



## الشغف الاستراتيجي ودوره في بناء المنظمات الريادية دراسة تطبيقية في المستشفيات الاهلية في محافظة النجف الاشرف

هاشم فوزي العبادي\*<sup>a</sup> ، حوراء رشيد الموسوي<sup>b</sup>  
جامعة الكوفة / كلية الادارة والاقتصاد

### المخلص

الغرض: بدأ الشغف الاستراتيجي في الآونة الأخيرة في جذب عدد متزايد من الباحثين على الرغم من وجود عدد قليل من الدراسات المنهجية، إلا أن ظاهرة الشغف سائدة بين رواد الأعمال وهذه دعوة لإجراء دراسات تجريبية ومنهجية من الشغف الاستراتيجي في ريادة الأعمال لتقديم رؤى للممارسة حيث يهدف البحث إلى تطبيق الشغف الاستراتيجي لبناء منظمات ريادية. التصميم، المنهجية، النهج: باستخدام مقارنة نوعية في دراسة تطبيقية المتعمقة، تمت دراسة مستشفيات أهلية تعدد من المشاريع المتطورة في القطاع الصحي في محافظة النجف الأشرف. النتائج: تشير النتائج بقوة إلى أن أسس بناء منظمات ريادية على مستوى المؤسسات الصحية تتطلب شغف واحد على الأقل من رواد الأعمال حيث يتم إضفاء الطابع الرسمي على الأعمال التجارية من أجل زيادة الخدمات الصحية. الأصالة، القيمة: المستشفيات هي موقع بحث ممتاز لدراسة الشغف الإستراتيجي لدى إدارة المستشفيات لأنهم يبدؤون حياتهم المهنية وينضمون معاً لتشكيل فرق عمل بسبب شغفهم وحبهم لتقديم خدمات صحية ذات جودة عالية.

### معلومات المقالة

#### تاريخ البحث

الاستلام: ٢٠٢٠/١١/١  
تاريخ التعديل: ٢٠٢٠/١١/٢٢  
قبول النشر: ٢٠٢٠/١١/٢٣  
متوفر على الأنترنت: ٢٠٢٠/٥/٥

#### الكلمات المفتاحية:

الشغف الاستراتيجي  
المنظمات الريادية  
المستشفيات الاهلية  
التصميم  
النهج

## Strategic passion and its role in building entrepreneurial organizations - an applied study on private hospitals In Najaf Governorate

Hashem Fawzi Al-Abadi\*<sup>a</sup> , Hawraa Rashid al-Mousawi<sup>b</sup>  
College of Administration and Economics - University of Kufa.

### Abstract

The strategic passion has recently attracted an increasing number of researchers despite the presence of few systematic studies, but the phenomenon of passion is prevalent among entrepreneurs and this is a call for experimental and systematic studies of strategic passion in entrepreneurship to provide insights for the practice where the research aims to apply strategic passion to build entrepreneurial organizations. Using a qualitative approach in an in-depth applied study, private hospitals that are among the most advanced projects in the health sector in Najaf Governorate have been studied. The results strongly indicate that foundations for building entrepreneurial organizations at the level of health institutions require at least one passion from entrepreneurs as businesses are formalized in order to increase health services.

من أجل تعزيز ميزتها التنافسية. والتي تعد أهمية رئيسة لأداء المستشفيات. لذا سينصب اهتمام الباحث على الشغف الاستراتيجي لأنه عنصراً حيوياً يسهم في بناء المنظمات الريادية. وفي ضوء ذلك تحددت مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:-

١. ما هو دور الشغف الاستراتيجي في بناء المستشفيات الريادية.

### منهجية البحث

#### مشكلة البحث

من البديهي أن توجد هناك منافسة قوية بين المستشفيات في ظل تنوع التغييرات السريعة في بيئة الأعمال، ولذا فإن المستشفيات بدأت تفكر كيف تحسن أدائها وعملياتها. وفي هذا الجانب، يصبح الشغف الاستراتيجي المصدر الرئيس للمنظمات

\*

Corresponding author : E-mail addresses : hashimf.dabbass@uokufa.edu.iq.

2021 AL – Muthanna University . DOI:10.52113/6/2021-11-1/68-77

١. التركيز على دور الموارد في رسم خارطة الشغف الاستراتيجي في عموم أروقة المستشفيات قيد الدراسة.
  ٢. إيجاد مستشفيات قادرة على مواجهة المشاكل الاستراتيجية من خلال تنمية قدرات وقابليات الموظفين لديها.
  ٣. مواجهة المنافسة الخارجية والحفاظ على المرضى وهجرتهم للخارج من أجل العلاج.
٢. هل الشغف الريادي يحقق الأداء الريادي للمستشفيات قيد الدراسة.
  ٣. هل شغف المغامرة يحقق الأداء الريادي للمستشفيات قيد الدراسة.
  ٤. كيف يمكن لمنظمات الأعمال أن تصبح منظمات ريادية من خلال استخدامها للشغف الاستراتيجي الذي تمتلكه؟

