

الاحتكام للمكانة : منظور معاصر في عملية تعزيز السلوك الريادي

Status Judgment : New Insight into the Promoting Process of Entrepreneurial Behavior

م. عامر علي حسين العطوي

أ.د. سعد علي حمود العنزي
جامعة بغداد- كلية الادارة والاقتصاد
قسم ادارة الاعمال

المستخلص

يهدف البحث الحالي الى استكشاف محددات السلوك الريادي من منظور الهوية الاجتماعية، منطلقاً من افكار نموذج (Tyler & Blader, 2003) التي تركز على دراسة دور الهوية الشخصية الايجابية ودور الهوية الاجتماعية الايجابية في تحفيز العاملين على ممارسة السلوك المرغوب الذي يخدم المنظمة. وبناءً على هذه الافكار والاطر النظرية السابقة تم بناء نموذج يوضح العلاقة بين الاحتكام للمكانة (الاحترام الداخلي المدرك والمكانة الخارجية المدركة) والسلوك الريادي. يشمل المضمون الفكري لهذا النموذج على ثلاث فرضيات، الفرضية الاولى والثانية تخص العلاقة بين الاحتكام للمكانة والسلوك الريادي، اما الفرضية الثالثة فتهم باختبار دور متغير المكانة الخارجية المدركة كمتغير معدل بين الاحترام الداخلي المدرك والسلوك الريادي. وجمعت البيانات من عينة من ثلاث كليات من جامعة القادسية شملت (152) فرد. وبعد استخراج النتائج تم صياغة عدد من الاستنتاجات والتوصيات الهادفة.

Abstract

The present study aims to explore determinants of entrepreneurial behavior from perspective of social theory. It is based on model notions of (Tyler & Blader, 2003) which have focused on studying role of positively personal and social identity in motivating employees to practicing desired behavior which serves the organization in which they work. Based on these notions and previous literature, study model were built. This model explains the relationship between status judgments (perceived internal respect and perceived external prestige) and entrepreneurial behavior. It includes three main hypotheses. The first and second hypothesis are concerning the relationship between status judgments and entrepreneurial behavior while the third hypothesis pays attention to test role of perceived external prestige as moderator variable for relationship between perceived internal respect and entrepreneurial behavior. Data collected from sample included three colleges of AL-Qadisiyah university which is consisted (152) employees. After extraction findings, number of meaningful conclusions and recommendations were formulated.



مقدمة

احتل موضوع السلوك الريادي اهتمام كبير ضمن الجانب الاكاديمي والمهني، وهو يهتم بدراسة السلوك الانساني المتضمن ايجاد واستغلال فرص العملية الريادية من خلال البحث عن وتطوير الافكار الجديدة والمبدعة. والسلوك الريادي هو نتيجة للجانب الشعوري والاراضي للفرد الريادي، وبنفس الوقت سبب فردي لنتائج المغامرة والريادة (Carsrud & Brännback, 2009). فالبحوث الحالية تقبل نسبياً الجدل الفكري الدائر بان الناس يتباينون في استعدادهم وقابليتهم على المشاركة في العملية الريادية بسبب اختلافاتهم الفردية وتباين ادراكهم للمواقف المختلفة التي يواجهونها. وقد اظهر الباحثون بان رغبة الافراد في تحقيق الفرص الريادية يعتمد على اشياء عديدة مثل كلفة الفرصة، ومخزون رأس المال (Social ties to investors)، وروابطهم الاجتماعية مع المستثمرين (Stock of financial capital) وخبرتهم المهنية (Career Experiences) (Shane, Locke & Collins, 2003). ولكن في الوقت ذاته اهتمت هذه البحوث بشكل واضح العديد من المواضيع الحيوية التي قد يعزو اليها ممارسة او عدم ممارسة السلوك الريادي. ولعل مفاهيم نظرية الهوية الاجتماعية (Social Theory) من بين المفاهيم المهمة التي لم تأخذ نصيبها ضمن هذا السياق رغم النجاحات التطبيقية لها. ويسعى البحث الحالي منطلقاً من افكار نموذج (Tyler & Blader, 2003) الخاصة بدور ادراك الاحترام الداخلي والمكانة الخارجية كأساس لبناء هوية الفرد الشخصية والاجتماعية وتشكيل مقامه داخل المجتمع كأساس للتأثير على انتهاجه للسلوك الريادي.

وفي اتجاه تحقيق اهداف البحث الاساسية، فانه سينتضمن اربع محاور اساسية لبلورة غرضه واسباب اختياره وطرق تحقيق اهدافه والقضايا المفيدة التي يمكن التوصل اليها. المحور الاول سيتناول الاطار المنهجي للبحث، اما المحور الثاني فسيستطرق الى الخلفية النظرية لمتغيرات البحث وبناء فرضياته. وفي المحور الثالث سيتم تطوير مقاييس البحث واختبارها وكذلك عرض نتائج الدراسة واختبار فروضها. وفي المحور الاخير، سيتناول ابرز الاستنتاجات واهم التوصيات التي تم التوصل اليها في ضوء نتائج البحث.

الاطار المنهجي للبحث

اولاً. مشكلة البحث

يقوم البناء المعرفي لمشكلة البحث الحالي على اربع محاور اساسية، تمثل الدوافع الرئيسية اتجاه اعداد البحث الحالي، وهي:-

المحور الاول: غالباً ما يقال بان الشخص لا يستطيع ان يكسب اللعبة التي هو لا يلعبها. وفي سياق الريادة، فان هذا البيان يقترح ويؤكد بان نجاح العمل الريادي يعتمد على استعداد الناس لان يصبحوا ريادةيين (Shane, Locke & Collins, 2003)، لكن هذه الحقيقة لم تتجسد باهداف البحوث السابقة. اذ ركزت تلك البحوث المتعلقة بموضوع الريادة بشكل كبير على دراسة تأثير القوى البيئية وخصائص الفرص الريادية والعوامل الاخرى على مستوى المنظمة واهملت دور الدوافع والحوافز البشرية في نجاح العملية الريادية (e.g., Mair, 2002; Shane, Locke & Collins, 2003; Zampetakis & Moustakis, 2007; Zampetakis, Beldekos & Moustakis, 2009). وهذا المحور يترجم الدافع الاول لاجراء البحث الحالي ضمن منظور المورد البشري.

المحور الثاني: بالاعتماد على ما ذكر في المحور الاول اعلاه، فان الفجوة المعرفية لا تقتصر فقط على نوعية العوامل التي تؤثر على السلوك الريادي بل تشمل ايضا الكم والدقة. فعلى الرغم من ان 12 % من البحوث المنشورة عبر فترة ثلاث سنوات (2005-2007) في افضل مجلتين تخص بحوث الريادة وهما مجلة نظرية وممارسة الريادة (Entrepreneurship Theory & Practice) ومجلة مشاريع منظمات الاعمال (Business Venturing) قد تناولت موضوع السلوك الريادي، الا ان الكثير يمكن ان ينجز من اجل توضيح ماذا يفعل الرياديين من اجل الشروع بنواياهم (Carsrud & Brännback, 2009). فدراسة السلوك الريادي بشكل واسع واكثر دقة سيفيد ويساهم بتعزيز ادراكنا وفهمنا للموضوع. وهذا المحور يعد مشكلة واقعية تستحق تسليط الضوء عليها من خلال البحث الحالي.



المحور الثالث: تمثل كفاءة وفاعلية القطاع الحكومي مجالات التحدي الرئيسية في مسعى صناع السياسة حول العالم. وضمن نطاق العراق، وفي ضوء ادعاءات الحكومة بالتوجه نحو خدمة، فإن تحقيق فاعلية وكفاءة القطاع الحكومي تتطلب ان تتحول الهياكل والوظائف الحكومية بالتحرك بعيداً عن البيروقراطية المقبولة والعمل على تأسيس الهياكل والانظمة التي تمكن من التنبؤ السريع والكفاءة للتغيرات والتي تظهر ايضا القابلية على الابداع (Zampetakis & Moustakis, 2007). وهذا التحول يحتاج الى تطبيع وخلق الثقافة والعقلية الريادية في القطاع العام. وهذا يمثل دافع جوهرى لاجراء البحث الحالي.

المحور الرابع: نالت افكار ومفاهيم نظرية الهوية الاجتماعية النجاح والقبول الواسع من لدن الباحثين وطبقت على طيف واسع من المجالات البحثية ضمن مجالات علم المنظمات (Edwards, 2005; van Dick et al. 2008). ورغم هذا فاننا نجد بأن حيز تطبيقها لم يأخذ بالاعتبار السلوك الريادي. ففي ضوء المراجعة التي اجراها الباحثان على الدراسات السابقة من خلال البحث والتعقب في اربع قواعد بيانات معروفة في مجال نشر البحوث الاكاديمية⁽¹⁾ على شبكة المعلومات العنكبوتية الانترنت، لم يعثر على أي دراسة تتناول بصريح العبارة العلاقة بين ادراك الاحترام الداخلي او ادراك المكانة الخارجية او كلاهما (الاحتكام للمكانة) وموضوع السلوك الريادي. وهذا السبق يمثل دافع بحثي مهم للسير باتجاه اعداد البحث الحالي.

ثانياً. اهداف البحث

للبحث الحالي ست اهداف اساسية، هي:-

- 1- الكشف عن مستوى ادراك العاملين عينة البحث للاحترام الداخلي.
- 2- الكشف عن مستوى ادراك العاملين عينة البحث للمكانة الخارجية .
- 3- التعرف على مستوى ممارسة العاملين عينة البحث للسلوك الريادي.
- 4- تصميم مقياس لمفهوم الاحترام الداخلي المدرك في ضوء الاطر النظرية السابقة والعمل على اختبار المقياس من خلال استخدام التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) والتحليل العاملي التوكيدي (CFA).
- 5- اختبار مقياس المكانة الخارجية المدركة المستخدم في دراسات سابقة باستخدام التحليل التوكيدي.
- 6- اختبار العلاقة بين متغير الاحتكام للمكانة (الاحترام الداخلي المدرك والمكانة الخارجية المدركة) ومتغير السلوك الريادي.

ثالثاً. اهمية البحث

تنبع اهمية البحث من النقاط الاتية :-

- 1- عندما تكون الريادة عامل مهم في نجاح اقتصاد الامم (Collins, Hanges & Locke, 2004) فان من الاهمية ان نفهم الخصائص المحفزة التي تلهم الناس على ان يصبحوا رياديين. والبحث الحالي يسعى جاهداً اتجاه تعزيز هذا الفهم.
- 2- ان تناول موضوع الاحتكام للمكانة متمثلاً بادراك الاحترام الداخلي والمكانة الخارجية والذي تفتقر اليه الدراسات على المستوى العربي او المحلي ، يعد اسهاماً جدير اتجاه تعزيز هذا المفهوم وتعبيد الطريق لباحثين اخرين للخوض في مضماره.
- 3- يشير (Brizek, 2003) بان دراسة السلوك الريادي لا يزال في المهده، وهو جديد نسبياً في حقل نظرية المنظمة (Organization Theory)، واعداد الدراسة الحالية يمثل اسهاماً بسيطة اتجاه رفد هذا الموضوع واغناؤه.



رابعاً. عينة البحث

تم اختيار جامعة القادسية كمجتمع للبحث الحالي، وقد تمثلت عينة البحث بالكادر التدريسي في ثلاث كليات: الادارة والاقتصاد، والتربية وكلية التربية الرياضية، ضمت (152) تدريسي. وقام الباحثان بتوزيع استمارة الاستبيان على العينة. وقد استخرجت التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة البحث حيث تم تلخيص النتائج في الجدول (1).

