

دور الجدية في العمل في دعم سمعة المنظمة بالتطبيق على البنوك الحكومية و البنوك الاستثمارية

د/ زكى محمود زكى صقر

أستاذ إدارة الأعمال المساعد - كلية التجارة - جامعة الزقازيق

مقدمة البحث:

تمثل الجدية في العمل جوانب سلوكية للعاملين تعكس الأداء الإيجابي للمهام الوظيفية داخل المنظمة، وتتبعك طبيعة هذا التوجه على تحقيق أهداف المنظمة ومن ثم دعم سمعة المنظمة (Jade Garcia-Sanchez, 2014; et.al., 2015). وحيث أن منظمات الأعمال اليوم تمتلك العديد من الأصول، سواء الملموسة أو غير الملموسة والتي تفرض عليها إدارتها بكفاءة وفعالية. فإن سمعة المنظمة تعد من الأصول الغير ملموسة (Musteen, Martina ; et.al., (2013) والتي يساهم إدارتها وتنميتها بنجاح في تحقيق العديد من المزايا للمنظمات مثل تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، ورفع قيمة المنظمة، وكذلك رفع مستوى أداء العمل بالمنظمة. ومن ثم أصبح من الضرورة دراسة والاهتمام بسمعة المنظمة عند وضع الاستراتيجيات الإدارية للمنظمة، مع تحديد الجوانب المؤثرة عليها. فسمعة المنظمة عبارة عن أحكام جماعية ثابتة نسبياً ولفترات طويلة الأجل من عملاء المنظمة (أطراف داخلية وأطراف خارجية) متعلقة بنتائج سلسلة زمنية حققت مخرجات ذات قيمة لعملاء المنظمة، ومن ثم يراعي العاملون بالمنظمة الحفاظ على القيمة المحققة من المنظمة لعملائها والعمل على زيادتها وتعزيزها لدى العملاء الخارجيين بالجدية في العمل؛ فحتى تتمكن المنظمة من تحقيق سمعة خارجية جيدة (لدى العملاء الخارجيين) لا بد أن تتمتع بسمعة داخلية جيدة بين العاملين بها (العملاء الداخليين) جراهام داوولينج، 2003. في ضوء ذلك يهدف البحث إلى دراسة أثر الجدية في العمل على سمعة المنظمة، والوقوف على مدى أهمية الجدية في العمل في توفير بيئة مشجعة على العمل لتحقيق سمعة للمنظمة والتي تساهم بدورها في تحقيق أهداف المنظمة بكفاءة وفعالية.

موضوع البحث :

يعتبر تمتع الفرد بالجدية في العمل مهارة تتيح له الالتزام بتحقيق أهداف المنظمة بكفاءة وفعالية، ومن ثم تفيد الفرد في ارتفاع قدرته على الاحتفاظ بوظيفته. كما يتميز الجادين في العمل بأن لديهم قدرة على التعامل بفاعلية مع ضغوط العمل وإدارة مشاعرهم بما يحقق علاقة إيجابية مع المرؤسين والرؤساء في العمل . وتشير الجدية في العمل إلى سلوك شخصي يلتزم به الشخص داخل المنظمة دون ضغط من أحد ، ويتكون من ثلاثة أبعاد هي الالتزام والتحكم والتحدى .

أما سمعة المنظمة فقد أصبحت من الأهداف الأساسية التي تسعى إلى تكوينها بشكل إيجابي المنظمات لدى عملائها ؛ من خلال انجاز مستوى أداء يتفق وتوقعات واحتياجات العملاء.

وعلى ذلك فإن موضوع البحث يتلخص في دراسة مدى توافر أبعاد الجدية في العمل بالمنظمات جهة البحث، وكذلك أبعاد سمعة المنظمة بتلك المنظمات، ودراسة العلاقة بينهما في منظمات القطاع المصرفي الحكومي من ناحية ومنظمات القطاع المصرفي الاستثماري من ناحية أخرى.

أهمية البحث :

ترجع أهمية هذا البحث للعديد من الأسباب منها :

- دور الجدية في العمل في تحقيق أهداف المنظمة، من خلال قدرة الفرد على التحلي بالالتزام والتحكم والتحدى.
- دور سمعة المنظمة في دعم كل من ثقافة المنظمة ، والمسئولية الإجتماعية ، وجودة المنتج ، والابداع ، والجاذبية، وبيئة مكان العمل ، والأداء المالي.
- ندرة الدراسات العربية والأجنبية - في حدود علم الباحث- التي تربط بين الجدية في العمل ودعم سمعة المنظمة. ومن ثم تمثل الدراسة الحالية إضافة للربط بين كل من الجدية في العمل كمتغير مستقل، والسمعة كمتغير تابع.

أهداف البحث :

يتمثل الهدف الأساسي لهذا البحث في التعرف على مدى تأثير توافر أبعاد الجدية في العمل على توافر أبعاد سمعة المنظمة بالقطاع المصرفي من خلال دراسة مقارنة بين البنوك الحكومية والبنوك الإستثمارية، ومن ثم يهدف البحث إلى تحقيق مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

- ١- تناول أبعاد الجدية في العمل من حيث المفهوم ، والأبعاد ، والوقوف على مدى توافر تلك العناصر بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية و الاستثمارية.
- ٢- تقديم إطار فكري لسمعة المنظمة يتناول مفهوم سمعة المنظمة وأبعادها، والوقوف على مدى توافر تلك الأبعاد بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية والاستثمارية.
- ٣- الوقوف على مدى تأثير الجدية في العمل بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية والاستثمارية في تحقيق الجدية في العمل في ذلك القطاع.

متغيرات وفروض البحث :

يتمثل المتغير المستقل في أبعاد الجدية في العمل (الالتزام التنظيمي ، السيطرة والتحكم ، التحدي والتغيير) ، والمتغير التابع في أبعاد سمعة المنظمة (الثقافة التنظيمية ، المسؤولية الإجتماعية ، جودة المنتج ، الإبداع، الجاذبية، بيئة مكان العمل ، الأداء المالي). وفي ضوء ذلك تم وضع مجموعة الفروض التالية:

الفرض الأول: " تختلف أبعاد الجدية في العمل بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية مقارنة بمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية" .

الفرض الثاني: "تختلف أبعاد سمعة المنظمة بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية مقارنة بمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية" .

الفرض الثالث: " وجود أثر ذو دلالة احصائية للجدية في العمل على سمعة المنظمة بكل من منظمات القطاع المصرفي الحكومية والمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية" .

أدوات قياس المتغيرات :

تم تحديد الأبعاد التي يتم قياسها على النحو التالي :

- أبعاد الجدية في العمل: (الالتزام التنظيمي ، السيطرة والتحكم ، التحدى والتغيير). وقام الباحث بتطوير مقياس أبعاد الجدية في العمل في ضوء الدراسات السابقة ، (Braklett, M.A. & Salovey, P. (٢٠٠٦); Day, A.L. & Carrol, S.A. (٢٠٠٤); Fer, S. (٢٠٠٤)).
- أبعاد سمعة المنظمة: (الثقافة التنظيمية ، المسؤولية الإجتماعية ، جودة المنتج ، الإبداع، الجاذبية ، بيئة مكان العمل ، الأداء المالي). وتم تطوير المقياس في ضوء الدراسات السابقة. (Asle M. et.al., ٢٠١٥; Maden, C. et.al., ٢٠١٢; Babić-Hodović, et.al., ٢٠١١; Bartikowski, Boris; et.al., ٢٠١١; Ewing, & Newton ٢٠١٠).

هذا وقد قام الباحث باختبار ثبات المقياس ، ويوضح الجدول رقم (١) ارتفاع معاملات الثبات لمحاور المتغيرات المستقلة والمتمثلة في الجدية في العمل ، وكذلك أبعاد المتغير التابع المتمثل في سمعة المنظمة باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١)

قياس درجة ثبات متغيرات البحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ

الأبعاد	درجة الثبات وفقاً لمقياس ألفا كرونباخ
١- الجدية في العمل	٠.٨١٢
٢- سمعة المنظمة	٠.٨٧٦

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي SPSS

مجتمع وعينة البحث :

يتمثل مجتمع البحث في المديرين بالمستويات الإدارية المختلفة - الإدارة العليا، الإدارة الوسطى، الإدارة الإشرافية- بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية والاستثمارية بمحافظة الشرقية . وقد تم اختيار عينة من مجتمع البحث باستخدام قانون العينة (٤٨- ٤٦، Bartlett& Higgins, C. ٢٠٠١، و يوضح الجدول رقم (٢) عينة البحث.