#### هدف البحث

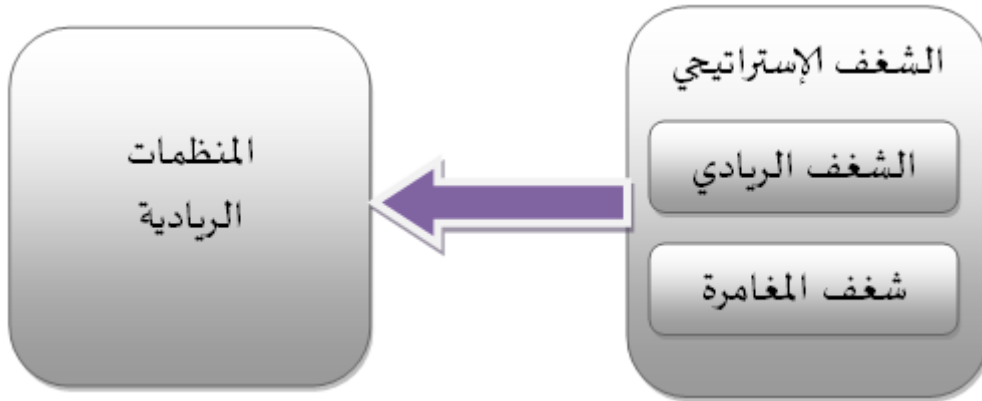
يسعى البحث إلى توضيح المفاهيم والمضامين المتعلقة بالشغف الاستراتيجي ومكوناته لغرض تسليط الضوء على بناء المنظمات الريادية للمستشفيات عينة البحث من خلال تحليل وبيان الأهداف المنفذة من قبل هذه المستشفيات.

#### أهمية البحث

أصبَح الشغف الاستراتيجي أكثر أهمية للعديد من المنظمات الذي تستخدمه. وعليه فإن أهمية البحث يمكن توزيعها بالشكل الآتي:

#### مخطط البحث الفرضي

الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث



الفرضية الرئيسية الثانية : هنالك تأثير للشغف الاستراتيجي في بناء المنظمات الريادية.

#### مجتمع البحث وعينته

تم اختيار المستشفيات الصحية كمجتمع للبحث الحالي، وقد تمثلت العينة بملاكات المهن الصحية والقادة الإداريين وعلى كافة المستويات العليا والمتوسطة والدنيا في ثلاث مستشفيات في محافظة النجف الأشرف، هي: مستشفى الامير الأهلي، مستشفى بن بلال، مستشفى الغدير، كما في الجدول (1) وقامت الباحثة بتوزيع استمارات الاستبيان والتي بلغت (45) استمارة في ضوء معادلة اختيار العينة العالمية.

في هذه الفقرة سيتم التطرق إلى المخطط البحث الفرضي على وفق ما جاء من مسح للنتائج الفكرية للأدبيات ذات الصلة بموضوع الشغف الاستراتيجي ودوره في بناء المنظمات الريادية. والشكل (1) يوضح المخطط الفرضي للبحث.

#### فرضيات البحث

تم صياغة فرضيات البحث الحالي وبشكل يتوافق مع توجهات البحث والتحليل العملي له من خلال اختبار علاقة الارتباط والتأثير للشغف الاستراتيجي في المنظمات الريادية، وكالاتي:-

الفرضية الرئيسية الأولى : هنالك علاقة ارتباط بين الشغف الاستراتيجي وبناء المنظمات الريادية.

الجدول (1) مجتمع البحث

أسم المستشفى	عدد الملاكات الطبية	النسبة
مستشفى الامير الأهلي	20	45%
مستشفى بن بلال	15	33%
مستشفى الغدير	10	22%
المجموع	45	100%

وقد ابدوا ملاحظاتهم وآرائهم، وتم تبعاً لذلك تعديل الاستبانة، وتم الاخذ بنظر الاعتبار هذه التعديلات لتصبح الاستبانة جاهزة، وتشير العديد من الدراسات والابحاث الى ان اتفاق (80%) من المحكمين يعد كافياً لأجراء التعديلات المطلوبة من قبلهم واعتماد الاستمارة، واعتماداً على الآراء والملاحظات تم إجراء التعديلات والإضافات.

#### ثبات صدق الاستبانة

للتعرف على ثبات الاستبانة تم اللجوء الى معامل الثبات (الفا كرونباخ)، ومن متابعة قيمه الواردة في الجدول (2) يتضح بان جميع القيم جاءت مقبولة، اي ان الاستبانة ذات ثبات مقبول.

