

أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية دراسة تطبيقية على
شركات الاتصالات السعودية

الإعداد:

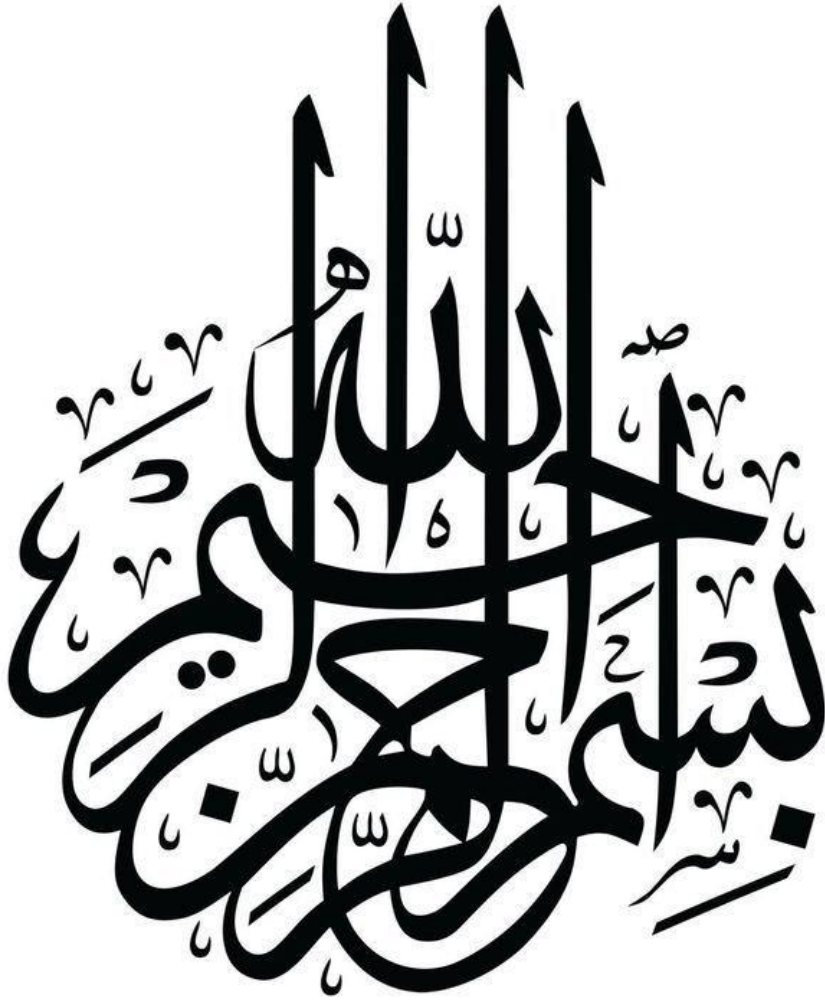
حمدان منادي العنزي

241000812

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

1445- 2024م



إِهْدَاء

إلى أهم شخص في حياتي... أمي الغالية بارك الله في عمرها

إلي روح أبي التي فارقت الحياه ولم تفارقي (رحمه الله)

إلى من شاركني السراء والضراء، ولم أرها عابسة يوماً..... زوجتي المخلصة.

إلى من أتشوق لأن أرى مستقبلهما المشرق بإذن الله..... ابنتي الغالية.

إلى جموع الأقارب والأصدقاء

أهديكم بحثي، وأدعو الله أن ينال إعجابكم.

شكر وعزة

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمداً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى د. أسماء أبو عزة

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في

جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلى إدارة جامعة ميد أو شن ممثلة بالكادر الأكاديمي والإداري، لما

قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجياً من المولي عز

وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير العدالة التنظيمية بأبعادها المختلفة (العدالة التوزيعية، العدالة الإجرائية، العدالة الأخلاقية، العدالة التقييمية) على السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع، المسؤولية الاجتماعية، جودة المنتج) من منظور العاملين في شركات الاتصالات السعودية، و شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في هذا القطاع، حيث تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لجمع البيانات. اعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني تم توزيعه عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالعاملين، وبلغ عدد المشاركين الذين استجابوا للاستبيان 390 فردًا، تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية لتطبيق العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية على السمعة المؤسسية، حيث تبين أن العدالة التنظيمية بجميع أبعادها ترتبط بشكل قوي وإيجابي بالسمعة المؤسسية. وتوصلت الدراسة إلى أن تعزيز العدالة داخل بيئة العمل يسهم في تحسين سمعة الشركات، وذلك من خلال رفع مستويات الإبداع، تعزيز المسؤولية الاجتماعية، وتحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة.

أوصت الدراسة بضرورة أن تسعى شركات الاتصالات السعودية إلى تعزيز مبادئ العدالة التنظيمية من خلال تطوير سياسات وإجراءات تدعم توزيع الفرص والموارد بشكل عادل ومتساوٍ بين العاملين، كما شددت على أهمية تعزيز السمعة المؤسسية من خلال دعم الابتكار المستمر في المنتجات والخدمات، إلى جانب تكثيف مشاركة الشركات في المبادرات الاجتماعية والبيئية، بما يسهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وتحسين صورة الشركة على المستويين المحلي والدولي.

الكلمات المفتاحية: العدالة التنظيمية، السمعة المؤسسية، شركات الاتصالات السعودية.

قائمة المحتويات

ب	بسم الله الرحمن الرحيم
ج	إهداء
د	شكرو وتقدير
هـ	المستخلص
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
1	الفصل الأول: الاطار العام للدراسة
1.1	1.1 مقدمة:
2	3.1 مشكلة الدراسة:
4	4.1 أهمية الدراسة:
5	الأهمية العملية:
6	5.1 أهداف الدراسة:
6	6.1 تساؤلات الدراسة:
7	7.1 فرضيات الدراسة:
8	8.1 الدراسات السابقة:
14	9.1 الفجوة البحثية:
15	10.1 تطبيق النظرية في الدراسة:
17	12.1 مصادر البيانات :
17	14.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة:
18	15.1 حدود الدراسة:
19	الفصل الثاني: الإطار النظري
19	تمهيد:

20	المبحث الأول: العدالة التنظيمية
20	1.1.2 تمهيد:
21	2.1.2 مفهوم العدالة التنظيمية
21	3.1.2 أهمية العدالة التنظيمية
23	4.1.2 أبعاد العدالة التنظيمية
27	5.1.2 النظريات المفسرة للعدالة التنظيمية
32	المبحث الثاني: السمعة المؤسسية
32	1.2.2 تمهيد:
33	2.2.2 تعريف سمعة المؤسسة:
34	3.2.2 خصائص سمعة المؤسسة
34	4.2.2 السمعة المؤسسية للشركات
35	5.2.2 أهمية السمعة للشركات :
36	الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة
36	1.3 مقدمة
36	2.3 منهجية البحث:
36	3.3 مجتمع وعينة الدراسة
37	4.3 مصادر البيانات:
37	5.3 الأساليب الإحصائية:
38	6.3 أداة الدراسة
39	7.3 صدق أداة الدراسة
42	8.3 ثبات أداة الدراسة:
43	الفصل الرابع: تحليل النتائج
43	1.4 مقدمة
43	2.4 خصائص عينة الدراسة
44	3.4 تحليل استمارة الاستبيان

51	4.4 اختبار فروض الدراسة
59	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
59	1.5 نتائج الدراسة
62	2.5 التوصيات
63	Abstract
64	المراجع
64	أولاً: المراجع العربية
67	ثانياً: المراجع الأجنبية:
70	استمارة استبيان

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول
49	جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة
49	جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الاول
51	جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني
52	جدول (4) معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان
54	جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقاً لخصائصها
55	جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة التوزيعية
56	جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة الاجرائية

57	جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة الاخلاقية
58	جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة التقييمية
59	جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الابداع
60	جدول (11) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات المسؤولية الاجتماعية
61	جدول (12) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات جودة المنتج
62	جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها على السمعة المؤسسية بأبعادها
64	جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة التوزيعية على السمعة المؤسسية بأبعادها
65	جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة الاجرائية على السمعة المؤسسية بأبعادها
66	جدول (16) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة الاخلاقية على السمعة المؤسسية بأبعادها
68	جدول (17) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة التقييمية على السمعة المؤسسية بأبعادها

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة تقدماً وتطوراً في مجالات الحياة بكل مكوناتها وتفصيلها ولقد برز مؤخراً اهتمام ملحوظ في مجال الإدارة وتطورها في أوساط الساسة وصناع القرار على اعتبار أن التطور الإداري أضى جزءاً من نهضة الشعوب والدول، وفي ظل التناقص والندرة في الموارد، وإدراكاً لدور المؤسسات والمنظمات في تشكيل أبعاد النهضة والتنمية في المجتمعات؛ كان لابد من إدارة المؤسسات والمنظمات بفاعلية وكفاءة بما يحقق الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة. (الغيلاني، 2023)

يُعد موضوع العدالة التنظيمية من الموضوعات التي نالت اهتماماً في دراسات وأبحاث إدارة الأعمال، نظراً لأهميتها وقيمتها، ومن هنا يظهر اهتماماً واضحاً في الآونة الأخيرة بالموارد البشري. والذي تعتمد عليه كافة المستويات الإدارية في الشركة، كالإدارة العليا، والإدارة المتوسطة وكذلك الإدارة التنفيذية، لذلك يجري الحديث والبحث عن ضرورة إيجاد الظروف المناسبة، والبيئة الخاصة للمورد البشري، العدالة التنظيمية لها أهمية بديمومة بقاء الشركات والاهتمام بتطوير قدراته ومهاراته باستمرار، إلى جانب تشجيعه على إعطاء الشركة، أقصى طاقاته، والمساهمة في تحقيق أهدافها، وحفزه على البقاء في الشركة، من خلال إدراكه للعدالة التنظيمية، وذلك بحصوله على مخرجات مجزية، ومكافاته حين يجيد العمل، الأمر الذي يسهم في تعزيز التزامه اتجاه الشركة. (على، 2022)

كما تعد السمعة المؤسسية هدفاً مهماً تسعى جميع الشركات لتحظى به، نظراً لما تشكله السمعة المؤسسية من دور فاعل في ديمومة الأعمال وتطبيق الأرباح، ويمكن الاعتماد على السمعة المؤسسية كتغذية راجعة للخدمات والسلع التي تقدمها الشركات ومستوى جودتها، لهدف التحسين والتطوير في هذه الخدمات والسلع المقدمة، (العدوان وشامى، 2022)

وتعتبر السمعة المؤسسية من أصول الشركة غير الملموسة، فالسمعة الجيدة تزيد من القدرة التنافسية للشركة على العكس من السمعة السيئة للشركة التي تضعف موقفها التنافسي، وهي بمثابة

الانطباع الراسخ في أذهان جميع أصحاب المصالح، خاصة انه ليس من السهل تغيير أو تعديل هذه النظرة نحو الشركة. وتشكل النظرة السلبية نحو الشركة أكبر المهددات التي تواجه المنظمات في عالم الأعمال.

لذا لا بد للمنظمات الراغبة في الحفاظ على سمعتها المؤسسية وضمان بقائها واستمرارية تحقيقها للنمو والتقدم، أن تولي متغير العدالة التنظيمية شيئاً من الاهتمام، نظراً لما تحمله العدالة التنظيمية من دور أساسي في سد الفجوة ما بين أهداف المؤسسة وأهمها السمعة المؤسسية وأهداف العاملين، وتوفير بيئة عمل تتسم بالعدالة والثقة المتبادلة بينهم وبين المؤسسة . (العدوان وشامى ،2022)

ولأن الموارد البشرية هي الجهة القائمة على إدارة وتسيير جميع العمليات الإنتاجية والإدارية والتسويقية والمالية في المؤسسة، من الضروري إعطاء العدالة التنظيمية أهمية أكبر لأنها ذات تأثير على العاملين ومستوى ادائهم، وهذا يحسن صورة المؤسسة في سوق العمل المحلي والدولي، ولدى أصحاب المصالح العملاء الموردون المنافسون العاملون، وغيرهم .

3.1 مشكلة الدراسة:

تعد السمعة التنظيمية من الأصول غير الملموسة للمؤسسات، حيث أن السمعة الجيدة تخلق قيمة عالية وميزة تنافسية عالية للمؤسسة، بينما السمعة السيئة تقلل من قيمة المهام التي تقدمها المؤسسة وتقلل من ثقة المواطنين بها كما يساعد بناء سمعة المؤسسة على استدامتها والحفاظ على ممتلكاتها خاصة في ظل ظروف الأزمات التي قد تمر بها، وتعتبر السمعة الطيبة للمؤسسة أكبر دعم لها في سعيها للتغيير والإصلاح والتميز في الأداء، ولذلك فإن سمعة المؤسسة هي نتيجة رئيسية لنوع التفاعلات التي تحققها المؤسسة في تعاملها مع الأفراد والمتعاملين معها، وبالتالي تظهر على شكل مؤشرات، مثل الثقة والاحترام والوعي والتقدير تجاه المنظمة وموظفيها. (بن عدة، 2021)

في ظل تسارع وتيرة الأحداث العالمية نتيجة التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالتزامن مع نمو العديد من العوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وظاهرة العولمة التي ساهمت في رفع المستوى والقدرة التنافسية العالمية، وليس فقط بين اقتصادات البلدان؛ لكن في النظام الحكومي

برمته، وما هي انعكاساته على السمعة المؤسسية، تم إنشاء مؤشرات دولية متعددة، يتم من خلالها الحكم على مستوى سمعة المؤسسات الحكومية والدول.

لقد أصبحت السمعة هدفاً مهماً تسعى جميع المؤسسات على اختلاف أنواعها وأشكالها ومستوياتها إلى تحقيقه ويتم ذلك من خلال تضمين الدور الاستراتيجي للمؤسسات الذي يركز على بناء السمعة التنظيمية، وتعزيز ركانزها بدعم من جميع الأطراف ذات العلاقة بتحقيق السمعة التنظيمية، مع الأخذ في الاعتبار أن السمعة التنظيمية هي نوع من التصور والتغذية الراجعة، التي يتم تقديمها بقلم الجهات المعنية والمجتمع بشكل عام. (عيسى، 2020)

السمعة قاعدة أساسية وحيوية ليس فقط في حياة الناس والشعوب والحضارات الإنسانية، بل أيضاً في عملية المؤسسات وواقعها، يساهم في تكوين الانطباع الأول لدى الآخرين، وهو ما يستقر بسرعة ويتجذر في النفس، ويصعب تعديله أو تغييره بسهولة ونتيجة للتغيير الواسع الذي يجتاح مؤسسات اليوم، زادت درجات التحدي، الأمر الذي يتطلب من تلك المؤسسات مواكبة هذه التغيرات من أجل تحسين سمعتها وكسب رضا الجمهور وموظفيها وجمهورها.

ومن هنا تنشأ تهديدات ومخاطر السمعة في حالة وجود رأي عام سلبي تجاه المنظمة، نتيجة عدم قدرتها على تلبية توقعات الأفراد واحتياجاتهم بما يحقق المصلحة العامة، وفي البيئة المحيطة، مثل تطور وسائل الإعلام وقنوات الاتصال، فهو سلاح قوي، فهو عنصر ذو حدين يهدد السمعة. وقد يشكل تأثيراً خطيراً على عمل المنظمة، ورصد التهديدات التي تهدد السمعة أصبح هدف مسؤولية الإدارة العليا.

