كلية التربية

كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

إدارة: البحوث والنشر العلمي (المجلة العلمية)

=======

أثر الرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية في الجامعات الأردنية الخاصة

إعـــــداد

هند ناصر عقيلات

استاذ مساعد في الادارة والتخطيط –

كلية التربية –جامعة حفر الباطن

﴿ المجلد الخامس والثلاثون – العدد التاسع – سبتمبر ٢٠١٩م ﴾

http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic

الملخص باللغة العربية

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر الرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية في الجامعات الأردنية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لمناسبتهما لأهداف الدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإعداد الاستبانة كأداة رئيسية للتعرف على أثر الرشاقة الاستراتييجة على سمعة الجامعة، والتي تم تطبيقها على عينة الدراسة التي تكونت من (٥٠) عضو من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الخاصة، وباستخدام الأساليب الإحصائية المستخدمة (الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، و تحليل الإنحدار الخطي المتعدد). وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثر للرشاقة الاستراتيجية في سمعة الجامعة إذ بلغت قيمة (B) (1.015) ، فيما بلغت قيمتا (T) (١٨.٢٤٣)، ومستوى الدلالة (0.000) وهما أقل من (٠.٠٥). وتوصي الدراسة: بضرورة وجود ثقافة تنظيمية تسهم في نمو مفهوم الرشاقة الاستراتيجية ومدى تأثيرها على سمعة الجامعة.

الملخص باللغة الأجنبية

Abstract

The study aimed at identifying the impact of strategic agility on university reputation in Jordanian universities. The study was based on the analytical descriptive approach for its suitability with the purpose of the study. To achieve the objectives of the study, the researcher prepared the questionnaire as a main tool to identify the impact of strategic agility on the reputation of university, which was distributed among the study sample that consisted of (50) faculty members in privet universities . Using the statistical methods (arithmetic mean, standard deviation, multiple linear regression analysis).The results of the study showed that there is an impact of the strategic agility in the reputation of the university, with the value of (B) (1.015), while the values of (T) was (18.243), and the level of significance (0.000) which means that they are less than (0.05). The study recommends the need for an organizational culture that contributes to the growth of the concept of strategic agility and its impact on the reputation of the university.

الاطار العام للدراسة

المقدمة:

اتجهت المؤسسات في العصر الحالي لممارسة مهامها وأعمالها في ظل عمليات التغيير الدائمة والناجمة عن عدم ثبات البيئة المحيطة بالمؤسسات، والتطور التقني والعلمي في وسائل الاتصال المختلفة، ووفقا لذلك ارتأت المؤسسات ضرورة امتلاك جمله من القدرات والموارد، مع علمها بأن تغير القدرات والموارد في خواصها، وهذا ينعكس على ديمومة المؤسسة واستمراريتها(سعد، ٢٠١٧). والرشاقة الاستراتيجية تعد إحدى الوسائل للتعامل مع هذا التغيير الغير متوقع، وادارة المخاطر التي تتعرض لها المؤسسات في ظل هذا التغيير فالرشاقة الاستراتيجية تتمثل في قدرة المؤسسة على اثبات وجودها وبقائها في ظل بيئة تنافسية تتسم بالتغيير المستمر، من خلال الاستجابة الفورية والتكيف مع الواقع المتغير وتقديم خدمات جديدة غير متوقعة(Sampath,2014). إن ايجاد سمعة جيدة للمؤسسة أضحى أولوية من الأولويات فيما يختص بالمقاصد والغايات التي تطمح المؤسسات لتحقيقها في ظل الوسط الجديد لأنه يضمن بقائها واستمراريتها(Thierry , Marcellis-Warin and Sanger, 2013). فقد أدركت الجامعات الاردنية مدى أهمية السمعة لديها وذلك لما لها من تأثير قوي على نجاحها، وتأثيرها الايجابي في سلوك المستفيدين منها، كما أنها تساهم في تطوير سلوكيات أفرادها والتي يعطيها القدرة على الاستمرارية في ظل الظروف التنافسية القوية.

مشكلة الدراسة:

وتتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس وهو: ما **أثر الرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية؟**

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

١-التعرف على أثر الرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية.

٢-التعرف على هل هناك علاقة ارتباطية ما بين الرشاقة الاستراتيجية والسمعة الجامعية.

فرضيات الدراسة:

١-هل هناك أثر للرشاقة الاستراتيجية على السمعة الجامعية؟

٢-هل هناك علاقة ارتباطية ما بين الرشاقة الاستراتيجية والسمعة الجامعية؟

أهمية الدراسة:

تتمثل الأهمية بما يلي:-

١-تنبع أهمية الدراسة من أنها من الدراسات القليلة التي تناولت موضوع الرشاقة الاستراتيجية وتأثيرها على السمعة الجامعية في الجامعات الأردنية.

٢-رغم أهمية الرشاقة الاستراتيجية ودورها في تحقيق السمعة الطيبة للجامعات الأردنية على وجه الخصوص إلا أن الدراسات والبحوث في هذا المجال محدودة وتسعى الباحثة لتقديم دراسة علمية موضوعية تساهم في توفير مادة علمية ومعرفية.

٣-يدعم البحث المكتبة العربية وخاصة المكتبة الأردنية بمرجعية علمية تفيد الباحثين والمهتمين بأمر الرشاقة الاستراتيجية وتأثيرها على السمعة الجامعية مستقبلا لطرق هذا المجال.

٤-توفر الدراسة بيانات ومعلومات مفيدة لمتخذي القرارات حول الرشاقة الاستراتيجية وتأثيرها على السمعة الجامعية من خلال الاستفادة من التوصيات والنتائج التي خرجت بها الدراسة.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في العناصر التالية:

-**الحد الموضوعي:** اقتصرت الدراسة على الرشاقة الاستراتيجية وأثرها على السمعة الجامعية.

- **الحد البشري:** اقتصرت الدراسة على أعضاء هيئة التدريس والعمداء ورؤساء الأقسام في الجامعات الأردنية الخاصة.

- **الحد المكاني:** تم إجراء الدراسة على الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة عمان العربية، جامعة عمان الأهلية، جامعة البتراء، جامعة الاسراء، جامعة فيلادلفيا).

- **الحد الزماني:** تم إجراء الدراسة الميدانية في الفصل الدراسي الاول للعام الدراسي ٢٠١٨/ ٢٠١٩م.

مصطلحات الدراسة:

-**الرشاقة الاستراتيجية:** تعرف بأنها:" فن قيادة قدرة المنظمة في بيئة أعمال سريعة التغيير."(الصانع، ٢٠١٣). **وتعرف الباحثة الرشاقة الاستراتيجية اجرائيا بأنها:** قدرة الجامعات الأردنية تعديل أو اعادة خططها الاستراتيجية للتعامل مع التغيير المفاجيء دون الابتعاد عن رؤية الجامعة.

- **سمعة الجامعة:** تعرف بأنها:" رؤية للعديد من العناصر الجامعية الداخلية والخارجية المختلفة، ومن أبرزها وسائل الاعلام داخل الجامعة، وانطباعات وتصورات الجمهور والطلبة على السواء(عودة، ٢٠١٢). **وتعرف الباحثة سمعة الجامعة اجرائيا بأنها:** الصورة الذهنية التي يكونها الجماهير عن الجامعات الأردنية مع مروز الزمن.

