



الشغف الاستراتيجي ودوره في تحقيق الاداء السياقي من خلال المكانة الذهنية للمنظمة

Strategic passion and a role in achieving contextual performance
through the mental position of the organization

دعاء نجم المالكي

كلية الادارة والاقتصاد

جامعة الكوفة

أ.د فاضل الغزالي

كلية الادارة والاقتصاد

جامعة الكوفة

المستخلص

تهدف الدراسة الحالية بيان الدور الذي يمكن أن يؤديه الشغف الاستراتيجي، في تحقيق الاداء السياقي من خلال المكانة الذهنية للمنظمات، وقد تم اختيار قطاع المصارف كونه قطاع مهم وحيوي ويمارس دوراً هاماً في كل مفاصل الحياة، وتم اعتماد شركات الصيرفة والتحويل المالي كمجتمع للدراسة، وبلغ مجتمع الدراسة (91) موظف موزعين على (50) شركة صيرفة وتحويل مالي. وقد اختيرت منهم عينة مقدارها عينة (73) عنصر مستجيباً وفقاً لمعادلة احصائية خاصة باختيار حجم العينة المناسب، وتم استخدام البرامج (SPSS.V.23) و (Microsoft Excel 2010) و (Smart v2.3) في عمليات التحليل الاحصائي واعتمدت الدراسة المنهج التحليلي في اسلوبها البحثي، وقد تضمنت ثلاثة متغيرات متغير المستقل الشغف الاستراتيجي، وهو يحتوي على بعدين (الشغف الريادي، شغف المغامرة) كما تبنت الدراسة ثلاثة أبعاد للمتغير التابع الاداء السياقي (العمل بروح الفريق الواحد، القيادة، الالتزام واسع النطاق)، في حين كان للمتغير الوسيط المكانة الذهنية اربعة أبعاد ايضاً هي (الادراك، الدافع، الرغبة، السلوك). حيث توصلت، الدراسة إلى العديد من الاستنتاجات النظرية والعملية التي اجريت على محاور الدراسة، ومن خلال توزيع الاستبانة على المستجيبين، تم التوصل الى إجابات العينة المبحوثة إلى توافر الشغف الاستراتيجي يؤدي الى تطوير الاداء السياقي وتعزز المكانة الذهنية من هذه العلاقة.

الكلمات الرئيسية : الشغف الاستراتيجي، الاداء السياقي، المكانة الذهنية.



abstract

The current study aims to show the role that strategic passion can play in achieving contextual performance through the mental status of organizations. The banking sector was chosen as it is an important and vital sector and plays an important role in all aspects of life. The study (91) employees distributed among (50) banking and financial transfer companies. A sample of (73) respondents was selected from them according to a statistical equation for choosing the appropriate sample size. The programs (23.SPSS.V), (2010 Microsoft Excel) and (Smart v2.3) were used in the statistical analysis processes, and the study adopted the approach Analytical in its research method, and it included three dusty independent variables, strategic shaf, and it contains two dimensions (entrepreneurial passion, passion for adventure) and the study also adopted three dimensions for the dependent variable contextual performance (teamwork, leadership, broad commitment), while the study was The mediating variable mental status also has four dimensions (perception, motivation, desire, behavior). Where, the study reached many theoretical and practical conclusions that were conducted on the axes of the study, and by distributing the questionnaire to the respondents, the answers of the researched sample were reached to the availability of strategic passion that leads to the development of contextual performance and enhances the mental status of this relationship.

Keywords: strategic passion, contextual performance, mental position.



مقدمة

تسعى المنظمات بصورة عامة الى ، ضمان البقاء ،في بيئة الاعمال وتحقيق ،النجاح والتميز والتفوق الدائم في الأعمال، ومن اجل ذلك ، تقوم المنظمات بأداء أعمالها وفق سياق معين في محاولة منها لانسيابية هذه الاعمال وتعمل على ذلك من خلال زيادة الشغف الاستراتيجي لدى العاملين وتعزيزه من خلال العمل على المكانة الذهنية لها عند الزبائن، ومحاولة الخروج من قوقعة اداء المهمة ،حيث تعمل المنظمات ،على استخدام ادواتها الاستراتيجية ،والاليات والتقنيات المدروسة، التي تساعد على تحقيق الاهداف التي تسعى المنظمات الى تحقيقها ،وبالتالي كسب رضا الزبائن وثقتهم وولائهم لها في ضل وجود حاله المنافسة ،التي تشهدها منظمات الاعمال في عصر التنافس الشرس الذي تشهده بيئة الاعمال من هنا جاء منطلق هذه الدراسة ،حيث تشهد المنظمات ،تحدي كبير ومتزايد ،يوما بعد يوم هذا مادعى المنظمات في محاولة ايجاد استراتيجيات وحلول ضرورية وشاملة ،لخلق مكانة ذهنية للمنظمة ومواجه حاله المنافسة ،وكذلك ايجاد حلول، ناجحة للقضاء على حالة عدم الثقة لدى اغلب الزبائن في المنظمات المحلية ،وعلى الرغم من ضعف الاجراءات في بعض المنظمات ومن اجل القضاء على هذه المشكلة، تسعى الشركات على ضمان اثبات نفسها في بيئة الاعمال ،حيث تصب جل اهتمها في اثبات منتجاتها وخدماتها والعمل على كسب ولاء الزبائن تجاه المنظمة ،وذلك من خلال استخدام الادوات الاستراتيجية الملائمة ،في اداء المهام للوصول الى حالة ترسيخ الصورة الذهنية للمنظمة لدى الزبائن ،ومن هذه الادوات الاستراتيجية يبرز دور، الشغف الاستراتيجي الذي يركز بدوره على الجانب النفسي، السلوك الايجابي في التعامل، والاهتمام في خلق حاله الرضا والقبول ،والتركيز على الزبون وتلبية تطلعاته ،والذي يساعد خلق صور ذهنية و ضمان بناء مكانة للمنظمة في ذهن الزبون و البقاء في بيئة الاعمال والفوز بالمنافسة و معالجة نقاط الضعف التي تكون سببا في انخفاض، ثقة الزبون بالمنتجات والخدمات، و يمكن من خلال هذه الاجراءات والاستراتيجيات التي تساهم في كسب رضا الزبون وثقته بالمنظمة وخدماتها ومنتجاتها. وتبلور محور الدراسة حول التساؤل الرئيس الذي ينص : (هل يمكن للشغف الاستراتيجي ان يعزز الاداء السياقي للمنظمة من خلال المكانة الذهنية).



