



مركز الاستشارات والبحوث والتطوير
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

مجلة البحوث الإدارية

Journal of Management Research

علمية - متخصصة - فُحكمة - دورية ربع سنوية

للسنة
الثانية والأربعون

Vol. 42, No.2; Apr. 2024

عدد أبريل 2024



www.sams.edu.eg/crdc

رئيس مجلس الإدارة
أ.د. محمد حسن عبد العظيم
رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية

رئيس التحرير
أ.د. أنور محمود النقيب
مدير مركز الاستشارات والبحوث والتطوير

ISSN : 1110-225X

الدور الوسيط للتحويل الرقمي لأثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء
هيئة التدريس - دراسة ميدانية بالتطبيق على الجامعات المصرية

إعداد

د. سمر بنت وصفي بن علي المداح

الدور الوسيط للتحويل الرقمي لأثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس - دراسة ميدانية بالتطبيق على الجامعات المصرية

د/ سمر وصفي علي المداح

دكتوراه في إدارة الأعمال - كلية التجارة - جامعة عين شمس

ملخص البحث:-

يهدف البحث إلى دراسة وتحليل مفهوم تسويق الذات وما يشمله من متغيرات فرعية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة ، كذلك دراسة وتحليل مفهوم التحويل الرقمي ومقومات تطبيقه في التعليم الجامعي بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة. وتناول البحث دراسة وتحليل الأداء التعليمي بما يشمله من متغيرات فرعية بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة. كذلك تحليل أثر تسويق الذات لأعضاء هيئة التدريس على الأداء التعليمي في ظل التحويل الرقمي من خلال دراسة مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة. من خلال تحليل الدراسة الميدانية تبين وجود اختلاف بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحويل الرقمي، مما يستلزم على الجامعات الحكومية العمل على الاهتمام بأبعاد تسويق الذات لأعضاء هيئة التدريس وتوفير متطلبات التحويل الرقمي لما لهم من تأثير فعال على تحسين العملية المقدمة وتحسين جودة الخريجين ومن ثم الارتقاء بمتطلبات سوق العمل المتطورة باستمرار.

الكلمات المفتاحية: التحويل الرقمي - تسويق الذات - تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس.

Abstract:

The research aims to study and analyzed the concept of self-marketing and the sub-variables it includes for faculty members in Egyptian public and private universities, as well as to study and analyze the concept of digital transformation and the elements of its application in university education in Egyptian public and private universities. The research dealt with the study and analysis of educational performance, including its sub-variables, in Egyptian public and private universities.

Also analyzing the impact of self-marketing for faculty members on educational performance considering digital transformation through a comparative study between public and private universities. Through analysis of the field study, it was revealed that there is a difference between Egyptian public and private universities regarding the impact of self-marketing on improving the performance of faculty members considering digital transformation, which requires government universities to work to pay attention to the dimensions of self-marketing to faculty members and provide the requirements for digital transformation because of their impact. It is effective in improving the process provided, improving the quality of graduates, and then meeting the constantly evolving requirements of the labor market.

Keywords: Digital transformation – Self Marketing - Improving faculty performance.

مقدمة: -

يعتبر التحول الرقمي في السنوات الأخيرة أداة حيوية للمؤسسات لتظل قادرة على المنافسة والتكيف مع البيئات المتغيرة، والمؤسسات التعليمية ليست استثناء حيث أصبح التحول الرقمي عاملاً مهماً في تحسين الأداء التعليمي. ويقوم أعضاء هيئة التدريس بدورًا حاسمًا في العملية التعليمية، فأدوارهم أمر بالغ الأهمية لتحقيق النتائج التعليمية المرجوة. ويعتبر التسويق الذاتي عاملاً مهماً آخر يمكن أن يساهم في تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. ومع ذلك فإنه يمكن التخفيف من تأثير التسويق الذاتي على تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس من خلال التحول الرقمي. لذلك يهدف هذا البحث إلى تحليل أثر الدور الوسيط للتحول الرقمي على تأثير تسويق الذات على تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة.

أولاً: تحليل الدراسات السابقة لمتغيرات البحث: -

قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات السابقة والأدبيات والتي من شأنها التعرف على متغيرات البحث الرئيسية واستخلاص المتغيرات الفرعية التي سبق دراستها وذلك لتحديد الفجوة البحثية والتي تعتبر أساس لبناء فروض ونموذج متغيرات البحث، وقد قسمت الباحثة هذا الجزء إلى دراسات تناولت المتغيرات المستقلة والتابعة والمتغيرات الفرعية لها من خلال ما يلي:-

أ- الدراسات التي تناولت التحول الرقمي:

هدفت دراسة (Hutajulu, R.S. &Ellyana, 2021) إلى دراسة تأثير الرقمنة والقيادة الافتراضية على الابتكار التنظيمي أثناء أزمة جائحة COVID-19، وتوصلت إلى أن الرقمنة والقيادة الافتراضية، والخادمة، والتحويلية تؤثر على إبداع الموظف. علاوة على ذلك، يؤثر إبداع الموظف بشدة على الابتكار التنظيمي؛ لذلك، تم العثور على نموذج جديد لمواجهة التحديات خلال أزمة جائحة COVID-19، وهو الرقمنة والقيادة.

كما تناولت دراسة (البطل، ٢٠١٨) تأثير العلاقة بين الرقمنة أو تكنولوجيا المعلومات وصورة المنظمة أو السيرة الذاتية لها أو لسمعتها، واجريت الدراسة علي عينة مكونة من ١٥٠ مفردة من موظفين شركات البريد محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلي دور الرقمنة في تطوير السيرة الذاتية للمنظمة أو تحسين سمعتها أو صورة المنظمة أمام جماهيرها والمستفيدين من خدماتها.

واشارت دراسة (صالح، ٢٠١٩) إلي تحليل واقع استخدام الرقمنة ودورها في تحقيق تنافسية المنظمة، واجريت الدراسة علي العاملين في شركات الاتصالات محل الدراسة. وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة

ارتباط ذات دلالة معنية بين الرقمنة والأداء المنظمي حيث اشارت النتائج إلي وجود أثر للرقمنة علي تنافسية المنظمات.

كما هدفت دراسة (Jeyalakshmi & Rani, 2020) إلي توضيح تأثير الرقمنة في تطوير أداء العاملين في القطاع المصرفي ، واجريت الدراسة علي عينة مكونة من ١٥٠ مفردة من الموظفين بالبنوك محل الدراسة ، وتوصلت الدراسة إلي تأثير الرقمنة علي أداء العاملين باتجاه زيادة ولائهم وانتمائهم للمنطقة من خلال ما توفره من فرص للاطلاع علي المعلومات بشكل سهل مما يسهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار.

بينما هدفت دراسة (Zhou et al, 2021) إلي التعرف علي العلاقة بين تفاعل رقمنة إدارة الموارد البشرية ونضج نظام إدارة الموارد البشرية على أداء الشركة بالإضافة إلى الدور الوسيط الذي تلعبه استراتيجية الموارد البشرية ومشاركة الأعمال. على أساس عينة من ٢١١ شركة مدرجة في الصين ، تشير نتائجنا إلى أن تفاعل رقمنة إدارة الموارد البشرية ونضج نظام إدارة الموارد البشرية يرتبط ارتباطاً إيجابياً بأداء الشركة وأن العلاقة يتم تعزيزها من خلال المشاركة الاستراتيجية والتجارية للموارد البشرية.

وهدفنا دراسة (Kumari and Singh, 2021) إلي دراسة جوانب الرقمنة التي تؤثر على موظفي المبيعات في صناعة خدمات الأغذية والمشروبات، وأجريت الدراسة على موظفي المبيعات في سلسلة مقاهي مقرها خارج مدينة بيون، لدراسة تأثير الرقمنة ، على الصعيدين المهني والشخصي. تتم دراسة موظفي المبيعات باستخدام الملاحظات والمقابلات لمعرفة آثار الرقمنة عليهم. وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثير كبير للرقمنة علي موظفي المبيعات حيث يمكن تخفيف الآثار السلبية للرقمنة على موظفي المبيعات من خلال إدارة الموارد البشرية.

مما سبق يمكن للباحثة التأكيد على أنه يعتبر التحول الرقمي دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات المؤسسة، مما يؤدي إلى تغييرات أساسية في كيفية عمل المنظمة وتقديم قيمة لعملائها (Westerman et al, ٢٠١٤). وتعمل المؤسسات التعليمية على دمج التكنولوجيا الرقمية بنشاط في عمليات التدريس والتعلم، مما أدى إلى تحسين الأداء التعليمي (Li et al. ، ٢٠٢٠). تم تحديد الهيكل المؤسسي للتحول الرقمي، ودعم الإدارة العليا للتحول الرقمي، والتكيف الثقافي مع التحول الرقمي كعوامل مهمة تساهم في التحول الرقمي الناجح في المؤسسات التعليمية (Pimmer et al. ، ٢٠١٩).

ويشير الهيكل المؤسسي للتحول الرقمي إلى الإطار الذي يدعم دمج التكنولوجيا في التعليم. تتضمن البنية تطوير السياسات والاستراتيجيات والبنية التحتية التي تسهل اعتماد التقنيات الرقمية في التعليم. وفقاً لـ Hwang et al (٢٠٢٠).

ويعد دعم الإدارة العليا للتحويل الرقمي أمراً بالغ الأهمية لنجاح التحويل الرقمي في التعليم. وفقاً لـ Cacciamani and Tulli (٢٠١٩)، تلعب الإدارة العليا دوراً مهماً في تبني التقنيات الرقمية في التعليم. يجادل المؤلفون بأن الإدارة العليا يجب أن توفر القيادة والرؤية والتوجيه الاستراتيجي للتحويل الرقمي في التعليم. يقترح المؤلفون كذلك أن الإدارة العليا يجب أن تعزز ثقافة الابتكار والتجريب، وخلق بيئة داعمة للمعلمين والطلاب، والاستثمار في الموارد اللازمة للتحويل الرقمي. يشير التكيف الثقافي للتحويل الرقمي إلى عملية تغيير ثقافة المؤسسة لدعم دمج التقنيات الرقمية في التعليم. وفقاً لـ Arntzen و Haugsbakk (٢٠٢٠).

كما يعد التكيف الثقافي أحد أهم تحديات التحويل الرقمي في التعليم. يجادل المؤلفون بأن التكيف الثقافي يتطلب تغييرات في مواقف ومعتقدات وقيم المعلمين والطلاب وأصحاب المصلحة الآخرين. يقترح المؤلفون كذلك أن التكيف الثقافي يتطلب بيئة داعمة، وبرامج تدريب وتطوير، وفهماً واضحاً لفوائد التحويل الرقمي.

تستخلص الباحثة مما سبق انه يجب أن يركز الهيكل المؤسسي للتحويل الرقمي في التعليم على أربعة مجالات رئيسية، وهي الهيكل التنظيمي، والموارد البشرية، والتمويل، والبنية التحتية التقنية. يجادل المؤلفون بأن البنية المؤسسية الفعالة للتحويل الرقمي تتطلب التعاون بين مختلف أصحاب المصلحة، بما في ذلك الإدارة العليا والمعلمين والطلاب وأولياء الأمور.

ب-دراسات تناولت تسويق الذات: -

تناولت دراسة نموذج (Shepherd, 2005) استند إلى تقديم التسويق للذات من خلال منظور العلامة التجارية مرتكزا علي تطبيق الأفراد مبادئ التسويق والعلامات التجارية المستخدمة للمنتجات والشركات، فضلا عن ذلك مناقشة الكاريزما التي تشكل عنصرا مهما في بناء الانطباع لدي الآخرين وهو ما تحاول الأنشطة التسويقية تحقيقه، لذا فإن هذا النموذج اقتصر علي نقل مبادئ وممارسات التسويق المعتمدة في المنتجات لتطبيقها علي للأفراد بطريقة متماسكة، فهو يوفر منصة واسعة لاختيار المفاهيم ذات الصلة ويحدد الطرق واضحة حول كيف يمكن للمرء بناء هوية قوية وتوصيلها إلي الأسواق المستهدفة لغرض بناء علامته الشخصية المتميزة. (Manai, 2011:25).

بينما تناولت دراسة نموذج (Batra et al, 2009) إلي عرض خطة تسويق الذات والتي تتمحور حول بيع المهارات ونقاط القوة والمعرفة والقدرات والإنجازات لأولئك الذين هم بحاجة إليها. فإن خطة تسويق الذات تتضمن تقييم الذات والمتعلقة بتحديد الأهداف المهنية التي يرغب الفرد الوصول إليها ونقاط القوة والمهارات والتعليم ومن ثم التخطيط للاستفادة منها وتبني خطة لتجنب نقاط الضعف

مثل القصور في المهارات والمستوى التعليمي يليها تحديد الهدف من تسويق الذات والمهام والإجراءات والفوائد.

من هنا يمكن القول إن هذا النموذج عرض التسويق للذات بوصفه خطة تسويقية لا تختلف عن تسويق السلع والخدمات بل أنه يتبع ذات الخطوات المعتمدة في التسويق للمنتجات إلا أن التباين يمكن في نوع العرض المقدم من قبل التسويق للذات والتمثل بما يمتلك الفرد من مهارات وقابليات وتعليم ومعرفة وقيمة وموهبة وثقافة.

بينما تناول نموذج (Lehman, 2014) التسويق للذات بإيجاد حالة من التوازن بين حاجات المسوق لذاته وحاجات العميل المستهدف بوصفه مدخلات يتم عبرها تحديد الأطر التي يتم إجراءها للتفاعل مع العملاء ليؤدي إلي المنفعة المتبادلة ومن ثم تبدأ مرحلة المعالجة والتمثلة بالأنشطة التسويقية لتحقيق الهدف والتمثل بتحقيق رضا العميل والمسوق.

ويمكن انتقاد بأن التسويق للذات عملية غير ملائمة في مجال الفنون والقطاعات الإبداعية لأنه لا يأخذ بالقطاعات التي يعد الإبداع هو المحرك لتقديم النتائج وليس حاجات العميل كما أن التسويق للذات عملية غير خطية.