ولقد شهدنا ازدياداً في التركيز على قيمة المورد البشري وتحقيق مستوى من العدالة التنظيمية الكافي لضمان أدائه المتميز الذي يساهم في تحسين سمعة المنظمة وصورتها المؤسسية بالمقارنة مع منافسيها.

وتواجه شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية تحديات كبيرة في بناء سمعة مؤسسية قوية في بيئة عمل تتسم بالتنافسية العالية والتغيرات السريعة. يعتبر تحقيق العدالة التنظيمية داخل

المؤسسات من العوامل الحاسمة التي تؤثر بشكل كبير على الأداء الوظيفي والرضا الوظيفي للعاملين، مما يؤدي بالتالي إلى تعزيز السمعة المؤسسية. ومع ذلك، فإن الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع في السياق السعودي لا تزال محدودة، مما يخلق فجوة بحثية تحتاج إلى معالجة.

تشير الدراسات السابقة إلى أن العدالة التنظيمية تلعب دوراً محورياً في تشكيل سلوكيات الموظفين ووجهات نظرهم تجاه مؤسساتهم. على سبيل المثال، وجدت دراسات مثل دراسة Ahmed & Jameel (2021) و Jayus (2021) أن العدالة التوزيعية والإجرائية والتفاعلية تؤثر بشكل مباشر على الأداء الوظيفي والمشاركة الوظيفية. لكن هذه الدراسات غالباً ما تركز على قطاعات مختلفة أو سياقات جغرافية خارج المملكة العربية السعودية، مما يحد من تطبيق نتائجها على شركات الاتصالات السعودية.

تعاني الأبحاث الحالية من نقص في التركيز على التفاعل بين أبعاد العدالة التنظيمية المختلفة وكيفية تأثيرها مجتمعة على السمعة المؤسسية. كما أن هناك نقصاً في الدراسات التي تستكشف المتغيرات الوسيطة مثل الابتكار والمسؤولية الاجتماعية، والتي يمكن أن تلعب دوراً حاسماً في فهم العلاقة بين العدالة التنظيمية والسمعة المؤسسية. دراسة Abdul et al. (2018) مثلاً تناولت تأثير العدالة التنظيمية على الأداء السياقي، لكنها لم تتعمق في كيفية تأثير الابتكار والمسؤولية الاجتماعية كعوامل وسيطة.

وتتبلور مشكلة الدراسة حول أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية في شركات الاتصالات السعودية.

4.1 أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة في مساهمتها في سد الفجوات البحثية الحالية في الأدبيات المتعلقة بالعدالة التنظيمية والسمعة المؤسسية، خاصة في سياق شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية. تُعد هذه الدراسة من بين الدراسات القليلة التي تركز على العلاقة بين العدالة التنظيمية

بأبعادها المختلفة (التوزيعية، الإجرائية، الأخلاقية، والتقييمية) والسمعة المؤسسية بأبعادها المتنوعة (الإبداع، المسؤولية الاجتماعية، جودة المنتج). ستساهم هذه الدراسة في تطوير نموذج نظري شامل يوضح كيفية تأثير هذه الأبعاد المختلفة للعدالة التنظيمية على السمعة المؤسسية، مما يضيف معرفة جديدة وقيمة للأدبيات الأكاديمية في هذا المجال.

إضافةً إلى ذلك، فإن هذه الدراسة تُعزز الفهم النظري لكيفية تفاعل أبعاد العدالة التنظيمية مع العوامل الوسيطة مثل الابتكار والمسؤولية الاجتماعية، وتأثيرها على السمعة المؤسسية. هذا الفهم المتعمق يمكن أن يفتح آفاقاً جديدة للبحث المستقبلي في مجال إدارة الأعمال والموارد البشرية، ويساعد الأكاديميين على تطوير نظريات ومناهج جديدة لدراسة تأثير العدالة التنظيمية في سياقات مختلفة.

الأهمية العملية:

من الناحية العملية، نكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، حيث تواجه هذه الشركات تحديات كبيرة في بناء سمعة مؤسسية قوية في بيئة عمل تتسم بالتنافسية العالية والتغيرات السريعة. من خلال فهم تأثير العدالة التنظيمية على السمعة المؤسسية، يمكن لهذه الشركات تطوير استراتيجيات أكثر فعالية لتعزيز العدالة في بيئة العمل، مما يؤدي إلى تحسين الأداء الوظيفي وزيادة الرضا الوظيفي للموظفين، وبالتالي تحسين السمعة المؤسسية.

تقديم توصيات مبنية على نتائج الدراسة يمكن أن يساعد الشركات على تبني سياسات وإجراءات تضمن توزيعاً عادلاً للموارد وفرصاً متساوية للتقدم والتطوير الوظيفي، بالإضافة إلى تعزيز الشفافية والنزاهة في جميع التعاملات الإدارية. كما يمكن أن تساعد هذه الدراسة في تحديد أهمية الابتكار والمسؤولية الاجتماعية كعوامل وسيطة تؤثر على العلاقة بين العدالة التنظيمية والسمعة المؤسسية، مما يمكن أن يشجع الشركات على تبني ممارسات أفضل في هذه المجالات لتعزيز صورتها العامة وزيادة ثقة العملاء والمساهمين فيها.

5.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير العدالة التنظيمية على سمعة المؤسسة في شركات الاتصالات السعودية. لتحقيق هذا الهدف، تم تحديد الأهداف الفرعية التالية:

- ✓ دراسة تأثير العدالة التوزيعية على سمعة المؤسسة في شركات الاتصالات السعودية.
- ✓ تحليل تأثير العدالة الإجرائية على سمعة المؤسسة في شركات الاتصالات السعودية.
- ✓ تقدير تأثير العدالة الأخلاقية على سمعة المؤسسة في شركات الاتصالات السعودية.
- ✓ تقدير تأثير العدالة التقييمية على سمعة المؤسسة في شركات الاتصالات السعودية.
- ✓ تقديم توصيات لشركات الاتصالات السعودية بناءً على النتائج لتعزيز علاقة العدالة التنظيمية بسمعتها المؤسسية.

6.1 تساؤلات الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- السؤال الرئيسي: . ما أثر ممارسة العدالة التنظيمية بأبعادها (العدالة التوزيعية- العدالة الإجرائية- العدالة الأخلاقية- العدالة التقييمية) في السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع -المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) في شركات الاتصالات السعودية ؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية: -

- ما أثر العدالة التوزيعية في السمعة المؤسسية بأبعادها مجتمعة الإبداع، المسؤولية الاجتماعية، جودة المنتج في شركات الاتصالات السعودية ؟
- ما أثر العدالة الإجرائية في السمعة المؤسسية بأبعادها مجتمعة والإبداع المسؤولية الاجتماعية جودة المنتج في شركات الاتصالات السعودية ؟

• ما أثر العدالة الأخلاقية في السمعة المؤسسية بأبعادها مجتمعة (الإبداع، المسؤولية

الاجتماعية جودة المنتج) في شركات الاتصالات السعودية ؟

• ما أثر العدالة التقييمية في السمعة المؤسسية بأبعادها مجتمعة (الإبداع، المسؤولية

الاجتماعية جودة المنتج) في شركات الاتصالات السعودية ؟

7.1 فرضيات الدراسة:

اعتماداً على أسئلة الدراسة ومشكلتها، قام الباحث بصياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) للعدالة التنظيمية بأبعادها مجتمعة (العدالة التوزيعية، العدالة الإجرائية، العدالة الأخلاقية، العدالة التقييمية) في السمعة المؤسسية بأبعادها مجتمعة الإبداع المسؤولية الاجتماعية جودة المنتج في شركات الاتصالات السعودية.

وينبثق عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) للعدالة التوزيعية في السمعة المؤسسية بأبعادها مجتمعة الإبداع المسؤولية الاجتماعية جودة المنتج من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) للعدالة الإجرائية في السمعة المؤسسية في شركات الاتصالات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) العدالة الأخلاقية في السمعة المؤسسية في شركات الاتصالات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) العدالة التقييمية في السمعة المؤسسية في شركات الاتصالات السعودية.

• دراسة الغيلاني(2023)

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر ممارسة العدالة التنظيمية على أداء العاملين في ديوان عام وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان. تمثل العدالة التنظيمية المتغير المستقل في هذه الدراسة، بينما يعد أداء العاملين المتغير التابع. اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الأسلوب الكمي بالطريقة المستعرضة (Cross-sectional) لجمع البيانات.

أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي مباشر لممارسة العدالة التنظيمية على أداء العاملين في ديوان عام وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان. يشير هذا التأثير إلى أن الموظفين الذين يشعرون بالعدالة في بيئة عملهم يكونون أكثر التزامًا وكفاءة في أداء مهامهم الوظيفية.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات العدالة التنظيمية داخل المؤسسات الحكومية، وزيادة الوعي بأهمية العدالة كعامل مؤثر في تحسين الأداء الوظيفي. كما دعت إلى تطوير سياسات وإجراءات تضمن توزيع الموارد والفرص بشكل عادل بين الموظفين.

• دراسة علي(2022)

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر العدالة التنظيمية في الأداء الوظيفي لدى معلمات رياض الأطفال في مدينة اللاذقية. اعتبرت العدالة التنظيمية المتغير المستقل، والأداء الوظيفي المتغير التابع. اعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي، واستخدم الأسلوب الكمي بالطريقة المستعرضة لجمع البيانات.

أظهرت النتائج أن للعدالة التنظيمية أثرًا مباشرًا على الأداء الوظيفي لدى المعلمات. يشير هذا إلى أن العدالة في بيئة العمل تسهم بشكل كبير في تحسين أداء الموظفين، حيث يشعر المعلمون بالرضا والإنصاف مما يعزز من إنتاجيتهم.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات العدالة التنظيمية في مؤسسات التعليم المبكر، وتطوير برامج تدريبية للمعلمين تهدف إلى تعزيز مفاهيم العدالة والإجراءات العادلة في بيئة العمل، مما ينعكس إيجابياً على الأداء التعليمي.

• دراسة طنابوز وآخرون (2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى العدالة التنظيمية والأداء الوظيفي في الجامعات الفلسطينية من منظور أعضاء هيئة التدريس. تناولت الدراسة العدالة التنظيمية كمتغير مستقل، والأداء الوظيفي كمتغير تابع. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، واعتمدت على الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

أظهرت النتائج أن مستوى العدالة التنظيمية في الجامعات الفلسطينية كان مرتفعاً، وأن الأداء الوظيفي للعاملين كان كذلك مرتفعاً. كما وجدت الدراسة علاقة إيجابية بين العدالة التنظيمية والأداء الوظيفي، مما يشير إلى أن بيئة العمل العادلة تساهم في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين.

أوصت الدراسة بتطبيق معايير العدالة التنظيمية لتعزيز الأداء الوظيفي وزيادة الحوافز المادية التي تساهم في رفع مستوى الأداء والميزة التنافسية للجامعات. كما دعت إلى مواصلة البحث في تأثير العدالة التنظيمية على جوانب أخرى من الأداء المؤسسي.

• دراسة الحجيلة وأبو الغنم (2022)

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الإدارة الإلكترونية في سمعة البنوك الإسلامية الأردنية. تناولت الدراسة الإدارة الإلكترونية بأبعادها المختلفة كمتغير مستقل، وسمعة البنوك بأبعادها كمتغير تابع. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

توصلت الدراسة إلى أن الإدارة الإلكترونية بأبعادها المختلفة (البنية التحتية الإلكترونية، العمليات الإلكترونية، الموارد البشرية الفنية، الإطار التشريعي) لها تأثير إيجابي على سمعة البنوك الإسلامية الأردنية من حيث جودة الخدمة، الشفافية، وثقة العملاء.

أوصت الدراسة بتبني أحدث التطورات التكنولوجية لتعزيز الإدارة الإلكترونية في البنوك الإسلامية، مما يعزز من سمعتها ويزيد من ثقة العملاء في هذه البنوك. كما دعت إلى استثمار المزيد في البنية التحتية الإلكترونية وتطوير مهارات الموارد البشرية.

• دراسة العدوان والشامي (2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الحاكمية المؤسسية بأبعادها (العدالة وسيادة القانون، النزاهة وأخلاقيات العمل، والمسؤولية المجتمعية) على السمعة التنظيمية في القطاع العام الأردني. استخدمت الدراسة المنهج الكمي عن طريق تصميم استبانة وزعت على 600 موظف في 6 مؤسسات حكومية. أظهرت النتائج وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعدالة وسيادة القانون، النزاهة وأخلاقيات العمل، والمسؤولية المجتمعية على السمعة التنظيمية. كانت العدالة وسيادة القانون الأكثر تأثيراً في بناء السمعة التنظيمية، تلتها النزاهة وأخلاقيات العمل، ثم المسؤولية المجتمعية.

أوصت الدراسة بالالتزام بالقوانين والاحتكام إليها في الوظائف والعمليات والخدمات الحكومية لتعزيز السمعة التنظيمية. كما دعت إلى تعزيز الوعي بأهمية العدالة والنزاهة كقيم جوهرية في بناء سمعة حسنة للمؤسسات القطاع العام.

• دراسة ياسين وعلي (2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام استراتيجيات إدارة الأزمات في المصارف العراقية وعلاقة ذلك بالسمعة المؤسسية. تناولت الدراسة الأزمات المصرفية بأبعادها المختلفة كمتغير مستقل، والسمعة المؤسسية بأبعادها كمتغير تابع. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وجمع البيانات باستخدام الاستبانة والمقابلات.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين إدارة الأزمات المصرفية والسمعة المؤسسية. كانت هناك تباينات في إدارة الأزمات بين المصارف، حيث تميز مصرفا بغداد والمنصور في أغلب أبعاد إدارة الأزمات المصرفية.

أوصت الدراسة بتعزيز استراتيجيات إدارة الأزمات في المصارف لتحسين السمعة المؤسسية. كما دعت إلى تطوير خطط احتياطية وتحسين الاستجابة السريعة للأزمات لتعزيز ثقة العملاء والسمعة المؤسسية.

• دراسة بن عدة (2021)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير العدالة التنظيمية بأبعادها الثلاثة (التوزيعية، الإجرائية، والتعاملية) على الثقة التنظيمية بأبعادها (الثقة بالإدارة، الثقة برؤساء العمل، والثقة بالزملاء) في شركة نفطال بولاية معسكر. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الكمي، وتم جمع البيانات بواسطة استبانة وزعت على 39 عاملاً في الشركة.

أظهرت النتائج وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للعدالة التنظيمية على الثقة التنظيمية، خاصة في بُعدي العدالة الإجرائية والتعاملية، بينما لم يكن للعدالة التوزيعية تأثير كبير.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز العدالة الإجرائية والتعاملية في بيئة العمل لتعزيز الثقة التنظيمية. كما دعت إلى تطوير سياسات وإجراءات تضمن توزيع الموارد والفرص بشكل عادل بين الموظفين.