المبحث الاول منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

إنّ الجزء المهم في أي بحث هو المعرفة التامة لأبعاد المشكلة نفسها وترتيبها ترتيباً منطقياً وفق خطوات منتظمة ومتسلسلة من أجل الوصول إلى الحلول المثلى من خلال أدوات البحث العلمي المتعارف عليها وتسلسلها المنطقي فكرياً ونظرياً وميدانياً وتتضمنها تساؤلات سيتم التعرف عليه من خلال الفقرات الخاصة بمشكلة الدراسة.

تعاني المنظمات من الروتين والاجراءات بالتالي خلق جانب اداء روتيني او اداء مهام فقط بين العاملين مما يخلق صورة مشوشة وغير واضحة الرويا، لمكانة المنظمة، في نظر الآخرين لذا فان، لا بد من الالتفات الى الجوانب السلوكية، و المعرفية، التي تخلق السلوك الايجابي، ومنها الشغف الاستراتيجي، وأصبح هذا من التوجهات الاستراتيجية المهمة، التي تستخدمها المنظمات في رسم سياساتها واستراتيجياتها، التنظيمية حيث سعت، هذه المنظمات الى تطبيق هذه الرؤى، والأفكار، في الواقع، التنظيمي، في جميع هياكلها، التنظيمية، والسعي لتحقيق، التفوق والنجاح التنظيمي وتحقيق التفرد، والتميز بالتنافس، وتم تطبيق هذه الدراسة على العينة المختارة وهي مجموعة من شركات الصيرفة والتحويل المالي في محافظة كربلاء، ويمكن صياغة التساؤل في المشكلة الميدانية (كلما كان هناك شغف من قبل العاملين في الشركات، كلما قاد ذلك إلى تحقيق الاداء السياقي الذي يعزز من من خلال المكانة الذهنية).

ثانياً: تساؤلات الدراسة

بناءً على المشكلة الميدانية وتساؤلها الرئيسي الذي قاد الباحثة إلى بناء رؤية وتصور عن اهم التساؤلات الفرعية التي إنبثقت من التساؤل الرئيس وهذه التساؤلات تغطي كافة الجوانب المتعلقة بمشكلة الدراسة هذه التساؤلات هي:

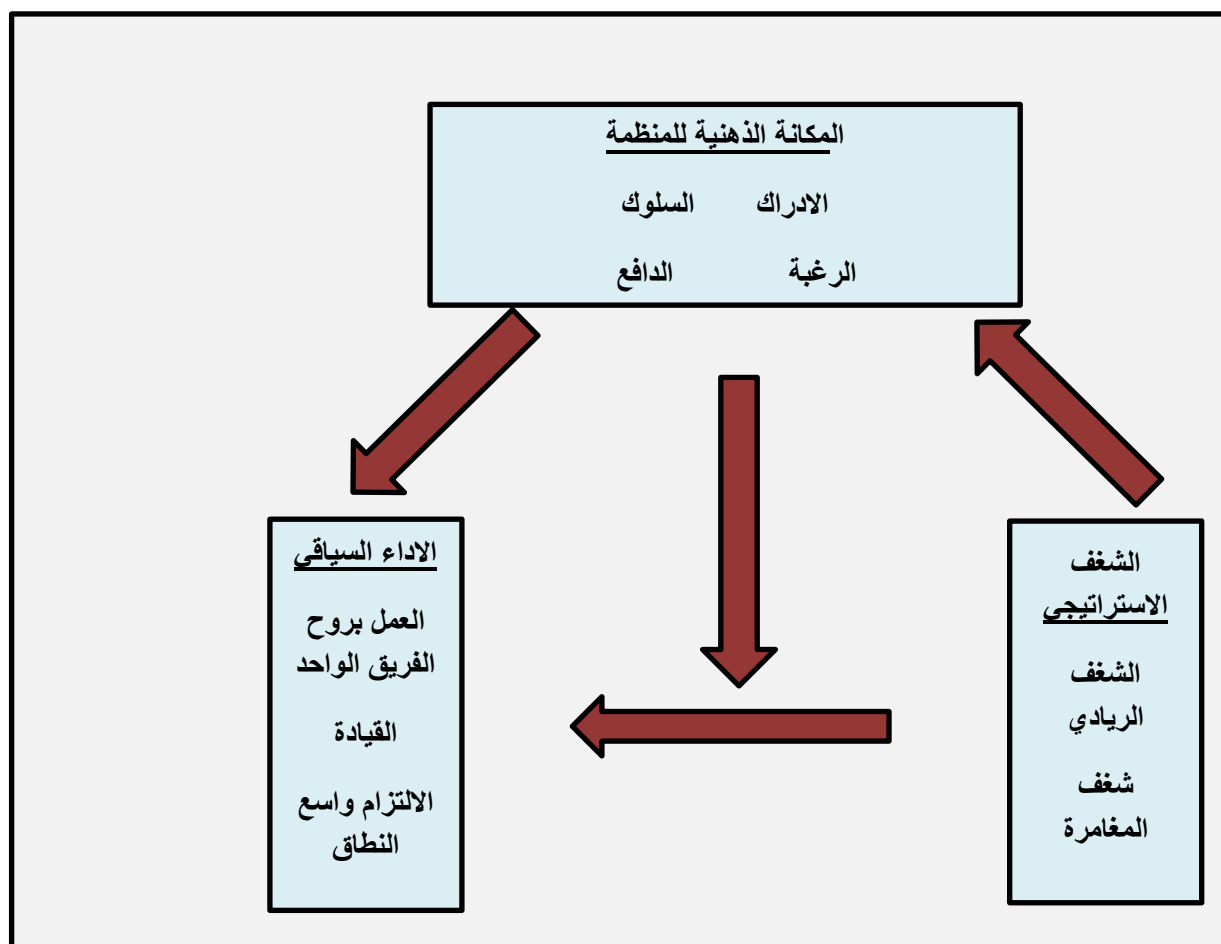
1. ما مدى توفر الشغف الاستراتيجي في الشركات المبحوثة ؟
2. هل هناك دور للشغف الاستراتيجي في تعزيز الاداء السياقي ؟
3. هل هناك دور للمكانة الذهنية في تعزيز الاداء السياقي ؟
4. ما مدى أدراك الشركات لأهمية الشغف الاستراتيجي ومعرفة الاداء السياقي؟