جدول (1)
خصائص عينة البحث

النسبة	التكرار	العمر المستوى
4.6	7	اقل من 30 سنة
41.4	63	30-40 سنة
32.2	49	41-50
21.8	33	51-60
%100	152	المجموع
		المؤهل العلمي
76.3	116	ماجستير
23.7	36	دكتوراه
%100	152	المجموع
		الجنس
63.2	96	ذكور
36.8	56	اناث
%100	152	المجموع
		سنوات الخدمة
48	73	1-5 سنة
24.4	37	6-10 سنة
15.1	23	11-15 سنة
12.5	19	16-20 سنة
%100	152	المجموع

الجدول من اعداد الباحثان في ضوء استمارة الاستبيان



فرضيات البحث

للبحث الحالي ثلاث فرضيات رئيسة هي:-

الفرضية الاولى:

عندما يدرك الافراد العاملين بان اعضاء المنظمة التي يعملون فيها يقيمون ويثمنون هويتهم الشخصية فانهم سيتحفزون اتجاه ممارسة السلوك الريادي (توجد علاقة ايجابية معنوية بين الاحترام الداخلي المدرك والسلوك الريادي).

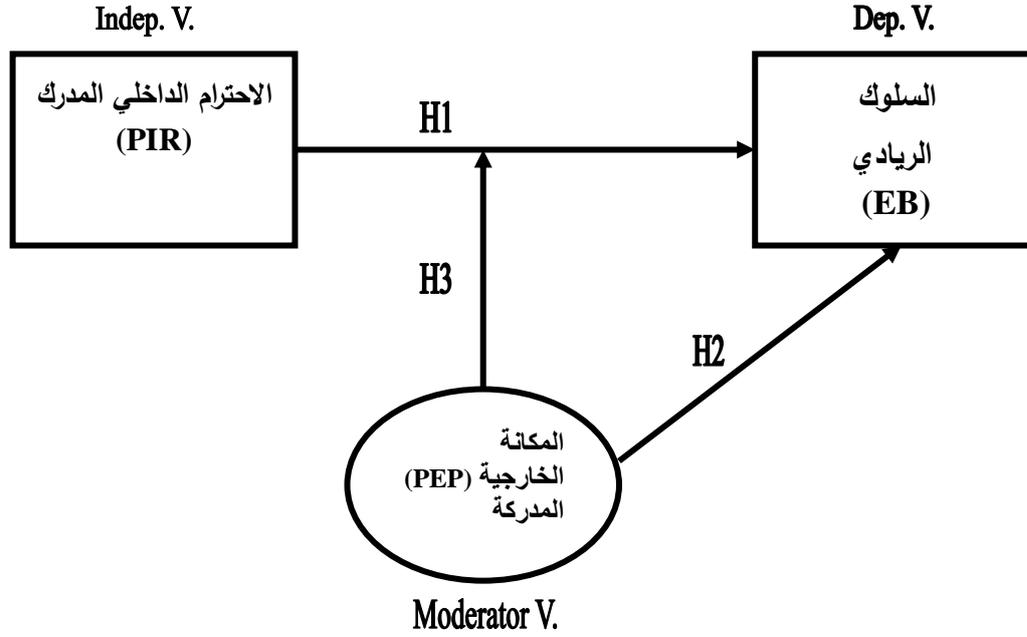
الفرضية الثانية:

عندما يدرك الافراد العاملين بان اصحاب المصالح الخارجيين يحكمون ويقيمون ايجابياً سمعة المنظمة التي يعملون فيها (يثمنون ويقيمون هويتهم الاجتماعية) فانهم سيتحفزون اتجاه ممارسة السلوك الريادي (توجد علاقة ايجابية معنوية بين المكانة الخارجية المدركة والسلوك الريادي).

الفرضية الثالثة:

سيزداد حافز الافراد الذين يدركون تقييم وتثمين اعضاء المنظمة التي يعملون فيها لهويتهم الشخصية لممارسة السلوك الريادي عندما يشعرون بتقييم اصحاب المصالح ايجابياً لسمعة منظماتهم وسينخفض بانخفاضه (ادراك المكانة الخارجية يعدل العلاقة ايجابياً ما بين ادراك الاحترام الداخلي والسلوك الريادي).

والشكل ادناه يوضح المخطط الفرضي للبحث :



شكل (1)

المخطط الفرضي للبحث



الخلفية النظرية وبناء الفرضيات

أولاً. الخلفية النظرية

1. نظرية الهوية الاجتماعية ونموذج ارتباط المجموعة

Social Identity Theory and Group Engagement Model

نالت نظرية الهوية الاجتماعية (Social Identity Theory) الاستحسان والقبول بين اوساط المنظرين التنظيميين لان افتراضاتها طبقت بنجاح ضمن السياق التنظيمي على مدى العقدين الماضيين (van Dick et al., 2008). وتتجاذب الافكار الرئيسية لهذه النظرية حول محور اساسي يفيد بان مقام (مكانة او منزلة) أي شخص في المجتمع، او المجموعة او المنظمة هو دالة لكل من هويته الشخصية وعدد من هوياته الاجتماعية. ففي حين ان الهوية الشخصية تعكس المزايا الفريدة للشخص (مثل ذلك: الموهبة، الذكاء، القابلية والجاذبية)، فان الهوية الاجتماعية تشير الى اندماج الناس لمجموعة اجتماعية معينة (مثل ذلك: الانتماء لجنس، او عرق، او حركة سياسية، او فريق رياضي او منظمة) (Bartels, 2006 ; Ellemers, Kortekass & Ouwerkerk, 1999). وتمثل نظرية الهوية الاجتماعية اطار عمل توضيحي طور من قبل Tajfel and Turner في السبعينيات لتبيان العلاقات والتمييز بين المجموعات (Ravelo, 2006).

وفي ضوء افكار نظرية الهوية الاجتماعية (SIT) قدم كل من (Tyler & Blader, 2003) نموذج يعرف باسم نموذج ارتباط المجموعة (Group Engagement Model)²، الذي تتمركز افكاره حول مقترح رئيسي يشير بان كل شخص يقوم على الاقل باجراء تقويمين مختلفين للمقام (Status) حول المجموعة التي ينتمي اليها والتي تؤثر بالنتيجة على سلوكه وافكاره فيها. وبعبارة اخرى، فان عضو المجموعة يقوم بتقييم مقام ومكانة المجموعة التي ينتمي اليها في اعين الاطراف الاخرى خارج المجموعة، ويقوم كذلك بتقييم مكانة الذاتي لدى الاخرين داخل المجموعة. ويطلق كل من (Tyler & Blader, 2003) على هذين التقييمين ما يعرف بالاحتكام للمكانة (Status Judgments). وضمن السياق التنظيمي، فان ادراك مقام المنظمة في اعين الاطراف الاخرين خارج المنظمة يطلق عليه اصطلاحاً "المكانة الخارجية المدركة" (Perceived External Prestige) (Smidts et al., 2001; Fuller, et al., 2006). اما ادراك المكانة الذاتية للفرد من قبل الاخرين داخل المنظمة فيطلق عليه اصطلاحاً "الاحترام الداخلي المدرك" (Perceived Internal Respect) (Fuller, et al., 2006). وعليه فان مفهوم الاحتكام للمكانة يتضمن بعدين هما ادراك المكانة الخارجية وادراك الاحترام الداخلي.

ويذكر كل من (Tyler & Blader, 2003) عبارة مهمة في بحثهم توضح تداخل المضامين ما بين مفهوم الاحتكام للمكانة ونظرية الهوية الاجتماعية (SIT)، اذ يقولان "ادراك المكانة الخارجية هي دافع نفسي للحصول على الهوية الاجتماعية الايجابية، وادراك الاحترام الداخلي هو دافع نفسي للحصول على الهوية الشخصية الايجابية" (Tyler & Blader, 2003: 359). أي ان سعي العامل اتجاه ادراك المكانة الخارجية للمنظمة هو دافع للشعور بامتلاك الهوية الاجتماعية البارزة، وسعيه اتجاه ادراك الاحترام الداخلي هو دافع للشعور بامتلاك الهوية الشخصية البارزة وكلا الهويتان بالنتيجة هما دافع لتشكيل مقام الشخص في المنظمة والمجتمع.

² للمزيد راجع (Tyler & Blader, 2003)



2. الاحكام للمكانة Status Judgments

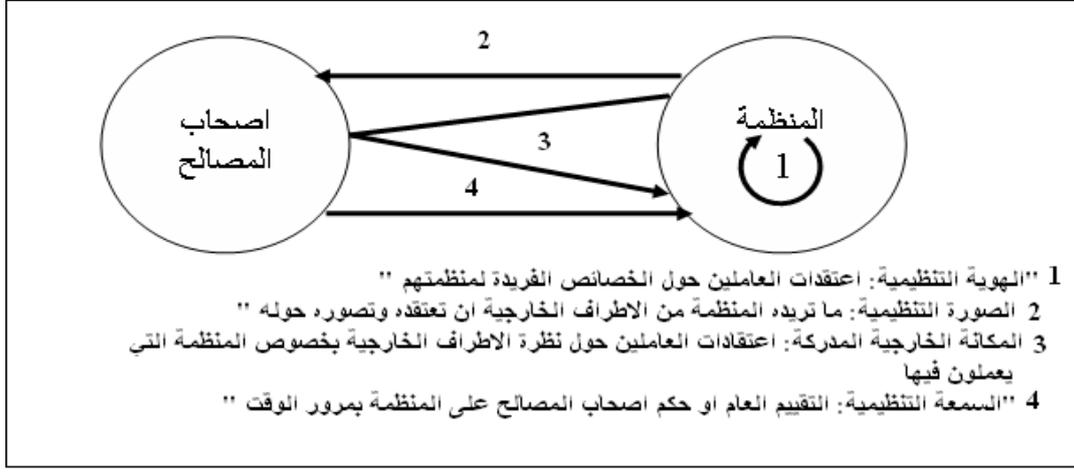
أ- المكانة الخارجية المدركة Perceived External Prestige

أكد العديد من الكتاب على أهمية ادراك المكانة الخارجية للمنظمة (Bartels, Pruyn, Jong & Joustra, 2007: 176)، لما لها من تأثير مباشر على سلوك ومواقف العاملين لديها (Mignonac, et al., 2006). وقد اطلق الباحثين العديد من المسميات على مصطلح المكانة الخارجية المدركة ومنها : الصورة الخارجية المفسرة (Dutton, Dukerich & Harquail, 1994)، او المكانة التنظيمية المدركة (Bhattacharya, Rao & Glynn, 1995)، او تقييمات اصحاب المصالح المنعكسة (Scott & Lane 2000). ويقصد بمفهوم ادراك المكانة الخارجية (PEP) الكيفية التي يفكر او يعتقد بها العامل حول نظرة الاطراف الخارجية بخصوص المنظمة التي يعمل فيها (Smidts et al., 2001). اي المعتقدات الشخصية للعامل حول تقييمات اصحاب المصالح مثل الزبائن والمنافسون والموردون حول سمعة المنظمة (Carmeli, Gilat & Weisberg, 2006: 93). وتنتج المكانة الخارجية المدركة عن طريق مصادر متنوعة من المعلومات مثل اراء الجهات ذات العلاقة، او ما يتناقل من الاقوال، او عن طريق الدعاية والاعلان وحتى من خلال الاتصالات الداخلية حول كيفية ادراك المنظمة من قبل الاطراف الخارجية (Smidts et al., 2001). وعندما يدرك العاملون بان الاطراف الخارجية المهمة تكن الاحترام والهيبة لمنظمتهم فان شعورهم بتقدير الذات سوف يزداد ويزداد معه حب انخراطهم بالاعمال الايجابية التي تخدم المنظمة. وقد اشارت العديد من الدراسات السابقة بان اعضاء المنظمة يشعرون بالفخر بالانتماء للمنظمة التي يعتقدون بان الاطراف الخارجية تنظر لها باحترام وتقدير. فادراك المكانة الخارجية يسرع من التقييم الايجابي للفرد، حيث ان العامل سيتردد لتترك عمله بالمنظمة الحالية للاخرى التي تكون اقل مكانة (Mignonac, et al., 2006) (Less prestigious).

