

الشريف، عبدالله. (٢٠٢٣). آليات مقترحة لتحسين السمعة التنظيمية بجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين. مجلة العلوم التربوية، ٩ (٣)، ٤٢١ - ٤٥٨

آليات مقترحة لتحسين السمعة التنظيمية بجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين

د. عبدالله بن عبدالعزيز بن عبدالمطلب الشريف^(١)

المستخلص:

هدف البحث إلى التعرف على واقع السمعة التنظيمية بأبعادها الثلاثة: (المسؤولية المجتمعية، وجودة الخدمات المقدمة، والإبداع) لجامعة تبوك، وكذلك التعرف على واقع السمعة التنظيمية، وآليات تطويرها من وجهة نظر المستفيدين، البالغ عددهم (١٩٦٤) فرداً من المستفيدين من خدمات الجامعة: (الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس، والإداريين، وأولياء أمور الطلبة)، وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، والذي تتضمن إعداد استبيان لجمع المعلومات المتعلقة بالسمعة التنظيمية للجامعة، وأشارت النتائج إلى أن واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك جاء متوسطاً، وأن هناك مجموعة من المعوقات التي تحول دون تحقيق السمعة التنظيمية تمثلت في المعوقات المجتمعية، منها: محدودية الأنشطة العملية التي يمارسها منسوبو الجامعة نحو خدمة المجتمع المحيط، والمعوقات المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة منها: ضعف الاستثمار في الاحتياجات المجتمعية، وضعف مهارات البحث العلمي لدي الطلبة، والمعوقات المتعلقة بالإبداع منها: استئثار بعض القيادات الجامعية بالقرار دون الأخذ بتصورات أصحاب المصلحة والمستفيدين، كما قدم البحث مجموعة من الآليات للتغلب على تلك العقبات، منها: آليات مقترحة في مجال المسؤولية المجتمعية منها: فتح قنوات اتصال رسمية مع المجتمع المحلي من خلال الشراكات، وآليات مقترحة في مجال جودة الخدمات المقدمة منها: تسويق الأبحاث العلمية المتميزة، واستحداث برامج أكاديمية وخدمية مستمدة من احتياجات المجتمع المحيط، وآليات مقترحة في مجال الإبداع منها: الاهتمام بتقديم الحوافز والمكافآت للأعمال المبتكرة، والسعي نحو إنشاء مركز لريادة الأعمال المبتكرة، كما قدم البحث مجموعة من التوصيات والمقترحات المختلفة لتحسين السمعة التنظيمية

(1) أستاذ مشارك بقسم الإدارة والتخطيط التربوي بكلية التربية بجامعة تبوك، aalsharif@ut.edu.sa

للجامعة منها: الحث على إنشاء وحدة ذات طابع خاص تتولى احتضان الأعمال المبتكرة؛ والعمل على عقد الشراكات مع المؤسسات والشركات والهيئات المدنية بما يُكسب طلبة الجامعة المهارات الأساسية اللازمة لسوق العمل العالمي.

الكلمات المفتاحية: السمعة التنظيمية؛ جامعة تبوك؛ معوقات؛ وآليات مقترحة؛ المستفيدين.

مقدمة:

إن التحدي الأكبر الذي يواجه المنظمات والمؤسسات المختلفة، لا يكمن فقط في مواكبة التطورات التكنولوجية والمعرفية والاجتماعية المتسارعة التي يشهدها العصر الحالي، بقدر ما يكمن في السعي نحو تحقيق السمعة التنظيمية للمؤسسة؛ لذا تسعى المؤسسات المختلفة في استقطاب الكفاءات في كافة التخصصات، وفي اتخاذ التدابير والإجراءات، وفي اتخاذ القرارات المنظمة للعمل، وفي وضع الآليات التي من شأنها زيادة السمعة التنظيمية لها، على اعتبار أن المؤسسة تستمد سمعتها من أخلاقيات العاملين فيها، ومن طبيعة الإجراءات المعمول بها.

وهو ما يؤكد عليه (Cascio, 2020) من أن العالم يشهد حالياً مجموعة من التغيرات الجذرية في شتى مناحي الحياة بسبب عدة عوامل منها: العولمة، وزيادة التنوع الثقافي في داخل المؤسسة الواحدة، والتغيرات العلمية والمعرفية والتكنولوجية، والتقدم التكنولوجي، تلك العوامل التي أثرت تأثيراً كبيراً على السمعة التنظيمية للمؤسسة، وعلى قدرتها التنافسية سواء على المستوى المحلي أم على المستوى العالمي.

وتمثل السمعة التنظيمية أحد الأهداف التي تسعى المؤسسات إليها بما يضمن بقاء المؤسسة وقدرتها على مواجهة التغيرات والأزمات المختلفة (Marcellas & Teodores, 2012).

كما أن السمعة التنظيمية تمثل الأساس نحو الدفع بالمؤسسات نحو تحقيق أهدافها المستقبلية وطموحاتها، والتطبيق العملي لرسالتها في المجالات المختلفة (Gershenson, 2019).

ويري (Ryan et al, 2005) أنها تمثل أحد الموارد الأساسية المميزة للمؤسسات، فهي تمثل مورد فريد يجب على المؤسسات الحفاظ عليه، وتطويره وتنميته من خلال الأخذ بعين الاعتبار تصورات منسوبي المؤسسة حول آليات تطوير السمعة التنظيمية، على اعتبار أنهم يمثلون المستفيد الأول منها.

ويساعد بناء السمعة التنظيمية وتطويرها وتحسينها على بقاء المؤسسة، وزيادة قدرتها على مواجهة العقبات والأزمات التي تواجهها، كما أنها تمثل دعماً للمؤسسة لتحقيق التميز في الأداء (Santos, et al., 2020).

وهو ما يتطلب سعي المؤسسة نحو التفاعل الإيجابي مع المجتمع المحيط بما يلبي الاحتياجات المجتمعية المحلية، وبما يساعد على جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين، كذلك يتطلب من المؤسسة تشجيع الإبداع والابتكار بين منسوبيها ومديريها، بما يمكن المؤسسة من التغلب على المشكلات المختلفة بطريقة جديدة مبتكرة تؤدي إلى إيجاد بيئة مشجعة على الابتكار والإبداع (Bustaman, et al., 2020).

ويرى الباحث أن بناء وتحسين السمعة التنظيمية لمؤسسات التعليم العالي وخصوصاً الجامعات يتفق والمهام المنوطة بها من: خدمة المجتمع المحيط ، وتقديم أفضل الخدمات التعليمية والأكاديمية والبحثية؛ على اعتبار أن السمعة التنظيمية للجامعة يتطلب التوجه نحو المجتمع المحيط في محاولة لاستثمار الإمكانيات والموارد المتاحة ، كما يتطلب تشجيع الإبداع في العمل الأكاديمي والبحثي بين منسوبي الجامعة.

ويؤكد ذلك صباح (٢٠٢٠) من أن بناء السمعة التنظيمية بالجامعات يتطلب ثقافة تنظيمية تتفق والأهداف المنوطة بالجامعات تحقيقها ، كما تتطلب نمط من القيادة قائم على التفاعل الإيجابي مع منسوبي الجامعة ، مراعاة للفروق الفردية بينهم ، ومشجعاً على الإبداع والابتكار.

كما يرى (Foroudi, et al., 2019) أن السمعة التنظيمية للجامعات يتطلب تعزيز دور الطلاب من خلال المشاركة في المشروعات البحثية الخادمة لموارد المجتمع ، وكذلك يتطلب الاهتمام بتنمية القدرات البحثية لأعضاء هيئة التدريس ، وتحسين كفاءاتهم الأكاديمية ، وتطوير طرق التدريس ، كما أن بناء السمعة التنظيمية ينعكس في خلق مناخ تعليمي وبحثي مبدع ، كما أنه يزيد من القدرات الإبداعية لمنسوبي الجامعة في زيادة الموارد المتاحة ، بما ينعكس في السمعة العالمية للجامعة.

كما أن السمعة التنظيمية للجامعة تتطلب الاهتمام بالعمل التطوعي وتشجيعه ، من أجل تطوير وتنمية المجتمع المحلي المحيط ، بما يؤدي إلى تقوية سمعة الجامعة وتعزيز مكانتها العلمية والأكاديمية والخدمية (درة وآخرون ، ٢٠١٨).

مما سبق يتضح أهمية بناء وتحسين السمعة التنظيمية لمؤسسات التعليم العالي والجامعات بشكل خاص في ظل التنافس العالمي ، وفي ظل السعي الدائم للجامعات نحو استيعاب تلك التطورات والتغيرات المختلفة بما ينعكس في رفع كفاءة منسوبيها بما يضمن لها المقدرة التنافسية بين نظيراتها على المستويين المحلي والعالمي؛ ونظراً لأهمية السمعة التنظيمية في مساعدة الجامعة على تحقيق أهدافها ، والتطبيق العملي لرسالتها ، فقد سعى البحث إلى التعرف على واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك ، ومعوقات تحقيقها ، مع تقديم مجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية للجامعة.

مشكلة البحث:

يشغل التعليم العالي اهتمام الحكومات والمؤسسات والأفراد على المستوى العالمي ، نظراً لأهميته في رسم المسارات المستقبلية للدول والمجتمعات المختلفة ، وازدادت أهميته في ظل ما

تطرحة العولة من مفاهيم وتطبيقات؛ وتمزجها التطورات المتسارعة لأنظمة الاتصال والمعلومات ، ولقد نتج عن ذلك تحولات محورية أدت إلى انتقال التنافس الذي تشهده الأسواق العالمية بين الشركات الصناعية الكبرى إلى مؤسسات التعليم العالي ، بما يفرض على الجامعات إعادة النظر في أنظمتها لتعزيز قدراتها على تحقيق التنافس العالمي (الحجار ، ٢٠٠٤).

ويرى الباحث أن تلك التغييرات التي يشهدها العالم في كافة المجالات: المعرفية ، والتكنولوجية ، والاجتماعية إنما يفرض على المؤسسات التعليمية بوجه عام ، وعلى مؤسسات التعليم العالي والجامعات بوجه خاص مجموعة من التحديات والأعباء في مواجهة تلك التغيرات ، كما يتطلب من الجامعات السعي نحو وضع مجموعة من الآليات لتحسين وتطوير سمعتها التنظيمية ، بما يضمن لها المقدره التنافسية على المستويين المحلي والعالمي.