ثالثاً: المخطط الفرضي

يوضح المخطط الفرضي لهذه الدراسة على وفق ما تم التوصل إليه من خلال المسح الميداني والنظري، لمتغيرات الدراسة وبعد الاطلاع على ادبيات الموضوع وإستناد إلى تساؤلات



الدراسة الرئيسة والمتضمنة تحليل وتشخيص دور الشغف الاستراتيجي، في المنظمات. من خلال المكانة الذهنية، لذا فإن المخطط الفرضي يتكون من ثلاث متغيرات رئيسة وهي الشغف الاستراتيجي كمتغير مستقل يتكون من الأبعاد الآتية (الشغف الريادي، شغف المغامرة)، وهذا موجه لقياس الشغف الاستراتيجي. والمتغير الثاني وهو الاداء السياقي، ويتكون من الأبعاد الآتية (العمل بروح الفريق الواحد، القيادة، الالتزام واسع النطاق) وهذا موجه لقياس الاداء السياقي، والمتغير الثالث وهو المكانة الذهنية، ويتمثل في أبعاده (الادراك، السلوك، الرغبة، الدافع) موجه لقياس المكانة الذهنية والشكل (1) يوضح المخطط الفرضي للدراسة.



الشكل (1) مخطط الدراسة الفرضي



رابعاً: فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة تأثير معنوية احصائياً للشغف الاستراتيجي في الاداء السياقي.

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة تأثير معنوية احصائياً للشغف الاستراتيجي في الاداء السياقي من خلال المكانة الذهنية للمنظمة.

خامساً: مجتمع الدراسة وعينتها

لقد تم استهداف شريحة الموظفين لما يمتلكونه من خبرة طويلة في العمل الفني والإداري و لهم دور مؤثر. وقد بلغ حجم مجتمع الدراسة ممن تنطبق عليهم الخصائص والمواصفات المستهدفة من قبل الباحثة وحسب اخر احصائية للشركات البالغة (50) شركة كان عدد موظفيها (91) موظف وكانت العينة المستهدفة (73) موظف حسب صيغة احصائية في احتساب حجم العينة بأن الحد الأدنى لحجم العينة المقبول في هذه الدراسة ، لذلك تم توزيع (73) استمارة استبيان، تم استرجاع (70) استمارة استبيان استخدمت فعلا في عمليات التحليل الاحصائي .

المبحث الثاني

متغيرات الدراسة

اولاً: الشغف الاستراتيجي

1- المفهوم

إن الشغف بمعنى الالتزام الشديد بالعمل يفهم على أنه أنفتاح حساس للاهتمامات الاجتماعية والبيئية ، ان رواد الأعمال الذين يجدون أنفسهم تحت ضغط المنافسة في السوق ، يواجهون مزايا أو عيوباً ، يعتمد بشكل حاسم على المستوى الذي يتم فيه تفعيل الشغف لديهم . المزايا التنافسية ممكنة إذا انخرط المبتكرون من رواد الأعمال في نقاشات حول إيجاد القواعد وفي عمليات وضع القواعد التي تهدف إلى تحرير إمكانات كانت مهمة سابقاً لخلق القيمة (Beckmann et al.,2012:4). لذا يمكن تعريف الشغف الاستراتيجي بأنه ما يمكن الوصول إليه بوعي فهو مشاعر إيجابية مكثفة يتم اختبارها من خلال المشاركة في أنشطة الأعمال المرتبطة بأدوار ذات مغزى وبارزة ، هو شعور قوي وإيجابي مستمد من التعريف القوي لأنشطة الأعمال المحددة Zollo (et al.,2020:5).



2- الأبعاد

أعتماداً على دراسة (العبادي و الموسوي، 2020) فإن أبعاد الشغف الاستراتيجي تتكون من بعدين (الشغف الريادي، شغف المغامرة).

