

تأثير المناخ الأثيري علي إدراك العاملين للفخر التنظيمي
"بالتطبيق علي شركات السياحة المصرية"
الدكتورة/ دينا حلمي عباس محمد النشيلي
مدرس بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة الأزهر - فرع البنات (القاهرة)

الملخص:

هدف البحث إلى التعرف على تأثير المناخ الأثيري علي إدراك العاملين للفخر التنظيمي، بالتطبيق علي عينة من العاملين في شركات السياحة المصرية. وقد أعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي. وتم تقسيم قوائم الاستقصاء إلى جزئين، الجزء الأول: لقياس المناخ الأثيري، والجزء الثاني لقياس الفخر التنظيمي، وذلك لجمع البيانات الأولية وقد تم التأكد من صدقها وثباتها. وقد أُجري البحث على عينة قوامها (292) مفردة من العاملين في شركات السياحة المصرية فئة "أ". وأهم النتائج التي توصل إليها البحث، هي: "تؤثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات (روح الالفة، فرص التعلم والتنمية الشخصية) تأثيراً ذا دلالة إحصائية في مدى شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة". بينما لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين أبعاد "الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الوجداني. كما يؤثر بعد المناخ الأثيري للمنظمات (فرص التعلم والتنمية الشخصية) تأثيراً ذا دلالة إحصائية في مدى شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإيجابي في الشركات محل الدراسة". بينما لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين أبعاد "روح الالفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الإيجابي.

الكلمات المفتاحية: المناخ الأثيري، الفخر التنظيمي، شركات السياحة المصرية.

المقدمة:

إن التحدي الذي يواجه القادة في القرن الحادي والعشرين يتمثل في: كيفية خلق منظمات عمل صحية مليئة بالثقة وناضجة بالحياة، وهي تلك التي تشعر الأفراد بآدميتهم وكيانهم وتشبع إحتياجاتهم الإنسانية، وتسهم بل وتدعم من قدرتهم علي التكيف والتأقلم مع وظائفهم، كما تخلق لديهم الإحساس بالكفاءة والفعالية، والاستقلالية، والقدرة علي المنافسة، والإبداع ، والصدقة، والسعادة، والاستمتاع بالعمل داخل المنظمة، وهي ما أطلق عليه (Kets de Vries, 2001) مصطلح " المنظمة الأثيرية Authentic Organization".

ووفقاً لمعهد (Great Place to Work Institute, 2009) وهو متخصص في الأبحاث والإدارة ومقره الرئيسي في ولاية سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة الامريكية، ومكرس لمساعدة المنظمات علي فهم وممارسة السلوكيات التي تؤدي إلى وجود أماكن عمل رائعة. وهذا بدوره يؤدي إلى تحسين جودة حياة العمل، وتحسين الأداء المؤسسي. فإن أفضل أماكن العمل هي التي تتصف بما يلي:

- يثق العاملون في قادتهم بناء علي تمتعهم بالمصداقية، والاحترام، والإنصاف.
- يشعر العاملون بالفخر بعملهم داخل تلك المنظمات.
- يستمتع العاملون بالعمل مع من يعملون معهم سواء كانوا الزملاء أوالقادة أو المرؤوسين.

كما أن تلك المنظمات تتمتع بمزايا تنافسية عديدة (Great Place to Work Institute, 2009) وهي:

- الحصول علي طلبات توظيف أكثر من المنظمات الأخرى، بما يتيح عملية إختيار أفضل للكفاءات المطلوبة.
- انخفاض معدل دوران العمل.
- تعزيز الإبداع والإبتكار لدي العاملين.

- تحقيق مستويات مرتفعة من رضا وولاء كل من العاملين، والعملاء.
- تقليل الآثار السلبية للضغوط الواقعة علي العاملين.

لذا يساهم المناخ الأثيري للمنظمة **Organization's Authentizotic Climate** في تحسين جودة بيئة العمل، وجعلها منظمة مفضلة لدي العاملين وذلك من خلال توافر معايير معينة تتمثل في: جودة الإدارة، وجودة المنتج / الخدمة، والابتكار، وقيمة الاستثمار علي المدى الطويل، والمسئولية تجاه كل من البيئة والمجتمع (Kets de Vries, 2017).

كما يعد الشعور بالفخر التنظيمي في الواقع العملي وخاصة في مجال الخدمات بمثابة عاملاً حيوياً، ولكن في الغالب لم يتم استكشاف الدور الذي يلعبه في تحقيق نجاح الأعمال (Gouthier & Rhein, 2011). ولقد أصبحت المنظمات اليوم أكثر إدراكاً لأهمية تطوير رأسمالها البشري، ولقد كانت أهم ركائزها في ذلك هو خلق البيئة الإيجابية التي تدعم لدى كل عامل شعوره بالفخر فيما يؤديه ويكلف به، وذلك لأن الفخر التنظيمي **Organizational Pride** يعد بمثابة الحافز الرئيسي لسلوكيات العمل الإيجابية والمكمن الرئيسي للتميز التنافسي (مرسي، 2015). وتعتبر صناعة السياحة واحدة من الصناعات المعقدة والحديثة، وذلك نظراً لما تقدمه من خدمات متنوعة ومعقدة وعلاقتها المباشرة وغير المباشرة مع القطاعات الأخرى. حيث بدأت الدول بجدية في رعاية هذه الصناعة من خلال: "بناء المطاعم، والفنادق، والمنتجات السياحية، وتطوير البنية التحتية ذات الصلة مع هذه الصناعة كقطاعي النقل والاتصالات، وإعداد العاملين المتخصصين لإدارة وتنظيم هذه الصناعة (Alhawamdeh, 2012).

لذا يسعى البحث الحالي وبشكل رئيسي نحو دراسة العلاقة التأثيرية للمناخ الأثيري للمنظمات (كمتغير مستقل) علي الفخر التنظيمي (كمتغير تابع)، وذلك من خلال دراسة تطبيقية علي العاملين في شركات السياحة المصرية فئة "أ".

مراجعة الدراسات السابقة:

تم تصنيف الدراسات السابقة إلى ثلاث مجموعات رئيسية، وفيما يلي عرض موجز لهذه الدراسات مرتبة من الأحدث إلى الأقدم:

• الدراسات السابقة التي تناولت المناخ الأثري

ركزت دراسة (المغربي، 2017) علي فحص أثر أبعاد المنظمات الأثيرة على الالتزام التنظيمي لدى العاملين بقطاع التعليم بجامعة المنصورة وذلك بالتطبيق علي عينة عشوائية طبقية حجمها "374" مفردة من العاملين بقطاع التعليم بجامعة المنصورة (أعضاء هيئة التدريس، ومعاونيهم، والعاملين بالكادر العام). وقد أوضحت النتائج وجود إرتباط معنوي إيجابي بين أبعاد المنظمات الأثيرة والالتزام التنظيمي لدي العاملين، كما توصلت إلى وجود تأثير معنوي لأبعاد المنظمات الأثيرة علي الإلتزام التنظيمي حيث تبين وجود تأثير معنوي لكل من (روح الصداقة الحميمة، الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القائد، العدالة التنظيمية، فرص التعلم والتنمية الشخصية) علي الإلتزام العاطفي، ووجود تأثير معنوي لكلاً من (الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القائد، فرص التعلم والتنمية الشخصية) علي الإلتزام المعياري، وأخيراً وجود تأثير معنوي لكل من (روح الصداقة الحميمة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، العدالة التنظيمية، فرص التعلم والتنمية الشخصية) علي الإلتزام الاستمراري.

وقد تناولت دراسة (سليم، 2017) العلاقة التأثيرية لكل من سلوكيات القيادة الأخلاقية وجودة حياة العمل علي أبعاد المنظمات الأثيرة لدي العاملين بها، وذلك من خلال دراسة تطبيقية علي عينة عشوائية طبقية قوامها "384" مفردة من العاملين بالهيئة العامة للنقل النهري. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين ما يلي:

- أبعاد سلوكيات القيادة الأخلاقية على أبعاد المنظمات الأثيرة.

- أبعاد جودة حياة العمل علي أبعاد المنظمات الأثيرة.

- كل من سلوكيات القيادة الأخلاقية وجودة حياة العمل على أبعاد المنظمات الأثرية.

كما فحصت دراسة (Awaad, 2014) تأثير المنظمة الأثرية على الاحتراق الوظيفي والإلتزام التنظيمي، وكذلك التعرف على التأثير الوسيط للاحتراق الوظيفي على العلاقة بين المنظمة الأثرية والإلتزام التنظيمي، وأجريت الدراسة على "150" موظف من العاملين في الصندوق الاجتماعي للتنمية "Social Fund for Development (SFD) في مصر. وأشارت النتائج إلى وجود تأثير مباشر ضعيف نسبياً لأبعاد المنظمة الأثرية على الاحتراق الوظيفي. علاوة على ذلك، هناك تأثير مباشر قوي لأبعاد المنظمة الأثرية على الإلتزام التنظيمي، وأخيراً فإن الاحتراق الوظيفي يتوسط العلاقة بين المنظمة الأثرية والإلتزام التنظيمي.

وإهتمت دراسة (Rego & Cunha, 2012) بتوضيح مدى تفاعل أبعاد المناخ الأثيري (روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة التنظيمية، فرص التعلم والتنمية الشخصية، والتوافق بين العمل/الأسرة) مع الحاجة إلى التميز (NFU) في التنبؤ بالرفاهية الوجدانية في العمل (AWB). وقد بلغ عدد المشاركين "342" فرداً، جميعهم من الخريجين المهندسين الشباب والمشاركين في دورة عن الأخلاق. وأظهرت النتائج أن كل من أبعاد المناخ الأثيري والحاجة إلى التميز تلعب دوراً في التنبؤ بالرفاهية الوجدانية. وأن أبعاد المناخ الأثيري باستثناء بعد "التوافق بين العمل/الأسرة" تتفاعل مع الحاجة إلى التميز للتنبؤ بالرفاهية الوجدانية: فتكون العلاقة بين المناخ الأثيري والرفاهية الوجدانية قوية عندما تزداد الحاجة إلى التميز، وتكون العلاقة بين الحاجة إلى التميز والرفاهية الوجدانية قوية عندما تتوافر أبعاد المناخ الأثيري بشكل أكثر إيجابية.

بينما سعت دراسة (نعمان، 2011) نحو إقتراح نموذج ثلاثي الأبعاد للعلاقة بين جودة حياة العمل والمناخ الأثيري والرفاهية النفسية، وتحديد ما إذا كانت سلوكيات

القيادة الأصيلة كمتغير وسيط تتوسط هذا النموذج أم لا، وذلك بالتطبيق علي عينة قوامها "355" مفردة من الأطباء العاملين بالمستشفيات والمراكز الطبية التابعة لجامعة المنصورة. وإنتهت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط طردية بين جودة حياة العمل والرفاهية النفسية، وكذلك بين أبعاد المناخ الأثيري والرفاهية النفسية. كما أنه يمكن إقتراح نموذج ثلاثي الأبعاد للعلاقة بين جودة حياة العمل والمناخ الأثيري والرفاهية النفسية والقيادة الاصيلية، بحيث يمثل كل من جودة حياة العمل والمناخ الأثيري (متغيرين مستقلين) في النموذج، وتمثل الرفاهية النفسية متغير تابع، وتتوسط القيادة الاصيلية كمتغير وسيط هذا النموذج.