الجدول رقم (٢)

عينة البحث

عينة البحث	مجتمع البحث	البنوك
		أولاً: البنوك الحكومية*
٦٨	١٢١	البنك الأهلي المصري
٦٧	١١٩	بنك مصر
٤١	٧٢	بنك القاهرة
٣٢	٥٦	ثانياً: البنوك الاستثمارية**
٢٠٨	٣٦٨	الإجمالي

المصدر: اعداد الباحث في ضوء سجلات شئون العاملين للمنظمات مجتمع البحث ٢٠١٤.

الدراسة النظرية :

تضمنت الدراسة النظرية دراسة المفاهيم المختلفة للجدية في العمل من خلال تناول المفهوم والأبعاد، والجوانب المختلفة لسمعة المنظمة من خلال تقديم المفهوم و الأبعاد المكونة للسمعة.

*تضم البنوك الحكومية العاملة بمحافظة الشرقية بفروعها المختلفة.

**يضم البنوك الاستثمارية العاملة بمحافظة الشرقية بفروعها المختلفة ، وهي : كريدي أجريكول العاشر من رمضان، أبوظبي الإسلامي العاشر من رمضان، العاشر من رمضان NSGB، العربي الأفريقي العاشر من رمضان، بنك بلوم مصر العاشر من رمضان، فيصل الإسلامي العاشر من رمضان، أبوظبي الإسلامي الزقازيق، بنك CIB الزقازيق، بنك باركليز الزقازيق، بنك QNB الزقازيق.

أولاً: الجدية في العمل Hardiness :

الجدية في العمل (Hardiness) كما عرفها (Kobasa, 1996) هي مقياس لاتجاه الشخص لعمل علاقات مع نفسه ومع العالم الخارجى وانها القابلية لفهم الظروف المحيطة بالشخص . أما (Spencer & Claudia, 1992) فعرف الجدية في العمل بانها خاصية شخصية تتكون من التحكم والالتزام والتحدى ، وهذه الخصائص على صلة مع المكانة والاعتقادات الوظيفية (career beliefs) والدافعية والمرونة في العمل .

هذا وقد اتفقت الدراسات السابقة (Manning & Fusilier, 1999, et al. Brooks, 1999; Michael & Charles, 1989; 2009) على ثلاثة أبعاد للجدية في العمل، ويشار لها بالرمز 3Cs وهو مشتق من الحروف الأولى للأبعاد الثلاثة، وهى التحكم (control) ، والالتزام commitment ، والتحدى Challenge . ومن ثم فإن الجدية في العمل سلوك شخصى يلتزم به الشخص داخل المنظمة دون ضغط من أحد ، وتتكون من ثلاثة أبعاد هى الالتزام والتحكم والتحدى .

أبعاد الجدية في العمل :

من خلال العرض السابق لمفهوم الجدية ، هناك ثلاثة أبعاد تتكون منها الجدية وتمثل المجالات التي تظهر فيها الجدية، وهى الالتزام والتحكم والتحدى ، ويمكن توضيحها كما يلى :-

أ- الالتزام التنظيمي (Commitment) هو الدرجة التي يشعر من خلالها الفرد بقبوله للأهداف التنظيمية والرغبة بالبقاء والاستمرار في المنظمة الأمر الذي ينعكس على سلوكياته حيث يسعى لنجاح هذه المنظمة وبذل قصارى الجهد والالتزام لتحقيق ذلك (Harris, 2003; Joo & Shim, 2010; WeiBo et al. 2010; John, 2010.)

هذا وقد تعددت الدراسات التي تناولت أبعاد الالتزام التنظيمي ، وقد اتفقت الدراسات السابقة (Yeh , Ying-Pin, 2014; Meyer, J. P. et al., 2002; Meyer & Parfyonova, 2012; Steyrer et al., 2008; Meyer & Maltin 2010) على وجود ثلاثة أبعاد تشكل في مجموعها الالتزام

التنظيمي، وهى الالتزام العاطفي (AC) affective commitment والذي يقصد به تولد الإلتزام التنظيمي نتيجة رغبة داخلية لدى الفرد، والالتزام الاستمراري

continuanee commitment (CC) والذي يشير إلى ان الالتزام التنظيمي نتيجة حاجة الفرد للمنظمة، أما الإلتزام المعيارى(normative commitment(NC) فيشير إلى أن الإلتزام التنظيمي ناتج عن الزام أدبي من الفرد نحو الآخرين وشعور الفرد بأن بقائه بالمنظمة واجب.

ب - التحكم والسيطرة (control) يشير هذا البعد إلى توافر قدرة الفرد على الاداء والقدرة على التأثير (Asle et.al., ٢٠١٥)، ومن خلال هذا البعد يستطيع الموظف أن يكون فعالاً ويتغلب على الاوضاع الضاغطة عليه فى الحياة اليومية.

ج- التحدى challenge هو القدرة على رؤية كل الاوضاع والحالات على أنها أشياء ايجابية وترتبط بالنتائج الناجحة (Taheria et.al.,٢٠١٤) ويرى (Galliet AL .١٩٩٤) بأن التحدى يتضمن التعامل مع الاحداث الضاغطة كفرص ايجابية وليست على أنها تهديد لمكانة شخص ما .

ويمكن تقسيم الجدية إلى مستويات ثلاثة عالية ومتوسطة ومنخفضة sinha& singh ٢٠٠٩ ,

ثانياً: سمعة المنظمة Organization Reputation :

أصبح تكوين السمعة الايجابية هدفاً أساسياً تسعى إلى تحقيقه كل المنظمات من خلال انجاز مستوى أداء يتفق واحتياجات العملاء.

وقد عرف كل من Bartikowski, Boris et.al.,(٢٠١١) السمعة بأنها عبارة عن التراكم الزمنى لنتائج حقيقتها المنظمة فى البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمنظمة، بالشكل الذي يحقق الولاء لعملاء المنظمة. ويعرفها كل من Ewing & Newton (٢٠١٠) بأنها عبارة عن أصول غير ملموسة للمنظمات تساهم فى تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة بدعم من الاجراءات واللوائح الحكومية المنظمة للعمل. ويعرف كل من Dijkmans,Corné et.al.,(٢٠١٥) السمعة بأنها أصل غير ملموس يتطلب إدارته وجود قنوات اتصالات فعالة مع العملاء ، وتعد مواقع التواصل الإجتماعي أفضل قنوات الإتصال لتكوين سمعة متميزة للمنظمة لدى عملائها. ويتفق معهم فى الرأى كل من Floreddu,Paola et.al., (٢٠١٥)

وأضاف كل من (Olmedo - Cifuentes & Martínez - León ٢٠١٤) أن سمعة المنظمة عبارة عن تخمينات في أذهان عملاء المنظمة متعلقة بصورة المنظمة ومستوى أدائها فيما تقدمه من منتجات . أما كل من Foroudi, Pantea (٢٠١٤), et.al. فقد أضافا أن سمعة المنظمة تمثل مجموعة من الأحكام المترابطة عبر فترة زمنية من قبل المنظمات المنافسة ، وتتعلق تلك الأحكام بالأعمال الجوهرية للمنظمة.

ومن ثم فإن سمعة المنظمة تعد نتيجة للصورة الذهنية للمنظمة. ويعرف قاموس ويبستر في طبعته الثالثة معنى الصورة الذهنية بأنه : " مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين أو نظام ما أو فلسفة أو قومية ما أو مؤسسة معينة أو أي شيء آخر " .

ومن ثم فإن الصورة الذهنية تتكون لدى عملائها وفقاً للعملية المعرفية، و التي تمر بمراحل العمليات المعرفية وتخضع لمتغيرات وعوامل مختلفة . كما أن عملية تكوين الصورة الذهنية تعد عملية نفسية ذات أبعاد شعورية إلى جانب أبعادها المعرفية. وأن هذه العملية نسبية : ليست لها خصائص ثابتة، تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين.

وتتكون هذه العملية من ثلاث مكونات، هي المكون الإدراكي المعلوماتي، والمكون العاطفي، والمكون السلوكي. وتعمل هذه المكونات الثلاثة للصورة في إطار مجتمعي معين (٢٠١٤، Olmedo-Cifuentes & Martínez; Ali, Raza et.al., ٢٠١٥) في ضوء ما سبق يمكن تعريف سمعة المنظمة بأنها عبارة عن أصول غير ملموسة تتكون من مجموعة أحكام جماعية ثابتة نسبياً و لفترات طويلة الأجل من عملاء المنظمة (أطراف داخلية و أطراف خارجية) متعلقة بنتائج سلسلة زمنية حققت مخرجات ذات قيمة لعملاء المنظمة.