كما أظهرت الدراسات أن الأفراد الذين يتمتعون بمهارة في الإقناع يكونون أكثر نجاحًا في الترويج لأنفسهم ومن المرجح أن يحققوا النجاح الوظيفي (Cialdini, 2001). وجدت الأبحاث أيضًا أن أعضاء هيئة التدريس الذين ينخرطون في سلوكيات الترويج الذاتي من المرجح أن يُنظر إليهم على أنهم أكفاء وناجحون من قبل زملائهم والمشرفين (Ward & Wolf-Wendel, 2000). يشير هذا إلى أن القدرة على إقناع الآخرين بقيمة الفرد هي عامل مهم في التسويق الذاتي الناجح لأعضاء هيئة التدريس. أخيرًا، تعد القدرة على التكيف عاملاً مهمًا في التسويق الذاتي الناجح لأعضاء هيئة التدريس. يتضمن ذلك القدرة على الاستجابة للظروف المتغيرة وتعديل استراتيجيات الترويج الذاتي وفقًا لذلك. أظهرت الأبحاث أن الأفراد القادرين على التكيف مع الظروف المتغيرة يكونون أكثر نجاحًا في حياتهم المهنية ومن المرجح أن يحققوا الرضا الوظيفي (Tims et al., 2013).

ووجدت دراسة أجراها Gardner وزملاؤه (2011) أن أعضاء هيئة التدريس الذين تمكنوا من تكيف استراتيجيات الترويج الذاتي الخاصة بهم لتناسب متطلبات مؤسستهم كانوا أكثر نجاحًا في حياتهم المهنية من أولئك الذين لم يتمكنوا من التكيف. يقترح المؤلفون أن أعضاء هيئة التدريس الذين يمكنهم تكيف استراتيجيات التسويق الذاتي الخاصة بهم قد يكونون مجهزين بشكل أفضل للتغلب على تعقيدات الأوساط الأكاديمية وتحقيق النجاح الوظيفي.

مما سبق استتجت الباحثة أنه يعرف تسويق الذات على أنه القدرة على الترويج لنفسك بشكل فعال (Jung and Kim ، ٢٠١٦). لقد وجد أن التسويق الذاتي له تأثير كبير على الأداء الوظيفي، لأنه يعزز قدرة الأفراد على التواصل بشكل فعال ومقنع (Kim et al. ، ٢٠١٥). تم تحديد القدرة على التكيف والثقة بالنفس أيضاً على أنها عوامل مهمة تساهم في نجاح التسويق الذاتي (Jung and Kim ، ٢٠١٦). وفقاً لـ Hansen (٢٠١٥) ، يعد التسويق الذاتي مهارة مهمة للمهنيين الذين يسعون إلى تطوير حياتهم المهنية ، حيث يمكن أن يساعدهم في التميز عن المنافسة ، وزيادة ظهورهم ، وبناء سمعتهم. الثقة بالنفس هي عنصر حاسم في التسويق الذاتي الناجح لأعضاء هيئة التدريس. أظهرت الدراسات أن الأفراد الذين يتمتعون بمستويات عالية من الثقة بالنفس هم أكثر عرضة للانخراط في سلوكيات الترويج الذاتي، مثل التواصل والترويج الذاتي والإفصاح عن الذات (شريورز وآخرون ، ٢٠١٤). بالإضافة إلى ذلك، ترتبط الثقة بالنفس بشكل إيجابي مع الأداء الوظيفي والنجاح الوظيفي (Judge & Bono ، ٢٠٠١). وجدت دراسة أجراها توريس وزملاؤه (٢٠١٨) أن الثقة بالنفس مرتبطة بشكل إيجابي بنية أعضاء هيئة التدريس الانخراط في سلوكيات الترويج الذاتي. يقترح المؤلفون أن التدخلات التي تهدف إلى زيادة الثقة بالنفس قد تكون فعالة في تعزيز التسويق الذاتي بين أعضاء هيئة التدريس، وهناك عامل مهم آخر في التسويق الذاتي الناجح لأعضاء هيئة التدريس وهو القدرة على إقناع الآخرين بقيمة الفرد. وهذا يشمل القدرة على التواصل بشكل فعال، وتقديم الذات في ضوء إيجابي، والتعبير عن نقاط القوة والإنجازات. مما سبق يمكن للباحثة اعتمدت في دراستها علي بعض الأبعاد التي تشكل أبعاد تسويق الذات وهي كما يلي:

• الثقة بالذات:

يقصد هنا بالثقة إلي أي حد يثق الشخص بقدرته علي تحقيق تسويق الذات وايصال ما يريده إلي الآخرين، ولدية القدرة علي تحمل المسؤولية والإيمان الداخلي بما يمتلكه من قدرة وإبداع وثقة بذاته في التأثير علي الآخرين، من هنا لابد أن يكون الفرد قادرا علي تجنب الأتي:

- التغلب علي الخوف.
- التخلص من سيطرة الشعور بعدم القدرة.
- عدم السيطرة علي المشاعر.
- صعوبة الانسجام بين الفرد والآخرين.

تعد الثقة بالنفس من أكثر المشاعر التي يتمتع بها الفرد وعندما يمتلك الفرد الثقة بالنفس تمنحه النجاح وتساعد علي اجتذاب الآخرين، ومن يمتلك الثقة بالنفس يؤثر إيجابيا بالآخرين، ويساعدهم علي زيادة ثقتهم بأنفسهم (شيخاني، ١٦٠: ١٩٨٠).

الثقة بالذات هي إحساس الفرد بقيمته بين من حوله، وأن يصبح الفرد معتمدا علي ذاته وعلي مواهبه وطاقته وقدراته، وأن يكون لدي الفرد شعور كاف بأنه قادر علي النجاح في هذا الأمر الذي يرغب في تحقيقه.

كما يري (Gol and Aaleabbas, 2016:130) أن الثقة بالنفس تعبر عن إدراك الفرد لقدراته كشخص، وتعد من أكثر المشاعر حيوية يمكن أن يتمتع بها مسوق الذات وتساعد علي جذب العملاء إليه. كما أن امتلاك المسوق للثقة العالية بالذات فإنها تنمي وتطور الثقة لجي الآخرين مما يساعد علي خلق نوع من التناغم والود بينه وبين العملاء تصل إلي حد الانسجام بين الطرفين. عندما تكون لدي مسوق الذات الثقة بذاته، فإنه يكون قادر علي إدراك ذاته وإمكانياته وموارده الشخصية، ويعرف تماما نقاط قوته وضعفه والعمل علي تقويم الذات، ويكون قادرا علي إظهار المميزات الشخصية بشكل يغلف العيوب أو يخفيها. يجب بناء الثقة كأفعال، أفكار، والتعرف علي الخطأ واستخدامه كي نستطيع اختيار طريق أفضل للعمل ولا بد من التفكير البناء، والتخلص من الرعب والشك والقلق (الأقصري، ٢٠٠١).

• القدرة على الإقناع:

يعد الإقناع أحد فنون الحياة الأساسية لكل إنسان، في أي موقف، هو ضرورة لكل فرد في تعاملاته الشخصية والاجتماعية والتجارية.

الإقناع هو نوع من الحوار أو تبادل الآراء بين طرفين أو أكثر بهدف التوصل إلي اتفاق يؤدي إلي حسم الفكرة بهدف الحفاظ علي مصالح مشتركة بين الأطراف (عفيفي، ٢٠٠٠).

القدرة علي الاقتناع والتأثير من مهارات المرغوبة في تسويق الذات وقد تختلف من فرد إلي آخر، قد تكون عند البعض فطره يتفوق بها علي الآخرين ويستطيع أن يقنع أو يؤثر بأسلوبه علي غيره (الحميدان، ٢٠١٠).

يؤكد (Mania, 2011:749) علي أهمية امتلاك مسوق الذات للكاريزما وقوة الشخصية التي تمكنه من اقناع الآخرين بما يحمله من رؤية وله القدرة في إيصال رؤيته بالأسلوب الذي يروق ويعجب مشاعر الآخرين، ويستخدم موهبته من أجل تحقيق النجاح، وهذا يتطلب منه استخدام فن الخطابة المقنعة والموجهة. يجب علي الفرد أن يتمتع بالقدرة العقلية أو الفكر والقوة والمهارة المطلوبة لعمل شيء، أو هي عبارة عن المعارف والمهارات والسلوك الهادف لإنجاز عمل محدد يمكن قياس أثره ويعتمد علي ثقافة الفرد المؤثرة والمتأثرة بالبيئة المحيطة به من أجل تحقيق الأهداف واثبات قدراته الشخصية (الخنق، ٢٠٠٧:٦٩).

• القدرة على التكيف:

حيث تتبادل الحقائق، الأفكار، المشاعر والخبرات مع الآخرين، والحاجة للتواصل والتكيف بكفاءة وفاعلية مع الآخرين في كل الفرص المتاحة، القدرة علي التكيف ليست مجرد مهارة أو وسيلة ولكنها طريقة في التفكير وفهم الآخرين والتواصل الفعال معهم (Dubrin,2005).

التكيف عبارة عن عملية تفاعل اجتماعي، تهدف إلى تقوية العلاقات الاجتماعية عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر، والتي تؤدي إلى التفاهم والتعاطف والمحبة. يجد الفرد نفسه يعمل عبر الزمن والمسافة والثقافات ولكي ينجح في ظل هذه الظروف يجب عليه فهم هذه الاختلافات والمرونة في معالجة الاختلافات والتغيير (رزان، ٢٠٠٩).

التكيف الثقافي هو أن توفر الإدارة القدرة علي معرفة ثقافات مختلفة وفهمها والعمل الفاعل وسطها، علي أساس أن هذه التفاعلات ستثمر نتائج طيبة، فالقدرة علي التكيف الثقافي مهارة جوهرية للريادة في بيئة عالمية.

ج- دراسات تناولت الأداء التعليمي:-

هدفت دراسة (محمد، ٢٠٠٩) إلى التعرف على أهم أساليب تقويم الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. والتعرف على نقاط القوة والضعف في الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم. وتوصلت الدراسة إلى أقل أداء تعليمي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر هي: أن يشارك الطلاب في وضع أهداف المقرر الدراسي. أن يسهم في دعم الأنشطة الطلابية فنياً وادارياً. يستخدم أساليب علاجية لتحسين جوانب الضعف في أداء المتعلمين.

كما تناولت دراسة (حمودة، ٢٠٠٩) توصيف أداء الجامعة، وتقييم أداء جامعة قناة السويس وفقاً لمعايير Baldrige للتميز التعليمي، وبيان أوجه القصور في أداء الجامعة من خلال مقارنة المبادئ، والأسس العلمية بما تتمخض عنه الدراسة، وتحديد إطار مقترح لتطبيق إدارة التميز لرفع كفاءة الأداء. وتوصلت إلى وجود اختلاف الأهمية النسبية لمعايير إدارة التميز فيما بين مجتمع البحث وفقاً للقطاعات والوظائف. عدم توافر أكبر قدر من المعلومات الضرورية على المواقع الإلكترونية للجامعة على شبكة المعلومات الدولية، وعدم اعتماد البريد الإلكتروني كوثيقة للعمل الإداري بالجامعة، واستخدام أجهزة الحاسب الآلي كالألات الكاتبة.

بينما هدفت دراسة (اسماعيل، ٢٠١٠) معرفة مفهوم مجتمع المعلومات وأهم مقوماته ونظرياته، والكشف عن أهم برامج التوجه نحو مجتمع المعلومات، ومعرفة الكيفية التي عن طريقها وبها يتم تفعيل أداء القطاع التعليمي. تفعيل الثقافة المعلوماتية ليس هدفاً في حد ذاته، وإنما وسيلة لإنتاج منتج تربوي معلوماتي قادر على تحقيق التنمية للمجتمع المعاصر. ضرورة تفعيل القطاع التعليمي، والتعريف بمفهوم مجتمع المعلومات، ومقوماته، ونظرياته دور الثقافة المعلوماتية لتفعيل أداء القطاع التعليمي بكفاءة وفعالية.

أما دراسة (عبد الحميد، ٢٠١٠) تطوير كفاءة مهارة الطلاب المعرفية، والتطبيقية، والتكنولوجية للارتقاء بأدائهم، وزيادة خبرتهم العلمية، وتدريب الهيئة المعاونة لاستخدام التقنيات التكنولوجية. وادخال الكمبيوتر في العملية التعليمية لتنمية روح الابتكار لدى طلاب. تؤثر جودة مشاريع التخرج على تطوير أداء المؤسسة التعليمية ومسئولياتها تجاه المجتمع، حيث إن وجود خلل في التخطيط والأهداف يؤدي إلى ضعف مستوى أداء (الطالب). الاعتماد على المشاركة الفعالة وزيادة فرص الإبداع يحقق المصالح والأهداف.

بينما هدفت دراسة (Elsa & Catrambone، ٢٠١١) إلى التحقيق كيف يمكن بناء تعليمات لتعزيز الأداء والتعلم. تشير النتائج إلى المفاضلة بين سهولة استخدام تعليمات محددة تساعد في تحديد الأداء الأولي. تشير البحوث إلى أن المتعلمين يختارون عادة أدنى مستوى مجهود، ومع ذلك فمن الممكن تلبية كل أهداف الأداء الأولي، والتعلم بطرق جيدة.

وتناولت دراسة (البصيص، ٢٠١١) التعرف على معايير ضمان جودة الأداء التدريسي في التعليم الجامعي، وتحديد الكفايات الأدائية اللازمة لتطوير أداء المعلم الجامعي، وتقديم تصور مقترح لتطوير كفايات المعلم الجامعي على معايير الجودة. التوصل إلى تقديم وبناء تصور مقترح لتطوير كفايات المعلم الأدائية بما يتناسب مع معايير الجودة المرتبطة بمدخلات، وعمليات ومخرجات العملية التعليمية..

بينما هدفت دراسة (كعكي، ٢٠١١) التعرف على الخطوات الإجرائية لتحسين جودة الأداء الجامعي، والتعرف على متطلبات تحسين جودة الأداء الجامعي، والتعرف على متطلبات تحسين جودة الأداء الجامعي فيما يخص الموارد البشرية، والوصول إلى اقتراح آليات للارتقاء بمتطلبات تحسين جودة الأداء في الجامعات. تحديد رؤية ورسالة لكل كلية وإدارة منبثقة من رؤية ورسالة الجامعة التي تنتمي إليها. وإيجاد بيئة عمل مناسبة تتوفر بها كافة الاحتياجات التقنية والتجهيزات لتحسين جودة الأداء الجامعي.