كما رصدت دراسة (مرسي، 2010) العلاقة ما بين الرعاية المهنية والمناخ الأثيري (كمتغيرين مستقلين) والرفاهية النفسية (كمتغير تابع) وذلك بالتطبيق علي عينة قوامها (384) مفردة من الممرضات والفنيين بمستشفيات جامعة المنصورة. ولقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين الرعاية المهنية والرفاهية النفسية، وأن أبعاد المناخ الأثيري تؤثر معنوياً في الرفاهية النفسية.

وهدفت دراسة (Rego & Cunha, 2009) إلى تحديد ما إذا كانت (مدركات فرص التعلم والتطوير الشخصي) من أبعاد المنظمة الأثيرية قادرة علي التنبؤ بالأبعاد الخمس للرفاهية الوجدانية (البهجة، والراحة، والهدوء، والحماس، والحيوية)، بالإضافة إلي تحديد ما إذا كانت هذه العلاقة يتم توسطها من خلال متغير (التوافق بين العمل/الأسرة) كبعد آخر من أبعاد المنظمة الأثيرية. وقد أجريت الدراسة الميدانية علي 446 مفردة يعملون في 133 منظمة برتغالية. وأوضحت النتائج أن كل من المدركات العالية لفرص التعلم والتطوير الشخصي والتوافق بين العمل/الأسرة ترتبط بمستوى عال من الرفاهية الوجدانية، وأن مدركات فرص التعلم والتطوير الشخصي والتوافق بين العمل/الأسرة تتفاعل في التنبؤ بالرفاهية الوجدانية، كما أن العلاقة بين كل من (مدركات فرص التعلم والتطوير الشخصي)، (والرفاهية الوجدانية) تميل إلى أن تكون غير خطية بالنسبة لذوي الإدراك المنخفض للتوافق بين العمل والأسرة.

• الدراسات السابقة التي تناولت الفخر التنظيمي

قدمت دراسة (Kamani, 2017) نموذجاً للتنبؤ بكيفية تأثير الأمل والمرونة علي الفخر التنظيمي وشرف الوظيفة مع التركيز علي الدور الوسيط للاتصال بين أعضاء هيئة التدريس بجامعة شيراز للعلوم الطبية. وتم إختيار عينة عشوائية قوامها "250" من أعضاء هيئة التدريس بجامعة شيراز للعلوم الطبية (قسم العلوم الإكلينيكية، والعلوم الأساسية). وأظهرت نتائج تحليل المسار التأثير الإيجابي والمعنوي للاتصالات والأمل والمرونة علي الشعور بالفخر التنظيمي وشرف الوظيفة.

هدفت دراسة (Machuca et al., 2016) إلى إستكشاف العلاقة بين التوازن بين العمل والحياة والفخر التنظيمي والرضا الوظيفي. وقد أجريت الدراسة علي "374" مفردة من العاملين في شركة أدوية بإسبانيا. ولقد توصلت الدراسة إلى أن كل من دعم المشرف واستقلالية الوظيفة يدعم توازن الحياة مع العمل، بالإضافة إلى أن التوازن بين العمل والحياة يرتبط إيجابياً بالفخر التنظيمي والرضا الوظيفي.

سعت دراسة (مرسي، 2015) نحو رصد العلاقة ما بين الفخر التنظيمي الوجداني والنية للبقاء في العمل وتحديد أثرها، وكذلك تحديد ما إذا كان متغير الفخر التنظيمي الإيجابي يتوسط العلاقة ما بين الفخر التنظيمي الوجداني والنية للبقاء في العمل أم لا. وتوصلت الدراسة إلى أن الشعور بالفخر التنظيمي الوجداني يؤثر معنوياً وإيجابياً علي الشعور بالفخر التنظيمي الإيجابي، وأن كل من الفخر التنظيمي الإيجابي والوجداني يؤثر إيجابياً ومعنوياً علي النية للبقاء في العمل، وأخيراً فإن متغير الفخر التنظيمي الإيجابي يتوسط تأثير الفخر التنظيمي الوجداني في النية للبقاء في العمل.

وفحصت دراسة كل من (Kraemer & Gouthier, 2014) كيفية تأثير الإرهاق العاطفي والفخر التنظيمي علي النية لترك العمل، كما تبحث في كيفية تشكل الإرهاق العاطفي والفخر التنظيمي من خلال متطلبات الوظيفة (ضغوط الوظيفة،

ومقاطعة العمل، والروتين الوظيفي) والموارد التنظيمية (الاستقلالية، اعتبارات الإشراف، دعم الفريق). ولقد أجريت الدراسة علي عينة قوامها "252" مفردة من وكلاء مراكز الاتصال. وتوصلت الدراسة إلى أن كل من الإرهاق العاطفي والفخر التنظيمي يحددان بشكل أساسي النية لترك العمل بين وكلاء مراكز الاتصال، حيث توجد علاقة طردية بين الإرهاق العاطفي والنية لترك العمل، وعلاقة عكسية بين الفخر التنظيمي والنية لترك العمل. كما أن الموارد التنظيمية الثلاث تزيد من الفخر التنظيمي، وتؤدي متطلبات الوظيفة الثلاث إلى زيادة الإحساس بالإرهاق العاطفي.

كما هدفت دراسة (مرسي، 2013) إلى فحص العلاقة ما بين متغيرات الفخر التنظيمي وعدالة الأجور والنية نحو ترك العمل، وذلك بالتطبيق علي عينة قوامها (328) مفردة من العاملين بمصنع "BTM" للملابس الجاهزة بمدينة العاشر من رمضان. وإنتهت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: إن شعور مفردات العينة بالفخر التنظيمي الوجداني يؤثر معنوياً وإيجابياً على مستوى شعورهم بالفخر التنظيمي الإيجابي، كما أشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن الفخر التنظيمي الإيجابي يؤثر سلبياً ومعنوياً على النية نحو ترك العمل.

بينما فحصت دراسة (Gouthier&Rhein, 2011) تأثير الفخر التنظيمي بنوعيه (الوجداني - والإيجابي) علي الإلتزام بخدمة العملاء والإبداع والنية لترك العمل، وذلك بالتطبيق علي عينة قوامها "733" مفردة من العاملين بأحد البنوك الكبرى. وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين كل من الفخر التنظيمي الوجداني والفخر التنظيمي الإيجابي، كما أن الفخر التنظيمي الوجداني يؤثر إيجابياً وبشكل مباشر علي كل من الإلتزام بخدمة العملاء والإبداع. وأن الفخر التنظيمي الإيجابي يؤثر بشكل مباشر علي كل من الإلتزام بخدمة العملاء والنية لترك العمل، بينما يؤثر بشكل غير مباشر علي الإبداع.

● الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين المناخ الأثري والفخر التنظيمي لم ترصد الباحثة أي دراسة عربية أو أجنبية (حتى تاريخه) تناولت العلاقة بين المناخ الأثري والفخر التنظيمي.

مشكلة البحث:

يعد كل من المناخ الأثري والفخر التنظيمي من أحدث أدبيات السلوك التنظيمي، كما أن هناك قلة في البحوث والدراسات التي تناولت أبعاد المناخ الأثري والفخر التنظيمي بشكل عام، وتوضيح أهميتهما لتحقيق أهداف المنظمة. كما يعتبر النشاط السياحي أحد أعمدة الاقتصاد المصري، حيث ينسب إليه أنه يساهم بتوفير قدر كبير من الوظائف في الداخل، كما أنه يعد من المصادر الهامة للحصول علي النقد الأجنبي من الخارج. ولقد إزداد الإهتمام مؤخراً بالموارد البشرية داخل شركات السياحة المصرية، باعتبارهم حجر الزاوية في نجاح تلك الشركات، خاصة في بيئة العمل شديدة التنافسية. كما يعد العنصر البشري من أهم مقومات نجاح صناعة السياحة، بالإضافة إلى أنه يحدد الوضع التنافسي بين شركة السياحة التي تهتم به وبين الشركات السياحية الاخرى المنافسة لها.

وفي ضوء ذلك، تتضح أهمية دراسة علاقة التأثير بين هذين المتغيرين، خاصة وإن مجال التطبيق هو شركات السياحة، والذي يحتاج العاملين فيه - وخاصة المتعاملين منهم مع العملاء - إلى مزيد من التحسين والارتقاء لبيئات العمل الخاصة بهم، باعتبارهم من أكثر الفئات التي تحتاج جهداً خاصاً لإعدادها وتدريبها والمحافظة عليها لتحقيق مستوي أفضل من التعامل مع العملاء. ولذلك تم اختيار هذه العلاقة لتكون محور التركيز الأساسي في هذا البحث، بالإضافة الي اختيار قطاع العاملين في شركات السياحة المصرية فئة أ مجالاً للتطبيق.

يضاف إلى ما سبق، أنه من خلال ما قامت به الباحثة من زيارات استطلاعية ومقابلات شخصية لعدد "30" من العاملين بالشركات السياحية فئة "أ"، وذلك

للتعرف علي خصائص مجتمع البحث وتكوين صورة أولية عنه، وكذلك التعرف علي اتجاهات المستقضي منهم نحو مدي توافر أبعاد المناخ الأثيري والفخر التنظيمي، وللوقوف على طبيعة مشكلة البحث، وبما يمكن من تكوين صورة واضحة حول مشكلة البحث، تساعد على إعداد أدوات البحث وإمكانية تطبيقه. وقد اتضح من خلال الدراسة الاستكشافية ما يلي:

- وجود تباين ملحوظ في آراء العاملين حول مدي توافر كل من أبعاد المناخ الأثيري والفخر التنظيمي.
 - تدني معدلات الأجور التي يحصل عليها هؤلاء الأفراد.
 - أشار العاملين إلى إفتقارهم للثقة في قادتهم والتزامهم بوعودهم.
 - شعور العاملين بالضغط نتيجة لضعف الاتصال مع القادة.
- وبناء علي نتائج البحوث والدراسات السابقة، ونتائج الدراسة الاستكشافية، يمكن بلورة مشكلة البحث في الآتي:
- "إن عدم توافر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات يمكن أن يؤدي إلى تأثير سلبي علي شعور العاملين بالفخر التنظيمي، لذا يقوم البحث بدراسة مدي توافر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات (كمتغير مستقل)، وكذلك دراسة تأثير هذه الابعاد علي شعور العاملين بالفخر التنظيمي (كمتغير تابع) لدي العاملين في شركات السياحة المصرية فئة أ".

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فيما يلي:

- ندرة وحداثة البحوث والدراسات التي تناولت كل من مفهومي المناخ الأثيري والفخر التنظيمي.
- تناوله لموضوعات ذات أهمية كبيرة وهي المناخ الأثيري وكذلك الفخر التنظيمي في شركات السياحة المصرية فئة أ، والتي تنعكس بدورها علي تحسين معدلات أداء العاملين، ومن ثم تحقيق أهداف شركاتهم بكفاءة

وفعالية وتعود الفائدة علي مستوى خدمات السياحة المقدمة في هذا القطاع الهام.