وتم تحديد حجم عينة الملاكات الطبية والادارية العليا، وذلك كما يلي:

وقد تم تحديد حجم عينة البحث بحيث تمثل المجتمع الأصلي من خلال استخدام مدخل رابطة التريية الأمريكية لـ (Kergcie & Morgan, 1970) وفق المعادلة أدناه:

$$n = \frac{X^2 NP(1-p)}{d^2(N-1) + X^2 P(1-p)}$$

#### الصدق الظاهري

من اجل التعرف على امكانية اعتماد المقاييس المستخدمة في الدراسة للغرض الذي وضعت من اجله، تم عرض الاستبانة في صورتها الاولى على نخبة من الاساتذة والخبراء المتخصصين،

الجدول (2) ثبات الاستبانة

الايعاد	عدد الاسئلة	قيمة المعامل
الشغف الريادي	5	0.722
شغف المغامرة	5	0.713
الشغف الاستراتيجي	10	0.718
المنظمات الريادية	5	0.846
الاستبانة ككل	15	0.785

القرن السابع عشر، إلا أنه لم يظهر في الأدب النفسي إلا بعد ذلك بكثير (Astakhova et al., 2017:3). وقد عالج علماء النفس الاجتماعي الشغف كمبنى تحفيزي يحتوي على مكونات عاطفية ومعرفية وسلوكية (Chen et al., 2009:200).

وللهولة الأولى يبدو مصطلح الشغف الاستراتيجي غامضاً للغاية (Obloj, 2013:1) إلا أنه في الحقيقة توجه إداري حديث

#### الاطار النظري

أولاً : الشغف الاستراتيجي:

١. مفهوم الشغف الاستراتيجي

تباينت الآراء حول مفهوم الشغف الاستراتيجي وتعريفه بشكل دقيق، إلا أن المسلم به هو أن هذا المصطلح قد صيغ في

ويرى (Milanesi,2018:425) أن الشغف الاستراتيجي كعامل حاسم في فهم العناصر المعرفية والتحفيزية لعملية المقاولات مثل جهود رواد الأعمال حققت الدراسات في مجال زيادة الأعمال بشخصيات مختلفة في عمليات زيادة الأعمال عن النظرة التقليدية لعملية تنظيم المشاريع في عدة مراحل، وهي توليد الأفكار، وفحص الأفكار، وشراء الموارد الضرورية وإثبات نموذج العمل والنضج، والتجديد والنمو. لقد فتح تحدي المسار الكلاسيكي لزيادة الأعمال الباب أمام البحث في حالات أصحاب المشاريع الذين يتبعون مسارات غير نمطية بدافع أسباب أخرى غير الفرص التجارية وتحسين الموارد. ويرى (Warnick, 2018:2) الشغف الاستراتيجي المشاعر الإيجابية المكثفة والتعرف على نشاط معين مهم لقرارات التمويل الخاصة بكل من المستثمرين الملاك ورأس المال المغامر، ولكن الفهم العلمي لهذه العلاقة لا تزال وليدة نسبياً على سبيل المثال، لم تحدد الأبحاث بعد ما يريده المستثمرون من رواد الأعمال أو ما إذا كان جميع المستثمرين يقيمون الشغف بشكل مشابه.

بينما ينظر (Svejenova et al.,2011:501) أن الشغف الاستراتيجي للمشاريع في هذا النموذج يتم تحديد الحرية كمحرك فريد من نوعه لتحفيز المشروع ونماذج الأعمال الفردية والاستراتيجيات البلاغية كآليات عملية والأصالة والتأثير (القيمة الجمالية والاجتماعية والاقتصادية التي تخصصها أطراف ثالثة) كنتاج المشروع ويختتم الفصل مع الآثار المترتبة على الإدارة الاستراتيجية للمشاريع.

### ٣. أبعاد الشغف الاستراتيجي:

ينقسم الشغف الاستراتيجي إلى عدة أنواع من بينها الآتي :

#### أ. الشغف الريادي

يرى (Warnicka et al., 2018:3) في الدراسات المتعلقة بالعاطفة التجارية، تميل الأنشطة المتأصلة في عملية تنظيم المشاريع إلى العمل كهدف لشغف رجال الأعمال يجادل بأن الشغف الاستراتيجي متجذر في أنشطة تنظيم المشاريع بما في ذلك تحديد واستكشاف فرص المشاريع الجديدة، وتأسيس وتطوير مشاريع جديدة. وعلى الرغم من أن العديد من رواد الأعمال شغوفين بنشاطات تنظيم المشاريع، فإن آخرين يفتقرون إلى مثل هذا الشغف ولكنهم لا يزالون يشاركون في زيادة الأعمال كوسيلة لمتابعة شغفهم بالمنتج أو الخدمة التي يقدمها المشروع أو المشكلة المتعلقة بالنطاق التي يحلها ومن الأمثلة على ذلك الأسباب الاجتماعية أو بيئية.

جداً في مجال الإدارة الاستراتيجية، عند مراجعة الأدبيات السابقة لغرض الوصول للمفهوم الصريح للشغف الاستراتيجي، لم تتمكن من الوصول لدراسة تناولت الشغف الاستراتيجي بشكل محدد وإنما كان أغلب الباحثين قد تناولوا الموضوع ضمن دراسات وبحوث لعناوين أوسع وكانوا قد تطرقوا لموضوع الشغف الاستراتيجي بشكل جانبي وثانوي.