أما دراسة (Bernard, et al، ٢٠١٢) فهذه إلى تطبيق تحليل البيانات لاستكشاف الكفاءة النسبية والكمية من فئات الطلاب المستجدين الذين يدرسون في جامعة ايوان، وتصميم رسم تخطيطي لتحسين آلية الأداء التدريسي. تحديد مؤشرات الأداء للتقييم من أجل مساعدة المعلمين. أبرزت نتائج الدراسة آلية تحسين الأداء التي يمكن أن تساعد صناع القرار.

أبرزت نتائج الدراسة أن وضع سياسات التعليمية يساعد على تقييم أداء المعلمين. مما سبق يمكن للباحثة استخلاص أن تحسين الأداء التعليمي يعتمد على أنه تحسين النتائج التعليمية، مثل تحصيل الطلاب ورضاهم (Lai et al.، ٢٠٢٠). تم تحديد البيئة التعليمية والمحتوى التعليمي والأهداف التعليمية كعوامل مهمة تساهم في تحسين الأداء التعليمي (Zhang et al.، ٢٠٢٠). تشير البيئة التعليمية إلى العوامل الجسدية والاجتماعية والنفسية التي تؤثر على عملية التعليم والتعلم. يمكن

لبيئة تعليمية إيجابية أن تعزز الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. وفقاً لأحسان وآخرون. (٢٠١٧)، تتميز البيئة التعليمية الإيجابية بإدارة داعمة وفصول دراسية مجهزة جيداً وموارد كافية للتعليم والتعلم. علاوة على ذلك، يمكن أن تؤدي البيئة التعليمية الإيجابية إلى الرضا الوظيفي بين أعضاء هيئة التدريس، وهو عامل رئيسي في أدائهم التعليمي (سلطان وآخرون، ٢٠١٧). يشير المحتوى التعليمي إلى المناهج ومواد الدورة واستراتيجيات التدريس المستخدمة من قبل أعضاء هيئة التدريس.

وتعد جودة المحتوى التعليمي أمراً بالغ الأهمية للأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. وفقاً للقحطاني وهيجنز (٢٠١٣)، يمكن أن يؤدي استخدام استراتيجيات التدريس المبتكرة وإدماج التكنولوجيا إلى تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. علاوة على ذلك، يجب أن تكون المناهج الدراسية ملائمة ومحدثة لتلبية الاحتياجات المتغيرة للطلاب وسوق العمل (Wu et al., ٢٠٢٠). تشير الأهداف التعليمية إلى أهداف المؤسسة التعليمية والتوقعات لنتائج تعلم الطلاب. يمكن أن يؤدي توافق أهداف أعضاء هيئة التدريس مع الأهداف التعليمية للمؤسسة إلى تحسين أدائهم التعليمي. وفقاً لكريم وآخرون. (٢٠١٨)، أعضاء هيئة التدريس الذين لديهم فهم واضح للأهداف التعليمية للمؤسسة أكثر قدرة على تصميم وتقديم دورات فعالة. علاوة على ذلك، يجب أن يشارك أعضاء هيئة التدريس في تطوير الأهداف التعليمية للتأكد من أنها قابلة للتحقيق وذات صلة بمجالات خبرتهم (Li and Wu, ٢٠١٨).

د- تحليل الدراسات السابقة وتحديد الفجوة البحثية:-

يستهدف ما قامت به الباحثة من عرض وتحليل لأدبيات البحث والدراسات السابقة تحديد الفجوة البحثية بين ما تم دراسته بالدراسات العربية والأجنبية وهذا البحث، كذلك تحديد المتغيرات الفرعية لمتغيرات البحث وذلك لقياس أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي، ويمكن للباحثة من خلال العرض السابق استنتاج ما يلي:

- ندرة الدراسات التي تناولت دراسة تحليل علاقة الأثر بين متغيرات البحث الثلاثة بصورة مباشرة وإنما تم تناول هذه المتغيرات بصورة غير مباشرة من خلال دراسة المتغيرات الفرعية لمتغيرات البحث الرئيسية.
- اتفقت معظم الدراسات على يمكن قياس تسويق الذات من خلال (الثقة بالذات - القدرة على الاقتناع - القدرة على التكيف).
- كذلك اتفقت الأدبيات والدراسات السابقة على انه يمكن قياس التحول الرقمي من خلال (البنية المؤسسية للتحول الرقمي - دعم الإدارة العليا - التكيف الثقافي للتحول الرقمي)
- كما اتفقت معظم الدراسات والبحوث السابقة على انه يمكن قياس الأداء التعليمي من خلال (البيئة التعليمية - المحتوى التعليمي - الأهداف التعليمية)

- وقامت الباحثة بتبني المقاييس السابقة ودراسة أثرها على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية موضوع البحث من خلال صياغة فروض البحث وإجراء تحليل لإجابات المستقصي منهم بالدراسة الميدانية.

ثانياً: مشكلة البحث:

يحظى موضوع الأداء التعليمي باهتمام متزايد في كل المجتمعات المتقدمة والنامية، فالجميع يعمل على تحسين مستوى أداء مؤسساته التعليمية، وذلك لما له من أثر على معدلات التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، فأصبح من المؤكد أن نمو الدخل القومي ورفع مستوى المعيشة يعتمد على رفع كفاءة هذا الأداء، كما يعد الأداء التعليمي مهماً لما يحققه من فوائد تسهم في تطوير المؤسسة التعليمية بجميع مراحل التعليم المختلفة.

وبناء على ما سبق فقد قامت الباحثة بعمل دراسة استطلاعية استهدفت التعرف على ظواهر وجود مشكلات في الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحكومية والخاصة وذلك من خلال مقابلات متعمقة مع عينة ميسرة (٤٠ مفردة) من أعضاء هيئة التدريس، (٢٠ مفردة) أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحكومية (مقابلات شخصية بكلية التجارة بجامعة عين شمس وجامعة حلوان) و(٢٠ مفردة) من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة (مقابلات شخصية بكلية التجارة جامعة مصر الدولية والجامعة البريطانية بالقاهرة) كذلك التعرف على أوجه القصور التي يعانون منه وذلك في ظل التحول الرقمي الذي أصبح لزاماً على المؤسسات التعليمية لما تعانيه من تحديات في الفترة الأخيرة مثل فيروس كورونا والتحول إلى التعليم عن بعد باستخدام وسائل مختلفة للتعليم والتعلم.

جدول رقم (١)

نتائج الدراسة الاستطلاعية

| م | العبارات | موافق | | غير موافق | |
|----|--|-------|-------|-----------|-------|
| | | خاص | حكومي | خاص | حكومي |
| ١. | يتفق مخرجات التعليم مع متطلبات (المجتمع) البيئة الخارجية للجامعة. | 18 | 30 | 22 | 10 |
| ٢. | يوفر النظام الالكتروني للجامعة (System or Model) على تلبية رغبات المستخدمين. | 15 | 26 | 25 | 14 |
| ٣. | يتوفر لدى الجامعة قاعات مجهزة بوسائل الأمان والتهوية الجيدة. | 30 | 33 | 10 | 7 |
| ٤. | يعمل المحتوى العلمي على تقدير احتياجات الطلاب. | 32 | 30 | 8 | 10 |

| | | | | |
|----|----|----|----|---|
| 3 | 5 | 37 | 35 | ٥. يطابق المحتوى العلمي المقرر للشروط والمواصفات لجودة التعليم الجامعي. |
| 12 | 15 | 28 | 25 | ٦. يتمتع المحتوى العلمي بوجود وسائط متعددة وحالات عملية من البيئة المحيطة للتوضيح. |
| 11 | 13 | 29 | 27 | ٧. يراعي المقرر العلمي السهولة في تحقيق الأهداف المنشودة. |
| 10 | 12 | 30 | 28 | ٨. تحقق الأهداف التعليمية النتائج المرجوة من عملية التعليم من خلال أعضاء هيئة تدريس من ذوي الخبرة والكفاءة. |
| 11 | 14 | 29 | 26 | ٩. تقوم الكليات بتطوير واستحداث الأهداف التعليمية وفقاً لرسالة الجامعة. |
| 10 | 15 | 30 | 25 | ١٠. يتم وضع الأهداف التعليمية وفقاً للمقررات التي يتم تدريسها بالجامعات الرائدة دولياً. |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بالدراسات السابقة.

تستخلص الباحثة من الجدول السابق أن يوجد اختلاف بين عينة الدراسة الاستطلاعية بالجامعات الحكومية والخاصة فيما يخص توفير النظام الإلكتروني للجامعة (System or Model) على تلبية رغبات المستخدمين ،حيث أن وجود هذه النظم يوفر الوقت والجهد ويعمل على تحسين العملية التعليمية ، بينما جاء في المركز الثاني من حيث عدم الموافقة أن هناك قصور في الجامعات الحكومية في السؤال الخاص بمدى اتفاق مخرجات التعليم مع متطلبات (المجتمع) البيئة الخارجية للجامعة. ومع ذلك الاختلاف فهناك اتفاق بين الآراء على السؤال الخاص بتطابق المحتوى العلمي المقرر للشروط والمواصفات لجودة التعليم الجامعي.

ويمكن صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤل التالي: -

" إلى أي مدى يمكن أن يساهم الاهتمام بتسويق الذات بتحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي وذلك بالجامعات الحكومية والخاصة؟

ثالثاً: أهمية البحث:

• **الأهمية العلمية:-**

تتبع أهمية البحث من حداثة المتغيرات التي تم تناولها سواء التحول الرقمي وتسويق الذات والأداء التعليمي أعضاء هيئة التدريس لما لهم من دور أساسي وفعال حيث أنهم أهم موارد تمتلكها العملية التعليمية.

• الأهمية العملية:-

يحظى قطاع التعليم الجامعي باهتمام واسع من قبل الدولة من خلال تحديث طرق التعليم المختلفة من خلال العديد من الاجراءات المتبعة في هذا الشأن من تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس والدخول في شراكات دولية وافتتاح العديد من الجامعات الأهلية بالشراكة مع كبرى الجامعات التي لها تصنيف دولي لتحسين جودة الخريج وتقديمه لسوق العمل.

رابعاً: أهداف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة وتحليل ما يلي:

- دراسة وتحليل مفهوم تسويق الذات وما يشمله من متغيرات فرعية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة.
- دراسة وتحليل مفهوم التحول الرقمي ومقومات تطبيقه في التعليم الجامعي بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة.
- دراسة وتحليل الأداء التعليمي بما يشمله من متغيرات فرعية بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة.
- تحليل أثر تسويق الذات لأعضاء هيئة التدريس على الأداء التعليمي في ظل التحول الرقمي من خلال دراسة مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة.
- التوصل إلى النتائج والتوصيات والتي من شأنها تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات من خلال الاهتمام بتنمية تسويق الذات لديهم في ضوء التحول الرقمي.

خامساً: فروض ومتغيرات البحث:

يقوم البحث على اختبار صحة الفروض التالية: -

الفرض الرئيس الأول:

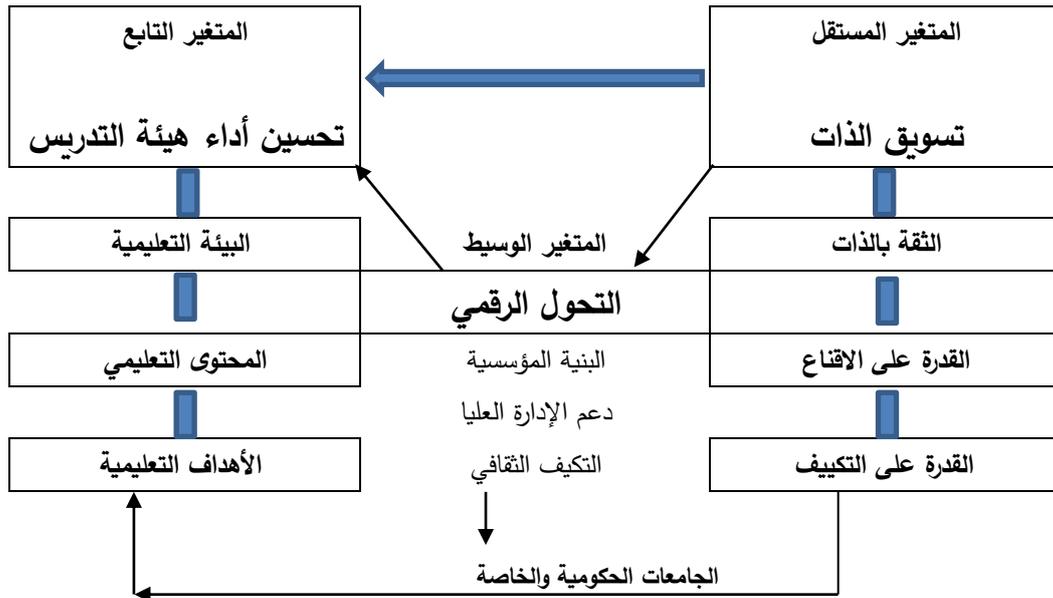
ينص الفرض الرئيس الأول الذي تم صياغته في الصورة العدمية على أنه " لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين اعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية"

الفرض الرئيس الثاني:

ينص الفرض الرئيس الثاني الذي تم صياغته في الصورة العدمية على أنه " لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي بالجامعات المصرية"

الفرض الرئيس الثالث:

ينص الفرض الرئيس الثالث من فروض الدراسة والذي تم صياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي "



شكل رقم (١)

نموذج متغيرات البحث

سادساً: منهجية البحث:

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحكومية والخاصة الموجودة في مصر وتم الاعتماد على العينة العنقودية cluster sample وقد تم الاعتماد على أربعة جامعات اثنان من الجامعات الحكومية واثنان من الجامعات الخاصة وهم (جامعة القاهرة، جامعة قناة السويس ، جامعة المستقبل ، الجامعة البريطانية).وقام الباحث بالاعتماد على العينة العشوائية وفقاً للتوزيع النسبي لكل جامعة من الجامعات محل الدراسة (حكومي- خاص) حيث اعتمد الباحث على مستوى ثقة 95% وخطأ مسموح به في التقدير $\pm 5\%$ وباستخدام جداول العينات الإحصائية العشوائية وفيما يلي توزيع العينة في الجامعات الحكومية في مصر:-

جدول رقم (١) توزيع العينة ونسبة الاستجابة في الجامعات الحكومية

| الجامعة | حجم المجتمع | حجم العينة | الاستجابات الصحيحة | نسبة الاستجابة % |
|-------------------|-------------|------------|--------------------|------------------|
| جامعة القاهرة | 1788 | 320 | 233 | 72.8% |
| جامعة قناة السويس | 3218 | 58 | 45 | 77.6% |
| إجمالي | 21036 | 378 | 268 | 70.9% |

ويوضح جدول (٢) توزيع العينة في الجامعات الخاصة في مصر:

جدول (٢) توزيع العينة والاستجابات الصحيحة في الجامعات الخاصة

| الجامعة | حجم المجتمع | حجم العينة | الاستجابات الصحيحة | نسبة الاستجابة % |
|--------------------|-------------|------------|--------------------|------------------|
| جامعة المستقبل | ٢٤٥ | ٥١ | ٣٣ | ٦٤,٧% |
| الجامعة البريطانية | ١١٢١ | ٢٥٤ | ١٦٥ | ٦٤,٩% |
| إجمالي | ١٤٦٦ | ٣٠٥ | ١٩٨ | ٦٤,٩% |

وبذلك بعد جمع عينة الجامعات الحوميو والجامعات الخاصة يصبح اجمالي العدد القابل للتحليل ٤٦٦ عضو هيئة تدريس.

