

أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء : دراسة تطبيقية على شركة
هاف مليون

إعداد الطالب/ رزان صالح المرشود

إشراف/ د. أسماء أبو عنزة

العام الدراسي:

2024

Midocean University
College of Management
Department of project
management



**Impact of creative leadership on customer satisfaction:
applied study on Half Million**

Prepared by: razan Salish al marshood

Supervised by: Dr Asma Abu anzeh

Year:2024

فهرس المحتويات

أ	فهرس المحتويات
د	قائمة الجداول
هـ	فهرس الأشكال
هـ	مستخلص الدراسة:
2	الفصل الأول
2	الإطار العام للدراسة
2	مقدمة:
3	مشكلة الدراسة:
4	أهمية الدراسة:
4	أهداف الدراسة:
4	تساؤلات الدراسة:
5	فروض الدراسة:
7	الفصل الثاني
7	الدراسات السابقة والإطار النظري
7	مقدمة:
7	الدراسات السابقة:
14	التعليق على الدراسات السابقة:
15	أولاً: القيادة الابداعية
15	مفهوم القيادة الإبداعية:
15	عناصر القيادة الإبداعية
16	أهمية القيادة الإبداعية:
17	أنماط القادة المبدعين:
18	أبعاد القيادة الإبداعية:

19	المتطلبات الرئيسية للقيادة الإبداعية
20	العوامل المساعدة على تحقيق القيادة الإبداعية:
20	ثانيًا: رضا العملاء.....
20	مفهوم رضا العملاء:.....
21	أهمية رضا العملاء:.....
22	خصائص رضا العملاء.....
22	أبعاد رضا العملاء:.....
23	محددات رضا العملاء.....
24	الفصل الثالث
24	منهجية الدراسة.....
25	مقدمة:.....
25	المنهجية وطرق البحث:.....
25	منهج الدراسة:.....
25	مجتمع الدراسة:
25	أدوات الدراسة:.....
30	أساليب تحليل البيانات:.....
31	حدود الدراسة:
32	الفصل الرابع
32	النتائج والتوصيات
33	مقدمة:.....
33	تحليل البيانات:
42	نتائج الدراسة:
42	الإجابة على تساؤلات الدراسة:
48	التحقق من فروض الدراسة:.....
51	توصيات الدراسة:.....

53	المراجع.....
53	المراجع العربية.....
57	المراجع الأجنبية.....
58	الملاحق.....
59	الاستبانة.....
64	Abstract:.....

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
26	مفتاح التصحيح	1-3
27	معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية لاستبانة العملاء	2-3
28	معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية لاستبانة الموظفين	3-3
29	معاملات الفا كرونباخ لمحاور الدراسة	4-3
30	درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكرت الخماسي	5-3
33	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق المؤهل العلمي	1-4
34	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير الجنس	2-4
35	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير العمر	3-4
36	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير المهنة	4-4
37	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق النوع	5-4
38	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق متغير المؤهل العلمي	6-4
39	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق متغير المسمى الوظيفي	7-4
40	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق متغير سنوات الخبرة	8-4
42	المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد الاصاله للموظفين	9-4
43	المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد المرونة الذهنية للموظفين	10-4
44	المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد الطلاقة الفكرية للموظفين	11-4
45	مدي ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون	12-4
46	المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات استبانة العملاء	13-4
47	أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون	14-4
48	أثر الاصاله علي رضا عملاء شركة هاف مليون	15-4
49	أثر المرونة الذهنية علي رضا عملاء شركة هاف مليون	16-4
50	أثر الطلاقة الفكرية علي رضا عملاء شركة هاف مليون	17-4

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
34	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق المؤهل العلمي	1-4
35	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير الجنس	2-4
36	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير العمر	3-4
37	توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير المهنة	4-4
38	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق النوع	5-4
39	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق متغير المؤهل العلمي	6-4
40	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق متغير المسمى الوظيفي	7-4
41	توزيع أفراد الدِّراسة من الموظفين وفق متغير سنوات الخبرة	8-4

مستخلص الدراسة:

هدفت الدراسة الكشف عن أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء. ولتحقيق هذا الهدف اعتدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات، وتم تطبيقها على (50) عامل من العاملين بشركة هاف مليون. و(200) عميل من عملاء الشركة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون جاء بدرجة كبيرة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.89)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (1.31) وهذا يشير الى ارتفاع مستوى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون. وجاء رضا عملاء شركة هاف مليون بدرجة (كبيرة)، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.80)، بانحراف معياري بلغ (1.29)، وهذا يشير الى ارتفاع مستوى رضا عملاء شركة هاف مليون. كما أسفرت عن وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية لأبعاد القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون. وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للأصالة على رضا عملاء شركة هاف مليون. وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للمرونة الذهنية على رضا عملاء شركة هاف مليون. وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للابتكار للطلاقة الفكرية على رضا عملاء شركة هاف مليون

الكلمات المفتاحية: القيادة الإبداعية - رضا العملاء - هاف مليون.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة:

تعد القيادة من المحاور المهمة التي تركز عليها جميع الأنشطة في المؤسسات والمنظمات خاصة في هذا العصر الذي يتسم بالحدثة، وما يمكن أن نتوقعه في المستقبل من تحولات جذرية وتغيرات في شتى مناحي الحياة، ولم يكن بإمكان القيادة التقليدية القدرة على مواجهة تلك المتغيرات المتسارعة، مما استدعى التغيير في المجال القيادي في عصر التقدم العلمي والتقني الذي شعاره الإبداع، وعليه أصبح من الضروري ظهور قيادة إبداعية تتماشى مع المتغيرات وتتسم بالإبداع وتحفز الهمم وتدعم الابتكارات (الشيخي ومجلد، 2023).

فالقيادة الإبداعية من أهم عناصر الإدارة الاستراتيجية التي تساعد على تعزيز الإبداع الابتكاري في أي منظمة، والغرض منها هو ضمان الاستغلال الأمثل للكفاءات الاستراتيجية، بناء على الأهداف الاستراتيجية للمنظمة. فهي أساس التميز والموارد الأساسي للابتكار والإبداع، الذي يلعب الدور الأساسي في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وخاصة في ظل المنافسة الكبيرة بين المنظمات؛ لذا بدأت هذه المنظمات في إعادة التفكير في إجراءاتها وسياساتها لتحقيق جذب وتطوير الكفاءات بشكل أفضل، باعتبارهم القوة الاستراتيجية التي تعزز الإبداع الابتكاري (بن غالية، 2024).

كما تعد القيادة الإبداعية من أهم الانماط القيادية التي تعمل على تطوير منظمات الاعمال من خلال اعتمادها على نظم العمل المرنة والابتكار، فضلاً عما تتحلى به من قوة العزيمة والإصرار على الإنجاز وتحمل المسؤولية والزيادة في النضج الانفعالي والاستمرار في العمل للوصول إلى حلول مبتكرة جديدة للمشكلات التقليدية، مما يؤدي إلى تقوية وتدعيم مركزها التنافسي ويجعلها قادرة على مواجهة التحديات (العنزي، 2024).

وبالتالي تعد القيادة الإبداعية، عملية أساسية لعمل التنظيمات وخلق مناخ مشجع على الإبداع الإداري، بالتالي يتم تحقيق التميز المؤسسي، وتؤثر القيادة على الافراد من خلال تنمية قدراتهم، وتدعيم طرح الأفكار الإبداعية، مما ينعكس على مستوى أدائهم، وبالتالي رضا العملاء عن مستوى الخدمة المقدمة (الشيخي وكجلد، 2023). وخاصة وأن رضا العملاء أصبح اليوم من أهم المفاهيم الأساسية في مجال إدارة المشاريع، فهو أبرز مؤشرات نجاح المنظمات، والهدف الأساسي لها حيث تسعى المنظمات إلى كسب رضا العميل من خلال الاهتمام بحاجاته وتوقعاته استناداً إلى حقيقة أن

العملاء هم المصدر الرئيس للربح لمعظم الشركات في السوق (اسلام، 2023). لذا جاءت هذه الدراسة للكشف عن أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء من خلال دراسة تطبيقية على شركة هاف مليون.

مشكلة الدراسة:

تشهد معظم منظمات الأعمال على مختلف الأصعدة الوطنية والإقليمية والدولية وبخاصة خلال العقدين الأخيرين منافسة شديدة جاءت نتيجة التغيرات البيئية والمناخية والاقتصادية التي يشهدها العالم الأمر الذي فرض على تلك المنظمات ضرورة إعادة النظر في أنظمتها المختلفة وبخاصة الإدارية، مما دعاها إلى ضرورة تطبيق المفاهيم الإدارية الحديثة وعلى رأسها أنماط القيادة المتبعة فيها (العنزي، 2024). من أجل التوصل لكل جديد في سبيل تطوير كل من النظم والتنظيم والأفراد، وزيادة فعاليتها سعياً للخروج بإنجازات جديدة، إذ يبنى الإبداع الإداري على ما لدى القائد من قدرات ومهارات في طرح حلول للمشكلات التي تواجهه، إذ تترك القيادة الإبداعية أهمية التطوير والتغيير والقدرة المتميزة على تحقيق الأهداف والنتائج المحققة لرسالة المؤسسة، والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، والتغلب على التهديدات ونقاط الضعف بأساليب متطورة (صبري واريقات، 2024).

فالقيادة الإبداعية تعد من أهم أسباب النجاح في أي مؤسسة، ولن يعد من المنطقي مطالبة المرؤوسين من العاملين بالمؤسسة بالتفكير نحو اتجاهات متطورة في العمل في حين أن قادتهم يمارسون القيادة التقليدية ولا يملكون روح المخاطرة باتجاه التغيير فيجب على القائد أن يكون متجدد الفكر، ويعمل على غرس روح التنافس الإيجابي لدى مرؤوسيه، حتى يدفعهم إلى توليد أفكار جديدة مع تقديم يد العون نحو زيادة الابتكار والإبداع في تنفيذها (أحمد، 2024).

وقد أكدت عديد من الدراسات السابقة على فاعلية القيادة الإبداعية في تحقيق الكثير من المتغيرات، مثل دراسة إسماعيل (2023) ودراسة الشخي ومجلد. (2023). التي أكدت فاعلية القيادة الإبداعية في تحقيق التميز المؤسسي. ودراسة الهيتمي. (2023) التي أثبتت القيادة الإبداعية في دعم الابتكار الاستراتيجي. ودراسة الحوارة والمري. (2021) التي أشارت إلى دور القيادة الإبداعية في إدارة الأزمات. ودراسة نافع ومحمد. (2021). دراسة الترك والجوازنة. (2020). دراسة الصومالي وآخرون. (2020). التي أكدت على دور القيادة الإبداعية في رفع كفاءة أداء العاملين بالتطبيق على شركة النيل للبترول.

ومن العرض السابق يتبين فاعلية القيادة الإبداعية في تحقيق العديد من المتغيرات، ولكن - على حد علم الباحثة - لم تتناول أي دراسة دور القيادة الإبداعية مع رضا العملاء. وترى الباحثة أنه بما أن القيادة الإبداعية تؤثر على أداء العاملين، فإنها قد تساعد على تحقيق رضا العملاء. وهنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء من خلال التطبيق على شركة هاف مليون.

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

(1) ترجع أهمية الدراسة إلى اثراء البناء المعرفي وسد الفجوة المعرفية في مجال رضا العملاء والقيادة الإبداعية.

(2) إضافة مرجع حديث للمكتبات العربية عن القيادة الإبداعية ورضا العملاء.

(3) فتح المجال أمام الباحثين لتناول متغيرات الدراسة من جوانب مختلفة أخرى.

الأهمية العلمية:

(1) توجيه نظر أصحاب القرار في شركة هاف مليون نحو دور القيادة الإبداعية في تحقيق رضا العملاء.

(2) تقديم استبانة للباحثين لاستخدامها في قياس تأثير القيادة الإبداعية على رضا العملاء.

(3) تبصير المسؤولين بهاف مليون بواقع القيادة الإبداعية، لوضع البرامج التدريبية لتدريب قادتها على القيادة الإبداعية

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية لتحقيق الهدف الرئيس التالي:

الكشف عن أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء من وجهة نظر العاملين شركة هاف مليون، وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على مستوى القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون من وجهة نظر العاملين بها.

2. الكشف عن مستوى رضا العملاء عن خدمات شركة هاف مليون.

تساؤلات الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء من وجهة نظر العاملين شركة هاف مليون؟

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما مستوى القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون من وجهة نظر العاملين بها؟

2. ما مستوى رضا العملاء عن خدمات شركة هاف مليون؟

فروض الدراسة:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنويه ($\geq \alpha 0.005$) للأصالة علي رضا عملاء شركة هاف مليون
2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنويه ($\geq \alpha 0.005$) للمرونة الذهبية علي رضا عملاء شركة هاف مليون
3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنويه ($\geq \alpha 0.005$) للطلاقة الفكرية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري

مقدمة:

لقد تعدد الدراسات التي تناولت موضوع القيادة الإبداعية ورضا العملاء، وفي التالي عرض لبعض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وقام الباحث بترتيبها من الأحدث إلى الأقدم:

الدراسات السابقة:

الدراسات المرتبطة بالقيادة الإبداعية:

دراسة الشخي و مجلد. (2023). دور القيادة الإبداعية في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة ميدانية على جامعة الملك عبدالعزيز بجدة "1444 هـ. - 2023 م".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الإبداعية بأبعادها (الحساسية بالمشكلات، الطلاقة، المرونة، الأصالة) في تحقيق التميز المؤسسي، ولتحقيق هذا الهدف فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توزيع استبانة على عينة عشوائية بسيطة مقدارها (80) من مجتمع الدراسة. وأظهرت نتائج الدراسة وجود دور للقيادة الإبداعية في كل بعد من أبعادها في تحقيق التميز المؤسسي، وفي ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة: تفعيل دور القيادة الإبداعية في تحقيق التميز المؤسسي، وضرورة النظر إلى التميز المؤسسي والاهتمام به وفق الفكر الإبداعي.