• دراسة مصطفى وآخرون (2021)

هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين أبعاد العدالة التنظيمية وسلوك المواطنة التنظيمية. تناولت الدراسة العدالة التنظيمية بأبعادها المختلفة (التوزيعية، الإجرائية، وعدالة التعاملات) كمتغير مستقل، وسلوك المواطنة التنظيمية كمتغير تابع. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وجمعت البيانات بواسطة الاستبانة.

أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العدالة التنظيمية وسلوك المواطنة التنظيمية. ومع ذلك، لم تظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين العدالة التوزيعية أو الإجرائية وسلوك المواطنة التنظيمية، بينما كانت هناك علاقة إيجابية بين عدالة التعاملات وسلوك المواطنة التنظيمية.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز عدالة التعاملات في بيئة العمل لتحفيز سلوك المواطنة التنظيمية. كما دعت إلى تطوير سياسات تعزز العدالة التوزيعية والإجرائية لتحقيق بيئة عمل عادلة.

• دراسة شبل (2019)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين العدالة التنظيمية بأبعادها المختلفة (التوزيعية، الإجرائية، والتفاعلية) والاغتراب الوظيفي بأبعاده المختلفة (انعدام القوة، انعدام المعنى، فقدان المعايير، العزلة، غربة الذات) لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم والموظفين. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي والعينة المقارنة.

أظهرت النتائج درجة مرتفعة من العدالة التنظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم ودرجة متوسطة للموظفين. كما أظهرت علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين العدالة التنظيمية والاغتراب الوظيفي، حيث كانت العدالة التوزيعية الأكثر تأثيراً.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز العدالة التنظيمية في بيئة العمل الأكاديمية والوظيفية لتقليل الاغتراب الوظيفي وزيادة الرضا الوظيفي والانتماء المؤسسي. كما دعت إلى تطوير سياسات وإجراءات تدعم العدالة في التوزيع والإجراءات والتعاملات.

• دراسة الشخاترة والطراونة (2019)

هدفت الدراسة إلى معرفة واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية من وجهة نظر الإدارات الأكاديمية. تناولت الدراسة الإجراءات الإدارية كمتغير مستقل، والسمعة المؤسسية كمتغير تابع. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وجمعت البيانات بواسطة الاستبانة. أظهرت النتائج أن الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية كانت بدرجة متوسطة في مجالات الارتباط العاطفي بالمؤسسة، الخدمات التي تقدمها المؤسسة، الرؤية والقيادة، وبيئة العمل، وبدرجة منخفضة في الأداء المالي والمسؤولية المجتمعية.

أوصت الدراسة بتعزيز وعي القيادات العليا بأهمية الإجراءات الإدارية المناسبة لرفع السمعة المؤسسية، ودعم الجامعات مالياً، وربطها بالمجتمع المحلي. كما دعت إلى تحسين بيئة العمل وتقديم خدمات أفضل لتعزيز السمعة المؤسسية.

الدراسات الأجنبية

• دراسة (Ahmed & Jameel 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أبعاد العدالة التنظيمية على أداء أعضاء هيئة التدريس في الدول النامية. تناولت الدراسة العدالة التنظيمية بأبعادها المختلفة (التوزيعية، التفاعلية، والإجرائية) كمتغير مستقل، وأداء أعضاء هيئة التدريس كمتغير تابع. اعتمد الباحثون المنهج الوصفي المسحي، واستخدموا الأسلوب الكمي بالطريقة المستعرضة لجمع البيانات.

أظهرت النتائج أن العدالة التوزيعية والعدالة التفاعلية أثرت بشكل إيجابي على الأداء الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس، مما يشير إلى أن الشعور بالعدالة في توزيع الموارد والتفاعل العادل يسهم في رفع الأداء. بينما لم يظهر للعدالة الإجرائية تأثير كبير على الأداء الأكاديمي.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات العدالة التوزيعية والتفاعلية في المؤسسات الأكاديمية، وتطوير سياسات تضمن توزيعاً عادلاً للموارد وتعاملات عادلة مع الموظفين لتعزيز الأداء الأكاديمي.

• دراسة (Jayus 2021)

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر العدالة التوزيعية والإجرائية والتفاعلية على مشاركة المعلمين وأدائهم. تناولت الدراسة العدالة التنظيمية بأبعادها المختلفة كمتغير مستقل، وأداء المعلمين كمتغير تابع. اعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي واستخدم الأسلوب الكمي بالطريقة المستعرضة لجمع البيانات، حيث طور استبانة وزعها على عينة من 180 معلم ومعلمة.

أظهرت النتائج أن العدالة الإجرائية لها تأثير كبير على مشاركة المعلمين، بينما لم يظهر للعدالة التفاعلية والتوزيعية تأثير كبير على المشاركة. يشير ذلك إلى أن الإجراءات العادلة في بيئة العمل تسهم في زيادة مشاركة المعلمين في الأنشطة التعليمية.

أوصت الدراسة بتعزيز العدالة الإجرائية في بيئة العمل التعليمي لتحسين مستوى مشاركة المعلمين، وتطوير سياسات وإجراءات تضمن شفافية وعدالة أكبر في التعامل مع الموظفين.

هدفت الدراسة إلى البحث في تأثير العدالة التنظيمية على الأداء السياقي، مع التركيز على دور الاحترام التنظيمي في تعديل العلاقة بين العدالة التنظيمية والأداء السياقي. استخدمت الدراسة العدالة التنظيمية كمتغير مستقل، والأداء السياقي كمتغير تابع. تم جمع البيانات بواسطة الاستبانة. أظهرت النتائج أن للعدالة التنظيمية تأثير إيجابي على الأداء السياقي، حيث يمكن للمديرين تعزيز أداء الموظفين من خلال تعزيز الاحترام التنظيمي والتفاعل العادل مع المرؤوسين وأعضاء الفريق. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز العدالة التنظيمية والاحترام التنظيمي في بيئة العمل لتحسين الأداء السياقي، وتطوير سياسات تدعم العدالة في التوزيع والإجراءات والتعاملات لتحفيز الموظفين وزيادة إنتاجيتهم.

9.1 الفجوة البحثية:

على الرغم من الدراسات العديدة التي تناولت تأثير العدالة التنظيمية على مختلف جوانب الأداء الوظيفي والتنظيمي، هناك فجوات بحثية واضحة تحتاج إلى معالجة لتعزيز الفهم الشامل للعلاقة بين العدالة التنظيمية والسمعة المؤسسية، خاصة في سياق الشركات في المملكة العربية السعودية. معظم الدراسات السابقة مثل دراسة Ahmed & Jameel (2021) التي ركزت على الدول النامية، ودراسة Jayus (2021) التي ركزت على مدينة اللاذقية في سوريا، لم تتناول السياقات الجغرافية المختلفة بشكل كافٍ في المملكة العربية السعودية. هناك حاجة لدراسة مماثلة تركز على شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية لفهم تأثير العدالة التنظيمية في هذا السياق الجغرافي الخاص. على سبيل المثال، يمكن دراسة كيفية تأثير العدالة التنظيمية على سمعة شركة الاتصالات السعودية (STC) مقارنة بشركات الاتصالات الأخرى في الخليج العربي.

ركزت بعض الدراسات مثل دراسة علي (2022) على قطاع التعليم، ودراسة طنابوز وآخرون (2022) على الجامعات، ولكن قطاع الاتصالات لم يتم دراسته بشكل كافٍ. هناك حاجة لدراسة تستهدف شركات

الاتصالات السعودية لفهم كيفية تأثير العدالة التنظيمية على سمعتها. إجراء بحث على شركات مثل "موبايلي" و"زين" لفهم تأثير العدالة التنظيمية على سمعتها، مع مقارنة هذه النتائج بقطاعات أخرى مثل البنوك أو التعليم، يمكن أن يوفر رؤى جديدة ومفيدة.

ركزت الدراسات السابقة غالباً على تأثير كل بُعد من أبعاد العدالة التنظيمية بشكل منفصل. على سبيل المثال، دراسة بن عدة (2021) ركزت على العدالة التنظيمية بشكل عام، لكنها لم تدرس التفاعل بين العدالة التوزيعية والإجرائية والتفاعلية. هناك حاجة لدراسة تبحث كيف يمكن أن تؤثر هذه الأبعاد مجتمعة على سمعة الشركات. دراسة تأثير التفاعل بين العدالة التوزيعية والإجرائية على سمعة الشركات في قطاع الاتصالات من خلال استبيانات ومقابلات مع الموظفين والعملاء يمكن أن تكون مثمرة في هذا السياق.

هناك نقص في الدراسات التي تستكشف المتغيرات الوسيطة بين العدالة التنظيمية والسمعة المؤسسية. على سبيل المثال، دراسة Abdul et al (2018) بحثت في تأثير العدالة التنظيمية على الأداء السياقي، لكنها لم تستكشف كيف يمكن أن تلعب المتغيرات الوسيطة مثل الابتكار والمسؤولية الاجتماعية دوراً في هذه العلاقة. يمكن أن تكون دراسة جديدة تبحث في تأثير العدالة التنظيمية على الابتكار والمسؤولية الاجتماعية، وكيف يؤثر ذلك على السمعة المؤسسية، ضرورية لفهم أعمق وأكثر شمولاً.

10.1 تطبيق النظرية في الدراسة:

النظريات العلمية المعتمد عليها في الدراسة:

1 النظرية العلمية المعتمدة: نظرية البنائية (Constructivism)

تُعد نظرية البنائية واحدة من النظريات الرئيسية في العلوم الاجتماعية والتعليم، وهي تشير إلى أن المعرفة تُبنى من خلال تفاعل الأفراد مع بيئتهم والتجارب التي يمرون بها. وفقاً لهذه النظرية، فإن الفهم الشخصي والتعلم ينشآن من خلال تفاعل الشخص مع المعلومات الجديدة وتكييفها بناءً على المعرفة السابقة والخبرات المكتسبة.

تطبيق نظرية البنائية في الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير العدالة التنظيمية على سمعة المؤسسة في شركات الاتصالات السعودية. يمكن تطبيق نظرية البنائية لتفسير كيفية تأثير العدالة التنظيمية على سلوك الموظفين ووجهات نظرهم، وبالتالي على سمعة المؤسسة.

1. بناء المعرفة من خلال التجربة:

توضح نظرية البنائية أن الأفراد يبنون معرفتهم وفهمهم من خلال التجارب والتفاعلات مع بيئتهم. في سياق الدراسة، يمكن القول إن الموظفين في شركات الاتصالات السعودية يبنون فهمهم للعدالة التنظيمية من خلال تفاعلاتهم اليومية مع الإدارة والسياسات التنظيمية.

مثال تطبيقي:

عندما يشعر الموظفون بأن العدالة التوزيعية (مثل توزيع الموارد والمكافآت) والإجرائية (مثل الشفافية في اتخاذ القرارات) والتفاعلية (مثل المعاملة العادلة والاحترام) تُطبق بشكل عادل ومنصف، فإنهم سيبنّون معرفة إيجابية حول ثقافة الشركة وسيكون لديهم انطباع إيجابي عنها. هذا الانطباع يساهم في تعزيز سمعة الشركة بين الموظفين، وبالتالي يؤثر على سمعتها في المجتمع ككل.

11.1 المنهجية:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية من وجهة نظر العاملين بشركات الاتصالات السعودية ، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة ، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة .

12.1 مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية من وجهة نظر العاملين بشركات الاتصالات السعودية .

13.1 أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من عاملين شركات الاتصالات السعودية والمتمثلة ب: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

14.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها

لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات للعاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.
- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

15.1 حدود الدراسة:

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بقياس أثر العدالة التنظيمية بأبعادها (العدالة التوزيعية- العدالة الإجرائية- العدالة الأخلاقية- العدالة التقييمية) في السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع-المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .
- حدود مكانية: شركات الاتصالات السعودية .
- حدود زمانية: العام الدراسي 2024.
- حدود بشرية تم التطبيق علي العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد:

إن نجاح المنظمات في تحقيق أهدافها يتطلب توافر عدد من المتغيرات التنظيمية، أهمها العدالة التنظيمية، لأنها تعكس شخصية المنظمة ومن وجهة نظر موظفيها، فهي تعتبر أحد محددات السلوك التنظيمي، حيث تؤثر على رضا الموظفين ومستوى أدائهم.

العدالة التنظيمية بمكوناتها المادية والمعنوية تترك بصمتها على المنظمة وتضفي عليها طابعا شخصيا يميزها عن غيرها. كما أنه يوفر الإطار الذي يوضح طريقة أداء العمل والمعايير التي يرتبط بها الأفراد بهذه المنظمة، كما يعمل على تحفيزهم على أداء عملهم بإتقان ورفع مستوى التزامهم. مستوى رضاهم، مما يؤدي إلى وحدة وتضامن أعضاء المنظمة نحو تحقيق الأهداف؛ مما يجسد التلاحم الاجتماعي بما يحقق الاستقرار والنمو للمؤسسة، إن العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤثر على التنظيم تزايدت وتداخلت بشكل كبير، خاصة في العقدين الأخيرين. (فرطاس، 2018)

كما أصبحت علاقة هذه العوامل والمتغيرات متشابكة مع بعضها البعض داخليا، رغم أنها جميعا تهدف إلى تطوير وتحسين الأداء لتحقيق الأهداف التنظيمية والفردية والمجتمعية معا، حيث تسمح هذه العوامل بإشباع الاحتياجات والدوافع الموظفون، وأهمهم: العدالة التنظيمية، ودعم القيادة، ومساندتها التنظيمية، المشاركة في اتخاذ القرار، الكفاءة الاجتماعية، تمكين العاملين، دعم وتأكيد الذات، تطوير درجة الاستقلالية في العمل.

المبحث الأول: العدالة التنظيمية

1.1.2 تمهيد:

تعتبر العدالة التنظيمية منذ القدم الفضيحة الأولى للمؤسسات الاجتماعية، وقد أدمجت العدالة في السياق التنظيمي كعامل حاسم في المواقف والسلوك في مكان العمل حيث بدأ التوسع حول مفهوم العدالة التنظيمية في الثمانينيات على يد (Greenberg) ومنذ ذلك الحين أخذ مفهوم العدالة التنظيمية حيزا كبيرا في المجالات العلمية في مجال السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية وهذا يدل على الأهمية التي يولها الأفراد والمجموعات للعدالة والإنصاف والحياد والمساواة في مكان العمل. (عويضة، 2021)

ويعد مفهوم العدالة التنظيمية من المفاهيم النسبية بمعنى أن الإجراء التنظيمي الذي ينظر إليه فرد ما على أنه إجراء عادل، قد يكون إجراء متحيزا أو غير موضوعي في نظر فردا آخر ويذكر (Niehoff and Moorman) أنه نظرا للأهمية المتزايدة لموضوع العدالة التنظيمية فإنه من المنطقي أن تجري الكثير من المحاولات الجادة لتطبيق نظريات العدالة الاجتماعية والإنسانية لفهم سلوك الأفراد داخل المنظمات، ولعل أن الجدير بالذكر أن هذه المحاولات واجهت في بدايتها نجاحا محدودا لتفسير الكثير من صور السلوك التنظيمي، إلا أن استمرار المحاولات في السنوات الأخيرة حول وصف دور العدالة في المنظمات أدى إلى ظهور مفهوم العدالة التنظيمية. (رمزي، 2019)

وتعد محاولة (Adams) أولى المحاولات التي ساهمت في بلورة مفهوم العدالة التنظيمية، حيث أبرز في نظريته حول المساواة إدراك الأفراد للعدالة التنظيمية من خلال ما سماه بالمقارنة بين مدخلات و مخرجات الأفراد في العمل ليشكل بذلك انطلاقة الأبحاث في العدالة التنظيمية من خلال أول بعد فيها وهو العدالة التوزيعية، وعلى إثره أتت دراسات أخرى ساهمت من خلال نظرتها في تفسير إدراك الأفراد للعدالة في مكان العمل لتضاف أبعاد أخرى للعدالة التوزيعية الإجرائية والتعاملات فأصبحت مكونات أو أنواع العدالة التنظيمية ثلاثة أبعاد أساسية اعتمدت عليها معظم الدراسات لمعرفة مدى إدراك الأفراد للعدالة من عدمها في المنظمات. (شبل، 2019)

2.1.2 مفهوم العدالة التنظيمية

تعني العدالة التنظيمية إدراك العاملين للطرق المتبعة في منظماتهم سواء فيما يخص منح المكافآت أو التعامل معهم وفقاً للجهود المبذولة من قبلهم بشكل يساهم في تحقيق أهدافهم وأهداف المنظمة معاً.