ويرى كل من (Wang & Mobley,2010:3) عندما تظل البيئة العامة غير مؤكدة ومع تعقيداتها يؤدي ذلك الى المنافسة الشديدة ومن المهم أن تعمل أكثر المنظمات العالمية كمنظمات مسؤولة في حماية حقوق الإنسان مثلاً وحماية البيئة. وعلى هذا الأساس هناك سؤال يطرح نفسه ما الذي يمكن أن يفعله قادة المنظمات لتحقيق الرخاء المستدام في جميع أنحاء العالم؟ ويمكن الإجابة على هذا السؤال بأن تركز مهمة منظمات الأعمال في المحافظة على البيئة من خلال استخدام الشغف الاستراتيجي.

ومن وجهة نظر كل من (Cardon et al.,2013:373) يقع الشغف الاستراتيجي في "قلب ريادة الأعمال لأنه يمكن أن يعزز الإبداع والاعتراف بأنماط المعلومات الجديدة الحاسمة لاكتشاف واستغلال الفرص الواعدة". ارتبط الشغف بقدرة القادة الإستراتيجيين على جمع الأموال من المستثمرين وتحفيز وتوظيف الموظفين الرئيسيين ذوات الخبرة من أجل تعزيز الميزة التنافسية.

ويرى (Svejenova et al.,2011:505) في ريادة الأعمال ان تعريف الشغف الاستراتيجي بأنه "المشاعر الإيجابية الشديدة التي تحدثها المشاركة في أنشطة تنظيم المشاريع سواء كان ذلك دافع أو التعلق أو الشعور لذا فإن الشغف له تأثير تنظيمي ويشكل الإدراك والسلوكيات يُنظر إليه أيضاً كمصدر للطاقة التحفيزية".

### ٢. طبيعة الشغف الإستراتيجي:

يرى (Cardon et al ., 2009 :515) أن الأدب النفسي لخص عن الشغف والمشاعر ودمج الأفكار الاستراتيجية بعده ضرورة أساسية في أبحاث وممارسات ريادة الأعمال. وتم الاقتراح بأن الشغف الاستراتيجي يوفر العديد من المراجعات البارزة للبحوث النفسية حول الشغف في العمل للمفاهيم النفسية الرئيسية ذات الصلة بعمل المنظمات. ومن أجل بناء مفاهيم استراتيجية فإننا نوجز أولاً الأسس النظرية الداعمة لاثنتين من التأكيدات الرئيسية المركزية لهذه الأهمية أن: (١) الشغف الاستراتيجي هو شعور إيجابي قوي يمكن الوصول إليه عن قصد و (٢) الشغف الاستراتيجي الناتج عن المشاركة في الأنشطة ذات معنى للهوية والبراعة إلى صاحب المشروع.

## ب. شغف المغامرة

يشير كل من (Gulyan & Bhatnagar,2016:55) أثبتت الأدلة السابقة ان الشغف الاستراتيجي بالعمل قدي يكون في بعض الاحيان فيه نوع من المغامرة في تنظيم المشاريع الاستراتيجية لأنه قد يكون سلاح ذو حدين فان فشل المشروع يعني فشل المنظمة بكاملها لذلك فهو يحتاج الى مجموعة من العلاقات التي تربط بين العوامل الفردية والنتائج الفردية مثل درس الشغف المتناغم كوسيط بين توجه الاستقلال الذاتي والإبداع الوظيفي.

ومن وجهة نظر(Warnicka et al., 2018 :3) وجدت أن الشغف الاستراتيجي يؤدي إلى مستويات أكبر من المثابرة والاستيعاب في أنشطة تنظيم المشاريع وجدت أن الشغف يؤدي إلى مزيد من المغامرة تعتبر هذه السلوكيات قيمة من قبل كل من أصحاب رؤوس الأموال المغامرة ومن ثم نفترض أن المستثمرين يقدرون الشغف المتصور في ريادة الأعمال.

### ثانياً : المنظمات الريادية

#### ١ . مفهوم المنظمة الريادية

يشير (جواد وآخرون،2010) إلى أن المنظمات الريادية في يومنا هذا لا تنمو ولا تتطور من خلال تزايد عدد العاملين فيها، بقدر ما يتأثر نموها وتطورها من خلال بحثها المستمر عن مواردها محلياً ودولياً بشكل يخفف من تكلفة السلع أو الخدمات التي تنتجها تلك المنظمات. وعموماً فإن عمر المنظمات الريادية لا يتعدى الخمس عشرة سنة. وبالتالي، فإن عبارة المنظمات الريادية تشمل مبدأي الشروع، والنمو. ومن جانب آخر، فإن المورد الأساسي الخاص بهذه المنظمات هو ما تراكم من معرفة عبر حياتها في سوق العمل.