دراسة الهيتي. (2023). القيادة الإبداعية ودورها في دعم الابتكار الاستراتيجي: دراسة تحليلية في مديرية تربية الأنبار.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توافر سمات القيادة الإبداعية لدى المسؤولين في مديرية تربية الأنبار. وتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الأولية، واستخدام الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي، وزعت الاستبيان على (٦٣) مديراً يشغلون مناصب إدارية في الإدارات الوسطى كمدير قسم ومدير وحدة ومدير شعبة في مديرية التربية الأنبار. خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج وأظهرت النتائج أن هناك علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين القيادة الإبداعية بأبعادها المختلفة والدرجة الكلية للابتكار الاستراتيجي للمدراء في مديرية تربية الأنبار. فقد أوصت الدراسة بضرورة أن يعمل مديرو تربية الأنبار على تطوير الابتكار الاستراتيجي داخل المديرية من خلال توفير مناخ مريح للعمل وإقامة علاقات جيدة مع جميع الموظفين وخلق جو يشجع على الإنجاز والتميز.

دراسة إسماعيل (2023) أثر تنمية جدارات الموارد البشرية على تحسين التميز المؤسسي من خلال دور القيادة الإبداعية كمتغير وسيط: دراسة تطبيقية على شركات الحديد والصلب في مصر.

هدفت الدراسة التعرف على التأثير المباشر وغير المباشر للقيادة الإبداعية في العلاقة بين تنمية جدارات الموارد البشرية وتحسين التميز المؤسسي بشركات الحديد والصلب في مصر، تم الاعتماد على العينة العشوائية الطبقية من العاملين بشركة الدلتا للصلب قطاع عام) وبين شركة حديد عز (قطاع خاص)، قد استخدم الباحث قائمة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية من عينة البحث والتي بلغت 356 (مفردة)، وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج تمثلت في وجود تمايز جوهري بين الشركات موضع البحث من حيث درجة توافر أبعاد متغيرات البحث، كما توصل إلى وجود علاقة ارتباط معنوية طردية بين القيادة الإبداعية، وتنمية جدارات الموارد البشرية وتحقيق التميز المؤسسي، كذلك هناك تأثير إيجابي مباشر معنوي للقيادة الإبداعية في العلاقة بين تنمية جدارات الموارد البشرية وتحقيق التميز المؤسسي.

دراسة خضر وآخرون (2023) دور رشاقة الموارد البشرية في العلاقة بين القيادة الإبداعية والإداء الريادي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من الكوادر الوظيفية في الكليات / المعاهد - جامعة دهوك.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الرشاقة الموارد البشرية في العلاقة بين القيادة الابداعية والاداء الريادي في جامعة دهوك التقنية، واعتمدت الدراسة على تطوير استبانة تألفت من (72) فقرة. وتم توزيع استمارة الاستبانة على الافراد المبحوثين وهم الكوادر الوظيفية وقد اختارت الدراسة عينة عشوائية بسيطة بلغ عددها (73) استمارة صالحة للتحليل أي أن نسبة الاستجابة كانت (94 %)، توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية لابعاد القيادة الابداعية والاداء الريادي. ولكن لا توجد دور الرشاقة الموارد البشرية كمتغير معدل في العلاقة بين القيادة الابداعية والاداء الريادي، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من اهمها اختبار دور جودة الموارد البشرية كمتغير معدل في العلاقة بين القيادة الابداعية والاداء الريادي.

دراسة بوسماحة، عبلة (2021) اتجاهات موظفي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ونزعة بتبسة نحو مستوى تطبيق القيادة الإبداعية.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات موظفي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ونزعة نحو تطبيق القيادة الإبداعية ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم اختيار عينة تتكون من 40 موظفا من المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ونزعة بتبسة، تم اختيارهم عن طريق العينة الطبقية العشوائية ، وتم

استخدام المنهج الوصفي بالاعتماد على الاستمارة كوسيلة لجمع البيانات تضمنت 25 بعدا. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الموظفون يملكون اتجاهات سلبية نحو تطبيق القائد للأصالة ، التحفيز و يملكون اتجاهات إيجابية نحو تطبيق القائد للاتصال الإبداعي، كما أظهرت الدراسة أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات موظفي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ونزة .

دراسة الحواجرة والمري. (2021). أثر القيادة الإبداعية في استراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات العامة في دولة قطر.

هدفت الدراسة إلى بيان أثر القيادة الإبداعية في استراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات العامة في دولة قطر، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من القيادات في المؤسسات العامة في دولة قطر، ممثلة بالمراكز الوظيفية (المديرون، ونوابهم ومساعدتهم، ورؤساء الأقسام)، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة من مجتمع الدراسة بلغت 327 عنصرا، وزعت عليهم استبانة الدراسة واسترجع ما نسبته (86.05%) من الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي. وتم تطوير استبانة لجمع البيانات، وأظهرت الدراسة: أن تصورات المبحوثين لمستوى الأبعاد التي تقيس القيادة الإبداعية قد جاء بدرجة متوسطة. وأن تصورات المبحوثين لمستوى الأبعاد التي تقيس متغير استراتيجيات إدارة الأزمات قد جاء بدرجة متوسطة. ووجود أثر ذي دلالة إحصائية للقيادة الإبداعية في تطوير استراتيجيات إدارة الأزمات.

نافع و محمد. (2021). دور القيادة الإبداعية في رفع كفاءة أداء العاملين بالتطبيق على شركة النيل للبتترول .

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر القيادة الإبداعية على أداء العاملين في شركة النيل للبتترول، والتعرف على جوانب القصور في دور القيادة الإبداعية في أداء العاملين والتوصية بمعالجتها في شركة النيل للبتترول. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وتمثلت أداة الدراسة الاستبانة، تم تطبيقها العاملين في شركة النيل للبتترول. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها بينت نتائج الدراسة بأن هناك تبني واضح للقيادة لأسلوب القيادة الإبداعية لأداء العاملين حيث أظهرت نتائج الدراسة إلى أن الإدارة النشطة أكثرهم تأثيرا تليها المكافأة المشروط أما الإدارة الساكنة فإن أثرها ضعيف لقلة استخدام القادة لهذا الأسلوب القيادي في القطاع الخاص، وفيما يتعلق بالفروقات التي قد تعزى لخصائص القادة أوضحت نتائج الدراسة أنه لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية ما بين القيادة الإبداعية وأداء العاملين تعزى (العمر، التخصص العلمي، عدد سنوات الخبرة، المركز الوظيفي). واوصت الدراسة بضرورة تعميم تجربة شركة النيل للبتترول في تبني نمط القيادة الإبداعية على أداء العاملين بحيث تعم نتائج هذه التجربة على قطاع الخدمات دعوة إدارة شركة النيل إلى تفعيل دور القيادة الإبداعية باعتبارها نافذة تمكن إدارة الشركة من تنمية رأس مالها البشري ومن رصد التغيرات

الحاصلة في بيئتها، وكذلك الإسهام في تطوير أساليب عمل مرنة وفعالة تتسجم مع مستوى التغير الحالي والمستقبلي.

دراسة المري و الحواجرة. (2020). أثر القيادة الإبداعية في استراتيجيات إدارة الأزمات: الدور الوسيط للذكاء الاستراتيجي في المؤسسات العامة في دولة قطر.

هدفت الدراسة إلى بيان أثر ممارسات القيادة الإبداعية في استراتيجيات إدارة الأزمات من خلال الذكاء الاستراتيجي، وتم اعتماد المنهج الوصفي، وتكون عينة الدراسة من (327) عضو من المؤسسات العامة في دولة قطر ممثلة بـ (المديرون، ونوابهم ومساعديهم، ورؤساء الأقسام). وتمثلت أداة الدراسة في استبانة وأظهرت الدراسة: أن تصورات المبحوثين لمستويات الأبعاد لكل من القيادة الإبداعية واستراتيجيات إدارة الأزمات والذكاء الاستراتيجي قد جاءت بدرجة متوسطة. وجود أثر للقيادة الإبداعية بأبعادها في استراتيجيات إدارة الأزمات، ووجود أثر للقيادة الإبداعية بأبعادها في الذكاء الاستراتيجي، كما تبين أن هناك أثر للذكاء الاستراتيجي بأبعاده في استراتيجيات إدارة الأزمات، وأن هناك أثر للقيادة الإبداعية بأبعادها مجتمعة في استراتيجيات إدارة الأزمات من خلال الذكاء الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة في المؤسسات العامة في دولة قطر. وأوصت الدراسة بالعمل على ضرورة اهتمام المؤسسات العامة في دولة قطر بإيجاد علاقات قوية مع الشركاء الاستراتيجيين في البيئة في دولة قطر الداخلية، والبيئة الخارجية. وضرورة الاهتمام باستراتيجيات التعلم والنمو من خلال تدريب الموظفين على طرق وأساليب العمل الجديدة وتوليد الأفكار الإبداعية، ومحاولة اطلاعهم على ما يستحدث من أساليب ومعرفة ريادية في مجال عمل المؤسسات..

دراسة الترك و الجوازنة. (2020). القيادة الإبداعية وأثرها على تطوير الأداء: دراسة حالة مجموعة طلال أبو غزالة .

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى القيادة الإبداعية وأثرها على تطوير الأداء لدى فئة المسؤولين والإداريين في مجموعة طلال أبو غزالة العالمية في الأردن. وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من الطاقم الإداري، حيث إن عدد المدراء والمسؤولين في مجموعة طلال أبو غزالة - فرع الأردن (88) شخصا، وتم اعتماد طريقة الاستبانة لجمع المعلومات، حيث تم الحصول على (88) استبانة من عينة الدراسة. ولتحقيق أهداف الدراسة. توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للقيادة الإبداعية من خلال البعدين (قوة وتأثير القائد، ومهارة القائد)، وعدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير (خبرة القائد) في تطوير الأداء في مجموعة طلال أبو غزالة العالمية في الأردن.

دراسة الصومالي وآخرون. (2020). دور القيادة الإبداعية في تحسين أداء العاملين: دراسة تطبيقية على مستشفيات القطاع الخاص بمحافظة جدة بالمملكة العربية السعودية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الإبداعية بأبعادها (الطلاقة الفكرية، المرونة الذهنية، الحساسية للمشكلات، قبول المخاطرة، القدرة على التحليل والربط) في تحسين أداء العاملين في المستشفيات الخاصة بمحافظة جدة بالمملكة العربية السعودية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثات المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استبانة على عينة عشوائية بسيطة مقدارها (350) من مجتمع الدراسة. وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية قوية بين القيادة الإبداعية وتحسين أداء العاملين، في كل بعد من أبعاد القيادة الإبداعية. وفي ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة: وضع استراتيجية مبنية على معايير دقيقة للكشف عن القادة المبدعين والموهوبين، والعمل على تدريبهم لتوفير قيادات إدارية مؤهلة قادرة على استثمار طاقاتها الإبداعية في تحسين أداء العاملين؛ لأن اكتشاف المبدعين يمثل الخطوة الأولى على طريق الإبداع، والعمل على تبسيط أنظمة وقواعد وإجراءات العمل، والابتعاد عن المركزية والحرفية والتشدد في تنفيذ المسائل الشكلية، وإتاحة الفرصة للموظفين بتطوير قواعد وإجراءات خاصة لإنجاز ما يوكل إليهم من مهام، فهذا من شأنه أن يوفر هامشا من الحرية للموظفين - وأولهم القادة - لإظهار إبداعاتهم.

الدراسات المرتبطة برضا العملاء:

دراسة ماخوس. (2023). تأثير تنشيط المبيعات على رضا العملاء: دراسة ميدانية على عملاء شركة إيما تيل لاتصالات في اللاذقية.

هدفت الدراسة بشكل أساسي إلى تحديد تأثير تنشيط المبيعات بوسائلها (الحسم السعري والهدية المجانية والألعاب والمسابقات، والمنتج الإضافي) المجاني في رضا العملاء في شركة إيما تيل في محافظة اللاذقية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في دراستها، ومجموعة طرائق منها الاعتماد على البيانات الثانوية، والأولية من خلال استبانة تم تصميمها، وتم توزيعها على (694) مبحوث من عملاء شركة إيما تيل في اللاذقية. توصلت النتائج ومنها النتيجة الرئيسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتنشيط المبيعات بوسائلها الحسم السعري والهدية المجانية والألعاب والمسابقات، والمنتج الإضافي المجاني في رضا عملاء شركة إيما تيل للاتصالات في اللاذقية.

دراسة (Rane, et al.,2023) " تعزيز ولاء العملاء من خلال جودة الخدمة: استراتيجيات فعالة لتحسين رضا العملاء والخبرة والعلاقة والمشاركة".

هدفت الدراسة التعرف على استراتيجيات فعالة لتعزيز ولاء العملاء من خلال تحسين جودة الخدمة المقدمة. كما تناولت الدراسة معايير متنوعة لقياس رضا العملاء، بما في ذلك أنواع الاستطلاعات وتأثير رضا الموظفين على رضا العملاء. بالإضافة إلى ذلك، تم التركيز على دور التكنولوجيا في تعزيز رضا العملاء من خلال تحسين تجربتهم. اعتمدت الدراسة على تحليل البيانات

والمعلومات المستمدة من الدراسات السابقة، وتوصلت إلى مجموعة من الاستراتيجيات الفعالة التي تسهم في تحقيق رضا العملاء وولائهم من خلال تقديم خدمة متميزة. تشمل هذه الاستراتيجيات تدريب وتمكين الموظفين، وتخصيص تجربة العملاء، والحفاظ على الاتساق عبر نقاط الاتصال، والتواصل الفعال في الوقت المناسب، والاستثمار في التكنولوجيا.

دراسة عباس. (2023). أثر العلامة التجارية على رضا العملاء: دراسة ميدانية على عينة من عملاء العلامة التجارية "HP" في جامعة طرطوس.

هدفت الدراسة الكشف عن تأثير أبعاد العلامة التجارية (الوعي بالعلامة التجارية، الصورة الذهنية للعلامة التجارية، الجودة المدركة للعلامة التجارية، الولاء للعلامة التجارية) على رضا العملاء. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. وتمثلت أداة الدراسة في استبانة، تم تطبيقها على (211) فرد من طلاب وأعضاء الهيئة التدريسية في جامعة طرطوس. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لجميع أبعاد العلامة التجارية التي تناولها البحث على رضا عملاء العلامة التجارية (HP) في جامعة طرطوس بنسب تراوحت بين (29%-54%). وأوصت الدراسة بأنه يتوجب على الشركات أصحاب العلامة التجارية (HP) أن تبحث عن عوامل إضافية في سبيل إرضاء عملائها مثل تأمين مراكز خدمة للعملاء فيما يخص الصيانة وخدمات العروض وخدمات ما بعد البيع. قيام الشركة ذات العلامة التجارية (HP) بالإعلان والترويج عن كافة الأنشطة الاجتماعية التي تمارسها حتى يتثنى للعميل الاطلاع عليها وهذا بدوره سيزيد من ثقته بالعلامة التجارية ذاتها.