أ- الشغف الريادي

يرى (العبادي والموسوي، 2020: 71) في الدراسات المتعلقة بالعاطفة التجارية، تميل الأنشطة المتأصلة في عملية تنظيم المشاريع التي العمل كهدف لشغف رجال الأعمال يجادل بأن الشغف الاستراتيجي يتعلق بتحديد واستكشاف فرص الأعمال الجديدة وتأسيس وتطوير الأعمال القائمة. والشغف الريادي عبارة عن مشاعر إيجابية مكثفة يتم اختبارها من خلال الانخراط في أنشطة قيادة الأعمال المرتبطة بأدوار ذات مغزى وبارزة. إذ يوفر الشغف الريادي الشغف بالتأسيس المرتبط بالأنشطة المتعلقة بتجميع الموارد البشرية والمالية والاجتماعية الأساسية لتكوين شركة جديدة وتغذيتها. ويتعلق أيضاً بالابتكار وتطوير منتجات وخدمات جديدة ، ومسح البيئة بحثاً عن آفاق سوق جديدة ، والعمل مع نماذج أولية جديدة. ويرتبط أيضاً بشغف التطوير لتنمية الشركة وتوسيعها فيما يتعلق بالمشاعر الإيجابية الشديدة لتوظيف موظفين جدد أو زيادة المبيعات أو إيجاد مستثمرين خارجيين. إمكانية الإنجاز في قيادة الأعمال وخاصة في مرحلة الشركة الجديدة يعتمد على الإجراءات التي تتعلق بالتأسيس والاختراع والتطوير. إذا تم تحفيز المشاعر الإيجابية الشديدة فإن الشغف الريادي يساعد على إحداث استراتيجيات جديدة تمنح الشركة ميزة تنافسية (Yang, 2021:7).

ب- شغف المغامرة

أن الشغف الاستراتيجي يؤثر على المنظمة و أصحاب العمل فيما يتعلق بالمخاطرة ، أظهرت الدراسات أن المشاعر المختلطة لها علاقة إيجابية قوية بإدراك المخاطر ، وبالتالي يمكن أن تؤدي إلى سلوك حذر (Yang, 2021:8). ألا أنه في ظل الديناميكية البيئية (أي معدل التغيير وعدم الاستقرار وعدم القدرة على التنبؤ في البيئة) وتحت التعقيد البيئي (أي عدم التجانس والتشتت في البيئة) تكون المخاطر عالية، إلا أنه في بعض الأحيان يكون حب المغامرة حاضر والقدرة على تحمل المخاطر عالية لدى الافراد والعمل على أغتنام الفرص لتحسين الأداء. يساعد شغف المغامرة أيضاً في تحقيق الأهداف الصعبة ، فهو يؤدي إلى متابعة مثل هذه



الأهداف من خلال الممارسة المتعمدة. يوفر شغف المغامرة أيضاً طاقة وتحفيزاً أعلى لتحقيق أداء أعلى مقارنة بالآخرين، ويضمن التزاماً قوياً بإدارة الأحداث والانحرافات غير المتوقعة في خطة العمل التي قد تؤدي بخلاف ذلك إلى ضعف الأداء. علاوة على ذلك فهو يتعامل مع انخفاض التسامح مع الإخفاقات التي قد تنعكس في الاداء بصورة عامة Patel et (al.,2015:2,3).

ثانياً: الاداء السياقي

1- المفهوم

إن وتيرة التغيير التنظيمي في القرن الحادي والعشرين تتسارع، مدفوعة بالتكنولوجيا والعولمة والتي تحل محل الهياكل الشبكية. أصبحت الفرق هي الوحدة التنظيمية. وعلى الرغم من أن الطريقة التي نعمل بها اليوم مختلفة تماماً عن الطريقة التي عملنا بها قبل عشرين عاماً إلا أن الإدارة الفعالة لأداء الموظف لا تزال مفتاحاً للنجاح التنظيمي. ولا تزال أنظمة المكافآت والتقدير تركز بشكل أساسي على إكمال المهام وتحقيق الهدف Pradhan & Pradhan, (2015:228). ويتجلى الأداء السياقي في الإصرار على الحماس وبذل جهد إضافي حسب الضرورة لإكمال أنشطة مهمة الفرد بنجاح والتطوع للقيام بالأنشطة المهمة والمساعدة والتعاون مع الآخرين و اتباع القواعد والإجراءات التنظيمية و ان الأداء السياقي يتم تقييمه بشكل واضح ويظهر على موقع الشبكة الداخلية للمنظمات ويتم تقديم مثال ثانٍ لكيفية دمج السلوكيات السياقية بشكل صريح في عملية التقييم وتدمج هذه المنظمة سلوكيات الأداء السياقية المتعلقة بقيم الشركة في عملية تقييم ويقدم المدير المباشر لكل موظف وزملائه وأعضاء فريق ملاحظات محددة حول السلوكيات المتعلقة بالجودة واحترام الافراد والقيادة والتعاون وبالتالي يتم دمج هذه الملاحظات في تقييم الأداء العام للمشرف للموظف WIDODO & YUSUF, (2021:380). لذا يمكن تعريف الاداء السياقي بأنه السلوك الذي لا يدعم الجوهر الفني للشركة فقط بل يدعم البيئة الاجتماعية والنفسية لها والتي تجري فيها اغلب العمليات التقنية (Şahin et al., 2020:9).

2- الأبعاد

حدد (Smither & London, 2009:311) ثلاثة أبعاد (العمل بروح الفريق الواحد ، القيادة ، التزام واسع النطاق) :-



أ - العمل بروح الفريق الواحد

يمكن تعريف الأداء السياقي الجماعي على أنه مدى قدرة الفريق على تلبية أهداف الجودة والتكلفة والوقت المحددة يعتمد تصور نجاح المشروع جزئياً على منظور المقيم. وبالتالي و من المهم تضمين وجهات نظر متعددة (على سبيل المثال للشركة أو الزبون أو الفريق) وعند تقييم أداء الفريق. يجب الاعتراف بأن تحديد أهداف الأداء السياقي واضحة ودقيقة في بداية المشروع أمر صعب بشكل خاص في حالة الابتكارات لأن الموضوع غالباً ما يكون شديد التعقيد وغير مؤكد و يتم وصف أداء الفريق من خلال متغيراته الفاعلية والكفاءة وتشير الفاعلية إلى الدرجة التي تلبي بها الفرق التوقعات فيما يتعلق بجودة النتيجة ، بينما تتعلق الكفاءة بالالتزام بالجدول الزمنية والميزانيات. ولذلك تعكس الفاعلية مقارنة بين المخرجات المقصودة مقابل المخرجات الفعلية في حين تستند تقييمات الكفاءة إلى مقارنة المدخلات المقصودة مقابل المدخلات الفعلية (Hoegl et al ., 2003:283) .

