



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: تسويق الخدمات

من إعداد الطالب: بوبرهان عيسى

بعنوان:

## تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية

"دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة"

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2016/05/22

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ / مناصرية رشيد (أستاذ محاضر ب- جامعة قاصدي مرباح - ورقلة) رئيسا  
الأستاذ / نمر محمد الخطيب (أستاذ محاضر - ب- جامعة قاصدي مرباح - ورقلة) مشرفا ومقررا  
الأستاذة / كاهي فطيمة (أستاذ مساعد - أ- جامعة قاصدي مرباح - ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية 2016/2015





جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: تسويق الخدمات

من إعداد الطالب : بوبرهان عيسى

بعنوان:

## تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية

"دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة"

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 2016/05/22

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الأستاذ / مناصرية رشيد ( أستاذ محاضر - ب - جامعة قاصدي مرباح - ورقلة ) رئيسا  
الأستاذ / نمر محمد الخطيب ( أستاذ محاضر - ب - جامعة قاصدي مرباح - ورقلة ) مشرفا ومقررا  
الأستاذة / كاهي فطيمة ( أستاذ مساعد - أ - جامعة قاصدي مرباح - ورقلة ) مناقشا

السنة الجامعية 2016/2015

## الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم:

"اقرأ باسم ربك الذي خلق، خلق الإنسان من علق، اقرأ وربك الأكرم،  
الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم "صدق الله العظيم.  
أهدي ثمرة جهدي المتواضع خلال مشواري الدراسي إلى روح الوالدين  
رحمهما الله واسكنهما فسيح جنانه اللذان ربياني حتى وصلت إلى هذا  
المستوى، كما أهديه إلى أفراد عائلتي من قريب و بعيد. وخاصة الصغار  
ندى . فطيمة الزهراء . احمد. عثمان ومحمد الأخضر. صابريني. خديجة  
وإلى جميع الأصدقاء الذين عرفتهم في مشواري الدراسي من الابتدائي  
إلى الجامعي، وإلى كل من رفع راية العلم، وإلى كل إنسان متواضع غيور على  
دينه و عرضه و وطنه.

وشكرا

عيسى

## التشكرات

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله عز و جل الذي وفر لنا الطاقة الكامنة، وجعل في أنفسنا  
الثقة ووقفنا في إنجاز هذا العمل المتواضع، باكتسابنا خبرة علمية  
والتي تساعدنا في المستقبل.

كما نتقدم بكامل الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الدكتور "نور محمد الخطيب"  
على توجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت خير معين لنا عند إنجاز هذا العمل، وكذلك لا  
ننسى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة قاصدي  
مرباح ورقلة، وإلى كل موظفي اتصالات الجزائر بورقلة  
خاصة محمد بن كبويا وسليمان يعقوبي  
و في الأخير نشكر كل من ساعدنا من قريب و من بعيد و لو بكلمة طيبة.

شكرا للجميع

## الملخص:

هدفت الدراسة الى معرف تأثير اخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة وكانت وفق الاشكالية التالية: ما مدى تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة؟ وقد خلصت الدراسة الى مايلي :

- توجد علاقة بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر
  - يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة
  - يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية الذاتية لاتصالات الجزائر بورقلة
  - يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المدركة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة
  - يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المرغوبة لاتصالات الجزائر بورقلة
  - ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لأخلاقيات العمل تعود للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة ، المؤهل العلمي، الموقع الإداري) لأفراد عينة الدراسة
- ولاحظنا ان هناك ارتباط متوسط بين اخلاقيات العمل والصورة الذهنية بلغ قيمة 0.46
- الكلمات المفتاحية : أخلاقيات العمل، صورة ذهنية، اتصالات، تأثير، الجزائر

## Résumé :

L'étude visait à effectuer une éthique de travail sur l'image mentale d'Algérie Télécom Ouargla

Il était en conformité avec le dilemme suivant: Quel est l'impact du travail sur l'image mentale de l'éthique d'Algérie Télécom Ouargla?

L'étude a conclu ce qui suit:

- Il existe une relation entre l'éthique du travail et l'image mentale de l'institution d'Algérie Télécom
- Il n'y a aucune incidence sur l'éthique du travail sur l'image mentale d'Algérie Télécom Ouargla
- Il n'y a aucune incidence sur l'éthique du travail, en fonction de ses dimensions sur l'image mentale de l'auto-Algérie Télécom Ouargla
- Il n'y a pas de dimensions travail d'impact de éthiques que l'image mentale perçue pour d'Algérie Télécom Ouargla
- Il n'y a aucune incidence sur l'éthique du travail, en fonction de ses dimensions sur l'image mentale des connexions souhaitées Algérie Ouargla
- Il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans les perceptions Algérie Telecom Corporation de Ouargla œuvre datant éthique différences personnelles variables (sexe, âge, expérience, qualification, localisation administrative) pour les membres de l'échantillon de l'étude

Nous avons noté qu'il ya une moyenne entre l'éthique du travail et de la valeur de corrélation d'image mentale atteint 0,46

**Mots-clés:** éthique de travail, image mentale, les contacts, l'effet, l'Algérie

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
ب	المقدمة
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لأخلاقيات العمل والصورة الذهنية	
03	المبحث الأول : اخلاقيات العمل
08	المبحث الثاني : الصورة الذهنية
13	المبحث الثالث : الدراسات السابقة
الفصل الثاني : دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة	
19	المبحث الأول : طريقة وأدوات الدراسة
24	المبحث الثاني : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
45	الخاتمة
48	قائمة المراجع
50	الملاحق
59	الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
20	الجدول رقم (2-1) درجات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي
20	الجدول رقم (2-2) طريقة توزيع المتوسطات حسب جدول ليكارت الخماسي
22	الجدول رقم (2-3) ثبات وصدق أبعاد اخلاقيات العمل
22	الجدول رقم (2-4) ثبات وصدق أبعاد الصورة الذهنية
23	الجدول رقم (2-5) إجمالي معامل الثبات والصدق لمحاور الاستبيان
23	الجدول رقم (2-6) توزيع افراد عينة الدراسة حسب الجنس
23	الجدول رقم (2-6-1) توزيع افراد عينة الدراسة حسب العمر
24	الجدول رقم (2-6-2) توزيع افراد عينة الدراسة حسب الخبرة
24	الجدول رقم (2-6-3) توزيع افراد عينة الدراسة المؤهل العلمي
24	الجدول رقم (2-6-4) توزيع افراد عينة الدراسة حسب الموقع الاداري
25	الجدول رقم (2-7) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات (احترام القوانين والانظمة )
26	الجدول رقم (2-7-1) ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات (احترام القوانين والانظمة)
26	الجدول رقم (2-8) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات (العدالة وعدم التحيز)
27	الجدول رقم (2-8-1) ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات (العدالة وعدم التحيز)
28	الجدول رقم (2-9) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات(السرعة والاتقان)
29	الجدول رقم (2-9-1) ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات (السرعة والاتقان)
29	الجدول رقم (2-10) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات (احترام الوقت)
30	الجدول رقم (2-10-1) ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات (احترام الوقت)
30	الجدول رقم (2-11) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات ( الصورة الذهنية الذاتية )
31	الجدول رقم (2-12) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات (الصورة الذهنية المدركة)
32	الجدول رقم (2-13) التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افرادالدراسة حول عبارات ( الصورة الذهنية المرغوبة )
32	الجدول رقم (2-14) مصفوفة الارتباط بين اخلاقيات العمل والصورة الذهنية
33	الجدول رقم (2-15) الانحدار الخطي البسيط بين اخلاقيات العمل والصورة الذهنية



33	الجدول رقم (2-16) معنوية معاملات الانحدار الخطي البسيط
34	الجدول رقم (2-17) الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية
34	الجدول رقم (2-18) معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية
35	الجدول رقم (2-19) الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية الذاتية
35	الجدول رقم (2-20) معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية الذاتية
36	الجدول رقم (2-21) الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية المدركة
36	الجدول رقم (2-22) معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية المدركة
37	الجدول رقم (2-23) الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية المرغوبة
37	الجدول رقم (2-24) معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد اخلاقيات العمل والصورة الذهنية المرغوبة
38	الجدول رقم (2-25) اختبار تحليل التباين <b>one way anova</b> لمتغيرات الجنس، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي، الموقع الاداري

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان
20	الشكل رقم (1-2) : نموذج متغيرات الدراسة

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان
50	الملحق رقم (01) : استبيان موجه لعمال وموظفي وبعض زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة
53	الملحق رقم (02): معاملات الفا كرونباخ لابعاد متغيرات الدراسة
54	الملحق رقم (03): الانحدار المتدرج والبسيط ومعامل الارتباط لابعاد متغيرات الدراسة
55	الملحق رقم (04): معاملات الانحدار الخطي المتدرج
56	الملحق رقم (05): تكرارات ونسب المتغيرات الديموغرافية
57	الملحق رقم (06): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الاحادي للمتغيرات الديموغرافية

# المقدمة

تعد أخلاقيات العمل من أساسيات النجاح لأنها تعكس ثقة المؤسسة بموظفيها وأجهزتها وكذلك ثقة المجتمع . إن الالتزام بالأخلاقيات العمل سوف يقود إلى تطوير العاملين ويعكس الاهتمام الذي يوليه الموظف والعامل للالتزام بعناصر أخلاقيات المهنة كالشفافية وال نزاهة ، حيث إن عدم الالتزام سوف يؤثر بشكل مباشر على سمعة وهيئة المنظم كما تقوم الصورة الذهنية بدور هام ومحوري في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد ، وتؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والمؤسسات الاقتصادية (الخدمية) ، فهي تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة وإنما يواجهه بشكل غير مباشر يعتمد على الوصف. لذلك أدركت المؤسسات الاقتصادية أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ السياسات، ورسم الخطط الكفيلة لتطوير هذه الصورة او الحفاظ عليها على النحو الذي تتمناه هذه المؤسسات واستخدام ذلك في دعم أنشطتها وإذا كانت صورتها مضطربة. عملت بتركيز شديد على وضع الاستراتيجيات المختلفة لتحسينها وتأكيداها. وأصبح تكوين الصورة الذهنية الإيجابية هدفا أساسيا تسعى إلى تحقيقه كل المؤسسات من خلال الأداء الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير.

### ب - طرح الإشكال :

إن المشكلة التي يتعرض لها البحث يمكن توضيحها من خلال التساؤل التالي

• ما مدى تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ؟

من خلال التساؤل الرئيسي السابق يمكننا طرح التساؤلات الفرعية التالية :

01: ما مدى التزام العاملين في مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة بأخلاقيات العمل؟

02: هل هناك علاقة بين كـل من أخلاقيات الأعمال و الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

03: هل هناك فرق في وجهة نظر العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لأخلاقيات العمل تعود لمتغيراتهم الديمغرافية ؟

ت -فرضيات الدراسة : لمعالجة إشكالية بحثنا قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية التالية:

" توجد علاقة بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ."

وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

- يوجد تأثير لأخلاقيات العمل حسب أبعاده الأربعة على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

- يوجد تأثير لأخلاقيات العمل حسب أبعاده الأربعة على الصورة الذهنية الذاتية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

- يوجد تأثير لأخلاقيات العمل حسب أبعاده الأربعة على الصورة الذهنية المدركة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

- يوجد تأثير لأخلاقيات العمل حسب أبعاده الأربعة على الصورة الذهنية المرغوبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

- هناك فروقات ذات دلالة احصائية لنظرة العاملين باتصالات الجزائر لأخلاقيات العمل وفق متغيراتهم الديمغرافية ( الجنس

،العمر، الخبرة، المؤهل العلمي، الموقع الاداري ).

ث - مبررات اختيار الموضوع :

- إختارنا الموضوع للوقوف عن قرب ومعرفة مدى تطبيق المؤسسات الجزائرية لأخلاقيات العمل وإختارنا اتصالات الجزائر لكونها ذات اتصال كبير بالجمهور الخارجي وأنها قطاع حساس
- أيضا للوقوف ومعرفة هل ان مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة تهتم بصورتها الذهنية وأنها تحاول تحسينها ام انها غير مهتمة بذلك.
- أيضا لمعرفة مدى تأثير ابعاد اخلاقيات العمل الأربعة على الصورة الذهنية ومدى تأثير كل بعد من هذه الابعاد على الصورة الذهنية بانواعها

ج -أهداف الدراسة :

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- 01 الإلمام بمفهوم اخلاقيات العمل ومعرفة عناصره ودراسة تأثيره على الصورة الذهنية للمؤسسات
- 02 الإلمام ومعرفة الصورة الذهنية وأنواعها وكيفية ومراحل تكوينها وهل لأخلاقيات العمل تأثير فيها .
- 03 معرفة نظرة العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر لأخلاقيات العمل وهل هناك فرق لنظرتهم وفقا لتغيراتهم الشخصية
- 04 تقديم النتائج المتحصل عليها من الدراسة للاستفادة منها بالمؤسسة وكذا في الدراسات الاخرى مع تقديم بعض المقترحات لتساعد في تطبيق اخلاقيات العمل بالوجه الامثل

ح -أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الدراسة من خلال معالجته للأسئلة المطروحة في مشكلتها وهي الالتزام بأخلاقيات العمل وتأثيرها على الصورة الذهنية ويمكن إجمال أهمية الدراسة في الأتي:

- 01 -تظهر أهمية الدراسة في كون الدراسات قليلة خصوصا بالجزائر وعدم اهتمام الكثير من المؤسسات بأخلاقيات العمل
- 02 - أهمية الدراسة تكمن في لفت النظر لهذا الموضوع المهم ( اخلاقيات العمل) سواء للجامعة او المؤسسة قيد الدراسة وحتى المؤسسات الاخرى
- 03 -تسهم الدراسة في معرفة الاخلاقيات المهمة في كل مهنة حتى يتسنى لكل مؤسسة اختيار الاخلاقيات المناسبة لها
- 04 -تجلى أهمية الدراسة في معرفة العناصر التي تؤثر في ادارة الصورة الذهنية والتي تندمج لتشكل هذه الصورة ومكانة اخلاقيات العمل فيها

خ -حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الحدود المكانية والزمانية والمفاهيمية، وسوف نتكلم عن هذه الحدود في النقاط التالية:

- 01 الحدود المكانية : تقتصر الدراسة التطبيقية على مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة،
- 02 -الحدود الزمنية : تمت معالجة الجانب النظري وكذا الجانب التطبيقي من نهاية شهر فيفري 2016 إلى غاية شهر ماي 2016.

ولقد تم توزيع (100) استبيان على عينة الدراسة من العاملين في مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة تم استرجاع (84) استبيان منها، بنسبة استرجاع (84%)، خضع منها للتحليل (78) استبيان، وتكون بذلك نسبة الاستبيانات المسترجعة الصالحة للتحليل (78 %) من الاستبيانات الموزعة.

وشملت الدراسة الرتب الوظيفي التالية : مدير ، نائب مدير ، رئيس مصلحة ، موظف. وغير ذلك من العاملين او الزبائن  
03 -الإطار المفاهيمي: تهتم الدراسة بالمواضيع المرتبطة بأخلاقيات العمل ودراسة الصورة الذهنية في مؤسسة

خدمية وهي اتصالات الجزائر بورقلة

د -منهج البحث والأدوات المستخدمة:

تم استخدام المنهج الوصفي بغرض دراسة مفاهيم أخلاقيات العمل، وتم الاعتماد على أسلوب المسح لعينة من موظفي و  
زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر في ورقلة من خلال استخدام استبيان يقيس مختلف المتغيرات المتعلقة تأثير أخلاقيات العمل  
وكذا تحليل الصورة الذهنية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

ذ -مرجعية الدراسة :

تم الاعتماد على نوعين من المصادر لجمع المعلومات هي:

- الجانب النظري: ويشتمل على المؤلفات، المحلات والمذكرات الملتقيات ، الأوراق البحثية.
- الجانب التطبيقي : ويشتمل على الاستبيان الموجه إلى العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

ر -صعوبات البحث :

بشكل عام تمثلت صعوبات البحث في :

- صعوبة الوصول لكل العاملين بالمؤسسة ؛
- قلة اهتمام عينة الدراسة بالاجابة على الاستبيان وعدم اعطاء اراهم الصحيحة ظهر هذا جليا بعد معاينة الاجابات
- عدم وجود منافسين للمؤسسة المدروسة او نقول بانها الرائدة حتى وان وجد منافس غير مباشر مم يقلل الاهتمام  
بالدراسة والموضوع من طرف العاملين بالمؤسسة

ز -هيكل البحث :

لأجل معالجة الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات قمنا بتقسيم البحث الذي يبدأ بمقدمة وينتهي بخاتمة إلى فصلين:  
خصصنا الفصل الأول وهو تحت عنوان: الإطار المفاهيمي لأخلاقيات العمل والصورة الذهنية في دراسة الجانب النظري الذي  
يتضمن مبحثين في المبحث الأول قمنا باستعراض مفهوم اخلاقيات العمل،مصادر وعناصر واثار اخلاقيات العمل وكذا التعرض  
لاخلاقيات كل مهنة وتقديم مقترحات معرفية لتنمية الاخلاق ،ثم تطرقنا في المبحث الثاني لمفهوم الصورة الذهنية من  
وخضائها وانواعها ومكوناتها كما تعرضنا الى تخطيط وتنفيذ برامج الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة فيها ، ونجد في المبحث  
الثالث أهم الدراسات السابقة التي عاجلت موضوع البحث ومقارنتها بالدراسة الحالية واستخلاص أوجه التشابه والاختلاف  
من حيث الهدف والعينة وطريقة المعالجة والاستنتاجات؛

أما من خلال الفصل الثاني والمدرج تحت عنوان بــــ : دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية  
بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، فتطرقنا في المبحث الأول للإجراءات المنهجية المتبعة في دراستنا الميدانية من خلال  
توضيح الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية أما بالنسبة للمبحث الثاني حاولنا فيه عرض، مناقشة وتحليل نتائج  
الدراسة المتوصل إليها.

