

الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية: دراسة تطبيقية علي شركات السياحة المصرية

The Mediator Role of Organizational Identification in the Relationship between Organizational Power and Organizational Reputation: An Empirical Study on the Egyptian Travel Agents

د. بسام سمير الرميدي¹

Bassam Samir AL-ROMEEDY¹

¹ قسم الدراسات السياحية- كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مصر

Bassam.Samir@fth.usc.edu.eg

تاريخ الاستلام: 2019/02/01 تاريخ القبول: 2019/05/24 تاريخ النشر: 2019/06/28

© 2019 Fath University of Science and Technology. All rights reserved. This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

الملخص .

هدفت الدراسة إلي التعرف علي الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية. وقد تم توزيع 350 استمارة علي عينة عشوائية من مديري هذه الشركات، وتم الاعتماد علي تحليل 304 استمارة صالحة باستخدام برنامجي SPSS V.25 و AMOS V.21. وقد توصلت الدراسة إلي أن التماثل التنظيمي يلعب دوراً وسيطاً هاماً في تعزيز العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.

الكلمات المفتاحية: قوة تنظيمية؛ تماثل تنظيمي؛ سمعة تنظيمية؛ شركات سياحة؛ مصر.

تصنيف JEL : M12; L25; C42

Abstract .

The study aimed to identify the mediator role of organizational identification in the relationship between organizational power and organizational reputation in The Egyptian travel agents. 350 survey forms were distributed to a random sample of managers of these agents, while 304 forms were valid for analysis using SPSS V.25 and AMOS V.21. The study found that organizational identification plays an important mediator role in enhancing the relationship between the organizational power and organizational reputation of the Egyptian travel agents.

Key words: organizational power; organizational identification; organizational reputation; travel agents; Egypt.

JEL classification codes: M12; L25; C42

1. المقدمة

ازداد اهتمام الباحثين بموضوع القوة التنظيمية ودورها في المنظمات، وكيفية استخدامها لتحقيق أهداف المنظمات (حسانين، 2013). وتعد القوة التنظيمية سمة مميزة للمنظمات الحديثة، خاصة في ظل بيئة العمل شديدة التنافسية (الزبيدي، 2017). وتمثل القوة التنظيمية أحد مقومات الإدارة الناجحة في المنظمات، حيث يتوقف نجاح تلك الإدارة على قدرتها على تنسيق جهود العاملين لتحقيق أهدافها بكفاءة وبالشكل المطلوب، وهذا لن يتحقق دون قوة توجههم لتحقيق تلك الأهداف (عمران، 2017). كما تعد القوة عامل رئيسي في فهم طرق أداء المنظمات لعملها، وتفسير آليات تحقيق أهدافها، وكيفية القيام بعمليات التطوير والتحسين المستمر (الزبيدي، 2017). وقد أشار الصرايرة (2009) إلى أن المنظمات تسعى دائماً إلى توافق رغبات وأهداف العاملين مع رؤيتها ورسالتها، وهو ما يعرف بالتمائل التنظيمي. ويتضمن التماثل التنظيمي التزام العاملين، وارتباطهم بقيم المنظمة وأهدافها والتوافق معها، والتضحية الشخصية لصالح المنظمة، وأداء الأعمال بكفاءة تفوق المتوقع، ورغبة العاملين في الاستمرار في العمل داخل المنظمة.

وقد أصبحت هناك ضرورة لتحقيق التماثل التنظيمي، خاصة في ظل ما تشهده البيئة الإدارية من تطورات وتحديات يجب التعامل معها بفاعلية وسرعة (الحوامدة والقرالة، 2006). لذا كان من الضروري خلق مناخ عمل إيجابي، وإشراك العاملين في وضع إستراتيجيات وسياسات العمل، وتوجيههم لتحقيق الأهداف، وهذا يعزز من ارتباط العاملين بمنظمتهم، والذي ينعكس على تعزيز عملية التماثل التنظيمي (العقلا، 2015).

كما يساهم التماثل التنظيمي في تحسين مكانة المنظمة في المجتمع، وإبراز ميزات التنافسية مقارنة مع منافسيها، بجانب تبني الصورة الإيجابية للمنظمة، والدفاع عنها، وإبراز هذه الصورة من جميع الجوانب (زرقي، 2015).

وقد أكد فلاق وآخرون (2017) على سعي المنظمات باختلاف تخصصاتها إلى تحسين وتقوية سمعتها في بيئة العمل من خلال تطوير وتحسين مستوى خدماتها، ومستوى أداء العاملين. وأضاف عودة (2012) أن تكوين سمعة تنظيمية جيدة أصبح هدفاً محورياً تسعي

جميع المنظمات لتحقيقه. كما أشار الزعبي (2013) إلى أن العاملين داخل هذه المنظمات ملزمين بتحسين سمعة المنظمة وصورها في الخارج.

وهناك دور كبير للسمعة التنظيمية في العلاقة بين المنظمة والعملاء والمساهمين، بجانب أنها تؤثر على أداء المنظمة ككل (أحمد، 2016). وتمثل السمعة التنظيمية أحد أهم الأصول غير الملموسة التي تمتلكها أية منظمة ناجحة، وبالتالي فهي تسعى دائماً إلى الاستثمار في بناء سمعتها في بيئة العمل، حيث أن سمعة المنظمة لها دور في جذب العملاء عن طريق تمييز خدماتها عن المنافسين (عبد الفتاح، 2014).

1.1. مشكلة الدراسة

تشكل القوة التنظيمية أحد العناصر المؤثرة في نجاح الإدارة، نظراً لأن القوة تشير إلى تأثير الفرد في الآخرين بغرض تحقيق أهداف المنظمة، ومن ثم يجب أن تقترن الإدارة الناجحة بالقوة التنظيمية. فعندما يكون هذا التأثير إيجابياً، فإن ذلك يعزز من الاتجاهات الإيجابية لدى العاملين لإنجاز أهدافهم بكفاءة، وزيادة ارتباطهم بالمنظمة. ولضمان نجاح المنظمات أيضاً؛ ينبغي أن تتوافق وتتكامل أهداف وقيم ورغبات العاملين مع المنظمة، فهذا يساهم في تعزيز مستويات الولاء والانتماء لدى العاملين للمنظمة، مما يعزز من مستوى التماثل التنظيمي، الذي يساهم في تحسين سمعة المنظمة وصورها. ويرتبط نجاح المنظمات بسمعتها في بيئة العمل، وردود أفعال العملاء تجاه عمليات وأنشطة وخدمات المنظمة، ومدى رضائهم ووعيهم بما تقوم به المنظمات في سبيل خدمتهم. فالسمعة الجيدة للمنظمة تساهم في نجاح المنظمة في بيئة العمل، بجانب تفوقها وتميزها على منافسيها. وبناءً على ذلك؛ تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- هل تؤثر القوة التنظيمية على درجة التماثل التنظيمي في شركات السياحة المصرية؟
- هل يساهم التماثل التنظيمي لدى العاملين في تحسين السمعة التنظيمية لشركات السياحة؟
- هل تؤثر القوة التنظيمية على السمعة التنظيمية لشركات السياحة المصرية؟
- هل يلعب التماثل التنظيمي دوراً وسيطاً في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية؟