ب - القيادة

يعد أداء الافراد في الأدوار القيادية التي تتطلب الممارسة الفعالة للتأثير الشخصي و نتيجة لذلك يمكن فهم أداء السياقي باستخدام عدد من النماذج الوصفية المختلفة. ويمكن القول أن القائد باعتباره نموذجاً قوياً لحل المشكلات قد حظي باهتمام أقل واهتمام أقل بشكل كبير و القائد كمعلم أو زعيم كسياسي أو قائد كنماذج وصفية محارب (Wuryani et al., 2021:367) . وبالتالي و من منظور عملي غالباً ما يُنظر إلى القائد باعتباره نموذجاً لحل المشكلات على أنه شيء من "طريق مسدود". ومع ذلك فإن الاداء السياقي هو قدرة أساسية التي تؤدي إلى اكتساب أسرع للخبرة ومهارات لحل المشكلات المعقدة وبعبارة أخرى يتم التوسط في تأثيرات على الأداء القيادي من خلال الخبرة والمعرفة والمهارات للعمل مع هذه المعرفة. ومن الواضح أنه يمكن تطوير التدخلات لتزويد الافراد بالمعرفة التي يحتاجون إليها لأداء السياقي و التي يحتاجها الافراد. ويسمح الاداء السياقي للأفراد بالعمل بهذه المعرفة في حل أنواع المشاكل التي تطرحها المهام القيادية. وعند النظر في كل من هذه المهارات سوف ندرس استراتيجيات تنفيذ المهارات التي تساهم في تحسين أو تراجع أداء أولئك المطلوب منهم حل أنواع المشاكل التي يواجهها الافراد في الأدوار القيادية (Mumford et al., 2017:2) .



ت- التزام واسع النطاق

إن الالتزام واسع نطاق هو "الدرجة التي يتعامل بها الموظف مع شركة معينة وأهدافها ورغبته في الحفاظ على العضوية في الشركة وفقاً للتعريف أعلاه ، يمكن وصف الالتزام بأنه حالة أن يكون الموظف على استعداد لأداء واجبات تنظيمية ويريد الحفاظ على موقعه داخل شركة (Herrera & Rosas, 2021:2). و يمكن أن يؤثر التزام واسع النطاق في المجالات الوظيفية سلباً أو تحد من أداء الشركة وبالتالي على الرغم من أهمية التبادلات الثنائية والأنشطة التعاونية فإن تكامل النطاق الأوسع أمر بالغ الأهمية أيضاً. ولكي نكون أكثر تحديداً حتى لو كانت أقسام التسويق والخدمات اللوجستية تعمل معاً بشكل وثيق من خلال إجراء التخطيط المشترك وتطوير التفاهم المتبادل ومواءمة الأهداف فإن المشاركة السلسلة للمجالات الوظيفية الأخرى أمر ضروري أيضاً. ولتحسين الأداء السياقي من خلال دمج جميع جوانب تدفقات الأعمال و من المحتمل أن يؤدي التكامل متعدد الوظائف على مستوى الشركة إلى التوسط في العلاقة بين الأنشطة التعاونية وأداء الشركة كنتيجة لزيادة التواصل والتنسيق الذي يشمل المزيد من المجالات الوظيفية واتخاذ المزيد من نهج العملية (Chen et al., 2007:9).

ثالثاً: المكانة الذهنية

1- المفهوم

ادركت العديد من المنظمات أهمية المكانة الذهنية الجيدة لدى عدد من الزبائن والمكانة الذهنية تعد بمثابة الفكرة التي يكونها الزبون عن موضوع ما وما يترتب عليه من آثار ايجابية والمكانة الذهنية عادةً ما تكون مبنية على الاقتراح المنظم بحيث تشكل من خلالها مختلف سلوكيات الافراد. والمكانة الذهنية للأفراد تتعلق بمدى انتمائهم للمنظمة ككل بدل من مجال تخصصهم المهني وتساهم المكانة الذهنية في تحسين سلوك الافراد في المنظمة وتعد المكانة الذهنية بمثابة كنز من الصعب الحصول عليه ومن السهل ضياعه (Muntaner et al., 2004:53). لذا يمكن تعريف المكانة الذهنية بأنها مجموعة من المشاعر العاطفية التي تسعى إلى إحداث حالة من التغيرات النفسية لدى المستهلك للتأثير على تصوره أو رؤيته تجاه المنظمات (Wicken et al., 2021:2).



ثانياً: الأبعاد

تبنت الباحثة نموذج (العامري، 2015:69) و (الراشدي والعتار، 2020: 107) في دراستها الحالية كأبعاد:

أ- الإدراك :

يبدأ فهمنا لسلوك الأفراد من فهم الطريقة التي يدركون بها الأشياء لذا فإن الهدف الأساسي للمنظمة هو توجيه الأفراد نحو تحقيق أهدافها ، وهذا يعتمد على التعرف على تصور الأفراد وكيفية توجيه المحفزات التي تدفع هذا السلوك إلى تخدم المنظمة وكيف يدرك الأفراد هذه المحفزات داخل المنظمة .(Elsbach, 2003:300). وسلوكنا يتوقف على كيفية تفسيرنا وإدراكنا للأشياء من حولنا سواء كان هذا التفسير والتصور صحيحين أم خاطئين. قد يفسر أحد الموظفين توجيهات رئيسه على أنها توجيهات ونصائح بينما يشرح مرسوم آخر ذلك (Asatiani et al., 2019:3) . والتوجيه بحد ذاته على أنه سيطرة وتحكم مبالغ فيهما. وفي بعض الأحيان يمكن تفسير الابتسامة على أنها تحية و يتم تفسيرها على أنها سخريّة. وقد يفسر المرسوم انتقاد الرئيس على أنه إهانة ، في حين المرسوم يعتبرها محاولة أخرى لوضعه على الخط الصحيح. قد ينظر أحد الزملاء إلى زميله على أنه خصم ويقاوم معه من أجل الحصول على عائد معين أو ترقية و على الرغم من حقيقة أن هذا الزميل منفتح الذهن وذو شخصية جيدة . (dos Santos et al., 2022:338) .