وهكذا فالريادة تشكل مصدراً لتعظيم قيمة أعمال المنظمة، وكذلك أصبح سلوك تنظيمي حاكم لتفكير المديرين والعاملين في المنظمة. فالمنظمة الريادية تكون مركز استقطاب وتتمكن من اغتنام الفرص في بيئة علمها بطرق وآليات أفضل من المنظمات المنافسة الأخرى البعيدة عن العمل بلغة الريادة (الغالبية والخفاجي،2010).

يعرف كل من (Dess & Lumpkin,2006) المنظمات الريادية بأنها (تلك المنظمات التي تبني شيئاً ذا قيمة من لا شيء، وكذلك تقوم باغتناء الفرص بناءً على الموارد والمصادر، وضمن رؤية محددة مع الأخذ باعتبار تقدير المخاطر).

بينما عرفها (Michael,2000) بأنها (المنظمات التي تمتلك القدرات لتطوير منتجات وخدمات جديدة وكذلك تنظيم وإدارة عمليات الابتكار، وربط ما بين الابتكار والتحديث ودورها في

تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات). لقد تأثرت الجوانب المادية والطبيعية للمنظمات الريادية عامة خلال السنوات الأخيرة بالتطورات الاقتصادية العالمية، مما جعلها أكثر انفتاحاً على محيطها القريب والبعيد. وبالتالي غدت المنظمات الريادية اليوم تتصف بأنها(جواد وآخرون،2010):

✓ منظمات فرق العمل المتنوعة.

✓ المنظمات المتشاركة التي تتقاسم المعارف فيما بينها.

ويشير (شمام،2010) إلى أن المنظمة الريادية ينبغي أن تتوفر على ثلاثة شروط أساسية هي:

أ. الأفراد الرياديون الذين يقومون بعمليات الابتداع في أشكاله المختلفة بما فيه التكنولوجي والقادرون على اكتساب وإنتاج ونشر المهارات والثقافة المعرفية.

ب. قدرتها على توفير الجانب التنظيمي من حيث الرؤية المستقبلية البعيدة المدى، التحوظ، الثقة والرقابة الداخلية.

ج. القدرة على متابعة ومواجهة التحولات في محيط المنظمة الداخلي منه والخارجي وخاصة ما يتعلق بتغيير الأسواق وتتنوعها.

#### ٢ . مراحل المنظمات الريادية

تختلف المنظمات الريادية عن غيرها من منظمات الأعمال، سواء أكانت في بداية تكوينها وانطلاقها أم في المراحل المتقدمة من نموها المتعلقة بها، حيث تتكون من مجموعة من الأنشطة والأعمال والإجراءات التي تتعلق بخطة الأفراد والتنفيذ ورقابة الأنشطة الريادية(السكرانة،2008). والتي تتكون من العناصر الآتية (Kuratko & Hodgetts ,2004):

١. المبادرة: حيث الأفراد أو الجماعات التي تأخذ المبادرة.

٢. المنظمة : والتي تضمن كافة الموارد التي يتم استحضارها من أجل إنجاز الأهداف المطلوبة.

٣. الإدارة : أن المبادرين هم الذين يقومون بإدارة هذه المنظمة.

٤. الاستقلالية : أن المبادرين مستقلون في اتخاذ القرارات.

٥. أخذ المخاطرة: أن المنظمة نجحت أو فشلت فهي نتاج المشاركة ما بين المبادرين والعاملين.

٦. البيئة : والتي تتضمن كافة الأحداث المتعلقة بالأنشطة الريادية المرتبطة بالفرص والموارد، المنافسين.

وتعدُّ العملية الريادية أمراً في غاية الأهمية في المجتمعات عامة لأسباب عدة أهمها (جواد وآخرون،2010):

✓ تولّد الريادة الإبداع والتغيير، وبخاصة التغيير التقني، وبالتالي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي.

✓ البحث عن فرص خارج السوق الحالية لعمل ما هو جديد أو تغيير مسار الشركة.

✓ الريادة هي العملية التي يتم من خلالها الموازنة بين العرض والطلب.

✓ الريادة أصبحت مَهْمَة هامة، والحاجة تدعو إلى فهم دورها في تطوير رأس المال البشري والفكري.

### الاطار العملي

#### أولاً : التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

##### أ. وصف وتشخيص ابعاد الشغف الاستراتيجي

من نتائج الجدول (3) يتضح أن متغير الشغف الاستراتيجي سجل نسبة عدم اتفاق على تطبيقه بنسبة عالية بلغت (78.93%)، بوسط حسابي (1.93) وهو ادنى من الوسط الفرضي للدراسة والبالغ (3)، وهذا يعني ان الاتجاه نحو الحالة السلبية، بمعنى اخر ان اتفاق العينة كان حول عدم توفر هذا المتغير او تطبيقه في مؤسستهم بشكل عام، وعلى مستوى الابعاد تكون النتائج كالآتي :

1. الشغف الريادي : ان النتائج ضمن الجدول تشير الى ان هنالك عدم اتفاق عالي على توفر هذا البعد فقد بلغ نسبة (74.53%)، بوسط حسابي سجل قيمة (2.04) وهو ادنى من قيمة الوسط الفرضي للدراسة والبالغ (3)، وهذا يعني ان الاتجاه نحو الحالة السلبية، بمعنى اخر ان اتفاق العينة كان حول عدم توفر هذا البعد او تطبيقه في مؤسستهم، وقد كانت الفقرة الاكثر اهمية في عدم التطبيق هي الفقرة (4)، التي سجلت نسبة عدم اتفاق مرتفعة بلغت (40.88%).

