



دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية.

أ.د/ أحمد غالب الهبوب رئيس مجلس الاعتماد الأكاديمي
د/ مجيب علي الجماعي رئيس مجلس أمناء جامعة الجزيرة
د/ عبد الرقيب صبيح
Tel:772730333 Tel:777776980 Tel:777788187

الملخص:

هدف البحث إلى معرفة دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية، ولتحقيق هدف البحث تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينة البحث من (26) فرداً من الخبراء الأكاديميين في الجامعات اليمنية، تم اختيارهم بطريقة قصدية، وطبقت الاستبانة المغلقة بوصفها أداة لجمع البيانات والمعلومات وفق أسلوب دلقي المعدل، وتم استخدام بعض الأساليب الإحصائية، المتوسطات الحسابية والانجرافات المعيارية والنسب المئوية، وتم التوصل إلى عدد من النتائج، أهمها حظي دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية على أهمية مرتفعة بشكل عام كما يراها الخبراء ؛ حيث بلغ المتوسط العام لها (2.39) وانحراف معياري (0.77) ووزن نسبي بلغ (80%). وقد حصل مجال الشراكة المؤسسية على الترتيب الأول وبدرجة (مرتفعة) بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.44)، يليه مجال المسؤولية الاجتماعية بمتوسط حسابي (2.41) ويأتي مجال الجودة والتميز في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.39) وحصل مجال المناخ التنظيمي على الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (2.37) وحصل مجال القيادة المؤسسية على الترتيب الخامس والأخير بمتوسط حسابي (2.35) وفي ضوء نتائج البحث، تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: السمعة الأكاديمية، الميزة التنافسية، الجامعات اليمنية.

Abstract:

The aim of the research is to know the role of academic reputation in achieving the competitive advantage of Yemeni universities, and to achieve the goal of the research, the descriptive survey method was used, and the research sample consisted of (26) academic experts in Yemeni universities, who were chosen in an intentional manner, and the closed questionnaire was applied as a tool for data collection And information according to the modified Delphi method, and some statistical methods were used, arithmetic averages, standard drifts and percentages, and a number of results were reached, the most important of which is that the role of academic reputation in achieving the competitive advantage of Yemeni universities is of high importance in general, as experts see it; The general mean was (2.39), the standard deviation was (0.77), and the relative weight was (80%). The field of institutional partnership ranked first with a (high) degree in terms of the arithmetic mean of (2.44), followed by the field of social responsibility with an arithmetic mean of (2.41). The field of quality and excellence came in the third rank with an arithmetic mean of (2.39). My arithmetic (2.37), and the field of institutional leadership got the fifth and last rank, with a mean of (2.35). In light of the research results, a set of conclusions and recommendations were reached.

Key Words: Academic Reputation, Competitive Advantage, Yemeni Universities.

أولاً- الإطار النظري للبحث:

1- المقدمة:

أصبح من الضروري الاهتمام بالتعليم بصفة عامة والتعليم الجامعي بصفة خاصة حيث أصبح هو الطريق والمدخل الطبيعي للولوج للقرن الحادي والعشرين نظراً لما له من دور مهم من الصعب إنكاره في النهوض بالأمم حيث يواجه التعليم الجامعي في بلادنا العديد من التحديات المعاصرة منها النمو السريع في المعرفة، وسيادة أيولوجية اقتصاد السوق الحر، وزيادة الطلب الاجتماعي على التعليم . والتغيرات السريعة في طبيعة المهن، وعجز المؤسسات التربوية عن تلبية المطالب المتجددة لسوق العمل بفعل جمود التنظيم وقلة الموارد.

وحتى تكون الجامعات قادرة على المنافسة لابد من توفر قيادة قوية وقادرة على وضع رؤية مناسبة لمستقبل الجامعة، وتنفيذ هذه الرؤية بطريقة فاعلة، كما يحتاج إلى فريق يساند القيادة، سواء أكانوا نواباً أو مستشارين، لتنفيذ هذه الخطة، وإلى فهم كامل لروح الخطة المؤسسية، وأن يكونوا قادرين على تطبيق الرؤية بالمهارات العملية اللازمة (عبد المهدي، 2006، 2).

إن ما يعيشه العالم اليوم من تغييرات في ظل العولمة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتقنية والنمو السريع والمتوتر للمعلومات أدى إلى تزايد الطلب على أصحاب الكفاءات والاختصاصات في مختلف مجالات الحياة، إذ كان لهذه التغييرات أثراً كبيراً على مختلف المؤسسات وضرورة تحولها من مؤسسات المنتجات والأعمال الروتينية إلى مؤسسات المعرفة والعقول وأصبح البحث عن تطوير المنتجات والخدمات المقدمة وتحقيق الميزة التنافسية من أولى المهمات في سياسات وأنشطة تلك المؤسسات" (القاضي، 2012، 45).

لقد برز مفهوم الميزة التنافسية بشكل واضح في مطلع الثمانينيات حين قدم بورتر (Port) الاستراتيجيات التنافسية بين منظمات الأعمال وأشار إلى أن العامل الأهم والمحدد لنجاح منظمات العمل هو الموقف التنافسي لها، وعرفها بأنها الطرق الجديدة التي تكتشفها المؤسسة وتكون أكثر فاعلية من تملك السمعة من قبل المنافسين" (porter، 1995، 48).

لذلك تعد الميزة التنافسية هدفاً رئيساً لجميع المؤسسات الصناعية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية تسعى إلى تحقيقها بهدف الاستمرار في سوق يتسم بالتغيير المتسارع (شمبي، 2012، 32). ونجد أنه خلال السنوات الأخيرة بدء يظهر مفهوم التنافسية في المؤسسات التعليمية وخصوصاً مؤسسات التعليم العالي وذلك بعد حصول العديد من الجامعات والكليات على الاعتراف والاعتماد الأكاديمي سواءً من مؤسسات محلية أو عالمية (العتيبي، 2014، 20).

وتعدُّ مؤسسات التعليم العالي مصدرًا مهمًّا للتنافسية بسبب دورها في التحسُّن الصناعي وتوليد القيمة المضافة ولكي يكون الاقتصاد إنتاجيًا تنافسيًّا لأبد من وجود نظام تعليم عالٍ قوي وفعال يتميز بالجودة بهدف بناء قاعدة رأس مال بشري متميز يسعى إلى الازدهار الوطني وَمِنْ نَمَّ أصبحت مؤسسات التعليم العالي ملزمة بإجراء تغييرات جذرية في أدوارها التعليمية والبحثية والمجتمعية لتصبح قادرة على مواجهة تحديات عصر العولمة والمنافسة والوصول إلى أفضل المخرجات التي تتناسب مع معايير الجودة العالمية واحتياجات سوق العمل (الدرويش، 2021، 1).

تعد الميزة التنافسية بمثابة السلاح الأساس لمواجهة تحديات السوق والمؤسسات المنافسة، وتمثل معيارًا مهمًّا لتحديد المؤسسات الناجحة من غيرها؛ لأن المؤسسات الناجحة تتميز بإيجاد نماذج جديدة يصعب تقليدها ومحاكاتها باستمرار؛ لِأَنَّهَا متيقنة من أن النماذج القديمة لها قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع، وأن المنافسين على علم كامل بها، فهي تمثل مؤشرًا إيجابيا نحو توجه المؤسسات لاحتلال موقع قوي في السوق من خلال حصولها على سمعة وحصّة سوقية أكبر من منافسيها، (عباس، 2016، 106).

أن إيجاد سمعة جيدة للمؤسسة أضحت أولوية من الأولويات فيما يختص بالمقاصد والغايات التي تطمح المؤسسات لتحقيقها في ظل الوضع الجديد لأنه يضمن بقائها واستمراريتها فقد أدركت الجامعات مدى أهمية السمعة لديها وذلك لما لها من تأثير قوي على نجاحها، وتأثيرها الإيجابي في سلوك المستفيدين منها، كما أنها تساهم في تطوير سلوكيات أفرادها والتي يعطيها القدرة على الاستمرارية في ظل الظروف التنافسية القوية (عقيلات، 2019، 645).

وتعد السمعة واحدًا من أهم المعايير المعتمدة لتقييم الجامعات كما أن لها دور حاسم في رؤية إيجابية للمؤسسات التعليمية في ضوء المستوى العام للاهتمام بالتعليم العالي في عصرنا الحالي مع مفهوم الجودة وانتشار تكنولوجيا المعلومات برز الاهتمام في تقديم الخدمات الجامعية وذلك من خلال الاهتمام رفع مستوى الكفاية الخدمية وجودتها التي تمثل أحد العوامل المؤثرة في تحسين السمعة وجذب الطلبة (عودة، 2012، 3).

وبإطلاء متأنية على واقع الجامعات اليمنية، يمكن القول إنه إذا كانت هذه الجامعات قد استطاعت إلى حد ما أن تؤدي ما أوكل إليها من مهام ومسئوليات حتى الآن، فإن وضعها، وبإمكاناتها وقدراتها المتواضعة، وبقدر ما تواجهه من مشكلات وتحديات، وفي ضوء التغيرات العميقة والشاملة التي تكتسح عالم اليوم، فإنه يصعب عليها التفاعل الإيجابي مع تلك التحديات والتغيرات السريعة، وتحقيق أهدافها وأمال مجتمعتها، حيث نجد أن الصعوبة في تفاعلها ناجم عن الفجوة الناشئة في الأداء والسمعة الأكاديمية التي تحقق لها الميزة التنافسية بين الجامعات، لذلك تأتي هذه

الدراسة كمحاولة علمية متواضعة لمعرفة دور السمعة الأكاديمية في تحسين الميزة التنافسية للجامعات اليمنية.

2- مشكلة البحث:

تواجه الجامعات اليمنية اليوم مشكلات معقدة وكثيرة تحد من أداء عملها وتجعلها غير قادرة على المضي صوب التنافس ومن هذه المشاكل ازدواجية المعايير ،وتأخير إنجاز عمليات الأداء، ورغم بعض ما تحقق من تقدم للجامعات اليمنية فإن مستوياتها يتفاوتت من حيث توجهها نحو التنافسية العالمية، بسبب غياب الرؤية الاستراتيجية ذات البعد العالمي في خططها وأهدافها، ولعل السبب في عدم الحضور الجيد من خلال تحقيق سمعة أكاديمية وميزة تنافسية تؤهلها لاجتذاب المتميزين من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس الدوليين، وفتح قنوات التواصل للاستفادة من خبرات الجامعات العالمية عن طريق التعاون الدولي متمثلاً في برامج التوأمة، والتبادل العلمي، والشراكات البحثية، كما إن طبيعة التوسع في مؤسسات التعليم العالي والنمو الاقتصادي المتوقع ورغبة السكان في التعلم والتعليم، مشكلة قد أدركتها معظم الجامعات في الدول المتقدمة، وتعاملت معها في ضوء العلاقة بين التصنيف العالمي للجامعات من أجل تحقيق سمعة أكاديمية متميزة، وإن الجامعات اليمنية اليوم بحاجة ماسة إلى أن تدرك هذه الحقيقة، وهذا ينعكس بدوره على ضرورة تبنيها معايير ترتقي بها إلى سلم تحقيق التميز والوقوف بمصاف الجامعات الرصينة الإقليمية منها والعالمية، ردمًا للفجوة المتوقعة من خلال تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية وتبني رؤية استراتيجية عالمية وأهداف ذات صبغة دولية، وإضفاء البعد الدولي على أنشطة التدريس، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع، وامتلاك السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية العالمية ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة الحالية بالسؤال الآتي : ما دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية ؟

3- أهداف البحث:

هدف البحث إلى الآتي:

- الوقوف على الإطار المفاهيمي لكل من (السمعة الأكاديمية، والميزة التنافسية).
- التعرف على أبعاد السمعة الأكاديمية في مؤسسات التعليم العالي.
- الكشف عن مؤشرات الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي.
- التعرف على دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي.

4- أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث الحالي في العديد من الجوانب، أهمها:

- أنها من الأبحاث القليلة التي تناولت موضوع السمعة الأكاديمية وتأثيرها في الميزة التنافسية في الجامعات اليمنية على وجه الخصوص، لأن الدراسات والبحوث في هذا المجال محدودة ويسعى الباحثون لتقديم دراسة علمية موضوعية تسهم في توفير مادة علمية ومعرفية.
- يدعم البحث المكتبة العربية وخاصة المكتبة اليمنية بمرجعية علمية تفيد الباحثين والمهتمين بأمر السمعة الأكاديمية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات مستقبلاً.
- توفر الدراسة بيانات ومعلومات مفيدة لمتخذي القرارات حول السمعة الأكاديمية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات من خلال الاستفادة من التوصيات والنتائج التي خرج بها البحث الحالي.
- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية المتغيرات المبحوثة والموضوع الذي تعالجه والموقع المختار للدراسة، إذ تسهم هذه الدراسة من خلال طرح الأطر النظرية لمتغيرات الدراسة المتمثلة بالسمعة الأكاديمية والميز التنافسية التي تعد من الضرورات الاستراتيجية للارتقاء بالتميز الجامعي في مؤسسات التعليم العالي.
- إن النتائج التي توصل إليها البحث قد تفيد الباحثين والمهتمين في تطوير أداء الجامعات اليمنية من خلال تزويدهم بالمؤشرات والمعلومات التي تساعدهم على إجراء مزيد من الدراسات والبحوث الهادفة إلى تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية.
- يعد البحث الحالي محاولة علمية لعلها الأولى من نوعها (حسب علم الباحثين) تتناول دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية.

5- حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية وبحسب المجالات المحددة في أداة البحث.
- الحدود البشرية: عينة من الخبراء من الجامعات اليمنية.
- الحدود الزمنية: تم تنفيذ البحث خلال العام (2022/2023م).
- الحدود المكانية: الجامعات اليمنية.

6- مصطلحات البحث:

أ- السمعة الأكاديمية:

- يعرفها عودة (2012) بأنها: رؤية للعديد من العناصر الجامعية الداخلية والخارجية المختلفة، ومن أبرزها وسائل الإعلام داخل الجامعة، وانطباعات وتصورات الجمهور والطلبة على السواء.
- وتعرف إجرائياً بأنها: الصورة الذهنية التي تكونها الجماهير عن الجامعات اليمنية مع مرور الزمن.
- ب- الميزة التنافسية

عرفها العابدي، (2009، 21) بأنها الميزة التنافسية القدرة على التحرك بسرعة للمطالب المتغيرة الخاصة بالطلبة وأصحاب المصلحة من حيث سرعة الاستجابة ومرونة التوصيل. كما عرفها بخوش، (2013، 152) بأنّها: " قوة داعمة أو قيمة أساسية تتمتع بها المنظمة وتؤثر في سلوك العملاء في إطار تعاملهم معها، وتستمر لمدة طويلة بغض النظر عن طول دورة حياة السلعة أو الخدمة التي تقدمها هذه المنظمة أو قصرها". ويعرفها القرشي، (2017، 7) بأنها: قدرة المنظمة على تحقيق الفوز على منافسيها ومن ثمّ جني الأرباح وتحقيق البقاء في عالم الأعمال.

من خلال ما ورد تعرف الميزة التنافسية إجرائياً بأنها: هي امتلاك الجامعات اليمنية لإحدى الخصائص المهمة والنادرة التي تجعلها في مستوى أعلى من منافسيها الذين يحاولون اللحاق بها والحصول على المكانة التي تتمتع بها.

ج- الجامعات اليمنية:

هي كل مؤسسة تعليمية يمنية حكومية كانت أم خاصة تقدم برامج أكاديمية وتدريبية بعد المرحلة الدراسية الثانوية أو ما يعادلها، وتمنح درجات علمية متنوعة على صعيد الدبلوم العالي والباكالوريوس والماجستير والدكتوراه أو ما يعادلها.

ثانياً- الدراسات السابقة:

أ- دراسات عربية:

1. دراسة الهمام (2021) بعنوان: مدى تحقيق أبعاد الميزة التنافسية في جامعة الجزيرة بمحافظة إب-اليمن (دراسة حالة).

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق أبعاد الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة بمحافظة إب بالتطبيق على جامعة الجزيرة، وذلك لاقتراح سبل تحسين الميزة التنافسية في الجامعات من أجل تحسين الأداء وصولاً لتحقيق الأهداف المنشودة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبانة أداة للدراسة، وتم توزيعها على عينة الدراسة التي بلغت (40) موظفاً وموظفة من إجمالي (60) موظفاً في جامعة الجزيرة، ومن أبرز نتائج الدراسة:

1- أن مستوى تحقيق أبعاد الميزة التنافسية في جامعة الجزيرة حسب آراء عينة الدراسة عالية نسبياً؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.59).

2- حصل بُعد التكلفة المناسبة على أعلى قيمة للمتوسط الحسابي؛ حيث إن المتوسط الحسابي العام للبعد كاملاً بلغ (4.36)؛ وهو يدل على أن التكلفة للخدمات التعليمية التي تقدمها جامعة الجزيرة أقل من تكلفة غيرها من الجامعات.

3- حصول بُعد الإبداع المتفوق على أقل متوسط حسابي (3.25) بين بقية أبعاد الميزة التنافسية؛ وهو ما يستوجب على قيادة الجامعة أن تعمل على تشجيع الإبداع والتحفيز في تقديم خدماتها.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء القيادات الأكاديمية والإداريين حول مستوى تحقيق جامعة الجزيرة لأبعاد الميزة التنافسية ولصالح القيادات الأكاديمية.

2. دراسة غبور (2019) بعنوان: رؤية استراتيجية مقترحة لتطوير البحث العلمي في الجامعات المصرية لتعزيز قدرتها التنافسية.

هدفت إلى تحقيق الآتي:

- تحليل الأطر النظرية للبحث العلمي في الجامعات من حيث أهميته وأهدافه وتحدياته ومتطلبات تطويره.

- الوقوف على الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية للجامعات ومداخل تحسينها.

- تقديم رؤية استراتيجية مقترحة تحدد مسارات تطوير البحث العلمي في الجامعات المصرية لتعزيز قدرتها التنافسية.

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي لوصف جوانب مشكلة البحث بهدف التعرف على الأطر النظرية للبحث العلمي في الجامعات، مع توضيح المنطلقات الفلسفية لمصطلح القدرة التنافسية وأهم متطلباتها ومداخل تحسينها.

3. دراسة الزيري، (2018) بعنوان: إدارة التميز في التعليم من منظور استراتيجي وآليات تحقيق الميزة التنافسية، واليقظة الاستراتيجية كأداة لتنمية الميزة التنافسية.

والتي استهدفت دراسة إدارة التميز في التعليم من منظور استراتيجي وآليات تحقيق الميزة التنافسية، واليقظة الاستراتيجية كأداة لتنمية الميزة التنافسية، ووضعت الدراسة مقترحات لتحقيق إدارة التغيير لتحقيق أداء متميز في المؤسسات التعليمية كان من أهمها اعتماد مدخل اليقظة الاستراتيجية كمنهج لدعم التنافسية وضمان استمرار الأداء الاستراتيجي، وتغيير ثقافة العمل داخل المؤسسة التعليمية، ومشاركة العاملين في كافة المستويات في عملية التغيير.

4. دراسة عبد العظيم، (2018) بعنوان: متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العالمية.

والتي استهدفت تحديد متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العالمية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت استبانة على عينة من أعضاء هيئة التدريس قوامها " 854 " بهدف التعرف على المتطلبات الواجب توافرها لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة المنصورة، كما استعرضت خبرات عدد من الجامعات الأجنبية مثل جامعة

موسكو وفلوريدا، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود بعض جوانب القصور في واقع جامعة المنصورة مثل قمة النشر الدولي للبحوث، ووجود قصور في توظيف تقنية المعلومات، وقمة ارتباط البحوث بمشكلات المجتمع.

5. دراسة الفقيه (2018)، بعنوان: دور الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي

هدفت الدراسة الحالية إلى تسليط الضوء حول دور الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية، وقد اختار أبعادا للرشاقة الاستراتيجية هي: (الحساسية الاستراتيجية، المقدرات الجوهرية، وضوح الرؤية، المسؤولية المشتركة، سرعة الاستجابة، اختيار الأهداف الاستراتيجية) لمعرفة دورها في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن الرشاقة الاستراتيجية لها دور في إشعال جذوة التغيير في قلب مؤسسات التعليم العالي، بما يحسن من سرعة استجابتها وتكيفها مع مستجدات العصر؛ وهو ما يساعدها في تحقيق ميزتها التنافسية.

6. دراسة العمري (2017) بعنوان: أثر التوجه الاستراتيجي على الميزة التنافسية في الجامعات اليمنية.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر محاور التوجه الاستراتيجي (التوجه نحو السوق، التوجه نحو الريادة، والتوجه نحو التكنولوجيا، والرؤية والرسالة والأهداف) في الميزة التنافسية في الجامعات الحكومية والأهلية اليمنية، وتمثل مجتمع الدراسة في الإدارات العليا والتنفيذية في الجامعات الحكومية والأهلية الذي بلغ (454)، وبلغت عينة الدراسة (219) فردًا أي ما نسبته (% 48.24) من مجتمع الدراسة ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي بنوعيه التحليلي والمقارن كما تم تطوير استبانة كأداة لقياس فرضيات الدراسة، كما تم تحميل البيانات إحصائيًا باستخدام برنامج SPSS وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط طردية عالية بين التوجه الاستراتيجي بمحاوره الفرعية والميزة التنافسية في الجامعات الحكومية، وأن التوجه الاستراتيجي بمحاوره الفرعية له أثر في تعزيز الميزة التنافسية وبدلالة إحصائية.

