



توسيط الفخر التنظيمي في العلاقة بين إدراك

السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي

(دراسة تطبيقية على أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة)

إعداد

د. محمود عبدالعزيز المنسي

أستاذ مساعد إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة المنصورة

[elmansi.m.a@gmail.com](mailto:elmansi.m.a@gmail.com)

مجلة البحوث التجارية - كلية التجارة جامعة الزقازيق

المجلد الخامس والأربعين - العدد الثالث يوليه 2023

رابط المجلة: <https://zcom.journals.ekb.eg/>

## ملخص البحث:

تناول البحث العلاقة المباشرة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي، وغير المباشرة من خلال الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً، وذلك بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس ومعاونهم بجامعة المنصورة في مصر، وأجري البحث على عينة قوامها (362) مفردة، وتم جمع البيانات الأولية باستخدام قائمة استقصاء تم توزيعها على مفردات العينة، وبلغ عدد قوائم الاستقصاء الصحيحة (341) قائمة بمعدل استجابة (94.2%). وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لإدراك السمعة التنظيمية على كل من الفخر التنظيمي والتماثل التنظيمي، كما تبين وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر للفخر التنظيمي على التماثل التنظيمي، كذلك اتضح إن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس في جامعة المنصورة.

**الكلمات المفتاحية:** السمعة التنظيمية، الفخر التنظيمي، التماثل التنظيمي، جامعة المنصورة.

## المقدمة:

تعتبر السمعة التنظيمية أحد الموجودات غير الملموسة التي تحرص المنظمات على بنائها والمحافظة عليها لأهميتها في بقائها واستمراريتها؛ إذ تمكن السمعة الجيدة من استقطاب أفضل الكفاءات الوظيفية وجذب المستثمرين ومن ثم الوصول إلى الاستدامة التي تجعلها قادرة على تحقيق المنافع لمختلف أصحاب المصالح المتعاملين معها. إن تكوين السمعة الإيجابية أصبح هدفاً رئيسياً تسعى إليه كل المنظمات الربحية وغير الربحية من خلال تحقيق مستوى أداء يتفق مع احتياجات المستفيدين، حيث تؤدي السمعة دوراً أساسياً في كسب الثقة لأية منظمة، فهي تمثل أحد أقوى الركائز التي تقوم عليها المنظمات وتعمل من خلالها، وبدونها لن تنجح المنظمة في تحقيق أهدافها، فالسمعة الجيدة ترفع من قيمة ما تقوله المنظمة أو تفعله، بينما تقلل السمعة الرديئة من قيمة منتجات المنظمة وخدماتها (Deniz, 2020; Esenet *al.*, 2021).

تحتاج المنظمات في الوقت الحالي عاملين يشعرون بالفخر والتباهي بالعمل فيها، وعلى كافة الاستعداد لفعل ما بوسعهم لدعم وتطوير نجاح منظماتهم التي ينتمون إليها. إن الفخر التنظيمي شعور إيجابي يرتبط بقدرة العاملين على تقييم مواقف وأحداث معينة كالنجاح المدرك لأدائهم أنفسهم، وتحقيق نجاحات متميزة، وقدرتهم على تقييم تلك النجاحات والتي ربما ترجع لعوامل ذاتية أو داخلية مثل الشخصية أو القدرات أو الجهود وهو ما يعرف بالإسناد أو العزو الداخلي، كذلك يمكن أن يشعر العاملون بالفخر التنظيمي استناداً على أداء زملائهم بالعمل أو تحقيق منظماتهم إنجازات متميزة والتي ربما لا ترجع إلى إسهاماتهم الشخصية، ولكن يشترط لتحقيق الفخر في هذه الحالة وجود حاجة قوية للعاملين للانتماء إلى المنظمة وهو ما يعرف بالإسناد أو العزو الخارجي (Gouthier and Rhein, 2011؛ مرزوق، وآخرون، 2020).

ولما كانت المنظمات تواجه كثيراً من التحديات المتزايدة نظراً للتغيرات البيئية المستمرة والمتلاحقة فإنه يجب عليها تنمية شعور العاملين بأنهم جزءاً لا يتجزأ منها، وعنصر مهم من عناصر تحقيق أهدافها؛ بما يدفعهم إلى الامتثال لقيمها وعكس أفكارها، وحثهم على الدفاع بقوة عن سياساتها وتوجهاتها المستقبلية، والشعور بالانتماء والولاء لها، ويطلق على هذه الحالة من الارتباط القوي بين العاملين والمنظمة بالتمثال التنظيمي. إن التماثل التنظيمي يعكس شعور العاملين بأن مصيرهم مرتبط بمصير منظماتهم؛ وهو ما يستوجب عليهم الحرص التام عند اتخاذ القرارات أن تراعى مصالح المنظمة، والعمل بتفانٍ عند القيام بمسؤولياتهم وواجباتهم الوظيفية، والالتزام التام

بقيم منظماتهم، وتوثيق الروابط والعلاقات فيما بينهم وبين منظماتهم (الصاوي، 2021؛ طه، 2021؛ Harahshehet *al.*, 2023).

وبناءً على الاهتمام الذي حظى به موضوع إدراك السمعة التنظيمية، والدور الذي يمكن أن يقوم به كل من إدراك السمعة التنظيمية، والفخر التنظيمي في تحسين التماثل التنظيمي، فإن البحث الحالي يسعى إلى تحليل العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة في مصر، مع تناول دور الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً في تلك العلاقة، حيث يأمل أن تساعد نتائج هذا البحث الجامعات المصرية بوجه عام، وجامعة المنصورة بوجه خاص على تحسين التماثل التنظيمي، وما يستتبع ذلك من ضرورة تحسين السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي.

ويعرض الباحث فيما يأتي أدبيات البحث، ومشكلة البحث وتساؤلاته، وأهداف البحث، وأهميته، وفروجه، يلي ذلك توضيح لمنهجية البحث، ثم عرض لنتائج البحث، ومناقشة لهذه النتائج وتفسيرها، وتوضيح لأهم توصيات البحث، ودلالات البحث، وأخيراً محددات البحث وتوجهات لبحوث مستقبلية.

## أولاً: أدبيات البحث

تشمل أدبيات البحث الإطار النظري الذي يتضمن مفاهيم، وأبعاد متغيرات البحث، وعرض لعدد من الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بهذه المتغيرات والتي أتاحت للباحث فرصة الاطلاع عليها، وذلك على النحو الآتي:

### 1- الإطار النظري:

وفيه يعرض الباحث مفاهيم، وأبعاد متغيرات البحث، وذلك على النحو الآتي:

#### 1/1- السمعة التنظيمية **Organizational Reputation**:

ركزت البحوث الإدارية على دراسة مفهوم السمعة التنظيمية باعتباره مجهوداً مؤسسياً واسعاً يُعبر عن "الأصول التنظيمية الأكثر قيمة" والتي تساعد المنظمات في تحقيق النجاح والازدهار؛ فالسمعة الجيدة للمنظمات تؤدي إلى زيادة إدراك أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين تجاه ممارسات إدارة السمعة التنظيمية التي تتيح فرص زيادة الأرباح، وزيادة الروح المعنوية للعاملين الحاليين، واجتذاب العاملين الموهوبين (Yadiati, 2019; Anani-Bossman, 2021).

ولقد استحوذ مفهوم السمعة التنظيمية على اهتمام العديد من الباحثين. فعرفت السمعة التنظيمية على أنها: "التقييم الكلي للمنظمة من قبل أصحاب المصالح لأفعال المنظمة الماضية وآفاقها المستقبلية التي تصف جاذبيتها عند مقارنتها بالمنظمات المنافسة" (Fombrunet al., 2000)، وعرفت على أنها: "أصل غير ملموس يصعب تقليده أو محاكاته الذي يعكس التقييم الجماعي من قبل أصحاب المصالح خلال فترة زمنية معينة" (Pfarrer et al., 2010)، كذلك عرفت بأنها: "مجموعة من المعتقدات الجماعية حول قدرة المنظمة على تلبية احتياجات وتوقعات أصحاب المصالح" (Beheshtifarand Korouki, 2013)، وعرفت بأنها: "تصورات وانطباعات أصحاب المصالح حول مدى استجابة المنظمة لتلبية مطالبهم وتوقعاتهم بناءً على التفاعلات والاتصالات معها" (Fuet al., 2014).

وبناء على ما سبق، يمكن القول إن السمعة التنظيمية تشير إلى أنها أصل غير ملموس يعكس تقييم أصحاب المصالح لخصائص وأداء المنظمة خلال فترة زمنية بناءً على معرفتهم بالسلوكيات الماضية والحالية للمنظمة، وكذلك السلوكيات المستقبلية المتوقعة لها مقارنة بمنافسيها، وسوف يعتمد البحث الحالي على التعريف الذي قدمته دراسة (Fombrunet al., 2000) باعتباره أكثر التعاريف شمولاً، واعتماداً في الأدبيات السابقة.

وبمراجعة العديد من الأدبيات السابقة اتضح تعدد وجهات نظر الباحثين بشأن أبعاد السمعة التنظيمية، إذ تناولتها دراسات (Walsh and Beatty, 2007; Walsh et al., 2009) على أنها خمسة أبعاد هي: التوجه بالعميل، وصاحب العمل الجيد، والقوة المالية، وجودة المنتجات، والمسؤولية الاجتماعية والبيئية، أما دراسات (Fombrunet al., 2000; Esenyel and Emeagwali, 2019; Esenet al., 2021) تناولتها على أنها ستة أبعاد هي: الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية، في حين تناولتها عدد من الدراسات (Fombrunet al., 2015; Sontaite-Petkeviciene, 2009; Sanchez-Torne et al., 2020) على أنها سبعة أبعاد هي: المنتجات والخدمات، والابتكار، وبيئة العمل، والحوكمة، والمواطنة، والقيادة، والأداء المالي.

وبناءً على مراجعة العديد من الأدبيات السابقة ذات الصلة بالسمعة التنظيمية يتضح أن غالبية هذه الأدبيات تؤكد على أن القاسم المشترك فيما بينها يتمثل في الاتفاق على أن الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية

الاجتماعية مازالت الأبعاد الأكثر شمولاً وقبولاً واعتماداً في العديد من الأدبيات السابقة والتي من بينها ( Cekmecelioglu and Dincel, 2014; Agarwalet *al.*, 2015; Fombrunet *al.*, 2015; Esenyel and Emeagwali, 2019; Esaet *al.*, 2020; Sanchez-Torne *et al.*, 2015; Esenet *al.*, 2021; Deniz, 2020; Esenet *al.*, 2021)، وانسجاماً مع ما هو متبع في أغلب الدراسات السابقة سيعتمد البحث الحالي على هذه الأبعاد الستة في قياس السمعة التنظيمية، وفي ما يأتي توضيح لهذه الأبعاد:

### 1/1/1- الانجذاب والتقدير العاطفي Emotional Appeal:

يشير إلى المدى الذي يشعر به أصحاب المصالح تجاه المنظمة بالرضا والإعجاب والاحترام والثقة فيها. إن الانجذاب العاطفي يتحقق من خلال قدرة المنظمة على بناء مكانة مرغوبة وعلامة تجارية متميزة عن طريق تقديم نتائج إيجابية قابلة للقياس الكمي والنوعي، فالسمعة الإيجابية للمنظمة تعكس درجة عالية من الانجذاب والتقدير العاطفي اعتماداً على دور أصحاب المصالح في التبادل الذي يظهر في صورة اتجاهات سلوكية متعددة مثل تفضيل المنتجات من جانب العملاء، والتقدير من الموردين بما يوفر مخزون من حسن النية لديهم تجاه المنظمة، والدعم المستدام في أوقات الأزمات (Esenet *al.*, 2021; Aledo-Ruiz *et al.*, 2022).

### 2/1/1- جودة الخدمات Product and Services:

يُعبّر هذا البُعد عن التصورات المتعلقة بجودة وقيمة الخدمات، ومدى الابتكار فيها، والموثوقية والاعتمادية عليها. إن جودة الخدمات تعكس درجة تلبية الخدمات المقدمة من المنظمة لاحتياجات عملائها وأصحاب المصالح والتي تتفق مع توقعاتهم وتؤدي إلى زيادة ولائهم وتعزيز ثقتهم بها، وجعلهم أكثر استعداداً للقيام بكل ما يخدم المنظمة في تحقيق أهدافها وتعزيز سمعتها التنظيمية؛ فعندما يدرك العملاء بصفة خاصة وأصحاب المصالح بصفة عامة أن تأكيد المنظمة على التطوير والابتكار في خدماتها، والبحث المستمر عن التكنولوجيا الجديدة فإن ذلك يترك انطباعاً لديهم أن المنظمة تمتلك سمعة إيجابية ويمكن الاعتماد عليها ( Benekeet *al.*, 2015; Fombrunet *al.*, 2015).

### 3/1/1- الرؤية والقيادة Vision and Leadership:

تشير إلى إدراك أصحاب المصالح لمدى توافر قيادة متميزة لدى المنظمة، وامتلاكها رؤية واضحة لمستقبلها، والاستفادة من الفرص التسويقية المتاحة أمامها في السوق. إن القيادة في

المنظمة تعتبر أحد المحفزات المهمة لبناء ثقة أصحاب المصالح فيها بوصفها القوة الكامنة وراء أفعال المنظمة ونتائجها، كذلك النظرة الإيجابية التي يكونها العاملون و فرق العمل عن قيادة المنظمة تزيد من احترامهم وتشجيعهم على بناء صورة إيجابية عنها، وتزيد من ثقتهم في إمكانية تحويل رؤية المنظمة وخططها وأهدافها المستقبلية إلى نتائج فعلية ( Fombrunet al., 2015; Kiyat, ) (2017).

#### **4/1/1- بيئة مكان العمل Workplace Environment:**

يُعبّر هذا البُعد عن إدراك مدى الجودة في إدارة المنظمة، وتعاملها مع العاملين بطريقة جيدة، وإظهار الاهتمام بمصالحهم وتحقيق رفاهيتهم. إن توفير بيئة عمل جيدة من العوامل المهمة في جذب العاملين المؤهلين والموهوبين اللذين يرغبون في العمل في مثل هذه البيئات، وذلك من خلال تقديم الحوافز والمكافآت بشكل عادل، وتوفير الفرص المتكافئة في العمل، وتحقيق التوازن بين العمل والحياة بما يضمن الوصول إلى الأداء المتميز وتعزيز السمعة الإيجابية في الأسواق المختلفة (Kiyat, 2017; Esenet al., 2021).

#### **5/1/1- الأداء المالي Financial Performance:**

يعكس هذا البُعد إدراك أصحاب المصالح تجاه ربحية المنظمة، ومدى قدرتها على الاستثمار في مجالات منخفضة المخاطر، والتفوق على المنافسين مالياً، وتوفير فرص للنمو والازدهار في الأسواق المختلفة. ويعتبر الأداء المالي المعيار الشائع الذي يؤثر على تقييم أصحاب المصالح للمنظمات باعتباره مؤشراً على نجاح العمليات التشغيلية للمنظمة، واحتمالية استمرار الربحية، وتحقيق النمو والنجاح في المستقبل، وبالتالي فإن المنظمات المستقرة مالياً والقادرة على التعامل مع الأزمات المالية، ولديها أنظمة متقدمة في الإدارة المالية كل هذا يؤدي إلى سمعة مالية إيجابية (Alniaciket al., 2012; Fombrunet al., 2015).

#### **6/1/1- المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility:**

ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها استجابة المنظمات إلى ما هو أبعد من المتطلبات الاقتصادية والقانونية. إن المسؤولية الاجتماعية هي الطريقة التي من خلالها تستطيع المنظمات تحقيق التوازن بين الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية؛ فالتزام المنظمة تجاه المجتمع والأخذ بعين الاعتبار توقعاته والقيام بالممارسات المختلفة تجاهه مثل توفير رفاهية العاملين، والمصداقية مع العملاء، والحفاظ على البيئة يساعد على تحسين اعتقاد أصحاب المصالح أن

المنظمة تقدم قيمة ومنفعة للمجتمع المحيط بها ومن ثم تعزز سمعتها، وقدرتها على البقاء في المدى البعيد (الظالمي، 2016؛ Kiyat, 2017؛ Esenet al., 2021).

## 2/1- الفخر التنظيمي **Organizational Pride**

نال مفهوم الفخر التنظيمي اهتمام الباحثين نظراً لأهميته كدافع للسلوكيات الوظيفية الإيجابية ومتغير مهم في تحقيق النجاح للمنظمات. وترجع جذور الفخر التنظيمي إلى نظرية الهوية الاجتماعية التي تركز على أن مفهوم الذات للفرد ينشأ من معرفته بعضويته في المنظمة، وشعوره بالقيمة والأهمية الوجدانية المرتبطة بتلك العضوية. وفي بيئة العمل هناك نوعين للفخر النوع الأول: يتمثل في الفخر الشخصي ويتم إدراكه من خلال تحقيق الفرد لإنجازات شخصية مهمة (مثل الفوز في مسابقة ما)، أو الانخراط في سلوكيات الإيثار (مثل مساعدة الآخرين)، أما النوع الثاني: فيتمثل في الفخر الجماعي ويمكن إدراكه عندما يدرك الفرد إنجازات مجموعة العمل التي ينتمي إليها، ويشعر بإحساس التباهي مع مجموعته/ أو منظمته (Ooet al., 2018; Youn and Kim, 2022).