ومن ثم تتسم سمعة المنظمة بمجموعة خصائص تتمثل في أنها عملية معرفية ، ونفسية ، وعملية إدراك (مكون معلوماتي، مكون عاطفي، مكون سلوكي) ، وكذلك عملية نسبية تتأثر بثقافة الفرد والمجتمع.

وتظهر أهمية الإهتمام بتكوين سمعة ايجابية في المنظمة نتيجة تأثر الأطراف المتعاملة مع المنظمة مثل العملاء والموردين باتجاه سمعة المنظمة وما إذا كان ايجابي أم سلبي (شوقي سليم حماد، ٢٠٠٩)، فكلما كان رأي هؤلاء الأطراف إيجابياً حول سمعة المنظمة حرص أطراف التعامل على استمرار العلاقة وتدعيمها والقضاء على السلبيات التي تعوق استمرارها ونموها ، أما إذا حدث العكس ، فإن هذه الأطراف تحاول أن تحقق أكبر استفادة في علاقتها مع المنظمة باعتبار أن كل معاملة معها قد تكون المعاملة الأخيرة ويمثل الوضع الأخير نقطة ضعف خطيرة بالنسبة للمنظمة وقد يؤثر ذلك سلبياً على المنظمة حيث تتعدم الثقة فيها في الأسواق، فلا تستطيع الحصول على تمويل لاحتياجاتها ، ولا تستطيع ضمان توريد بضائع في أوقات الأزمات ويصبح من السهل تحول العملاء إلى شركات منافسة حيث لا يوجد ولاء لها (Park, ٢٠١٤; Wang, ٢٠١٤; Tischer & Hildebrandt ٢٠١٤) et.al., ٢٠١٤)

أبعاد سمعة المنظمة :

تعددت الدراسات التي تناولت الأبعاد المكونة لسمعة المنظمة، فقد تناول (٢٠١٠) Tanlamai أن مكونات سمعة المنظمة تتمثل في الثقة ، والمصداقية ، و الجدارة بالثقة ، والمسئولية . ويترتب على توافر هذه المكونات أداء أكثر فعالية وتقليل فشل المنتج ، وتقليل المنافسة السعرية؛ ومن ثم تميز الأداء المالي للمنظمة. وأضاف كل من (Pursey et.al., ٢٠٠٤), Heugens أربعة أبعاد لسمعة المنظمة تتمثل في الحوار، والدفاع، والصمت التنظيمي، واتصال الأزمة. حيث يقصد بالحوار بناء علاقات تعاونية على أساس الثقة مع مجموعة متنوعة من أصحاب المصالح. أما الدفاع فيشير إلى اقناع الجمهور الخارجي بموقع المنظمة وغيرها من المجالات التي تخص المنظمة وعمالها. أما الصمت التنظيمي يعتمد عليه المدير لإبعاد اسم المنظمة عن النقاش العام قدر المستطاع. ويشير اتصال الأزمة إلى السماح للمديرين بتبادل المعلومات الهادفة مع المهتمين بالمنظمة من الخارج اثناء تعرض سمعة المنظمة للتهديد .

وقد اتفق كل من (Dijkmans, Corné et.al., ٢٠١٥), Floredu, Paola و (Barbara ٢٠١٤) و Kim (٢٠١٤) على أن بعد طبيعة عملية الاتصالات يدعم

سمعة المنظمة، مع التركيز على دور مواقع التواصل الإجتماعي في دعم سمعة المنظمة داخل و خارج المنظمة.

وأضاف كل من (Saeidi, Sayedeh Parastoo et.al., ٢٠١٥)، دور رؤية الإدارة العليا و طبيعة قيادة المنظمة وكذلك الأداء المالي في دعم سمعة المنظمة ، وقد أكد كل من (Olmedo-Cifuentes & Martinez ٢٠١٤) على تأثير نمط الإدارة عل رؤية العاملين لسمعة المنظمة، وأن نمط الإدارة بالمشاركة يدعم سمعة المنظمة مقارنة بالنمط التنافسي.

أما (Foroudi et.al., ٢٠١٤) فحددوا تأثير شعار المنظمة Corporate Logo كمدعم لسمعة المنظمة بما يشتمل عليه من اسم المنظمة، وشكل التصميم والألوان والخطوط المستخدمة. وأضاف كل من (Ticher & Hildebrandt ٢٠١٤) أن سمعة المنظمة تؤثر على الأداء المالي للمنظمة من خلال تأثيرها على قيمة الأسهم للمساهمين فكلما حصلت المنظمة على ترتيب متقدم في السمعة بين المنافسين ارتفعت قيمة الأسهم.

وأكد كل من (Saeidi, Sayedeh Parastoo et.al., ٢٠١٥; Ruiz, Belén ٢٠١٥; Bogaerd & Aerts ٢٠١٤; et.al., ٢٠١٤) أن الأداء المالي للمنظمة يرتفع بارتفاع ترتيب سمعة المنظمة بين المنظمات المنافسة نتيجة لتحقيق المنظمة ميزة تنافسية وتحصولها على رضا العملاء ومن ثم ارتفاع أدائها المالي. كما أوضح (Wang, ٢٠١٤) وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين ارتفاع ترتيب سمعة المنظمة وتحقيقها ميزة تنافسية في السوق.

أما (Park, Jongchul et.ubrm `al., ٢٠١٤) فذكروا أن سمعة المنظمة تتأثر بكل من ثقة العميل والمسئولية الإجتماعية للمنظمة. وأضاف كل من (Öncer, Ayla Zehra; & Yıldız, Müge Leyla ٢٠١٢) التماثل التنظيمي، والذي يقصد به ادراك الفرد بالتوحد مع المنظمة او الانتماء إليها ، حيث يعرف الفرد نفسه من خلال المنظمة التي يعمل فيها.

أما (Park, Jongchul et.al., ٢٠١٤)، فذكروا أن سمعة المنظمة تتأثر بكل من ثقة العميل والمسئولية الإجتماعية للمنظمة. وأضاف كل من (Öncer, Ayla Zehra; & Yıldız, Müge Leyla ٢٠١٢) أن التماثل التنظيمي، والذي يقصد به ادراك الفرد بالتوحد مع المنظمة او الانتماء إليها ، حيث يعرف الفرد نفسه من خلال المنظمة التي يعمل فيها.

كما يشير التماثل التنظيمي إلى شعور الفرد بالتوحد مع أهداف وقيم المنظمة التي يعمل فيها ، وشعوره بالاندماج والولاء والالتزام نحوها ، والرغبة في الانتماء والعضوية بها.

في ضوء ما سبق وغيرها من الدراسات السابقة (Dijkmans, Corné et.al., ٢٠١٥، Ali, Raza et.al., ٢٠١٥) يمكن بلورة أبعاد دعم سمعة المنظمة في النقاط التالية:

- (١) الثقافة التنظيمية (قيم المنظمة- تكافؤ السلطة و المسئولية- دعم الإبداع وفرق العمل والجودة- مشاركة العاملين- نظم عادلة للترقية والحوافز- قيادة متميزة- رؤية واضحة- الاستفادة من الفرص التسويقية). (Sandberg, J., ٢٠١٢; Olmedo-Cifuentes & Martínez-León, ٢٠١٤)
- (٢) المسئولية الإجتماعية (الاهتمام بالبيئة- المشاركة المجتمعية- تنمية المجتمع- معاملة العملاء بشكل جيد- دعم ايجابي للقضايا المجتمعية). (Maden, C. et.al., ٢٠١٢; Park, Jongchul et.al., ٢٠١٤)
- (٣) جودة المنتج (التحسين المستمر للجودة-الاهتمام بمظهر المنظمة-رعاية البحوث والتطوير- الجدارة التنظيمية- جودة مرتفعة للسلع والخدمات- الإبداع). (Babić-Hodović, ٢٠١١)
- (٤) الإبداع (توفير مناخ مناسب للإبداع-وجود فرص تطوير المستقبل الوظيفي للعاملين المتميزين- تعقب مجالات الإبداع والمبدعين محلياً وعالمياً). (Andriopoulos, ٢٠٠١; MacKay & McKiernan, ٢٠١٠)
- (٥) الجاذبية (جذب العاملين الموهوبين من خلال: الحرص على تعيين الموهوبين- تجنب تسرب العاملين المبدعين و المتميزين- توفير بيئة محفزة وداعمة للموهوبين- استثمار الطاقات الفكرية للموهوبين بإدارة حلقات فكرية بالمنظمة)

- ٢٠١٢ , Öncer & Yildiz , Babić-Hodović et.al., ٢٠١١; ، جذب العملاء من خلال: ثقة العملاء بالمنظمة- الشعور الايجابي بالمنظمة- الاعجاب بالمنظمة و احترامها ٢٠١٤ (Tischer & Hildebrandt).
- ٦) بيئة مكان العمل (إدارة جيدة- مكان عمل جذاب - وجود موظفين موهوبين).
Ewing, Michael T et.al., ٢٠١٠.
- ٧) الأداء المالي (الاستثمار في مجالات منخفض المخاطرة- التفوق على المنافسين- تحقق ربحية Saeidi ٢٠١١; Alniacik, Umit et.al. ٢٠١٥; Sayedeh Parastoo, ٢٠١٥).