- لم ترصد الباحثة - كما سبق القول - دراسات أجنبية أو عربية تناولت العلاقة بين المناخ الأثيري والفخر التنظيمي. مما يدل على وجود فجوة معرفية (Gap) ينبغي التصدي لها، ودراسة أثر المناخ الأثيري للمنظمات علي الشعور بالفخر التنظيمي لدي العاملين في شركات السياحة المصرية.
- من الممكن أن تساهم المقترحات المقدمة في تحسين المناخ الأثيري بالشركات موضع البحث، وتعزيز شعور العاملين بالفخر التنظيمي.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق هدف أساسي، وهو تحديد علاقات الارتباط والتأثير بين المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي، وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- توضيح مفهوم وأبعاد المناخ الأثيري للمنظمات، وتحديد مدي إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة لهذه الأبعاد.
- توضيح مفهوم وأبعاد الفخر التنظيمي، وتحديد مدي إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة لهذه الأبعاد.
- التعرف علي طبيعة الارتباط بين المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي في الشركات محل الدراسة.
- التعرف علي الدور التأثيري لأبعاد المناخ الأثيري للمنظمات علي الفخر التنظيمي في الشركات محل الدراسة.
- التوصل الي عدد من المقترحات والتوصيات في ضوء نتائج البحث.

فروض البحث:

يمكن تحقيق أهداف البحث من خلال إختبار مدي صحة الفروض التالية:

1. توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة.

2. تؤثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً ذا دلالة إحصائية في مدى شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة.
3. توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الإتجاهي في الشركات محل الدراسة.
4. تؤثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً ذا دلالة إحصائية في مدى شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإتجاهي في الشركات محل الدراسة.

الإطار النظري:

أولاً: المناخ الأثيري Authenticizotic Climate

مفهوم المناخ الأثيري:

وفقاً لـ (المعجم الوجيز، 1993) فإن لفظ "أثير" يعني "المفضل علي غيره" ويقال هو أثيري: أوثره وأفضله. لذا فإن البحث يقصد بلفظ مناخ أثيري: أى المناخ المفضل لدي العاملين.

ويرجع أصل مصطلح "Authentizotic" إلى كلمتين يونانيتين، وهما: Authentikos & Zootikos. وتعبر الكلمة الأولى Authentikos: عن المنظمات التي تتميز بالأصالة، فهي منظمة جديرة بالثقة. ويرجع تسمية مكان العمل بالأصالة إلى أن المنظمة تهتم بالعاملين في رؤيتها ورسالتها وهيكلها التنظيمي، وجودة بيئة العمل فيها، واحترام القادة للعاملين مما ينعكس على شعورهم بالنشاط والحيوية. بينما يشير المصطلح الثاني Zootikos: إلى ضرورة الحياة، لأن هذه المنظمات تعمل على خلق مناخ يتسم بالتوازن والإلتزام للعاملين فيه، كما تعطي هذه المنظمات الفرصة إلى العاملين لكي يحققون ذاتهم، مما يؤدي بدوره إلى إحداث أثر إيجابي في عملية الإدراك والتعلم (Kets de Vries, 2001).

وتري (السلنتي، 2016) أن المناخ الأثيري: يعني جودة بيئة العمل، والذي يساعد على بث روح النشاط والحيوية، وتحقيق التوازن بين العمل والحياة الشخصية للعاملين، مما ينعكس على شعورهم بالرضا تجاه المنظمة.

أما عن تعريف أبعاد المناخ الأثيري الذي يمكن الاعتماد عليه كتعريف إجرائي للبحث الحالي، فيمكن الإشارة إلى أن هذه الأبعاد تشير إلى: "مجموعة المدركات المتعلقة ببيئة العمل التي يعمل في إطارها الأفراد في منظمة ما، والتي تتعلق بالقيم الإيجابية السائدة بها، وتعكس مدي إدراكهم للجهود المقصودة المنسقة والتعاونية التي تبذلها المنظمة لتعزيز وتوفير بيئة عمل داعمة لتحسين جودة العمل والتكيف مع وظائفهم" (راضي، 2018).

وفيما يتعلق بالممارسات الإدارية التي يمكن أن تحقق مناخاً أثيرياً في المنظمة، فإنه يوجد مجموعة من الممارسات منها (Kets de Vries, 2001): برامج المشاركة في الأرباح وتوزيع الأسهم، وعدم تطبيق سياسات الفصل من الوظيفة، واتصاف لوائح وسياسات العمل بالمرونة، وتفعيل الأنشطة والفعاليات التي تدعم روح الألفة في العمل، وكذلك تقديم مجموعة من الخدمات للعاملين مثل "توفير أماكن للترفيه، وتقديم الوجبات، والتأمين علي الحياة، والمساعدة في إلحاق الأبناء بالمؤسسات التعليمية.

أبعاد المناخ الأثيري:

توجد ستة أبعاد للمناخ الأثيري للمنظمات (Rego & Cunha, 2008)، (Rego, 2009)، (Cunha, 2009)، (الجزار، 2009)، (مرسي، 2011)، (Rego et al., 2011) وذلك علي النحو التالي:

Spirit of Camaraderie

• روح الألفة

تعني روح الألفة درجة تميز العلاقات الشخصية مع الآخرين في المنظمة بالصدقة والمودة، والتي تشكل مصدراً رئيسياً للرفاهية النفسية (PWB)، فهي تلعب دوراً حاسماً في إشباع الحاجات الاجتماعية والألفة والأمان. بالإضافة إلى أنها تمثل مصدراً مهماً للدعم الاجتماعي، فهي مرتبطة بالمقاييس المختلفة للرفاهية النفسية،

مثل: التأثير الإيجابي والسلبي، وتقدير الذات، والتكيف، والراحة، والحماس، وعدم الشعور بالوحدة، والرضا الوظيفي، والصحة، والعصبية، والسعادة.

● الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم

Trust and Credibility of the Leaders

يشير إلى مدى ثقة العاملين في قادتهم والتزامهم بوعودهم، مما يدعم من شعور العاملين بالدعم العاطفي وتحسين مستوي رفايتهم وتعزيز تقديرهم لذاتهم وتوافقهم مع هوية المنظمة، وهذا يؤدي إلى آثار أكثر إيجابية. لذا فإن العاملين الذين يعتبرون قادتهم موثوقاً بهم، تكون أهدافهم وتوجهاتهم متطابقة أكثر مع المنظمة التي يعملون بها.

● الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة

Open and Frank Communication With the Leader

يشير هذا البعد إلى السهولة والصرامة في الإتصال مع القادة وتوضيح أي اختلافات معهم، مما يؤدي إلى شعور العاملين بالدعم العاطفي Emotional Support الذي يعزز من إحترامهم لذاتهم، وزيادة إرتباطهم بالمنظمات التي يعملون بها. وعلي النقيض عندما يكون الإتصال مع القادة ضعيفاً، فمن الممكن أن يشعر العاملون بمزيد من الضغوط، فهم يحاولون أن يظهروا مشاعر مختلفة عما يضمرون داخل أنفسهم، مما يؤدي إلى التنافر وعدم الشعور بالسعادة.

● فرص التعلم والتنمية الشخصية

Opportunities for Learning and Personal Development

يعبر هذا البعد عن شعور العاملين بإمكانية تعلمهم بشكل مستمر، مما يساهم في تطوير مهاراتهم وقدراتهم. علاوة على ذلك، عندما يدرك العاملون فرص التعلم والتنمية الشخصية فإن ذلك يزيد من الإحساس بالكفاءة الوظيفية وفعالية الذات والإستقلالية والراحة في الوفاء بمتطلبات الوظيفة.

●● العدالة

Fairness/Justice

ويشير هذا البعد إلى إدراك العاملين للعدالة وعدم وجود تمييز غير عادل بينهم، وهذا مرتبط بالرفاهية الوجدانية "Affective Well-Being". فشعور العاملين بالغضب، يكون ناتجاً عن المعاملة غير العادلة من القادة. فإدراك عدم العدالة التنظيمية من الممكن أن يستخدم في التنبؤ بالإحباط والإرهاق العاطفي، مما يهدد شعور العاملين بالإحترام والكرامة والرفاهية كما يضر بقدرتهم وفعاليتهم الذاتية. وهذا يدفعهم إلى الشعور بنقص في مصادر الدعم النفسي اللازمة للحفاظ على الأمل والقدرة على حل المشكلات التي تهدد رفاهيتهم.

● التوافق بين العمل والأسرة

Work-Family Conciliation

يعبر هذا البعد عن قيام المنظمة بمساعدة العاملين على تحقيق التوافق بين العمل وحياتهم الأسرية، وأنه لا يوجد داعي للتضحية بالحياة الأسرية من أجل تحقيق التقدم المهني. فعند وجود صراع بين متطلبات العمل والحياة الأسرية، فإن ذلك يقلل من الرضا عن المسار الوظيفي والرضا عن الحياة، ويفقر التكيف الزوجي، ويزيد من التعاسة والضغط والإحباط والقلق.

ثانياً: الفخر التنظيمي

Organizational Pride

مفهوم الفخر التنظيمي:

يرتبط الفخر التنظيمي بمشاعر الفرح ووجود معنى للحياة، ولذلك يتمثل أحد التحديات التي يواجهها المدير هي تعزيز الفخر التنظيمي. نظراً لأن الفخر التنظيمي، يرتبط بإحترام وتحقيق الذات، كما يعد مورد نفسي بالغ الأهمية يجب العمل على تعزيزه لدى العاملين (Machuca et al., 2016).

كما إن الفخر كعاطفة تركز على الأنا، فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالحالة الداخلية والسمات، مما يعزز من المشاعر الإيجابية والتميز. حيث تتوافق مع إدراك الفرد، وتعبيراته، وخبراته والتي بدورها تؤدي إلى مزيد من السلوكيات الإيجابية (Hwang & Lee, 2019).

ويعرف كل من (Gouthier & Rhein, 2011) الفخر التنظيمي بأنه: تقييم الفرد الإيجابي لجهود المنظمة مقارنة بطريقة أداء المنظمة في الأساس، فشعور الفرد بالفخر التنظيمي يكون نتيجة لتقييمه للجهد التنظيمي.

ووفقاً لـ (Beil, 2016) فالفخر التنظيمي هو: بمثابة عاطفة إيجابية مستخدمة للتعبير عن الرضا والإرتياح الشخصي فيما يتعلق بأحداث معينة، فالفخر يلعب دوراً في تحقيق الرضا الوظيفي.

ويشير الفخر التنظيمي إلى تحقيق معدلات مرتفعة للأداء التنظيمي، من خلال توفير بيئة عمل إيجابية ومشجعة، كما تتطلب توافقاً وتطابقاً اجتماعياً كبيراً مع المنظمة (Kraemer & Gouthier, 2014).

أما عن تعريف الفخر التنظيمي الذي يمكن الاعتماد عليه كتعريف إجرائي للبحث الحالي، فيمكن الإشارة إليه باعتباره: "مجموعة من المشاعر والاتجاهات الإيجابية التي يحملها الفرد نحو منظمته التي يعمل فيها، وتدفعه إلى التباهي والتفاخر أمام الآخرين بكونه عضواً فيها، والتباهي بإنجازاتها ونجاحاتها المتميزة أمام الآخرين (مرسي، 2015)".

فالفخر التنظيمي يلعب دوراً محورياً في نجاح المنظمات، حيث يؤثر سلباً علي النية لتترك العمل، بالإضافة إلى أنه يزيد من مقاومة الفرد للضغوط الواقعة علي عاتقه، ويزيد من درجة الإلتزام التنظيمي. لذا فإن الفخر التنظيمي، يؤثر بشكل كبير في السلوكيات التنظيمية (Machuca et al., 2016).