وقد عرف (Saal and moore) العدالة التنظيمية بأنها القيمة المتحصلة عليها من جراء إدراك الموظف لنزاهة الإجراءات وموضوعية المخرجات الحاصلة في المنظمة. (حلوب، 2023)

كما عرفها (كروبنزانو) بأنها إدراك الأفراد للإنصاف في المعاملة التي يعاملون بها من قبل المنظمة فالعدالة التنظيمية إذن تتعلق بإدراك الأفراد لعدالة ما يتحصلون عليه من مستحقات لقاء أدائهم لعملهم و بذلهم جهود تساهم في تحقيق منفعة للمنظمة، وإدراكهم لعدالة الإجراءات و السياسات التي تمت بموجبها حصولهم على تلك المستحقات وإدراكهم للعدل في كيفية تعامل منفذ الإجراء معهم عند تطبيقه القرار وظيفي. (بن عدة، 2021)

وتعرف على أنها درجة تحقيق المساواة والعدالة في الحقوق والواجبات التي تعبر عن علاقة الفرد بالمنظمة.

تعرف العدالة التنظيمية إجرائياً بأنها: مدى إدراك المشرفين التربيين لمدى العدالة والمساواة وعدم التمييز في توزيع المهام والإجراءات والمعاملة التي يتلقونها من قياداتهم الإدارية.

3.1.2 أهمية العدالة التنظيمية

أن العدالة التنظيمية غالباً ما تكون هامة وضرورية لثلاثة أسباب هي: (ياسر، 2017)

– تعزز العدالة مشاعر الثقة بالنفس، كما تعكس المعاملة العادلة عند التقييم الاعتراف بإسهامات كل من الفرد والمنظمة .

- تضمن العدالة عنصر التحكم الذي يمكن الأفراد من الحصول على المكافآت ونتائج قرارات تخصيص الموارد، حيث أن الإجراءات العادلة تؤدي إلى المكافآت لصالح الأفراد
- تعكس العدالة الاحترام والتقدير بالقيم المعنوية والأخلاقية للأفراد والجماعات في المنظمة.

إدماج تلك الأسباب الثلاثة يظهر أن العدالة أمر أساسي في المنظمات، لأنها هي أساس الشعور بالانتماء والهوية لكل عضو من خلال التصورات المتعلقة بالعدالة، ولذلك تمثل شرطا أساسيا للتنمية والحفاظ على علاقات بناءة وضمن الثقة ونوعية التبادلات بين الجهات التنظيمية، وكذا تصبح العدالة التنظيمية عنصرا محددًا للسلوك والإنتاجية والأداء في المنظمات.

في سياق آخر يمكن أن تبرز أهمية العدالة التنظيمية في المظاهر التي تنتج عن غيابها في المؤسسات، فقد ذكر باحثون أن عدم توفر أي بعد من أبعاد العدالة التنظيمية يمكن أن يمثل خطورة على المنظمات وذلك على النحو التالي: (Bidarian 2012)

بالنسبة للعدالة التوزيعية: فقد توصلت الدراسات أن انخفاض مدركات العاملين لهذا البعد قد يسبب العديد من النتائج السلبية مثل: انخفاض كمية الأداء الوظيفي انخفاض جودة الأداء، نقص التعاون بين زملاء العمل، وضعف ممارسة سلوكيات المواطنة التنظيمية. بالنسبة لبعد العدالة الإجرائية فقد توصلت الدراسات إلى أن عمليات صناعة القرار الغير عادلة ترتبط بالنتائج السلبية التالية: انخفاض التقييم الكلي للمنظمة نقص الرضا الوظيفي و انخفاض الانتماء التنظيمي. (الحرنسي، 2018)

بالنسبة لعدالة التعاملات: إن انخفاض مدركات العاملين لبعد عدالة التعاملات يؤدي إلى نتائج سلبية عديدة منها: انخفاض الرضا الوظيفي، ضعف ممارسة سلوكيات المواطنة التنظيمية زيادة النزوع لترك العمل، ضعف الأداء الوظيفي وزيادة الضغوط الوظيفية. (بن برطال، 2018)

إن مبادئ العدل و التحلي بالإنصاف والمساواة في العمل تسمح بقيام العامل بعمله في جو مريح ومستقر، فلا شك أن إدراك الأفراد للعدالة في منظماتهم يزيد من أدائهم والتزامهم ورضاهم عن عملهم وعن رؤسائهم، ويقوي ولائهم لها وقد أثبتت نتائج العديد من الدراسات ذلك، في حين أن غياب العدل يمكن

أن ينتج العديد من المخاطر التي تعرقل مسيرة المنظمة نحو تحقيق أهدافها، من خلال فقدان العديد من السلوكيات الإيجابية في المنظمة كسلوك المواطن التنظيمية الرضا الوظيفي و تنامي مظاهر الشكاوى والصراع بين الأفراد وبين صناع القرار نتيجة الظلم التنظيمي، فالعدالة التنظيمية يمكن أن تكون سبب لتفشي السلوكيات السلبية في المنظمة في حالة غيابها ويمكن أن تكون جدار عازلا ومانعا لتلك السلوكيات السلبية في حالة إدراك الأفراد لها. (Bidarian 2016)

4.1.2 أبعاد العدالة التنظيمية

معظم البحوث التي درست موضوع العدالة التنظيمية تناولته من خلال ثلاثة أبعاد هي العدالة التوزيعية و العدالة الإجرائية وعدالة التعاملات، وفيما يلي عرض لأبعاد العدالة التنظيمية الثلاثة ومنها: (نيشات، 2018)

1. العدالة التوزيعية : يعود منشأ هذا النوع إلى المساهمات التي قدمها (آدمز Adams) في ضوء نظريته حول مفهوم المساواة والعدالة، حيث تعتبر العدالة التوزيعية من أهم أبعاد العدالة التنظيمية حيث أنها تعنى بمدى إدراك الفرد لعدالة المخرجات التي يتحصل عليها من عمله الذي ينتهي إليه. وقد أوضح (حامد) أن عدالة التوزيع تشير إلى عدالة المخرجات والعوائد التي يحصل عليها الفرد، وعرفها بأنها تصور الفرد على ما إذا كانت المكاسب التي تحصل عليها موزعة بشكل عادل، وأن الأفراد يصدرن أحكام بشأن مدى ملائمة العدالة التوزيعية مقارنة بنتائجها.

وقد حدد أوركمان (Organ) ثلاث قواعد لعدالة التوزيع في المنظمات هي : (تيش، 2020)

- قاعدة المساواة : تقوم على فكرة إعطاء المكافآت على أساس المساهمة فالشخص الذي يعمل بدوام كامل يستحق تعويض أكبر من الشخص الذي يعمل بدوام جزئي على افتراض أن العوامل الأخرى متساوية لديهم، وإذا حصل العكس فهذا يعني تجاوز على قاعدة المساواة.
- قاعدة النوعية : وتعني هذه القاعدة بأن كل الناس وبغض النظر عن خصائصهم الفردية (الجنس العرق القابلية .. الخ) يجب أن يتساووا بفرص الحصول على المكافآت، فمثلا عندما

تعمل المنظمة على تقديم الخدمات الصحية لموظفيها يجب أن تشمل هذه الخدمات كل الموظفين داخل المنظمة وليس فقط اللذين يعملون بجدة، وإذا حصل الأخير فإن باقي الموظفين يشعرون بأن هناك تجاوز على قاعدة النوعية.

- قاعدة الحاجة : وتقوم هذه القاعدة على فكرة تقديم الأفراد ذوي الحاجة المادية عن الآخرين، بافتراض تساوي الأشياء الأخرى.

- ويضيف جيبات وآخرون (Giapet) أن عدالة التوزيع تتضمن جانب مادي وجانب اجتماعي : (Farzad 2016)

- الجانب المادي : يتمثل في حجم ومضمون ما يحصل عليه العاملون من مكافئات.
- الجانب الاجتماعي : يعبر عن الكيفية التي يتعامل بها متخذ القرارات مع العاملين عند منحهم المكافئات.

فالعدالة التوزيعية هي أول بعد من الأبعاد المشكلة للعدالة التنظيمية ، والتي تعبر عن ما يدركه الأفراد والموظفين داخل المنظمة من عدالة نحو ما يتلقونه من مدخلات وما يحصلون عليه من مخرجات و المدخلات هي كل ما يقدمه الفرد من جهد ووقت و خبرة وأداء .. الخ في عمله والمخرجات هي كل ما تقدمه المنظمة للفرد العامل من تعويضات أو منح أو أجور أو مكافئات... الخ لقاء تقديمه لتلك المدخلات والتي تساهم في تحقيق أهداف المنظمة، ويدرك الفرد العدالة التوزيعية من عدمها كما تنص عليه نظرية المساواة لأدمز ضمن عملية المقارنة التي يجريها الفرد مع زملائه في العمل بقياس حجم أو نسبة مدخلاته مع مخرجاته إلى نسبة أو حجم مدخلات و مخرجات الزملاء في العمل فإذا تساوت النسب يشعر الفرد بالعدالة وإذا تفاوتت واختلفت النسب يشعر الفرد بعدم العدالة، فالعدالة التوزيعية إذن تتدخل لتعبر عن ما يدركه الأفراد من عدالة ومساواة نحو الجانب المادي (المالي) في عملهم. (فاضل، 2019)

1. العدالة الإجرائية : إذا كانت عدالة التوزيع تتمثل في عدالة المخرجات التي يحصل عليها الفرد مقارنة بزملائه في نفس العمل، فإن عدالة الإجراءات تعني إحساس الفرد بعدالة الإجراءات التي استخدمت في تحديد تلك المخرجات.

وتشير العدالة الإجرائية لقضايا العدالة بشأن الأساليب و الآليات والعمليات المستخدمة لتحديد النتائج على سبيل المثال هذه المسائل قد تنطوي على اعتبارات حول الطريقة الصحيحة للقيام بعملية صنع القرار، وعملية تسوية النزاعات، أو عملية تخصيص في المنظمة. (عبد الله، 2018)

فالعدالة الإجرائية كما يعرفها فلوجر هي قضايا الإنصاف فيما يتعلق بالأساليب و الآليات والعمليات وتستخدم لتحديد النتائج، و يذكر حامد أنها تشير إلى السلوك والعمليات التي تستخدمها المنظمة لتنفيذ الوظائف المختلفة .

وهناك مجموعة قواعد إجرائية تحدد مدى عدالة عملية توزيع معينة في المنظمة أوردتها ليفنطال في نموذجها في ست قواعد إجرائية هي: (Farzad2016)

- الاستقامة (الثبات) : تعني تطبيق القرارات على الجميع دون استثناء، وأن تتبع تلك القرارات نفس الإجراءات كلما تم اتخاذها.
- قاعدة عدم التمييز: تستوجب هذه القاعدة وجود قواعد وتعليمات تمنع الأهواء الشخصية لمتخذ القرار من التأثير على قراراته في كل مراحلها.
- قاعدة الدقة : تتمثل في صنع القرار واتخاذ بناء على معلومات كافية ودقيقة وأن يتخذ القرار من قبل شخص مؤهل لاتخاذ وله صلاحية اتخاذه.
- قاعدة قابلية التصحيح : تتمثل في أن الشخص المتأثر بالقرار يجب أن يحظى بفرصة تعديله وتغييره إن كان غير راض عنه في مرحلة من مراحل هذا القرار وبمعنى آخر، يجب على المنظمة إيجاد قوانين وأنظمة تكفل للأفراد العاملين حق التظلم والطعن في القرارات المتخذة في حقهم .
- قاعدة التمثيل : تعني منح العاملين في المنظمة الفرصة للمشاركة في صنع القرارات التي ينجم عنها توزيع المخرجات لهؤلاء العاملين، بحيث تعكس تلك المشاركة اهتمامات ومخاوف العاملين المتأثرين بالقرار. (Farzad 2016)
- قاعدة الأخلاق : فهي تعكس ضرورة تطابق القرارات في المنظمة مع أعراف العاملين المتأثرين بتلك القرارات وقيمهم الأخلاقية.

وتستند الإجراءات الوظيفية في المنظمة على مجموعة من المعايير المحددة لدى إدراك الأفراد

لعدالتها أو ظلمها وتحيزها وتتمثل هذه المعايير في: (حلوب، 2023)

- خلوها من التحيز.
- دقة المعلومات التي يستند إليها في عملية اتخاذ القرار .
- إتباع آلية لتصحيح القرارات الخاطئة وغير الدقيقة .
- أن تتلاءم الإجراءات مع المعايير السائدة والتي تستند إلى الأخلاق، والتي تكفل
- آراء مختلف الفئات المتضررة من اتخاذ القرار .

فالعادلة الإجرائية كثاني بعد من أبعاد العدالة التنظيمية ، تتعلق بما يدركه الفرد من عدالة و إنصاف فيما يتعلق بالقواعد والسياسات والقرارات التي تتخذها المنظمة عند قيامها بعملية توزيعية معينة يتم بموجبها حصول الفرد على أجر، أو مكافئة أو تعويض وبالتالي فهي مرتبطة بعدالة التوزيع، حيث أن الفرد الذي يدرك أن عملية توزيع معينة في المنظمة تمت بطريقة عادلة، يدرك أن الإجراء الذي قامت به المنظمة في تحديد تلك العملية التوزيعية عادل، والعكس صحيح فرضا الفرد عن مخرجاته وإدراكه لعدالتها يتحدد من خلال رضاه وإدراكه لعدالة الإجراء والقرار الذي أتخذ في ذلك، ومع أن مسألة العدالة التنظيمية مسألة نسبية، حيث أن إدراك الأفراد للعدالة التنظيمية يختلف فيما بينهم إلا أن موضوعية الإجراء و القرار و عدالته يمكن أن تقلل من نسبة تلك الإدراكات وتساهم في توحيدها . (شبل، 2019)

3. العدالة التفاعلية (عدالة التعاملات) : تشير عدالة التعاملات إلى نوعية المعاملة بين الأشخاص، وفي البداية كانت عدالة التعاملات موضوعا مثيرا للجدل وتناولت العديد من الدراسات العدالة التفاعلية كأحد الجوانب الاجتماعية للعدالة الإجرائية في حين أن بعض الدراسات الأخرى تناولت البعد باعتباره شكلا مستقلا من أشكال العدالة التنظيمية واقترحت دراسات أخرى مفاهيم مختلفة تقسم العدالة التفاعلية إلى بعدين: (رمزي، 2019)

- عدالة العلاقة الشخصية : وتعني العدالة بين الأفراد بالإخلاص والاحترام الذي يتمتع به فرد عن آخر.

