

مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

د. عبد الهادي بن محمد عبد الله آل مفلح

أستاذ مساعد – جامعة الإمام "محمد بن سعود" الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال – قسم العلاقات العامة
المملكة العربية السعودية
aalmfleah@imamu.edu.sa

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبانة التي تم توزيعها على النخب الأكاديمية في الجامعات السعودية الذي تم بناءه وفق نموذج Plus RepTrak الذي طوره معهد السمعة الأمريكي وهو في ذاته يعكس نتائج استطلاعات الرأي لمجموعة من الشركات التي تحظى بأفضل سمعة، كما انه يعتمد على افتراض أن سمعة المؤسسات تقوم على الارتباط العاطفي بين المؤسسة وأصحاب المصلحة الإعجاب والثقة والشعور الجيد والتقدير العام. بالإضافة إلى الأبعاد السبعة الرئيسية التي تعكس سمعة المؤسسات وهي: جودة المنتجات والخدمات والابتكار وبيئة العمل الجيدة والحوكمة والمسؤولية الاجتماعية والقيادة والأداء المالي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها إلى أن الجامعات السعودية لديها استقرار مالي وجاءت عبارة الجامعة مستقرة ماليا في الدرجة الأولى جيد يعكس الاستقرار المالي لدى الجامعات السعودية وأن الجامعات السعودية لها سياسات معلنة بشكل واسع مما يعكس بأن الجامعات تسعى بشكل جيد لتحقيق رؤيتها المتسقة مع رؤية المملكة 2030.

الكلمات المفتاحية:

السمعة ، الجامعات السعودية، مكونات السمعة، النخبة الأكاديمية

مقدمة:

تعد السمعة من الأصول غير الملموسة التي تعنى بها المؤسسات في عصرنا الحالي باعتبارها أحد المحاور الاستراتيجية التي تعتمد عليها تلك المؤسسات في مواجهة المنافسة وفرض نفسها في مجال تخصصها بما يتناسب مع البيئة المحيطة ويضمن لها تسويق منتجاتها وخدماتها، ومن بين تلك المؤسسات الجامعات التي أصبحت تنافس بشكل كبير على الارتقاء بسمعتها من خلال رفع مستوياتها عبر التصنيفات العالمية التي حولت معايير جودة الأداء من المعايير المحلية إلى العالمية الأمر الذي فرض عليها إعادة النظر في العناصر والمكونات التي تتلخق تلك السمعة من خلال استقطاب القيادات المبدعة والأساتذة المميزين وتوفير المرافق المناسبة التي تجعل الطالب يختار تلك المؤسسات دون غيرها بناء على سمعتها وفق معيار التصنيف.

وبالتالي أصبحت السمعة والثقة أساس كل شيء في المنتجات أو الأشخاص ، ونتيجة لهذا الاهتمام المتزايد بالسمعة ظهرت تصنيفات متعددة تخضع لها المؤسسات والمنظمات لقياس سمعتها مثل (تصنيف مجلة فورتشن لأشهر 500 شركة على مستوى العالم، وتصنيف أفضل المستشفيات سمعة في الولايات المتحدة الأمريكية، وتصنيف سمعة الجامعات الوطنية الأمريكية).

كما أن الثورة الرقمية اتسعت بشكل كبير وانعكست على كافة المجالات ولم تكن للمؤسسات التعليمية خيار ان تنأى بنفسها عن ذلك الانفتاح الكبير بينها وبين الطلاب والمستفيدين من خدماتها مما دفعها لتقديم خدمات ذات جودة تجذب من خلالها أكبر عدد من الطلاب واستقطاب أعضاء هيئة التدريس المميزين الذين يساهمون في رفع مستوى سمعتها.