ب-- السلوك

السلوك هو دراسة سلوك الافراد داخل بيئة العمل ويتضمن كيف يتصرف الافراد بمفردهم وكيف يتصرفون في مجموعات والسلوك يحدد فقط اهداف ومهمه المنظمة وكيف يتعامل الافراد مع بعضهم داخل المنظمة . وبشكل عام يمكن القول بأن السلوك هو دراسة وكشف وتحليل السلوك البشري أثناء العمل. ويقصد به هو كل نشاط أو تصرف ذهني يصدر عن الفرد بطريقة والتي تقدم منفعة إلى المجتمع خدمية كانت أم سلعية & Nicholson (Audia, 2021:315) . اكتشاف الفرد لمعنى المنبهات حوله والعمل على إعطائها شروحات ودلالات تساعده على توجيه سلوكه في اتجاه معين. وقد يحاول الفرد العايس إغوائه



وقد يحاول الفرد المبتسم مشاركة اللحظة السعيدة وقد يوفر له الفرد المتعب قدرًا من الراحة. و يؤكد السلوك كمجال من مجالات العلوم على سلوك وطبيعة وأفعال الأفراد داخل المنظمة ، بينما يدرسون في نفس الوقت طبيعة وسلوك المنظمات داخل البيئة المحيطة بهم (Weatherly, 2021:13).

ت- الرغبة

تختلف الآراء حول الرغبة وتعرف على أنها انعكاس لمتطلبات الهو وأولئك الذين يعرفونها على أنها لتلبية الاحتياجات للأفراد. و الرغبة هي الافتقار إلى الشيء الذي يتمناه الفرد أو يرغب في تحقيقه ولكنها ليست بنفس الأهمية مقارنة بالاحتياجات Pettit & Smith, (1990:566) وتعتبر الرغبة "من المصطلحات الشائعة في دراسة العلوم الادارية وعلى الرغم من أن أيا منهما لم يكن موضوعًا للكثير من التنظير الواضح وكثيرًا ما يتم قبول كلاهما باختصار لـ "ما يريده الافراد (Carling & Collins, 2018:915). الرغبة هي حالة ذهنية ترتبط عادة بعدد من التأثيرات المختلفة؛ حيث إنّ الشخص الذي لديه رغبة يفكر بطرق معينة، ويميل إلى التصرف بطرق معينة، ويشعر بطرق معينة، وإذا رغب الفرد في شيء ما ، فسيحاول الحصول عليه ، ولكن إذا لم يحصل عليه في نفس الوقت فسيشعر برغبة أكبر، وسيفكر فيه كثيرًا ،وسيجد افتقاره، إلى ذلك محزن (Crossley, 2020:6).

ث-الدوافع

أصبح الدافع مفهومًا مركزيًا في علم النفس. في الواقع ، من الإنصاف القول إنه اليوم أحد المكونات الأساسية لمعظم نظريات التعلم والسلوك الاجتماعي الحديثة. هناك عقبة واحدة في هذا التطور الجدير بالملاحظة ، مع ذلك ، لأن المفهوم الخاص للدافع الذي يستخدمه معظم علماء النفس يستند إلى النموذج الذي عفا عليه الزمن الذي تضمنه كانون في بيانه الكلاسيكي للنظريات المحلية للجوع والعطش . وهو الرغبة (في الحصول أو التجنب أو الهروب من شيء ما). وعلى هذا السياق فإن الدافع له ،جانب موضوعي، (هدف أو شيء ،يطمح إليه الافراد) وجانب داخلي أو شخصي (أنت من يرغب في الشيء أو يريده بعيدا). (Stellar,1954:5) . والدافع هو مفتاح المثابرة في العمل. وعندما يكون لديهم دافع جوهرى يختبر الافراد أنشطة العمل كغاية في حد ذاتها ، بحيث يتعارض النشاط مع هدفه. والنتيجة هي زيادة الاهتمام والتمتع بأنشطة العمل. لذا يجب على الإدارة العليا تحديد أنواع الدوافع التي يمكن أن تحفز الفرد وتدفعه

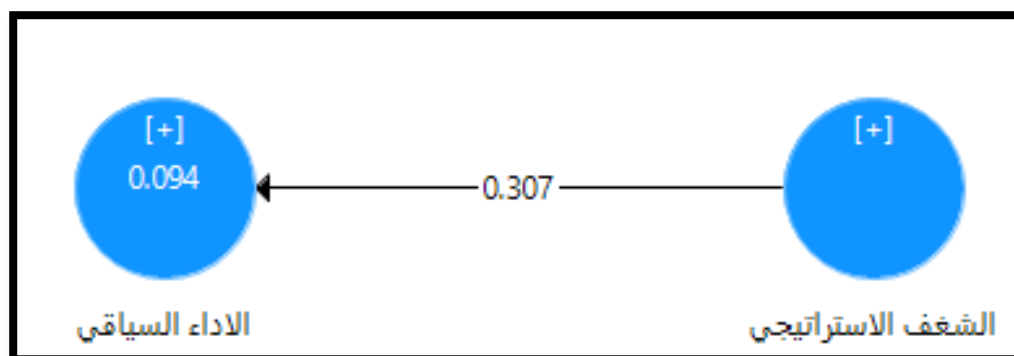


على العمل ، وأن تحدد أكثرها تأثيراً على سلوك الفرد ، ثم تستخدم الأساليب المناسبة لاستفزازها. ويمثل الاختلاف في الدوافع من فرد إلى آخر تحدياً خطيراً لذا يجب أن تواجهه الإدارة لغرض النجاح في معالجة الدافع الحقيقي للفرد للعمل & Fishbach (Woolley,2022:2).