وفي ضوء ذلك قدمت الدراسات والبحوث العلمية تعريفات واضحة لمفهوم الفخر التنظيمي، فعرف الفخر التنظيمي على أنه: "المدى الذي يشعر خلاله الفرد بالسعادة واحترام الذات، والنتائج عن عضويتهم للمنظمة" (Jones, 2010)، وعرّف على أنه: "الشعور المبني على الاتجاهات الإيجابية التي يحملها الفرد تجاه المنظمة التي يعمل به، والتباهي بإنجازاتها ونجاحاتها المتميزة أمام الآخرين كونه عضواً بها" (Gouthier and Rhein, 2011)، وكذلك عرف على أنه: "شعور إيجابي مرتبط بإدراك الفرد لإنجازات وجهود المنظمة، واعتقاده أن الأداء المتحقق يفوق الإنجازات في الفترات السابقة" (Kraemer and Gouthier, 2014)، وعرّف على أنه: "شعور وجداني إيجابي مرتبط بالأداء والذي ينشأ نتيجة لمجموعة من المواقف والأحداث المحددة منها تحقيق النجاحات والإنجازات المتميزة، وتوفير بيئة عمل إيجابية، والشعور بمكانة اجتماعية عالية بالمنظمة" (Kraemer et al., 2020).

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن الفخر التنظيمي يُعبر عن شعور الفرد المبني على الاتجاهات الإيجابية تجاه منظمته كونه عضواً فيها، والتباهي بإنجازاتها ونجاحاتها المتميزة أمام الآخرين، الأمر الذي يؤكد على الفخر التنظيمي ينشأ نتيجة لمجموعة من المواقف والأحداث الفردية أو التنظيمية، وسوف يعتمد البحث الحالي على التعريف الذي تبنته دراسة (Gouthier

(and Rhein, 2011) باعتباره أكثر التعاريف إيجازاً، شمولاً، وكذلك يعكس الأبعاد المختلفة للفخر التنظيمي.

وبمراجعة العديد من الأدبيات السابقة اتضح تعدد وجهات نظر الباحثين بشأن أبعاد الفخر التنظيمي، إذ تناولته دراسات ( Helm, 2013; Brosiet al.,2018) على أنه مفهوم ذات بُعد واحد، أما دراسات ( Gouthier and Rhein, 2011; Durrahet al., 2019; Aliasand ) (Bahron, 2019; Durrahet al., 2021) تناولته على أنه يتضمن بُعدين أساسيين هما : بُعد الفخر التنظيمي الوجداني (العاطفي)، وبُعد الفخر التنظيمي الاتجاهي (الموقفي)، في حين تناولته عدد من الدراسات (محمد، وآخرون، 2019؛ العابدي، الشلبي، 2021) على أنه أربعة أبعاد هي الفخر الذاتي، والفخر المقارن، والاحترام الذاتي، والاحترام المقارن.

وبناء على مراجعة العديد من الأدبيات السابقة ذات الصلة بالفخر التنظيمي يتضح أن غالبية هذه الأدبيات تؤكد على أن القاسم المشترك فيما بينها يتمثل في الاتفاق على أن الفخر التنظيمي الوجداني، والفخر التنظيمي الاتجاهي مازالت الأبعاد الأكثر شمولاً وقبولاً واعتماداً في العديد من الأدبيات السابقة والتي من بينها ( Gouthier and Rhein, 2011;De Roecket al., 2016; Zhang et al., 2017;Durrahet al., 2019; Aliasand Bahron, 2019; Durrahet al., 2022; Youn and Kim, 2021)، وانسجاماً مع ما هو متبع في أغلب الدراسات السابقة سيعتمد البحث الحالي على بُعدي الفخر التنظيمي الوجداني، والفخر التنظيمي الاتجاهي في قياس الفخر التنظيمي، وفي ما يأتي توضيح لهذين البُعدين:

### **1/2/1- الفخر التنظيمي الوجداني (العاطفي) Emotional Organizational Pride:**

يوصف الفخر الوجداني على أنه تجربة عقلية منفصلة، ولكنها قصيرة الأجل. ووفقاً لمبدأ الإسناد أو العزو الخارجي External Attribution فإن مشاعر الفخر التنظيمي تتطور بناء على تباهي الفرد بإنجازات زملائه، أو فريق عمله، أو منظمته بشكل عام، حيث أن المحفز الرئيس لتكوين مثل هذا النوع من الفخر التنظيمي هو المقارنة الإدراكية بين الإنجازات الفعلية المحققة، وبين التوقعات المتصورة من الفرد حول كيفية إنجاز الأهداف والمهام المطلوبة، فإذا ما أدرك الفرد تجاوز المنظمة نجاحها في تحقيق توقعاته ظهر الفخر التنظيمي الوجداني. كذلك يجب الإشارة إلى أن الشعور بالفخر الوجداني يتشابه مع المشاعر والعواطف الأخرى مثل السعادة والغضب وغيرها والتي تؤثر على سلوكيات واتجاهات العاملين؛ لذا إذا استمر العاملون في المنظمة نفسها لفترة

زمنية معينة يمكنهم الشعور بالفخر الوجداني في بيئة العمل بشكل متكرر طالما تحقق المنظمة إنجازات متميزة (Gouthier and Rhein, 2011; Aliasand Bahron, 2019; Durrahet *al.*, 2021).

### 2/2/1- الفخر التنظيمي الاتجاهي (الموقفي) Attitudinal Organizational Pride:

تؤكد الأدبيات السابقة على أن تناول مفهوم الفخر التنظيمي كعاطفة أو كمشاعر وجدانية غير كافي لتوضيح هذا المفهوم، وإنما يجب الارتكاز إلى عضوية الفرد لمنظمتها، وفهم اتجاهاته وإدراكاته نحوها، وبصفة عامة تُعرف الاتجاهات على أنها ميول نفسية ناتجة عن تقييم الفرد لموقف ما بدرجة معينة من التفضيل، ووفقاً لذلك فإن المنظمة تمثل مجموعة من المواقف والموضوعات الاتجاهية المحتملة، ومن ثم يوصف الفخر التنظيمي الاتجاهي على أنه الميول النفسية التي تنشأ تجاه المنظمة مع وجود درجة عالية من التفضيل والاستحسان نحوها، وعادة ما ينتج ذلك عن الخبرات والتجارب التي يمر بها الفرد وحاجته إلى الانتماء للمنظمة، وتجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من الفخر التنظيمي يتميز بأنه أكثر ثباتاً، واستمراراً لفترات زمنية طويلة (Gouthier and Rhein, 2011؛ مرسى، 2015؛ Durrahet *al.*, 2021).

### 3/1- التماثل التنظيمي Organizational Identification:

يعتبر مفهوم التماثل التنظيمي من المفاهيم الحديثة نسبياً في أدبيات السلوك التنظيمي، ويُعبر التماثل التنظيمي عن إدراك الفرد للتطابق والتوحيد مع المنظمة والانتماء إليها، والتي تجسد إدراك الفرد لعضوية المنظمة، والأهمية العاطفية المرتبطة بعضويتها. ويتضمن التماثل التنظيمي مكونين الأول أساسيين هما: المكون المعرفي ويشير إلى تطابق وتوافق المصالح بين الأفراد والمنظمة، والمكون العاطفي ويشير إلى العلاقة النفسية والصورة الذهنية الإيجابية للأفراد تجاه المنظمة (Fulleret *al.*, 2006; Abdullahet *al.*, 2017).

وفي ضوء ذلك قدمت الدراسات والبحوث العلمية تعريفات واضحة لمفهوم التماثل التنظيمي، فعرف التماثل التنظيمي على أنه: "العملية التي تتكامل من خلالها وتتطابق أهداف الفرد مع الأهداف التنظيمية" (Ashforth and Mael, 1989)، وعرف بأنه: "الدرجة التي يُعرف بها الفرد نفسه بذات الصفات التي يُعرف بها منظمتها" (Mael and Ashforth, 1995)، وكذلك عرف بأنه: "مدى استعداد الفرد لتشكيل هويته الذاتية لتتوافق مع الهوية التنظيمية، بمعنى تشابهه وتتطابق قيم ومعتقدات الفرد مع قيم ومعتقدات المنظمة التي يعمل بها" (Schaubroeck and

(Jones, 2000)، وعرف بأنه: "رابط نفسي واجتماعي يربط العاملين بمنظمتهم، وأساساً لتكوين اتجاهاتهم وسلوكياتهم، فكلما زاد تماثل الفرد مع منظمته زاد احتمال أن يتبنى منظورها ويتصرف بما يحقق مصلحتها" (Humphrey, 2012).

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن التماثل التنظيمي يعكس مدى تطابق وتشابه قيم وخصائص وأهداف الفرد مع قيم وأهداف المنظمة التي تعمل بها، وتجعله يدعم منظمته بحماس لتحقيق أهدافها التنظيمية، وسوف يعتمد البحث الحالي على التعريف الذي تبنته وضعته (Mael and Ashforth, 1995) باعتباره أكثر التعاريف إيجازاً، شمولاً، باعتباره أكثر التعاريف شمولاً، واعتماداً في الأدبيات السابقة.

وبمراجعة العديد من الأدبيات السابقة بشأن أبعاد التماثل التنظيمي، اتضح أن بعض الدراسات السابقة تناولته على أنه مفهوم ذات بُعد واحد فقط (Fuller et al., 2006; Kashyap and Chaudhary, 2019; Khattak et al., 2020)، بينما تناول البعض الآخر على أنه مفهوم يتضمن ثلاثة أبعاد هي الانتماء التنظيمي (العضوية)، والولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي (Miller et al., 2000; Maneerat et al., 2005; Abdullah et al., 2017; Li et al., 2023; Harahsheh et al., 2021)، وانسجاماً مع ما هو متبع في أغلب الدراسات السابقة سوف يعتمد البحث الحالي على ثلاثة أبعاد في قياس التماثل التنظيمي باعتبارها الأبعاد الأكثر شمولاً وقبولاً واعتماداً في العديد من الأدبيات السابقة، وفيما يأتي توضيح لهذه الأبعاد على النحو الآتي:

### 1/3/1- الانتماء التنظيمي (العضوية) Organizational Membership:

يُعبّر عن درجة شعور الفرد بالارتباط بمنظمته دون غيرها من المنظمات. كذلك يشير إلى إدراك الفرد لذاته وشعوره بالارتباط العاطفي والاندماج مع منظمته، وتعريف ذاته من خلال عضويته بالمنظمة؛ ويسعى الفرد إلى الانتماء لفريق عمل أو منظمة ما من منطلق حاجته إلى أن يكون جزءاً من وحدة اجتماعية وأن يكون مقبولاً من تلك الوحدة كعضواً بها. ويعكس توافر العضوية أو الانتماء التنظيمي قوة العلاقة التي تربط العاملين بمنظمتهم، وشعورهم بأنهم جزء منها، وسعيهم لتحقيق أهدافهم المشتركة (Maneerat et al., 2005؛ رضوان، 2018).

### 1/3/2- الولاء التنظيمي Organizational Loyalty:

يقصد به مدى دعم العاملين لمنظمتهم ودرجة حماسهم لتحقيق الأهداف التنظيمية. إن الولاء كأحد أبعاد التماثل التنظيمي يُعبّر عن درجة استعداد العاملين لبذل الجهد بغرض تحقيق أهداف

المرجوة، إضافةً إلى مقدار الدعم المقدم من جانبهم لمنظمتهم من خلال تصرفاتهم وأقوالهم تجاهها. إن توافر درجة عالية من الولاء لدى العاملين يجعل المنظمة الخيار الأفضل لهم، والتخطيط للبقاء فيها، وعدم الاستجابة إلى العروض المقدمة لهم من منظمات أخرى (Milleret *al.*, 2000؛ طه، 2021).

### 3/3/1- التشابه التنظيمي **Organizational similarity**:

يشير إلى إدراك العاملين لوجود بعض القيم والخصائص والأهداف المشتركة مع الأعضاء الآخرين في مجموعة عملهم أو منظماتهم. ويعني التشابه درجة اعتقاد العاملين بوجود اتفاق بين قيمهم ومعتقداتهم الشخصية وبين قيم ومعتقدات منظماتهم، فالعاملون يكونوا أكثر استعداداً لتقبل القيم والمعتقدات التنظيمية كلما كانت أكثر تشابهاً مع قيمهم ومعتقداتهم الشخصية؛ وقد يتعدى الأمر ذلك ليشمل قبول العاملين لقيم وأهداف المنظمة واعتبارها بمثابة قيمهم وأهدافهم الشخصية (محمود، 2020؛ Harahshehet *al.*, 2023).

#### 2- الدراسات السابقة:

يعرض الباحث في الدراسات السابقة أهم الدراسات والكتابات العلمية ذات الصلة المباشرة بمتغيرات البحث، ويمكن تصنيف هذه الدراسات في أربع مجموعات رئيسية، وفيما يلي عرضاً موجزاً لهذه الدراسات:

#### 1/2- الدراسات التي تناولت العلاقة بين السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي:

أجريت العديد من الدراسات بغرض تحديد طبيعة العلاقة بين السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي، فقد توصلت دراسة (Helm, 2013) إلى أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية (الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية) تؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي للعاملين في عدد من المنظمات العاملة بقطاعات مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية، وأكدت دراسة (Cekmecelioglu and Dincel, 2014) على الدور المهم لإدراك السمعة التنظيمية في تحسين الفخر التنظيمي لدى العاملين بقطاع صناعة التعبئة والتغليف في تركيا، وبينت دراسة (Nget *al.*, 2019) أن إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية - يؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي، والذي بدوره يؤدي إلى تحسين الرسوخ الوظيفي، وتقليل نوايا ترك العمل لدى العاملين في المنظمات العاملة بقطاعات مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية، كذلك أكدت دراسة (Ooet *al.*, 2018)

على أن إدراك المسؤولية الاجتماعية يؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي، وهو ما ينعكس إيجابياً على سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين في عدد من المنظمات بقطاعات مختلفة في كوريا الجنوبية، وأوضحت دراسة (Lythreathiset al., 2019) إلى أن إدراك المسؤولية الاجتماعية يؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي لدى العاملين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم. وتوصلت دراسة (Babic-Hodovic and Arslanagic-Kalajdzic, 2019) إلى أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية (الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية) تؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي للعاملين في الخطوط الأمامية بالمنظمات الخدمية، ووجدت دراسة (Jiaet al., 2019) أن إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية - يؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي، والذي بدوره يؤدي إلى تحسين الارتباط بالعمل لدى العاملين في المنظمات العاملة بقطاعات مختلفة في الصين، وأشارت نتائج دراسة (Bogan and Dedeoglu, 2020) إلى أن إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية - يؤثر إيجابياً، وبشكل مباشر في تحسين الفخر التنظيمي لدى العاملين بقطاع الفنادق في تركيا، وبشكل غير مباشر من خلال الدور الوسيط للهيبية التنظيمية، وتوصلت دراسة (Youn and Kim, 2022) إلى أن إدراك المسؤولية الاجتماعية يؤثر إيجابياً على سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بقطاع الفنادق في الصين، وبشكل غير مباشر من خلال الدور الوسيط للفخر التنظيمي، ووجدت دراسة (Wangand Chen, 2022) أن إدراك السمعة التنظيمية يؤثر تأثيراً طردياً على الفخر التنظيمي لدى العاملين في عدد من المنظمات بقطاعات مختلفة في الصين، وبينت دراسة (Groza and Groza, 2022) وجود علاقة إيجابية بين إدراك السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي لدى العاملين في الجمعيات الخيرية بالولايات المتحدة الأمريكية.

## 2/2- الدراسات التي تناولت العلاقة بين السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي:

أجريت العديد من الدراسات بغرض تحديد طبيعة العلاقة بين السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي، فقد توصلت دراسة (Oncer and Yildiz, 2012) إلى وجود علاقة إيجابية معنوية بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي للعاملين في شركات التأمين بتركيا، كذلك توصلت الدراسة إلى معنوية تأثير المناخ الأخلاقي على تلك العلاقة، وأوضحت دراسة (Agarwalet al., 2015) أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية (الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية) يؤثر إيجابياً على التماثل

التنظيمي لدى العاملين في عدد من المنظمات بقطاعات مختلفة في بيرو وأمريكا اللاتينية، وأشارت نتائج دراسة (Isik and Zincirkiran, 2016) إلى معنوية العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية والتمائل التنظيمي (الولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي، والانتماء التنظيمي) لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات في تركيا، وبينت دراسة (Zavyalova et al., 2016) أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية تؤثر إيجابياً على التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت دراسة (Hameed et al., 2016) إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين إدراك المسؤولية الاجتماعية كأحد أبعاد السمعة التنظيمية والتمائل التنظيمي للعاملين بالشركات متعددة الجنسيات في باكستان، وأظهرت نتائج دراسة (Baeret et al., 2018) أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية تؤثر إيجابياً على التماثل التنظيمي للعاملين في عدد من المنظمات بقطاعات مختلفة في الهند.

وأكدت دراسة (Fatma et al., 2019) على أن إدراك المسؤولية الاجتماعية كأحد أبعاد السمعة التنظيمية يؤثر إيجابياً، وبشكل مباشر في التماثل التنظيمي، وبشكل غير مباشر من خلال الدور الوسيط لكل من الهيئة التنظيمية والدعم التنظيمي المدرك للعاملين بشركات تصنيع النفط في الهند، وتوصلت دراسة (Cheema et al., 2020) إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين إدراك المسؤولية الاجتماعية والتمائل التنظيمي للعاملين في منظمات بقطاعات مختلفة في باكستان، وأثبتت دراسة (Nguyen et al., 2020) وجود تأثير معنوي إيجابي لإدراك المسؤولية الاجتماعية على التماثل التنظيمي للعاملين بقطاع تصنيع الأدوية في فيتنام الأمر الذي يؤدي إلى تحسين الالتزام التنظيمي بهذا القطاع، وأوضحت دراسة (Kim et al., 2020) وجود علاقة معنوية إيجابية بين إدراك المسؤولية الاجتماعية والتمائل التنظيمي للعاملين بقطاع الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت دراسة (Garcia-Rodriguez and Gutierrez-Tano, 2021) أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية تؤثر إيجابياً على الولاء التنظيمي - كأحد أبعاد التماثل التنظيمي - لأصحاب المصالح في إسبانيا.