دراسة ناصر وآخرون (2022). قياس أثر تمكين العملاء على الابتكار ورضا العملاء بالتطبيق على صناعة الأغذية العراقية.

هدفت الدراسة قياس أثر تمكين العملاء على الابتكار ورضا العملاء بالتطبيق على صناعة الأغذية العراقية وذلك بغية مساعدة شركات الأعمال على تبني وتفعيل نهج تمكين العميل بما يساهم في تعزيز جودة علاقة المنظمة بعملائها وتنمية القيمة التي يضيفها العميل للمنظمة. تكونت عينة الدراسة (500) شركة من شركات صناعة الأغذية في جمهورية العراق. وتوصلت الدراسة إلى صحة الفرض الرئيسي الأول (يوجد) تأثير إيجابي معنوي لتمكين العملاء في الابتكار في صناعة الأغذية العراقية محل الدراسة وكما توصلت إلى صحة الفرض الرئيسي الثاني (يوجد) تأثير إيجابي معنوي لتمكين العملاء في رضا العملاء في صناعة الأغذية العراقية محل الدراسة وصحة الفرض الرئيسي الثالث (يوجد) تأثير إيجابي معنوي للابتكار في رضا العملاء في صناعة الأغذية العراقية محل الدراسة ولم يثبت صحة الفرض الرئيسي الرابع (توجد فروق جوهرية لها دلالتها الإحصائية في إدراك العملاء لتمكينهم لكل من الابتكار ورضا العملاء تختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية).

دراسة قاسم وآخرون. (2021). دور التسويق المباشر في تحسين رضا العملاء: دراسة ميدانية في جامعة تشرين.

هدفت الدراسة إلى تحديد دور التسويق المباشر بأدواته (البريد المباشر، الإنترنت، الكاتالوج، الهاتف) في تحسين رضا العملاء في جامعة تشرين في محافظة اللاذقية، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتمثلت أداة الدراسة من استبانة، وتكونت عينة الدراسة من (171) عملاء جامعة تشرين في محافظة اللاذقية. وقد خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التسويق المباشر (البريد المباشر، الإنترنت، الكاتالوج، الهاتف) ورضا العملاء. وبلغ متوسط إجابات أفراد العينة لمتغير البريد المباشر 2.41، وهو يدل على أن الجامعة لا ترسل عروض خدماتها للعملاء عن طريق البريد المباشر، وأن الجامعة لا ترسل عروضها للعملاء الحاليين فقط، وأن الجامعة لا تقوم بصياغة الرسائل البريدية (العروض التسويقية) بصفة شخصية، وأن معدلات الاستجابة ليست عالية جدًا من جراء استخدام البريد المباشر.

دراسة (Kurdi et al., 2020) "تأثير رضا الموظفين على رضا العملاء: الأساس النظري والتجريبي".

هدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين رضا الموظفين وتأثيرها على رضا العملاء يتطلب مناقشة خمسة متغيرات رئيسية تتعلق برضا الموظفين، وهي: التواصل، المكافآت، ولاء الموظفين، الاحتفاظ بهم، والتزامهم. اعتمدت الدراسة على جمع بيانات ثانوية من دراسات سابقة، بالإضافة إلى تحليل بيانات استبيانات تم توزيعها على 371 موظفًا من أصل 425، جميعهم يعملون في منظمات خدمات في الأردن. تراوحت أعمار المشاركين بين 24 و 58 عامًا، حيث كان 78% منهم من الحاصلين على درجات البكالوريوس. أظهرت النتائج وجود علاقة سببية بين رضا العملاء ورضا الموظفين، مما يستدعي ضرورة فهم رضا الموظفين بشكل أعمق لتحقيق رضا العملاء. إذ أن توفير المكافآت والتواصل الفعال من قبل المنظمة يؤثر بشكل إيجابي على تفاعل الموظفين مع خدمة العملاء..

دراسة (Zhong M,oon,2020) "ما الذي يدفع رضا العملاء والولاء والسعادة في مطاعم الوجبات السريعة في الصين ؟"

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في رضا العملاء وسعادتهم وولائهم في قطاع الوجبات السريعة، مع التركيز بشكل خاص على تأثير الجنس كعامل معتدل. تم جمع البيانات من خلال استبيان تم توزيعه على عملاء مطاعم الوجبات السريعة مثل (KFC و McDonald's) في الصين. وقد بلغ عدد الاستبيانات التي تم استكمالها 305 استبيانات، حيث كانت أعمار المشاركين

تتراوح بين 21 و40 عامًا، وتم توزيع الاستبيانات عبر الإنترنت في سبتمبر 2019. أظهرت نتائج الدراسة أن رضا العملاء وسعادتهم يسهمان في تعزيز ولائهم للعلامة التجارية، مما يشير إلى أن السعادة تعمل كوسيط بين رضا العملاء وولائهم. كما كشفت النتائج عن وجود اختلافات ملحوظة بين الجنسين في تصورات العملاء لجودة الطعام بناءً على السعر ومستويات الرضا المرتبطة بجودة الخدمة.

التعليق على الدراسات السابقة:

أوجه التشابه مع الدراسات السابقة:

تتحدد أوجه الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة. وكذلك استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة.

أوجه الاختلاف مع الدراسات السابقة:

تتحدد أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة في اختبار متغير القيادة الإبداعية مع رضا العملاء. وكذلك اختيار شركة هاف مليون كمجتمع للدراسة، وهي من الشركات التي تمكنت من تحقيق نجاح باهر وكسب رضا العملاء في المملكة العربية السعودية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في إعداد أطارها العام وأطارها النظري، وإعداد أداة الدراسة وصياغة مشكلتها وفروضها.

الإطار النظري:

أولاً: القيادة الإبداعية

مفهوم القيادة الإبداعية:

تعددت التعريفات حول القيادة الإبداعية فقد عرفها السبع وجوهر (2023، 383) بأنها " العمل باستمرار للتأثير في الأفراد وإقناعهم بقبول العمل من أجل تحقيق أهداف المؤسسة، وفقاً للأسلوب الذي يحدده القائد الإداري الذي يستطيع عادة إذابة الخلافات والتناقض بين أهداف العاملين وأهداف المؤسسة"

ويعرّف زرقوط وسامي (2021، 266) القيادة الإبداعية هي نهج إداري يسعى إلى جعل العلاقة بين القادة والتابعين أكثر مرونة، وبهذه الطريقة، يُسمح للموظفين بالمساهمة في اقتراحات لدعم قرارات الشركة. ومن خلال هذا النهج، يشعر الموظفون بمزيد من التحفيز للبقاء مع المنظمة أثناء تطوير مهاراتهم المهنية.

كما يعرفها خميسي (2020، 251) بـ " قدرة الشخص على توجيه الآخرين وتحفيزهم والتأثير عليهم بطريقة مبتكرة ومبتكرة. يتعلق الأمر باستخدام الإبداع والتفكير غير التقليدي لحل المشكلات وتوليد أفكار جديدة وتعزيز الابتكار في الفريق أو المؤسسة" (

بينما عرفها (Husti, Mahyarni.,2019, 371) بـ "تلك القيادة التي تنتهج نهجاً غير تقليدي لإدارة وتغيير وتطوير المنظمة بما يحقق لها التكيف المستمر مع التغيرات المصاحبة لمجال العمل على المستويين المحلي والدولي، ويمتلك من يمارسها سمات ومهارات خاصة متميزة تتلاءم مع متطلبات تطبيق الاتجاهات الحديثة في الإدارة".

ويمكن تعريف القيادة الإبداعية إجرائياً بـ " هي قدرة قادة شركة هاف مليون على تحفيز وتشجيع العاملين بها على التفكير بطريقة مبتكرة وإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجههم في العمل لتحقيق رضا العملاء".

عناصر القيادة الإبداعية:

تتكون القيادة من ثلاثة عناصر هامة لتكتمل منظومة القيادة الفعالة في أي مؤسسة كالتالي :

الأفراد : حيث وجود مجموعة من الأفراد يعملون في تنظيم محدد حيث يمتلك الأفراد بالمنظمة خبرات متنوعة بتتنوع شخصياتهم وتظهر بشكل سلوك فردي وسلوك جماعي، حيث يراد منهم تنفيذ المهام الموكلة إليهم من قاداتهم لتحقيق أهداف المنظمة

هدف مشترك : هو الإطار الذي تعمل من خلاله القيادة الإبداعية فهو تعبير عما هو موجود من موارد مادية ومعنوية أو ما هو موجود من فرص وقيود.

القائد : الذي يدير ويوجه الأفراد بحيث يعملوا على تنفيذ الهدف المشترك بينهم في إطار منظم حيث أن القائد بما يمتلكه من صفات وخبرات، وقدرات كبيرة تتطلب منه تنمية الأفراد لتكون لديهم القدرة على القيادة الذاتية(أحمد، 2024).

أهمية القيادة الإبداعية:

تمثل القيادة الإبداعية أكثر الحلول فعالية، لزيادة الإنتاجية، والاحتفاظ المواهب بشكل أكبر، وتحقيق رضا العملاء، حيث تتمثل أهميتها كما حددها زرقوط وسامي(2021):

مشاركة الموظف: من خلال القيادة الإبداعية، من الممكن تعزيز بيئة عمل يشعر فيها الموظفون بالتقدير والاستماع، ويتم تشجيعهم على المساهمة بأفكارهم ووجهات نظرهم، مما يزيد من شعورهم بالانتماء والمشاركة مع المنظمة، وهذا يؤدي إلى زيادة الدافع والإنتاجية في العمل.

الابتكار والحلول الإبداعية: ومن خلال تشجيع طرح الأسئلة والبحث عن معرفة جديدة، تدفع القيادة الإبداعية الابتكار داخل الشركة، ويتم تشجيع الموظفين على التفكير فيما وراء الحلول التقليدية، واستكشاف الأساليب الإبداعية والمبتكرة لحل المشكلات المعقدة، وهذا يمكن أن يؤدي إلى تحسينات في منتجات المنظمة وعملياتها واستراتيجياتها.

التعلم المستمر والتكيف مع التغيير: تدرك القيادة الإبداعية أهمية التكيف مع التحولات الاجتماعية والتكنولوجية، وتشجع الموظفون على تطوير عقلية التعلم المستمر ويكونون أكثر انفتاحًا على التغيير، ومن خلال هذا الموقف يتم رؤية التحديات على أنها فرص، مما يساعد في الحفاظ على الملاءمة والقدرة التنافسية في السوق المتطور باستمرار.

التطوير الشخصي والمهني: تقدر القيادة الإبداعية تطوير الموظفين، وتشجع النمو الشخصي والمهني، ويدعم القادة المبدعون فرقهم ويوجهونها من خلال تقديم تعليقات بناءة وفرص التعلم، وهذا يخلق بيئة مواتية لتطوير المهارات والكفاءات، مما يسمح للموظفين بالوصول إلى أقصى إمكاناتهم.

مشاركة المواهب: يبحث الجيل الجديد من المهنيين عن الشركات التي توفر بيئة عمل محفزة وتسمح لهم بتطوير مهاراتهم، وتوفر القيادة الإبداعية هذا الأمر، مما يجعل الشركة أكثر جاذبية لهذه المواهب، وبالتالي مع وجود موظفين أكثر رضا، تقلل الشركة من التكاليف والجهود المتعلقة بمعدل دوران الموظفين.

ولخصت دراسة السبع وجوه (2023) أهمية القيادة الإبداعية في التالي:

العمل على التطور والتحسين المستمر، من خلال تشجيع وتدعيم طرح الأفكار الإبداعية.

قراءة التوقعات بطريقة متميزة وتبني رؤية تدعم الإبداع، بالإضافة إلى القدرة على اكتشاف منتج أو خدمة جديدة تساهم في خلق طلب فعال أو التعرف على سوق جديد لم يكن موجودًا، يعزز من قيمة الأفكار الإبداعية. تعمل القيادة الإبداعية على تحفيز وتشجيع المبادرات الإبداعية للأفراد المختلفة بالمؤسسة.

تيسير تواصل المؤسسة مع الجهات الخارجية، حيث يمتلك القائد مهارات تتيح له التواصل والتفاهم مع جميع الأطراف المعنية، مما يساعد على الاستفادة من الخبرات واكتساب معارف جديدة.

باختصار، القيادة الإبداعية هي شكل من أشكال الإدارة التي تسعى إلى تحفيز الإبداع والابتكار والتطوير لدى الموظفين، إنه يعزز بيئة عمل ديناميكية، حيث يتم تقدير الأفكار واحترام التنوع وتشجيع البحث عن حلول إبداعية، ومن خلال تنفيذ القيادة الإبداعية، تقوم الشركات بإشراك المتخصصين وتعزيز الإنتاجية وملاءمة السوق وإنشاء بيئة مواتية للنمو المهني والشخصي للموظفين.

أنماط القادة المبدعين:

- **القائد الدكتاتور** هذا مناسب في حالات الطوارئ والمواقف الشديدة
 - **القائد صاحب البصيرة** يركز هذا الأسلوب على الهدف أو الرؤية للمستقبل ويلهم الآخرين ليتبعوه، وهذا مناسب عندما يكون هناك حاجة إلى اتجاه جديد.
 - **القائد المستمع** يعتمد هذا النمط عند الرغبة في إشراك مجموعة واسعة من الأشخاص في عملية صنع القرار أو بناء الإجماع، وتسمى القيادة التشاركية.
 - **نمط القائد الخارق** يكون القائد قدوة من خلال العمل وفقا لمعايير عالية للغاية من الأداء، وهذا مفيد عندما يعمل فريق مختص ومتحمس بشكل جيد.
 - **نمط القائد المربي** يركز هذا الأسلوب على المساعدة في تحسين نقاط القوة لدى الأشخاص وتقليل نقاط الضعف، وهو مفيد في بناء المهارات اللازمة لتطوير المديرين وقادة المستقبل.
 - **الترابط والتحالف** هنا يتم التركيز على الأشخاص وبناء الفريق والترابط وإقامة التحالفات (بن
- غالية، 2024).