أبعاد الفخر التنظيمي:

هناك بعدين للفخر التنظيمي، وهما: الفخر التنظيمي الوجداني، والفخر التنظيمي الإيجابي (Gouthier & Rhein, 2011)، (مرسي، 2013)، (مرسي، 2015) وذلك كما يلي:

● الفخر التنظيمي الوجداني Emotional Organizational Pride

يعد الفخر التنظيمي الوجداني بمثابة مجموعة من ردود الأفعال العاطفية قصيرة الأجل، والتي تنشأ لدى الفرد نتيجة لمثيرات ومواقف محددة، Basch & Fisher, (1998). ووفقاً لمبدأ العزو الخارجي، يمكن للفرد أن يفخر بإنجازات زملائه أو مجموعة العمل أو المنظمة بشكل عام، وبالتالي تطوير مشاعر الفخر التنظيمي. لذلك، هناك حاجة إلى الإنجازات السابقة للمنظمة، والتي تكون بمثابة أحداث محفزة. ولكن يظل السبب الرئيسي المسئول عن شعور الفرد بالفخر التنظيمي الوجداني، هو المقارنة الإدراكية للفرد بين الإنجازات الفعلية والمتوقعة للمهام التنظيمية. كما أن الشعور الوجداني بالفخر التنظيمي لا يدوم لفترة زمنية طويلة، بل يستمر لأجل زمني قصير نسبياً مثل كافة المشاعر والعواطف الأخرى التي يشعر بها الأفراد مثل السعادة والخوف والغضب.

● الفخر التنظيمي الإتجاهي Attitudinal Organizational Pride

إن تناول الفخر التنظيمي باعتباره شعور وجداني فقط غير كافٍ للتعبير عن وتوضيح مفهوم الفخر التنظيمي، لذا فإنه من الضروري عرض مفهوم الفخر التنظيمي الإتجاهي. فالإتجاهات بشكل عام، هي ميول نفسية ناتجة عن تقييم الفرد للموقف بدرجة ما من التفضيل. لذلك فإنه وفقاً للفخر التنظيمي الإتجاهي، يتوافر لدى الفرد درجة عالية من التفضيل نحو منظمته. وبالمقارنة مع الفخر التنظيمي الوجداني، فإن الفخر التنظيمي الإتجاهي يتميز بأنه يدوم لفترة زمنية طويلة نسبياً. كما أنه شعور جماعي للأفراد ينتج عن حاجة الأفراد للانتماء إلى المنظمة.

منهجية البحث:

إعتمد البحث علي المنهج الوصفي التحليلي، لوصف الظاهرة موضع الدراسة والتعرف على مكوناتها، وتحليل إتجاهات المستقصى منهم نحو مدى توافر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات وأثرها في تحقيق الفخر التنظيمي للعاملين.

مصادر جمع البيانات:

تم الرجوع إلي كل من المصادر الثانوية والأولية للحصول علي البيانات اللازمة لإجراء البحث، وذلك كما يلي :

• المصادر الثانوية : من خلال الإطلاع على الكتب والمراجع الحديثة والدوريات والرسائل العلمية غير المنشورة المتعلقة بموضوع البحث العربية والأجنبية.

• المصادر الأولية : من خلال إجراء الدراسة الميدانية وذلك لجمع البيانات الأولية من خلال عينة عشوائية ممثلة للعاملين بالمنظمات محل الدراسة.

مجتمع وعينة البحث:

إن سوق السياحة المصري يتضمن شركات سياحة مكونة من ثلاث فئات «أ»، «ب»، «ج». بحيث تعمل الفئة «أ»: كشركات سياحية ذات نشاط عام، حيث تقدم هذه الشركات العديد من الخدمات السياحية المتنوعة والمتميزة حيث تقوم بتنظيم الرحلات السياحية وتنفيذ ما يتصل بها من إقامة ونقل وما يلحق بها من خدمات. فهي تقدم خدمة السياحة الدينية، وتنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل مصر أو خارجها وفقاً لبرامج معينة، والسياحة الأجنبية، وحجز الفنادق، وحجز وبيع تذاكر الطيران، وكذلك حجز وسائل النقل البري والبحري، والنقل السياحي.

الفئة «ب»: تعمل بالنقل السياحي، حيث تقوم ببيع أو صرف تذاكر السفر وتيسير نقل الأمتعة وحجز الأماكن علي وسائل النقل المختلفة، وكذلك الوكالة عن شركات الطيران والملاحة وشركات النقل الأخرى.

الفئة «ج»: تمارس نشاط تقديم الخدمات، من حيث تشغيل وسائل النقل من برية وبحرية وجوية ونهرية لنقل السائحين.

لذا يتمثل مجتمع البحث في شركات السياحة المصرية فئة "أ" حيث تقدم العديد من الخدمات السياحية مقارنة بكل من فئة "ب" وفئة "ج" كما سبق ذكره. وأتضح أن هناك "1229" شركة سياحة مصرية فئة "أ" وفقاً لـ (2017) Egyptian

"ETA" Travel Agents Association . ونظراً لكبر حجم مجتمع البحث، وانتشار شركات السياحة فئة "أ" في عدد كبير من المحافظات المصرية، تم استبعاد المنظمات التي تقع خارج محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية) - حيث تخرج هذه المنظمات عن حدود البحث نظراً لقيود متعلقة بالمكان والوقت، والتكلفة- ويتراوح عدد العاملين في تلك الشركات ما بين 40-50 ألف موظف، نظراً لعدم وجود إحصائية دقيقة بعدد العاملين في تلك الشركات.

وقد تم الإعتماد علي أسلوب العينات لتجميع البيانات المطلوبة لإتمام البحث، وقد شملت عينة البحث "20" شركة سياحية تمثل تقريباً نحو "5%" من إجمالي الشركات فئة "أ" بالقاهرة الكبرى كما تتميز هذه الشركات بوجود فريق متخصص وخبراء في مجال السياحة بالإضافة إلى كبر حجم العمالة، وهم: (جاذف للسياحة، جاد ترافيل للسياحة، اجازات كلوب للسياحة، شركة ترافيسنا للسياحة، تري جولي للسياحة، جايد للسياحة، جراند القاهرة للسياحة، وورلد جيت، سما العالمية للسياحة، سكاى ايجيبت للسياحة، المها ترافيل، المصرية الامريكية للسياحة، ناشيونال ترافيل سيرفيس، نعواس انترناشيونال للسياحة، افروديت ليمتد، ايروفلوت، بلو سكاى للسياحة، تراكو للنقل السياحي، روتانا انترناشيونال تورز، طيران الخليج). وسحبت عينة عشوائية قوامها(292) مفردة بالاعتماد على معادلة هيربرت أركن التالية:

$$n = \frac{p(1-p)}{(SE \div t) + [p(1-p) \div N]}$$

حيث يتحدد حجم العينة (n) بناء علي:

N = حجم المجتمع، t = الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95
وتساوي 1.96.
SE = نسبة الخطأ وتساوي 0.05، p = نسبة توفر الخاصية والمحايدة
(0.50).

وقد تمثلت وحدة المعاينة في: الموظفين بالأقسام الآتية (سياحة دينية "الحج والعمرة"، موارد بشرية، نقل سياحي، علاقات عامة، تسويق، سياحة، ضمان الجودة، طيران، خدمة عملاء، ومرافقين مجموعات سياحية، ومسئول تعاقدات، ومندوب استقبال وتوديع، ومنظمي برامج سياحية، وحجز طيران وفنادق ونقل). ومن خلال مراجعة قوائم الاستقصاء المستردة تبين أن القوائم الصحيحة والصالحة للتحليل الإحصائي (260) بمعدل استجابة (89%) . وفيما يلي توصيف عينة الدراسة في الجدول التالي رقم (1).

جدول رقم (1) توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية

المتغير	العدد	النسبة
1-النوع		
ذكر	206	79.2
انثى	54	20.8
الإجمالي	260	100
2- العمر		
أقل من 35	58	22.3
من 35 إلى 40	102	39.2
من 40 إلى أقل من 45	46	17.7
من 45 إلى أقل من 50	20	7.7
من 50 إلى أقل من 55 سنة	18	6.9
55 سنة فأكثر	16	6.2
الإجمالي	260	100
3- مدة الخدمة		
أقل من 5 سنوات	64	24.6
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	96	36.9
من 10 إلى أقل من 15 سنة	43	16.5
من 15 إلى أقل من 20 سنة	23	8.8
من 20 إلى أقل من 25 سنة	17	6.5
25 سنة فأكثر	17	6.5
الإجمالي	260	100
4- الوظيفة		
تسويق	23	8.8
حجز طيران وفنادق ونقل	11	4.3
خدمة عملاء	13	5
سياحة	13	5
سياحة دينية	50	19.2
ضمان الجودة	18	6.9
طيران	15	5.8
علاقات عامة	18	6.9

2.7	7	مرافق مجموعات سياحية
5.4	14	مسنول تعاققات
2.7	7	مندوب استقبال وتوديع
4.2	11	منظمي برامج سياحية
13.5	35	موارد بشرية
9.6	25	نقل سياحي
100	260	الإجمالي

أدوات القياس المستخدمة (*):

المقياس الأول: المتغير المستقل (المناخ الأثيري للمنظمات):

تم الاعتماد علي المقياس الذي أعده (Rego & Cunha, 2008)، ويتكون المقياس من (21) عبارة موزعة علي ستة أبعاد، وذلك علي النحو التالي:

● روح الألفة
Spirit of Camaraderie

● الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم

Trust and Credibility of the Leaders

● الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة

Open and Frank Communication With the Leader

● فرص التعلم والتنمية الشخصية

Opportunities for Learning and Personal Development

● العدالة
Fairness/Justice

● التوافق بين العمل والأسرة
Work–Family Conciliation

ويوضح الجدول التالي رقم (2) توزيع العبارات علي مقياس المناخ الأثيري للمنظمات.

(* توجد قائمة الاستقصاء الخاصة بالبحث في الملاحق.

جدول رقم (2)

توزيع عبارات مقياس المناخ الأثري للمنظمات

العبارات	الأبعاد
4-1	روح الألفة
7-5	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
10-8	الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة
14-11	فرص التعلم والتنمية الشخصية
17-15	العدالة
21-18	التوافق بين العمل والأسرة

المقياس الثاني: المتغير التابع (الفخر التنظيمي):

تم الاعتماد علي المقياس الذي أعده (Gouthier & Rhein, 2011)، ويتكون المقياس من (7) عبارات موزعة علي بعدين، وذلك كما يلي:

● الفخر التنظيمي الوجداني Emotional Organizational Pride

● الفخر التنظيمي الإتجاهي Attitudinal Organizational Pride

ويوضح الجدول التالي رقم (3) توزيع العبارات علي مقياس الفخر التنظيمي

جدول رقم (3)

توزيع عبارات مقياس الفخر التنظيمي

العبارات	الأبعاد
4-1	الفخر التنظيمي الوجداني
7-5	الفخر التنظيمي الإتجاهي

• الخصائص الديموجرافية والوظيفية:

تتمثل الخصائص الديموجرافية في (النوع، والعمر)، بينما الخصائص الوظيفية تمثلت في (الخبرة، والوظيفة) .

• الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية لتحليل بيانات البحث، ولإثبات مدى صحة فرض البحث، وذلك وفقاً لبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) **Statistical Package for Social Sciences (Version 24)** ، كما يلي:

- معامل ألفا كرونباخ " **Alpha Cronbach** " لقياس ثبات مقاييس الدراسة.
 - الاساليب الاحصائية الوصفية **Descriptive Statistics** المتمثلة في المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعاملات الاختلاف.
 - معامل ارتباط بيرسون " **Pearson Correlation Coefficient** " لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة (المناخ الأثيري للمنظمات، والفخر التنظيمي).
 - نموذج الانحدار الخطى البسيط **Simple Linear Regression** لتحديد أثر المناخ الأثيري للمنظمات علي الفخر التنظيمي، ونموذج الانحدار الخطى المتعدد التدريجي **Stepwise Multiple Linear Regression** لتحديد أكثر وأهم أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً في الفخر التنظيمي.
- الحكم على دقة أدوات القياس المستخدمة:

يهدف تقنين المقياس إلي التأكد من مدي صلاحيته وجودته، وذلك من خلال معامل الصدق والثبات الخاص به. وقد تم التأكد من صدق المقياس وفقاً للصدق المنطقي وذلك من خلال عرض المقياس على عينة من العاملين داخل الشركات محل الدراسة لاستطلاع آرائهم ، وكذلك وفقاً للصدق الاحصائي وذلك من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ بهدف قياس معامل الثبات (درجة الاعتمادية)، والصدق الذاتي الذي يمثل (الجزر التربيعي لمعامل الثبات) وذلك على مستوى

جميع الأبعاد الخاصة بالمناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي. وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (4):

جدول رقم (4)

معاملات الصدق والثبات لإجمالي أبعاد "قياس المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي للعاملين"

الصدق	الثبات	عدد العبارات	الأبعاد
1- أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات			
0.938	0.881	4	روح الألفة
0.761	0.627	3	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
0.766	0.587	3	الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة
0.872	0.761	4	فرص التعلم والتنمية الشخصية
0.807	0.652	3	العدالة
0.878	0.772	4	التوافق بين العمل والأسرة
0.864	0.747	21	إجمالي: المناخ الأثيري للمنظمات
2- أبعاد الفخر التنظيمي			
0.943	0.891	4	الفخر التنظيمي الوجداني
0.820	0.674	3	الفخر التنظيمي الإتجاهي
0.859	0.739	7	إجمالي: الفخر التنظيمي
0.873	0.763	28	إجمالي أبعاد "المقياس"

ويتضح من الجدول السابق إن معامل الثبات لإجمالي أبعاد "مقياس المناخ الأثيري للمنظمات وعلاقتها بالفخر التنظيمي"، قد بلغ (0.76)، مما يدل على الثبات المرتفع الذي إنعكس أثره على الصدق الذاتي فبلغ (0.87) مما يعني القدرة علي الإعتماد علي تلك المقاييس.

حدود البحث:

- إقتصرت البحث علي فحص تأثير المناخ الأثيري للمنظمات (روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، فرص التعلم والتنمية الشخصية، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة) علي الفخر التنظيمي (الفخر التنظيمي الوجداني، الفخر التنظيمي الإتجاهي).

- كما إقتصر إجراء البحث علي شركات السياحة المصرية فئة "أ" دون غيرها من الفئات وتم توضيح السبب في مجتمع وعينة البحث، مع مراعاة شمول العينة وتمثيلها لأكبر قدر ممكن من هذه الشركات. بالإضافة إلى استبعاد المنظمات التي تقع خارج محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية) - حيث تخرج هذه المنظمات عن حدود البحث نظراً لقيود متعلقة بالمكان والوقت والتكلفة. كما تم إختيار الاقسام بالشركات محل الدراسة بشكل عشوائي.

- تم تطبيق الجزء الميداني للبحث خلال الفترة أغسطس 2019 / أكتوبر 2019 م.

الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الجزء نتائج تحليل بيانات الدراسة الميدانية، وذلك من خلال قياس مدي إدراك العاملين في الشركات محل الدراسة لمتغيرات البحث، وأيضاً نتائج اختبار مدي صحة فروض البحث، وذلك علي النحو التالي:

قياس مدي إدراك العاملين في الشركات محل الدراسة لمتغيرات البحث:

- المناخ الأثري للمنظمات:

باستخدام المقياس المطبق في البحث أمكن حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف لكل بعد من أبعاد المناخ الأثري للمنظمات لتحديد الأهمية النسبية، وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (5)، وجدول (1) الموجود بملحق (2).

جدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لأبعاد المناخ الأثري للمنظمات

الترتيب	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد المناخ الأثري للمنظمات
2	82.3	14.97	0.61	4.11	روح الألفة
1	84.1	25.23	1.06	4.20	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
3	80.9	16.63	0.67	4.04	الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة
4	79.6	16.60	0.66	3.98	فرص التعلم والتنمية الشخصية
6	75.9	21.34	0.81	3.79	العدالة
5	76.0	21.55	0.81	3.79	التوافق بين العمل والأسرة
-	80.0	13.97	0.55	3.99	المتوسط العام لإجمالي أبعاد المناخ الأثري

يوضح الجدول السابق ما يلي:

- إن اتجاهات مفردات العينة نحو أبعاد "المناخ الأثيري" قد اتسمت بالإيجابية، حيث بلغ إجمالي المتوسط العام لأبعاد "المناخ الأثيري" (3.99)، ومعامل إختلاف (13.97%)، بمعنى أن مستوى المناخ الأثيري فى القطاع محل الدراسة جيد.
- تختلف الأهمية النسبية لأبعاد "المناخ الأثيري"، وذلك وفقاً للمتوسطات الحسابية، وكان ترتيبها علي النحو التالي: (الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم - روح الألفة - الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة- فرص التعلم والتنمية الشخصية - التوافق بين العمل والأسرة - العدالة).
- يعد بعد "الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم" هو الأول من حيث الأهمية النسبية، حيث اتسمت إتجاهات مفردات العينة بالإيجابية، وذلك بمتوسط حسابي قدره (4.20) ومعامل إختلاف (25.23).
- ثم جاء بعد "روح الألفة" في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية، حيث أتمت إتجاهات مفردات عينة الدراسة نحوه بالإيجابية، بمتوسط حسابي (4.11) ومعامل إختلاف (14.97).
- كما جاء بعد "الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة" في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية النسبية، حيث أتمت إتجاهات مفردات عينة الدراسة نحوها بالإيجابية، بمتوسط حسابي (4.04) ومعامل إختلاف (16.63).
- وجاء بعد "فرص التعلم والتنمية الشخصية" في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية، حيث أتمت إتجاهات مفردات عينة الدراسة نحوه بالإيجابية، بمتوسط حسابي (3.98) ومعامل إختلاف (16.60).
- ثم جاء بعد "التوافق بين العمل والأسرة" في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية النسبية، حيث أتمت إتجاهات مفردات عينة الدراسة نحوه بالإيجابية، بمتوسط حسابي (3.79) ومعامل إختلاف (21.55).
- وأخيراً جاء بعد "العدالة" في المرتبة السادسة والأخيرة من حيث الأهمية النسبية، وقد اتسمت إتجاهات مفردات عينة الدراسة نحوها بالإيجابية، بمتوسط حسابي (3.79) ومعامل إختلاف قدره (21.34).

- الفخر التنظيمي:

يوضح الجدول التالي رقم (6)، وجدول (2) الموجود بملحق (2) النتائج المتعلقة بقياس مدي إدراك العاملين للفخر التنظيمي.

جدول رقم (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لأبعاد الفخر التنظيمي

الترتيب	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد الفخر التنظيمي
1	77.4	20.50	0.79	3.87	الفخر التنظيمي الوجداني
2	76.5	30.91	1.18	3.82	الفخر التنظيمي الإتجاهي
-	77.0	22.74	0.87	3.84	المتوسط العام لإجمالي أبعاد الفخر التنظيمي

يوضح الجدول السابق ما يلي:

إن اتجاهات مفردات العينة نحو أبعاد "الفخر التنظيمي" قد أتسمت بالإيجابية، حيث بلغ إجمالي المتوسط العام لأبعاد "الفخر التنظيمي" (3.84)، ومعامل إختلاف (22.74%) بمعنى أن مستوى الفخر التنظيمي في القطاع محل الدراسة مرتفع.

- تختلف الأهمية النسبية لأبعاد "الفخر التنظيمي"، وذلك وفقاً للمتوسطات الحسابية، وكان ترتيبها علي النحو التالي: (الفخر التنظيمي الوجداني - الفخر التنظيمي الإتجاهي).

- يعد بعد "الفخر التنظيمي الوجداني" هو الأول من حيث الأهمية النسبية، حيث أتسمت إتجاهات مفردات العينة بالإيجابية، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.87) ومعامل إختلاف (20.50).

- ثم جاء بعد "الفخر التنظيمي الإتجاهي" في المرتبة الثانية والأخيرة من حيث الأهمية النسبية، وقد أتسمت إتجاهات مفردات عينة الدراسة نحوه بالإيجابية بمتوسط حسابي (3.82) ومعامل إختلاف قدره (30.91).

نتائج اختبار فروض البحث:

تم اختبار مدى صحة فروض البحث وذلك من خلال قياس العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين متغيرات البحث باستخدام معامل ارتباط بيرسون، وكذلك قياس أثر المناخ الأثري للمنظمات علي الفخر التنظيمي باستخدام تحليل الإنحدار الخطي البسيط والمتعدد التدريجي. وذلك علي النحو التالي:

أولاً: نتائج اختبار الفرض الأول للبحث

لتحديد قوة واتجاه علاقات الارتباط بين أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي رقم (7):

جدول رقم (7)

مصفوفة الارتباط بين أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	أبعاد المناخ الأثري للمنظمات
دالة	**0.01	0.54	روح الألفة
دالة	**0.01	0.26	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
دالة	**0.01	0.49	الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة
دالة	**0.01	0.52	فرص التعلم والتنمية الشخصية
غيردالة	0.5	0.03	العدالة
دالة	**0.01	0.37	التوافق بين العمل والأسرة
دالة	**0.01	0.45	إجمالي أبعاد المناخ الأثري للمنظمات

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

* دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

بالنظر إلى مصفوفة الارتباط السابقة يتضح ما يلي:

- توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين "إجمالي أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني"، حيث بلغ معامل الارتباط (0.45) بمستوى معنوية أقل من (0.01). ويدل ذلك على أنه كلما زاد توافر أبعاد المناخ الأثري للمنظمات، كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني.

- كما توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعض أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات المتمثلة في "روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، فرص التعلم والتنمية الشخصية، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الوجداني، حيث بلغ معامل الارتباط (0.54)، (0.26، 0.49، 0.52، 0.37) علي التوالي بمستوى معنوية أقل من (0.01). ويدل ذلك على أنه كلما كان مناخ المنظمة أثيراً كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني.

- بينما لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد العدالة والفخر التنظيمي الوجداني.

وبناءً علي النتائج السابقة يتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعض أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني، وبالتالي يتضح صحة الفرض الأول للبحث بشكل جزئي.

ثانياً: نتائج اختبار الفرض الثاني للبحث

بناءً علي ثبوت العلاقة بين إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني، يمكن إجراء تحليل الإنحدار الخطي البسيط لتحديد مدي معنوية التأثير وشكل العلاقة واما إذا كانت ذات تأثيرات جوهرية أم إنها غير دالة إحصائياً. وذلك كما هو موضح في جدول رقم (8).