المبحث الثالث اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الرئيسية الاولى:

تنص الفرضية الرئيسية الثالثة (H1) على: ((توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للمتغير المستقل (الشغف الاستراتيجي) في المتغير التابع (الاداء السياقي)، ولغرض اختبار هذه الفرضية فقد تم بناء الانموذج الهيكلي في الشكل (2)، كما يستعرض الجدول (1) نتائج تقييم الانموذج الهيكلي لهذه الفرضية.



شكل (2) الأنموذج الهيكلي لاختبار الفرضية الرئيسية الاولى

جدول (1) نتائج تقييم أنموذج الفرضية الرئيسية الاولى

الفرضية	المسار	VIF	معامل المسار	t Value	p Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	R^2 المعدل
H1	SP → CP	1	0.307	2.992	0.003	تقبل	0.104	0.094	0.081

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SmartPLS v.3.3.2

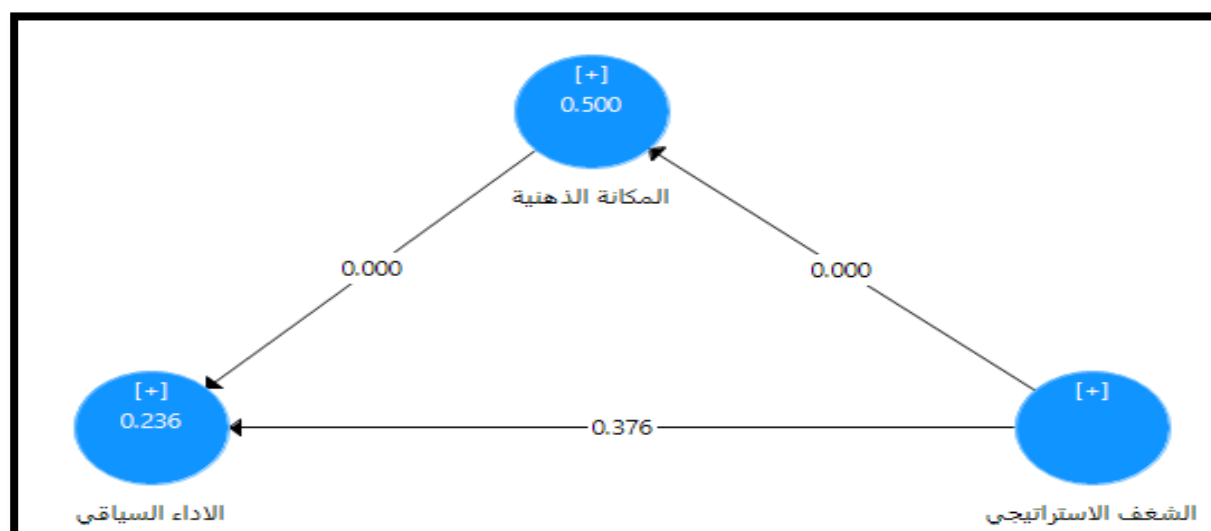


يستعرض الجدول (1) نتائج تقييم الأنموذج الهيكلي للفرضية الرئيسة الاولى والتي توصلت إلى أن معامل المسار (التأثير) قد بلغ (0.307) والتي تكون معنوية عندما تتجاوز قيمة (t) 1.96 وان لا تتجاوز قيمة (P) 0.05 وفقاً لقاعدة (Hair et al., 2017)، وبالتالي رفض هذه الفرضية.

كما أظهرت نتائج ان قيم معامل التحديد المعدل قد بلغت (0.081)% وهذا يشير الى ان متغير (الشغف الاستراتيجي) استطاع ان يفسر المتغير التابع (الاداء السياقي) بنسبة (0.081)% وبقيّة النسبة هي عوامل اخرى لم تتناولها الدراسة. وعلى اساس النتيجة أعلاه سيتم قبول الفرضية التي تنص على: ((توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للمتغير المستقل (الشغف الاستراتيجي) في المتغير التابع (الاداء السياقي)).

اختبار الفرضية الرئيسة الثانية:

تنص الفرضية الرئيسة الثانية (H2) على وجود علاقة تأثير غير مباشرة موجبة ذات دلالة معنوية (للشغف الاستراتيجي) في (الاداء السياقي) من خلال (المكانة الذهنية) ولغرض اختبار هذه الفرضية فقد تم بناء الانموذج الهيكلي في الشكل (3)، كما يستعرض الجدول (2) نتائج تقييم الانموذج الهيكلي لهذه الفرضية.



شكل (3) الأنموذج الهيكلي لاختبار الفرضية الرئيسة الثانية



جدول (2) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الثانية

الفرضية	المسار	VIF	معامل المسار	t Value	p Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	R^2 المعدل
H2	SP→MP →CP	1	0.376	3.748	0.000	تقبل	0.185	0.236	0.213

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SmartPLS v.3.3.2

يستعرض الجدول (2) نتائج تقييم الأنموذج الهيكلي للفرضية الرئيسة الثانية والتي توصلت إلى أن معامل المسار غير المباشر (التأثير الوسيط) قد بلغ (0.376)، والتي تكون معنوية عندما تتجاوز قيمة (t) 1.96 وان لا تتجاوز قيمة (P) 0.05 وفقاً لقاعدة (Hair et al., 2017)، ومن خلال الجدول يتضح تحقق الحدود المطلوبة، وهذا يثبت ان متغير (المكانة الذهنية) يلعب دور الوسيط في العلاقة ما بين (الشغف الاستراتيجي) و(الاداء السياقي)، وبالتالي قبول هذه الفرضية.