2.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- تعد هذه الدراسة الأولى التي تتناول أثر القوة التنظيمية والتمائل التنظيمي علي السمعة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.
- لا توجد أي دراسات سابقة تناولت الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.
- قد تفيد نتائج هذه الدراسة في إبراز أهمية القوة التنظيمية وعناصرها، وكذلك أهمية التماثل التنظيمي في دعم السمعة التنظيمية في شركات السياحة.
- تتناول الدراسة بعض المتغيرات السلوكية (القوة التنظيمية، والتمائل التنظيمي) المرتبطة بالعاملين، والتي لها دور كثير في نجاح شركات السياحة في بيئة العمل شديدة التنافسية.
- تركز الدراسة علي العاملين في شركات السياحة، نظراً لأنهم هم المسئولون عن تنفيذ الأهداف، وبالتالي فهم الأكثر تأثراً بالقوة التنظيمية، بجانب ضرورة توافق أهدافهم مع أهداف هذه الشركات، لضمان إنجازها بأعلي كفاءة.

3.1. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلي تقييم مستوى القوة التنظيمية، ومستوي التماثل التنظيمي، والسمعة التنظيمية داخل شركات السياحة المصرية. كما تهدف إلي استكشاف الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية.

4.1. فروض الدراسة

- تؤثر القوة التنظيمية علي تعزيز مستوى التماثل التنظيمي لدي العاملين في شركات السياحة المصرية.
- يساهم التماثل التنظيمي في تعزيز السمعة التنظيمية بشركات السياحة المصرية.
- تؤثر القوة التنظيمية علي دعم السمعة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.
- يلعب التماثل التنظيمي دوراً وسيطاً في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.

2. الإطار النظري

1.2. القوة التنظيمية

1.1.2. مفهوم القوة التنظيمية

يري الزبيدي (2017) أن القوة التنظيمية هي القدرات الظاهرة أو الضمنية التي يملكها الفرد للتأثير علي الآخرين بغرض تحقيق هدف معين، وذلك عن طريق استخدام بعض الأدوات والوسائل المتعددة في محيط بيئة العمل مثل السلطة، والإكراه، والإقناع، والخبرة، والمرجعية، والمكافأة. وقد ذكر إمام وعبد الحكم (2015) أن القوة التنظيمية هي قدرة الفرد علي التأثير في سلوكيات الآخرين في إطار السلطة الرسمية، والأقسام التنظيمية، والوضع الاجتماعي للمنظمة، والسمات الشخصية، ونظم المكافآت، وتنمية الموارد البشرية. كما أن القوة التنظيمية تعني قدرة التأثير علي الآخرين التي يمتلكها الفرد بهدف التحكم والسيطرة، ومن ثم اتخاذ القرارات التي تتفق مع أهداف المنظمة (شريف وعبد، 2015). وبناءً علي ما سبق؛ يري الباحث أن القوة التنظيمية هي الطرق والآليات والقدرات التي يستخدمها الفرد لتوجيه الآخرين نحو تحقيق هدف معين.

2.1.2. مصادر القوة التنظيمية

لا يوجد اتفاق بين الكتاب والباحثين علي تصنيف موحد لمصادر القوة التنظيمية، ويرجع ذلك إلي تعدد وجهات النظر في دراسة مصادر القوة التنظيمية (الزبيدي، 2017). فهناك من يركز علي الجانب السلوكي (قوة القائد)، وهناك من يركز علي قوة الفرد والوحدات، وهناك من يركز علي أبعاد القوة العمودية والأفقية (دوسة وحسين، 2009). وهناك من يصنف مصادر القوة إلي قوة الإكراه، وقوة المكافأة، والقوة الشرعية، وقوة الخبرة، والقوة المرجعية (صادق ومحمد، 2014). فيما أشار كل من علي (2016) و Hall (2001) إلي أن مصادر القوة هي القوة المستمدة من الوظيفة (القوة الشرعية، قوة المكافأة، القوة القسرية)، والقوة المستمدة من الخصائص الفردية، والقوة الهيكلية.

وتركز هذه الدراسة علي الأبعاد الأربعة التالية (أبو زيد، 2010):

- أ- القوة الرسمية: يقصد بها امتلاك الفرد السلطة لإصدار الأوامر والتعليمات للمرؤوسين للقيام بما يكلفهم به، والامتثال لأوامره.
- ب- قوة الخبرة: يقصد بها قدرة الفرد علي التأثير في المرؤوسين بما يمتلكه من مهارات ومعارف وخبرات في مجال العمل.

- ج- قوة المكافأة: تشير إلى قدرة الفرد علي التأثير في المرؤوسين من خلال منحهم بعض المكافآت، والخوافز المادية والمعنوية في مقابل ما يقومون به.
- د- قوة المرجعية: تشير إلى قدرة الفرد علي التأثير في المرؤوسين من خلال احترامهم له، وتقديرهم به، وإعجابهم بشخصيته، وتقديرهم لخبرته وقدراته.

2.2. التماثل التنظيمي

1.2.2. مفهوم التماثل التنظيمي

يشير هذا المفهوم إلى اندماج رغبات العاملين مع رغبات المنظمة لتشكيل حالة من التماثل والتوافق. وقد زاد الاهتمام بموضوع التماثل التنظيمي لتأثيراته المختلفة علي العاملين والمنظمة ونجاحها، ومعدل دوران العاملين، والالتزام التنظيمي (غنام، 2016). وقد عرّف الشواورة (2016) التماثل التنظيمي علي أنه التواصل العاطفي والنفسي والذهني بين الموظف والمنظمة، ودرجة تشابه وتوافق أهداف العاملين مع أهداف المنظمة، وهي درجة نسبية. كما أن التماثل التنظيمي يشير إلى التشابه في الأهداف والاهتمامات والقيم بين العاملين والمنظمة التي يعملون بها (البشاشبة، 2008)، وولائهم لها، وحاسمهم لتحقيق أهدافها، ودعمها، والدفاع عنها من خلال التكامل والتوافق بين أهداف ورغبات العاملين وأهداف المنظمة، أي ربط العاملين لمصيرهم بمصير المنظمة (الزعيبي، 2013؛ العقلا، 2015؛ المصري والأغما، 2018).