وتكمن أهمية السمعة التنظيمية لمؤسسات التعليم العالي والجامعات فيما تؤديه من دور فعال في تشكيل الآراء ، وتكوين الانطباعات ، وخلق السلوك الإيجابي لأفراد المجتمع ، لما للجامعات من أدوار متعددة تضطلع بها في مجال خدمة المجتمع ، وتلبية احتياجاته وتنمية موارده من خلال ما تقدم من أبحاث ودراسات في المجالات البحثية المختلفة ، لذلك ينبغي أن تقوم منهجية بناء السمعة التنظيمية للجامعة على مشاركة جميع منسوبيها في وضع تلك الآليات منها: مشاركة جميع منسوبي الجامعة في صياغة رسالة ورؤية الجامعة ، وكذلك الاهتمام بمجالات التطوع بما يخدم المجتمع (محمد ، ٢٠١٨).

وفي هذا الإطار أولت رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠) أهمية لمؤسسات التعليم العالي والجامعات ، من خلال توفير الفرص والإمكانات المهيأة لمساعدة الجامعات على تحقيق السمعة التنظيمية؛ بتوفير فرص التدريب والتعليم القائمة على اكتساب المهارات العلمية والعملية المواكبة للتغيرات العالمية ، وتشجيع الإبداع والابتكار في كافة التخصصات والمجالات.

وقد سعت بعض من الدراسات السابقة والبحوث -على الرغم من قلتها - في حدود علم الباحث- إلى التعرف على السمعة التنظيمية في مؤسسات التعليم العالي والجامعات؛ منها دراسة الطائي ، والصائغ (٢٠١٣) والتي سعت نحو التعرف على طبيعة العلاقات الارتباطية القائمة بين الذكاء الأخلاقي والسمعة التنظيمية ، وذلك لدى عينة من أعضاء هيئة التدريس بكلتي: العلوم والزراعة بجامعة الكوفة بلغ عددهم (٣٦) عضواً ، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة السمعة التنظيمية لجامعة الكوفة جاءت متوسطة ، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة بين الذكاء الأخلاقي بأبعاده المختلفة: (الرقابة الذاتية ، والضمير ، والتعاطف) والسمعة التنظيمية بأبعاده المختلفة: (الإبداع ، والمسؤولية الاجتماعية ، وجودة الخدمة).

كذلك دراسة عبد الفتاح (٢٠١٤) الساعية إلى التعرف على طبيعة العلاقات السببية القائمة بين كل من: السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية في وجود الصورة الذهنية كمتغير معدل للعلاقة لدي عينة بلغ قوامها (١٢٥) طالباً وطالبة بجامعة بورسعيد من مستويات دراسية مختلفة ، وأشارت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية موجبة قوية بين السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية.

كما هدفت دراسة الكرعاي (٢٠١٧) إلى تحديد دور البراعة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة: (استغلال الفرص ، واستكشافها ، والبراعة الهيكلية) في السمعة التنظيمية للجامعات: (الهوية المجتمعية ، وصورة المؤسسة في نظر منسوبيها والمستفيدين ، ونمط الإدارة المتبع) ، وضمت عينة الدراسة (٢٢٢) عضو هيئة تدريس ، وأشارت النتائج إلى أن البراعة الاستراتيجية تؤدي دوراً مهماً في تعزيز السمعة التنظيمية للجامعة.

كما هدفت دراسة درة وآخرون (٢٠١٨) إلى التعرف على تصورات أعضاء هيئة التدريس بجامعة ظفار نحو المسؤوليات المجتمعية للجامعة ودورها في دعم السمعة التنظيمية ، وضمت عينة الدراسة (١٣٠) عضواً من أعضاء هيئة التدريس ، وأشارت النتائج إلى أن درجة ممارسة جامعة ظفار لمسؤولياتها المجتمعية جاءت مرتفعة ، كما جاءت درجة السمعة التنظيمية للجامعة مرتفعة كذلك ، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة منسوبي الجامعة لمسؤولياتهم وواجباتهم المنوطة والسمعة التنظيمية للجامعة.

ومن جانب آخر سعت دراسة Santos, et al (2020) إلى التعرف على الاتجاهات البحثية للسمعة التنظيمية في المؤسسات غير الربحية كالمؤسسات التعليمية ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج التحليل البعدي Meta-analysis لعدد (١٧٧) بحث تناول السمعة التنظيمية لمؤسسات غير ربحية خلال الفترة من (٢٠١٠-٢٠١٦م) ، وتوصلت الدراسة إلى أن تطوير وتحسين السمعة التنظيمية يتطلب مجموعة من الآليات منها: تطوير مهارات منسوبي المؤسسات نحو التعامل مع المخاطر والأزمات ، والتغيرات المعرفية والتكنولوجية ، كما أن الدراسة توصي إلى ضرورة وضع آليات لتطوير وتحسين السمعة التنظيمية في المؤسسات غير الربحية كالجامعات.

ويرى Tong et al (2019) أنه ينبغي على المؤسسات بذل الجهود نحو بناء السمعة التنظيمية بما يزيد من قدرتها التنافسية ، وبما يتيح لها الأفضلية وتحقيق مرتبة متقدمة في سباق التنافس العالمي.

كما يرى Poister & Thomas (2007) أن تحقيق السمعة التنظيمية يفرض على المؤسسات الاهتمام بتصورات منسوبيها في صياغة وتحديد الآليات اللازمة لتحسين وتطوير السمعة التنظيمية لذات المؤسسة.

ويستند بناء السمعة التنظيمية على مجموعة من المصادر التي تعتمد في المقام الأول على احتياجات المستفيدين وتصوراتهم للسمعة التنظيمية ، وعلى سلوك منسوبي المؤسسة وخبراتهم ، وعمليات التواصل التي تتم بينهم (Shamma , 2012).

كما يرى رشيد؛ والزيادي (٢٠١٤) أن بناء السمعة التنظيمية بالجامعات يتطلب استمرار الكليات في عقد المؤتمرات ، والحلقات النقاشية ، والاهتمام بالأنشطة التطوعية بما يلبي احتياجات المجتمع.

مما سبق: يمكن التأكيد على ضرورة بناء وتطوير السمعة التنظيمية للجامعات لما لها من تأثيرات ذات أهمية على الدور المنوط للجامعات في المجالات المختلفة؛ ومن هنا تتحدد مشكلة البحث الحالي في السؤال الرئيس التالي: ما الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين؟

ومنه تتفرع الأسئلة التالية:

١. ما واقع السمعة التنظيمية بأبعادها المختلفة: (المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع) لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين؟

٢. ما الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين؟

أهداف البحث: سعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على واقع السمعة التنظيمية بأبعادها المختلفة: (المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع) لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين.

٢. تقديم مجموعة من الآليات لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين.

أهمية البحث:

أولاً: الأهمية النظرية:

تكمن الأهمية النظرية للبحث فيما قدمه من إطار نظري جديد يتناول السمعة التنظيمية في مجال التعليم والبحث العلمي لمؤسسات التعليم العالي ، التي لم تزل القدر الكاف من البحث والدراسة في حدود علم الباحث.

ثانياً: الأهمية التطبيقية: تكمن الأهمية التطبيقية للبحث الحالي في الآتي:

١. سعى إلى لفت انتباه القائمين على إدارة جامعة تبوك بصورة خاصة إلى ضرورة تحسين السمعة التنظيمية بأبعادها المختلفة.

٢. ما قدمه من أداة جديدة لجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالأبعاد المختلفة للسمعة التنظيمية: (المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع).
٣. ما قدمه من نتائج وتوصيات يُمكن أن تؤدي إلى تحسين السمعة التنظيمية لجامعة تبوك ، وبما ينعكس في زيادة قدرتها التنافسية على كافة المستويات: المحلية والإقليمية ، والعالمية.

مصطلحات البحث:

السمعة التنظيمية Organizational Reputation

ويُعرفها (Shamma, 2012) تعريفاً نظرياً على أنها: ذلك التقييم الذي تناله المؤسسة من جانب المستفيدين من خدماتها ، والمتعلق بقدرتهم على تحمل المسؤولية المجتمعية ، والتحلي بالمصداقية في السياسات والقرارات والتعليمات ، وتهيئة المناخ الداعم للإبداع ، وجودة الخدمات المقدمة.

ويعرفها الباحث تعريفاً إجرائياً بأنها: تعبير عن الصورة الذهنية التي يكونها المستفيدون من خدمات جامعة تبوك حول المسؤولية المجتمعية للجامعة ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع في الممارسات الإدارية عند حل المشكلات المختلفة ، وعند اتخاذ القرارات المتعلقة بتحقيق رؤية الجامعة وأهدافها ورسالتها ، وتتحدد إجرائياً في إطار استجابات أفراد عينة البحث على الأبعاد المختلفة للاستبيان المستخدم بالجانب الميداني: (المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع) ، التي يمكن تعريفها على النحو التالي:

- **المسؤولية المجتمعية:** وتُعرف بأنها: طبيعة الاستجابات الصادرة عن جامعة تبوك في صورة قرارات وأنشطة نحو تلبية متطلبات المجتمع المحلي.
- **جودة الخدمات المقدمة:** وتُعرف بأنها: مقدرة جامعة تبوك على الوفاء بمتطلبات واحتياجات المستفيدين ، وبما يحقق رسالتها في المجالات الثلاثة المنوطة بها: مجال التعليم ، ومجال البحث العلمي ، ومجال خدمة المجتمع.
- **الإبداع:** ويعرف بأنه: ذلك الأسلوب والطريقة التي تنتهجها جامعة تبوك في توفير المناخ الداعم للإبداع والابتكار ، والتعامل مع المشكلات المختلفة بطريقة جديدة مبتكرة من خلال اتخاذ التدابير والقرارات المناسبة التي من شأنها التغلب على تلك المشكلات ومواجهتها بطريقة تحفز منسوبي الجامعة على بذل مزيد من الجهد والإصرار على تحقيق الأهداف المنشودة بما يلبي رغبة وطموحات المستفيدين.

حدود البحث:

وتتمثل حدود البحث في الآتي:

- الحد الموضوعي: ويتمثل في أبعاد السمعة التنظيمية المختلفة: (المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع) ، وآليات تحسينها.
- الحد المكاني: ويتمثل في كليات جامعة تبوك ، والمجتمع المحلي.
- الحد الزمني: ويتمثل في الفترة الزمنية التي استغرقها الجانب الميداني من البحث ، بالفصل الدراسي الأول للعام الجامعي (١٤٤٢ هـ).
- الحد البشري: ويتمثل في المستفيدين من الخدمات التي تقدمها جامعة تبوك وهم: أعضاء هيئة التدريس بالكليات المختلفة ، وطلبة مرحلة البكالوريوس والتجسير ، وطلبة مرحلة الدراسات العليا ، وأولياء أمور بعض الطلبة.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

ماهية السمعة التنظيمية:

المعنى اللغوي للسمعة: السُّمعة تعني فعل شيء يراه الآخرون؛ كما تحمل معني الإعلان القائم على التبصر والفهم والذي يستدعى بالضرورة تكوين صورة عقلية للشيء المعلن عنه (بن منظور ، د.ت).