الأدب النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الأدب النظري المتعلق بالرشاقة الاستراتيجية وأثرها على السمعة الجامعية، والدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة.

أولا: الأدب النظري:

المبحث الأول: رشاقة التخطيط الاستراتيجي

يتوقف نجاح المؤسسات من وعيها بأن بقائها واستمراريتها على المدى البعيد مرهون بقدرتها على البقاء والتكيف والاستجابة السريعة للتغيرات في بيئة العمل المتلاحقة، لذا تحتل الرشاقة الاستراتيجية أهمية بالغة عن طريق اتخاذ رؤية استراتيجية واضحة الملامح واستعمال المقدرات المطلوبة لوضع ورسم الأهداف الاستراتيجية واتباع الإجراءات ذات المسؤولية المشتركة من خلال الكشف عن الفرص واستثمارها بمرونة تسويقية تتفوق بها على منافسيها (الموسوي، ٢٠١٧).

ويشير الحريزات (٢٠١٥) أن الرشاقة الاستراتيجية هي عملية تناغم التوجه الاستراتيجي للمؤسسة مع الاستجابة للظروف البيئة المتغيرة، بمعنى الاهتمام بممارسة التغيير، ففي ضوء اهتمام المؤسسات بالميزة التنافسية ينبغي عليها تجويد أداء عملياتها بما يتلائم وحاجاتها، ومتطلبات البيئة الخارجية والداخلية ويعتمد ذلك على قدرتها على توظيف الرشاقة الاستراتيجية في ضوء دعم استراتيجياتها التنافسية مما يؤثر ذلك بشكل ايجابي على أداء عملياتها.

ومن هنا أضحت الرشاقة الاستراتيجية ضرورة في ظل تفاقم المشكلات الإدارية والتنظيمية داخل المؤسسات وأيضا سرعة تزايد التغييرات في البيئة التي تحيط بها(Audran,2011).

مفهوم الرشاقة الاستراتيجية:

نال موضوع الرشاقة الاستراتيجية حظا وافرا من الاهتمام من قبل الباحثين وذلك لكونه سمه من سمات المؤسسات المعاصرة القادرة على تحقيق عائد مادي والخلود والبقاء في ظل بيئة اعمال معقدة وبيئة تنافسية صعبة حيث أوضح سعد(٢٠١٧) بأنها:" مجموعة من الخطوات والإجراءات والعمليات التي تتخذها المؤسسات، لكي تتكيف مع التغيرات السريعة التي تحيط بها، وبلورة إستراتيجية للاستجابة بسرعة لهذه التغيرات". كما يرى بارحمة(٢٠١٧) بأنها :" عملية بناء المنظمات، وكيفية إداراتها لإعمالها، والتغيير في نمط عملياتها، والتكامل بين الموارد، والتفوق على المنافسين من من خلال إعادة تشكيل المنظمة وصياغة الاستراتيجيات الاستباقية بشكل ديناميكي". في حين يوصف كلا من الروسان والعموش(٢٠١٧) الرشاقة الاستراتيجية بأنها: "استغلال الفرص المتاحة، والاستجابة السريعة للاضطراب البيئي، والديمومة للمنظمة في ظروف تنافسية، وخلق أفكار غير مسبوقة، ومرونة عالية".

أهمية الرشاقة الاستراتيجية:

تعتبر الرشاقة الاستراتيجية طوق النجاه للمؤسسات في بيئة الأعمال الديناميكية التي تتسم بالتغيير المتلاحق لأنها تساعد المؤسسة على تعزيز قيادة التغييرات الغير متوقعة، واستغلال الفرص الممكنة في سوق مضطرب فهي لا تعني الاستغناء عن الاستراتيجية وانما هي بديل للتخطيط الاستراتيجي، وتشجع على التفكير الاستراتيجي والرؤية الثاقبة، بعبارة أدق فهي مفهوم مشترك بين صياغة الاستراتيجيات وتطبيقها(Oosterhout, Waarts, Heck and Hillegersberg,2007).

ويوضح اوروجلو و فيزي و ناجافابادي (Orojloo, Feizi and Najafabadi,2016) أن بعض المؤسسات تتتسم بكفاءة في مرحلة معينة، وقد تنجح على غيرها، ومن أجل الحفاظ على هذا التفوق يتوجب عليها أن تستخدم الرشاقة الاستراتيجية كوسيلة مجدية لاقتحام عالم المستقبل، وبالتالي يجب إعادة النظر في قدرات المستوى التشغيلي وخلافا لذلك فقد تصل المؤسسة لعدم المرونة والجمود مع الزمن، مالم تكن واعية لما يجري حولها من تغييرات، تستغل الفرص التي تحافظ على مستوى من الرشاقة الاستراتيجية لديها.

وتكمن أهمية الرشاقة الاستراتيجية في تمكين المؤسسات من خوض المنافسة في الظروف الحالية المتسمة بالمنافسة القوية، بالإضافة إلى أن تساعد المؤسسة على تعديل استراتيجياتها عندما يتحول زبائنها إلى منتجات مؤسسات منافسة، وكذلك تمكنها من ايجاد وتوزيع قيمة حقيقية للزبائن بسبب زيادة قدرتها المنافسة واستعمال أدوات الاتصال الحديثة، وزيادة فعالية خططها واستراتيجياتها، علاوة على ما توجده الرشاقة للمؤسسات من مكانة مرموقة في السوق، وتمكنها من الدفاع وايضاح ملامح سوقها المقصود وخصائصه، بما يتلائم وطبيعة منتجاتها (عبداوي، ٢٠١٧).

أبعاد الرشاقة الاستراتيجية:

حددأبو راضي (Abu-Radi,2013) خمسة أبعاد للرشاقة الاستراتيجية وهي: وضوح الرؤية ، والقدرات الأساسية ، والأهداف الاستراتيجية المختارة ، والمسؤولية المشتركة واتخاذ الإجراءات، بينما حددها اوروجلو وفيزي وناجافابادي (Orojloo, Feizi and Najafabadi,2016 تتمثل في بالحساسية الاستراتيجية، وتوفر الموارد، والالتزام الجماعي.

المبحث الثاني: السمعة الجامعية:

تقوم رسالة الجامعات ومؤسسات التعليم العالي في العصر الحاضر بدور بالغ الأهمية في حياة الأمم والشعوب على اختلاف مراحل تطورها الاقتصادي والاجتماعي، حيث لم تعد مقصورة على الأهداف التقليدية من حيث البحث عن المعرفة والقيام بالتدريس، وانما امتدت لتشمل كافة نواحي الحياة العلمية والتقنية والتكنولوجية، الأمر الذي جعل من أهم واجبات الجامعات المعاصرة هو أن تتفاعل مع المجتمع لبحث حاجاته وتوفير متطلباته واحتياجاته وأن تكون مسؤولة عن المجتمع لكونها قمة الهرم التعليمي لذا كان لا بد من ان تتمتع بسمعة حسنة وتكون الصورة الذهنية الجيدة لها في عقول الافراد(ابراهيم، ٢٠٠٨).

تواجه الجامعات في القرن الحالي الكثير من التحديات العالمية، والتي ترجع الى كثرة الطفرة في ميادين البحث العلمي والتقدم التكنولوجي الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصالات، لذا باتت الانظمة التعليمية في كافة الدول تواجه تحديات كبيرة تتلائم ومستوى حدتها في التقدم الهائل، ومن أهم تلك التحديات التي تواجهها الجامعات في كيفية تحقيق السمعة الطيبة والحسنة لها، واتاحة الخدمات التي تناسب متطلبات الجمهور والمستفيدين منها ، كما ينبغي أن تحقق تلك الخدمات التزامات مؤسسات التعليم العالي اتجاه العديد من الوظائف الموكلة اليها والتي تتلائم وحجم الاعمال الموكلة اليها (رشيد وزيادي، ٢٠١٤).