وفي الحقيقة فان العديد من المنظمات قد تبنت استراتيجيات معينة لترسيخ المكانة التنظيمية المدركة (PEP) من اجل تعزيز وتشجيع الممارسات الايجابية بين اعضاءها. فعلى سبيل المثال فقد اوصى كل من Fisher and Wakefield (1998) المنظمات التي لديها سمعة جيدة في المجتمع بان تركز على الاستراتيجيات التي توصل المعلومات للعاملين حول نجاحاتها وانتصاراتها في الاعمال. اما المنظمات التي لا تمتلك تلك السمعة الجيدة فعليها ان توظف الاستراتيجيات التي تعزز الروابط الاجتماعية والعلاقات التفاعلية بين اعضائها.

ومن الجدير بالاهتمام ان نشير بان العديد من الباحثين قد لا يميز بين مفهوم ادراك المكانة الخارجية وكل من مفهوم السمعة التنظيمية (Organizational reputation)، والهوية التنظيمية (Organizational identity)، والصورة التنظيمية (Organizational image). فالسمعة التنظيمية تعني التقييم العام او حكم اصحاب المصالح على المنظمة بمرور الوقت، اي التقييم المعتمد على التجربة المباشرة لاصحاب المصالح مع المنظمة واي شكل اخر من الاتصالات التي تقدم معلومات حول افعال المنظمة (Gotski & Wilson, 2001, p. 29). اما الصورة التنظيمية فتشير الى ما تريده المنظمة من الاطراف الخارجية ان تعتقده وتصوره حولها (Brown, Dacin, Pratt & Whetten, 2006, p.101). اي الهيئة التي ترسمها المنظمة في اعين الاطراف الخارجية. اما مفهوم الهوية التنظيمية فهو شخصيتها التي تجعلها متميزة وفريدة، فهي تشير الى اعتقادات العاملين حول الخصائص الفريدة لمنظمتهم (خصائص الثبات، والمركزية والتميز) (Dutton & Dukerich, 1991: 520). اي الهيئة التي ترسمها المنظمة في اعين العاملين.

ويقدم (Brown) وزملائه (2006) تصور عميق حول هذه المفاهيم الثلاث ومفهوم المكانة الخارجية المدركة من خلال الشكل التالي:-



شكل (2)

الهوية التنظيمية، والصورة التنظيمية، والمكانة الخارجية المدركة والسمعة التنظيمية

Source: Brown, et al. (2006). P. 100

وقد أجرى (Mignonac) وزملائه (2006) دراسة ضمت ثلاث عينات متنوعة شملت (822) مشارك في فرنسا. وقد اختبرت هذه الدراسة العلاقة بين ادراك المكانة الخارجية ونوايا ترك العمل. وافادت نتائج هذه الدراسة بان ادراك المكانة الخارجية للمنظمة يخفض من نوايا العاملين لترك العمل في منظماتهم الحالية.

ب- الاحترام الداخلي المدرك Perceived Internal Respect

يمثل مفهوم الاحترام الداخلي المدرك (PIR) البعد الثاني لموضوع الاحتكام للمكانة . والذي يطلق عليه البعض تسمية السمعة الاجتماعية (Social Reputation) (Emler & Hopkins, 1990) . ويقدم هذا المفهوم اجابة عن تساؤل اساسي: ما هو مقام هويتي الشخصية ضمن المنظمة؟ "what is my personal identity's status within the organization?" (Fuller, et al., 2006). فاذا كان المقام التنظيمي يعكس ادراك المكانة الخارجية (PEP) فان ادراك المقام الشخصي للفرد داخل المنظمة يعكس مفهوم الاحترام الداخلي المدرك (PIR). ويشير نموذج ارتباط المجموعة بان الاحترام الداخلي المدرك يساهم في تعزيز اندماج الفرد بالمنظمة لان العاملين سوف يكونون متحفزين بشكل كبير اتجاه دمج هويتهم الذاتية مع هوية المنظمة (Tyler & Blader, 2003). وبعبارة اخرى، فان العاملين سوف يكونون اكثر استعداداً للتعايش مع المنظمة التي تقبلهم ولا ترفضهم.

ويعتمد تقييم العاملين لمقامهم الداخلي في المنظمة على المعلومات التي تأتي من مصادر متعددة داخل المنظمة. ومن هذه المصادر زملاء العمل، والهيكل التنظيمي، والثقافة التنظيمية، والسياسات، والمعايير، وتجارب الاخرين والتقييم العام للخصائص التنظيمية. ويتأثر مقامهم المدرك ضمن المنظمة بشكل كبير بالاعضاء التنظيميين الرئيسيين مثل مدراءهم المباشرين والاعضاء الاخرين في الادارة (Wiesenfeld et al., 2001).

ويشير (Tyler & Blader, 2003) بان الاحترام الداخلي المدرك يعكس الذات السمعية للفرد (Reputational Self) ، وتمثل دافع نفسي للشعور بالهوية الشخصية المرموقة، اما المكانة الخارجية المدركة فتعكس الذات الفنية للفرد (Categorical Self) ، وتمثل دافع نفسي للشعور بالهوية الاجتماعية المرموقة.



والجدول (2) يوضح مقارنة بين الاحترام الداخلي المدرك والمكانة الخارجية المدركة :

جدول (2)

مقارنة بين المكانة الخارجية المدركة والاحترام الداخلي المدرك

المكانة الخارجية المدركة	الاحترام الداخلي المدرك
ادراك مقام المنظمة في اعين الاخرين	ادراك المقام الذاتي للفرد في اعين الاخرين
تجيب عن تساؤل : ماذا يفكر الاطراف الخارجيون بمقام ومكانة منظمتي؟	تجيب عن تساؤل : ما هو مقام هويتي الشخصية ضمن المنظمة؟
دافع نفسي للشعور بالهوية الاجتماعية الايجابية	دافع نفسي للشعور بالهوية الشخصية الايجابية
انعكاس للذات الفنية	انعكاس للذات السمعية

المصدر: من اعداد الباحثان

2- السلوك الريادي Entrepreneurial Behavior

أ- مفهوم السلوك الريادي Concept of EB

على الرغم من ان مصطلح الريادة (Entrepreneurship) قد استخدم لاكثر من 200 عام، الا انه لا يزال هنالك خلاف كبير حول مايعنيه المصطلح في الواقع. ويتجسد التناقض الرئيسي بين المنظرين بوضع تصور مفاهيمي حول الريادي كفرد او الريادة على مستوى المنظمة (Brizek, 2003). ولكن يمكن القول بشكل عام بان الريادة هي العملية التي عن طريقها تكتشف وتقيم وتستغل الفرص الخاصة بخلق المنتجات او الخدمات الجديدة (Shane, Locke & Collins, 2003). اما السلوك الريادي فهو سلوك فردي وليس سلوك منظمة (Carsrud & Brännback, 2009) صعب بالقياس (Measure) وبالاستكشاف (Explore)، ومن المسلم به عموماً بأنه سلوك هادف موجهة نحو حدث معين (Zampetakis & Moustakis, 2006). فالسلوك الريادي يجسد كل الافعال والتصرفات المتخذة من قبل اعضاء المنظمة والتي ترتبط باكتشاف وتقييم واستغلال الفرص الريادية (Zampetakis , Beldekos & Moustakis, 2009) ، أي مجموعة من المهام والانشطة والاعمال المشتركة في ادراك الفرص وخلق المنظمات الجديدة. وفي ضوء هذا التعريف فان الريادي (Entrepreneur) يشير الى ذلك الشخص الذي يدرك الفرص ويجعل المنظمة تتبعها (Misra & Kumar, 2000). وهذا التعريف يبين بان مفهوم السلوك الريادي لا يتطلب او يشترط بان ننظر الى الريادين على انهم مؤسسين للمنظمات الجديدة فقط، فرجل المبيعات (Salesman) يمكن ان يكون رجل ريادي عندما يقوم باكتشاف الفرص ويعمل على اتباعها من اجل خلق المنتجات الجديدة (Shane, Locke & Collins, 2003). ويقدم (Mair, 2002) تعريف شامل للسلوك الريادي اذ يعرفه بأنه مجموعة من النشاطات والممارسات التي عن طريقها الافراد في المستويات المتعددة يولدون ويستخدمون بشكل مستقل توليفة من الموارد المبتكرة لتحديد واقتناص الفرص الجديدة . وهذا التعريف يذكر بشكل واضح بان السلوك الريادي لا يقتصر فقط على دراسة دور سمات وتصرفات المسؤولين في الادارة العليا ذوي المهارات العالية ومدراء الادارة الوسطى في خلق القيمة المضافة للمنظمة بل يهتم بشكل كبير ايضا بعملية خلق القيمة المضافة من قبل المستويات الدنيا في المنظمة والتي تنشأ من اناس اقل مسؤولية من المستويات السابقة والتي تهدف الى الحصول على الاشياء بأسلوب مبتكر وغير عادي (Zampetakis , Beldekos & Moustakis, 2009). وما يميز السلوك الريادي يتمثل بأنه يشمل وحدات منفصلة من العمل و النشاط التي يمكن ان تلاحظ من قبل الاخرين سمعياً او مرئياً ، فهي ذات طبيعة شخصية او اجتماعية وبحجم يمكن ان يجعلها ذات مغزى ومعنى (Carsrud & Brännback, 2009: 350). وهذا يؤكد بان السلوك الريادي لا يكون بشكل مجموعة من الافعال والانشطة المعقدة او انه انشطته وممارساته تقتصر على الاحداث الريادية الكبيرة والتميزة مثل خلق المشاريع الجديدة ضمن المنظمات القائمة، بل يمكن ان يصبح الافراد رياديين على سبيل المثال بالطرق التي يتعاونون بها او يتشاركون مع زملائهم، او بالطرق التي ينظمون فيها مهام عملهم اليومية، او بالطرق التي يواجهون فيها تحديات من الادارة العليا او الزبائن (Zampetakis , Beldekos & Moustakis, 2009).



ب- اهمية السلوك الريادي Importance of EB

تقترح البحوث التطبيقية والنظرية خلال العقود الاخيرة بان الريادة كعملية تأخذ ادوار متعددة (Multi roles) ولا تقتصر فقط على منظور الربح الاقتصادي (Economic-profit) ، (Zampetakis , Beldekos & Moustakis, 2009). اذ اصبح السلوك الريادي هدف مهم للمنظمات والمجتمع بشكل عام، فهو مصدر للمرونة والابداع (Dam, Schipper & Runhaar, 2009) ووسيلة لزيادة نمو وربحية المنظمة او تحقيق التجديد الاسـتراتـيجي او التغيـير التنظيمي (Zampetakis , Beldekos & Moustakis, 2009).

