدول (12)

نتائج اختبار اعتدالية التوزيع الاحتمالي لمتغيرات الدراسة

Kolmogorov-Smirnov				الأبعاد
مستوى المعنوية	Sig.	درجات الحرية	الاحصائية	
غير معنوي	0.073	80	0.264	تكنولوجيا المعلومات
غير معنوي	0.078	80	0.157	اتخاذ القرار
غير معنوي	0.064	80	0.291	التفكير الابداعي
غير معنوي	0.061	80	0.104	الجودة
غير معنوي	0.081	80	0.148	الجاذبية
غير معنوي	0.103	80	0.203	الاداء
غير معنوي	0.081	80	0.120	المسؤولية

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v.25

ثانياً: - ترميز اداة القياس:-

يبين جدول (13) توضيحاً حول ترميز كل متغير وكل بُعد وعدد الفقرات لكل بُعد من الأبعاد الفرعية.

الجدول (13) الترميز والتوصيف

الرمز	عدد العبارات	البعد	المتغير	الرمز	عدد العبارات	البعد	المتغير
QU	5	الجودة	سمعة المنظمة	TC	5	تكنولوجيا المعلومات	الاقتدار المعرفي
AP	5	الجاذبية		DC	5	اتخاذ القرار	
PE	5	الاداء		TH	5	التفكير الابداعي	
RE	5	المسؤولية					

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات ذات العلاقة

ثالثاً: - اختبار صدق مقياس الدراسة:

يعد اختبار صدق المقياس للدراسة الحالية منطقاً مهماً للاعتماد على نتائج الاستبانة ولذلك فإن ذلك يستلزم إجراء اختبارات عدة للتحقق من ذلك اذ تمثل الاستبانة الوسيلة المهمة لجمع البيانات ذات الصلة بمتغيرات الدراسة الرئيسية، وتعتمد هذه الاستبانة على سلم مقياس ليكرت الخماسي من (اتفق بشدة الى لا اتفق بشدة).

أ. الصدق الظاهري لأداة القياس

يشير مفهوم صدق اداة القياس إلى القابلية على القياس الدقيق والموثوق للبناء المراد قياسه أي المدى الذي تمثل فيه اداة القياس الخصائص التي تتوفر في الظاهرة قيد الدراسة والتحقيق، ولتحقيق ذلك عرض الباحث اداة القياس في صورتها الاولى على عدد من المحكمين المتخصصين في علم الادارة بلغ عددهم (6) محكماً وذلك للتأكد من الصدق الظاهري لأداة القياس، والملحق رقم (2) يوضح اسماء المحكمين.

وقد تم اعداد استبانة خاصة لاستطلاع اراء المحكمون عن مدى وضوح كل عبارة من حيث المحتوى الفكري والصياغة وتصحيح ما ينبغي تصحيحه من العبارات مع اضافة او حذف ما يرى المحكمين من عبارات في

أي محور من المحاور وفي ضوء الآراء التي ابداهها المحكمين تم إجراء التعديلات التي اتفق عليها ما يقارب (3) من المحكمين واعادة تصحيحها وصياغتها لتكون اكثر وضوحاً.

ب. ثبات اداة قياس الدراسة:-

يهدف اختبار الثبات الى التحقق من ان قياس الدراسة ينسجم والقابلية على الحصول على النتائج ذاتها عبر مدد زمنية مختلفة والثبات يسمى بالثبات البنائي للمتغير وكالاتي:-

1- الثبات البنائي لأداة القياس:-

تم التحقق من الثبات البنائي لأداة القياس الخاصة بالدراسة الحالية عبر حساب معامل ثبات كرونباخ الفا والموضح في الجدول (14):-

الجدول(14)

الثبات البنائي لأداة القياس

معامل كرونباخ الفا للمقياس	معامل كرونباخ الفا للبعد	المقياس	معامل كرونباخ الفا للمقياس	معامل كرونباخ الفا للبعد	المقياس
0.79		2-سمعة المنظمة	0.82		1-الاقتدار المعرفي
	0.72	الجودة		0.71	تكنولوجيا المعلومات
	0.76	الجاذبية		0.73	اتخاذ القرار
	0.75	الاداء		0.78	التفكير الابداعي
	0.71	المسؤولية			

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الإلكترونية.

يلاحظ من الجدول (14) ان قيم معامل الثبات كرونباخ الفا قد تراوحت ما بين (0.71 - 0.82) وهي قيم مقبولة احصائيا في البحوث الادارية والسلوكية لان قيمتها اكبر من (0.70) ما يدل على أن الأداة تتصف بالاتساق والثبات الداخلي.

المبحث الثاني

تحليل استجابات عينة البحث ووصفها

توطئة

سيتم في هذا المبحث التعرف على واقع متغيرات الدراسة المصارف الأهلية / محافظة كربلاء المقدسة عينة الدراسة ، إذ سيتم تحديد الأوساط الحسابية لإجابات العينة عن الفقرات عبر انتماءها لأي فئة. ولأن المقياس المحدد هو مقياس ليكرت الخماسي فإن هناك خمس فئات تنتمي لها المتوسطات الحسابية ، وتحدد الفئة عبر إيجاد طول المدى ($5-1=4$) ، ومن ثم قسمة المدى على عدد الفئات (5) ($4/5 = 0.80$) وبعد ذلك يضاف (0.80) الى الحد الأدنى (1) أو يطرح من الحد الأعلى (5) وتكون الفئات كالتالي :
(15 : Dewberry, 2004)¹

أولاً- الوصف الإحصائي الخاص بالاعتدال المعرفي وتحليل استجابات عينة الدراسة

تسعى هذه الفقرة الى تسليط الضوء على دراسة ابعاد متغير الاعتدال المعرفي العينة موضوعة البحث والتحليل، وقد أشارت النتائج الى ما يأتي:

1- بعد تكنولوجيا المعلومات:-

في ضوء انموذج الدراسة المفترض تم دراسة بُعد تكنولوجيا المعلومات كأحد أبعاد الاعتدال المعرفي، ويظهر الجدول (15) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية من وجهة نظر المستجيبين عينة الدراسة، وقد حقق هذا البعد وسطاً حسابياً بلغ (4.47) بانحراف معياري قدره(0.873). وبمعامل اختلاف بلغ (19.53) وذلك يُشير إلى تناسق إجابات أفراد العينة وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً)، وقد حققت الفقرة (4) المتعلقة

¹ (1 - 1.80) منخفض جداً، (2.60 - 1.81) منخفض، (3.40 - 2.61) معتدل، (4.20 - 3.41) مرتفع، (5.0 - 4.21) مرتفع جداً

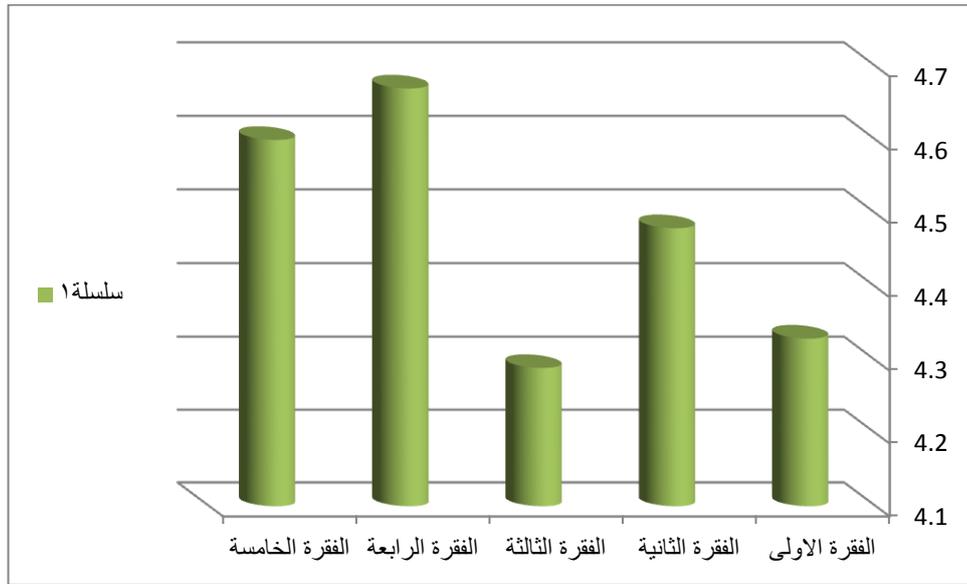
يستخدم المصرف تكنولوجيا المعلومات في عمليات الارشفة والحفظ لسهولة الرجوع اليها) أعلى وسط حسابي بلغ (4.67) ضمن مستوى إجابة (مرتفع جدا) وبمعامل اختلاف بلغ (13.98) أما الفقرة (3) والتي تتعلق (يستعين المصرف بتكنولوجيا المعلومات للتنسيق بين الاقسام والادارات المختلفة) فقد حققت أقل وسط حسابي بلغ (4.29) وضمن مستوى إجابة (مرتفع جدا) وبمعامل اختلاف بلغ (23.35) ، أما أقل تشتت في الإجابات فكان عند الفقرة (5) إذ كان الانحراف المعياري (0.650). أما أعلى تشتت في الإجابات فقد ظهر في الفقرة (1) إذ بلغ الانحراف المعياري (1.278). كما حققت باقي الفقرات أوساطاً حسابية ضمن مستوى (مرتفع جدا) وهذه النتائج تشير الى ان الافراد ضمن المصارف الأهلية في كربلاء عينة الدراسة لديهم قناعة بان المصرف يستخدم تكنولوجيا حديثة وان هذه التقنيات تسهم في حفظ وارشفة المعلومات واسترجاعها وقت الحاجة. ويبين الشكل (12) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل .

جدول (15)

نتائج تحليل فقرات بُعد تكنولوجيا المعلومات ضمن متغير الاقتدار المعرفي)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية الترتيبية
1	يستخدم المصرف تكنولوجيا معلومات حديثة ومتطورة .	4.33	1.278	29.51	مرتفع جدا	4
	زيادة قدرات موظفي المصرف لمواجهة الآثار السلبية لتكنولوجيا المعلومات .	4.48	.784	17.50	مرتفع جدا	3
3	يستعين المصرف بتكنولوجيا المعلومات للتنسيق بين الاقسام والادارات المختلفة .	4.29	1.002	23.35	مرتفع جدا	5
4	يستخدم المصرف تكنولوجيا المعلومات في عمليات الارشفة والحفظ لسهولة الرجوع اليها .	4.67	.653	13.98	مرتفع جدا	1
5	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات ادارة المصرف بتقديم المعلومات في الوقت الملائم لاتخاذ القرارات .	4.60	.650	14.13	مرتفع جدا	2
	المعدل	4.47	.873	19.53	مرتفع جدا	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (2) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعد تكنولوجيا المعلومات

بعد اتخاذ القرار :-

-2

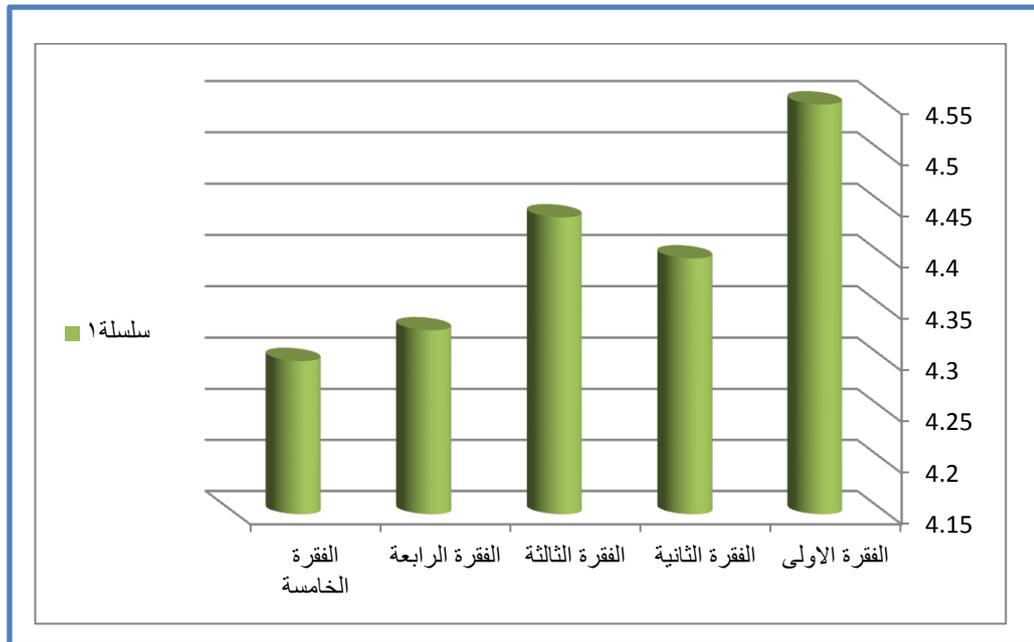
حقق هذا البعد وسطاً حسابياً بلغ (4.40) بانحراف معياري قدره (0.717) ، وذلك يُشير إلى تناسق إجابات أفراد العينة وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) وبمعامل اختلاف بلغ (16.29) ، أي أن الأفراد عينة البحث تعتقد بأن اتخاذ القرارات من قبل الإدارة في المصرف بعد دراسة مستفيضة وليس بشكل عشوائي. والجدول رقم (16) يوضح إجابات أفراد العينة عن فقرات اتخاذ القرار إذ حققت الفقرة (1) المتعلقة (بم اتخاذ القرارات من قبل ادارة المصرف بعد دراسة مستفيضة وليس بشكل عشوائي) أعلى وسط حسابي إذ بلغ (4.55) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) وبمعامل اختلاف بلغ (14.81) ، أما أقل وسط حسابي فقد حققته الفقرة رقم (5) المتعلقة بـ (المشاكل في الانظمة التكنولوجية او تعطيلها يؤدي الى الاخلال بعملية اتخاذ القرارات) إذ بلغ الوسط الحسابي (4.30) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) وبمعامل اختلاف بلغ (18.67). أما أقل تشتت في الإجابات فكان للفقرة (3) إذ بلغ الانحراف المعياري لها (0.621). ما يُشير إلى اتفاق الإجابات لأفراد العينة. أما أعلى تشتت فقد كان للفقرة (5) إذ بلغ الانحراف المعياري (0.803) . ويبين الشكل (3) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل .

جدول (16)

(نتائج تحليل فقرات بعد اتخاذ القرار ضمن متغير الاقتدار المعرفي)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية الترتيبية
1	يتم اتخاذ القرارات من قبل ادارة المصرف بعد دراسة مستفيضة وليس بشكل عشوائي.	4.55	.674	14.81	مرتفع جدا	1
2	يتأني المصرف عند اتخاذه قرار معين عند دخول الاعمال الجديدة وتتأكد من انها ملائمة لبيئة المصرف.	4.40	.734	16.68	مرتفع جدا	3
3	تحرص ادارة المصرف على اتخاذ قرارات تسهم في تقديم حلول لمشاكل قائمة ومتوقعة في المستقبل.	4.44	.621	13.98	مرتفع جدا	2
4	يشارك العاملين في المصرف في عملية اتخاذ القرارات	4.33	.752	17.36	مرتفع جدا	4
5	المشاكل في الانظمة التكنولوجية او تعطيلها يؤدي الى الاخلال بعملية اتخاذ القرارات.	4.30	.803	18.67	مرتفع جدا	5
	المعدل	4.40	.717	16.29	مرتفع جدا	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (3) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبُعد اتخاذ القرار

3- بُعد التفكير الابداعي:-

حقق هذا البُعد وسطاً حسابياً بلغ (3.85) وبانحراف معياري قدره (1.200) وذلك يُشير إلى تناسق إجابات أفراد العينة وهو بمستوى إجابة (مرتفع) وبمعامل اختلاف بلغ (31.16) إذ حققت الفقرة (5) والخاصة (في المصرف محفزات تتناسب مع جودة الاعمال التي تتطلب مهارات فريدة ومتنوعة) أعلى وسط حسابي إذ بلغ (4.41) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) وبمعامل اختلاف بلغ (21.83) أما أقل وسط حسابي فقد حققته الفقرة (4) الخاصة بـ (ان المصرف يتمتع بسمعة تقديم خدمات ابداعية لم يسبق لأحد من المصارف الاخرى تقديمها). إذ بلغ (3.35) وهو بمستوى إجابة (معتدل) وبمعامل اختلاف بلغ (43.19)، أما أقل تشتت فكان عند الفقرة (5) إذ بلغ الانحراف المعياري (0.963). أما أعلى تشتت في الإجابات فقد كان عند الفقرة (44) إذ بلغ الانحراف المعياري (1.447).

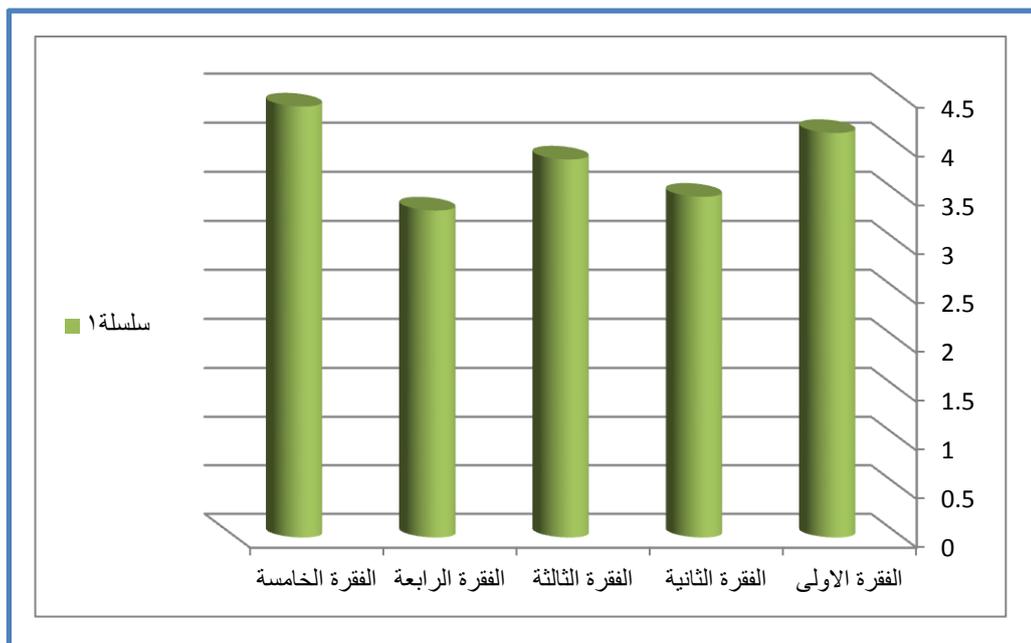
وبناءً على النتائج المذكورة يستخلص الباحث أن الاعتقاد بالتفكير الابداعي كان مرتفعاً أي أن في المصرف محفزات تتناسب مع جودة الاعمال التي تتطلب مهارات فريدة ومتنوعة. ويبيّن الشكل (4) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل.

جدول (17)

(نتائج تحليل فقرات بعد التفكير الابداعي ضمن متغير الاقتدار المعرفي)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	الوسائل المستخدمة في المصرف لا تحتوي على مهارات التفكير الابداعي.	4.14	1.082	26.13	مرتفع	2
2	يتبع المصرف وسائل جديدة من أجل اكتساب المهارات الجديدة .	3.49	1.280	36.67	مرتفع	4
3	يبتعد موظفي المصرف عن تفكيرهم الابداعي تجنباً للوقوع في الاخطاء .	3.87	1.223	31.60	مرتفع	3
4	ان المصرف يتمتع بسمعة تقديم خدمات ابداعية لم يسبق لأحد من المصارف الاخرى تقديمها .	3.35	1.447	43.19	مرتفع	5
5	في المصرف محفزات تتناسب مع جودة الاعمال التي تتطلب مهارات فريدة ومتنوعة .	4.41	.963	21.83	مرتفع جدا	1
	المعدل	3.85	1.200	31.16	مرتفع	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (4) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعد التفكير الابداعي

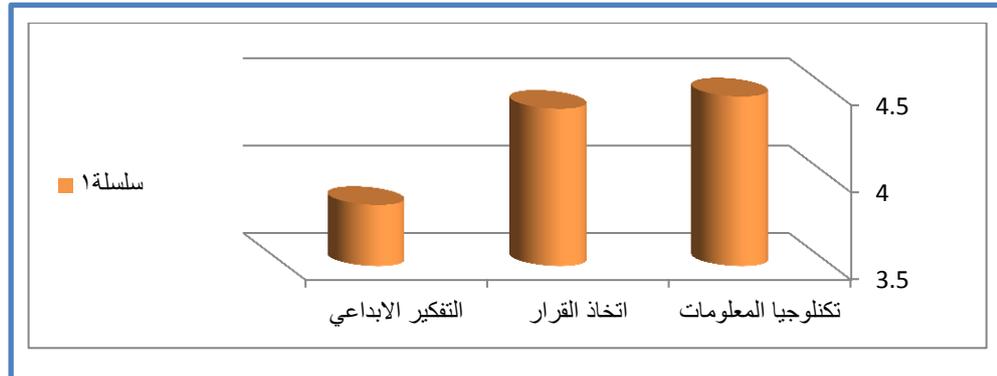
اما على مستوى ابعاد متغير الاقتدار المعرفي فان بعد تكنولوجيا المعلومات حقق المرتبة الاولى ثم جاء بعد اتخاذ القرار بالمرتبة الثانية اما بالمرتبة الثالثة فقد جاء بعد التفكير الابداعي ويوضح الشكل (5) تمثيل الاجابات للأفراد حول متغير الاقتدار المعرفي .

جدول (18)

ملخص المتوسطات والانحراف المعياري لمتغير الاقتدار المعرفي

ت	الأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	تكنولوجيا المعلومات	4.47	.873	19.53	مرتفع جدا	1
2	اتخاذ القرار	4.40	.717	16.29	مرتفع جدا	2
3	التفكير الابداعي	3.85	1.200	31.16	مرتفع	3
	المعدل	4.24	.930	21.93	مرتفع جدا	

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Spss. V.25



شكل (5) تمثيل اجابات الافراد عينة الدراسة حول ابعاد متغير الاقتدار المعرفي

ثانياً: الوصف الإحصائي الخاص بسمعة المنظمة وتحليل استجابات عينة الدراسة :

تسعى هذه الفقرة الى تسليط الضوء على دراسة متغير سمعة المنظمة في العينة موضوعة البحث والتحليل وقد أشارت النتائج الى ما يأتي:

1- بعد الجودة:-

حقق هذا المتغير وسطاً حسابياً (3.91) وانحراف معياري قدره (1.106) وهو بمستوى إجابة (مرتفع) وبمعامل اختلاف بلغ (28.28). وكانت الفقرة (5) والمتعلقة (تحرص ادارة المصرف على تقديم خدمات تتصف بالجودة لكسب ولاء الزبون .) أعلى وسط حسابي اذ بلغ (4.44) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) وبمعامل اختلاف بلغ (18.89) أما أقل وسط حسابي فقد حققته الفقرة (1) والمتعلقة (بيذل المصرف جهود كبيرة للحصول على الافراد الذين يمتلكون خاصية التفرد العالي بالمعرفة والمهارات والقدرات) اذ بلغ الوسط الحسابي (3.33) وهو بمستوى إجابة (معتدل) وبمعامل اختلاف بلغ (40.45). أما أقل تشتت في الإجابات فكان عند الفقرة (5) . إذ بلغ الانحراف المعياري (939). أما أعلى تشتت فكان عند الفقرة (1) إذ بلغ الانحراف المعياري (1.347).

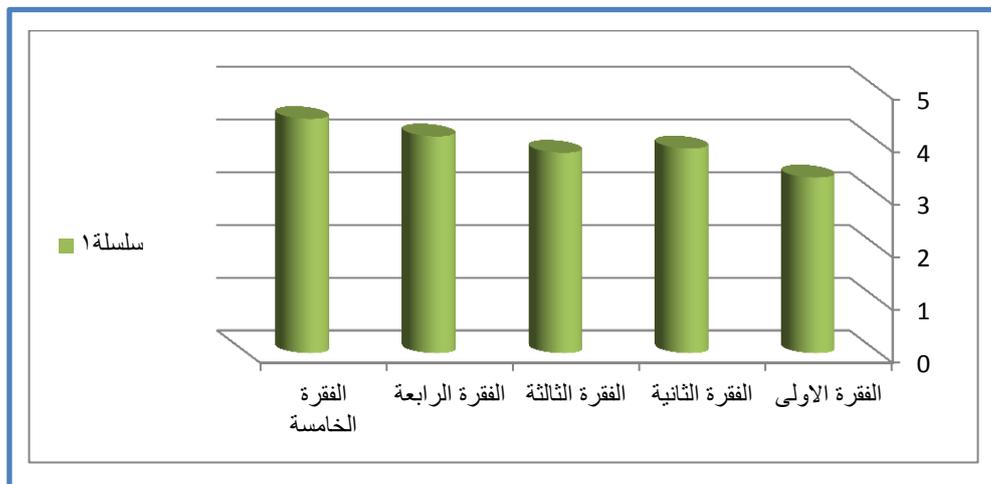
وبناءً على النتائج المذكورة انفاً يستخلص الباحث ان كل الأوساط الحسابية لل فقرات المتبقية هي بمستوى إجابة (مرتفع) وهذا يشير الى تحقق هذا البعد لدى عينة البحث. ويبين الشكل (6) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل .

جدول (19)

(نتائج تحليل فقرات بُعد الجودة ضمن متغير سمعة المنظمة)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	يبذل المصرف جهود كبيرة للحصول على الأفراد الذين يمتلكون خاصية التفرد العالي بالمعرفة والمهارات والقدرات .	3.33	1.347	40.45	معتدل	5
2	يوفر المصرف كافة المستلزمات الضرورية لأداء الخدمة المصرفية .	3.88	1.142	29.43	مرتفع	3
3	يدعم المصرف برامج التحسين المستمر في جميع فعاليته وانشطته .	3.80	1.176	30.94	مرتفع	4
4	يلتزم المصرف بمعايير الجودة وفقاً لخطط وبرامج مدروسة .	4.11	1.027	24.98	مرتفع	2
5	تحرص ادارة المصرف على تقديم خدمات تتصف بالجودة لكسب ولاء الزبون .	4.44	.839	18.89	مرتفع جدا	1
	المعدل	3.91	1.106	28.28	مرتفع	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (6) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعد الجودة

-2- بعد الجاذبية:-

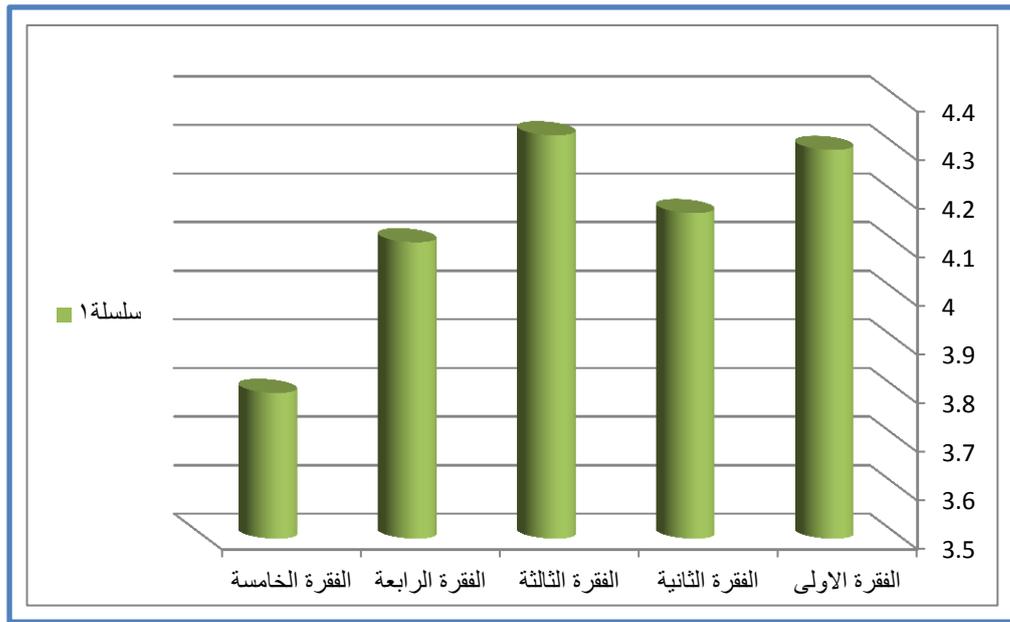
سجل هذا البُعد وسطاً حسابياً بلغ (4.14) وهو بمستوى إجابة (مرتفع) . بانحراف معياري قدره(946). وبمعامل اختلاف بلغ (22.74) ، ومن الجدول (20) سجلت الفقرة (3) الخاصة (يبدو المصرف مكان جيد للعمل لبذل الجهود) أعلى وسط حسابي إذ بلغ (4.33) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جدا) وبمعامل اختلاف بلغ (18.38). أما الفقرة (5) الخاصة بـ (يخصص المصرف مبالغ كافية من اجل دعم صورته وجاذبيته اتجاه الزبائن المتعاملين معه) . سجلت اقل وسط حسابي إذ بلغ (3.80) وهو بمستوى إجابة (مرتفع) وكان أقل تشتت في نصيب الفقرة (3) إذ بلغ الانحراف المعياري (796) . وبمعامل اختلاف بلغ (26.89) ، مما يؤكد اتفاق أفراد العينة على الإجابة على الفقرة المذكورة . أما أعلى تشتت فكان للفقرة (4) إذ بلغ الانحراف المعياري (1.181) وتشير هذه النتائج إلى الاهتمام ببعد الجاذبية وذلك لما تقوم به المصارف الأهلية في كربلاء من تقديم خدمات بدون تأخير فضلا عن التعاون ومساعدة المواطنين . ويبين الشكل (7) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل .

جدول(20)

(نتائج تحليل فقرات بُعد الجاذبية ضمن متغير سمعة المنظمة)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	العمل في المصرف يبعث لدي الرضا والسعادة .	4.30	.884	20.55	مرتفع جدا	2
2	يحافظ المصرف على علاقات متينة مع كافة المستفيدين .	4.17	.846	20.28	مرتفع جدا	3
3	يبدو المصرف مكان جيد للعمل لبذل الجهود	4.33	.796	18.38	مرتفع جدا	1
4	يأخذ المصرف بنظر الاعتبار اتجاهات الزبائن ورغباتهم في تقديم الخدمات المصرفية الامر الذي يزيد من جاذبيته بالنسبة لهم .	4.11	1.181	28.73	مرتفع	4
5	يخصص المصرف مبالغ كافية من اجل دعم صورته وجاذبيته اتجاه الزبائن المتعاملين معه .	3.80	1.022	26.89	مرتفع	5
	المعدل	4.16	.946	22.74	مرتفع	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (7) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبعْد الجاذبية

بعد الاداء :-

-3

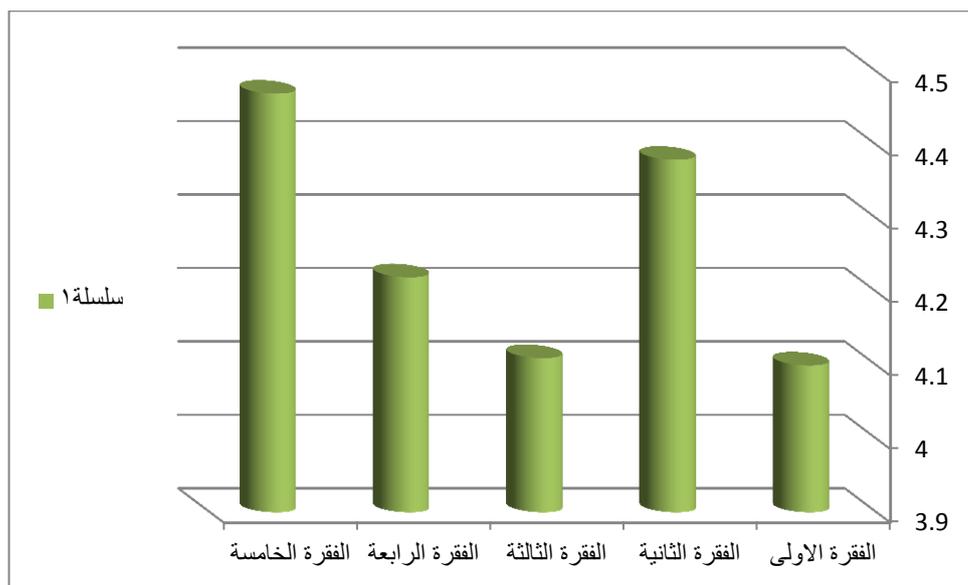
سجل هذا البعد وسطاً حسابياً بلغ (4.25) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) . بانحراف معياري قدره (0.953) وبمعامل اختلاف بلغ (22.42) ، ومن الجدول (21) سجلت الفقرة (5) الخاصة (نتائج الاداء المالي تظهر بشكل سريع في بداية كل سنة للاستفادة منها للسنة التالية . أعلى وسط حسابي إذ بلغ (4.47) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جداً) وبمعامل اختلاف بلغ (17.22). أما الفقرة (1) والخاصة بـ (يحقق المصرف ارباحاً عالية) سجلت اقل وسط حسابي إذ بلغ (4.10) وهو بمستوى إجابة (مرتفع) وبمعامل اختلاف بلغ (30.09) وكان أقل تشتت في نصيب الفقرة (2) إذ بلغ الانحراف المعياري (0.761)، مما يؤكد اتفاق أفراد العينة على الإجابة على الفقرة المذكورة . أما أعلى تشتت فكان للفقرة (1) إذ بلغ الانحراف المعياري (1.234) وتشير هذه النتائج إلى ان المصرف يحقق ارباحاً عالية ويبين الشكل (8) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل .

جدول (21)

(نتائج تحليل فقرات بُعد الاداء ضمن متغير سمعة المنظمة)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	يحقق المصرف ارباحاً عالية .	4.10	1.234	30.09	مرتفع	5
2	يساعد الاداء في اكساب العاملين في المصرف مهارات عديدة في العمل لتحسين الاداء .	4.38	.761	17.37	مرتفع جدا	2
3	يسهم الاداء المالي في رفع كفاءة اداء المصرف	4.11	.970	23.60	مرتفع	4
4	يساعد الاداء على تحسين عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في المصرف .	4.22	1.030	24.40	مرتفع جدا	3
5	نتائج الاداء المالي تظهر بشكل سريع في بداية كل سنة للاستفادة منها للسنة التالية .	4.47	.770	17.22	مرتفع جدا	1
	المعدل	4.25	.953	22.42	مرتفع جدا	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (8) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لبُعد الاداء

بعد المسؤولية:-

-4

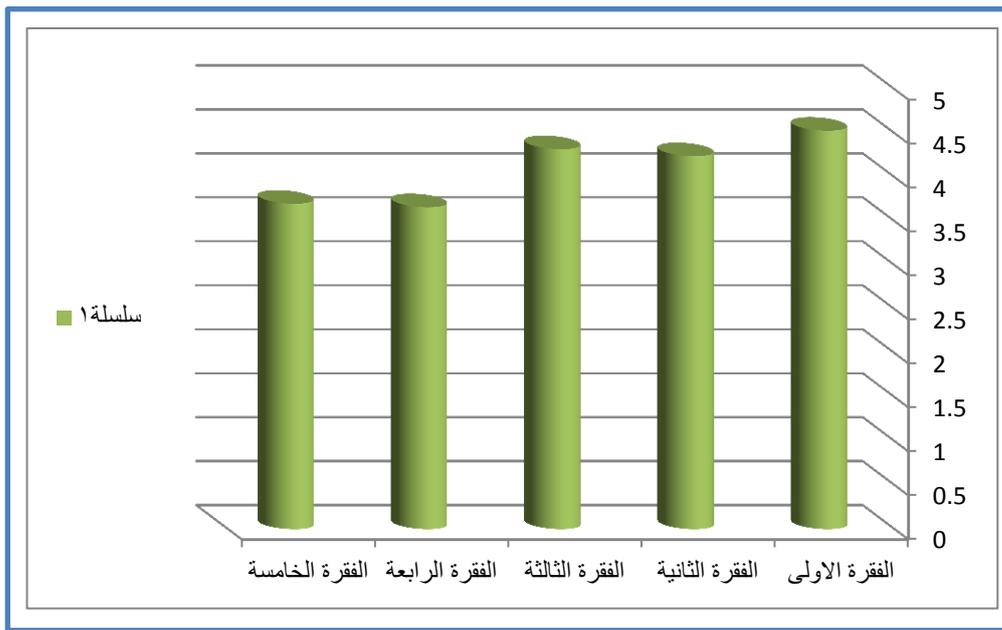
سجل هذا البعد وسطاً حسابياً بلغ (4.09) وهو بمستوى إجابة (مرتفع) . بانحراف معياري قدره(1.006) وبمعامل اختلاف بلغ (24.59) ، ومن الجدول (22) سجلت الفقرة (1) الخاصة (بدعم المصرف الجمعيات الخيرية والمستشفيات المختلفة المخصصة للأطفال والامراض السرطانية) أعلى وسط حسابي إذ بلغ (4.53) وهو بمستوى إجابة (مرتفع جدا). أما الفقرة (4) سجلت اقل وسط حسابي إذ بلغ (3.66) وهو بمستوى إجابة (مرتفع) وبمعامل اختلاف بلغ (16.64) وكان أقل تشتت في نصيب الفقرة (1) إذ بلغ الانحراف المعياري (0.754)، مما يؤكد اتفاق أفراد العينة على الإجابة على الفقرة المذكورة . أما أعلى تشتت فكان للفقرة (4) إذ بلغ الانحراف المعياري (1.251) وبمعامل اختلاف بلغ (34.18) وتشير هذه النتائج إلى أن المصارف الأهلية تدعم الجمعيات الخيرية والمستشفيات المختلفة المخصصة للأطفال والامراض السرطانية ويبين الشكل (9) نسب الاتفاق حول البعد قيد التحليل .