### 3/2- الدراسات التي تناولت العلاقة بين الفخر التنظيمي والتمائل التنظيمي:

أجريت العديد من الدراسات بغرض تحديد طبيعة العلاقة بين الفخر التنظيمي والتمائل التنظيمي، فقد توصلت (Boezeman and Ellemers, 2014) إلى أن توافر الفخر التنظيمي يؤثر إيجابياً على التماثل التنظيمي للعاملين بالمنظمات الخيرية غير الربحية في هولندا، وأوضحت دراسة (De Roecket et al., 2016) وجود علاقة معنوية إيجابية بين الفخر التنظيمي والتمائل التنظيمي للعاملين بقطاع الطاقة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبينت دراسة (Tsachouridi )

(and Nikandrou, 2016) أن توافر الفخر التنظيمي يؤثر إيجابياً على التماثل التنظيمي (الولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي، والانتماء التنظيمي) للعاملين في عدد من المنظمات بقطاعات مختلفة في اليونان، وأشارت نتائج دراسة (Lythreathiset al., 2019) إلى أن توافر الفخر التنظيمي يؤثر إيجابياً على التماثل التنظيمي لدى العاملين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم، وأثبتت دراسة (محمد، وآخرون، 2019) وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد الفخر التنظيمي على الانتماء التنظيمي كأحد أبعاد التماثل التنظيمي بإحدى المنظمات في العراق الأمر الذي يساعد على تحسين الاستغراق الوظيفي للعاملين.

وأظهرت نتائج دراسة (Farooq and Salam, 2020) وجود تأثير معنوي إيجابي للفخر التنظيمي على التماثل التنظيمي للمضيفات بقطاع الطيران في ماليزيا الأمر الذي يؤدي إلى تحسين رغبتهم في إحداث تأثير في طرق وأساليب عملهم، وتوصلت دراسة (Shahzadiet al., 2020) إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين الفخر التنظيمي والتماثل التنظيمي (الولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي، والانتماء التنظيمي) للعاملين في قطاعي الضيافة والعقارات في باكستان، ووجدت دراسة (Kinuthia, 2020) أن توافر أبعاد الفخر التنظيمي على الولاء التنظيمي - كأحد أبعاد التماثل التنظيمي- للعاملين بالجامعات في كينيا، وأكدت دراسة (Van Ngoet al., 2021) إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين الفخر التنظيمي والولاء التنظيمي للعاملين بقطاع الفنادق في فيتنام، وتوصلت دراسة (Mascaro, 2021) إلى أن توافر الفخر التنظيمي يؤثر تأثيراً طردياً على التماثل التنظيمي للعاملين بإحدى المنظمات غير الربحية في سويسرا، وأوضحت دراسة (Abdullahet al., 2022) وجود تأثير معنوي إيجابي للفخر التنظيمي على التماثل التنظيمي للعاملين بقطاع البنوك في باكستان.

#### 4/2- الدراسات التي تناولت الدور الوسيط للفخر التنظيمي:

تناول عدد من الدراسات دور الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً، فقد أظهرت نتائج دراسة (Helm, 2013) إلى أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية وكل من الرضا الوظيفي ونوايا ترك العمل في عدد من المنظمات العاملة بقطاعات مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية، وأكدت دراسة (Cekmecelioglu and Dincel, 2014) على أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية وكل من الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي للعاملين بقطاع صناعة التعبئة والتغليف في تركيا، وأوضحت دراسة (De Roecket al., 2016) أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين كل من إدراك المسؤولية الاجتماعية- كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- والهيبة التنظيمية وبين التماثل التنظيمي للعاملين بقطاع الطاقة في الولايات

المتحدة الأمريكية، وبينت دراسة (Tsachouridi and Nikandrou, 2016) أن توافر الاستقامة التنظيمية يؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي، وهو ما يؤدي إلى تحسين التماثل التنظيمي (الولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي، والانتماء التنظيمي) للعاملين في عدد من المنظمات بقطاعات مختلفة في اليونان.

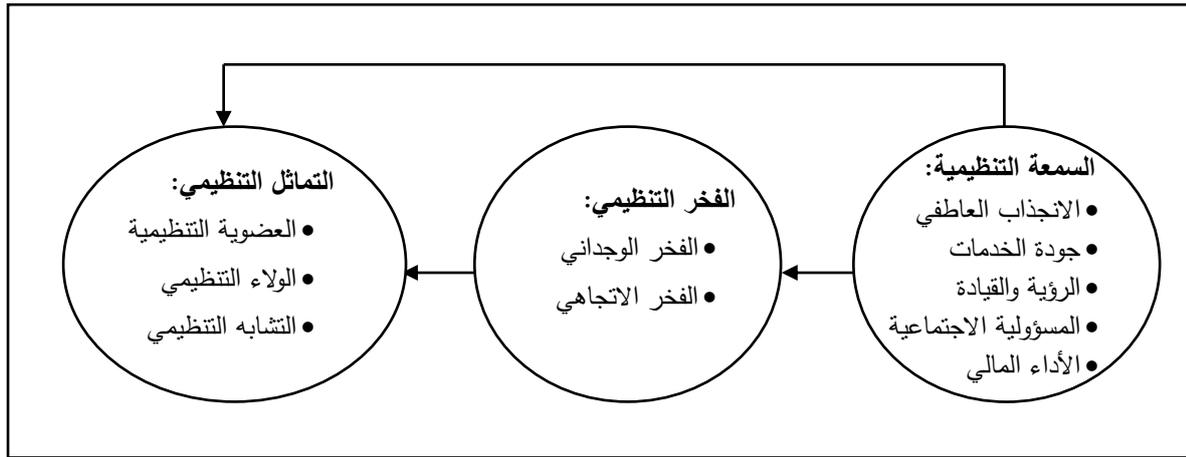
وأشارت نتائج دراسة (Lythreathiset *al.*, 2019) إلى أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- والتماثل التنظيمي لدى العاملين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم، وتوصلت دراسة (Babic-Hodovic and Arslanagic-Kalajdzic, 2019) إلى أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية (الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية) تؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي، وهو ما يؤدي إلى تحسين الرضا الوظيفي للعاملين في الخطوط الأمامية بالمنظمات الخدمية، وبينت دراسة (Shahzadiet *al.*, 2020) أن إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- يؤثر تأثيراً إيجابياً في الفخر التنظيمي الأمر الذي ينعكس إيجابياً على التماثل التنظيمي للعاملين في قطاعي الضيافة والعقارات في باكستان، وأثبتت دراسة (Farooq and Salam, 2020) إلى أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- والتماثل التنظيمي لدى المضيفات بقطاع الطيران في ماليزيا، وتوصلت دراسة (Mascaro, 2021) إلى أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين كل من إدراك المسؤولية الاجتماعية والهوية التنظيمية وبين التماثل التنظيمي للعاملين بإحدى المنظمات غير الربحية في سويسرا.

ويخلص الباحث من العرض السابق للإطار النظري والدراسات السابقة إلى أن العديد من الدراسات السابقة تناولت العلاقات المباشرة فقط بين كل متغيرين من متغيرات البحث الحالي، حيث تناولت بعض الدراسات العلاقة المباشرة بين السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي (Wangand Chen, 2022;Groza and Groza, 2022)، بينما تناولت بعض الدراسات العلاقة المباشرة بين السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي (Oncer and Yildiz, 2012;Agarwalet *al.*, 2015)، في حين ركزت البعض الآخر من الدراسات على تحديد العلاقة المباشرة بين الفخر التنظيمي والتماثل التنظيمي (Lythreathiset *al.*, 2019;Mascaro, 2021).

كما تبين أن الدراسات السابقة تناولت الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً في العلاقة بين عدد المتغيرات التنظيمية مثل الاستقامة التنظيمية، والهوية التنظيمية، وإدراك المسؤولية الاجتماعية -كأحد أبعاد السمة التنظيمية- وبين التماثل التنظيمي (Tsachouridi and

Nikandrou, 2016; De Roecket *al.*, 2016; Farooq and Salam, 2020; Mascaro, 2021)، كذلك ركزت عدد من الدراسات على تحديد الدور الوسيط للفخر التنظيمي في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية وبعض المتغيرات التنظيمية مثل الرضا الوظيفي ونوايا ترك العمل (Helm, 2013)، والرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي (Cekmecelioglu and Dincel, 2014)، والرضا الوظيفي للعاملين (Babic-Hodovic and Arslanagic-Kalajdzic, 2019)، أما الدراسات التي تناولت الدور الوسيط للفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي على نحو محدد وخاص فلم يرصد الباحث- في حدود علمه- أي دراسة تناولت تلك العلاقة.

وبناء على العرض السابق يتضح أن البحث الحالي يختلف عن البحوث والدراسات السابقة بأنه يشمل معظم المتغيرات التي شملتها الدراسات السابقة بشكل جزئي وذلك بتقديم إطار مقترح للعلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي والتماثل التنظيمي، والموضح بالشكل رقم (1) في محاولة لفهم طبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات البحث، كذلك يتميز هذا البحث بتطبيقه على جامعة المنصورة بوصفها إحدى المنظمات الحكومية الخدمية في البيئة المصرية وهو مجال تطبيق مخالف لمجالات الدراسات السابقة، فلم تتناول أي دراسة عربية - في حدود علم الباحث- طبيعة هذه العلاقات في جامعة المنصورة موضع التطبيق، وهو ما قد يسهم في تبنى متغيرات وأبعاد البحث الحالي بقطاعات جديدة تختلف في طبيعتها وظروفها البيئية المحيطة بها عن القطاعات التي أجريت فيها الدراسات والبحوث السابقة.



شكل رقم (1)  
الإطار المقترح للبحث

المصدر: أدبيات البحث

## ثانياً: مشكلة وتساؤلات البحث:

اهتمت العديد من الكتابات العلمية بدراسة السمعة التنظيمية إلا أنه لوحظ محدودية الدراسات الأجنبية التي تناولت دور هذا المتغير في تحسين الفخر التنظيمي وأثر ذلك في شعور العاملين بالتمائل التنظيمي، مع ندرة مثل هذه الدراسات في البيئة العربية بوجه عام والبيئة المصرية بوجه خاص - في حدود علم الباحث - وهو ما يستدعي البحث والاستقصاء لفهم طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به إدراك السمعة التنظيمية في تحسين الفخر التنظيمي، وأثرهما على التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة في مصر، ومن هذا المنطلق قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (30) مفردة من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة (كلية التجارة، وكلية العلوم، وكلية الطب، وكلية الصيدلة، وكلية الهندسة)، وتم إجراء مقابلات شخصية اعتماداً على إطار للمقابلة الذي تم إعداده في ضوء الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع البحث؛ وذلك لتكوين فكرة مبدئية عن مدى إدراك السمعة التنظيمية، ودرجة توافر الفخر التنظيمي، كذلك مدى توافر التماثل التنظيمي لدى المفردات موضع الدراسة، كذلك التعرف على الدور الذي يمكن أن يقوم به توافر الفخر التنظيمي في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة.

**وقد كشفت هذه الدراسة الاستطلاعية عن مجموعة من المؤشرات الأولية تمثلت أهمها في:**

1- تباينت اتجاهات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم موضع الدراسة نحو إدراكهم لسمعة جامعتهم؛ حيث أكد البعض منهم على امتلاك جامعة المنصورة الكوادر القيادية المتميزة، وتوافر الرؤية المستقبلية الواضحة لها، كذلك حرصها على تقديم البرامج الأكاديمية المبتكرة بجودة عالية، واهتمامها بالتفاعل الإيجابي مع المستفيدين من خدماتها، في حين أكد البعض الآخر على وجود المعوقات التي تواجه الجامعة في استقطاب وكسب ثقة المتميزين بعدد من التخصصات وتمثلت أهم تلك المعوقات في ندرة مصادر التمويل للأبحاث العملية، وضعف الجانب التسويقي لنتائج بحوثها العلمية.

2- تبين شعور أعضاء هيئة التدريس موضع الدراسة بالفخر تجاه جامعتهم وظهر ذلك في صورة شعورهم بالسعادة كونهم جزءاً من منها، وسعيهم في المساهمة لتحقيق النجاح لجامعتهم، وشعورهم بالتباهي عند أخبار الآخرين عن جامعتهم التي ينتمون إليها، إلا أن مثل هذا الشعور لا يتوافر لدى معظم الهيئة المعاونة موضع الدراسة الاستطلاعية حيث

تبيين انخفاض مستوى شعورهم باستحسان وتفضيل العمل بالجامعة، وانخفاض درجة رضائهم عن مساهمتهم في النجاحات والإنجازات التي تحققتهم.

3- أظهر عدد من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم موضع الدراسة رغبتهم في قضاء حياتهم المهنية والأكاديمية بها بوصفها الخيار الأفضل لهم، في حين أظهر البعض الآخر انخفاض مستوى شعورهم بتوافق أهدافهم مع أهداف جامعتهم، وعدم إدراكهم لاهتمام رؤسائهم المباشرين بهم، وانخفاض مستوى حماسهم ورغبتهم في الانخراط في الأعمال والمهام المكلفين بها.

وفي ضوء ما تقدم فإن مشكلة البحث تتمثل بصورة رئيسة في الكشف عن الدور الذي يمكن أن يقوم به الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة بمصر، وهو الأمر الذي أمكن معه إيجاز التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر إدراك السمعة التنظيمية بوصفها متغيراً مستقلاً، والفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً على التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1- هل يؤثر إدراك السمعة التنظيمية على الفخر التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة؟

2- ما أثر إدراك السمعة التنظيمية على التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة؟

3- ما أثر الفخر التنظيمي على التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة؟

4- ما طبيعة الدور الذي يمكن أن يقوم به الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة؟

### ثالثاً: أهداف البحث:

- بناءً على العرض السابق لمشكلة وتساؤلات البحث فإن أهداف البحث تتمثل في الآتي:
- 1- الكشف عن مدى تأثير إدراك السمعة التنظيمية في الفخر التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة.
  - 2- التعرف على أثر إدراك السمعة التنظيمية في التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة.
  - 3- تحديد مدى أثر الفخر التنظيمي في التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة.
  - 4- الكشف عن طبيعة الدور الوسيط للفخر التنظيمي في العلاقة بين أثر إدراك السمعة التنظيمية التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة.

### رابعاً: أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من عدة اعتبارات علمية وعملية بياناها فيما يأتي:

#### 1- الأهمية العلمية:

- يعتبر موضوع السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي من الموضوعات التي نالت اهتمام الباحثين في الآونة الأخيرة. وفي حدود علم الباحث فإن هناك عدداً محدوداً من الدراسات السابقة في البيئة العربية - حسب ما توافر لدى الباحث - التي تناولت دور السمعة التنظيمية في تحسين الفخر التنظيمي، وأثرهما في التماثل التنظيمي، مع غياب لمثل هذه الدراسات في البيئة العربية بوجه عام، والبيئة المصرية بوجه خاص، لذا يسعى البحث الحالي إلى سد الفجوة بين الدراسات العربية والأجنبية للتعرف على دور الفخر التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي.
- إلقاء المزيد من الضوء على إدراك السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي والتماثل التنظيمي، بما يساعد على فتح المجال أمام الباحثين لمزيد من الدراسة والتحليل للتعرف على طبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات البحث من خلال توسط الفخر التنظيمي في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي في قطاعات صناعية، أو خدمية أخرى تختلف في طبيعتها وخصائصها عن جامعة المنصورة موضع التطبيق.

#### 2- الأهمية العملية:

- يستمد البحث أهميته العملية من أهمية مجال التطبيق المتمثل في جامعة المنصورة بوصفها أحد أعرق الجامعات الحكومية المصرية فهي سادس جامعة من حيث النشأة،

وتضطلع بدور مهم في تقديم برامج تعليمية، وبحوث مميزة تخدم المجتمع من خلال توفير بيئة تكنولوجية داعمة للتعلم المستمر، والبحث العلمي والابتكار، وبناء شراكات فاعلة داخلياً وخارجياً طبقاً لمعايير الجودة العالمية، الأمر الذي يفرض ضرورة توصيف واقع سمعتها التنظيمية، ومدى فخر أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بها، ودرجة تماثلهم مع جامعتهم بما يضمن تحقيق رؤيتها ورسالتها في ظل التغييرات البيئية المحيطة بها.

- تساعد نتائج هذا البحث في توعية المسؤولين والقائمين على إدارة جامعة المنصورة بمفهوم، وأبعاد إدراك السمعة التنظيمية، وكيف يمكن الاستفادة من النتائج التي يكشف عنها البحث في تحسين إدراك السمعة التنظيمية، والفخر التنظيمي بالشكل الذي ينعكس إيجابياً على التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة.