المعنى اللغوي للتنظيم: تناول قاموس التراث الأمريكي (The American Heritage Dictionary of the English Language (1992) التنظيم على أنه: المقدرة على الربط بين الأهداف التي يسعى إليها الفرد وما يمتلكه من إمكانيات وما يريد تحقيقه أو إنجازه ، كما أنه أيضاً يحمل معنى: التزاوج بين الخبرات السابقة للفرد وتوقعاته وتصورات.

المعنى الاصطلاحي للسمعة التنظيمية: وهو المعنى المستمد من تصورات الباحثين السابقين؛ حيث يرى (Wang et al (2006) السمعة التنظيمية على أنها: انطباع إدراكي عام يتعلق بالمؤسسة من حيث هويتها ، والجانب الدعائي لخدماتها ، وخدماتها المقدمة ، ويعرفها (Barnett et al (2006) على أنها: مجموع تصورات منسوبي المؤسسات ، والتي تؤدي إلى تقييم شامل لحالة مؤسساتهم من حيث: درجة المسؤولية الاجتماعية ، وطبيعة الخدمات المقدمة ، والاستثمار الأمثل للموارد المتاحة بشكل قائم على الإبداع ، ويعرفها كل من: رشيد ، والزيادي (٢٠١٤) على أنها: ذلك الانطباع الذي يتشكل من جانب المستفيدين والمترددین على المؤسسة ، ومن جانب منسوبيها فيما يتعلق: بالأنشطة المختلفة التي يتم ممارستها ، والأنظمة واللوائح المحددة للمسئوليات ، والقرارات والسياسات المحددة لجودة الخدمة المقدمة.

التصورات النظرية للسمعة التنظيمية:

من خلال عرض الباحث للدراسات والبحوث السابقة مثل: (Bustaman , et al. , 2020; Santos , et al. , 2020; Thompson et al. , 2015; Duarte et al. , 2014; Baum & Kabst , 2014; Harrison , 2009) التي تناولت السمعة التنظيمية داخل المؤسسات المختلفة ، يمكن الإشارة إلى ندرة الدراسات التي سعت إلى التعرف على طبيعة السمعة التنظيمية داخل المؤسسات التعليمية ومنها الجامعات -في حدود ما اطلع عليه الباحث- ، كما تمكن الباحث من خلال مراجعة الأطر النظرية السابقة من تحديد التصورات التالية للسمعة التنظيمية:

تصور (Awang (2010) والذي يرى أن السمعة التنظيمية تمثل نتاج لجهود المديرين وتصوراتهم للكيفية التي يتم بها استثمار الموارد المتاحة ، وتحسينها وتطويرها بما يحقق الأهداف المرجوة والمنشودة ، وتتضمن السمعة التنظيمية ثلاث مكونات أساسية هي: الميل الانفعالي للمستفيدين تجاه الخدمات المقدمة من المؤسسة ، والميل الانفعالي للمديرين تجاه منسوبي المؤسسة والمستفيدين منها ، والمسؤولية الاجتماعية للمديرين تجاه المؤسسة ورسالتها وأهدافها.

التصور الانفعالي للسمعة التنظيمية (Barron& Rolfe (2011) والذي يرى أن السمعة التنظيمية تمثل حالة انفعالية لدى منسوبي المؤسسة وعملائها ، والتي في ضوءها يتم تحديد القدرة التنافسية للمؤسسة ، وتتضمن السمعة التنظيمية ثلاثة أبعاد هي: (الانفعالات المتعلقة بالخدمات المقدمة ، والانفعالات المتعلقة بسياسات ولوائح المؤسسة ، والانفعالات المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسة).

تصور (Shamma(2012) الذي يرى أن السمعة التنظيمية تمثل العامل الأساسي المؤثر في السلوك التنظيمي للمؤسسة ، وهي تتأثر بطبيعة اللوائح والقوانين والسياسات السائدة ، والمحددة للممارسات المختلفة داخل المؤسسة ، وكذلك تتأثر بمقدرة المؤسسة على التعبير عن نفسها من خلال الوسائل الدعائية المختلفة مثل وسائل التواصل الاجتماعي ، والمواقع الرسمية للمؤسسات ، ويقوم التصور على افتراض رئيسي مضمونه أن السمعة التنظيمية تمثل رأس المال الأساسي الذي يضمن لها تحقيق التنافسية العالمية ، كما أن السمعة التنظيمية تأخذ في الاعتبار تصورات منسوبي المؤسسة حول الاعتبارات التي يجب وضعها في الحسبان لتطوير وتحسين القدرة التنافسية في مجالات ثلاثة هي: المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، الإبداع.

ويأتي البحث الحالي في إطار تصور (Shamma , 2012) نظراً لأنه يتفق وطبيعة مؤسسات التعليم العالي والجامعات ، والتي تقدم خدماتها لثلاث فئات أساسية هي: الطلاب والباحثين ، وأعضاء هيئة التدريس ، وأفراد المجتمع المحلي؛ على اعتبار أن السمعة التنظيمية تتضمن ثلاثة أبعاد رئيسية هي: (المسؤولية المجتمعية ، وجودة الخدمات المقدمة ، الإبداع والابتكار).

أبعاد السمعة التنظيمية:

يسعى الباحث في أثناء عرضه للجزء التالي إلى توضيح بناء السمعة التنظيمية: حيث يرى (Awang, 2010) السمعة التنظيمية تتضمن ثلاث مكونات أساسية هي: الميل الانفعالي للمستفيدين تجاه الخدمات المقدمة من المؤسسة ، والميل الانفعالي للمدراء تجاه منسوبي المؤسسة والمستفيدين منها ، والمسؤولية الاجتماعية للمدراء تجاه المؤسسة ورسالتها وأهدافها.

ويرى (Barron & Rolfe, 2011) أنها تتضمن ثلاثة أبعاد هي: (الانفعالات المتعلقة بالخدمات المقدمة ، والانفعالات المتعلقة بسياسات ولوائح المؤسسة ، والانفعالات المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسة).

ويتفق كل من: (Shamma, 2012) ، الطائي ، والصائغ ، ٢٠١٣ ، أمين ، ٢٠١٤ ، صلاح الدين ، ٢٠١٧ ؛ محمد ، ٢٠١٨) على أن السمعة التنظيمية تتضمن ثلاثة أبعاد رئيسية هي: المسؤولية الاجتماعية ، والمهارات الإبداعية ، وجودة الخدمة المقدمة.

في حين حدد (Protiviti, 2013) خمسة أبعاد للسمعة التنظيمية: (التوجه الاستراتيجي ، والتوجه الثقافي ، والمرونة التنظيمية ، والالتزام التنظيمي ، والعمليات المتضمنة) وتناولتها دراسة ماضي ، والبشيتي (٢٠٢٠) من خلال عدة أبعاد هي: (المسؤولية الاجتماعية ، والأداء المالي ، وجودة الخدمة ، وجذب العاملين الموهوبين ، وإدارة الجودة ، والحوكمة).

ومن العرض السابق: يتضح التباين بين الدراسات والبحوث السابقة في تناولها للسمعة التنظيمية؛ ويأتي البحث الحالي متناولاً ثلاثة أبعاد هي: (المسؤولية المجتمعية للجامعة ، وجودة الخدمات المقدمة ، والإبداع)؛ نظراً لأنه يتفق وطبيعة النموذج المتبنى (Shamma, 2012) ، كما أن تلك الأبعاد تتفق والمهام المنوطة بالجامعات والمتعلقة بكل من: خدمة المجتمع ، والتعليم والتدريس ، والبحث العلمي.

آليات بناء السمعة التنظيمية وتطويرها:

من خلال مراجعة الدراسات والبحوث السابقة التي تناولت السمعة التنظيمية؛ أمكن استنتاج الآليات التالية كأدوات لبناء وتطوير السمعة التنظيمية:

١. الاهتمام بانطباعات منسوبي المؤسسات حول الخدمات المقدمة ، وقدرتها على تلبية احتياجات المستفيدين

٢. (محمد ، ٢٠١٨ ، Pickens , 2005 , Kim, Kim, & Cameron , 2012 , Kim , 2016).

٣. البراعة الاستراتيجية: التي تتضمن استكشاف الفرص المتاحة واستثمارها؛ من خلال الشراكات ، والاهتمام برعاية المهويين ، ووضع السياسات المشجعة والمحفزة على الإبداع (الكرعاوي ، ٢٠١٧).
 ٤. السعي نحو تطوير إمكانات وقدرات العاملين بالمؤسسة ، من خلال عقد الدورات التدريبية ، وورش العمل (درة وآخرون ، ٢٠١٨).
 ٥. اتخاذ القرارات المناسبة التي تمكن المؤسسة من مواجهة المشكلات والأزمات التي تقف حجر عثر في تحقيق رؤيتها ورسالتها (Marcellas & Teodores , 2012).
 ٦. الالتزام الأخلاقي تجاه المجتمع المحلي (Knowles & Ettenson , 2008 ، درة وآخرون ، ٢٠١٨).
 ٧. الاهتمام بالتطوع وتشجيعه في المجالات المختلفة الملمية لاحتياجات المجتمع (الحموري ، المعايطه ، ٢٠١٥).
 ٨. ويحدد (Harrison , 2009) مجموعة من الخطوات التي ينبغي اتباعها لبناء السمعة التنظيمية منها: التعرف على تفضيلات واهتمامات المستفيدين من المؤسسة ، وترتيب تلك التفضيلات والاهتمامات على حسب أهميتها من حيث درجة تأثيرها ، ووضع السياسات والآليات المنظمة للعمل ، واستطلاع رأي منسوبي المؤسسة والمستفيدين حول تلك الآليات والسياسات ، ووضع مجموعة أهداف محققة للسمعة التنظيمية ونشرها ، ووضع آليات للتطور بما يساعد في التغلب على العقبات ، والتأكيد على الإيجابيات وتحسينها.
 ٩. تطوير مهارات التعامل مع المخاطر والأزمات ، لدى منسوبي المؤسسات ومديريها (Santos , et al. , 2020).
 ١٠. توافر المرونة في السلوك ، والالتزام بالجدية من جانب منسوبي المؤسسة (Duarte et al. , 2014).
 ١١. استثمار الوقت ، وتوجيه الجهد نحو تقديم خدمات تتسم بالجودة (Thompson et al. , 2015).
 ١٢. إعلان المؤسسة عن نفسها سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، وعبر المواقع الرسمية (Baum & Kabst , 2014).
 ١٣. استقطاب الكفاءات في التخصصات المختلفة (Turban & Cable , 2003).
 ١٤. تطوير الخطط الاستراتيجية بما يلبي المتطلبات المجتمعية ، وسن التشريعات الجديدة المحققة للعدالة (Gadd , 2020).
- ومن العرض السابق يتضح أهمية سعي الجامعات نحو بناء السمعة التنظيمية والعمل على تطويرها ، بما يلبي احتياجات المجتمع المحلي ، ويزيد من قدرتها التنافسية.