جعلت طبيعة الاقتصاد القائم على المعرفة والتغيرات المستمرة غير المتوقعة في بيئة الاعمال والتحديات التي يواجهها الرياديين من الاكاديميين والممارسين على حد سواء باجراء دراسات معمقة بخصوص العملية الريادية (Lin, 2006: 207). ولم يقتصر الاهتمام بالريادة على فرع علمي محدد، اذ نرى بان هنالك طيف واسع من الفروع العلمية تعطي الاهتمام لهذا الموضوع مثل علم الاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم المنظمة وعلم السلوك التنظيمي، وتعد معرفة السلوك الريادي عملية مهمة فهو يسمح للرياديين بتشكيل وتغيير سلوكهم نحو تحقيق افضل النتائج لهم وكذلك افضل النتائج لاصحاب المصالح مثل المستثمرين والحكومات المحلية او العاملين طالما ان نتائج الريادية تقابل وتحقق اهدافهم الخاصة (Carsrud & Brännback, 2009).

- وتعد عملية دراسة السلوك الريادي مهمة لعدة اسباب هي (Shane, Locke & Collins, 2003: 259-260) :-
- 1- تحرك الريادة وتدفع عملية الابداع والتغيير التكنولوجي، ولذلك هي تولد نمو في الاقتصاد.
 - 2- يمثل النشاط الريادي عملية يتحقق من خلالها حالة توازن ما بين الطلب والعرض.
 - 3- الريادية عملية مهمة تتحول عن طريقها المعرفة الجديدة الى صيغة منتجات او خدمات جديدة.
 - 4- اصبحت الريادة موهبة ومهنة مهمة وهنالك حاجة ملحة لفهم دورها في تنمية راس المال البشري والفكري.

ثانياً. بناء الفرضيات : الاحتكام للمكانة والسلوك الريادي

تستند توجهات نظرية الهوية الاجتماعية على فكرة اساسية تفيد بان مكانة الشخص ورفعه وهيبته داخل المجتمع مقرونة بامتلاكه (1) هوية شخصية ايجابية تنشأ من ادراكه الاحترام الداخلي بين اعضاء المجموعة التي ينتمي لها، (2) وامتلاكه هوية اجتماعية ايجابية التي تنشأ من ادراكه بان الجهات والاطراف الخارجية تكن الاحترام والتقدير للمجموعة (المنظمة) التي ينتمي لها (Edwards, 2005). ان ادراك الاحترام الداخلي يعكس عملية الاتصال الداخلي التي تتكون بحكم الرسائل الشفوية وغير الشفوية التي تصدر من اعضاء المنظمة (المرسل) والتي تظهر الاحترام والتقدير للصفات والخصائص الشخصية للفرد المستلم (مثل ذلك: الموهبة، الذكاء، القابلية والجاذبية). وترجم هذه الرسائل من قبل الفرد المستلم على انها اشارات لامتلاكه الهوية الشخصية الايجابية (Tyler & Blader, 2003). ان الشعور بامتلاك الهوية الشخصية الايجابية عامل يعزز اعتقاد الفرد بالكفاءة الذاتية (Self-efficacy) اتجاه اداء المهام والانشطة المتنوعة، ومنها الانشطة والسلوكيات الريادية. ان الاعتقاد بالكفاءة الذاتية الريادية (Entrepreneurial self-efficacy beliefs) يشير الى القابلية المدركة للأفراد على اداء المهام الريادية والتي تعزز وتدعم قيام الفرد بالمهام والانشطة الريادية (السلوك الريادي) (Mair, 2002). وما ذكر يعزز منطقياً افتراض البحث القائل بان ادراك الاحترام الداخلي يساهم في تعزيز السلوك الريادي :

(توجد علاقة ايجابية معنوية بين ادراك الاحترام الداخلي والسلوك الريادي)



اما ادراك المكانة الخارجية فيعكس عملية الاتصال الخارجية التي تتبلور بحكم الرسائل الشفوية وغير الشفوية والمباشرة وغير المباشرة التي تصدر من الاطراف خارج المنظمة والتي تتمثل باصحاب المصالح الخارجيين (حملة الاسهم، والزيانن، والموزعين، والموردين، والمجتمع والحكومة... والخ) والتي تظهر حكمهم وتقييمهم لسمعة المنظمة بمرور الزمن (Brown, et al., 2006). وتترجم هذه الرسائل من قبل الفرد المستلم على انها اشارات لامتلاكه الهوية الاجتماعية الايجابية . ان الشعور بامتلاك الهوية الاجتماعية الايجابية عامل يعزز اعتقاد الفرد بقابلية ومقدرة المنظمة على اتباع ومسايرة الفرص التي يبتكرها الفرد . كما انه يعزز من التقدير الذاتي للفرد (Self-esteem) (Fuller, et al., 2006) والذي يمثل حافز اتجاه المبادرة وتعزيز الثقة بالنفس. ان الشعور بقابلية وقدرة المنظمة على اتباع ومسايرة الفرص الجديدة والشعور بالتقدير الذاتي والثقة بالنفس يعزز ويدعم قيام الفرد بالمهام والانشطة الريادية . وما ذكر يعزز منطقياً افتراض البحث القائل بان ادراك المكانة الخارجية يساهم في تعزيز السلوك الريادي :

(توجد علاقة ايجابية معنوية بين ادراك المكانة الخارجية والسلوك الريادي)

كما ذكر سابقاً فان مكانة ومقام الفرد داخل المجتمع هي دالة لادراكه الاحترام الداخلي (امتلاك الهوية الشخصية الايجابية) وادراك المكانة الخارجية (امتلاك الهوية الاجتماعية الايجابية). لذا فعندما يدرك الفرد الاحترام الداخلي ولا يدرك المكانة الخارجية للمنظمة فان مكانته ومقامه داخل المجتمع سوف تكون اقل قياساً بحالة ادراكه المكانة الخارجية للمنظمة. وكما موضح في اعلاه فان ممارسة السلوك الريادي تزداد وتتأثر بادراك الاحترام وهذه الزيادة سوف تكون اكبر في حالة زيادة ادراك المكانة الخارجية للمنظمة واقل في حالة الانخفاض، لان ادراك المكانة الخارجية سوف يعزز من ادراك الفرد لقابلية وقدرة المنظمة على مسايرة واتباع الفرص المبتكرة وتعزز من تقديره الذاتي ومن الثقة بالنفس وهذه العوامل ستساهم مع الاعتقاد بالكفاءة الذاتية الريادية المتولدة نتيجة ادراك الاحترام الداخلي بزيادة السلوك الريادي. وهذا يتفق مع افتراض البحث الثالث الذي يفيد بان العلاقة بين الاحترام الداخلي المدرك والسلوك الريادي ستزداد بزيادة ادراك المكانة الخارجية وتنخفض عندما ينخفض ادراك المكانة الخارجية، اذن :

(ادراك المكانة الخارجية يعدل العلاقة ايجابياً ما بين ادراك الاحترام الداخلي والسلوك الريادي)

الاطار العملي للبحث

اولاً. مقاييس البحث

اعتمد البحث الحالي على ثلاث مقاييس اساسية :

- 1- مقياس الاحترام الداخلي المدرك (PIR)
- 2- مقياس المكانة الخارجية المدركة (PEP)
- 3- مقياس السلوك الريادي (EB)

مقياس المكانة الخارجية المدركة ومقياس السلوك الريادي تم استخدامهما بشكل مباشر في الدراسات السابقة وهما مقياسان مختبران ذوي مصداقية وثبات عالية، اما مقياس الاحترام الداخلي المدرك فقد تم تصميمه من قبل الباحثان في ضوء الاطر النظرية السابقة التي تخص موضوع الاحترام الداخلي المدرك (e.g., Fuller, et al., 2006; Tyler & Blader, 2002).³ والجدول رقم (3) يقدم توضيح تفصيلي حول هذه المقاييس.

وقد صممت جميع مقاييس البحث بالاعتماد على مقياس (Likert) الخماسي . وقد تراوحت قيم معامل كرونباخ الفا بين (0.81-0.86) وهي مقبولة إحصائياً في البحوث الإدارية والسلوكية لان قيمتها اكبر (0.75) (Nunnaly & Bernstein, 1994)، والتي تدل على ان المقاييس تتصف بالاتساق الداخلي .

³ انظر الملحق 1



جدول (1)

ملخص مقاييس البحث

المقياس	عدد الفقرات	مصدر المقياس	الرمز	كرونباخ الفا
الاحترام الداخلي المدرك	5	من تصميم الباحثان في ضوء الدراسات السابقة	PIR	0.86
المكانة الخارجية المدركة	3	Smidts et al. (2001)	PEP	0.84
السلوك الريادي	6	Zampetakis , Beldekos & Moustakis (2009)	EB	0.81

ثانياً. التحليل العاملي الاستكشافي والتحليل العاملي التوكيدي

Exploratory and Confirmatory Factor Analysis

من اجل تطوير واختبار مقاييس متغيرات البحث ، فقد اعتمد على التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) والتحليل التوكيدي (CFA). وقد استخدم التحليل العاملي الاستكشافي لغرض تطوير وبناء مقياس الاحترام الداخلي المدرك. اما التحليل العاملي التوكيدي فقد استخدم لبناء مقاييس البحث جميعاً بما فيها مقياس الاحترام الداخلي. والاتي توضيح لما ذكر مع مبررات الاستخدام.

1- التحليل العاملي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis

يهدف اسلوب التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) الى تلخيص المتغيرات المتعددة في عدد اقل من المتغيرات بحيث يطلق عليها عوامل (Factors) بحيث يكون لكل عامل من هذه العوامل بعض او كل من هذه المتغيرات. وهو تحليل معقد متعدد الخطوات ذو طبيعة استكشافية (exploratory) لذلك فلا يوجد هناك احصائيات استدلالية (Inferential statistics). ويستخدم كطريقة ملائمة لاستكشاف مجموعة من البيانات و لا يستخدم لاختبار الفرضيات او النظريات (Costello & Osborne, 2005). ويستخدم التحليل العاملي الاستكشافي من قبل الباحثين من اجل اختبار المقاييس في حالة عدم وجود اطر نظرية سابقة حول الموضوع ، بحيث نادراً ما يستخدم في اختبار المقاييس المستخدمة سابقاً أي المبنية على اساس نظري سابق (Fabrigar, et al., 1999).

وفي البحث الحالي سنستخدم التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) باستخدام برنامج (SPSS) في تطوير مقياس الاحترام الداخلي المدرك لان المقياس صمم من قبل الباحثان ولا يعتمد على مقياس سابق (اطر نظري او احصائي سابق) بحيث لا يمكن ان نحدد بشكل صريح الابعاد التي تنطوي تحت هذا المقياس لذلك سيستخدم التحليل العاملي الاستكشافي لكي يساعد على تحديد الابعاد التي يشملها المقياس وكذلك تحديد الفقرات التي لا ترتبط مع بنية المقياس والتي يتوجب ابعادها من المقياس.

وكنقطة بداية في اجراء التحليل العاملي الاستكشافي لمقياس الاحترام الداخلي المدرك (PIR)، فان الفقرات التي ستحصل على تشبعات (Loading) جيدة (اعلى من 0.30) ، وتشبعات عابرة على العوامل الاخرى منخفضة (Cross-loading) (اقل من 0.30) و معامل ارتباطها بالمقياس (Item-scale correlation) جيد (اعلى من 0.30) فانها ستقبل في المقياس، وغير ذلك فانها ستهمل من المقياس الاصيلي (Field, 2005).

ويتضمن التحليل العاملي الاستكشافي الخطوات الاتية:

أ. فحص مصفوفة ارتباط الفقرات بالمقياس (Items-scale Matrix)

احد اهداف اجراء التحليل العاملي الاستكشافي هو للحصول على العوامل التي توضح الارتباط بين كل الفقرات في المقياس. فالفقرات يجب ان تكون مرتبطة ببعضها البعض من اجل ان تكون ملائمة ويتم استخدامها والاحتفاظ بها في المقياس. وقد اوصى Hair وزملاؤه (1995) بان الارتباط المرضي لكل فقرة يجب ان يكون في ادنى مستوى (0.30) او اعلى من ذلك من اجل قبول الفقرة. وفي مصفوفة الارتباط الظاهرة في الجدول (4) نجد بان كل الفقرات قد حملت فوق (0.30).