جدول (22)

(نتائج تحليل فقرات بُعد المسؤولية ضمن متغير سمعة المنظمة)

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	يدعم المصرف الجمعيات الخيرية والمستشفيات المختلفة المخصصة للأطفال والامراض السرطانية .	4.53	.754	16.64	مرتفع جدا	1
2	يتمتع المصرف بسمعة عالية في مراعاة المسؤولية الاجتماعية للمجتمع الذي يتواجد فيه .	4.24	.968	22.73	مرتفع جدا	3
3	يراعي المصرف العدالة والمساواة فيما يتعلق بالأجور بين العاملين	4.32	.950	21.99	مرتفع جدا	2
4	تعمل ادارة المصرف على توفير الخدمات العلاجية للعاملين واسرهم كمبادرة انسانية اتجاه عامليه .	3.66	1.251	34.18	مرتفع	5
5	يلتزم المصرف بكافة الضوابط والتشريعات التي تعزز سمعته .	3.70	1.109	29.97	مرتفع	4
	المعدل	4.09	1.006	24.59	مرتفع	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25



شكل (9) تمثيل استجابات عينة الدراسة حسب الوسط الحسابي لنبعد المسؤولية

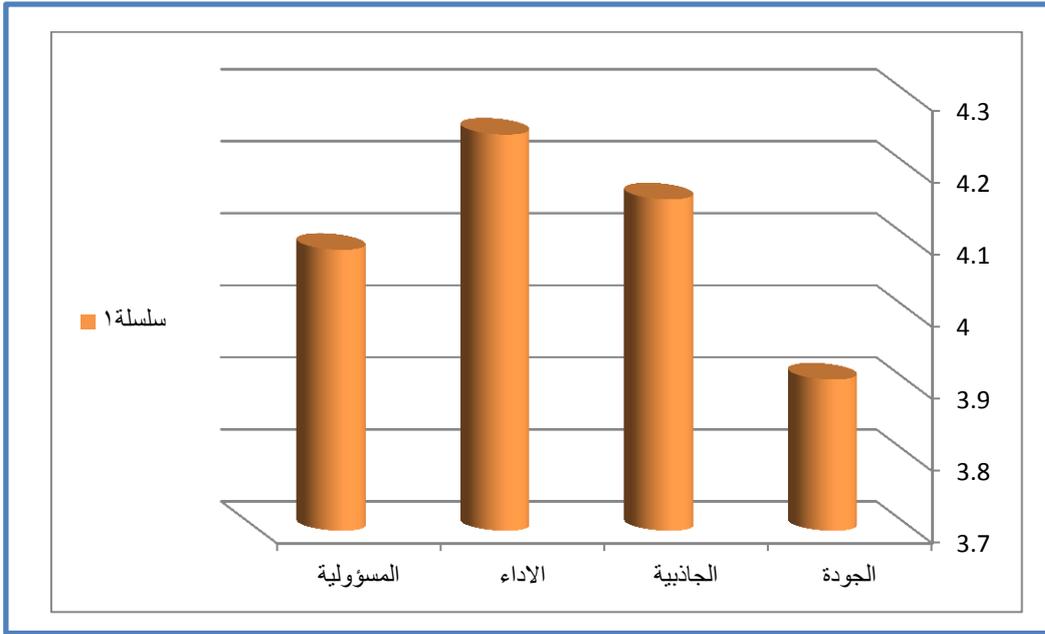
اما على مستوى ابعاد سمعة المنظمة فقد حقق بعد الاداء المرتبة الاولى في حين كانت بقية الأبعاد تسلسها كالاتي الجاذبية ثم المسؤولية ثم الجودة مما يؤشر تحققها في بيئة التطبيق. ويوضح الشكل (10) تمثيل الاجابات للأفراد حول متغير سمعة المنظمة .

جدول (23)

ملخص المتوسطات والانحراف المعياري لمتغير سمعة المنظمة

ت	الأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الإجابة	الأهمية النسبية
1	الجودة	3.91	1.106	28.28	مرتفع	4
2	الجاذبية	4.16	.946	22.74	مرتفع	2
3	الاداء	4.25	.953	22.42	مرتفع جدا	1
4	المسؤولية	4.09	1.006	24.59	مرتفع	3
	المعدل	4.10	1.003	24.46	مرتفع	

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Spss. V.25



شكل (10) تمثيل اجابات الافراد عينة الدراسة حول ابعاد متغير سمعة المنظمة

المبحث الثالث

اختبار فرضيات البحث

توطئة

اعتمد الباحث في استكمال المبحث الثالث الخاص باختبار فرضيات البحث المتعلقة بالارتباط والتأثير المباشر على احصاءات عدة هي مصفوفة الارتباط (معاملات الارتباط البسيط (Pearson)) وتحليل الانحدار البسيط، وقد استخدمت مصفوفة معاملات الارتباط البسيط لغرض التحقق من قوة علاقات الارتباط الموجودة ما بين الأبعاد والمتغيرات. واستخدم الباحث تحليل الانحدار البسيط لغرض اختبار علاقات التأثير بين متغيرات الدراسة واختبار نموذج البحث.

أولاً : اختبار فرضيات الارتباط

أولاً. الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد الاقتدار المعرفي وسمعة المنظمة

استخدم الباحث معامل الارتباط البسيط (pearson) لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى والمتمثلة بعلاقات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل (الاقتدار المعرفي) المتغير المعتمد (سمعة المنظمة). اذ يظهر الجدول (24) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين ابعاد هذه المتغيرات. وقبل الدخول في اختبار الفرضيات الفرعية الثلاثة لهذه الفرضية فان الجدول (24) يشير أيضاً إلى حجم العينة (72) فرد ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (Sig.) في الجدول يشير الى اختبار معنوية معامل الارتباط عبر مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولة من غير ان يظهر قيمها. فاذا ظهر وجود علامة (***) على معامل الارتباط فان هذا يعني بان قيمة (t) المحسوبة اكبر من الجدولة. ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen & Cohen, 1983)، وكالاتي :

* علاقة الارتباط منخفضة : اذا كانت قيمة معامل الارتباط اقل من 0.10

* علاقة الارتباط معتدلة : اذا كانت قيمة معامل الارتباط بين 0.10 - 0.30

* علاقة الارتباط قوية: إذا كانت قيمة معامل الارتباط أعلى من 0.30

أذ يوضح الجدول (24) علاقات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير المعتمد وكما موضح في أدناه:

جدول (24)

علاقات الارتباط بين متغير الاقتدار المعرفي بأبعاده و سمعة المنظمة

Correlations					
		تكنولوجيا المعلومات	اتخاذ القرار	التفكير الابداعي	الاقتدار المعرفي
سمعة المنظمة	Pearson Correlation	.331**	.355**	.409**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80

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

المصدر: مخرجات برنامج spss v. 25

فيما يخص اختبار علاقة الارتباط بين متغير الاقتدار المعرفي ومتغير سمعة المنظمة يتبين أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بلغت (**622) وبمستوى علاقة ارتباط قوية لأنها تتجاوز نسبة ارتباط (30%) حسب تصنيف (Cohen & Cohen, 1983) وان علاقة الارتباط هذه معنوية عند (1%) تدل على ذلك علامة النجمتين الظاهرة أعلى نسبة الارتباط وتتفرع من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية هي :

1. **الفرضية الفرعية الأولى:** تنص هذه الفرضية على (توجد علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين بعد تكنولوجيا المعلومات وسمعة المنظمة)

أظهر الجدول (24) وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين بعد تكنولوجيا المعلومات ومتغير سمعة المنظمة وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (**.331) عند مستوى معنوية بلغ (1%) أي بدرجة ثقة بلغت (99%) وهذا يدل على إيجابية العلاقة الطردية بينهما وبمستوى علاقة ارتباط مرتفعة.

وما يدعم هذه النتيجة هو قيمة ((Sig. (2-tailed)) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين بعد تكنولوجيا المعلومات وسمعة المنظمة والبالغة (0.002)، إذ تدل هذه النتيجة على معنوية علاقة الارتباط، وهذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية بين بعد تكنولوجيا المعلومات ضمن

متغير الاقتدار المعرفي والمتغير المعتمد سمعة المنظمة عند مستوى معنوية (1%) أي ان نتيجة القرار مقبولة بدرجة ثقة قدرها (99%).

2. **الفرضية الفرعية الثانية:** تنص هذه الفرضية على (توجد علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين بُعد اتخاذ القرار وسمعة المنظمة)

اظهر الجدول (24) وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين بعد اتخاذ القرار ومتغير سمعة المنظمة وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0.355^{**}) عند مستوى معنوية بلغ (1%) أي بدرجة ثقة بلغت (99%) وهذا يدل على إيجابية العلاقة الطردية بينهما وبمستوى علاقة ارتباط قوية. وما يدعم هذه النتيجة هو قيمة (**Sig. (2-tailed)**) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين بعد اتخاذ القرار سمعة المنظمة والبالغة (0.001)، إذ تدل هذه النتيجة على معنوية علاقة الارتباط، وهذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية بين بعد اتخاذ القرار ضمن متغير الاقتدار المعرفي والمتغير المعتمد سمعة المنظمة عند مستوى معنوية (1%) أي ان نتيجة القرار مقبولة بدرجة ثقة قدرها (99%).

3. **الفرضية الفرعية الثالثة:** تنص هذه الفرضية على (توجد علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين بعد التفكير الابداعي وسمعة المنظمة)

اظهر الجدول (24) وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين بعد التفكير الابداعي ومتغير سمعة المنظمة وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0.409^{**}) عند مستوى معنوية بلغ (1%) أي بدرجة ثقة بلغت (99%) وهذا يدل على إيجابية العلاقة الطردية بينهما وبمستوى علاقة ارتباط قوية. وما يدعم هذه النتيجة هو قيمة (**Sig. (2-tailed)**) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين بعد التفكير الابداعي وسمعة المنظمة والبالغة (0.000)، إذ تدل هذه النتيجة على معنوية علاقة الارتباط، وهذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية بين بعد التفكير الابداعي ضمن متغير الاقتدار المعرفي والمتغير المعتمد سمعة المنظمة عند مستوى معنوية (1%) أي أن نتيجة القرار مقبولة بدرجة ثقة قدرها (99%).

ثانياً : فرضيات التأثير

اولاً:- الفرضية الرئيسية الثانية: تشير الفرضية الرئيسية الثانية الى (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاقتدار في سمعة المنظمة)

تهتم الفرضية الرئيسية الاولى باختبار علاقة الاثر المحتملة بين متغير الاقتدار المعرفي ومتغير سمعة المنظمة. وقد استعمل الباحث تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود تأثير ذو دلالة معنوية للسمعة التنظيمية وسيضمن هذا التحليل عدد من المؤشرات تشمل معاملات الانحدار B وقيمة T المحسوبة وقيمة F المحسوبة ومعامل التحديد (التفسير) R2. وبالنسبة لقيمة T و F المحسوبة فسيقوم البرنامج الاحصائي (SPSS) بمقارنتهم بشكل مباشر مع قيمها الجدولية للتأكد من قضية المعنوية الاحصائية التي ستوضح بحكم (Sig) التي ستظهر في جدول القيم، وكالاتي أذ يتضح من الجدول (25) ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج المقدر بلغ (54.918) عند مستوى دلالة (0.01) . و بناءً عليه تقبل معنوية نموذج التأثير كما يتضح ان قيمة معامل التحديد (R²) البالغة (0.39). يتضح بان متغير الاقتدار المعرفي قادر على تفسير ما نسبته (39%) من التغيرات التي تطرأ على سمعة المنظمة في المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة عينة الدراسة. أما النسبة البالغة (61%) فتعزى إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في انموذج الدراسة، ويتضح عبر قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (0.62). بأن زيادة مستويات متغير الاقتدار المعرفي بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيؤدي إلى زيادة سمعة المنظمة بنسبة (62%) من وحدة انحراف معياري واحد اذاً تقبل الفرضية .

جدول (25)

تحليل تأثير الاقتدار المعرفي في سمعة المنظمة (n=80)

Coefficients ^a							
Model	R Square	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	معنوية النموذج		
		B	Std. Error	Beta	معنوية التأثير		
					T	Sig.	F
1		2.697	.530		5.598	.005	54.918
	(Constant)						.000 ^b
	الاقتدار المعرفي	.387	1.090	.147	.622	7.411	.000

a. Dependent Variable: سمعة المنظمة

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Spss. V.25

ومن الفرضية الرئيسية تنبثق الفرضيات الفرعية الآتية.

1_ الفرضية الفرعية الأولى:- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لُبعد تكنولوجيا المعلومات في متغير سمعة المنظمة. وتظهر نتائج الجدول (25) ما يأتي :

أولاً:- إن قيمة (F) المحسوبة للأنموذج المقدر بلغ (10.960) عند مستوى دلالة (0.01). و بناءً عليه تقبل معنوية نموذج الانحدار وبمستوى ثقة (99%).

