



جامعة الإسرائ
Isra University

اثر الرشاقة التنظيمية على تحقيق البراعة التسويقية
دراسة ميدانية على شركات صناعة الادوية المدرجة اسمائها في سوق عمان المالي

**The effect of the Organizational Agility on achieving marketing
ambidexterity**
Afield study on Pharmaceutical companies listed in Amman Stock exchange

اعداد الطالب

محمد سلطان "محمد سعيد" فريجات

الرقم الجامعي: AA1389

المشرف
الدكتور محمد ابو قله

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في ادارة الاعمال

قسم ادارة الاعمال

كلية الاعمال

جامعة الاسراء

الفصل الثاني 2018 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي (25) وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي (26)

وَالْحُلُمُ حَقِيقَةٌ مِنْ لِسَانِي (27)

يَنْفَقُوا قَوْلِي (28)

صَدَقَ اللَّهُ الْمَقْبُولِ

25-28 سورة طه الآية

التفويض

انا محمد سلطان" محمد سعيد فريحات

افوض جامعة الاسراء بتزويد المكتبات، او المؤسسات، او الهيئات، او الاشخاص، نسخ من رسالتي عند طلبها.

الاسم: محمد سلطان" محمد سعيد" فريحات

التوقيع:

التاريخ: 2019 / 4 / 4

قرار لجنة المناقشة

نوقشت رسالة الماجستير للطالب / محمد سلطان" محمد سعيد" فريحات بتاريخ 4 / 4 / 2019
وعنوانها: "اثر الرشاقة التنظيمية على تحقيق البراعة التسويقية: دراسة ميدانية على شركات
صناعة الادوية المدرجة اسمائها في سوق عمان المالي".
واجيزت بتاريخ 18 / 4 / 2019.

التوقيع



اعضاء لجنة المناقشة

مشرفا ورئيسا

الدكتور محمد مهاوش أبو قله

عضوا

الدكتور بلال خلف السكارنه

عضوا

الدكتور مرزوق عايد القعيد

شكر وتقدير

اشكر الله سبحانه وتعالى الذي ألهمني الطموح وسدد خطاي.

وأقدم بجزيل الشكر والعرفان للدكتور محمد ابو قله الذي أشرف على هذا العمل ولم يبخل علي بجهد أو نصيحة، وكان مثالا للعالم المتواضع. كما وأشكر جميع اساتذة قسم ادارة الاعمال في كلية الاعمال. وأتقدم

بالشكر الجزيل إلى أعضاء لجنة المناقشة:

الدكتور محمد ابو قله

الدكتور بلال السكارنه

الدكتور مرزوق القعيد

لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة.

الاهداء

اهدي عملي المتواضع هذا

إلى...

قدوتي الأولى ونبراسي الذي ينير دربي

من اعطاني ولم يزل يعطيني بلا حدود

من ارفع به راسي عاليا فخرا

والذي اداه الله لي ذخرا وسندا

الروح الطاهرة لسيدة تتقن الوفاء.. والدتي رحمة الله عليهما

صحة تجسد المنعة والكبرياء.. شقيقي وشقيقتي

كل من يسعدهم أن يلمسوا اسماً جديداً في دنيا الأعمال

كل من يسعدهم أن يلمسوا اسماً جديداً في مجالات البحث العلمي

كل المهتمين بنتائج هذا البحث العلمي في شركات صناعة الأدوية

المدرجة اسمائها في سوق عمان المالي

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	الاية الكريمة
ج	التفويض
د	قرار لجنة المناقشة
هـ	شكر وتقدير
و	الاهداء
ز، ح، ط	قائمة المحتويات
ي، ك	قائمة الجداول
ل	قائمة الاشكال
م	قائمة الملاحق
ن، س	الملخص باللغة العربية
ع، ف	الملخص باللغة الإنجليزية
1	الفصل الأول الاطار العام للدراسة
3، 2	(1-1) المقدمة
4	(2-1) مشكلة الدراسة واسئلتها
4	(3-1) اهداف الدراسة
5	(4-1) اهمية الدراسة
6، 5	(5-1) فرضيات الدراسة
7	(6-1) انموذج الدراسة
7	(7-1) حدود الدراسة
8	(8-1) محددات الدراسة