#### **خامساً: فروض البحث:**

- في ضوء مشكلة البحث وأهدافه فإن البحث يسعى إلى اختبار مدى صحة الفروض الآتية:**
- 1- تؤثر أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تأثيراً معنوياً إيجابياً في الفخر التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة.
  - 2- تؤثر أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة.
  - 3- يؤثر الفخر التنظيمي تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة.
  - 4- يتوسط الفخر التنظيمي العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية و التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة.

#### **سادساً: منهجية البحث:**

تتضمن منهجية البحث عدة عناصر تتمثل في منهج البحث، وأنواع البيانات المطلوبة ومصادرها، ومتغيرات البحث والقياس، ومجتمع وعينة البحث، وأداة البحث وطريقة جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة، وفيما يأتي يستعرض الباحث هذه العناصر:

#### **1- منهج البحث:**

يُعد البحث من البحوث الوصفية التفسيرية Descriptor-Explanatory Researches التي تقوم على وصف الظاهرة محل البحث، وذلك بمراجعة الأدبيات السابقة لبناء الإطار النظري، وتصميم قائمة استقصاء تغطي الجوانب المتعلقة بمتغيرات البحث لجمع البيانات المطلوبة، وإجراء

الاختبارات الإحصائية اللازمة للإجابة على فروض البحث، ومن ثم تحليل وتفسير النتائج بما يخدم أهداف البحث، وتم الاعتماد على المنهج الاستنتاجي Deductive Approach، وباستخدام أسلوب البحث الكمي Quantitative Method لمناسبتها لدراسة الظواهر الإنسانية الاجتماعية (إدريس، 2008، 2011، Saunders et al.).

## 2- أنواع البيانات المطلوبة ومصادر الحصول عليها:

اعتمد البحث الحالي نوعين من البيانات هما البيانات الثانوية والأولية، وقد تم جمع النوع الأول من البيانات من المراجع، والدوريات العلمية المحلية والعالمية بما يمكن من تأصيل المفاهيم، وإعداد الإطار النظري للبحث، إضافةً إلى البيانات والنشرات الدورية الصادرة عن جامعة المنصورة، أما النوع الثاني من البيانات (البيانات الأولية) فقد تم جمعها من المستقصي منهم المستهدفين في الدراسة الميدانية باستخدام أسلوب الاستقصاء.

## 3- متغيرات البحث والقياس:

تتعلق البيانات الأولية اللازمة لهذا البحث بمجموعة من المتغيرات الرئيسية التي تتضمن عدد من الأبعاد الفرعية المرتبطة بها، واعتمد الباحث في قياس هذه المتغيرات على مجموعة من المقاييس التي احتوت كل منها مجموعة من العبارات لقياس كل متغير، وتم قياس الوزن النسبي لكل عبارة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي حيث تراوحت موافقة المستقصي منهم على عبارات كل مقياس من (1= غير موافق تماماً) إلى (5= موافق تماماً)، وفيما يلي توضيح لمتغيرات البحث والمقاييس التي اعتمد عليها البحث:

### 1/3- السمعة التنظيمية (متغير مستقل):

اعتمد البحث في قياس هذا المتغير على المقياس الذي وضعته دراسة (Fombrun et al., 2000)، واستخدمته العديد من الدراسات السابقة الأجنبية منها (Oncer and Yıldız, 2012; Helm, 2013; Agarwalet al., 2015; Esaet al., 2020; Deniz, 2020; Esenet al., 2021)، وكذلك الدراسات السابقة العربية منها (عبد الحميد، وآخرون، 2015؛ الزيايدي، 2020؛ اليساري، 2021؛ خليفة، 2022) على اعتبار أن هذا المقياس من أكثر المقاييس التي ثبت صدقها وثباتها، ويتكون المقياس من (20) عبارة موزعة على الأبعاد الخمسة لإدراك السمعة التنظيمية المتمثلة في الانجذاب والتقدير العاطفي، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والمسؤولية

الاجتماعية، وذلك بواقع ثلاث عبارات لكل بُعد، وأربع عبارات لكل بُعد من بُعدَي جودة الخدمات، والأداء المالي.

### 2/3- الفخر التنظيمي (متغير مستقل/ وسيط تداخلي):

اعتمد البحث في قياس هذا المتغير على المقياس الذي وضعته دراسة ( Gouthier and Rhein, 2011)، واستخدمته العديد من الدراسات السابقة منها ( Durrahet *et al.*, 2019; Alias and Bahron, 2019; Widyantiet *et al.*, 2020; Youn and Kim, 2022; Sturm *et al.*, 2022)، وكذلك الدراسات السابقة العربية منها (مرسي، 2015؛ سعد، 2020؛ مرزوق، وآخرون، 2020) على اعتبار أن هذا المقياس من أكثر المقاييس التي ثبت صدقها وثباتها، ويشتمل المقياس على (7) عبارة منها (4) عبارات لقياس بُعد الفخر التنظيمي الوجداني (العاطفي)، و(3) عبارات لقياس بُعد الفخر التنظيمي الاتجاهي (الموقفي).

### 3/3- التماثل التنظيمي (متغير تابع):

اعتمد البحث في قياس هذا المتغير على المقياس الذي طورته دراسة ( Milleret *et al.*, 2000)، باعتباره المقياس الأكثر استخداماً في الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها، والتي ثبت صدقها وثباتها، كما اعتمدت عليه العديد من الدراسات الأخرى منها ( Park and Back, 2020; Qian and Jian, 2020; Jawad and Al-Kubaisy, 2021; Abd-Erhamanet *al.*, 2022)، وكذلك الدراسات السابقة العربية منها (محمود، 2020؛ الصاوي، 2021، طه، 2021)، واشتمل المقياس على (12) عبارة منها (3) عبارات لقياس بُعد الانتماء التنظيمي (العضوية)، و(6) عبارات لقياس بُعد الولاء التنظيمي، و(3) عبارات لقياس بُعد التشابه التنظيمي.

### 4- مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في جميع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة، ويضم هذا المجتمع (6168) مفردة، ويوضح الجدول رقم (1) عدد أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بكلية جامعة المنصورة. ونظراً لكبر حجم المجتمع، تم الاعتماد على أسلوب العينات لتجميع البيانات المطلوبة لإتمام البحث، لهذا سحبت عينة عشوائية طبقية مكونة من (362) مفردة، وتم تحديدها باستخدام برنامج Sample Size Calculator عند مستوى معنوية (5%)، وحدود ثقة (95%)، وتم توزيع هذه العينة بالاعتماد على أسلوب التوزيع النسبي الذي يأخذ في اعتباره التباين

بين عدد المفردات داخل كل كلية، ودرجة وظيفية، وتمثلت وحدة المعاينة في عضو هيئة التدريس (أستاذ، وأستاذ مساعد، ومدرس)، ومعاونيه (معيد ومدرس مساعد) بجامعة المنصورة.

**جدول رقم (1)**  
**توزيع مجتمع البحث وفق كليات جامعة المنصورة موضع التطبيق**

م	الكلية	أستاذ	أستاذ مساعد	مدرسين	مدرسين مساعد	معيد	الإجمالي
1	الطب البشرى	519	410	710	518	111	2268
2	طب أسنان	46	50	85	86	83	350
3	الصيدلة	30	58	72	58	77	295
4	الطبايبطري	34	51	50	32	32	199
5	الهندسة	44	63	128	141	122	498
6	العلوم	69	79	127	105	96	476
7	التربية	30	44	66	28	59	227
8	الزراعة	34	54	55	17	38	198
9	التجارة	15	13	69	79	33	209
10	الأداب	31	36	125	76	51	319
11	الحقوق	11	10	20	42	15	98
12	التربية النوعية بالمنصورة	19	27	50	12	24	132
13	الحاسبات والمعلومات	6	15	34	22	37	114
14	الفنون الجميلة	1	1	29	23	9	63
15	التربية الرياضية	40	54	55	15	29	193
16	التمريض	17	48	96	55	77	293
17	التربية النوعية بميت غمر	18	12	39	4	19	92
18	التربية النوعية بمنية النصر	5	13	17	9	10	54
19	السياحة والفنادق	4	6	10	11	9	40
20	التربية للطفولة المبكرة	3	1	15	18	13	50
	<b>المجموع</b>	<b>976</b>	<b>1045</b>	<b>1852</b>	<b>1351</b>	<b>944</b>	<b>6168</b>

المصدر: إعداد الباحث في ضوء النشرات الصادرة عن جامعة المنصورة 2022.

#### 5- أداة البحث وجمع البيانات:

تمثلت أداة البحث في قائمة الاستقصاء والتي تم تصميمها وتطويرها في ضوء الدراسات السابقة، وتم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة الميدانية من خلال أسلوب الاستقصاء، وقام الباحث بتوزيع قائمة الاستقصاء على كل مفردة من مفردات العينة بطريقة الكترونية؛ حيث تم الاتصال بغالبية المفردات لشرح طبيعة وأهداف البحث وطلب مشاركتهم وتعاونهم في إتمام البحث، واستغرقت عملية جمع البيانات شهرين، وذلك خلال الفترة من بداية ديسمبر 2022 إلى

نهاية يناير 2023، وتم توزيع عدد 450 قائمة لضمان ارتفاع مستوى الاستجابة، في الوقت الذي لم يستجيب فيه عدد 36 مفردة لاستيفاء الاستقصاء استبعد الباحث عدد 73 استمارة لم يتوافر بها الشروط المناسبة لتحليل البيانات فكان عدد الاستثمارات الصحيحة الصالحة للتحليل الإحصائي (341) ومن ثم بلغت نسبة الردود الصحيحة (94.2%)، ويوضح الجدول رقم (2) توزيع مفردات العينة وعدد الاستجابات الصحيحة من كليات جامعة المنصورة.

### جدول رقم (2)

توزيع عينة البحث وعدد الاستجابات الصحيحة وفق كليات جامعة المنصورة موضع التطبيق

م	الكلية	أستاذ	أستاذ مساعد	مدرسين	مدرسين مساعد	معيد	حجم العينة	القوائم الصحيحة
1	الطب البشرى	30	24	42	30	7	133	125
2	طب أسنان	3	3	5	5	5	21	21
3	الصيدلة	2	3	4	3	5	17	17
4	الطبايبطري	2	3	3	2	2	12	11
5	الهندسة	3	4	8	8	7	30	30
6	العلوم	4	4	8	6	6	28	27
7	التربية	2	3	4	2	3	14	13
8	الزراعة	2	3	3	1	2	11	10
9	التجارة	1	1	4	5	2	13	13
10	الأداب	2	2	7	5	3	19	19
11	الحقوق	1	1	1	3	1	7	7
12	التربية النوعية بالمنصورة	1	2	3	1	1	8	6
13	الحاسبات والمعلومات	0	1	2	1	2	6	6
14	الفنون الجميلة	0	0	2	1	1	4	3
15	التربية الرياضية	2	3	3	1	1	10	8
16	التمريض	1	2	5	3	4	15	14
17	التربية النوعية بميت غمر	1	1	2	0	1	5	5
18	التربية النوعية بمنية النصر	0	1	1	1	1	4	3
19	السياحة والفنادق	0	0	0	1	1	2	2
20	التربية للطفولة المبكرة	0	0	1	1	1	3	1
	<b>المجموع</b>	<b>57</b>	<b>61</b>	<b>108</b>	<b>80</b>	<b>56</b>	<b>362</b>	<b>341</b>

المصدر: إعداد الباحث في ضوء النشرات الصادرة عن جامعة المنصورة 2022، واستجابة مفردات العينة.

### 6- أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة في البحث:

تم اختبار نموذج وفروض البحث باستخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية The Partial Least Square - PLS التي تُعد أحد أساليب نماذج المعادلات الهيكلية Structural Equation Modeling- SEM، والتي تسمح بدراسة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين

واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة وبين واحد أو أكثر من المتغيرات التابعة في نموذج واحد، ويُعد هذا الأسلوب الإحصائي من الأساليب واسعة الانتشار للتقييم المتزامن لكل من الثبات Reliability، وصدق التقارب Convergent Validity، وصدق التمايز Discriminant Validity للمقاييس المستخدمة في دراسة ما، كذلك تعتبر طريقة المربعات الصغرى الجزئية أحد الأساليب الإحصائية القوية لتقييم نماذج القياس والنماذج الهيكلية التي تتضمن أكثر من متغير كامن (ضمني) Latent Variables متعدد المؤشرات أو العبارات، بالإضافة إلى ذلك فإنها تُمكن من الاختبار المتزامن لصدق وثبات المقاييس المستخدمة في البحث مع تقدير قوة واتجاه العلاقات لفروض البحث (Hair et al., 2010; Ringle et al., 2012).

### سابعاً: نتائج البحث:

اعتمد البحث في تحليل البيانات الميدانية على مدخل الخطوتين لـ (Hair et al., 2010)، ففي الخطوة الأولى تم اختبار نموذج القياس من خلال تقييم الصدق والثبات للمقاييس المستخدمة في البحث اعتماداً على التحليل العاملي التوكيدي، وفي الخطوة الثانية تم تقييم واختبار النموذج الهيكلي للبحث للوقوف على الصحة أو عدم الصحة في كل فرض من فروض البحث، وتم اختبار كلا النموذجين باستخدام برنامج Warp PLS 7، ويمكن توضيحهما على النحو الآتي:

#### 1- تقييم نموذج القياس Measurement Model Assessment:

يتضمن تقييم نموذج القياس اختباري الصدق والثبات لأداة البحث، ويمكن استعراضهما في

الآتي:

##### 1/1- تقييم صدق المقاييس:

استخدم هذا التقييم لبيان مدى صدق عبارات قائمة الاستقصاء في قياس ما صممت من أجله، وأن هذه العبارات تعطى للمستقصي منه نفس المعنى والمفهوم الذي يقصده الباحث، واعتمد البحث في إجراء اختبار الصدق على ما يأتي:

– **صدق المحتوى (Content Validity):** وذلك للتأكد من صدق عبارات قائمة الاستقصاء سواء من الناحية العلمية والتطبيقية حيث تم عرضها على عدد من أساتذة الإدارة بكلية التجارة في مصر، إضافةً إلى (18) مفردة من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة، وقد أبدى هؤلاء المحكمون مجموعة من الملاحظات على بعض الألفاظ الواردة بعبارات الاستقصاء، وقام الباحث بتعديل القائمة وفقاً لهذه الملاحظات.

– **صدق التقارب (Convergent Validity):** وذلك لقياس مدى التوافق بين العبارات المتعددة التي يشملها كل متغير من متغيرات البحث، وتشير نتائج الجدول رقم (3) أن قيم معاملات التحميل المعيارية (Factor loadings) لجميع العبارات أكبر من (0.7)، وأن جميع هذه القيم معنوية عند مستوى معنوية (0.05)، كما أن قيمة متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted- AVE) لكل متغير أكبر من (0.5)، ويدل ذلك على أن أداة البحث تتصف بصدق التقارب (Hair et al., 2010).

– **صدق التمايز (Discriminant Validity):** وذلك لقياس عدم تشابه المتغيرات وأن كل متغير يمثل نفسه، وتم حسابه من خلال الجذر التربيعي لقيمة متوسط التباين المستخرج، حيث يجب أن يكون قيمة هذا الجذر التربيعي أكبر من معاملات الارتباط بين المتغير نفسه وباقي المتغيرات الأخرى. وتوضح نتائج الجدول رقم (4) أن قيمة الجذر التربيعي لقيمة متوسط التباين المستخرج أكبر من معاملات الارتباط بين المتغير وباقي المتغيرات الأخرى، ويدل ذلك على أن أداة البحث تتصف بصدق التمايز، كما تؤكد هذه النتيجة على عدم وجود الارتباط المتعدد أو المشترك بين متغيرين (Multicollinearity) (Hair et al., 2010).

### جدول رقم (3)

#### نتائج التحليل العاملي التوكيدي والاتساق الداخلي لمتغيرات البحث

المتغيرات	العبارات	المعاملات المعيارية	التباين المستخر ج (AVE)	معامل ألفا لكرونباخ ( $\alpha$ )	الثبات المركب (CR)
السمعة التنظيمية	<b>الانجذاب العاطفي:</b>		<b>0.665</b>	<b>0.848</b>	<b>0.828</b>
	الشعور الجيد للعمل في الجامعة.	0.899			
	الشعور بالاحترام والتقدير تجاه الجامعة.	0.876			
	الشعور بالثقة في قيادات الجامعة.	0.843			
	<b>جودة الخدمات:</b>		<b>0.643</b>	<b>0.825</b>	<b>0.839</b>
	توافر خدمات وبرامج أكاديمية معروفة وواضحة.	0.808			
	تقديم خدمات وبرامج أكاديمية جديدة ومبتكرة.	0.842			
	تقديم خدمات وبرامج أكاديمية ترقى إلى مستوى تطلعات المستفيدين منها.	0.815			
	<b>الرؤية والقيادة:</b>		<b>0.652</b>	<b>0.843</b>	<b>0.846</b>
	تمتع قيادات الجامعة بالكفاءة العالية والتميز.	0.894			
	توافر رؤية واضحة لمستقبل الجامعة.	0.856			
	اهتمام الجامعة بالفرص التسويقية والاستفادة منها.	0.837			

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على أدبيات البحث ونتائج التحليل الإحصائي.