7. دراسة العياصرة (2017) بعنوان: واقع الميزة التنافسية في الجامعات الأردنية الحكومية في ضوء الاتجاهات الإدارية المعاصرة

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الميزة التنافسية في الجامعات الأردنية الحكومية في ضوء الاتجاهات الإدارية المعاصرة، والتعرف على الفروق بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على استبانة الميزة التنافسية تعزى لطبيعة العمل (أكاديمي - إداري)، استخدم الباحث المنهج

الوصفي المسحي، واعتمد الاستبانة أداة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (304) منهم (81) إدارياً، و(223) أكاديمياً من أعضاء الهيئة التدريسية، وأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة الآتي: بلغ تقدير واقع الميزة التنافسية في الجامعات الأردنية الحكومية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة درجة متوسطة..، لذا لابد على إدارة الجامعات الأردنية من تبني مفاهيم إدارية معاصرة مثل: إدارة الجودة الشاملة، وإدارة المعرفة، والهندرة، وغيرها من الاتجاهات الإدارية التي تؤدي إلى رفع مستوى وظائف الجامعة والأخذ بها نحو التنافسية والعالمية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على استبانة الميزة التنافسية تعزى لطبيعة العمل (أكاديمي - إداري).

8. دراسة بازدوغ والناظر (2015) بعنوان: مستوى تحقيق رؤساء الأقسام الأكاديمية في

الجامعة الأردنية وجامعة البتراء للميزة التنافسية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تحقيق رؤساء الأقسام الأكاديمية في الجامعة الأردنية وجامعة البتراء للميزة التنافسية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وكذلك معرفة الفروق بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على استبانة الميزة التنافسية تعزى لمتغيرات (الرتبة الأكاديمية، ونوع الجامعة، ونوع الكمية)، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، والاستبانة كأداة للدراسة، وكانت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: بلغ مستوى تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الأردنية وجامعة البتراء من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس درجة متوسطة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على استبانة الميزة التنافسية تعزى لمتغيري (الرتبة الأكاديمية، ونوع الجامعة) وذلك لصالح رتبة أستاذ، ولصالح الجامعة الخاصة، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على استبانة الميزة التنافسية تعزى لمتغير نوع الكمية.

ب- دراسات أجنبية :

1. دراسة ميغل سونتيا (2012) حول رؤية الطلبة تجاه سمعة المؤسسات الجامعية الليتوانية

هدفت الدراسة إلى تحليل سمعة المؤسسات الجامعية الليتوانية من خلال رؤية الطلبة، بما يعطي تقييماً للسمعة المؤسسية الخاصة بأربعة من الجامعات الليتوانية على أساس منهج قياس سمعة المؤسسات الجامعية. ويقدم البحث أيضاً تقييماً لكل مؤشرات وعوامل السمعة المؤسسية من وجهة نظر الطلاب في كل جامعة ليتوانية، من خلال بحث وصفي محلي على مستوى ليتوانيا. وقد تم رفع الاستقصاء على شبكة الإنترنت وإرسال الروابط إلى العينة المستهدفة وهم طلبة الجامعات الليتوانية بلغ عدد المستجيبين للاستقصاء 398 طالب، تم قياس السمعة المؤسسية للجامعات ومقارنتها بناء على مؤشرات سمعة المؤسسة، وأظهرت النتائج البحثية أن المؤسسات الجامعية

الليتوانية التي كانت محل الدراسة تحظى بسمعة جيدة من وجهة نظر الطلبة، إلا أن هناك الكثير من الأمور المهمة التي يجب مراعاتها لتحسين تلك السمعة في المستقبل.

2. دراسة جامي ارسيل (2009) حول تقييم تأثير سمعة الجامعة على نوايا أصحاب المصالح.

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير سمعة الجامعة على نيات أصحاب المصالح. وتحقيق فهم أفضل لكيفية إدراك المجموعات المختلفة لسمعة الجامعة. بالإضافة إلى ذلك، فإنه يسمح بتحليل العوائد السلوكية الخاصة بأصحاب المصالح؛ وهو موضوع لم يحظ إلا بقدر محدود من الاهتمام في الأدبيات العلمية، تم تصميم مقياسًا لقياس الصورة الذهنية للجامعة، ووجدت الدراسة أن العوامل الخاصة بالسمات الأكاديمية والسمات الرياضية والتغطية الإخبارية قد أثرت في تصنيف الصورة الذهنية الذي قدمه الطلبة الحاليون في الجامعة. أما البالغون من غير الطلبة فقد اهتموا بسمات مشابهة عند تصنيف الجامعات مع اهتمامهم بالتقييم من خلال آراء أصدقائهم وأفراد عائلاتهم. وعلاوة على ذلك، فقد كان لمستوى التعليم ومدى الإعجاب الشخصي تأثير مباشر على تصنيفات الصورة الذهنية. وقد عززت النتائج التي توصلوا إليها من فكرة أن أصحاب المصالح المختلفة لدى أي مؤسسة لديهم إدراكات مختلفة عن سمعة تلك المؤسسة.

3. دراسة كافيين (2014) بعنوان: الاستراتيجيات التنافسية في مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة

الجامعات في ملاوي

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات التنافسية في التعليم العالي، وماهي التطورات التي طرأت على مؤسسات التعليم العالي في مدينة ملاوي، استخدم الباحث المنهج النوعي، والمقابلة كأداة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (9) أفراد وهم نائبي رؤساء الجامعات أو ممثليهم الأكاديميين، أظهرت النتائج أن استراتيجيات التنافسية في قطاع التعليم العالي في ملاوي تحتاج إلى تطوير برامجي واستراتيجي من خلال الاستمرارية في متابعة التنافسية في سوق أعمال التعليم.

4. دراسة فارمر (2017) بعنوان: البحث عن المعرفة لتحسين الميزة التنافسية

هدفت هذه الدراسة في البحث عن المعرفة لتحسين الميزة التنافسية، ونتيجة لذلك من انخفاض تكلفة التخزين والاستخدام المتزايد بسرعة للتطبيقات الغنية بالبيانات، ففي العديد من الحالات تقوم الشركات بجمع وتخزين معلومات أكثر من أي وقت مضى، لكن عادة ما تكون فائدة هذه البيانات المخزنة غير واضحة، ويأمل الاستراتيجيون التجاريون في اكتساب المعرفة لتحسين قدرة الميزة التنافسية في البيئة الطبيعية التنافسية سريعة التغير.

ج - أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تكوين إطار عام وشامل عن موضوع البحث.
- الاستفادة من منهجية الدراسات السابقة في صياغة مشكلة البحث واختيار منهج البحث وتعريف مصطلحات البحث.

ثالثا- الإطار النظري للبحث:

1- السمعة الأكاديمية:

المفهوم

يعرفها Reznik and Yudina (2018) بأنها: تقييم الطلبة للجامعة من حيث قدرتها على تحقيق خدماتها والوفاء بوعودها.

ويعرفها (Bowman and Bastedo) ، (2009) بأنها: امتلاك الجامعة لشعار الأفضلية من قبل الجمهور ووسائل الإعلام، في حين عرفها (sonaite-Petkeviciene) (2013) بأنها: الرؤية التي يمتلكها الجمهور أذانهم وتكوينها انطباعًا حول الجامعة.

الأهمية:

باتت السمعة من أبرز المعايير، بل وأهمها التي تستند عليها الجامعة في تقييم مؤسسات التعليم العالي، فهي تمتلك الدور الإيجابي في حسم رؤية الجامعات من قبل أصحاب المصالح والجمهور واهتمامهم الكبير في تحقيق مستوى عالي وإيجابي في مؤسسات التعليم العالي في العصر الحديث، وللجامعات التي تمتلك السمعة الطيبة القدرة الهائلة على استقطاب الطلبة والمستثمرين وجذبهم للجامعة (Rauhvargers, 2013, 2)

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

الأبعاد

أ- المسؤولية الاجتماعية:

بدأ اهتمام المنظمات بمفهوم المسؤولية الاجتماعية يتزايد بشكل ملحوظ في السنوات الماضية؛ إذ لم يحظ هذا المفهوم بالاهتمام الأكاديمي فقط، بل أصبح ضمن الممارسات السائدة للمنظمات في جميع أنحاء العالم.

ويعرف (Rahim et al (2011، 122) مجموعة من الإجراءات التي تعبر عن التزام المنظمة الدائم في التقليل من أي تأثيرات ضارة أو القضاء عليها بصورة كلية وتحقيق أقصى فائدة ممكنة للمجتمع على المدى الطويل.

أما (Mzembe (2012, 30) تمثل السلوك التنظيمي للمنظمة في المستوى الذي يتطابق مع المعايير والقواعد الاجتماعية السائدة والقيم والتوقعات.

وعرفها (Simons and Kaufmann (2016, 2) وهو المفهوم الذي تقوم المنظمات بموجبه بدمج الاهتمامات البيئية والاجتماعية عند ممارسة عملياتها التجارية، والتفاعل مع أصحاب المصلحة بأسلوب طوعي.

وهناك العديد من الخصائص والمزايا التي تتمتع بها المسؤولية الاجتماعية سواء لصالح المنظمات أو لصالح المجتمع بصورة عامة.

وفي هذا المجال يشير (87، 2015) إلى أنّ خصائص المسؤولية الاجتماعية تتمثل بالآتي:

-الطوعية: إن العديد من المنظمات تمرر المسؤولية الاجتماعية بشكل طوعي، وهي الآن تعمل بشكل مألوف وأكثر استعدادًا للنظر في المسؤوليات المترتبة لممارسة نشاطها التجاري، ومن ثم تأتي إلى مرحلة تطوير المبادرات عن طريق التنظيم الذاتي.

-استيعاب وإدارة العوامل الخارجية والتي تتضمن جميع العوامل التي تؤثر في حقوق أصحاب المصالح المختلفين، ولا يتم الاهتمام بالعوامل مباشرة من قبل الإدارة العليا في منظمة الأعمال، فمثلاً التلوث البيئي يعد من العوامل الخارجية لان عامة أصحاب المصلحة يشعرون بتأثير عمليات الإنتاج، وهنا يجب على الإدارة العليا استيعاب جميع العوامل الخارجية.

-أصحاب المصلحة: تكمن المهمة الرئيسية لإدارة أصحاب المصلحة في تحديد اتجاهاتهم استنادًا إلى السلطة التشريعية والمطالبة بتحديد أدبيات أصحاب المصلحة من خلال الاعتماد على المنهج التدريجي يبدأ بالاستعداد الداخلي لأصحاب المصلحة الداخليين.