ويري الباحث أن التماثل التنظيمي هو درجة التكامل والتوافق والانخراط النفسي والذهني للعاملين، وارتباطهم وولائهم للمنظمة، من خلال توافق واندماج رغباتهم وأهدافهم مع أهداف ورغبات المنظمة.

2.2.2. أبعاد التماثل التنظيمي

تمثل أبعاد التماثل التنظيمي التي تركز عليها الدراسة فيما يلي:

- أ- الولاء التنظيمي: يشير إلى إخلاص الفرد للمنظمة، والحماس، واتجاهاته الإيجابية نحو تحقيق أهدافها، والدفاع عنها، ودعمها (العمرى والعموش، 2017).
- ب- التشابه: يشير إلى إدراك الفرد للقيم والأهداف والرغبات المشتركة مع العاملين في المنظمة ومصالحهم (الحوامدة والقرالة، 2006؛ زرقين، 2015).

ج-الانتماء أو العضوية: يشير إلى مدى ارتباط وانتماء الفرد بالمنظمة، والتوافق النفسي مع المنظمة، وشعوره بالذات داخل المنظمة (خصاونة والعكرب، 2016؛ غنام، 2016).

3.2. السمعة التنظيمية

1.3.2. مفهوم السمعة التنظيمية

ازداد الاهتمام بمفهوم السمعة التنظيمية مؤخراً، نظراً لإدراك المديرين والعاملين أهمية السمعة في استمرار وبقاء المنظمة في بيئة العمل (رشيد والزياي، 2014)، وتحقيق أهدافها فيما يتعلق باكتساب عملاء جدد والحفاظ عليهم، وتحقيق الأرباح (عمير وصلاح الدين، 2017). كما أن هناك صعوبة في تحديد تعريف وقياس السمعة التنظيمية، نظراً لتعدد اتجاهات واختلاف الزوايا التي ينظر بها الباحثين والكتاب إلى السمعة التنظيمية (عودة، 2012). وقد أشار Shamma (2012) إلى ارتباط السمعة التنظيمية لأي مؤسسة بعدد من العوامل الداخلية والخارجية مثل سمعة المنافسين، وسمعة العملاء، وسمعة الصناعة نفسها، وسمعة المنظمات الأخرى العاملة في نفس المجال (عمير وصلاح الدين، 2017). فالسمعة التنظيمية كما عرفها أحمد (2016) هي الصورة الذهنية سواء إيجابية أو سلبية المتكونة لدي العملاء عن المؤسسة، وهي أحد الأصول غير الملموسة للمنظمة. كما أشار عمير وصلاح الدين (2017) إلى أن السمعة هي السلوكيات التي تعكس ردود فعل العملاء تجاه عمليات وأنشطة وخدمات المنظمة. كما يري عودة (2012) و Lange (2011) أن السمعة التنظيمية هي تصورات واتجاهات العملاء (سلبية أو إيجابية) نحو المنظمة، وترتبط بتقييم العملاء لكل عناصر المنظمة سواء خدمات أو معلومات أو جودة أو موارد بشرية ... الخ.

ويري الباحث أن السمعة التنظيمية هي الصورة والتصورات والرؤى (إيجابية أم سلبية) المتكونة لدي أي فرد يتعامل مع المنظمة، والمرتبطة بكل عمليات وأنشطة المنظمة.

2.3.2. أبعاد السمعة التنظيمية

تمثل أبعاد السمعة التنظيمية فيما يلي (عبد الفتاح، 2014؛ الفتلاوي، 2017):

أ- الإبداع: يعد الإبداع أحد العوامل المؤثرة في تطوير ونجاح أي منظمة. ويُقصد به ليس فقط القدرة علي خلق خدمات ومنتجات جديدة، وإنما يشمل أيضاً الممارسات الإدارية والإبداعية، وحل المشكلات بطريقة إبداعية، والسلوكيات الإبداعية، ودقة اتخاذ القرارات.

ب- المسؤولية الاجتماعية: تشير إلى مسؤولية المنظمة نحو المجتمع، بما يتجاوز التزاماتها المباشرة نحو أصحاب المصلحة (Smith, 2017). وهناك علاقة قوية بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وإدارة السمعة، وتستند هذه العلاقة على قيام المنظمة بدورها تجاه دعم المسؤولية المجتمعية. ج- جودة الخدمة: تشير إلى درجة الوفاء بمتطلبات واحتياجات العملاء بشكل يفوق توقعاتهم، وتحقيق رضائهم (Yu and Fang, 2009).

3. الدراسة الميدانية

1.1. طرق جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء لتجميع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية. وقد تكونت الاستمارة من ثلاث محاور رئيسية، تم تصميمها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي. وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لمستويات الموافقة وعدم الموافقة لمقياس ليكرت (غير موافق إطلافاً (1 : 1.79)؛ غير موافق (1.80 : 2.59)؛ محايد (2.60 : 3.39)؛ موافق (3.40 : 4.19)؛ موافق تماماً (4.20 : 5)).

وتنقسم محاور الدراسة على النحو التالي:

- المحور الأول: يتناول تقييم مستوى القوة التنظيمية (المتغير المستقل). ويتضمن هذا المحور أربع أبعاد رئيسية هم القوة الرسمية، وقوة الخبرة، وقوة المكافأة، وقوة المرجعية. وقد تم الاعتماد على دراسة الزبيدي (2017) في إعداد هذا المحور.
- المحور الثاني: يتناول تقييم درجة التماثل التنظيمي بين العاملين (المتغير الوسيط). ويتضمن هذا المحور ثلاث أبعاد رئيسية هم الولاء التنظيمي، والتشابه، والعضوية. وقد تم الاعتماد على دراسة المصري والأغا (2018) في إعداد عبارات هذا المحور.
- المحور الثالث: يتناول تقييم مستوى السمعة التنظيمية (المتغير التابع). ويتضمن هذا المحور ثلاث أبعاد رئيسية هم الإبداع، والمسؤولية الاجتماعية، وجودة الخدمة. وقد تم الاعتماد على دراسة الفتلاوي (2017) في إعداد عبارات هذا المحور.

