



**Tikrit Journal of Administrative
and Economics Sciences**

مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

EISSN: 3006-9149

PISSN: 1813-1719



**Organizational Identity and Its Role in Achieving Organizational Pride:
An Exploratory Study of the Opinions of a Sample of Faculty Members
from Several Colleges at the University of Duhok**

Shiler Abdulrahman Ali Mohammed*^A, Bayan Mohammed Tahir M. Salim^B

^A College of Administration and Economics/ University of Duhok

^B College of Administrative Technology/ Duhok Technical University

Keywords:

Organizational Identity, Organizational Pride.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 22 Dec. 2024

Received in revised form 23 Feb. 2025

Accepted 25 Feb. 2025

Available online 30 Sep. 2025

©2023 THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE
UNDER THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



***Corresponding author:**

Shiler Abdulrahman Ali Mohammed

College of Administration and Economics/
University of Duhok



Abstract: This research aimed to investigate the impact of organizational identity on fostering organizational pride. Employing a descriptive-analytical methodology, the study utilized a questionnaire as the primary data collection tool to achieve its practical objectives. Questionnaires were distributed electronically and randomly to a sample of faculty members from various colleges at the University of Duhok, resulting in a response rate of 60%, with valid forms available for analysis. A range of statistical techniques was applied to process the data, analyze the questionnaire responses, and test the research hypotheses, with data analysis conducted using SPSS software (version 26). The findings revealed a significant impact of organizational identity, as a collective construct, on organizational pride. Additionally, a strong correlation was identified between the two variables. The study recommended that the management of the University of Duhok actively encourage and inspire senior leadership and faculty members to embrace and adhere to the principles of organizational identity, fostering administrative and behavioral practices that reinforce its strength. It also highlighted the importance of cultivating loyalty and a sense of belonging among faculty, establishing shared values and objectives between individuals and the institution to enhance organizational pride, and supporting faculty enthusiasm to achieve institutional goals.

الهوية التنظيمية ودورها في تحقيق الفخر التنظيمي دراسة استطلاعية لآراء عينة من التدريسيين في عدد من كليات جامعة دهوك

بيان محمد طاهر محمد سليم
كلية التقنية الادارية
جامعة دهوك التقني

شليخ عبد الرحمن علي محمد
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة دهوك

المستخلص

تمثل الهدف الرئيس للبحث في التعرف على أثر الهوية التنظيمية في تحقيق الفخر التنظيمي، وأعتمد المنهج الوصفي التحليلي في البحث، إذ تم الاستعانة باستمارة الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات للوصول إلى النتائج المرجوة في الجانب العملي للبحث، إذ تم توزيع الاستمارات إلكترونياً وبطريقة عشوائية على عينة من التدريسيين في عدد من الكليات في جامعة دهوك وكان عدد الاستمارات المستجابة (60) استمارة صالحة للتحليل، كما استخدمت عدد من الأساليب الإحصائية للتعامل مع البيانات وتحليل عبارات الاستبانة واختبار فرضيات البحث، وتمت معالجة البيانات من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS.V26)، وخرج البحث بجملة نتائج من أهمها وجود علاقة تأثير معنوية للهوية التنظيمية (مجتمعة) في الفخر التنظيمي (مجتمعة)، وكذلك وجود علاقة ارتباط معنوية بين الهوية التنظيمية (مجتمعة) والفخر التنظيمي (مجتمعة). وأقترح البحث بأنه يتوجب على إدارة جامعة دهوك تشجيع وتحفيز الإدارة العليا وباقي أعضاء الكليات جامعة دهوك على ضرورة الالتزام بخصائص الهوية التنظيمية وما تقتضيه من ممارسات إدارية وسلوكية لتعزيز قوة الهوية التنظيمية لديهم، إلى جانب ضرورة تنمية وترسيخ قيم الولاء والارتباط بالكلية والعمل على إيجاد قيم وأهداف مشتركة بين الفرد والكلية يزيد من الفخر التنظيمي فضلاً عن دعم التدريسيين للكلية والحماس لتحقيق أهدافها.

الكلمات المفتاحية: الهوية التنظيمية، الفخر التنظيمي.

المقدمة

يعد العنصر البشري هو أعظم أصول المنظمات مهما كان نوعها، إذ يعتمد عليه نجاح المنظمة أو فشلها في تحقيق أهدافها، ويجب على الإدارة توفير أجواء عمل آمنة ومريحة، يسودها الثقة والتعاون والعمل الجماعي لتساعدهم على الإبداع والإنتاج بكفاءة وفاعلية، ويشعرهم بكيانهم، ويشبع احتياجاتهم ورغباتهم، مما يجعلهم فخورين بالعمل ويرغبون بالبقاء فيها. أصبح مصطلح الفخر التنظيمي (Organizational Pride) في الآونة الأخيرة محل اهتمام الباحثين في مجال الإدارة، نظراً لأهميته كمحرك للسلوكيات الوظيفية الإيجابية ولدوره في تعزيز نجاح المنظمات، فكلما كان شعور الفرد تجاه منظمته إيجابياً زاد شعوره بالفخر وبالالتزام نحوها، بحيث يفتخر الفرد بمنظمته التي تتمتع بالسمعة الطيبة وسجل إنجازات حافل، وشهرة في المجتمع (عودة، 2023: 2). بما أننا نعيش في عالم تتسارع فيه الأحداث، ويشهد جملة من الأحداث والتطورات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وزيادة المنافسة الإنتاجية وتحسين الأداء والكفاءة، إذ برزت تغيرات مست الجانب الهيكلي والمؤسسي والبشري ولهذا برز مفهوم الهوية التنظيمية بشكل واسع وهو مفهوم شامل ومتكامل لكل الأزمنة، لذلك أصبح من الضروري إجراء دراسات وأبحاث لكي تحقق المنظمات أهدافها المنشودة بغية تطوير العمل، وتحسين الأداء من أجل ضمان الاستمرارية، وتشكل الهوية

بمواكبة حركة التاريخية التي يتم تجديد الدائم والمتواصل عبر مراحل تاريخية للهوية والتي تعد تراثاً للأمة. فمنذ القدم تجادل الكثير من المفكرين إلى الآن حول طرق البحث ومقاييس الهوية، ونظراً لتعقيد مفهوم الهوية وصعوبة فهمها وصعوبة وضع حدود له، ولكن يمكن دراسة الهوية من خلال ربطه بحقل علمي ويصبح كظاهرة لموضوع دراسي. (طيباوي، 2020: 6)

وقد ركزت الباحثتان في دراستهما على أبعاد الهوية التنظيمية (المركزية- والتميز- الاستمرارية) وتأثيرها في الفخر التنظيمي لدى التدريسيين في الكليات المبحوثة. ويتكون البحث الحالي من ثلاثة مباحث يتطرق المبحث الأول لمنهجية البحث، في حين يتناول المبحث الثاني الجانب النظري، وخصص المبحث الثالث للجانب الميداني، وبناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل إليها تم تقديم مجموعة من المقترحات.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً. مشكلة البحث: تعاني العديد من المنظمات من تحديات كبيرة فيما يتعلق بتحقيق الفخر التنظيمي بين موظفيها. وتعد الهوية التنظيمية من العناصر الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على الشعور بالفخر والانتماء داخل المنظمة. ومن هذا المنطلق، يسعى هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي، وكيف يمكن للمؤسسات تعزيز هذا الشعور بين موظفيها. إذ تتجلى المشكلة البحثية في التساؤل عن كيفية تأثير الهوية التنظيمية على تحقيق الفخر التنظيمي داخل المنظمات. وتعد الهوية التنظيمية مجموعة من القيم والمعتقدات والسلوكيات التي تعبر عن شخصية المنظمة وهويتها الفريدة. ويعكس الفخر التنظيمي شعور الموظفين بالانتماء والرضا والفخر بالعمل في المنظمة، مما يعزز مستوى الأداء والإنتاجية. وبناءً عليه جرى صياغة مشكلة البحث في السؤالين الآتيين:

- أ. هل يوجد علاقة ارتباط بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي؟
 - ب. هل هناك تأثير ذات دلالة معنوية للهوية التنظيمية على الفخر التنظيمي؟
- ثانياً. أهمية البحث:** تنبع أهمية البحث من توضيح العلاقة بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي، وتمثل هذه الأهمية في الآتي:

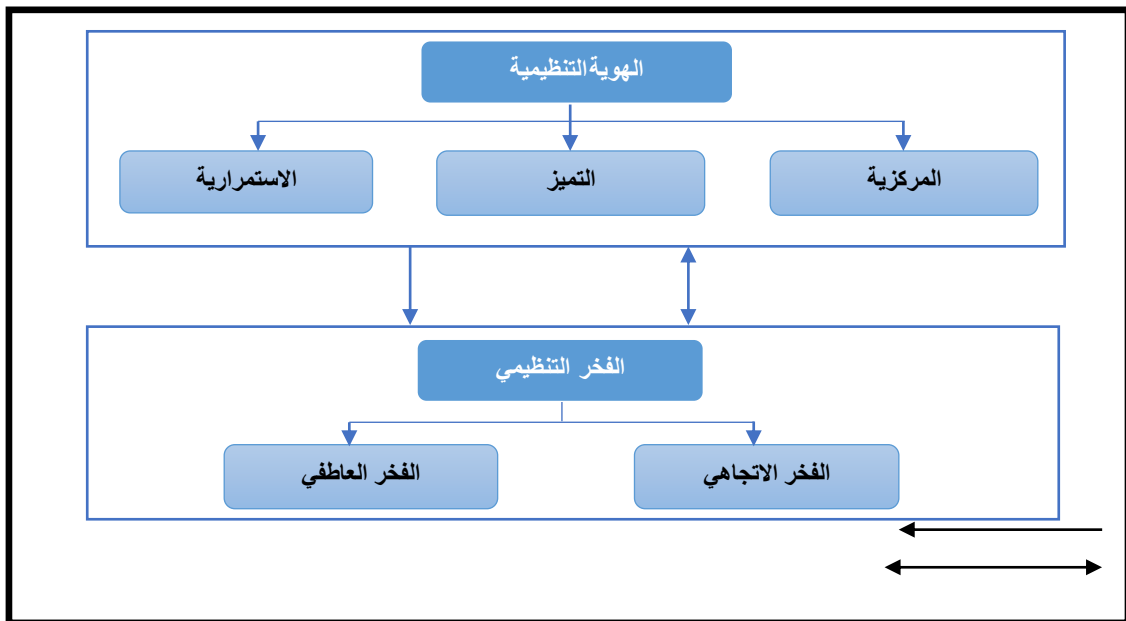
1. تأسيس جانب نظري لشرح المفاهيم النظرية الواردة في البحث.
 2. بيان العلاقة الارتباطية بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي.
- ثالثاً. أهداف البحث:** تتمثل أهداف البحث في الآتي:
1. تقديم إطار فكري شامل لتوضيح مفهوم الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي.
 2. تشخيص مستوى الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي للجامعات المبحوثة.
 3. محاولة تقديم الأسس العلمية التي يمكن أن تستند إليها كليات جامعة دهوك في تحديد نوع العلاقة ومستواها ومعنويتها من الناحية الإحصائية بين الهوية التنظيمية بوصفه متغيراً مستقلاً، والفخر التنظيمي بوصفه متغيراً معتمداً.

- رابعاً. فرضيات البحث:** وتمثل فرضيات البحث بالآتي:
- الفرضية الرئيسية الأولى:** توجد علاقة ارتباط معنوية للهوية التنظيمية في الفخر التنظيمي، وتتفرع من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية وكالاتي:
1. توجد علاقة ارتباط معنوية بين المركزية والفخر التنظيمي.
 2. توجد علاقة ارتباط معنوية بين التميز والفخر التنظيمي.
 3. توجد علاقة ارتباط معنوية بين الاستمرارية والفخر التنظيمي.

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة تأثير معنوية بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي، وتتفرع من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية وكالاتي:

1. توجد علاقة تأثير للمركزية في الفخر التنظيمي.
2. توجد علاقة تأثير للتميز في الفخر التنظيمي.
3. توجد علاقة تأثير للاستمرارية في الفخر التنظيمي.

خامساً. مخطط البحث الفرضي: انموذج البحث يوضح مجموعة العلاقات المنطقية التي قد تكون في صورة كمية أو كيفية وتجمع معا ملامح الرئيسية للواقع الذي تهتم به ولغرض استكمال متطلبات البحث الحالي في اطارها العملي وفي ضوء مشكلة البحث وأهدافها واختبار طبيعة العلاقة القائمة بين متغيرات الرئيسية والفرعية يتطلب وضع مخطط افتراضي يوضح حدود وطبيعة تلك المتغيرات والعلاقات بينها.



شكل (1): النموذج الفرضي للبحث

سادساً. وصف منظمات عينة الدراسة: قامت الدراسة الحالية باختيار عينة من التدريسيين في عدد من الكليات في جامعة دهوك لغرض اختبار فرضياته عليها، إذ يمثل المبحوثين بالتدريسيين في الكليات المبحوثة وقد بلغ عدد الاستمارات الموزعة (70) استمارة على الافراد ذوي العلاقة بالموضوع أعيد منها (60) استمارة صالحة للتحليل أي إن نسبة الاستجابة كانت تقريباً (85%) من مجموع الاستمارات الموزعة.

سابعاً. مصادر وأسلوب جمع البيانات: لقد تم جمع البيانات من مصادرها الأولية والثانوية، وتم الاعتماد في الدراسة الحالية في جمع البيانات على المصادر الأولية لتغطية الاطار العملي للدراسة من خلال استخدام أسلوب الاستبانة واشتملت استمارة على ثلاثة أجزاء، تضمن الجزء الأول معلومات تعريفية، بينما ركز الجزء الثاني على المقاييس الخاصة الهوية التنظيمية، أما الجزء الثالث ركز على المقاييس الخاصة بالفخر التنظيمي، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في استمارة الاستبانة والمرتب من عبارة (اتفق بشدة) والتي أخذت الوزن (5 صحيح) إلى عبارة (لا اتفق بشدة)

التي أخذت الوزن (1 صحيح). بينما في بناء الإطار النظري للبحث اعتمدت على ما متاح من دراسات، وأبحاث منشورة، ودوريات من مصادرها الثانوية.

ثامناً. الأساليب الإحصائية المستخدمة: بالاعتماد على توجهات وأهداف الدراسة ومضمون فرضياته استعانت الباحثان ببعض من الأدوات الإحصائية باستخدام برنامج ((SPSS Ver.26)) وتضمنت هذه الأدوات بال تكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك لاستخدامها في وصف متغيري الدراسة وتشخيصهما، ومعامل الارتباط البسيط الذي تم استخدامه لتحديد قوة وطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، والانحدار الخطي البسيط الذي تم استخدامه لقياس معنوية التأثير للمتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد.

المبحث الثاني: الجانب النظري

الهوية التنظيمية هي مجموعة من الصفات والخصائص التي تميز منظمة عن غيرها. إنها تشمل القيم، والرؤية، والثقافة والرسالة التي تعبر عنها المنظمة، تلعب الهوية التنظيمية دوراً حاسماً في كيفية تصور العملاء والجمهور العام للمنظمة، وكذلك في تعزيز الانتماء لدى الموظفين ومن خلال هذا المبحث نتطرق إلى مفهوم وأهمية وخصائص وأبعاد الهوية التنظيمية وهي كالآتي:

أولاً. الهوية التنظيمية

1. مفهوم الهوية التنظيمية: استحوذ موضوع الهوية التنظيمية اهتماماً واسعاً في الأدبيات الأكاديمية في السنوات الأخيرة من خلال مجموعة متنوعة من التخصصات مثل الإدارة الاستراتيجية، التسويق، الدراسات التنظيمية، وعلم النفس الاجتماعي. لقد تم اختبار ومناقشة هذا المفهوم وفقاً لنماذج متعددة. غالباً ما يقدم العاملون أنفسهم كأعضاء في المنظمة التي يعملون بها، إذ يشكل العمل في منظمة ما مصدراً مهماً لتشكيل هوية الفرد وتلبية حاجة الفرد للانتماء إلى مجموعة اتباع تقاليد المنظمة التي تنسجم مبادئها وممارساتها مع مفاهيم الفرد الذاتية يعزز الروابط الجاذبة ويقوي الشعور بالهوية التنظيمية. هذا يعزز استعداد الأفراد لبذل الجهود والسعي لتحقيق الأهداف (عبداللطيف وجودة، 2010: 128). إذ عرف (Bick et al., 2003: 839) الهوية التنظيمية بأنها مجموعة من الخصائص الفريدة التي تميز المنظمة وتُعبّر عن القيم الأساسية والفلسفة والاستراتيجية من خلال المنتجات. وأشار (Dhalla, 2007: 246) إلى الهوية التنظيمية بأنها مدى إدراك أعضاء المنظمة لخصائص منظماتهم المميزة ودرجة اقتناع أعضائها بتلك السمات المميزة. ويرى (Kansbod & Andresen, 2012: 13) بأنها مفهوم شامل يتضمن جوانب متعددة مثل الثقافة التنظيمية، استراتيجية الأعمال، فلسفة الإدارة وسلوك المديرين. هذه العناصر المختلفة تتفاعل مع بعضها البعض، مما يساهم في تميز المنظمة ويجعلها فريدة مقارنة بالمنظمات الأخرى المشابهة. وعرفها (الدوسكي، 2022: 42) بأنها مجموعة من القيم والمعتقدات والتي تنشأ من تفاعل مجموعة من الآراء ووجهات النظر للأفراد العاملين في المنظمة مع وجهات نظر الأفراد الآخرين خارج المنظمة وكلما ازداد التوافق بين وجهات النظر هذه أدى ذلك إلى امتلاك المنظمات لهوية تنظيمية قوية تبقى ثابتة لفترات زمنية طويلة نسبياً على الرغم من تغير الظروف البيئية، وإن امتلاك المنظمات للهوية التنظيمية يعد أساسياً، لكي تتمكن من تجاوز الظروف الصعبة التي تمر بها تلك المنظمات.