ب-القيادة: يعد مفهوم القيادة واحدًا من أهم المفاهيم التي شاع استخدامها في مختلف العلوم بشكل عام والعلوم الإدارية بشكل خاص، حيث زاد الاهتمام به ليس فقط من قبل الباحثين والكتاب، بل أصبح محط أنظار جميع المنظمات وخصوصًا المنظمات التي تعاني من ضعف الأداء، وعدم الاهتمام الكافي بالعاملين، ويجب أن يتحلى القائد بعدد من الخصائص والمميزات مثل الذكاء والمهارة والسلطة والحكمة والقدرة على اتخاذ القرارات السريعة ووضع الرؤية المستقبلية وإشراك الآخرين فيها (Silva، 2016، 2).

كما ويتضمن مفهوم القيادة ثلاث ركائز أساسية هي:(الفاضل، 2015، 61):

- تحقيق الأهداف المشتركة التي يسعى جميع العاملين إلى تحقيقها.

- التأثير في سلوك العاملين من خلال ما يتمتع به القائد من خبرة ومهارة وقوة في التأثير.

- القدرة على جذب وكسب الأفراد أصحاب المهارة والقدرة العالية إلى المنظمة.

ومن هذا المنطلق سوف يتم عرض مجموعة من التعاريف لبعض آراء الباحثين التي تناولت موضوع القيادة (Mattewet, 2010, 10)، قدرة الشخص على إصدار الأوامر وتوجيه الآخرين وممارسة السلطة عليهم من أجل إنجاز الأهداف بطريقة جيدة.

في حين يرى (الفاضل، 2015، 6) هبة أو ميزة يمتلكها شخص معين (القائد) ويستطيع من خلالها التأثير في سلوك العاملين من أجل الوصول إلى أفضل المستويات.

أما (Michel, 2015, 47) العملية التي يتم من خلالها إنجاز الأعمال التجارية ودفعها وحثها نحو تحقيق الأهداف الموضوعية بأفضل ما يمكن.

ج-الأداء: عندما تتمكن من قياس ما تتحدث وتتكلم عنه والتعبير عنه اللغة الأرقام فإنك تمتلك المعرفة عن ذلك الشيء، إذ اكتسب مفهوم الأداء اهتماماً متزايداً في العقود الأخيرة حيث كان متواجداً في جميع المجالات ومن الممكن أن نعتبره تصوراً ذاتياً، حيث إن العديد من الدراسات والأبعاد على المستوى الدولي فيما يخص الأداء يمكن إرجاع جذورها إلى الأزمة المالية (2011) التي هزت الاقتصاد العالمي بقوة؛ وهو ما أدى إلى الحاجة إلى تحسين أداء المنظمة. ومن هذا المنطلق سوف يتم عرض مجموعة من التعاريف لبعض آراء الباحثين التي تناولت موضوع مفهوم الأداء منها (Moulin, 2007, 182)، التميز في إجراءات وممارسات المنظمة من أجل تقديم القيمة لإصحاب المصلحة والزبائن.

أما (Audebrand and Moran, 2014, 10) هو عملية تحقيق النتائج المالية المتميزة في جميع العمليات التجارية التي تقوم بها المنظمة؛ وهو ما يؤدي في النهاية إلى المساعدة على النمو.

2-الميزة التنافسية:

المفهوم:

عرفتها سيد (2016، 32): بأنّها: "تملك السمات التي تمتلكها المؤسسة بناءً على خبرتها الواسعة والتي تبحث في تفوقها عن غيرها من المنافسين في الموارد والأسعار والخدمات وكذلك امتلاك المورد البشري ذوي الكفايات والمهارات والمعارف التي تساعد على تحقيق التميز والتفرد عن غيرها من المنافسين".

أما الميزة التنافسية في التعليم الجامعي فتعرّف بأنّها: "مجموعة المزايا التي تنتهجها الجامعة كالتوجه الاستراتيجي والاهتمام بالعنصر البشري والتحسين المستمر والكفاءة المتميزة والتغيير التكنولوجي التي تكسب الجامعة المقدرة على مواجهة حدة المنافسة في المجتمع (الغامدي، 2014، 12).

ومما سبق يمكن الاستنتاج بأن الميزة التنافسية: هي مجموعة المهارات والموارد التي تستطيع الجامعة تنسيقها واستثمارها بهدف تحقيق الأفضلية على الجامعات الأخرى واستقطاب الطلبة وذويهم للخدمات التي توفرها هذه الجامعة من التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، لتضمن لها الوفاء بالرسالة التي أنشئت من أجلها.

مبررات الميزة التنافسية للجامعة:

أهم المبررات التي دفعت الجامعة إلى الاهتمام بالميزة التنافسية الآتي:

- سرعة التغييرات الحاصلة في الاقتصاد العالمي أصبح من الضروري انتهاز سبيل التنافسية من أجل تحقيق هدف البقاء والاستمرارية.

- انتشار ظاهرة العولمة أدى إلى إيجاد بيئة تنافسية عالمية (زيتون، 2008، 101).

- كون الجامعات إحدى أهم منظمات الأعمال التي لا بد لها من التحول إلى الميزة التنافسية كأساس للنجاح من خلال تطوير أساليبها الإدارية، وتوفير مناخ تنظيمي ملائم يدفع العاملين للابتكار والتميز.

- ظهور مفهوم اقتصاد المعرفة المرتكز على الموارد المعرفية أكثر من الموارد المالية، ومن ثم أصبح نجاح الجامعة يتوقف على توافر الخبراء الذين يمتلكون المعرفة والخبرة والذين هم نتاج الجامعة (الصالح، 2012، 83).

- ظهور توجهات استراتيجية في الفكر الإداري والتي تبحث عن التميز والتفوق وبناء سمعة ومكانة أكاديمية للجامعة والتي يؤدي تطبيقها داخل الجامعة إلى تحقيق مقومات الميزة التنافسية؛ وهو ما يضمن لها استمرار المنافسة مع المؤسسات الأكاديمية الأخرى (ويج، 2013، 24).

- ظهور المعايير الدولية والتصنيفات العالمية التي فرضتها ثقافة عولمة التعليم العالي (قشقش، 2014، 47).

يتضح مما سبق أنّ هذه المبررات شكلت تحديات كبيرة أمام الجامعة وألزمته مواكبة التطور وإحداث التغيير الفعال في عملياتها من أجل تحقيق الكفاءة والفاعلية والسرعة في الأداء والإنجاز للوصول للجودة المطلوبة تحقيقاً للميزة التنافسية في إطار التغييرات العالمية الحاصلة.

خصائص الميزة التنافسية:

تمثل الميزة التنافسية القاعدة الأساسية التي يرتكز عليها أداء الجامعة؛ تمثل الميزة التنافسية القاعدة الأساسية التي يرتكز عليها أداء الجامعة؛ مؤسسة خصائص معينة تتبع من داخل المؤسسة، وتضمن بها تميزها وإيجاد قيمة إضافية لها عن باقي منافسيها في المجال نفسه، بما يؤدي إلى تفوقها وتفردها في الحاضر والمستقبل وعلى المدى الطويل. ومن أهم الخصائص التي تتمتع بها الميزة التنافسية للمؤسسات ما يلي (طاهر، الغالبي، ووائل إدريس، 2009، 310):

- أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المنظمة سبق على المستوى الطويل.

- أن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة.
- أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المنظمة الداخلية من جهة أخرى.

- أن تكون مرنة بمعنى إمكانية إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر .
- أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي ترى المنظمة تحقيقها.
أهمية الميزة التنافسية:

ويؤكد ستيفينسون (4, 2007) بأن الميزة التنافسية تهدف عملياً على مقابلة الحاجات والرغبات المتعلقة بالمستفيدين، ويمكن إيجاز أهمية الميزة التنافسية للجامعات فيما يلي:
- تمثل الميزة التنافسية مؤشراً إيجابياً نحو توجه الجامعة لاحتلال موقع قوي بين منافسيها.
- تعد الميزة التنافسية عاملاً جوهرياً لعمل المؤسسات والجامعات على اختلاف أنواعها وإنتاجها.
- تكون الميزة التنافسية مهمة من خلال اعتبارها سلاحاً تنافسياً أساسياً لمواجهة تحديات الجامعات المنافسة.

- تمثل الميزة التنافسية معياراً مهماً لتحديد الجامعات الناجحة عن غيرها.
- أهمية موقع الميزة التنافسية.

أبعاد الميزة التنافسية بالجامعات:

تناولت العديد من الأدبيات السابقة أبعاد الميزة التنافسية، فمنها (خليل، 2019، 133) :

البعد الأول- الجودة: حيث يرتبط مفهوم الجودة بالتميز ارتباطاً وثيقاً

البعد الثاني: التكلفة: التكلفة المنخفضة العامل الحاسم في مدى استمرار وبقاء ونجاح الجامعة.

البعد الثالث- المرونة: تتعلق المرونة بمدى تكيف الجامعة مع التغيرات الحاصلة في البيئة.

البعد الرابع- التسليم: يعد التسليم بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين الجامعات.

البعد الخامس- الإبداع: يعد الإبداع من أهم ركائز بناء المزايا التنافسية.

مؤشر تنافسية الجامعات اليمنية:

دخلت العديد من منظمات التعليم العالي اليمنية سواء الحكومية أو الأهلية، في التصنيف حيث كان التصنيف الأول على المستوى المحلي من نصيب جامعة العلوم والتكنولوجيا، كجامعة أهلية في اليمن، بحصولها على المستوى العالمي بمستوى (3680) كما حصلت على المركز الثاني على المستوى المحلي جامعة صنعاء، كجامعة حكومية، وتصنيف عالمي (7626)، وكان آخر تصنيف لمنظمات التعليم العالي اليمنية على المستوى المحلي من نصيب جامعة السعيدة، وتصنيف عالمي (26123)، وذلك من بين (25) جامعة حكومية وأهلية يمنية دخلت في التصنيف العالمي (ويبومتر كس) (Webometrics2017) ؛ إذ إن خروج معظم منظمات التعليم العالي العربية من التصنيفات العالمية أو حصولها على مراكز متأخرة، ومنها منظمات التعليم العالي اليمنية، يعد

مؤشراً يلفت النظر لإعادة النظر في أوضاع تعليمنا الجامعي على وجه العموم، ويؤكد ذلك ما توصلت إليه الدراسات والبحوث حول تعليمنا الجامعي من تركيز منظمات التعليم العالي علي وظيفتها التعليمية وإغفال وظيفة إنتاج المعرفة الجديدة، وأهمها البحث العلمي من حيث: انفصال البحوث العلمية الجامعية عن المشكلات الحقيقية التي تعاني منها البيئة المحيطة، ونقص التمويل اللازم للبحث العلمي، واعتماده على الجهود الفردية لأعضاء هيئة التدريس، وبعض المراكز البحثية داخل منظمات التعليم العالي، وغياب دور القطاع الخاص في دعم البحث العلمي الجامعي، وضعف قنوات الاتصال بين منظمات التعليم العالي المحلية والخارجية، وغيرها من الأسباب، التي رصدتها العديد من التقارير مثل تقرير اليونسكو عن التعليم لعام(2010) وتقارير المعرفة العربية الصادرة عن برنامج الأمم المتحدة، وكذلك تقارير التنمية الإنسانية وغيرها من التقارير (صلاح، 2015).