الدراسات والبحوث السابقة:

وقد سعت بعض من الدراسات السابقة والبحوث -على الرغم من قلتها في حدود علم الباحث- إلى التعرف على السمعة التنظيمية في مؤسسات التعليم العالي والجامعات؛ منها دراسة الطائي، والصائغ (٢٠١٣) التي سعت نحو التعرف على طبيعة العلاقات الارتباطية القائمة بين الذكاء الأخلاقي والسمعة التنظيمية، وذلك لدى عينة من أعضاء هيئة التدريس بكليتي: العلوم والزراعة بجامعة الكوفة بلغ عددهم (٣٦) عضواً، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة السمعة التنظيمية لجامعة الكوفة جاءت متوسطة، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة بين الذكاء الأخلاقي بأبعادها المختلفة: (الرقابة الذاتية، والضمير، والتعاطف) والسمعة التنظيمية بأبعادها المختلفة: (الإبداع، والمسؤولية الاجتماعية، وجودة الخدمة).

كذلك دراسة عبد الفتاح (٢٠١٤) الساعية إلى التعرف على طبيعة العلاقات السببية القائمة بين كل من السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية في وجود الصورة الذهنية كمتغير معدل للعلاقة لدي عينة بلغ قوامها (١٢٥) طالباً وطالبة بجامعة بورسعيد من مستويات دراسية مختلفة، وأشارت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية موجبة قوية بين السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية.

كما هدفت دراسة الكرعوي (٢٠١٧) إلى تحديد دور البراعة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة: (استغلال الفرص، واستكشافها، والبراعة الهيكلية) في السمعة التنظيمية للجامعات: (الهوية المجتمعية، وصورة المؤسسة في نظر منسوبيها والمستفيدين، ونمط الإدارة المتبع)، وضمت عينة الدراسة (٢٢٢) عضواً هيئة تدريس، وأشارت النتائج إلى أن البراعة الاستراتيجية تؤدي دوراً مهماً في تعزيز السمعة التنظيمية للجامعة.

كما هدفت دراسة درة وآخرون (٢٠١٨) إلى التعرف على تصورات أعضاء هيئة التدريس بجامعة ظفار نحو المسؤوليات المجتمعية للجامعة ودورها في دعم السمعة التنظيمية، وضمت عينة الدراسة (١٣٠) عضو من أعضاء هيئة التدريس، وأشارت النتائج إلى أن درجة ممارسة جامعة ظفار لمسؤولياتها المجتمعية جاءت مرتفعة، كما جاءت درجة السمعة التنظيمية للجامعة مرتفعة كذلك، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة منسوبي الجامعة لمسؤولياتهم وواجباتهم المنوطة والسمعة التنظيمية للجامعة.

ومن جانب آخر: سعت دراسة Santos , et al. (2020) إلى التعرف على الاتجاهات البحثية للسمعة التنظيمية في المؤسسات غير الربحية كالمؤسسات التعليمية ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج التحليل البعدي Meta-analysis لعدد (١٧٧) بحث تناول السمعة التنظيمية لمؤسسات غير ربحية خلال المدة من (٢٠١٠-٢٠١٦م) ، وتوصلت الدراسة إلى أن السمعة التنظيمية تتطلب تطوير مهارات التعامل مع المخاطر والأزمات ، والتغيرات المعرفية والتكنولوجية لدى منسوبي المؤسسات ومديريها ، كما أن الدراسة توصى إلى ضرورة وضع آليات لتطوير وتحسين السمعة التنظيمية في المؤسسات غير الربحية كالجاءات.

الطريقة والإجراءات:

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي.

المجتمع الأصلي للبحث:

بلغ إجمالي عدد أفراد المجتمع الأصلي (١٧٥٣١) فرداً من منسوبي الكليات المختلفة بجامعة تبوك خلال العام الجامعي (١٤٤٢) هـ: منهم (١٣٨١٢) طالباً وطالبةً بمرحلة التيسير والبيكالوريوس من كليات علمية وأدبية مختلفة ، ومنهم (١٠٥٧) طالباً وطالبةً بمرحلة الدراسات العليا من كليات علمية وأدبية مختلفة ، ومنهم (١٦٩٥) عضواً من أعضاء هيئة التدريس من جنسيات مختلفة ، ومنهم (٩٦٧) إدارياً بسلم الوظائف العامة.

عينة البحث:

- أولاً: عينة البحث الاستطلاعية: ضمت عينة البحث الاستطلاعية (٢٦٨) فرداً من منسوبي جامعة تبوك.
- ثانياً: عينة البحث الأساسية^(١): ضمت عينة البحث الأساسية (١٩٦٤) فرداً من المستفيدين من خدمات جامعة تبوك ، تم اختيارهم بطريقة طبقية من المجتمع الأصلي ، ويوضح الجدول (١) وصفاً لعينة البحث الأساسية:

(١) تم تحديد حجم العينة من خلال الموقع التالي: <https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?ty>

جدول (١)

وصف لعينة البحث الأساسية

الانحراف المعياري	العدد	الفئة المستفيدة
١٠,٤٥	١٠٢٤	طالب وطالبة ومرحلة التأسيس والبيكالوريوس
٩,٥٣	٢٤١	طالب وطالبة ومرحلة الدراسات العليا
٦,٠٤	١٢٥	عضو هيئة تدريس سعودي
٥,٧٣	١٩٢	عضو هيئة تدريس غير سعودي
٧,٥٩	١٨٣	إداري بسلم الوظائف العامة
٦,٧٤	١٩٩	ولى أمر
٧,٦٨	١٩٦٤	الإجمالي

أداة البحث: تضمن البحث استخدام استبيان السمعة التنظيمية لجامعة تبوك: (إعداد الباحث) ، وقد أعتد الباحث على بعض الدراسات والبحوث السابقة التي سعت إلى التعرف على السمعة التنظيمية ، وآليات تحسينها مثل دراسة كل من: (رشيد ، والزيادي ، ٢٠١٤؛ والنجار ، ٢٠١٨؛ محمد ، ٢٠١٨؛ صباح ، ٢٠٢٠؛ Santos , et al. , 2020؛ Bustaman , et al. , 2020) والذي تكون من (٥١) مفردة في صورة تدرج خماسي: (تنطبق دائماً ، وتنطبق غالباً ، وتنطبق أحياناً ، تنطبق نادراً ، ولا تنطبق أبداً) ويوضح الجدول (٢) ذلك:

جدول (٢)

قسمي استبيان السمعة التنظيمية بأبعادها ومفرداتها

عدد المفردات	البعد
القسم الأول: أبعاد السمعة التنظيمية ١٠,٤٥	
٨	البعد الأول: المسؤولية المجتمعية
٨	البعد الثاني: جودة الخدمات المقدمة
٩	البعد الثالث: الممارسات الإبداعية
القسم الثاني: آليات تطوير السمعة التنظيمية ٧,٥٩	
٨	البعد الأول: آليات تطوير المسؤولية المجتمعية
٩	البعد الثاني: آليات تطوير جودة الخدمات المقدمة
٩	البعد الثالث: آليات تطوير الممارسات الإبداعية

المؤشرات السيكومترية:

أولاً: صدق الاستبيان:

صدق البناء: وللتعرف على صدق البناء للاستبيان قام الباحث بإيجاد الصدق التقاربي؛ وذلك من خلال إيجاد التباين المستخلص: (متوسط التباين المعدل) $AVE^{(٢)}$ ، كمؤشر على انتماء العبارات للأبعاد المختلفة ، والجدول (٣) يوضح ذلك كما يلي:

جدول (٣)

قيم التباينات المستخلصة AVE لاستبيان السمعة التنظيمية لجامعة تبوك

العامل	AVE	العامل	AVE	العامل	AVE
القسم الأول: واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك					
واقع المسؤولية المجتمعية	٠,٦٨	واقع جودة الخدمات المقدمة	٠,٧٣	واقع الممارسات الإبداعية	٠,٦٨
القسم الثاني: آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك					
آليات تطوير المسؤولية المجتمعية	٠,٧٠	آليات تطوير جودة الخدمات المقدمة	٠,٦٨	آليات تطوير الإبداع	٠,٦٢

ومن الجدول (٢) يتضح أن قيم التباينات المستخلصة AVE تتراوح ما بين: (٠,٦٢ : ٠,٧٣) ، مما يعد مؤشراً على انتماء المفردات للأبعاد المختلفة ، كما بلغت قيمة AVE للقسم الأول: واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك (٠,٧٥) ، وللقسم الثاني: آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك (٠,٧٣) ، كما بلغت قيمة (AVE) للاستبيان ككل (٠,٧٦) مما يعد مؤشراً على الصدق التقاربي للاستبيان.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

طريقة معامل ألفا- كرونباخ: وقد قام الباحث بإيجاد قيم معاملات ألفا- كرونباخ لقسمي الاستبيان وأبعادهما ، والجدول (٤) يوضح ذلك على النحو التالي:

(٢) التباين المستخلص: (متوسط التباين المعدل AVE) average variance extracted = مربع معاملات مسار العبارات/ عددهم.

جدول (٤)

معاملات ألفا-كرونباخ لقسمي استبيان السمعة التنظيمية وأبعادهما

معامل ألفا	العامل	معامل ألفا	العامل	معامل ألفا	العامل
القسم الأول: واقع السمعة التنظيمية ($\alpha = 0,65$)					
0,60	واقع الإبداع	0,64	واقع جودة الخدمات المقدمة	0,63	واقع المسؤولية المجتمعية
القسم الثاني: آليات تطوير السمعة التنظيمية ($\alpha = 0,67$)					
0,62	آليات تطوير الممارسات الإبداعية	0,65	آليات تطوير جودة الخدمات المقدمة	0,65	آليات تطوير المسؤولية المجتمعية

ومن الجدول (٤) يتضح أن قيم معاملات ألفا تتراوح ما بين: (0,60 : 0,66) بالنسبة للأبعاد المختلفة ، وبلغت قيمتها (0,71) بالنسبة للاستبيان ككل ، وهي قيم تدل على الحدود الدنيا للثبات.