الدراسة الميدانية:

تتضمن الدراسة الميدانية اختبار فروض البحث في ضوء التحليل الاحصائي للبيانات ووضع مجموعة من النتائج والتوصيات .

اختبار فروض البحث :

يعرض الباحث فيما يلي نتائج التحليل الإحصائي واختبار مدى صحة فروض البحث، وذلك على النحو التالي :

اختبار صحة الفرض الأول:

لدراسة مدى توافر أبعاد الجدية في العمل في المنظمة محل البحث، فقد تم صياغة الفرض الأول والذي ينص على أنه " تختلف أبعاد الجدية في العمل في بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية مقارنة بمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية" ويوضح الجدول رقم (٣) مدى توافر أبعاد الجدية في العمل بالبنوك الحكومية والاستثمارية.

الجدول رقم (٣) مدي توافر أبعاد الجدية في العمل بالبنوك الحكومية والاستثمارية

Sig.	F	البنوك الاستثمارية		البنوك الحكومية		العبارات	٢
		الاجرائى	المتوسط	الاجرائى	المتوسط		
الجدية في العمل							
أولاً: الإلتزام التنظيمى							
٠.٩٦١	٠.٠٠٢	٠.٨٣٠	٤	٠.٨٢٣	٤	تتوافق فئى الناتية مع القيم السائدة فى الشركة.	١
٠.٩٨٩	٠.٠٠	٠.٨٣٥	٤.٠١	٠.٨١٨	٤.٠١	اشعر بأن أهداف الخاصة تتوافق مع أهداف الشركة.	٢
٠.٩٢١	٠.٠١	٠.٨٣٦	٣.٩٨	٠.٨١٣	٣.٩٩	ترطنى بعملى رابطة أديبة تجعلنى أمسك به.	٣
٠.٨٨٣	٠.٠٢	٠.٨٥٠	٣.٩٦	٠.٨٢٣	٤	يوجد فضل لشركتى فى بناء حياتى الوظيفية.	٤
٠.٩٦١	٠.٠٠١	٠.٨٣١	٤	٠.٨٢٤	٤.٠٢	التزامى الاخلاقى نحو زملائى يدفعنى للبقاء فى الشركة	٥
٠.٩٩	٠.٠٠	٠.٨٣٥	٤.٠١	٠.٨١٨	٤.٠١	افضل الاستمرار بالشركة مما كانت المفريات الخارجية.	٦
٠.٥١٩	٠.٤١٨	٠.٨٠٣	٤.١	٠.٨٢٤	٤.٠٣	مستعد للاستمرار فى عملى الحالى حتى بلوغ سن التعاقد	٧
٠.٥٥٦	٠.٣٤٨	٠.٨٠٢	٤.٣٣	٠.٨٣٣	٤.٢٤	اشعر بانى جزء من اسرة تتكون منها الشركة	٨
			٤.٠٣		٤.٠٤	المتوسط	
ثانياً: السيطرة والتحكم							
٠.٧٥٧	٠.٠٩٦	٠.٩٢٤	٤.٢	٠.٩٠١	٤.١٥	أحد طرق علاج المشكلات هو عدم اهلهاها .	٩
٠.٧٦٨	٠.٠٨٧	٠.٦٦٤	٤.٢٣	٠.٦٩٢	٤.١٦	افضل عمل الاشياء التى تكون جادة	١٠
٠.٦٨٣	٠.١٦٨	٠.٧٧٣	٣.٧٦	٠.٨٠٢	٣.٨٤	معظم الوقت اعرف حقيقة افكارى .	١١
٠.٦٢٤	٠.١٢٥	٠.٨١٧	٣.٧٧	٠.٨٠٥	٣.٨٣	الممارسات غير الواقعية لا تثير اهتمامى .	١٢
٠.٨٣٩	٠.٠٤١	٠.٨٠٥	٣.٨	٠.٨٠٤	٣.٨٠	لا اعطى فرصة لأحد لاينبئى فى العمل.	١٣
٠.٨٤٥	٠.٠٣٨	٠.٨٢٧	٤.٢٦	٠.٨٣٣	٤.٢٤	احاسب نفسى اذا قصرت فى عمل الادارى .	١٤
			٤		٤.٠١	المتوسط	
ثالثاً: التحدى							
٠.٧٩٩	٠.٠٦٥	٠.٧٦١	٤.٢	٠.٨٠٦	٤.١٦	جاهر للاستمرار بالعمل الذى توقفت عنده .	١٥
٠.٨٧٩	٠.٠٢٣	٠.٧٧٦	٤.١٣	٠.٨٠٥	٤.١٨	ارعى التنوع فى أنشطة عملى فى الادارة .	١٦
٠.٥٥٣	٠.٣٥٣	٠.٨٤٤	٣.٩	٠.٨١٨	٤.٠١	لدى خطط لمواجهة المشكلات المستقبلية .	١٧
٠.٩٦١	٠.٠٠٢	٠.٨٣٠	٤	٠.٨٢٣	٤	أى تغيير فى برنامجى اليومى لا يؤثر على أدائى	١٨
٠.٨٩٩	٠.٠١٦	٠.٩٥٩	٤.١	٠.٩٦١	٤.٠٩	استطيع تغيير ما سوف يحدث غدا بما افعله اليوم	١٩
٠.٤٦٨	٠.٢١٠	٠.٧٧٣	٤.٢٣	٠.٨٠٥	٤.١٧	لا اجد صعوبة فى التفاعل فى عملى الادارى .	٢٠
٠.٦١٤	٠.٢٥٦	٠.٦٩٨	٤.١٦	٠.٧٢٧	٤.٢٥	استطيع تحقيق طموحاتى من خلال عملى الادارى .	٢١
			٤.٧٨		٤.٨٢	المتوسط	
			٤.٢٧		٤.٢٩	المتوسط العام	

المصدر: اعداد الباحث فى ضوء نتائج التحليل الاحصائى باستخدام برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم (٣) توافر أبعاد الجدية في العمل في كل من البنوك الحكومية و البنوك الاستثمارية بدرجة كبيرة بالنسبة لكل الالتزام التنظيمي بنسب ٤.٠٤ ، ٤.٠٣ على الترتيب، والتحدي بنسب ٤.٨٢ ، ٤.٧٨ على الترتيب، على الترتيب ، أما السيطرة و التحكم فمتوافر حيث حصلت البنوك الحكومية على متوسط ٤.٠١ و البنوك الاستثمارية على متوسط ٤ . كذلك يتضح من الجدول عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمدى توافر أبعاد الجدية في العمل في البنوك الحكومية مقارنة بالبنوك الإستثمارية. حيث تتوافر تلك الأبعاد بقدر متقارب في البنوك بالرغم من اختلاف تبعية الملكية. ويفسر الباحث ذلك بأن البنوك بشكل عام يسودها مناخ من الجدية بين العاملين ، بالشكل الذي يحقق الدقة والمصادقية في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. في ضوء ما سبق تم قبول الفرض الأول.

اختبار صحة الفرض الثاني

لدراسة مدى توافر أبعاد سمعة المنظمة في المنظمة محل البحث، فقد تم صياغة الفرض الثاني والذي ينص على أنه " الفرض الثاني: "تختلف أبعاد سمعة المنظمة في بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية مقارنة بمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية" . ويوضح الجدول رقم (٤) مدى توافر أبعاد سمعة المنظمة في البنوك الحكومية و البنوك الإستثمارية.

يتضح من الجدول رقم (٤) توافر أبعاد سمعة المنظمة في المنظمات محل البحث بدرجة كبيرة بالنسبة لأبعاد سمعة المنظمة و المتمثلة في الثقافة التنظيمية بنسب ٣.٩٢ ، ٣.٨٧ ، المسئولية الإجتماعية بنسب ٣.٩٦ ، ٣.٩٢ ، الجاذبية بنسب ٣.٩٢ ، ٣.٧٥ ، بيئة مكان العمل بنسب ٤.٠٤ ، ٣.٨٨ ، الأداء المالي بنسب ٣.٧٨ ، ٣.٦٧ في كل من البنوك الحكومية و الاستثمارية على الترتيب. أما بعدى جودة المنتج والابداع فقد توافرا بدرجة متوسطة بنسب ٣.٢٧ ، ٣.١٨ ، ٣.٣٨ ، ٣.٢٤ في كل من البنوك الحكومية و الاستثمارية على الترتيب.