جدول رقم (8)

تحليل الإنحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية تأثير إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات على الفخر التنظيمي الوجداني

R ²	F. test		T. test		المعلمة المقدرة β_i	المتغير المستقل
	مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة		
20.6%	***0.001	66.75	**0.01	17.90	2.76	الجزء الثابت
			**0.01	8.17	0.31	إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

*** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.001).

من الجدول السابق يتضح أن:

- معامل التحديد (R^2):

وجد أن المتغير المستقل "إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات" يفسر (20.6%) من التغير الكلي في المتغير التابع (الفخر التنظيمي الوجداني). وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج.

- إختبار معنوية المتغير المستقل:

باستخدام اختبار (T.test) نجد أن المتغير المستقل "أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات"، ذو تأثير معنوي على المتغير التابع (الفخر التنظيمي الوجداني)، حيث بلغت قيمة "ت" (8.17) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

- إختبار معنوية جودة توفيق نموذج الإنحدار:

لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام إختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار (F-test) هي (66.75) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (0.001)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الإنحدار على الفخر التنظيمي الوجداني.

- معادلة النموذج:

الفخر التنظيمي الوجداني = 2.76 الثابت + 0.31 أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات

ومن نموذج العلاقة الإنحدارية السابقة، يمكن التنبؤ بدرجات الفخر التنظيمي الوجداني من خلال قياس إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات، وتطبيق ذلك النموذج، وهو يدل على أن كل تغير بمقدار وحدة واحدة في إجمالي أبعاد المناخ

الأثيرى للمنظمات قد يؤدي إلى تغير في شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني بمقدار (0.31)

تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لتحديد أكثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً علي الفخر التنظيمي الوجداني:

يوضح جدول رقم (9) أكثر أبعاد المناخ الأثيرى للمنظمات تأثيراً علي الفخر التنظيمي الوجداني، وذلك من خلال إجراء تحليل الإنحدار الخطي المتعدد التدريجي علي النحو التالي:

جدول رقم (9)
نموذج الإنحدار الخطي المتعدد التدريجي للتنبؤ بأكثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً علي الفخر التنظيمي الوجداني

R ²	VIF	F. test		T. test		المعلمة المقدره β_i	المتغير المستقل
		القيمة	مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية		
%35.1	-	**0.01	22.77	**0.04	2.00	0.66	الجزء الثابت
	2.05			**0.01	4.87	0.45	روح الألفة
	1.33			0.64	0.45	0.02	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
	4.04			0.83	0.21	0.02	الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة
	4.08			**0.01	3.27	0.40	فرص التعلم والتنمية الشخصية
	1.04			0.62	0.48	0.025	العدالة
	1.97			0.44	0.76	0.053	التوافق بين العمل والأسرة

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01). * دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- معامل التحديد (R²):

نجد أن المتغيرات المستقلة "أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات" تفسر (35.1%) من التغير الكلي في المتغير التابع المتمثل في "الفخر التنظيمي الوجداني"، وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة

أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج أو لإختلاف طبيعة نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

- اختبار معنوية المتغير المستقل:

باستخدام اختبار (T.test) نجد أن المتغيرات المستقلة الأكثر تأثيراً على الفخر التنظيمي الوجداني هي: (روح الألفة، وفرص التعلم والتنمية الشخصية)، حيث بلغت قيم "ت" (4.87)، (3.27) على التوالي وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.01). بينما لا توجد علاقة تأثيرية بين (الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة) والفخر التنظيمي الوجداني، حيث كانت قيمة "ت" غير دالة معنوياً.

- اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار:

لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة اختبار (F-test) هي (22.77) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (0.01)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار على الفخر التنظيمي الوجداني.

- معامل تضخم التباين (VIF) :

لتحديد مدى وجود إزدواج خطي Multicollinearity ، بين المتغيرات المستقلة وبعضها البعض، تم حساب (VIF) وهي اختصار Variance Inflation Factor لكل متغير مستقل على حدة مع باقى المتغيرات المستقلة، وقد أتضح أن المتغيرات المستقلة المقبولة ضمن نموذج الانحدار الخطي المتعدد لا تعاني من مشكلة الإزدواج الخطي فى أياً من هذه المتغيرات، حيث إن قيم VIF أقل من (10) مما يدل على عدم وجود مشكلة.

- معادلة النموذج:

$$\text{الفخر التنظيمي الوجداني} = 0.66 (\text{الثابت}) + 0.45 (\text{روح الالفة}) + 0.40 (\text{فرص التعلم والتنمية الشخصية})$$

ومن خلال نموذج العلاقة الانحدارية السابق، يمكن التنبؤ بدرجات الفخر التنظيمي الوجداني، من خلال قياس أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات، وتطبيق ذلك النموذج، والذي يدل على أن:

- كل تغير بمقدار وحدة واحدة في روح الالفة قد يؤدي إلى تغير في الفخر التنظيمي الوجداني بمقدار (0.45).

- كل تغير بمقدار وحدة واحدة في فرص التعلم والتنمية الشخصية قد يؤدي إلى تغير في الفخر التنظيمي الوجداني بمقدار (0.40).
بناءً على النتائج السابقة، يمكن استخلاص الآتي:

التأثير الدال والفعال لأبعاد المناخ الأثيري للمنظمات (روح الالفة، وفرص التعلم والتنمية الشخصية) على الفخر التنظيمي الوجداني، بينما خرج أبعاد (الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة) من النموذج لعدم وجود علاقة تأثيرية بينهم وبين الفخر التنظيمي الوجداني. ومن ثم، يمكن قبول الفرض الثاني للبحث بشكل جزئي.

ثالثاً: نتائج اختبار الفرض الثالث للبحث

لتحديد قوة واتجاه علاقات الارتباط بين أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي تم استخدام معامل إرتباط بيرسون، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي رقم (10):
جدول رقم (10)

مصفوفة الارتباط بين أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات
دالة	**0.01	0.30	روح الألفة
دالة	**0.01	0.17	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
دالة	**0.01	0.32	الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة
دالة	**0.01	0.37	فرص التعلم والتنمية الشخصية

العدالة	0.03	0.5	غيردالة
التوافق بين العمل والأسرة	0.24	** 0.01	دالة
إجمالي أبعاد المناخ الأثري للمنظمات	0.27	** 0.01	دالة

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

* دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

بالنظر إلى مصفوفة الارتباط السابقة يتضح ما يلي:

- توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين "إجمالي أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي"، حيث بلغ معامل الارتباط (0.27) بمستوى معنوية أقل من (0.01). ويدل ذلك على أنه كلما زاد توافر أبعاد المناخ الأثري للمنظمات، كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإيجابي.
- كما توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعض أبعاد المناخ الأثري للمنظمات المتمثلة في "روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، فرص التعلم والتنمية الشخصية، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الإيجابي، حيث بلغ معامل الارتباط (0.30)، (0.17، 0.32، 0.37، 0.24) علي التوالي بمستوى معنوية أقل من (0.01). ويدل ذلك على أنه كلما كان مناخ المنظمة أثرياً كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإيجابي.
- بينما لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد العدالة والفخر التنظيمي الإيجابي.

وبناءً علي النتائج السابقة يتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعض أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي، وبالتالي يتضح صحة الفرض الثالث للبحث بشكل جزئي.

رابعاً: نتائج اختبار الفرض الرابع للبحث

بناءً علي ثبوت العلاقة بين إجمالي أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي، يمكن إجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط لتحديد مدي معنوية التأثير

وشكل العلاقة وعما إذا كانت ذات تأثيرات جوهرية أم إنها غير دالة إحصائياً. وذلك كما هو موضح في جدول رقم (11).

جدول رقم (11)

تحليل الإنحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية تأثير إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات على الفخر التنظيمي الإتجاهي

R ²	F. test		T. test		المعلمة المقدره β_i	المتغير المستقل
	مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة		
%7.6	**0.001	21.27	**0.01	2.91	1.48	الجزء الثابت
			**0.01	4.61	0.58	إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

*** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.001).

من الجدول السابق يتضح أن:

- معامل التحديد (R^2):

نجد أن المتغير المستقل "إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات" يفسر (7.6%) من التغير الكلي في المتغير التابع (الفخر التنظيمي الإتجاهي). وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج.

- إختبار معنوية المتغير المستقل:

باستخدام اختبار (T.test) نجد أن المتغير المستقل "أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات"، ذو تأثير معنوي على المتغير التابع (الفخر التنظيمي الإتجاهي)، حيث بلغت قيمة "ت" (4.61) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

- إختبار معنوية جودة توفيق نموذج الإنحدار:

لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام إختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار (F-test) هي (21.27) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من

(0.001)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار على الفخر التنظيمي الإيجابي.

- معادلة النموذج:

$$\text{الفخر التنظيمي الإيجابي} = 1.48 \text{ الثابت} + 0.58 \text{ أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات}$$

ومن نموذج العلاقة الإحصائية السابقة، يمكن التنبؤ بدرجات الفخر التنظيمي الإيجابي من خلال قياس إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات، وتطبيق ذلك النموذج، وهو يدل على أن كل تغير بمقدار وحدة واحدة في إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات قد يؤدي إلى تغير في شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإيجابي بمقدار (0.58).

تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لتحديد أكثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً على الفخر التنظيمي الإيجابي:

يوضح جدول رقم (12) أكثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً على الفخر التنظيمي الإيجابي، وذلك من خلال إجراء تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي على النحو التالي

جدول رقم (12)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي للتنبؤ بأكثر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً على الفخر التنظيمي الإيجابي

R ²	VIF	F. test		T. test		المعلمة المقدره β_i	المتغير المستقل
		مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة		
%15.7	-	**0.01	7.82	*0.03	2.15	1.21	الجزء الثابت
	2.05			0.14	1.45	0.23	روح الألفة
	1.33			0.80	0.24	0.01	الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم
	4.04			0.90	0.11	0.02	الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة

	4.08			**0.003	3.02	0.63	فرص التعلم والتنمية الشخصية
	1.04			0.13	1.50	0.12	العدالة
	1.97			0.66	0.43	0.05	التوافق بين العمل والأسرة

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

* دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- معامل التحديد (R^2):

نجد أن المتغيرات المستقلة "أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات" تفسر (15.7%) من التغير الكلي في المتغير التابع المتمثل في "الفخر التنظيمي الإيجابي"، وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج أو لإختلاف طبيعة نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

- اختبار معنوية المتغير المستقل:

باستخدام اختبار (T.test) نجد أن المتغيرات المستقلة الأكثر تأثيراً على الفخر التنظيمي الإيجابي هي: (فرص التعلم والتنمية الشخصية)، حيث بلغت قيم "ت" (3.02) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.01). بينما لا توجد علاقة تأثيرية بين (روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة) والفخر التنظيمي الإيجابي، حيث كانت قيمة "ت" غير دالة معنوياً.

- اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الإنحدار:

لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة اختبار (F-test) هي (7.82) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (0.01)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الإنحدار على الفخر التنظيمي الإيجابي.