نتائج البحث:

يتناول الجزء التالي الإجابة على أسئلة البحث ، ورصد النتائج التي تم الحصول عليها ومناقشتها ، كما يلي:

الإجابة على السؤال الأول: وينص على « ما واقع السمعة التنظيمية بأبعادها المختلفة: (المسؤولية المجتمعية، وجودة الخدمات المقدمة، والإبداع) لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين؟

وللإجابة على هذا السؤال قام الباحث بإيجاد قيم المتوسطات الفرضية والانحرافات المعيارية لكل بُعد من أبعاد القسم الأول: واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك من الاستبيان المستخدمة بالجانب التطبيقي للبحث ، ومقارنة قيم المتوسطات الوزنية المحسوبة بنظائرها لفئة التحقق ، وقد تم إيجاد فئة التحقق من خلال المعادلة التالية:

$$\text{الفئة طول} = \frac{(5) \text{ أعلى وزن} - (1) \text{ أقل وزن}}{\text{عدد الفئات (3)}} = \frac{4}{3} = 1,33$$

حيث يمثل أعلى وزن الدرجة (5) ، تلك الدرجة التي تعبر عن أعلى قيمة يمكن أن يحصل عليها الفرد ، في حين يمثل أقل وزن الدرجة (1) ، تلك التي تعبر عن أدنى قيمة يمكن أن يحصل عليها وفقاً للتدرج المستخدم بأداة القياس ، كما تم اقتراح عدد الفئات بالقيمة (3) ، نظراً لأن هناك (3) مستويات مستخدمة للحكم على استجابات أفراد العينة الأساسية للبحث ، ويوضح ذلك الجدول (5) التالي:

جدول (٥)

مستويات التحقق المستخدمة للحكم على استجابات العينة الأساسية للبحث

المستوى	مؤشر الحكم على البعد
متحقق بدرجة ضعيفة	٢,٣٣ - ١
متحقق بدرجة متوسطة	٣,٦٦ - ٢,٣٤
متحقق بدرجة مرتفعة	٤,٩٩ - ٣,٦٧

كما يوضح الجدول (٦) المتوسطات الحسابية ، والانحرافات المعيارية ، ومستوى التحقق لفقرات البعد الأول: واقع المسؤولية المجتمعية على النحو التالي:

جدول (٦)

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومستوى التحقق لفقرات البعد الأول: واقع المسؤولية المجتمعية

مستوى التحقق والحكم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فقرات واقع المسؤولية المجتمعية
متوسط	٢,١٤	٣,٥٢	١. تشجع الجامعة العمل التطوعي في مجالات خدمة المجتمع
متوسط	٢,٧٤	٣,٣٧	٢. تتواصل الجامعة مع مؤسسات المجتمع المدني للتعرف على احتياجات المجتمع وموارده
متوسط	٢,٠٨	٢,٣٥	٣. تشجع الجامعة الأنشطة البحثية لاستثمار موارد المجتمع
متوسط	٢,٥٤	٣,٥٧	٤. تعقد الجامعة شراكات مع الجمعيات الأهلية والخيرية والمجتمعية
متوسط	٢,١٤	٢,٣٥	٥. تشجع الجامعة القوافل الطبية والثقافية والتوعوية لتلبية احتياجات المجتمع
مستوى التحقق والحكم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فقرات واقع المسؤولية المجتمعية
متوسط	٢,٤٨	٣,٥٩	٦. تتخذ الجامعة التدابير والإجراءات التي تمكنها من مواجهة التغيرات العالمية المختلفة كتنفيذ العولمة
متوسط	٢,٦٢	٢,٧٨	٧. للجامعة دور واضح في مواجهة الظروف العالمية الطارئة كالتشاور وباء كورونا
متوسط	٢,٣٦	٣,٥٤	٨. تأخذ الجامعة بعين الاعتبار آراء ومقترحات أفراد المجتمع عند اتخاذ القرارات ووضع السياسات التعليمية والبحثية والخدمية
متوسط	٢,٣٩	٣,١٣	متوسط بعد واقع المسؤولية المجتمعية

ومن الجدول (٦) يمكن القول إن واقع المسؤولية المجتمعية لجامعة تبوك جاء متوسطاً: حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لدرجات أفراد العينة الأساسية ما بين: (٣,٥٩ : ٢,٣٥).

كما يوضح الجدول (٧) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومستوى التحقق لفقرات البعد الثاني: واقع جودة الخدمات المقدمة على النحو التالي:

جدول (٧)

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومستوى التحقق لفقرات البعد الثاني: واقع جودة الخدمات المقدمة

مستوى التحقق والحكم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فقرات واقع جودة الخدمات المقدمة
متوسط	٢,٤٧	٣,٤٥	٩. تسعى الجامعة إلى تنمية مهارات البحث العلمي لدى الطلبة
مرتفع	٢,٥٨	٤,٠٢	١٠. هناك تنسيق وتعاون واضح بين الإدارات والكليات المختلفة داخل الجامعة
متوسط	٢,١٤	٣,٢٥	١١. تتيح الجامعة الفرصة لجميع الطلبة لامتلاك المهارات اللازمة التي تؤهلهم لسوق العمل العالمي
مرتفع	٢,٥٧	٤,٢٤	١٢. تنسم القوانين واللوائح المنظمة للعمل داخل الجامعة بالوضوح والسهولة في الفهم والتطبيق
متوسط	٢,٣٦	٣,٢٥	١٣. تهتم الجامعة بإعداد خطة منظمة للتخطيط الاستراتيجي تعكس الرؤية المستقبلية للجامعة وكلياتها
متوسط	٢,٣٦	٣,١٨	١٤. تهتم الجامعة بالتطوير المستمر لوسائل التواصل الإلكتروني من خلال: موقع الجامعة والمواقع الشخصية لمنسوبيها
مرتفع	٢,٥٤	٣,٧٤	١٥. تهتم الجامعة بتطبيق فنيات التكنولوجيا الحديثة في عمليتي التعليم والتعلم مثل: استخدام المنصات التعليمية والبرامج المتخصصة
متوسط	٢,٦٣	٣,٥٩	١٦. تشجع الجامعة مهارات التحول الرقمي، وتعمل على تطويرها وتحسينها
متوسط	٢,٤٦	٣,٥٩	متوسط بعد واقع جودة الخدمات المقدمة

ومن الجدول (٧) يمكن القول إن واقع جودة الخدمات المقدمة لجامعة تبوك جاء متوسطاً، كما يمكن الإشارة إلى ما يلي:

١. جاءت الفقرة رقم (١٠) التي تتناول التنسيق والتعاون بين الإدارات والكليات المختلفة داخل الجامعة محققاً للسمعة التنظيمية للجامعة في مجال جودة الخدمات المقدمة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٠,٢، ٤).

٢. جاءت الفقرة رقم (١٢) التي تتناول وضوح القوانين واللوائح المنظمة للعمل داخل الجامعة، بما يحقق سهولة الفهم والتطبيق محققاً للسمعة التنظيمية للجامعة في مجال جودة الخدمات المقدمة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤, ٢٤).

٣. جاءت الفقرة رقم (١٥) التي تتناول اهتمام الجامعة بتطبيق فنيات التكنولوجيا الحديثة في عمليتي التعليم والتعلم مثل: استخدام المنصات التعليمية والبرامج المتخصصة محققاً للسمعة التنظيمية للجامعة في مجال جودة الخدمات المقدمة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٣,٧٤).

٤. جاءت باقي فقرات البعد الثاني الممثلة لواقع السمعة التنظيمية في مجال جودة الخدمات المقدمة بدرجة متوسطة؛ حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية ما بين: (٣,٥٩:٣,١٨).

كما يوضح الجدول (٨) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومستوى التحقق لفقرات البعد الثالث: واقع الممارسات الإبداعية على النحو التالي:

جدول (٨)

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومستوى التحقق لفقرات البعد الثالث: واقع الممارسات الإبداعية

مستوى التحقق والحكم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فقرات واقع الممارسات الإبداعية
مرتفع	٢,١٥	٣,٦٥	تسعى الجامعة إلى تنمية روح الفريق داخل الإدارات والكليات المختلفة
متوسط	٢,٦٤	٣,٥٢	تسعى الجامعة إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة في جمع البيانات وتحليلها بما يسهل اتخاذ القرارات المنظمة للعمل
متوسط	٢,٤٥	٣,١٥	تعتمد الجامعة نظام واضح للمكافآت والحوافز المشجعة على الإبداع في العمل
متوسط	٢,١٨	٢,٣٥	تسعى الجامعة إلى تشجيع النشر الدولي للأبحاث العلمية لأعضاء هيئة التدريس والطلبة
ضعيف	٣,٤٨	٢,١٨	تعمل الجامعة على التطوير المستمر للبرامج الأكاديمية بما يواكب التطورات العلمية العالمية
متوسط	٢,٤٩	٣,٣٦	تحفز الجامعة أعضاء هيئة التدريس على ضرورة الاهتمام بالجانب العملي والتطبيقي بالمقررات الدراسية المختلفة
متوسط	٢,٦٨	٣,٥٩	تسعى الجامعة إلى تطبيق اللامركزية في اتخاذ القرارات
ضعيف	٢,٧٥	٢,١٤	تسعى الجامعة إلى تسويق الأبحاث العلمية المتميزة لأعضاء هيئة التدريس والطلبة إقليمياً وعالمياً
متوسط	٢,٥٧	٢,٣٥	تعقد الجامعة مؤتمرات إقليمية وعالمية بصورة دورية منتظمة
متوسط	٢,٦٠	٢,٩٢	متوسط بعد واقع الممارسات الإبداعية

ومن الجدول (٨) يمكن القول إن واقع الممارسات الإبداعية لجامعة تبوك جاء متوسطاً ، كما

يمكن الإشارة إلى ما يلي:

٥. جاءت الفقرة رقم (١٧) التي تتناول سعى الجامعة نحو تنمية العمل بروح الفريق داخل الإدارات والكليات المختلفة محققاً للسمعة التنظيمية للجامعة في مجال الإبداع بدرجة مرتفعة.

٦. حققت الفقرتان (٢١ ، ٢٤) اللتان تناولتا سعي الجامعة للتطوير المستمر للبرامج الأكاديمية المختلفة بما يواكب التطورات العالمية ، والعمل على تسويق الأبحاث العلمية لأعضاء هيئة التدريس والطلبة عالمياً وإقليمياً درجة ضعيفة في قدرتهما على تحقيق السمعة التنظيمية للجامعة.

٧. جاءت باقي فقرات البعد الثالث المثلة لواقع السمعة التنظيمية في مجال الإبداع بدرجة متوسطة؛ حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية ما بين : (٣٥، ٢:٠٩، ٣).

كما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لدرجات منسوبي الجامعة ممن يمثلون العينة الأساسية للبحث الحالي على القسم الأول: واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك (٢١، ٣) ، وقيمة الانحراف المعياري (٤٨، ٢) ، مما يعني أن واقع السمعة التنظيمية لجامعة تبوك جاء متوسطاً.