مفهوم السمعة الجامعية:

تعرف بأنها: تقييم الطلبة للجامعة من حيث قدرتها على تحقيق خدماتها والوفاء بوعودها (Reznik and Yudina,2018)، كما ويعرفها (Bowman and Bastedo,2009) بأنها: امتلاك الجامعة لشعار الافضلية من قبل الجمهور ووسائل الاعلام. في حين عرفها (sontaite–Petkeviciene,2013) بأنها: الرؤية التي يمتلكها الجمهور في أذهانهم وتكوين انطباع حول الجامعة.

أهمية السمعة الجامعية:

باتت السمعة من أبرز المعايير بل وأهمها التي تستند عليها الجامعة في تقييم مؤسسات التعليم العالي، فهي تمتلك الدور الايجابي في حسم رؤية الجامعات من قبل أصحاب المصالح والجمهور واهتمامهم الكبير في تحقيق مستوى عالي وايجابي في مؤسسات التعليم العالي في العصر الحديث، وللجامعات التي تمتلك السمعة الطيبة القدرة الهائلة على استقطاب الطلبة والمستثمرين وجذبهم للجامعة (Rauhvargers,2013).

وأضاف ريزنك ويودينا (Reznik and Yudina,2018) بأن أهمية السمعة للجامعات تكمن في في تطوير مستوى رضا الجمهور والمستفيدين، كما ينظر إليها في معظم الأحيان على أنها اتخاذ تدابير تهدف إلى بناء موقف إيجابي للمجتمع والحفاظ عليه تجاه المنظمة وزيادة ادراكهم للصورة الحسنة للجامعة، حيث تتمكن الجامعة عن طريق سمعتها الطيبة بالمحافظة على أموال المستفيدين فيها، وبناء علاقات عامة سليمة وأكثر فعالية في ادراك أصحاب المصالح والذين يؤثرون بشكل كبير في توجيه الآخرين وتكوين وجهات نظر خاصة بهم تساعد في استنباط أماكن القوة والضعف للجامعة وفقا لرؤية الطلبة والجمهور والمستفيدين منها.

ثانيا: الدراسات السابقة:

تعرض الباحثة في هذا الجزء لأهم الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، وقام الباحث بترتيب هذه الدراسات وفقا لتسلسلها الزمني من الأحدث إلى الأقدم، وذلك على النحو الآتي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الرشاقة الاستراتيجية:

-الدراسات العربية:

دراسة الشريف(٢٠١٥) بعنوان:" أثر المرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية فيس شركات التأمين الأردنية ". والتي هدفت الدراسة إلى بيان أثر التعلم الاستراتيجي على تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين الأردنية والدور الوسيط للمرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي والميزة التنافسية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (٢٠) شركة التأمين الأردنية الواقعة ضمن العاصمة عمان. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات وأسفرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتعلم الاستراتيجي (توليد المعرفة الاستراتيجية ؛ توزيع المعرفة الاستراتيجية ؛ تفسير المعرفة الاستراتيجية ؛ تنفيذ المعرفة الاستراتيجية) في كل من المرونة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين الاردنية. كما توصلت إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة الموارد ؛ مرونة القدرات (في تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين الاردنية. كما أثبتت الدراسة وجود تأثير وسيط هام للمرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية.

دراسة الصانع (٢٠١٣) بعنوان:" أثر محددات الرشاقة الاستراتيجية في الفاعلية التنظيمية (دراسة حالة لشركة الاسمنت الأردنية لافارج". والتي هدفت إلى وصف أثر محددات الرشاقة الاستراتيجية بأبعادها (التخطط، التنظيم، الأفراد، التكنولوجيا) في تحقيق الفعالية التنظيمية بأبعادها (مدى تحقيق الهدف، التكيف البيئي، ونوعية المخرجات) في شركة التصنيع الاسمنت الأردنية لافارج. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (٦٣) فرد من العاملين في شركة الاسمنت، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع المعلومات.واسفرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للرشاقة الاستراتيجية بمتغيراتها في تحقيق الفعالية التنظيمية بمتغيراتها في شركة الإسمنت الأردنية لافارج.

-الدراسات الأجنبية:

اجرى اوروجلو وفيزي وناجافابادي (Orojloo, Feizi and Najafabadi, 2016) دراسة بعنوان " قدرات وعوامل وأثر خفة الحركة الاستراتيجية على الأداء التنظيمي: دراسة حالة للبنوك الإيرانية" هدفت الدراسة الى التعرف على عوامل واثار الرشاقة الاستراتيجية على الاداء التنظيمي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي حيث كان الاستبيان هو اداة جمع المعلومات حيث تم جمع المعلومات من شخص واحد في كل بنك من البنوك الايرانية وعددها ٣٠ بنك. تظهر النتائج أن الرشاقة الإستراتيجية لها تأثير إيجابي كبير على الأداء التنظيمي. ومن بين العوامل التي تؤثر على الرشاقة الإستراتيجية هوالالتزام الجماعي الذي له أعلى تأثير على الأداء التنظيمي.

اجرى تيكانين (Tikkanen,2014) دراسة بعنوان " تأثير القدرة الديناميكية على الرشاقة الاستراتيجية: دراسة حالة في صناعة الحفاظ على الطاقة" هدفت الدراسة الى التعرف على أثر القدرات الديناميكية على الرشاقة الاستراتيجية في الصناعة الديناميكية لشركات الطاقة في فنلندا. تم استخدام اسلوب المقابلة كأداة لجمع المعلومات تكونت عينة الدراسة من المدير التنفيذي المسؤول عن الانتاج والموارد البشرية والمدير التنفيذي المسؤول عن عمليات التصدير والمبيعات للشركة.توصلت نتائج الدراسة الى أن القدرات الديناميكية التي تتمثل في قدرة الشركة على استغلال القدرات الداخلية والخارجية في مواجهة التغيرات المحيطة تؤثر على الرشاقة الاستراتيجية.