الفصل الأول: الإطار  
المفاهيمي لأخلاقيات العمل  
والصورة الذهنية

### تمهيد:

ان قطاع الاتصالات في الجزائر من اهم القطاعات التي المساهمة في اقتصاد الوطن واكثره تعامللا بجميع الشرائح على ارض الوطن ، الأمر الذي يجتم على هذه المؤسسات الحرس دائما على دراسة وادارة صورتها الذهنية بصفة صحيحة ومميزة ودقيقة ودراسة كل العوامل التي تؤثر في الصورة الذهنية بغرض تجنب التهديدات والمخاطر المحتمل حصولها ؛ وعليه سنتطرق في هذا الفصل لأهم المفاهيم المتعلقة بلأخلاقيات العمل ، بداية بتحديد مفهوم أخلاقيات العمل، اهميتها ،مصادرها وعناصرها واثارها بالنسبة لكل متعاملي المؤسسة بالإضافة إلى التطرق لأهم الأخلاقيات العمل في المهن المختلفة وتقديم مقترحات معرفية لتنمية اخلاقيات العمل ، ثم سيتم التطرق إلى محور الصورة الذهنية من خلال استعراض مفهوم الصورة الذهنية ، طبيعتها ،خصائصها ،انواعها ، مكوناتها ،وتخطيط وتنفيذ برامجها والعوامل المؤثرة فيها وفي نهاية هذا الفصل سوف نتناول عرضا لبعض الدراسات السابقة المشاهدة لموضوع بحثنا هذا، وقد قسم هذا الفصل كما يلي:

**المبحث الأول: أخلاقيات العمل.**

**المبحث الثاني: الصورة الذهنية.**

**المبحث الثالث: الدراسات السابقة.**



### المبحث الأول: أخلاقيات العمل

أصبح موضوع أخلاقيات العمل من الموضوعات التي تحظى باهتمام متزايد في السنوات الأخيرة نتيجة لأسباب عديدة يقع في مقدمتها تزايد الفضائح الأخلاقية و النقد الموجه للأعمال التي تعتمد عليها بعيداً عن إطار أخلاقي واضح وشفاف وفي ظل تزايد الضغط القادم من مؤسسات المجتمع المدني وجماعات الضغط الأخرى والاتجاه نحو العولمة وتنميط المعايير الفنية على الأقل عالمياً وتراجع الحكومة عن الأعمال بل وأغلب المؤسسات في ظل تنامي ظاهرة الخصخصة ، فإن موضوع أخلاقيات العمل أصبح من المواضيع ذات الاهتمام الكبير من قبل الحكومات والجامعات والمنظمات العالمية والمحلية تجسد في شكل منظمة الشفافية العالمية وإدخال الموضوع كمادة دراسية مستقلة في كل الجامعات العالمية تقريباً وإنشاء أجهزة مختلفة في الدول لمكافحة الفساد الإداري وستتطرق بالتفصيل الى دراسة ماهية اخلاقيات العمل.

#### المطلب الأول: ماهية أخلاقيات العمل وأهميته:

##### الفرع الأول: مفهوم أخلاقيات العمل:

على الرغم من الجهد الكبير الذي بذل في تحديد و تعريف أخلاقيات العمل إلا انه لا يوجد اتفاق على تعريف دقيق و محدد للسلوك الأخلاقي في العمل يمكن تطبيقه على الأفراد العاملين. و حسب اللوزي تعرف أخلاقيات العمل بأنها "التصرفات أو السلوكيات المهنية الوظيفية المثالية الواجب على الموظف الحكومي أن يسلكها في سبيل أداءه لواجباته بإتقان لتحقيق المصلحة العامة دون التأثير على كفاية العمليات الحكومية ويشمل من بين الجوانب الأخرى الكثيرة الإخلاص في العمل و الولاء للدستور و القوانين و احترام كل ما هو خير . و حق و عدل في تنظيم امور العمل"<sup>1</sup>

كما نجد هناك عدة تعاريف لأخلاقيات العمل في الأدب الإداري إلا انه يغلب عليه جوهر واحد و إن اختلفت ألفاظه . ومن بين هذه التعاريف القول بأنها "مجموعة المبادئ و المعايير التي تحكم سلوك الفرد أو المجموعة و ترتبط هذه المبادئ بتحديد ما هو خطأ أو ما هو صواب في موقف معين"<sup>2</sup>

##### الفرع الثاني : أهمية أخلاقيات العمل:

#### اولا : أهمية الأخلاق بالنسبة للفرد<sup>3</sup>

- 1 -تساعد في بناء حياة الفرد وتشكيل شخصيته.
- 2 -المعيار الذي يحكم تصرفات الإنسان في حياته العامة وتضبط سلوكه وتوجهه.
- 3 -تمثل أحكاماً معيارية في تقييم سلوك الفرد وسلوك الآخرين في بعض المواقف والتصرفات ، وتحدد إذا كانت إيجابية ومرغوبة أو غير مرغوبة.
- 4 -تعمل على وقاية الفرد من الانحراف.

<sup>1</sup> أ.بوظرفة سورية .مداخلة بعنوان اخلاقيات العمل من منظور الفكر الاقتصادي الاسلامي.جامعة محمد بوضياف ألسيلة. ص 4

<sup>2</sup> أ.بوظرفة سورية .مرجع سبق ذكره.ص 4

<sup>3</sup> د بلال خلف السكرانة ،اخلاقيات العمل وأثرها في تكوين الصورة الذهنية في منظمات الاعمال ، دراسة ميدانية على شركات الاتصالات الاردنية ،دار المسيرة للطباعة والنشر،عمان،الاردن 2003،ص 381

5 - تلعب دوراً رئيسياً في حل الخلافات واتخاذ القرارات عند الافراد

ثانياً : أهمية الأخلاق بالنسبة للمجتمع :<sup>1</sup>

- 1- تحفظ للمجتمع تماسكه، وتحدد له أهدافه ومثله العليا ومبادئه الثابتة.
- 2- تعمل كموجهات لسلوك الأفراد و الجماعات وتقي المجتمع من الانحرافات الاجتماعية ولا يستقيم المجتمع بدونها.

ثالثاً : أهمية الأخلاق بالنسبة للمؤسسة هي :

إن الالتزام بالمبادئ و السلوك الأخلاقي سواء على المستوى الفردي في الوظيفة أو في مهنة معينة أو مجموعة أو المؤسسات يعتبر ذو أهمية بالغة لمختلف شرائح المجتمع حيث أن هذا الأمر يقوى الالتزام بمبادئ العمل الصحيح و الصادق و يبعد المؤسسة على أن ترى مصالحها بمنظور ضيق لا يستوعب إلا الاعتبارات المالية. و إذا ما أردنا الإشارة إلى أهم الفوائد التي يمكن أن تحصل عليها المؤسسات جراء التزامها بهذا المنظور الأخلاقي في العمل و التي تعطي أهمية لهذا الالتزام فإننا يمكن أن نشير إلى ما يلي:

- 1 - لا يمكن القبول بالمنظور التقليدي للعمل و الذي يرى تعارضاً بين تحقيق مصالح منظمة الأعمال المتمثلة في الربح المادي و بين الالتزام بالمعايير الأخلاقية و التي عرضت و كأنها تقلل من الكفاءة ضمن هذا المنظور التقليدي أما في إطار المنظور الحديث نجد ارتباطاً إيجابياً بين الالتزام الأخلاقي و المردود المادي الذي تحققه المؤسسة و إن لم يكن ذلك على المدى القصير فإنه بالتأكيد يكون واضحاً على المدى الطويل.
- 2 - قد تتكلف المؤسسات كثيراً نتيجة تجاهلها للالتزام بالمعايير الأخلاقية و هنا يأتي التصرف الأخلاقي لبضع المؤسسة في مواجهة الكثير من الدعاوي القضائية بل و الجريمة في بعض الأحيان.
- 3 - تعزيز سمعة المؤسسة على صعيد البيئة المحلية و الإقليمية و الدولية و هذا له مردود إيجابي على المنظمة.
- 4 - إن الحصول على شهادات عالمية و امتيازات عمل خاصة يقترن بالالتزام المنظمة بالعديد من المعايير الأخلاقية في إطار الإنتاج و التوزيع و الاستهلاك و العمل الصادق و الثقة المتبادلة و دقة و صحة المعلومة. أو بعبارة أخرى فإن الشهادات الدولية للالتزام بالمعايير الفنية في إنتاج السلع و الخدمات تحمل في طياتها اعترافاً بمضمون أخلاقي و اجتماعي مهم أظهرته منظمة الأعمال.<sup>2</sup>

**المطلب الثاني: مصادر وعناصر الأخلاقيات في المؤسسة:**

إذا كانت تشير إلى المعايير الأخلاقية التي يستند إليها المديرون في قراراتهم المختلفة اخذين بعين الاعتبار ما هو صح و ما هو خطأ فإننا نستخلص أن الأخلاق لدى هؤلاء المدراء تتجسد بسلوكيات أخلاقية تراعي القواعد و المعايير و المعتقدات في المجتمع و كذلك القوانين و المدونات الأخلاقية المعمول بها، نفس الشيء بالنسبة لباقي الأطراف في المنظمة، و يمكن أن تتحدد مصادر أخلاقيات الأعمال التي تتجسد في السلوك الأخلاقي الحميد أو السيئ كالآتي:

<sup>1</sup> د بلال خلف السكارنة، مرجع سبق ذكره، ص 381

<sup>2</sup> الطاهر محسن منصور أنغالي، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر و التوزيع، 2005، ص 138

### الفرع الأول: مصادر الاخلاقيات في المؤسسة

#### أولاً: الأخلاقيات الشخصية:

لا شك انه لدى كل فرد مجموعة من المعتقدات و القيم الشخصية التي ينقلها إلى المنظمة التي يعمل بها حيث تترجم هذه القيم و المعتقدات الشخصية إلى سلوكيات و قرارات أخلاقية داخلية داخل المنظمة.<sup>1</sup> و يستمد الفرد أخلاقياته من عدة مصادر أهمها:

- العائلة و التربية البيئية : حيث تمثل العائلة النواة الأولى لبناء السلوك لدى الفرد.
- ثقافة المجتمع و قيمه و عاداته : حيث يتأثر سلوك الفرد بمؤثرات خارجية كثيرة أهمها ثقافة المجتمع و المجتمعات الإنسانية تتباين في نوع ثقافتها و إعطائها أولويات لقيم معينة دون أخرى كذلك العادات و التقاليد الموروثة.
- المدرسة و نظام التعليم: يلعب دورا مهما في المجتمع و في تكوين القيم الأخلاقية و تنمية السلوك الأخلاقي لدى الفرد.

#### ثانياً: التنظيم الإداري:

يؤثر التنظيم الإداري في الأخلاقيات التنظيمية فكل من نظم استقطاب الأفراد و تدريبهم و الهيكل التنظيمي الرسمي و السياسات و القواعد و نظم المكافآت و التعويضات كل ذلك يساهم في تشكيل أخلاقيات المنظمة و من ثم على سلوك العاملين بالمنظمة , إذا يؤثر مجتمع العمل بكل مكوناته على الأفراد و يغير من أخلاقياتهم و يفرض عليهم سلوكيات جديدة . كما تؤثر القوانين و اللوائح الحكومية و التشريعات على السلوك الأخلاقي حيث ان تأثير القوانين و اللوائح الحكومية يبدو واضحا في تأصيل قواعد السلوك الأخلاقي في المجتمع و في منظمات الأعمال. أيضا قوانين السلوك الأخلاقي (المدونات الأخلاقية) التي تعتبر أدلة إرشادية لعمل المديرين و العاملين. هذه القوانين تهدف إلى - توجيه و إرشاد المديرين في المجالات غير الواضحة للسلوك المهني - تذكير العاملين و المديرين بالمتطلبات القانونية و الأخلاقية - الإعلان عن المرتكزات الأخلاقية لمنظمة تقوية الانضباط الذاتي لدى المنظمة بقواعد السلوك الأخلاقي.<sup>2</sup>

#### ثالثاً: الثقافة التنظيمية:

تمثل ثقافة المنظمة مجموعة القيم و الأعراف و التقاليد و الرؤى و التطلعات التي تمثل إطار عمل يحدد سلوكيات العاملين على مختلف الأصعدة و المستويات. فالمنظمات العريقة في ثقافتها و لديها قيم راسخة في العمل تمثل لغة مشتركة للجميع , يكون تأثير هذه الثقافة واضحا على سلوكيات العاملين و منعكسا في القرارات التي يتخذونها و يبلغ الاعتزاز بالثقافة المنظمة المتميزة في بعض المؤسسات درجة تجعلها منهجا تربويا يدرس في المؤسسات . لذلك فإنه من الضروري تحديد ما هو أخلاقي و ما هو غير أخلاقي في عُرف المؤسسة لكي يلتزم به الجميع. في غياب ذلك فإن كل موظف يكون له مقياسه الشخصية والتي تختلف من شخص لآخر. كذلك فإنه لا بد من التعامل بحزم مع كل إخلال بهذه الأخلاقيات.

<sup>1</sup> مصطفى محمود أبو بكر، التنظيم الإداري في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص416.

<sup>2</sup> الطاهر محسن منصور أنغالي، مرجع سابق ، ص 145

### الفرع الثاني: عناصر أخلاقيات العمل

تعرض الكثير من الكتاب والباحثين الى عناصر أخلاقيات العمل وتم حصرها في ما يأتي :

الالتزام بالأنظمة والقوانين

احترام قيم وعادات المجتمع

العدالة وعدم التحيز

احترام الوقت وعدم التقيد بوقت العمل، الانتماء والولاء للمنظمة، حب العمل، الأمانة والتراهة الحكمة والإخلاص

السرعة والإتقان في إنجاز العمل، المحافظة على ممتلكات الدولة او الشركة، تنمية الكفاءات العلمية والعملية من قبل المديرين

### المطلب الثالث: آثار أخلاقيات العمل

#### الفرع الأول: آثارها على العلاقة بين العاملين والإدارة

من الأمور المعلومة أن الثقة بين العاملين والإدارة لها علاقة مباشرة بزيادة إنتاجية العامل. فالموظف الذي يعلم أن إدارة المؤسسة ستقدر مجهوداته على المدى القريب والبعيد فإنه يتفانى في عمله. ولكن عندما يشعر الموظف بأن إدارة المؤسسة لا توفى بوعودها للعاملين فإن هذا يكون أمرا غير مُحفِّز له على تطوير العمل والإبداع وزيادة الكفاءة. لذلك فإن التزام المديرين بالصدق والأمانة والعدل والوفاء والرحمة مع العاملين يؤدي إلى ثقة العاملين في الإدارة وهو ما يؤدي إلى تحفيزهم على العمل ويوفر كثيرا من الوقت الضائع في الشائعات والشكوك والتفاوض.

#### الفرع الثاني : آثارها على العلاقة بين العاملين

عندما يكون الصدق والتعاون الاحترام والأمانة هي الأخلاقيات المنتشرة بين العاملين وبعضهم البعض فإن هذا يؤدي إلى تفجر طاقات العاملين لصالح العمل. بينما عندما تكون ثقافة الخداع والنفاق والإساءة للزملاء هي المسيطرة فإن كل عامل يكون على حذر من زميله ويتعاون معه بقدر ضئيل ويخفي عنه الكثير من المعلومات وقد يكذب في التقارير التي يكتبها لرئيسه وهكذا.

#### الفرع الثالث: آثارها على العلاقة مع الموردين

عندما تكون المؤسسة تتعامل مع الموردين بأسلوب أخلاقي فإن الموردين يُفضلون استمرار علاقتهم مع هذه المؤسسة. في هذه الحالة تكون العلاقة بين المؤسسة والموردين طويلة الأجل وتكون مبنية على الثقة والاحترام والمصالح المشتركة. هذا يُتيح للمؤسسة أن تطلب من الموردين تقديم أسعارا أفضل وجودة أفضل بل وتستطيع أن تطلب منهم تعديل أسلوب عملهم أو التكنولوجيا التي يستخدمونها للوصول إلى الجودة المطلوبة. كذلك فإن الموردين يكونون مستعدين للعمل يدا بيد مع موظفي تلك المؤسسة لتطوير منتجاتها. في هذه الحالة تستطيع الشركة ضمان الحصول على ما تريد من الموردين في الوقت المناسب وبالمواصفات المطلوبة. لا يخفى على القارئ ما يعود به كل ذلك على أداء المؤسسة أما عندما تكون المؤسسة تتعامل مع الموردين بأسلوب غير أخلاقي كأن تؤخر سداد مستحقاتهم بغير حق أو تُعطيهم وعودا كاذبة أو لاتحاول التعاون معهم بأي صورة أو لا تحترم موظفيهم فإن العلاقة بين الموردين والمؤسسة تكون مبنية على المكسب السريع.

### الفرع الرابع: أثارها على العلاقة مع العملاء

عندما تكون المؤسسة صادقة وأمينة في تعاملها مع العملاء فإنهم سيفضلون شراء منتجاتها لأن لديهم ثقة هذه المؤسسة. سيكون من اليسير أن تحصل المؤسسة على رأي العملاء عند محاولة تطوير خدماتها لأن العملاء يشعرون بنوع من الولاء لتلك المؤسسة. يستطيع عميل تلك المؤسسة أن يبين خططه على أساس وعود تلك المؤسسة كفترة التوريد أو مواصفات المنتج. سيقوم العملاء بالدعاية المجانية لتلك المؤسسة عندما يتحدثون مع أقرانهم عن المعاملة الأخلاقية التي تقدمها هذه المؤسسة ويتحدثون عن مواقف جيدة حدثت لهم عند تعاملهم مع تلك المؤسسة أما في الحالة المعاكسة فإن العملاء سينقلون استيائهم من تلك المؤسسة إلى أصدقائهم وزملائهم.