تُعد كل من الصورة والثقافة من المفاهيم الأساسية في الأدبيات المتعلقة بالهوية التنظيمية وهناك ترابط وثيق بين هذه المفاهيم يُعزز فهم الهوية التنظيمية، فالصورة المنظمة تعرف بأنها الانطباع الشامل والديناميكي الذي يحمله الآخرون تجاه المنظمة، والذي يتشكل جزئياً من خلال

المعنى الذي يبينه أعضاء المنظمة ومن خلال الاتصالات الجماعية للمنظمة. توجد علاقة تفاعلية بين الصورة والهوية التنظيمية، حيث تؤثر صورة المنظمة بشكل مباشر على الهوية التنظيمية (Jarne & Martiz, 2014:13).

وعليه تعرف الباحثان الهوية التنظيمية "بأنها تمثل مجموعة من الخصائص، القيم، والممارسات التي تميز منظمة معينة عن غيرها كما تعبر الهوية التنظيمية عن الصورة الذاتية للمنظمة والتي يتم من خلالها توجيه سلوك الأعضاء وتشكيل تجربتهم اليومية داخل المنظمة".

2. **أهمية الهوية التنظيمية:** تتبع أهمية الهوية التنظيمية من حاجة المنظمات لها، بغض النظر عن نوع نشاطها، والتي تتطلب العمل في بيئة ديناميكية لامتلاك مجموعة من القيم والسمات الدائمة نسبياً التي تميزها عن المنظمات المماثلة، لكي تستطيع التغلب على المنافسة الشرسية التي تواجهها، إلى جانب أن الهوية التنظيمية للمنظمات تساعد الإدارات في عملية اتخاذ القرارات المهمة والمصيرية والتي من شأنها أن تضمن ديمومتها، كما إنها تضمن كسب ولاء الأفراد داخل وخارج المنظمة، ولاسيما إذا كانت هذه القيم مماثلة لقيم الأفراد ومعتقداتهم (الدوسكي، 2022: 49-50).

3. **أبعاد الهوية التنظيمية:** وحددت الباحثان أبعاد الهوية التنظيمية للدراسة الحالية بأبعاد السمات المركزية والتميزة والاستمرارية واعتماداً هذه الأبعاد في جانبها الميداني لأن غالبية الدراسات السابقة اعتمدت عليها ويتوافق مع ميدان الدراسة الحالي وهي كالاتي:

أ. **السمات المركزية:** تركز الهوية المنظمة على سمة أو سمات عدة للمنظمة والتي هي إلى حد ما جوهرية لفهم مبررات وجود المنظمة ورسالتها وأهدافها، أي يمكن عدها جوهرية بالنسبة للمنظمة وهي مرتبطة إلى حد كبير برسالة المنظمة (أميدي واسماعيل، 2021: 434). تؤثر المركزية بشكل إيجابي على معرفة الأفراد العاملين ومواقفهم، لكنها لا تؤثر على سلوكهم. فكلما زاد إدراكهم للقيم المركزية المتناسبة مع منظماتهم، زادت معرفتهم بالأهداف، وبالنتيجة تدفعهم إلى إنجاز ما يخطط له المنظمة (Witting, 2006: 11). وإذ يسعى الأفراد إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، أولاً معرفة الذات وهو فهم السمات الشخصية بوضوح ودقة. ثانياً، تعزيز الذات، من خلال الحصول على تغذية راجعة إيجابية تعزز من صورة الذات. ثالثاً، تحسين الذات، بالتقدم نحو تحقيق النسخة المثالية من الذات والابتعاد عن الجوانب الخفية أو السلبية. يجمع بين هذه الأهداف الثلاثة البحث المستمر عن المعلومات ذات الصلة بالذات (Ashforth & Mael, 1996: 23).

ب. **التميز:** وهي تلك السمات التي تميز المنظمة عن المنظمات الأخرى، إذ يستند التميز أو التفرد إلى عملية المقارنة وأحكام التشابه والاختلاف بالنسبة للكيانات المماثلة. يقارن الأفراد منظماتهم بالمنظمات المرجعية مع مراعاة درجة تميز سماتها المركزية مقارنةً بالمنظمات الأخرى. ليس بالضرورة أن تكون كل السمات مميزة أو فريدة، فقد تتشابه بعض السمات مع سمات المنظمات الأخرى (Corley et al., 2006: 92-93). ويمكن تحقيق التميز في الجامعة من خلال تشكيل المستقبل وأن يكونوا قدوة من حيث التعليم والقيم والأخلاقيات، وقادة يتمتعون بالمرونة ويسعون إلى استمرار النجاح، ووجود استراتيجية تركز على أصحاب المصلحة، وتعزز قيمة الموظف، وتطوير قدرات الموظف، والتأكيد على العدل والمساواة والتواصل والمكافأة، وتخطيط وإدارة المنظمات الخارجية (بوعلاله، 2023: 29).

ج. **الاستمرارية:** يشير مفهوم الهوية الدائمة إلى استمرارها واستقرارها، إذ تعد الاستمرارية ضرورية لأنها تعكس جودة الأسس التي تركز عليها المنظمة، وتظهر أن لديها ما يكفي من الجوهر والأهمية

والدعم والقدرة على البقاء. هذا يضمن استثمار الثقة والمشاركة، ومع مرور الزمن تميل هوية المنظمة إلى أن تصبح أكثر ثراءً وتكتسب قيمة أكبر من خلال الخبرة والتعلم الناتجين عن التجربة والخطأ والتقليد والابتكار. هذا بدوره يؤدي إلى تجسيد الإيديولوجيات والقيم المنظمة (Ashforth & Mael, 1996: 25). ويفترض أن تكون سمات الهوية المنظمة مقاومة للتغيرات السريعة التي تجريها المنظمة بسبب ارتباطها بتاريخها بغض النظر عن التغيرات الموضوعية في البيئة التي تعمل فيها المنظمة، ويشير بُعد الاستمرارية إلى تلك السمات الدائمة والمتأصلة بعمق في المنظمة، وغالباً ما يتم عدها مضمنة وذات قيمة اعتبارية في تاريخ المنظمة وعليه تعد السمات المركزية والتميز جوهر المنظمة بتحديد "من نحن" أما استمرارية الهوية التنظيمية تشير إلى دوام السمات المركزية وسمات التميز واستقرارها. الاستمرارية مهمة لأنها تعني الحفاظ على جودة المنظمة وأن المنظمة لديها ما يكفي من الموارد والأهمية والدعم، والقدرة على البقاء لضمان استثمار مشاركة الأعضاء وثقتهم (أميدي واسماعيل، 2021: 434).

ثانياً. الفخر التنظيمي

1. مفهوم الفخر التنظيمي: يعد الفخر التنظيمي ذا قيمة للمنظمة لأنه بمثابة دافع جوهري للموظفين والذي يؤثر على خصائص وسلوك الموظفين. وهو مرتبط تقليدياً بالشعور بالسعادة الهادفة، وهذا يعني أن الفخر له عواقب على سلوك الفرد، ويزيد بشكل إيجابي من التزام الموظفين بالمنظمة ومن ثم فإنه من شأنه أن يؤثر على قرار الموظفين بالاستمرار في العمل في المنظمة. كما أنه يزيد من قدرة الموظفين على تحمل الضغوط (Nilawati, et al., 2019: 1218). إذ عرفه (Nadatien, et al., 2019: 541) الفخر التنظيمي بأنه الدافع والالتزام المطلوبين من قبل المنظمة كعامل جوهري.

ويرى (Maruf, et al., 2022: 78) بأنه اعتقاد لدى الفرد بالطريقة التي يقيم بها منظّمته دون إجراء مقارنات صريحة مع المنظمات الأخرى. فالموظفين الذين يعبرون عن مشاعر إيجابية قوية أثناء العمل في منظماتهم يتمتعون بسمعة طيبة والفخر التنظيمي ذو قيمة كبيرة للمنظمة لأنه حافز داخلي للموظفين يؤثر على خصائص الموظفين وسلوكهم. بينما أشار (Nilawati, et al., 2019: 191) شعوراً إيجابياً يحمله الفرد تجاه المجموعة، وينبع هذا الشعور من تقدير الآخرين لمكانته مع فريق عمله.

يرى (Hamza, 2023: 77) بأنه مجموعة من المشاعر والمواقف الإيجابية التي يحملها الفرد تجاه المنظمة التي يعمل بها، مما يدفعه إلى التباهي والتفاخر أمام الآخرين بانتمائه للمنظمة والتفاخر بإنجازاته المدهشة وإنجازات المنظمة أمام الآخرين.

وقد عرفه (Alhrais, 2024: 27) على أنه مجموعة من المشاعر والمواقف الإيجابية التي يحملها الأفراد تجاه منظماتهم والتي تدفعهم إلى الشعور بالفخر أمام الآخرين لأنهم يُعدون جزءاً من المنظمة وفخوروهم بإنجازاتهم.