ثانياً:- يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.11). يتضح بأن بُعد تكنولوجيا المعلومات قادر على تفسير ما نسبته (11%) من التغيرات التي تطرأ على سمعة المنظمة في المصارف الأهلية في كربلاء عينة الدراسة. أما النسبة البالغة (89%) فتعزى إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في انموذج الدراسة .

ثالثاً:- يتضح عبر قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (0.33). بأن زيادة مستويات بُعد تكنولوجيا المعلومات بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيؤدي إلى زيادة سمعة المنظمة بنسبة (33%) من وحدة انحراف معياري واحد إذاً تقبل الفرضية.

جدول (26)

تحليل تأثير ابعاد الاقتدار المعرفي في سمعة المنظمة (n=80)

Coefficients ^a								
Model	R Square	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	معنوية النموذج			
		B	Std. Error	Beta	معنوية التأثير			
					T	Sig.	F	Sig.
1	.109	.324	.099	.331	3.270	.002	10.690	.002
2	.126	.361	.102	.355	3.538	.001	12.516	.001
3	.168	.441	.105	.409	4.185	.000	17.512	.000

a. Dependent Variable: سمعة المنظمة

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Spss. V.25

2) _الفرضية الفرعية الثانية:- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعده اتخاذ القرار في متغير سمعة المنظمة. وتظهر نتائج الجدول (26) ما يأتي :

أولاً:- ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج المقدر بلغ (12.516) عند مستوى دلالة (0.01) و بناءً عليه تقبل معنوية نموذجه الانحدار وبمستوى ثقة (99%).

ثانياً:- يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.13). يتضح بأن اتخاذ القرار قادر على تفسير ما نسبته (13%) من التغيرات التي تطرأ على سمعة المنظمة في المصارف الأهلية في كربلاء عينة الدراسة. أما النسبة البالغة (87%) فتعزى إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في أنموذج الدراسة .

ثالثاً:- يتضح عبر قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (0.36). بأن زيادة مستويات اتخاذ القرار بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيؤدي إلى زيادة سمعة المنظمة بنسبة (36%) من وحدة انحراف معياري واحد إذاً تقبل الفرضية.

3) _الفرضية الفرعية الثالثة:- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعده التفكير الابداعي في متغير سمعة المنظمة. وتظهر نتائج الجدول (26) ما يأتي :

أولاً:- ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج المقدر بلغ (17.512) عند مستوى دلالة (0.01) . و بناءً عليه تقبل معنوية نموذجه الانحدار وبمستوى ثقة (99%).

ثانياً:- يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.17). يتضح بأن التفكير الابداعي قادر على تفسير ما نسبته (17%) من التغيرات التي تطرأ على سمعة المنظمة في المصارف الأهلية في كربلاء عينة الدراسة. أما النسبة البالغة (83%) فتعزى إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في أنموذج الدراسة .

ثالثاً:- يتضح عبر قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (0.41). بان زيادة مستويات التفكير الابداعي بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيؤدي إلى زيادة سمعة المنظمة بنسبة (41%) من وحدة انحراف معياري واحد إذاً تقبل الفرضية.

الفصل الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

تمهيد :

يركز هذا الفصل على مبحثين ، المبحث الاول يتضمن الاستنتاجات التي تمثل خلاصة النتائج التي توصل اليها الباحث ، بينما تضمن المبحث الثاني التوصيات ذات العلاقة بمتغيرات البحث على امل الافادة منها في المصارف الأهلية عينة البحث .

المبحث الاول : الاستنتاجات

المبحث الثاني : التوصيات

المبحث الثاني التوصيات

يتضمن هذا المبحث مجموعة من التوصيات التي تقدمها الدراسة للمصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة في ضوء الاستنتاجات المذكورة أعلاه كالآتي :-

- 1- ضرورة ان تقوم ادارات المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة عينة البحث بتوظيف أبعاد الاقتدار المعرفي المتمثلة ب (تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار و التفكير الابداعي) في انشطتها وعملياتها المصرفية كافة لأنها، تسهم بشكل كبير في زيادة دوافع العمل وادراك المزيد من الفرص فضلاً عن تعزيز سمعة المنظمة وقيمتها من قبل المنظمات المنافسة .
- 2- ضرورة اخضاع المتقدمين للتعين إلى مجموعة من الاختبارات الخاصة بتقييم القدرات المعرفية سيما على مستوى المصارف الأهلية ، إذ يتم المفاضلة في الاختيار على اساس المعايير العلمية التي تستند إلى عوامل القدرة والكفاءة العالية والاستحقاق يكون وفقاً للنتائج المتحققة من ذلك الاختبار .
- 3- ضرورة توفير مناخ مناسب يدفع موظفي المصارف الأهلية إلى الابداع والتميز وإن ذلك سوف ينعكس إيجاباً على تحسين ادائهم والارتقاء به .
- 4- يتطلب من المصارف الأهلية عينة البحث بذل المزيد من الجهود في سبيل ادارة سمعتها التنظيمية عبر الاهتمام أكثر بجودة اعمالها .
- 5- ضرورة استحضار أبعاد الاقتدار المعرفي في مجال عمل المصارف الأهلية المبحوثة بالشكل الذي يغطي تكنولوجيا المعلومات ، اتخاذ القرار ، والتفكير الإبداعي لتأشير جاذبية المصارف المبحوثة لبلوغ اهدافها .
- 6- ضرورة الاهتمام بمتغير الاقتدار المعرفي لما له من تأثير كبير في وصول المصارف الأهلية الى اعلى درجات الاداء ومن ثم الوصول إلى تحقيق سمعة المنظمة الجيدة .

**** قائمة المصادر ****

أولاً : المصادر العربية

- القرآن الكريم

أولاً : الكتب

- 1- الأسطل ، رند عمران مصطفى ، (2016)، بحوث العمليات والاساليب الكمية في صنع القرارات الادارية ، نسخة مطورة مزودة بالأمثلة التطبيقية الشاملة ، جامعة فلسطين ، كلية ادارة المال والأعمال ، الطبعة السادسة.
- 2- حمود ، خضير كاظم ، (2016) ، ادارة الجودة الشاملة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع _ الطبعة الخامسة ، الاردن ، عمان .
- 3- حمود ، خضير كاظم ،(2010) ، "ادارة الجودة في المنظمات المتميزة " ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن.
- 4- طاهر محسن منصور الغلبي، (2009) ، إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر، عمان .
- 5- العنزي ، سعد علي حمود ،و صالح ، احمد علي ، (2008) ، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الاعمال ، مدخل فلسفي ، اليازوردي للنشر والتوزيع ،عمان ، الاردن .
- 6- فلاق ، محمد ، (2019) ، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الشلف ، الجزائر .
- 7- قنديجلي ، عامر ابراهيم ، والسامرائي ، (2009) ، أيمن فاضل ، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، جامعة البلقاء التطبيقية ، دار الوراق للنشر والتوزيع .
- 8- مسلم ، عبدالله حسن ، (2015) ، ادارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ، دار المعترف للنشر والتوزيع، الاردن ، عمان .
- 9- المصري ، أيهاب عيسى ، و عامر ، طارق عبد الرؤوف ، (2016) ، صناعة واتخاذ القرار ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .
- 10- المغربي ، محمد الفاتح محمود بشير ،(2020) ، التخطيط الاداري ، الاكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة ، مصر .

11- نديم ، زينب شكري محمود ، و البلداوي ، عبد الحميد عبد المجيد ، (2007) ، ادارة الجودة الشاملة والمعولية (الموثوقية) والتقنيات الحديثة في تطبيقها واستدامتها ،دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان ، الاردن.

ثانياً : الرسائل والاطاريح

- 12- ابراهيم ، قدري ، (2015) ، اثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء ، دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية ، اطروحة دكتوراه ، جامعة دمشق ، الجمهورية العربية السورية .
- 13- ابو جبة ، فارس عمر الزين ، (2021) ، دور التفكير الابداعي في تحسين الصورة الذهنية ، دراسة ميدانية على شركة توزيع كهرباء محافظة غزة ، رسالة ماجستير ، جامعة الاقصى ، غزة ، .
- 14- ابو عليم ، طالب محمد ،(2014) ، اثر التمكين الاداري في الأداء التنظيمي في المستشفيات الخاصة بعمان ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان.
- 15- احمد ، عوض احمد سيد ، (2018) ، المسؤولية الاجتماعية واثرها على سمعة المنظمة في ظل بيئتها التنظيمية ، دراسة تطبيقية على شركة سوداني للاتصالات ، اطروحة دكتوراه ، جامعة النيلين ، مصر .
- 16- حامد ، مؤيد علي اسماعيل ، (2018) ، اثر محددات التجارة الالكترونية على سمعة المنظمة عبر ادارة علاقات الزبائن الالكترونية ، دراسة ميدانية في شركات السياحة والسفر في عمان والاردن ، جامعة الشرق الاوسط ، رسالة ماجستير ، الاردن ، عمان .
- 17- سعيد ، سناء عبد الرحيم ، (2005) ، " تصميم نظام تقويم الاداء الاستراتيجي للجامعات باعتماد تقنية بطاقة الدرجات المتوازنة" ، أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد .
- 18- صباح ، عبدالرحمن علي ، (2020) ، ابعاد المنظمة الاخلاقية ودورها في بناء السمعة التنظيمية ، دراسة ميدانية على الجامعات الفلسطينية الخاصة ، رسالة ماجستير ، جامعة الاقصى ، غزة .
- 19- الظالمي محمد جبار هادي، (2010)، التعلم التنظيمي واثره في تحقيق القدرات التنافسية في المنظمة دراسة مقارنة لآراء عينة من التدريسيين) في جامعة الفرات الأوسط، رسالة ماجستير .
- 20- النجار ، محمد سمير ، (2018) ، اثر ادارة المواهب في تحسين سمعة المنظمة : الدور المعدل للنقطة التنظيمية ، دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط .

21- نوال ، سايب ، و سمية ، دهنون، (2020) ، دور العلاقات العامة في تحسين سمعة المؤسسة عبر الانترنت ، دراسة مسحية لعينة من متابعي صفحة Huawei للهاتف النقال على الفيس بوك ، رسالة ماجستير ' جامعة محمد خيضر بسكرة .

ثالثاً : المجلات العلمية

- 22- احمد ، حذيفة هيثم ، (2021)، ادارة المعرفة واثرها في تحقيق مبادئ ادارة الجودة الشاملة ، دراسة تحليلية على عينة من العاملين في شركات الاتصالات الاردنية ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (17) ، العدد (54) .
- 23- اسماعيل ، انتظار ضامن ، (2015) ، اثر استراتيجية اتخاذ القرار في تنمية التفكير الابداعي لدى طالبات الصف الخامس الادبي في مادة التاريخ ، مجلة ديالى ، العدد (67) .
- 24- اسماعيل ، أيسر حسن ، (2021) ، واقع ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات التعليمية ودورها في تحقيق الاداء المتميز ، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (27) ، العدد (126) .
- 25- امين ، امير منير ، (2021) ، تأثير البيئة الداخلية في اتخاذ القرار في شركة التامين الوطنية / العراق ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد (65) .
- 26- اوسو ، خيرى علي ،(2019) ، دور الاقتدار المعرفي في تحقيق الابتكار في عدد من المنظمات الفندقية في مدينة دهوك ، المجلة الاكاديمية لجامعة نوروز ، المجلد (8) ، العدد (4) .
- 27- بوتزعة ، يسرى ،(2021) ، سمعة المؤسسة بين حتمية مراجعة الآليات التقليدية وضرورة تبني التحولات الالكترونية ، مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي ، المجلد (8) ، العدد (2) .
- 28- جبار ، فارس راضي ، (2021) ، دور القيادة الادارية في تحسين الكفايات المهنية لموظفي القطاع الصحي في ضوء معايير الجودة الشاملة في محافظة الديوانية ، مجلة الدراسات المستدامة ، المجلد (3) ، العدد (3) .
- 29- الجبوري، علاء احمد حسن عبيد ، (2011) ، الذكاء الشعوري ودوره في اتخاذ القرار الاستراتيجي، دراسة تحليلية لآراء عينة من مدراء المنظمات في القطاع الخاص بمدينة الموصل ، مجلة تنمية الرافدين، المجلد (33)، العدد (103) .
- 30- حبيب ، اديان ناصر ، (2021) ، الهيكل التنظيمي واثره في الاداء في المكتبة المركزية في جامعة البصرة ، مجلة آداب البصرة ، المجلد الاول ، العدد (9) .
- 31- حربي ،انسام حسون ، (2019) ، تأثير الاقتدار المعرفي في تعزيز الاستشراف المستقبلي ، دراسة استطلاعية في وزارة التخطيط ، مجلة الادارة والاقتصاد ، السنة (42) ، العدد (120) .