2.3. مجتمع الدراسة وحجم العينة

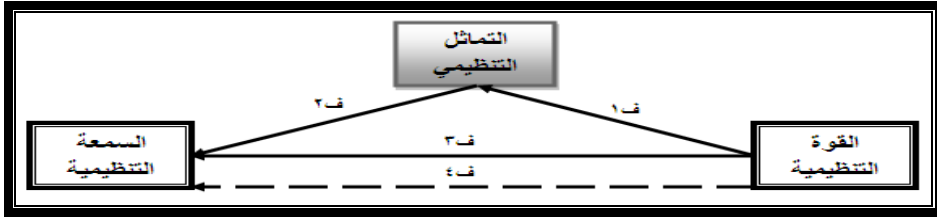
تمثل مجتمع الدراسة في شركات السياحة المصرية فئة "أ" بالقاهرة الكبرى (تشمل محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية). وتعمل هذه الشركات في تنظيم وتنفيذ جميع البرامج والأنشطة السياحية مثل تنظيم رحلات السياحة الداخلية والخارجية، بجانب حجز تذاكر الطيران، وتنظيم برامج السياحة الدينية (الحج والعمرة)، والنقل السياحي، وكافة الخدمات السياحية الأخرى. وتمثلت عينة الدراسة في مديري شركات السياحة المصرية فئة "أ"، ومديري الأقسام بهذه الشركات. وقد تم توزيع 350 استمارة علي عينة عشوائية منهم، وتم استرداد 332 استمارة، ووجد أن هناك 304 استمارة صالحة للتحليل، بينما هناك 28 استمارة غير صالحة للتحليل.

جدول 1: البيانات العامة والوظيفة لأفراد العينة

| المتغير | ك | المتغير | ك | المتغير | ك | المتغير | ك |
|--------------------|-----|-----------|----|--------------------------|----|--------------------|-----|
| النوع | ك | المؤهل | ك | الوظيفة | ك | عدد سنوات الخبرة | % |
| ذكر | 259 | متوسط | 38 | مدير الشركة | 38 | أقل من 7 سنوات | 11 |
| أنثي | 45 | بكالوريوس | 82 | مدير قسم الطيران | 82 | 7 - أقل من 14 سنة | 151 |
| السن | | دبلوم | 75 | مدير قسم السياحة | 75 | 14 - أقل من 21 سنة | 109 |
| أقل من 30 سنة | - | ماجستير | 16 | مدير قسم التسويق | 16 | 21 فأكثر | 33 |
| 30 - أقل من 40 سنة | 78 | دكتوراه | 82 | مدير قسم السياحة الدينية | 82 | | |
| 40 - أقل من 50 سنة | 159 | | 11 | مدير قسم الموارد البشرية | 11 | | |
| 50 فأكثر | 67 | | | | | | |

3.3. نموذج الدراسة المقترح

شكل 1: نموذج الدراسة المقترح



4.3. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم الاعتماد علي عدد من الأساليب الإحصائية التي يوفرها برنامجي SPSS V.25 و AMOS V.21، وتمثل هذه الأساليب فيما يلي:

- معامل ألفا كرونباخ: لحساب معامل الثبات والاتساق الداخلي لاستمارة الاستقصاء. وتم استخدام برنامج SPSS V.25.
- المتوسط الحسابي: لتحديد مستوى استجابة أفراد العينة حول متغيرات الدراسة. وتم استخدام برنامج SPSS V.25.
- الانحراف المعياري: لتحديد درجة تشتت الإجابات عن متوسطها الحسابي. وتم استخدام برنامج SPSS V.25.
- تحليل الارتباط: تم استخدام أسلوب بيرسون لاختبار الارتباط لتحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة. وتم استخدام برنامج SPSS V.25.
- تحليل المسار Path Analysis: لتحديد الأثر المباشر وغير المباشر للمتغير المستقل والمتغير الوسيط علي المتغير التابع. وتم استخدام برنامج AMOS V.21.

5.3. نتائج التحليل

اختبار الثبات والاتساق الداخلي لاستمارة الاستقصاء

يوضح جدول رقم (2) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بلغت أكثر من 87% لجميع الأبعاد والمتغيرات، وهي أكبر من النسبة المقبولة المقدرة بـ 70%. وتعبر هذه القيمة عن الثبات والاتساق الداخلي للبيانات (Pallant, 2011).

جدول 2: قيمة معامل ألفا كرونباخ

| المتغيرات | القيمة | المتغيرات | القيمة | المتغيرات | القيمة |
|-----------------|--------|------------------|--------|----------------------|--------|
| القوة الرسمية | 0.913 | الولاء التنظيمي | 0.889 | الإبداع | 0.917 |
| قوة الخبرة | 0.897 | التشابه | 0.903 | المسؤولية الاجتماعية | 0.879 |
| قوة المكافأة | 0.901 | العضوية | 0.911 | جودة الخدمة | 0.895 |
| قوة المرجعية | 0.922 | التماثل التنظيمي | 0.899 | السمعة التنظيمية | 0.873 |
| القوة التنظيمية | 0.908 | | | | |

اختبار صلاحية النموذج

لاختبار صلاحية النموذج؛ تم الاعتماد على اختبار قيم مؤشرات جودة المطابقة، وهي إحدى مؤشرات صدق البناء التوكيدي. تساعد هذه المؤشرات في تحديد مدى جودة النموذج المقترح بطريقتين، إما من خلال مقارنته بنموذج آخر أو باختبار التوافق بين مصفوفة التباين التي يفترضها النموذج والمصفوفة الملاحظة (الأبرو والنور، 2017؛ Hair et al., 2010). ووفقاً لقيم هذه المؤشرات يتم قبول أو رفض النموذج.

جدول 3: مؤشرات جودة أو تطابق نموذج الدراسة

| المؤشرات | قاعدة جودة المطابقة | المصدر |
|--|---------------------|-----------------------------|
| مربع كاي المعياري | أقل من 2 | Kline, 2011 |
| مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) | بين 0.05 - 0.08 | Hair et al., 2010 |
| حسن المطابقة (GFI) | أكبر من 0.90 | Chan et al., 2007 |
| مؤشر المطابقة المعياري (NFI) | أكبر من 0.90 | Tabachnick and Fidell, 2001 |
| مؤشر المطابقة المقارن (CFI) | أكبر من 0.95 | Schumacker and Lomax, 2010 |

المصدر: الأبرو، هادي والنور، الحمزة (2017) أثر موضع السيطرة وجودة العلاقة في سلوك العمل المنحرف من خلال الثقة في القائد والتمكين النفسي: دراسة تطبيقية على العاملين في مستشفيات البصرة الحكومية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، 13(2)، 201-231.