مقومات القيادة الإبداعية:

تتمثل مقومات القيادة الإبداعية في عدة خطوات هي: (السبع وجوه، 2023)

- اختيار العاملين بشكل مناسب.
- الإشادة بالعاملين والاعتراف بإنجازاتهم.
- التقمص: يشير إلى القدرة على فحص المتغيرات المختلفة من منظور احتياجات ورغبات الآخرين.
- الإدراك: يعكس قدرة القائد على تقييم نفسه بدقة وفقاً لرؤية الآخرين.
- الموضوعية: تعني قدرة القائد على تحليل الوضع الحالي بطريقة عقلانية.
- التفكير الإبداعي: يتضمن استكشاف أعماق الظواهر التي يواجهها القائد، وفهم العلاقات بين المتغيرات المختلفة، وتحديد المتغيرات الأساسية التي تساهم في حل المشكلات.
- الذكاء العاطفي: يشمل مهارات التعامل مع الآخرين، والتحفيز، والمهارات الاجتماعية، والتعاطف، والوعي الذاتي.

أبعاد القيادة الإبداعية:

الحساسية تجاه المشكلات تشير إلى الوعي بوجود قضايا أو احتياجات أو نقاط ضعف في البيئة أو الموقف. بعض الأفراد يتمتعون بقدرة أكبر على ملاحظة المشكلات والتحقق من وجودها مقارنة بالآخرين. من المؤكد أن اكتشاف المشكلة يُعتبر الخطوة الأولى في رحلة البحث عن حلول، مما يؤدي إلى إضافة معرفة جديدة أو إجراء تحسينات وتعديلات على المعارف أو المنتجات الحالية. ترتبط هذه القدرة أيضاً بملاحظة الأمور غير العادية أو الشاذة أو المحيرة في محيط الفرد، بالإضافة إلى إعادة توظيفها أو استخدامها وإثارة تساؤلات حولها.

المثابرة: قوة العزيمة والإرادة والإصرار على الإنجاز فضلاً عن تحمل المسؤولية والزيادة في النضج في الانفعالات المختلفة والاستمرار في الانجاز من أجل الوصول إلى حلول إبداعية للمشكلات فضلاً عن الميل للأعمال التي فيها تحدي.

المبادرة: القدرة على التصرف الواعي السريع في مختلف المواقف، والقائد المبدع المبادر يشجع روح المبادرة ويتبنى المبدعين ويعمل على إيجاد المنافسة الصحية ويشجع الحماس والإبداع ويتعدى كل البعد عن أساليب القمع والغيرة المهنية ويعمل على تحديد الفرص المتاحة ويبادر بالتصرف وتظهر مبادرته في اتخاذ القرار الأحداث تغيرات هامة

الأصالة: هي من أكثر الخصائص ارتباطاً بالإبداع، والأصالة هنا بمعنى الجدة والتفرد و تمثل

العامل المشترك بين معظم التعريفات التي تركز على النواتج الإبداعية، وتتمثل بالقدرة على الإتيان بالأفكار الجديدة و النادرة والمفيدة وغير المرتبطة بتكرار أفكار سابقة وهي إنتاج غير مألوف وبعيد المدى(خضر وآخرون، 2023).

المرونة والقدرة على التغيير: هي مجموعة من الخصائص والمهارات المعرفية والخبرات التي يمتلكها القادة، مما يمكنهم من التفاعل مع التغيرات البيئية والمناهج والنظم والأساليب والتقنيات الحديثة، بالإضافة إلى التكيف مع التغيرات في رغبات واحتياجات العملاء، سواء الداخليين أو الخارجيين. تشمل هذه المرونة تقبل الفشل وتصحيحه، والاستفادة من التجارب السابقة، والقدرة على رؤية المواقف الجديدة كفرص للتغيير بدلاً من اعتبارها مشكلات. كما تتيح هذه المرونة للأفراد أداء مهامهم الوظيفية بحرية وتنوع كبير ضمن إطار القوانين والأنظمة والواجبات والمسؤوليات.

تحفيز الإبداع: القدرات والمهارات التي تمكن القادة على حث الأفراد في المنظمات على توليد، أو توضيح، أو تطبيق أفكار وتقنيات ووجهات نظر وأساليب عمل مبتكرة ضمن بيئة تعاونية تعمل على إزالة القيود على الطاقات الإبداعية بما يساهم في تطوير الأداء وتميزه

تحمل المخاطر: يتعلق بالممارسات والسلوكيات التي يتبناها القادة من أجل مواجهة المخاطر والمسؤوليات المرتبطة بإطلاق الأفكار والمشروعات الابتكارية. يتضمن ذلك القدرة على تحديد وقياس المخاطر، والسيطرة عليها، وتقليلها إلى مستويات مقبولة، بالإضافة إلى القدرة على المبادرة في تنفيذ الأفكار والأنشطة وتحمل المسؤولية الناتجة عن ذلك.

القدرة على الاتصال: تشير إلى القدرة التي يتمتع بها القادة في عملية إنشاء المعاني وإرسال أو استقبال المعلومات والأفكار والمشاعر حول ثقافة المنظمة ورسالتها وقيمها الأساسية من خلال القنوات المناسبة لبناء الثقة والتأثير الفعال في الأفراد نحو الإنجاز (Karatepe, et.al,2020).

المتطلبات الرئيسية للقيادة الإبداعية:

القدرة على التعامل مع التقنيات الحديثة لمعرفة البيئة الراهنة ومتطلباتها بكفاءة وحرفية ولأنها لها دوراً كبيراً في تحليل الأزمات والمشكلات التي تتعرض لها المؤسسة بسرعة كما أنها تساعد على نحو كبير في تقليص وقت العملية وسهولة الوصول للمعلومات.

القدرة على التنبؤ بالتطورات المستقبلية والقادمة نتيجة المتابعة الجيدة للتطورات الحديثة ومحاولة التكيف معها ومع التحديات والمواقف المتغيرة.

القدرة على الإبداع ونجاحه في حل المشكلات التي قد تواجهها المؤسسة بسرعة وكفاءة بغية الوصول إلى تحقيق الهدف المؤسسي.

وجود المرونة الكافية في الخطط والإستراتيجيات المختلفة وفقا للتطورات السريعة والمتلاحقة خصوصاً التكنولوجية منها في المجتمع (أحمد . 2024).

العوامل المساعدة على تحقيق القيادة الإبداعية:

التحدي يكمن في اختيار الشخص المناسب للوظيفة المناسبة. يجب على القائد أن يكون على دراية تامة بجميع المعلومات المتعلقة بالموظفين، مما يساعد في تحفيز الدوافع الأساسية لديهم ويعزز من قدرتهم على الإبداع والطاقة الابتكارية.

الحرية إذ تعد من العوامل الداخلية للشعور بحب العمل والانتماء إليه، وتحدث عند إنجاز العمل بالطريقة التي تفضلها القيادة.

المصادر والموارد فالوقت والمال يدعمان القيادة الإبداعية.

خصائص وسمات فرق العمل تتطلب من القيادة تشكيل مجموعات عمل تتميز بالتنوع الذي يثري وجهات النظر. فكلما كانت هذه الفرق متنوعة ومختلفة، زادت فرص الأفراد في اكتساب رؤى جديدة وتطوير أفكار إبداعية.

التوجيه والإشراف التحفيزي: يحتاج الأفراد إلى الإحساس بقيمتهم وأهمية ما يقومون به، مع القدرة على التسامح مع الأخطاء، مما يتيح لهم الفرصة للعمل بنجاح.

الدعم المنظمي: أي الدعم الذي تقدمه المؤسسة للعاملين، سواء كان هذا الدعم في حالة تحقيق النجاح، أو حتى في وجود الأخطاء، وهذا هو دور القادة الذين يدعمون الجهود الإبداعية (حمد، 2022).

ثانياً: رضا العملاء

مفهوم رضا العملاء :

تناولت العديد من الادبيات السابقة مفهوم رضا العملاء، ومنهم دراسة التي عرفته صالح (2024) بأنه " درجة اقتناع العميل في إشباع حاجاته وتلبية متطلباته وتحقيق توقعاته من خلال ما تم تقديمه له من منتجات ذات جودة عالية" (ص. 268)

وعرفته دراسة حجازي وآخرون (2024) حالة نفسية بعد الشراء والاستهلاك للمنتج أو الخدمة، والتي تترجم إلى سلوك قصير المدة ناتج عن الاختلاف بين توقعات (رغبات) العميل والأداء المتوقع والمحتمل : الرضا متوقف أيضاً على موقف العميل المسبق حول الخدمة أو علامة المنتج (ص. 507).

وعرفته دراسة عزيزة(2021) " التقييم العام للعميل نحو المنتج بعد استخدامه، عن طريق مقارنة أدائه الفعلي بالأداء المتوقع المبني على خبراته السابقة، فتكون محصلة هذا التقييم إما الرضا أو عدم الرضا عن هذا المنتج"(ص.25).

عرفت دراسة عبد الرحمان ومحمد(2022) رضا العملاء بـ "إحساس الفرد بالمتعة أو الإحباط والنواتج من أداء المنتج أو القيمة لمحصل عليها من استهلاك المنتج مقارنة بتوقعه أو القيمة قبل الاستخدام، وبالتالي فهو مجموعة من الأحاسيس التي تتعلق بالقبول، السعادة، الحماسة، البهجة" (ص. 11).

عرف (Zhang 2024) رضا العملاء بأنه مدى تلبية توقعات العميل واحتياجاته من خلال منتج أو خدمة أو تفاعل مع الشركة فيعكس تجربة العميل الشاملة وإدراكه للقيمة المستلمة، غالبًا ما ترتبط المستويات العالية من رضا العملاء بتكرار عمليات الشراء والكلمة المنطوقة الإيجابية الشفهية وولاء العملاء.

ويمكن تعريف رضا العملاء إجرائيًا بـ "مدى شعور عملاء شركة هاف مليون بالسعادة نتيجة مطابقة توقعاتهم عن خدمات الخدمات الشركة مع القيمة المدركة للشركة نتيجة تبني قيادات الشركة القيادة الإبداعية".

أهمية رضا العملاء :

تتمثل أهمية رضا العملاء في التالي:

- إذا كان العميل يشعر بالرضا تجاه أداء المؤسسة، فسوف يشارك تجربته مع الآخرين، مما يسهم في جذب عملاء جدد.
- إن المؤسسة التي تسعى إلى قياس رضا العميل تتمكن من تحديد حصتها السوقية.
- إن المؤسسة التي تهتم برضا العميل ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولا سيما فيما يخص المنافسة السعرية.
- أن رضا العميل عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع المؤسسة في المستقبل مرة أخرى.
- أن رضا العميل عن الخدمة المقدمة يقلل من احتمالية توجهه إلى مؤسسات منافسة أخرى.
- إن كان العميل راضياً عن الخدمة التي حصل عليها، فإن قراره بالعودة سيكون سريعاً.
- يعد رضا العميل مقياس الجودة الخدمة المقدمة.
- يمثل رضا العميل تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستهلك (عون، 2024).

خصائص رضا العملاء :

رضا العملاء أو المستفيدين له مجموعة من الخصائص، منها:

1. رضا العملاء هي حالة نسبية تختلف من فرد لآخر، ففي حالة وجود عميلان يستفيدان من نفس المنتج بنفس الشروط، يمكن أن يكون رأيهما مختلف.
2. الرضا تطوري، حيث يتغير رضا العميل من خلال تطور التوقعات والمنتجات والإدراكات.... الخ
3. الرضا يتميز بعدم الثبات تتغير حالة رضا العملاء من وقت لآخر ومن منتج إلي آخر ومن مقدم المنتج لآخر ومن منظمة الأخرى.
4. العملاء حالة نفسية، لأنه خبرة ذاتية ترتبط بتوقعات العملاء من جهة ومن إدراكهم الذاتي للخدمة التي تم الحصول عليها.
5. الغاية النهائية للمنظمة إسعاد العملاء، وهو مستوى أعلى من رضا العملاء (من إرضاء العملاء.
6. ليس من السهل تحقيق رضا العملاء، ولكن يمكن تحقيقه بالتخطيط والابتكار في المنتج وتنويعه (صالح، 2024).

أبعاد رضا العملاء :

- الاستجابة:** تتعلق بسرعة استجابة الشركة لاحتياجات ومطالب العملاء وتجاوبها الفوري على أي استفسارات أو مشاكل قد تطرأ.
- التواصل:** يتعلق بمدى فعالية ووضوح التواصل مع العملاء وتوفير المعلومات المهمة والتوجيهات اللازمة.
- الثقة:** يتعلق بمدى ثقة العملاء في المنتج أو الخدمة المقدمة والشركة نفسها.
- الجودة:** تعبر عن مدى تميز المنتج أو الخدمة وقدرتها على تلبية احتياجات العملاء بشكل فعال.
- الخدمة:** تشير إلى مدى استجابة الموظفين واهتمامهم بتلبية احتياجات العملاء وحل أي مشكلات قد تواجههم.
- القيمة:** تتعلق بالمنافع التي يحصل عليها العملاء من المنتج أو الخدمة مقارنةً بالسعر المدفوع.
- الوفاء:** يتعلق بمدى قدرة الشركة على تلبية وعودها والوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء (عبد

الرحيم، 2024).

محددات رضا العملاء :

ويمكن تصنيف محدّدات رضا العملاء وفق ثلاث عناصر، وهي كالتالي عبد الرحمن(2022):

التوقعات: تُعبّر التوقعات عن مرحلة ما قبل تجربة المستهلك، حيث تشمل مجموعة من المعلومات غير المجردة مثل: الإعلانات، والتوصيات الشفوية. كما تتضمن توقعات حول قدرة المؤسسة على تقديم الجودة في المستقبل.

الأداء الفعلي: تتجلى جودة المنتج في المستوى المدرك بالنسبة للسعر المدفوع، حيث تُعتبر القيمة المدركة مقياساً لجودة المنتج مقارنةً بالسعر. على الرغم من أن السعر قد يكون له أهمية كبيرة، خاصةً في مرحلة الشراء الأولى، إلا أن تأثيره يكون ضئيلاً على مستوى الرضا الذي يدفع المستهلك لإعادة الشراء.