- عدالة المعلومات (المعلوماتية) : تشير إلى مدى كفاية الإيضاحات، وقد لاقى هذا النهج دعما تجريبيا قويا .

ويشير (ريغو و كانها) إلى أن العدالة التعاملية تعد امتدادا لمفهوم العدالة الإجرائية، والتي تشير إلى طرق تصرف الإدارة اتجاه الأفراد والتي ترتبط بشكل أساسي بطريقة تعامل المدراء مع المرؤوسين.

فعادلة التعاملات تتعلق بما يدركه الفرد من عدالة في المعاملة و التعامل معه عند تنفيذ إجراء أو قررا يخص الفرد العامل و تتشكل عدالة التعاملات من نوعين الأول يتعلق بالعدالة بين الأشخاص والموظفين فيما بينهم، من خلال توحيد المعاملة وعدم الانحياز والمحابة بين فرد و آخر عند تنفيذ صاحب القرار لقراره، والثاني يتعلق بجودة التعامل و عدالته بين منفذ القرار و المتأثر بهذا القرار، وكما أن عدالة التوزيع ترتبط بعدالة الإجراءات كذلك الأمر بالنسبة لعدالة التعاملات فهي ترتبط بعدالة الإجراءات حيث أنه يمكن أن يتأثر إدراك الفرد لعدالة الإجراء من خلال تلقيه معاملة يراها غير ملائمة أو بالأحرى غير منصفة من طرف صاحب القرار. (رمزي، 2019)

5.1.2 النظريات المفسرة للعدالة التنظيمية

يذكر (البدراني 2010) أنه ليس هناك نظرية خاصة بالعدالة التنظيمية صيغت من قبل باحث أو أكثر، بل أن العدالة التنظيمية عبارة عن هيكل تم تجميعه من عدد من الأبحاث التي نفذها باحثون كان أولهم وامتدت حتى التسعينات بمجموعة من الباحثين نشطوا في هذا الاتجاه جاءت معظمها متزامنة مع نظرية الثقافة التنظيمية لشاين حيث كانت العدالة إحدى القيم، وجميع تلك البحوث التي اشتركت في صياغة مفاهيم العدالة التنظيمية بأبعادها الثلاثة التوزيعية والإجرائية والتعاملات قد استفادت من البحوث الكلاسيكية في الحوافز والحاجات والدوافع. (Farzad 2016)

وفيما يلي أهم النظريات التي أعطت تفسيراً لكيفية إدراك الأفراد للعدالة التنظيمية:

1. نظرية العدالة (المساواة) لآدمز Adams : تقوم الفكرة الأساسية لنظرية المساواة على العدالة والمساواة في معاملة الفرد في عمله الوظيفي، حيث يرى (آدمز Adams) أن المحدد الرئيس للجهود وأداء ورضا العامل هو درجة العدالة و المساواة أو عدم العدالة و عدم المساواة والتي يدركها هذا العامل في وظيفته فدرجة العدالة تعرف بأنها نسبة مدخلات الفرد إلى المخرجات مقارنة بالآخرين . ويعرف آدمز المدخلات على أنها خصائص الفرد كالعمر، والحالة الاجتماعية والتعليم ومدة الخدمة والمهارة، في حين تعرف المخرجات على أنها استلام حق مشروع خاص بالفرد مثل الترقية الاجتماعية والسلطة والمكافئات وغيره . (عويضة، 2021)

ساهمت نظرية المساواة في إعطاء تفسير حول العدالة التنظيمية من خلال أول أبعادها وهي العدالة التوزيعية، حيث تفسر أن إدراك العدالة التنظيمية يتم من خلال عملية المقارنة التي يجريها الفرد مع الآخرين في العمل فيما يخص مدخلاته ومخرجاته، حيث تحدث العدالة عندما يشعر الفرد بأن نتائج المقارنة التي أجراها مع الآخرين عادلة ومنصفة له، في حين أن إدراك الأفراد لعدم العدالة سببه اختلال ميزان تلك المقارنة باتجاهها نحو طرف دون الآخر.

2. نظرية التوقع لفروم: ترى نظرية التوقع أن ما يدفع الفرد لبذل جهد بأعلى مستوى هو توقعه أن هذا الجهد سيحصل من خلاله على عوائد تتناسب مع ما بذله، بأن يكون هناك نظام تقييم جيد وعادل للأداء يتوقع الفرد من ورائه الحصول على نتائج منظميه كالمكافئات زيادة في الأجر، ترقية، وكذا منفعة هذه النواتج للفرد وهل تمثل قيمة إيجابية أو سلبية ومدى تحقيقها للأهداف الشخصية له .(رمزي، 2019)

ووفق نظرية التوقع يختار الفرد سلوكا معيناً دون الآخر بناء على قوة الرغبة في الحصول على ناتج معين ودرجة التوقع بأن ذلك التصرف سوف يؤدي إلى الناتج المفضل .

فمن خلال نظرية التوقع يدرك الفرد العدالة التنظيمية من عدمها، نتيجة التصورات المسبقة والتوقعات التي يبنيها حول ما سيتحصل عليه من عوائد نتيجة أدائه لعمله وبذله لجهد فيه، ويشعر الفرد بالظلم حسب النظرية عندما لا تصدق توقعاته مع ما تحصل عليه من عوائد. (حلوب، 2023)

3. نظرية بورتولولر: تعتبر هذه النظرية نموذج موسع النظرية التوقع والتي أكد فيها على أن الجهد

الذي يبذله الفرد في العمل يعتمد على القيمة التي يراها في المكافأة المتوقعة، وعلى احتمالية تحقق المكافأة ووقوعها في حالة بدل الجهد، وهذا يتطلب أن يمتلك الفرد القدرات والخصال الفردية للقيام بهذا الجهد وأن يكون لديه إدراك دقيق لأبعاد دوره كي يشكل دعماً لجهد لتحقيق النتائج التي يصبوا إليها.

4. نظرية العدالة لرولز Rawls : توجد ثلاث تصورات في المعاملة حسب نظرية العدالة عند (رولز

(Rawls) هي: (Farzad 2016)

- التصور الشخصي: ويعني تساوي الأشخاص في المعاملة.
- تصور العلاقات بين الأشخاص : ويعني النظرة إلى الآخرين وتكون مبنية على اعتقادات متعارضة دينية فلسفية، أخلاقية.
- تصورات التعاون الاجتماعي : ويكون مبني على أساس الحريات السياسية والحقوق الشخصية والفرص الاقتصادية والاجتماعية .

و يقول (رولز Rawls) أن فكرة العدالة الإجرائية تكون لمعالجة الظروف الطارئة كحالات خاصة، ويتوجب تصميم النظام الاجتماعي بحيث يكون التوزيع الناتج عادلاً حتى ولو انقلبت الأشياء، ولتحقيق هذه الغاية لابد من تأسيس العملية الاجتماعية والاقتصادية ضمن محيط المؤسسات السياسية والقانونية المناسبة، فبدون مخطط مناسب لهذه المؤسسات لن تكون مخرجات العملية التوزيعية عادلة .

و يقسم الأفراد إلى ثلاث فئات من زاوية الحساسية للعدالة هي : (ياسر، 2017)

الشخص الحساس للعدالة : ويتجه هذا الشخص في اتجاهين إذا أدرك ظروف عدم العدالة، وهما زيادة مخرجاته أو تخفيض مدخلاته في حالة الشعور بالغضب وتخفيض مخرجاته أو زيادة مدخلاته في حالة الشعور بالذنب .

الشخص الخيري : وهو الشخص الذي يشعر بالعدالة فقط ، عندما تزيد مدخلاته عن مخرجاته عند المقارنة الاجتماعية بالجماعة المرجعية .

الشخص غير الخيري : وهو الشخص الذي يشعر بالعدالة فقط ، عندما تزيد مخرجاته عن مدخلاته عند المقارنة الاجتماعية بالجماعة المرجعية .

5. نظرية التبادل الاجتماعي : وضعها (بلو) وذلك بالاعتماد على الفرضيتين التاليتين : (عويضة ، 2021)

- طالما الإنسان هو مخلوق اجتماعي ولا يمكنه العيش لوحده ، فإن البشر في حالة تفاعل وتبادل اجتماعي مستمر ، وعند النظر إلى علاقة التبادل الاجتماعي في شكلها البسيط بين طرفين نجد أنها علاقة أخذ وعطاء متبادل ، وبعبارة أخرى فإن الطرف الأول يحصل على فوائد من الطرف الآخر (مخرجات الطرف الأول) مقابل التزامات يتم تقديمها للطرف الآخر (مدخلات الطرف الأول) وبناء على ذلك يقارن كل طرف مدخلاته مع مخرجاته لتحديد عدالة أو عدم عدالة التبادل الاجتماعي.
- عندما لا يدرك الفرد العدالة فإنه مدفوعا للقيام بعمل ما يساعده على إدراك العدالة في الموقف ، أما إذا كان الفرد في حالة عدالة فإنه يكون في وضع استقرار.
- إن نظرية التبادل الاجتماعي تساهم في تفسير العدالة التنظيمية من خلال فكرة الأخذ والعطاء القائمة والمستمرة بين طرفي المعادلة التنظيمية (العامل والمنظمة) والعلاقة القائمة بينهما حيث يقدم الطرف الأول خدمة (أداء ، جهد ، وقت .. الخ) يقابلها الطرف الثاني برد مقابل الخدمة (أجر ، مكافئة ، تعويض ... الخ) وهي ما سمتها النظرية بعملية التبادل ، وتحدث العدالة حسب هذه النظرية إذا تساوت عملية التبادل بين الطرفين.

6. نظرية الحرمان النسبي : أقر (مارتن) أن نظرية الحرمان تتشابه مع نظرية العدالة (لأدمز) باعتبار أن النظريتين تفترضان قيام الفرد بشكل مستمر بقياس نسبة مخرجاته المدركة إلى مدخلاته المدركة مع مقارنة هذه النسبة مع النسبة الخاصة بالشخص المرجعي لتقييم العدالة التوزيعية، حيث يواجه الفرد مشاعر الحرمان عندما تشير المقارنة الاجتماعية إلى عدم العدالة في توزيع المكافآت.

هناك نوعين للحرمان يمكن التمييز فيما بينهم على النحو التالي: (رمزي، 2019)

- الحرمان الذاتي الفردي: والذي يعتمد على المقارنات الفردية بين الأفراد، وتعتبر نظرية العدالة عن هذا النوع من الحرمان النسبي .
 - الحرمان الجماعي: والذي يعتمد على المقارنات بين الجماعات ، ويركز هذا النوع إلى عدم التساوي الدائم بين الجماعات المختلفة بالاعتماد على مؤشرات توزيعية متعددة مثل نسبة المديرين إلى العاملين في كل جماعة ونسبة الذكور إلى الإناث في كل جماعة ونصيب كل جماعة من الموارد المختلفة، وبناء على هذه المؤشرات يبني كل فرد معتقدات بشأن عدالة أو عدم عدالة التوزيعات التي تحصل عليها الجماعة التي ينتمي إليها .
 - فنظرية الحرمان النسبي تضيف لما أورده (آدمز Adams) في نظريته حول المساواة عامل المقارنات الجماعية في قياس المدخلات والمخرجات بين الجماعات المختلفة والأطراف الموجودة في التنظيم ، و يدرك الفرد العدالة التنظيمية حسب نظرية الحرمان النسبي عندما تتساوى نسب قياس المدخلات والمخرجات بين تلك الجماعات ويحدث الظلم أو عدم العدالة عندما يدرك الفرد أن نتائج المقارنات بين المجموعة التي ينتمي إليها غير عادلة بالنسبة لمجموعة معينة ، وهو ما سمته النظرية بالحرمان الجماعي . (Farzad2016)
- ومما سبق يرى الباحث أن موضوع العدالة التنظيمية يعتبر من المواضيع التي لاقت اهتماما كبيرا من طرف الباحثين وذلك لأثرها البارز على أداء الأفراد من جهة ، وأداء المنظمات من جهة أخرى وتدخلها في تحديد طبيعة العلاقات بينهم وبين المنظمة من خلال المقارنات التي يجريها الأفراد فيما بينهم، ومدى إدراكهم لحالة العدالة داخل المنظمة من خلال ما يقدمونه من مخرجات وما يحصلون عليه بالمقابل من مدخلات، فقد بينت العديد من الدراسات أن غياب العدالة أو إدراك الأفراد للمعاملة غير العادلة له نتائج سلبية سواء على الجانب النفسي للفرد أو الجانب الوظيفي، في حين أن تطبيق قيم العدالة والإنصاف والمساواة بين الأفراد وداخل المنظمات يساعد كثيرا في الحفاظ على استقرار و تماسك الموظفين .

المبحث الثاني: السمعة المؤسسية

1.2.2 تمهيد:

أدى التطور الهائل الذي شهده العالم على كافة الأصعدة والمستويات، وما نجم عن الثورة المعرفية والمعلوماتية والانفتاح الذي شهده العالم في ظل التقنيات الحديثة إلى أن تعيد المؤسسات النظر في مكانتها وفق ما تقتضيه متطلبات العصر، فأصبح التنافس بين المؤسسات على أشدها لتقديم الأفضل للجمهور . (أبو حشيش، 2019)

وتؤدي السمعة المؤسسية دورًا أساسيًا ومحوريًا يتمثل في تشكيل سلوك الفرد والتأثير على تصرفاته، فتعكس السمعة الواقع وتحمل المعارف للإنسان الذي لا يواجه الواقع بشكل مباشر، بل يواجهه بأسلوب غير مباشر والمعتمد على الوصف، ومن أجل ذلك أدركت المؤسسات مدى أهميتها لامتلاك السمعة من أجل دعم أعمالها وأنشطتها.

ويشير باليت إلى أن السمعة مهمة للمؤسسات جميعها الكبيرة والصغيرة وليس فقط للمؤسسات التي تعمل على جذب عملاء جدد فحتى المؤسسات ذات السمعة الراسخة فإنها هي الأخرى تسعى للمحافظة على سمعتها الجيدة، وجذب عملاء جدد فليس من المنطقي أن تحافظ هذه المؤسسات على السمعة والصورة الذهنية الجيدة التي حققتها لأنه قد يحدث أمر طارئ يؤثر على هذه السمعة فالصورة الذهنية بطبيعتها صورة متحركة قابلة للتغيير باستمرار .

أن دور السمعة محور أساسي في تكوين سلوك الأفراد والتأثير في تصرفاتهم ، فهي تعكس الواقع، وتحمل المعلومات للعقل البشري الذي لا يواجه الواقع مباشرة، وإنما يواجهه بشكل غير مباشر من خلال الوصف وعمليات التزكية، ولهذا فقد أدركت المنظمات أهمية دراسة سمعتها لتوظيف ذلك في دعم أنشطتها.