وبعد الانتهاء من جمع البيانات تم الاستعانة بالحاسب الآلي- بالاعتماد على برنامج

Statistical package for social science SPSS V (26) لتفريغ البيانات وجدولتها وإجراء التحليل

الإحصائي المناسب لتحليل البيانات ولإختبار صحة فروض الدراسة بالاضافة الى استخدام AMOS V

(24) وتطلب ذلك تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي كالاتي:

أ) الإحصاء الوصفي:

اعتمدت الباحثة في الإحصاء الوصفي على كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوصيف

متغيرات الدراسة من خلال البيانات التي تم جمعها وكذلك تم الاعتماد على معامل الفا كرونباخ

(Cronbach's Alpha) والذي يستخدم لقياس مدى الصدق والثبات للأسئلة الموجودة في الاستقصاء وكذلك

التأكد من مدى أهمية هذه الأسئلة بالاضافة الى استخدام معامل الثبات وذلك لقياس ثبات أداة الدراسة

بطريقة الجذر التربيعي لمعامل الفا.

ب) الإحصاء الاستدلالي:

اعتمدت الباحثة على تحليل بيانات الدراسة على أساليب الإحصاء التحليلي للتحقق من مدى

صحة الفروض.

معامل الصدق والثبات (ألفا كرونباخ):

تم حساب معاملي الصدق و الثبات (Cronbach Alpha) لأسئلة الاستقصاء في كل فئة من فئات الدراسة، وذلك لبحث مدى ثبات اسئلة الاستبيان و لبحث مدى امكانية الاعتماد على هذه الاسئلة في التحليل وكانت قيم معاملي الصدق والثبات لفئات الدراسة في الجدول التالي:

جدول (٣) معامل الصدق والثبات لعينة الدراسة

| اسم المتغير | معامل ألفا كرونباخ | عدد العبارات |
|---------------------------------------|--------------------|--------------|
| ١ - الثقة بالذات | ٠,٨١٠ | ٥ |
| ٢ - القدرة على الإقناع | ٠,٧٧٨ | ٥ |
| ٣ - القدرة على التكيف | ٠,٧٦٦ | ٥ |
| ٤ - البنية المؤسسية للتحويل الرقمي | ٠,٧٥٤ | ٥ |
| ٥ - دعم الادارة العليا للتحويل الرقمي | ٠,٧٧٥ | ٥ |
| ٦ - التكيف الثقافي للتحويل الرقمي | ٠,٨١٢ | ٥ |
| ٧ - البيئة التعليمية | ٠,٩٠٣ | ٥ |
| ٨ - المحتوى التعليمي | ٠,٩١٩ | ٥ |
| ٩ - الاهداف التعليمية | ٠,٧١٢ | ٥ |

من الجدول السابق يتضح للباحثة أن معاملات الصدق والثبات مقبولة لأسئلة الاستبيان ككل ,لان جميع قيمة معاملي الصدق والثبات تجاوزت (٠,٦) في عينة الدراسة وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لأغراض البحث, و بالتالي يمكن الاعتماد عليها في التحليل مع عدم استبعاد اي عنصر من عناصر المتغيرات محل الدراسة في العينة محل الدراسة.

التحليل العاملي التوكيدي لمحاوِر البحث:-

تم استخدام حزمة برنامج التحليل الاحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي التوكيدي للنموذج ، ويستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أوعدم وجود علاقة بين متغيرات وابعاد الدراسة والعناصر الكامنة لهم، كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة النموذج على التعبير عن مجموعة البيانات وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج بهذا المجال.

جدول (٥)

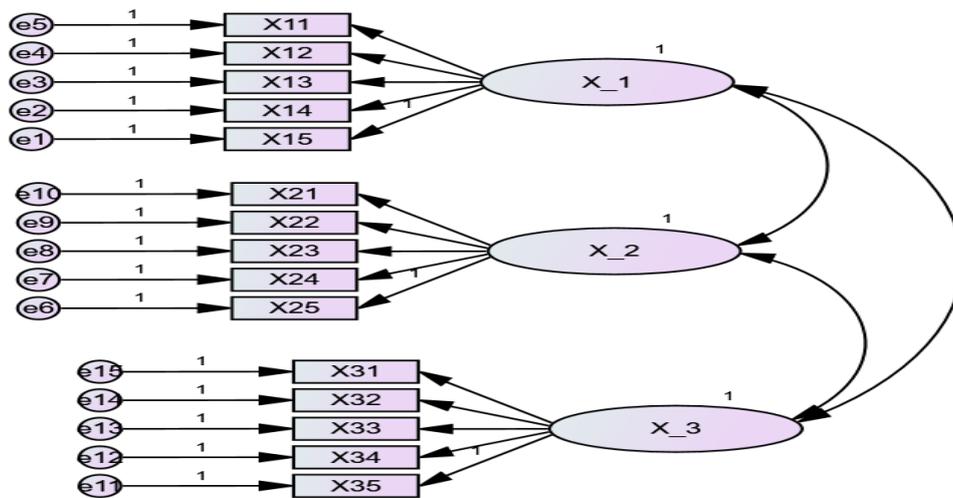
تعريف المتغيرات في التحليل الاحصائي

| الرمز | اسم المتغير |
|-------|--------------------------------------|
| X1 | ١. الثقة بالذات |
| X2 | ٢. القدرة على الاقناع |
| X3 | ٣. القدرة على التكيف |
| Z1 | ٤. البنية المؤسسية للتحويل الرقمي |
| Z2 | ٥. دعم الإدارة العليا للتحويل الرقمي |
| Z3 | ٦. التكيف الثقافي للتحويل الرقمي |
| Y1 | ٧. البيئة التعليمية |
| Y2 | ٨. المحتوى التعليمي |
| Y3 | ٩. الاهداف التعليمية |

١. التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير المستقل (تسويق الذات):

تم استخدام حزمة برنامج التحليل الاحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي لأبعاد المتغير المستقل (تسويق الذات): ويستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة تلك الأبعاد والعناصر والعوامل الكامنة لها، كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج للعوامل بهذا المجال.

والشكل التالي يوضح التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير المستقل (تسويق الذات):



شكل رقم (٢)

التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير المستقل (تسويق الذات)

نستنتج من الشكل السابق مؤشرات جودة النموذج:

درجة تأثر أو تشبع ابعاد المتغير المستقل (تسويق الذات): (الثقة بالذات ، متطلبات القدرة على الإقناع، القدرة على التكيف) بكل عبارة من العبارات المعبرة عنه، حيث تعبر كل قيمة من القيم الموجودة على كل سهم من الاسهم المتجهة من البعد الى كل عبارة من العبارات عن درجة تشبع البعد بهذا العبارة. ويمكن تلخيص أهم نتائج مؤشرات جودة المطابقة للنموذج المقترح لتلك الابعاد كما فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٦) مؤشرات جودة المطابقة لمتغير تسويق الذات

| Measure | Estimate |
|---------|----------|
| CMIN/DF | 10.032 |
| GFI | 0.889 |
| CFI | 0.871 |
| RMR | .0914 |
| RMSEA | 0.0891 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائى AMOS.

تستخلص الباحثة من الجدول السابق ما يلي:

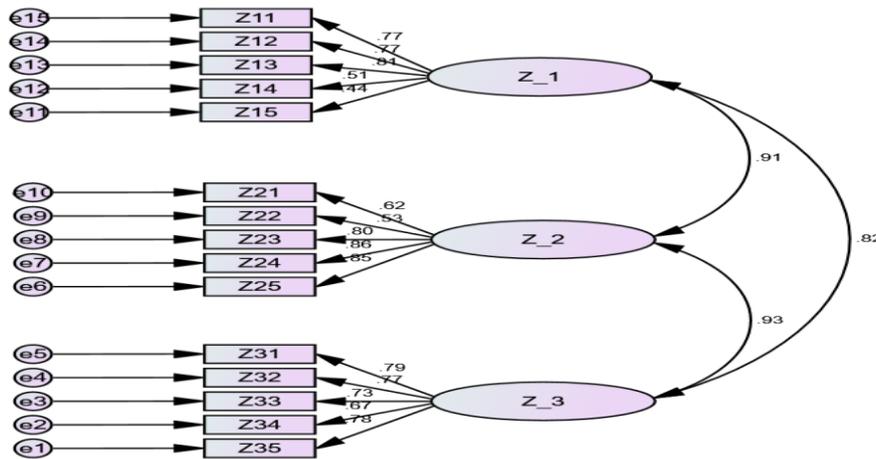
- ان قيمة نسبة (CMIN/DF) بلغت (10.032) واوصى العلماء ان هذه النسبة كلما كانت اقل من 3 دل ذلك ان النموذج ذو ملاءمة جيدة ، واذا تراوحت القيمة بين (٣ : ١٠) كان ذلك مقبول.
- ان قيمة مؤشر جودة الملائمة (GFI) The goodness of fit index بلغت (.889) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة مؤشر الجودة النسبية (CFI) The Comparative Fit Index بلغت (.871) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة مؤشر جذر متوسط مربع البواقي (RMR) The root mean square residual بلغت (.0914) وحيث ان هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- ان قيمة (RMSEA) بلغت (0.0891) وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من ٠,٠٥ كان ذلك افضل واذا تراوحت القيمة بين (٠,٠٥:٠,٠٨) كان ذلك مقبول اما اذا كانت القيمة اكبر من ٠,١ كان ذلك غير مقبول.

- أظهرت النتائج ان غالبية مؤشرات جودة النموذج حققت المستوى المطلوب والمقبول به والبعض الاخر جاء قريب من المستوى المطلوب، كما أظهرت النتائج ان هناك علاقة بين أبعاد متغير تسويق الذات والعناصر والعوامل الكامنة لها سألفة الذكر، وايضا درجة تشبع كل بعد من تلك الابعاد بالعبارات المعبرة عنه كلها جاءت اكبر من (٠,٤٠). كما هو موضح في الرسم.

٢. التحليل العاملي التوكيدي لابعاد المتغير الوسيط (التحول الرقمي):

تم استخدام حزمة برنامج التحليل الاحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي لأبعاد المتغير الوسيط (التحول الرقمي): ويستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة تلك الابعاد والعناصر والعوامل الكامنة لها، كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج للعوامل بهذا المجال.

والشكل التالي يوضح التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير الوسيط (التحول الرقمي):



شكل رقم (٣)

التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير الوسيط (التحول الرقمي)

تستنتج الباحثة من الشكل السابق مؤشرات جودة النموذج:

درجة تأثر أو تشبع ابعاد المتغير الوسيط (التحول الرقمي) : (البنية المؤسسية للتحول الرقمي دعم الادارة العليا للتحول الرقمي ، التكيف الثقافي للتحول الرقمي) بكل عبارة من العبارات المعبرة عنه، حيث تعبر كل قيمة من القيم الموجودة على كل سهم من الاسهم المتجهة من البعد الى كل عبارة من العبارات عن درجة تشبع البعد بهذا العبارة. ويمكن تلخيص أهم نتائج مؤشرات جودة المطابقة للنموذج المقترح لتلك الابعاد كما فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٤) مؤشرات جودة المطابقة لمتغير التحول الرقمي

| Measure | Estimate |
|---------|----------|
| CMIN/DF | 9.872 |
| GFI | 0.9001 |
| CFI | 0.9178 |
| RMR | .0711 |
| RMSEA | 0.0927 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي AMOS.

تستنتج الباحثة من الجدول السابق ما يلي:

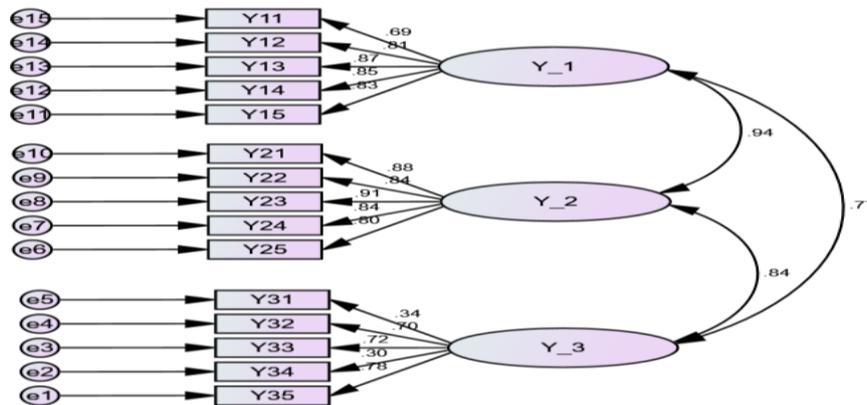
- ان قيمة نسبة (CMIN/DF) بلغت (9.872) واوصى العلماء ان هذه النسبة كلما كانت اقل من 3 دل ذلك ان النموذج ذو ملاءمة جيدة ، واذا تراوحت القيمة بين (٣ : ١٠) كان ذلك مقبول.
- ان قيمة مؤشر جودة الملائمة (The goodness of fit index (GFI) بلغت (0.90) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة مؤشر الجودة النسبية (The Comparative Fit Index (CFI) بلغت (0.917) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة مؤشر جذر متوسط مربع البواقي (The root mean square residual (RMR) بلغت (0.0711) وحيث ان هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- ان قيمة (RMSEA) بلغت (0.0927) وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من 0,05 كان ذلك افضل واذا تراوحت القيمة بين (0,05:0,08) كان ذلك مقبول اما اذا كانت القيمة اكبر من 0,1 كان ذلك غير مقبول.