رابعاً- إجراءات البحث الميدانية:

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي المسحي: لمعرفة مستوى موافقة الخبراء المشاركين في البحث على أهمية دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية وتشخيصها.

مجتمع البحث وعينته:

بناءً على طبيعة البحث وأهدافه تكون مجتمع البحث من جميع الخبراء من القيادات الأكاديمية والإدارية من المشاركين في جولات دلفي المعدل والمسئولة عن مؤسسات التعليم العالي، وفي ضوء طبيعة البحث وأهدافه المستقبلية، فقد تم اتباع أسلوب دلفي؛ كونه يركز على استشراف الدراسات المستقبلية والاعتماد على موافقة خبراء متخصصين بهدف الحكم على مستوى المجالات التي تحتوي عليها الأداة ولتحقيق ذلك تم اختيار عينة مقصودة من الخبراء المتخصصين بلغت (26) خبيراً.

أداة البحث:

تم استخدام الاستبانة أداة للبحث للحصول على المعلومات والبيانات من خلال تعبئتها من قبل عينة الخبراء.

خامساً: عرض النتائج ومناقشتها:

1- عرض النتائج على مستوى الأداة ككل:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال العام للبحث المتمثل: ما دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية

جدول (1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لاستجابات الخبراء المشاركين حول مجالات الأداة ككل

المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
4	1	2.44	.70	81%	مرتفعة
5	2	2.41	.78	80%	مرتفعة
3	3	2.39	.76	80%	مرتفعة
2	4	2.37	.80	79%	مرتفعة
1	5	2.35	.82	78%	مرتفعة
الإجمالي		2.39	.77	80%	مرتفعة

يتضح من الجدول (1): أنّ نسبة الموافقة حول دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية، كما جاءت في استجابة الخبراء بشكل عام (مرتفعة)، بدلالة المتوسط الحسابي إجمالي (2.39) وانحراف معياري (0.77)، ووزن نسبي بلغ (80%) وبدلالة لفظية (مرتفعة)؛ حيث حصل مجال الشراكة المؤسسية على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي إجمالي (2.44) وانحراف معياري إجمالي (0.70) ووزن نسبي (81%) وبدلالة لفظية (مرتفعة) في حين حصل مجال المسؤولية الاجتماعية على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي إجمالي (2.41) وانحراف معياري إجمالي (0.78) ووزن نسبي (80%) وبدلالة لفظية (مرتفعة) يليه في المرتبة الثالثة مجال الجودة والتميز بمتوسط حسابي إجمالي (2.39) وانحراف معياري إجمالي (0.76) ووزن نسبي (80%) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، واحتل مجال المناخ التنظيمي المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي إجمالي (2.37) وانحراف معياري إجمالي (0.80) ووزن نسبي (79%) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، في حين كانت المرتبة الخامسة والأخيرة من نصيب مجال القيادة المؤسسية بمتوسط حسابي إجمالي (2.35) وانحراف معياري إجمالي (0.82) ووزن نسبي (78%) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، ويلاحظ انسجام آراء الخبراء واتفاق وجهات نظرهم بدرجة مرتفعة، ويتضح أنها متقاربة بشكل كبير في مستوى الموافقة ولا يوجد تفاوت بينها من وجهة نظر الخبراء، وهذا يدل على إجماع الخبراء على دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية، وقد يُعزى ذلك إلى إدراك الخبراء لأهمية مجالات الأداة المتمثلة بالقيادة المؤسسية والمناخ التنظيمي، الجودة والتميز والشراكة والمسؤولية الاجتماعية وأنّ التفاوت بدرجة محدودة بين كل مجال والآخر، ما يشير إلى أنّ هناك مستوى جيداً لتقييم لعناصر الميزة التنافسية المحددة في أداة الدراسة.

2- عرض النتائج على مستوى كل مجال :

أ- النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الأول للبحث المتمثل: ما دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية في مجال الشراكة المؤسسية:

جدول (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لاستجابات الخبراء المشاركين حول مجال الشراكة المؤسسية

م	الفقرة	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة اللفظية
15	تتوفر خطة لتسويق الخدمات المقدمة من الجامعة لسوق العمل.	1	2.59	.63	86%	مرتفعة
4	يتم تفعيل عضوية الجامعة في المنظمات والهيئات ذات العلاقة.	2	2.48	.74	83%	مرتفعة
11	تتم متابعة ما ينشر عن الجامعة عبر الوسائل الإعلامية وقنوات التواصل الاجتماعي	3	2.48	.69	83%	مرتفعة
2	تعقد حلقات نقاشية مع منظمات المجتمع وأرباب العمل وأولياء أمور الطلبة حول أداء الجامعة.	4	2.45	.69	82%	مرتفعة
10	يتم تبادل الزيارات واللقاءات الدورية مع الجهات ذات العلاقة	5	2.45	.74	82%	مرتفعة
12	تتم المتابعة المستمرة للمشروعات التي تنفذها الجامعة.	6	2.41	.83	80%	مرتفعة
3	يتم إصدار وطباعة تقويم سنوي بأنشطة الجامعة وإنجازاتها.	7	2.38	.86	79%	مرتفعة
7	يتم الترويج لأنشطة الجامعة المستقبلية عبر الوسائل الإعلامية والمواقع الإلكترونية	8	2.38	.82	79%	مرتفعة
9	يتم إعداد دراسات استطلاعية لاستطلاع آراء المستفيدين حول خدمات الجامعة.	9	2.38	.82	79%	مرتفعة
13	يتم التسريع في اعتماد نتائج ومخرجات الجامعة من الجهات ذات العلاقة محليًا ودوليًا	10	2.38	.82	79%	مرتفعة
16	تحظى الجامعة بسمعة أكاديمية ممتازة في أوساط المجتمع.	11	2.38	.82	79%	مرتفعة
6	يتوفر ملتقى أكاديمي لمناقشة قضايا مؤسسات التعليم العالي.	12	2.34	.86	78%	متوسطة
14	يتم النشر الإعلامي المتنوع لأعمال الجامعة (تلفزيوني، إذاعي، صحافي، إلكتروني)	13	2.34	.86	78%	متوسطة
1	تتوفر مطويات دعائية ورقية وإلكترونية (شهرية، دورية) عن أنشطة الجامعة وفعاليتها.	14	2.28	.88	76%	متوسطة
8	يتم التعريف بمكانة الجامعة من خلال مشاركة المستفيدين في الفعاليات الجامعية المختلفة.	15	2.28	.92	76%	متوسطة
5	يتم تصميم ونشر إعلانات تعريفية عن الجامعة في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية	16	2.24	.95	75%	متوسطة
	الإجمالي		2.44	.70	81%	مرتفعة

يتضح من الجدول رقم (2) أنَّ مستوى موافقة الخبراء المشاركين الإجمالية لمجال الشراكة المؤسسية، كانت بدرجة مرتفعة، حيث حصل على المرتبة الأولى بلغت نسبة الموافقة الإجمالية (81%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً وبمتوسط حسابي إجمالي (2.44) وانحراف معياري إجمالي بلغ (0.70). من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات، تفاوت مستوى موافقة الخبراء المشاركين نحو فقرات مجال الشراكة المؤسسية، حيث تراوحت نسبة الموافقة الإجمالية لها بين (75%، 86%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً كما تراوح المتوسط حسابي لها بين (2.24-2.59) وانحراف معياري تراوح بين (0.63-0.95) وبدلالة لفظية (مرتفعة) من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات حيث حصلت الفقرة رقم (15) والتي تنص على "تتوفر خطة لتسويق الخدمات المقدمة من الجامعة لسوق العمل." على نسبة موافقة مرتفعة بلغت (86%) وبمتوسط حسابي (2.59) وانحراف معياري (0.63) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، واحتلت الفقرة رقم (4) والتي تنص على (يتم تفعيل عضوية الجامعة في المنظمات والهيئات ذات العلاقة). المرتبة الثانية ونسبة موافقة مرتفعة بلغت (83%) وبمتوسط حسابي (2.48) وانحراف معياري (0.74) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، وجاءت الفقرة رقم (11) والتي تنص على "تتم متابعة ما ينشر عن الجامعة عبر الوسائل الإعلامية وقنوات التواصل الاجتماعي" بالمرتبة الثالثة بنسبة موافقة بلغت (83%) وبمتوسط حسابي (2.48) وانحراف معياري (0.69) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، في حين احتلت الفقرتين رقم (1،8) والتي تنص على "تتوفر مطويات دعائية ورقية وإلكترونية (شهرية، دورية) عن أنشطة الجامعة وفعاليتها." و"يتم التعريف بمكانة الجامعة من خلال مشاركة المستفيدين في الفعاليات الجامعية المختلفة" المرتبة الثانية وقبل الأخيرة على التوالي بنسبة موافقة متوسطة بلغت (76%) وبمتوسط حسابي (2.28) على التوالي وانحراف معياري (0.88، 0.92) على التوالي وبدلالة لفظية متوسطة، واحتلت الفقرة رقم (5) المرتبة الأخيرة بنسبة موافقة متوسطة (2.24) وتنص على "يتم تصميم ونشر إعلانات تعريفية عن الجامعة في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية" بمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري (0.95)، ونسبة موافقة (75%) وبدلالة متوسطة ويعزى ذلك إلى إدراك عينة الخبراء ضرورة توفر خطة لتسويق الخدمات المقدمة من الجامعة لسوق العمل وتفعيل عضوية الجامعة في المنظمات والهيئات ذات العلاقة ومتابعة ما ينشر عن الجامعة عبر الوسائل الإعلامية وقنوات التواصل الاجتماعي عقد حلقات نقاشية مع منظمات المجتمع وأرباب العمل وأولياء أمور الطلبة حول أداء الجامعة وتبادل الزيارات واللقاءات الدورية مع الجهات ذات العلاقة والمتابعة المستمرة للمشروعات التي تنفذها الجامعة ما يشير إلى الحاجة إلى تطوير نظام للتواصل بين الطلبة والعاملين والمجتمع والجهات ذات العلاقة وتعزيز استخدامها من أجل تحقيق الميزة التنافسية.