اجرى ابو راضي (Abu-Radi ,2013) دراسة بعنوان "المرونة الإستراتيجية وأثرها على القدرات التنافسية للعمليات في المستشفيات الأردنية الخاصة " هدفت الدراسة الى استكشاف تأثير الرشاقة الاستراتيجية على القدرات التنافسية للعمليات في المستشفيات الأردنية الخاصة. تم تطبيق هذه الدراسة على مستشفيات خاصة أردنية تقع في عمان وتم استخدام الاستبيان لجمع المعلومات الأولية من عينة الدراسة كما تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل وفحص الفرضيات. أظهرت نتائج الدراسة أنه كان هناك تأثير هام لبعض أبعاد خفة الحركة الاستراتيجية على القدرة التنافسية للعمليات في المستشفيات الخاصة الأردنية ، كما أظهرت أيضا أن وضوح الرؤية وفهم القدرات الأساسية ليس له تأثير كبير على القدرات التنافسية للعمليات في المستشفيات الأردنية الخاصة. كما أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستشفيات الخاصة الأردنية من حيث خفة الحركة الإستراتيجية حسب عدد الأسرة بالمستشفيات. أوصت الدراسة المستشفيات الأردنية الخاصة بترجمة رؤيتهم إلى سياسات واجراءات من أجل التأثير على قدراتهم التنافسية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت سمعة الجامعة:

-الدراسات العربية:

دراسة أمين(٢٠١٤) بعنوان: دور مكونات الجودة المادية في تعزيز السمعة الاستراتيجية – دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عدد من فاكلتيات جامعة دهوك- . والتي هدفت إلى الكشف عن طبيعية الدور المحتمل لمكونات الجودة الريادية في تعزيز السمعة الاستراتيجية في عينة فاكلتيات جامعة دهوك، وقدم البحث إطار نظري للجودة الريادية والسمعة الاستراتيجية، واطار ميداني يستهدف التعرف على طبيعة العلاقة والأثر بين مكونات الجودة الريادية بوصفها متغيرات مستقلة والسمعة الاستراتيجية بوصفها متغيرا معتمدا ، وهو ما دفع إلى تكوين أنموذج افتراضي تضمن مجموعة من الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تم اختبارها من خلال استخدام بعض وسائل التحليل الاحصائي للبيانات التي تم جمعها من (٦٧) من القيادات الإدارية في عدد من الفاكلتيات في جامعة دهوك. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوية بين مكونات الجودة الريادية والسمعة الاستراتيجية في فاكلتيات عينة البحث، وهناك تأثير معنوي لمكونات الجودة الريادية في تعزيز السمعة الاستراتيجية في فاكلتيات عينة البحث.

دراسة عودة (٢٠١٢) بعنوان: العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات –دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الأردنية. والتي هدفت إلى معرفة العلاقة بين جودة الخدمات الالكترونية للمواقع الالكترونية في الجامعات الأردنية الخاصة وسمعة تلك الجامعات الخاصة، إذ تم اعتماد متغيرات جودة الموقع الالكتروني من خلال جودة تصميم الموقع الالكتروني (شمولية، جمالية)، جودة المعلومات (حداثة المعلومات، دقتها)، جودة الخدمات (الموثوقية، الاستجابة)، وكانت متغيرات السمعة قد شملت (الاعجاب، والاحترام، والرضا). واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وقد تكونت عينة الدراسة من (٣٠٤٥٩) طالبا وطالبة من طلبة الجامعات الخاصة الاردنية في العاصمة الاردنية عمان وهي(جامعة الشرق الأوسط، جامعة البترا، جامعة الاسراء، جامعة الزيتونة، جامعة العلوم التطبيقية، جامعة الأميرة سمية للتكنولوجيا). ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث الاستبانة كأداة لبجمع المعلومات.وقد توصلت الدراسة إلى نتائج كانت من أهمها أن الجامعات الأردنية تتمتع بسمعة حسنة، فالطلبة يشعرون بالاعجاب والاحترام بشكل عالي اتجاه جامعاتهم، وأن جودة المعلومات والخدمات التي تقدمها مواقع الجامعات الالكترونية لم تكن بالمستوى الذي يطمح إليه الطلبة، بينما كانت جودة التصميم بمستوى جيد، وبينت الدراسة وجود أثر لجودة المواقع الالكترونية للجامعات في سمعة تلك الجامعات.

-الدراسات الأجنبية:

اجرى ريزنك ويودينا (Reznik and Yudina,2018) دراسة بعنوان " المعالم الرئيسية في تطوير إدارة السمعة في الجامعات الروسية" هدفت الدراسة الى النظر في أهمية إدارة السمعة لمؤسسة التعليم العالي لخلق سمعة إيجابية من خلال زيادة مسؤوليتها حول السمعة ، وتحديد مخاطر السمعة وغيرها من العوامل. استخدمت الدراسة أساليب التحليل المقارن ، بالإضافة إلى طريقة التحليل الإحصائي والاستبيان. توصلت نتائج الدراسة الى ضرورة إدارة السمعة حيث تهدف إلى تطوير وتنفيذ استراتيجية التنمية طويلة الأجل للجامعة وذلك من خلال دراسة البيئة الخارجية مما سيسمح لإدارة الجامعة بتحديد مزايا وعيوب أنشطتها ، بما في ذلك مقارنة مع مؤسسات التعليم العالي الأخرى من نفس المستوى وبالتالي تحسين حالة الجامعة.

دراسة (Gozukara ,and Yildirim,2015) هدفت هذه الدراسة الى تحديد المتغيرات التي يمكن أن تؤثر على التزام الطلاب الجامعيين لجامعتهم وتوجههم العاطفي لها والتعرف على فاعلية الالتزام العاطفي وسمعة الجامعة بناء على الموقف تجاه الإعلان والثقة بين الطلاب الجامعيين في الجامعة. شملت عينة الدراسة ٢٨٨ طالبا جامعيا وتم جمع بيانات الدراسة باستخدام الاستبيانات واعتمد الباحث على المنهج الوصفي. وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام العاطفي، وسمعة الجامعة، والموقف تجاه الإعلان والثقة. وأن الالتزام العاطفي وسمعة الجامعة كان له علاقة ايجابية مع الموقف تجاه الإعلان والثقة بين الطلاب الجامعيين في الجامعة.

دراسة (Alniacika et al,2011) هدفت هذه الدراسة التعرف على أثر سمعة مؤسسات التعليم العالي على الالتزام الوظيفي والرضا الوظيفي ونواياهم نحو البقاء في وظيفتهم. وتم جمع بيانات الدراسة باستخدام الاستبيانات واعتمد الباحث على المنهج الوصفي. تكونت عينة الدراسة من ٢٢٠ موظف داخل مؤسسات التعليم العالي في منطقة الشمال الغربي في تركيا أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين سمعة الجامعات مع الالتزام التنظيمي والرضا الوظيفي في حين أن لديها ارتباط سلبي كبير مع نوايا البقاء في الوظيفة.

الطريقة والاجراءات

يتناول هذا الفصل وصفا مفصلا للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ الدراسة ومن ذلك تعريف منهج الدراسة، وصف مجتمع الدراسة، وتحديد عينة الدراسة، واعداد أداة الدراسة (الاستبانة) والتأكد من صدقها وثباتها، وبيان إجراءات الدراسة، وتصميم الدراسة، والأساليب الإحصائية التي استخدمت في معالجة النتائج، وفيما يلي وصفا لهذه الإجراءات:

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بكشف العلاقة بين متغيرين، ومن ثم تحليل النتائج وبناء الاستنتاجات في ضوء الواقع الحالي ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كيفيا أو تعبيرا كميا، حيث هدف البحث الحالي إلى التعرف على اثر الرشاقة الاستراتيجية على سمعة الجامعة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية حيث طبقت على عينة مكونة من (٥٠) عضو من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الاردنية الخاصة واختارت الباحثة منهم خمس جامعات وهي:(جامعة عمان العربية، جامعة عمان الأهلية، جامعة البتراء، جامعة الاسراء، جامعة فيلادلفيا).