• **أظهرت النتائج** ان غالبية مؤشرات جودة النموذج حققت المستوى المطلوب والمقبول به والبعض الآخر جاء قريب من المستوى المطلوب، كما أظهرت النتائج ان هناك علاقة بين أبعاد متغير التحول الرقمي والعناصر والعوامل الكامنة لها سألغة الذكر، وايضا درجة تشبع كل بعد من تلك الابعاد بالعبارات المعبرة عنه كلها جاءت اكبر من (٠,٤٠). كما هو موضح في الرسم.

٣. التحليل العاملي التوكيدي لابعاد المتغير التابع (تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس):

تم استخدام حزمة برنامج التحليل الاحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي لأبعاد المتغير التابع (تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس): ويستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة تلك الابعاد والعناصر والعوامل الكامنة لها، كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج للعوامل بهذا المجال.

والشكل التالي يوضح التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير التابع (تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس):



شكل رقم (٥)

التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير التابع (تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس):

تستنتج الباحثة من الشكل السابق مؤشرات جودة النموذج:

- درجة تأثر او تشبع ابعاد المتغير التابع (تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس) : (البيئة التعليمية ، المحتوى التعليمي ، الاهداف التعليمية) بكل عبارة من العبارات المعبرة عنه، حيث تعبر كل قيمة من القيم الموجودة على كل سهم من الاسهم المتجهة من البعد الى كل عبارة من العبارات عن درجة تشبع البعد بهذا العبارة.

- ويمكن تلخيص أهم نتائج مؤشرات جودة المطابقة للنموذج المقترح لتلك الأبعاد كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (٦) مؤشرات جودة المطابقة لمتغير تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس

| Measure | Estimate |
|---------|----------|
| CMIN/DF | ٨,١٢٩ |
| GFI | ٠,٨٧٩ |
| CFI | ٠,٩٠٩ |
| RMR | ٠,٠٨٧٣ |
| RMSEA | ٠,٠٦٢٢ |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي AMOS.

تستنتج الباحثة من الجدول السابق ما يلي:

- ان قيمة نسبة (CMIN/DF) بلغت (8.129) واوصى العلماء ان هذه النسبة كلما كانت اقل من 3 دل ذلك ان النموذج ذو ملاءمة جيدة ، واذا تراوحت القيمة بين (٣ : ١٠) كان ذلك مقبول.
- ان قيمة مؤشر جودة الملائمة (The goodness of fit index (GFI) بلغت (0.879) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة مؤشر الجودة النسبية (The Comparative Fit Index (CFI) بلغت (0.909) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة مؤشر جذر متوسط مربع البواقي (The root mean square residual (RMR) بلغت (0.0837) وحيث ان هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- ان قيمة (RMSEA) بلغت (0.0622) وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من ٠,٠٥ كان ذلك افضل واذا تراوحت القيمة بين (٠,٠٥:٠,٠٨) كان ذلك مقبول اما اذا كانت القيمة اكبر من ٠,١ كان ذلك غير مقبول.
- اظهرت النتائج ان غالبية مؤشرات جودة النموذج حققت المستوى المطلوب والمقبول به والبعض الاخر جاء قريب من المستوى المطلوب، كما أظهرت النتائج ان هناك علاقة بين أبعاد متغير

تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس والعناصر والعوامل الكامنة لها سألقة الذكر، وايضا درجة تشبع كل بعد من تلك الابعاد بالعبارات المعبرة عنه كلها جاءت اكبر من (٠,٤٠). كما هو موضح في الرسم.

سابعاً: الاحصاء الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية:-

تم حساب الوسط الحسابي و الانحراف المعياري لقياس درجة الإختلافات بين كل عنصر والآخر وذلك لإمكانية ترتيب العناصر ذات المتوسط الحسابي المتساويين.
وفيما يلي عرض لنتائج الإحصاء الوصفي لعينة الدراسة على النحو التالي :-

تحليل المتغيرات الفرعية الخاصة بتسويق الذات:-

جدول رقم (٤) تحليل المتغير الفرعي الثقة بالذات

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|----------|--|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | أمتلك ثقة كبيرة في نفسي. | 3.438 | 1.078 | ٣ |
| ٢ | استطيع أداء ما يوكل إلي من مهام بكفاءة وأستطيع أن أنال تقدير الزملاء والرؤساء والطلاب. | 3.655 | 1.032 | ١ |
| ٣ | غالبا ما أفكر بنقاط الضعف لدي لأقوم بتقويمها ونقاط القوة وأقوم بتتميتها. | 3.326 | 1.119 | ٥ |
| ٤ | استطيع التحدث بثقة أمام مجموعات كبيرة من الطلاب والمرؤوسين. | 3.367 | 1.062 | ٤ |
| ٥ | اهتم برأي الرؤساء والزملاء والطلاب عن أدائي. | 3.663 | 0.971 | ٢ |
| الإجمالي | | 3.490 | 0.794 | |

فيما يتعلق بمحور الثقة بالذات:

كانت قيمة المتوسط ٣,٦٥٥ للعبارة استطيع أداء ما يوكل إلي من مهام بكفاءة وأستطيع أن أنال تقدير الزملاء والرؤساء والطلاب في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن غالبا ما أفكر بنقاط الضعف لدي لأقوم بتقويمها ونقاط القوة وأقوم بتتميتها بمتوسط 3.326 وجاء المتوسط العام للمحور ككل 3.49

جدول رقم (٥) تحليل المتغير الفرعي القدرة علي الأقتناع

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|----------|---|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | أقوم بتوصيل أفكارى للأخريين بطريقة واضحة. | 3.528 | 1.099 | ١ |
| ٢ | أحاول عرض أفكارى بطريقة مشوقة ومثيرة. | 3.200 | 1.048 | ٢ |
| ٣ | أنا قادر علي التأثير في الأخرين. | 2.777 | 1.125 | ٥ |
| ٤ | أميل إلي استخدام العبارات التي تستقطب الأخرين. | 2.944 | 1.094 | ٣ |
| ٥ | استطيع التحدث بشكل مقنع باستخدام وسائل الاقناع. | 2.833 | 1.110 | ٤ |
| الإجمالي | | 3.056 | 0.796 | |

فيما يتعلق بمحور القدرة علي الأقتناع:

كانت قيمة المتوسط ٣,٥٢٨ للعبارة أقوم بتوصيل أفكارى للأخريين بطريقة واضحة في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن أنا قادر علي التأثير في الأخرين بمتوسط ٢,٧٧٧ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٣,٠٥٦.

جدول رقم (٦) تحليل المتغير الفرعي القدرة علي التكيف

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|----------|--|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | أنا علي علم بكافة النظم الجامعية الذي أعمل بها. | 2.618 | 1.331 | ٥ |
| ٢ | أنا راض تماما ومتكيف مع الحياة الوظيفية بالجامعة. | 2.843 | 1.193 | ٣ |
| ٣ | لدي المهارات الاجتماعية الكافية التي تجعلني قادرا علي الانسجام مع البيئة الجامعية. | 2.742 | 1.306 | ٢ |
| ٤ | اشعر بالارتياح في التعامل مع الأخرين ببيئة العمل. | 2.768 | 1.221 | ٤ |
| ٥ | احترم الفروق الجوهرية بين ثقافات الأخرين بكافة المستويات الإدارية. | 3.661 | 1.037 | ١ |
| الإجمالي | | 2.927 | 0.878 | |

فيما يتعلق بمحور القدرة علي التكيف:

كانت قيمة المتوسط ٣,٦٦١ للعبارة احترم الفروق الجوهرية بين ثقافات الأخرين بكافة المستويات الإدارية في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن أنا علي علم بكافة النظم الجامعية الذي أعمل بها بمتوسط ٢,٦١٨ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٢,٩٢٧.

تحليل المتغير الفرعي المتغيرات الفرعية للتحويل الرقمي:-

جدول رقم (٧) تحليل المتغير الفرعي البنية المؤسسية للتحويل الرقمي

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|---|---|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | تقوم الجامعة بتنفيذ خطط تحديث البنية المؤسسية للتحويل الرقمي. | 3.242 | 1.113 | ٣ |
| ٢ | أسست الجامعة وحدة تنظيمية للتحويل الرقمي مرتبطة بتنفيذ خطط الإدارة العليا. | 3.182 | 1.077 | ٤ |
| ٣ | يتوفر الدعم الفني المستمر لكافة المستخدمين في مجالات البرمجة والصيانة والتحديث المستمر. | 3.129 | 1.195 | ٥ |
| ٤ | يتم التنسيق بين وحدة التحويل الرقمي وبين جميع الإدارات والكليات بالجامعة. | 3.582 | 1.110 | ٢ |
| ٥ | ساهمت البنية المؤسسية في تطوير توجه الجامعة للتحويل الرقمي وتحقيق أهدافها المتعلقة بالجودة والوقت والتكلفة. | 3.740 | 1.341 | ١ |
| | الإجمالي | 3.375 | 0.831 | |

فيما يتعلق بمحور البنية المؤسسية للتحويل الرقمي:

كانت قيمة المتوسط ٣,٧٤٠ للعبارة ساهمت البنية المؤسسية في تطوير توجه الجامعة للتحويل الرقمي وتحقيق أهدافها المتعلقة بالجودة والوقت والتكلفة في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن يتوفر الدعم الفني المستمر لكافة المستخدمين في مجالات البرمجة والصيانة والتحديث المستمر بمتوسط ٣,١٢٩ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٣,٣٧٥.

جدول رقم (٨) تحليل المتغير الفرعي دعم الإدارة العليا للتحويل الرقمي

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|---|--|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | يتناسب التحويل الرقمي مع تحقيق رسالة الجامعة. | 3.114 | 1.243 | ٤ |
| ٢ | المراسلات الالكترونية الداخلية في الجامعة معتمدة رسمياً. | 3.309 | 1.779 | ١ |
| ٣ | تدعم إدارة الجامعة بالكفاءات البشرية لتحقيق أهداف التحويل الرقمي. | 3.180 | 0.938 | ٢ |
| ٤ | يتم تدريب وتطوير كفاءات الموارد البشرية بكافة المستويات على الأنظمة الإدارية المحولة رقمياً. | 2.893 | 1.048 | ٥ |
| ٥ | يتم تطوير القيادة الإدارية للتعامل بفعالية مع التغيرات المتسارعة في وسائل الاتصال والتحويل الرقمي. | 3.124 | 1.046 | ٣ |
| | الإجمالي | 3.124 | 0.905 | |

فيما يتعلق بمحور دعم الإدارة العليا للتحويل الرقمي:

كانت قيمة المتوسط ٣,٣٠٩ للعبارة المراسلات الالكترونية الداخلية في الجامعة معتمدة رسمياً في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن يتم تدريب وتطوير كفاءات الموارد البشرية بكافة المستويات على الأنظمة الإدارية المحولة رقمياً بمتوسط ٢,٨٩٣ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٣,١٢٤.

جدول رقم (٩) تحليل المتغير الفرعي التكيف الثقافي للتحويل الرقمي

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|----------|--|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | يتوفر لدى الجامعة رؤية لتحويل كافة عمليات المرتبطة بالتدريس والأعمال الإدارية إلى أنظمة رقمية. | 3.139 | 1.047 | ٤ |
| ٢ | تساهم إدارة التحويل الرقمي بالجامعة في نشر الثقافة الرقمية الالكترونية لكافة العمليات التنفيذية. | 3.262 | 0.968 | ٢ |
| ٣ | ساهم التحويل الرقمي في تحسين أداء الموارد البشرية بكافة المستويات في الجامعة. | 3.223 | 1.074 | ٣ |
| ٤ | يتم تعيين الموارد البشرية في الجامعة بما يتفق مع تحقيق أهداف التحويل الرقمي. | 3.315 | 1.076 | ١ |
| ٥ | ساهم استخدام أدوات التحويل الرقمي بالجامعة في تبسيط الإجراءات وتقليل التعاملات الورقية. | 3.139 | 1.064 | ٥ |
| الإجمالي | | 3.217 | 0.791 | |

فيما يتعلق بمحور التكيف الثقافي للتحويل الرقمي:

كانت قيمة المتوسط ٣,٣١٥ للعبارة يتم تعيين الموارد البشرية في الجامعة بما يتفق مع تحقيق أهداف التحويل الرقمي في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن ساهم استخدام أدوات التحويل الرقمي بالجامعة في تبسيط الإجراءات وتقليل التعاملات الورقية بمتوسط ٣,١٣٩ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٣,٢١٧.

تحليل المؤشرات التي قد تؤدي إلى تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحكومية والخاصة:-

جدول رقم (١٠) تحليل المتغير الفرعي البيئة التعليمية

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|----------|--|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | توفر الجامعة الأدوات والوسائل اللازمة لتسهيل عملية التعليم. | 3.004 | 1.151 | ٣ |
| ٢ | يتفق مخرجات التعليم مع متطلبات (المجتمع) البيئة الخارجية للجامعة. | 3.298 | 1.162 | ١ |
| ٣ | يوفر النظام الالكتروني للجامعة (System or Model) على تلبية رغبات المستخدمين. | 3.015 | 1.141 | ٢ |
| ٤ | توفر الجامعة شبكة اتصال عالمية تدعم التعليم عن بعد. | 2.700 | 1.162 | ٥ |
| ٥ | يتوفر لدى الجامعة قاعات مجهزة بوسائل الأمان والتهوية الجيدة. | 2.854 | 1.227 | ٤ |
| الإجمالي | | 2.974 | 0.992 | |

فيما يتعلق بمحور البيئة التعليمية:

كانت قيمة المتوسط ٣,٢٩٨ للعبارة يتفق مخرجات التعليم مع متطلبات (المجتمع) البيئة الخارجية للجامعة في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن توفر الجامعة شبكة اتصال عالمية تدعم التعليم عن بعد بمتوسط ٢,٧ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٢,٩٧٤.