وبما أن للجامعات دور كبير في النهوض بالمجتمعات كان لها نصيب أكبر من الرؤية الطموحة ٢٠٣٠ لتحسين مخرجاتها والاستثمار في رأس المال البشري لتكون منارات علم سامقة و قوة ناعمة للمملكة تبذل في البحث والابتكار وتنمية الشراكات المجتمعية. وعطفاً على ذلك اهتمت المؤسسات التعليمية بتلك المكونات التي تساهم في تكوين سمعتها والتي كانت محل هذه الدراسة وهي مقياس Plus RepTrak الذي يعكس ابعاد

معينة في تصورات أصحاب المصلحة الرئيسيين لتلك المؤسسات الذين يستجيبون لإشارات مختلفة أو مدخلات معلوماتية تشكل ردود فعل أصحاب المصلحة، من الإعجاب والثقة وتقدير الذات والمشاعر نحو المنتجات والخدمات والكفاءة المالية والقيادة الإبداعية وبيئية العمل والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة بشكل عام. من هنا جاءت فكرة البحث لقياس تلك المكونات من وجهة نظر النخب الأكاديمية.

مشكلة الدراسة:

تسعى الجامعات السعودية كمثيلاتها على مستوى العالم للتميز والارتقاء بأداءها لتنال سمعة جيدة ، من هنا جاءت إشكالية الدراسة التعرف على مكونات إدارة سمعة المؤسسات التعليمية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة فيما يلي:

- أنها تمثل إضافة علمية في مجال مكونات سمعة المؤسسات الجامعية مما يفتح مجالاً واسعاً للباحثين لإجراء المزيد من البحوث والدراسات لأدبيات البحث العلمي في المجال ذاته.
- تساعد ممارسي العلاقات العامة في الجامعات في مراجعة تلك المكونات للسمعة بما يساهم في استخدامها في تشكيل وإدارة سمعة المؤسسات التعليمية الأمر الذي يساعد ويسهل على الممارسين قياسها وفقاً للممارسة.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مكونات إدارة سمعة المؤسسات التعليمية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية.
- التعرف على العوامل التي يمكن أن تساهم في تحسين وتشكيل سمعة المؤسسات التعليمية.
- الوقوف على المعوقات التي تحد من فعالية مكونات إدارة سمعة المؤسسات التعليمية.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- مفهوم السمعة: تعتبر سمعة المؤسسات الجامعية عبارة عن انعكاس التقييم الذي تحصل عليه المنظمة من قبل اصحاب المصلحة بالإضافة إلى مصداقية تعاملها الذي تعبر به من خلال سياساتها وانظمتها وعملياتها وادائها .
- المسؤولية الاجتماعية: تصف الدور الاجتماعي والانساني و الخيري الذي تلعبه الجامعات في المجتمع.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (الشريبي ، أحمد 2023) وهدفت إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية من طلاب الجامعات الخاصة المصرية قوامها 450 مفردة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأداة الاستبيان. وتوصلت إلى عدة نتائج من أبرزها أهمية تفعيل العلاقات العامة الإلكترونية بالجامعات الخاصة باعتبارها الإدارة المعنية بإدارة العلاقة بين الجمهور والجامعة، وإدارة سمعة الجامعة، والنشر الفوري والآني بجميع وسائل الإعلام. كما أن الموقع الإلكتروني أو صفحات التواصل الاجتماعي للجامعة لها أهمية في تعزيز سمعة الجامعة لدى الجمهور من خلال السرعة والمصداقية في تقديم الأخبار والمعلومات التي تمم الطلاب.¹
2. دراسة (بن سعيدان، هدى 2022) وهدفت إلى التعرف على قياس سمعة الجامعات السعودية وتأثيرها على التصنيف الدولي QS، للكشف عن أبعاد ومصادر تكوين سمعة الجامعات السعودية في إطار تلك التصنيفات العالمية. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية كما استخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال نموذج Rep . Trak Pulse model. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أبرزها أن جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن تهتم بتحسين سمعتها الأكاديمية دائماً في المجتمع المحلي والدولي والعالمي وتهتم بدعم البحث العلمي، حيث بلغت نسبة الأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس في المجلات العلمية بلغ 1085 بحثاً، ويعد من المؤشرات المهمة في قياس سمعة الجامعة.²