### الفرع الخامس: أثارها على العلاقة مع المستثمرين

عندما تُفكر في شراء أسهم مُسرقة ما فإنك تدرس موقفها المالي من حيث المكسب والخسارة وغير ذلك. ولكن هل تؤثر ثقتك في اهتمام المُسرقة بأخلاقيات العمل على تقييمك لأسهمها؟ بالطبع نعم، لأن المُسرقة التي تتميز بأخلاقيات العمل ستكون قوائمها المالية دقيقة وصادقة وبالتالي تستطيع الاعتماد عليها، أما المُسرقة التي تتميز بخداع الموردين أو العملاء أو الموظفين فلن تتوانى عن خداع المستثمرين بتقديم بيانات مالية كاذبة. وبالتالي فإن أخلاقيات العمل تؤثر على فرص جذب مستثمرين وهو ما يقلل من فرص توسع المُسرقة وإدخال منتجات جديدة أو دخول أسواق جديدة.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: أخلاقيات كل مهنة ومقترحات معرفية لتنمية الأخلاقيات

#### الفرع الأول: الأخلاقيات الأساسية التي لا بد من توافرها في أي مهنة أو عمل

كتب المهتمون بقضية أخلاقيات العمل عدداً من الأخلاقيات التي يرونها مهمة في هذا المجال، وكل يضع الأولويات بحسب علمه وخبرته وتقديراته الخاصة غالباً، ولذلك تتفاوت قائمة الأخلاق طويلاً وقصراً، والذي ينبغي في هذا المقام - في نظري - عدم السرد؛ لأن هناك جملة من الأخلاق العامة التي لا بد من توافرها في أي عامل أي كانت درجته ومكانته، وجملة أخرى من الأخلاق المختصة بمهن معينة أو بدرجة وظيفية معينة، وهذا لا يعني أنه يمكن إزاحة شيء من الأخلاق الفاضلة ولكن المقصود أن هناك أسبقية لأخلاقيات معينة بحيث لا يمكن تصور وجود عمل جيد ناجح إلا بوجودها مثل (الأمانة) وهناك أخلاقيات مختصة بأحوال معينة مثل (الغيرة، والمواساة، والمداورة) أو مختصة بمتلة وظيفية كخلق القوة للقائد العسكري، والبصيرة والفراسة للقائد السياسي، والرأفة والتودد للعالم والداعية والمحتسب.

<sup>1</sup> المختار الإداري العدد 12 ديسمبر 2002 ص 8 (مقال مترجم لجون مازيوتي)

الفرع الثاني: مقترحات معرفية لتنمية أخلاقيات العمل.

- 1 إدراك الأولويات الأخلاقية لكل عمل ومهنة وترتيبها حسب الأهمية.
- 2 وضع أبواب خاصة عن أخلاقيات كل مهنة ضمن الشعارات والنظم واللوائح، سواء في المؤسسات الحكومية أو الخاصة، وإطلاع جميع العاملين عليها وإلزامهم بها.
- ويمكن هنا اقتراح عدة صيغ وأفكار وشعارات تجعل المتلقي لها:
  - 1 ينتبه، 2 يتفهم، 3 يتذكر، 4 يصدق ويوافق، 5 يهتم، 6 ينفذ ما اقتنع به.
- 3 اختصار التعليمات الأخلاقية لتسهيل فهمها وتثبيتها. ولترسيخ فكرة عميقة كأخلاقيات العمل يجب أن تكون ضمن عبارات قصيرة ذات معانٍ كثيرة، والمقصود هنا الإيجاز غير المحل، بحيث تكون التعليمات واضحة، وفي الصميم وبعبارة قليلة.
- 4 تحديد المطلب الأخلاقي، وتخليصه مما يشوبه، ثم تجزئته - إذا أحوج الأمر - إلى عناصر بسيطة غير معقدة ولا موهمة.
- 5 -صياغة أخلاقيات العمل بطريقة حية ملموسة؛ وذلك لأن المبادئ والأخلاقيات ذات طبيعة تجريدية (ذهنية) قد يصعب تذكرها أو فهمها، وعموم الناس تميل إلى تذكر الأمور الحسية وفهمها
- 6 تعزيز مبدأ شرف العمل: يجب أولاً النظر إلى العمل الجائز والمباح في شريعة الإسلام اعتباره شيئاً له قيمة وله معنى، وليس مجرد أداء آلي لمجموعة من النظم واللوائح الإدارية أو التوجيهات والقرارات، وأيضاً ليس مجرد وسيلة لكسب الرزق. - إن العامل الذي يرى في الغالب أن عمله شريفاً سيحب عمله ويحرص عليه، ويلتزم بمبادئه وأخلاقياته،
- 7 تقوية الرقابة الذاتية: إن الرقابة الذاتية من أهم وأنفع الوسائل التي توجد الخلق القويم في العمل في غيره، وتكفل استمراره التي من ثمارها الإتقان والجودة.
- لأنه ومهما كانت قوة النظام والأحكام الجزائية مع انعدام مبدأ (الرقابة الذاتية) والقضائية فإنها قليلة الجدوى من ذا الذي سيمنع موظف من أخذ الرشوة أو اختلاس مال الدولة أو المؤسسة، ما لم يكن هناك وازع داخلي من ذاته
- 8 استعمال الوسائل التثقيفية والإعلامية لترسيخ أخلاقيات العمل.

المبحث الثاني: الصورة الذهنية

لقد ظهر مصطلح الصورة الذهنية سنة 1908 على يد العالم (Graham Wallas) والذي أشار في كتابه الطبيعة البشرية والسياسية إلى أن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط و دائم و منظم عند الثقة في مرشح ما، و في سنة 1958 قام مركز بحوث الرأي العام في برنستون بالولايات المتحدة الأمريكية بدراسة عن صورة المؤسسة و احتمالات تطورها أو التغيرات التي تطرأ عليها. و بالتالي زاد الاهتمام بمفهوم الصورة الذهنية لدى المؤسسات منذ عام 1959<sup>1</sup>.

سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى مفهوم الصورة الذهنية، طبيعتها، أهميتها وخصائصها و أنواعها و مكوناتها و العوامل المؤثرة فيها

<sup>1</sup> حجاب محمد منير، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص 166

## المطلب الأول : مفهوم الصورة الذهنية للمؤسسة

### الفرع الأول: تعريف الصورة الذهنية:

مصطلح الصورة الذهنية في المفهوم اللغوي يعود إلى أصل لاتيني "المحاكاة. Image "الذي يعني يحاكي أو يمثل، وبذلك تدل كلمة Imitari المتصل بفعل Image المتمثل في أو التمثيل، وهي محاكاة ذهنية لشيء معين. الصورة الذهنية في علم النفس هي استمرار وجود انطباع حسي نظرا لاستجابة الأنسجة العصبية المركزية فهي بشكل عام حسب ما جاءت به أدبيات علم النفس الاجتماعي، نشأت في أحضان علم النفس الاجتماعي وتطورت في إطار دراسات الاتصال، والتي تشير حسب موسوعة علم النفس و التحليل النفسي إلى "التصوير الحي في غياب المثير الأصلي من خلال البصر العقلي".<sup>1</sup>

و يرتبط هذا المصطلح بمصطلح الصورة من الذاكرة الذي يعني إحياء أو بعث تجربة سابقة عن شيء ما في غياب هذا الشيء بالذات، من خلال استرجاع صورته من الذاكرة عن طريق عملية التذكر.

إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا يعني بالنسبة لمعظم الناس سوى شيء عابر أو غير حقيقي أو حتى مجرد وهم، فإن كلمة Image تشير إلى التقدم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر.

أما من المنظور التسويقي عرف (Harold H. Marquis) الصورة الذهنية للمؤسسة بأنها هي إجمالي الانطباعات الذاتية للعملاء عن المؤسسة.<sup>2</sup>

كما عرف Miner الصورة الذهنية للمؤسسة بأنها الانطباعات و المدركات الكلية للعملاء للمؤسسة اتجاه أعمالها، و تشكل هذه الانطباعات مواقف عملاء المؤسسة الداخلية و الخارجية تجاهها و عليه أدركت الكثير من المنظمات أهمية الصورة الذهنية لدى الأفراد لما لها من تأثير في نجاح المنظمة من خلال التأثير الايجابي في سلوك المستهلك<sup>3</sup>

### الفرع الثاني: طبيعة الصورة الذهنية:

إن الصورة الذهنية التي تتكون لدى الأفراد عن المؤسسات المختلفة تتوقف قوتها أو ضعفها تبعاً لدرج الاتصال بينهم و بين تلك المؤسسات، و مدى اهتمامهم بها أو تأثرهم بنشاطها، ويمكن التعرف على هذه الصور و قياس التغيرات التي تطرأ عليها رغم هذه التغيرات تكون غالبا بطيئة، كما انه من الطبيعي أن يصعب على الفرد تكوين صورة عن شيء لم يعرفه، فإن الصور التي تتكون عن أشياء بعيدة غالبا ما تكون ضعيفة و قابلة للتغير.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> صادق زهراء. رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراء. بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات. دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية. المديرية الجهوية لولاية بنشمار. جامعة ابي بكر بلقايد. تلمسان الجزائر موسم 2015/2016. ص 64

<sup>2</sup> صادق زهراء. مرجع سبق ذكره ص 65

<sup>3</sup> صادق زهراء. مرجع سبق ذكره ص 66

<sup>4</sup> علي عوجة. العلاقات العامة و الصورة الذهنية، (عالم الكتب، الطبعة الأولى القاهرة، 1983) ص 4

و قد نشأ الاهتمام بالصورة الذهنية في عصرنا هذا من حقيقة مؤداها أن الناس يفترض أن تكون لديهم صور صحيحة عن أشياء كثيرة ،و قد لا يعرفون شيئاً عن أمور معينة ،و لكن إذا ما تلقوا معلومات كثيرة عنها و تكونت بالتالي في أذهانهم صور معينة ،فانه يصعب تغيير هذه الصور تغييراً حاسماً في الظروف العادية.<sup>1</sup>

وهذا لا يعني أن الصور التي تتكون في أذهان الأفراد تظل ثابتة في معالمها بلا أي تغيير في مختلف الظروف و الأحوال

### الفرع الثالث : أهمية الصورة الذهنية:

لقد تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد أو المؤسسة أو على مستوى الدول نظراً لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك. وللصورة الذهنية دور كبير في تشكيل مدركات الفرد ومعارفه، مما يجعل لها تأثيراً واضحاً على سلوك الفرد وقدراته وتوقعاته وردود أفعاله إزاء الكثير من القضايا الهامة. وكما أن للصورة الذهنية دوراً بارزاً في حياة الأفراد، فإنها تقوم أيضاً بدور في غاية الأهمية في حياة الدول والشركات والمؤسسات، الأمر الذي يبرر حرص هذه الأطراف كافة على أن تكون صورتها الذهنية لدى الآخرين إيجابية وتخدم أهدافها ومصالحها والسعي لإزالة أي معالم أو جوانب سلبية موجودة في هذه الصورة أو قد تطرأ عليه<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: خصائص و أنواع و مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة

#### الفرع الأول: خصائص الصورة الذهنية للمؤسسة:

- الصورة الذهنية للمؤسسة هي انطباعات عقلية ذاتية تتكون في أذهان الأفراد أو الجماعات، و تشكل اتجاهاتهم ومواقفهم و إحكامهم اتجاه المؤسسة.
- الصورة الذهنية للمؤسسة تتسم بالديناميكية، و القابلية للتغيير و التفاعل المستمر مع المتغيرات الذاتية للأفراد، أو تلك الخاصة بالمؤسسة نفسها، أو بالمؤسسات المنافسة لها، كما تتفاعل مع المتغيرات المجتمعية المختلفة
- الصورة الذهنية للمؤسسة تمثل تقديماً عقلياً لكل ما يتعلق بالمؤسسة للعملاء سواء كان هذا التقديم جزئياً لبعض عناصر المؤسسة ( صورة الإدارة، أو صورة العلامة التجارية أو صورة المنتجات) أو تقديماً للعناصر الكلية للمؤسسة أو أبعادها بكل مكوناتها .
- الصورة الذهنية للمؤسسة مقصودة و مخطط لها بعناية، و هي بذلك تختلف عن الصورة النمطية التي يكونها الأفراد بناء على معلومات خاطئة( أيا كان مصدرها) و تعتمد على برامج إعلامية مدروسة.
- الصورة الذهنية للمؤسسة قابلة للقياس باستخدام أساليب البحث العلمي، و يمكن التعرف على طبيعة الصورة المتكونة لدى العملاء. و تحديد أية تغييرات تطرأ عليها سواء كانت سلبية أو إيجابية

<sup>1</sup> داوولينغ غراهام . تكوين سمعة الشركة - الهوية و الصورة و الأداء . ( دار العبيكان :الرياض :2003) ص 49

<sup>2</sup> محمد فلاح القضاة و سحر محمد حميس، " الصورة الذهنية لقناة الجزيرة و الجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 1. 2008، ص



الفرع الثاني: أنواع الصورة الذهنية للمؤسسة

تعتنق الكثير من المؤسسات مجموعة من القيم التي تمثل هويتها المفترضة، ولكن قد لا تكون هذه القيم مدركة لدى الموظفين لذلك فإن الصورة الذهنية الذاتية لديهم قد تكون مختلفة عما هو مخطط لها أن تكون. فإن العمل السيئ ينتج عنه وصمة عار اجتماعية (الصورة الذهنية المدركة) كما هو الحال لدى شركات تصنيع السجائر، فعلى سبيل المثال تقوم شركة Philip Morris بمجموعة من المبادرات لتحسين صورتها الذهنية ومنها وقف المشاهد التلفزيونية القاسية والتي تصور الشركة بصورة مؤذية، وتحارب سلبية الصورة الذهنية المدركة أو المتوطنة في عقول الناس وعليه فقد صنفت الصورة الذهنية إلى عدة تصنيفات باختلاف المحلل<sup>1</sup>:

**أولاً: التصنيف الأول: تصنف الصورة الذهنية إلى:**

- 1 - **الصورة الذهنية الذاتية:** هي إحساس المؤسسة بنفسها، وأن بناء صورة ذهنية ناجحة يتطلب من المؤسسات أن تبدأ أولاً بتغيير صورتها الذاتية، حيث أن التغيير في الصورة المدركة يقع على عاتق الأفراد العاملين في المؤسسة، وأن الاتصال الذي يجري بينهم وبين العملاء إما أن يقوي أو يضعف الصورة الذهنية لديهم
  - 2 - **الصورة الذهنية المرغوبة ( المخطط لها):** هي ما ترغب المؤسسة في توصيله عن نفسها إلى العملاء، وأن المؤسسة يجب أن تخطط لصورتها في أذهان عملاءها بشكل جيد بحيث تكون واضحة وبدون غموض.
- الصورة الذهنية المدركة:** هي التصورات، الأحاسيس، والعلاقات. و يعكس الإدراك عند الأشخاص حقيقتهم وهو إدراكهم الشخصي الذي يؤثر على قراراتهم الشرائية، وتشير الدراسات بأن الصورة لذاتية هي ماذا يفكر الموظفون وبماذا يشعرون وان الصورة المتوقعة هي ماذا تفعل المؤسسة، وان الصورة المدركة هي ماذا يفكر المستهلك وما الذي يؤثر على سلوكه تجاهها<sup>2</sup>

**ثانياً: التصنيف الثاني: تصنف الصورة الذهنية إلى:**

- 1 - **صورة المرآة:** و يقصد به انعكاس الصورة في أذهان عملاء المؤسسة نفسها و خاصة قادتها، و تكون بداية للانطباع الذي يتخذه العملاء الخارجي عن المؤسسة فيما بعد، و يجب أن يوضع في الاعتبار عند إجراءات أبحاث الصورة الذهنية أو الرأي العام وجود اختلافات، وتعارض في عملية الإدراك، والوعي بالصورة الذهنية.
- 2 - **الصورة الحالية:** وتعكس الطريقة التي ينظر بها العملاء والجمهور الخارجي إلى المؤسسة، و تعتمد الصورة الحالية على الخبرة و التجربة و مدى تدفق المعلومات للعملاء و ما تتميز به تلك المعلومات من فقر، أو ثراء، وقدرة على تحقيق الفهم فالصورة الذهنية الصحيحة تكون نتاجاً للانطباع الصحيح
- 3 - **الصورة المأمولة:** و تعرف بأنها الصورة المرغوبة التي تهدف المؤسسة إلى تحقيقها و عادة ما ترتبط تلك الصورة بموضوع جديد لم يحصل العميل الخارجي على معلومات كاملة عنه

<sup>1</sup> صادق زهران. مرجع سبق ذكره ص 77

<sup>2</sup> صادق زهران. مرجع سبق ذكره ص 78

- 4 - الصورة المتكاملة: و يقصد بها صورة المؤسسة ذاتها بغض النظر عما تنتجه من سلع، أو خدمات، و تتكون تلك الصورة من عناصر عدة، و يشترك في تكوينها ( تاريخ المؤسسة، المكانة الاقتصادية، السمعة الطيبة، القدرة على الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية، العلاقة مع العميل الداخلي والخارجي للمؤسسة
- 5 - الصورة متعددة الأجزاء: و هي متعددة العناصر إذ تشمل المؤسسة برموزها المادية، والمعنوية
- 6 - صور المنتج، أو الخدمة او المؤسسة: و هي صورة تنتج عن الجهود الإعلانية التي تقوم بها المؤسسة و تركز على الخصائص النوعية للمنتج، أو الخدمة، و ما تتمتع به من مستوى وجوده
- 7 - الصورة المثلى: و يقصد بها تلك الصورة التي تنتج عن تكامل بين ما تقدمه المؤسسة من خدمات، ومنتجات، و بين المعلومات التي تقدمها لعملائها، بحيث يتحقق التوافق بين أقوال المؤسسة و أفعالها

### الفرع الثالث: مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة

تتكون الصورة الذهنية الكلية للمنشأة من عناصر متعددة تندمج لتشكيل الصورة الذهنية الكلية للمنشأة و هذه العناصر هي:

- 1 - صورة العلامة التجارية ( **Brand Image** ) : و تتمثل في درجة النجاح المتوقع من الاتصال في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة بتأثير الثقة في علاقتها التجارية.
- 2 - صورة منتجات/خدمات المؤسسة ( **Products/ Services Image** ) : تعتبر صورة منتجات أية مؤسسة أو خدماتها و مدى جودتها وتميزها. و مدى قدرتها على مسايرة التغير في اتجاهات العملاء و مسايرة التطور العلمي في إنتاجها، وطريقة تقديم خدمات ما بعد البيع تؤثر على تقييم العملاء لأعمال المؤسسة و مدى كفاءة إدارتها و تساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى العملاء
- 3 - صورة إدارة المؤسسة ( فلسفة المؤسسة ) : إدارة المنشأة هي الرمز الذي تعرف به لدى العملاء، و لذلك فإن فلسفة الإدارة في قيادة العمل في أي مؤسسة و في قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقاتها مع الجهات المختلفة تعتبر من العناصر الهامة المكونة لصورتها لدى العملاء حيث تشكل العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية التي توجه أداء و عمل إدارات المؤسسة المتعددة من ناحية و تحكم تعاملها مع العملاء الخارجيين من ناحية أخرى، و هي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة و رسائلها إلى العملاء وتشكل صورتها الذهنية نحوها.
- 4 - برامج المسؤولية الاجتماعية للمنشأة: و هي تجسد الأعمال الفعلية للسلطة و سياساته الرسمية تجاه المجتمع ككل و عملاء المؤسسة في كل ما يصدر عنها من قرارات و أفعال.
- 5 - صورة المؤسسة كمكان للعمل: تؤثر انطباعات العملاء عن المؤسسة كمكان للعمل على صورتها الذهنية من حيث توفير بيئة صحية جيدة للعاملين و خدمات اجتماعية و صحية و حوافز و أجور متميزة، كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني و أثاث و نظافة و نظام في العمل على إدراك العملاء لها كمكان متميز للتعامل.
- 6 - أداء موظفي المؤسسة: تتمثل قدرة أداء موظفي المؤسسة على تمثيلها بشكل مشرف لدى العملاء من خلال التعامل الطيب معها، و كفاءة و سرعة أداء المهام مما يعطي انطباعا إيجابيا نحوها.
- 7 - كفاءة اتصالات المؤسسة: تؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسة مع عملاءها الداخليين و الخارجيين و ما تنقله المؤسسة في رسائلها للعملاء، في تكامل اتصالات المؤسسة و توضيح هويتها و فلسفتها للعملاء

### المطلب الثالث: تخطيط وتنفيذ برامج الصورة الذهنية للمؤسسة و العوامل المؤثرة فيها

#### الفرع الأول: تخطيط وتنفيذ برامج الصورة الذهنية للمؤسسة

- إن تخطيط و تنفيذ برامج الصورة الذهنية للمؤسسة يتطلب ما يلي
- جمع وتحليل المعلومات الخاصة بالمؤسسة ( ماضيها ، وحاضرها)
- تحديد نقاط الضعف و القوة في الصورة الحالية للمؤسسة
- وضع برنامج للصورة المرغوبة التي تود المؤسسة أن تكونها لنفسها لدى العملاء
- تنفيذ البرنامج الإعلامي

#### الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للمؤسسة:<sup>1</sup>

تتمثل العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمة في النقاط التالية:

أ - عوامل شخصية: وتتمثل في:

السمات الذاتية لمستقبل المعلومات (التعليم، الثقافة، ..) قدرة الفرد على التفسير ودرجة دافعيته واهتمامه بالمعلومات المقدمة.