وقد تم حساب قيم مؤشرات جودة أو تطابق نموذج الدراسة باستخدام برنامج AMOS v.21. وتم التوصل إلى النتائج التالية:

الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية: دراسة تطبيقية [...]

جدول 5: قيم مؤشرات تطابق النموذج مع البيانات

| RMSEA | GFI | NFI | CFI | Chi-Square |
|-------|-------|-------|-------|------------|
| 0.032 | 0.939 | 0.975 | 0.997 | 1.32 |

ويوضح جدول رقم (5) أن قيم مؤشرات تطابق النموذج مع البيانات جميعها كان ضمن النسب المقبولة. وتدل هذه القيم علي قبول النموذج، وهذا يؤكد صدق البناء التوكيدي لمقاييس الدراسة، والتي تدل علي حسن مطابقة النموذج لبيانات عينة الدراسة.

نتائج التحليل الوصفي ومعامل الارتباط

أبرزت النتائج بجدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياري لمتغيرات الدراسة، حيث أوضحت النتائج ارتفاع المتوسط الحسابي للمتغيرات الثلاثة، فقد بلغ المتوسط الحسابي لمستوي القوة التنظيمية في شركات السياحة المصرية 4.26، مما يدل علي امتلاك هؤلاء المديرين للقدرة علي التأثير في الآخرين، وتوجيههم لإنجاز أعمالهم بكفاءة عالية. كما بلغ المتوسط الحسابي لدرجة التماثل التنظيمي لدي العاملين في شركات السياحة المصرية 4.34، مما يدل علي التطابق والتوافق بين أهداف واحتياجات العاملين والمنظمة، وولائهم لمنظمتهم. وأخيراً بلغ المتوسط الحسابي لمستوي السمعة التنظيمية لشركات السياحة المصرية 4.34، مما يدل علي السمعة التنظيمية الجيدة لهذه الشركات، حيث يتوافر الإبداع وجودة الخدمات المقدمة، بجانب القيم والالتزام المعنوي والأخلاقي لدي مديريها والعاملين بها.

كما يوضح الجدول أيضاً أن هناك علاقات ارتباطيه معنوية وطردية قوية بين متغيرات الدراسة، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط بين القوة التنظيمية والتماثل التنظيمي، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.793. كما أن هناك علاقة ارتباط بين التماثل التنظيمي والسمعة التنظيمية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.700. وأخيراً هناك علاقة ارتباط بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.738.

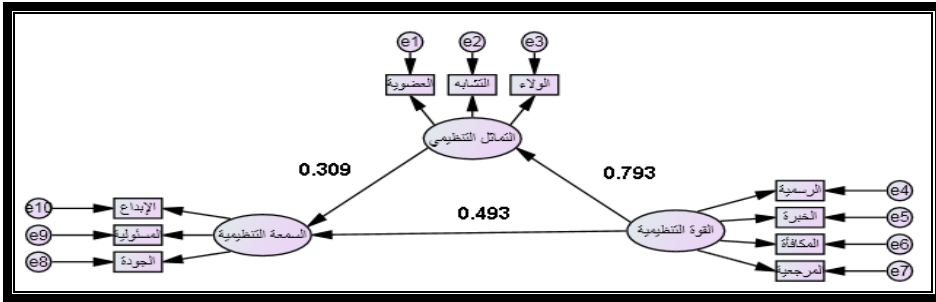
جدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والارتباطات بين متغيرات الدراسة

| المتغيرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | القوة التنظيمية | التمائل التنظيمي | السمعة التنظيمية |
|------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|
| القوة التنظيمية | 4.26 | 0.98 | 1 | | |
| التمائل التنظيمي | 4.34 | 0.99 | **0.793 | 1 | |
| السمعة التنظيمية | 4.34 | 0.92 | **0.738 | **0.700 | 1 |

6.3. اختبار فروض الدراسة

تقوم فروض الدراسة علي التعرف علي التأثير المباشر والتأثير غير المباشر بين المتغير المستقل والمتغير الوسيط والمتغير التابع. وقد تم استخدام برنامج AMOS v.21 في اختبار تلك التأثيرات.

شكل 2: تحليل المسار لنموذج الدراسة



وتبرز النتائج بالجدول رقم (7) قبول فروض الدراسة، حيث توضح النتائج وجود تأثير مباشر للمتغير المستقل علي المتغير التابع، وكذلك وجود تأثير غير مباشر للمتغير المستقل علي المتغير التابع في وجود المتغير الوسيط.

وقد أوضحت النتائج أن القوة التنظيمية تؤثر بشكل مباشر وإيجابي علي التماثل التنظيمي بنسبة 79.3%، وهذا يعني أن القوة التنظيمية تساهم في تعزيز درجة التماثل التنظيمي لدي العاملين في شركات السياحة المصرية بنسبة 79.3%.

كما أن النتائج توضح وجود تأثير مباشرة وإيجابي للتماثل التنظيمي علي السمعة التنظيمية، وذلك بنسبة 30.9%، وهذا يدل علي أن التماثل التنظيمية يعزز من السمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية بنسبة 30.9%.

الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية: دراسة تطبيقية [...]

علاوة على ذلك؛ تبرز النتائج وجود تأثير مباشر وإيجابي للقوة التنظيمية على السمعة التنظيمية بنسبة 49.3%، وهذا يعني أن القوة التنظيمية داخل شركات السياحة تساهم في دعم السمعة التنظيمية بنسبة 49.3%.

أما بالنسبة للتأثير غير المباشر الذي يعني تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع في وجود المتغير الوسيط؛ فقد بلغت قيمة تأثير القوة التنظيمية على السمعة التنظيمية في وجود التماثل التنظيمي كمتغير وسيط 44.5%، مما يدل على أن التماثل التنظيمي يلعب دوراً هاماً في تعزيز العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية. وبناءً على ما سبق يتم قبول جميع فروض الدراسة.