جدول (١)

خصائص العينة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	٤٢	%٨٤
	انثى	٨	%١٦
العمر	اقل من ٢٥ سنة	٠	%٠
	من ٢٥ – ٣٥ سنة	٧	%١٤
	من ٣٥ – ٤٥ سنة	١٨	%٣٦
	٤٥ سنة فاكثر	٢٥	%٥٠
المسمى الوظيفي	عميد	٣	%٦
	نائب عميد	٣	%٦
	رئيس قسم	١٠	%٢٠
	عضو هيئة تدريس	٣٤	%٦٨
سنوات الخبرة	اقل من ٥ سنوات	٦	%١٢
	من ٥ – اقل من ١١ سنة	١٣	%٢٦
	من ١٢ – ١٥ سنة	٩	%١٨
	من ١٦ – ٢٠ سنة	١٢	%٢٤
	٢١ سنة فاكثر	١٠	%٢٠

يظهر من الجدول اعلاة ان فئة " ذكر " في متغير الجنس جاءت بنسبة مرتفعة مقارنة بفئة " انثى " حيث حصلت الاولى على " ٤٢ " عينة اي بنسبة "٨٤%" من العينة الكلية والبالغ عددها " ٥٠ " عينة اما الاخيرة فقد حصلت على " ٨ " عينة اي بنسبة " ١٦% " في متغير الجنس.

يظهر من الجدول اعلاة ان فئة " ٤٥ سنة فاكثر " في متغير العمر قد حصلت على النسبة الاكبر من اجابات عينة الدراسة حيث حصلت على " ٢٥ " عينة اي بنسبة " ٥٠% " من العينة الكلية والبالغ عددها "٥٠" عينة في حين جاءت فئة " اقل من ٢٥ سنة " على " ٠ " عينة اي بنسبة "٠% " في متغير العمر .

يظهر من الجدول اعلاة ان فئة " عضو هيئة تدريس " في متغير المسمى الوظيفي قد حصلت على النسبة الاكبر من اجابات عينة الدراسة حيث حصلت على " ٣٤ " عينة اي بنسبة " ٦٨% " من العينة الكلية والبالغ عددها "٥٠" عينة في حين جاءت فئة " عميد، نائب عميد " ب "٣ " عينات لكلا الفئتين اي بنسبة "٦% " في متغير المسمى الوظيفي .

يظهر من الجدول اعلاة ان فئة " من ٥ – اقل من ١١ سنة " في متغير سنوات الخبرة قد حصلت على النسبة الاكبر من اجابات عينة الدراسة حيث حصلت على " ١٣ " عينة اي بنسبة " ٢٦% " من العينة الكلية والبالغ عددها "٥٠" عينة في حين جاءت فئة " اقل من ٥ سنوات " ب "٦ " عينات اي بنسبة "١٢% " في متغير سنوات الخبرة

أداة الدراسة:

استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة رئيسية للتعرف على أثر الرشاقة الاستراتيبجة على سمعة الجامعة.

حيث قامت الباحثة بتطويرها وبناء فقراتها من خلال الخطوات التالية :

١. الاطلاع على الأدب النظري المتعلق بموضوع الرشاقة الاستراتيجية وأثره على سمعة الجامعة.
٢. تحديد المجالات الرئيسية للإستبانة .
٣. صياغة الفقرات التي يتضمنها كل مجال .
٤. إعداد الاستبانة بصورتها الأولية.
٥. عرض الاستبانة على المشرف في صورتها الأولية لتحديد مدى ملاءمتها لجمع البيانات.
٦. عرض الأستبانة على مجموعة من المحكمين التربويين (انظر الملحق٢) وقد تم العمل بتوجيهاتهم .
٧. تجهيز الاستبانة بصورتها النهائية حيث اشتملت على مجموعة من الفقرات بلغت (٢٠) فقرة تمت صياغتها وتوزيعها على افراد عينة الدراسة، حيث تم استخدام مقياس ليكرت (Likert) الخماسي التدرج (موافق بشدة، موافق، غير متأكد، غير موافق، غير موافق بشدة) . ليختار المستجيب إحداها حسب تقديره.

صدق أداة الدراسة:

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على لجنة من المحكمين عددهم (١٠) من أعضاء هيئة التدريس من مجموعة من ذوي الخبرة والاختصاص في عدد من الجامعات. حيث تصدرت استبانة التحكيم خطاب موجه لاعضاء لجنة التحكيم تم توضيح اهداف الدراسة فيه وتوضيح المجالات التي تقيسها العبارات ، وتحديد معايير التحكيم المطلوبة من قبل اصحاب السعادة من المحكمين لإبداء أرائهم وملاحظاتهم حول عبارات الاستبانه، من حيث مدى مناسبة ووضوح العبارة ، ومدى انتماء كل عبارة من العبارات بالمجال الذي تنتمي إليه العبارة ، والحكم على مدى سلامة صياغتها اللغوية ، ومدى ملائمتها واهميتها لتحقيق الهدف الذي وضعت من أجله، واقتراح طرق تحسينها بالإضافة أو إعادة الصياغة أو الحذف أو غير ما ورد مما يرونه مناسبا ، بالإضافة الى النظر في تدريج فقرات الاستبانة ومدى ملائمتها، ومدى كفاية مجالاتها، وبعد استعادة النسخ المحكمة تم تعديل صياغة بعض العبارات بالاستبانة في ضوء آراء المحكمين(انظر ملحق١). حيث نالت نسبة اتفاق بين المحكمين أعلى أو تساوي (٨٠%) على أنها تنتمي للمجال الذي تقيسه، وبالتالي الإبقاء على (٢٠) فقرة بالاستبانة، حيث نالت نسبة اتفاق (٨٠%) فأكثر بين المحكمين، بالاضافة الى انه تم إعادة الصياغة اللغوية والنحوية للعديد من العبارات وفقا للملاحظات والمقترحات المتعلقة باللغة، وعليه يمكن الاطمئنان على توافر الصدق الظاهري للاستبانة او صدق المحكمين.

ثبات أداة الدراسة:

تم تقدير ثبات الاستبانة على أفراد العينة الاستطلاعية وذلك باستخدام حساب الثبات بطريقة التجانس الداخلي بتطبيق معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha). ويبين جدول (٢) ثبات الأداة

جدول (٢)

نسبة الثبات

الابعاد	عدد الفقرات	كرونباخ الفا
الرشاقة الاستراتيجية	١٠	%٧٩
سمعة الجامعة	١٠	%٩٠
المجموع	٢٠	%٩٥.٧

يظهر من الجدول اعلاة ان قيمة كرونباخ الفا جاءت مرتفعة بحسب الجدول (٢) والتي بلغت (٩٥.٧%) وهي قيمة مناسبة لاغراض البحث العلمي

إجراءات الدراسة:

بعد التأكد من صدق أداة الدراسة واختبار ثباتها وتحديد العينة المراد تطبيق الاستبانة عليها، تم الحصول على الموافقة الرسمية من الجامعة لتسهيل مهمة الباحثة، وتم توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة، وكذلك قام الباحثة بتفريغ الاستبيانات المسترجعة في نموذج خاص بالحاسب تمهيدا للقيام بالمعالجة الإحصائية. وتم تدريج مستوى الإجابة عن كل فقرة وفق مقياس ليكرت الخماسي وأن تحدد بخمسة مستويات على النحو الآتي: موافق بشدة ويعطى (٥) درجات، ومستوى موافقويعطى (٤) درجات، ومستوى غير متأكد ويعطى (٣) درجات، ومستوى غير موافق ويعطى (٢) درجتين، ومستوى غير موافق بشدة ويعطى (١) درجة واحدة.

أساليب المعالجة الإحصائية :

استخدمت الباحثة في تحليل بيانات الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية وذلك على النحو التالي:

١-الوسط الحسابي: لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الإستبانة.