3. دراسة (عيسى عبدالباقي 2022) وهدفت إلى التعرف على جودة البوابات الإلكترونية للجامعات العربية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بإدارة سمعتها لدى منسوبي جامعتي طيبة بالمملكة العربية السعودية، وبنى سويف بجمهورية مصر العربية. واعتمدت الدراسة على عدة نماذج ونظريات تتعلق بجودة البوابات الإلكترونية وقياس السمعة في بناء مقاييس متغيرات الدراسة، وتفسير نتائجها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن العلاقة بين جودة البوابات الإلكترونية للجامعات العربية في مختلف أبعادها (جودة الخدمات، جودة المعلومات، جودة التصميم، والتفاعلية) وإدارة سمعة هذه الجامعات يتم من خلال مؤشرات تتعلق بالولاء العاطفي نحو تلك المؤسسات التعليمية ومسؤوليتها الاجتماعية، ورضا أصحاب المصلحة جاءت في مجملها متوسطة، مما يشير إلى أن هناك ضعف واضح من قبل الجامعات العربية في الاهتمام باستثمار تقنيات مراقبة المحتوى الرقمي على شبكة الإنترنت في إدارة وتعزيز سمعتها الإلكترونية، بما يساهم في رفع قدرتها التنافسية ويحسن من تصنيفها الدولي.³

4. دراسة (ŞİRZAD, N. (2022) وهدفت إلى تحديد المكونات التي تنشئ وتطور وتحافظ على سمعة قوية في العالم الافتراضي، وفحص العلاقة بين هذه المكونات وشرح وظائفها بأثلة ملموسة من خلال تحسين محرك البحث (SEO)، وأنشطة وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الذي ينشئه المستهلك باعتبارها عناصر تشكل مكونات إدارة السمعة عبر الإنترنت، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت دراسة الحالة للوصول إلى معرفة العلاقات بين هذه المكونات من خلال فحص موقع التجارة الإلكترونية في تركيا. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها أن تفاعل الشركات مع الجماهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتقديم الحلول والملاحظات على تعليقات العملاء وأراءهم وشكاويهم تعد أكثر نجاحًا في تطوير سمعتهم عبر الإنترنت وإدارتها والحفاظ عليها.⁴

5. دراسة (توام، زاهية 2021) وسعت إلى تحليل تقارير السمعة للفترة 2010-

2020 وفق نموذج Rep Trak Pulse الذي طوره معهد السمعة (Reputation Institute) من أجل إظهار كيفية قياس سمعة المؤسسات ودور المسؤولية الاجتماعية في تحسينها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن سمعة المؤسسات تتحسن أكثر عند ممارستها لمسئوليتها الاجتماعية.⁵

6. دراسة (عامر عبدالحكيم 2021) وهدفت إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية، التي تقدمها العلاقات العامة في المؤسسات الجامعية باعتبارها عينة الدراسة، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح من خلال استخدام أداتين من أدوات جمع البيانات التحليل الكيفي لمضمون ما تم نشره من قبل المؤسسات الجامعية الخاصة محل الدراسة لمدة ثلاثة أشهر بالإضافة إلى أداة المقابلة المتعمقة مع مسؤولي العلاقات العامة بتلك الجامعات محل الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها وجود عدة عوامل لبناء سمعة جيدة للجامعية الخاصة وتتمثل في : الشفافية والتواصل الفعال مع الجمهور، ووضع الاستراتيجيات الاتصالية التي تتناسب مع جمهور الجامعات.⁶

7. دراسة (افنان السلمي 2020) وهدفت إلى التعرف على العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الملك سعود من خلال ممارستها لمسئوليتها الاجتماعية ومستوى سمعة الجامعة لدى الطالبات. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على أداة الاستبانة مستخدمة العينة الحصصية حيث تم توزيع الاستبانة على جميع طالبات الانتظام في الجامعة، واختارت كليتين من (العلوم الإنسانية)، وكليتين من (العلوم والدراسات الطبية) والمجموع أربع كليات مثلت جميع التخصصات في الجامعة، كما تم توزيع 400 استبانة ورقية على الطالبات في الكليات المحددة بواقع (100) استبانة لكل كلية. وخلصت الدراسة إلى نتائج من أبرزها أن تقويم المبحوثات للوسائل الإعلامية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة جاءت بنسب متفاوتة، واحتل الموقع الإلكتروني بالجامعة على المرتبة الأولى، بينما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية.⁷