الجدول رقم (٤)

مدي توافر أبعاد سمعة المنظمة في البنوك الحكومية و البنوك الإستثمارية

Sig	ت. نسبة	البنوك الاستثمارية		البنوك الحكومية		العبارات	٢	
		المتاري	المتاري	المتاري	المتاري			
		الثقافة التنظيمية						أولاً
١	٠.٠٠	٠.٨٣٠	٤	٠.٨١٩	٤	تمتلك المنظمة قيم خاصة تميزها عن المنظمات الأخرى.	١	
٠.٧٣٨	٠.١١٢	٠.٧٦١	٤.٢	٠.٧٢٤	٤.٢٥	تناسب الصلاحيات الممنوحة للمسؤولين مع حجم مسؤولياتهم .	٢	
٠.٩٨	٠.٠٠	٠.٨٦١	٣.٥	٠.٨٦٩	٣.٥	تسعى المنظمة إلى بناء ثقافة قوية داعمة للعمل الجماعي.	٣	
٠.٧٣٢	٠.١١٨	٠.٩٧	٣.٤٣	٠.٩٦١	٣.٥١	يشارك العاملون في اجراءات التغييرات التنظيمية وفقاً لخبراتهم في العمل .	٤	
٠.٤٤٣	٠.٥٩٢	٠.٦٧٨	٤.٢٣	٠.٦٢٦	٤.٣٣	يتوافر لدى المنظمة رؤية واضحة تجاه المتعاملين معها.	٥	
			٣.٨٧		٣.٩٢	المتوسط		
		المسؤولية الإجتماعية						ثانياً
٠.٦٣٩	٠.٢٢١	٠.٧١٢	٤.١	٠.٩٦٠	٤.١٧	تشارك المنظمة في أنشطة تنمية المجتمع .	٦	
٠.٨٣٢	٠.٠٤٥	٠.٧٧٦	٣.٥٣	٠.٧٦٧	٣.٥	ترعى المنظمة مشروعات منظمات المجتمع المدني .	٧	
٠.٩٥	٠.١٩٦	٠.٦٩١	٣.٢٦	٠.٧٤٨	٣.٣٣	يوجد بالمنظمة وحدة متخصصة لمتابعة أنشطة تخدم المجتمع .	٨	
٠.٤٢١	٠.٦٥٢	٠.٥٤٦	٤.٣٣	٠.٤٩٥	٤.٤١	توفر المنظمة متطلبات السيطرة على تلوث البيئة .	٩	
٠.٨٦٩	٠.٠٢٧	٠.٤٩٨	٤.٤	٠.٤٩١	٤.٤٢	يوجد تفاعل ايجابي بين الموظفين وعملاء المنظمة	١٠	
			٣.٩٢		٣.٩٦	المتوسط		
		جودة المنتج						ثالثاً
٠.٩٩	٠.٠٠	٠.٥٣٠	٣.١٦٦	٠.٥٥٥	٣.١٧	يعد مظهر المنظمة أحد مؤشرات طبيعة المنتج المقدم.	١١	

دور الجدية في العمل في دعم سعة المنظمة بالتطبيق على البنوك الحكومية و البنوك الاستثمارية/ رضى محمود رضى صقر

Sig	المتغير	البنوك الاستثمارية		البنوك الحكومية		العبارات	رقم
		البنوك الاستثمارية	البنوك الاستثمارية	البنوك الحكومية	البنوك الحكومية		
٠.٦٨٨	٠.١٦٢	١.٠٢	٣.١٦٧	١.٠١	٣.٢٥	تساهم المنظمة دائما بأفكار جديدة لتحسين جودة المنتج.	١٢
٠.٣١٤	١.٠٢	٠.٨٣٠	٣	٠.٨٠٢	٣.١٧	توفر المنظمة متطلبات البحث العلمى لتطوير منتجها.	١٣
١	٠.٠٠	٠.٦٤٧	٣.٨٣	٠.٦٩٠	٣.٨٣	تميز منتج المنظمة بأرتفاع جودته.	١٤
٠.٢٥٢	١.٣٢	٠.٦٢٦	٢.٧٦	٠.٦٤٢	٢.٩٢	يوجد بالمنظمة قسم بحوث وتطوير	١٥
			٣.١٨		٣.٢٧	المتوسط	
الابتداع							أبدا
٠.٦٣٩	٠.٢٢	٠.٧١٢	٢.٩	٠.٦٩٠	٢.٨٣	تسعى المنظمة القسم إلى توفير مناخ يدفع العاملين إلى الابتداع .	١٦
٠.٠٧٣	٣.٢٦	٠.٨٤٤	٣.٩	٠.٦٩١	٤.١٧	تتناسب القواعد والتعليمات المطبقة في المنظمة مع طبيعة العمل.	١٧
٠.١٤٨	٢.١٢	١.١١	٣.١٦	١.١٢	٣.٥	يلقى التجديد والابتداع تشجيعا في المنظمة.	١٨
٠.٤٧٩	٠.٥٠٤	٠.٩٦١	٣.٠٦	٠.٦٩١	٣.١٦	تسهم المنظمة في تعقب الابتداع محليا ودوليا .	١٩
٠.٧٦٨	٠.٠٨٨	٠.٨٠٥	٣.٢	٠.٨٣٢	٣.٢٥	تشجع إدارة المنظمة العاملين على تقديم الأفكار الجديدة.	٢٠
			٣.٢٤		٣.٣٨	المتوسط	
المداينة							حاصبا
٠.٠٧٩	٣.١٣	٠.٩٣٧	٣.٥٣	٠.٨٠٢	٣.٨٣	تبذل المنظمة جهود ملحوظة لتعيين الافراد الموهوبين.	٢١
٠.٣٦٨	٠.٨١٥	٠.٧٧٦	٣.٨٦	٠.٧١٠	٤.٠١	تساهم المنظمة في تخفيض نسب تسرب الموهوبين بها .	٢٢
٠.٨١٩	٠.٠٥٣	٠.٧١٨	٣.٩٦	٠.٧١١	٤	تسعى المنظمة إلى توفير مناخ ابداعي .	٢٣
٠.٢٣٣	١.٤٣٥	٠.٦٧٤	٣.٦	٠.٥٩٧	٣.٧٥	تشجع المنظمة اقامة الحلقات النقاشية بين نخبتها المتقدمة لاستثمار طاقمهم الفكرية .	٢٤
٠.٤٢٥	٠.٦٤٠	١.٦٧٨	٣.٨٣	١.٠٠٤	٤.٠١	تتعقب المنظمة مجالات الابتداع في مجال عملها محليا و عالميا.	٢٥

دور الجدية في العمل في دعم سمعة المنظمة بالتطبيق على البنوك الحكومية و البنوك الاستثمارية/ زكى محمود زكى صقر

Sig	F الخطئية	البنوك الاستثمارية		البنوك الحكومية		العبارات	م	
		الاجراء الحاري	التوسط	الاجراء الحاري	التوسط			
			٣.٧٥		٣.٩٢	المتوسط		
		بيئة مكان العمل						سادساً
٠.٥٨٦	٠.٢٩٨	٠.٨٣٣	٤.١٦	٠.٧٢٤	٤.٢٥	تعمل إدارة المنظمة على كسب تأييد موظفيها.	٢٦	
٠.٢٥٦	١.٣	٠.٨٨٤	٣.٩	٠.٧٦٢	٤.٠٨	تعمل إدارة المنظمة على كسب ثقة موظفي المنظمة.	٢٧	
٠.٣٥٦	٠.٨٥٩	٠.٩٠٧	٣.٩٣	٠.٧٦٤	٤.٠٣	ترعى إدارة المنظمة الموظفين الموهوبين بتوفير احتياجاتهم.	٢٨	
٠.٣٨٠	٠.٧٧٥	٠.٨٦٠	٣.٨٦	٠.٧١٠	٤	تراعي إدارة المنظمة المساواة عند التعامل مع الموظفين على اختلاف مستوياتهم الإدارية.	٢٩	
٠.١١٤	٢.٥٢	٠.٨٩٧	٣.٥٦	٠.٨٠٢	٣.٨٣	يشعر العاملون بالراحة في مكان عملهم.	٣٠	
			٣.٨٨		٤.٠٤	المتوسط		
		الأداء المالي						سابعاً
٠.٦	٠.٢٧٦	٠.٨٣٣	٣.٨٣	٠.٧٦٢	٣.٩٢	تميز المنظمة بالتفوق على المنافسين	٣١	
٠.٢٥٤	١.٣١	٠.٨٦٨	٣.٧٣	٠.٧٦٣	٣.٩١	تحقق المنظمة ربحية مرتفعة	٣٢	
٠.٧٤١	٠.١١	٠.٧٩٤	٣.٧	٠.٧٢٤	٣.٧٥	تمتلك المنظمة سجل قوي يوضح كيفية تحقيق الأرباح.	٣٣	
٠.١٩٦	١.٦٨	٠.٧٧٦	٣.٤٦	٠.٧٤٨	٣.٦٦	تستطيع المنظمة توفير متطلبات العملاء بشكل مستمر	٣٤	
٠.٩٩	٠.٠٠	٠.٧٥٨	٣.٦٦	٠.٧٤٥	٣.٦٧	يمنح العملاء قيمة عالية للمنظمة لتوفيرها احتياجاتهم.	٣٥	
			٣.٦٧		٣.٧٨	المتوسط		
			٣.٦٤		٣.٧٥	المتوسط العام		