ب - عوامل اجتماعية: وتتمثل في:

تأثير الجماعات الأولية على المستقبل للمعلومات. تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير. تأثير ثقافة المجتمع والقيم السائدة فيه

ج - عوامل تنظيمية: وتتمثل أهمها فيما يلي:

الأعمال الحقيقية للمنظمة، سياستها ومنتجاتها والرسائل الاتصالية الخاصة بها والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة.

الأعمال الاجتماعية والمؤثرات التسويقية وهي واجهات المحلات، الملصقات الإشهارية، السعر، خدمات ما بعد البيع.<sup>2</sup>

### المبحث الثالث: الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها

تعددت الدراسات السابقة التي تناولت موضوعي أخلاقيات العمل والصورة الذهنية، حيث تناولت هذه المواضيع من جوانب مختلفة، وفي ما يلي عرض لعدد من الدراسات ذات الصلة بالموضوعين.

#### المطلب الأول: الدراسات السابقة

#### الفرع الأول: الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع أخلاقيات العمل

أولاً: دراسة قامت بها اسيا فخري عبد اللطيف بعنوان " اثر الأخلاقيات الوظيفية في تقليل قرص الفساد الاداري في الوظائف الحكومية وقد خلصت الدراسة الى سوء الادارة ويتمثل في ضعف الرقابة والمتابعة وعدم وضع الشخص المناسب في المكان المناسب وعدم وضوح الواجبات والمسؤوليات للموظف الحكومي

1 انخفاض الاجور والمرتبات التي يحصل عليها الموظف وعدم كفايتها لتلبية واشباع حاجاته وسد متطلبات عائلته

<sup>1</sup> باية وقنوني " أثر العلاقات العامة على المستهلك النهائي"، مذكرة ماجستير، (جامعة محمد بوقرة بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم

التجارية . 2007-2008) (منشورة)، ص- 123

<sup>2</sup> باية وقنوني مرجع سبق ذكره. ص- 123

2 ارتفاع الاسعار والخدمات التي يحتاجها الموظف وذلك نتيجة لظهور السوق السوداء واختفاء السلع في قنوات التوزيع الرسمية وبالتالي انخفاض القدرة الشرائية للاجر او الراتب

3 سموء التنظيم وعدم الاستقرار الاداري

4 سموء تطبيق الاجراءات العلمية في اختيار وتعيين الموظفين

ثانيا :دراسة — (1999) Armstrong & Kusuma & Sweenay بعنوان ( أثر العلاقة بين المناخ الأخلاقي ونوعية حياة العمل )

هدفت الدراسة إلى بيان العلاقة بين المناخ الأخلاقي ونوعية حياة العمل ، أذ بلغ حجم العينة ( 321 ) مستخدماً من الملاك الأكاديمي والإداري في جامعة فيكتوريا في أستراليا ، وقد أستعملت الاستبانة كأداة لقياس أبعاد المناخ الأخلاقي (المهنية ، القواعد ، الآداتية ، الاهتمام ، الاستقلالية ، الكفاءة) وفقرات نوعية حياة العمل ( الأجر ، العمل نفسه ، الترقية والأشراف) وقد أفرزت نتائج تحليل الدراسة إلى أن أية منظمة اذا ما أرادت فعلاً أن تعزز من المناخ الأخلاقي المتسم بالقواعد عليها استعمال القواعد والسلوكيات الأخلاقية والاتصالات الواضحة للتأثير الإيجابي على نوعية حياة العمل . ( الهنداوي ، 98 ، 2007)

#### الفرع الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الصورة الذهنية

أولاً: دراسة عدنان متروك الشديقات بعنوان " الصورة الذهنية لدائرة العلاقات العامة والاعلام لدى اعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الاردنية دراسة تطبيقية "

وهدفت الدراسة الى معرفة الصورة الذهنية لدائرة العلاقات العامة والاعلام لدى اعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الاردنية واعتمدت الدراسة على مصادر البيانات بنوعها الاولية والثانوية وتكون مجتمع الدراسة من جميع اعضاء الهيئة التدريسية وقد خلصت الى النتائج الاتية :

توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة احصائية 0.05 بين اعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ال البيت وجامعة الشرق الاوسط في امتلاك الصورة الذهنية لدائرة العلاقات العامة والاعلام

توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين اعضاء هيئة التدريس في كلا الجامعتين ودائرة العلاقات العامة

وجاءت الدراسة بالتوصيات الاتية :

- يترتب على بناء الصورة الذهنية لدوائر العلاقات العامة والاعلام في الجامعات بذل جهد مظاعف من قبل كوادر هذه الدوائر واعارثها الاهتمام حتى تكون بالصورة الاجابية

ثانيا: في دراسة للطالبة رزيقة لقصير وهي عبارة عن بحث أكاديمي في إطار إنجاز مذكرة ماجستير ،قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع.جامعة منتوري قسنطينة للسنة الجامعية (2006-2007) تحت عنوان " دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية " دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح قسنطينة" واعتمدت على تساؤل رئيسي فحواه:

- كيف تحاول المؤسسة التعريف بنفسها ومحاولة كسب ثقة وتقدير جمهورها الخارجي ؟

- وقد خلصت الطالبة إلى النتائج التالية:

- يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الأملاح بقسنطينة لدى الجمهور الخارجي حيث تحتل منتجات المؤسسة المكانة الأولى بين منتجات مؤسسات أخرى بنسب كبيرة تفوق المؤسسات المنافسة لها.

- تحظى منتجات مؤسسة الأملاح بقسنطينة بتقدير جمهورها الخارجي حيث تحظى منتجاتها لدى الزبون المرتبة الأولى مقارنة مع منتجات أخرى، وكذلك خلصت النتائج أن ليس هناك تراجع في منتجات المؤسسة بنسبة 85 % حيث يدل على أن الزبون راض عن منتجاتها.

- مصداقية مؤسسة الأملاح في التعامل مع جمهورها الخارجي لعدم استخدامه أي إغراء من طرف المؤسسة لجمهورها مما ساعد على الاستمرارية.

- تركيز نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الأملاح بقسنطينة على استعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل لحصول عدد كبير وصل إلى 22 % من الزبائن تحصلوا على مطبوعات ومنشورات خاصة بالمؤسسة واطلاع الزبائن على محتويات هذه المطبوعات الأمر الذي جعلني أختار هذه الدراسة كمرجع سابق لدراستي

ثالثا: دراسة لكل من د. فالج عبد القادر الحوري د. ممدوح الزيادات أ.هايل عبانة

بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"

وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (المجتمع المحلي، الموظفين، الزبائن، الموردين، البيئة، المساهمين)، وتحديد مستوى الفروق في إدراك أفراد عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيراتهم الشخصية، كما هدفت الدراسة إلى تقييم اثر المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية، ولقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استبانة وزعت على المديرين والموظفين المتواجدين في المراكز الرئيسية، بالإضافة إلى زبائن الشركات الأربعة في مدينة عمان، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التي ناسبته أسئلة وفرضيات الدراسة من الإحصاء الوصفي، والاستدلالي، وقد توصلت الدراسة إلى:

- أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية أظهرت مستوى عال من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الستة؛ إذ بلغ المتوسط العام (4.30).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك أفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

- وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في إدارة الصورة الذهنية ككل.

- عدم وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية الذاتية.

- وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المرغوبة، وقد تبين أن بعدي المسؤولية

الاجتماعية تجاه الموظفين، والموردين قد اظهرا تأثيرا معنوياً أكبر في الصورة الذهنية المرغوبة.

- عدم وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بإبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المدركة، في حين تبين وجود أثر

معنوياً لبعدي المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين قد اظهر تأثيراً معنوياً في الصورة الذهنية المدركة.

**المطلب الثاني: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة**

يلاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها تدور حول تأثير أخلاقيات العمل وكذلك حول الصورة الذهنية وقد استخدمت هذه الدراسات عدة أساليب لقياس تأثير أخلاقيات العمل في عدة متغيرات اخرى وكذلك عوامل اخرى مؤثرة في الصورة الذهنية ، حيث اعتمدت كل دراسة على المنهج المناسب لطبيعة الدراسة كذلك الاختلاف في مكان وتطبيق الدراسة؛ في حين جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على مدى تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة، إلى جانب قياس مدى قوة تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية ، من خلال استخدام برنامج الإحصائي spss19 لقياس مدى تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية ، وفق مقياس ليكرت الخماسي. وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها أنجزت حديثا وفي وقت حساس أي في فترة اصبححت المؤسسات بحاجة ماسة الى تطبيق أخلاقيات العمل للمحافظة على صورتها الذهنية وبالتالي حصتها السوقية ، وشملت هذه الدراسة عينة عشوائية من العاملين والموظفين وبعض زبائن المؤسسة قدرت ب 100 ، ومن خلال هذه الدراسة ستساعد مؤسسة اتصالات الجزائر في اكتشاف التأثير الذي تخلفه ابعاد أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بانواعها .

**خاتمة الفصل:**

من خلال دراستنا تبين ان مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة تولي اهتماما لا بأس به لأخلاقيات العمل وتحاول تطبيقه وقد حاولنا دراسة بعض الابعاد من ابعاد اخلاقيات العمل واخترنا ابعاد (احترام القوانين والانظمة، العدالة وعدم التحيز، السرعة والالتقان، احترام الوقت)، لكونها تظهر جلوية في تعاملات عمال وموظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة وزبائنها وكل المتعاملين معها من عملا وموردين ومستثمرين واداريين ولقد تبين لنا ان هاك علاقة متوسطة لا بأس بها بين اخلاقيات العمل والصورة الذهنية فاخلاقيات العمل تظهر مصداقية المؤسسة لدى الجمهور الداخلي والخارجي وكذلك تبين النزاهة والشفافية والامانة التي يتميز بها موظفو وعمال المؤسسة وكلما لمس جمهورها ذلك كون صورة اجابية موجبة وجيدة عن المؤسسة ولقد ظهر لنا من خلال النتائج جليا بأن مؤسسة اتصالات الجزائر تولي اهمية بالغة لصورتها الذهنية لمعرفتهم باهمية الصورة الذهنية بالنسبة للمتعاملين مع المؤسسة

واتضح لنا ان المؤسسة تسعى لتكوين صورتها الذهنية خاصة المرغوبة منها هذا لا يمنع من وجود بعض التجاوزات في تطبيق اخلاقيات العمل بالمؤسسة المبحوثة وهو ما كان سيؤثر عليها سلبا لولا كونها مؤسسة بدون منافسين في مجال خدماتها

وعليه اصبح من الضروري للمؤسسة اعطاء اهمية قصوى لكل ابعاد اخلاقيات العمل للحفاظ على صورتها الذهنية ومصداقيتها وتحسبا للزمن وما يقع خلاله مستقبلا ووجب عليها الاهتمام بتطبيق اخلاقيات العمل والالتزام بها قدر المستطاع لأجل الحصول على صورة ذهنية جيدة وموجبة تمضي بالمؤسسة قدما نحو التطور والازدهار وتصبح قادرة على المحافظة على متعاملينا الحاليين ومقصدا للمتعاملين الجدد.

الفصل الثاني :دراسة تطبيقية  
لتأثير أخلاقيات العمل على  
الصورة الذهنية بالنسبة  
لمؤسسة اتصالات الجزائر  
بورقلة



### تمهيد:

بعد دراسة الجانب النظري من خلال أهم المفاهيم والجوانب المتعلقة بموضوع أخلاقيات العمل والصورة الذهنية سنحاول من خلال هذا الفصل إيجاد علاقة تأثير بين اخلاقيات العمل والصورة الذهنية، وقد تم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

– المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة؛

– المبحث الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة؛

### المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

من خلال هذه الدراسة سوف يتم استعمال مجموعة من الأدوات والأساليب الاحصائية المناسبة لخصائص مجتمع وعينة الدراسة؛ بغرض عرض، معالجة وتحليل المعطيات وسوف نتطرق لذلك كما يلي:

### المطلب الأول: طريقة جمع البيانات

الفرع الأول : مجتمع الدراسة واختيار العينة

يشمل مجتمع الدراسة جميع العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، قمنا بالتوزيع المباشر للاستبيان على العينة وقد قدر عدد الاستبيانات الموزعة حوالي 100 استبيان في حين تم استرجاع 84 استبيان منها 78 صالحة للمعالجة الاحصائية، هذه المفردات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن إجراء الاختبارات العلمية المناسبة لها. وبالتالي فإن نسبة الاستجابة تقدر بحوالي 78% ( الاستبيانات المقبولة لإجراء الدراسة والتحليل).

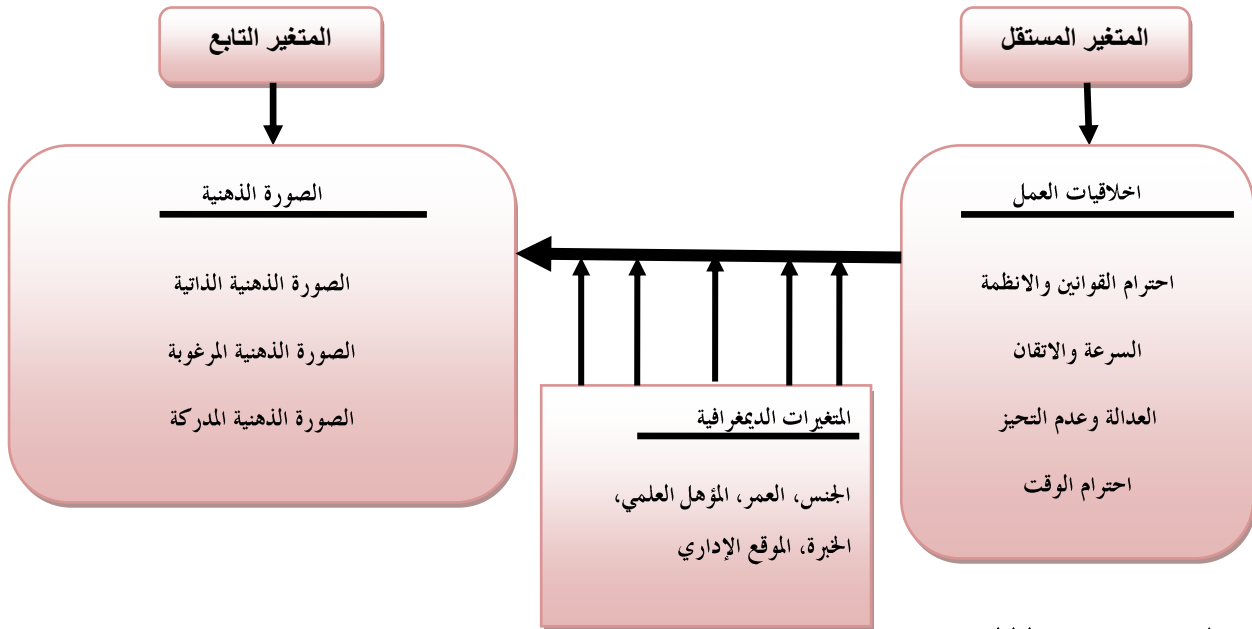
### الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

تتمثل متغيرات الدراسة فيما يلي:

◀ المتغير المستقل : ويتمثل في أخلاقيات العمل وأبعادها كانت ( احترام القوانين والانظمة ،السرعة والالتقان،العدالة وعدم التحيز،احترام الوقت).

◀ المتغير التابع : ويشمل الصورة الذهنية بأنواعها المتمثلة في (الصورة الذهنية الذاتية، الصورة الذهنية المرغوبة ، الصورة الذهنية المدركة.) والشكل المبين أدناه يوضح متغيرات الدراسة.

الشكل رقم (1.2) يوضح نموذج متغيرات الدراسة



### الفرع الثالث: تلخيص معطيات الدراسة

لتحليل البيانات والمعطيات المجمعة بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي اعتمدنا على حساب التكرارات النسبية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية.

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي الذي يعبر عن الخيارات (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق إطلاقاً) وهو مقياس ترتيبي، والجدول التالي يوضح درجات الموافقة حسب جدول ليكرت الخماسي:

جدول رقم (1-2) : يوضح درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)

البيانات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الترميز	5	4	3	2	1

درجات مقياس ليكرت التي قد تم إدخالها في برنامج SPSS 19 على الجدول أعلاه، حيث أعطينا كل إجابة درجة كالتالي موافق بشدة: درجة 5؛ موافق: درجة 4؛ محايد: درجة 3؛ معارض: درجة 2؛ معارض بشدة: درجة 1.