ويري الباحث أن النتيجة السابقة ينبغي أن تمثل حافزاً لمنسوبي جامعة تبوك وقياداتها الأكاديمية والإدارية نحو السعي لاستثمار الموارد المادية المتاحة بالجامعة ، وما تزخر به من طاقات بشرية تمتلك الإمكانيات والقدرات والمهارات والمعارف والخبرات العملية؛ بما يجعلها تمثل بنية أساسية يمكن الاعتماد عليها وتوجيهها نحو تطوير السمعة التنظيمية للجامعة؛ كما أن تلك النتيجة تدعو القيادات الأكاديمية والإدارية بالجامعة إلى الاهتمام بتنمية روح الفريق ، والعمل الجماعي لدي منسوبيها نحو تحقيق التنمية بالمجتمع المحلي.

وتتناقض تلك النتيجة ودراسة درة وآخرون (٢٠١٨) والتي أشارت إلى أن درجة ممارسة جامعة ظفار لمسئولياتها المجتمعية جاءت مرتفعة ، كما جاءت درجة السمعة التنظيمية للجامعة مرتفعة.

كما أن تلك النتيجة تعكس كم الضغوط والتغيرات العالمية المحيطة التي تواجه الجامعات العالمية على وجه العموم ، وجامعة تبوك على وجه الخصوص ، والمتمثلة في التطورات التكنولوجية والمعرفية والاجتماعية المتسارعة التي يشهدها العصر الحالي ، وهو ما يستدعي السعي نحو وضع السمعة التنظيمية للجامعة ضمن أهدافها ، وضمن منظومة التخطيط الاستراتيجي.

وهو ما يؤكد عليه (Marcellas & Teodores (2012) من أن السمعة التنظيمية تمثل أحد الأهداف التي ينبغي أن تسعى المؤسسات إليها بما يضمن بقاءها وقدرتها على مواجهة التغيرات والأزمات المختلفة.

الإجابة عن السؤال الثاني: وينص على « ما الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين؟

وللإجابة عن هذا السؤال أوجد الباحث قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة من عبارات البعد الأول: آليات تحسين السمعة التنظيمية لجامعة تبوك في مجال المسؤولية المجتمعية ، ويوضح ذلك الجدول (٩) على النحو التالي:

جدول (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات البعد الأول: آليات تحسين السمعة التنظيمية في مجال المسؤولية المجتمعية

آليات تحسين السمعة التنظيمية في مجال المسؤولية المجتمعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التحقق والحكم	ترتيب الفقرة وفقاً لأهميتها في ضوء المتوسط الحسابي
١. فتح قنوات اتصال رسمية مع مؤسسات المجتمع المدني	٤,٥٦	٢,٧٤	مرتفعة	١
٢. الأخذ بعين الاعتبار تصورات وآراء ومقترحات الأطراف المختلفة المستفيدة من خدمات الجامعة عند اتخاذ القرارات ووضع السياسات	٤,٣٤	٣,١٤	مرتفعة	٥
٣. تفعيل سياسات العمل التطوعي بما يلي احتياجات المجتمع ونميتها	٤,٥١	٢,١٨	مرتفعة	٢
٤. المشاركة الفاعلة في الأنشطة المجتمعية التي تتفق مع رسالة وأهداف الجامعة	٤,٣٦	٣,١٥	مرتفعة	٤
٥. عقد الشراكات مع الجمعيات الأهلية والخيرية والمجتمعية	٤,٢٢	٣,١٨	مرتفعة	٧
٦. تدريب منسوبي الجامعة على إدارة الأزمات ومواجهتها وعدم الهرب منها	٤,٠٩	٣,٤٧	مرتفعة	٨
آليات تحسين السمعة التنظيمية في مجال المسؤولية المجتمعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التحقق والحكم	ترتيب الفقرة وفقاً لأهميتها في ضوء المتوسط الحسابي
٧. ربط المقررات الدراسية التي يتم تدريسها لطلبة الجامعة باحتياجات المجتمع المحلي والعالمي	٤,٢٥	٣,١٨	مرتفعة	٦
٨. إعداد قوافل خدمية للمجتمع المحلي تضم نخبة من المتخصصين في كافة التخصصات المختلفة	٤,٤٢	٢,٥٤	مرتفعة	٣
متوسط بعد المعينات المجتمعية	٤,٣٤	٢,٩٥	مرتفعة	

ومن الجدول (٩) يمكن القول إن مستوى تحقق البعد الأول: المعينات المتعلقة بالمسؤولية

المجتمعية جاء مرتفعاً ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لبعدها المعايير المجتمعية (٤,٣٤) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٩٥) ، كما يُمكن الإشارة إلى ما يلي:

١. يأتي فتح قنوات اتصال رسمية مع مؤسسات المجتمع المدني كأحد الآليات المقترحة لتطوير السمعة التنظيمية في مجال المسؤولية المجتمعية في المرتبة الأولى من وجهة المستفيدين من خدمات الجامعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٥٦) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٧٤) .
٢. يأتي في المرتبة الثانية: تفعيل سياسات العمل التطوعي بما يلبي احتياجات المجتمع وبنمائها؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٥١) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٠١٨) .
٣. يأتي في المرتبة الثالثة: إعداد قوافل خدمية للمجتمع المحلي تضم نخبة من المتخصصين في كافة التخصصات المختلفة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٤٢) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٤) .
٤. يأتي في المرتبة الرابعة: المشاركة الفاعلة في الأنشطة المجتمعية التي تتفق مع رسالة وأهداف الجامعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٣٦) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣,١٥) .
٥. يأتي في المرتبة الخامسة: الأخذ بعين الاعتبار تصورات وآراء ومقترحات الأطراف المختلفة المستفيدة من خدمات الجامعة عند اتخاذ القرارات ووضع السياسات؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٣٤) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣,١٤) .
٦. يأتي في المرتبة السادسة: ربط المقررات الدراسية التي يتم تدريسها لطلبة الجامعة باحتياجات المجتمع المحلي والعالمي؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢٥) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣,١٨) .
٧. يأتي في المرتبة السابعة: عقد الشراكات مع الجمعيات الأهلية والخيرية والمجتمعية؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢٢) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣,١٨) .
٨. يأتي في المرتبة الثامنة: تدريب منسوبي الجامعة على إدارة الأزمات ومواجهتها وعدم الهرب منها؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٤٢) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٤) .
٩. كما يوضح جدول (١٠) قام الباحث بإيجاد قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة من عبارات البعد الثاني: آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك في مجال جودة الخدمات المقدمة على النحو التالي:

جدول (١٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات البعد الثاني: آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك في مجال جودة الخدمات المقدمة

ترتيب الفقرة وفقاً لأهميتها في ضوء المتوسط الحسابي	مستوى التحقق والحكم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك في مجال جودة الخدمات المقدمة
١	مرتفعة	٢,٦٥	٤,٢٩	تسويق الأبحاث العلمية المتميزة لأعضاء هيئة التدريس والباحثين
٩	مرتفعة	٢,٥٧	٣,٩٩	استخدام التكنولوجيا الحديثة في تدريس الطلبة
٦	مرتفعة	٢,٥٤	٤,١٥	تطوير كافة البرامج والأنشطة التي تقدمها الجامعة بما يتوافق والتغيرات المعرفية والتكنولوجية
٧	مرتفعة	٢,٥٤	٤,١١	استخدام التكنولوجيا في كافة العمليات الإدارية الموجهة للمستفيدين من خدمات الجامعة
٥	مرتفعة	٢,٣٦	٤,١٨	التعامل بشفافية ومصداقية مع جميع المستفيدين من خدمات الجامعة دون تمييز
٤	مرتفعة	٢,٣٥	٤,٢١	استخدام التكنولوجيا في كافة العمليات الإدارية الموجهة للمستفيدين من خدمات الجامعة
٣	مرتفعة	٢,٢٣	٤,٢٢	تضمين السمعة التنظيمية للجامعة ضمن الخطط الاستراتيجية للجامعة بما يضمن جودة في الخدمات المقدمة
٢	مرتفعة	٢,٤٥	٤,٢٦	استحداث برامج أكاديمية وخدمية مستمدة من الاحتياجات المحلية والعالمية
٨	مرتفعة	٢,٧٨	٤,٠٩	السعي نحو تقديم إعفاءات نسبية أو كاملة للطلبة غير القادرين بما يمكنهم من الشعور بالارتياح ويسهم في بذل الجهد نحو تحقيق الجودة في ممارساتهم
	مرتفعة	٢,٥٠	٤,١٧	متوسط بعد المعينات المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة

ومن الجدول (١٠) يمكن القول إن مستوى تحقق البعد الثاني: المعينات المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة جاء مرتفعاً ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لبعده المعينات المجتمعية (٤,١٧) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٠) ، كما يُمكن الإشارة إلى ما يلي:

- يأتي تسويق الأبحاث العلمية المتميزة لأعضاء هيئة التدريس والباحثين كأحد الآليات المقترحة لتطوير السمعة التنظيمية في مجال جودة الخدمات المقدمة في المرتبة الأولى من وجهة المستفيدين من خدمات الجامعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢٩) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٦٥).

٢. يأتي في المرتبة الثانية: استحداث برامج أكاديمية وخدمية مستمدة من الاحتياجات المحلية والعالمية؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢٦) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٤٥).
 ٣. يأتي في المرتبة الثالثة: تضمين السمعة التنظيمية للجامعة ضمن الخطط الاستراتيجية للجامعة بما يضمن جودة الخدمات المقدمة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢٢) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٢٣).
 ٤. يأتي في المرتبة الرابعة: استخدام التكنولوجيا في كافة العمليات الإدارية الموجهة للمستفيدين من خدمات الجامعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢١) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٣٥).
 ٥. يأتي في المرتبة الخامسة: التعامل بشفافية ومصداقية مع جميع المستفيدين من خدمات الجامعة دون تمييز؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,١٨) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٣٦).
 ٦. يأتي في المرتبة السادسة: تطوير كافة البرامج والأنشطة التي تقدمها الجامعة بما يتوافق والتغيرات المعرفية والتكنولوجية؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,١٥) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٤).
 ٧. يأتي في المرتبة السابعة: عقد الندوات والدورات التدريبية وورش العمل المؤهلة للمستفيدين من خدمات الجامعة بما يؤهلهم للتغلب على المشكلات الأكثر تأثيراً كأزمة وباء كورونا؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,١١) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٤).
 ٨. يأتي في المرتبة الثامنة: السعي نحو تقديم إعفاءات نسبية أو كاملة للطلبة غير القادرين بما يمكنهم من الشعور بالارتياح ويسهم في بذل الجهد نحو تحقيق الجودة في ممارساتهم؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٠٩) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٧٨).
 ٩. يأتي في المرتبة التاسعة: استخدام التكنولوجيا الحديثة في تدريس الطلبة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٣,٩٩) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٧).
- كما يوضح جدول (١١) أوجد الباحث قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة من عبارات البعد الثالث: آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك في مجال الإبداع على النحو التالي:

جدول (١١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات البعد الثالث: آليات تطوير السمعة التنظيمية

الجامعة تبوك في مجال الإبداع

آليات تطوير السمعة التنظيمية لجامعة تبوك في مجال الإبداع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التحقق والحكم	ترتيب الفقرة وفقاً لأهميتها في ضوء المتوسط الحسابي
الإعلان عن الموارد الذاتية للجامعة عبر وسائل التواصل المختلفة، وعبر الموقع الرسمي للجامعة	٤,٤٣	٢,٥١	مرتفعة	٧
تبني الجامعة ثقافة تنظيمية قوية داعمة للإبداع والابتكار	٤,٠٨	٢,٤٥	مرتفعة	٩
تغيير الممارسات والسياسات الإدارية التقليدية إلى نظائرها المهنية لمناخ داعم للأعمال المبتكرة	٤,٤٥	٢,٥٧	مرتفعة	٦
إعطاء الحرية لوسائل الإعلام في تغطية الفعاليات والأنشطة التي تقدمها الجامعة	٤,٢٥	٢,١٥	مرتفعة	٨
الاهتمام بتقديم الحوافز والمكافآت للأعمال المبتكرة من جانب المستفيدين	٤,٨٤	٣,١٥	مرتفعة	١
إنشاء مركز لريادة الأعمال لاحتضان الأعمال المبتكرة وتسويقها وتنميتها	٤,٧٥	٣,٢٥	مرتفعة	٢
التعاون مع مؤسسات أكاديمية ومهنية ذات سمعة دولية بما يساعد على تنمية الموارد الذاتية للجامعة وتوجيهها على نحو صحيح	٤,٤٧	٢,٥٧	مرتفعة	٥
تشجيع المستفيدين من خدمات الجامعة على طرح المبادرات للارتقاء بالخدمات المقدمة مع أخذها بعين الاعتبار	٤,٧٢	٣,٢١	مرتفعة	٣
استقطاب الجامعة لمدرين متميزين ذوي خبرة وسمعة في مجال التدريب على أخلاقيات العمل	٤,٥٨	٢,٦٩	مرتفعة	٤
متوسط بُعد المعينات المتعلقة بالإبداع	٤,٥١	٢,٧٣	مرتفعة	

ومن الجدول (١١) يمكن القول إن مستوى تحقق البعد الثالث: المعينات المتعلقة بالإبداع جاء مرتفعاً ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لبعد المعينات المجتمعية (٤ , ٥١) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢ , ٧٣) ، كما يُمكن الإشارة إلى ما يلي:

١. الاهتمام بتقديم الحوافز والمكافآت للأعمال المبتكرة من جانب المستفيدين من خدمات الجامعة في المرتبة الأولى؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤ , ٨٤) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣ , ١٥) .

٢. يأتي في المرتبة الثانية: إنشاء مركز لريادة الأعمال لاحتضان الأعمال المبتكرة وتسويقها وتمييزها؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٧٥) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣,٢٥) .
 ٣. يأتي في المرتبة الثالثة: تشجيع المستفيدين من خدمات الجامعة على طرح المبادرات للارتقاء بالخدمات المقدمة مع أخذها بعين الاعتبار؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٧٢) ، وقيمة الانحراف المعياري (٣,٢١) .
 ٤. يأتي في المرتبة الرابعة: استقطاب الجامعة لمدرسين متميزين ذوي خبرة وسمعة في مجال التدريب على أخلاقيات العمل؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٥٨) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٦٩) .
 ٥. يأتي في المرتبة الخامسة: التعاون مع مؤسسات أكاديمية ومهنية ذات سمعة دولية بما يساعد على تنمية الموارد الذاتية للجامعة وتوجيهها على نحو صحيح؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٤٧) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٧) .
 ٦. يأتي في المرتبة السادسة: تغيير الممارسات والسياسات الإدارية التقليدية إلى نظائرها المهيئة لمناخ داعم للأعمال المبتكرة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٤٥) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥٧) .
 ٧. يأتي في المرتبة السابعة: الإعلان عن الموارد الذاتية للجامعة عبر وسائل التواصل المختلفة ، وعبر الموقع الرسمي للجامعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٤٣) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٥١) .
 ٨. يأتي في المرتبة الثامنة: إعطاء الحرية لوسائل الإعلام في تغطية الفعاليات والأنشطة التي تقدمها الجامعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٢٥) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,١٥) .
 ٩. يأتي في المرتبة التاسعة: تبني الجامعة ثقافة تنظيمية قوية داعمة للإبداع والابتكار؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٤,٠٨) ، وقيمة الانحراف المعياري (٢,٤٥) .
- تتفق تلك النتيجة ودراسة (Bustaman, et al (2020) التي أشارت نتائجها أن بناء آليات لتطوير السمعة التنظيمية إنما يتطلب سعى المؤسسة نحو التفاعل الإيجابي مع المجتمع المحيط بما يلبي الاحتياجات المجتمعية المحلية ، وبما يساعد على جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين ، كذلك يتطلب من المؤسسة تشجيع الإبداع والابتكار بين منسوبيها ومديريها ، بما يمكن المؤسسة من التغلب على المشكلات المختلفة بطريقة جديدة مبتكرة تؤدي إلى خلق بيئة مشجعة على الابتكار والإبداع.

ويمكن تفسير تلك النتائج في إطار دراسة (Gilstrap & Smith 2016) والتي أشارت إلى أن تحقيق وتطوير السمعة التنظيمية إنما يسهم في الكيفية التي تحدها المؤسسة نحو تحقيق أهدافها ، وفي تحديد معايير التنافسية مع نظيراتها ، كما أنها تحث منسوبي المؤسسة ومديريها على وضع مجموعة من المعايير والمحكات للحكم على أداء وكفاءة المؤسسة.

كذلك تأتي النتيجة متسقة مع رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠) التي أولت أهمية لمؤسسات التعليم العالي والجامعات ، من خلال توفير الفرص والإمكانات المهنية لمساعدة الجامعات على تحقيق السمعة التنظيمية؛ بتوفير فرص التدريب والتعليم القائمة على اكتساب المهارات العلمية والعملية المواكبة للتغيرات العالمية ، وتشجيع الإبداع والابتكار في كافة التخصصات والمجالات.

مناقشة النتائج:

من العرض السابق لنتائج التحليل الإحصائي وما أسفرت عنه من نتائج ، نستطيع الإشارة إلى ما يلي:

على الرغم مما تمتلكه جامعة تبوك من موارد بشرية متمثلة في: طلبة مرحلة التيسير والبيكالوريوس ، وطلبة مرحلة الدراسات العليا ، وأعضاء هيئة تدريس سعوديين ومن جنسيات أجنبية مختلفة ، وإداريين مختلفي التخصصات ، وما تمتلكه من موارد مادية ، إلا أن النتائج السابقة أظهرت أن واقع السمعة التنظيمية للجامعة بأبعادها المختلفة جاء متوسطاً ، وهو ما يجب أن يستحث القيادة الأكاديمية والإدارية للجامعة والمستفيدين من خدماتها إلى السعي نحو تطوير وتحسين السمعة التنظيمية للجامعة ، بتبني مجموعة من الآليات التي تتناسب وطبيعة رسالة الجامعة وأهدافها.

وقد قدم البحث الحالي مجموعة من الآليات المقترحة المستمدة من تصورات المستفيدين من خدمات الجامعة على الرغم من المعوقات المختلفة التي تواجه الجامعة والتي أوضحها البحث في الآتي:

١. المعوقات المجتمعية: ولعل أهمها محدودية الأنشطة العملية التي يمارسها منسوبي الجامعة نحو خدمة المجتمع المحيط ، وغياب العمل التطوعي الخادم للمجتمع ، ومحدودية القنوات الرسمية للتواصل مع مؤسسات المجتمع المدني المحيط.

٢. المعوقات المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة: ومنها ضعف الاستثمار في الاحتياجات المجتمعية ،

وضعف مهارات البحث العلمي لدي الطلبة ، ومحدودية الدور التوجيهي للقيادات الجامعية بالكليات المختلفة.

٣. المعوقات المتعلقة بالإبداع أهمها: استئثار بعض القيادات الجامعية بالقرار دون الأخذ بتصورات أصحاب المصلحة والمستفيدين ، والاعتماد على الطرق التقليدية في نقل الخبرات التعليمية للطلبة ، وعدم ، وجود سياسة ، واضحة للحوافز والمكافآت.

كما قدم البحث مجموعة من الآليات للتغلب على تلك العقبات ، ومن ثم تحسين وتطوير السمعة التنظيمية للجامعة ، ومن تلك الآليات:

١. آليات مقترحة في مجال المسؤولية المجتمعية منها: فتح قنوات اتصال رسمية مع المجتمع المحلي من خلال الشراكات ، وورش العمل ، والقوافل الخدمية المتخصصة.

٢. آليات مقترحة في مجال جودة الخدمات المقدمة ، منها: تسويق الأبحاث العلمية المتميزة ، واستحداث برامج أكاديمية وخدمية مستمدة من احتياجات المجتمع المحيط ، وتضمين السمعة التنظيمية ضمن الخطط الاستراتيجية للجامعة.

٣. آليات مقترحة في مجال الإبداع: منها: الاهتمام بتقديم الحوافز والمكافآت للأعمال المبتكرة ، والسعي نحو إنشاء مركز لريادة الأعمال المبتكرة ، وتشجيع طرح المبادرات للارتقاء بالخدمات المقدمة.

توصيات البحث:

في إطار ما تم التوصل إليه من نتائج ، نستطيع تقديم مجموعة توصيات للقائمين على إدارة جامعة تبوك ، من قيادات أكاديمية وإدارية ، تتمثل في الآتي:

- يجب إدراج السمعة التنظيمية كأحد المعايير الأساسية بالخطط الاستراتيجية للجامعة ، مع وضع آليات هادفة إلى التطوير والتحسين المستمر لها.

- اهتمام الجامعة بتسويق الأبحاث العلمية المتميزة لأعضاء هيئة التدريس ، وللباحثين؛ كذلك تشجيع منسوبي الجامعة وأفراد المجتمع المحلي على البحث العلمي الملبي لاحتياجات المجتمع ، مع تقديم الدعم المادي والمعنوي لتلك الأبحاث بما يضمن السمعة التنظيمية للجامعة.

- الحث على إنشاء وحدة ذات طابع خاص تتولى احتضان الأعمال المبتكرة سواء من منسوبي الجامعة أو أفراد المجتمع المحلي.