جدول (4)

مصفوفة الارتباط بين فقرات مقاييس البحث

Correlation Matrix^a

		PIR1	PIR2	PIR3	PIR4	PIR5
Correlation	PIR1	1,000	,725	,487	,581	,619
	PIR2	,725	1,000	,633	,552	,571
	PIR3	,487	,633	1,000	,382	,522
	PIR4	,581	,552	,382	1,000	,571
	PIR5	,619	,571	,522	,571	1,000
Sig. (1-tailed)	PIR1		,000	,000	,000	,000
	PIR2	,000		,000	,000	,000
	PIR3	,000	,000		,000	,000
	PIR4	,000	,000	,000		,000
	PIR5	,000	,000	,000	,000	

a. Determinant = 8,874E-02

ضمن مصفوفة الارتباط بين الفقرات والمقاييس ينبغي ايضاً النظر الى معنوية جميع معاملات الارتباط حسب ما يظهر في الجزء الاسفل من الجدول والذي يشير الى المعنوية في اتجاه واحد (Sig. (1-tailed)). ويجب ان تكون المعنوية اكبر من (0.05). ويشير الجدول الى ان جميع معاملات الارتباط هي معنوية (اعلى من 0.05). بعد التحقق من المعنوية يتم التأكد من قضية عدم وجود التفرد (Singularity) وذلك يتم من خلال النظر الى كل معامل ارتباط في المصفوفة اكبر من (0.90)، وعندما نجد ذلك يجب ان ندرك بان هنالك مشكلة التفرد التي يجب معالجتها. وحسب بيانات المصفوفة فلا يوجد معامل ارتباط اعلى من (0.90) وهذا يؤكد عدم وجود مشكلة التفرد. وفي الخطوة التالية يجب ان ننظر الى نتيجة المحدد (Determinate) الظاهر اسفل الجدول والذي يتعلق بمشكلة التعدد الخطي (Multicollinearity). فاذا كانت نتيجة المحدد اقل من (0.00001) فانه يدل على وجود مشكلة التعدد الخطي اما اذا كانت اعلى فان يشير الى عدم وجود المشكلة. وكما يظهر في اسفل الجدول فان قيمة المحدد (Determinate) هي (8.874E-02) أي (0.08874) وهو اكبر من (0.00001).

ب. استخدام مقياس KMO واختبار Barlett

يعتبر مقياس (KMO) (The Kaiser-Meyer-Olkin Measure) احد الخطوات المهمة في التحليل العاملي الاستكشافي وهو يتعلق باختبار كفاية عينة البحث (Sampling Adequacy) لاستخدام التحليل العاملي. واحصائية (KMO) تتراوح بين (1-0). والقيمة (0) توشر بان مجموع الارتباطات الجزئية اكبر من مجموع الارتباطات الكلية وهذا يبين بان نموذج الارتباط يكون منتشر (وهنا يكون استخدام التحليل العاملي الاستكشافي غير ملائم). اما اذا كانت القيمة تقترب من (1) فان هذا يوشر بان نموذج الارتباطات متواتق وان التحليل العاملي سيكون ذو مصداقية ويوصي (Kaiser, 1974) بان القيم المقبولة تكون اكبر من (0.50) والقيم التي تكون ادنى من هذه القيمة يعني بان على الباحث ان يجمع بيانات اكثر (زيادة حجم العينة) او يعيد التفكير بالمتغيرات المتضمنة في المقياس (Field, 2005). وكما يظهر من الجدول (5) فان قيمة (KMO) هي اكبر من (0.50) والتي بلغت (0.819) والتي حسب تصنيف Kaiser تعتبر قيمة كبيرة.

اما فيما يتعلق باختبار (Bartlett) فانه يختبر فرضية العدم (Null Hypothesis) والتي تشير بان مصفوفة الارتباط هي مصفوفة وحدة (Identity Matrix)، وحتى نستخدم التحليل العاملي فاننا نحتاج بعض العلاقات بين المتغيرات واذا مصفوفة الارتباط كانت مصفوفة وحدة فان هذا يعني بان كل معاملات الارتباط تساوي صفر. لذلك نحن نريد هذا الاختبار يكون معنوي. واختبار المعنوية سوف يخبرنا بان مصفوفة الارتباط هي ليست مصفوفة وحدة. وكما يظهر في الجدول فان اختبار (Bartlett) يشير الى وجود المعنوية (Field, 2005).

جدول (5)



KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .		,819
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	359,676
	df	10
	Sig.	,000

ج. طريقة المكونات الاساسية
 طريقة المكونات الاساسية هي من اكثر طرق التحليل العاملي دقة، وفي هذا البحث ستستخدم هذه الطريقة ، كما سيستخدم محك جذر (Eigenvalues) واحد صحيح حداً أدنى لقبول العامل، و (0.30) مستوى دلالة. ويظهر الجدول (6) شرح التباين الكلي، ومن هذا الجدول يتم اختيار العوامل التي يكون لديها قيم جذور كامنة (Eigenvalues) قريبة من الواحد صحيح. ولكن يلاحظ بان هنالك عامل واحد فقط يمثل مقياس الاحترام الداخلي المدرك (PIR) قيمة (Eigenvalues) له تبلغ (3.268) وهي اكبر من الواحد الصحيح. ويفسر هذا العامل ما نسبته (65.366) من التباين الكلي.
 اما الجدول (7) فيظهر المصفوفة العاملية لمتغيرات الدراسة وذلك بغية الوصول الى العوامل المستخلصة . هذه المصفوفة تظهر تشعبات (loadings) المتغيرات (الفقرات) للعامل الذي ترتبط به. اذ يلاحظ ان تشعبات الفقرات تتراوح من (0.86-0.74) وهي اكبر من (0.30).
 جدول (6)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,268	65,366	65,366	3,268	65,366	65,366
2	,647	12,938	78,304			
3	,452	9,041	87,346			
4	,401	8,029	95,374			
5	,231	4,626	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

جدول (7)

Component Matrix

	Component
	1
PIR1	,853
PIR2	,869
PIR3	,741
PIR4	,759
PIR5	,813

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.



ويستنتج مما سبق بان مقياس الاحترام الداخلي المدرك متغير احادي البعد يتكون من خمس فقرات كما تم تصميمه في المقياس الاصلي. اذ تبين مما سبق بان فقرات المقياس الخمس قد حصلت على تشبعات جيدة (اعلى من 0.30)، وليس لها تشبعات عابرة الى عوامل اخرى لان هنالك عامل واحد فقط فلا داعي لتدوير العوامل. وكذلك فان مصفوفة الارتباط بين الفقرات والمقياس اظهرت معاملات ارتباط جيدة (اعلى من 0.30). فلا داعي الى استبعاد أي فقرة بل يبقى الاحتفاظ بفقرات المقياس الاصلي ككل.

2- التحليل العاملي التوكيدي: الصدق البنائي لمقاييس البحث

استخدم الباحثان اسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) وهو ما يطلق عليه بالتحليل العاملي التوكيدي للتحقق من الصدق البنائي للمقاييس المختلفة التي يتم بنائها في ضوء أطر نظرية سابقة (MacCallum & Austin, 2000). ويعد التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analyzes أحد تطبيقات نموذج المعادلة البنائية ويعكس التحليل العاملي الاستكشافي يتيح التحليل العاملي التوكيدي الفرصة لتحديد واختبار صحة نماذج معينة للقياس والتي يتم بنائها في ضوء أسس نظرية سابقة (Hewitt, 2004)؛ et al., وتتمثل الإجراءات المتبعة في التحليل العاملي التوكيدي في تحديد النموذج المفترض والذي يتكون من المتغيرات الكامنة Latent Variable أو المتغيرات غير المقاسة وهي تمثل الأبعاد المفترضة للمقياس ومنها تخرج أسهماً متجهة إلى النوع الثاني من المتغيرات والتي تعرف بالمتغيرات المقاسة أو المتغيرات التابعة أو المتغيرات الداخلية، والتي تمثل الفقرات الخاصة بكل بعد أو الأبعاد الخاصة بكل عامل عام وهنا يفترض أن العبارات مؤشرات للمتغيرات الكامنة. واعتمد في تطبيق هذا الاسلوب على البرنامج الاحصائي (LISREL). وفي ضوء افتراض التطابق بين مصفوفة التغاير للمتغيرات الداخلة في التحليل والمصفوفة المفترضة من قبل النموذج (المستهلكة من قبل النموذج) تنتج العديد من المؤشرات الدالة على جودة هذه المطابقة والتي يتم قبول النموذج المفترض للبيانات أو رفضه في ضوءها والتي تعرف بمؤشرات جودة المطابقة ومنها كما هو في الجدول (8):

جدول (8)

مؤشرات وقاعدة جودة المطابقة لنمذجة المعادلة الهيكلية

ت	المؤشرات	قاعدة جودة المطابقة
1-	النسبة بين قيم χ^2 ودرجات الحرية df	أقل من 5
2-	حسن المطابقة <i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	اكبر من 0.90
3-	مؤشر المطابقة المعياري <i>Normed Fit Index (NFI)</i>	اكبر من 0.90
4-	مؤشر المطابقة المقارن <i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	اكبر من 0.95
5-	مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي: <i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	بين 0.05-0.08

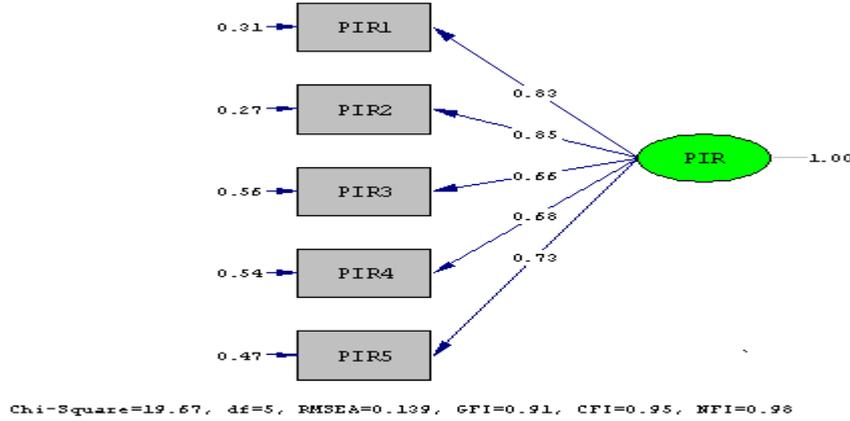
الجدول من اعداد الباحثان بالاعتماد على (Chan et al.,2007)



ويقسم البحث هذا الاجراء الى ثلاث خطوات ، كل خطوة لمقياس من مقاييس البحث الثلاث :-

1- الاحترام الداخلي المدرك (PIR)

تشير مؤشرات جودة المطابقة الظاهرة في اسفل الشكل (3) الى صحة افتراض أن الـ (5) العبارات تقيس بنية تتكون من بعد واحد. وفي ضوء الأوزان الانحدارية المعيارية الظاهرة على الاسهم التي تربط المتغير الكامن (المتغير الذي يكون غير قابل للقياس) مع كل فقرة من الفقرات، والتي تعرف بمعاملات الصدق أو التشيع يمكن الحكم على صدق العبارات لان قيمتها اكبر من (Costello& Osborne,2005) (0.40).