جدول رقم (2-2) : يوضح طريقة توزيع المتوسطات حسب جدول ليكرت الخماسي (Likert Scale)

المتوسط المرجح	1 إلى 1.79	1.80 إلى 2.59	2.60 إلى 3.39	3.40 إلى 4.19	4.20 إلى 5
الرأي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
درجة التقويم	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

ويلاحظ أن طول الفترة المستخدمة هنا هي 5/4 أي حوالي 0.80، وقد تم حساب طول الفترة على أساس أن الأرقام الخمس 1، 2، 3، 4، 5 قد حصرت فيما بينها بأربع مسافات.

### المطلب الثاني: الأدوات والأساليب المستخدمة في الدراسة

#### الفرع الأول: أداة الدراسة

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، من خلال اعتمادنا على بعض الاستبيانات المتعلقة بالدراسات السابقة، واستخدمنا أحدها وهو للدكتور بلال خلف السكرانة، والذي قام بعرضها على مجموعة من المحكمين ووافقوا عليه وبالتالي لم نقم بعرضه على محكمين مرة أخرى ووجدنا أنه يخدم الدراسة والذي يعتمد على مقياس ليكرت الخماسي، (انظر الملحق رقم 1) وقد تم تقسيمه إلى ثلاث أجزاء كمايلي :

#### ❖ الجزء الأول: الخاص بمحور أخلاقيات العمل

يتعلق هذا الجزء بدراسة أبعاد أخلاقيات العمل: ( احترام القوانين والانظمة ، السرعة والالتقان، العدالة وعدم

التحيز، احترام الوقت)، حيث تم تقسيمها إلى 27 سؤال حسب مقياس ليكرت وهي كالاتي:

✓ احترام القوانين والانظمة: وتتكون من خمس (05) عبارات.

✓ السرعة والالتقان: وتتكون من ثلاث (03) عبارات.

✓ العدالة وعدم التحيز: وتتكون من أربعة عشر (14) عبارة.

✓ احترام الوقت: وتتكون من خمسة (05) عبارات.

### ❖ الجزء الثاني: الخاص بمحور الصورة الذهنية

يتعلق هذا الجزء بمحور الصورة الذهنية والذي يتكون من ثلاث أبعاد تتمثل في : الصورة الذهنية الذاتية، الصورة الذهنية المرغوبة، الصورة الذهنية المدركة وقد تم تجزئتها إلى إثنا عشر سؤالاً درجت أيضا على مقياس ليكرت وهي كالتالي:

- ✓ الصورة الذهنية الذاتية: وتتكون من خمس (05) عبارات.
- ✓ الصورة الذهنية المرغوبة: وتتكون من ثلاث (03) عبارات.
- ✓ الصورة الذهنية المدركة: وتتكون من أربعة (04) عبارات.

### ❖ الجزء الثالث: الخاص بالخصائص الديمغرافية

يبرز هذا الجزء الخصائص الديمغرافية من الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة، الموقع الإداري.

### الفرع الثاني: الأساليب الاحصائية المستخدمة

لمعالجة معطيات الدراسة تمت الاستعانة ببرنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 19 وبواسطة هذا البرنامج تم استخدام بعض الأساليب الاحصائية التي تتناسب مع فرضيات الدراسة ومتغيراتها منها:

- 1 - معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق الأداة؛
- 2 - استخدام التكرارات والنسب المئوية وذلك لمعرفة توزيع أفراد العينة حسب متغير الخصائص الديمغرافية؛
- 3 - المتوسطات الحسابية المرجحة والانحراف المعياري لكل محور (بعد) وفقراته بهدف الكشف عن اتجاه آراء العينة حول متغيرات الدراسة؛
- 4 - معامل الارتباط بيرسون للكشف عن علاقة الارتباط بين المتغيرات ؛
- 5 - الانحدار الخطي البسيط لمعرفة تأثير أبعاد المتغير المستقل في أبعاد المتغير التابع؛
- 6 - الانحدار الخطي المتعدد للتعرف على مدى اختلاف تأثير أبعاد المتغير المستقل في المتغير التابع؛
- 7 - اختبار تحليل التباين One Way Anova لمعرفة الفروقات في إجابات العينة والتي تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي ، الموقع الإداري )

### الفرع الثالث: ثبات وصدق أداة الدراسة

من أجل التأكد من صحة ثبات وصدق أداة الدراسة (الاستبيان) قمنا بإجراء الاختبارات الاحصائية اللازمة للتحقق من الصدق والثبات؛

**ثبات الاستبيان:** تم فحص عبارات الاستبيان للتأكد من ثبات وصدق الاستبيان وذلك من خلال مقياس ألفا كرونباخ ، الموضح في الجدول رقم (2-5)، حيث سجلنا معامل الثبات ألفا كرونباخ قد بلغ 0.84 أي بنسبة 84. % (أكبر من 60 %) وتعد هذه النسبة جد مقبولة وذات دلالة احصائية، مما يدل على وجود علاقة اتساق وترابط بين عبارات الاستبيان ومن الممكن إجراء الدراسة وتعميمها على مجتمع الدراسة.

أولاً: ثبات وصدق أبعاد أخلاقيات العمل

جدول رقم (2-3): ثبات وصدق أبعاد أخلاقيات العمل

أبعاد أخلاقيات العمل	معامل ألفا كرونباخ للثبات	صدق المحور
احترام القوانين والانظمة	0.84	0.91
العدالة وعدم التحيز	0.71	0.84
السرعة والاتقان	0.38	0.61
احترام الوقت	0.85	0.92
<b>الإجمالي</b>	<b>0.69</b>	<b>0.82</b>

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تحليل بيانات الاستبيان

من خلال جدول محاور أبعاد أخلاقيات العمل يتضح لنا أن معامل ألفا كرونباخ بلغت قيمته (0.69)، وتعد كلها قيم فوق المتوسط ومقبولة، وهذا يعني أن هناك ترابط في الإجابات مما يشير إلى أن فقرات المتعلقة بأبعاد أخلاقيات العمل تتميز بالثبات.

ثانياً: ثبات وصدق أبعاد الصورة الذهنية

جدول رقم (2-4): ثبات وصدق أبعاد الصورة الذهنية

أبعاد الصورة الذهنية	معامل ألفا كرونباخ للثبات	صدق المحور
الصورة الذهنية الذاتية	0.81	0.900
الصورة الذهنية المدركة	0.82	0.905
الصورة الذهنية المرغوبة	0.82	0.905
<b>الإجمالي</b>	<b>0.816</b>	<b>0.903</b>

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تحليل بيانات الاستبيان

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

من خلال جدول محور أبعاد الصورة الذهنية ، نلاحظ أن معامل ألفا كرو نباخ يساوي تقريبا (0.816)، وهذا يعني أن فقرات عبارات الاستبيان الخاصة بمحور الصورة الذهنية تتميز باتساق داخلي قوي وموجب وهو ما يدل على ثبات الاستبيان مع إمكانية إجراء الدراسة.

ثالثا : معامل الثبات والصدق الإجمالي لمحاور الاستبيان

جدول رقم (2-5) إجمالي معامل الثبات والصدق لمحاور الاستبيان

المعامل	ألفا كرو نباخ للثبات	صدق محاور الاستبيان
الإجمالي	0.84	0.91

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تحليل بيانات الاستبيان

يوضح الجدول نتائج معامل الثبات ألفا كرو نباخ لأبعاد أخلاقيات العمل والصورة الذهنية، حيث يوضح درج ة الاتساق الداخلي بين محتويات الجزء الأول لأبعاد أخلاقيات العمل وفقرات الجزء الثاني الصورة الذهنية حيث بلغ في الثبات 0,84، وهي مرتفعة وموجبة وهو ما يدل على ثبات ومصداقية الاستبيان.

### المبحث الثاني : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

سنقوم في هذا المبحث بالتطرق إلى نتائج الدراسة وتحليل النتائج تبعا للفرضيات المسطرة، حيث يتم دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الأولية، بالإضافة إلى أجوبة العينة على العبارات التي تضمنها الاستبيان، للوصول أخيرا إلى اختبار الفرضيات.

#### المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة

الفرع الأول: تحليل النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة

الجدول (2-6): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المتغيرات الشخصية لأفراد العينة	التكرار	النسب المئوية
الجنس ذكور	50	64.1 %
إناث	28	35.9 %

المصدر: من إعداد الطالب حسب مخرجات نتائج الاستبيان (SPSS)

يتبين من الجدول (5) أن عدد الذكور بلغ ( 50 ) أي ما نسبته (64.1 % ) ، أما الإناث فقد بلغ عددهن

( 28 ) أي ما نسبته ( 35.9 % ) وهذا يفسر قلة العنصر النسوي بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

الجدول (2-6-1) يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر

المتغيرات الشخصية لأفراد العينة	التكرار	النسب المئوية
أقل من 30 سنة	22	28.2 %
من 31 إلى 35	17	24.4 %
من 36 إلى 40	19	21.8 %
أكثر من 40	20	25.6 %

المصدر: من إعداد الطالب حسب مخرجات نتائج الاستبيان (SPSS)

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

يتبين من الجدول (2-7) أنه حسب العمر فيلاحظ أنه ليس هناك فارق كبير بين الفئات إلا أن فئة اقل من 30 سنة كانت أكثر بقليل حيث بلغ عددها (22) أي ما نسبته (28.2%)

الجدول (2-6-2) يبيّن توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

المتغيرات الشخصية لأفراد العينة	التكرار	النسب المئوية
أقل من 5 سنوات	31	39.7 %
من 6 إلى 10 سنوات	17	21.8 %
من 11 إلى 15 سنة	14	17.9 %
من 16 إلى 20 سنة	06	7.7 %
أكثر من 20 سنة	10	12.8 %

المصدر: من إعداد الطالب حسب مخرجات نتائج الاستبيان (spss)

يتبين من الجدول (2-6-2) أنه فيما يتعلق بعدد سنوات الخبرة فتشير النتائج إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم ممن لديهم خبرة (5) سنوات أو أقل، وقد بلغ عددهم (31) أي ما نسبته (39.7%)

الجدول (3-6-2) يبيّن توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات الشخصية لأفراد العينة	التكرار	النسب المئوية
بكالوريا	18	23.1 %
ليسانس	38	41 %
ماستر/ماجستير	08	10.3 %
دكتورا	02	2.6 %
غير ذلك	18	23.1 %

المصدر: من إعداد الطالب حسب مخرجات نتائج الاستبيان (spss)

كما يتضح من الجدول (3-6-2) أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة الليسانس حيث بلغ عددهم (38) أي ما نسبته (41%)

الجدول (4-6-2) يبيّن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموقع الإداري

المتغيرات الشخصية لأفراد العينة	التكرار	النسب المئوية
مدير	01	1.3 %
نائب مدير	01	1.3 %
رئيس مصلحة	11	14.1 %
موظف	49	62.8 %
غير ذلك	16	20.5 %

المصدر: من إعداد الطالب حسب مخرجات نتائج الاستبيان (spss)

وتشير النتائج في الجدول (4-6-2) إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة هم من الذين يحتلون الموقع الإداري موظف، حيث بلغ عددهم (49) أي ما نسبته (62.8%)

الفرع الثاني : تحليل النتائج المتعلقة باتجاهات أفراد العينة

أولاً: تحديد اتجاه آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

نقوم هنا بحساب المتوسطات والغرض من حساب هذه المتوسطات، هو معرفة توجهات المستجوبين لمعرفة هل هناك تطبيق لمفاهيم اخلاقيات العمل على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

أولاً: احترام القوانين والأنظمة:

جدول رقم (2-7) : التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لعبارات احترام القوانين والأنظمة

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	التكرار	النسبة	عبارات ( بعد احترام القوانين والأنظمة )
موافق	0.97	3.97	27	29	17	3	2	التكرار	يلتزم الموظفون بأخلاقيات العمل	
			34.6	37.2	21.8	3.8	2.6	النسبة		
موافق	0.90	3.98	23	37	14	2	2	التكرار	يعمل الموظفون من أجل خدمة المصلحة العامة	
			29.5	47.4	17.9	2.6	2.6	النسبة		
موافق	0.85	3.88	17	40	18	1	2	التكرار	يطبق الموظفون الأنظمة و القوانين	
			21.8	51.3	23.1	1.3	2.6	النسبة		
موافق	1.06	3.71	19	32	16	8	3	التكرار	يحرص الموظفون على أموال المؤسسة	
			24.4	41.3	20.5	10.3	3.8	النسبة		
موافق	0.92	3.80	21	26	27	3	1	التكرار	يحافظ الموظفون على أسرار المؤسسة	
			26.9	33.3	34.6	3.8	1.3	النسبة		
موافق	0.94	3.86	107	164	92	17	10	التكرار	نتيجة محور(احترام القوانين والأنظمة )	
			27.44	42.1	23.58	4.36	2.58	النسبة		

جدول رقم (2-7) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

بعد دراسة الجدول السابق لنتائج البعد الأول (احترام القوانين والأنظمة ) نجد أنه حصل على ( 3.86 ) أي موافق حسب مقياس ليكارت الخماسي



جدول رقم (1-7-2) ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات احترام القوانين والأنظمة

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	يلتزم الموظفون بأخلاقيات العمل	3.97	0.97	2	مرتفع
2	يعمل الموظفون من أجل خدمة المصلحة العامة	3.98	0.90	1	مرتفع
3	يطبق الموظفون الأنظمة و القوانين	3.88	0.85	3	مرتفع
4	يحرص الموظفون على أموال المؤسسة	3.71	1.06	5	مرتفع
5	يحافظ الموظفون على أسرار المؤسسة	3.80	0.92	4	مرتفع
	المتوسط العام	3.86	0.94	-	مرتفع

جدول رقم (1-7-2) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

من خلال الجدول (1-7-2) نلاحظ أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد المتعلق باحترام القوانين والأنظمة بلغ (3.86) وانحراف معياري (0.94) وقد احتلت الفقرة رقم 02 (يعمل الموظفون من أجل خدمة المصلحة العامة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.98) وانحراف معياري (0.90) في حين جاءت الفقرة رقم 04 (يحرص الموظفون على أموال المؤسسة) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.71) وانحراف معياري (1.06)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكارت أي بقيمة أكبر من (3.40) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر ببعد أخلاقيات العمل المتعلق باحترام القوانين والأنظمة.

ثانيا : العدالة وعدم التحيز :

جدول رقم (2-8) : التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات

الجزائر بورقلة لعبارات العدالة وعدم التحيز

عبارات بعد ( العدالة وعدم التحيز )	التكرار	النسبة	متوسط	انحراف معياري	النتيجة
يتأثر عمل الموظفين بالعلاقات الشخصية	3	3.8	5	13	موافق
	37.2	35.9	16.7	6.4	
أساليب الرقابة على عمل الموظفين غير فعالة	3	3.8	11	27	موافق
	23.1	24.4	34.6	14.1	
التنظيم الرسمي هو السائد في المؤسسة	1	1.3	8	16	موافق
	15.4	52.6	20.5	10.3	
تعيق الحسوبية عمل الموظفين	1	1.3	8	17	موافق
	35.9	30.8	21.8	10.3	
تؤدي الوساطة إلى تأخير عمل الموظفين	1	1.3	8	12	موافق
	34.6	38.5	15.4	10.3	
تساعد الأنظمة و التعليمات	1	1.3	3	4	موافق

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

			38.5	51.3	5.1	3.8	1.3	النسبة	على إنجاز المعاملات بسرعة
موافق	0.92	4.02	25	38	8	6	1	التكرار	شعورك بعدالة تطبيق التعليمات أثر إيجابي على التزامك بالأنظمة والتعليمات
			32.1	48.7	10.3	7.7	1.3	النسبة	
موافق	0.77	4.24	34	30	13	1	0	التكرار	توفر أخلاقيات العمل فرص للعدالة الوظيفية
			43.6	38.5	16.7	1.3	0	النسبة	
موافق	0.73	4.34	37	33	6	2	0	التكرار	تساعد أخلاقيات العمل على الحد من الضعف الإداري
			47.4	42.3	7.7	2.6	0	النسبة	
موافق	0.66	4.34	34	38	5	1	0	التكرار	تزيد أخلاقيات العمل من ولاء الموظفين و انتمائهم
			43.6	48.7	6.4	1.3	0	النسبة	
موافق	0.80	3.37	40	31	4	2	1	التكرار	تساهم أخلاقيات العمل في تخفيض نسب الفساد
			51.3	39.7	5.1	2.6	1.3	النسبة	
موافق	1.07	3.33	13	20	28	14	3	التكرار	تتعامل المؤسسة بعدالة و عدم التمييز بين الموظفين
			16.7	25.6	35.9	17.9	3.8	النسبة	
موافق	1.04	3.25	12	16	33	14	3	التكرار	تعطى الحوافز للموظفين على أساس معيار الكفاءة و التمييز
			15.4	20.5	42.3	17.9	3.8	النسبة	
موافق	1.00	3.21	10	16	36	13	3	التكرار	يتم التعيين و الترقية على معيار الكفاءة
			12.8	20.5	46.2	16.7	3.8	النسبة	
موافق	0.92	3.80	349	404	214	96	21	التكرار	نتيجة محور(العدالة وعدم التمييز )
			32.1	37.2	19.74	8.85	1.93	النسبة	

بعد دراسة الجدول السابق لنتائج البعد الثاني (العدالة وعدم التحيز) نجد أنه حصل على 3.80 أي موافق حسب مقياس

ليكارت الخماسي

جدول رقم (2-8-1) : ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات العدالة وعدم التحيز

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترتيب	المستوى
6	يتأثر عمل الموظفين بالعلاقات الشخصية	3.96	1.07	7	مرتفع
7	أساليب الرقابة على عمل الموظفين غير فعالة	3.48	1.11	11	مرتفع
8	التنظيم الرسمي هو السائد في المؤسسة	3.70	0.89	10	مرتفع
9	تعيق المحسوبية عمل الموظفين	3.89	1.05	9	مرتفع
10	تؤدي الوساطة إلى تأخير عمل الموظفين	3.94	1.01	8	مرتفع
11	تساعد الأنظمة و التعليمات على إنجاز المعاملات بسرعة	4.21	0.81	5	مرتفع