تابع جدول رقم (3)  
نتائج التحليل العاملي التوكيدي والاتساق الداخلي لمتغيرات البحث

المتغيرات	العبارات	المعاملات المعيارية	التباين المستخرج (AVE)	معامل ألفا لكرونباخ ( $\alpha$ )	الثبات المركب (CR)
السمعة التنظيمية	<b>بيئة مكان العمل:</b>			<b>0.806</b>	<b>0.817</b>
	تدار الجامعة بطريقة متميزة.	0.812			
	تطبيق مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين الجميع في الجامعة.	0.819			
	الحرص على جذب الموهوبين والمتميزين.	0.834			
	<b>المسؤولية الاجتماعية:</b>			<b>0.605</b>	<b>0.797</b>
	مشاركة الجامعة في أنشطة تنمية المجتمع.	0.855			
	التزام الجامعة بمعايير المحافظة على البيئة.	0.842			
	تأكيد الجامعة على التفاعل الإيجابي مع الأطراف ذات العلاقة معها.	0.839			
	<b>الأداء المالي:</b>			<b>0.637</b>	<b>0.842</b>
	تمتع الجامعة بالاستقرار المالي.	0.827			
	قدرة الجامعة على التعامل مع الأزمات المالية.	0.797			
	قدرة الجامعة على التفوق في الأداء على منافسيها.	0.806			
	قدرة الجامعة على تحقيق النمو في المستقبل.	0.788			
	الفخر التنظيمي	<b>الفخر التنظيمي الوجداني:</b>			<b>0.579</b>
الشعور بالسعادة كوني عضواً في الجامعة.		0.756			
الشعور بالارتياح كوني جزءاً من الجامعة.		0.749			
الشعور بالفخر تجاه ما تحققه الجامعة من إنجازات.		0.823			
الشعور أن الجامعة تقدم شيئاً ذو قيمة ومفيد للمجتمع.		0.882			

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على أدبيات البحث ونتائج التحليل الإحصائي.

تابع جدول رقم (3)  
نتائج التحليل العاملي التوكيدي والاتساق الداخلي لمتغيرات البحث

المتغيرات	العبارات	المعاملات المعيارية	التباين المستخرج (AVE)	معامل ألفا لكرونباخ ( $\alpha$ )	الثبات المركب (CR)
الفخر التنظيمي	الفخر التنظيمي الاتجاهي:		0.617	0.819	0.867
	الشعور بالفخر تجاه عملي بالجامعة.	0.875			
	الشعور بالفخر تجاه إسهاماتي لإنجاح الجامعة.	0.773			
	الشعور بالفخر عندما أخبر الآخرين عن الجامعة التي أعمل بها.	0.841			
التمثال التنظيمي	الانتماء التنظيمي (العضوية):		0.608	0.837	0.891
	الشعور بالاعتزاز تجاه العمل بالجامعة.	0.735			
	التحدث بإيجابية عن الجامعة أمام الآخرين.	0.844			
	الاهتمام بمصير ومستقبل الجامعة.	0.769			
	الولاء التنظيمي:		0.672	0.871	0.811
	الشعور الإيجابي تجاه الجامعة بوصفها مكاناً مناسباً للعمل.	0.895			
	الرغبة في قضاء الحياة المهنية في الجامعة.	0.804			
	الشعور باهتمام قيادة الجامعة بي.	0.783			
	الشعور بالسعادة لاختيار العمل بالجامعة بدلاً من أي مكان آخر.	0.799			
	الشعور أن الجامعة بمثابة عائلتي.	0.766			
	الشعور أن الجامعة مثال لما يجب أن تكون عليه الجامعات الأخرى.	0.747			
	التشابه التنظيمي:		0.651	0.864	0.852
الاعتقاد أن صورة الجامعة في المجتمع تمثلني جيداً.	0.790				
تشابه قيمي إلى حد كبير مع قيم الجامعة.	0.862				
الإيمان أن الجامعة المكان المناسب للتعبير عن طموحاتي وتوجهاتي الوظيفية.	0.764				

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على أدبيات البحث ونتائج التحليل الإحصائي.

2/1- تقييم ثبات المقاييس:

استخدم هذا التقييم لقياس مدى إمكانية الاعتماد على قائمة الاستقصاء في الحصول على بيانات تتسم بالثبات، وتم إجراء هذا التقييم للمقاييس المستخدمة في البحث بالاعتماد على كل من معامل ألفا لكرونباخ (Cronbach's Alpha) لتركيزه على الاتساق الداخلي بين محتويات كل مقياس خاضع للاختبار، ومعامل الثبات المركب (Composite Reliability) للتأكد من مدى ترابط عبارات كل مقياس، وتظهر نتائج الجدول رقم (3) أن قيمة كل من معامل الثبات ألفا ( $\alpha$ )، ومعامل

الثبات المركب (CR) أكبر من (0.7) وهو ما يدل على ثبات المقاييس المستخدمة في البحث (Hair et al., 2010).

## 2- تقييم النموذج الهيكلي Structural Model Assessment:

يتضمن تقييم النموذج الهيكلي التعرف على مدى تطابق وملائمة النموذج المقترح للبحث، يلي ذلك اختبار فروض البحث، ويمكن توضيحهما على النحو الآتي:

### 1/2- جودة تطابق وملائمة نموذج البحث المقترح:

تعتبر عملية تطابق وملائمة النموذج المقترح للبحث من العوامل الحاسمة في بناء المعادلة الهيكلية فمن خلالها يمكن التعرف على مدى تطابق النموذج المفاهيمي للبحث مع النتائج الميدانية، وتوجد ثلاث مؤشرات لجودة ملائمة النموذج وهي متوسط معامل المسار ( Average Path Coefficient- APC)، ومتوسط معامل الارتباط (Average R-squared-ARS)، ومتوسط التباين لمعامل التضخم (Average Variance Inflation Factor-AVIF)، وتقبل قيم كلاً من متوسط معامل المسار، ومتوسط معامل الارتباط إذا كانت قيمة (P) أقل من 0.05، بينما يقبل مؤشر متوسط التباين لمعامل التضخم إذا كانت قيمته أقل من 5 (Hair et al., 2010)، وأوضحت النتائج أن قيم متوسط معامل المسار 0.384 عند مستوى معنوية 0.005، ومتوسط معامل الارتباط 0.407 عند مستوى معنوية 0.001، ومتوسط التباين لمعامل التضخم 2.156، وهو ما يدل على أن نموذج البحث المقترح يتمتع بجودة تطابق مقبولة، ويمكن الاعتماد عليه.

جدول (4)

صدق التمايز باستخدام الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج

م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1- الانجذاب العاطفي	3.101	0.712	<b>0.815</b>										
2- جودة الخدمات	3.422	0.832	0.362	<b>0.801</b>									
3- الرؤية والقيادة	3.892	0.564	0.450	0.285	<b>0.807</b>								
4- بيئة مكان العمل	4.017	0.760	0.574	0.322	0.314	<b>0.773</b>							
5- المسؤولية الاجتماعية	3.994	0.673	0.336	0.340	0.356	0.286	<b>0.777</b>						
6- الأداء المالي	3.732	0.681	0.467	0.462	0.451	0.352	0.411	<b>0.798</b>					
7- الفخر الوجداني	4.027	0.625	0.372	0.388	0.407	0.320	0.339	0.289	<b>0.761</b>				
8- الفخر الاتجاهي	4.196	0.803	0.495	0.335	0.505	0.431	0.427	0.377	0.306	<b>0.785</b>			
9- العضوية	3.083	0.732	0.461	0.317	0.343	0.362	0.388	0.402	0.390	0.333	<b>0.779</b>		
10-الولاء التنظيمي	3.974	0.705	0.380	0.325	0.362	0.395	0.440	0.446	0.424	0.305	0.311	<b>0.819</b>	
11-التشابه التنظيمي	3.547	0.654	0.329	0.202	0.341	0.308	0.328	0.457	0.408	0.296	0.360	0.377	<b>0.807</b>

جميع القيم معنوية عند مستوى 0.01

قطر المصفوفة يمثل الجذر التربيعي لقيمة متوسط التباين (Average Variance Extracted- AVE).

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي.

## 2/2- نتائج اختبار فروض البحث:

يمكن توضيح نتائج اختبار العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات البحث التي تم التوصل إليها على النحو الآتي:

فيما يتعلق باختبار العلاقات المباشرة بين متغيرات البحث تم اختبار الفروض الثلاثة الأولى من فروض البحث؛ حيث تم اختبار الفرض الأول الذي ينص على: "تؤثر أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تأثيراً معنوياً إيجابياً في الفخر التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة"، والذي يفيد في تحقيق الهدف الأول من أهداف هذا البحث، وأوضحت نتائج الجدول رقم (5) وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على الفخر التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة، وتبين أن أكثر الأبعاد أهمية وقدرة على تفسير سلوك المتغير التابع (الفخر التنظيمي) وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد الرؤية والقيادة 0.466، يليه بُعد جودة الخدمات 0.382، وبُعد المسؤولية الاجتماعية 0.351، ثم بُعد بيئة مكان العمل 0.270، وبُعد الانجذاب العاطفي 0.249، وأخيراً بُعد الأداء المالي 0.193، وجميعها معنوية عند مستوي 0.01، كذلك اتضح من نتائج التحليل الإحصائي أن قيمة معامل التحديد بلغت 51% عند مستوي معنوية 0.01 وهو ما يعني أن أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تسهم بنسبة 51% في تفسير التباين في سلوكيات الفخر التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، والنسبة المتبقية ترجع لمتغيرات أخرى، وهو ما يدعم قبول الفرض الأول من فروض البحث.

وعلى المستوى التفصيلي، وللوقوف على أثر أبعاد إدراك السمعة التنظيمية على بُعدى الفخر التنظيمي (الفخر الوجداني، والفخر الاتجاهي) كل على حده، فأظهرت نتائج الجدول رقم (5) وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على بُعد الفخر الوجداني، وتبين أن أكثر الأبعاد قدرة على التنبؤ ببُعد الفخر الوجداني لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد الرؤية والقيادة 0.412، يليه بُعد جودة الخدمات 0.335، وبُعد الأداء المالي 0.279، ثم بُعد المسؤولية الاجتماعية 0.246، وبُعد بيئة مكان العمل 0.221، وأخيراً بُعد الانجذاب العاطفي 0.183، وجميعها معنوية عند مستوي 0.01.

كذلك اتضح وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على بُعد الفخر الاتجاهي، وأن أكثر الأبعاد قدرة على التنبؤ ببُعد الفخر الاتجاهي لأعضاء هيئة التدريس

ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد الانجذاب العاطفي 0.517، يليه بُعد بيئة مكان العمل 0.498، وبُعد جودة الخدمات 0.401، ثم بُعد المسؤولية الاجتماعية، وبُعد الرؤية والقيادة 0.332، وبُعد الأداء المالي 0.272، وجميعها معنوية عند مستوي 0.01.

#### جدول رقم (5)

#### أثر إدراك السمعة التنظيمية في الفخر التنظيمي بجامعة المنصورة

التأثيرات المباشرة		المتغير التابع	المتغير المستقل
قيمة (P)	معامل المسار المباشر ( $\beta$ )		
0.009	0.183	الفخر التنظيمي الوجداني	الانجذاب العاطفي
<0.001	0.335		جودة الخدمات
<0.001	0.412		الرؤية والقيادة
<0.001	0.221		بيئة العمل
<0.001	0.246		المسؤولية الاجتماعية
0.006	0.279		الأداء المالي
<0.001	0.517	الفخر التنظيمي الاتجاعي	الانجذاب العاطفي
0.005	0.401		جودة الخدمات
0.007	0.332		الرؤية والقيادة
<0.001	0.498		بيئة العمل
<0.001	0.365		المسؤولية الاجتماعية
0.002	0.272		الأداء المالي
0.002	0.249	الفخر التنظيمي	الانجذاب العاطفي
<0.001	0.382		جودة الخدمات
<0.001	0.446		الرؤية والقيادة
0.008	0.270		بيئة العمل
<0.001	0.351		المسؤولية الاجتماعية
0.005	0.193		الأداء المالي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

في ما يتعلق باختبار الفرض الثاني الذي ينص على: "تؤثر أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة"، والذي يفيد في تحقيق الهدف الثاني من أهداف هذا البحث، وأظهرت نتائج الجدول رقم (6) وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على التماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة، وتبين أن أكثر الأبعاد أهمية وقدرة على تفسير سلوك المتغير التابع (التماثل التنظيمي) وفقاً لمعاملات المسار بُعد بيئة مكان

العمل 0.537، يليه بُعد الرؤية والقيادة 0.476، وبُعد الأداء المالي 0.382، ثم بُعد جودة الخدمات 0.342، وبُعد المسؤولية الاجتماعية 0.214، وأخيراً بُعد الانجذاب العاطفي 0.211، وجميعها معنوية عند مستوي 0.05، كما اتضح من نتائج التحليل الإحصائي أن قيمة معامل التحديد بلغت 61% عند مستوي معنوية 0.01 وهو ما يعني أن أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تسهم بنسبة 61% في تفسير التباين في سلوكيات التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، والنسبة المتبقية ترجع لمتغيرات أخرى، وهو ما يدعم قبول الفرض الثاني من فروض البحث.

وعلى المستوى التفصيلي، وللوقوف على أثر أبعاد إدراك السمعة التنظيمية على أبعاد التماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة فردية)، فأظهرت نتائج الجدول رقم (6) وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على بُعد الانتماء التنظيمي (العضوية)، وتبين أن أكثر الأبعاد أهمية وقدرة على تفسير بُعد الانتماء التنظيمي (العضوية) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد الانجذاب العاطفي، يليه بُعد بيئة مكان العمل، وبُعد الأداء المالي، ثم بُعد جودة الخدمات، وبُعد الرؤية والقيادة، وبُعد المسؤولية الاجتماعية 0.457، 0.323، 0.312، 0.287، 0.242، 0.116 على الترتيب عند مستوى معنوية 0.01.

واتضح وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على بُعد الولاء التنظيمي، وتبين أن أكثر الأبعاد قدرة على التنبؤ ببُعد الولاء التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد بيئة مكان العمل 0.368، يليه بُعد الرؤية والقيادة 0.344، وبُعد جودة الخدمات 0.323، ثم بُعد الأداء المالي 0.219، وبُعد المسؤولية الاجتماعية 0.205، وبُعد الانجذاب العاطفي 0.132، وذلك عند مستوى معنوية 0.01.

كذلك تبين وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد إدراك السمعة التنظيمية على بُعد التشابه التنظيمي، وتبين أن أكثر الأبعاد قدرة على التنبؤ ببُعد التشابه التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد بيئة العمل، يليه بُعد المسؤولية الاجتماعية، وبُعد جودة الخدمات، ثم بُعد الرؤية والقيادة، وبُعد الأداء المالي، وبُعد الانجذاب العاطفي؛ حيث بلغ قيمة معاملات المسار 0.424، 0.417، 0.381، 0.376، 0.255، 0.148 على الترتيب عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (6)

أثر إدراك السمعة التنظيمية في التماثل التنظيمي بجامعة المنصورة

التأثيرات المباشرة		المتغير التابع	المتغير المستقل
قيمة (P)	معامل المسار المباشر ( $\beta$ )		
<0.001	0.457	الانتماء التنظيمي (العضوية)	الانجذاب العاطفي
0.004	0.287		جودة الخدمات
0.007	0.242		الرؤية والقيادة
<0.001	0.323		بيئة العمل
0.005	0.116		المسؤولية الاجتماعية
<0.001	0.312		الأداء المالي
0.008	0.132	الولاء التنظيمي	الانجذاب العاطفي
<0.001	0.323		جودة الخدمات
<0.001	0.344		الرؤية والقيادة
0.003	0.368		بيئة العمل
<0.001	0.205		المسؤولية الاجتماعية
<0.001	0.219		الأداء المالي
0.027	0.148	التشابه التنظيمي	الانجذاب العاطفي
0.002	0.381		جودة الخدمات
<0.001	0.376		الرؤية والقيادة
<0.001	0.424		بيئة العمل
<0.001	0.417		المسؤولية الاجتماعية
0.016	0.255		الأداء المالي
0.023	0.211	التماثل التنظيمي	الانجذاب العاطفي
0.017	0.342		جودة الخدمات
<0.001	0.476		الرؤية والقيادة
<0.001	0.537		بيئة العمل
<0.001	0.214		المسؤولية الاجتماعية
0.020	0.382		الأداء المالي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

أما في ما يتعلق باختبار الفرض الثالث الذي ينص على: "يؤثر الفخر التنظيمي تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة"، والذي يفيد في تحقيق الهدف الثالث من أهداف هذا البحث، وأظهرت نتائج الجدول رقم (7) وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لأبعاد الفخر التنظيمي في التماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية)

لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة، وتبين أن أكثر الأبعاد أهمية وقدرة على تفسير سلوك المتغير التابع (التمائل التنظيمي) وفقاً لمعاملات المسار بُعد الفخر الاتجاهي 0.395، يليه بُعد الفخر الوجداني 0.327، وجميعها معنوية عند مستوى 0.001، كما اتضح من نتائج التحليل الإحصائي أن قيمة معامل التحديد بلغت 53% عند مستوى معنوية 0.01 وهو ما يعني أن أبعاد الفخر التنظيمي تسهم بنسبة 53% في تفسير التباين في سلوكيات التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، والنسبة المتبقية ترجع لمتغيرات أخرى، وهو ما يدعم قبول الفرض الثالث من فروض البحث.