2. شغف المغامرة : تشير نتائج الجدول الى ان عدم الاتفاق كانت نسبته مرتفعة حيث بلغت (82.39%)، بوسط حسابي سجل قيمة (1.86) وهو ادنى من قيمة الوسط الفرضي للدراسة والبالغ (3)، وهذا يعني ان الاتجاه نحو الحالة السلبية، بمعنى اخر ان اتفاق العينة كان حول عدم توفر هذا البعد او تطبيقه في مؤسستهم، وقد كانت الفقرة الاكثر اهمية في عدم التطبيق هي الفقرة (6)، التي سجلت نسبة عدم اتفاق مرتفعة بلغت (40.38%).

### 3. قدرات المنظمات الريادية

تعدّ قدرات المنظمة الريادية كأحد المتغيرات الحاكمة للاستراتيجية المتبناة باتجاه تحقيق التفوق بالأداء، إذ للقدرات الريادية دوراً متميزاً وبذات الوقت فهي ذات صلة وثيقة لعملية التنويع التي تساهم في زيادة موارد المنظمة المنظورة كزيادة التدفق النقدي، وغير المنظورة كالسمعة والعلامة التجارية وتحديد الفرص الجديدة، وتصرف المديرين الرياديين إزاءها سواء من خلال تحسين المنتج في الصناعات القائمة أو الجديدة وبالتالي تمنح المدير روح الريادة في دنيا الأعمال (صالح وآخرون،2010).

وقد عرض (Thompson,2000) القدرات الريادية للمنظمة من خلال الربط بين الأعمال الريادية الجيدة ووضع الإستراتيجية الناجحة، إذ اعتبر سرعة التغيير في البيئة الخارجية للمنظمة من الأمور الحرجة التي تتطلب تكييف المدراء الرياديين معها من خلال التحسب لهذا التغيير وتبني التوافق الاستراتيجي المناسب وبالوقت المناسب ومن أهم تلك القدرات:

- ✓ دراسة اتجاهات السوق وسلوك المنافسين.
- ✓ التعرف على توقعات الزبائن وتغيير حاجاتهم.
- ✓ التواصل مع التطورات التكنولوجية.
- ✓ الحصول على حصة سوقية مقابل دخول منتجات جديدة.
- ✓ توظيف قدرة الشركة كقدرات تنافسية لها.
- ✓ التغييرات المستقبلية والإرادة على تحقيق ذلك.

الجدول (3) نتائج الإحصاء الوصفي لأبعاد الشغف الاستراتيجي

الأبعاد	الفرقة 1	الفرقة 2	الفرقة 3	مجموع	الاتفاق	الاتفاق تماماً	الفرج	الوسط الحسابي	المعياري	الاتجاه	الأهمية النسبية

33.02	0.850	1.71	52	38	12	3	1	Q1	الشغف الريادي
47.74	0.841	1.92	34	53	15	2	2	Q2	
41.89	0.769	1.65	54	37	13	2	0	Q3	
40.88	1.065	2.39	19	49	22	10	6	Q4	
34.15	0.735	1.95	28	57	20	0	1	Q5	
38.30	0.965	2.04							
40.38	0.828	2.02	31	46	25	4	0	Q6	شغف المغامرة
38.30	0.794	1.92	36	45	23	2	0	Q7	
36.23	0.692	1.81	36	55	14	1	0	Q8	
39.25	0.995	1.96	40	42	14	8	2	Q9	
37.92	0.675	1.90	29	60	16	1	0	Q10	
37.17	0.815	1.86							
38.58	0.853	1.93							الشغف الاستراتيجي

من الوسط الفرضي للدراسة والبالغ (3)، وهذا يعني ان الاتجاه نحو الحالة الايجابية، بمعنى اخر ان اتفاق العينة كان حول توفر هذا المتغير أو تطبيقه في مؤسستهم بشكل عام، وعلى مستوى الابعاد تكون النتائج كالآتي :

#### ب. وصف وتشخيص متغير المنظمات الريادية :

من نتائج الجدول (4) يتضح أن متغير المنظمات الريادية سجل نسبة اتفاق على تطبيقه بوسط حسابي (4.10) وهو أعلى