تشير (pikl, 2023: 330) بأنه الأداء التنظيمي المتجسد في بيئة عمل منتجة ومحفزة، وتحقيق مستوى عالٍ من الهوية الاجتماعية مع المنظمة. وقد أشار (Seyedpour et al., 2020: 5) توفير بيئة عمل إيجابية ومشجعة تساهم في تعزيز الهوية الاجتماعية للموظفين مع المنظمة ورفع مستوى رضاهم العميق عن نجاحات المنظمة. ويعرف (Al-haraisa, 2024: 27) على أنه مجموعة من المشاعر الإيجابية والعواطف التي يحملها الموظفون تجاه المنظمة نتيجة الامتيازات

والتسهيلات والتحفيزات التي تقدمها المنظمة بهدف دفعهم وتشجيعهم على الافتخار بوظائفهم. بينما عرفه كل من (Kraemer, et al, 2020: 4) و (Abdulhameed & Kubaisy, 2023: 4144) بأنه موقف عاطفي يستند إلى دمج المنظمة مع العواطف الداخلية للفرد والمشاعر السارة التي تستند إلى نجاح المنظمة. ويرى (عودة، 2023: 34) بأنه مجموعة من الاتجاهات والمشاعر الإيجابية التي يحملها الأفراد للمنظمة التي يعمل بها، والتي تنتج عن إنجازات المنظمة الداخلية مثل الأسلوب القيادي المميز، أو القدرة على بناء بيئة عمل صحية وأمنة وجيدة وكذلك الانجازات الخارجية كبناء سمعة مستدامة، أو مركز تنافسي جيد، مما يجعل الفرد يفخر بانتمائه وبإنجازه أمام الآخرين.

وتعرف الباحثتان الفخر التنظيمي على "أنه تعزيز شعور الانتماء لدى الموظفين، مما يزيد من انخراطهم وإنتاجيتهم في بيئة العمل، عندما يشعر الموظفون بالفخر تجاه منظماتهم، ينعكس ذلك على أدائهم العام وتواصلهم مع زملائهم وعملاتهم. مما ينعكس هذا الفخر إلى تحسين العلاقات الداخلية بين الموظفين وتحفيزهم على تحقيق أهداف المنظمة. وهذا بدوره يساهم في تحسين سمعة المنظمة لديها ولدى عملائهم وزبائنهم، وزيادة الثقة بينهم فالمنظمات التي تنجح في بناء فخر تنظيمي قوي تكون عادة أكثر قدرة على جذب الكفاءات العالية والاحتفاظ بها".

2. خصائص الفخر التنظيمي: وفيما يتعلق بخصائص الفخر التنظيمي يمكن استنتاج أهم الخصائص

الرئيسية المميزة كالآتي: (مرسي، 2015: 883) و (سعد، 2020: 297)

أ. هي مجموعة من المشاعر الوجدانية والاتجاهات الإيجابية المرتبطة بالأداء التي يحملها الأفراد نحو منظماتهم، مما يدفعهم للتباهي بإنجازات المنظمة أمام الآخرين.

ب. ينشأ الفخر والازدهار بالنجاحات المتميزة كنتيجة لمجموعة من الأحداث والمواقف الفردية أو التنظيمية، والتي يمكن تصنيفها طبقاً لنظرية العزو إلى عزو ذاتي وعزو خارجي.

ج. يعد بأنه المحفز الرئيس لسلوكيات العمل الإيجابية وأساس التميز التنافسي.

د. إدراك الأفراد لمكانتهم في المنظمة وشعورهم بأنهم أحد الركائز الأساسية لتحقيق النجاح والتميز التنظيمي.

هـ. يعد بأنه مفهوماً معقداً لدرجة لا يمكن عدّه مفهوماً موحداً، بل هو عبارة عن سلسلة من المفاهيم المترابطة والمتداخلة.

و. يرتبط إيجابياً بالمدة الزمنية لعمل الفرد في المنظمة، فكلما طال أمد عمل الفرد في المنظمة، زاد مستوى شعوره بالفخر التنظيمي، والعكس صحيح.

3. أهمية الفخر التنظيمي: يعد الفخر التنظيمي أمراً ضرورياً لنجاح المنظمات، لأنه يؤثر على سلوك

الموظفين وعلى أدائهم العام (Hamza, 2023: 73)، وكذلك يمكن للفخر التنظيمي أن يعزز شعور

الفرد للانتماء للمنظمة (Pik, 2023: 329)، ويساهم في تسهيل عملية تنفيذ مهام

الموظفين داخل المنظمة، مما ينعكس ذلك على تعزيز فعالية العمل وتدعم رضاهم عن

وظائفهم (AI-Haraisa, 2024). وكذلك يتعبّر بأنه أحد الأصول الاستراتيجية المهمة للمنظمة لأنه

يحفز السلوك الإيجابي للعاملين وعاملاً رئيساً للمنافسة بين المنظمات وينعكس إيجابياً وبشكل رئيس

لنجاح الأعمال. وبشكل خاص يعزز التزام الموظفين العاطفي تجاه المنظمة ويحفزهم لتقديم أكثر مما

هو متوقع. فيما يتعلق بعملهم المثابر، وتسويق المهمات وتجاوز التحديات. ويحفز الموظفين ويؤثر

إيجابياً على مواقفهم تجاه وظائفهم وسلوكياتهم في العمل. ويعد هذا العامل الأكثر قيمة في تحفيز

إحساس الموظفين بالالتزام تجاه المهمات المطلوبة منهم وجعلهم يبقون مع المنظمة لأطول فترة زمنية ممكنة مما يضمن ديمومتهم في العمل (Abdulhameed, & Kubaisy, 2023: 4144).
4. أبعاد الفخر التنظيمي: اتفق أكثر الباحثين والكتاب على أن للفخر التنظيمي بعدين أساسيين كما أشار إليه (Seyedpour et al., 2020: 3) و (Abdulhameed & Al-Kubaisy, 2023: 4146) و (Hamza, 2023: 78) و (Nilawati, et al., 2019: 191) و (Kraemer, et al., 2020: 4) و (عودة، 2023: 37-39)

أ. الفخر التنظيمي العاطفي: يعرف الفخر التنظيمي العاطفي على أنه عاطفة فكرية وإيجابية أو عاطفة ثانوية مستوحاة من السلوك العلني. يمكن وصفها بأنها تجربة قصيرة مكثفة ومستقلة حيث يمكن للموظفين أن يفخروا بإنجازات زملائهم أو الجماعات في العمل أو المنظمة بشكل عام، ويوصف الفخر العاطفي بأنه تجربة ذهنية قوية ومنفصلة وقصيرة الأمد، الفخر هو عموماً عاطفة واعية بذاتها تعكس تقييمات معقدة لإنجازات الفرد ومكانته وعاطفة إيجابية تحدث عند تحقيق نجاح كسموولية ويختلف الفخر التنظيمي العاطفي عن الفخر السلوكي (Hamza, 2023: 78). الفخر العاطفي يرتبط بمشاعر مؤقتة وشديدة ناتجة عن مواقف أو أحداث معينة داخل المنظمة، مثل تحقيق إنجاز مهم أو الحصول على تقدير من الإدارة. هذه المشاعر العاطفية تكون غالباً عابرة ولكنها تلعب دوراً مهماً في تحفيز الموظفين على المدى القصير وزيادة ارتباطهم العاطفي بالمنظمة ويشير إلى الفخر التنظيمي العاطفي بأنه هو الفخر الذي يشعر به الموظفون نتيجة لنجاح محدد أو إنجاز مهم داخل المنظمة. يكون هذا الفخر عاطفياً ومؤقتاً، ويعتمد على أحداث ومواقف معينة (Nilawati, et al., 2019: 191).

ب. الفخر التنظيمي السلوكي: الفخر التنظيمي السلوكي يتجاوز الشعور العاطفي ويعد موقفاً يتم تبنيه على مستوى أدق، إذ يرتبط بانتماء الفرد وهويته داخل المنظمة. هذا يعني بأنه لا يقتصر فقط على الأحاسيس الإيجابية تجاه العمل، بل يشمل أيضاً تأثيراً طويلاً الأمد على السلوكيات والقيم التي يتبناها الموظفون. عندما يعد الموظفون أن عضويتهم في المنظمة تضيف قيمة لهويتهم الشخصية والمهنية، يتطور لديهم التزام أقوى بأهداف ورؤية المنظمة. هذا الالتزام يترجم إلى مستويات أعلى من الأداء والتفاني، كما يعزز ثقافة العمل الجماعي والتعاوني، وهو الفخر الذي يشعر به الموظفون بشكل مستمر نتيجة إدراكهم العام للمنظمة ومكانتها، هذا النوع يمتد لفترات طويلة لأنه يعتمد على الاعتراف بالقيم العامة للمنظمة وتأثيرها الإيجابي. يعتبر هذا الفخر أكثر استدامة لأنه ينعكس على الهوية المهنية والشخصية للموظف. (Abdulhameed & Al-Kubaisy, 2023: 4146)

الفخر التنظيمي السلوكي هو مسؤولية جماعية تتبع من رغبة الموظف في الانتماء إلى المنظمة وأنه ليس شعوراً بل موقفاً، وأوضحت نظرية المواقف أن المنظمات كهيكل سلوكية افتراضية تتطلب شعور الأفراد بالتزام القوي تجاه المنظمة وإن هذه الحالة تكون أكثر عمومية وديمومة من الفخر التنظيمي العاطفي. (Hamza, 2023: 78)

المبحث الثالث: الجانب الميداني

أولاً. الوصف الديموغرافي لعينة البحث: تمثلت عينة الدراسة بالتدريسيين في عدد من كليات جامعة دهوك. وفيما يأتي وصف تفصيلي للأفراد المبحوثين من حيث:

1. **الجنس:** يشير الجدول رقم (1) أن أغلب الأفراد المبحوثين هم من الذكور إذ بلغت نسبتهم (65%) من المجموع الكلي لأفراد العينة وقد بلغت نسبة الاناث (35%) من مجموع أفراد عينة الدراسة. هذا

يعني تفوق الذكور على الاناث في حين يمكن تطويرهم والاستفادة من امكانياتهم وقدراتهم لفترات اطول.