#### جدول رقم (7)

#### أثر الفخر التنظيمي في التماثل التنظيمي بجامعة المنصورة

التأثيرات المباشرة		المتغير التابع	المتغير المستقل
قيمة (P)	معامل المسار المباشر ( $\beta$ )		
0.010	0.333	الانتماء التنظيمي (العضوية)	الفخر التنظيمي الوجداني
<0.001	0.434		الفخر التنظيمي الاتجاهي
<0.001	0.360	الولاء التنظيمي	الفخر التنظيمي الوجداني
0.005	0.258		الفخر التنظيمي الاتجاهي
0.029	0.322	التشابه التنظيمي	الفخر التنظيمي الوجداني
0.015	0.292		الفخر التنظيمي الاتجاهي
<0.001	0.327	التمائل التنظيمي	الفخر التنظيمي الوجداني
<0.001	0.395		الفخر التنظيمي الاتجاهي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

وعلى المستوى التفصيلي، وللوقوف على أثر الفخر التنظيمي في أبعاد التماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة فردية)، فأشارت نتائج الجدول رقم (7) وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لبُعدي الفخر التنظيمي في بُعد الانتماء التنظيمي (العضوية)، وتبين أن أكثر الأبعاد أهمية وقدرة على تفسير بُعد العضوية لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار بُعد الفخر الاتجاهي، يليه بُعد الفخر الوجداني؛ حيث بلغ قيمة معاملات المسار 0.434، 0.333 على الترتيب عند مستوى معنوية 0.01.

كذلك تبين وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لبُعدي الفخر التنظيمي في بُعد الولاء التنظيمي، واتضح أن أكثر الأبعاد قدرة على التنبؤ ببُعد الولاء التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة، وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد الفخر الوجداني 0.360، يليه بُعد

الفخر الاتجاهي 0.258، وذلك عند مستوى معنوية 0.01، كما اتضح وجود تأثيرات معنوية إيجابية مباشرة لبُعدي الفخر التنظيمي في بُعد التشابه التنظيمي، وتبين أن أكثر الأبعاد قدرة وأهمية على التنبؤ وتفسير بُعد التشابه التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة وذلك وفقاً لمعاملات المسار هو بُعد الفخر الوجداني 0.332، يليه بُعد الفخر الاتجاهي 0.292، وذلك عند مستوى معنوية 0.05.

وفيما يتعلق باختبار دور الفخر التنظيمي بوصفه وسيطاً تداخلياً في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة، تم اختبار الفرض الرابع الذي ينص على: "يتوسط الفخر التنظيمي العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة"، والذي يفيد في تحقيق الهدف الرابع من أهداف هذا البحث، واختبار الدور الوسيط للفخر التنظيمي فقد أخذ في الاعتبار الشروط التي قدمتها دراسة (Baron and Kenny, 1986) لتحقيق الوساطة لمتغير ما بين متغيرين آخرين وهي: (أ) وجود علاقة تأثير مباشر للمتغير المستقل في المتغير الوسيط. (ب) وجود علاقة تأثير مباشر للمتغير المستقل في المتغير التابع. (ج) وجود علاقة تأثير مباشر للمتغير الوسيط في المتغير التابع. (د) عند إدخال المتغير الوسيط تصبح العلاقة بين المتغير المستقل والتابع غير معنوية (وساطة كلية)، أو يضعف أثرها (وساطة جزئية).

وأظهرت النتائج بالجدول رقم (8) أن الفخر التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) يتوسط جزئياً العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي بجامعة المنصورة، حيث بلغت قيمة معاملات المسار غير المباشرة لبُعد بيئة مكان العمل 0.204، يليه بُعد المسؤولية الاجتماعية 0.172، وبُعد الأداء المالي 0.135، ثم بُعد الرؤية والقيادة 0.116، وبُعد جودة الخدمات 0.099، وبُعد الانجذاب العاطفي 0.077 وجميعها معنوية عند مستوى 0.01، كما تبين أن دخول الفخر التنظيمي كمتغير وسيط في تلك العلاقة أدى إلى ارتفاع معنوية النموذج وزيادة قيمة معامل التفسير من 61% إلى 78%، وهو ما يعني أن توافر إدراك السمعة التنظيمية والفخر التنظيمي يسهمان معاً بنسبة 78% في تفسير التباين في سلوكيات التماثل التنظيمي، والنسبة المتبقية ترجع لمتغيرات أخرى، وهو ما يدعم قبول الفرض الرابع من فروض البحث.

جدول رقم (8)

نتائج توسيط الفخر التنظيمي في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي بجامعة المنصورة

التأثيرات مع وجود الوسيط		التأثيرات بدون الوسيط		المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
معامل المسار غير المباشر ( $\beta$ )	قيمة (P)	معامل المسار المباشر ( $\beta$ )	قيمة (P)			
0.212	<0.001	0.457	<0.001	الانتماء التنظيمي (العضوية)	الفخر التنظيمي	الانجذاب العاطفي
0.195	<0.001	0.287	0.004			جودة الخدمات
0.076	0.003	0.242	0.007			الرؤية والقيادة
0.202	0.008	0.323	<0.001			بيئة العمل
0.088	<0.001	0.116	0.005			المسؤولية الاجتماعية
0.144	<0.001	0.312	<0.001			الأداء المالي
0.098	<0.001	0.132	0.008	الولاء التنظيمي	الفخر التنظيمي	الانجذاب العاطفي
0.21	<0.001	0.323	<0.001			جودة الخدمات
0.151	0.005	0.344	<0.001			الرؤية والقيادة
0.163	0.025	0.368	0.003			بيئة العمل
0.173	0.012	0.205	<0.001			المسؤولية الاجتماعية
0.108	0.001	0.219	<0.001			الأداء المالي
0.065	0.007	0.148	0.027	التشابه التنظيمي	الفخر التنظيمي	الانجذاب العاطفي
0.134	0.001	0.381	0.002			جودة الخدمات
0.192	0.031	0.376	<0.001			الرؤية والقيادة
0.177	0.001	0.424	<0.001			بيئة العمل
0.161	0.001	0.417	<0.001			المسؤولية الاجتماعية
0.087	0.001	0.255	0.016			الأداء المالي
0.077	<0.001	0.211	0.023	التماثل التنظيمي	الفخر التنظيمي	الانجذاب العاطفي
0.099	<0.001	0.342	0.017			جودة الخدمات
0.116	<0.001	0.476	<0.001			الرؤية والقيادة
0.204	0.006	0.537	<0.001			بيئة العمل
0.172	<0.001	0.214	<0.001			المسؤولية الاجتماعية
0.135	0.002	0.382	0.020			الأداء المالي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

وعلى المستوى التفصيلي، أوضحت النتائج بالجدول رقم (8) أن الفخر التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) يتوسط جزئياً العلاقة بين أبعاد إدراك السمعة التنظيمية الانتماء التنظيمي (العضوية) بجامعة المنصورة، حيث بلغت قيمة معاملات المسارات غير المباشرة لبُعد الانجذاب العاطفي 0.212، يليه بُعد بيئة مكان العمل 0.202، وبُعد جودة الخدمات 0.195، ثم بُعد الأداء المالي 0.144، وبُعد المسؤولية الاجتماعية 0.088، وبُعد الرؤية والقيادة 0.076، وجميعها معنوية عند مستوى 0.01.

كما تبين أن الفخر التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) يتوسط جزئياً العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية والولاء التنظيمي بجامعة المنصورة، حيث بلغت قيمة معاملات المسارات غير المباشرة لبُعد جودة الخدمات 0.210، يليه بُعد المسؤولية الاجتماعية 0.173، وبُعد بيئة مكان العمل 0.163، ثم بُعد الرؤية والقيادة 0.151، وبُعد الأداء المالي 0.108، وبُعد الانجذاب العاطفي 0.098، وجميعها معنوية عند مستوى 0.05.

وأظهرت النتائج أن الفخر التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) يتوسط جزئياً العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية والتشابه التنظيمي بجامعة المنصورة، حيث بلغت قيمة معاملات المسارات غير المباشرة لبُعد الرؤية والقيادة 0.192، يليه بُعد بيئة مكان العمل 0.177، وبُعد المسؤولية الاجتماعية 0.161، ثم بُعد جودة الخدمات 0.134، وبُعد الأداء المالي 0.087، وبُعد الانجذاب العاطفي 0.065، وجميعها معنوية عند مستوى 0.05.

#### ثامناً: مناقشة نتائج البحث وتفسيرها:

توصل البحث الحالي إلى مجموعة من النتائج، يمكن تناولها وتفسيرها على النحو الآتي:

1- توصلت نتائج اختبار الفرض الأول من فروض البحث إلى أن أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً في الفخر التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية)، وعلى المستوى التفصيلي أظهرت النتائج أن أبعاد إدراك السمعة التنظيمية الجيدة تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً في بُعد الفخر التنظيمي (الفخر الوجداني، والفخر الاتجاهي) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة (مأخوذاً بصورة فردية)، واتضح أن أكثر الأبعاد قدرة على تفسير بُعد الفخر الوجداني هو بُعد الرؤية والقيادة، أما بُعد الانجذاب والتقدير العاطفي فتبين أنه الأكثر قدرة على التنبؤ ببُعد الفخر الاتجاهي، وهو ما يساعد على استنتاج أنه كلما أدرك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم أبعاد السمعة التنظيمية ساعد ذلك على تحسين الفخر التنظيمي لديهم. وتتفق

تلك النتائج مع ما توصلت إليه غالبية الدراسات السابقة التي أكدت على وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد السمعة التنظيمية (الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية) في الفخر التنظيمي بقطاعات مختلفة (Helm, 2013;Cekmecelioglu and Dincel, 2014;Babic- Hodovic and Arslanagic-Kalajdzic, 2019;Groza and Groza, 2022;Wangand Chen, 2022).

وتشير هذه النتائج إلى أن إدراك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة للسمعة الجيدة لها والتي تظهر في صورة توافر الرؤية المستقبلية الواضحة للجامعة، وتمتع قياداتها بالكفاءة العالية، وقدرتهم على الاستفادة من الفرص التسويقية المحيطة بها، وتقديم الخدمات والبرامج الأكاديمية الجديدة والمبتكرة التي ترقى إلى مستوى تطلعات المستفيدين منها، وسعيها إلى جذب المتميزين والموهوبين للعمل بها، وحرصها على تدريب وتطوير قدرات ومهارات منسوبيها، كذلك مشاركة الجامعة في أنشطة تنمية المجتمع، ونشر الوعي بمعايير المحافظة على البيئة المحيطة بها مع الالتزام بتلك المعايير، وقدرتها على المحافظة على استقرارها المالي، وتحقيق التفوق في الأداء على منافسيها، كل ذلك من شأنه أن يساعد على تحسين الشعور بالفخر تجاه جامعتهم من خلال شعور أعضائها بالسعادة والارتياح كونهم جزءاً من الجامعة، وإدراكهم أن ما تقدمه جامعتهم ذو قيمة للمجتمع المحيط بها، كذلك شعورهم بدرجة عالية من التفضيل والاستحسان تجاه عملهم بها، وسعيهم الدائم نحو المساهمة في نجاحها وارتقائها، وشعورهم بالتباهي عند أخبار الآخرين عن جامعة المنصورة التي ينتمون إليها.

**2-** توصلت نتائج اختبار الفرض الثاني من فروض البحث إلى أن أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية)، وعلى المستوى التفصيلي أظهرت النتائج أن أبعاد إدراك السمعة التنظيمية تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي (العضوية أو الانتماء التنظيمي، والولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة (مأخوذاً بصورة فردية)، واتضح أن أكثر الأبعاد قدرة على تفسير بُعد الانتماء التنظيمي (العضوية) هو بُعد الانجذاب والتقدير العاطفي، بينما أن بُعد بيئة مكان العمل هو الأكثر قدرة على التنبؤ ببُعدي الولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي، وهو ما يساعد على استنتاج أنه كلما أدرك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم السمعة الجيدة لجامعتهم ساعد ذلك على تحسين التماثل التنظيمي لديهم. وتتفق تلك النتائج مع ما توصلت إليه

غالبية الدراسات السابقة التي أكدت على وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد السمعة التنظيمية (الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية) في التماثل التنظيمي بقطاعات مختلفة ودول متعددة (Oncer and Yıldız, 2012; Agarwalet al., 2015; Isik and Zincirkıran, 2016; Zavyalova et al., 2016; Baeret al., 2018; Garcia-Rodriguez and Gutierrez-Tano, 2021).

وتشير هذه النتائج إلى أن إدراك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بامتلاك جامعتهم الكوادر القيادية المتميزة، وسعيها لكسب ثقة المهنيين والتميزين في كافة التخصصات، وتوفير رؤية مستقبلية واضحة تسعى إلى تحقيقها، وحرصها الدائم على اقتناص الفرص التسويقية والاستفادة منها في تطوير خدماتها، وقدرتها على التفوق في الأداء عن منافسيها من الجامعات الأخرى، وتمتعها بالاستقرار المالي، كذلك اهتمامها بتقديم الخدمات والبرامج الأكاديمية الجديدة والمبتكرة بجودة عالية، وحرصها على التفاعل والتعامل الإيجابي مع كافة الأطراف ذات الصلة بها وبخاصة تجاه أنشطة تنمية المجتمع والبيئة المحيطة بها كل ذلك من شأنه أن يساعد على تحسين مستوى التماثل التنظيمي لديهم من خلال شعور أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بالاعتزاز بالعمل في الجامعة، والتحدث بإيجابية عنها أمام الآخرين، والاهتمام بمصيرها ومستقبلها، كذلك تنمية رغبتهم على قضاء حياتهم المهنية بالجامعة بوصفها مثال لما يجب أن تكون عليه الجامعات الأخرى، وإدراكهم القيم والأهداف المشتركة مع جامعتهم، وإيمانهم بأنها المكان المناسب للتعبير عن طموحاتهم وتوجهاتهم الوظيفية.

### 3- توصلت نتائج اختبار الفرض الثالث من فروض البحث إلى أن توافر أبعاد الفخر التنظيمي

تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً التماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية)، وعلى المستوى التفصيلي أظهرت النتائج أن أبعاد الفخر التنظيمي تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً في التماثل التنظيمي (العضوية أو الانتماء التنظيمي، والولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة (مأخوذاً بصورة فردية)، واتضح أن أكثر الأبعاد قدرة على تفسير بُعدي الانتماء التنظيمي (العضوية) هو بُعد الفخر الاتجاهي، بينما تبين أن بُعد الفخر الوجداني هو الأكثر قدرة على التنبؤ ببُعدي الولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي، وهو ما يساعد على استنتاج أنه كلما توافر بُعد الفخر التنظيمي ساعد ذلك على إدراك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم التماثل مع جامعتهم موضع التطبيق. وتتفق تلك النتائج مع ما توصلت إليه

غالبية الدراسات السابقة التي أكدت على وجود تأثير معنوي إيجابي لبُعدي الفخر التنظيمي (الفخر الوجداني، والفخر الاتجاعي) في التماثل التنظيمي بقطاعات مختلفة ودول متعددة (De Roecket *al.*, 2016; Lythrethaset *al.*, 2019; Farooq and Salam, 2020; (Shahzadiet *al.*, 2020; Mascaro, 2021; Abdullahet *al.*, 2022).

وتشير هذه النتائج إلى أن شعور أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بالفخر تجاه جامعتهم والذي يظهر في صورة شعورهم بالسعادة والارتياح كونهم جزءاً منها، وإيمانهم أن ما تحققه من إنجازات هامة بالنسبة للمجتمع المحيط بها، كذلك شعورهم بدرجة عالية من التفضيل والاستحسان تجاه العمل بها، وشعورهم بالتباهي عند أخبار الآخرين عن جامعة المنصورة التي ينتمون إليها كل ذلك من شأنه أن يساعد على تماثلهم التنظيمي من خلال إدراكهم أن صورهم جامعتهم تمثلهم في المجتمعات الأكاديمية، وإيمانهم بتشابه قيمهم وأهدافهم مع قيم وأهداف جامعتهم، وأنها من أفضل بيئات العمل التي يمكن من خلالها تحقيق الطموحات والتوجهات الوظيفية، وزيادة رغبتهم للعمل وقضاء حياتهم المهنية والأكاديمية بها باعتبارها الخيار الأفضل لهم، وسعيهم إلى الانخراط في الأعمال والمهام المكلفين بها حرصاً على مستقبل ومصير جامعتهم.

**4-** توصلت نتائج اختبار الفرض الرابع من فروض البحث إلى أن الفخر التنظيمي يتوسط جزئياً العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي (مأخوذاً بصورة إجمالية) لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة موضع التطبيق، وتبين أن دخول الفخر التنظيمي كمتغير وسيط تداخلي في تلك العلاقة أي إلى ارتفاع معنوية النموذج وزيادة معامل التحديد من 61% إلى 78%، وعلى المستوى التفصيلي أوضحت النتائج أن الفخر التنظيمي يتوسط جزئياً العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية وأبعاد التماثل التنظيمي (الانتماء التنظيمي، والولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي) كل على حده، وهو الأمر الذي يعني أن إدراك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم لأبعاد السمعة التنظيمية يرفع من درجة توافر الفخر التنظيمي مما يؤدي إلى تحسين مستوى انخراطهم في سلوكيات التماثل التنظيمي في جامعة المنصورة.

وتتفق نتيجة هذا البحث مع ما توصلت إليه نتائج معظم الدراسات السابقة، فأثبتت دراسة (De Roecket *al.*, 2016) أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين إدراك المسؤولية الاجتماعية- كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- وبين التماثل التنظيمي للعاملين بقطاع الطاقة في الولايات المتحدة الأمريكية، وأكدت دراسة (Lythrethaset *al.*, 2019) أن الفخر التنظيمي يتوسط

العلاقة إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- والتماثل التنظيمي لدى العاملين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم، كذلك أكدت دراسة ( Babic-Hodovic and Arslanagic-Kalajdzic, 2019) على أن توافر أبعاد السمعة التنظيمية يؤثر إيجابياً على الفخر التنظيمي، وهو ما يؤدي إلى تحسين الرضا الوظيفي للعاملين في الخطوط الأمامية بالمنظمات الخدمية، وأثبتت دراسة (Farooq and Salam, 2020) أن الفخر التنظيمي يتوسط العلاقة بين إدراك المسؤولية الاجتماعية - كأحد أبعاد السمعة التنظيمية- والتماثل التنظيمي لدى المضيفات بقطاع الطيران في ماليزيا.