- معامل تضخم التباين (VIF):

لتحديد مدى وجود إزدواج خطى Multicollinearity ، بين المتغيرات المستقلة وبعضها البعض، تم حساب (VIF) وهي اختصار Variance Inflation Factor لكل متغير مستقل على حدة مع باقى المتغيرات المستقلة، وقد أتضح أن المتغيرات المستقلة المقبولة ضمن نموذج الإنحدار الخطى المتعدد لا تعاني من مشكلة الإزدواج الخطى فى أياً من هذه المتغيرات، حيث إن قيم VIF أقل من (10) مما يدل على عدم وجود مشكلة.

- معادلة النموذج:

الفخر التنظيمي الإيجابي = 1.21 (الثابت) + 0.63 فرص التعلم والتنمية الشخصية

ومن خلال نموذج العلاقة الانحدارية السابق، يمكن التنبؤ بدرجات الفخر التنظيمي الإيجابي، من خلال قياس أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات، وتطبيق ذلك النموذج، والذي يدل على أن:

- كل تغير بمقدار وحدة واحدة فى فرص التعلم والتنمية الشخصية قد يؤدي إلى تغير فى الفخر التنظيمي الإيجابي بمقدار (0.63).
بناءً على النتائج السابقة، يمكن استخلاص الآتي:

التأثير الدال والفعال لبعد المناخ الأثيري للمنظمات (فرص التعلم والتنمية الشخصية) على الفخر التنظيمي الإيجابي، بينما خرج أبعاد (روح الألفة، الثقة فى القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة) من النموذج لعدم وجود علاقة تأثيرية بينهم وبين الفخر التنظيمي الإيجابي. ومن ثم، يمكن قبول الفرض الرابع للبحث بشكل جزئي.

النتائج والتوصيات:

النتائج :

من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي يمكن عرضها فى النقاط التالية:

1. إن اتجاهات العاملين في الشركات محل الدراسة نحو أبعاد "المناخ الأثيري للمنظمات" قد اتّسمت بالإيجابية، وقد اختلفت الأهمية النسبية لأبعاد "المناخ الأثيري للمنظمات"، وذلك وفقاً للمتوسطات الحسابية، وكان ترتيبها علي النحو التالي: (الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم - روح الألفة - الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة- فرص التعلم والتنمية الشخصية - التوافق بين العمل والأسرة - العدالة).
2. كما اتّسمت اتجاهات العاملين في الشركات محل الدراسة نحو أبعاد "الفخر التنظيمي" بالإيجابيه، وقد اختلفت الأهمية النسبية لأبعاد "الفخر التنظيمي"، وذلك وفقاً للمتوسطات الحسابية، وكان ترتيبها علي النحو التالي: (الفخر التنظيمي الوجداني - الفخر التنظيمي الإيجابي).
3. توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين "إجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني"، ويدل ذلك على أنه كلما زاد توافر أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات، كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة.
4. كما توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعض أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات المتمثلة في "روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، فرص التعلم والتنمية الشخصية، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الوجداني، ويدل ذلك على أنه كلما كان مناخ المنظمة أثيراً كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة.
5. بينما لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد "العدالة" كأحد أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات والفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة. وبالتالي قبول الفرض الأول للبحث بشكل جزئي.
6. إن أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات الأكثر تأثيراً علي الفخر التنظيمي الوجداني في الشركات محل الدراسة كانت: بعد "روح الألفة" يليه بعد "فرص التعلم والتنمية الشخصية". بينما لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية

بين أبعاد "الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الوجداني، حيث لم يثبت معنويتهم. وبالتالي قبول الفرض الثاني للبحث بشكل جزئي.

7. توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين "إجمالي أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي"، ويدل ذلك على أنه كلما زاد توافر أبعاد المناخ الأثري للمنظمات، كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإيجابي في الشركات محل الدراسة.

8. كما توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعض أبعاد المناخ الأثري للمنظمات المتمثلة في "روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، فرص التعلم والتنمية الشخصية، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الإيجابي، ويدل ذلك على أنه كلما كان مناخ المنظمة أثرياً كلما إزداد شعور العاملين بالفخر التنظيمي الإيجابي في الشركات محل الدراسة.

9. بينما لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد "العدالة" كأحد أبعاد المناخ الأثري للمنظمات والفخر التنظيمي الإيجابي في الشركات محل الدراسة. وبالتالي قبول الفرض الثالث للبحث بشكل جزئي.

10. إن أبعاد المناخ الأثري للمنظمات الأكثر تأثيراً علي الفخر التنظيمي الإيجابي في الشركات محل الدراسة كانت: بعد "فرص التعلم والتنمية الشخصية". بينما لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين أبعاد "روح الألفة، الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم، الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة، العدالة، التوافق بين العمل والأسرة" والفخر التنظيمي الإيجابي، حيث لم يثبت معنويتهم. وبالتالي قبول الفرض الرابع للبحث بشكل جزئي.

التوصيات:

- يمكن تقديم بعض التوصيات في ضوء ما تم مراجعته من بحوث ودراسات سابقة، وما تم التوصل إليه من نتائج في هذا البحث، وذلك كما يلي:
- ضرورة الاهتمام بتوفير مناخ تنظيمي تسوده العدالة التنظيمية بشكل كبير، وإستقصاء آراء العاملين حيال عدالة ما يحصلون عليه من أجور. مع مراعاة عدم وجود تمييز غير عادل بينهم أو محاباة وذلك لتحقيق العدالة في التعامل وبالتالي شعورهم بالحماس والتفأؤل اثناء العمل.
 - في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث من أن بعد "فرص التعلم والتنمية الشخصية" يمثل أهم أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات تأثيراً علي الفخر التنظيمي بشكل عام، لذا يجب علي إدارة الشركات محل الدراسة تطوير مهارات وقدرات العاملين وتشجيعهم علي التعلم بشكل مستمر، مما يزيد من إحساسهم بالكفاءة الوظيفية وفعالية الذات.
 - الحرص علي توفير مناخ تنظيمي مبني علي الثقة المتبادلة بين القادة والعاملين وتنمية مهارات الاتصال من خلال تكوين علاقات ودودة مع العاملين، يسودها روح الألفة والثقة، والحرص علي تقديم الدعم المادي والمعنوي لهم.
 - تهيئة الظروف التي تساعد العاملين علي تحقيق التوازن الفعال بين مسؤوليات العمل وحياتهم الأسرية، مما يقلل من حدة الأعباء الملقاة علي عاتقهم وبالتالي زيادة السلوكيات الإيجابية للعاملين.
 - الحرص علي عقد لقاءات واجتماعات دورية مع العاملين وذلك لإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن مشاعرهم وتشجيعهم على التعبير الدائم عنها وعدم اللجوء إلى كبثها، وكذلك للتعرف على مدى شعورهم بالفخر التنظيمي من عدمه.
 - الإهتمام بالارتقاء بمستويات الفخر التنظيمي لدي العاملين وتدعيم الثقافة التنظيمية التي يسودها روح الأسرة الواحدة، وذلك لتعزيز شعورهم بأنهم جزء لا يتجزأ من الشركة، مما يحفزهم لبذل قصاري جهدهم لتحقيق التميز في بيئة العمل السياحي.

المراجع:

المراجع العربية:

- الجزائر، محمد محمد رضا حسن سالم (2009) نموذج مقترح لتنفيذ دور إدارة الموارد البشرية في تطبيق حوكمة الشركات وأثر ذلك علي أبعاد المنظمات الأثيرة (المفضلة) لدي العاملين "دراسة تطبيقية علي شركات قطاع الاتصالات بالبورصة المصرية". رسالة دكتوراة، قسم إدارة الاعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- السلنتي، لمياء السعيد (2016) التأثيرات التفاعلية بين مناخ المنظمة الأثيرة والعمل العاطفي والصراع بين العمل والأسرة بالتطبيق علي العاملين بشركات المحمول في مصر. مجلة البحوث المالية والتجارية (جامعة بورسعيد)، العدد 2، ص131-189.
- المعجم الوجيز (1993) القاهرة: مجمع اللغة العربية.
- المغربي، هدي عبد الحميد عبد الفتاح (2017) أثر أبعاد المنظمات الأثيرة علي الإلتزام التنظيمي للعاملين "دراسة تطبيقية علي قطاع التعليم بجامعة المنصورة". رسالة ماجستير، قسم إدارة الاعمال، كلية التجارة، جامعة المنصورة.
- جودة، عبد المحسن عبد المحسن؛ وهدي عبد الحميد عبد الفتاح المغربي (2017) العلاقة بين المنظمات الأثيرة والإلتزام التنظيمي لدي العاملين "دراسة تطبيقية علي قطاع التعليم- جامعة المنصورة". المجلة المصرية للدراسات التجارية (جامعة المنصورة)، مجلد 41، العدد3، ص258-233.

• راضي، مصطفى حمدي (2018) تأثير المناخ الأثيري للمنظمات علي الإلتزام التنظيمي: بالتطبيق علي أقسام الاستقبال بفنادق الرياض وجدة بالمملكة العربية السعودية. مجلة البحوث التجارية (جامعة الزقازيق)، المجلد 40، العدد 3، ص124-159.

• سليم، دعاء علي سعد الدين (2017) نموذج مقترح لأثر سلوكيات القيادة الأخلاقية وجودة حياة العمل علي أبعاد المنظمات الأثيرية لدي العاملين "دراسة تطبيقية علي الهيئة العامة للنقل النهري". رسالة دكتوراة، قسم إدارة الاعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

• مرسى، مرفت محمد السعيد (2010) أثر الرعاية المهنية والمناخ الأثيري علي الرفاهية النفسية: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة (جامعة عين شمس)، العدد 4، ص1039-1054.

• مرسى، مرفت محمد السعيد (2013) أثر الفخر التنظيمي وعدالة الأجور على النية نحو ترك العمل "دراسة ميدانية". المجلة الأكاديمية العربية في الدنمارك، العدد 13، ص1-36.

• مرسى، 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 الشريف)، المجلد 14، العدد 2، ص871-918.

• نعمان، مرفت محمد السعيد مرسى (2011) نموذج ثلاثي الأبعاد للعلاقة بين جودة حياة العمل والمناخ الأثيري والرفاهية النفسية "دراسة ميدانية علي مستشفيات جامعة المنصورة". رسالة دكتوراة، قسم إدارة الاعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

المراجع الأجنبية:

- Alhawamdeh, N.(2012): Measuring the Effect of Some Factor in Hospitality Industry Through the Knowledge Management World A Field study in A Number of Five Star Hotel Amman Interdisciplinary. Journal of Contemporary Research in Business, Vol.4, No.6, pp.81–93.
- Awaad, A. M. A. (2014) The Effect Authentizotic Organization On Job Burnout And Organizational Commitment . Journal of Management Research–Egypt, Vol.32, No.1, pp. 1–29.
- Basch, J & Fisher, C.D. (1998) "Affective Events – Emotions Matrix: A Classification of Work Events and Associated Emotions". School of Business Discussion Papers, Bond University, Paper 65. http://epublications.bond.edu.au/discussion_papers/65.
- Beil, J.T. (2016) Measuring Pride in the Workplace: The Creation and Validation of a Workplace Pride Measure. Master of Arts in the Field of Industrial/Organizational Psychology, Graduate School Southern Illinois University Edwardsville.
- Gouthier,M.H.J.& Rhein, M. (2011) Organizational Pride and Its Positive Effects on Employee Behavior. Journal of Service Management, Vol.22, No.5, pp.633 – 649.