المصدر: اعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS

كذلك يتضح من الجدول عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بالنسبة لمدى توافر أبعاد سمعة المنظمة في كل من البنوك الحكومية و البنوك الاستثمارية. في ضوء ما سبق تم قبول الفرض الثاني.

اختبار صحة الفرض الثالث:

لإختبار أثر المتغيرات المستقلة على سمعة المنظمة وفقاً للمتغيرات التنظيمية والديموغرافية ، ولإختبار الفرض الثالث: " وجود أثر ذو دلالة احصائية للجدية في العمل على سمعة المنظمة بكل من منظمات القطاع المصرفي الحكومية و منظمات القطاع المصرفي الاستثمارية". يوضح الجدول التالي رقم (٥) أثر المتغيرات المستقلة والمتمثلة في أبعاد الجدية في العمل على سمعة المنظمة في ضوء المستويات الإدارية .

يتضح من الجدول رقم (٥) وجود علاقة ارتباط طردية بين المتغيرات المستقلة والمتمثلة في أبعاد الجدية في العمل ، والمتغير التابع والمتمثل في سمعة المنظمة، حيث كانت قيم معالم دالة الانحدار B's جميعها موجبة، بمعنى كلما زادت أبعاد الجدية في العمل بالمنظمة تزداد سمعة المنظمة لدى العاملين بالمنظمة ، وكذلك يتضح مدى قدرة أبعاد الجدية في العمل في دعم سمعة المنظمة، حيث بلغت القوة التفسيرية وهي قيمة معامل التحديد تتراوح بين ٠.٦١ إلى ٠.٧٨ $R^2 =$ وهذا يشير إلى أن المتغيرات المستقلة والمتمثلة في أبعاد الجدية في العمل تفسر من ٧٨% إلى ٠.٧٨ من التغيرات في سمعة المنظمة في البنوك الحكومية، كما أن المتغيرات المستقلة والمتمثلة في أبعاد الجدية في العمل تفسر ٦١% من التغيرات في سمعة المنظمة في البنوك الاستثمارية.

الجدول رقم (٥)

أثر الجدية في العمل على سمعة المنظمة

دلالة نموذج الانحدار Sig		معامل التحديد R ² %		دلالة معاملات الانحدار Sig		معاملات الإنحدار (Beta)		المتغيرات المستقلة
بنك الاستثمارية	بنك حكومية	بنك استثمارية	بنك حكومية	بنك استثمارية	بنك حكومية	بنك استثمارية	بنك حكومية	
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٦١,١	٧٨	٠,٠٢٩	٠,٠٠٠	٠,٣٠٢	٠,٣٩٨	الالتزام التنظيمي
				٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٣٨٢	٠,٣٥٥	السيطرة والتحكم
				٠,٠١٤	٠,٠٠٠	٠,٢٦٣	٠,٣٠٠	التحدي والتغيير

المصدر: اعداد الباحث في ضوء التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS

كما أن قيمة مستوى الدلالة Sig. أقل من ٠.٠٥ مما يعني وجود تأثير معنوي لأبعاد الجدية في العمل على سمعة المنظمة عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، مما يعني وجود اختلافات في تأثير أبعاد الجدية في العمل على سمعة المنظمة باختلاف تبعية ملكية المنظمة، حيث تتمتع البنوك الحكومية بدرجة أكبر من الجدية في العمل و كذلك سمعة متميزة في السوق المصرفي مقارنة بالبنوك الإستثمارية.

نتائج وتوصيات البحث :

نتائج البحث :

بعد قيام الباحث بعرض التحليل الإحصائي السابق لبيانات الدراسة الميدانية حول مدى تأثير الجدية في العمل على أبعاد سمعة المنظمة في القطاع المصرفي الحكومي و الإستثماري، يمكن عرض أهم النتائج على النحو التالي :

أ- النتائج العامة :

أظهر الجدول رقم (٣) أن درجة الجدية في العمل كبيرة لدى المديرين بالبنوك الحكومية والبنوك الاستثمارية في المجالات الثلاثة للجدية (الالتزام التنظيمي، والتحدي، والسيطرة والتحكم)، وأن ترتيب مجالات الجدية في العمل تماثل بين البنوك الحكومية والإستثمارية. وقد جاء مجال التحدي في المرتبة الأولى ، يليه على الترتيب مجالا لالتزام التنظيمي ، ثم مجال السيطرة والتحكم في المرتبة الثالثة. ويرى الباحث أن السبب في هذه النتيجة أن مديري البنوك - أياً كانت تبعية الملكية - يتمتعون بالكفاءة العالية ، والخبرة والمهنية؛ حيث يراعى عند اختيار مديري البنوك توافر مجموعة من المعايير الشخصية والمهنية ، وتعدّد معهم مقابلات شخصية وامتحانات في العمل الإداري، ودورات مختلفة قبل اختيارهم كمديرين، لذلك يتم اختيار المدير الأكثر كفاءة من حيث جديته فيعمل هو نجاحه في أدائه طوال سنوات العمل. لذلك فهذه نتيجة طبيعية أن يكون مديري البنوك الحكومية والإستثمارية على درجة عالية من الجدية.

ب- نتائج اختبار فروض البحث :

أسفر تحليل نتائج الدراسة الميدانية إلى ما يلي :

نتائج اختبار الفرض الأول: والذي ينص على أنه " تختلف أبعاد الجدية في العمل في بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية مقارنة بمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية". أسفرت نتائج التحليل الاحصائي عن توافر أبعاد الجدية في العمل في المنظمة محل البحث ، الالتزام التنظيمي، و السيطرة والتحكم، والتحدى والتغيير بدرجة كبيرة وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية في درجة توافر أبعاد الجدية في العمل باختلاف تبعية ملكية المنظمة من قطاع حكومي إلى استثمائي ، بما يؤدي إلى رفض هذا الفرض .

نتائج اختبار الفرض الثاني : والذي ينص على أنه " تختلف أبعاد سمعة المنظمة في بمنظمات القطاع المصرفي الحكومية مقارنة بمنظمات القطاع المصرفي الاستثمارية ". أسفرت نتائج التحليل الاحصائي عن توافر أبعاد سمعة المنظمة بدرجة كبيرة في المنظمات محل البحث. وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية في درجة توافر أبعاد الجدية في العمل باختلاف تبعية ملكية المنظمة من قطاع حكومي إلى استثمائي ، بما يؤدي إلى رفض هذا الفرض .

نتائج اختبار الفرض الثالث : والذي ينص على " وجود أثر ذو دلالة احصائية للجدية في العمل على سمعة المنظمة بكل من منظمات القطاع المصرفي الحكومية و منظمات القطاع المصرفي الاستثمارية". أسفرت نتائج التحليل الاحصائي وجود أثر ذات دلالة معنوية لأبعاد الجدية في العمل (الالتزام التنظيمي، و السيطرة والتحكم، والتحدى والتغيير) وأبعاد سمعة المنظمة(الثقافة التنظيمية ، المسؤولية الإجتماعية ، جودة المنتج ، الابداع، الجاذبية، بيئة مكان العمل ، الأداء المالي) باختلاف تبعية ملكية المنظمة، حيث أوضحت النتائج تأثير الجدية في العمل على سمعة البنوك الحكومية بدرجة أكبر من البنوك الإستثمارية بما يدعم ويؤكد قبول هذا الفرض.