- 32- الحساوي ، صالح مهدي محمد ، (2019) ، الدور الوسيط للاقتدار المعرفي في العلاقة بين ممارسات ادارة الموارد البشرية الخضراء والأداء الابداعي ، بحث استطلاعي تحليلي لعينة من اساتذة كلية الزراعة ، جامعة كربلاء ، مجلة اهل البيت ، العدد (25) .
- 33- حمادي ، حسن خلباص ، (2021) ، اثر توظيف استراتيجية SQ6R في تنمية التذوق الأدبي والتفكير الإبداعي عند طلاب المرحلة الاعدادية ، مجلة الآداب ، العدد (136) .
- 34- داود ، علاء ناصر ، (2021) ، تأثير التفكير الابداعي في تحقيق التميز التنظيمي ، دراسة استطلاعية في جامعة البصرة ، مجلة كلية الادارة والاقتصاد جامعة البصرة ، المجلد (14) ، العدد (29) .
- 35- دبو ، ابتسام طارق ، (2021) ، تأثير تكنولوجيا المعلومات على قطاع الخدمات مصر انموذجاً للفترة (1990_2018) ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (17) ، العدد (54)
- 36- دوسة ، طالب اصغر ، وحسين ، سوسن جواد ، (2008) ، التغيير الاستراتيجي وانعكاساته على الاداء التنظيمي ، مجلة الادارة والاقتصاد ، العدد (99) .
- 37- الزبيدي ، لمياء سلمان ، وجاسم ، رؤى يونس ، (2015) ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الاقتدار المعرفي لضمان النجاح الاستراتيجي ، مجلة الادارة والاقتصاد ، السنة الثامنة والثلاثون ، العدد (104) .
- 38- الزبيدي ، لمياء سلمان عبد علي ، وعلق ، محمد عبد الحر ، (2014) ، اثر الاقتدار الاستراتيجي لقادة المنظمات السياحية في نمو الجذب السياحي ، دراسة استطلاعية على عينة من فنادق الدرجة الاولى والممتازة في محافظة بغداد ، مجلة الادارة والاقتصاد ، السنة السابعة والثلاثون ، العدد (98)
- 39- الزيايدي ، بسنت عادل رمضان ، (2020) ، اثر الرسوخ الوظيفي في دعم سمعة المنظمة ، دراسة ميدانية ، المجلة العربية للإدارة ، المجلد (40) ، العدد (4) .
- 40- الزيايدي ، صباح حسين ، و صالح عبد الرضا رشيد ، (2014) ، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المنظمة المدركة ، دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية ، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (16) ، العدد (1) .
- 41- الزبيدي ، جلال رسم يونس ، (2021) ، اتخاذ القرار وعلاقته بالنجاح التنظيمي لدى مديري المدارس الابتدائية من وجهة نظر الهيئة التعليمية ، مجلة دراسات تربوية ، العدد (53) .
- 42- السباب ، ازهار محمد مجيد ، وابراهيم ، عمار عبد ربه سكران ، (2021) ، اتخاذ القرار وعلاقته بالشخصية الابداعية لدى طلبة كلية المعلوماتية الطبية الحيوية ، مركز البحوث النفسية ، المجلد (32) ، العدد (1) .

- 43- السعيد ، ساجدة عبد الرضا ثابت ، (2021) ، القيادة الاستراتيجية وتأثيرها في المسؤولية الاجتماعية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد (64) .
- 44- سلمان ، بشرى كاظم ، وغند ، ياسين طرار ، (2020) ، التفكير الابتكاري وعلاقته بالكف المعرفي لدى طلبة الجامعة ، مجلة البحوث التربوية والنفسية ، العدد (67) ، المجلد (17) .
- 45- الشمري ، احمد عبدالله امانة ، و العصامي ، امجد حميد اسماعيل محسن ، و الجبوري هيثم وادي جعاز ، (2021) ، تأثير الاقتدار المعرفي في استدامة الميزة التنافسية ، بحث تحليلي لآراء عينة من مديري الجامعة الاسلامية في النجف الاشرف ، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، المجلد (17) ، العدد (68) .
- 46- صلاح الدين ، احمد ضياء الدين ، (2019) ، دور القدرة المعرفية الاستيعابية في تحسين مستوى جودة الاداء الجامعي ، بحث ميداني لعدد من الكليات الاهلية العراقية ، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد (11) ، العدد (25) .
- 47- صلاح الدين ، احمد ضياء الدين ، و عمير ، عراك عبود ، (2017) انعكاس ادارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة ، دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة بمدينة بغداد ، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد (9) ، العدد (19) .
- 48- الظالمي ، محمد جبار هادي ، (2016) ، الذكاء الاستراتيجي واثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء واعضاء مجالس المعاهد التقنية في (كربلاء ، بابل ، النجف ، الكوفة) ، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (18) ، العدد (1) .
- 49- عبد الحسين ، علي برهان ، (2018) ، توظيف رأس المال النفسي في تعزيز متطلبات بناء سمعة المنظمة ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من المدراء في المديرية العامة لتربية صلاح الدين ، جامعة تكريت ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (4) ، العدد (44) .
- 50- عبد الكريم ، سارة احمد ، (2020) ، تأثير الحوكمة في سمعة المنظمة ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد (26) ، العدد (124) .
- 51- عبد الكريم ، سارة احمد ، (2021) ، تأثير الترافف الاستراتيجي في سمعة المنظمة ، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (27) ، العدد (125) .
- 52- عبود ، لقاء شاكر ، وعبدالله ، عمران عباس يوسف ، (2021) ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم التنمية الاقتصادية مع اشارة خاصة للعراق ، مجلة المثني للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (11) ، العدد (2) .

- 53- عبود ، لقاء شاكر ، وعبدالله ، عمران عباس يوسف ، (2021)، قياس اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نمو الاستثمار في العراق ، دراسة تحليلية للمدة (2004 _ 2017) ، مجلة الادارة والاقتصاد ، العدد (128) .
- 54- عبوش ، حسين زين العابدين شيخ ، و الربيعي ، حسن عبد المناف جاسم ، (2021) ، واقع معايير الجودة الشاملة لمختبرات الفيزياء في المدارس الاعدادية والثانوية في مدينة الموصل ، مجلة اباحث كلية التربية الأساسية ، المجلد (17) ، العدد (2) .
- 55- عبيد ، مهند عواد ، (2015) ، اثر الذكاء الاستراتيجي في اساليب اتخاذ القرار ، بحث ميداني تحليلي في وزارة الاعمار والاسكان ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد (21) ، العدد (85) .
- 56- العبيدي ، شهاب احمد دحام ، (2020) ، مبادئ ادارة الجودة الشاملة واثرها في الاداء المنظمي ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الجامعية في مجموعة من الجامعات العراقية ، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد (12) ، العدد (29) .
- 57- عذيب ، عامر فدعوس ، (2018) ، انعكاس القدرات التسويقية في تعزيز سمعة المنظمة السوقية ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، العدد (10) ، المجلد (24) .
- 58- العزي ، صفا عدنان محمود ، (2021) ، تأثير الذكاء الشعوري في سمعة المنظمة ، بحث ميداني لعينة من المصارف الأهلية في بغداد ، مجلة الريادة للمال والاعمال ، المجلد الثاني ، العدد الثالث
- 59- عنيد ، حسين بريو ، (2021) ، تأثير ادارة الجودة الشاملة على جودة حياة العمل ، دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة نفط ميسان ، مجلة الدراسات المستدامة ، المجلد (3) ، العدد (3)
- 60- غربي ، محمد حسين ، (2021) ، ادارة الجودة الشاملة واثرها في زيادة المبيعات ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الادارية في شركة (الكرونجي) للمشروبات الغازية المحدودة / كركوك ، مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (11) ، العدد (1) .
- 61- فخري ، نور حسين ، (2020)، انعكاس ممارسات صوت الزبون في تعزيز سمعة المنظمة السوقية في شركة زين العراق للاتصالات في بغداد ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (16) ، العدد (52) .
- 62- قبرصلي ، ادهم ، (2021) ، معوقات تطبيق تكنولوجيا المعلومات في قطاع التعليم المهني والتقني ، دراسة ميدانية في مؤسسات التعليم المهني والتقني في لبنان ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (17) ، العدد (54) .
- 63- قدوري ، فائق شعل ، و حميد ، خلدون حسين ، (2019) ، استخدام العدسة الاستراتيجية كمدخل في تعزيز الاقتدار المعرفي ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات في شركتي الاتصالات زين وآسيا سيل ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (15) ، العدد (48) .

- 64- الكبسي ، صلاح الدين عواد ، وابراهيم ، تغريد خليل ، (2014) ، القدرات المعرفية والاستراتيجية واثرها في بناء الميزة التنافسية ، بحث ميداني لآراء عينة من القيادات الادارية في المصارف الاهلية العراقية ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد (20) ، العدد (79) .
- 65- الكثيري ، خالد ناظم محمد ، (2021) ابعاد كفاءة الاداء التنظيمي في تحقيق الاهداف المنظمة ، دراسة حالة مكتب وزير الدولة بمحافظة ظفار بسلطنة عمان ، مجلة كلية المعارف الجامعة ، المجلد (32) ، العدد (3) .
- 66- الكريطي ، احمد كاظم ملح ، (2019) ، تأثير القدرات المعرفية في سمعة المنظمة ، بحث تحليلي لآراء عينة من اعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات والكليات الأهلية العاملة في محافظة كربلاء المقدسة ، مجلة الادارة والاقتصاد ، المجلد (8) ، العدد (32) .
- 67- الكمري ، نوفل عبد الرضا ، وعباس مهدي علي ، (2015) ، الاقتدار المعرفي واثره في عملية تخطيط المسار الوظيفي للأفراد العاملين ، دراسة تطبيقية في وزارة السياحة والآثار ، مجلة الادارة والاقتصاد ، السنة الثامنة والثلاثون ، العدد (103) .
- 68- محمد ، يزن سالم ، (2021) ، دور سمعة المنظمة في العلاقة بين القيادة الفاضلة والازدهار التنظيمي ، بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في العتبة الحسينية المقدسة ، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، المجلد (15) ، العدد (60) .
- 69- محميد ، كفاح عباس ، (2019) ، اثر استراتيجيات تطوير اداء المنظمات الحكومية في تعزيز سمعتها المنظمة دراسة استطلاعية لآراء عدد من المستفيدين من خدمات مديرية بلدية تكريت ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (15) ، العدد (46) .
- 70- محميد ، كفاح عباس ، ومحمد ، عمار عواد ، وجبر ، قادية سعيد ، (2020) ، دراسة مستوى تطبيق اساسيات ادارة الجودة الشاملة في الشركات الصناعية المطبقة لنظام الأيزو 9001 ، جامعة تكريت ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (16) ، العدد (52) .
- 71- المشهداني ، محمد جواد زين الدين ، (2018) ، استخدام اقسام العلاقات العامة لموقع الفيسبوك في ادارة سمعة الشركات التجارية ، الشركة العالمية للبطاقة الذكية _ كي كارد ، مجلة الفنون والأدب وعلوم الانسانيات والاجتماع ، العدد (29) .
- 72- مطر ، محمد عبدالهادي اسماعيل ، (2018) ، دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز سمعة المنظمة التعليمية ، دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم العالي بقطاع غزة ، رسالة ماجستير ، الجامعة الاسلامية بغزة .
- 73- ناصر ، ابراهيم محي ، (2021) ، فاعلية المناهج التعليمية في التفكير الابداعي لطلبة الجامعة ، دراسة طولية مقارنة ، جامعة بابل ، مجلة ابحات البصرة للعلوم الانسانية ، المجلد (46) ، العدد (2) .

74- ناهض ، اثار ، (2021) ، تأثير ادارة الجودة الشاملة في تسويق الخدمة المصرفية في عينة من المصارف الخاصة العاملة في العراق ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد (65) .

ثانياً : المصادر الاجنبية

A. Books

- 1- Cohen, J., and Cohen, P (1983) . (Applied Multiple Regression/ Correlation Analysis for the Behavioral Sciences) 2nd Ed. New York: Lawrence Erlbaum Associates
- 2- Dewberry, C. (2004) , (Statistical Methods for Organizational Research : Theory and practice) First published, Published in the Taylor & Franci .
- 3- Furnham, A. (2008), "Personality and intelligence at work Exploring and explaining individual differences at work", Routledge .
- 4- Keshta, M. S., El Talla, S. A., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (2020). Strategic Creativity and Influence in Enhancing the Perceived Organizational Reputation in Islamic Banks.