جدول 7: قيم التأثير المباشر والتأثير غير المباشر

| المتغيرات | المسار المعيارية | الخطأ المعياري | قيمة ت C.R | مستوي الدلالة |
|---|------------------|----------------|------------|---------------|
| القوة التنظيمية <--- التماثل التنظيمي | 0.793 | 0.035 | 22.657 | *** |
| التمائل التنظيمي <--- السمعة التنظيمية | 0.309 | 0.056 | 5.518 | *** |
| القوة التنظيمية <--- السمعة التنظيمية | 0.493 | 0.057 | 8.649 | *** |
| القوة التنظيمية <--- التماثل التنظيمي <--- السمعة التنظيمية | 0.445 | 0.044 | 10.114 | *** |

4. الخاتمة

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة مثل وجود مستوي عالي نسبياً من القوة التنظيمية داخل شركات السياحة المصرية، بجانب وجود درجة عالية من التماثل التنظيمي لدي العاملين في تلك الشركات، وكذلك ارتفاع مستوي السمعة التنظيمية في هذه الشركات. بالإضافة إلى أن هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية قوية بين القوة التنظيمية والتمائل التنظيمي والسمعة التنظيمية. كما أن القوة التنظيمية تؤثر إيجابياً ومعنوياً وبشكل مباشر على كل من التماثل التنظيمي والسمعة التنظيمية، وكذلك يؤثر التماثل التنظيمي بشكل إيجابي ومعنوي على السمعة التنظيمية داخل شركات السياحة. وأخيراً توصلت الدراسة إلى أن التماثل التنظيمي يلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.

وفي ضوء ما توصلت إلي الدراسة من نتائج؛ ومن أجل رفع كفاءة وفاعلية شركات السياحة المصرية، فإن الدراسة توصي بضرورة سعي شركات السياحة المصرية إلي تطبيق أنماط القيادة التي تشجع العاملين علي المشاركة في اتخاذ القرارات، ومشاركتهم في إدارة الشركة، والقيادة المحفزة والملهمة. كما يجب علي هذه الشركات تحسين جودة الحياة الوظيفية داخل هذه الشركات لمساعدة العاملين علي إنجاز ما يكلفون به من أعمال. كذلك يجب علي هذه الشركات الاهتمام بالعاملين فيها، والتعرف علي احتياجاتهم ورغباتهم، والعمل علي تلبيةها، حتى يزداد ولائهم وارتباطهم بالشركة، ومن ثم زيادة درجة التماثل التنظيمي. وكذلك الاستثمار باستمرار في دعم وتعزيز السمعة التنظيمية. وأخيراً يجب علي مديري شركات السياحة المصرية توجيه العاملين نحو تحقيق الأهداف مباشرة دون شعور العاملين باستخدام هؤلاء المديرين لسلطاتهم بشكل خاطئ.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو زيد، خالد (2010) أثر القوة التنظيمية علي الإبداع الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- أحمد، نضال (2016) إستراتيجية التطوير التنظيمي وأثرها في تحقيق الأهداف الإستراتيجية - اختبار الدور الوسيط للتعلم التنظيمي - دراسة ميدانية علي شركات صناعة الأدوية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- إمام، أحمد وعبد الحكم، أحمد (2015) القوة التنظيمية وعلاقتها بالإنجاز المهني لدي القيادات الرياضية بمديرية الشباب والرياضة، المؤتمر الدولي لعلوم الرياضة والصحة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، مصر.
- الأبرو، هادي والنور، الحمزة (2017) أثر موضع السيطرة وجودة العلاقة في سلوك العمل المنحرف من خلال الثقة في القائد والتمكين النفسي: دراسة تطبيقية علي العاملين في مستشفيات البصرة الحكومية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، 13(2)، 201-231.

الدور الوسيط للتمائل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية: دراسة تطبيقية [...]

البشاشة، سامر (2008) أثر العدالة التنظيمية في بلورة التماثل التنظيمي في المؤسسات العامة الأردنية: دراسة ميدانية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، 4(4)، 427-461.

الحوامدة، نضال والقرالة، أروي (2006) أثر المشاركة المدركة والمرغوبة في بلورة التماثل التنظيمي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية الرسمية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، 2(3)، 369-389.

الزبيدي، سحر (2017) القوة التنظيمية ودورها في تحقيق التوافق المهني لدي عينة من مدراء ومسؤولي الأقسام والشعب في كليات جامعة القادسية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 14(3)، 310-341.

الزعبي، خلود (2013) درجة ممارسة مديري المدارس الخاصة في عمان العاصمة لأبعاد القيادة التحولية وعلاقتها بالتماثل التنظيمي من وجهة نظر المعلمين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط.

الشوورة، طه (2016) أثر التماثل التنظيمي في دافعية العمل لدي معلمي وزارة التربية والتعليم الأردنية في مديرية التربية والتعليم لقصبة الكرك، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، الجامعة الإسلامية بغزة، 24(1)، 120-141.

الصريرة، خالد (2009) التماثل التنظيمي لدي أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية العامة وعلاقته بإحساسهم بالأمن، مجلة منتدى الأستاذ - المدرسة العليا للأساتذة في الآداب والعلوم الإنسانية بقسنطينة - الجزائر، 5/6، 99-132.

العقلا، محمد (2015) أثر العلاقة بين التماثل التنظيمي وإدراك العاملين للدعم التنظيمي علي تكنولوجيا الأداء البشري: دراسة ميدانية بالتطبيق علي قطاع الخدمات الصحية بالمملكة العربية السعودية، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، 1، 339-379.

العمرى، أيمن والعموش، آية (2017) درجة ممارسة عمداء الكليات لمهارات الاتصال الإداري وعلاقتها بمستوي التماثل التنظيمي لدي أعضاء هيئات التدريس في الجامعات الأردنية الرسمية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 37(1)، 17-

38.

الفتلاوي، ميثاق (2017) العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي - بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة السيارات، مجلة المثني للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المثني، 7(4)، 19-41.

المصري، نضال والأغا، محمد (2018) واقع العدالة التنظيمية كمصدر للتنافسية من خلال ممارسة الجامعات الفلسطينية لمعيار أمن المعلومات 27002/IEC/ISO في ضوء التماثل التنظيمي: مقترح تطبيقي تنموي إستراتيجي، المجلة العربية لضمان الجودة في التعليم الجامعي - اليمن، 11(35)، 3-36.

حسانين، جاد الرب (2013) أثر القوة التنظيمية علي الأمان الوظيفي بالتطبيق علي العاملين بقطاع الأعمال الخاص الصناعي بالمنطقة الغربية بالسعودية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، مصر، 37(3)، 77-106.

خصاونة، أنيس والعرب، فاروق (2016) أثر العدالة التنظيمية في الولاء التنظيمي في شركات النسيج في محافظة حلب في سوريا من وجهة نظر العاملين، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 13(2)، 1-35.

دوسة، طالب وحسين، سوسن (2009) القوة التنظيمية للقيادة الإداريين وأثرها في السلوك القيادي (بحث ميداني في وزارة المهجرين والمهاجرين)، مجلة الإدارة والاقتصاد، 75، 110-139.