2. **العمر:** يوضح الجدول رقم (5) أن أكثر فئة عمرية ظهوراً هي الفئة الثانية (35-45) إذ بلغت نسبة هذه الفئة (46.7%) من الأفراد المبحوثين ثم تليها الفئة الثالثة (46 سنة فأكثر) إذ بلغت نسبة هذه الفئة (33.3%) وأقل فئة عمرية كانت فئة (أقل من 35 سنوات) إذ بلغت نسبة هذه الفئة (20%). وهذا يعني بأنه توجد لدى هذه الفئة العمرية خبرة جيدة لتطوير كليتهم.

3. **التحصيل الدراسي:** يتبين من النسب الواردة في الجدول رقم (5) أن معظم الأفراد عينة البحث يحملون شهادة الدكتوراه، إذ بلغت نسبة هؤلاء (53.3%) من الأفراد المبحوثين بينما بلغت نسبة حملت شهادة الماجستير (46.7%) من الافراد المبحوثين. وهذا يعني بأن حملة شهادة الدكتوراه لديهم قدرات ومهارات ابداعية تميزهم عن غيرهم من الافراد المبحوثين ومن ثم تعزز الفخر التنظيمي لديهم.

4. **عدد سنوات الخدمة في الجامعة:** من الجدول رقم (5) يتضح إلى أن (86.7) من الأفراد المبحوثين لديهم مدة خدمة هي (أكثر من 10 سنوات)، وتبلغ نسبة الأفراد الذين لديهم في مدة خدمة تتراوح بين (5-10) سنوات (13.3%) وفئة (أقل من 3 سنوات) كانت نسبتهم (0%) من عينة الدراسة وهذا يدل على عدم تعيين أفراد جدد في كليات جامعة دهوك.

جدول (1): وصف أفراد عينة البحث

توزيع الأفراد المبحوثين حسب			النسبة	العدد
الجنس	ذكر	39	65	
	انثى	21	35	
	المجموع	60	100%	
الفئات العمرية	أقل من 35	12	20	
	35-45	28	46.7	
	أكثر من 46	20	33.3	
	المجموع	60	100%	
التحصيل الدراسي	ماجستير	28	46.7	
	دكتوراه	32	53.3	
	المجموع	60	100%	
عدد سنوات الخدمة في الجامعة	أقل من 5 سنوات	0	0	
	5-10	8	13.3	
	10 سنوات فأكثر	52	86.7	
	المجموع	60	100%	

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج SPSS ver. 26

خامساً. وصف وتشخيص متغيري الدراسة:

1. **تشخيص آراء المبحوثين تجاه متغير الهوية التنظيمية:** يتناول هذا المحور وصف ابعاد الهوية التنظيمية التي تم الإشارة إليها في الجانب النظري والمعمدة في أنموذج الدراسة والمتمثلة بالآتي:
 - أ. **المركزية:** يتبين من النتائج الواردة في الجدول رقم (2) إلى أن إجابات المبحوثين حول هذه المتغير من خلال مؤشراتها (X1-X6) تميل باتجاه الاتفاق العام وبنسبة (63.8%) من تلك الإجابات وبوسط حسابي (3.613) وبانحراف معياري (0.843)، بينما بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذا البعد (14.9%) فقط. وهذا يدل على أن المركزية تؤثر بشكل إيجابي في معرفة الأفراد العاملين، وفي مواقفهم. إن أعلى نسبة اتفاق لعينة الدراسة كانت على المؤشرين (X1) و (X5) الذي يشير إلى "أن تهتم كليتنا بضمان الجودة في جميع نشاطاتها" و"تهتم كليتنا برفع المستوى العلمي الأكاديمي"، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (75%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (3.80) وانحراف معياري (1.086) و (0.917) على التوالي. أما أقل نسبة اتفاق فكانت على المؤشر (X4) الذي يشير إلى "نتسم كليتنا بسمة تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة"، وقد بلغت هذه النسبة (48.4%) وبلغ الوسط الحسابي لهذا المؤشر (3.33) وبانحراف معياري (1.068).
 - ب. **التميز:** يتبين من النتائج الواردة في الجدول رقم (2) إلى أن إجابات المبحوثين حول هذه المتغير من خلال مؤشراتها (X7-X12) تميل باتجاه الاتفاق العام وبنسبة (57.7%) من تلك الإجابات وبوسط حسابي (3.561) وبانحراف معياري (0.759)، بينما بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذا البعد (18.6%) فقط. وهذا يدل على قدرة الكلية تحقيق التميز في الجامعة من خلال تشكيل المستقبل وأن يكونوا قوة من حيث القيم والأخلاق. إن أعلى نسبة اتفاق لعينة الدراسة كانت على المؤشر (X11) الذي يشير إلى "تمتلك كليتنا ملاكات تتصف بالخبرة والمعرفة"، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (73.3%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (1.006). أما أقل نسبة اتفاق فكانت على المؤشر (X8) الذي يشير إلى "تستخدم كليتنا أنماطاً عدة من عمليات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تميزها عن نظيراتها"، وقد بلغت هذه النسبة (51.7%) وبلغ الوسط الحسابي لهذا المؤشر (3.38) وبانحراف معياري (1.106).
 - ج. **الاستمرارية:** يتبين من النتائج الواردة في الجدول رقم (2) إلى أن إجابات المبحوثين حول هذه المتغير من خلال مؤشراتها (X13-X18) تميل باتجاه الاتفاق العام وبنسبة (68%) من تلك الإجابات وبوسط حسابي (3.750) وبانحراف معياري (0.652)، بينما بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذا البعد (10.1%) فقط. وهذا يدل على قدرة الكلية الاستدامة واستقرار، كونها باقية تضمن الأمان الوظيفي للعاملين، ويبذل كل ما بوسعه لبقاء الكلية وديمومتها. إن أعلى نسبة اتفاق لعينة الدراسة كانت على المؤشر (X14) الذي يشير إلى "تعمل كليتنا وفق قيم ومعايير أخلاقية ثابتة إلى حد كبير"، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (73.3%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (0.972). أما أقل نسبة اتفاق فكانت على المؤشر (X15) الذي يشير إلى "تمتلك كليتنا فلسفة تطوير متجددة داخل اداراتها"، وقد بلغت هذه النسبة (48.3%) وبلغ الوسط الحسابي لهذا المؤشر (3.45) وبانحراف معياري (0.811).

جدول (2): التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الهوية التنظيمية
لآراء عينة الدراسة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقاييس الاستجابة										الرمز	المتغير			
		لا أتفق بشدة		لا أتفق		محايد		أتفق		أتفق بشدة						
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت					
1.086	3.80	1.7	1	16.7	10	10	6	43.3	26	28.3	17	X1	المركزية	الهوية التنظيمية		
1.097	3.48	8.3	5	10	6	18.3	11	51.7	31	11.7	7	X2				
0.918	3.37	1.7	1	6.7	4	28.3	17	43.3	26	20	12	X3				
1.068	3.33	6.7	4	13.3	8	31.7	19	36.7	22	11.7	7	X4				
0.917	3.80	1.7	1	10	6	13.3	8	56.7	34	18.3	11	X5				
0.965	3.53	5	3	8.3	5	25	15	51.7	31	10	6	X6				
0.843	3.613	4.1		10.8		21.3		47.2		16.6			المعدل		المجموع	
		14.9				21.3		63.8								
0.907	3.58	3.3	2	6.7	4	30	18	48.3	29	11.7	7	X7	التميز		الهوية التنظيمية	
1.106	3.38	1.7	1	26.7	16	20	12	35	21	16.7	10	X8				
0.924	3.40	-	-	16.7	10	40	24	30	18	13.3	8	X9				
1.211	3.42	6.7	4	18.3	11	23.3	14	30	18	21.7	13	X10				
1.006	3.93	-	-	13.3	8	13.3	8	40	24	33.3	21	X11				
1.246	3.65	10	6	8.3	5	15	9	40	24	26.7	16	X12				
0.759	3.561	3.6		15		23.7		37.2		20.5			المعدل			المجموع
		18.6				23.7		57.7								
0.788	3.70	-	-	8.3	5	25	15	55	33	11.7	7	X13	الاستمرارية			الهوية التنظيمية
0.972	3.93	3.3	2	3.3	2	20	12	43.3	26	30	18	X14				
0.811	3.45	-	-	11.7	7	40	24	40	24	8.3	5	X15				
1.047	3.77	5	3	8.3	5	13.3	8	51.7	31	21.7	13	X16				
0.889	3.92	-	-	11.7	7	8.3	5	56.7	34	23.3	14	X17				
0.861	3.73	-	-	10	6	23.3	14	50	30	16.7	10	X18				
0.652	3.750	1.3		8.8		21.9		49.4		18.6			المعدل	المجموع		
		10.1				21.9		68								
0.676	3.641	المؤشر الكلي														