ب- النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي للبحث المتمثل: ما دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية في مجال المسؤولية الاجتماعية:

جدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لاستجابات الخبراء المشاركين حول مجال المسؤولية الاجتماعية

م	الفقرة	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة اللفظية
19	تحرص الجامعة على الدخول في التصنيفات الدولية والإقليمية.	1	2.92	.75	97%	مرتفعة
5	تدعم الأنشطة الأكاديمية الموجهة نحو الاهتمام بسلامة البيئة.	2	2.79	.74	93%	مرتفعة
17	تحرص الجامعة على تقديم صورة إيجابية عنها لدى أفراد المجتمع.	3	2.59	.68	86%	مرتفعة
4	توجه أنشطة الجامعة الأكاديمية والمهنية في خدمة المجتمع.	4	2.48	.74	83%	مرتفعة
6	تتوافق رسالة الجامعة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع.	5	2.48	.83	83%	مرتفعة
3	تشجع الجامعة أفراد المجتمع على استخدام مرافقها الجامعية	6	2.45	.74	82%	مرتفعة
14	تعزز الجامعة ارتباطها بالمجتمع من خلال المؤتمرات والندوات وورش العمل والبحوث التطبيقية.	7	2.45	.74	82%	مرتفعة
16	تشارك الجامعة الأطراف المجتمعية المختلفة في توفير فرص عمل للخريجين.	8	2.45	.74	82%	مرتفعة
1	تشارك الجامعة في المجالس المحلية عند تحديد احتياجات التنمية المجتمعية.	9	2.41	.78	80%	مرتفعة
7	تلتزم الجامعة بتوفير فرص تعليمية متكافئة لأفراد المجتمع	10	2.41	.83	80%	مرتفعة
13	تحرص على تشجيع مؤسسات المجتمع المدني للاستعانة بخدمات واستشارات أعضاء هيئة التدريس.	11	2.41	.78	80%	مرتفعة
18	تشارك الجامعة بفاعلية في المناسبات الدينية والوطنية.	12	2.41	.83	80%	مرتفعة
8	تتسم الأنظمة والإجراءات بالمرونة بما يواكب التغير في البيئة المجتمعية.	13	2.34	.86	78%	مرتفعة
2	تستحدث الجامعة برامج تعليمية في ضوء متطلبات التنمية المجتمعية.	14	2.31	.89	77%	متوسطة
11	توفر قاعدة بيانات مكتملة عن احتياجات سوق العمل من خريجي الجامعة.	15	2.31	.89	77%	متوسطة
15	المجتمع	16	2.31	.89	77%	متوسطة
12	تحرص الجامعة على استطلاع ثقة المجتمع في خدماتها ومخرجاتها.	17	2.28	.92	76%	متوسطة
9	تعتمد الجامعة سياسة بحثية مرتبطة بأولويات التنمية المجتمعية.	18	2.24	.95	75%	متوسطة
10	توفر آلية لمتابعة خريجي الجامعة في مواقع سوق العمل.	19	2.21	.98	74%	متوسطة
	الإجمالي		2.41	.78	80%	مرتفعة

يتضح من الجدول رقم (3) أن مستوى موافقة الخبراء المشاركين الإجمالية لمجال المسؤولية الاجتماعية، كانت بدرجة مرتفعة، حيث حصل على المرتبة الثانية وبلغت نسبة الموافقة الإجمالية

(80%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً وبمتوسط حسابي إجمالي (2.41) وانحراف معياري إجمالي بلغ (0.78) من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات، تفاوت مستوى موافقة الخبراء المشاركين نحو فقرات مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث تراوحت نسبة الموافقة الإجمالية لها بين (74%-97%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً كما تراوح المتوسط حسابي لها بين (2.21-2.92) وانحراف معياري تراوح بين (0.74-0.98) وبدلالة لفظية (مرتفعة) من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات؛ حيث حصلت الفقرة رقم (19) والتي تنص على " تحرص الجامعة على الدخول في التصنيفات الدولية والإقليمية." على المرتبة الأولى بنسبة موافقة مرتفعة بلغت (97%) وبمتوسط حسابي (2.92) وبانحراف معياري (0.75) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، واحتلت الفقرة رقم (5) والتي تنص على (تدعم الأنشطة الأكاديمية الموجهة نحو الاهتمام بسلامة البيئة). المرتبة الثانية وبنسبة موافقة مرتفعة بلغت (93%) وبمتوسط حسابي (2.79) وبانحراف معياري (0.74) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، وجاءت الفقرة رقم (17) والتي تنص على " تحرص الجامعة على تقديم صورة إيجابية عنها لدى أفراد المجتمع." بالمرتبة الثالثة بنسبة موافقة (86%) وبمتوسط حسابي (2.59) وبانحراف معياري (0.69) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، في حين احتلت الفقرات رقم (2، 11، 15، 10، 9، 12) المراتب الخمس الأخيرة على التوالي بنسبة موافقة متوسطة تراوحت بين (74%-77%) على التوالي وبمتوسط حسابي تراوح بين (2.21 - 2.31) وبانحراف معياري تراوح بين (0.95-0.98) على التوالي وبدلالة لفظية متوسطة، ويعزى ذلك إلى إدراك عينة الخبراء أهمية احترام الجامعات للمجتمع وتوافق رسالتها وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع، وكذلك التوجه نحو توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع إسهاماً منها بالتقليل من مشكلة البطالة وزيادة مستوى الدخل وتحسين المعيشة وإقامة علاقات طيبة معهم، وهذا من أجل تقديم أفضل الخدمات التي تلبي رغبات واحتياجات أفراد المجتمع، ما يمكنها من تعزيز ممارساتها الداعمة للميزة التنافسية، ويعني هذا كلما تزيد المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والبيئة كلما تزيد الميزة التنافسية من خلال الاهتمام الكبير بتوفير احتياجات ورغبات أفراد المجتمع، وتحقيق صورة ذهنية جيدة، من أجل الحصول على مكانة مرموقة حالياً ومستقبلياً؛ وهو ما يعزز مركزها التنافسي.

ج- النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي للبحث المتمثل: ما دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية في مجال الجودة والتميز

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لاستجابات الخبراء المشاركين حول مجال الجودة والتميز

م	الفقرة	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة اللفظية
7	تحرص الجامعة على استقطاب الكفاءات التدريسية المتميزة.	1	2.48	.74	%83	مرتفعة
12	تشرك العاملين في وضع معايير تقويم الأداء الأكاديمي.	2	2.45	.78	%82	مرتفعة
13	تساعد العاملين في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها بسرعة.	3	2.45	.74	%82	مرتفعة
5	تفتح الجامعة قنوات من التواصل مع خريجها.	4	2.41	.87	%80	مرتفعة
14	تحرص على التواصل مع منظمات داعمة لتبادل الخبرات.	5	2.41	.78	%80	مرتفعة
1	تولي الجامعة أهمية كبيرة لترسيخ قيم الولاء لدى أفرادها.	6	2.38	.90	%79	مرتفعة
2	تحرص الجامعة على تحقيق مستوى عالٍ من رضا المستفيدين.	7	2.38	.82	%79	مرتفعة
3	تحرص الجامعة على تعزيز الشعور بالانتماء المؤسسي نحوها.	8	2.38	.86	%79	مرتفعة
6	توفر الجامعة بيئة أكاديمية مناسبة لجذب الطلبة إليها.	9	2.38	.86	%79	مرتفعة
8	تدعم مشاركة الهيئة التدريسية في المؤتمرات العلمية.	10	2.38	.86	%79	مرتفعة
9	تستثمر الجامعة قدرات العاملين في تعزيز مزاياها التنافسية.	11	2.31	.89	%77	متوسطة
4	تمتلك الجامعة القدرة على التأثير الإيجابي في أفرادها.	12	2.28	.96	%76	متوسطة
11	تعتمد نظام مكافآت وفقا للتميز في الأداء الأكاديمي	13	2.28	.88	%76	متوسطة
10	تشرك قيادة الجامعة العاملين في صناعة القرار	14	2.17	.97	%72	مرتفعة
	الإجمالي		2.39	.76	%80	

يتضح من الجدول رقم (4) أن مستوى موافقة الخبراء المشاركين الإجمالية لمجال الجودة والتميز، كانت بدرجة مرتفعة، حيث حصل على المرتبة الثالثة بلغت نسبة الموافقة الإجمالية (82%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً وبمتوسط حسابي إجمالي (2.39) وانحراف معياري إجمالي بلغ (0.76). من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات، تفاوت مستوى موافقة الخبراء المشاركين نحو فقرات مجال الجودة، حيث تراوحت نسبة الموافقة الإجمالية لها بين (72%-83%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً كما تراوح المتوسط حسابي لها بين (2.17-2.48) وانحراف معياري تراوح بين (0.74-0.97) وبدلالة لفظية (مرتفعة) من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات حيث حصلت الفقرة رقم (7) والتي تنص على "تحرص الجامعة على استقطاب الكفاءات التدريسية المتميزة." المرتبة الأولى بنسبة موافقة مرتفعة بلغت (83%) وبمتوسط حسابي (2.48) وبانحراف معياري (0.74) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، واحتلت الفقرة رقم (12) والتي تنص على (تشرك العاملين في وضع معايير تقييم الأداء الأكاديمي). المرتبة الثانية بنسبة موافقة مرتفعة بلغت (82%) وبمتوسط حسابي (2.45) وبانحراف معياري (0.78) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، وجاءت الفقرة رقم (13) والتي تنص على "تساعد العاملين في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها بسرعة." بالمرتبة الثالثة بنسبة موافقة بلغت (%) وبمتوسط حسابي (2.45) وبانحراف معياري (0.74) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، واحتلت الفقرات رقم (4، 9، 11، 10) المراتب الأربع الأخيرة بنسبة موافقة متوسطة بلغت (72%-77%) على التوالي وبمتوسط حسابي (2.31، 2.28، 2.28، 2.17) على التوالي وبانحراف معياري (0.89، 0.96، 0.88، 0.97) على التوالي وبدلالة لفظية متوسطة، ويعزى ذلك إلى إدراك عينة الخبراء أن مواجهة حدة التنافس لا تتم إلا من خلال البحث المستمر عن مستوى أفضل من الجودة مع تكلفة أقل، اعتماد الجامعات وسعيها إلى تطبيق الجودة التميز وتبني استراتيجية واضحة لضمان الجودة في أنشطتها المختلفة واستقطاب الكفاءات التدريسية وإشراك العاملين في وضع معايير تقييم الأداء الأكاديمي، ورفع نظام الحوافز والأجور للعاملين في الجامعة، وتبني المنهجية في توظيف الكفاءات الإدارية وفقاً لقدراتهم ومؤهلاتهم العلمية والعملية للعمل في الدوائر المختلفة بالجامعة وأن تطبق الجامعة نظام الكادر الموحد للجامعات ما يسهم في تشكيل سمعة طيبة للميزة التنافسية للجامعة.