توصيات البحث :

تتمثل توصيات البحث استناداً إلى النتائج السابقة فيما يلي :

(أ) توصيات خاصة بالجدية في العمل:

تحسين مناخ العمل بالمنظمات بالشكل الذي يدعم و يضمن توافر مجالات الجدية في العمل من خلال الآلية التالية:

- دعم الالتزام التنظيمي ، والذي يمثل ارتباط الموظف بالمنظمة، و تطابق أهدافه مع أهدافها. والتأكيد على تعزيز أبعاده، و المتمثلة في ثلاثة أبعاد مجتمعة هي الالتزام العاطفي(AC) و الالتزام الاستمراري(CC) ، و الإلتزام المعياري (NC).
- التأكيد على تعزيز و دعم قدرة العاملين على السيطرة و التحكم في سير عملهم من خلال تشجيعهم على الاهتمام بحل المشكلات بطرق مبتكرة، و التشجيع على الرقابة و المحاسبة الذاتية، و حسن استغلال وقت العمل في الأعمال الجادة.
- تشجيع روح التحدي لدى العاملين بالقطاع المصرفي من خلال تدريب و دعم قدرات العاملين بالقطاع المصرفي على الجاهزية للاستمرار في العمل الذي توقف عنده، التنوع في الأنشطة التي يتم ممارستها بالعمل، القدرة على العمل تحت ضغوط، تحقيق طموحات العاملين من خلال عملهم الحالي.

(ب) توصيات خاصة بسمعة المنظمة:

اعتماد إدارة المنظمة مجموعة برامج لدعم و تحسين سمعة المنظمة ، من خلال الآلية التالية:

- تقديم الإدارة العليا الرعاية اللازمة لتوفير ثقافة تنظيمية للمنظمة تميزها عن غيرها من المنظمات المنافسة، و منح العاملين صلاحيات تتناسب و حجم صلاحياتهم، و دعم فرق العمل ، و منح العاملين فرصة المشاركة في اجراء التغييرات التنظيمية وفقاً لخبراتهم، مع توافر رؤية واضحة لدى المنظمة تجاه عملاتها.
- قيام المنظمة بدورها في المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع و البيئة المحيطة بها.
- محافظة ودعم افدارة العليا لمؤشرات تحقيق الجودة، مثل مظهر المنظمة، و دعم البحث العلمي و التطوير بالمنظمة، و اعتماد أفكار مبتكرة لتطوير المنتج.

- أن توفر المنظمة للعاملين مناخ يحث على الابداع و التطوير، مع ملائمة قواعد وتعليمات العمل المعمول بها مع طبيعة العمل بالمنظمة.
- أن تحرص المنظمة على استقطاب الأفراد المتميزين الموهوبين للعمل لديها، وتوفير المناخ الملائم لطبيعتهم، و تحفيزهم لإستثمار طاقاتهم الفكرية.
- حرص إدارة المنظمة على توفير بيئة عمل مشجعة على العمل، قادرة على كسب ثقة عملائها من خلال توفير أسبا الراحة في العمل و تحقيق المساواة بين العاملين.
- الحرص على تفوق المنظمة على منافسيها من خلال تميز أدائها المالي، و بالتالي قدرتها على الوفاء باحتياجات العملاء بشكل مستمر في الوقت و المكان المناسب للعميل و الجودة المطلوبة.

(ج) أبحاث مستقبلية:

- أثر الجدية في العمل على التعلم التنظيمي: دراسة مقارنة .
- دور الجدية في العمل في الحد من الصراعات في بيئة العمل.
- أثر الأنماط القيادية المختلفة في تنمية الجدية في العمل بالتطبيق على الجامعات المصرية.
- دور القيادة التحولية في دعم سمعة المنظمة بالتطبيق على القطاع المصرفي.

المراجع

- ١- شوقي سليم حماد . برمجة العقل . دار اليازوري : عمان : ٢٠٠٩ . ص ٦٢-٦٥.
- ٢- جراهام داولينج . تكوين سمعة الشركة - الهوية و الصورة و الأداء. دار العبيكان . الرياض:٢٠٠٣ . ص ص٤٥ - ٤٩ .
- ٣- Alniacik,Umit ; Cigerim,Ersan ; Akcin, Kultigin ; & Bayram ,Orkun.(٢٠١١)."Independent and joint effects of perceived corporate reputation, affective commitment and job satisfaction on turnover intentions". **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume ٢٤, pp. ١١٧٧-١١٨٩.
- ٤- Andriopoulos,Constantine.(٢٠٠١),"Determinants of Organizational Creativity: A Literature Review". **Journal of Management Decision**, ٣٩, ١٠, pp.١٣-١٨.
- ٥- AsleM.Sandvik,AnitaL.Hansen,SigurdWilliamHystad,BjørnHelgeJohnsen,PaulT.Bartone.(٢٠١٥)."Psychopathy, anxiety, and resiliency Psychological hardiness as a mediator of the psychopathy anxiety relationship in a prison setting". **Article Personality and Individual Differences**, Volume٧٢, January, pp.٣٠-٣٤.
- ٦- Babić-Hodović, Vesna ; Mehić,Eldin ; & Arslanagić ,Maja . (٢٠١١)."Influence of Banks' Corporate Reputation on Organizational Buyers Perceived Value". **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume ٢٤, ٢٠١١, pp. ٣٥١-٣٦٠.
- ٧- Babić-Hodović,Vesna ; Mehić, Eldin ; & Arslanagić ,Maja Arslanagić. (٢٠١١). 'Influence of Banks' Corporate Reputation on Organizational Buyers Perceive Value". **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume ٢٤, ٢٠١١, pp. ٣٥١-٣٦٠.

- ٨- Bartikowski, Boris; Walsh, Gianfranco;& Beatty, Sharon E.(٢٠١١). "Culture and age as moderators in the corporate reputation and loyalty relationship". **Journal of Business Research**, Volume ٦٤, Issue ٩, September ٢٠١١, pp. ٩٦٦-٩٧٢.
- ٩- brooks,r.(٢٠٠٦). "Stressed out of stressed hardy".(Retrieved on ١٠th of jan,٢٠٠١) .www drrobertbrooks. Com/article.Cancer Patients. "**Social and Behavioral Sciences**. ١٥٩. pp. ٤٠٦- ٤٠٩
- ١٠- Dijkmans,Corné ; Kerkhof,Peter ; & Beukeboom , Camiel J. (٢٠١٥)."A stage to engage: Social media use and corporate reputation". **Tourism Management**, Volume ٤٧, April ٢٠١٥, pp. ٥٨-٦٧.
- ١١- Ewing, Lydia Windisch; Newton ,Fiona J. (٢٠١٠)."Corporate reputation in the People's Republic of China: A B٢B perspective". **Industrial Marketing Management**, Volume ٣٩, Issue ٥, July ٢٠١٠, Pages ٧٢٨-٧٣٦.
- ١٢- Floreddu, Paola Barbara; Cabiddu, Francesca; Evaristo, Roberto. (٢٠١٥)." Inside your social media ring: How to optimize online corporate reputation". **Business Horizons**, Volume ٥٧, Issue ٦, November-December ٢٠١٤, Pages ٧٣٧-٧٤٥.
- ١٣- Foroudi, Pantea; Melewar, T.C.; & Gupta, Suraksha. (٢٠١٤). "Linking corporate logo, corporate image, and reputation: An examination of consumer perceptions in the financial setting". **Journal of Business Research**, Volume ٦٧, Issue ١١, November ٢٠١٤, Pages ٢٢٦٩-٢٢٨١.

١٤- Harris , A. F. (٢٠٠٣) . "Towards cultural competence: An Exploratory Study of the Relationship between Racial Identity And contextual performance indicators of public Employees". **Unpublished dissertation**, North Carolina State University, Raleigh , North Carolina.

١٥- Heugens,Pursey P.M.A.R. &Van Riel, Cees B.M. & Van den Bosch, Frans A.J. (٢٠٠٤). "Reputation Management Capabilities as Decision Rules." *Journal of Management Studies*. Volume ٣٩, Issue ٥, July ٢٠٠٤, Pages ٧٢٨-٧٣٦.

١٦- John, D., (٢٠١٠),"Leadership style and organizational commitment: the moderating effect of Locus of control" . **ASBBS Annual Conference: Las Vegas**, Vol. ١٧, No. ١,pp. ٢٢٧-٢٩٠.

١٧- Joo, B.K. Shim, J.H, (٢٠١٠). "Psychological empowerment and organizational commitment: the moderating effect of organizational learning culture". **Human Resource Development International**. Vol . ١٣, No. ٤, p. ٤٢٥-٤٤١.