رشيد، صالح والزيادي، صباح (2014) دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة - دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 16(1)، 6-32.

زرقين، سلمى (2015) مستوي التماثل التنظيمي لدي الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية - دراسة مقارنة بين المنظمة التجارية (مديرية سونلغاز - بشكرة) والخدمية (الإدارة المحلية للولاية - بسكرة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة.

شريف، أنير وعبد، صبا (2015) دور القوة التنظيمية في تحديد إستراتيجيات إدارة الموارد البشرية: بحث ميداني في مجلس محافظة كركوك، مجلة جامعة الأنبار الاقتصادية والإدارية، العراق، 7(14)، 357-382.

صادق، درمان ومحمد، شلير (2014) أثر القوة التنظيمية في التغيير التنظيمي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في عدد من فاكولتات الإنسانية في جامعة دهوك، المؤتمر الدولي العلمي حول إدارة التغيير في عالم متغير، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح، الأردن.

عبد الفتاح، إيمان (2014) نمذجة العلاقة بين السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية في ظل وجود الصورة الذهنية كمتغير معدل: دراسة ميدانية علي جامعة بورسعيد، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، 2، 618-551.

علي، صباح (2016) أثر القوة التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية، المجلة العربية للجودة والتميز، الأردن، 3(3)، 84-57.

عمران، فراس (2017) أثر مصادر القوة التنظيمية علي ضغوط العمل في المؤسسات المصرفية العامة في سوريا بالتطبيق علي مصرف التسليف الشعبي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية السورية.

عمير، عراك، وصلاح الدين، أحمد (2017) انعكاس إدارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة في مدينة بغداد، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، الجامعة الإسلامية بغزة، 25(3)، 75-52.

عودة، إيمان (2012) العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الإلكترونية وسمعة الجامعات - دراسة علي عينة من الجامعات الخاصة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.

غنام، أسيل (2016) أثر التماثل التنظيمي في الالتزام التنظيمي لدي الموظفين الحكوميين في مدينة إربد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك.

فلاق، محمد؛ إسحاق، خرشي وحدو، سميرة (2017) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز سمعة منظمات الأعمال وخلق القيمة المشتركة: منظور علائقي، المؤتمر الدولي حول الإدارة الإلكترونية بين الواقع والحتمية، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Chan, F.; Lee, G.; Lee, E.; Kubota, C. and Allen, C. (2007) Structural Equation Modeling in Rehabilitation Counseling Research, *Journal of Rehabilitation Counseling Bulletin*, 51 (1), 53–66.

Hair, J.; Black, W.; Babin, B. and Anderson, R. (2010) *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Pearson prentice Hall.

Hall, R. (2001) *Organizations: Structure, Processes, Outputs*, McGraw Hill, USA.

Kline, R. (2011) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, 3rd ed., The Guilford Press, New York.

Lange, D.; Lee, P. and Dai, Y. (2011) Organizational reputation: A review, *Journal of management*, 37(1), 153-184.

Pallant, J., (2011). *SPSS Survival Manual*, 4th ed, open university press, McGraw-Hill education.

Schumacker, R. and Lomax, R. (2010) *Structural Equation Modeling*, 3rd ed., Routledge, New York.

Shamma, H. (2012) Toward a comprehensive understanding of corporate reputation: Concept, measurement and implications, *International Journal of Business and Management*, 7(16), 151-169.

Smith, K. (2017) Longitudinal analysis of corporate social responsibility on company websites. *Business and Professional Communication Quarterly*, 80(1), 70-90.

Tabachnick, B. and Fidell, L. (2010) *Using Multivariate Statistics*, 4th ed., Boston Allyn and Bacon.

Yu, H. and Fang, W. (2009) Relative impacts from product quality, service quality, and experience quality on customer perceived value and intention to shop for the coffee shop market, *Total Quality Management*, 20(11), 1273-1285.

All Bibliography List in English.

Abdelfattah, E. (2014), Modeling the Relationship between Organizational Reputation and Competitiveness in the Presence of Mental Image as an Intermediary Variable: A Field Study on Port Said University, *Journal of Financial and Commercial Research*, Faculty of Commerce, Port Said University, 2, 551-618.

- Abo Zeid, Kh. (2010), The Impact of Organizational Power on the Functional Innovation of Employees in Jordanian Commercial Banks, Unpublished Master Thesis, Faculty of Business, Middle East University, Jordan.
- Ahmed, N. (2016), The Impact of Organizational Development Strategy on Achieving Strategic Objectives -Testing the Mediating Role of Organizational Learning -An Empirical Study on the Pharmaceuticals Manufacturing Companies in Jordan, Unpublished Master Thesis, Faculty of Business, Middle East University, Jordan.
- Al - Sarayrah, Kh. (2009), Organizational Identification among Staff in Jordanian Public Universities and Its Relationship to Their Sense of Security, Journal of the Professor Forum- High School of Professors in Arts and Human Sciences in Constantine - Algeria, 5/6, 99-132.
- Al-Abro, H. & Al-Nur, H. (2017), The Impact of Locus of Control and Relationship Quality in Counterproductive Work Behavior through Trust in the Leader and Psychological Empowerment : An Empirical Study on Workers in Public Hospitals in Basra, The Jordanian Journal of Business Administration, Jordan, 13 (2), 201-231.
- Al-Aqla, M. (2015), The Impact of the Relationship between Organizational Identification and Employees' Awareness of Organizational Support on Human Performance Technology: A Field Study on the of Health Services Sector in Saudi Arabia, Journal of Financial and Commercial Research, Faculty of Commerce, Port Said University, 1, 339-379.
- Al-Bashaabsha, S. (2008), The impact of the organizational justice upon the organizational identification in the Jordanian public cooperation, Jordanian Journal of Business Administration, Jordan, 4 (4), 427-461.
- Al-Hawamdah, N. & Al-Qarali, A. (2006), the Effect of Desired and Perceived Participation at Department and College Levels in Deliberating Organizational Identification for the Faculty Members in Governmental Jordanian Universities, Jordan Journal of Business Administration, 2 (3), 369-389.
- Ali, S. (2016), The Effect of Organizational Power on Achieving Competitive Advantage: An Applied Study in Jordanian