10، 9، 8	(9-1) التعريفات الاجرائية لمتغيرات الدراسة
11	الفصل الثاني الاطار النظري والدراسات السابقة
12	(1-2) تمهيد
12	(2-2) الرشاقة التنظيمية
24	(3-2) البراعة التسويقية
29	(4-2) الدراسات السابقة العربية والاجنبية
42	(5-2) ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
43	الفصل الثالث منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)
44	(1-3) تمهيد
44	(2-3) منهج الدراسة
45	(3-3) مجتمع الدراسة
45	(4-3) عينة الدراسة
45	(5-3) ادوات الدراسة ومصادر الحصول على البيانات
47	(6-3) المعالجات الاحصائية وأساليب التحليل الإحصائي التي تم استخدامها
48	(7-3) التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة
49	(8-3) صدق اداة الدراسة وثباتها
51	الفصل الرابع نتائج التحليل الاحصائي للدراسة واختبار الفرضيات
52	(1-4) تمهيد
53	(2-4) نتائج التحليل الاحصائي للدراسة
64	(3-4) تحليل مدى ملائمة البيانات لافتراضات اختبار فرضيات الدراسة
66	(4-4) اختبار فرضيات الدراسة

73	الفصل الخامس النتائج والتوصيات
74	(1-5) تمهيد
74	(2-5) النتائج
76	(3-5) التوصيات
77	قائمة المراجع
78	اولا: المراجع العربية
80	ثانيا: المراجع الأجنبية
84	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل - رقم الجدول
10	المقياس ومصادر الاقتباس	1-1
17، 16	ملخص لاهم تعريفات الرشاقة التنظيمية	1-2
22	ابعاد الرشاقة التنظيمية	2-2
48	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	1-3
49	نتائج اختبار مدى الاعتمادية على اداة جمع البيانات (الاستبانة)	2-3
52	شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسماؤها في سوق عمان المالي، وعدد الاستبانات الموزعة وعدد الاستبانات المستردة، وعدد الاستبانات التي خضعت للتحليل في كل شركة	1-4
53	توزيع افراد عينة الدراسة حسب جنسهم.	2-4
54	توزيع افراد عينة الدراسة حسب اعمارهم.	3-4
55	توزيع افراد عينة الدراسة حسب مؤهلاتهم العلمية.	4-4
56	توزيع افراد عينة الدراسة حسب تخصصاتهم العلمية.	5-4
57	توزيع افراد عينة الدراسة حسب سنوات خبرتهم.	6-4
58	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لفقرات المتغير المستقل (رشاقة الاستشعار) في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسماؤها في سوق عمان المالي.	7-4
60	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لفقرات المتغير المستقل (رشاقة اتخاذ القرار) في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسماؤها في سوق عمان المالي.	8-4
61	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لفقرات المتغير المستقل (رشاقة التطبيق والممارسة) في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسماؤها في سوق عمان المالي.	9-4
63	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لفقرات المتغير التابع (البراعة التسويقية) في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسماؤها في سوق عمان المالي.	10-4

65	نتائج اختبار تضخم التباين VIF والتباين المسموح به Tolerance	11-4
66	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر الرشاقة التنظيمية بأبعدها على البراعة التسويقية في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسمائها في سوق عمان المالي.	12-4
68	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر رشاقة الاستشعار على البراعة التسويقية في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسمائها في سوق عمان المالي.	13-4
70	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر رشاقة اتخاذ القرار على البراعة التسويقية في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسمائها في سوق عمان المالي.	14-4
71	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر رشاقة التطبيق والممارسة على البراعة التسويقية في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسمائها في سوق عمان المالي.	15-4

قائمة الاشكال

الصفحة	الموضوع	الفصل - رقم الشكل
7	انموذج الدراسة	1-1
19	عناصر الرشاقة التنظيمية	1-2

قائمة الملاحق

الصفحة	الموضوع	رقم الملحق
85	اسماء الاساتذة محكمي اداة الدراسة (الاستبانة)	1
86	اداة الدراسة (الاستبانة)	2

المخلص باللغة العربية
اثر الرشاقة التنظيمية على تحقيق البراعة التسويقية
دراسة ميدانية على شركات صناعة الادوية المدرجة اسمائها في سوق عمان المالي
اعداد الطالب
محمد سلطان"محمد سعيد" فريحات