د-النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي للبحث المتمثل: ما دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية في مجال المناخ التنظيمي

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لاستجابات الخبراء المشاركين حول مجال المناخ التنظيمي

م	الفقرة	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة اللفظية
2	تطور البرامج الدراسية بما يلبي حاجات سوق العمل.	1	2.41	.83	%80	مرتفعة
6	تستقطب إدارة الجامعة الطلبة المتفوقين في الثانوية العامة.	2	2.41	.78	%80	مرتفعة
1	تتصف البرامج الأكاديمية المتوفرة لدى الجامعة بالتنوع والتميز	3	2.38	.86	%79	مرتفعة
5	توضع حوافز ملائمة لاستقطاب الخبرات الأكاديمية والإدارية المتميزة.	4	2.38	.90	%79	مرتفعة
8	تهتم إدارة الجامعة بجودة الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي وتعمل على تطويرها باستمرار	5	2.38	.86	%79	مرتفعة
7	يمتلك خريجو الجامعة الكفاءة اللازمة التي يتطلبها سوق العمل.	6	2.34	.90	%78	مرتفعة
9	تقوم إدارة الجامعة بتطوير كفاءة أعضاء الهيئة التدريسية للارتقاء بمستوى أدائهم وتميزهم.	7	2.34	.86	%78	مرتفعة
10	تتبنى الجامعة مبدأ الجودة مسؤولية الجميع في مختلف أنشطتها.	8	2.34	.86	%78	مرتفعة
4	تقوم إدارة الجامعة بدراسات استطلاعية مستمرة للتعرف على احتياجات المجتمع من البرامج التعليمية المختلفة.	9	2.28	.96	%76	متوسطة
3	تتيح إدارة الجامعة فرص ابتعاث للأكاديميين المتميزين في العمل لاستكمال دراستهم العليا.	10	2.24	.95	%75	متوسطة
	الإجمالي		2.37	.80	%79	مرتفعة

يتضح من الجدول رقم (5) أن مستوى موافقة الخبراء المشاركين الإجمالية لمجال المناخ التنظيمي، وكانت بدرجة مرتفعة، حيث حصل على المرتبة الرابعة بلغت نسبة الموافقة الإجمالية (80%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً وبمتوسط حسابي إجمالي (2.37) وانحراف

معياري إجمالي بلغ (80). من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات، تفاوت مستوى موافقة الخبراء المشاركين نحو فقرات مجال المناخ التنظيمي، وبدرجة مرتفعة، حيث تراوحت نسبة الموافقة الإجمالية لها بين (75%-80%) من إجمالي استجابات الخبراء البالغ عددهم (26) خبيراً كما تراوح المتوسط حسابي لها بين (2.41-2.24) وانحراف معياري تراوح بين (0.78-0.95). من وبدلالة لفظية (مرتفعة) من إجمالي الاستجابات على جميع المجالات حيث حصلت الفقرة رقم (2) والتي تنص على "تطور البرامج الدراسية بما يلبي حاجات سوق العمل" على المرتبة الأولى بنسبة موافقة مرتفعة بلغت (80%) وبمتوسط حسابي (2.41) وانحراف معياري (0.83) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، واحتلت الفقرة رقم (6) والتي تنص على (تستقطب إدارة الجامعة الطلبة المتفوقين في الثانوية العامة). المرتبة الثانية ونسبة موافقة مرتفعة بلغت (80%) وبمتوسط حسابي (2.41) وانحراف معياري (0.78) وبدلالة لفظية (مرتفعة)، وجاءت الفقرات رقم (1، 5، 8) بالمرتبة الثالثة بنسبة موافقة متوسطة بلغت (79%-80%) وبمتوسط حسابي (2.38) وانحراف معياري (0.86)، (0.90) على التوالي وبدلالة لفظية (مرتفعة)، وحصلت الفقرة رقم (4) التي تنص على: (تقوم إدارة الجامعة بدراسات استطلاعية مستمرة للتعرف على احتياجات المجتمع من البرامج التعليمية المختلفة) المرتبة قبل الأخيرة بنسبة موافقة متوسطة بلغت (76%) وبمتوسط حسابي (2.28) وانحراف معياري (0.96) وبدلالة لفظية متوسطة، وكانت المرتبة الأخيرة من نصيب الفقرة رقم (3) التي تنص على: "حيث حصلت على نسبة موافقة بلغت (75%) وبمتوسط حسابي (2.24)، وانحراف معياري (0.95)، وبدلالة لفظية متوسطة ويعزى ذلك إلى إدراك عينة الخبراء ان تطوير البرامج الدراسية وجودة الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي تطويرها باستمرار بما يلبي حاجات سوق العمل واستقطاب الطلبة المتفوقين في الثانوية العامة وتقديم برامج أكاديمية تتصف بالنوعية والتميز واعتماد حوافز ملائمة لاستقطاب الخبرات الأكاديمية والإدارية المتميزة تحقق للجامعات الميزة التنافسية.

هـ - النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي للبحث المتمثل: ما دور السمعة الأكاديمية في

تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية في مجال القيادة المؤسسية

جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لاستجابات الخبراء المشاركين حول مجال القيادة المؤسسية

م	الفقرة	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة اللفظية
3	تحدد الجامعة أهدافاً بعيدة المدى لتحقيق ميزتها التنافسية.	1	2.55	.63	85%	مرتفعة
9	ترك قيادة الجامعة أن تميز الأداء يتحقق بتكامل وحداتها الداخلية.	2	2.55	.69	85%	مرتفعة
10	تقوم الجامعة بمراجعة أنشطتها وعملياتها بشكل دوري بهدف التحسين والتميز المؤسسي.	3	2.52	.74	84%	مرتفعة
6	تتبنى قيادة الجامعة مبادئ الشفافية والمساءلة.	4	2.45	.78	82%	مرتفعة
11	تعطي قيادة الجامعة اهتماماً كبيراً للأفكار الابتكارية التي يقدمها منتسبوها.	5	2.45	.83	82%	مرتفعة
15	يسمح الهيكل التنظيمي للجامعة باستحداث وحدات وإدارات إذا دعت الحاجة إلى ذلك.	6	2.45	.78	82%	مرتفعة
1	تتبنى الجامعة استراتيجية تحقق لها استثمار أفضل للموارد المتاحة.	7	2.41	.87	80%	مرتفعة
5	توفر قيادة الجامعة مناخاً يحفز على المنافسة البناءة بين أفرادها.	8	2.41	.83	80%	مرتفعة
7	تهتم قيادة الجامعة بالموارد البشرية بوصفها أصول استراتيجية.	9	2.41	.83	80%	مرتفعة
12	تمتلك الجامعة توجهات حقيقية لدخول مجالات أكاديمية جديدة للمنافسة.	10	2.41	.78	80%	مرتفعة
16	تتمتع الجامعة بنوع من الاستقلال المؤسسي، والحرية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس.	11	2.41	.83	80%	مرتفعة
4	تشجع قيادة الجامعة الاتصال المباشر وغير المباشر بينها وبين منتسبي الجامعة.	12	2.38	.86	79%	مرتفعة
17	تهتم قيادة الجامعة ببناء ميزة تنافسية تدعم مستقبلها ومكانتها العلمية والبحثية.	13	2.38	.90	79%	مرتفعة
18	تلتزم قيادة الجامعة بمبادئ الحوكمة في تنفيذ مهامها وفي علاقاتها مع المؤسسات الأخرى.	14	2.38	.86	79%	مرتفعة
2	تتسجم رؤية الجامعة مع التوجهات الاستراتيجية الوطنية.	15	2.34	.90	78%	مرتفعة
8	تحرص قيادة الجامعة على معرفة إمكانات المؤسسات المنافسة لها باستمرار.	16	2.34	.86	78%	مرتفعة
13	تقدم الجامعة الترقيات والمكافئات بناء على الإبداع والتميز.	17	2.31	.89	77%	متوسطة
14	تنظر قيادة الجامعة للمشكلات التي تواجهها على أنها فرص للتحسين والتطوير.	18	2.28	.92	76%	متوسطة
	الإجمالي		2.35	.82	78%	مرتفعة

يلاحظ من الجدول (6) أن دور السمعة الأكاديمية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية كما يراها عينة الخبراء في مجال القيادة المؤسسية بشكل عام (مرتفعة)، حيث حصل على المرتبة الخامسة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.35)، والانحراف المعياري الذي بلغ (0.82) وبوزن

نسبي (87%)، هو ما يشير إلى إجماع الخبراء على مجال القيادة المؤسسية وقد يُعزى ذلك إلى إدراك الخبراء أهمية دور القيادة المؤسسية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات.

ويتضح من الجدول السابق، أن جميع الفقرات عدا الفترتين (13، 14) حصلت على تقديرات متقاربة في نسبة الموافقة (مرتفعة) تراوحت بين (76%-85%)؛ إذ تراوحت تقديرات الخبراء بدلالة المتوسط الحسابي بين (2.34) و(2.55) ويلاحظ انسجام آراء الخبراء واتفاق وجهات نظرهم بنسبة موافقه مرتفعة، ومن ثم لا يوجد تفاوت يذكر بين نسبة الموافقة هذه الفقرات؛ إذ حصلت الفقرة (3) والتي مفادها " تحدد الجامعة أهدافاً بعيدة المدى لتحقيق ميزتها التنافسية." على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.55)، وانحراف معياري (0.63) ووزن نسبي (85%) في حين حصلت الفقرتين (13) والتي مفادها " تقدم الجامعة الترقيات والمكافئات بناء على الإبداع والتميز " تنظر قيادة الجامعة للمشكلات التي تواجهها على أنها فرص للتحسين والتطوير " على المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي (بلغ) (2.31) وانحراف معياري (0.89) وبنسبة موافقة (77%) وبدلالة لفظية (متوسطة)، كما نالت الفقرة (14) والتي مفادها " تنظر قيادة الجامعة للمشكلات التي تواجهها على أنها فرص للتحسين والتطوير. " الترتيب الأخير بدلالة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (2.28)، وانحراف معياري بلغ (0.92)، وبنسبة موافقة (76%)، وهذا يؤكد أهمية مجال القيادة المؤسسية وفقاً لاستجابة الخبراء؛ كونها جاءت بمستوى متقارب، وبدلالة لفظية مرتفعة، ويعزى ذلك إلى إدراك عينة الخبراء أن الجامعات تحقق السمعة الأكاديمية من خلال ما تقدمه للمجتمع، وارتباطها بسوق العمل وبالترقيات والمكافئات، وتعزيز وعي القيادات بأهمية اتخاذ الإجراءات المناسبة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات من خلال الدعم المالي للجامعات، وأهمية الربط بين الجامعات والمجتمع المحلي بما يخدم الصالح العام، وتوجيه الاهتمام ببيئة العمل في الجامعات من خلال وضع أسس ومعايير مناسبة لاختيار القيادات الأكاديمية المؤهلة، وربط التعليم الجامعي بمتطلبات المجتمع واحتياجاته التعليمية والثقافية والمهنية والتنموية، وربطها بواقع المجتمع وقضاياها المختلفة ما يجعلها قادرة على المنافسة.

الاستنتاجات:

في ضوء النتائج التي تمخضت عنها الدراسة الميدانية، يمكن استخلاص عدد من الاستنتاجات أهمها:

1. تسمح المسؤولية الاجتماعية للجامعات من تحسين سمعتها ومركزها وأن المسؤولية الاجتماعية تعتبر استثمار على المدى الطويل يحقق الميزة التنافسية.
2. ضرورة إدماج الجامعات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ضمن رسالتها ورؤيتها الاستراتيجية نظراً لدورها في تحسين سمعتها ومركزها، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية لها.