المصادر

- 1- العبادي، هاشم فوزي، والموسوي، حوراء رشيد. (2021). "الشغف الاستراتيجي ودوره في بناء المنظمات الريادية: دراسة تطبيقية في المستشفيات الاهلية في محافظة النجف الاشرف". مجلة المثنى للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد (11)، العدد (1)، الصفحات 77-68.
- 2- العطار، فؤاد حمودي، الراشدي، رائد حميد ناصر. (2020). "دور القيادة بالقيم في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة (دراسة إستطلاعية لأراء موظفي جامعة وارث الانبياء عليه السلام / العتبة الحسينية المقدسة)". العدد (34)، المجلد (9)، الصفحات 105-135.
- 3- العامري، عذراء هادي كاظم، (2015)، دور العرض البصري في تعزيز المكانة الذهنية للمنظمة دراسة تحليلية لأراء بعض العاملين في المجمعات التجارية في مركز محافظة بابل، رساله ماجستير، جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، 2015.



- 4- Asatiani, A., Penttinen, E., Rinta-Kahila, T., & Salovaara, A. (2019, December). Implementation of automation as distributed cognition in knowledge work organizations: Six recommendations for managers. In *40th international conference on information systems* (pp. 1-16).
- 5- Beckmann, Markus; Pies, Ingo; von Winning, Alexandra (2012) : Passion and compassion as strategic drivers for sustainable value creation: An ordonomic perspective on social and ecological entrepreneurship, Diskussionspapier, No. 2012-22, ISBN 978-3-86829-540-5, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Lehrstuhl für Wirtschaftsethik, Halle (Saale) (<https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-17712>).
- 6- Carling, J., & Collins, F. (2018). Aspiration, desire and drivers of migration. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44(6), 909-926.
- 7- Chen, H., Mattioda, D. D., & Daugherty, P. J. (2007). Firm-wide integration and firm performance. *The International Journal of Logistics Management*.
- 8- Crossley, É. (2020). Ecological grief generates desire for environmental healing in tourism after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 536-546.
- 9- Elsbach, K. D. (2003). Organizational perception management. *Research in organizational behavior*, 25, 297-332.
- 10- Fishbach, A., & Woolley, K. (2022). The structure of intrinsic motivation. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 9.
- 11- Hoegl, M., Parboteeah, K. P., & Gemuenden, H. G. (2003). When teamwork really matters: task innovativeness as a moderator of the teamwork–performance relationship in software development projects. *Journal of Engineering and Technology Management*, 20(4), 281-302.



- 12- Herrera, J., & Las Heras-Rosas, D. (2021). The organizational commitment in the company and its relationship with the psychological contract. *Frontiers in Psychology*, 11, 3978.
- 13- Mumford, M. D., Todd, E. M., Higgs, C., & McIntosh, T. (2017). Cognitive skills and leadership performance: The nine critical skills. *The Leadership Quarterly*, 28(1), 24-39.
- 14- Muntaner, C., Eaton, W. W., Miech, R., & O'campo, P. (2004). Socioeconomic position and major mental disorders. *Epidemiologic reviews*, 26(1), 53-62.
- 15- Nicholson, N., & Audia, P. G. (2021). *The Blackwell encyclopedia of management. Organizational behavior*. Blackwell Publishing Ltd.
- 16- Pettit, P., & Smith, M. (1990). Backgrounding desire. *The Philosophical Review*, 99(4), 565-592.
- 17- Pradhan, S., & Pradhan, R. K. (2015). An empirical investigation of relationship among transformational leadership, affective organizational commitment and contextual performance. *Vision*, 19(3), 227-235.
- 18- Patel ,Pankaj C., Sara Thorgren, Joakim Wincent(2015). Leadership, Passion and Performance:A Study of Job Creation Projects during the Recession, *British Journal of Management*, Vol. 26, 211–224 (2015) DOI: 10.1111/1467-8551.12092.
- 19- Şahin, S., Arıcı Özcan, N., & Arslan Babal, R. (2020). The mediating role of thriving: Mindfulness and contextual performance among Turkish nurses. *Journal of nursing management*, 28(1), 175-184.
- 20- Stellar, E. (1954). The physiology of motivation. *Psychological review*, 61(1), 5.
- 21- Smither, J. W., & London, M. (Eds.). (2009). *Performance management: Putting research into action* (Vol. 21). John Wiley & Sons.
- 22- Wuryani, E., Rodlib, A., Sutarsib, S., Dewib, N., & Arifb, D. (2021). Analysis of decision support system on situational leadership styles on work motivation and employee performance. *Management Science Letters*, 11(2), 365-372.



- 23- Wartnaby, C., & Bellan, D. (2019). Decentralised cooperative collision avoidance with reference-free model predictive control and desired versus planned trajectories. arXiv preprint arXiv:1904.07053.
- 24- WIDODO, W., & YUSUF, F. A. (2021). The Effect of Organizational Citizenship and Visionary Leadership on Contextual Performance: A Case Study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 377-386.
- 25- Wicken, M., Keogh, R., & Pearson, J. (2021). The critical role of mental imagery in human emotion: insights from fear-based imagery and aphantasia. *Proceedings of the Royal Society B*, 288(1946), 20210267..
- 26- Yuan, Z., Ye, Z., & Zhong, M. (2021). Plug back into work, safely: Job reattachment, leader safety commitment, and job engagement in the COVID-19 pandemic. *Journal of Applied Psychology*, 106(1), 62.
- 27- Zollo ,Lamberto,Riccardo Rialti, Alberto Tron, Cristiano Ciappei(2020). Entrepreneurial passion, orientation and behavior: the moderating role of linear and nonlinear thinking styles, *Management Decision*,Emerald Publishing Limited 0025-1747,DOI 10.1108/MD-10-2019-150.