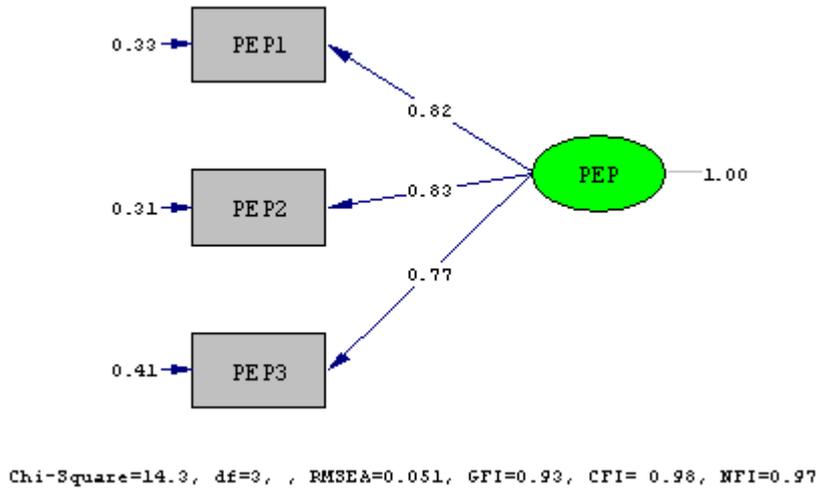


شكل (4)

نموذج القياس لمتغير الاحترام الداخلي المدرك

2- المكانة الخارجية المدركة (PEP)

تظهر مؤشرات جودة المطابقة الظاهرة في اسفل الشكل (4) الى صحة افتراض أن الـ (3) عبارات تقيس بنية احادية البعد (المكانة الخارجية المدركة). وفي ضوء الأوزان الانحدارية المعيارية الظاهرة على الاسهم التي تربط المتغير الكامن مع كل فقرة من فقرات المقياس ، يمكن الحكم على صدق العبارات.

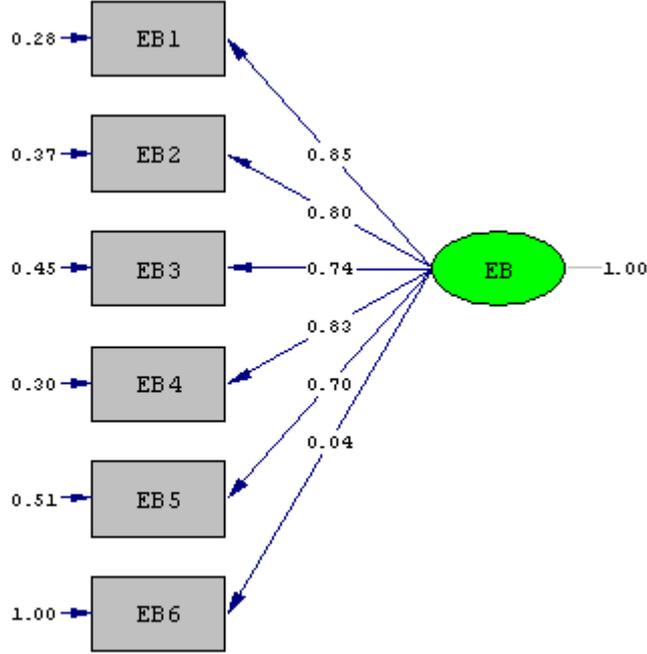


شكل (5)

نموذج القياس لمتتغير المكانة الخارجية المدركة

3- السلوك الريادي (EB)

تظهر مؤشرات جودة المطابقة الظاهرة في اسفل الشكل () الى صحة افتراض أن الـ (6) عبارات تقيس بنية احادية البعد (السلوك الريادي). وفي ضوء الأوزان الانحدارية المعيارية الظاهرة على الاسهم التي تربط المتغير الكامن مع كل فقرة من فقرات المقياس ، يمكن الحكم على صدق العبارات، لان قيمتها اكبر من (0.40).



Chi-Square=21.52, df=9, RMSEA=0.096, GFI=0.95, CFI=0.98, NFI=0.96

شكل (6)

نموذج القياس لمتغير السلوك الريادي

ثالثاً: الإحصائيات الوصفية (Descriptive Statistics)

يلاحظ في الجدول (9) الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية ومصفوفة الارتباط الداخلي لمتغيرات البحث، وكالاتي :-

1- الاحترام الداخلي المدرك (PIR)

حصل متغير الاحترام الداخلي المدرك (PIR) على وسط حسابي عام بلغ (3.07) وبانحراف معياري عام بلغ (0.97)، مما يشير الى انسجام الاجابات الواردة بخصوص فقرات هذا المتغير. ويدل الوسط الحسابي العام لهذا المتغير على وجود تقبل معتدل من قبل افراد عينة البحث اتجاه توفر هذا المتغير لان قيمة الوسط الحسابي اكبر نسبياً من الوسط الفرضي (3).



جدول (9)

مصفوفة الارتباط، والايوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات البحث

Study variables	1	2	3
PIR	1	0.257**	0.235**
PEP	0.257**	1	0.242**
EB	0.235**	0.242**	1
Summary statistics			
Number of items	5	3	6
Mean	3.07	3.08	3.45
Standard deviation	0.97	1.12	0.67

Note. Two-tailed tests of significance were used.

** $p < 0.01$

2- المكانة الخارجية المدركة (PEP)

حصل متغير المكانة الخارجية المدركة (PEP) على وسط حسابي عام بلغ (3.08) وبانحراف معياري عام بلغ (1.12)، مما يشير الى انسجام اجابات عينة البحث الواردة بخصوص فقرات هذا المتغير. ويدل الوسط الحسابي العام لهذا المتغير على وجود تقبل معتدل من قبل افراد عينة البحث اتجاه توفر هذا المتغير لان قيمة الوسط الحسابي اعلى نسبياً من الوسط الفرضي (3).

3- السلوك الريادي (EB)

حصل متغير السلوك الريادي (EB) على وسط حسابي عام بلغ (3.45) وبانحراف معياري عام بلغ (0.67)، مما يشير الى انسجام اجابات عينة البحث الواردة بخصوص فقرات هذا المتغير. ويدل الوسط الحسابي العام لهذا المتغير على وجود تقبل ايجابي من قبل افراد عينة البحث اتجاه توفر هذا المتغير لان قيمة الوسط الحسابي اعلى من الوسط الفرضي (3). ويلاحظ عموماً بان الوسط الحسابي لمتغير السلوك الريادي اعلى من الوسط الحسابي لمتغير الاحترام الداخلي والمكانة الخارجية المدركة. وكذلك نلاحظ بان الانحراف المعياري لهذا المتغير اقل من الانحراف المعياري لباقي المتغيرات. اما بالنسبة لمصفوفة معاملات ارتباط (Person) بين متغيرات الدراسة فقد استخدمت لغرضين ، الأول يتعلق بالتحقق من قوة نموذج الدراسة من خلال الاستدلال على وجود ارتباط خطي بين المتغيرات تمهيداً لاستخدام تحليل الانحدار المتعدد المتدرج، اذ اظهرت النتائج ان اعلى معاملات الارتباط لم تتجاوز (0.60) وهذا يعني بعدم وجود مشكلة (Multicollarity) (Fryxell & Wang, 1994). اما الغرض الثاني فيخص تقديم دعم اولي (Initial Support) لفرضيات البحث ، فقد اشارت جميع معاملات الارتباط الى وجود علاقة معنوية بين متغيرات البحث عند مستوى دلالة (1 %).

رابعاً: اختبار الفرضيات Hypotheses testing

بعد ان تم اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث من خلال مصفوفة الارتباط اعلاه وتم التأكد من وجود علاقة خطية بين المتغيرات حان الدور لاختبار الفرضيات. ومن اجل اختبار فرضيات البحث الثلاث، سيستعين البحث بتحليل الانحدار المتعدد المتدرج (HMRA) (Hierarchical Multi Regression Analysis). وتحليل الانحدار المتعدد المتدرج هو احد انواع تحليل الانحدار المتعدد (Multi Regression) الذي يختلف على طريقة الادخال (Entry mode) المعتاد استخدامها من قبل الباحثين. فطريقة الادخال تتمثل بادخال المتغيرات دفعة واحدة من قبل الباحث، اما طريقة المتدرج (Hierarchical mode) فان ادخال المتغيرات الى معادلة الانحدار يكون خطوة خطوة حسب خبرة الباحث والاساس النظري لمتغيرات البحث. وفي الحقيقة، استخدم تحليل الانحدار المتدرج في هذا البحث لان تحليل المتغير المعدل في الفرضية الثالثة يحتاج الى هذه الاداة الاحصائية وبنفس الوقت فان اختبار باقي الفرضيات ممكن من خلال هذا الاداة.



والجدول (10) يظهر تحليل الانحدار المتعدد المتدرج الخاص باختبار فرضيات البحث. ويتضمن هذا الجدول قيم بيتا غير المعيارية (B)، وقيمة (T) المحسوبة، وقيمة معامل التفسير (R^2)، وقيمة تغير معامل التفسير (ΔR^2) وقيمة (F) المحسوبة. وتم هذا التحليل من خلال خطوتان الاولى تتعلق باختبار الفرضية الاولى والثانية. اما الفرضية الثالثة فتأخذ الخطوتين.

1- الفرضية الاولى

تتعلق الفرضية الاولى باختبار علاقة الاثر بين متغير الاحترام لداخلي المدرك (PIR) ومتغير السلوك الريادي. ونلاحظ من خلال الجدول (10) ضمن الخطوة الاولى من تحليل الانحدار المتعدد المتدرج بان معامل بيتا غير المعيارية (B) بين متغير الاحترام الداخلي المدرك (PIR) والمتغير المعتمد السلوك الريادي (EB) قد بلغ (0.125) وهو معنوي عند مستوى (5%) لان قيمة (T) المحسوبة اكبر من قيمة (T) الجدولية. وقد كانت قيمة (F) معنوية ضمن هذه المعادلة (الخطوة الاولى) مما يدل على القوة التفسيرية العالية لانموذج الانحدار الخطي المتعدد من الناحية الاحصائية، اما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (9%) . وهذه النتيجة تدعم صحة الفرضية الاولى.

2- الفرضية الثانية

تتناول هذه الفرضية اختبار علاقة الاثر بين متغير المكانة الخارجية المدركة (PEP) ومتغير السلوك الريادي (EB). ونلاحظ من خلال الجدول () وضمن الخطوة الاولى ايضاً من تحليل الانحدار المتعدد المتدرج بان معامل بيتا غير المعيارية (B) بين متغير المكانة الخارجية المدركة (PEP) والمتغير المعتمد السلوك الريادي (EB) قد بلغ (0.132) وهو معنوي عند مستوى (5%) لان قيمة (T) المحسوبة اكبر من قيمة (T) الجدولية. وقد كانت قيمة (F) معنوية ضمن هذه المعادلة (الخطوة الاولى) مما يدل على القوة التفسيرية العالية لانموذج الانحدار الخطي المتعدد من الناحية الاحصائية، اما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (21.7%). وهذه النتيجة تدعم صحة الفرضية الثانية.

3- الفرضية الثالثة

تتعلق الفرضية الثالثة باختبار تاثير متغير المكانة الخارجية المدركة على العلاقة ما بين متغير الاحترام الداخلي المدرك ومتغير السلوك الريادي. أي اختبار دور المكانة الخارجية المدركة كمتغير معدل (Moderator Variable) للعلاقة بين المتغير المستقل (Independent Variable) والمتغير المعتمد (Dependent Variable) ايجابياً. وقبل الخوض باختبار الفرضية لا بد من ان نوضح مفهوم المتغير المعدل (MV)، وطريقة اختياره.