8. دراسة (Urip, S. R., & Kurniawati, N., 2020) وهدفت إلى التعرف

على مفهوم المحافظة على السمعة الشخصية الجيدة من وجهة نظر المحاضرين وموظفي التعليم والطلاب. جاءت مصادر البيانات في هذه الدراسة من المحاضرين والعاملين التربويين بالكلية. واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات وتم تحليله وفق طريقة Miles و Huberman و Sadana. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها أن أكثر من 89% من المستجيبين ، أي المحاضرين وموظفي التعليم في كلية اللغات والآداب، يوافقون ويوافقون بشدة على الحفاظ على سمعتهم الشخصية التي يمكن تصنيفها نظرياً باعتبارها سابقة للسمعة الشخصية تتكون من (1) رأس المال البشري ، (2) الوقت، (3) الرقابة الاجتماعية ، (4) النجاح الوظيفي ، (5) القوة ، (6) الاستقلال الذاتي. وبالتالي ، فإن غالبية المستجيبين يدركون أن سمعتهم الشخصية يمكن أن تؤثر على سمعة المؤسسات مما قد يؤثر على صورة المؤسسات في المجتمع. لذلك ، من المتوقع أن يكون كل عضو في المؤسسة قادراً على الحفاظ على سمعته الشخصية بشكل صحيح.⁸

9. دراسة (مروة عبدالعزيز 2019) وهدفت إلى دراسة الآليات اللازمة لتطبيق إدارة السمعة في المؤسسات الجامعية المصرية في إطار دراسية الميزة التنافسية ، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي توصلت إلى نتائجها من خلال جمع المعلومات والبيانات المكتبية . وخلصت إلى عدة نتائج من أهمها أن إدارة السمعة تعتبر أحد المعايير الإدارية الأكثر فاعلية في المؤسسات الجامعية، باعتبارها عنصر مهم يعمل على جذب جميع أصحاب المصالح للجامعة، كما أن إدارة السمعة تساعد في تشكيل سلوك العاملين ودعم برامجهم . وأن أبعاد إدارة السمعة أصبحت ذات اهتمام علمي يتنامى مع تطور النظريات الإدارية الحديثة التي تهتم بالتكيف مع الظروف البيئية المحيطة بالمؤسسات التعليمية. و تعد إدارة السمعة عنصر مهم لتعديل وتغيير الصورة الذهنية للجامعة لدي أصحاب المصالح باعتبارها تعمل على زيادة الثقة في مخرجات المؤسسات التعليمية.⁹

10. دراسة (الطاهر ، عيسى 2019) وهدفت إلى التعرف على آراء عينة من أعضاء هيئة التدريس الإداريين في جامعة المسيلة حول متطلبات تحسين ترتيب الجامعات

الجزائرية ضمن التصنيفات الأكاديمية العالمية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال توزيع الاستبانات على 46 مفردة وفق الطريقة المتاحة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن تقديرات أفراد عينة الدراسة للمتطلبات المختلفة في المجالات الثلاثة كانت في غالبيتها التعليم بالمهمة جدا، وهذا يعطي دلالة واضحة على أن هذه المتطلبات تعد من المؤشرات المهمة، وينبغي على الجامعات الجزائرية الاهتمام بها وإعطائها أولوية في تطبيقها عبر خططها الاستراتيجية، من أجل تحسين ترتيبها ضمن التصنيفات الأكاديمية العالمية.¹⁰