المطابقة وعدم المطابقة: تتم عملية المطابقة عندما يتناسق الأداء الفعلي للمنتج مع الأداء المتوقع. أما عدم المطابقة، فيُعرّف بأنه مدى انحراف أداء المنتج عن المستوى المتوقع الذي يتم تحديده قبل الحصول عليه، وهنا توجد حالتين:

- **انحراف موجب** أي أن الأداء الفعلي أكبر الاداء المتوقع.
- **انحراف سالب:** أي أن الفعلي أصغر من الأداء المتوقع.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

مقدمة:

هدف البحث الحالي إلى التعرف على أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون، ويتناول هذا الفصل وصف لإجراءات البحث الميدانية التي قامت بها الباحثة لتحقيق أهداف البحث، وتتضمن تحديد المنهج المتبع في البحث، ومجتمع البحث، وعينة البحث، وأداة البحث، والتحقق من صدقها وثباتها، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج.

المنهجية وطرق البحث:

منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة؛ قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي ويعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه: " ذلك النوع من البحوث الذي يتمُّ بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث، أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة، من حيث طبيعتها، ودرجة وجودها فقط" (العساف، 1433هـ، ص179).

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع العملاء والموظفين بشركة هاف مليون وقد تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، مكونة من (200) من عملاء شركة هاف مليون و (50) من موظفين شركة هاف مليون

أدوات الدراسة:

بعد أن تم الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث والاستعانة بالإطار النظري للبحث، قامت الباحثة ببناء وتطوير استبانتيين كأداة لجمع بيانات الدراسة؛ لمناسبتها لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها.

بناء أداة الدراسة:

تمّ تصميم أداة الدراسة بهدف التعرف على أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون، وقد قامت الباحثة بإعداد أدوات الدراسة بصورتها المبدئية، من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بهدف البحث، وكذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ومراجعة أدواتها المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث تكونت أدوات الدراسة كما يلي

أولاً- استبانة العملاء : تكونت الاستبانة من جزأين رئيسيين، على النحو التالي:

- الجزء الأول: ويحتوي على البيانات العامة لأفراد عينة الدراسة.
- الجزء الثاني: ويتكون من 7 فقرات.

ثانياً استبانة الموظفين: تكونت الاستبانة من جزأين رئيسيين، على النحو التالي:

- الجزء الأول: ويحتوي على البيانات العامة لأفراد عينة الدراسة.
- الجزء الثاني: أبعاد الاستبانة ويشتمل على ثلاثة أبعاد رئيسية، وهما كما يلي:

البعد الأول: الاصاله ويتكون من 5 فقرات.

البعد الثاني: المرونة الذهنية ويتكون من 5 فقرات.

البعد الثالث: الطلاقة الفكرية ويتكون من 5 فقرات

مفتاح التصحيح:

كانت الإجابة عن فقرات الاستبانة في ضوء مقياس خماسي على النحو التالي:

جدول رقم (3-1) مفتاح التصحيح:

الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

صدق أداة الدراسة :

إن صدق الأداة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يُقصد بالصدق " شمول الأداة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (العساف، ١٤٣٣ هـ، ص 310) وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق أدوات الدراسة من خلال القيام بما يلي:

الصدق الظاهري للأداة (التحكيمي):

بعد الانتهاء من بناء أدوات الدراسة، تمَّ عرضها على عدد من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين؛ وذلك للاسترشاد بأرائهم، وقد طُلب من المحكِّمين إبداء الرأي حول مدى وضوح العبارات، ومدى ملاءمتها لما وُضعت لأجله، ومدى مناسبة العبارات للمحور الذي تنتمي إليه، مع وضع التعديلات والاقتراحات التي يمكن من خلالها تطوير الاستبانة.

صدق الاتساق الداخلي:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قامت الباحثة بالتأكد من صدق الاتساق الداخلي وذلك بحساب معامل الارتباط بين إجابات العينة على كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك باستخدام برنامج (SPSS)، حيث جاءت النتائج على النحو التالي:

أولا استبانة العملاء

جدول (2-3) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية لاستبانة العملاء

رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون
1	.542**
2	.677**
3	.520**
4	.659**
5	.684**

.466**	6
.562**	7

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يتَّضح من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للاستبانة جاءت جميعها معاملات جيدة ومقبولة؛ حيث كانت كلها دالة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05) مما يشير الى ارتفاع درجة صدق الاستبانة.

ثانياً استبانة الموظفين

جدول (3-3) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية لاستبانة الموظفين

معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة
.764**	9	.695**	1
.845**	10	.702**	2
.803**	11	.608**	3
.855**	12	.811**	4
.894**	13	.669**	5
.799**	14	.862**	6
.765**	15	.772**	7
		.735**	8

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يتَّضح من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية لاستبانة الموظفين جاءت جميعها معاملات جيدة ومقبولة؛ حيث كانت كلها دالة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05) مما يشير الى ارتفاع درجة صدق الاستبانة.

ثبات أداة الدراسة:

ثبات أداة الدراسة يعني أن الأداة ستعطي نفس النتائج تقريباً عند تطبيقها مرات عديدة على العينة نفسها ويقصد به إلى أي درجة تعطي أداة الدراسة قراءات متقاربة عند كل مرة تستخدم فيها، أو يعني التأكد من أن الاستجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على أشخاص مختلفين في أوقات مختلفة، ولقياس مدي ثبات الاداة تم استخدام معاملات ثبات ألفا كرونباخ (Alpha Chronbach) للتأكد من ثبات أدوات الدراسة، ويوضح الجدول التالي قيم معاملات الثبات ألفا كرونباخ لأدوات الدراسة:

جدول (3-4) معاملات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة

الاستبانة	البعد	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
استبانة الموظفين	استبانة العملاء		.811
	الأصالة	5	.844
	المرونة الذهنية	5	.809
	الطلاقة الفكرية	5	.813
	الدرجة الكلية للاستبيان	15	.869

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ كانت مناسبة لأغراض البحث العلمي لكافة الأبعاد؛ إذ كانت جميعها مقبولة علمياً وتفي بمتطلبات التطبيق، كما تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ على الدرجة الكلية لاستبانة العملاء، حيث بلغت (0.811) وكذلك الدرجة الكلية لاستبانة الموظفين، حيث بلغت (0.869) ومما سبق يتبين أن الاستبانات تتسم بدرجة عالية من الثبات لذا يمكن الاعتماد عليها كأدوات للدراسة والوثوق بنتائجها.

أساليب تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS). وذلك بعد ترميز وادخال البيانات إلى الحاسب الآلي، كما يلي :

اعطيت الاجابة لمقياس ليكارت الخماسي كما يلي : (موافق بشدة = 5 درجات)، (موافق = 4 درجات)، (محايد = 3 درجات)، (غير موافق = 2 درجتين)، (غير موافق بشدة = 1 درجة واحدة) ومن ثم قام الباحث بحساب الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة.

ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (4=1-5)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (0.80 = 5/4) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول رقم (3-5) درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكارت الخماسي.

معيار الحكم علي النتائج	فئة المتوسط		درجة الترميز (الوزن النسبي)
	إلى	من	
ضعيفة جداً	1.80	1	1
ضعيفة	2.60	1.81	2
متوسطة	3.40	2.61	3
كبيرة	4.20	3.41	4
كبيرة جداً	5.00	4.21	5

ولخدمة اغراض الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال اداة الدراسة في الجانب الميداني، استُخدمت عدد من الأساليب الإحصائية لمعرفة اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول التساؤلات المطروحة، وذلك باستخدام أساليب المعالجة الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية

للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم تم استخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية الآتية:

- 1- التكرارات والنسب المئوية (Percentage & Frequencies): للتعرف على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة.
- 2- المتوسط الحسابي (Mean): لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات).
- 3- الانحراف المعياري (Standard Deviation): للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي، وقد استخدمت الدراسة هذا الأسلوب نظراً لأن الانحراف المعياري يوضح التشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الإجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.
- 4- معامل ارتباط بيرسون (Pearson): لقياس الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة (الاستبانة) وكل محور تنتمي إليه.
- 5- معامل الثبات ألفا كرونباخ (cronbach's Alpha- α): لحساب معامل ثبات أداة الدراسة
- 6- اختبار تحليل الانحدار (Regression Test) لدراسة أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تمثلت الحدود الموضوعية للدراسة في القيادة الإبداعية ورضا العملاء.

الحدود البشرية: العاملين بشركة هاف مليون وعملاء الشركة.

الحدود الزمنية: خلال العام الدراسي 1446هـ - 2024م.

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

مقدمة:

يتناول هذا الفصل عرضًا للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، وذلك من خلال عرض استجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الأداة، ومعالجتها إحصائيًا، وصولًا إلى النتائج وتحليلها وتفسيرها، في ضوء الأطر النظرية، والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وتقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتفسيرها، من خلال الإجابة عن أسئلتها والتحقق من فروضها.

تحليل البيانات:

خصائص عينة الدراسة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات:

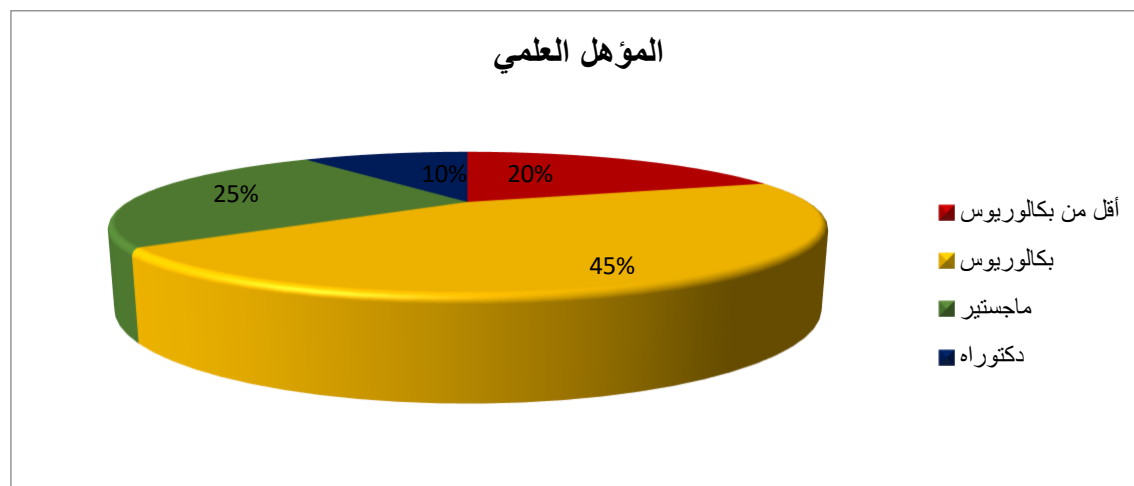
أولا عينة العملاء

1- المؤهل العلمي:

جدول رقم (4-1) توزيع أفراد الدراسة من العملاء وفق المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
20.0	40	أقل من بكالوريوس
45.0	90	بكالوريوس
25.0	50	ماجستير
10.0	20	دكتوراه
100%	200	المجموع

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (45 %) من العملاء عينة الدراسة من حملة البكالوريوس ونسبة (25%) من العملاء عينة الدراسة من حملة الماجستير ونسبة (20%) من العملاء عينة الدراسة من حملة المؤهل اقل من بكالوريوس ونسبة (10%) من العملاء عينة الدراسة من حملة دكتوراه.



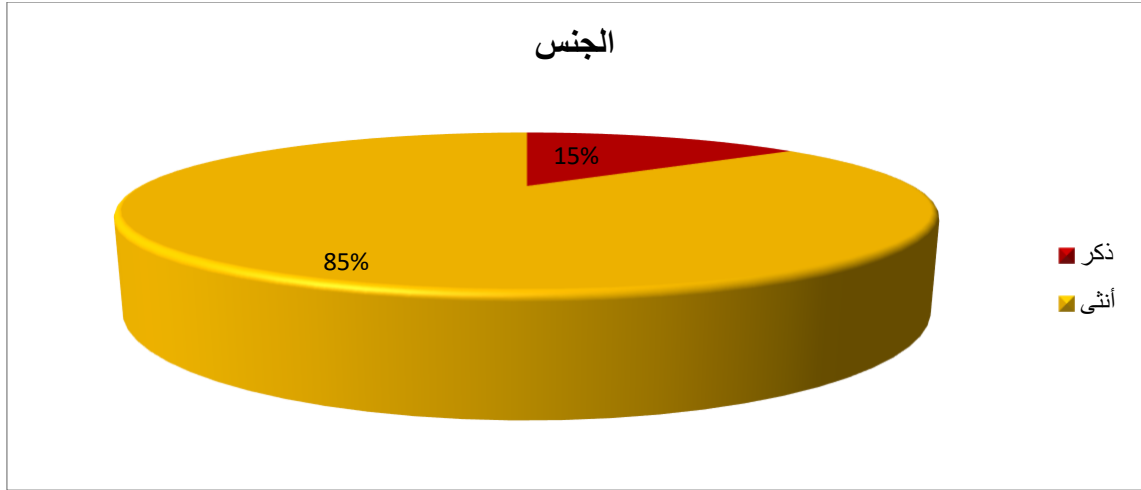
شكل رقم (1-4) توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق المؤهل العلمي

2- الجنس:

جدول رقم (2-4) توزيع أفراد الدِّراسة من العملاء وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	30	15.0
أنثى	170	85.0
المجموع	200	100%

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (85%) من العملاء عينة الدراسة من الاناث ونسبة (15%) من العملاء عينة الدراسة من الذكور



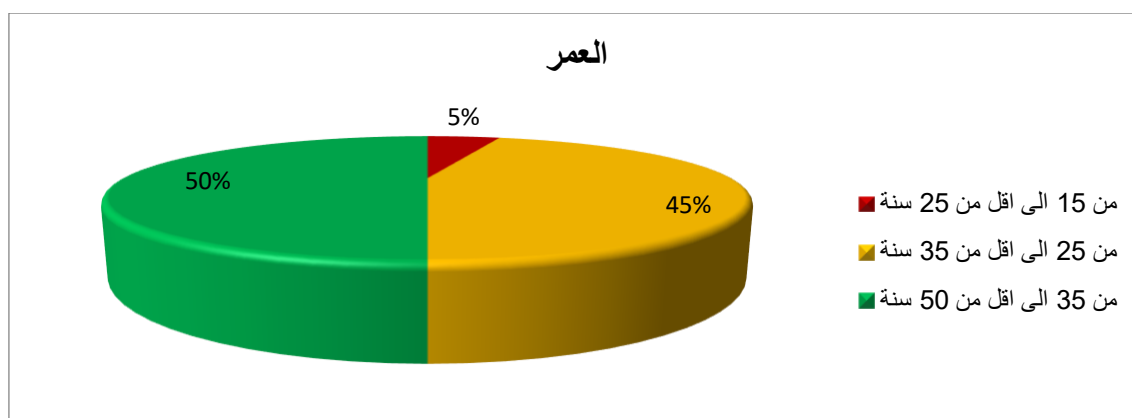
شكل رقم (2-4) توزيع أفراد الدراسة من العملاء وفق متغير الجنس

3- العمر

جدول رقم (3-4) توزيع أفراد الدراسة من العملاء وفق متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
من 15 الى اقل من 25 سنة	10	5.0
من 25 الى اقل من 35 سنة	90	45.0
من 35 الى اقل من 50 سنة	100	50.0
المجموع	200	100%

يتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (50%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء أعمارهم من 35 الى اقل من 50 سنة، ونسبة (45%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء أعمارهم من 25 الى اقل من 35 سنة، ونسبة (5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء أعمارهم من 15 الى اقل من 25 سنة.