٢-الانحراف المعياري: لتحديد تشتت إجابات أفراد عينة الدراسة، عن قيم الوسط الحسابي.

٣-تحليل الإنحدار الخطي المتعدد (Multiple linear Regression Analysis): لاختبار الفرضية الرئيسة الأولى.

عرض نتائج الدراسة وتفسيرها ومناقشتها

تناولت الباحثة في هذا الفصل عرض النتائج التي تم التوصل اليها وتفسيرها ومناقشتها **وفيما يلي تفصيل لكل ذلك:**

نتائج الاجابة عن السؤال الاول والذي ينص على: "ما اثر الرشاقة الاستراتيجية على سمعة الجامعة ؟

فقد تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة

اولا : الرشاقة الاستراتيجية

فقد تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الرشاقة الاسترارتيجية ؟

جدول (٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الرشاقة الاستراتيجية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب اهمية الفقرة	درجة الانطباق
٨	تتبنى الجامعة الاستراتيجيات التي تزيد حصة الوق مقارنة بالمنافسين الآخرين	4.23	.78	١	مرتفعة جدا
٣	تعمل الجامعة على تجويد الخدمات المقدمة للمستفيدين من خلال تحسين المستوى العلمي	4.12	.82	٢	مرتفعة
١	تقوم الجامعة بتحليل معطيات البيئة الخارجية.	3.98	.83	٣	مرتفعة
٦	توظف الجامعة التقنيات الحديثة للاستجابة والتهيئة لأي متغيرات	3.86	.96	٤	مرتفعة
١٠	تحفز الجامعة الحوار والنقاش بين المسؤولين لاختيار وتنفيذ أفضل الاستراتيجيات	3.70	.67	٥	مرتفعة
٤	تعزز الجامعة قدرة العاملين على الاستجابة الفورية لمتغيرات البيئة المحيطة	3.68	1.03	٦	مرتفعة
٥	تعزز الجامعة المهارات الاستراتيجية لاستدامة الميزة التنافسية	3.60	1.10	٧	مرتفعة
٩	تسعى الجامعة لعقد دورات تدريبية للعاملين فيها لتحديث قدراتهم ومهاراتهم	3.50	.99	٨	مرتفعة
٢	تراقب الجامعة بشكل مستمر ما يدور في البيئة الخارجة خاصة ما يتعلق بقطاع التعليم	3.46	1.12	٩	مرتفعة
٧	تشارك الجامعة المستفيدين في عمليتي التخطيط والتنفيذ لدعم أدوارهم في الإسهام للوصول إلى أفضل النتائج	3.11	1.23	١٠	متوسطة
	الاداء ككل	3.72	0.90	١٠	مرتفعة

يبين الجدول (3) أن مستوى الرشاقة الاستراتيجية كان مرتفعا ومتوسطا حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (٣.١١–٤.٢٣) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام لمستوى الرشاقة الاستراتيجية البالغ (٣.٧٢) في حين تراوح الانحراف المعياري لها بين (٠.٦٧–١.٢٣)، بالمقارنة مع الانحراف المعياري العام لمستوى الرشاقة الاستراتيجية البالغ (٠.٩٠) والذي يدل على أن التشتت بين إجابات أفراد العينة كان قليلا نسبيا أي أن أفراد العينة كانوا متفقين على أغلب فقرات أداة الدراسة فقد جاءت الفقرة رقم (٨) والتي تنص على أن " تتبنى الجامعة الاستراتيجيات التي تزيد حصة الوق مقارنة بالمنافسين الآخرين" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤.٢٣) وانحراف معياري بلغ (٠.٧٨) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام. فيما حصلت الفقرة رقم "٧" والتي تنص على " تشارك الجامعة المستفيدين في عمليتي التخطيط والتنفيذ لدعم أدوارهم في الإسهام للوصول إلى أفضل النتائج" على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣.١١) وانحراف معياري بلغ (١.٢٣) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام.

ثانيا : سمعة الجامعة

فقد تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد سمعة الجامعة

جدول (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد سمعة الجامعة

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب اهمية الفقرة	درجة الانطباق
٢	تمتاز تعاملات الجامعة مع كافه الأطراف بالشفافية.	4.25	.68	١	مرتفعة جدا
٤	تولي الجامعة اهمية كبيرة لتسوية المشاكل التي قد تؤثر على سمعتها	4.19	.59	٢	مرتفعة
٦	تسعى الجامعة لإقامة علاقات حسنة مع جميع المستفيدين منها	4.05	.70	٣	مرتفعة
١٠	تحرص الجامعة على جودة الخدمة وفقا لخطط وبرامج مدروسة	3.90	.82	٤	مرتفعة
١	تستفيد الجامعة من أخطاء ونقاط ضعف الجامعات الأخرى وتحاول تجنبها	3.83	.79	٥	مرتفعة
٩	تحرص الجامعة على خلق صورة ذهنية مميزة لدى المستفيدين	3.72	1.12	٦	مرتفعة
٧	يمتاز مستوى الجامعة بالنجاحات والتقدير العالي من أطراف المجتمع.	3.50	1.09	٧	مرتفعة
٨	تقدم الجامعة خدمات تحسن من مستوى شعوري بالرضا عن الجامعة	3.23	.84	٨	متوسطة
٣	تمتاز الجامعة بالقدرة على التعلم والتطوير والتغيير لدعم سمعتها	3.10	.90	٩	متوسطة
٥	تهتم الجامعة بأراء ومقترحات المستفيدين حول أدائها وأنشطتها	2.83	1.06	١٠	متوسطة
	الاداء ككل	3.66	.78	١٠	مرتفعة

يبين الجدول (5) أن مستوى سمعة الجامعة كان مرتفعا ومتوسطا، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (٤.٢٥-٢.٨٣) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام لبعد سمعة الجامعة البالغ (٣.٦٦) في حين تراوح الانحراف المعياري لها بين (٠.٥٩-١.١٢)، بالمقارنة مع الانحراف المعياري العام لمستوى سمعة الجامعة البالغ (٠.٧٨) والذي يدل على أن التشتت بين إجابات أفراد العينة كان قليلا نسبيا أي أن أفراد العينة كانوا متفقين على أغلب فقرات أداة الدراسة فقد جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تنص على أن " تمتاز تعاملات الجامعة مع كافه الأطراف بالشفافية.." في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤.٢٥) وانحراف معياري بلغ (٠.٧٨) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام فيما حصلت الفقرة رقم "٥" والتي تنص على " تهتم الجامعة بأراء ومقترحات المستفيدين حول أدائها وأنشطتها " على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢.٨٣) وانحراف معياري بلغ (١.٠٦) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام.

الاجابة عن الفرضية الرئيسية : هل هناك اثر للرشاقة الاستراتيجية على سمعة الجامعة فقد تم اجراء الانحدار الخطي البسيط

جدول (٥)

الانحدار الخطي البسيط

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.30460	.871	.874	.935a	1

يظهر من الجدول (٥) أن معامل الإرتباط بين المتغير المستقل (الرشاقة الاستراتيجية) والمتغير التابع (سمعة الجامعة) بلغ (٩٣.٥%)، وبلغ معامل التحديد (R2) (٨٧.٤%). وتشير تلك النتائج إلى أن المتغير المستقل فسر ما نسبته (٨٧.٤%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وفيما يخص النسبة المتبقية من التأثير فتعزى إلى أسباب أخرى.