- **Great Place to Work Institute (2009) What Makes a Great Place to Work? Retrieved From [http://WWW. GreatPlaceto Work.com](http://WWW.GreatPlacetoWork.com).**
- **Hwang, K. & Lee, B. (2019) Pride, Mindfulness, Public Self-Awareness, Affective Satisfaction, and Customer Citizenship Behaviour Among Green Restaurant Customers. International Journal of Hospitality Management, Vol.83, pp.169–179.**
- **Kamani, S.M.H. (2017) Effect of Positive Psychology Elements on Job Pride and Honor with an Emphasis on Mediating Role of Communication Among Faculty Members of Shiraz University of Medical Sciences. International Journal of Environmental & Science Education, Vol.12, No.4, pp.841–849**
- **Kets de Vries, M.F.R. (2001) Creating Authentizotic Organizations: Well-Functioning Individuals in Vibrant Companies. Human Relations, Vol.54, No.1, pp.101–111.**
- **Kets de Vries, M.F.R. (2017) A Tale of Two Organizations: Creating Authentizotic Organizations. Working Paper Series, "INSEAD", The Business School For the World, <http://ssrn.com/abstract=3045179>.**
- **Kraemer, T.& 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, Vol.25, No.1, pp.125–148.**

- Machuca, M., Mirabent, J.& Alegre, I (2016) Work–Life Balance and its Relationship With Organizational Pride and Job Satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, Vol.31, No.2, pp. 586–602.

- Rego, A. & Cunha, M.P. (2008) Authentizotic Climates and Employee Happiness; Pathways to Individual Performance. *Journal of Business Research*, Vol.61, No.7, pp.739–752.

- Rego, A. & Cunha, M.P. (2009) Do the Opportunities for Learning and Personal Development Lead to Happiness? It Depends on Work–Family Conciliation. *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol.14, No.3, pp.334–348.
- Rego, A. & Cunha, M.P. (2012) They Need to be Different, They Feel Happier in Authentizotic Climates. *Journal of Happiness Studies*, Vol.13, No.4, pp.701–727.

- Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, M.P. & Jesuino, J.C. (2011) How Happiness Mediates the Organizational Virtuousness and Affective Commitment Relationship. *Journal of Business Research*, Vol.64, pp. 524–532.

- Rego, A., Souto, S. & Cunha, M.P. (2009) Does the Need To Belong Moderate the Relationship Between Perceptions of Spirit of Camaraderie and Employees' Happiness?. *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol.14, No.2, pp.148–164.

الملاحق

ملحق رقم (1) قائمة الاستقصاء

قياس العلاقة بين أبعاد المناخ الأثري للمنظمات وشعور العاملين بالفخر التنظيمي

القسم الأول : أمام سيادتكم بعض العبارات التي تعبر عن أبعاد المناخ الأثري للمنظمات،

برجاء وضع علامة (√) أمام واحدة فقط من الاختيارات الخمسة المقابلة لكل عبارة:

م	العبارات	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق علي الإطلاق
1	تسود روح الأسرة الواحدة بين الموظفين في الشركة.					
2	تهتم الشركة برفاهية موظفيها.					
3	تتميز الشركة بالتأكيد علي العمل من خلال روح الفريق.					
4	يتسم المناخ السائد داخل الشركة بالود.					
5	يثق الموظفين بالشركة في قاندهم.					
6	يفي قادة الشركة بوعودهم.					
7	يتسم قادة الشركة بالصدق والأمانة.					
8	توجد حرية في التواصل مع القادة بصراحة ووضوح.					
9	نشعر بالحرية في إظهار أي خلافات مع قائدنا.					
10	يسهل الحديث مع قائدنا في المناصب العليا.					
11	نشعر بإمكانية التعلم بشكل مستمر.					
12	تتيح شركتي الفرصة لموظفيها باستخدام إبداعهم في صالح العمل والشركة.					
13	نشعر بأن لدينا مسؤوليات مهمة.					
14	نشعر بإمكانية تطوير قدراتنا في العمل.					
15	عند الوصول لنتائج جيدة من خلال جهود الموظفين، يتم توزيع المكافآت بشكل عادل.					

					16	هناك مساواة في المعاملة بين الموظفين.
					17	ترتكز الترقيات في الشركة علي معايير واضحة عادلة.
					18	تساعد الشركة موظفيها علي التوفيق بين العمل والحياة الأسرية.
					19	تعمل الشركة من أجل تمكين موظفيها من التوازن بين العمل والمسئوليات الأسرية.
					20	للسبب في العمل، ليس هناك حاجة للتضحية بالحياة الأسرية.
					21	تهيئ الشركة كل الظروف التي تمكننا من رعاية أسرتنا.

القسم الثاني : أمام سيادتكم بعض العبارات التي تعبر عن الفخر التنظيمي، برجاء وضع علامة (√) أمام واحدة فقط من الاختيارات الخمسة المقابلة لكل عبارة:

م	العبارات	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق علي الإطلاق
1	أشعر بالسعادة لكوني عضواً في هذه الشركة.					
2	أشعر بالفرح لكوني جزءاً لا يتجزأ من هذه الشركة.					
3	أفخر بما تحققه الشركة من إنجازات .					
4	لدي شعور بأن الشركة تقدم شيئاً مفيداً للمجتمع.					
5	أفتخر بعلمي في هذه الشركة.					
6	أفخر بإسهاماتي في نجاح هذه الشركة.					
7	ينتابني الشعور بالفخر حينما أخبر الآخرين عن الشركة التي أعمل بها.					

القسم الثالث: أرجو من سيادتكم وضع علامة (√) أمام الخانة المناسبة فيما يلي :

1- النوع :

ذكر

أنثي.

2- المرحلة العمرية :

أقل من 35 سنة.

من 35 إلى 40 سنة.

من 40 إلى 45 سنة.

من 45 إلى 50 سنة.

من 50 إلى 55 سنة.

من 55 سنة فأكثر.

3- سنوات الخبرة بالمنظمة :

أقل من 5 سنوات.

من 5 إلى 10 سنوات.

من 10 إلى 15 سنة.

من 15 إلى 20 سنة.

من 20 إلى 25 سنة.

من 25 سنة فأكثر.

4- الوظيفة (رجاء ذكرها): -----

شكرا علي حسن تعاونكم/ الباحثة

ملحق رقم (2) جداول الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

جدول (1)

الإحصاء الوصفي لمتغير المناخ الأثيري للمنظمات

الأهمية النسبية	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد / العبارات
البعد الأول: روح الألفة				
80.3	18.69	0.75	4.01	
82.8	18.45	0.76	4.13	
81.7	19.01	0.77	4.08	
84.6	17.76	0.75	4.23	
82.3	14.97	0.61	4.11	المتوسط العام للبعد الأول
البعد الثاني: الثقة في القادة ومدى مصداقيتهم				
81.6	20.62	0.84	4.08	
84.4	18.89	0.79	4.21	
89.3	81.93	3.65	4.46	
84.1	25.23	1.06	4.20	المتوسط العام للبعد الثاني
البعد الثالث: الإتصالات المفتوحة والصريحة مع القادة				
80.7	21.49	0.86	4.03	
87.3	79.99	3.49	4.36	
80.7	21.16	0.85	4.03	
80.9	16.63	0.67	4.04	المتوسط العام للبعد الثالث

تابع جدول (1)
الإحصاء الوصفي لمتغير المناخ الأثيري للمنظمات

الأهمية النسبية	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد / العبارات
البعد الرابع: فرص التعلم والتنمية الشخصية				
83.8	19.80	0.83	4.19	
80.4	20.68	0.83	4.01	
76.8	30.16	1.15	3.83	
77.5	22.16	0.85	3.87	
79.6	16.60	0.66	3.98	المتوسط العام للبعد الرابع
البعد الخامس: العدالة				
78.1	23.75	0.92	3.90	
75.4	28.94	1.09	3.76	
74.4	28.18	1.04	3.71	
75.9	21.34	0.81	3.79	المتوسط العام للبعد الخامس
البعد السادس: التوافق بين العمل والأسرة				
54.8	51.76	1.41	2.74	
49.8	45.08	1.12	2.49	
47.4	49.11	1.16	2.36	
46.3	56.56	1.31	2.31	
76.0	21.55	0.81	3.79	المتوسط العام للبعد السادس
80.0	13.97	0.55	3.99	المتوسط العام لإجمالي أبعاد المناخ الأثيري للمنظمات

جدول (2)
الاحصاء الوصفي لمتغير الفخر التنظيمي

الأهمية النسبية	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد / العبارات
البعد الأول: الفخر التنظيمي الوجداني				
78.7	21.88	0.86	3.93	
74.4	32.93	1.22	3.71	
80.6	82.12	3.31	4.03	
80.2	22.89	0.91	4.00	
77.4	20.50	0.79	3.87	المتوسط العام للبعد الأول
البعد الثاني: الفخر التنظيمي الإتجاهي				
79.1	21.05	0.83	3.95	
75.1	72.42	2.71	3.75	
75.3	24.63	0.92	3.76	
76.5	30.91	1.18	3.82	المتوسط العام للبعد الثاني
77.0	22.74	0.87	3.84	المتوسط العام لإجمالي أبعاد الفخر التنظيمي

**Effect of the Authentizotic Climate on Perceptions of Workers to Organizational Pride
"Applied on the Egyptian Tourism Companies"**

**Dr. Dina Helmy Abbas Mohamed Al Nashily
Lecturer of Business Administration
Faculty of Commerce
Al- Azhar University, Girls Branch
Cairo, Arabe Republic of Egypt**

Abstract

The Purpose of the Research Is to Examine the Relationship between Authentizotic Climate And Perceptions of Workers to Organizational Pride, Of A Sample Of Individuals Working For The Egyptian Tourism Companies. The Research Relied On A Descriptive Analytical Approach. A Questionnaire, Which Were Divided Into Two Parts, Were Designed And Distributed In The First Part To Measure Authentizotic Climate, And The Second Part To Measure Organizational Pride, To Gather Primary Data, And Its Validity And Reliability Were Verified. The Research Was Conducted On One Sample Of "292" Individuals Working For The Egyptian Tourism Companies category "A". The Research Reached Several Conclusions, The Most Important Of Which Are: "The Dimensions Of Organization's Authentizotic Climate (Spirit Of Camaraderie, Opportunities For Learning And Personal Development) Have A Statistically Significant Impact On Emotional Organizational Pride In The Companies Concerned", In When There Is No Effective Relationship Between (Trust And Credibility Of The Leaders, Open And Frank Communication With The Leader, Fairness/Justice, Work-Family Conciliation) And Emotional Organizational Pride. Also The Dimension Of Organization's Authentizotic Climate (Opportunities For Learning And Personal Development) Have A Statistically Significant Impact On Attitudinal Organizational Pride In The Companies Concerned", In When There Is No Effective Relationship Between (Spirit Of Camaraderie, Trust And Credibility Of The Leaders, Open And Frank Communication With The Leader, Fairness/Justice, Work-Family Conciliation) And Attitudinal Organizational Pride.

**Keyword: Authentizotic Climate, Organizational Pride , Egyptian
Tourism Companies.**