وتشير هذه النتائج إلى أن إدراك أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة المنصورة باهتمام جامعتهم بالمحافظة على الموهوبين والتميزين من أعضائها، وتطبيق مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين الجميع، وتوافر رؤية واضحة لمستقبلها، وامتلاكها أفضل القيادات القادرة على الإدارة بكفاءة عالية، وقدرتها على المحافظة على استقرارها المالي، وتحقيق التفوق في الأداء على منافسيها، واهتمامها بتقديم الخدمات والبرامج الأكاديمية الجديدة والمبتكرة بجودة عالية والتي ترقى إلى تطلعات المستفيدين منها، وحرصها على التفاعل الإيجابي مع كافة الأطراف ذات الصلة بها وبخاصة تجاه أنشطة تنمية المجتمع والبيئة المحيطة بها كل ذلك من شأنه أن يساعد على تحسين الشعور بالفخر التنظيمي في شكل يظهر في صورة شعور أعضائها بالسعادة والارتياح كونهم جزءاً منها، وإيمانهم أن ما تحققه الجامعة من إنجازات هي مهمة بالنسبة للمجتمع المحيط بها، كذلك شعورهم بدرجة عالية من التفضيل تجاه عملهم بها، وسعيهم الدائم نحو المساهمة في نجاحها وارتقائها، وشعورهم بالتباهي عند أخبار الآخرين عن جامعتهم التي ينتمون إليها، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على درجة توافر تماثلهم التنظيمي وذلك بشعور أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم أن صورهم جامعتهم تمثلهم في المجتمعات الأكاديمية، وإيمانهم بتشابه قيمهم وأهدافهم مع قيم وأهداف جامعتهم، وأن جامعتهم المكان المناسب للتعبير عن طموحاتهم وتوجهاتهم الوظيفية، وشعورهم بالاعتزاز بالعمل بها، والتحدث بإيجابية عنها أمام الآخرين، والاهتمام بمصيرها ومستقبلها.

## تاسعاً: توصيات البحث:

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث الحالي، يوصي البحث بما يأتي:

1- نظراً لما أشارت إليه نتائج البحث الحالي من وجود أثر إيجابي لإدراك السمعة التنظيمية على كل من الفخر التنظيمي والتماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة

المنصورة، فإن ذلك يقتضي من إدارتها ضرورة توجيه الاهتمام الكافي نحو تنمية أبعاد السمعة التنظيمية، ويُقترح أن تركز تلك الجهود على الآتي:

1/1- ضرورة رصد وتقييم السمعة بأبعادها المختلفة بشكل دائم، باستخدام مختلف الوسائل التقنية وتحليلها واتخاذ ما يلزم من قرارات نحو معالجتها، وذلك من خلال إجراء دراسات وبحوث دورية تستهدف تقييم السمعة من وجهة نظر أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين.

2/1- اهتمام الجامعة بتحسين صورتها الذهنية لدى الأطراف ذات العلاقة من خلال فاعلية وجودة الإدارة، وقدرتها على تطوير الخدمة التعليمية المقدمة، والاحتفاظ بالموهب البشرية، وتحسين طريقة تعاملها مع المجتمع والبيئة المحيطة بها.

3/1- التركيز على ابتكار خدمات تعليمية جديدة وذلك من خلال إدخال تغييرات جوهرية متميزة في الأنظمة والإجراءات المتبعة بالجامعة، واستحداث برامج وتخصصات متميزة تتماشى مع لتغييرات العالمية، وتبني طرق جديدة في التدريس والبحث العلمي، وتوفير الدعم الكافي لأنشطة البحث والتطوير بما يُمكن من مواجهة تطلعات المستفيدين منها.

4/1- التزام الجامعة بتحديد آليات ومعايير اختيار قياداتها الإدارية والعلمية على أسس واضحة من الكفاءة والسمات والخصائص القيادية، وامتلاكها الرؤية الواضحة لمستقبل الجامعة، وقدرتها على استغلال الفرص المتاحة والاستفادة منها لصالح الجامعة، وتشجيعها لثقافة الإنجاز والتعاون المشترك بين القيادات ومرؤوسيه.

5/1- التركيز على الاحتفاظ بالموهوبين والتميزين من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيه، وذلك من خلال توفير بيئة عمل صحية قائمة على تطبيق مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين جميع أعضائها، ورسم الاستراتيجيات الداعمة لتحفيزهم وتطويرهم في مختلف الجوانب الإدارية والعلمية.

6/1- دعم الجامعة لمشاريع المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال تقديم مجموعة متنوعة من الأنشطة والفعاليات المجتمعية ورعايتها لمنظمات المجتمع المدني، وإجراء البحوث والدراسات لرصد القضايا البيئية التي تلامس احتياجات المجتمع، واعتبار ذلك من الأنشطة الملزمة للجامعة بوصفها أحد المهام الرئيسة التي تضطلع بها.

7/1- تعزيز الأداء المالي للجامعة وتعظيم قدرتها التنافسية، وذلك من خلال توفير مصادر متنوعة وكافية للدخل الذاتي، ووضع الخطط اللازمة لتطوير علاقتها مع الجهات الممولة والجهات المانحة، وتنمية العلاقات بين مع مؤسسات المجتمع المحلي عن طريق دعم البحوث والدراسات العلمية المستهدفة، واستثمار نتائجها، وربطها بأهداف التنمية المستدامة.

2- انطلاقاً مما أشارت إليه نتائج البحث من دور الفخر التنظيمي – بوصفه متغيراً وسيطاً تداخلياً- في العلاقة بين إدراك السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي؛ فإن ذلك يقتضي من القيادات والمسؤولين بجامعة المنصورة توجيه الاهتمام الكافي نحو تحسين شعور أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بالفخر تجاه جامعتهم، ويُقترح أن تركز تلك الجهود على الآتي:

1/2- اهتمام قيادات الجامعة بتنمية الشعور باحترام وتقدير الذات لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، وذلك من خلال إبراز دورهم في الإنجازات التي تحقّقها الجامعة، وفتح قنوات اتصال مباشرة معهم، وتشجيعهم على فكرة العمل الجماعي التعاوني، وتمكينهم من أداء المهام المكلفين بها بالطرق والوسائل التي يرونها مناسبة لهم.

2/2- التزام قيادات الجامعة بمساعدة أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في إنجاز أهدافهم التي تحقق الصالح العام للجامعة، وذلك من خلال تقديم المكافآت وربطها بالأداء الفردي والجماعي، وتوفير التقدير الكافي لهم بتسليط الضوء على الأعمال والإنجازات المتميزة التي تحقق أو تتجاوز المعايير المطلوبة، كذلك العمل على رفع كفاءتهم بربط برامج التدريب المختلفة مع الاحتياجات الخاصة بهم.

3/2- الاهتمام بعقد ورش عمل دورية تجمع بين قيادات الجامعة وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، والتدريب على تنمية مهارات التفاعل الجماعي وحل المشكلات لتنمية بُعد الاستثارة الفكرية لدى القيادات بالشكل الذي يمكن أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم من وضع رؤية واضحة لما يؤدونه من مهام وظيفية تشعرهم بالأهمية والقدرة على التأثير في الآخرين.

4/2- التركيز على تحفيز أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم على المشاركة في تطوير الأداء، وترغيبهم في تقديم مقترحات تدعم تطوير وظائفهم أو أماكن علمهم بشكل عام، وإشراكهم في الإشراف والتنفيذ حال موافقة القيادات بالجامعة.

5/2- التركيز على إبراز إنجازات الجامعة، وإظهار ما تقدمه للمستفيدين منها، وذلك من خلال إعداد سجل يتضمن النجاحات المتميزة التي حققتها الجامعة وإطلاع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم عليها من خلال اللقاءات والندوات الدورية التي تستهدف تعريفهم بتلك الإنجازات، ومكانة الجامعة لدى الأطراف ذات العلاقة معها.

6/2- تشجيع أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم على إظهار مشاعرهم وعواطفهم أثناء العمل وعدم إخفائها، وذلك من خلال تكوين علاقات صداقة وروابط ودية بينهم وبين القيادات بالجامعة يسودها روح التعاون والألفة والثقة المتبادلة، والتأكيد على احتواء أعضاء هيئة التدريس

ومعاونيهم اللذين يظهرون مشاعر الغضب من تطبيق بعض السياسات التنظيمية والإدارية، وشرح أسباب تطبيقها، والحرص على إشراكهم في الاحتفاء بالنجاحات التي تحققها الجامعة.

### عاشراً: دلالات البحث:

أسفرت مناقشة نتائج البحث الحالي عن وجود بعض الدلالات على مستوى النظرية، والتطبيق كما يتضح فيما يأتي:

#### 1- على مستوى النظرية:

- أكد البحث الحالي على التأثير المباشر لإدراك السمعة التنظيمية على التماثل التنظيمي، كما أكد أيضاً على الوساطة التداخلية لمتغير الفخر التنظيمي في العلاقة بين السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي. إن البحث الحالي يُعد من البحوث القليلة التي اختبرت العلاقة بين المتغيرات الثلاثة، حيث لم يجر اختبارها مسبقاً في أي من البحوث والدراسات العربية - حسب ما توافر لدى الباحث- في هذا الشأن. ومن ثم، قد يُعد ما تم تقديمه إضافةً إلى الأدبيات السابقة في هذا المجال.

#### 2- على مستوى التطبيق:

- إن نتائج البحث الحالي، بما أكدته من وجود تأثير معنوي مباشر لإدراك السمعة التنظيمية على التماثل التنظيمي (العضوية والانتماء التنظيمي، والولاء التنظيمي، والتشابه التنظيمي)، يعطي دلالة على أن إحدى سبل الجامعة لتحسين درجة توافر التماثل التنظيمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم يتأتى من خلال اهتمام قيادات الجامعة بتحسين درجة إدراك السمعة التنظيمية بأبعادها المتمثلة في الانجذاب والتقدير العاطفي، وجودة المنتجات، والرؤية والقيادة، وبيئة مكان العمل، والأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية.

- ثمة دلالة أخرى؛ إذ توصلت نتائج البحث إلى أن الفخر التنظيمي يتوسط بشكل تداخلي العلاقة بين السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي، وهو ما يعني أنه عندما يُدرك أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة سمعة جامعتهم الجيدة فإن ذلك يزيد من شعورهم بالفخر التنظيمي (الفخر الوجداني، والفخر الاتجاهي) وهو الأمر الذي ينعكس إيجابياً على انخراطهم في سلوكيات التماثل التنظيمي وحرصهم على تتطابق وتشابه قيمهم وخصائصهم وأهدافهم مع قيم وأهداف الجامعة التي ينتمون بها، وتجعلهم يدعمونها بحماس لتحقيق رؤيتها وأهدافها المرجوة.

## حادي عشر: محددات البحث وتوجهات لبحوث مستقبلية:

سلط البحث الحالي الضوء على دراسة العلاقة بين السمعة التنظيمية والتماثل التنظيمي في جامعة المنصورة، مع بيان الدور الوسيط التداخلي للفخر التنظيمي في تلك العلاقة، وهو موضوع يستحق المزيد من البحوث والدراسات العربية في المستقبل، وتم إعداد البحث في ضوء عدد من المحددات التي يمكن توضيحها، ومن ثم اقتراح بعض البحوث المستقبلية، وذلك على النحو الآتي:

1- تركزت الدراسة التطبيقية على أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة دون التطرق إلى العاملين بالقطاع الإداري في الجامعة، كما لم يشمل البحث باقي الجامعات الأخرى في مصر، ومن ثم يُقترح إجراء المزيد من البحوث لتطوير مجال التطبيق بحيث يمتد لباقي الجامعات الحكومية والخاصة في مصر، وكذلك يمكن تغيير مجال التطبيق ليشمل قطاعات أخرى مثل الاتصالات، والصحة، والضرائب، والمجالس المحلية.

2- اعتمد البحث الحالي في اختبار صحة فروضها على المسح الميداني باستخدام قوائم الاستقصاء، والتي تم جمعها والحصول عليها من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في جامعة المنصورة، وذلك خلال فترة زمنية محددة بداية ديسمبر 2022 إلى نهاية يناير 2023، ومن ثم يبقى هذا البحث معتمد بشكل رئيسي على وجهات نظر هؤلاء المستقصى منهم بجامعة المنصورة، ومن ثم يُقترح إجراء دراسات وبحوث تمتد لفترات زمنية متعاقبة أو مختلفة (Longitudinal Research) لمزيد من التوضيح والفهم لطبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات التي تضمنها البحث.

3- تناول البحث المتغيرات التي اشتمل عليها الإطار المقترح للبحث والمتمثلة في السمعة التنظيمية، والفخر التنظيمي، والتماثل التنظيمي، ومن ثم يُقترح إعادة النظر في متغيرات هذا البحث لتشمل دراسة بعض المتغيرات الوسيطة التداخلية الأخرى مثل الاستقامة التنظيمية، الهيئة التنظيمية، كما يمكن أن يتضمن البحث مجموعة جديدة من المتغيرات التابعة بخلاف التماثل التنظيمي مثل الرسوخ التنظيمي، والارتباط بالعمل، الرضا الوظيفي، والالتزام التنظيمي، ونوايا ترك العمل، وسلوكيات المواطنة التنظيمية.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- الزيايدي، بسنت عادل رمضان، (2020). "أثر الرسوخ الوظيفي في دعم سمعة المنظمة: دراسة ميدانية"، *المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية*، 40(4): 71-93.
- الصاوي، محمود محمد، (2021). "الاستحقاق النفسي متغيراً وسيطاً في العلاقة بين التماثل التنظيمي وسلوكيات الانسحاب بالتطبيق على العاملين في المستشفيات الجامعية بجمهورية مصر العربية"، *المجلة العربية للعلوم الإدارية، جامعة الكويت*، 28 (3): 431-470.
- الظالمي، محمد جبار هادي يوسف، (2016). "الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس المعاهد التقنية في كربلاء، بابل، النجف، الكوفة"، *مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية*، 18 (1): 6-33.
- العابدي، علي رزاق جواد؛ الشبلي، سامي غانم كاظم، (2021). "القيادة الجمالية وتأثيرها في الفخر التنظيمي: دراسة تطبيقية في المديرية العامة للتربية في محافظة النجف الأشرف"، *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة*، 1(21): 330-356.
- اليساري، صلاح مهدي عباس، (2021). "السمعة التنظيمية ودورها في الانغماس التنظيمي: دراسة تحليلية لآراء عينة من تدريسي جامعة وارث الأنبياء"، *مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 11(1): 50-67.
- إدريس، ثابت عبد الرحمن، (2008). "بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض"، *الدار الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية*.
- خليفة، هاني عبد المنعم محمد حسن، (2022). "العلاقة بين سمعة المنظمة والاحتفاظ بالعميل: الدور الوسيط للصورة الذهنية بالمنظمة: دراسة تطبيقية على عملاء شركة الهاتف المحمول أورانج بمحافظة الدقهلية"، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس*، 13(3): 122-173.
- رضوان، طارق رضوان محمد، (2018). "الدور الوسيط للتماثل التنظيمي في العلاقة بين القيادة الجديرة بالثقة والارتباط الوظيفي: دراسة تطبيقية"، *مجلة التجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا*، 3(3): 205-254.
- سعد، بهاء الدين مسعد، (2020). "الدور الوسيط للتهكم التنظيمي في العلاقة بين الفخر التنظيمي والأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على العاملين بالتمريض في المستشفيات التعليمية"، *مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد*، 21(4): 489-542.

- طه، منى حسنين السيد، 2021، "دور البراعة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الملهمة والتماثل التنظيمي: دراسة تطبيقية"، *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، جامعة مدينة السادات، كلية التجارة، 10(1): 109-150
- عبد الحميد، طلعت أسعد؛ حسن، عبد العزيز على؛ الدريني، سارة السيد، (2015). "العلاقة بين سمعة المنظمة وثقة العميل: دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية في مصر"، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، كلية التجارة، جامعة المنصورة، 39(4): 315-345.
- محمد، يزن سالم؛ عبود، رشا عباس؛ أحمد، حسين أحمد، (2019). "دور الفخر التنظيمي في الاستغراق الوظيفي: الدور الوسيط للانتماء المنظمي (بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في العتبة الحسينية المقدسة)"، *مجلة الإدارة والاقتصاد*، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، 8(30): 1-34.
- محمود، مي مرعي كامل، (2020). "العلاقة بين الاستقامة التنظيمية والسلوك الاستباقي: الدور الوسيط للتماثل التنظيمي (دراسة ميدانية)"، *المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة*، جامعة الأزهر، 23: 245-303.
- مرزوق، عبد العزيز على؛ حسين، سهام نبيل سليمان؛ أبو ريشة، داليا حسن عبد الملك، (2020). "تأثير الفخر التنظيمي على الإجهاد العاطفي دراسة تطبيقية على العاملين في مصلحة الضرائب بوسط الدلتا"، *مجلة الدراسات التجارية المعاصرة*، 19: 815-854.
- مرسي، مرفت محمد السعيد، (2015). "أثر الفخر التنظيمي الاتجاهي كمتغير وسيط في العلاقة ما بين الفخر التنظيمي الوجداني والنية للبقاء في العمل: دراسة حالة"، *المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة*، جامعة الأزهر، 14: 872-918.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abd-Erhaman, E. S. A., Helal, W. E. S. and Elnady, F. M. (2022). "Authentic Leadership and Organizational Identification: Its Relation to Organizational Silence and Cynicism among staff nurses", *Assiut Scientific Nursing Journal*, 10(33): 108-122.
- Abdullah, M. I., Ashraf, S. and Sarfraz, M. (2017). "The organizational identification perspective of CSR on creative performance: The moderating role of creative self-efficacy", *Sustainability*, 9(11): 2125; <https://doi.org/10.3390/su9112125>.