باشراف الدكتور
محمد ابو قله

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص وتحديد مدى تأثير الرشاقة التنظيمية بأبعادها (رشاقة الاستشعار، رشاقة اتخاذ القرار، رشاقة التطبيق والممارسة) على البراعة التسويقية بأبعادها مجتمعة (استكشاف الفرص، استغلال الفرص، المرونة التسويقية) في شركات صناعة الادوية المدرجة اسمائها في سوق عمان المالي. تكون مجتمع الدراسة من شركات صناعة الادوية التالية: دار الدواء للتنمية والاستثمار، الأردنية لإنتاج الأدوية، الحياة للصناعات الدوائية، فيلادلفيا لصناعة الأدوية. وقد تم جمع البيانات لهذه الدراسة من عينة مكونة من (68) مديرا، من خلال تصميم وتوزيع استبانته لجمع البيانات الاولية من افراد عينة الدراسة، حيث تضمنت الاستبانته عددا من العبارات التي يمكن ان تقيس متغيرات الدراسة واسئلتها. ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج الكمي (الوصفي التحليلي) من خلال العديد من الاساليب الإحصائية، أبرزها تحليل الإنحدار المتعدد. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $a \leq 0.05$ لكل بعد من ابعاد الرشاقة التنظيمية (رشاقة الاستشعار، رشاقة اتخاذ القرار، رشاقة التطبيق والممارسة) على البراعة التسويقية في شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسمائها في سوق عمان المالي.

وفي ضوء النتائج فقد اوصت الدراسة ان تعتمد شركات صناعة الادوية الاردنية المدرجة أسمائها في سوق عمان المالي لاستخدام اساليب ابتكارية في تطوير منتجاتها، وذلك من خلال التكامل بين الرشاقة التنظيمية طويلة الامد والبراءة التسويقية القائمة على الاستغلال الامثل للفرص، والبحث عن الفرص الجديدة، لتحقيق المواءمة والتكيف مع الواقع التسويقي والتنافسي، والمبادرة بقبول التغيير في جميع الوحدات والاقسام لدى هذه الشركات بدلا من تجنبه.

ABSTRACT

The effect of the Organizational Agility in achieving marketing ambidexterity

A field study on Pharmaceutical companies listed in the Amman Stock Exchange

Prepared by
Mohammad Sultan Freihat

Supervisor
Dr. Mohammad Abu Qulah

This study aimed to diagnose and determine the impact of organizational agility and its dimensions (Sensing agility, Decision-making Agility, and acting agility) on marketing ambidexterity and its combined dimensions (exploring opportunities, exploiting opportunities, marketing flexibility) in pharmaceutical companies listed in Amman Stock Exchange. The study population consisted of the following Jordanian pharmaceutical companies: Dar Al-Dawa for Development and Investment, Jordan for the production of medicines, Al Hayat for Pharmaceutical Industries, and Philadelphia for the pharmaceutical industry. The data for this study were collected from a sample of (68) managers, through the design and distribution of a questionnaire to collect primary data from the sample of the study. To achieve the objectives of the study, the quantitative methods (analytical and descriptive) were used through several statistical methods, most notably the multiple regression analysis.

The study found number of results, the most prominent of which is the presence of a significant statistical effect at a significant level ($\alpha \leq 0.05$) for each dimension of organizational agility (Sensing agility, Decision-making Agility, and acting agility) on the marketing ambidexterity in pharmaceutical companies listed in Amman Stock Exchange.

In light of the results, the study recommended that the listed Jordanian pharmaceutical companies in Amman Stock Exchange should use innovative methods in developing their products through the integration of the long-term organizational agility and marketing ambidexterity, based on the optimal utilization of opportunities, and the search for new opportunities to achieve harmonization and adaptation with marketing and competitive reality, and the initiative to accept change in all units and divisions of these companies rather than avoid.

الفصل الاول الاطار العام للدراسة

(1-1) المقدمة

(2-1) مشكلة الدراسة واسئلتها

(3-1) اهداف الدراسة

(4-1) اهمية الدراسة

(5-1) فرضيات الدراسة

(6-1) انموذج الدراسة

(7-1) حدود الدراسة

(8-1) محددات الدراسة

(9-1) التعريفات الاجرائية لمتغيرات الدراسة