جدول رقم (١١) تحليل المتغير الفرعي المحتوى التعليمي

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|----------|---|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | يعمل المحتوى العلمي على تقدير احتياجات الطلاب. | 2.951 | 1.169 | ٣ |
| ٢ | يعتبر المحتوى العلمي أكثر دافعية وإثارة للتعليم الإلكتروني. | 2.758 | 1.095 | ٥ |
| ٣ | يطابق المحتوى العلمي المقرر للشروط والمواصفات لجودة التعليم الجامعي. | 2.897 | 1.122 | ٤ |
| ٤ | يتمتع المحتوى العلمي بوجود وسائط متعددة وحالات عملية من البيئة المحيطة للتوضيح. | 3.030 | 1.120 | ٢ |
| ٥ | يحتوي المحتوى العلمي على العديد من أساليب التقييم المختلفة لتحسين مستوى تحصيل الطلاب. | 3.187 | 1.129 | ١ |
| الإجمالي | | 2.964 | 0.980 | |

فيما يتعلق بمحور البيئة التعليمية:

كانت قيمة المتوسط ٣,١٨٧ للعبارة يحتوي المحتوى العلمي على العديد من أساليب التقييم المختلفة لتحسين مستوى تحصيل الطلاب في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن يعتبر المحتوى العلمي أكثر دافعية وإثارة للتعليم الإلكتروني بمتوسط بلغ ٢,٧٥٨ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٢,٩٦٤.

جدول رقم (١٢) تحليل المتغير الفرعي الأهداف التعليمية

| م | الفقرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب المتوسط |
|---|--|---------------|-------------------|---------------|
| ١ | يراعي المقرر العلمي السهولة في تحقيق الأهداف المنشودة. | 3.069 | 1.143 | ٤ |
| ٢ | تحقق الأهداف التعليمية النتائج المرجوة من عملية التعليم من خلال أعضاء هيئة تدريس من ذوي الخبرة والكفاءة. | 3.395 | 1.015 | ٢ |
| ٣ | توفر المقررات المعلومات الكافية للوفاء بالاحتياجات التعليمية. | 3.075 | 1.192 | ٣ |
| ٤ | تقوم الكليات بتطوير واستحداث الأهداف التعليمية وفقاً لرسالة الجامعة. | 3.455 | 3.276 | ١ |
| ٥ | يتم وضع الأهداف التعليمية وفقاً للمقررات التي يتم تدريسها بالجامعات الرائدة دولياً. | 3.017 | 1.140 | ٥ |
| | الإجمالي | 3.139 | 0.797 | |

فيما يتعلق بمحور الأهداف التعليمية:

كانت قيمة المتوسط ٣,٤٥٥ للعبارة تقوم الكليات بتطوير واستحداث الأهداف التعليمية وفقاً لرسالة الجامعة في المركز الأول وجاء في المركز الأخير (الخامس) العبارة التي تعبر عن يتم وضع الأهداف التعليمية وفقاً للمقررات التي يتم تدريسها بالجامعات الرائدة دولياً بمتوسط ٣,٠١٧ وجاء المتوسط العام للمحور ككل ٣,١٣٩.

ثامناً: اختبارات صحة الفروض:-

الفرض الرئيس الأول

ينص الفرض الرئيس الأول الذي تم صياغته في الصورة العدمية على أنه " لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين اعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية" وحتى تتمكن الباحثة من اختبار الفرض الرئيس الاول قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بطريقة المربعات الصغرى Simple linear Regression Analysis كما قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار المتعدد لقياس اثر اكثر من متغير مستقل على متغير تابع وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للباحث على ما يلي:-

أولاً: نتائج الانحدار الخطي البسيط

المتغير التابع: تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس

جدول (١٣) اختبار معاملات الانحدار البسيط ونتائج الارتباط للفرض الرئيس الأول

| المتغير المستقل | معامل الانحدار | قيمة t | مستوى الدلالة | القرار عند $\alpha=0.05$ | معامل ارتباط بيرسون r ² الإجمالي |
|-----------------|----------------|--------|---------------|--------------------------|---|
| تسويق الذات | ٠,٧٢٢ | ١٦,٦٧ | ٠,٠ | معنوي | ٠,٦١٢ |

جدول رقم (١٤) تحليل التباين ANOVA للانحدار البسيط للفرض الرئيس الأول

| مصادر الاختلاف | درجات الحرية | قيمة F | مستوى الدلالة | القرار عند $\alpha=0.05$ | معامل التحديد r ² |
|----------------|--------------|--------|---------------|--------------------------|------------------------------|
| الانحدار | 1 | ٢٧٧,٨ | ٠,٠ | معنوي | %٣٧,٥ |
| البواقي | 464 | | | | |

ينتضح للباحثة من نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:-

- ١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار معنوية تاثير تسويق الذات على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس اقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) وهذا يعنى وجود اثر ذو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس.

٢- كانت إشارة معامل ارتباط بيرسون ومعامل الانحدار في النموذج إشارة موجبة وهذا يعني وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين تسويق الذات وتحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية.

٣- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار معنوية النموذج الإجمالي من جدول تحليل التباين ANOVA اقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) وهذا يعني أنه يمكن الاعتماد على النتائج التقديرية وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع محل الدراسة.

٤- كانت قيمة معامل التحديد $r^2 = 38,2\%$ وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في تسويق الذات مسؤولة عن تفسير ما نسبته $38,2\%$ من التغيرات التي تحدث في تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس والنسبة الباقية ترجع إلى حد الخطأ العشوائي.

ثانيا: نتائج الانحدار الخطي المتعدد:-

جدول (١٥) مقدرات الانحدار المتعدد للفرض الرئيس الاول

| معامل التحديد الاجمالي | القرار عند $\alpha=0.05$ | مستوى الدلالة | قيمة t | معامل الانحدار | المتغير المستقل |
|------------------------|--------------------------|---------------|--------|----------------|--------------------|
| 38,2% | مؤثر | ٠,٠ | ٣,٧٧ | ٠,١٦٣ | الثقة بالذات |
| | مؤثر | ٠,٠ | ٦,٥٦ | ٠,٣٦٩ | القدرة على الاقناع |
| | مؤثر | ٠,٠ | ٣,٦٣ | ٠,١٧ | القدرة على التكيف |

جدول رقم (١٦) تحليل التباين ANOVA للانحدار المتعدد للفرض الرئيس الأول

| مصادر الاختلاف | درجات الحرية | قيمة F | مستوى الدلالة | القرار عند $\alpha=0.05$ |
|----------------|--------------|--------|---------------|--------------------------|
| الانحدار | 3 | ٩٥,١ | ٠,٠ | معنوي |
| البواقي | 462 | | | |

من نتائج التحليل الإحصائي يتضح ما يلي:

١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار معنوية كل من الثقة بالذات و القدرة على الاقناع وايضا القدرة على التكيف على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس اقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) وهذا يعني وجود اثر ذو دلالة إحصائية لجميع عناصر تسويق الذات على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس.

٢- كانت إشارة معاملات الانحدار في النموذج التقديري جميعا إشارات موجبة وهذا يعنى وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين كل من الثقة بالذات و القدرة على الاقناع وايضا القدرة على التكيف وذلك مع تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية.

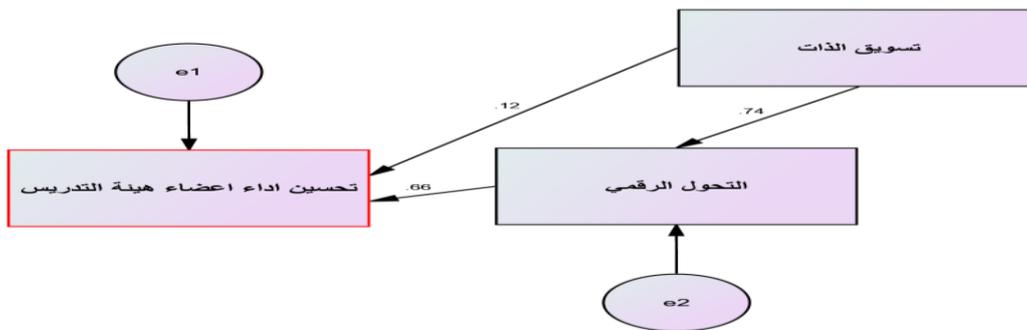
٣- كانت قيمة مستوي الدلالة الخاص باختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد الإجمالي من جدول تحليل التباين ANOVA اقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) وهذا يعنى أنه يمكن الاعتماد على النتائج التقديرية وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع محل الدراسة.

٤- كانت قيمة معامل التحديد $R^2 = 37.5\%$ وهذا يعنى أن التغيرات التي تحدث في الثقة بالذات و القدرة على الاقناع وايضا القدرة على التكيف مسئولة عن تفسير ما نسبته 37.5% من التغيرات التي تحدث في تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس والنسبة الباقية ترجع إلى حد الخطأ العشوائي الذي يحتوي اثر المتغيرات الغير داخلية في هذا البحث.

من جميع النتائج السابقة يمكن رفض الفرض الرئيس الاول في صورته العدمية وقبول الفرض في الصورة البديلة التي نصت علي أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين اعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية "

الفرض الرئيس الثاني

ينص الفرض الرئيس الثاني الذي تم صياغته في الصورة العدمية على أنه " لا يوجد اثر ذا دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي بالجامعات المصرية" وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض الرئيس الثاني قام الباحث باستخدام النمذجة باستخدام نماذج المعدلات البنائية الهيكلية (SEM) Structure equation model والذي تناوله الباحث في شكل اسلوب تحليل المسار التي تتناول وجود تأثير متغير مستقل او اكثر على متغير تابع في ظل وجود متغير وسيط وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للباحث في الفرض الرئيس الثاني على النموذج المقترح كما يلي:



شكل رقم (٦) النموذج المقترح لتاثير تسويق الذات على تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي

والجدول التالي يوضح العلاقة بين تسويق الذات واثره على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل وجود التحول الرقمي:-

جدول (١٧) نتائج اختبار النموذج المقترح لتأثير تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي

| المسارات | المقدرات المعيارية | الخطا المعياري SE | قيمة t CR | مستوي المعنوية | القرار الاحصائي |
|-----------------|--------------------|-------------------|-----------|----------------|-----------------|
| تسويق الذات ← | ٠,١٤٦ | ٠,٠٥٣ | ٢,٧٤ | ٠,٠٠٦ | معنوي |
| تسويق الذات ← | ٠,٧٩١ | ٠,٠٣٣٣ | ٢٣,٧٣ | ٠,٠ | معنوي |
| التحول الرقمي ← | ٠,٧٢٧ | ٠,٠٤٩٨ | ١٤,٥٩ | ٠,٠ | معنوي |

من الجدول السابق يتضح ما يلي:-

- ١- وجود تأثير إلى متغير تسويق الذات على تحسين أعضاء التدريس وهذا تأثير معنوي.
 - ٢- وجود تأثير لتسويق الذات وذلك على التحول الرقمي وذلك حيث انه مثل مستوى المعنوية اقل من ٥% وهذا يعني أنه تأثير معنوي.
 - ٣- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على تحسين أعضاء هيئة التدريس.
- بعد عرض أثر المتغيرات المستقلة و الوسيطة على المتغير التابع فيما يلي جدول لتوضيح التأثير الكلي المباشر وغير المباشر للعلاقة بين تسويق الذات وتحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل وجود التحول الرقمي.

جدول رقم (١٨)

التأثير الكلي المباشر وغير المباشر للعلاقة بين تسويق الذات و تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي

| المتغيرات | تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس | |
|---------------|-------------------------------|--------|
| تسويق الذات | كلي | ٠,٦١١٩ |
| | مباشر | ٠,١٢٤ |
| | غير مباشر | ٠,٤٨٧٩ |
| التحول الرقمي | كلي | ٠,٧٤٠١ |
| | مباشر | ٠,٦٥٩٣ |
| | غير مباشر | ٠,٠ |

من الجدول السابق يتضح للباحثة ما يلي:-

١- وجود تأثير كلي لتسويق الذات على تحسين عن أعضاء هيئة التدريس وهذا التأثير ينقسم إلى كل من تأثير مباشر و تأثير غير مباشر وحيث انه التأثير المباشر اقل من التأثير الغير مباشر فإن هذا يعني أن تسويق الذات له تأثير غير مباشر على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وذلك من خلال وجود المتغير الوسيط الذي يعبر عن التحول الرقمي هذا يعني أنه وجود التحول الرقمي يعزز من أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس

٢- بالنسبة لأثر التحول الرقمي فإنه لا يوجد له تأثير غير مباشر وإنما له تأثير قل لي تأثير مباشر فقد و من الملاحظ أنه يزداد تأثير تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وذلك مع وجود المتغير الوسيط الذي يعبر عن التحول الرقمي وهذه الزيادة تعني انه في حالة وجود التحول الرقمي كان متغير رصيد هذا يعبر عن ضرورة ملحة لوجود التحول الرقمي كان متغير وسيط مما يبرز أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس أو بعبارة بعبارة أخرى فإننا يمكننا القول بأنه التحول الرقمي هو عنصر فاعل في دراسة أثر تسويق الذات على تخزين أعضاء هيئة التدريس

فيما يلي توضيح مؤشرات لتقييم جودة مطابقة النموذج المقدر للمتغيرات محل الدراسة:-

جدول (١٩) مؤشرات جودة المطابقة للنموذج التقديري للفرض الرئيس الثاني

| مؤشرات جودة مطابقة النموذج | القيمة |
|--|--------|
| مؤشر جودة المطابقة المقارن (CFI) | ٠,٩٩٩ |
| مؤشر جودة المطابقة المتزايد (IFI) | ٠,٩٩٩ |
| مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الاخطاء (RMSE) | ٠,٠٦٢٨ |
| مؤشر جودة المطابقة الطبيعي (NFI) | ٠,٩٩٨ |

من الجدول السابق يتضح انه مطابقة مكونات النموذج التفصيلية جميعها في اغلبها تقترب جدا من قيمة الواحد الصحيح أما فيما يتعلق بي مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ تقريبا فهي تقترب من الصفر وهذا يدل على أنه جميع هذه المؤشرات تعبر عن جودة النموذج التقدير من المستخلص من النموذج التقديري.