3. أن السمعة الطيبة للجامعات تأتي من خلال قيامها بدور المسئولية الاجتماعية بوصفها مؤسسة تعليمية للتعامل المجتمع المحلي، وتجنب الأزمات الداخلية مع الطلبة من خلال تحسين مستوى جودة الخدمات التعليمية.
4. أن توفر البرامج الأكاديمية المتميزة واستقطاب الكفاءات التدريسية، وتقديم خدمات تتصف بالجودة يرسم صورة ذهنية طيبة للجامعة تساعد للمنافسة وتحقيق مراكز متقدمة عالمياً ومحلياً.
5. أن تكون صورة الجامعة في الأذهان صورة طيبة، والسعي الدؤوب للوصول لأصحاب المصالح بالجامعة إعلامياً في كل مكان والمنافسة مع الجامعات الأخرى.
6. تلعب القيادة المؤسسية والمناخ التنظيمي للجامعات دوراً في تدعيم العلاقة بين الطلبة والأساتذة والعاملين بالجامعة وبنائها على الأسس السليمة وتحسين صورة الجامعة في المجتمع المحلي والخارجي والمنافسة.
7. . الشراكة المؤسسية من خلال إيجاد قنوات اتصال بين الجامعة وسائر المؤسسات ذات العلاقة معها وكسب ثقتها والتعاون معها والمنافسة في التصنيف العالمي.
8. دور الجامعة في خدمة المجتمع والمساهمة في تطويره وأن المجتمع هو الغاية الأساسية لعمل الجامعة وأنها جزء من المجتمع بجميع تفاعلاته ما يحقق لها السمعة الطيبة للمنافسة.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي تمخضت عنها الدراسة النظرية والدراسة الميدانية، يمكن استخلاص عدد من التوصيات أهمها:
- أن تعزز الجامعات استخدام التقنيات في التعليم، وتوفير فرص التعليم لجميع فئات الطلبة من خلال النظام التعليمي المتبع فيها.
 - أن تعزز الجامعات وتنوع الأساليب التي تتبعها لاستقطاب الطلبة، والاحتفاظ بهم، واعتبار الطالب محور أساسي وشريك للجامعة.
 - أن تحافظ الجامعات على تنوع وتميز البرامج الأكاديمية التي تقدمها للطلبة، وأن تحافظ على جودة الخدمات التعليمية الأساسية والمساندة التي تقدم للطلبة، وتلبي احتياجاتهم،
 - وأن تعزز ارتباطها بالمجتمع من خلال المؤتمرات، وورش العمل، والأنشطة المجتمعية المختلفة.
 - يجب أن تعمل الجامعات على التحقق من تطبيق جميع الوحدات الإدارية فيها لمبادئ الأداء والجودة والتميز.
 - أن تعمل الجامعات على توفير الكفاءات والحوافز للعاملين، ليشجعهم على تطبيق هذه المبادئ، وتقديم خدمات بجودة أفضل.

- أن تعمل قيادة الجامعات على الإعداد الجيد والدقيق للخدمات الجديدة التي تقدمها، لتلبية الاحتياجات وتوقعات الطلبة والمجتمع، وسوق العمل المستقبلية.
- تعزيز التواصل بين مختلف الوحدات الإدارية في الجامعات والجهات المانحة بما يسهم في تطوير وتحسين الخدمات الحالية والمستقبلية.
- أن تعمل الجامعات على انتقاء العاملين فيها بعناية فائقة وتأهيلهم وتدريبهم بشكل جيد لضمان حل المشاكل الإدارية المختلفة التي قد يواجهها بالمستقبل.

المقترحات:

- بعد تحليل نتائج هذه الدراسة ومناقشتها، تم التوصل إلى مجموعة مقترحة من البحوث والدراسات حول موضوع الدراسة وجوانبه المختلفة، والتي يدعو الباحثون ذوي الاختصاص والقائمين على الشؤون الأكاديمية والباحثين القيام بها، والتي منها:
- متطلبات تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية.
- دور مبادئ الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.
- دور الشراكة المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.
- دور ممارسة القيادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية.
- أثر المناخ التنظيمي في الأداء والميزة التنافسية للجامعات اليمنية دراسة ميدانية.

المراجع:

- بزادوغ، دينا، الناظر، ملك، (2015)، مستوى تحقيق رؤساء الأقسام الأكاديمية في الجامعة الأردنية وجامعة البتراء المميّزة التنافسية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة العلوم التربوية، مجلد، (44)، العدد، (4)، ص 141-154 .
- الدرويش، إنعام، (2021)، متطلبات تحقيق الميزة التنافسية للجامعة في ضوء إدارة التغيير من وجهة نظر أعضاء الهيئة التعليمية بجامعة حماة، بحث منشور، مجلة جامعة البعث، المجلد 43، العدد 29، جامعة دمشق.
- الزهيري، إبراهيم عباس. (2018). اليقظة الاستراتيجية مدخل لإدارة التميز لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات التعليمية، مجلة كلية التربية، جامعة سوهاج، مجلد 52، 1-39.
- زيتون، محيا، (2018)، التعليم في الوطن العربي في ظل العولمة وثقافة السوق، رؤية تنموية، ندوة بدائل التنمية العربية، الجمعية العربية لمبحوث الاقتصادية، القاهرة.
- سيد، رحاب، (2016)، قياس رأس المال المعرفي للباحثين بجامعة بني سويف- دراسة تحليلية لتحقيق الميزة التنافسية للجامعة، مجلة علم السعودية، العدد(16).
- شمبي، أماني، (2018)، متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العالمية، رسالة ماجستير غير منشورة، كمية التربية، جامعة المنصورة، القاهرة.
- الصالح، ع (2012). بناء الميزة التنافسية في الجامعات الحكومية السعودية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية.
- العايدي، حاتم علي، (2009)، مشروع تقييم وإعادة هندسة العمليات الإدارية بالجامعة الإسلامية، دورة تدريبية في، نموذج المؤسسة الأوروبية لإدارة الجودة للتميز في التعليم العالي، الجامعة الإسلامية، غزة.
- عباس، طاهر حميد، (2016)، أبعاد التصنيع الرشيق وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة الصناعية، (دراسة ميدانية استطلاعية في معمل نسيج الديوانية)، بحث منشور، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 18، العدد 4، العراق.
- عبد المهدي، محمد عشري حسن (2006)، مناهج ومؤشرات القدرة التنافسية للجامعات العربية"، مؤتمر القدرة التنافسية للجامعات ومؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي المصرية والعربية في إطار اتفاقيات تحليل التجارة الدولية والخدمات، جامعة حلوان، في الفترة من 72 مايو 2006م.
- العتيبي، بدر مبروك، (1435)، تسويق الخدمات الجامعية ودوره في تحسين القدرة التنافسية للجامعات السعودية تصور مقترح لحالة جامعتي أم القرى، وجامعة الملك عبد العزيز، أطروحة دكتوراه غير منشورة، السعودية.

العتيبي، بدر، (2014)، تسويق الخدمات الجامعية ودوره في تحسين القدرة التنافسية للجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، كلية التربية. جامعة أم القرى. السعودية.

عودة، إيمان. (2012)، العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الإلكترونية وسمعة الجامعات، دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الوسط، عمان، الأردن.

العماري، عبد الكريم علي، (2017)، أثر التوجه الاستراتيجي في الميزة التنافسية في الجامعات اليمنية دراسة مقارنة بين الجامعات الحكومية والأهلية اليمنية، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإدارية، جامعة الأندلس، اليمن.

العياصرة. محمود، (2017)، واقع الميزة التنافسية في الجامعات الأردنية الحكومية في ضوء الاتجاهات الإدارية المعاصرة، المجلة التربوية الأردنية، المجلد، (21)، العدد (1). ص ص-211. 179

الغالبى، طاهر محسن، وإدريس، وائل صبحي، (2009)، الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل (ط .) 2 ع مان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع.

الفيهي، منال أحمد علي، (2018)، دور الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات اليمنية،

القاضي، فؤاد، (2012)، التخطيط الاستراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية والمحافظة عليها، مجلة المدير الناجح، العدد، (136)، مصر.

القرشي، ياسر شاكر ياسر، (2017)، تأثير الرشاقة الاستراتيجية في الأداء المؤسسي المستدام، بحث لنيل شهادة الدبلوم العالي في التخطيط الاستراتيجي، جامعة القادسية، العراق.

قشقش، خالد، (2014)، إدارة رأس المال الفكري وعلاقته بتعزيز الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة بقسم إدارة الأعمال، جامعة الأزهر بغزة.

الكبيسي، صلاح الدين، ونوري، سماء طه، (2013)، تأثير مبادئ حلقة القرار (OODA) على خفة الحركة الاستراتيجية، دراسة ميدانية في عدد من مستشفيات مدينة بغداد، مجلة الدنانير، المجلد الأول، العدد الثالث، بغداد، العراق.

ويح، محمد، (2013)، متطلبات تطوير رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات، دراسة ميدانية، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مجلد 24 ، عدد 9 .

المراجع الأجنبية:

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



- Hamidu Aminu Ahmadu, Haron Harashid Md & Amran Azlan, (2015) , "Corporate Social Responsibility", A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives", Mediterranean Journal of social sciences Mcser publishing. Rome-Italy, Vol. (6) No (4).
- Jamie Ressler (2009) , Assessing the impact of university reputation on stakeholder intentions , Journal of General Management Vol. 35 No. 1 Autumn.
- Kufaine, N, (2014). Competitive Strategies in Higher Education: Case of Universities In Malawi, The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention Volum1, issue 7. Pp, 490-499.
- Micheal, s. & Shiner, (2015) , leadership Blind spot: Adult Development, Emotional Intelligence, and leadership-Effectiveness among biotech leadership. Harvard University, in partial.
- Miglė Šontaite(2012), Petkeviciene , The View of Students towards Corporate Reputation of Lithuanian Universities, Organizacju Vadyba, <http://dx.doi.org/10.7720/MOSR.1392-.66.3102.24118>.
- Morin Estelle M. & Audebrans Luc K., (2014) , "Organizational Performance and Meaning of Work: Correcting for Restricted Range".
- Moullin Max, (2007) , "Performance Measurement Definitions Linking Performance Measurement and Organizational Excellence". International Journal of Health Care Quality Assurance, Vol. (20) No (3).
- Porter, M. E 1990. *The competitive advantage of Nations*, New York: The Free Press.
- Rahim Rahizah Abd, Waheeda Farah & TaJuddin Kasmah, (2011) , "The Importance of Corporate Social Responsibility on Consumer Behaviour in Malaysia". Asian Academy of Management Journal. Vol. (16) No. 1.
- Silva, Albert, (2016), what is leadership?, Journal of business studies Quarterly.vol,