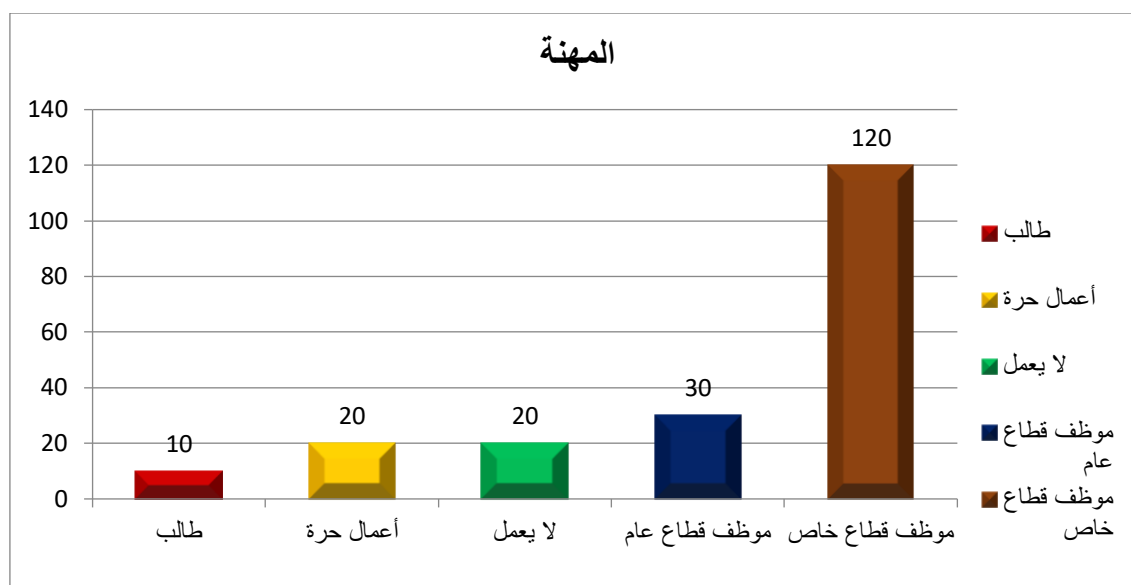
شكل رقم (4-3) توزيع أفراد الدّراسة من العملاء وفق متغير العمر

4- المهنة

جدول رقم (4-4) توزيع أفراد الدّراسة من العملاء وفق متغير المهنة

النسبة	التكرار	المهنة
5.0	10	طالب
10.0	20	أعمال حرة
10.0	20	لا يعمل
15.0	30	موظف قطاع عام
60.0	120	موظف قطاع خاص
100%	200	المجموع

يتّضح من الجدول أنّ نسبة (60%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء موظفين بالقطاع الخاص، ونسبة (15%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء موظفين بالقطاع العام، ونسبة (10%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء يعملون بالاعمال الحرة، ونسبة (10%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء لا يعملون، ونسبة (5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء طلاب.



شكل رقم (4-4) توزيع أفراد الدّراسة من العملاء وفق متغير المهنة

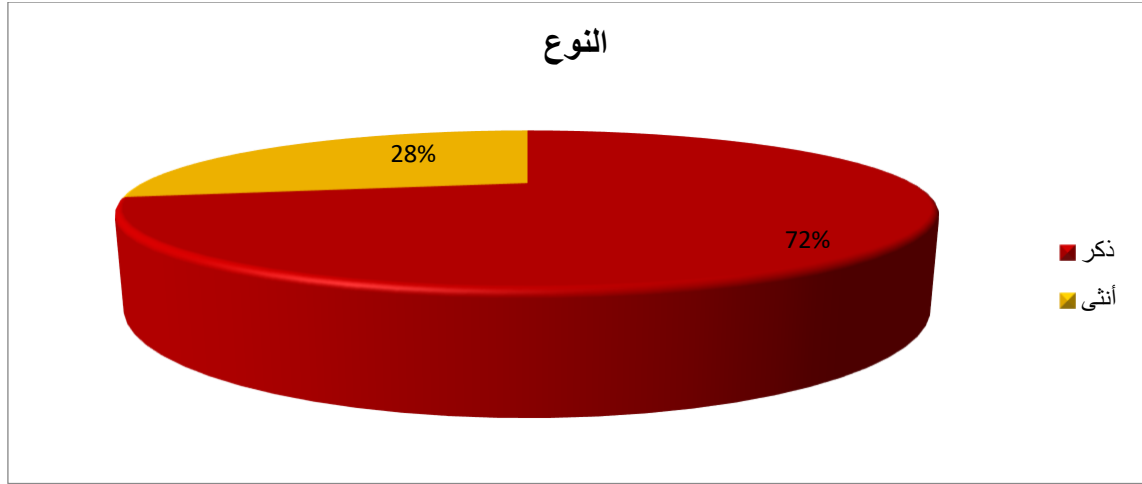
ثانيا عينة الموظفين

1-النوع

جدول رقم (4-5) توزيع أفراد الدّراسة من الموظفين وفق النوع

النسبة	التكرار	النوع
72.0	36	ذكر
28.0	14	أنثى
100%	50	المجموع

يتّضح من الجدول أنّ نسبة (72 %) من الموظفين من الذكور ونسبة (28%) من الموظفين عينة الدراسة من الاناث.



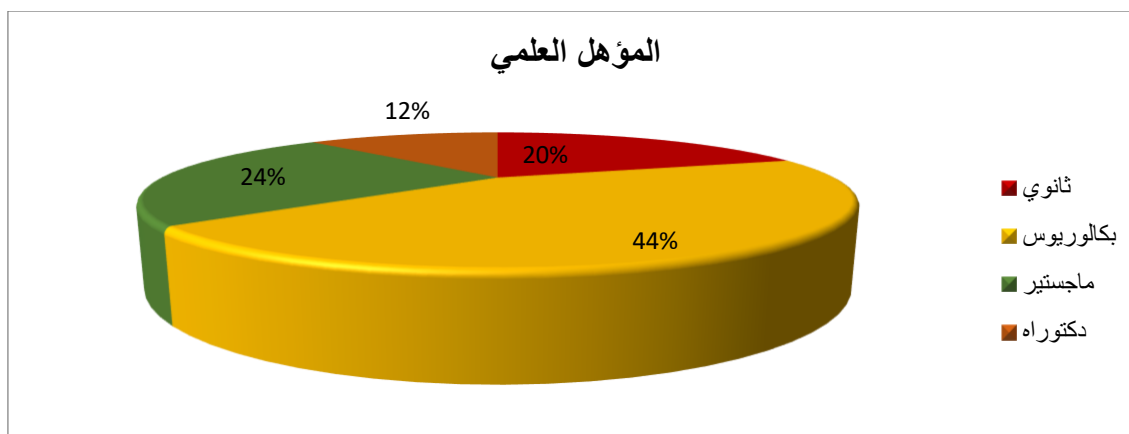
شكل رقم (4-5) توزيع أفراد الدراسة من الموظفين وفق النوع

2- المؤهل العلمي:

جدول رقم (4-6) توزيع أفراد الدراسة من الموظفين وفق متغير المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
20.0	10	ثانوي
44.0	22	بكالوريوس
24.0	12	ماجستير
12.0	6	دكتوراه
100%	50	المجموع

يتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (44%) من الموظفين عينة الدراسة من حملة البكالوريوس ونسبة (24%) من الموظفين عينة الدراسة من حملة الماجستير ونسبة (20%) من الموظفين عينة الدراسة من حملة المؤهل ثانوي ونسبة (12%) من الموظفين عينة الدراسة من حملة الدكتوراه



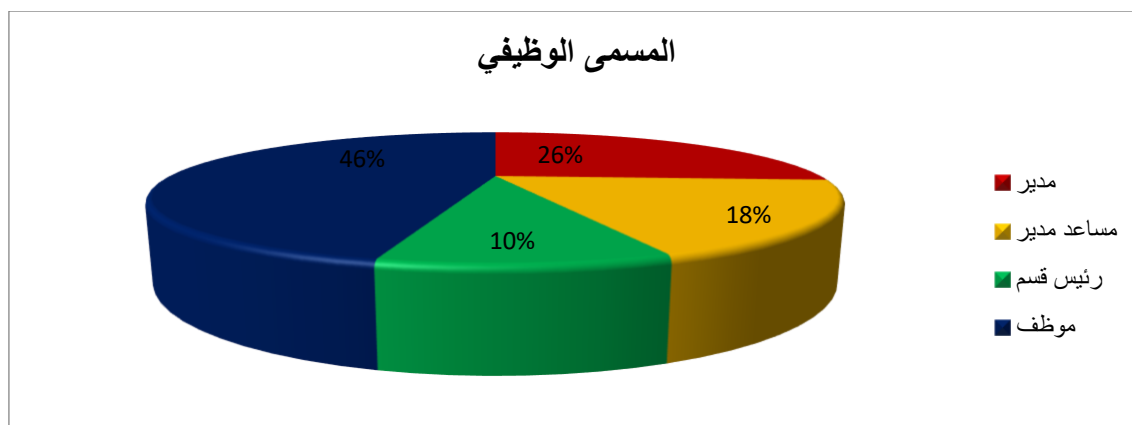
شكل رقم (4-6) توزيع أفراد الدّراسة من الموظفين وفق متغير المؤهل العلمي

3- المسمى الوظيفي

جدول رقم (4-7) توزيع أفراد الدّراسة من الموظفين وفق متغير المسمى الوظيفي

النسبة	التكرار	المسمى الوظيفي
26.0	13	مدير
18.0	9	مساعد مدير
10.0	5	رئيس قسم
46.0	23	موظف
100%	50	المجموع

يُتّضح من الجدول أنّ نسبة (46%) من الموظفين عينة الدراسة يعملون بمسمى وظيفي موظف ونسبة (26%) من الموظفين عينة الدراسة مدراء ونسبة (18%) من الموظفين عينة الدراسة مساعدين مدراء ونسبة (10%) من الموظفين عينة الدراسة رؤساء أقسام



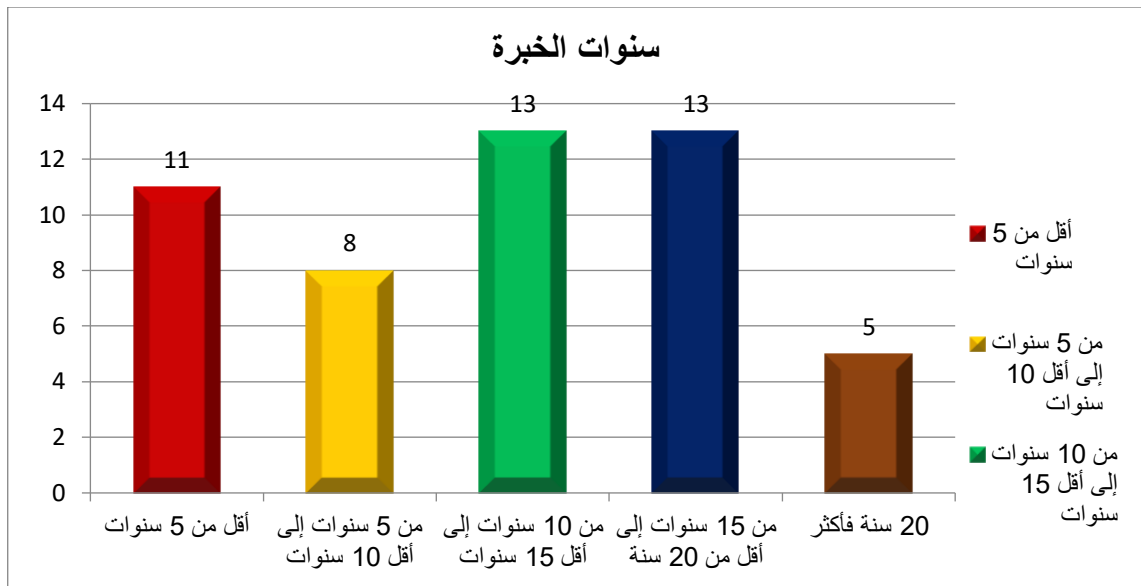
شكل رقم (4-7) توزيع أفراد الدراسة من الموظفين وفق متغير المسمى الوظيفي

4- سنوات الخبرة

جدول رقم (4-8) توزيع أفراد الدراسة من الموظفين وفق متغير سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
22.0	11	أقل من 5 سنوات
16.0	8	من 5 سنوات إلى أقل 10 سنوات
26.0	13	من 10 سنوات إلى أقل 15 سنوات
26.0	13	من 15 سنوات إلى أقل 20 سنة
10.0	5	20 سنة فأكثر
100%	50	المجموع

يُتضح من الجدول أنّ نسبة (26%) من الموظفين عينة الدراسة خبرتهم من 10 الى اقل من 15 سنة ونسبة (26%) من الموظفين عينة الدراسة خبرتهم من 15 الى اقل من 20 سنة ونسبة (22%) من الموظفين عينة الدراسة خبرتهم أقل من 5 سنوات ونسبة (10%) من الموظفين عينة الدراسة خبرتهم 20 سنة فأكثر