مما سبق يمكن للباحثة رفض الفرض الرئيس الثاني في الصورة العدمية وقبوله في الصورة البديلة التي نصت على أنه " يوجد اثر ذاو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي بالجامعات المصرية"
الفرض الرئيس الثالث:

ينص الفرض الرئيس الثالث من فروض الدراسة والذي تم صياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي " ولكي يتم اختبار الفرض الرئيس الثالث قام الباحث باستخدام تحليل التباير ANCOVA وذلك لدراسة معنوية الفروق بين فئتين أو أكثر في وجود تأثير لمتغير مستقل على متغير تابع. وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للفرض الرئيس الثالث على ما يلي:

جدول (٢٠) تحليل التباير ANCOVA للفرض الرئيس الثالث

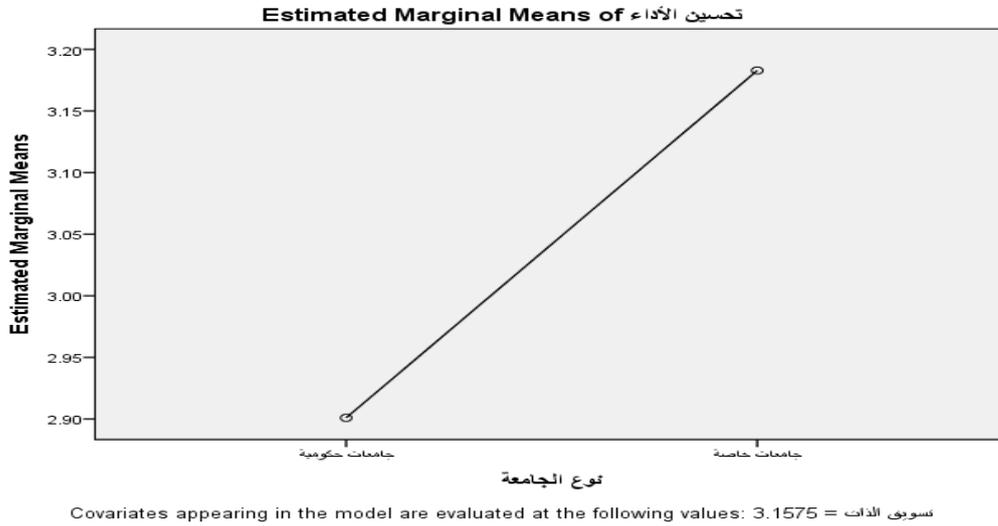
| المتغير المستقل | قيمة (F) | قيمة مستوى الدلالة | القرار عند $\alpha=0.05$ | قيمة معامل التحديد مربع إيتا |
|-----------------|----------|--------------------|--------------------------|------------------------------|
| تسويق الذات | ٤,٦١٨ | ٠,٠٤٩ | توجد اختلافات معنوية | ٣٨,٢% |

المتغير محل المقارنة: نوع الجامعة (حكومي - خاص)
المتغير التابع: تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس

من النتائج السابقة لتحليل الفرض الرئيس الثالث يتضح ما يلي:-

١- كانت قيمة مستوى الدلالة لاختبار (F) الخاص بتحليل ANCOVA لاختبار معنوية الفروق بين الإدارة العليا والعاملين حول بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي اقل من قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٥) وهذا يعنى أنه توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي.

٢- وللتعرف على أي من الجامعات ذات التأثير الأكبر الرسم البياني التالي يوضح هذا الأثر كما يلي:-



شكل رقم (٢) مقارنة التأثير للفرض الرئيس الثالث

من الرسم يتضح أن الجامعات الخاصة أقرت بوجود أثر تسويق الذات على تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي.

مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض الرئيس الثالث في صورته العدمية وقبول الفرض في الصورة البديلة التي نصت على " توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين اداء اعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي "

تاسعاً: نتائج البحث ومناقشتها:-

- بناء على ما قامت به الباحثة من تحليل لآاء المستقصى منهم تبين وجود اثر ذو دلالة إحصائية لتسويق الذات على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس. ويتفق ذلك مع وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين تسويق الذات وتحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية. وفقاً لـ Hansen (٢٠١٥) ، يعد التسويق الذاتي مهارة مهمة للمهنيين الذين يسعون إلى تطوير حياتهم المهنية ، حيث يمكن أن يساعدهم في التميز عن المنافسة ، وزيادة ظهورهم ، وبناء سمعتهم. الثقة بالنفس هي عنصر حاسم في التسويق الذاتي الناجح لأعضاء هيئة التدريس. أظهرت الدراسات أن

الأفراد الذين يتمتعون بمستويات عالية من الثقة بالنفس هم أكثر عرضة للانخراط في سلوكيات الترويج الذاتي، مثل التواصل والترويج الذاتي والإفصاح عن الذات (شريورز وآخرون ، ٢٠١٤). بالإضافة إلى ذلك، ترتبط الثقة بالنفس بشكل إيجابي مع الأداء الوظيفي والنجاح الوظيفي (Judge & Bono ، ٢٠٠١).

- يعد دعم الإدارة العليا للتحويل الرقمي أمراً بالغ الأهمية لنجاح التحويل الرقمي في التعليم. ويتفق ذلك وفقاً لـ Cacciamani and Tulli (٢٠١٩)، تلعب الإدارة العليا دوراً مهماً في تبني التقنيات الرقمية في التعليم. يجادل المؤلفون بأن الإدارة العليا يجب أن توفر القيادة والرؤية والتوجيه الاستراتيجي للتحويل الرقمي في التعليم. يقترح المؤلفون كذلك أن الإدارة العليا يجب أن تعزز ثقافة الابتكار والتجريب، وخلق بيئة داعمة للمعلمين والطلاب، والاستثمار في الموارد اللازمة للتحويل الرقمي. يشير التكيف الثقافي للتحويل الرقمي إلى عملية تغيير ثقافة المؤسسة لدعم دمج التقنيات الرقمية في التعليم. وفقاً لـ Haugsbakk و Arntzen (٢٠٢٠).
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لجميع عناصر تسويق الذات على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس. ويتفق هذا مع ما وجدته دراسة أجراها Gardner وزملائه (٢٠١١) أن أعضاء هيئة التدريس الذين تمكنوا من تكيف استراتيجيات الترويج الذاتي الخاصة بهم لتتناسب متطلبات مؤسستهم كانوا أكثر نجاحاً في حياتهم المهنية من أولئك الذين لم يتمكنوا من التكيف. يقترح المؤلفون أن أعضاء هيئة التدريس الذين يمكنهم تكيف استراتيجيات التسويق الذاتي الخاصة بهم قد يكونون مجهزين بشكل أفضل للتغلب على تعقيدات الأوساط الأكاديمية وتحقيق النجاح الوظيفي.
- وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين كل من الثقة بالذات و القدرة على الاقناع وايضا القدرة على التكيف وذلك مع تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية.
- وجود تأثير كلي لتسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وهذا التأثير ينقسم إلى كل من تأثير مباشر و تأثير غير مباشر وحيث انه التأثير المباشر اقل من التأثير الغير مباشر فإن هذا يعني أن تسويق الذات له تأثير غير مباشر على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وذلك من خلال وجود المتغير الوسيط الذي يعبر عن التحويل الرقمي هذا يعني أنه وجود التحويل الرقمي يعزز من أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس
- يزداد تأثير تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وذلك مع وجود المتغير الوسيط الذي يعبر عن التحويل الرقمي وهذه الزيادة تعني انه في حالة وجود التحويل الرقمي كان

متغير وسيط هذا يعبر عن ضرورة ملحة لوجود التحول الرقمي كان متغير وسيط مما يبرز أثر تسويق الذات على تحسين أعضاء هيئة التدريس أو بعبارة أخرى فإننا يمكننا القول بأنه التحول الرقمي هو عنصر فاعل في دراسة أثر تسويق الذات على تخزين أعضاء هيئة التدريس

- توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي. وتعد جودة المحتوى التعليمي أمراً بالغ الأهمية للأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. ويتفق ذلك وفقاً للقحطاني وهيجنز (٢٠١٣)، يمكن أن يؤدي استخدام استراتيجيات التدريس المبتكرة وإدماج التكنولوجيا إلى تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس. علاوة على ذلك، يجب أن تكون المناهج الدراسية ملائمة ومحدثة لتلبية الاحتياجات المتغيرة للطلاب وسوق العمل (Wu et al., ٢٠٢٠). تشير الأهداف التعليمية إلى أهداف المؤسسة التعليمية والتوقعات لنتائج تعلم الطلاب. يمكن أن يؤدي توافق أهداف أعضاء هيئة التدريس مع الأهداف التعليمية للمؤسسة إلى تحسين أدائهم التعليمي. وفقاً لكريم وآخرون. (٢٠١٨)، أعضاء هيئة التدريس الذين لديهم فهم واضح للأهداف التعليمية للمؤسسة أكثر قدرة على تصميم وتقديم دورات فعالة. علاوة على ذلك، يجب أن يشارك أعضاء هيئة التدريس في تطوير الأهداف التعليمية للتأكد من أنها قابلة للتحقيق وذات صلة بمجالات خبرتهم (Li and Wu, ٢٠١٨).

عاشراً: توصيات البحث: -

- يجب على الجامعات الحكومية والخاصة الاهتمام بتسويق الذات بأبعادها المختلفة لما له من تأثير فعال على تحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس.
- العمل على تنمية الاهتمام بالثقة بالذات و القدرة على الاقناع وايضا القدرة على التكيف لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات وذلك لتحسين الاداء التعليمي لاعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية.
- أن تسويق الذات له تأثير غير مباشر على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وذلك من خلال وجود المتغير الوسيط الذي يعبر عن التحول الرقمي هذا يعني أنه وجود التحول الرقمي يعزز من أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس.

- العمل على تحسين البنية التحتية لمتطلبات التحول الرقمي بالجامعات وهذا يعني انه في حالة وجود التحول الرقمي كمتغير وسيط يعبر عن ضرورة ملحة لوجود التحول الرقمي كان متغير وسيط مما يبرز أثر تسويق الذات على تحسين أعضاء هيئة التدريس.
- إن التحول الرقمي هو عنصر فاعل في دراسة أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس ومما ينعكس على الأداء التعليمي بالجامعات المصرية.
- من خلال تحليل الدراسة الميدانية تبين وجود اختلاف بين الجامعات الحكومية والخاصة المصرية حول أثر تسويق الذات على تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس في ظل التحول الرقمي، مما يستلزم على الجامعات الحكومية العمل على الاهتمام بأبعاد تسويق الذات لأعضاء هيئة التدريس وتوفير متطلبات التحول الرقمي لما لهم من تأثير فعال على تحسين العملية المقدمة وتحسين جودة الخريجين ومن ثم الارتقاء بمتطلبات سوق العمل المتطورة باستمرار.

حادي عشر: مراجع البحث:-

١- المراجع العربية:-

- إيمان صلاح الدين عبد الحميد، اتجاهات حديثة في إدارة مشاريع التخرج كأحد ضمان تطوير الأداء بمؤسسات التعليم العالي، المؤتمر السنوي العربي الخامس-الدولي الثاني، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، الفترة من ١٤-١٥ إبريل، (٢٠١٠).
- إيهاب السيد محمد، الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس بكلية التربية جامعة الأزهر من وجهة نظر طلابهم في ضوء معايير الجودة، مجلة التربية جامعة الأزهر- مصر المجلد ١٤٣، العدد ٢، (٢٠٠٩)، ص ٤٤٢.
- البطل، مني (٢٠١٨)، العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتنافسية المنظمات، مجلة دراسات مالية وتجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، ٣(٢): ٦٥-٩٤ .
- جروة ، خليفة وجروة ، حكيم (2015)، إمكانية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة التنافسي المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - العدد(2) ، جامعة ورقلة، الجزائر .

- حاتم البصيص، ضمان جودة الأداء التدريسي في التعليم الجامعي، المؤتمر العربي الدولي لضمان جودة التعليم العالي، جامعة الزرقاء، الاردن، ص٦-١٧، الفترة من ٩ - ١٢ مارس، (٢٠١١).
- سهام بنت محمد صالح كعكي، متطلبات تحسين جودة الأداء الجامعي، المؤتمر العربي الأول، الرؤية المستقبلية لنهوض بالبحث العلمي، بالتعاون مع جامعة اليرموك، المملكة الأردنية، الفترة ٢٨-٣٠ مارس، (٢٠١١)، ص١٢٣-١٣١.
- الشاعر ، ديمة (2009) ، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة ، الأكاديمية السورية الدولية ، دمشق ، سوريا
- صالح، سحر محمد أنور (٢٠١٩)، تأثير الرقمنة علي تنافسية المنظمات : دراسة تطبيقية علي شركات الاتصالات في ج.م.ع، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، ١٠(٣): ٥٩-٨٩.
- الطائي ، يوسف حليم (2009) ، أنموذج تسويق الذات وعلاقته بمهارات التفكير الابداعي ، دراسة تحليلية لآراء عينة من المستجيبين ، مجلة الغري للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد (11)، العدد(3).
- كولبير ، فرانسوا(٢٠١١) ، تسويق الذات والفنون ، ترجمة محمد عبد الغني ، دار الشقيقات ، القاهرة ، مصر.
- محمد أحمد اسماعيل، دور الثقافة المعلوماتية في تفعيل أداء القطاع التعليمي، مجلة مستقبل التربية العربية مصر، مجلد ١٧، العدد ٦١، (٢٠١٠)، ص١٢٥-١٩٨
- المصري ، أحلام أحمد (2008)، العوامل المؤثرة في نجاح التسويق الشخصي ، دراسة وصفية في الاردن ، دراسة ماجستير غير منشورة ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الاردنية ، عمان ، الاردن.
- منى أحمد حمودة، إطار مقترح لتطبيق إدارة التميز لرفع كفاءة الأداء بالجامعات، جامعة قناة السويس، رسالة دكتوراه غير منشورة، (٢٠٠٩)، ص٣٢٥-٣٤٨.
- يوسف بن سعيد الشمري "الثقافة التنظيمية وعلاقتها بتحسين الأداء التعليمي من وجهة نظر طلاب كلية الملك خالد العسكرية"، الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، (٢٠١٣)، ص٤٣.