2.2.2 تعريف سمعة المؤسسة:

سمعه المؤسسة هي الانطباعات والمعلومات التي يتلقاها الجماهير من خلال مجموعة مختلفة من قنوات الاتصال والرموز، وعلى وجه الخصوص قد تكون سمعه المؤسسة مرتبطة بشكل كبير في الانطباع الذي يؤخذ من خلال الشكل العام للمؤسسة.

كما يمكن تحديد السمعة للمؤسسة عن طريق تجربة العملاء وتعاملهم مع المؤسسة بشكل مباشر، كما يمكن الحصول على السمعة من خلال اسم المؤسسة وسوقها ومنافستها مع المؤسسات (الحامد، 2018)

وأشار بويد بأن سمعة المؤسسة تظهر عن طريق خبراتها سواء المباشرة، أم غير المباشرة ومن خلال جمع المعلومات من قبل أصحاب المصالح.

ووضح والش بأن سمعة المؤسسة ما هي إلا خاصية تظهر من الفوائد المتمثلة بالقيم المدركة من قبل المستفيدين. (بني عيسي، 2020)

كما ووصف إيكيرت (Eckert 2016) السمعة بأنها تقييم المستفيدين والعملاء لمدى مقدرة المؤسسة على تلبية متطلباتهم، وانطباعاتهم حول أعمالها وسياستها، فكلما كان رأيهم ايجابيا دعموا المؤسسة واستمروا في علاقتهم معها .

تتكون السمعة للمؤسسة من عدد من الصور الذهنية المتراكمة في عقول الأفراد خلال فترة زمنية محددة والتي ساعدتهم على تكوين رأي معين حول مؤسسة ما، كما تتكون الصورة الذهنية أيضاً من تشكيل الانطباعات حول المؤسسات، فالسمعة تنبع من التجربة الفعلية لكن الصورة الذهنية تكون مجرد توقعات في ذهن الأفراد ولم تعكس أي تجارب واقعية.

وأضاف وبر بأن السمعة تتكون من عدد من العناصر والمتمثلة في اسم المؤسسة وشعارها الرسمي، والعاملين فيها ، والإداريين ، وفلسفتها ، وقراراتها وانجازاتها ودورها في مدى تقديمها للخدمات

المجتمعية ، ومشاركتها في الحياة العامة بالإضافة إلى احتوائها للمشكلات التي تواجهها والآثار السلبية لها، فهذه تكون الانطباعات الأولى عن المؤسسة، وذلك لأن المستفيدين يكونون صورة انطباعية أولية عن المؤسسة عن طريق الاتصال الأولي بالمؤسسة سواء عبر الزيارات الشخصية أم المواقع الالكترونية ... الخ (Yigitol2018).

3.2.2 خصائص سمعة المؤسسة

تمتلك المؤسسة عدد من الخصائص التي تتسم بها والتي تحقق السمعة الحسنة لها وهي :

(Mechael, 2016)

1. السمعة هي الانطباعات الذهنية المتكونة في عقول الافراد وتشكل اتجاهاتهم نحو المؤسسة
2. تتسم السمعة بالديناميكية وذلك في مقدرتها على التفاعل الدائم مع المتغيرات الذاتية الخاصة بالفرد أو المؤسسة أو بالمؤسسات المنافسة، بالإضافة إلى تفاعلها مع العديد من التغيرات المجتمعية المتنوعة .
3. تمثل السمعة تقديماً عقلياً لكل ما يرتبط بالمؤسسة كصورة افراده، أو صورة العلامة التجارية أو المنتجات ، أو تقديم لكافة مكوناتها وعناصرها وأبعادها .
4. تكون السمعة للمؤسسة مخطط لها من قبل، وذلك لاعتمادها على برامج إعلامية موثوق بها ومدروسة . (Yangin, Demet2017)
5. تكون السمعة للمؤسسة قابلة للقياس والتقييم وذلك باتباع أساليب حديثة في البحث العلمي، حيث يمكن التعرف إليها من خلال الصورة المتكونة عند الجمهور والمستفيدين، وتعيين أية تغيرات تحدث سواء تغيرات سلبية أم ايجابية .

4.2.2 السمعة المؤسسية للشركات

تواجه الشركات في القرن الحالي الكثير من التحديات العالمية، والتي ترجع إلى الطفرة في التطور العلمي والتقدم التكنولوجي الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصالات، لذا باتت الأنظمة ميادين البحث في كافة

الدول تواجه تحديات كبيرة تتلاءم ومستوى حدتها في التقدم الهائل ، ومن أهم تلك التحديات التي تواجهها الشركات في كيفية تحقيق السمعة الحسنة لها ، وإتاحة الخدمات التي تناسب متطلبات الجمهور والمستفيدين منها، كما ينبغي أن تحقق تلك الخدمات التزامات مؤسسات الشركات اتجاه العديد من الوظائف الموكلة إلهما والتي تتلاءم وحجم الأعمال الموكلة إلهما . (Polat, Soner2018)

5.2.2 أهمية السمعة للشركات :

باتت السمعة من أبرز المعايير بل وأهمها التي تستند عليها الشركات في تقييم مؤسسات الشركات، فهي تمتلك الدور الايجابي في حسم رؤية الشركات من قبل أصحاب المصالح والجمهور واهتمامهم الكبير في تحقيق مستوى عالي وايجابي في الشركات في العصر الحديث، والشركات التي تمتلك السمعة الحسنة القدرة الهائلة على استقطاب الطلبة والمستثمرين وجذبهم للجامعة (Michael,2018),

أن أبرز أهداف الشركة بشكل عام من أجل الوصول بالسمعة الطيبة بين الشركات المنافسة قيامها باجتذاب الطلبة والاحتفاظ بالعاملين في الجامعة من أصحاب السمعة الحسنة والمكانة العالية، والعمل على تحسين النظام الإداري والتنظيمي والمحاسبي واتباع استراتيجية تخطيطية مناسبة لضمان تحقيق السمعة الجيدة ورضا الجمهور، فمن أبرز عوامل قوة الشركة هي تحقيقها للسمعة الحسنة لها ولموظفيها. (Srihadi2021)

فأهمية السمعة للشركات تنبع من الانطباعات الواقعة عليها من الجمهور، وعن طريق المعلومات التي تتلقاها من وسائل الإعلام ومن الشعارات، فسمعة الشركات ترتبط بشكل كبير في الانطباع المأخوذ من شكل الشركة العام، بالإضافة إلى أن الصورة الذهنية التي يكونها الجمهور عن الشركة خلال الوقت تكون السمعة حولها . (Yalcin, Sinan 2021)

الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة

1.3 مقدمة

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك من خلال التعرف على منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وحساب الصدق والثبات لأداة الدراسة

2.3 منهجية البحث:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية من وجهة نظر العاملين بشركات الاتصالات السعودية ، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها ويعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركات الاتصالات السعودية وقامت الدراسة باستخدام أسلوب العينات العشوائية البسيطة وذلك عن طريق أداة الدراسة المتمثلة في استمارة الاستبيان الالكتروني والتي تم استخدامها في جمع بيانات الدراسة من خلال نشر الرابط الخاص بالاستبيان على كافة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بأفراد مجتمع الدراسة وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 390 فرد وهم الذين أجابوا على اسئلة استمارة الاستبيان.

4.3 مصادر البيانات:

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- **المصادر الثانوية:** قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- **المصادر الأولية:** قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية من وجهة نظر العاملين بشركات الاتصالات السعودية .

5.3 الأساليب الإحصائية:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- **التكرارات:** لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- **النسب المئوية:** تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- **المتوسط الحسابي:** استخدم لمعرفة متوسط إجابات العاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- **الانحراف المعياري:** استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- **معامل الثبات كرونباخ الفا:** للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.

- الانحدار الخطي البسيط: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من صدق أداة الدراسة والتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة

6.3 أداة الدراسة

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من عاملين شركات الاتصالات السعودية والمتمثلة بـ النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع والتي تضمنت المتغير المستقل: العدالة التنظيمية بأبعادها (العدالة التوزيعية- العدالة الإجرائية- العدالة الأخلاقية- العدالة التقييمية) وتضمنت 16 عبارة والمتغير التابع: السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع -المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) وتضمنت 12 عبارة وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات الذي يتكون من موافق جدا (5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق جدا (1) في الإجابة على أسئلة محاور الدراسة.

وقد قامت الدراسة بتقسيم اتجاه موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات محاور الدراسة إلى مستويات من خلال تطبيق ما يلي:

مدي المقياس = أعلي رقم في المقياس (5) – أقل رقم في المقياس (1) = 4

مدي المستوي = مدي المقياس / عدد المستويات (5) = 0.80

جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة

المستوي	الدرجة
منخفضة جدا	1.79 – 1
منخفضة	2.59 – 1.80
متوسطة	3.39 – 2.60
مرتفعة	4.19 – 3.40
مرتفعة جدا	5.00 – 4.20

7.3 صدق أداة الدراسة

تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان عن طريق تحديد مستوى التجانس الداخلي من خلال التعرف على الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه العبارة وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: العدالة التنظيمية

جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الاول

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
العدالة التوزيعية			
1	تقوم الشركة بمنح العاملين الرواتب التي تتوافق مع مؤهلاتهم العلمية	**0.700	0.000
2	تقوم الشركة بمنح العاملين الحوافز التي تتماشى مع مجهوداتهم	**0.658	0.000
3	أعتبر عبء العمل الخاص بي مناسب	**0.680	0.000
4	تتعامل الشركة مع العاملين بكل تقدير واحترام عند اتخاذ قرارات متعلقة بوظيفتهم	**0.638	0.000

العدالة الإجرائية			
5	تطبق الشركة القوانين واللوائح على العاملين بعدالة وشفافية	**0.691	0.000
6	تطبق الشركة جميع القرارات على كل العاملين بكل استثناء	**0.697	0.000
7	تعمل الشركة على تعريف العاملين بالقوانين واللوائح الخاصة بسير العمل	**0.433	0.000
8	تهتم الشركة بأخذ آراء العاملين في القوانين واللوائح المطبقة	**0.558	0.000
العدالة الأخلاقية			
9	تهتم الشركة بتحقيق أفضل معاملة ممكنة للعاملين	**0.675	0.000
10	تضع الشركة العاملين في الاعتبار عند اتخاذ قرارات متعلقة بوظيفتهم	**0.632	0.000
11	تتخذ الشركة القرارات الوظيفية بدون تحيز	**0.679	0.000
12	عند اتخاذ القرارات الوظيفية فإن الشركة تهتم بمصلحة العاملين	**0.684	0.000
العدالة التقييمية			
13	أعتقد أن واجبات وظيفتي مناسبة	**0.567	0.000
14	تهتم الشركة بالشكاوى والمقترحات التي يقدمها العاملين	**0.603	0.000
15	تعمل الشركة على توضيح كافة القرارات التي تتخذها	**0.553	0.000
16	تهتم الشركة بالأفكار التي يقدمها العاملين	**0.690	0.000

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور دور العدالة التنظيمية كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور العدالة التنظيمية تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

المحور الثاني: السمعة المؤسسية

جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
الإبداع			
1	تعمل الشركة على تشجيع العاملين على ابتكار الأفكار الجديدة التي يمكن الاستعانة بها في تطوير العمل	**0.688	0.000
2	تهتم الشركة بتشجيع العاملين على إنجاز العمل بأساليب متجددة	**0.813	0.000
3	تعمل الشركة على تطوير القدرات الإبداعية والابتكارية للعاملين	**0.764	0.000
4	تعمل الشركة على تطوير كافة أساليب العمل المستخدمة	**0.501	0.000
المسؤولية الاجتماعية			
5	تعمل الشركة على تنفيذ برامج حماية البيئة والتقليل من اهدار الموارد الطبيعية	**0.769	0.000
6	تهتم الشركة بتقديم المساعدات المالية للبرامج التعليمية والصحية في المجتمع	**0.799	0.000
7	تقوم الشركة بتقديم الدعم للعاملين بها للمشاركة في الأنشطة الاجتماعية المختلفة	**0.622	0.000
8	تقوم الشركة بتقديم التبرعات والمعونات للمؤسسات الخيرية والاجتماعية	**0.556	0.000
جودة المنتج			
9	تعمل الشركة على استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم كافة الخدمات للعملاء	**0.628	0.000
10	تقوم الشركة بتعيين خبراء وكفاءات مميزة لتقديم الخدمات بجودة عالية	**0.668	0.000
11	تلتزم الشركة بأداء كافة الخدمات في الأوقات المحددة	**0.679	0.000
12	يتوفر لدى الشركة التجهيزات والمعدات ذات التقنية الحديثة والمتطورة التي تساهم في زيادة جودة الخدمات	**0.656	0.000

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور السمعة المؤسسية كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور السمعة المؤسسية تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

8.3 ثبات أداة الدراسة:

تم حساب معامل ألفا كرونباخ لعبارات محاور الاستبيان وكانت النتائج كما يلي:

جدول (4) معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان

المحاور	معامل الفا كرونباخ	عدد العبارات
العدالة التنظيمية	0.898	16
السمعة المؤسسية	0.888	12
إجمالي استمارة الاستبيان	0.940	28

يتبين أن قيمة معامل الثبات Alpha هي أكبر من 0.7 لجميع محاور استمارة الاستبيان مما يؤكد على صلاحية وارتباط عبارات محاور استمارة الاستبيان وارتفاع مستوى ثبات أداة الدراسة مما يسمح باستخدام الأداة لغرض الدراسة.

الفصل الرابع: تحليل النتائج

1.4 مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل استمارة الاستبيان والتعرف على خصائص عينة الدراسة وتحليل محاور الدراسة واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج وتوصيات للدراسة.