الجدول (4) نتائج الإحصاء الوصفي لمتغير المنظمات الريادية

الابعاد	الفرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما	المرجح	الوسط الحسابي	المعياري	الاتفاق	الاهمية النسبية
الشغف الريادي	Q1	1	3	12	38	52	4.06	0.95	0.95	43.01	
	Q2	2	2	15	53	34	4.00	0.91	0.91	40.54	
	Q3	0	2	13	37	54	4.00	0.97	0.97	39.95	
	Q4	6	10	22	49	19	3.94	0.95	0.95	35.42	
	Q5	1	0	20	57	28	3.96	0.83	0.83	34.15	
							4.10	0.97	0.97	39.43	

**ثانياً : اختبار الفرضيات**

\* علاقة الارتباط معتدلة: إذا كانت قيمة معامل الارتباط بين (0.10 - 0.30).

\* علاقة الارتباط قوية: إذا كانت قيمة معامل الارتباط أعلى من (0.30).

الفرضية الأولى : هنالك علاقة ارتباط بين الشغف الاستراتيجي وبناء المنظمات الريادية.

يبين الجدول (5) وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين الشغف الاستراتيجي ومتغير المنظمات الريادية. وتبين البيانات الظاهرة في الجدول أن قيمة معامل الارتباط كانت قوية ومعنوية عند مستوى (1%) ( $r = 0.575, p < 0.01$ ). وتقيد هذه النتيجة بأن المستشفيات عين البحث التي يزداد لديها مستوى الشغف الاستراتيجي سوف يزداد بناء المنظمات الريادية والعكس صحيح لأن العلاقة الإحصائية بين المتغيرين كانت طردية (موجبة). وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى.

١. اختبار الفرضية الأولى : اعتمد في هذا البحث على معامل الارتباط البسيط (Pearson) لاختبار الفرضية الأولى والتمثلة بعلاقات الارتباط بين المتغير المستقل (الشغف الاستراتيجي) والمتغير المعتمد (المنظمات الريادية). إذ يظهر الجدول (5) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين أبعاد هذه المتغيرات. وقيل الدخول في اختبار الفرضيات الفرعية لهذه الفرضية فان الجدول (5) يشير أيضاً إلى حجم العينة (45) ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (Sig.) في الجدول يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط من خلال مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير أن يظهر قيمها. فإذا ظهر وجود علامة (\*\*\*) على معامل الارتباط فان هذا يعني إن قيمة (t) المحسوبة أكبر من الجدولية. ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen & Cohen, 1983)، وكالاتي :

\* علاقة الارتباط منخفضة: إذا كانت قيمة معامل الارتباط أقل من (0.10).

الجدول (5) علاقة الارتباط بين الشغف الاستراتيجي والمنظمات الريادية

	الشغف الاستراتيجي	المنظمات الريادية
Pearson Correlation	1	
Sig. (2-tailed)		
N	45	
Pearson Correlation	.575**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	45	45

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

( $a=1.424$ )، ( $B= 0.701$ )، بالإضافة الى انها معنوية بالاعتماد على قيمة مستوى المعنوية (P) وفقد ظهرت بانها معنوية وضمن الحدود المسموح بها بان تكون (أصغر من 0.05) - وقيمة (f) التي ظهرت معنوية، ويكون القرار الاحصائي: تحقق الفرضية الرئيسية الثانية.

٢. اختبار الفرضية الثانية: من خلال متابعة النتائج ضمن الجدول (6) يتضح أن هنالك علاقة تآثير لمتغير الشغف الاستراتيجي في المنظمات الريادية، وقد كانت القوة التفسيرية للنموذج بلغت (0.518) اي ان النموذج قادر على تفسير (51.8%) من التباينات التي تحصل في المتغير المنظمات الريادية، كما ان قيمة المعاملات الانحدارية بلغت



الجدول (6) معاملات نموذج الانحدار البسيط لتأثير الابعاد منفردة

المتغيرات	$\alpha$	$\beta$	T	F	R <sup>2</sup>	P
الشغف الريادي	2.433	0.352	7.423	32.654	0.264	0.000
شغف المغامرة	2.842	0.413	6.744	41.545	0.352	0.000
المنظمات الريادية	1.424	0.701	8.121	84.679	0.518	0.000

وبهذا تكون المعادلة الانحدارية كمايلي :

$y = \alpha + \beta X$
$Y = 1.424 + 0.701 x$
(x1) الشغف الاستراتيجي (Y) المنظمات الريادية

٢. ضرورة بذل المستشفيات جهوداً استثنائية نحو بناء استراتيجيات الشغف شاملة وعملية وبالشكل الذي يضمن استغراق الاطباء وليس فقط جذبهم، فضلاً عن الاحتفاظ بالمهارات الأساسية التي ترفع الإنتاجية وأداء الأعمال.

٣. ضرورة الاهتمام بشكل أكبر بعناصر الشغف الاستراتيجي باعتباره الركيزة الأساسية لنجاح وتفوق المستشفيات.