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS ver. 26

2. **تشخيص آراء المبحوثين تجاه متغير الفخر التنظيمي:** يتناول هذا المحور وصف أبعاد الفخر التنظيمي التي تم الإشارة إليها في الجانب النظري والمعمدة في نموذج الدراسة والمتمثلة بالآتي:

أ. **الفخر العاطفي:** يتبين من النتائج الواردة في الجدول رقم (3) إلى أن إجابات المبحوثين حول هذه المتغير من خلال مؤشراتها (Y1-Y8) تميل باتجاه الاتفاق العام وبنسبة (82.6%) من تلك الإجابات وبوسط حسابي (4.158) وانحراف معياري (0.578)، بينما بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذا البعد (5.6%) فقط. وهذا يدل على ما يشعر به الموظفون من فخر تجاه انجازات زملائهم أو الفريق العمل أو المنظمة بشكل عام. إن أعلى نسبة اتفاق لعينة الدراسة كانت على المؤشرين (Y1) و(Y5) الذي يشير إلى أن "يسعدني أن أكون عضوا في هذه الكلية" و"أحاول أن أساهم وباستمرار

في تحقيق أهداف الكلية"، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (91%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.715) (0.691) وعلى التوالي. أما أقل نسبة اتفاق فكانت على المؤشر (Y6) الذي يشير إلى أن "أكتفي بالتحفيز المعنوي عند إنجاز عمل ما"، وقد بلغت هذه النسبة (65%) وبلغ الوسط الحسابي لهذا المؤشر (3.68) وبانحراف معياري (1.097).
 ب. **الفخر السلوكي**: يتبين من النتائج الواردة في الجدول رقم (3) إلى أن إجابات المبحوثين حول هذه المتغير من خلال مؤشراتها (Y9-Y16) تميل باتجاه الاتفاق العام ونسبة (90.6%) من تلك الإجابات وبوسط حسابي (4.40) وبانحراف معياري (0.524)، بينما بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذا البعد (2.5%) فقط. وهذا يدل على توافر درجة عالية من التفضيل لدى الفرد نحو كليته التي يعمل بها. إن أعلى نسبة اتفاق لعينة الدراسة كانت على المؤشر (Y11) الذي يشير إلى أن "اشعر بالفخر حينما أخبر الآخرين عن انتمائي لهذه الكلية"، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (90%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (0.725). أما أقل نسبة اتفاق فكانت على المؤشر (Y15) الذي يشير إلى أن "احتقل بما تحققه الكلية من نجاحات"، وقد بلغت هذه النسبة (85%) وبلغ الوسط الحسابي لهذا المؤشر (4.22) وبانحراف معياري (0.783).
 جدول (3): التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الفخر التنظيمي
 لآراء عينة الدراسة

المتغير	الرمز	مقاييس الاستجابة										الوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
		أتفق بشدة		أتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة					
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت				
الفخر العاطفي	Y1	30	50	24	40	5	8.3	1	1.7	-	-	4.38	0.715		
	Y2	32	53.3	24	40	2	3.3	2	3.3	-	-	4.43	0.722		
	Y3	18	30	30	50	8	13.3	4	6.7	-	-	4.03	0.843		
	Y4	17	28.3	30	50	11	18.3	2	3.3	-	-	4.03	0.780		
	Y5	29	48.3	26	43.3	4	6.7	1	1.7	-	-	4.38	0.691		
	Y6	15	25	24	40	9	15	11	18.3	1	1.7	3.68	1.097		
	Y7	18	30	28	46.7	13	21.7	1	1.7	-	-	4.05	0.769		
	Y8	30	50	21	35	5	8.3	3	5	1	1.7	4.27	0.936		
الفخر التنظيمي	المعدل											4.158	0.578		
	المجموع											5.6			
	Y9	33	55	20	33.3	4	6.7	3	5	-	-	4.38	0.825		
	Y10	31	51.7	23	38.3	5	8.3	1	1.7	-	-	4.40	0.718		
	Y11	37	61.7	17	28.3	5	8.3	1	1.7	-	-	4.50	0.725		
	Y12	28	46.7	29	48.3	1	1.7	2	3.3	-	-	4.38	0.691		
	Y13	37	61.7	22	36.7	-	-	1	1.7	-	-	4.58	0.783		
	Y14	27	45	24	40	7	11.7	2	3.3	-	-	4.27	0.800		
الفخر السلوكي	Y15	24	40	27	45	7	11.7	2	3.3	-	-	4.22	0.783		
	Y16	32	53.3	24	40	4	6.7	-	-	-	-	4.47	0.623		
	المعدل											4.400	0.524		
	المجموع											2.5			
	المؤشر الكلي													4.279	0.519

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS ver. 26

3. اختبار فرضيات الدراسة:

أ. تحليل علاقة الارتباط بين متغيري الدراسة وأبعادها: يوضح الجدول رقم (4) علاقات الارتباط بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي إذ يشير الجدول المذكور إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) والفخر التنظيمي (المؤشر الكلي) وقد بلغت قيمة الارتباط (0.689) وهي معنوية عند مستوى (0.01). وبهذا فقد تحققت الفرضية الرئيسة الأولى. ويلاحظ من الجدول رقم (4) وعند مقارنة قيم معاملات الارتباط بين أبعاد الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي نجد أن أقوى علاقة ارتباط كانت بين بعد الاستمرارية والفخر التنظيمي (المؤشر الكلي) إذ بلغت قيمة الارتباط بينهما (0.674) وهي معنوية عند مستوى (0.01)، بينما أضعف علاقة ارتباط كانت بين بعد التميز والفخر التنظيمي (المؤشر الكلي) قد بلغت قيمة الارتباط (0.586) وهي معنوية عند مستوى (0.01). وبهذا تحققت جميع الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى. وبذلك فإن هذه العلاقة تشير إلى أن هناك مستويات العالية من الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) والفخر التنظيمي (المؤشر الكلي) لدى الأفراد المبحوثين في كليات جامعة دهوك.

جدول (4): قيم معامل الارتباط بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي

المؤشر الكلي	الفخر التنظيمي		المتغيرات المعتمدة	
	الفخر السلوكي	الفخر العاطفي	المتغيرات المستقلة	
0.608**	0.487**	0.651**	المركزية	الهوية التنظيمية
0.586**	0.525**	0.578**	التميز	
0.674**	0.585**	0.680**	الاستمرارية	
0.689**	0.587**	0.706**	المؤشر الكلي	

* معنوية عند مستوى 0.05

** معنوية عند مستوى 0.01

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS)

ب. تحليل علاقة التأثير بين متغيري الدراسة وأبعاده: يبين الجدول رقم (5) تحليل الانحدار للعلاقة بين متغير الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) وبين متغير الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي). ومن تحليل معطيات الجدول يتضح وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين متغير الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي، إذ إن قيمة (Beta) بينهما البالغة (0.689) تعد معنوية بدلالة (T) المحسوبة بينهما والبالغة (7.244) حيث تزيد عن قيمتها الجدولية (1.67) وتعد معنوية عند مستوى الدلالة (0.00) وهو أقل من مستوى المعنوية الافتراضي للدراسة الحالية والبالغ (0.05)، وإيضاً من تحليل معطيات الجدول يتضح وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد الاستمرارية والفخر التنظيمي، إذ إن قيمة (Beta) بينهما البالغة (0.429) تعد معنوية بدلالة (T) المحسوبة بينهما والبالغة (2.698) إذ تزيد عن قيمتها الجدولية (1.67) وتعد معنوية عند مستوى الدلالة (0.00) وهو أقل من مستوى المعنوية الافتراضي للدراسة الحالية والبالغ (0.05) بينما أوضحت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة تأثير أقل بين متغير بعد التميز والفخر التنظيمي إذ إن قيمة (Beta) بينهما البالغة (0.109) تعد معنوية بدلالة (T) المحسوبة بينهما والبالغة (0.714) حيث تزيد عن قيمتها الجدولية (1.67) وتعد معنوية عند مستوى الدلالة (0.478) وهو أقل من مستوى المعنوية الافتراضي للدراسة الحالية والبالغ

(0.05). وعليه تم قبول فرضية التأثير الرئيس التي تنص على وجود تأثير لمتغير الهوية التنظيمية في متغير الفخر التنظيمي.
جدول (5): العلاقات التأثيرية لأبعاد الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي على المستوى الكلي للكلية المبحوثة

الفخر التنظيمي					الأنموذج
مستوى الدلالة	T	المعاملات القياسية	المعاملات غير القياسية		
		قيمة Beta	الخطأ المعياري	قيمة B	
0.117	1.593	0.228	0.088	0.140	المركزية
0.478	0.714	0.109	0.104	0.074	التميز
0.009	2.698	0.429	0.127	0.342	الاستمرارية
0.000	7.244	0.689	0.073	0.529	المؤشر الكلي