B. Journals

- 5- AL- Hayy, Ahmad Abedal,Dala'ien, Moamin A. Mahmoud, Mohd Sharifuddin Ahmad, (2016), A Model For Measuring Articles Knowledgeability Levels, Journal Of Theoretical And Applied Information Technology, 10th June 2016. Vol.88. No.1.
- 6- Barron, D., & Rolfe, M., (2011) , "Measuring reputation: Corporate appeal, political influence and regulation", Pp.1-43 .
- 7- D. Jankauskaite A.Urboniene (2016) , Organization's Reputation Management through Content Creation and Sharing in the Social Media TRANSFORMATIONS IN BUSINESS & ECONOMICS, Vol. 15, No (39)
- 8- Daft , Richard L ,(2004) , " organizational Theory and Design " 8th ed , Thomson ,.

- 9- Damanpour, F., Szabat, K. A., & Evan, W. M. ,(1989), The relationship between types of innovation and organizational performance. Journal of Management studies, 26(6), 587-602 .
- 10- Jawad , Aya shaheen ,(2021) , The Role of Product Innovation on an Improvement of the Organization's Reputation /A Field Study in State Organization for Marketing of Oil (SOMO) , Journal of Economics and Administrative Sciences Vol.27 (NO. 129) .
- 11- Krejcie R.& Morgan D.(1970) . Determining sample size for research activities educational and psychological .
- 12- Mahmood , Nawal Joodi ,(2021) The Effect of SCAMPER Strategy on Evoking Iraqi EFL Preparatory Pupils' Creative Thinking Skills , Journal of Tikrit University for Humanities , vol (3) , N (28) .
- 13- Muthuveloo, R., Shanmugam, N., & Teoh, A. P. ,(2017), The impact of tacit knowledge management on organizational performance: Evidence from Malaysia. Asia Pacific Management Review, 22(4), 192-201 .
- 14- Rachel C. F. Sun and Eadaoin K. P. Hui (2012) , Cognitive Competence as a Positive Youth Development Construct: A Conceptual Review, Scientific World Journal, Article ID 210953, pages (7) .
- 15- Rindermann, H. (2007) , "The g-factor of international cognitive ability comparisons: The homogeneity of results in PISA, TIMSS, PIRLS and IQ-tests across nations", European Journal of Personality, Vol. 21, No. 5, Pp.667-706.
- 16- Sala, M. C.(2011) , " Creating a New Multistakeholder Methodology for Measuring Corporate Reputation " Corporate Excellence Center for Reputation Leadership , Pp. 1- 6 .
- 17- Sherry L. willis , phd (1996) , Everyday Cognitive Competence in Elderly Persons: Conceptual Issues and Empirical Findings , Vol.36 , No .5.

ملحق (1)

جدول تحديد حجم العينة

تحديد حجم العينة					
العينة	حجم المجتمع	العينة	حجم المجتمع	العينة	حجم المجتمع
٢٩١	١٢٠٠	١٤٠	٢٢٠	١٠	١٠
٢٩٧	١٣٠٠	١٤٤	٢٣٠	١٤	١٥
٣٠٢	١٤٠٠	١٤٨	٢٤٠	١٩	٢٠
٣٠٦	١٥٠٠	١٥٢	٢٥٠	٢٤	٢٥
٣١٠	١٦٠٠	١٥٥	٢٦٠	٢٨	٣٠
٣١٣	١٧٠٠	١٥٩	٢٧٠	٣٢	٣٥
٣١٧	١٨٠٠	١٦٢	٢٨٠	٣٦	٤٠
٣٢٠	١٩٠٠	١٦٥	٢٩٠	٤٠	٤٥
٣٢٢	٢٠٠٠	١٦٩	٣٠٠	٤٤	٥٠
٣٢٧	٢٢٠٠	١٧٥	٣٢٠	٤٨	٥٥
٣٣١	٢٤٠٠	١٨١	٣٤٠	٥٢	٦٠
٣٣٥	٢٦٠٠	١٨٦	٣٦٠	٥٦	٦٥
٣٣٨	٢٨٠٠	١٩١	٣٨٠	٥٦	٧٠
٣٤١	٣٠٠٠	١٩٦	٤٠٠	٦٣	٧٥
٣٤٦	٣٥٠٠	٢٠١	٤٢٠	٦٦	٨٠
٣٥١	٤٠٠٠	٢٠٥	٤٤٠	٧٠	٨٥
٣٥٤	٤٥٠٠	٢١٠	٤٦٠	٧٣	٩٠
٣٥٧	٥٠٠٠	٢١٤	٤٨٠	٧٦	٩٥
٣٦١	٦٠٠٠	٢١٧	٥٠٠	٨٠	١٠٠
٣٦٤	٧٠٠٠	٢٢٦	٥٥٠	٨٦	١١٠
٣٦٧	٨٠٠٠	٢٣٤	٦٠٠	٩٢	١٢٠
٣٦٨	٩٠٠٠	٢٤٢	٦٥٠	٩٧	١٣٠
٣٧٠	١٠٠٠٠	٢٤٨	٧٠٠	١٠٣	١٤٠
٣٧٥	١٥٠٠٠	٢٥٤	٧٥٠	١٠٨	١٥٠
٣٧٧	٢٠٠٠٠	٢٦٠	٨٠٠	١١٣	١٦٠
٣٧٩	٣٠٠٠٠	٢٦٥	٨٥٠	١١٨	١٧٠
٣٨٠	٤٠٠٠٠	٢٦٩	٩٠٠	١٢٣	١٨٠
٣٨١	٥٠٠٠٠	٢٧٤	٩٥٠	١٢٧	١٩٠
٣٨٢	٧٥٠٠٠	٢٧٨	١٠٠٠	١٣٢	٢٠٠
٣٨٤	١٠٠٠٠٠	٢٨٥	١١٠٠	١٣٦	٢١٠

مرجع:

Krejcie , R & Morgan, D.(1970), Determining sample size for research activities . *Educational and Psychological Measurement* ,30 , 607-610.

ملحق (2)

السادة محكمي الاستبانة

ت	الاسم واللقب العلمي	التخصص الدقيق	مكان العمل
1	أ.د فيصل علوان الطائي	ادارة معرفة	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
2	أ.د ميثاق هاتف الفتلاوي	ادارة منظمة وسلوك تنظيمي	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
3	أ.م.د حسين حريجة الحسنوي	ادارة موارد بشرية وسلوك تنظيمي	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
4	أ.م.د. صالح مهدي الحسنوي	ادارة موارد بشرية	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
5	أ.م.د يزن سالم محمد	سلوك التنظيمي	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
6	م.د. حيدر خضير جوان	ادارة مالية	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

ملاحظة: تم ترتيب اسماء المحكمين وفقاً للقب العلمي اولاً ووفقاً للحروف الهجائية ثانياً



جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

قسم ادارة الاعمال / الدراسات العليا

ملحق (3)

بسم الله الرحمن الرحيم

م/استبيان آراء السادة المحكمين

..... الاستاذ الفاضل

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تمثل استمارة الاستبيان التي بين أيديكم مقياس لمتغيرات الدراسة الموسومة **(دور الاقتدار المعرفي في تعزيز سمعة**

المنظمة ، دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من موظفي المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة) كجزء من متطلبات نيل

شهادة الدبلوم العالي في ادارة المشاريع ، ونظراً لما تتميزون به من خبرة ومعرفة في مجال اختصاصكم فان الباحثة تود الاستفادة من آرائكم حول الأبعاد وفيما يتعلق بالمقاييس والفقرات الواردة في الاستبانة ليتسنى تعديلها وفق ما ترونه ملائم مع مراعاة الاجابة على الاسئلة التالية :

س1 : هل ان الفقرات تقيس متغيرات الدراسة الاساسية ؟

س2 : مدى وضوح كل فقرة مدرجة تحت كل بعد وقياس الغرض الذي وضعت من اجله ؟

س3 : مدى انتماء كل فقرة لكل بعد ؟

س4 : مدى إمكانية اضافة فقرات اخرى للأبعاد المحددة او استبعاد الفقرات غير المناسبة ؟

وفيما يتعلق بمقاييس المتغيرات فهي كالتالي :

المتغيرات	المصادر
الاقتدار المعرفي	(الحسنوي ، 2019)
سمعة المنظمة	(sala, 2011)

المشرف :

الباحث :

أ.م.د . اميمة حميد عبدالله العادلي

زهراء حسين كاظم الخزعلي

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

قسم أدارة الأعمال

قسم أدارة الأعمال

أولاً: المعلومات الشخصية

البيانات الشخصية / يرجى وضع إشارة (✓) في المربع المناسب

آ : النوع الاجتماعي : ذكر انثى

ب : الفئة العمرية : 30 - 21 40 - 31 50 - 41 60 - 51

ج : التحصيل العلمي : إعدادية دبلوم بكالوريوس دبلوم عالي

ماجستير دكتوراه

د : سنوات الخدمة : 5 - 1 10 - 6 15 - 11 20 - 16

21 فأكثر

هـ : عدد الدورات التي شارك فيها : 3 - 1 6 - 4 9 - 7

10 فأكثر لا يوجد

ثانياً : متغيرات البحث

أولاً : الاقتدار المعرفي : مجموعة من المهارات والقدرات اللازمة لتحقيق المنظمة اهدافها .
(الشمري وآخرون ، 2021 : 237) .

أ- تكنولوجيا المعلومات : هي مختلف انواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات التي تعاملت وتتعامل مع شتى انواع المعلومات من حيث جمعها وتحليلها وتخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب (قنديجلي والسامرائي : 2009 : 38)

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
1	يستخدم المصرف تكنولوجيا معلومات حديثة ومتطورة .					
2	زيادة قدرات موظفي المصرف لمواجهة الآثار السلبية لتكنولوجيا المعلومات .					
3	يستعين المصرف بتكنولوجيا المعلومات للتنسيق بين الاقسام والادارات المختلفة .					
4	يستخدم المصرف تكنولوجيا المعلومات في عمليات الارشفة والحفظ لسهولة الرجوع اليها .					
5	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات ادارة المصرف بتقديم المعلومات في الوقت الملائم لاتخاذ القرارات .					

ب- اتخاذ القرار . هو المفاضلة بين حلول بديلة لمواجهة مشكلة معينة واختيار الحل الامثل من بينها
(المصري وعامر ، 2016 : 9) .

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
6	يتم اتخاذ القرارات من قبل ادارة المصرف بعد دراسة مستفيضة وليس بشكل عشوائي .					
7	يتأنى المصرف عند اتخاذه قرار معين عند دخول الاعمال الجديدة وتتأكد من انها ملائمة لبيئة المصرف .					
8	تحرص ادارة المصرف على اتخاذ قرارات تسهم في تقديم حلول لمشاكل قائمة ومتوقعة في المستقبل .					
9	تعد مسألة اشراك العاملين في المصرف بصنع القرارات مسألة فعلية وليست شكلية					
10	يسهم العاملون في المصرف في انجاح عملية تنفيذ القرار .					

ت-التفكير الابداعي . هو نشاط عقلي يتوجه لإيجاد حلول ونتائج اصيلة لمشكلات معينة ويستند على المعرفة والخبرة (ابو جبة ، 2021 : 9) .

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
11	الوسائل المستخدمة في المصرف لا تحتوي على مهارات التفكير الابداعي.					
12	يتبع المصرف وسائل جديدة من اجل اكتساب المهارات الجديدة .					
13	يبتعد موظفي المصرف عن تفكيرهم الابداعي تجنباً للوقوع في الاخطاء .					
14	ان المصرف يتمتع بسمعة تقديم خدمات ابداعية لم يسبق لأحد من المصارف الاخرى تقديمها .					
15	في المصرف محفزات تتناسب مع جودة الاعمال التي تتطلب مهارات فريدة ومتنوعة .					

ثانياً سمعة المنظمة : هي الادراك المعرفي لصورة المنظمة وتطور انشطتها من وجهة نظر اصحاب المصالح (صباح ، 2020 : 26) .

1- الجودة (Quality) : هي المقياس الذي تستخدمه المنظمات حتى تتمكن من ادارة كفاءتها بشكل جيد (العزي ، 2021 : 157)

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
16	يبذل المصرف جهود كبيرة للحصول على الافراد الذين يمتلكون خاصية التفرد العالي بالمعرفة والمهارات والقدرات .					
17	يوفر المصرف كافة المستلزمات الضرورية لأداء الخدمة المصرفية .					
18	يدعم المصرف برامج التحسين المستمر في جميع فعاليته وانشطته .					
19	يلتزم المصرف بمعايير الجودة وفقاً لخطط وبرامج مدروسة .					
20	تحرص ادارة المصرف على تقديم خدمات تتصف بالجودة لكسب ولاء الزبون .					

2- الجاذبية (Appeal) : قدرة المنظمة على بناء علامة تجارية ومكانة مرغوبة عن طريق تقديمها نتائج ايجابية قابلة للقياس الكمي والنوعي (الكريطي ، 2019 : 43) .