يبين الجدول(٦) تحليل تباين الانحدار للفرضية الرئيسية ، ويمكن من خلاله معرفة القوة التفسيرية الكلية لمتغير الرشاقة الاستراتيجية

الجدول (٦)

تحليل تباين الإنحدار للفرضية الرئيسية ANOVA

.Sig	F	Mean Square	d.f	Sum of Squares	النموذج ١
.000a	332.797	30.878	1	30.878	Regression
		.093	48	4.454	Residual
			49	35.331	Total

*** ذات دلالة إحصائيـــة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq$ ٠.٠٥).**

يتضح من نتائج جدول (٦)، أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (332.797) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، وبما أن مستوى الدلالة (Sig.) يساوي صفرا وهو أقل من ٠.٠٥ مستوى الدلالة المعتمد، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر للرشاقة الاستراتيجية في سمعة الجامعة . وبذلك يكون نموذج الإنحدار ملائم لقياس العلاقة والأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع. كذلك يوضح الجدول(٤-١٤) نتيجة تحليل الانحدار للفرضية الرئيسية .

الجدول (٧)

نتيجة تحليل الانحدار (Coefficients) للفرضية الرئيسية

المتغيرات المستقلة	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig*
	B	Std. Error	Beta.		
(Constant)	-.156-	.217		-.719-	.475
الرشاقة الاستراتيجية	1.015	.056	.935	18.243	.000

*** ذات دلالة إحصائيـــة عند مستوى دلالة (a ≤ ٠.٠٥).**

يبين الجدول (٧) أن متغير الرشاقة الاستراتيجية لهما تأثير دال إحصائيا في المتغير التابع (سمعة الجامعة) لدى افراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة (B) (1.015) ، فيما بلغت قيمتا (T) (١٨.٢٤٣)، ومستوى الدلالة (0.000) وهما أقل من (٠.٠٥).

وهذا يعني أن أي زيادة بوحدة واحدة في الرشاقة الاستراتيجية ستؤدي إلى زيادة في المتغير التابع سمعة الجامعة بمقدار (١.٠١٥) .

مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الفصل مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة، كما تم عرض التوصيات التي انبثقت عن الدراسة. وفيما يلي عرض لمناقشة النتائج وفقا لترتيب أسئلة الدراسة التي تم التعرض إليها أثناء عرض مراحل الدراسة في فصل النتائج.

أولا: مناقشة النتائج:

- **مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي ينص على:** "ما اثر الرشاقة الاستراتيجية على سمعة الجامعة ؟

اولا : الرشاقة الاستراتيجية

فقد تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الرشاقة الاستراتيجية ؟

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الرشاقة الاستراتيجية كان مرتفعا حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (٣.١١-٤.٢٣) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام لمستوى الرشاقة الاستراتيجية البالغ (٣.٧٢) وتعيد الباحثة هذه النتيجة إلى أن الجامعات الأردنية لديها استجابة واضحة للتغيرات المحيطة بها، لكي لا تخرج عن إطار المنافسة وهذا ما فرض عليها أن تكون رشيقة استراتيجيا فهي أمام خيارين أما أن تكون رشيقة في تعاملها تتمكن من المنافسة أو أن تكون غير مرنة لا تستطيع اللحاق بركب التغير ولا تستطيع المنافسة وذلك نظرا لأن الجامعات اليوم تعيش ظروف متقلبة ومتغيرة باستمرار وتتسم باللاتأكيد حيث تتفاقم المشكلات

الإدارية والتنظيمية وكذلك الفرص البيئية المتوفرة ونظرا لصعوبة اجراء التغييرات المنشودة وفق النظم التقليدية فرض ذلك على الجامعات الأردنية تبني أسلوب بديل للتعامل مع التغيرات المتلاحقة، من خلال الرشاقة الاستراتيجية وذلك للتمكن من التحرك بمرونة عالية والتأقلم مع التغيرات المحيطة بالجامعة، للمحافظة على بقائها واستمراريتها وقدرتها على المنافسة. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة اوروجلو و فيزي وناجافابادي (Orojloo, Feizi and Najafabadi,2016) والتي بينت أن للرشاقة الإستراتيجية لها تأثير إيجابي كبير على الأداء التنظيمي.

ثانيا : سمعة الجامعة

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى سمعة الجامعة كان مرتفعا، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (٤.٢٥-٢.٨٣) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام لبعد سمعة الجامعة البالغ (٣.٦٦) وتعيد الباحثة هذه النتيجة إلى أن هناك اهتمام واضح من قبل الجامعات الأردنية لتحسين سمعتها لدى أصحاب المصلحة الخارجيين كالسوق العمل، والمجتمع المحلي وذلك لإيمان الجامعات الأردنية بأن السمعة الجيدة يمكن تحقيقها عن طريق الجهود الإدارية والفنية والبحوث العلمية التي تنفذها الجامعة لمصلحة المؤسسات المختلفة، بما يساعدهاذ لك على ايجاد المشاعر الايجابية لأصحاب المصلحة،

كما تعيد الباحثة ذلك إلى أن أفراد عينة الدراسة يرون بأن الجامعات الأردنية تتمكن من كسب ثقة الآخرين عن طريق تقديمها خدمات تعليمية مرموقة في مجال التدريس واعداد البحوث العلمية وخدمة المجتمع. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة عودة (٢٠١٢) إلى نتائج كانت من أهمها أن الجامعات الأردنية تتمتع بسمعة حسنة، فالطلبة يشعرون بالاعجاب والاحترام بشكل عالي اتجاه جامعاتهم، وكذلك مع دراسة ريزنك ويودينا (Reznik and Yudina,2018) والتي أكدت على ضرورة إدارة السمعة حيث تهدف إلى تطوير وتنفيذ استراتيجية التنمية طويلة الأجل للجامعة وذلك من خلال دراسة البيئة الخارجية مما سيسمح لإدارة الجامعة بتحديد مزايا وعيوب أنشطتها، وأيضا مع دراسة (Alniacika et al,2011) والتي أكدت على وجود ارتباط سلبي كبير بين سمعة الجامعات مع الالتزام التنظيمي والرضا الوظيفي مع نوايا البقاء في الوظيفي.

– مناقشة فرضية الدراسة الرئيسية: "هل هناك اثر للرشاقة الاستراتيجية على سمعة الجامعة"؟

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثر للرشاقة الاستراتيجية في سمعة الجامعة إذ بلغت قيمة (B) (1.015) ، فيما بلغت قيمتا (T) (١٨.٢٤٣)، ومستوى الدلالة (0.000) وهما أقل من (٠.٠٥). وتعيد الباحثة هذه النتيجة إلى أن قدرة الجامعات الأردنية على البقاء والديمومة والتميز يتوقف بشكل أساسي على ما تقدمه تلك الجامعات من أسهامات اجتماعية تدعم سمعتها أمام أصحاب المصلحة سواء الداخلين أو الخارجيين. فقد أدركت الجامعات الاردنية أهمية الرشاقة الاستراتيجية في نجاحها والمحافظة على سمعتها وبقائها ،كما أنها تساهم في تطوير سلوكيات أفرادها والتي يعطيها القدرة على الاستمرارية في ظل الظروف التنافسية القوية .