- يجب العمل على عقد الشراكات مع المؤسسات والشركات والهيئات المدنية بما يساعد في إكساب طلبة الجامعة المهارات الأساسية اللازمة لسوق العمل العالمي.
- الاهتمام بالقوافل المتخصصة في كافة المجالات بما يساعد الجامعة على تحقيق أحد أهدافها وهو خدمة المجتمع المحيط ، وبما ينعكس في بناء السمعة التنظيمية للجامعة.
- الأخذ بتصورات مؤسسات المجتمع المدني المحيط عند اتخاذ القرارات ورسم السياسات الخدمية والأكاديمية.
- السعي نحو استحداث برامج أكاديمية ومهنية جديدة تتماشى والتوجهات العالمية المعاصرة ، وبما يؤهل الجامعة للتطلع للمستقبل بخطى ثابتة.
- تشجيع العمل التطوعي والمبادرات الخدمية.

دراسات مقترحة وبحوث:

- يقترح الباحث عدداً من البحوث والدراسات التي يمكن إجراؤها مستقبلاً وهي:
- إجراء دراسة مقارنة للتعرف على خبرات الجامعات ذات السمعة التنظيمية العالمية كجامعة هارفارد ، وجامعة أكسفورد ، وجامعة هارفارد وغيرها.
- وضع تصور مقترح لتحسين السمعة التنظيمية للجامعة في ضوء تصورات مؤسسات المجتمع المدني.
- إجراء دراسة للتعرف على تصورات المستفيدين من خدمات جامعة تبوك حول أبعاد المناخ الجامعي الداعم للابتكار.
- إجراء دراسة قائمة على أسلوب التحليل البعدي Meta-analysis لتحليل الدراسات والبحوث السابقة التي تناولت السمعة التنظيمية.

قائمة المصادر و المراجع

المراجع العربية:

- بن منظور؛ جمال الدين محمد بن مكرم (د.ت) . لسان العرب ، متاح على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) على الموقع التالي: <http://www.baheth.info/index.jsp>
- الحجار؛ رائد حسين(٢٠٠٤). تقييم الأداء الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة الأقصى في ضوء مفهوم إدارة الجودة الشاملة ، مجلة جامعة الأقصى بغزة ، ٨ (٢) ، ٢٤٠-٢٠٣ .
- الحموري ، صالح ، والمعاطلة ، رولا (٢٠١٥). المسؤولية المجتمعية للمؤسسات ، عمان بالأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- درة ، عمر محمد ، التيجاني ، محمد عثمان ، حناوي ، سوزان إلياس (٢٠١٨). المسؤولية المجتمعية للجامعات العمانية الخاصة ودورها في دعم السمعة التنظيمية: جامعة ظفار نموذجاً ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية ، ٢ (١٠) ، ٤٢-١٨ .
- رشيد ، صالح ، الزيايدي ، صباح (٢٠١٤). دور المسؤولية المجتمعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة: دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، العدد (١٦) ، المجلد الأول ، ٦-٣٢ .
- رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠). متاح على الموقع التالي: <https://www.thaqfya.com/vision-2030-higher-education>
- الطائي ، يوسف؛ الصائغ ، محمد (٢٠١٣). دور الذكاء الأخلاقي في إدارة سمعة المنظمة: بحث تطبيقي لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليتي: العلوم والزراعة في جامعة الكوفة ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، ١٥ (١) ، ٣٢-١٥ .
- الكرعاوي ، محمد ثابت (٢٠١٧). دور مراكز البراعة الاستراتيجية في تعزيز وبناء سمعة مؤسسات التعليم العالي. مجلة الإدارة والاقتصاد ، ٥ (٢٠) ، ٤٨-٢٤ .
- ماضي؛ خليل إسماعيل ، البشيتي ، سها عمر (٢٠٢٠). الدور الوسيط للالتزام التنظيمي في أثر جودة الحياة الوظيفية على السمعة التنظيمية الفلسطينية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية ، الجامعة الإسلامية بغزة ، ٢٨ (٤) ، ٤٧-٢٠ .

محمد؛ إيمان شحادة (٢٠١٨). *أثر أخلاقيات الأعمال في السمعة التنظيمية في المستشفيات الأردنية الخاصة في عمان ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الأعمال ، جامعة الإسراء الخاصة بالأردن.*

المراجع العربية المترجمة: (Arabic references in English)

Ben- Manzour; J. (d.). LISAN Al ARAB, available on the International Information Network (Internet) at the following website: <http://www.baheth.info/index.jsp>.

Dorra, O.; Al-Tijani, M. and Hinnawi, S. (2018). The social responsibility of the Omani private universities and their role in supporting the organizational reputation: Dhofar University as a model, *Journal of Economic , Administrative and Legal Sciences* , 2 (10) , 18-42.

AL-Hagar; R. (2004). Evaluating university performance from the perceptions of faculty members at Al-Aqsa University in light of the concept of Total Quality Management , *Al-Aqsa University Journal in Gaza* , 8 (2) , 203-240.

Hammouri, S. , and Al-Maaytah , R. (2015). *Corporate Social Responsibility* , Amman , Jordan: Dar Kunooz Al Marifa for Publishing and Distribution.

Al-Karawi, M. (2017). The role of strategic pillars of excellence in strengthening and building the reputation of higher education institutions. *Journal of Management and Economics* , 5 (20) , 24-48.

El-Madee; K. and Al-Bashiti, S. (2020). The mediating role of organizational commitment in the impact of job quality on the Palestinian organizational reputation. *Journal of the Islamic University of Economic and Administrative Studies* , Islamic University of Gaza , 28 (4) , 20-47.

- Muhammad; E. (2018). The Impact of Business Ethics on Organizational Reputation in Private Jordanian Hospitals in Amman, Master Thesis (unpublished), College of Business, Al-Isra Private University, Jordan.
- Rasheed, S. and Al-Ziyadi, S. (2014). The Role of Social Responsibility in Enhancing Perceived Organizational Reputation: An Analytical Study of the Views of University Leaders in a Sample of Colleges of the University of Al-Qadisiyah, Al-Qadisiyah Journal of Administrative and Economic Sciences, Issue (16), Volume One, 6-32.
- Saudi Arabia's vision (2030). Available at: <https://www.thaqfya.com/vision-2030-higher-education>.
- Al-Taie, Y.; Al-Sayegh, M. (2013). The Role of Moral Intelligence in Managing the Organization's Reputation: An Applied Research of the Views of a Sample of Faculty Members in the Colleges: Science and Agriculture at the University of Kufa, Al-Qadisiyah Journal of Administrative and Economic Sciences, 15 (1), 15-32.

المراجع الأجنبية: References

- American Heritage dictionary of the English Language, (1992). New York: Houghton Mifflin.
- Awang, Z. (2010). Analyzing the effects of corporate reputation on the competitiveness of telecommunication industry using the structural equation modelling: the case of kelantan., University Technology, MARA (UTM), Malaysia (pp. 283-396).
- Barnett, L., Jermier, M., and Lafferty, A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. Journal of Corporate Reputation Review, 9(1), 26-38.

- Barron, D., & Rolfe, M. (2011), Measuring reputation: Corporate appeal, political influence and regulation. Unpublished manuscript, Oxford University.
- Baum, M., & Kabst, R. (2014). The effectiveness of recruitment advertisements and recruitment websites: Indirect and interactive effects on applicant attraction. *Journal of Human Resource Management*, 53(3), 353–378
- Bustaman, H.; nor, M.; Taha, A. and Zakaria, M. (2020). job seeker attraction to organizational justice mediated by organizational reputation, *Journal of Cogent Psychology*, 8(1), 7-18
- Cascio, F. (2003). Changes in workers, work, and organizations. John Wiley& Sons, Inc.
- Duarte, P., Gomes, R., & Das Neves, G. (2014). Tell me your socially responsible practices, I will tell you how attractive for recruitment you are! The impact of perceived CSR on organizational attractiveness. *Tékhné*, 12(Supple), 22–29.
- Gadd, E. (2020). University ranking need a rethink, *Nature*, 587(26), 523–52, available at: <https://media.nature.com/original/magazine-assets/d41586-020-03312-2/d41586-020-03312-2.pdf>
- Gershenson, C. (2019). Organizational Reputation and the Securities and Exchange Commission's Failed Regulatory Revolution, *Journal of Sociological Forum*, 34(4), 643– 663.
- Gilstrap, A., & Smith, M. (2016). Identity tensions during an NGO name change: How managers experience an international organization's rebranding effort. *International Journal of Strategic Communication*, 10(5), 445–461.

- Harrison, K. (2009). Why a good corporate reputation is important to your organization, available at: <http://www.cutting-edge.com/articles/corprep-important.asp>.
- Kim, Y. (2016). Understanding public' perception and behaviors in crisis communication: Effects of crisis news framing and public' acquisition, selection, and transmission of information in crisis situations. *Journal of Public Relations Research*, 28(1), 35-50.
- Kim, J., Kim, H. J., & Cameron, T. (2012). Finding primary public: A test of the third person perception in corporate crisis situation. *Journal of Public Relations*, 24, 391-408.
- Knowles, J. & Ettenson, R. (2008). Don't confuse reputation with brand, *Sloan management review*, 49(2), 2- 19.
- Marcellas, N. & Teodores, S. (2012). Corporate reputation is you most strategic asset at risk, *journal of research and analysis*, 3(12), 6- 48.
- Pickens, J. (2005). Attitudes and perceptions. *Organizational behavior in health care*, 43-76.
- Poister, H., & Thomas, C. (2007). The wisdom of crowds: Learning from administrators' predictions of citizen perceptions. *Journal of Public Administration Review*, 67(2), 279-289
- Protiviti, M., (2013), Measuring reputation in global markets-A comparison of reputation measures' convergent and criterion validities. *Journal of World Business*, 48(3), 329-339.
- Ryan, M., Horvath, M., & Kriska, D. (2005). The role of recruiting source informativeness and organizational perceptions in decisions to apply. *International Journal of Selection & Assessment*, 13, 235-249.

- Santos, M.; Laureano, R. and Moro, S. (2020). Unveiling Research Trends for Organizational Reputation in the Nonprofit Sector, *Journal of Volantes*, 31(1), 56- 70
- Shamma, M. , (2012), "Toward a comprehensive understanding of corporate reputation: concept, measurement and implications", *International Journal of Business Management*, 7(16), 137- 151.
- Thompson, J., Payne, C., & Taylor, B. (2015). Applicant attraction to flexible work arrangements: Separating the influence of flextime and flexplace. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 88(4), 726-749.
- Tong, C. , Wong, A. & Cheng, T. (2019). Do Corporate Social Responsibility and Safety of Food Affect Reputation? A Study of Fast-food Restaurants Industry in Hong Kong. *Journal of Economics, Journal of Management and Trade*, 12(2), 1-18.
- Turban, B., & Cable, M. (2003). Firm reputation and applicant pool characteristics. *Journal of Organizational Behavior*, 733-751.
- Ye, L., & Cheong, Y. (2017), Using Face book efficiently: Assessing the impact of organizational Face book activities on organizational reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(4), 440-454.