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

12	شعورك بعدالة تطبيق التعليمات أثر إيجابي على التزامك بالأنظمة والتعليمات	4.02	0.92	6	مرتفع
13	توفر أخلاقيات العمل فرص للعدالة الوظيفية	4.24	0.77	4	مرتفع
14	تساعد أخلاقيات العمل على الحد من الضعف الإداري	4.34	0.73	2	مرتفع
15	تزيد أخلاقيات العمل من ولاء الموظفين و انتمائهم	4.34	0.66	3	مرتفع
16	تساهم أخلاقيات العمل في تخفيض نسب الفساد	4.37	0.80	1	مرتفع
17	تتعامل المؤسسة بعدالة و عدم التمييز بين الموظفين	3.33	1.07	12	مرتفع
18	تعطى الحوافز للموظفين على أساس معيار الكفاءة و التمييز	3.25	1.04	13	مرتفع
19	يتم التعيين و الترقية على معيار الكفاءة	3.21	1.00	14	مرتفع
	المتوسط العام	3.80	0.92	-	مرتفع

جدول رقم (2-8-1) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-8-1) أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد المتعلق بالعدالة وعدم التحيز بلغ ( 3.80 ) وانحراف معياري ( 0.92 ) وقد احتلت الفقرة رقم 16 (تساهم أخلاقيات العمل في تخفيض نسب الفساد ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ( 4.37 ) وانحراف معياري ( 0.80 ) في حين جاءت الفقرة رقم 19 (يتم التعيين و الترقية على معيار الكفاءة) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ ( 3.21 ) وانحراف معياري ( 1.00 ) ، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكارت أي بقيمة أكبر من ( 3.40 ) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر ببعد أخلاقيات العمل المتعلق بالعدالة وعدم التحيز

ثالثا : السرعة والإلتقان :

جدول رقم (2-9) : التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات

الجزائر بورقلة لعبارات السرعة والإلتقان

عبارات بعد السرعة والإلتقان	تكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
يلتزم الموظفون بأخلاقيات العمل	4	4	16	31	23
	5.1	5.1	20.5	39.7	29.5
يعمل الموظفون من أجل خدمة المصلحة العامة	1	1	5	37	9
	1.3	1.3	6.4	47.4	11.5
يطبق الموظفون الأنظمة و القوانين	1	1	10	36	8
	1.3	1.3	12.8	46.2	10.3
نتيجة محور(السرعة والإلتقان )	6	6	19	104	40
	2.56	2.56	8.1	44.43	17.1

من خلال دراسة الجدول السابق لنتائج المحور الأول (السرعة والإلتقان ) نجد أنه حصل على 3.65 أي موافق حسب مقياس ليكارت الحماسي

جدول رقم (2-9-1) : ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات السرعة والإتقان

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترقي ب	المستوى
20	تقوم المؤسسة بتزويدنا بأحدث التقنيات و التكنولوجيا لإنجاز الأعمال	3.83	1.07	1	مرتفع
21	نعمل على السرعة في إنجاز العمل	3.61	0.82	2	مرتفع
22	تركز المؤسسة في سياستها على الإتقان و السرعة في إنجاز العمل	3.51	0.89	3	مرتفع
	المتوسط العام	3.65	0.92	-	مرتفع

جدول رقم (2-9-1) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

يتبين من الجدول رقم (2-9-1) أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد المتعلق بالسرعة والإتقان بلغ (3.65) وانحراف معياري (0.92) وقد احتلت الفقرة رقم 20 (تقوم المؤسسة بتزويدنا بأحدث التقنيات و التكنولوجيا لإنجاز الأعمال ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.83) وانحراف معياري (1.07) في حين جاءت الفقرات رقم 22 (تركز المؤسسة في سياستها على الإتقان و السرعة في إنجاز العمل ) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ ( 3.51 ) وانحراف معياري (0.89) ، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكرت أي بقيمة أكبر من (3.40) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر ببعد أخلاقيات العمل المتعلق بالسرعة والإتقان

#### رابعا: احترام الوقت:

جدول رقم (2-10) : التكرارات والنسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لعبارات احترام الوقت

عبارات بعد احترام الوقت	التكرار	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترقي ب	المستوى
أساليب الرقابة المتعلقة بالوقت لإنجاز العمل فاعلة	0	0	3.52	1.07	11	31
	12	15.4	30.8	34.6	24	24
يلتزم الموظفون بالوقت لإنجاز الخدمة	3	3.8	3.43	0.82	7	37
	11	14.1	25.6	34.6	20	20
تقوم فلسفة المؤسسة على الاهتمام بالوقت للزبائن	1	1.3	3.43	0.82	10	28
	12	15.4	34.6	34.6	27	27
تقوم المؤسسة بالرقابة على الدقة في تقديم الخدمة	1	1.3	3.39	0.94	9	28
	13	16.7	34.6	34.6	27	27
تمتلك المؤسسة قدرات ابتكارية عالية في تطوير منتجاتها و خدماتها بصورة مستمرة	1	1.3	3.52	1.01	14	28
	13	16.7	28.2	34.6	22	22
نتيجة محور (احترام الوقت )	6	1.54	3.46	0.95	51	132
	61	15.6	30.7	34.6	120	120

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

بعد دراسة الجدول (2-10) لنتائج بعد (احترام الوقت) نجد أنه حصل على متوسط حسابي بقيمة 3.46 أي موافق حسب مقياس ليكارت الخماسي

جدول رقم (2-10-1) : ترتيب ودرجة موفقية كل عبارة من عبارات احترام الوقت

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترتيب	المستوى
23	أساليب الرقابة المتعلقة بالوقت لإنجاز العمل فاعلة	3.52	0.92	2	مرتفع
24	يلتزم الموظفون بالوقت لإنجاز الخدمة	3.43	0.97	3	مرتفع
25	تقوم فلسفة المؤسسة على الاهتمام بالوقت للزبائن	3.43	0.94	4	مرتفع
26	تقوم المؤسسة بالرقابة على الدقة في تقديم الخدمة	3.39	0.94	5	مرتفع
27	نحترم وقت الزبون أثناء تقديم الخدمة	3.52	1.01	1	مرتفع
	المتوسط العام	3.46	0.95	-	مرتفع

جدول رقم (2-10-1) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

يتبين من الجدول رقم (2-10-1) أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد المتعلق باحترام الوقت بلغ (3.46) وانحراف معياري (0.95) وقد احتلت الفقرة رقم 27 (نحترم وقت الزبون أثناء تقديم الخدمة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.52) وانحراف معياري (1.01) في حين جاءت الفقرة رقم 26 (تقوم المؤسسة بالرقابة على الدقة في تقديم الخدمة) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.39) وانحراف معياري (0.94) ، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكارت أي بقيمة أكبر من (3.40) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر ببعد أخلاقيات العمل المتعلق باحترام الوقت

### 2: الصورة الذهنية

أولاً : الصورة الذهنية الذاتية

جدول رقم (2-11) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة حول

الصورة الذهنية الذاتية

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	يلتزم الموظفون بإعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة	3.93	0.90	1	مرتفع
2	تلتزم المؤسسة بالدقة في تقديم الخدمة	3.60	0.88	4	مرتفع
3	تبادر المؤسسة في المتابعة المستمرة مع الزبون	3.62	1.03	3	مرتفع
4	تمتاز المؤسسة بالسرعة العالية في تقديم الخدمات	3.39	0.95	5	مرتفع
5	تمتلك المؤسسة قدرات ابتكارية عالية في تطوير منتجاتها وخدماتها بصورة مستمرة	3.89	0.99	2	مرتفع
	المتوسط العام	3.68	0.95	-	مرتفع

جدول رقم (2-11) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-11) أن المتوسط العام لفقرات الصورة الذهنية الذاتية بلغ (3.68) وانحراف معياري (0.95) وقد احتلت الفقرة رقم 1 (يلتزم الموظفون بإعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

(3.93) وانحراف معياري (0.90) في حين جاءت الفقرة رقم 4 (تمتاز المؤسسة بالسرعة العالية في تقديم الخدمات) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.39) وانحراف معياري (0.95) ، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكارت أي بقيمة أكبر من (3.40) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بتكوين صورتها الذهنية الذاتية

### ثانيا: الصورة الذهنية المدركة

جدول رقم (2-12) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة حول الصورة الذهنية المدركة

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترقي ب	المستوى
6	المؤسسة كان لها الأثر في تشكيل ذوقي	3.44	0.92	3	مرتفع
7	تمتاز المؤسسة بمصداقيتها	3.55	0.96	2	مرتفع
8	إن إستراتيجية المؤسسة كان لها الأثر في إشباع حاجات و رغبات الزبائن	3.43	0.96	4	مرتفع
9	عندما أنصح الزبائن أوجههم للتعامل مع هذه المؤسسة	3.61	0.84	1	مرتفع
	المتوسط العام	3.50	0.92	-	مرتفع

جدول رقم (2-12) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن المتوسط العام لفقرات الصورة الذهنية المدركة بلغ (3.50) وانحراف معياري (0.92) وقد احتلت الفقرة رقم 9 (عندما أنصح الزبائن أوجههم للتعامل مع هذه المؤسسة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.61) وانحراف معياري (0.84) في حين جاءت الفقرة رقم 8 (إن إستراتيجية المؤسسة كان لها الأثر في إشباع حاجات و رغبات الزبائن) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.43) وانحراف معياري (0.96) ، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكارت أي بقيمة أكبر من (3.40) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بتكوين الصورة الذهنية المدركة لدى زبائنها

### ثالثا : الصورة الذهنية المرغوبة

جدول رقم (2-13) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

### حول الصورة الذهنية المرغوبة

الرقم	العبارة	المتوسط	انحراف المعياري	الترقي ب	المستوى
10	تتمت المؤسسة بتحسين صورتها أمام الزبائن	3.92	0.92	2	مرتفع
11	تعتمد خدمات المؤسسة معيارا للحكم على المقارنة مع خدمات المؤسسات الأخرى	3.58	0.97	3	مرتفع
12	تسعى المؤسسة لأن تكون الرائدة في تقديم خدماتها	3.98	1.01	1	مرتفع
	المتوسط العام	3.82	0.96	-	مرتفع

جدول رقم (2-13) من إعداد الباحث وفق مخرجات برنامج (spss)

يظهر من الجدول السابق أن المتوسط العام لفقرات الصورة الذهنية المرغوبة بلغ (3.82) وانحراف معياري (0.96) وقد احتلت الفقرة رقم 12 (تسعى المؤسسة لأن تكون الرائدة في تقديم خدماتها) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.98) وانحراف معياري (1.01) في حين جاءت الفقرة رقم 11 (تعتمد خدمات المؤسسة معيارا للحكم على المقارنة مع خدمات المؤسسات الأخرى) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.58) وانحراف معياري (0.97) ، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية في معظمها مرتفعة حسب مقياس ليكرات أي بقيمة أكبر من (3.40) مما يدل على اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بتكوين صورتها الذهنية المرغوبة من خلال هذه النتائج نستخلص أن مؤسسة اتصالات الجزائر تولي أهمية كبيرة لتطبيق أخلاقيات العمل وكذلك تهتم كثيرا بتكوين صورتها الذهنية

### المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة وتفسير النتائج

#### الفرع الأول: اختبار الفرضيات

1 - اختبار الفرضية الأولى: " توجد علاقة بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر " للوقوف على صحة أو خطأ هذه الفرضية قمنا باستخدام معامل الارتباط بيرسون لقياس قوة و اتجاه العلاقة بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية، ويوضح الجدول التالي نتائج هذا التحليل.

الجدول رقم (2-14): مصفوفة الارتباط بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية

	أخلاقيات العمل	الصورة الذهنية
أخلاقيات العمل	معامل الارتباط	0,463**
	مستوى المعنوية	0,000
الصورة الذهنية	معامل الارتباط	0,463**
	مستوى المعنوية	0,000

المصدر: تم إعداد الجدول بالاستناد إلى مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط تساوي 0.463 ، بمستوى معنوية ( 0.000) وهذا أقل من مستوى المعنوية (1%) ، وهو ما يعبر عن وجود علاقة متوسطة وهذا لوقوعها في المجال [0.3، 0.7] ، هذا يعني أنه كلما ارتفع العمل وفق أخلاقيات العمل زاد حجم الصورة الذهنية وهذا ما يدل على صحة الفرضية.

2- اختبار الفرضية الثانية: " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر. " للوقوف على صحة أو خطأ هذه الفرضية قمنا باستخدام الانحدار الخطي البسيط وكذا جدول معاملات الانحدار الخطي البسيط لقياس إمكانية وجود تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية والجدولين التاليين يوضحان نتائج هذا التحليل.

- الانحدار الخطي البسيط بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية

جدول رقم (2-15): يوضح الانحدار الخطي البسيط بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية

sig	T	Beta	R <sup>2</sup>	R	تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية
0,000	04.55	0.46	0.215	0.46	

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (2-16): يوضح معنوية معاملات الانحدار الخطي البسيط

النموذج	معاملات غير معيارية		معاملات معيارية	T	Sig
	A	الخطأ المعياري	Bêta		
الثابت	0.981	,593		1.656	,102
أخلاقيات العمل	,722	,158	,463	4,556	,000

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال معطيات الجدول رقم ( 2-16) تتضح متغيرات الانحدار الخطي البسيط لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية، حيث بلغ معامل بيرسون للارتباط بين المتغيرين ( $R = 0.46$ ) وهو متوسط عند مستوى معنوية 0.001 والذي هو اقل من مستوى الدلالة 0.05، في حين بلغ معامل التحديد ( $R^2 = 0.463$ )، كما قدرت درجة التأثير ( $B = 0.46$ ) وبلغت قيمة الاختبار ( $T = 04.55$ ) ومن خلال الجدول رقم (2-16) الذي يوضح معاملات الانحدار الخطي البسيط وعليه نرسم للمتغير التابع الصورة الذهنية  $Y$  والمتغير المستقل أخلاقيات العمل  $X$  بحيث يمكن بناء نموذج الانحدار البسيط كما يلي:

$$Y = 0.46 x + 0.98$$

$$\text{الصورة الذهنية} = 0.46 (\text{أخلاقيات العمل}) + 0.98$$

من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط نستنتج صحة الفرضية الثانية " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة"، وكل تغير بدرجة واحدة في أخلاقيات العمل يحدث تغيير في الصورة الذهنية بدرجة 1.44 ومنه نقبل صحة الفرضية، ونرفض الفرضية العدمية القائلة " لا يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة".



3- اختبار الفرضية الثالثة: " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية لاتصالات الجزائر بورقلة " للوقوف على صحة أو خطأ هذه الفرضية قمنا باستخدام الانحدار الخطي المتدرج وكذا جدول معاملات الانحدار الخطي المتدرج

جدول رقم (2-17): يوضح الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد R-deux	معامل التحديد R-deux ajusté	الخطأ المعياري للتقدير
01	,576 <sup>a</sup>	,332	,295	,53725

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (2-18): معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	T	Sig
	A	الخطأ المعياري	Bêta		
الثابت	1,588	,741		2,145	,035
احترام القوانين و الانظمة	,299	,092	,348	3,262	,002
العدالة وعدم التميز	,096	,143	,065	,673	,503
السرعة والاتقان	-,173	,109	-,170	-1,581	,118
احترام الوقت	,340	,095	,405	3,580	,001

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-17) والذي يوضح الانحدار الخطي المتدرج لأبعاد أخلاقيات العمل والتي تتمثل في ( احترام الانظمة والقوانين، العدالة وعدم التميز، السرعة والاتقان، احترام الوقت) على المتغير التابع الصورة الذهنية، بالإضافة إلى معطيات الجدول رقم (2-18)، تبين أنه لا يوجد تأثير للبعد الثاني والبعث الثالث (العدالة وعدم التميز، السرعة والاتقان) على الصورة الذهنية، في حين سجلنا وجود تأثير للبعدين الأول والرابع (احترام الانظمة والقوانين احترام الوقت) على الصورة الذهنية كما يلي:

$$Y = 0.299 X_1 + 0.340 X_2 + 1.58$$

الصورة الذهنية = 0.299 (احترام الأنظمة والقوانين) + 0.340 (احترام الوقت) + 1.58

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

ومنه نقبل الفرضية البديلة، ونرفض الفرضية العدمية القائلة " لا يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية لاتصالات الجزائر بورقلة " .

4-اختبار الفرضية الرابعة: " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية الذاتية لاتصالات الجزائر بورقلة "

للقوف على صحة أوخطأ هذه الفرضية قمنا باستخدام الانحدار الخطي المتدرج وكذا جدول معاملات الانحدار الخطي المتدرج

جدول رقم (2-19): يوضح الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية الذاتية

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد R-deux	معامل التحديد R-deux ajusté	الخطأ المعياري للتقدير
01	,650 <sup>a</sup>	.423	.391	.56421

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (2-20): معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية الذاتية

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	T	Sig
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	,703	,778		,904	,369
احترام القوانين الانظمة	,286	,096	,294	2,973	,004
العدالة وعدم التمييز	,082	,150	,049	,548	,586
السرعة والالتقان	-,017	,115	-,015	-,151	,880
احترام الوقت	,458	,100	,482	4,583	,000

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-19) والذي يوضح الانحدار الخطي المتدرج لأبعاد أخلاقيات العمل والتي تتمثل في ( احترام الانظمة والقوانين، العدالة وعدم التمييز، السرعة والالتقان، احترام الوقت) على المتغير التابع الصورة الذهنية الذاتية ، بالإضافة إلى معطيات الجدول رقم (2-20)، تبين أنه لا يوجد تأثير للبعد الثاني والبعث الثالث (العدالة وعدم التمييز، السرعة والالتقان) على الصورة الذهنية الذاتية ، في حين سجلنا وجود تأثير للبعدين الأول والرابع (احترام الانظمة والقوانين احترام الوقت) على الصورة الذهنية الذاتية كما يلي:

$$Y = 0.286 X_1 + 0.485 X_2 + 0.70$$

الصورة الذهنية الذاتية = 0.286 (احترام الأنظمة والقوانين) + 0.458 (احترام الوقت) + 0.70

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

ومنه نقبل الفرضية البديعة، ونرفض الفرضية العدمية القائلة " لا يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية الذاتية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة " .

5-اختبار الفرضية الخامسة: " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المدركة لاتصالات الجزائر بورقلة "

للقوف على صحة أو خطأ هذه الفرضية قمنا باستخدام الانحدار الخطي المتدرج وكذا جدول معاملات الانحدار الخطي المتدرج

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد R-deux	معامل التحديد R-deux ajusté	الخطأ المعياري للتقدير
01	,585a	,342	,306	,61983

جدول رقم (2-21): يوضح الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية المدركة

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدو

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	T	Sig
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	2,454	,854		2,872	,005
احترام القوانين والانظمة	,275	,106	,275	2,601	,011
العدالة وعدم التمييز	-,128	,165	-,074	-,775	,441
السرعة والانتقان	-,302	,126	-,255	-2,395	,019
احترام الوقت	,460	,110	,472	4,195	,000

ل

رقم

(2-

22)

:

معام

لات

الانح

دار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية المدركة

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-21) والذي يوضح الانحدار الخطي المتدرج لأبعاد أخلاقيات العمل والتي تتمثل في (احترام الانظمة والقوانين، العدالة وعدم التمييز، السرعة والالتقان، احترام الوقت) على المتغير التابع الصورة الذهنية المدركة ، بالإضافة إلى معطيات الجدول رقم (2-22)، تبين أنه لا يوجد تأثير للبعد الثاني (العدالة وعدم السخيز) على الصورة الذهنية الذاتية ، في حين سجلنا وجود تأثير للأبعاد الأخرى (احترام الانظمة والقوانين ،السرعة والإلتقان ،احترام الوقت) على الصورة الذهنية

المدركة	$Y = 0.275 X_1 - 0.302 X_2 + 0.460 X_3 + 2.45$				كما
يلي:	النموذج	معامل الارتباط	R-deux	R-deux ajusté	الخطأ المعياري للتقدير

الصورة الذهنية الذاتية = 0.275 (احترام القوانين و الأنظمة) - 0.302 (السرعة والالتقان) + 0.460 (احترام الوقت) + 2.45

ومنه نقبل الفرضية البديلة ، ونرفض الفرضية العدمية القائلة " لا يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المدركة بالنسبة لمؤسسة لاتصالات الجزائر بورقلة " .

1 -اختيار الفرضية السادسة: " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المدركة لاتصالات الجزائر بورقلة "

للقوف على صحة أو خطأ هذه الفرضية قمنا باستخدام الانحدار الخطي المتدرج وكذا جدول معاملات الانحدار الخطي المتدرج

جدول رقم (2-23): يوضح الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية المرغوبة

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم (2-24): معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية المرغوبة

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-23) والذي يوضح الانحدار الخطي المتدرج لأبعاد أخلاقيات العمل والتي تتمثل في ( احترام الانظمة والقوانين، العدالة وعدم التمييز، السرعة والالتقان، احترام الوقت) على المتغير التابع الصورة الذهنية المرغوبة ، بالإضافة إلى معطيات الجدول رقم (2-24)، سجلنا وجود تأثير لبعده (احترام القوانين والانظمة) على الصورة الذهنية المرغوبة في حين

لا يوجد تأثير للأبعاد الاخرى ويتج	Y = 0.336 X + 1.60			المعاملات المعيارية	T	Sig
	الثابت	A	الخطأ المعياري	Beta		
	الثابت	1,608	1,107		1,453	,151
	احترام القوانين والانظمة	,336	,137	,299	2,451	,017
	العدالة وعدم التمييز	,333	,213	,173	1,564	,122
	السرعة والالتقان	-,199	,164	-,150	-1,218	,227
	احترام الوقت	,103	,142	,094	,726	,470

لى التأثير كما يلي:

$$\text{الصورة الذهنية المرغوبة} = 0.336 (\text{احترام القوانين والانظمة}) + 1.60$$

ومنه نقبل الفرضية البديق، ونرفض الفرضية العدمية القائلة " لا يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المرغوبة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة " .

2 اختبار الفرضية السابعة : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لأخلاقيات

العمل تعود للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة ، المؤهل العلمي، الموقع الإداري) لأفراد عينة الدراسة

الجدول (2-25): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار مدى وجود فروق معنوية لأهمية تطبيق أخلاقيات العمل تبعا

لمتغيرات أفراد الدراسة الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي، الموقع الإداري)

مصدر التباين	مجموع	درجات	متوسط	قيمة (F)	مستوى الدلالة	النتيجة
--------------	-------	-------	-------	----------	---------------	---------

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

	(Sig.)		المربعات	الحرية	المربعات		
لا توجد فروق	0.281	1.912	0.239	73	17.449	بين المجموعات	الجنس
			0.125	4	0.500	داخل المجموعات	
				77	17.949	المجموع	
لا توجد فروق	0.051	5.605	1.401	73	102.295	بين المجموعات	العمر
			0.250	4	1.000	داخل المجموعات	
				77	103.295	المجموع	
توجد فروق	0.026	8.218	2.055	73	149.987	بين المجموعات	الخبرة
			0.250	4	1.000	داخل المجموعات	
				77	150.987	المجموع	
لا توجد فروق	0.109	3.594	2.246	73	163.962	بين المجموعات	المؤهل العلمي
			0.625	4	2.500	داخل المجموعات	
				77	166.462	المجموع	
لا توجد فروق	0.783	0.676	0.507	73	37.000	بين المجموعات	الموقع الإداري
			0.750	4	3.000	داخل المجموعات	
				77	40.000	المجموع	

\*عند مستوى معنوية ( $P < 0.05$ ).

جدول رقم (2-25) من إعداد الطالب وفق مخرجات برنامج (spss)

نلاحظ من الجدول رقم (2-19) المستخرج من نتائج تحليل التباين الأحادي من برنامج spss والمشار إليه في الملحق انه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعود للمتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، ماعدا في متغير الخبرة المهنية فهناك فروق وهذه النتيجة تدل على أن أفراد عينة الدراسة عند مستوى دلالة ( $P < 0.05$ ). لا يختلفون في نظرهم إلى أهمية أخلاقيات العمل تبعاً لمتغيراتهم الشخصية في اغلب المتغيرات. وعليه يمكن إهمالها وقبول الفرضية التي تنص على " ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لأخلاقيات العمل تعود للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي، الموقع الإداري) لأفراد عينة الدراسة." ورفض الفرضية البديلة التي تنص على وجود فروق.

الفرع الثاني: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة

– الفرضية الأولى : " توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة " من خلال نتائج الجدول رقم (2-14) والمتعلق بنتائج الارتباط بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية يتضح وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغير المستقل أخلاقيات العمل والمتغير التابع الصورة الذهنية، حيث سجلنا معامل ارتباط قدره 0.46 عند مستوى معنوية 0.000 وهذا ما يثبت صحة هذه الفرضية، وهو ما يفسر وجود علاقة إيجابية متوسطة، هذا يعني أنه كلما زادت قيمة أخلاقيات العمل زاد معها حجم الصورة الذهنية وهذا ما يدل على صحة الفرضية، وتتفق نتائج هذه الفرضية مع ما توصلت إليه نتائج دراسة قامت بها صادق زهراء .. بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات .دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية.المديرية الجهوية لولاية بشار الا ان دراسة صادق زهراء كان الارتباط اقوى حيث وصل الى 0.79

– الفرضية الثانية : " يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة " تم اختبار هذه الفرضية باستعمال الانحدار الخطي البسيط بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية، وكذا معاملات الانحدار الخطي البسيط، وقد بينت نتائج الاختبار ومن خلال الجدول رقم (2-15)، والجدول (2-16) بأن هناك ارتباط متوسط ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية أقل من (0,05) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة؛ حيث بلغ الارتباط بين المتغيرين ( $R=0.46$ ) وهو دال احصائيا، في حين بلغ معامل التحديد ( $R^2=0.215$ ) كما قدرت درجة التأثير ( $B= 0.46$ ) بينما بلغت قيمة الاختبار ( $T = 04.55$ ) والذي هو أكبر من مستوى الدلالة 0.05، وعليه نقبل الفرضية القائلة بوجود تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة "، وتتفق ما وصلت إليه هذه الدراسة حسب هذه الفرضية مع بلال خلف السكارنة في دراسته اخلاقيات العمل واثرها في ادارة الصورة الذهنية لمنظمات الاعمال

– الفرضية الثالثة: " يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة " تم اختبار هذه الفرضية باستعمال الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد أخلاقيات العمل والصورة الذهنية، وقد بينت نتائج الاختبار ومن خلال الجدول رقم (2-17)، والجدول (2-18) اتضح عدم وجود تأثير للبعد الثاني والبعد الثالث (العدالة وعدم التمييز، السرعة والالتقان) على الصورة الذهنية، في حين سجلنا وجود تأثير للبعدين الأول والرابع (احترام الانظمة والقوانين، احترام الوقت) على الصورة الذهنية، حيث تبين أنه يوجد تأثير على الصورة الذهنية بدلالة المتغيرين المستقلين والذين يمثلان بعد (احترام القوانين والانظمة و بعد احترام الوقت) كما هو مبين في المعادلة التالية:

$$\text{الصورة الذهنية} = 0.299 (\text{احترام القوانين والانظمة}) + 0.340 (\text{احترام الوقت}) + 1.58$$

وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة التي تقول : " يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية

بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ". وتتفق ما وصلت إليه هذه الدراسة حسب هذه الفرضية مع بلال خلف

السكارنة في دراسته اخلاقيات العمل واثرها في ادارة الصورة الذهنية لمنظمات الاعمال

– الفرضية الرابعة: " يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية الذاتية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة " تم اختبار هذه الفرضية باستعمال الانحدار الخطي المتوج بين ابعاد أخلاقيات العمل والصورة الذهنية الذاتية، وقد بينت نتائج الاختبار ومن خلال الجدول رقم (2-17)، والجدول (2-18) اتضح عدم وجود تأثير للبعد الثاني والبعد الثالث (العدالة وعدم التمييز، السرعة والالتقان) على الصورة الذهنية، في حين سجلنا وجود تأثير للبعدين الأول والرابع

(احترام القوانين والانظمة، احترام الوقت) على الصورة الذهنية، حيث تبين أنه يوجد تأثير على الصورة الذهنية بدلالة المتغيرين المستقلين والذين يمثلان بعد احترام الانظمة والقوانين و بعد احترام الوقت كما هو مبين في المعادلة التالية:

$$\text{الصورة الذهنية الذاتية} = 0.286 (\text{احترام الأنظمة والقوانين}) + 0.458 (\text{احترام الوقت}) + 0.70$$

وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة التي تقول: "يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية الذاتية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة". وجاءت هذه الدراسة عكس النتائج مثل التي جاءت بها دراسة التي قام بها كل من: د. فالخ عبد القادر الحوري د. ممدوح الزيادات، أهـايل عباينة. بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"

**الفرضية الخامسة:** "يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية المدركة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة" تم اختبار هذه الفرضية باستعمال الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد أخلاقيات العمل والصورة الذهنية المدركة، وقد بينت نتائج الاختبار ومن خلال الجدول رقم (2-17)، والجدول (2-18) اتضح عدم وجود تأثير للبعد الثاني والبعده الثالث (العدالة وعدم التميز، السرعة والاتقان) على الصورة الذهنية، في حين سجلنا وجود تأثير للبعدين الأول والرابع (احترام القوانين والانظمة، احترام الوقت) على الصورة الذهنية، حيث تبين أنه يوجد تأثير على الصورة الذهنية بدلالة المتغيرين المستقلين والذين يمثلان بعد احترام الانظمة والقوانين و بعد احترام الوقت كما هو مبين في المعادلة التالية:

$$\text{الصورة الذهنية الذاتية} = 0.275 (\text{احترام القوانين و الأنظمة}) - 0.302 (\text{السرعة والاتقان}) + 0.460 (\text{احترام الوقت}) + 2.45$$

وهذا ما يثبت صحة الفرضية الخامسة التي تقول: "يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية المدركة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة". وجاءت هذه الدراسة عكس النتائج مثل التي جاءت بها دراسة التي قام بها كل من: د. فالخ عبد القادر الحوري د. ممدوح الزيادات، أهـايل عباينة. بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"

**الفرضية السادسة:** "يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية المرغوبة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة" تم اختبار هذه الفرضية باستعمال الانحدار الخطي المتدرج بين ابعاد أخلاقيات العمل والصورة الذهنية المرغوبة، وقد بينت نتائج الاختبار ومن خلال الجدول رقم (2-17)، والجدول (2-18) اتضح عدم وجود تأثير للبعد الثاني والبعده الثالث (العدالة وعدم التميز، السرعة والاتقان) على الصورة الذهنية، في حين سجلنا وجود تأثير للبعدين الأول والرابع (احترام القوانين والانظمة، احترام الوقت) على الصورة الذهنية، حيث تبين أنه يوجد تأثير على الصورة الذهنية بدلالة المتغيرين المستقلين والذين يمثلان بعد احترام الانظمة والقوانين و بعد احترام الوقت كما هو مبين في المعادلة التالية:

$$\text{الصورة الذهنية المرغوبة} = 0.336 (\text{احترام القوانين والانظمة}) + 1.60$$

وهذا ما يثبت صحة الفرضية السادسة التي تقول: "يختلف تأثير أخلاقيات العمل باختلاف أبعادها على الصورة الذهنية المرغوبة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة". وتتفق ما وصلت إليه هذه الدراسة حسب هذه الفرضية مع ما جاءت بها دراسة التي قام بها كل من: د. فالخ عبد القادر الحوري د. ممدوح الزيادات، أهـايل عباينة. بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"

**الفرضية السابعة:** "يوجد اختلاف ذو دلالة احصائية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة يعود للمتغيرات الديمغرافية".



تم اختبار هذه الفرضية باستعمال اختبار تحليل التباين One way Anova لمتغيرات الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة وكذا الموقع الاداري، فمن خلال الجدول (2-19) نلاحظ أن مستوى الدلالة للمتغير الخبرة (0.026) جاء اقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 في حين مستوى الدلالة للمتغيرات الاخرى الجنس (0.281) و العمر (0.051) والمؤهل العلمي (0.109) والموقع الاداري (0.783) جاءت اكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ، وهذا ما يثبت عدم وجود دلالة احصائية، ومن خلال كل ذلك نستنتج أنه لا يوجد اختلاف ذو دلالة احصائية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بجهود للمتغيرات الجنس،العمر،الخبرة، المؤهل العلمي، الموقع الاداري، وعليه فإننا نرفض الفرضية السابعة " يوجد اختلاف ذو دلالة احصائية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة بجهود للمتغيرات الديمغرافية "، ونقبل الفرضية العدمية، وجاءت النتائج مثل التي جاءت بها دراسة قام بها كل من د. فالخ عبد القادر الحوري د. ممدوح الزيادات،أ.هايل عابننه .بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"

### خلاصة الفصل:

تم من خلال هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، وقد اقتصرَت الدراسة على 78 استبيان صالح للتحليل الاحصائي من أصل 100 استبيان، تم استخدام الأساليب الاحصائية، كاستعانة ببرنامج Spss 19 من أجل اختبار فرضيات الدراسة وهذا من خلال جمع البيانات الخاصة بالدراسة وتحليلها بهدف الوصول إلى النتائج التي مكنتنا من استنتاج قبول جميع فرضيات الدراسة.

الخاتمة

الخاتمة :

تم التطرق في هذه الدراسة إلى العديد من الجوانب التي تدخل ضمن إطار أخلاقيات العمل في المؤسسة الخدمية، بحيث تناولت الدراسة مفاهيم حول أخلاقيات العمل وعناصرها ومصادرها، كما تم الوقوف أيضا على أهم أبعادها، بالإضافة إلى ذلك تم التطرق إلى الصورة الذهنية للمؤسسة، مفهومها وأنواعها وطبيعتها، إلى جانب أبرز الأبعاد المؤثرة في الصورة الذهنية، وكان الغرض من هذا الاستعراض هو التعمق في السياق المفاهيمي للدراسة من أجل توضيح اتجاه الدراسة والعلاقة التي تربط بين متغيرات الدراسة؛ وقد تم طرح الإشكالية الرئيسية التالية: " ما مدى تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ؟ "

في نفس الوقت تم طرح الفرضية الرئيسية التالية: " توجد علاقة بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ".

هذا وقد كانت الدراسة التطبيقية عبارة عن دراسة عينة من العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة وبعض زبائنها، حيث تم التطرق في هذا الجانب إلى استعراض مجموعة من الأدوات والطرق من الأساليب الإحصائية المناسبة لغرض معالجة وتحليل معطيات الاستبيان، بالإضافة إلى تحديد اتجاه آراء أفراد العينة من خلال تحليل معطيات SPSS لمعرفة توجهات المستجوبين هل يوجد تأثير لأخلاقيات العمل بحسب أبعادها على الصورة الذهنية بأنواعها. من خلال الدراسة التي قمنا بها وسعينا للإلمام بكل جوانبها توصلنا إلى مختلف النتائج على المستويين النظري والتطبيقي.

النتائج النظرية للدراسة

- ✓ تعتبر أخلاقيات العمل امر هام ومؤثر في الصورة الذهنية للمؤسسة ؛
- ✓ هناك العديد من ابعاد اخلاقيات العمل تؤثر في الصورة الذهنية المدركة
- ✓ هناك البعض من ابعاد اخلاقيات العمل تؤثر في الصورة الذهنية الذاتية
- ✓ هناك بعد واحد من الابعاد المدروسة لاخلاقيات العمل تؤثر في الصورة الذهنية المرغوبة
- ✓ هناك تأثير لاخلاقيات العمل مجتمعة في الصورة الذهنية ككل

النتائج التطبيقية للدراسة

- ✓ توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أخلاقيات العمل والصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، بمعامل ارتباط قدره 46 % ، ومستوى معنوية (0.000).
- ✓ يوجد تأثير لأخلاقيات العمل على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة بنسبة 21.50 % في الصورة الذهنية (معامل التحديد  $R^2$ ).
- ✓ يوجد تأثير أخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.
- ✓ يوجد تأثير أخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية الذاتية بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.
- ✓ يوجد تأثير أخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المدركة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.
- ✓ يوجد تأثير أخلاقيات العمل بحسب أبعاده على الصورة الذهنية المرغوبة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.
- ✓ ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية في إجابات عينة الدراسة لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية يعود للمتغيرات الديمغرافية.