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
21	العمل في المصرف يبعث لدي الرضا والسعادة .					
22	يحافظ المصرف على علاقات متينة مع كافة المستفيدين .					
23	يبدو المصرف مكان جيد للعمل لبذل الجهود .					
24	يأخذ المصرف بنظر الاعتبار اتجاهات الزبائن ورغباتهم في تقديم الخدمات المصرفية الامر الذي يزيد من جاذبيته بالنسبة لهم .					
25	يخصص المصرف مبالغ كافية من اجل دعم صورته وجاذبيته اتجاه الزبائن المتعاملين معه .					

3- الاداء : (Performance) هو انعكاس لكيفية استخدام المنظمة لمواردها المادية والبشرية واستثمارها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق اهدافها (دوسة وحسين ، 2008 : 65) .

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
26	يحقق المصرف ارباحاً عالية .					
27	يساعد الاداء في اكساب العاملين في المصرف مهارات عديدة في العمل لتحسين الاداء .					
28	يسهم الاداء المالي في رفع كفاءة اداء المصرف .					
29	يساعد الاداء على تحسين عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في المصرف .					
30	نتائج الاداء المالي تظهر بشكل سريع في بداية كل سنة للاستفادة منها للسنة التالية .					

4- المسؤولية: (Responsibility) هي التزام منظمات الأعمال المتواصل بالسلوك الاخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة واسرها ، فضلاً عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة (فلاق ، 2019 : 47)

ت	الفقرات	الانتماء للمتغير		وضوح العبارة		الملاحظات
		ينتمي	لا ينتمي	واضحة	غير واضحة	
31	يدعم المصرف الجمعيات الخيرية والمستشفيات المختلفة المخصصة للأطفال والأمراض السرطانية .					
32	يتمتع المصرف بسمعة عالية في مراعاة المسؤولية الاجتماعية للمجتمع الذي يتواجد فيه .					
33	يراعي المصرف العدالة والمساواة فيما يتعلق بالأجور بين العاملين .					
34	تعمل ادارة المصرف على توفير الخدمات العلاجية للعاملين واسرهم كمبادرة انسانية اتجاه عامليه .					
35	يلتزم المصرف بكافة الضوابط والتشريعات التي تعزز سمعته .					



جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة كربلاء / كلية الإدارة والاقتصاد

قسم ادارة الاعمال / الدراسات العليا

الدبلوم العالي / ادارة المشاريع

ملحق (4)

إلى السادة ... موظفي المصارف الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة

م/ استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نضع بين أيديكم استمارة الاستبيان وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي في إدارة الأعمال تخصص إدارة مشاريع بعنوان ((الاقتدار المعرفي ودوره في تعزيز سمعة المنظمة)) وقد وقع الاختيار على هذه المؤسسة ميداناً للبحث وذلك للمؤهلات التي تمتلكها في مجال التطبيق ، على أمل ان يخرج هذا البحث بنتائج تخدم مسيرة البحث العلمي في هذا المجال وذلك بفضل ما ستقدمونه من إجابات موضوعية ودقيقة ، ولكي تكتمل الصورة لديكم يرجى ملاحظة النقاط المهمة الآتية :-

- 1- ان الإجابات ستستخدم لأغراض علمية بحثية فلا توجد هنالك حاجة إلى ذكر الاسم أو التوقيع على الاستمارة.
- 2- يرجى ان تكون الإجابات على أساس الواقع الفعلي الموجود وليس على أساس ما ترونه مناسباً .
- 3- يرجى وضع الإجابة الخاصة بكل فقرة في المكان المخصص لها .

(شاكرين لكم سلفاً جهودكم المباركة وحسن تعاونكم معنا)

المشرف

أ.م.د. اميمة حميد عبدالله العادلي

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

قسم ادارة الأعمال

الباحث

زهراء حسين كاظم الخزعلي

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

قسم ادارة الأعمال



المحور الأول : المعلومات الشخصية

البيانات الشخصية – يرجى وضع إشارة (✓) في المربع المناسب

أ : النوع الاجتماعي : ذكر انثى

ب : الفئة العمرية : 30 - 21 40 – 31 50 - 41 60 - 51

ج : التحصيل العلمي : إعدادية دبلوم بكالوريوس دبلوم عالي

ماجستير دكتوراه

د : سنوات الخدمة : 5 – 1 10 – 6 15 – 11 20 – 16

21 فأكثر

هـ : عدد الدورات التي شارك فيها : 3 - 1 6 - 4 9 - 7

10 فأكثر لا يوجد

المحور الثاني : الأسئلة المتعلقة بمتغيرات الدراسة

أولاً: الاقتدار المعرفي : مجموعة من المهارات والقدرات اللازمة لتحقيق المنظمة اهدافها (الشمري وآخرون ، 2021 : 237) .

أ- تكنولوجيا المعلومات : هي مختلف انواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات التي تعاملت وتتعامل مع شتى انواع المعلومات من حيث جمعها وتحليلها و تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب (قنديجلي والسامرائي ، 2009 : 38) .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	يستخدم المصرف تكنولوجيا معلومات حديثة ومتطورة .					
2	زيادة قدرات موظفي المصرف لمواجهة الآثار السلبية لتكنولوجيا المعلومات .					
3	يستعين المصرف بتكنولوجيا المعلومات للتنسيق بين الاقسام والادارات المختلفة .					
4	يستخدم المصرف تكنولوجيا المعلومات في عمليات الارشفة والحفظ لسهولة الرجوع اليها .					
5	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات ادارة المصرف بتقديم المعلومات في الوقت الملائم لاتخاذ القرارات .					

ب- اتخاذ القرار : هو المفاضلة بين حلول بديلة لمواجهة مشكلة معينة واختيار الحل الامثل من بينها (المصري وعامر، 2016: 9) .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
6	يتم اتخاذ القرارات من قبل ادارة المصرف بعد دراسة مستفيضة وليس بشكل عشوائي .					
7	يتأني المصرف عند اتخاذه قرار معين عند دخول الاعمال الجديدة وتتأكد من انها ملائمة لبيئة المصرف .					
8	تحرص ادارة المصرف على اتخاذ قرارات تسهم في تقديم حلول لمشاكل قائمة ومتوقعة في المستقبل .					
9	يشارك العاملين في المصرف في عملية اتخاذ القرارات					
10	المشاكل في الانظمة التكنولوجية او تعطيلها يؤدي الى الاخلال					

بعملية اتخاذ القرارات .

ث- **التفكير الابداعي** : هو نشاط عقلي يتوجه لإيجاد حلول ونتائج اصيلة لمشكلات معينة ويستند على المعرفة والخبرة (ابو جبة ، 2021 : 9) .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
11	الوسائل المستخدمة في المصرف لا تحتوي على مهارات التفكير الابداعي.					
12	يتبع المصرف وسائل جديدة من اجل اكتساب المهارات الجديدة .					
13	يبتعد موظفي المصرف عن تفكيرهم الابداعي تجنباً للوقوع في الاخطاء .					
14	ان المصرف يتمتع بسمعة تقديم خدمات ابداعية لم يسبق لأحد من المصارف الاخرى تقديمها .					
15	في المصرف محفزات تتناسب مع جودة الاعمال التي تتطلب مهارات فريدة ومتنوعة .					

ثانياً : سمعة المنظمة : هي الادراك المعرفي لصورة المنظمة وتطور انشطتها من وجهة نظر اصحاب المصالح (صباح ، 2020 : 26) .

1- الجودة (Quality) : هي المقياس الذي تستخدمه المنظمات حتى تتمكن من ادارة كفاءتها بشكل جيد (العزي ، 2021 : 157)

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
16	يبدل المصرف جهود كبيرة للحصول على الافراد الذين يمتلكون خاصية التفرد العالي بالمعرفة والمهارات والقدرات .					
17	يوفر المصرف كافة المستلزمات الضرورية لأداء الخدمة المصرفية .					
18	يدعم المصرف برامج التحسين المستمر في جميع فعاليته وانشطته .					
19	يلتزم المصرف بمعايير الجودة وفقاً لخطط وبرامج مدروسة .					
20	تحرص ادارة المصرف على تقديم خدمات تتصف بالجودة لكسب ولاء الزبون .					

2- الجاذبية (Appeal) : قدرة المنظمة على بناء علامة تجارية ومكانة مرغوبة عن طريق تقديمها نتائج إيجابية قابلة للقياس الكمي والنوعي (الكريطي ، 2019 : 43) .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
21	العمل في المصرف يبعث لدي الرضا والسعادة .					
22	يحافظ المصرف على علاقات متينة مع كافة المستفيدين .					
23	يبدو المصرف مكان جيد للعمل لبذل الجهود .					
24	يأخذ المصرف بنظر الاعتبار اتجاهات الزبائن ورغباتهم في تقديم الخدمات المصرفية الامر الذي يزيد من جاذبيته بالنسبة لهم .					
25	يخصص المصرف مبالغ كافية من اجل دعم صورته وجاذبيته اتجاه الزبائن المتعاملين معه .					

3- **الاداء (Performance)** : هو انعكاس لكيفية استخدام المنظمة لمواردها المادية والبشرية واستثمارها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق اهدافها (دوسة وحسين ، 2008 : 65) .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
26	يحقق المصرف ارباحاً عالية .					
27	يساعد الاداء في اكساب العاملين في المصرف مهارات عديدة في العمل لتحسين الاداء .					
28	يسهم الاداء المالي في رفع كفاءة اداء المصرف .					
29	يساعد الاداء على تحسين عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في المصرف .					
30	نتائج الاداء المالي تظهر بشكل سريع في بداية كل سنة للاستفادة منها للسنة التالية .					

4- **المسؤولية: (Responsibility)** : هي التزام منظمات الاعمال المتواصل بالسلوك الاخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة واسرها ، فضلاً عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة (فلاق ، 2019 : 47) .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
31	يدعم المصرف الجمعيات الخيرية والمستشفيات المختلفة المخصصة للأطفال والامراض السرطانية .					
32	يتمتع المصرف بسمعة عالية في مراعاة المسؤولية الاجتماعية للمجتمع الذي يتواجد فيه .					
33	يراعي المصرف العدالة والمساواة فيما يتعلق بالأجور بين العاملين .					
34	تعمل ادارة المصرف على توفير الخدمات العلاجية للعاملين واسرهم كمبادرة انسانية اتجاه عامليه .					
35	يلتزم المصرف بكافة الضوابط والتشريعات التي تعزز سمعته .					

Abstract

This research aims to know the role of cognitive ability in enhancing the reputation of the organization at the level of private banks in the holy governorate of Karbala. Represented by the private banks / Karbala for cognitive ability, which in turn affects the surveyed banks, and the research adopted the (Al-Hasnawi, 2019) scale in measuring the dimensions of cognitive competence, which included three sub-dimensions (information technology, decision-making, creative thinking), and the (sala, 2011) scale was adopted to measure the reputation of the organization, which consists of four sub-dimensions (quality, attractiveness, performance, responsibility), the research adopted an analytical reconnaissance approach in the organization in question to obtain the data and information necessary for that, and the questionnaire tool was used to collect data on the field study, which was distributed to the employees In the surveyed banks, the number of the sample size was (80) respondents, and for data analysis, the statistical program (spss v. 25) was relied on, and a group of One of the descriptive statistics measures (arithmetic mean, standard deviation, coefficient of variation, relative importance, answer level, simple correlation coefficient, simple regression). Several results were reached through the research, the most important of which was that there is a positive correlation between the dimensions of cognitive competence and the organization's reputation variable in each of the dimensions (information technology and decision-making as well as creative thinking), as this correlation is significant, and this is evidence of the importance of cognitive ability. And his role in the private banks in the holy province of Karbala and his ability to achieve the reputation of the good organization of these banks, the research sample. The research came out with a set of recommendations, the most important of which was the need for the departments of private banks in the province of Karbala to employ the dimensions of cognitive ability represented by (information technology, decision-making and creative thinking) in all its banking activities and operations; Because it contributes significantly to increasing work motives and realizing more opportunities, as well as enhancing the organization's reputation .and value by competing organizations

Keywords: cognitive ability, reputation of the organization

The Republic of Iraq

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Karbala University / College of Administration and
Economics

Department of Business Administration / Postgraduate
Studies

Higher Diploma/Project Management



**cognitive ability and its role in enhancing the reputation of the
organization**

**An analytical survey of the opinions of a sample of employees in
private banks in the holy governorate of Karbala**

**A research submitted to the Board of the College of Administration
and Economics at the University of Karbala, which is part of the
requirements for obtaining a higher diploma in project management**

From before

Zahraa Hussein Kazem Khirbat

Supervised by

Prof . Dr

Omaima Hamid Al-Adly

1443 AH

2022 AD