ان اختبار العلاقة المعدلة (Moderation) تقدم اجابة عن تساولين اساسين، هما " متى " و "ولمن" المتغير المستقل يسبب بشكل كبير وقوي جداً (او ضعيف) المتغير المعتمد (Baron & Kenny, 1986). فالمتغير المعدل (Moderator) يعدل قوة (Strength) او اتجاه (Direction) العلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد، فهو اشبه بالمفتاح الذي يخفف او يزيد من اضاءة المصباح (Wu & Zumbo, 2008). ويختلف المتغير المعدل عن المتغير الوسيط (Mediator Variable). فاختبار العلاقة الوسيطة (Mediation) تعني بناء نموذج سببي الذي يوضح عملية لماذا وكيف علاقة السبب والنتيجة (cause-and-effect) تحدث (Frazier, Barron & Tix, 2004). فتحليل الوسيطة يحاول تحديد العملية الوسيطة التي تقود من المتغير المستقل الى المتغير المعتمد. بعبارة اخرى، فان تحليل المتغير الوسيط بشكله البسيط يتضمن بان المتغير المستقل يسبب المتغير الوسيط والمتغير الوسيط يسبب المتغير المعتمد فهو يهتم بالتأثيرات المباشرة والغير المباشرة (Wu & Zumbo, 2008). اذن المتغير المعدل يعدل قوة واتجاه العلاقة بين المتغير المستقل والمعتمد في حين المتغير الوسيط يوضح سبب العلاقة بين المتغير المستقل والمعتمد.



ومن اجل اختبار علاقة المتغير المعدل ضمن الفرضية الثالثة فننا نحتاج الى تحليل الانحدار المتدرج. في الخطوة الاولى من التحليل نقوم بادخال المتغير المستقل (PIR) والمتغير المعدل (PEP). اما في الخطوة الثانية من التحليل فنقوم بادخال متغير التفاعل (Interaction V.) وهذا المتغير هو حسيطة تفاعل المتغير المستقل مع المتغير المعدل، أي (PIR) و (PEP). ومن اجل بناء متغير التفاعل فاننا نحتاج الى تحويل المتغير المستقل والمتغير المعتمد الى الصيغة المعيارية (Standardized) او صيغة التمركز (Centrized)⁴ وذلك من اجل التخلص من مشكلة (Multicollinarity) التي تحدث بين المتغير المستقل او المعدل من جهة ومتغير التفاعل من جهة اخرى. وبعد ادخال متغير التفاعل في التحليل نقوم بفحص قيم بيتا غير المعيارية الخاصة بمتغير التفاعل والمتغير المعتمد. فاذا كانت قيمة بيتا معنوية فان المتغير المعدل له دور في تغيير العلاقة بين المتغير المستقل والمعتمد. وكما نلاحظ من خلال الجدول () في الخطوة الثانية فان قيمة بيتا غير المعيارية لمتغير التفاعل (PIR * PEP) وبالقيمة (0.239) معنوية عند مستوى (1%) لان قيمة (T) المحسوبة اكبر من قيمة (T) الجدولية. وهذا يؤكد بان متغير المكانة الخارجية المدركة هو متغير معدل للعلاقة بين متغير الاحترام الداخلي المدرك ومتغير السلوك الريادي وبشكل ايجابي. ولكن هذه الخطوة وحدها لا تكفي للحكم على كون المتغير هو متغير معدل بل نحتاج ان تحقق من معنوية هذا الاختبار وذلك يكون من خلال استخدام الرسم البياني (Plotting) بواسطة استخدام برنامج⁵ (ModGraph) عن طريق تكون ثلاث مجموعات تمثل الاولى الحالة المنخفضة للمتغير المعدل (PEP) والثانية المعتدلة والثالثة العالية ويتم النظر الى حالة العلاقة بين المتغير المستقل (PIR) والمتغير المعتمد (EB) في الحالات الثلاث. فاذا تم ملاحظة حصول تغير ايجابي بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد في حالة كون المتغير المعدل (PEP) عالي، وتغير سلبي في حالة الانخفاض فان هذا يؤثر معنوية وصدق العلاقة بين هذه المتغيرات الثلاث. وكما نلاحظ في الشكل (7):

جدول (10)

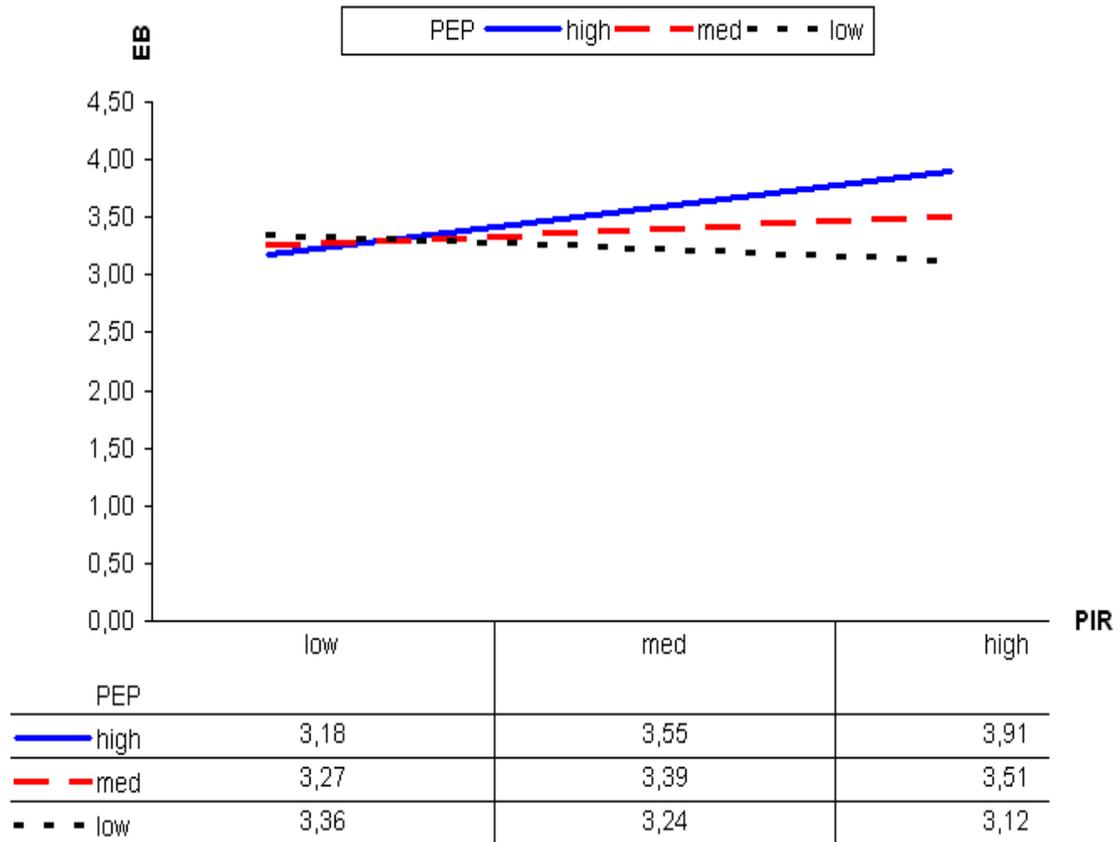
تحليل الانحدار المتعدد المتدرج (HMRA)

Dependent Variable	Independent Variable	B	T	R ²	ΔR ²	F
EB	Step 1	PIR	0.125*	2.287	.09	7.42***
		PEP	0.132*	2.407		
	Step 2	PIR	0.122*	2.397	.217	13.7***
		PEP	.0.153**	2.983		
		PIR * PEP	0.239***	4.898		
		(Interaction effect)				

ويظهر من الشكل (7) بان العلاقة بين المتغير المستقل (الاحترام الداخلي المدرك) (PIR) والمتغير المعتمد (السلوك الريادي) (EB) تزداد مع زيادة المتغير المعدل (المكانة الخارجية المدركة) (PEP)، وتنخفض بانخفاضه، وهذا يؤكد صحة الفرضية الثالثة بالكامل.

⁴ للمزيد راجع (Frazier, Barron & Tix, 2004).

⁵ تم تصميم هذا البرنامج من قبل Paul Jose (2008)



شكل (7)

التأثير التفاعلي لمتغير المكانة الخارجية المدركة والاحترام الداخلي على متغير السلوك الريادي



الاستنتاجات والتوصيات

اولاً. الاستنتاجات

- 1- في ضوء نتائج الوصف الاحصائي واختبار الفرضيات يمكن تقديم الاستنتاجات الآتية:-
لم يظهر الافراد عينة البحث ميول عالي اتجاه توفر فقرات متغير الاحترام الداخلي المدرك، وهذا يفيد بان هنالك قصور واضح في مستوى ادراكهم للاحترام والتقدير من قبل اعضاء المنظمة اتجاه خصائصهم الشخصية وقابلياتهم مثل الذكاء والجاذبية والموهبة وغيرها، أي عدم الشعور بالهوية الشخصية الايجابية. وهذا لا يعني دائماً بان هنالك عدم توفر احترام وتقدير للخصائص والقابليات الشخصية بل يعني في بعض الاحيان عدم وجود ايصال لمثل هذا الاحترام والتقدير من قبل اعضاء المنظمة الاخرين او الادارة .
- 2- لم تبين نتائج البحث وجود ميول عالي اتجاه توفر فقرات متغير المكانة الخارجية المدركة من لدن افراد عينة البحث، وهذا يبين بان هنالك فجوة في مستوى ادراكهم لاحترام وحكم وتقييم اصحاب المصالح الخارجيين لسمعة المنظمة. أي وجود حالة من الاعتقاد بضعف هويتهم الاجتماعية، وهذا لا يمثل في الحقيقة دائماً القصور في سمعة المنظمة بل في بعض الاحيان قد يعكس ضعف وصول المعلومات الى الافراد العاملين عن مستوى نجاح منظمتهم وهذا يرجع في اغلب الاحيان لوجود قصور في أنظمة اتصالات المنظمة.
- 3- رغم ان افراد عينة البحث اظهرو تقبل ايجابي نسبياً اتجاه توفر فقرات متغير السلوك الريادي ، الا انه لم يكن ضمن مستوى الطموح. وهذا يشير بوضوح الى انخفاض مستوى العوامل التي تحفز العاملين وتزيد من استعدادهم لممارسة هذا السلوك او بسبب عوامل اخرى تتعلق بسياق عمل المنظمة وتوفر وطبيعة الفرص الموجودة.
- 4- اظهرت نتائج اختبار الفرضيات بان الاحتكام للمكانة (الاحترام الداخلي المدرك و المكانة الخارجية المدركة) تساهم في تحفيز الافراد العاملين وتعزيز استعدادهم اتجاه ممارسة السلوك الريادي. فالنتائج تؤكد بان شعور الفرد بان خصائصه الذاتية (هوية الشخصية) مقدره ومقيمة من قبل اعضاء المنظمة سيزيد من اعتقاده بالكفاءة الذاتية لانتهاج السلوك الريادي، اما اعتقاده بان اصحاب المصالح الخارجيين يقيمون ويثمنون سمعة المنظمة التي يعمل فيها (هويته الاجتماعية) فانه سيساهم في دعم تقديره الذاتي ويزيد من اعتقاده بكفاءة المنظمة وقابليتها.
- 5- من الاستنتاجات المهمة للبحث الحالي هو بان استعداد الفرد وممارسته للسلوك الريادي يكون أفضل وأكثر عندما يمتلك هوية شخصية ايجابية وهوية اجتماعية ايجابية. بعبارة اخرى فان شعور الفرد بكل من الاحترام الداخلي والمكانة الخارجية المدركة يعزز من انتهاجه للسلوك الريادي بشكل اكبر من لو كان هنالك احترام داخلي مدرك بدون الاعتقاد بالمكانة الخارجية. فمتغير المكانة الخارجية المدركة يلعب هنا دور مهم في تعزيز وتقوية العلاقة ما بين الاحترام الداخلي المدرك والسلوك الريادي وذلك لان الاعتقاد بامتلاك الهوية الشخصية الايجابية فقط اقل تأثيره على سلوكه الريادي في حالة اعتقاده بالهوية الاجتماعية الايجابية.