المتغير المستقل: الهوية التنظيمية N= 60

المتغير المعتمد: الفخر التنظيمي، (T) الجدولية 1.67

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج SPSS ver.26
ج. تحليل درجة مساهمة المتغير المستقلة في تفسير المتغير المعتمدة: استناداً لما جرى وصفه وتحليله من النتائج والمتمثل في وصف وتحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة، فالدراسة في هذا المحور تسعى إلى وصف وتحليل مدى مساهمة متغير الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) المستقلة للدراسة في تفسير متغير الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي) المعتمدة، وذلك بالاعتماد على قيم (R^2) والتي جرى تحديد معنوياتها باستخدام اختبار (F)، وعلى النحو الآتي:
جدول (8): درجة مساهمة الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) في تفسير الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي)

الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي)			المتغير المعتمد
مستوى الدلالة	F	R^2	
0.000	34.092	0.37	المركزية
0.000	30.405	0.34	التميز
0.000	48.242	0.45	الاستمرارية
0.000	52.475	0.47	الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي)

N=60

المتغير المستقل: الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي)

المتغير المعتمد: الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي)، (F) الجدولية 4.01

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج SPSS ver.26
إذ تشير نتائج التحليل في الجدول رقم (8) إلى أن الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) تؤثر معنوياً في الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي)، وهذا ما تؤكد قيمة (F) المحسوبة والبالغة (52.475)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.01) وبلغ معامل التحديد (R^2) (0.47)، ويدل ذلك على أن الهوية التنظيمية تفسر (47%) من التغيرات في المتغير المعتمد (الفخر التنظيمي)، وإن (53%) من التغيرات تعود إلى متغيرات لم تدخل في أنموذج الدراسة. وتشير معطيات الجدول رقم (8) إلى أن

أقوى تأثير لأبعاد الهوية التنظيمية في الفخر التنظيمي كان لبعد الاستمرارية بدلالة معامل التحديد (R^2) إذ تفسر هذا المؤشر وحده (45.4%) من التأثير الكلي، تدعمه قيمة (F) المحسوبة (48.242) مقارنة بالجدولية (4.01). في حين كانت أقل علاقة تأثير لبعد التميز في الفخر التنظيمي إذ بلغ معامل التحديد (R^2) (34.4%). ومن نتائج تحليل الانحدار يتم قبول فرضية البحث الرئيسة الثانية والتي تنص على أنه (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمتغير الهوية التنظيمية بأبعاده في الفخر التنظيمي). أما فيما يخص الفرضيات المنبثقة منها، فأن نتائج تحليل الانحدار تشير إلى تحقيقها جميعاً.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً. الاستنتاجات:

1. تحقق الهوية التنظيمية للجامعات أهداف عدة من أهمها ريادتها وتميزها الأكاديمي والاحتفاظ بمكانتها وسمعتها التي اكتسبتها على مستوى الجامعات الأخرى.
2. تعد الهوية التنظيمية هي الأساس أو العمود الفقري الذي تستند عليه الجامعات في الحفاظ على السمات الجوهرية المميزة لها والعمل على استمراريتها وتحديثها ومن ثم تحقيق تميزها.
3. تساعد الهوية التنظيمية على تعزيز الفخر التنظيمي بما يواكب المستحدثات العلمية الجديدة.
4. تبين وجود علاقة ارتباط معنوية وقوية بين الهوية التنظيمية (المؤشر الكلي) والفخر التنظيمي (المؤشر الكلي) تؤثر بشكل إيجابي في معرفة الأفراد العاملين، وفي مواقفهم.
5. أشارت نتائج التحليل الإحصائي بأن أقوى علاقة ارتباط كانت بين بعد الاستمرارية والفخر التنظيمي (المؤشر الكلي)، أي تعمل كليات جامعة دهوك وفق قيم ومعايير أخلاقية ثابتة تسعى إلى إثبات وجودها واستمراريتها.
6. بينما اتضحت من نتائج التحليل الإحصائي بأن أقوى علاقة ارتباط معنوية بين بعد الفخر العاطفي والهوية التنظيمية، وهذا يدل أن التدريسين يشعرون بالفخر لكونهم جزءاً لا يتجزأ من هذه الكلية إذ يسعون بالاستمرار لتحقيق أهداف الكلية.
7. أظهرت النتائج أيضاً بأنه يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمتغير الهوية التنظيمية بأبعاده في الفخر التنظيمي، وأقوى علاقة تأثير كان لبعد الاستمرارية في الفخر التنظيمي (المؤشر الكلي).
8. تتضح من النتائج بشعور الفرد بالفخر حينما يخبر الآخرون بانتمائه للجامعة، وهذا يدل على الدرجة العالية من تفضيل لدى التدريسي نحو كليته التي يعمل بها وقدرة الجامعة على تحقيق التميز، بامتلاكها ملاكات تتصف بالخبرة والمعرفة.

ثانياً. المقترحات:

1. نقترح على الجامعة بتوفير أبعاد الهوية التنظيمية بحيث تخدم الفخر التنظيمي ببعديها.
2. ضرورة اهتمام الجامعة بالتدريسين بتوضيح مفهوم الهوية التنظيمية بشكل عميق ومفصل بحيث يحفز ادائهم الوظيفي وتعزز الفخر تجاه المنظمة وفريق العمل.
3. ضرورة إعداد سجل يتضمن نجاحات الجامعة والتميز منها وإطلاعها على التدريسين باستمرار، لكي يبقوا مطلعين على ما تتحققه الجامعة من نجاحات، ولكي يعرفوا مكانة جامعتهم لدى الأطراف ذات العلاقة معها.
4. نوصي القيادات الجامعية بمساعدة المدرسين ومعاونتهم في إنجاز أهدافهم التي تحقق صالح العام للجامعة، وبتقدير إنجازاتهم وتوفير احتياجاتهم، وذلك لضمان هويتهم في الجامعة.

5. تشجيع اعضاء هيئة التدريس على اظهار مشاعرهم وعواطفهم اثناء العمل، وهو ما يتحقق من خلال تكوين علاقات ودوره يسودها روح الألفة والثقة المتبادلة.
6. استقطاب بعض أعضاء هيئة التدريس المشهوددة لهم بالتفوق العلمي والحاصلين على جوائز تقديرية من الدولة للعمل بالجامعة وتعزيز مشاعر الفخر التنظيمي لمنتسبيها.
7. تشجيع وتحفيز الادارة العليا وباقي اعضاء الكليات جامعة دهوك على ضرورة الالتزام بخصائص الهوية التنظيمية وما تقتضيه من ممارسات ادارية وسلوكية لتعزيز قوة الهوية التنظيمية لديهم.
8. تنمية وترسيخ قيم الولاء والارتباط بالكلية والعمل على ايجاد قيم وأهداف مشتركة بين الفرد والكلية مما يزيد من الفخر التنظيمي فضلا عن دعم التدريسين للكلية والحماس لتحقيق أهدافها.

المصادر

اولاً. المصادر العربية

1. آميدي، كرين مصطفى خالد واسماعيل، هادي خليل، (2021)، دور القيادة الواعية في بناء الهوية التنظيمية دراسة تحليلية لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليات جامعة دهوك/ دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الاكاديمية لجامعة نوروز، المجلد 9، العدد 4، ص 430-451.
2. بوعلالة، عائشة، (2022)، دور الهوية التنظيمية في تحسين الأداء الوظيفي بمؤسسات التعليم العالي في الجزائر - دراسة حالة جامعة أدرار، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد درايعة- أدرار.
3. الدوسكي، بفرين عارف حجي، (2023)، دور الهوية التنظيمية في مواجهة عوامل الإخفاق التنظيمي من خلال التحول التنظيمي كمتغير وسيط: دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الأكاديمية في عدد من كليات الجامعات الخاصة في إقليم كردستان/ العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة دهوك.
4. سعد، بهاء الدين مسعد، (2020)، الدور الوسيط للتهكم التنظيمي في العلاقة بين الفخر التنظيمي والأداء الوظيفي/دراسة تطبيقية، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 21، العدد 4، الجزء 2، ص 489-542.
5. طيباوي، خيرة، (2020)، الهوية التنظيمية وعلاقتها بالتمائل الوظيفي لدى الموظف: دراسة ميدانية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بو ضياف المسيلة- الجزائر.
6. عبداللطيف، عبداللطيف وجودة، محفوظ أحمد، (2010)، دور الثقافة التنظيمية في التنبؤ بقوة الهوية التنظيمية (دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية الخاصة)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 2.
7. عثمان، ناصر أحمد، (2022)، نموذج بنائي للعلاقة بين المناخ الأثيري والفخر التنظيمي والرسوخ الوظيفي بجامعة أسوان، جامعة بني سويف، مجلة كلية التربية، المجلد 19، العدد 115، الجزء 1، ص 599-657.
8. عودة، سماح أحمد عامر، (2023)، أثر تطبيقات القيادة الديموقراطية في الفخر التنظيمي لدى عينة من الشركات الفلسطينية، رسالة ماجستير منشورة، كلية دراسات العليا، جامعة الخليل.