٤. ضرورة التركيز على عمليات الشغف الاستراتيجي وفعاليتها والعمل على دعمها وتوفير الظروف الملائمة للتنفيذ.

٥. ينبغي التركيز بشكل واسع على ابعاد الشغف الاستراتيجي التي اوردها البحث بهدف تعزيز الاداء الريادي للمنظمات.

#### المصادر

#### أولاً : المصادر العربية

جواد، شوقي ناجي، حجازي، هيثم علي، العجلوني، محمد إقبال (٢٠١٠). أثر بيئة تفعيل المعرفة في المنظمات الريادية- أنموذج مقترح للمنظمات الأردنية. بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر، جامعة الزيتونة، الريادية في مجتمع المعرفة، عمان- الأردن.

السكرانة، بلال خلف (٢٠٠٨). الريادة وإدارة منظمات الأعمال . عمان – الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.

صالح، ماجد محمد، والصواف، محمد حسين، وجرجيس، يسرى أحمد (٢٠١٠). دور خصائص المعلومات البيئية في تحقيق الريادة والإبداع. بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر ، جامعة الزيتونة، الريادية في مجتمع المعرفة عمان ، الأردن.

الغالي، طاهر محسن، والخفاجي، نعمة عباس (٢٠١٠). نظرية المنظمة- مدخل العمليات . عمان ، الأردن : دار اليازوري للنشر والتوزيع.

#### الاستنتاجات والتوصيات

#### الاستنتاجات

١. يعد مفهوم الشغف الاستراتيجي المفتاح الرئيس لنجاح الشركات في عصر ما بعد الحداثة. وبصفته شكل من أشكال الاستثمار ينظر إلى التخطيط الاستراتيجي على أنه المصدر الرئيس للتطوير والإبداع والتطوير الاجتماعي. وتبعاً لذلك أن الأعمال أو الوظائف الفردية والمخصصة في إدارة الوظائف هي من الأولويات التنظيمية المتوقعة وذات جدل كبير حول كيفية تطويرها ومكافأتها بشكل مناسب.

٢. عندما يرغب المديرين بتحقيق الإبداع وتطوير الخدمات الصحية لابد لهم أن يدركوا أهمية الشغف الاستراتيجي من أجل تعزيز وسائل تنفيذ الاستراتيجية.

٣. أظهرت نتائج البحث ان الشغف الاستراتيجي يستند بشكل كبير على ما متوفر من شغف الريادة وشغف المغامرة لبناء منظمات ريادية.

٤. اشارت نتائج البحث الى ان فعالية ودعم الشغف الاستراتيجي تعد ضرورة اساسية لتحقيق الأداء الريادي وتحقيق الاهداف المتوقعة من الاستراتيجيات المعتمدة في المستشفيات.

#### التوصيات

١. حتى تستطيع المنظمات أن تكون ناجحة في عملها لابد لها أن تمتلك شغف إستراتيجي وينبغي على كل موظف أن يحفز جهوده من أجل التركيز في تحقيق أهداف وغايات المستشفى.

ثانياً : المصادر الأجنبية:

- from temporary art. In Project-Based Organizing and Strategic Management (pp. 501-527). Emerald Group Publishing Limited.
- Thompson, Leigh .(2000). “Making the Team”, New Jersey- Prentice- Hall.
- Wang, Li, M., Y., & Mobley, W. H. (2011). Introduction–passion, compassion and complexity in global leadership research and practice. In *Advances in global leadership* (pp. 1-11). Emerald Group Publishing Limited.
- Warnick, B. J., Murnieks, C. Y., McMullen, J. S., & Brooks, W. T. (2018). Passion for entrepreneurship or passion for the product? A conjoint analysis of angel and VC decision-making. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 315-332.
- Astakhova, M., Swimberghe, K. R., & Wooldridge, B. R. (2017). Actual and ideal-self congruence and dual brand passion. *Journal of Consumer Marketing*, 34(7), 664-672.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373-396.
- Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J. and Drnovsek, M. (2009). “The nature and experience of entrepreneurial passion”, *Academy of Management Review*, Vol. 34 No. 3, pp. 511-532.
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management journal*, 52(1), 199-214.
- Dess G.G., Lumpkin G.T. Eisner A.B.(2006). “Strategic Management”, McGraw-Hill Irwin, Boston.
- Gulyani, G., & Bhatnagar, J. (2017). Mediator analysis of passion for work in Indian millennials: relationship between protean career attitude and proactive work behavior. *Career Development International*, 22(1), 50-69.
- Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (2004). “Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice”, 6th ed., Ohio: South-Western.
- Milanesi, M. (2018). Exploring passion in hobby-related entrepreneurship. Evidence from Italian cases. *Journal of Business Research*, 92, 423-430.
- Obloj, K. (2013). "The Passion and Discipline of Strategy", Amacom, New York.
- Svejenova, S., Strandgaard Pedersen, J., & Vives, L. (2011). *Projects of passion: lessons for strategy*