### توصيات الدراسة :

من خلال هذه الدراسة يمكن استخلاص التوصيات الواردة في النقاط الموالية :

- ضرورة إهتمام المؤسسات الخدمية بأخلاقيات العمل؛
- تعميم مادة أخلاقيات العمل في سنة التخرج لكل المستويات و التخصصات بالجامعات.
- ضرورة القيام بدراسات في هذا المجال في مؤسسات وقطاعات اخرى كالجامعات والمستشفيات
- توصي هذه الدراسة بضرورة قيام مؤسسة اتصالات الجزائر بالتركيز على بناء صورة إيجابية لخدماتها، بهدف الحفاظ على متعاملها وفرصها التسويقية.
- يتوجب على مؤسسة اتصالات الجزائر أن تهتم أكثر بابعاد اخلاقيات العمل جميعها للحفاظ وترسيخ صورتها المرغوبة.
- الابتعاد قدر الإمكان عن مبدأ الغاية تبرر الوسيلة كمبرر للفضائح الأخلاقية
- على المؤسسات تبني مفهوم " ربح + أخلاق " من أجل كسب جميع أصحاب المصالح
- إنشاء ميثاق أخلاقي ذو بعد اجتماعي ملزم للأفراد في المؤسسات على مختلف مستوياتهم الوظيفية
- إعطاء كل عامل من العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية أهمية بالغة لأن تشكيل الصورة يتوقف على تكامل كافة العوامل لتعطينا في النهاية صورة ذهنية للمؤسسة اما سلبية او ايجابية مثل العوامل الشخصية والاجتماعية والاعلامية والثقافية والاخلاقية والتي ترسم صورة المؤسسة

### آفاق الدراسة:

تجدر الاشارة إلى أنه توجد العديد من المحاور يمكنها أن تمتح بالإضافة إلى هذه الدراسة، والتي هي بدورها تبقى مجالاً للبحث ويمكن ابراز اهمها في ما يلي:

- للدراسة دور أخلاقيات العمل في بناء الصور الذهنية للزبائن
- للدراسة علاقة اخلاقيات العمل بنجاح المؤسسات الخدمية

# قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

- 1 -لطاهر محسن منصور ألعالي , المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال , دار وائل للنشر و التوزيع , 2005
- 2 -حجاب محمد منير،الاتصال الفعال للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر، الطبعة الأولى، 2007،
- 3 -علي عجوة .العلاقات العامة و الصورة الذهنية ،(عالم الكتب ،الطبعة الأولى القاهرة1983 )
- 4 -د بلال خلف السكارنة ،اخلاقيات العمل وأثرها في تكوين الصورة الذهنية في منظمات الاعمال ، دراسة ميدانية على شركات الاتصالات الاردنية ،دار المسيرة للطباعة والنشر،عمان،الاردن 2003،
- 5 -داولينغ غراهام . تكوين سمعة الشركة - الهوية و الصورة و الأداء . (دار العبيكان :الرياض 2003 )
- 6 محمد فلاح القضاة وسحر محمد حميس، "الصورة الذهنية لقناة الجزيرة و الجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي"،المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية ،العدد 1. 2008
- 7 -مصطفى محمود أبو بكر ،التنظيم الإداري في المنظمات المعاصرة ،الدار الجامعية ،الإسكندرية2005

ثانياً: المقالات والبحوث العلمية :

- 8 -أ.بوظرفة صورية .مداخلة بعنوان اخلاقيات العمل من منظور الفكر الاقتصادي الاسلامي.جامعة محمد بوضياف أمسيلة.
- 9 - المختار الإداري العدد 12 ديسمبر 2002 ص 8 (مقال مترجم لجون مازيوتي)
- 10 باية وقنوبي ،"أثر العلاقات العامة على المستهلك النهائي"،مذكرة ماجستير ،(جامعة أمحمد بوقرة بومرداس،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ،قسم العلوم التجارية، 2007-2008 )،(منشورة)،
- 11 صادق زهراء .رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراء .بعنوان ادارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات .دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية.المديرية الجهوية لولاية بشار.جامعة ابي بكر بلقايد.تلمسان الجزائر موسم 2015/2016

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

الملاحق





جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



2 ماستر تسويق الخدمات

قسم العلوم التجارية تخصص :

الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته , و بعد :

أضع بين أيديكم هذا الاستبيان و الذي يعد جزء من دراسة حول: " تأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية ( دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة )

يرجى منكم قراءة الاستبيان بعناية و اختيار ما يتناسب مع وجهات نظركم حول بنود الاستبيان، و يلاحظ أنه لا توجد إجابات صحيحة و إجابات خاطئة ، إنما الإجابات المختارة هي التي تعبر عن وجهة نظركم بصدق و أمانة ، و نود التأكيد على أن هذا الاستبيان يستخدم فقط لأغراض البحث العلمي و سوف نحافظ على سرية المعلومات المتعلقة بها ، لذا نرجو منكم التكرم و التعاون في الإجابة بعناية و دقة و موضوعية على العبارات بوضع علامة x أمام الاختيار المناسب كما ترونها بما يلي أهداف هذه الدراسة.

مع خالص التحية و الاحترام و التقدير

**الجزء الأول:** أرجو التكرم بوضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تمثل معلوماتكم

المعلومات الشخصية:

الجنس : ذكر  أنثى

العمر: أقل من 30 سنة  من 31 إلى 35  36 إلى 40  أكثر من 40

الخبرة:  من 5 سنوات  من 6 إلى 10 سنوات  من 1 إلى 15 سنة

من 16 إلى 20 سنة  أكثر من 20 سنة

المؤهل العلمي: بكالوريا  سانس  ماستر/ماجستير  دكتورا  غير ذلك:.....

الموقع الإداري: مدير  نائب مدير  مصلحة  موظف  غير ذلك:.....

الجزء الثاني: (أخلاقيات العمل) الرجاء وضع إشارة (x) أمام العبارة التي تعكس رأيكم

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	يلتزم الموظفون بأخلاقيات العمل					
02	يعمل الموظفون من أجل خدمة المصلحة العامة					
03	يطبق الموظفون الأنظمة و القوانين					
04	يحرص الموظفون على أموال المؤسسة					
05	يحافظ الموظفون على أسرار المؤسسة					
06	يتأثر عمل الموظفين بالعلاقات الشخصية					
07	أساليب الرقابة على عمل الموظفين غير فعالة					
08	التنظيم الرسمي هو السائد في المؤسسة					
09	تعميق المحسوبية عمل الموظفين					
10	تؤدي الوساطة إلى تأخير عمل الموظفين					
11	تساعد الأنظمة و التعليمات على إنجاز المعاملات بسرعة					
12	شعورك بعدالة تطبيق التعليمات أثر إيجابي على التزامك بالأنظمة والتعليمات					
13	توفر أخلاقيات العمل فرص للعدالة الوظيفية					
14	تساعد أخلاقيات العمل على الحد من الضعف الإداري					
15	تريد أخلاقيات العمل من ولاء الموظفين و انتمائهم					
16	تساهم أخلاقيات العمل في تخفيض نسب الفساد					
17	تتعامل المؤسسة بعدالة و عدم التمييز بين الموظفين					
18	تعطى الحوافز للموظفين على أساس معيار الكفاءة و التمييز					
19	يتم التعيين و الترقية على معيار الكفاءة					
20	تقوم المؤسسة بتزويدنا بأحدث التقنيات و التكنولوجيا لإنجاز الأعمال					
21	نعمل على السرعة في إنجاز العمل					
22	تركز المؤسسة في سياستها على الإتقان و السرعة في إنجاز العمل					
23	أساليب الرقابة المتعلقة بالوقت لإنجاز العمل فاعلة					
24	يلتزم الموظفون بالوقت لإنجاز الخدمة					
25	تقوم فلسفة المؤسسة على الاهتمام بالوقت للزبائن					
25	تقوم المؤسسة بالرقابة على الدقة في تقديم الخدمة					
27	نحترم وقت الزبون أثناء تقديم الخدمة					

الجزء الثالث ( الصورة الذهنية) :الرجاء وضع إشارة (x) أمام العبارة التي تعكس رأيكم

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	يلتزم الموظفون بإعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة					
02	تلتزم المؤسسة بالدقة في تقديم الخدمة					
03	تبادر المؤسسة في المتابعة المستمرة مع الزبون					
04	تمتاز المؤسسة بالسرعة العالية في تقديم الخدمات					
05	تمتلك المؤسسة قدرات ابتكارية عالية في تطوير منتجاتها وخدماتها بصورة مستمرة					
06	المؤسسة كان لها الأثر في تشكيل ذوقي					
07	تمتاز المؤسسة بمصداقيتها					
08	إن إستراتيجية المؤسسة كان لها الأثر في إشباع حاجات و رغبات الزبائن					
09	عندما أنصح الزبائن أوجههم للتعامل مع هذه المؤسسة					
10	تهتم المؤسسة بتحسين صورتها أمام الزبائن					
11	تعتمد خدمات المؤسسة معيارا للحكم على المقارنة مع خدمات المؤسسات الأخرى					
12	تسعى المؤسسة لأن تكون الرائدة في تقديم خدماتها					

ملحق (02) معاملات الفا لابعاد متغيرات الدراسة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,843	5

ملحق (03) معامل الفا كرونباخ لبعء : احترام القوانين والانتظمة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,715	14

ملحق (04) معامل الفا كرونباخ لبعء : العدالة وعدم التحيز

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,852	5

معامل الفا كرونباخ لبعء : احترام الوقت

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,385	3

معامل الفا كرونباخ لبعء : السرعة والإتقان

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,812	5

معامل الف كرونباخ لبعء : الصورة الذهنية الذاتية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,821	4

معامل الف كرونباخ لبعء : الصورة الذهنية الذاتية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,826	3

معامل الف كرونباخ لبعء : الصورة الذهنية الذاتية

ملحق (03) الانحدار الخطي المتدرج والبسيط ومعاملات الارتباط لابعاد متغيرات الدراسة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,576 <sup>a</sup>	,332	,295	,53725

a. Valeurs prédites : (constantes), , الصورة الذهنية و أخلاقيات العمل و المتغيرات المستقلة

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,588	,741		2,145	,035
	احترام الانظمة والقوانين	,299	,092	,348	3,262	,002
	العدالة وعدم التمييز	,096	,143	,065	,673	,503
	السرعة والالتقان	-,173	,109	-,170	-1,581	,118
	احترام الوقت	,340	,095	,405	3,580	,001

معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية

Corrélations

	اخلاقيات العمل	الصورة الذهنية
Corrélacion de Pearson	1	,463**
Sig. (bilatérale)		,000
N	78	78
Corrélacion de Pearson	,463**	1
Sig. (bilatérale)	,000	
N	78	78

مصفوفة الارتباط بين أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية

ملحق (04) معاملات الانحدار الخطي المتدرج

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,703	,778		,904	,369
احترام الانظمة والقوانين	,286	,096	,294	2,973	,004
العدالة وعدم التمييز	,082	,150	,049	,548	,586
السرعة والالتقان	-,017	,115	-,015	-,151	,880
احترام الوقت	,458	,100	,482	4,583	,000

معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية الذاتية

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,454	,854		2,872	,005
احترام الانظمة والقوانين	,275	,106	,275	2,601	,011
العدالة وعدم التمييز	-,128	,165	-,074	-,775	,441
السرعة والالتقان	-,302	,126	-,255	-2,395	,019
احترام الوقت	,460	,110	,472	4,195	,000

معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية المدركة

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,608	1,107		1,453	,151
احترام الانظمة والقوانين	,336	,137	,299	2,451	,017
العدالة وعدم التمييز	,333	,213	,173	1,564	,122
السرعة والالتقان	-,199	,164	-,150	-1,218	,227
احترام الوقت	,103	,142	,094	,726	,470

معاملات الانحدار الخطي المتدرج بين أبعاد أخلاقيات العمل و الصورة الذهنية المرغوبة

Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,981	,593		1,656	,102
اخلاقيات العمل	,722	,158	,463	4,556	,000

a. Variable dépendante : الصورة الذهنية

معنوية الانحدار الخطي البسيط

ملحق (05) تكرارات ونسب المتغيرات الديموغرافية

جنس المجيب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	50	64,1	64,1	64,1
أنثى	28	35,9	35,9	100,0
Total	78	100,0	100,0	

جدول التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس

عمر المجيب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 30 سنة	22	28,2	28,2	28,2
من 31 الى 35 سنة	19	24,4	24,4	52,6
من 36 الى 40 سنة	17	21,8	21,8	74,4
أكثر من 40 سنة	20	25,6	25,6	100,0
Total	78	100,0	100,0	

جدول التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر

الخبرة المهنية للمجيب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 5 سنوات	31	39,7	39,7	39,7
من 6 الى 10 سنوات	17	21,8	21,8	61,5
من 11 الى 15 سنة	14	17,9	17,9	79,5
من 16 الى 20 سنة	6	7,7	7,7	87,2
أكثر من 20 سنة	10	12,8	12,8	100,0
Total	78	100,0	100,0	

جدول التكرارات والنسب المئوية لمتغير الخبرة

المؤهل العلمي للمجيب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide بكالوريا	18	23,1	23,1	23,1
ليسانس	32	41,0	41,0	64,1
ماستر/ماجستير	8	10,3	10,3	74,4
دكتورا	2	2,6	2,6	76,9
غير ذلك	18	23,1	23,1	100,0
Total	78	100,0	100,0	

جدول التكرارات والنسب المئوية لمتغير المؤهل العلمي

ملحق (06) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

وتحليل التباين الاحادي للمتغيرات الديموغرافية

الموقع الإداري

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide مدير	1	1,3	1,3	1,3
نائب مدير	1	1,3	1,3	2,6
رئيس مصلحة	11	14,1	14,1	16,7
موظف	49	62,8	62,8	79,5
غير ذلك	16	20,5	20,5	100,0
Total	78	100,0	100,0	

جدول التكرارات والنسب المئوية لمتغير الموقع الإداري

Statistiques descriptive

	N	Moyenne	Ecart type
احترام الأنظمة والقوانين	78	3,8744	,74423
العدالة وعدم التمييز	78	3,8828	,43349
السرعة والإتقان	78	3,6538	,62751
احترام الوقت	78	3,4641	,76243
N valide (listwise)	78		

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد أخلاقيات العمل

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
جنس المجيب	Inter-groupes	17,449	73	,239	1,912	,281
	Intra-groupes	,500	4	,125		
	Total	17,949	77			
عمر المجيب	Inter-groupes	102,295	73	1,401	5,605	,051
	Intra-groupes	1,000	4	,250		
	Total	103,295	77			
المؤهل العلمي للمجيب	Inter-groupes	163,962	73	2,246	3,594	,109
	Intra-groupes	2,500	4	,625		
	Total	166,462	77			
الموقع الإداري	Inter-groupes	37,000	73	,507	,676	,783
	Intra-groupes	3,000	4	,750		
	Total	40,000	77			
الخبرة المهنية للمجيب	Inter-groupes	149,987	73	2,055	8,218	,026
	Intra-groupes	1,000	4	,250		
	Total	150,987	77			

نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار مدى وجود فروق معنوية لأهمية تطبيق أخلاقيات العمل تبعاً لمتغيرات

أفراد الدراسة الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي، الموقع الإداري)



# الفهرس

## الفهرس

الصفحة	العنوان
III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال البيانية
IX	قائمة الملاحق
ب	المقدمة
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لأخلاقيات العمل والصورة الذهنية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: اخلاقيات العمل
3	المطلب الأول: ماهية اخلاقيات العمل
3	الفرع الأول: مفهوم اخلاقيات العمل
3	الفرع الثاني: اهمية اخلاقيات العمل
4	المطلب الثاني: مصادر وعناصر الأخلاقيات في المؤسسة
5	الفرع الأول: مصادر الاخلاقيات في المؤسسة
6	الفرع الثاني:عناصر اخلاقيات العمل
6	المطلب الثالث: اثار اخلاقيات العمل
6	الفرع الاول :اثارها على العلاقة بين العاملين والادارة
6	الفرع الثاني: اثارها على العلاقة بين العاملين
6	الفرع الثالث : اثارها على العلاقة مع الموردين
7	الفرع الرابع: اثارها على العلاقة مع العملاء
7	الفرع الخامس: اثارها على العلاقة مع المستثمرين
7	المطلب الرابع:اخلاقيات كل مهنة ومقترحات معرفية لتنمية الأخلاقيات
7	الفرع الأول:الاخلاقيات الاساسية التي لا بد من توافرها في أي مهنة او عمل
8	الفرع الثاني:مقترحات معرفية لتنمية اخلاقيات العمل
8	المبحث الثاني: الصورة الذهنية
9	المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية

9	الفرع الأول: تعريف الصورة الذهنية
9	الفرع الثاني: طبيعة الصورة الذهنية
10	الفرع الثالث: أهمية الصورة الذهنية
10	المطلب الثاني: خصائص وانواع ومكونات الصورة الذهنية
10	الفرع الأول: خصائص الصورة الذهنية
11	الفرع الثاني: انواع الصورة الذهنية
12	الفرع الثالث: مكونات الصورة الذهنية
13	المطلب الثالث: تخطيط وتنفيذ برامج الصورة الذهنية للمؤسسة والعوامل المؤثرة فيها
13	الفرع الأول: تخطيط وتنفيذ برامج الصورة الذهنية
13	الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للمؤسسة
13	المبحث الثالث : الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها
13	المطلب الأول : الدراسات السابقة
13	الفرع الأول: الدراسات السابقة التي تناولت موضوع أخلاقيات العمل
14	الفرع الثاني : الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الصورة الذهنية
16	المطلب الثاني : موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
17	خاتمة الفصل
الفصل الثاني : دراسة تطبيقية لتأثير أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية	
19	تمهيد
20	المبحث الأول : طريقة وأدوات الدراسة
20	المطلب الأول : طريقة جمع البيانات
20	الفرع الأول : مجتمع الدراسة واختيار المؤسسة اتصالات الجزائر
20	الفرع الثاني : متغيرات الدراسة
21	الفرع الثالث : تلخيص معطيات الدراسة
21	المطلب الثاني : الأدوات والأساليب المستخدمة في الدراسة
21	الفرع الأول : أداة الدراسة
22	الفرع الثاني : الأساليب الاحصائية المستخدمة
22	الفرع الثالث : ثبات وصدق أداة الدراسة
24	المبحث الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
24	المطلب الأول : تحليل نتائج الدراسة
24	الفرع الأول : تحليل النتائج المتعلقة بالخصائص الديموغرافية للعينة
26	الفرع الثاني : تحليل النتائج المتعلقة بلتجاهات أفراد العينة

33	المطلب الثاني : اختبار فرضيات الدراسة وتفسير النتائج
33	الفرع الأول: اختبار الفرضيات
40	الفرع الثاني: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة
43	خلاصة الفصل
44	الخاتمة
47	المراجع
49	الملاحق
58	الفهرس