- Commercial Banks, Arab Journal of Quality and Excellence, Jordan, 3 (3), 57-84.
- Al-Masri, N. & Al-Agha, M. (2018), Competitiveness of Regulatory Justice at Palestinian Universities When Practicing Information Security Standard (ISO/IEC 27002) in Light of Regulatory Identification: A Strategic Developmental Practical Proposal, Arab Journal for Quality Assurance in University Education, 11(35), 3-36.
- Al-Shawawra, T. (2016), The Impact of Organizational Identification on the Teachers' Motivation in the Jordanian Ministry of Education in the Directorate of Education for Kark, Journal of Islamic University for Economic and Administrative Studies, Islamic University of Gaza, 24 (1), 120-141.
- Al-Zoubi, Kh. (2013), The Degree of Practicing Transformational Leadership Dimensions by Private School Principals in Amman the Capital and their Relationship to the Organizational Identification from Teachers' View Point, Unpublished Master Thesis, Faculty of Educational Sciences, Middle East University.
- Al-Zubaidi, S. (2017), Organizational Power and Its Role in Achieving Professional Compatibility of A Sample of Managers and Officials of Departments and Divisions in the Faculties of Qadisiyah University, Al-Ghari Journal of Economic and Administrative Sciences, 14 (3), 310-341.
- Chan, F., Lee, G., Lee, E., Kubota, C. & Allen, C. (2007) Structural Equation Modeling in Rehabilitation Counseling Research, Journal of Rehabilitation Counseling Bulletin, 51 (1), 53–66.
- Dosa, T. & Hussein, S. (2009), Organizational Power of Administrative Leaders and its Impact on Leadership Behavior (Field Research in the Ministry of Displacement and Migration), Journal of Administration and Economics, 75, 110-139.
- Eamir, E. & Salaheldin, A. (2017), Reflection of Customer Relations Management in Enhancing the Reputation of the Organization: An Exploratory study of a Sample of Private Iraqi Banks in Baghdad City, Journal of Islamic University for Economic and Administrative Studies, Islamic University of Gaza, 25(3), 52-75.
- Falaq, M., Ishaq, Kh. & Haddu, S. (2017), The Role of Social Networking in Enhancing the Business Organizations Reputation and Creating Shared Value: A Relational Perspective,

- International Conference on E-Management between Reality and Imperative, Ramah Center, Jordan.
- Fatalawi, M. (2017), The Relationship Between Agile Leadership and Organizational Reputation Building Through the Intermediary Role of Organizational Commitment - Analytical Research of the Opinions of A Sample of Workers in the General Company for the Automotive Industry, Muthanna Journal of Administrative and Economic Sciences, 7 (4), 19-41.
- Ghannam, A. (2016), The Effect of Organizational Identification on the Organizational Commitment of Government Employees in Irbid, Unpublished Master Thesis, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Yarmouk University.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2010), Multivariate Data Analysis, 7th ed., Pearson prentice Hall.
- Hall, R. (2001), Organizations: Structure, Processes, Outputs, McGraw Hill, USA.
- Hassanein, G. (2013), The Effect of Organizational Power on Job Security - Applied to the Workers in the Private Business sector in the Western Region of Saudi Arabia, Egyptian Journal of Commercial Studies, Egypt, 37 (3), 77-106.
- Imam, A. & Abdel Hakam, A. (2015), Organizational Power and its relation to the Professional Achievement of the Sports Leaderships in the Directorate of Youth and Sports, International Conference of Sports and Health Sciences, Faculty of Physical Education, Assiut University, Egypt.
- Imran, F. (2017), The Effect of Organizational Power Sources on Work Stress in Public Banking Institutions in Syria - Applied to the Popular Credit Bank, Unpublished Master Thesis, Syrian Virtual University.
- Khasawneh, A. & Al Akrab, F. (2016), The Impact of Organizational Justice on Organizational Loyalty in Textile Companies in Aleppo Governorate in Syria from the Employees' Perspective, Journal of the University of Sharjah for Humanities and Social Sciences, 13 (2), 1-35.
- Kline, R. (2011) Principles and Practice of Structural Equation Modeling, 3rd ed., The Guilford Press, New York.
- Lange, D.; Lee, P. & Dai, Y. (2011) Organizational reputation: A Review, Journal of management, 37(1), 153-184.

- Omari, A. & Amoush, A. (2017), The Degree of Practice Administrative Communication Skills among Faculty Deans and its Relationship with Organizational Identification Level among Faculty Members in the Public Jordanian Universities, *Journal of the Union of Arab Universities for Research in Higher Education*, 37(1), 17-38.
- Ouda, E. (2012), The Influential Relationship between the E-Services Quality and Universities Reputation - A Study on a Sample of Jordanian Private Universities, Unpublished Master Thesis, Business School, Middle East University.
- Pallant, J., (2011), *SPSS Survival Manual*, 4th ed., Open University Press, McGraw-Hill Education.
- Rachid, S. & Ziadi, S. (2014), Role of Social Responsibility in Promoting Organizational Reputation - An Analytical Study of the Views of University Leaders in a Sample of Qadisiyah University Faculties, *Qadisiya Journal of Administrative and Economic Sciences*, 16 (1), 6-32.
- Sadiq, D. & Mohammed, S. (2014), The Impact of Organizational Power on Organizational Change - An Exploratory study of the Views of a Sample of Administrative Leadership in a Number of Human Faculties at Duhok University, *International Scientific Conference on Change Management in a Changing World*, Ramah Center, Jordan.
- Schumacker, R. & Lomax, R. (2010) *Structural Equation Modeling*, 3rd ed., Routledge, New York.
- Shamma, H. (2012), Toward a comprehensive understanding of corporate reputation: Concept, measurement and implications, *International Journal of Business and Management*, 7, 151-169.
- Sherif, A. & Abed, S. (2015), The Role of Organizational Power in Defining Human Resources Management Strategies: Field Research in Kirkuk Governorate Council, *Anbar Economic and Administrative Journal, Iraq*, 7 (14), 357-382.
- Smith, K. (2017), Longitudinal analysis of corporate social responsibility on company websites. *Business and Professional Communication Quarterly*, 80(1), 70-90.
- Tabachnick, B. & Fidell, L. (2010), *Using Multivariate Statistics*, 4th ed., Boston Allyn and Bacon.

Yu, H. & Fang, W. (2009), Relative Impacts from Product Quality, Service Quality, and Experience Quality on Customer Perceived Value and Intention to Shop for the Coffee Shop Market, Total Quality Management, 20(11), 1273-1285.

Zarqain, S. (2015), The Level of Organizational Identification of the Human Resources in the Algerian Institution - Comparative Study between the Commercial Organization (the Department of Sunlgaz - Beshkra) and the Service (Local Administration of the State - Biskra). Unpublished Master Thesis, Mohammed Khaydar University - Biskra .