١٨- Kim,Yeonsoo. (٢٠١٤)." Strategic communication of corporate social responsibility (CSR): Effects of stated motives and corporate reputation on stakeholder responses". **Public Relations Review**, Volume ٤٠, Issue ٥, December ٢٠١٤, pp. ٨٣٨-٨٤٠.

١٩- Kobasa, m.c. (١٩٩٦) . "Relationship between Hardiness and psychological stress response". **Journal of performance studies** .pp. . ٣٥ -٤٠

٢٠- MacKay,Brad; & McKiernan,Peter.(٢٠١٠). "Creativity and dysfunction in strategic processing: The case of scenario planning". Vol.٤٢,No.٤,May ٢٠١٠,pp.٢٧١-٢٨١.from sciencedirect.com on ٢٦th Feb.٢٠١٤.

٢١- Maden,C. ;E. Arıkan, E.E. Telci, D. Kantur.(٢٠١٢). "Linking Corporate Social Responsibility to Corporate Reputation: A Study on Understanding Behavioral Consequences ". **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume ٥٨, ١٢ October ٢٠١٢, Pages ٦٥٥-٦٦٤.

٢٢- Manning m.r . (١٩٩٩). "The relationship between stress and health care use: an investigation of the buffering roles ".**Psychometric Research**.٤٧(ن٢). pp. ١٥٩ -١٧٣

٢٣- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herskovits, L., & Topolnytsky, L. (٢٠٠٢). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: a meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. **Journal of Vocational Behavior**, ٦١, ٢٠-٥٢.

٢٤- Meyer, J. P., Stanley, L. J., & Parfyonova, N. M. (٢٠١٢). Employee commitment in context: the nature and implication of commitment profiles. **Journal of Vocational Behavior**, ٨٠, ١-١٦.

٢٥- Meyer, J. P., Stanley, L. J., & Vandenberg, R. J. (٢٠١٢). 'A person-centered approach to the study of commitment'. **Human Resource Management Review Advance**. online publication

٢٦- Meyer, John P. ; Stanley, David J. ; Jackson,Timothy A. ; McInnis, Kate J. ; Maltin, Elyse R. ; and Sheppard , Leah. (٢٠١٢). "Affective, normative, and continuance commitment levels

across cultures: A meta-analysis". **Journal of Vocational Behavior**, Volume ٨٠, Issue ٢, April, pp. ٢٢٥-٢٤٥.

٢٧- Meyer, John P. and Parfyonova, Natalya M. (٢٠١٠). "Normative commitment in the workplace: A theoretical analysis and re-conceptualization". **Human Resource Management Review**, Volume ٢٠, Issue ٤, December, pp. ٢٨٣-٢٩٤.

٢٨- Michale s.& charles c. (١٩٨٩). "Dispositional optimism and physical well-being; the influence of generalized outcomes, experience on health special". **Journal of performance studies** ٥٥(ن٢).pp. ١٦٩- ٢١٠.

٢٩- Musteen, Martina ; Rhyne, Lawrence ;& Zheng ,Congcong.(٢٠١٣). Asset or constraint: Corporate reputation and MNCs' involvement in the least developed countries".**Journal of World Business**, Volume ٤٨, Issue ٣, July ٢٠١٣, pp. ٣٢١-٣٢٨.

٣٠- Olmedo-Cifuentes, Isabel & Martínez-León, Inocencia M. (٢٠١٤). "Influence of management style on employee views of corporate reputation." **Application to audit firmsBRQ Business Research Quarterly**, Volume ١٧, Issue ٤, October-December ٢٠١٤, pp. ٢٢٣-٢٤١.

٣١- Öncer ,Ayla Zehra; & Yıldız ,Müge Leyla. (٢٠١٢). The Impact of Ethical Climate on Relationship between Corporate Reputation and Organizational Identification". **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume ٥٨, ١٢ October ٢٠١٢, pp. ٧١٤-٧٢٣.

- ٣٢- Park, Jongchul ; Lee, Hanjoon ;& Kim Chankon. (٢٠١٤). "Corporate social responsibilities, consumer trust and corporate reputation: South Korean consumers' perspectives" **Journal of Business Research**, Volume ٦٧, Issue ٣, March ٢٠١٤, pp. ٢٩٥-٣٠٢.
- ٣٣- Podnar,Klement ; Tuškej,Urška ; & Golob ,Urša .(٢٠١٢)."Mapping semantic meaning of corporate reputation in global economic crisis context: A Slovenian study ".**Public Relations Review**, Volume ٣٨, Issue ٥, December ٢٠١٢, pp. ٩٠٦-٩١٥.
- ٣٤- Saeidi ,Sayedah Parastoo; Sofian,Saudah ; Saeidi, Parvaneh ; Saeidi, Sayyedah Parisa; & Saaeidi Seyyed Alireza.(٢٠١٥)." How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction". **Journal of Business Research**, Volume ٦٨, Issue ٢, February ٢٠١٥, pp. ٣٤١-٣٥٠.
- ٣٥- Sandberg, J. (٢٠١٢).**Corporate Ethics, Reputation Management**. Encyclopedia of Applied Ethics (Second Edition), ٢٠١٢, pp. ٦٢٩-٦٣٥.
- ٣٦- Spencer, n. & Claudia, s. (١٩٩٢)." mapping the network of career self – efficacy special section". **Journal of career development quarterly** .٤١ (n١); ١٣-٢١.
- ٣٧- Steyrer, Johannes; Schiffinger, Michael; and Lang, Reinhart. (٢٠٠٨). "Organizational commitment—A missing link between leadership behavior and organizational

performance?" **Scandinavian Journal of Management**, Volume ٢٤, Issue ٤, December ٢٠٠٨, Pages ٣٧٤.

٣٨- Tanalamai, Annope, (٢٠١٠). " Environmental Orientation, Green Management Practices and Reputation Advantage". **International Journal of Business Research**. Volume ٦٤, Issue ٩, September ٢٠١٠, Pages ٩٦٦-٩٧٢.

٣٩- Tischer, Sven; & Hildebrandt, Lutz .(٢٠١٤). " Linking corporate reputation and shareholder value using the publication of reputation rankings . **Journal of Business Research**, Volume ٦٧, Issue ٥, May ٢٠١٤, Pages ١٠٠٧-١٠١٧.

٤٠- WeiBo, Z., Kau S., & Jun,W., (٢٠١٠). "New development of organizational commitment: A critical review". (١٩٦٠-٢٠٠٩). **African Journal of Business Management**, Vol. ٤, No (١), pp. ١٢-٢٠.

٤١- Yeh , Ying-Pin. (٢٠١٤). " Exploring the impacts of employee advocacy on job satisfaction and organizational commitment: Case of Taiwanese airlines". **Journal of Air Transport Management**, Volume ٣٦, April ٢٠١٤, pp. ٩٤-١٠٠.

٤٢- Saeidi, Sayedeh Parastoo ; Sofian,Saudah ; Saeidi,Parvaneh ; Saeidi, Sayyedeh Parisa ;& Saaedi , Seyyed Alireza .(٢٠١٥). "How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction". **Journal of Business Research**, Volume ٦٨, Issue ٢, February ٢٠١٥, Pages ٣٤١-٣٥٠.

٤٣- Wang , Chao-Hung. (٢٠١٤). "How relational capital mediates the effect of corporate reputation on competitive

advantage: Evidence from Taiwan high-tech industry". **Technological Forecasting and Social Change**, Volume ٨٢, February ٢٠١٤, Pages ١٦٧-١٧٦.

٤٤- Ruiz, Belén ; Esteban,Águeda ; & Gutiérrez,Santiago .(٢٠١٤)."Determinants of reputation of leading Spanish financial institutions among their customers in a context of economic crisis".**BRQ Business Research Quarterly**, Volume ١٧, Issue ٤, October–December ٢٠١٤, Pages ٢٥٩–٢٧٨.

٤٥- Bogaerd, Machteld Van den &Aerts ,Walter .(٢٠١٥)."Does media reputation affect properties of accounts payable?".**European Management Journal**, Volume ٣٣, Issue ١, February ٢٠١٥, Pages ١٩–٢٩.

٤٦- Jade Salim, Ross Wadey, & Ceri Diss. (٢٠١٥)."Examining the relationship between hardiness and perceived stress-related growth in a sport injury context".**Psychology of Sport and Exercise**, Volume ١٩, July ٢٠١٥, Pages ١٠–١٧.

٤٧- Garcia-Sanchez , Marita. (٢٠١٤). "The Hardiness in People at Work as a Source of Corporate Communication for Image Building ". **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume ١٥٥, ٦ November ٢٠١٤, Pages ٤٨–٥٢.