ثانياً. التوصيات

- بالاستناد على الاستنتاجات سالفة الذكر فقد تم صياغة عدد من التوصيات وكالاتي:-
- 1- من الاهمية للمنظمة عينة البحث ان تأخذ بالاعتبار ضرورة تحسين وتعزيز مستوى ادراك واعتقاد الافراد العاملين بالاحترام والتقييم والتقدير لخصائصهم وقابلياتهم الشخصية وذلك في الغالب يتحقق من خلال انتهاج المنظمة الاجراءات الاتية :-
 - أ- الاهتمام بممارسات الموارد البشرية التي تظهر احترام وتقييم المنظمة والادارة لمقدرات وخصائص الافراد العاملين وفق اسلوب يشعرهم بانهم اصحاب هوية شخصية مرموقة داخل المنظمة. ومن هذه الممارسات ربط الاجر بالاداء وتوفير فرص النمو الذاتي والحث على المشاركة في اتخاذ القرارات .
 - ب- تبني فلسفة تؤكد وتشيد باهمية العناصر البشرية الكفوءة والمتميزة والعمل على اشاعة نتائج تبني هذه الفلسفة في جميع ارجاء المنظمة من خلال اعتماد اساليب الاتصال الفاعلة.
 - ج- ارساء مبادئ بين العاملين داخل المنظمة تقتضي التزام الجميع بتبادل الاحترام والتثمين الايجابي لقابليات وخصائص بعضهم البعض وتجنب كل القضايا التي تمد بالسوء لخصائص الافراد الاخرين مهما كانت نواياها او اسسها. والعمل ايضا على المدراء ومشرفي العمل على اعتماد التقييم البناء الواضح الذي لا يخل ولا ينكس من ادراك الفرد العامل لهويته الشخصية.
 - 2- على المنظمة عينة البحث ان تعمل على عكس صورة ايجابية عن سمعة المنظمة لدى العاملين من اجل تعزيز مكانة هويتهم الاجتماعية ، يتحقق ذلك من خلال اتباع المنظمة الاتي:-
 - أ- اذا كانت المنظمة عينة البحث تعتقد بان لديها سمعة جيدة في اذهان اصحاب المصالح الخارجين فعليها ان تهتم بالاستراتيجيات التي توصل وتنتشر المعلومات بين العاملين حول نجاحاتها وانتصاراتها في تحقيق اهدافها واستراتيجياتها.
 - ب- اما اذا كانت المنظمة عينة البحث تعتقد بان ليس لديها سمعة جيدة لدى اصحاب المصالح الخارجين فعليها ان توظف الاستراتيجيات والسياسات التي تعمل على بناء الروابط الاجتماعية والعلاقات التفاعلية بين اعضائها.
 - ج- ان لا تحجب المنظمة عينة البحث دائماً أي معلومة او اشارة تعزز من ادراك العاملين لمكانتها في بيئة العمل .
 - 3- يقترح التأثير المعدل لمتغير المكانة الخارجية المدركة على العلاقة بين الاحترام الداخلي المدرك والسلوك الريادي بان المديرين يجب ينتبهو للفروقات الفردية بين العاملين اتجاه ادراك المكانة الخارجية للمنظمة، لان تأثيرات الاحترام الداخلي على السلوك الريادي يكون اقوى بين العاملين الذين يعتقدون بان للمنظمة سمعة جيدة لدى اصحاب المصالح الخارجيين، لذلك فان تقديم الدعم لاولئك الذين لديهم موقف ضعيف اتجاه ادراك مكانة المنظمة الخارجية يعد امر مهم في تشجيعهم للعمل والاداء بطريقة ريادية.

References

- 1 - Bartels, J., (2006). Organizational identification and communication: Employee's evolution of internal communication and its effect on identification at different organizational levels. Unpublished doctoral dissertation, University of Twente.
- 2 - Bartels, J., Pruyn, A., Jong, M., & Joustra, I. (2007). Multiple organizational identification levels and the impact of perceived external prestige and communication climate. Journal of Organizational Behavior, 28, 173-190.
- 3 - Bhattacharya, C. B., Rao, H., & Glynn, M.A. (1995). Understanding the bond of identification: An Investigation of Its correlates among art museum members. Journal of Marketing, 59, 46-57.
- 4 - Brizek, m. (2003). An empirical investigation of corporate entrepreneurship intensity within the casual dining restaurant segment. Unpublished dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University.



- 5 - Brown, T., Dacin, P., Pratt, M., & Whetten, D. (2006). Identity, intended Image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 99-106.
- 6 - Carmeli, A., Gilat, G., & Weisberg, J. (2006). Perceived external prestige, organizational identification and affective commitment: A stakeholders approach. *Corporate Reputation Review*, 9, 92-104.
- 7 - Carsrud, A. & Brännback, M. (2009). *Understanding the Entrepreneurial Mind : Opening the Black Box*. Springer Science+Business Media, LLC.
- 8 - Chan, F., Lee, G., Lee, E., Kubota, C., & Allen, Ch., (2007). Structural Equation Modeling in Rehabilitation Counseling Research, *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 51:1, 53-66.
- 9 - Collins, Ch., Hanges, P. & Locke, E. (2004). The relationship between of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A mete-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- 10 - Costello, A., & Osborne, J. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: four recommendations for getting the most from your analysis. *Journal of Practical Assessment Research & Evaluation*, Vol. 10, No 7, 1-9.
- 11 - Dam, K., Schipper, M. & Runhaar, P. (2009). Developing a competency-based framework for teachers' entrepreneurial behaviour. *Teaching and Teacher Education*, xxx, 1-7.
- 12 - Dukerich, J. M., Golden, B. R., & Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification, identity, and image on the cooperative behaviors of physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47, 507–533.
- 13 - Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239–263.
- 14 - Dutton, Jane E. and Janet M. Dukerich. (1991). "Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Organizational Adaptation." *Academy of Management Journal* 34 (3): 517-554.
- 15 - Edwards, M.R. (2005). Organizational identification: A conceptual and operational review, *International Journal of Management Reviews*, 7, 207-230.
- 16 - Ellemers, N., Kortekass, P., & Ouwerkerk, J. W. (1999). Self categorization, commitment to the group, and group self-esteem as related but distinct aspects of social identity. *European Journal of Social Psychology*, 29, 371–389.
- 17 - Emler, N., & Hopkins, N. (1990). Reputation, social identity, and the self. In D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory* (pp. 113-130). New York: Springer-Verlag.
- 18 - Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4: 272-299.
- 19 - Field, A., (2005). *Discovering statistics using SPSS*, 2nd edition. London: Sage.
- 20 - Fisher, R.J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: A field study of winners and losers. *Psychology and Marketing*, 15, 23-40.



- 21 - Frazier, P. A., Tix, A. P., & Baron, K. E. (2004). Testing moderator and mediator effects in counseling psychology. *Journal of Counseling Psychology*, 51, 115–134.
- 22 - Fryxell, G.E. and Wang, J. (1994) 'The Fortune corporate 'reputation' index, Reputation for what?' *Journal of Management*, 20(1), 1–14.
- 23 - Fuller, J., Hester, K., Barnett, T., Frey, L., Relyea, C., & Beu, D. (2006). Perceived external prestige and internal respect: Insights into the organizational identification process. *Human Relations*, 59, 815-846.
- 24 - Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition. *Corporate Communications*, 6(1), pp. 24-30.
- 25 - Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th ed. USA: Prentice Hall.
- 26 - Hewitt AK, Foxcroft DR, McDonald J. Multitrait-multimethod confirmatory factor analysis of the Attributional Style Questionnaire. *Pers Individ Dic.* 2004;37:1483-91
- 27 - Jose, P.E. (2008). *ModGraph-I: A program to compute cell means for the graphical display of moderational analyses: The internet version, Version 2.0*. Victoria University of Wellington, Wellington, New Zealand.
- 28 - Lin, W. (2006). A comparative study on the trends of entrepreneurial behaviors of enterprises in different strategies: Application of the social cognition theory. *Expert Systems with Applications*, 31, 207–220.
- 29 - MacCallum, R. & Austin, J. (2000). Applications of structural equation modeling in psychological research. *Annu. Rev. Psychol.*, 51:201–226.
- 30 - Mair, J. (2002), "Entrepreneurial behaviour in a large traditional firm: exploring key drivers", research paper no. 466, IESE, University of Navarra, Barcelona.
- 31 - Mignonac, K., Herrbach, O. & Guerrero, S. (2006). The interactive effects of perceived external prestige and need for organizational identification on turnover intentions. *Journal of Vocational Behavior* 69, 477–493.
- 32 - Misra, S. & Kumar, S. (2000). Resourcefulness: A Proximal Conceptualization of Entrepreneurial Behaviour. *Journal of Entrepreneurship*, 9, 2, PP. 136-154.
- 33 - Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- 34 - Ravelo, C. (2006). *Organizational identification in merged companies: A comparison of a Colombian government and a German medical institution*. Unpublished dissertation, Philipps University.
- 35 - Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358–384.
- 36 - Scott, S., & Lane, V. (2000). A Stakeholder Approach to Organizational Identity. *Academy of Management Review*, 25, 43-62.
- 37 - Shane, S., Locke, E., Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257–279.
- 38 - Smidts, A., Pruyn, A. T. H., & van Riel, C. B. (2001). The impact of employee communication and perceived external image on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44, 1051–1062.



- 39 - Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2002). Autonomous vs. comparative status: Must we be better than others to feel good about ourselves? *Organizational Behavior and Human Decision processes*, 89, 813–838.
- 40 - Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2003). The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 7, 349–361.
- 41 - van Dick, R., van Knippenberg, D., Kerschreiter, R., Hertel, G., & Wieseke, J. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 72, 388–399.
- 42 - Wiesenfeld, B.M., Raghuram, S. & Garud, R. (2001). Organizational identification among virtual workers: The role of need for affiliation and perceived work-based social support. *Journal of Management*, 27, 213–29.
- 43 - Wu, A. & Zumbo, B. (2008). Understanding and Using Mediators and Moderators. *Soc Indic Res*, 87:367–392
- 44 - Zampetakis, L. & Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol. 13 No. 1, pp. 19-38.
- 45 - Zampetakis, L., Beldekos, P., Moustakis, V. (2009). “Day-to-day” entrepreneurship within organizations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organizational Support. *European Management Journal*, 27, 165– 175.



ملحق (1)

استمارة الاستبيان

1- الاحترام الداخلي المدرك (Perceived internal respect)

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً
1	5	4	3	2	1
2	5	4	3	2	1
3	5	4	3	2	1
4	5	4	3	2	1
5	5	4	3	2	1

2- المكانة الخارجية المدركة⁶ (Perceived external prestige)

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً
1	5	4	3	2	1
2	5	4	3	2	1
3	5	4	3	2	1

3- السلوك الريادي (Entrepreneurial Behavior)

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً
1	5	4	3	2	1
2	5	4	3	2	1
3	5	4	3	2	1
4	5	4	3	2	1
5	5	4	3	2	1
6	5	4	3	2	1

⁶ يذكر في الفراغ اسم الكلية