ولم تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الصانع (٢٠١٣) والتي أبينت وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للرشاقة الاستراتيجية بمتغيراتها في تحقيق الفعالية التنظيمية بمتغيراتها في شركة الإسمنت الأردنية لافارج. وأيضا مع دراسة الشريف(٢٠١٥) التي أظهرت وجود تأثير وسيط هام للمرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية. وأيضا مع دراسة ابو راضي (Abu-Radi ,2013) والتي بينت أن هناك تأثير هام لبعض أبعاد خفة الحركة الاستراتيجية على القدرة التنافسية للعمليات في المستشفيات الخاصة الأردنية.

ثانيا: التوصيات:

توصي الباحثة في ضوء الاستنتاجات جملة من التوصيات التالية:

١-ضرورة وجود ثقافة تنظيمية تسهم في نمو مفهوم الرشاقة الاستراتيجية ومدى تأثيرها على سمعة الجامعة.

٢-تعزيز الرشاقة الاستراتيجية من خلال انسجام الأهداف بين طبيعة الخدمات المقدمة وخصائص الجامعة.

٣-تنظيم ورش عمل لزيادة قدرات الجامعات الأردنية على استشعار التغييرات البيئية.

٤-تدريب أعضاء هيئة التدريس على تنمية وتعزيو القدرة لاكتشاف الفرص البيئية والتعرف على المخاطر الخارجية، والتأقلم مع التغييرات البيئية خاصة التقنية منها، وتجويد إمكاناتهم على تبني فلسفة ريادية تمكن أعضاء هيئات التدريس على تحقيق أداء تنافسي مرموق.

٥-ضرورة تعزيز ممارسات الرشاقة الاستراتيجية في الجامعات الأردنية بما يساهم في تعزيز سمعة الجامعة.

٦-ضرورة تضمين أساليب تكنولوجية في مجال الاتصالات بين كافه الأقسام في الجامعات الأردنية.

قائمة المراجع:

- المراجع العربية:

الصانع، إيمان سالم (٢٠١٣). **أثر محددات الرشاقة الاستراتيجية في الفاعلية التنظيمية (دراسة حالة لشركة الاسمنت الأردنية لافارج**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الحريزات، محمد أحمد (٢٠١٥). **أثر الخفة الاستراتيجية في ضوء القدرات التنافسية للشركات على الأداء العملياتي دراسة تطبيقية تطبيقية في شركات الصناعات الهندسة في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

عودة، ايمان(٢٠١٢). **العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات – دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الأردنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الوسط، عمان، الأردن.

أمين، هنار ابراهيم(٢٠١٤). دور مكونات الجودة المادية في تعزيز السمعة الاستراتيجية – دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عدد من فاكلتيات جامعة دهوك–، **مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية** ، المجلد(١٦)، العدد(٤)، ص١١٧–١٣٤.

الشريف، روان باسم (٢٠١٥). **أثر المرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين الأردنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الروسان، محمود؛ العموش، مثنى (٢٠١٧). أثر رأس المال البشري على الخفة الاستراتيجية (دراسة ميدانية في شركات السياحة الأردنية، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية**، المجلد(٢٣)، العدد(١٠٠، ص٨٦–٩٩.

سعد، عمر ذياب(٢٠١٧). **دور الرشاقة الاستراتيجية في تنمية الموارد البشرية في المؤسسات الأهلية الفلسطينية**، رسالة ماجستير غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى، غزة.

إبراهيم، ليث(٢٠٠٨). مدى ممارسة الأستاذ الجامعي للأدوار التربوية والبحثية وخدمة المجتمع بصورة شاملة، **مجلة البحوث التربوية والنفسية**، العدد الثلاثون.

الموسوي، كوثر حميد هاني (٢٠١٧). **الرشاقة الاستراتيجة ودورها في تحقيق البراعة التسويقية دراسة تحليلية لآراء عينة من المدارء في شركة الكفيل**، بحث منشور، متاح

على الرابط: file:///C:/Users/Only%203/Downloads/6983-12746-1-PB.pdf

رشيد، صالح عبد الرضا؛ والزيادي، صباح حسين(٢٠١٤). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، **مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية**، المجلد(١٦)، العدد(١)، ص٦-٣٢.

عبداوي، منال (٢٠١٧). **مساهمة المرونة الاستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية الوطنية في خلق قيمة للزبون دراسة حالة مؤسسة Condor للإلكترونيات "برج بوعريريج"**، رسالة ماجيتير غير منشورة، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، الجزائر.

بارحمة، ماجد محمد (٢٠١٧). **أثر استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في تحقيق الرشاقة الاستراتيجية: إطار مقترح لقطاع الصناعات الدوائية في اليمن**، بحث منشور، متاح

على الرابط: http://www.ijmhs.org/Journal_Upload/Vol1/Issue1-April/Article2.pdf

-المراجع الأجنبية:

Abu-Radi .S (2013) *Strategic Agility and Its Impact on the Operations Competitive Capabilities in Jordanian Private Hospitals*. Degree of master in Business Administration Faculty of Business Middle East University

Alniacika Umit, Cigerimb Ersan, Akcinb Kultigin, Bayram Orkun (2011)Independent and joint effects of perceived corporate reputation, affective commitment and job satisfaction on turnover intentions, **Procedia Social and Behavioral Sciences** 24 (2011) 1177–1189

Audran .A (2011) *Strategic Agility: a Winning Phenotype in Turbulent Environments*. Master of Science in Management, Economics and Industrial Engineering.

Bowman Nicholas and Bastedo Michael (2009) **Getting on the Front Page: Organizational Reputation**, Status Signals, and the Impact of U.S. News and World Report on Student Decisions,

Gozukara İzlem ,and Yildirim Osman (2015)Affective Commitment and Corporate Reputation. The Effects of Attitude toward Advertising and Trust, **Academic Journal of Economic Studies** Vol. 1, No.3, September 2015, pp. 126–147

Oosterhout. M, Waarts .E, Heck .E, and Hillegersberg .J (2007) Business Agility: Need, Readiness and Alignment with IT Strategie. *Agile Information Systems: Conceptualization, Construction, and Management* 2007, Elsevier Inc

Orojloo .M, Feizi .K and Najafabadi M. H (2016)Strategic Agility Capabilities, Factors and their Effect on Organizational Performance: A Case Study of Iranian Banks. *Intl. J. Humanities* Vol. 23 (4): (84-105)

Rauhvargers Andrejs (2013) **Global University Rankings And Their Impact Report Ii**, the European University Association

Reznik S. D and Yudina T. A (2018).Key Milestones in the Development of Reputation Management in Russian Universities. *European Journal of Contemporary Education*, 7(2): 379-391

Sampath .G (2014) Exploring the Significance of Strategic Agility in Building Sustainable Competitive Advantage for Retail Banks, *NMIMS School of Business Management Working Paper Series W.P. No: ST – 16 -01*

Sontaite-Petkeviciene Migle (2013) **The View of Students towards Corporate Reputation of Lithuanian Universities**, Organizacijų Vadyba: Sisteminiai Tyrimai 2013.66 http://dx.doi.org/10.7220/MOSR.1392.1142..66.8

Thierry. W, Marcellis-Warin. N and Sanger, W.(2013). Corporate reputation and social media , **Scientific Series**. 2013s-18.

Tikkanen. J (2014) *Dynamic Capability Influence On Strategic Agility: A Case Study In Energy Conservation Industry*. M. Sc. in Economics and Business Administration. University Of Oulu