2.4 خصائص عينة الدراسة

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها

الخاصية	الفئات	العدد	%
النوع الاجتماعي	ذكر	246	63.1
	أنثى	144	36.1
العمر	أقل من 25 سنة	71	18.2
	من 25 الى أقل من 35 سنة	114	29.2
	من 35 الى اقل من 45 سنة	122	31.3
	45 سنة فأكثر	83	21.3
المؤهل العلمي	ثانوي	109	27.9
	بكالوريوس	142	36.4
	ماجستير	101	25.9
	دكتوراه	38	9.8
الوضع المهني	مدير	127	32.6
	نائب مدير	179	45.9

7.9	31	رئيس قسم	
13.6	53	موظف	

3.4 تحليل استمارة الاستبيان

لتحليل استمارة الاستبيان تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات

كل محور وللمحور ككل وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: العدالة التنظيمية

1. العدالة التوزيعية

جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة

التوزيعية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
تقوم الشركة بمنح العاملين الرواتب التي تتوافق مع مؤهلاتهم العلمية	4.159	0.968	1	مرتفع
تقوم الشركة بمنح العاملين الحوافز التي تتماشى مع مجهوداتهم	4.077	0.795	4	مرتفع
أعتبر عبء العمل الخاص بي مناسب	4.092	0.858	3	مرتفع
تتعامل الشركة مع العاملين بكل تقدير واحترام عند اتخاذ قرارات متعلقة بوظيفتهم	4.154	0.678	2	مرتفع

تم ترتيب عبارات العدالة التوزيعية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي

الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (تقوم الشركة بمنح العاملين الرواتب التي تتوافق مع

مؤهلاتهم العلمية) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.159 وانحراف معياري 0.968 وبدرجة موافقة مرتفعة بينما كانت العبارة (تقوم الشركة بمنح العاملين الحوافز التي تتماشى مع مجهوداتهم) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.077 وانحراف معياري 0.795 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات العدالة التوزيعية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع من تطبيق العدالة التوزيعية كأحد أبعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.121 بانحراف معياري 0.825

1- العدالة الاجرائية

جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة

الاجرائية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
تطبق الشركة القوانين واللوائح على العاملين بعدالة وشفافية	4.013	0.757	2	مرتفع
تطبق الشركة جميع القرارات على كل العاملين بكل استثناء	3.982	0.780	3	مرتفع
تعمل الشركة على تعريف العاملين بالقوانين واللوائح الخاصة بسير العمل	4.079	0.770	1	مرتفع
تهتم الشركة بأخذ آراء العاملين في القوانين واللوائح المطبقة	3.915	0.907	4	مرتفع

تم ترتيب عبارات العدالة الاجرائية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (تعمل الشركة على تعريف العاملين بالقوانين واللوائح الخاصة بسير العمل) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.079 وانحراف معياري 0.770 وبدرجة موافقة مرتفعة بينما كانت العبارة (تهتم الشركة بأخذ آراء العاملين في القوانين واللوائح المطبقة) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 3.915 وانحراف معياري 0.907 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات العدالة الاجرائية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع من تطبيق

العدالة الاجرائية كأحد ابعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة

الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.997 بانحراف معياري 0.804

2- العدالة الاخلاقية

جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة

الاخلاقية

العبارة		المتوسط	الانحراف	الترتيب	مستوي
		الحسابي	المعياري	الموافقة	
تهتم الشركة بتحقيق أفضل معاملة ممكنة للعاملين		4.218	0.670	4	مرتفع جدا
تضع الشركة العاملين في الاعتبار عند اتخاذ قرارات متعلقة بوظيفتهم		4.251	0.594	2	مرتفع جدا
تتخذ الشركة القرارات الوظيفية بدون تحيز		4.249	0.689	3	مرتفع جدا
عند اتخاذ القرارات الوظيفية فإن الشركة تهتم بمصلحة العاملين		4.274	0.772	1	مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات العدالة الاخلاقية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (عند اتخاذ القرارات الوظيفية فإن الشركة تهتم بمصلحة العاملين) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.274 وانحراف معياري 0.772 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (تهتم الشركة بتحقيق أفضل معاملة ممكنة للعاملين) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.218 وانحراف معياري 0.670 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات العدالة الاخلاقية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من تطبيق

العدالة الاخلاقية كأحد ابعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد

عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.248 بانحراف معياري 0.681

3- العدالة التقييمية

جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات العدالة

التقييمية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
أعتقد أن واجبات وظيفتي مناسبة	4.203	0.771	4	مرتفع جدا
تهتم الشركة بالشكاوى والمقترحات التي يقدمها العاملين	4.374	0.563	1	مرتفع جدا
تعمل الشركة على توضيح كافة القرارات التي تتخذها	4.279	0.773	3	مرتفع جدا
تهتم الشركة بالأفكار التي يقدمها العاملين	4.362	0.710	2	مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات العدالة التقييمية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي

الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (تهتم الشركة بالشكاوى والمقترحات التي يقدمها

العاملين) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.374 وانحراف معياري 0.563 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما

كانت العبارة (أعتقد أن واجبات وظيفتي مناسبة) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.203 وانحراف معياري

0.771 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات العدالة التقييمية تبين أن جميع العبارات في

مستوي الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من تطبيق العدالة التقييمية كأحد ابعاد

العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة

المتوسط الحسابي 4.304 بانحراف معياري 0.704

يتبين مما سبق وجود مستوى مرتفع من تطبيق العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات

السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.168 بانحراف معياري

0.753

1- الابداع

جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات الابداع

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
تعمل الشركة على تشجيع العاملين على ابتكار الأفكار الجديدة التي يمكن الاستعانة بها في تطوير العمل	4.164	0.755	4	مرتفع
تهتم الشركة بتشجيع العاملين على إنجاز العمل بأساليب متجددة	4.254	0.657	3	مرتفع جدا
تعمل الشركة على تطوير القدرات الإبداعية والابتكارية للعاملين	4.397	0.632	1	مرتفع جدا
تعمل الشركة على تطوير كافة أساليب العمل المستخدمة	4.313	0.616	2	مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات الابداع من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (تعمل الشركة على تطوير القدرات الإبداعية والابتكارية للعاملين) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.397 وانحراف معياري 0.632 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (تعمل الشركة على تشجيع العاملين على ابتكار الأفكار الجديدة التي يمكن الاستعانة بها في تطوير العمل) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.164 وانحراف معياري 0.755 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات الابداع تبين أن ثلاث عبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا وعبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من توافر الابداع كأحد أبعاد السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.282 بانحراف معياري 0.665

2- المسؤولية الاجتماعية

جدول (11) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات

المسؤولية الاجتماعية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
تعمل الشركة على تنفيذ برامج حماية البيئة والتقليل من اهدار الموارد الطبيعية	4.374	0.563	3	مرتفع جدا
تهتم الشركة بتقديم المساعدات المالية للبرامج التعليمية والصحية في المجتمع	4.454	0.538	1	مرتفع جدا
تقوم الشركة بتقديم الدعم للعاملين بها للمشاركة في الانشطة الاجتماعية المختلفة	4.392	0.635	2	مرتفع جدا
تقوم الشركة بتقديم التبرعات والمعونات للمؤسسات الخيرية والاجتماعية	4.264	0.734	4	مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات المسؤولية الاجتماعية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (تهتم الشركة بتقديم المساعدات المالية للبرامج التعليمية والصحية في المجتمع) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.454 وانحراف معياري 0.538 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (تقوم الشركة بتقديم التبرعات والمعونات للمؤسسات الخيرية والاجتماعية) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.264 وانحراف معياري 0.734 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات المسؤولية الاجتماعية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من توافر المسؤولية الاجتماعية كأحد أبعاد السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.371 بانحراف معياري 0.618

جدول (12) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات جودة

المنتج

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
تعمل الشركة على استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم كافة الخدمات للعملاء	4.221	0.771	1	مرتفع جدا
تقوم الشركة بتعيين خبرات وكفاءات مميزة لتقديم الخدمات بجودة عالية	4.154	0.678	2	مرتفع
تلتزم الشركة بأداء كافة الخدمات في الأوقات المحددة	4.013	0.757	3	مرتفع
يتوفر لدى الشركة التجهيزات والمعدات ذات التقنية الحديثة والمتطورة التي تساهم في زيادة جودة الخدمات	3.982	0.780	4	مرتفع

تم ترتيب عبارات جودة المنتج من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر)

من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (تعمل الشركة على استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم كافة الخدمات للعملاء) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.221 وانحراف معياري 0.771 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (يتوفر لدى الشركة التجهيزات والمعدات ذات التقنية الحديثة والمتطورة التي تساهم في زيادة جودة الخدمات) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 3.982 وانحراف معياري 0.780 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات جودة المنتج تبين أن عبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع جدا وثلاث عبارات في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع من توافر جودة المنتج كأحد أبعاد السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.092 بانحراف معياري 0.746

يتبين مما سبق وجود مستوى مرتفع جدا من توافر السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.249 بانحراف معياري 0.676

4.4 اختبار فروض الدراسة

لاختبار فروض الدراسة تم استخدام معادلة الانحدار البسيط ومعامل الارتباط بيرسون وجاءت النتائج كما يلي:

الفرضية الرئيسية: لا لا يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للعدالة التنظيمية بأبعادها (العدالة التوزيعية- العدالة الإجرائية- العدالة الأخلاقية- العدالة التقييمية) في السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع- المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها على

السمعة المؤسسية بأبعادها

ملخص النموذج Model Summary					
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted	
0.830		0.689		0.688	
تحليل التباين ANOVA					
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression	8029.866	1	8029.866	858.050	0.000
	3631.008	388	9.358		
	11660.874	389			
الباقى Residual					
المجموع Total					

المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
السمعة المؤسسية	الثابت Constant	11.333	1.362		8.319	.000
بأبعادها	العدالة التنظيمية بأبعادها	.595	.020	.830	29.292	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (13) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.830 واتضح ان المتغير المستقل (تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها) يفسر 68.9 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (السمعة المؤسسية بأبعادها) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 0.595 % مما يبين عدم صحة الفرضية الرئيسية للدراسة

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد علاقه ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للعدالة التوزيعية على السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع -المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة التوزيعية على السمعة المؤسسية بأبعادها

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ⁻² Adjusted		
0.729		0.531		0.530		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression		6197.485	1	6197.485	440.134	0.000
الباقى Residual		5463.389	388	14.081		
المجموع Total		11660.874	389			
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
السمعة المؤسسية بأبعادها	الثابت Constant	24.314	1.285		18.918	.000
	العدالة التوزيعية	1.618	.077	.729	20.979	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (14) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة التوزيعية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة التوزيعية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات

السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.729 واتضح ان المتغير المستقل (تطبيق العدالة التوزيعية) يفسر 53.1 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (السمعة المؤسسية بأبعادها) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة التوزيعية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.618 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الاولى للدراسة

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للعدالة الاجرائية على السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع -المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة الاجرائية على السمعة

المؤسسية بأبعادها

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.729		0.532		0.530		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	6199.553	1	6199.553	440.448	0.000	
الباقى Residual	5461.321	388	14.076			
المجموع Total	11660.874	389				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T

السمعة	الثابت	21.945	1.397		15.714	.000
المؤسسية	Constant					
بأبعادها	العدالة	1.816	.087	.729	20.987	.000
	الاجرائية					

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (15) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة الاجرائية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة الاجرائية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية عند مستوي معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.729 واتضح ان المتغير المستقل (تطبيق العدالة الاجرائية) يفسر 53.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (السمعة المؤسسية بأبعادها) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة الاجرائية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.816 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة

الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقه ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للعدالة

الأخلاقية على السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع -المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

جدول (16) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة الاخلاقية على السمعة

المؤسسية بأبعادها

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ⁻² Adjusted		
0.730		0.533		0.532		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression		6211.957	1	6211.957	442.334	0.000
الباقى Residual		5448.917	388	14.044		
المجموع Total		11660.874	389			
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
السمعة المؤسسية بأبعادها	الثابت Constant	18.433	1.559		11.822	.000
	العدالة الاخلاقية	1.916	.091	.730	21.032	.000

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (16) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة الاخلاقية على

السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة

أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية

ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة الاخلاقية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات

السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.730 واتضح ان المتغير المستقل (تطبيق العدالة الاخلاقية) يفسر 53.3 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (السمعة المؤسسية بأبعادها) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة الاخلاقية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.916 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

الفرضية الفرعية الرابعة: هناك علاقه ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للعدالة التقييمية على السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع -المسؤولية الاجتماعية- جودة المنتج) من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

جدول (17) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق العدالة التقييمية على السمعة المؤسسية بأبعادها

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.654		0.582		0.427		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	4990.731	1	4990.731	290.309	0.000	
	6670.143	388	17.191			
	11660.874	389				
المجموع Total						
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T

السمعة	الثابت	22.505	1.684		13.360	.000
المؤسسية	Constant					
بأبعادها	العدالة	1.654	.097	.654	17.038	.000
	التقييمية					

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (17) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة التقييمية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة التقييمية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.654 واتضح ان المتغير المستقل (تطبيق العدالة التقييمية) يفسر 58.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (السمعة المؤسسية بأبعادها) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة التقييمية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.916 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 نتائج الدراسة

- وجود مستوى مرتفع من تطبيق العدالة التوزيعية كأحد أبعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.121 بانحراف معياري 0.825
- وجود مستوى مرتفع من تطبيق العدالة الإجرائية كأحد أبعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.997 بانحراف معياري 0.804 وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة زنداح، (2022)
- وجود مستوى مرتفع جدا من تطبيق العدالة الاخلاقية كأحد ابعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.248 بانحراف معياري 0.681
- وجود مستوى مرتفع جدا من تطبيق العدالة التقييمية كأحد ابعاد العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.304 بانحراف معياري 0.704
- وجود مستوى مرتفع من تطبيق العدالة التنظيمية في شركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.168 بانحراف معياري 0.753
- وجود مستوى مرتفع جدا من توافر الابداع كأحد أبعاد السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.282 بانحراف معياري 0.665
- وجود مستوى مرتفع جدا من توافر المسؤولية الاجتماعية كأحد أبعاد السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.371 بانحراف معياري 0.618

- وجود مستوي مرتفع من توافر جودة المنتج كأحد أبعاد السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.092 بانحراف معياري 0.746

- وجود مستوي مرتفع جدا من توافر السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.249 بانحراف معياري 0.676 وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عامر،(2021)

- وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.830 وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة التنظيمية بأبعادها بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 0.595 % مما يبين عدم صحة الفرضية الرئيسية للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عوض الله، (2023) ومع نتيجة دراسة عبد المجيد،(2021) ومع نتيجة دراسة مصطفى،(2021) ومع نتيجة دراسة بن عدة،(2021) ومع نتيجة دراسة Boumediene,2016

- وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة التوزيعية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة التوزيعية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.729 وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة التوزيعية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.618 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الاولى للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد المجيد،(2021) وتختلف عن نتيجة دراسة مصطفى،(2021)

- وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة الاجرائية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة الاجرائية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.729 وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة الاجرائية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.816 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد المجيد، (2021) ومع نتيجة دراسة زنداح، (2022) وتختلف عن نتيجة دراسة مصطفى، (2021)

- وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة الاخلاقية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة الاخلاقية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.730 واتضح ان المتغير المستقل (تطبيق العدالة الاخلاقية) وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة الاخلاقية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.916 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عوض الله، (2023) ومع نتيجة دراسة عبد المجيد، (2021)

- وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تطبيق العدالة التقييمية على السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق العدالة التقييمية والسمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.654 وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق العدالة التقييمية بمقدار 1 % ازداد مستوى السمعة المؤسسية بأبعادها في شركات الاتصالات السعودية بمقدار 1.916 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد المجيد، (2021)

2.5 التوصيات

- يُنصح بتعزيز مبادئ العدالة التنظيمية داخل شركات الاتصالات السعودية ، بما في ذلك تطبيق العدالة التوزيعية والإجرائية والأخلاقية والتقييمية. يمكن ذلك من خلال تطوير سياسات وإجراءات تعكس تفهم الشركة لمبادئ العدالة وتوزيع الفرص بشكل عادل ومتساوٍ.
- يمكن تعزيز السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية من خلال تعزيز الابتكار والمسؤولية الاجتماعية. يجب على الشركة الاستمرار في تطوير منتجاتها وخدماتها بشكل مبتكر، وتعزيز مشاركتها في المبادرات والمشاريع الاجتماعية التي تساهم في تحسين المجتمع وحماية البيئة.
- يجب على إدارة شركات الاتصالات السعودية تعزيز الوعي بأهمية العدالة التنظيمية بين موظفيها، وتوفير التدريب والتطوير المستمر لهم لضمان فهمهم الكامل لمبادئ العدالة وتطبيقها في جميع جوانب العمل.
- ينبغي على إدارة الشركة متابعة وتقييم أداؤها بانتظام فيما يتعلق بتطبيق مبادئ العدالة التنظيمية وتأثيرها على السمعة المؤسسية. يجب اتخاذ التدابير اللازمة لتصحيح أي انحرافات وضمان استمرارية العمل بمبادئ العدالة والنزاهة.
- ينبغي على شركات الاتصالات السعودية تعزيز التواصل مع جميع الأطراف المعنية، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمستثمرين والمجتمع المحلي، لنقل رسالة قوية حول التزامها بمبادئ العدالة التنظيمية والمسؤولية الاجتماعية والنزاهة.
- ينبغي على الشركة الاستمرار في البحث والتطوير لتحسين ممارساتها وسياساتها فيما يتعلق بالعدالة التنظيمية وتعزيز السمعة المؤسسية، والاستفادة من أحدث الدراسات والتقنيات في هذا الصدد

Abstract

The study aimed to investigate the impact of organizational justice dimensions (distributive justice, procedural justice, ethical justice, and evaluative justice) on corporate reputation dimensions (innovation, social responsibility, product quality) from the perspective of employees at Saudi Aramco. The study population consisted of all employees at Saudi Aramco, and a simple random sampling method was used. Data were collected through an electronic questionnaire distributed via social media platforms to the study population, with 390 respondents. The study employed the SPSS statistical analysis program to analyze the data and test hypotheses.