٢- المراجع الأجنبية:-

- Ahsan, M., Abdullah, Z., & Ismail, I. A. (2017). Influence of educational environment on job satisfaction of faculty members in Malaysian higher education institutions. *International Journal of Business and Society*, 18(1), 159-176.
- Al-Qahtani, A. A., & Higgins, S. E. (2013). Effects of traditional, blended and e-learning on students' achievement in higher education. *Journal of Computer Assisted Learning*, 29(3), 220-234.
- Cacciamani, S., & Tulli, G. (2019). Digital transformation in education: A positive approach to ICT integration. *Education Sciences*, 9(1), 1-18.
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and Practice* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- Eiriksdottir, Elsa, and Richard Catrambone. "Procedural instructions, principles, and examples how to structure instructions for procedural tasks to enhance performance, learning, and transfer." *Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society* 53.6 (2011): P749-770.
- Gardner, S. K., Broido, E. M., & Yee, A. (2011). Faculty of color in academe: What 20 years of literature tells us. *Journal of Diversity in Higher Education*, 4(3), 139-168.
- Hansen, K. (2015). Top 10 Executive Resume Trends For 2015. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/kathryndill/2014/12/12/top-10-executive-resume-trends-for-2015/>
- Haugsbakk, G., & Arntzen, K. (2020). Cultural adaptation in digital transformation of higher education institutions. *Studies in Higher Education*, 45(4), 827-838.
- Hutajulu, R.S., Ellyana, A., (2021), The Effect of Digitalization and Virtual Leadership on Organizational Innovation During the COVID-19 Pandemic Crisis: A Case Study in Indonesia, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(10): 57-64.
- Hwang, G. J., Shi, Y. R., & Chu, H. C. (2020). Critical factors of institutional architecture for digital transformation in education: A systematic review. *Educational Research Review*, 30, 1-15.
- Judge, T. A., & Bono, J. E. (2001). Relationship of core self-evaluations traits--self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability--with job satisfaction.
- Jung, H., & Kim, J. (2016). The impact of self-promotion and supervisor support on career satisfaction: The mediating effect of career-enhancing behavior. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 44(1), 31-42.
- Karim, A., Husain, S., & Soomro, A. S. (2018). Exploring the influence of educational goals on the development of higher education courses. *Journal of Education and Learning*, 7(1), 62-71.
- Kim, T. Y., Lee, D. R., & Lee, H. R. (2015). The impact of self-marketing on job performance: The mediating effect of communication ability. *Human Performance*, 28(5), 395-409.
- Kumari, P., Singh, M.K, (2021) A Study of Impact of Digitalization on Sales Employees, *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(7):2345-2352.

- Li, J., & Wu, X. (2018). The relationship between the alignment of faculty goals with institutional goals and their teaching efficacy in higher education. *International Journal of Higher Education*, 7(4), 1-10.
- Li, Y., Chen, Y., Wang, X. & (2020). The impact of online teaching on faculty members' teaching effectiveness and student satisfaction. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1-15.
- Mannai, Aicha and Holmlund, Maria (2015), Self-Marketing brand skills for business students, marketing and intelligence planning Journal, vol. 33, Iss. (5).
- Mirza Sagdati (2015), The role and importance of personal branding in career development, HAMK, university of applied science.
- Montoneri, Bernard, et al. "Application of data envelopment analysis on the indicators contributing to learning and teaching performance." **Teaching and Teacher Education** 28.3 (2012): 382-395.
- P.R. Jeyalakshmi, & A.S. Lakshmi Rani. (2020). The Impact of Digitalization on Employee Performance In Banking Sector. *Management Insight*, 15(1), 59-66.
- Pimmer, C., Mateescu, M., Gröhbiel, U., & Aime, M. (2019). Digital transformation in higher education: A case study from a German University. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), 38.
- Schreurs, B., Guenter, H., Krahe, B., & Schumacher, A. (2014). Self-confidence and promotion in professional and private domains: Domain-specific relations with self-promotion behavior. *Journal of Research in Personality*, 50, 54-61.
- Shepherd, Ifan (2005), from cattle and coke to Charlie: meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding, *Journal of marketing Management*, Vol., (21), No.5.j
- Sultan, S., Khan, M. A., & Arain, M. A. (2017). Impact of positive work environment on job satisfaction: A case study of higher education institutions in Pakistan. *Journal of Business and Management*, 19(1)
- Tims, M., Bakker, A. B., & Derks, D. (2013). The impact of job crafting on job demands, job resources, and well-being. *Journal of Occupational Health Psychology*, 18(2), 230-240.
- Torres, A., Gaeta, J., Sanchez, A. M., Garcia, R., & Leon, P. G. (2018). Self-promotion behaviors among university faculty members: The role of self-confidence and faculty persuasion. *International Journal of Educational Management*, 32(4), 574-588.
- Ward, K., & Wolf-Wendel, L. (2000). Academic Motherhood: Managing Complex Roles. *The Review of Higher Education*, 23(4), 433-453.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.
- Wu, P. F., Wu, T. C., & Chou, C. H. (2020). Exploring the critical factors influencing curriculum development in higher education. *Innovations in Education and Teaching International*, 57(5), 532-542.
- Zhang, J., Zhao, X., & Xu, Y. (2020). Exploring the relationship between educational environment, educational content, educational goals, and educational performance improvement. *Frontiers in Psychology*, 11, 3303.
- Zhou, Y., Liu, G., Wang, L., (2021) The impact of HRM digitalization on firm performance: investigating three-way interactions, *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 59: 20–43.

ثاني عشر: قائمة الاستقصاء :-

السؤال الأول: حدد فيما يلي مدى توافر المتغيرات الفرعية الخاصة بتسويق الذات؟
برجاء وضع علامة (√) أما كل حالة بما يتفق مع وجهة نظرك.

| غير موافق تماماً (١) | غير موافق (٢) | محايد (٣) | موافق (٤) | موافق بشدة (٥) | الفقرات |
|----------------------------|---------------|-----------|-----------|----------------|--|
| الثقة بالذات | | | | | |
| | | | | | ١ - أمتك ثقة كبيرة في نفسي. |
| | | | | | ٢ - أستطيع أداء ما يوكل إلي من مهام بكفاءة وأستطيع أن أنال تقدير الزملاء والرؤساء والطلاب. |
| | | | | | ٣ - غالباً ما أفكر بنقاط الضعف لدي لأقوم بتقويمها ونقاط القوة وأقوم بتنميتها. |
| | | | | | ٤ - أستطيع التحدث بثقة أمام مجموعات كبيرة من الطلاب والمرؤوسين. |
| | | | | | ٥ - اهتم برأي الرؤساء والزملاء والطلاب عن أدائي. |
| القدرة علي الأقتناع | | | | | |
| | | | | | ١ . أقوم بتوصيل أفكاري للآخرين بطريقة واضحة. |
| | | | | | ٢ . أحاول عرض أفكاري بطريقة مشوقة ومثيرة. |
| | | | | | ٣ . أنا قادر علي التأثير في الآخرين. |
| | | | | | ٤ . أميل إلي استخدام العبارات التي تستقطب الآخرين. |
| | | | | | ٥ . أستطيع التحدث بشكل مقنع باستخدام وسائل الإقناع. |
| القدرة علي التكيف | | | | | |
| | | | | | ١ . أنا علي علم بكافة النظم الجامعية الذي أعمل بها. |
| | | | | | ٢ . أنا راض تماماً ومتكيف مع الحياة الوظيفية بالجامعة. |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | ٣. لدي المهارات الاجتماعية الكافية التي تجعلني قادراً علي الانسجام مع البيئة الجامعية. |
| | | | | | ٤. اشعر بالارتياح في التعامل مع الآخرين ببيئة العمل. |
| | | | | | ٥. احترم الفروق الجوهرية بين ثقافات الآخرين بكافة المستويات الإدارية. |

السؤال الثاني: حدد فيما يلي مدى توافر المتغيرات الفرعية للتحويل الرقمي في جامعتك؟

برجاء وضع علامة (√) أما كل حالة بما يتفق مع وجهة نظرك.

| م | العبارات | موافق تماماً | موافق | إلى حد ما | غير موافق | غير موافق تماماً |
|--|---|--------------|-------|-----------|-----------|------------------|
| البنية المؤسسية للتحويل الرقمي | | | | | | |
| ١١. | تقوم الجامعة بتنفيذ خطط تحديث البنية المؤسسية للتحويل الرقمي. | | | | | |
| ١٢. | أسست الجامعة وحدة تنظيمية للتحويل الرقمي مرتبطة بتنفيذ خطط الإدارة العليا. | | | | | |
| ١٣. | يتوفر الدعم الفني المستمر لكافة المستخدمين في مجالات البرمجة والصيانة والتحديث المستمر. | | | | | |
| ١٤. | يتم التنسيق بين وحدة التحويل الرقمي وبين جميع الإدارات والكليات بالجامعة. | | | | | |
| ١٥. | ساهمت البنية المؤسسية في تطوير توجه الجامعة للتحويل الرقمي وتحقيق أهدافها المتعلقة بالجودة والوقت والتكلفة. | | | | | |
| دعم الإدارة العليا للتحويل الرقمي | | | | | | |
| ١٦. | يتناسب التحويل الرقمي مع تحقيق رسالة الجامعة. | | | | | |
| ١٧. | المراسلات الالكترونية الداخلية في الجامعة معتمدة رسمياً. | | | | | |
| ١٨. | تدعم إدارة الجامعة بالكفاءات البشرية لتحقيق أهداف التحويل الرقمي. | | | | | |
| ١٩. | يتم تدريب وتطوير كفاءات الموارد البشرية بكافة المستويات على الأنظمة الإدارية المحولة رقمياً. | | | | | |

| | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|--|--|---|
| | | | | | ٢٠. يتم تطوير القيادة الإدارية لتتعامل بفعالية مع التغيرات المتسارعة في وسائل الاتصال والتحول الرقمي. |
| التكيف الثقافي للتحويل الرقمي | | | | | |
| | | | | | ٢١. يتوفر لدى الجامعة رؤية لتحويل كافة عمليات المرتبطة بالتدريس والأعمال الإدارية إلى أنظمة رقمية. |
| | | | | | ٢٢. تساهم إدارة التحويل الرقمي بالجامعة في نشر الثقافة الرقمية الالكترونية لكافة العمليات التنفيذية. |
| | | | | | ٢٣. ساهم التحويل الرقمي في تحسين أداء الموارد البشرية بكافة المستويات في الجامعة. |
| | | | | | ٢٤. يتم تعيين الموارد البشرية في الجامعة بما يتفق مع تحقيق أهداف التحويل الرقمي. |
| | | | | | ٢٥. ساهم استخدام أدوات التحويل الرقمي بالجامعة في تبسيط الإجراءات وتقليل التعاملات الورقية. |

السؤال الثالث: حدد فيما يلي درجة توفر مجموعة من المؤشرات التي قد تؤدي إلى تحسين الأداء التعليمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحكومية والخاصة؟

برجاء وضع علامة (√) أما كل حالة بما يتفق مع وجهة نظرك.

| م | العبارات | موافق تماماً | موافق | إلى حد ما | غير موافق | غير موافق تماماً |
|-------------------------|--|--------------|-------|-----------|-----------|------------------|
| البيئة التعليمية | | | | | | |
| ٢٦. | توفر الجامعة الأدوات والوسائل اللازمة لتسهيل عملية التعليم. | | | | | |
| ٢٧. | يتفق مخرجات التعليم مع متطلبات (المجتمع) البيئة الخارجية للجامعة. | | | | | |
| ٢٨. | يوفر النظام الالكتروني للجامعة (System or Model) على تلبية رغبات المستخدمين. | | | | | |
| ٢٩. | توفر الجامعة شبكة اتصال عالمية تدعم التعليم عن بعد. | | | | | |
| ٣٠. | يتوفر لدى الجامعة قاعات مجهزة بوسائل الأمان والتهوية الجيدة. | | | | | |

| المحتوى التعليمي | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|
| | | | | | ٣١. يعمل المحتوى العلمي على تقدير احتياجات الطلاب. |
| | | | | | ٣٢. يعتبر المحتوى العلمي أكثر دافعية وإثارة للتعليم الإلكتروني. |
| | | | | | ٣٣. يطابق المحتوى العلمي المقرر للشروط والمواصفات لجودة التعليم الجامعي. |
| | | | | | ٣٤. يتمتع المحتوى العلمي بوجود وسائط متعددة وحالات عملية من البيئة المحيطة للتوضيح. |
| | | | | | ٣٥. يحتوي المحتوى العلمي على العديد من أساليب التقييم المختلفة لتحسين مستوى تحصيل الطلاب. |
| الأهداف التعليمية | | | | | |
| | | | | | ٣٦. يراعي المقرر العلمي السهولة في تحقيق الأهداف المنشودة. |
| | | | | | ٣٧. تحقق الأهداف التعليمية النتائج المرجوة من عملية التعليم من خلال أعضاء هيئة تدريس من ذوي الخبرة والكفاءة. |
| | | | | | ٣٨. توفر المقررات المعلومات الكافية للوفاء بالاحتياجات التعليمية. |
| | | | | | ٣٩. تقوم الكليات بتطوير واستحداث الأهداف التعليمية وفقاً لرسالة الجامعة. |
| | | | | | ٤٠. يتم وضع الأهداف التعليمية وفقاً للمقررات التي يتم تدريسها بالجامعات الرائدة دولياً. |