9. مرسي، مرفت محمد السعيد، (2015)، أثر الفخر التنظيمي الاتجاهي كمتغير وسيط في العلاقة ما بين الفخر التنظيمي الوجداني والنية للبقاء في العمل/ دراسة حالة، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة جامعة الأزهر، المجلد 14، العدد 2، ص 1-48.
ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. Abdulhameed, Abdullah Abbood & Al-Kubaisy, Salah Al-Deen, 2023, The Effect of Organizational Pride on Business Continuity: Field Research in Private Colleges/Universities in Baghdad, Journal of Namibian Studies, Vol. 33., No. 2., P 4143-4156.
2. Al-Haraisa, Yazan Emnawre, 2024, Ethical Leadership and Employees Creativity: the mediating role of organizational pride, journal of Foundations of Management, Vol. 16.No. 1., P 25-40.
3. Hamza, K., D., 2023, Organizational Pride Oriented the Commitment Behaviour of the Service Provider, International Journal of Studies in Business Management, Economics and Strategies, Vol. 2., No. 3., P 883-2949.
4. Kraemer, T., Weiger, W. H., Gouthier, M. H., & Hammerschmidt, M., 2020, Toward a theory of spirals: the dynamic relationship between organizational pride and customer-oriented behaviour, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 48., No. 6., P 1095-1115.
5. Nadatien, I., Handoyo, S., Pudjirahardjo, W. J., & Rahayu, Y. P., 2019, The influence of organizational pride on the performance of lecturers in health at the Nandlal Ulama university in Surabaya, Indian Journal of Public Health Research & Development, Vol. 10., No. 1., P 538-542.
6. Nilawati, F., Umar, N., Kusdi, R., & Zainul, A. (2019). The influence of work life balance and organizational pride on job satisfaction and its impact on organizational citizenship behaviour in five- and four-star hotels employee. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences Vol. 9., No. 7., P 191-196.
7. Nilawati, Fiernaningsih & Umar, Nimran & Kusdi, Raharjo & Zainul, Arifin, 2019, the influence of work life balance and organizational pride on job satisfaction and its impact on organizational citizenship behaviour in five- and four-star hotels employee, journal RJOAS, Vol. 7., No. 91.
8. Nilawati, Fiernaningsih & Umar, Nimran & Kusdi, Raharjo & Zainul, Arifin, 2019, Do Work Life Balance, Organizational Pride and Job Satisfaction Affect the Intention to Leave? International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE), Vol. 8., No. 3., P 1217-1223.
9. Pikl, Lorena. 2023, The Relationship Between Organizational Pride, Job Characteristics and Job Satisfaction: A Literature Review, Conference: Strengthening Resilience by the Sustainable Economy and Business - Towards the SDGs. May 2023
10. Seyed Mostafa Seyed pour, Ali Safari & Ali Nasr Isfahani, 2020, Formulating an organizational pride model for the National Iranian Oil Company, Journal of Cogent Business & Management, Vol. 7., No. 1.

11. Ashforth, Blake E., & Mael, Fred A., 1996, Organizational Identity & Strategy as a context for The Individual, Journal of Advances in Strategic Management, Vol.13.
12. Corley, Kevin G.; Haraquail, Celia V.; Pratt, Micheal G.; Glynn, Marry A.; Fiol, C. Mrlene; & Hatch, Mary J., 2006, Guiding organizational identity through aged adolescence, Journal of management Inquiry, Vol.15, No.2.
13. Witting, Marjon, 2006, relations between organizational identity, identification & organizational objectives: An empirical study in municipalities.
14. Ravasi, Davide, 2016, Organizational Identity, Culture & Image, www.researchgate.net.
15. Jarne, Sarah & Maritz, Louise, 2014, Organizational Identity in Practice? -How Theoretical Concepts of Organizational Identity are Perceived in the Empirical Setting of Arla Foods, Master Thesis, Uppsala University.
16. Kansbod, Mathias & Andresen, Fredrik, Wang, 2012, Corporate identity management: A case study of corporate identity within Linnaeus university, Bachelor Thesis.
17. Dhalla, Rumina, 2007, The construction of organizational Identity: key contributing external & intra-organizational factors, Journal of corporate reputation review, Vol.10, No.4, www.palgrave-journals.com.
18. Bick, Geoff; Jacobson, Marciene, C.; & Abratt, Russel, 2003, The Corporate Identity management process revisited, Journal of Mark Management, Vol.19.

الملحق

جامعة دهوك
كلية الادارة والاقتصاد
قسم ادارة الاعمال

استمارة استبانة

تحية طيبة.....

تمثل هذه الاستمارة جزءاً من مشروع بحث بعنوان (الهوية التنظيمية ودورها في تحقيق الفخر التنظيمي/ دراسة استطلاعية لأراء عينة من التدريسيين في عدد من كليات جامعة دهوك) الى قياس العلاقة والاثار بين الهوية التنظيمية والفخر التنظيمي، راجين تعاونكم معنا في الاجابة على الفقرات المكتوبة في متن الاستمارة والتي تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي. شاكرين تعاونكم معنا وتقبلوا منا خالص الشكر والتقدير.

الباحثان

بيان محمد طاهر محمد سليم
مدرس

شليخ عبدالرحمن علي محمد
استاذ مساعد

أولاً. بيانات تعريفية:

1. الجنس: () ذكر، () أنثى
 2. العمر: () أقل من 35 سنة، () 36 - 45 سنة، () 46 سنة فأكثر
 3. عدد سنوات الخدمة في الجامعة: () أقل من 5 سنوات، () 5 - 10 سنوات، () أكثر من 10 سنوات
 4. التحصيل الدراسي: () ماجستير () دكتوراه
- ثانياً. الهوية التنظيمية:** تشمل جميع الخصائص التي تميز الأفراد وشعورهم بتقدير المنظمة لإنجازاتهم من خلال اندماجهم في العمل، مما يعزز شعورهم بالاحترام والفخر المستدام. في أدناه مجموعة من الفقرات يرجى وضع علامة (✓) على الاختيار المعبر عن شخصكم.

أ	المركزية	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا تماماً
1	تهتم كليتنا بضمان الجودة في جميع النشاطاتها.					
2	يعد العمل الجماعي ركن أساسي داخل كليتنا.					
3	تهتم كليتنا بسيادة مبدأ الدقة في الأداء وتجنب الأخطاء.					
4	تتسم كليتنا بسمة تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة.					
5	تهتم كليتنا برفع المستوى العلمي الأكاديمي.					
6	تتميز كليتنا بالعمل الجماعي نحو هدف مشترك.					
ب-	التميز	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا تماماً
7	يتسم العمل في كليتنا بالديناميكية مقارنة بنظيراتها.					
8	تستخدم كليتنا أنماطاً عدة من عمليات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تميزها عن نظيراتها.					
9	تتميز عن نظيراتها في النتاج العلمي (التأليف والبحث العلمي والترجمة والاستشارات).					
10	يعد خريجوها مرموقين ومميزين في المجتمع بالمقارنة مع نظيراتها من الكليات الأخرى.					
11	تمتلك كليتنا ملاكات تتصف بالخبرة والمعرفة.					
12	تتصف كليتنا بالانضباط العالي والالتزام بالتعليمات.					
ت	الاستمرارية	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا تماماً
13	تستمر كليتنا في سياساتها وانظمتها التي تعبر عن رسالتها حتى في حالات تغيير اداراتها.					
14	تعمل كليتنا وفق قيم ومعايير اخلاقية ثابتة الى حد كبير.					
15	تمتلك كليتنا فلسفة تطوير متجذرة داخل اداراتها.					
16	تسعى كليتنا الى اثبات وجودها واستمراريتها.					
17	يسعى أعضاء الهيئة التدريسية في كليتنا الى تطوير انفسهم.					
18	تعد التحسين المستمر من اولويات ادارتها.					

ثالثاً. الفخر التنظيمي: يعبر عن شعور الفرد المبني على الإتجاهات الإيجابية تجاه منظمته كونه عضواً فيها، والتباهي بإنجازاتها ونجاحاتها المتميزة أمام الآخرين، الأمر الذي يؤكد على الفخر التنظيمي ينشأ نتيجة لمجموعة من المواقف والأحداث الفردية أو التنظيمية.

في أدناه مجموعة من الفقرات يرجى وضع علامة (✓) على الاختيار المعبر عن شخصكم.

أ	الفخر العاطفي	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
1	يسعدني أن أكون عضواً في هذه الكلية.					
2	أشعر بالفرح لكوني جزءاً لا يتجزأ من هذه الكلية					
3	أفتخر بما تحقّقه الكلية من إنجازات.					
4	أشعر بأن الكلية تقدم شيئاً مفيداً للمجتمع.					
5	أحاول أن أساهم وباستمرار في تحقيق أهداف الكلية.					
6	أكتفي بالتحفيز المعنوي عند إنجاز عمل ما.					
7	أساهم في تحسين الخدمات التي تقدمها الكلية.					
8	أفتخر بالإنجازات السابقة للكلية.					
ب	الفخر السلوكي					
9	أشعر بالفخر تجاه عملي بالكلية.					
10	أفخر بإسهاماتي في نجاح الكلية.					
11	أشعر بالفخر حينما أخبر الآخرين عن انتمائي لهذه الكلية					
12	أحاول التعلم من الممارسات والتجارب الجديدة باستمرار.					
13	أرغب في اكتساب المزيد من المهارات التي تجعلني متميزاً في الكلية.					
14	أحاول المبادرة بالأعمال التي تؤدي إلى تسليط الضوء على الكلية.					
15	أحتفل بما تحقّقه الكلية من نجاحات.					
16	أدعم زملائي في العمل لتطوير وتنمية مهاراتهم.					