The study results revealed a statistically significant positive impact of the application of organizational justice dimensions on corporate reputation dimensions at Saudi Aramco. Furthermore, a strong negative correlation was found between the application of organizational justice dimensions and corporate reputation dimensions at Saudi Aramco.

The study recommended enhancing the principles of organizational justice within Saudi Aramco, including the application of distributive, procedural, ethical, and evaluative justice. This can be achieved by developing policies and procedures that reflect the company's understanding of justice principles and ensuring fair and equal opportunity distribution. Enhancing Saudi Aramco's corporate reputation can be achieved through promoting innovation and social responsibility. The company should continue to innovate its products and services and enhance its participation in social initiatives and projects that contribute to improving society and protecting the environment.

Keywords: Organizational Justice, Corporate Reputation, Saudi Aramco.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو العز، نهى عاطف عبد الحليم، (2023)، مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة في منظمات

الأعمال بهدف تدعيم قرارات أصحاب المصالح، مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة

بورسعيد، كلية التجارة، ع2، مصر.

أبو حشيش بسام محمد سكر ناجي رجب فرج الله احمد موسى (2019) أثر المهارات القيادية الناعمة

على بناء السمعة المؤسسية من خلال اليقظة الاستراتيجية كمتغير وسيط دراسة حالة

جامعة الأقصى مجلة جامعة الأقصى للعلوم التربوية والنفسية 2(2) غزة، فلسطين.

بن برطال عبد القادر (2018) تأثير فرق العمل على تنمية الثقة التنظيمية، دراسة حالة كلية علوم

الاقتصادية و التجارية وكلية علوم علوم الاقتصاد والتجارية وعلوم التسيير المجلد 15.

العدد 2.

بن عدة، أمحمد، (2021)، أثر العدالة التنظيمية في تعزيز الثقة التنظيمية "دراسة حالة شركة

نفصال فرع ولاية معسكر"، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار- كلية

العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مج7، ع2.

بن عيسى، اعتدال محمد عيسى، (2020)، مهددات السمعة التنظيمية في القطاع العام الأردني،

(رسالة ماجستير)، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، الأردن.

بن يحي عزدين (2017) أثر العدالة التنظيمية على سلوك المواطنة التنظيمية مجلة الأبحاث النفسية

والتربوية. المجلد 10. العدد 4.

بني عيسى اعتدال محمد (2020) مهددات السمعة المؤسسية في القطاع العام الأردني اطروحة

ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اريد الاردن.

تيش تيش سليمان و خياط أميرة (2020) العدالة التنظيمية، المحددات والنتائج، مجلة الخلدونية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع12.

الحامد، مؤيد علي (2018) أثر محددات التجارة الالكترونية على سمعة المنظمة من خلال إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية اطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الحرسي حياة سرير وريحي كريمة (2018) أثر الثقة التنظيمية في إنجاح البناء المعرفي، دراسة حالة المؤسسات التعليم العالي مجلة الأبحاث الاقتصادية بجامعة البليدة. العدد 2

حلوب، علاء صافي، (2023)، العدالة التنظيمية وعلاقتها بالنجاح الإداري، مجلة الدراسات العلمية، الجمعية العلمية للدراسات التربوية المستدامة، مج5.

رمزي، مراد، (2019)، العدالة التنظيمية" دراسة ميدانية على عينة من العاملين لقطاع الصناعي، مجلة الميدان لدراسات الرياضة الاجتماعية والانسانية، جامعة عاشور زيان، مج2، ع7.

زنداح، سامي وفيق، (2022)، أثر العدالة التنظيمية في الثقة التنظيمية" دراسة ميدانية على شركة الاتصالات الفلسطينية قطاع غزة، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، كلية التجارة، ع1.

شبل، محمد، (2019)، العدالة التنظيمية والافتراق الوصفي" دراسة مقارنة"، مجلة الآداب، جامعة القاهرة، كلية الآداب، مج79، ج3.

عامر، رشا عبد الحكيم، (2021)، استخدام العلاقات العامة للفيسبوك في إدارة سمعة المؤسسات الجامعية الخاصة، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع32.

عبد الله زايد أسماء زهري (2018) الثقة التنظيمية في المدارس الحكومية في مديرية تربية الجنين وعلاقتها بالإنتماء التنظيمي المعلمين من وجهة نظرهم رسالة ماجستير جامعة القدس المفتوحة القدس. . عبد الوهاب ياسر (2017). العدالة التنظيمية وتأثيرها على الرضا الوظيفي وتحسين الأداء دراسة حالة البنك المركزي المصري. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية

والإنسانية، العدد 18. . فارس محمد وجودت محمد (2014) العلاقة بين الثقة التنظيمية والالتزام دراسة ميدانية على جامعة الأزهر، غزة مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية المجلد 22. العدد 2. .

عبد المجيد، كريم عبد المجيد محمد، (2021)، أثر العدالة التنظيمية على نظام تقييم الأداء "دراسة تطبيقية"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، كلية التجارة بالإسماعيلية، مج 12، ع 1.

عوض الله، سيف أحمد محمود، (2023)، أثر القيادة الأخلاقية على السمعة للبلديات الكبرى في الأردن، (رسالة ماجستير)، جامعة آل البيت، كلية الأعمال، الأردن.

عويضة، منال أبو العزم، (2021)، العدالة التنظيمية لتطبيق مدخلات لتفعيل المناخ التربوي بمدارس التعليم الأساسي، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف، كلية التربية، مج 18، ع 106.

فراح العربي (2018) أثر العدالة والثقة التنظيمية على الالتزام التنظيمي ، دراسة تطبيقية على المؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية رسالة دكتوراه في علوم التسيير الجزائر : جامعة أبو بكر بلقايد. .

مصطفى، كريم، (2021)، أثر العدالة التنظيمية على سلوك المواطنة التنظيمية" دراسة حالة اتصالات الجزائر باستخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية، مجلة الابداع، جامعة البلدية 2، مخبز البحث حول الابداع وتغير المنظمات والمؤسسات، مج 11، ع 1.

نيدشات سلوى (2018) دور القيادة الأخلاقية في تعزيز الثقة التنظيمية لدى العاملين، دراسة حالة مؤسسة أشغال كهرباء تقرت مجلة الأداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 13. العدد 1 .

ياسر عبد الوهاب (2017) العدالة العظيمة وتأثيرها على الرضا الوظيفي وتحسين الأداء دراسة حالة البنك المركزي المصري، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية ، ع 18.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abuzaid, Ahmad Naser (2018).The Effect of Organization Justice on Job Satisfaction: Applied Study on Jordanian Five Stars Hotels.Al-manara Journal for Research and Studies 25(1), Al-Bayt University, Jordan.
- Al-Garaibeh, Shehadeh, Al-Bdareen, Rokaya (2015). Organizational Justice and its Impact on the Commitment of Faculty Members to Work Ethics: Empirical Study on Private Universities in North Provinces European Journal of Business and Management 7(12), Jadara University, Jordan.
- Al-Rabee, Hammoud, & Tof Ali. (2021). Customer Value and its Impact on Improving the Organization's Reputation-Applied Research in Hilla Municipality Directorate. Journal of Administration & Economics (57942221), 10 (39).
- Beduk, Aykut, Unsacar, M.kemal, Eryesil, Kemaltn (2016). The Relationship between Organizational Justice and Corporate Reputation in Footwear Manufacturing Company. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences 12 (6), Turkey.
- Bidarian, S Jafari, P; The Relationship Between Organizational Justice and (2012) Organizational Trust, Procedia-Social and Behavioral Sciences 47 1622-1626
- Bike, Esen (2020). The Role of Perceived Organizational Justice and Job Stress on the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Commitment. Third Sector Social Economic Review 55(1), Ankara.
- Bobocel, Ramona (2021).Current Direction in Organizational Justice. The Canadian Journal of Behavioral Science, University of Waterloo, Canada

Boumediene, Mohamed Rachid,(2016), L'effet de la Justice Organisationnelle sur la Performance Universitaire, Revue Al-Mishkat en Economie, Développement et Droit, Centre Universitaire Belhadj Bouchaib, Ain Temouchent - Institut des Sciences Economiques, de Gestion et des Sciences, Volume 1, Numéro 2.

Bustman, Hasnun Anip, Nor, Mohammad Nasri, Taha, Azni Zarina, Zakaria, Maheran (2019). The Effectts of Organizational Justice, Organizational Reputation and Self-Esteem on Job Seeker Attraction: A Moderated Mediation Model.

Farzad, F. K, Kamal S, Roohallah D, Mansour Z; The correlation between organizational justice and trust among employees of rehabilitation clinics in hospitals of Ahvaz, Iran; Electronic Physician; February 2016, Volume: 8, Issue: 2, Pages: 1904-1910.

Ouedraogo, N., Zaitouni, M., & Ouakouak, M. L. (2023). Leadership credibility and change success: mediating role of commitment to change. International Journal of Productivity and Performance Management, 72(1), 47-65.
<https://ideas.repec.org/a/eme/ijppmp/ijppm-01-2021-0017.html>

Yigitol, Busra, Balaban, Ozlem (2108). Relationship between Organizational Justice and Employee Satisfaction: Evaluation of Human Resources Functions, available at:
http://lisbon2018.econworld.org/papers/Yi%C4%9Fitol_Balaban_Relationship.pdf

Zavyalova, Anastasiya, Pfarrer, Mechael, Reger, Rhonda, Hubbard, Timothy (2016). Reputation as a Benefit and a Burden? How Stakeholder's Organizational Identification Affects the Role of Reputation Following a Negative Event.Academy of Management Journal 50(1).
sweet.home/https://opensooq.com/m

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول أثر العدالة التنظيمية في السمعة المؤسسية من وجهة نظر العاملين في شركات الاتصالات السعودية .

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث،
نأمل الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من
خلال التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأنتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا
الاستبيان علماً أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن
تستخدم لغير أغراض هذا البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن
شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- الفئة العمرية ☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30-أقل من 40 سنة ☐ من 40 – أقل من 50 سنة ☐ 50 سنة فأكثر
- 3- المؤهل العلمي ☐ متوسط ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐ بكالوريوس
- 4- المسمى الوظيفي ☐ مدير ☐ نائب مدير ☐ رئيس قسم ☐ موظف

ثانيا محاور الاستبيان

👉 المحور الأول: العدالة التنظيمية، ضع إشارة (√) في المربع المناسب

لاختيارك:

الرقم	البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
العدالة التوزيعية						
1	تقوم الشركة بمنح العاملين الرواتب التي تتوافق مع مؤهلاتهم العلمية					
2	تقوم الشركة بمنح العاملين الحوافز التي تتماشى مع مجهوداتهم					
3	أعتبر عبء العمل الخاص بي مناسب					
4	تتعامل الشركة مع العاملين بكل تقدير واحترام عند اتخاذ قرارات متعلقة بوظيفتهم					
العدالة الإجرائية						
1	تطبق الشركة القوانين واللوائح على العاملين بعدالة وشفافية					
2	تطبق الشركة جميع القرارات على كل العاملين بكل استثناء					
3	تعمل الشركة على تعريف العاملين بالقوانين واللوائح الخاصة بسير العمل					

الرقم	البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
4	تهتم الشركة بأخذ آراء العاملين في القوانين واللوائح المطبقة					
العدالة الأخلاقية						
1	تهتم الشركة بتحقيق أفضل معاملة ممكنة للعاملين					
2	تضع الشركة العاملين في الاعتبار عند اتخاذ قرارات متعلقة بوظيفتهم					
3	تتخذ الشركة القرارات الوظيفية بدون تحيز					
4	عند اتخاذ القرارات الوظيفية فإن الشركة تهتم بمصلحة العاملين					
العدالة التقييمية						
1	أعتقد أن واجبات وظيفتي مناسبة					
2	تهتم الشركة بالشكاوى والمقترحات التي يقدمها العاملين					
3	تعمل الشركة على توضيح كافة القرارات التي تتخذها					
4	تهتم الشركة بالأفكار التي يقدمها العاملين					

👉 المحور الثاني: السمعة المؤسسية، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب

لاختيارك:

الرقم	البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الإبداع						
1	تعمل الشركة على تشجيع العاملين على ابتكار الأفكار الجديدة التي يمكن الاستعانة بها في تطوير العمل					
2	تهتم الشركة بتشجيع العاملين على إنجاز العمل بأساليب متجددة					
3	تعمل الشركة على تطوير القدرات الإبداعية والابتكارية للعاملين					
4	تعمل الشركة على تطوير كافة أساليب العمل المستخدمة					
المسؤولية الاجتماعية						
1	تعمل الشركة على تنفيذ برامج حماية البيئة والتقليل من اهدار الموارد الطبيعية					
2	تهتم الشركة بتقديم المساعدات المالية للبرامج التعليمية والصحية في المجتمع					

					تقوم الشركة بتقديم الدعم للعاملين بها للمشاركة في الانشطة الاجتماعية المختلفة	3
					تقوم الشركة بتقديم التبرعات والمعونات للمؤسسات الخيرية والاجتماعية	4
جودة المنتج						
					تعمل الشركة على استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم كافة الخدمات للعملاء	1
					تقوم الشركة بتعيين خبرات وكفاءات مميزة لتقديم الخدمات بجودة عالية	2
					تلتزم الشركة بأداء كافة الخدمات في الأوقات المحددة	3
					يتوفر لدى الشركة التجهيزات والمعدات ذات التقنية الحديثة والمتطورة التي تساهم في زيادة جودة الخدمات	4

مع خالص التقدير والاحترام

Mid-Ocean University

College of Management



Specialization in Business Administration

**The Impact of Organizational Justice on Corporate
Reputation: An Applied Study on Saudi Telecom Companies**

:Preparation

Hamdan Munadi Alenazi

241000812

Supervision:

Dr. Asmaa Abo Anzah

1445-2024