- Abdullah, M., Ghazanfar, S., Ummar, R. and Shabbir, R. (2022). "Role of celebrity endorsement in promoting employees' organization identification: A brand-based perspective", **Frontiers in Psychology**, 13: 1-11. Doi: 10.3389/fpsyg.2022.910375.
- Agarwal, J., Osiyevskyy, O. and Feldman, P. M. (2015). "Corporate reputation measurement: Alternative factor structures, nomological validity, and organizational outcomes", **Journal of business ethics**, 130: 485-506.
- Aledo-Ruiz, M. D., Martíne-Caro, E. and Santo-Jaén, J. M. (2022). "The influence of corporate social responsibility on students' emotional appeal in the HEIs: The mediating effect of reputation and corporate image", **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 29(3): 578-592.
- Alias, M. R. and Bahron, A. (2019). "Well-being and organizational pride in the Royal Malaysian police force: An initial investigation", **International Journal of Academic Research in Business and Social Science**, 9(6): 418-427.
- Alniacik, E., Alniacik, U., and Erdogmus, N. (2012). "How do the dimensions of corporate reputation affect employment intentions?", **Corporate Reputation Review**, 15(1): 3-19.
- Anani-Bossman, A. A. (2021). "Role of public relations in corporate reputation management: A study of PR practitioners in selected multinational organisations in Ghana", **Corporate Reputation Review**, 24(4): 222-233.
- Ashforth, B and Mael, F. (1989). "Social Identity Theory and the Organization", **Academy of Management Review**, 14(1): 20-39.
- Babic-Hodovic, V. and Arslanagic-Kalajdzic, M. (2019). "Perceived corporate reputation and pride as drivers of frontline employees' reputation impact awareness: mediating role of job satisfaction", **Market**,

**Faculty of Economics and Business, University of Zagreb**, 31(2):171-185.

- Baer, M. D., Bundy, J., Garud, N. and Kim, J. K. (2018). "The benefits and burdens of organizational reputation for employee well-being: A conservation of resources approach". **Personnel Psychology**, 71(4): 571-595.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). "The moderator- Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations", **Journal of Personality and Social Psychology**, 51 (6): 1173-1182.
- Beheshtifar, M. and Korouki, A. (2013). "Reputation: an important component of corporations' value", **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 3(7):15-20.
- Beneke, J., Chamberlain, V., Chohan, R. and Neethling, M. (2015). "The effect of corporate reputation on retailer brand equity: A study of two South African grocery chains", **Journal of Business and Retail Management Research**, 9(2):1-16.
- Boezeman, E. J. and Ellemers, N. (2014). "Volunteer leadership: The role of pride and respect in organizational identification and leadership satisfaction", **Leadership**, 10(2): 160-173.
- Bogan, E. and Dedeoglu, B. B. (2020). "Hotel employees' corporate social responsibility perception and organizational citizenship behavior: Perceived external prestige and pride in organization as serial mediators", **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 27(5): 2342-2353.
- Brosi, P., Sporrle, M. and Welpel, I. M. (2018). "Do we work hard or are we just great? The effects of organizational pride due to effort and ability on proactive behavior", **Business research**, 11: 357-373.
- Cekmecelioglu, H. G. and Dincel, G. (2014). "Employee perceptions of corporate reputation and impact of the perceptions on organizational

- pride, organizational commitment and job satisfaction: A study on the east Marmara region plastic packaging industry", **Business and Economics Research Journal**, 5(2): 79-94.
- Cheema, S., Afsar, B. and Javed, F. (2020). "Employees' corporate social responsibility perceptions and organizational citizenship behaviors for the environment: The mediating roles of organizational identification and environmental orientation fit", **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 27(1): 9-21.
  - De Roeck, K., El Akremi, A. and Swaen, V. (2016). "Consistency matters! How and when does corporate social responsibility affect employees' organizational identification?", **Journal of Management Studies**, 53(7) 1141-1168.
  - Deniz, S. (2020). "The relationship between perception of corporate reputation and turnover intention: Results from Turkey", **Journal of Health Management**, 22(1): 103-113.
  - Durrah, O., Allil, K., Gharib, M. and Hannawi, S. (2021). "Organizational pride as an antecedent of employee creativity in the petrochemical industry", **European Journal of Innovation Management**, 24(2): 572-588.
  - Durrah, O., Chaudhary, M. and Gharib, M. (2019). "Organizational cynicism and its impact on organizational pride in industrial organizations", **International journal of environmental research and public health**, 16(7): 1-16.
  - Esa, E., Mohamad, N. R., Zakaria, W. Z. W. and Ilias, N. (2020). "Corporate Reputation: A Measurement of which the Time Has Come", **Global Business and Management Research: An International Journal**, 12(4): 321-330
  - Esen, E., Tastan, S. and Degercan, N. (2021). "The impact of perceived corporate reputation of sport clubs on social media usage: a study with the lenses of social capital", **Postmodern Openings**, 12(3): 350-383.

- Esenyel, V. and Emeagwali, O. (2019). "The relationship between perceived corporate reputation and employee's positive word of mouth behavior: The mediation effect of trust to managers", **Management Science Letters**, 9(5): 673-686.
- Farooq, M. S. and Salam, M. (2020). "Nexus between CSR and DSIW: a PLS-SEM approach", **International Journal of Hospitality Management**, 86: 102437.
- Fatma, M., Khan, I. and Rahman, Z. (2019). "Striving for legitimacy through CSR: An exploration of employees responses in controversial industry sector", **Social Responsibility Journal**, 15(7): 924-938.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A. and Sever, J.M. (2000). "The reputation quotient: a multi-stakeholder measure of corporate reputation", **The Journal of Brand Management**, 7(4): 241-255.
- Fombrun, C.J., Ponzi, L.J. and Newburry, W. (2015). "Stakeholder tracking and analysis: The RepTrak® system for measuring corporate reputation", **Corporate reputation review**, 18:3-24.
- Fu, H., Li, Y. and Duan, Y. (2014). "Does employee-perceived reputation contribute to citizenship behavior? The mediating role of organizational commitment", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 26(4): 593-609.
- Fuller, J. B., Marler, L., Hester, K., Frey, L. and Relyea, C. (2006). "Construed external image and organizational identification: A test of the moderating influence of need for self-esteem", **The Journal of Social Psychology**, 146(6): 701-716.
- Garcia-Rodriguez, F. J. and Gutierrez-Tano, D. (2021). "Loyalty to higher education institutions and the relationship with reputation: an integrated model with multi-stakeholder approach", **Journal of Marketing for Higher Education**, 1-23.<https://doi.org/10.1080/08841241.2021.1975185>.

- Gouthier, M. H. and Rhein, M. (2011). "Organizational pride and its positive effects on employee behavior", **Journal of Service Management**, 22(5): 633-649.
- Groza, M. P. and Groza, M. D. (2022). "Enhancing volunteer pride and retention rates: The role of organizational reputation, task significance, and skill variety", **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, 34(3):351-370.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). **Multivariate Data Analysis**, (7 th ed) Prentice Hall, New Jersey, NJ.
- Hameed, I., Riaz, Z., Arain, G. A. and Farooq, O. (2016). "How do internal and external CSR affect employees' organizational identification? A perspective from the group engagement model", **Frontiers in psychology**, 7: 788. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00788.
- Harahsheh, F., Sakarneh, B. and Al Mousa, M. (2023). "impact of organizational identification on the performance of faculty members, evidence from Jordanian university", **Journal of Pharmaceutical Negative Results**, 14(2): 2499-2507.
- Helm, S. (2013). "A matter of reputation and pride: Associations between perceived external reputation, pride in membership, job satisfaction and turnover intentions", **British journal of management**, 24(4): 542-556.
- Humphrey, A. (2012). "Transformational leadership and organizational citizenship behaviors: The role of organizational identification", **The Psychologist-Manager Journal**, 15(4): 247–268.
- Isık, M. and Zincirkıran, M. (2016). "Organizational identification mediating role on the effect perception of corporate reputation on job satisfaction: An application on the Universities in the Eastern Anatolia region", **Journal of Business Research Turk**, 8(3): 89-106.
- Jawad, A. B. and Al-Kubaisy, S. A. D. (2021). "Measuring range the application of Organizational Identification philosophy in the Zain

Company for Communications", **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, 12(13): 7872-7876.

- Jia, Y., Yan, J., Liu, T. and Huang, J. (2019). "How does internal and external CSR affect employees' work engagement? Exploring multiple mediation mechanisms and boundary conditions", **International journal of environmental research and public health**, 16(14): 2476-2493.
- Jones, D. A. (2010). "Does serving the community also serve the company? Using organizational identification and social exchange theories to understand employee responses to a volunteerism programme", **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 83(4): 857–878.
- Kashyap, V. and Chaudhary, R. (2019). "Linking employer brand image and work engagement: modelling organizational identification and trust in organization as mediators", **South Asian Journal of Human Resources Management**, 6(2): 177-201.
- Khattak, M. N., Zolin, R. and Muhammad, N. (2020). "Linking transformational leadership and continuous improvement: The mediating role of trust", **Management Research Review**, 43(8):931-950.
- Kim, J., Milliman, J. and Lucas, A. (2020). "Effects of CSR on employee retention via identification and quality-of-work-life", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 32(3): 1163-1179.
- Kinuthia, T. (2020). "The Mediating Role of Welfare on the Relationship between University Catering Employee's Pride and Loyalty in Nairobi City County, Kenya", **Journal of Hospitality & Tourism Management**, 3(1): 55-73.
- Kiyat, G.B. (2017). "The relationship between reputation quotient and perceived quality of brands in Turkey's mobile communication sector", **Istanbul University Faculty of Communication Journal**, 5: 31-64.
- Kraemer, T. and Gouthier, M. H. J. (2014). "How organizational pride and emotional exhaustion explain turnover intentions in call centers: A

- multi-group analysis with gender and organizational tenure, **Journal of Service Management**, 25(1): 125–148.
- Kraemer, T., Weiger, W. H., Gouthier, M. H. and Hammerschmidt, M. (2020). "Toward a theory of spirals: the dynamic relationship between organizational pride and customer-oriented behavior", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 48(6):1095-1115.
  - Li, Y., Liu, Z., Qin, K., Cui, J., Zeng, X., Ji, M., Lan, J., You, X. and Li, Y. (2021). "Organizational trust and safety operation behavior in airline pilots: The mediating effects of organizational identification and organizational commitment", **Journal of Air Transport Management**, 92, <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102018>.
  - Lythreatis, S., Mostafa, A. M. S. and Wang, X. (2019). "Participative leadership and organizational identification in SMEs in the MENA Region: Testing the roles of CSR perceptions and pride in membership", **Journal of Business Ethics**, 156: 635-650.
  - Mael, F. A. and Ashforth, B. E. (1995). "Loyal from day one: Biodata, organizational identification, and turnover among newcomers", **Personnel Psychology**, 48: 309-333.
  - Maneerat, N., Hale, C. L. and Singhal, A. (2005). "The communication glue that binds employees to an organization: A study of organizational identification in two Thai organizations", **Asian Journal of Communication**, 15(2): 188-214.
  - Mascaro, L. M. (2021). "How can Alaya increase its clients' employees' engagement on the "solidarity" platform? Positioning the current employees' engagement strategy of Alaya in the CSR literature", **Ph.D. Dissertation**, University of Geneva.
  - Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K. and Johnson, J. R. (2000). "Reconsidering the organizational identification questionnaire", **Management communication quarterly**, 13(4): 626-658.

- Ng, T. W., Yam, K. C. and Aguinis, H. (2019). "Employee perceptions of corporate social responsibility: Effects on pride, embeddedness, and turnover", **Personnel Psychology**, 72(1): 107-137.
- Nguyen, T., Pham, T., Le, Q. and Bui, T. (2020). "Impact of corporate social responsibility on organizational commitment through organizational trust and organizational identification", **Management Science Letters**, 10(14), 3453-3462.
- Oncer, A. Z. and Yıldız, M. L. (2012). "The impact of ethical climate on relationship between corporate reputation and organizational identification", **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 58: 714-723.
- Oo, E. Y., Jung, H. and Park, I. J. (2018). "Psychological factors linking perceived CSR to OCB: The role of organizational pride, collectivism, and person–organization fit", **Sustainability**, 10(7): 2481.doi:10.3390/su10072481.
- Park, S. H. and Back, K. J. (2020). "Modified scales for organizational identification and organizational disidentification for the foodservice industry", **International journal of hospitality management**, 91: doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102667.
- Pfarrer, M.D., Pollock, T.G. and Rindova, V.P. (2010)." A tale of two assets: The effects of firm reputation and celebrity on earnings surprises and investors' reactions", **Academy of Management Journal**, 53(5):1131-1152.
- Qian, Y. and Jian, G. (2020). "Ethical leadership and organizational cynicism: the mediating role of leader-member exchange and organizational identification", **Corporate Communications: An International Journal**, 25(2): 207-226.
- Ringle, C., Sarstedt, M. and Straub, D. (2012). "A Critical Look at the Use of PLS-SEM in MIS Quarterly", **MIS Quarterly**, 36 (1): 3-14.
- Sanchez-Torne, I., Moran-Alvarez, J. C. and Perez-Lopez, J. A. (2020). "The importance of corporate social responsibility in achieving high

- corporate reputation", **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 27(6): 2692-2700.
- Saunders, M. N., Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2011). **"Research methods for business students"**, 5th edition. Pearson Education India.
  - Schaubroeck, J. and Jones, J. R. (2000). "Antecedents of workplace emotional labor dimensions and moderators of their effects on physical symptoms". **Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior**, 21(2): 163-183.
  - Shahzadi, G., Qadeer, F., John, A. and Jia, F. (2020). "CSR and identification: The contingencies of employees' personal traits and desire". **Social Responsibility Journal**, 16(8): 1239-1251.
  - Sontaite-Petkeviciene, M. (2019). "Dimensions and attributes building corporate reputation of rural businesses", **Research for Rural Development**, 2: 175-182.
  - Sturm, R. E., Jolly, P. M. and Williams, S. D. (2022). "It's a matter of organizational pride: How perceptions of organizational virtuousness and competence affect employee behaviors", **Journal of Business and Psychology**, 37(5): 1079-1097.
  - Tsachouridi, I. and Nikandrou, I. (2016). "Organizational virtuousness and spontaneity: A social identity view", **Personnel Review**, 45(6): 1302-1322.
  - Van Ngo, Q., Tran, T. Q. and Luu, T. C. (2021). "Corporate social responsibility and employee loyalty: Role of pride and commitment", **Annals of Computer Science and Information Systems**, 28: 237-242. <http://dx.doi.org/10.15439/2021KM52>.
  - Walsh, G. and Beatty, E.S. (2007). "Customer-based corporate reputation of a service firm: Scale development and validation", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 35(1):127–143.

- Walsh, G., Beatty, S. and Shiu, K.M.E. (2009). "The customer-based corporate reputation scale: Replication and short form", **Journal of Business Research**, 62(10): 924–930.
- Wang, H. Y. and Chen, Z. X. (2022). "Corporate social responsibility and job applicant attraction: A moderated-mediation model", **Plos one**, 17(3): <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260125>.
- Widyanti, R., Irhamni, G. and Silvia Ratna, B. (2020). "Organizational Justice and Organizational Pride to Achieve Job Satisfaction and Job Performance", **Journal of Southwest Jiaotong University**, 55(3): 1-13.
- Yadiati, W. (2019). "The role of green intellectual capital and organizational reputation in influencing environmental performance", **International Journal of Energy Economics and Policy**, 9(3): 261-268.
- Youn, H. and Kim, J. H. (2022). "Corporate social responsibility and hotel employees' organizational citizenship behavior: The roles of organizational pride and meaningfulness of work", **Sustainability**, 14(4): 2428.<https://doi.org/10.3390/su14042428>.
- Zavyalova, A., Pfarrer, M. D., Reger, R. K. and Hubbard, T. D. (2016). "Reputation as a benefit and a burden? How stakeholders' organizational identification affects the role of reputation following a negative event", **Academy of Management Journal**, 59(1): 253-276.
- Zhang, Y., Guo, Y. and Newman, A. (2017). "Identity judgements, work engagement and organizational citizenship behavior: The mediating effects based on group engagement model", **Tourism Management**, 61: 190-197.

*Mediating Organizational Pride in the Relationship between  
Perceived Organizational Reputation and Organizational Identification  
"An Empirical Study on Mansoura University Staff Members and their  
Assistants"*

**Abstract:**

This research aimed to examine the direct relationship between the organizational reputation and organizational identification together with the indirect role of organizational pride as a mediator variable. Primary data was collected based on a questionnaire collected from a sample consisting of 362 mansoura university staff members and their assistants, among them was 341 valid surveys with a response rate of 94.2%. These findings revealed a significant positive impact for the organizational reputation on both of organizational pride and organizational identification. The results showed that organizational pride displayed a significant positive impact on organizational identification. Moreover, it was found organizational pride plays a mediating role in the relationship between organizational reputation and organizational identification.

**Keywords:** Organizational Reputation, Organizational Pride, Organizational Identification, Mansoura University.