شكل رقم (4-8) توزيع أفراد الدراسة من الموظفين وفق متغير سنوات الخبرة

نتائج الدراسة:

الإجابة على تساؤلات الدراسة:

السؤال الأول ما مدى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون؟

لدراسة مدى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون؛ تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد استبانة الموظفين كما يلي :

البعد الأول الاصالّة

جدول (4-9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد الاصالّة للموظفين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تبحث القيادة عن الافكار الجديدة غير التقليدية لتطوير أساليب العمل الإداري.	3.77	1.256	3	موافق
2	تبحث القيادة العاملين على إنجاز الأعمال بطرق متطورة.	3.62	1.311	5	موافق
3	تحرص القيادة على تقديم أفكار جديدة في العمل الإداري.	4.00	1.090	1	موافق
4	تملك القيادة القدرة على طرح أفكار عميقة وغير سطحية لحل مشكلات العمل.	3.76	1.303	4	موافق
5	تتظر القيادة المشكلات العمل من زوايا مختلفة وتقدم حلول عملية مميزة لها.	3.83	1.452	2	موافق
المتوسط العام		3.80	1.28		موافق

يتبين من الجدول السابق أن مدى ممارسة الاصالّة بشركة هاف مليون جاءت بدرجة كبيرة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (3.80)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (1.28)، وهي قيمة مرتفعة تدلّ على تباين آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى ممارسة الاصالّة بشركة هاف مليون

وتراوحَت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (1.09 - 1.452)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم مرتفعة؛ مما يوضِّح تباين آراء أفراد عينة الدِّراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (3): (تحرص القيادة على تقديم أفكار جديدة في العمل الإداري.)، بمتوسط حسابي بلغ (4.0)، وانحراف معياري بلغ (1.09)، ودرجة موافقة (موافق)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (2): (تحت القيادة العاملين على إنجاز الأعمال بطرق متطورة.) بمتوسط حسابي بلغ (3.62)، وانحراف معياري بلغ (1.311) ودرجة موافقة (موافق)

وترى الباحثة أن مدى ممارسة الاصالَة بشركة هاف مليون جاءت بدرجة كبيرة، وهذا يشير الى ارتفاع مستوى ممارسة الاصالَة بشركة هاف مليون.

البعد الثاني المرونة الذهنية

جدول (4-10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد المرونة الذهنية للموظفين

رقم الفقرة	الفرقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تملك القيادة القدرة على سرعة إتخاذ القرار المناسب في المواقف والظروف المختلفة.	4.26	1.537	2	موافق بشدة
2	تمتلك القيادة القدرة للتعبير بطلاقة عن أفكارها بألفاظ مختلفة.	3.72	1.363	4	موافق
3	تستطيع القيادة الدمج بين الافكار المطروحة لحل المشكلة وتكوين فكرة واحدة مفيدة.	4.28	1.319	1	موافق بشدة
4	تتمتع القيادة بقدرة فائقة على تقديم أفكار عديدة في فترة زمنية قصيرة.	4.22	1.294	3	موافق بشدة
5	تمتلك القيادة مهارات كافية لإقناع العاملين بالأفكار الجديدة.	3.49	1.313	5	موافق
المتوسط العام		3.99	1.37	موافق	

يتبين من الجدول السابق أن مدى ممارسة المرونة الذهنية بشركة هاف مليون جاءت بدرجة

كبيرة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (3.99)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (1.37)، وهي قيمة مرتفعة تدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى ممارسة المرونة الذهنية بشركة هاف مليون

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (1.294 - 1.537)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم مرتفعة؛ مما يوضح تباين آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (3): (تستطيع القيادة الدمج بين الافكار المطروحة لحل المشكلة وتكوين فكرة واحدة مفيدة.)، بمتوسط حسابي بلغ (4.28)، وانحراف معياري بلغ (1.319)، ودرجة موافقة (موافق)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (5): (تمتلك القيادة مهارات كافية لإقناع العاملين بالأفكار الجديدة.) بمتوسط حسابي بلغ (3.49)، وانحراف معياري بلغ (1.313) ودرجة موافقة (موافق)

وترى الباحثة أن مدى ممارسة المرونة الذهنية بشركة هاف مليون جاءت بدرجة كبيرة، وهذا يشير الى ارتفاع مستوى ممارسة الاصاله بشركة هاف مليون.

البعد الثالث الطلاقة الفكرية

جدول (4-11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد الطلاقة الفكرية للموظفين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تمتلك القيادة القدرة لإيجاد حلول متنوعة لمشاكل العمل الإداري.	3.51	1.236	5	موافق
2	تبادر القيادة لتقديم أفكار لتحسين الأداء.	3.65	1.386	4	موافق
3	تغير القيادة موقفها أو رأيها بسهولة عندما تقتنع بعدم صحته.	4.36	1.243	1	موافق بشدة
4	تقبل القيادة الاختلاف الفكري وتستفيد من آراء الآخرين.	3.79	1.201	3	موافق
5	تعمل القيادة بعقل منفتح أمام الأفكار والاتجاهات الجديدة في مجال العمل الإداري.	4.09	1.291	2	موافق

المتوسط العام	3.88	1.27	موافق
---------------	------	------	-------

يتبين من الجدول السابق أن مدى ممارسة الطلاقة الفكرية بشركة هاف مليون جاء بدرجة كبيرة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساوياً (3.88)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (1.27)، وهي قيمة مرتفعة تدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى ممارسة الطلاقة الفكرية بشركة هاف مليون.

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (1.201 - 1.386)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم مرتفعة؛ مما يوضح تباين آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (3): (تغير القيادة موقفها أو رأيها بسهولة عندما تقتنع بعدم صحتها)، بمتوسط حسابي بلغ (4.36)، وانحراف معياري بلغ (1.243)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (1): (تمتلك القيادة القدرة لإيجاد حلول متنوعة لمشاكل العمل الإداري). بمتوسط حسابي بلغ (3.51)، وانحراف معياري بلغ (1.236) ودرجة موافقة (موافق)

وترى الباحثة أن مدى ممارسة الطلاقة الفكرية بشركة هاف مليون جاءت بدرجة كبيرة، وهذا يشير إلى ارتفاع مستوى ممارسة الطلاقة الفكرية بشركة هاف مليون

ومما سبق يتبين أن مدى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون جاء كما يلي

جدول (4-12) مدى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	الأصالة	3.8	1.28	3	موافق
2	المرونة الذهنية	3.99	1.37	1	موافق
3	الطلاقة الفكرية	3.88	1.27	2	موافق
المتوسط العام		3.89	1.31		موافق

يتبين من الجدول السابق أن مدي ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون جاء بدرجة كبيرة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.89)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (1.31) وهذا يشير الى ارتفاع مستوى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون.

السؤال الثاني ما مدي رضا عملاء شركة هاف مليون؟

لدراسة مدي رضا عملاء شركة هاف مليون؛ تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات استبانة العملاء كما يلي

جدول (4-13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات استبانة العملاء

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	أشعر بالرضا عن جودة الخدمات التي تقدمها شركة هاف مليون	3.41	1.361	7	موافق
2	أشعر بالرضا عن أسعار الخدمات التي تقدمها شركة هاف مليون.	4.37	1.291	1	موافق بشدة
3	تستجيب خدمات شركة هاف مليون لتطلعات العملاء.	3.75	1.229	4	موافق
4	تشعر بالرضا عن سلوك مقدم الخدمة بشركة هاف مليون عند التعامل معه.	3.90	1.439	2	موافق
5	أشعر بالرضا عن تشكيلة الخدمات التي تقدمها الشركة.	3.87	1.242	3	موافق
6	أشعر بالرضا عن كفاءة العاملين بشركة هاف مليون.	3.75	1.173	5	موافق
7	أشعر بالرضا عن مستوى تفهم خدمة العملاء بشركة هاف مليون لاحتياجاتي.	3.53	1.297	6	موافق
	المتوسط العام	3.80	1.29		موافق

يتبين من الجدول السابق أن مدي رضا عملاء شركة هاف مليون جاء بدرجة (كبيرة)، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.80)، بانحراف معياري بلغ (1.29)، وهي قيمة مرتفعة تدلّ على تباين آراء أفراد عينة الدراسة حول مدي رضا عملاء شركة هاف مليون.

وتراوحَت قيم الانحرافات المعياريَّة لفقرات هذا المحور بين (1.439 - 1.173)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم مرتفعة؛ مما يوضِّح تباين آراء أفراد عينة الدِّراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (2): (أشعر بالرضا عن أسعار الخدمات التي تقدمها شركة هاف مليون.)، بمتوسِّط حسابي بلغ (4.37)، وانحراف معياري بلغ (1.291)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، وفي الترتيب الثاني العبارة رقم (4): (تستجيب خدمات شركة هاف مليون لتطلعات العملاء.)، بمتوسِّط حسابي بلغ (3.9)، وانحراف معياري بلغ (1.439)، ودرجة موافقة (موافق)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (1): (أشعر بالرضا عن جودة الخدمات التي تقدمها شركة هاف مليون) بمتوسِّط حسابي بلغ (3.41)، وانحراف معياري بلغ (1.361)، ودرجة موافقة (موافق)

وترى الباحثة أن مدي رضا عملاء شركة هاف مليون جاء بدرجة (كبيرة)، وهذا يشير الى ارتفاع مستوى رضا عملاء شركة هاف مليون.

السؤال الثالث ما أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون؟

للتحقق على أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (4-14) أثر القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	.125	.782	.435
الأصالة	.470	9.574	.000
المرونة الذهنية	.057	2.109	.008
الطلاقة الفكرية	.183	2.500	.013
معامل الارتباط = .772		معامل التحديد = .592	
قيمة الاختبار F = 127.411		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.772) مما يدل على انه بزيادة

القيادة الإبداعية يزداد رضا عملاء شركة هاف مليون وجاء معامل التحديد مساويا (0.592) ومنها نستنتج ان أبعاد القيادة الإبداعية تفسر ما يقارب من (59.2 %) من التباين في رضا عملاء شركة هاف مليون وجاءت قيمة F مساوية (127.411) وهى قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية لأبعاد القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى مغنويه ($\alpha \leq 0.005$) للأصالة علي رضا عملاء شركة هاف مليون

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (4-15) أثر الاصالة علي رضا عملاء شركة هاف مليون

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	1.042	6.837	.000
الأصالة	.687	16.810	.000
معامل الارتباط=.769		معامل التحديد = .447	
قيمة الاختبار F = 282.568		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.769) مما يدل على انه بزيادة الاصالة يزداد رضا عملاء شركة هاف مليون وجاء معامل التحديد مساويا (0.447) ومنها نستنتج ان الأصالة تفسر ما يقارب من (44.7 %) من التباين في رضا عملاء شركة هاف مليون السعودية وجاءت قيمة F مساوية (282.568) وهى قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للأصالة على رضا عملاء شركة هاف مليون

الفرض الثاني لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنويه ($\alpha \leq 0.005$)

للمرونة الذهبية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear

Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (4-16) أثر المرونة الذهبية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	2.004	14.006	.000
المرونة الذهبية	.504	11.137	.000
معامل الارتباط = 0.713		معامل التحديد = 0.461	
قيمة الاختبار F = 124.025		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.713) مما يدل على انه بزيادة المرونة الذهبية يزداد رضا عملاء شركة هاف مليون وجاء معامل التحديد مساويا (0.461) ومنها نستنتج ان المرونة الذهبية تفسر ما يقارب من (46.1 %) من التباين في المرونة الذهبية وجاءت قيمة F مساوية (124.025) وهي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للمرونة الذهبية على رضا عملاء شركة هاف مليون .

الفرض الثالث لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنويه ($\alpha \leq 0.005$)
لطلاق الفكرية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (4-17) أثر الطلاقة الفكرية علي رضا عملاء شركة هاف مليون

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	1.015	5.630	.000
الطلاقة الفكرية	.762	14.263	.000
معامل الارتباط = 0.708		معامل التحديد = 0.367	
قيمة الاختبار F = 203.440		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.708) مما يدل على انه بزيادة الطلاقة الفكرية يزداد رضا عملاء شركة هاف مليون وجاء معامل التحديد مساويا (0.367) ومنها نستنتج ان الطلاقة الفكرية تفسر ما يقارب من (36.7 %) من التباين في رضا عملاء شركة هاف مليون وجاءت قيمة F مساوية (203.440) وهي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للابتكار للطلاقة الفكرية على رضا عملاء شركة هاف مليون.

ملخص نتائج الدراسة:

ويتمثل ذلك في عرض أبرز النتائج التي توصل إليها البحث فيما يتعلق بالإجابة عن تساؤلاته وتحقيق أهدافه، على النحو التالي:

- مدي ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون جاء بدرجة كبيرة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.89)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (1.31) وهذا يشير الى ارتفاع مستوى ممارسة القيادة الإبداعية بشركة هاف مليون
- مدي رضا عملاء شركة هاف مليون جاء بدرجة (كبيرة)، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.80)، بانحراف معياري بلغ (1.29)، وهذا يشير الى ارتفاع مستوى رضا عملاء شركة هاف مليون.
- وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية لأبعاد القيادة الإبداعية علي رضا عملاء شركة هاف مليون
- وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للأصالة على رضا عملاء شركة هاف مليون
- وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للمرونة الذهنية على رضا عملاء شركة هاف مليون
- وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية للابتكار للطلاقة الفكرية على رضا عملاء شركة هاف مليون

توصيات الدراسة:

من خلال ما ورد من نتائج يمكن للباحثة تقديم التوصيات التالية:

- تشجيع القيادة للعاملين على إنجاز الأعمال بطرق متطورة
- طرح القيادة لأفكار عميقة وغير سطحية لحل مشكلات العمل.
- امتلاك القيادة مهارات كافية لإقناع العاملين بالأفكار الجديدة.
- قدرة القيادة على إيجاد حلول متنوعة لمشاكل العمل الإداري.

المراجع

المراجع

المراجع العربية

- أحمد، هبة عاطف (2024) تأثير القيادة الإبداعية على فعالية التحول الرقمي: دراسة حالة لتطبيق على مؤسسة مستشفى سرطان الأطفال - مصر. مجلة البحوث الإدارية. 42(1). 1-50.
- اسلام، فرجلي محمد (2023). العوامل المؤثرة في رضا العملاء في خدمات المصارف: دراسة حالة بنك الخليج AGB وكالة بسكرة. رسالة ماجستير. جامعة محمد خيضر - بسكرة.
- إسماعيل، رضا مصيلحي أحمد (2023) أثر تنمية جدارات الموارد البشرية على تحسين التميز المؤسسي من خلال دور القيادة الإبداعية كمتغير وسيط: دراسة تطبيقية على شركات الحديد والصلب في مصر. المجلة العربية للإدارة . 47(2). 1-22.
- بن غالية، كنزة (2024) دور القيادة الإبداعية في تعزيز الابتكار بمنظمات الاعمال- دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الشلف (2024). مجلة معهد العلوم الاقتصادية. 27(1). 197-219.
- بوسماحة، عبلة (2021) اتجاهات موظفي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ونزعة بتبسة نحو مستوى تطبيق القيادة الإبداعية. مجلة العلوم الإنسانية. 32(4). 65-79
- الترك، حنان حسين محمد صبحي، و الجوازنة، بهجت عيد. (2020). القيادة الإبداعية وأثرها على تطوير الأداء : دراسة حالة مجموعة طلال أبو غزالة العالمية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1141110>
- حجازي، إسلام، رياض، عماد محمد، محمد، رضا لسعيد (2024) أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي بالتطبيق على إحدى شركات صناعة الكيماويات بمدينة السادات. مجلة الدراسات والبحوث البيئية 14(3). 501-518.
- حمد، روية سعد الدين(2022) القيادة الإبداعية وإدارة التغيير في المؤسسة التربوية في ظل الاتجاهات الحديثة في القيادة. مجلة رابطة التربية الفلسطينية للآداب والدراسات التربوية والنفسية. 2(5). 319-336.
- الحوارة، كامل محمد يوسف، والمري، سنيد صالح سنيد الدعية. (2021). أثر القيادة الإبداعية في استراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات العامة في دولة قطر. مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، 7(2) ، 310 - 336. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1225003>

خضر، شهاب أحمد، إبراهيم، اوميد محمد، نور الدين، بيمان مأمون (2023) دور رشاقة الموارد البشرية في العلاقة بين القيادة الإبداعية والإداء الريادي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من الكوادر الوظيفية في الكليات / المعاهد - جامعة دهوك. مجلة بوليتكنيك للعلوم الإنسانية والاجتماعية. 1033 - 1024. (1)4.

السبع، باهر رزق، جوهر، علي صالح (2023) تصور مقترح القيادة الإبداعية لتطوير الأداء الإداري لمديري المدارس الثانوية العامة بمحافظة دمياط. مجلة كلية التربية -جامعة دمياط. 38(85) ج3. 405 - 373.

الشيخي، أحمد حسن، مجلد، أسامة عبد الرحمن (2023) دور القيادة الإبداعية في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة ميدانية على جامعة الملك عبد العزيز بجدة (1444هـ - 2023م). المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث 7(13). 34-16.

صالح، سحر محمد أنور (2024) أثر التسويق التجاري في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على بعض شركات الاتصالات في مصر. المجلة العربية للإدارة، 44(5). 281 - 261.

صبري، صلاح يحيى، ارزىقات، سائد (2024) أثر القيادة الإبداعية في إدارة الأزمات في وزارة التربية والتعليم الفلسطينية. مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية. 1(2). 679-651.

الصومالي، صباح بنت عبدالله، باجنيد، أريج عبدالله، و زكي، خديجة محمود. (2020). دور القيادة الإبداعية في تحسين أداء العاملين: دراسة تطبيقية على مستشفيات القطاع الخاص بمحافظة جدة بالمملكة العربية السعودية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج28، ع3 ، 234 - 261. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1086878>

عباس، رشا أمين. (2023). أثر العلامة التجارية على رضا العملاء: دراسة ميدانية على عينة من عملاء العلامة التجارية "HP" في جامعة طرطوس. مجلة جامعة البعث سلسلة العلوم الاقتصادية، 45(7) ، 63 - 90. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1387141>

عبد الرحمان، بن عابد، محمد، عزاوي (2022) دور التسويق الأخضر في زيادة رضا العملاء : دراسة حالة مؤسسة نفطال (الوكالة التجارية بأدرار). رسالة ماجستير. جامعة أحمد دراية.

عبد الرحيم، رباب السيد رجب القيراني، محمد رفعت محمد كشك عادل أنور عبد الدايم (٢٠٢٤). أثر اللوجستيات العكسية على رضا العميل من خلال الدور الوسيط للصورة الذهنية بالتطبيق على شركة كابسي للدهانات ببورسعيد، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط (٢) ٣، ٧٤٨-٧١٩.

عزيزه، حسام محمد رياض عبد الخالق (2021). فاعلية عناصر المزيج الترويجي في تحقيق رضا العملاء بشركات خدمات الاتصالات المتنقلة بالمملكة العربية السعودية. المجلة العربية للإدارة. 41(1). 23 - 47.

العنزي، حمود محمد عبدالله (2024) الدور الوسيط للارتجال الاستراتيجي في العلاقة بين القيادة الإبداعية وسلوكيات المواطنة التنظيمية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية. 5(2)ج3. 750 - 785.

عون، محمد أيوب، عاتي، هيثم (2024) تأثير جودة الخدمة على رضا العميل: دراسة حالة مؤسسة موبيليس - وكالة تبسة. رسالة ماجستير. جامعة العربي التبسي - تبسة.

قاسم، سامر أحمد، دبس، يامن، و السكري، أحمد. (2021). دور التسويق المباشر في تحسين رضا العملاء : دراسة ميدانية في جامعة تشرين. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، 43(2) ، 125 - 144. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1184820>

ماخوس، ديمة حسن. (2023). تأثير تنشيط المبيعات على رضا العملاء : دراسة ميدانية على عملاء شركة إيما تيل لاتصالات في اللاذقية. مجلة جامعة البعث سلسلة العلوم الاقتصادية، مج45، ع29 ، 151 - 182. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1428094>

المري، سنيد صالح سنيد الدعية، والحواجرة، كامل محمد يوسف. (2020). أثر القيادة الإبداعية في استراتيجيات إدارة الأزمات: الدور الوسيط للذكاء الاستراتيجي في المؤسسات العامة في دولة قطر (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1207290>

ناصر، أحمد رياض، أبو زيد، حمادة فوزي ثابت، و شفيق، أحمد بالمنعم. (2022). قياس أثر تمكين العملاء على الابتكار ورضا العملاء بالتطبيق على صناعة الأغذية العراقية. مجلة الدراسات والبحوث التجارية، 42(1) ، 477 - 502. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1405408>

نافع، عبدالله أحمد، و محمد، مجاهد الصديق عبدالقادر. (2021). دور القيادة الإبداعية في رفع كفاءة أداء العاملين بالتطبيق على شركة النيل للبترول (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1205152>

الهيتمي، علي جبير مصطفى. (2023). القيادة الإبداعية ودورها في دعم الابتكار الاستراتيجي: دراسة تحليلية في مديرية تربية الأنبار. مجلة الدراسات المستدامة، 5(4) ، 1718 -

1738. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1410794>

المراجع الأجنبية

Husti, I., & Mahyarni, M. (2019). Islamic Leadership, Innovation, Competitive Advantages, and Performance of SMES in Indonesia. *East Asia*, 36(4), 369-383.

Karatepe, O.M., Aboramadan, M. and Dahleez, K.A. (2020), "Does climate for creativity mediate the impact of servant leadership on management innovation and innovative behavior in the hotel industry?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), PP: 2497- 2517.

Kurdi, B., Alshurideh, M., & Alnaser, A. (2020). The impact of employee satisfaction on customer satisfaction: Theoretical and empirical underpinning. *Management Science Letters*, 10(15), 3561-3570.

Rane, N. L., Achari, A., & Choudhary, S. P. (2023). Enhancing customer loyalty through quality of service: Effective strategies to improve customer satisfaction, experience, relationship, and engagement. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(5), 427-452.

Zhang, J., Chen, Q., Lu, J., Wang, X., Liu, L., & Feng, Y. (2024). Emotional expression by artificial intelligence chatbots to improve customer satisfaction: Underlying mechanism and boundary conditions. *Tourism Management*, 100, 104835.

Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4), 460

الملاحق

الاستبانة

السيد/ة:

تحية طيبة وبعد،

يستهدف الاستبيان التعرف على أثر القيادة الإبداعية على رضا العملاء من وجهة نظر العاملين بشركة هاف مليون، وأرجو منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة وموضوعية. علماً بأن البيانات التي سيتم الحصول عليها من خلال إجاباتكم سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستتم التعامل معها بسرية تامة.

ولكم جزيل الشكر والامتنان على حسن تعاونكم

أولاً: الخصائص الشخصية:

النوع:

- ذكر
- انثي

المؤهل العلمي:

- أقل من بكالوريوس
- بكالوريوس
- دراسات عليا
- ماجستير
- دكتوراه

عدد سنوات الخبرة الوظيفية

- أقل من 5 سنوات
- من 5 سنوات الي أقل من 10 سنوات
- من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة
- من 15 سنة إلى اقل من 20 سنة
- 20 سنة فأكثر

المهنة

- مدير
- مساعد مدير

- رئيس قسم
- موظف

القسم الثاني: يتناول محاور الاستبيان

ضع علامة (✓) أمام الخيار المناسب لك:

المحور الأول: القيادة الإبداعية

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
البعد الأول: الاصالاة					
					1 تبحث القيادة عن الافكار الجديدة غير التقليدية لتطوير أساليب العمل الإداري.
					2 تحت القيادة العاملين على إنجاز الأعمال بطرق متطورة.
					3 تحرص القيادة على تقديم أفكار جديدة في العمل الإداري.
					4 تملك القيادة القدرة على طرح أفكار عميقة وغير سطحية لحل مشكلات العمل.
					5 تنتظر القيادة المشكلات العمل من زوايا مختلفة وتقدم حلول عملية مميزة لها.
البعد الثاني: المرونة الذهنية					
					7 تملك القيادة القدرة على سرعة إتخاذ القرار المناسب في المواقف والظروف المختلفة.
					8 تملك القيادة القدرة للتعبير بطلاقة عن أفكارها بألفاظ

					مختلفة.	
					تستطيع القيادة الدمج بين الأفكار المطروحة لحل المشكلة وتكوين فكرة واحدة مفيدة.	9
					تتمتع القيادة بقدرة فائقة على تقديم أفكار عديدة في فترة زمنية قصيرة.	1 0
					تمتلك القيادة مهارات كافية لإقناع العاملين بالأفكار الجديدة.	1 1
البعد الثالث: الطلاقة الفكرية						
					تمتلك القيادة القدرة لإيجاد حلول متنوعة لمشاكل العمل الإداري.	1 3
					تبادر القيادة لتقديم أفكار لتحسين الأداء.	1 4
					تغير القيادة موقفها أو رأيها بسهولة عندما تقتنع بعدم صحته.	1 5
					تقبل القيادة الاختلاف الفكري وتستفيد من آراء الآخرين.	1 6
					تعمل القيادة بعقل منفتح أمام الأفكار والاتجاهات الجديدة في مجال العمل الإداري.	1 7

استبانة رضا العملاء

مرحبًا بكم، أنا طالبة في مرحلة الماجستير في إدارة المشاريع

أعمل حاليًا على إعداد دراسة بعنوان "أثر القيادة الابداعية على رضا العملاء في شركة هاف مليون" يهدف هذا البحث إلى جمع البيانات لفهم أثر القيادة الابداعية على رضا العملاء في شركة هاف مليون .

أؤكد لكم أن جميع المعلومات التي ستقدمونها سيتم التعامل معها بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

إن مشاركتكم في هذا الاستبيان ستكون لها قيمة كبيرة في تقديم توصيات تدعم تحسين ممارسات القيادة الابداعية لما لها من تأثير على رضا العملاء وزيادة كفاءة الشركة ونجاحها في المستقبل.

أولاً: الخصائص الشخصية:

■ النوع:

- ذكر
- انثي

■ المؤهل العلمي:

- أقل من بكالوريوس
- بكالوريوس
- دراسات عليا

■ العمر

- من 15 سنة إلى أقل من 25 سنة.
- من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة.
- من 35 سنة إلى أقل من 50 سنة.
- 50 سنة فأكثر

■ المهنة

- طالب
- أعمال حرة
- لا يعمل
- موظف قطاع عام
- موظف قطاع خاص.

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
					1 اشعر بالرضا عن جودة الخدمات التي تقدمها شركة هاف مليون.
					2 أشعر بالرضا عن أسعار الخدمات التي تقدمها شركة هاف مليون.
					3 تستجيب خدمات ش شركة هاف مليون لتطلعات العملاء.
					4 تشعر بالرضا عن سلوك مقدم الخدمة شركة هاف مليون عند التعامل معه.
					5 أشعر بالرضا عن تشكيلة الخدمات التي تقدمها الشركة.
					6 أشعر بالرضا عن كفاءة العاملين شركة هاف مليون.
					7 أشعر بالرضا عن مستوى تفهم خدمة العملاء شركة هاف مليون لاحتياجاتي.

Abstract:

The study aimed to reveal the impact of creative leadership on customer satisfaction. To achieve this goal, the study used the analytical descriptive curriculum. The identification was used to gather data and information, and was applied to 50 Half Million workers. and (200) of the company's clients. The results of the study found that the practice of creative leadership of Half Million came to a large extent, with the overall average of the axis being equal to 3.89, the degree of approval (OK), and a standard deviation of 1.31, indicating the high level of creative leadership practice of Half Million. The satisfaction of Half Million's clients was (substantially), with the overall axis average equal to 3.80, with a standard deviation of 1.29, indicating a high level of satisfaction of Half Million's clients. It also resulted in a strong positive statistically significant impact of the dimensions of creative leadership on the satisfaction of Half Million's clients. A strong, statistically significant positive impact on the satisfaction of Half Million's customers. A strong, statistically significant positive impact of golden flexibility on the satisfaction of Half Million's customers. Strong Positive Impact of Innovation Statistically Significant for Intellectual Fluency on Half Million Customers' Satisfaction.

Keywords: Creative Leadership - Customer Satisfaction - Half Million.