11. دراسة (2019 Vetrova est 2019) وهدفت إلى تصنيف الأدوات الرئيسية للترويج للخدمات التعليمية في الجامعات الروسية، مثل الإعلان في وسائل الإعلام، والإعلانات الخارجية، والمعارض، والأيام المفتوحة، والموائد المستديرة، والمؤتمرات والندوات، والإعلان عبر الإنترنت، والشبكات الاجتماعية، والمجتمعات في الشبكات الاجتماعية، وموقع المؤسسات التعليمية، كما درست المصاعب الرئيسية التي يواجهها الخبراء في مجال تسويق الخدمات التعليمية من المؤسسات التعليمية الروسية الحكومية. تعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية التي استخدمت المنهج التجريبي من خلال أخذ العينات الاحتمالية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تحتل العلاقات العامة مكانة مهمة باعتبارها تساهم في توسيع المساحة التعليمية للمؤسسات التعليمية، وتساعد في دمجها في المجتمعات التعليمية الدولية من خلال الترويج بالخدمات التعليمية.¹¹

12. دراسة (أمل أحمد، أخليف الطراونة 2019) وهدفت إلى معرفة واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسات الجامعية الأردنية الحكومية من وجهة نظر الإدارات الأكاديمية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الإدارات الأكاديمية في الجامعات الحكومية في الأردن للعام الجامعي (2017-2018)، كما اشتملت عينة الدراسة على (339) إداري أكاديمي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال أداة الاستبانة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها أن واقع الإجراءات الإدارية الممارسة

لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية جاءت بدرجة متوسطة على أربعة مجالات، وهي (الارتباط العاطفي بالمؤسسة، والخدمات التي تقدمها المؤسسة، والرؤية والقيادة للمؤسسة، وبيئة العمل)، وبدرجة منخفضة على المجالين (الأداء المالي، والمسؤولية المجتمعية). وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة عن وقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية تعزى لمتغير المسمى الوظيفي للمستجيب باستثناء مجال (بيئة العمل) جاءت لصالح رؤساء الأقسام، كما أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير نوع الكلية.¹²

13. دراسة (Reznik, S. D., & Yudina, T. A., 2018) وهدفت الى البحث عن مشاكل إدارة سمعة المدرسة العليا ، والنظر في الأساليب المختلفة لتكوين السمعة الإيجابية للجامعة كأدوات مهمة لتحسين تشغيل المؤسسات التعليمية. واستخدمت الدراسة منهج التحليل المقارن وطريقة التحليل الإحصائي وأداة الاستبيان ومسح الخبراء. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن دراسة البيئة الخارجية للمؤسسات التعليمية ومراعاتها بعناية جانباً مهماً من جوانب إدارة السمعة ، والتي ستسمح لإدارة المؤسسات التعليمية بتحديد مزايا وعيوب أنشطتها ، وبمنحها فرصة المقارنة مع مؤسسات التعليم العالي الأخرى من نفس المستوى. بالإضافة إلى أن مكونات إدارة سمعة المؤسسات التعليم العالي تشتمل على (جودة العملية التعليمية ، كفاءة المهنية لإدارة المؤسسات التعليمية ، كفاءة أعضاء هيئة التدريس ، توظيف الخريجين ، تطوير نظام التوجيه المهني للخريجين ، زيادة متطلبات أصحاب العمل لمعارف ومهارات خريجي الجامعات ، جودة التعليم النظري).¹³

14. دراسة (Vyacheslavovna ets2017) وناقشت التطورات الحديثة في النظام التعليمي في الاتحاد الروسي ، وهدفت على التركيز لبناء صور اجتماعية تربوية مبتكرة للمجال التعليمي. المؤسسات في سبيل تحديد المشاكل والعوائق الرئيسية التي تعيق نجاح الإدارة واستخدام التقنية الحديثة المقترحة في بناء سمعة وصورة مرغوبة للمؤسسات التربوية.

واستخدمت الدراسة منهج تحليل المعايير الداخلية بهدف دراسة متطلبات الجمهور الداخلي كدراسة حالة . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن مزايا نظام التعليم الروسي لا يزال يحافظ على الأساسيات وذو طابع جماهيري والجودة العالية - وهذه الميزة تسمح بسرعة الاستجابة للاحتياجات المتغيرة في قطاع التعليم ، لتحفيز عملية مراجعة نظام تدريب الموظفين ، بهدف خلق صورة إيجابية عن المنظمة.¹⁴

15. دراسة (Simpson, L. 2011) وهدفت إلى الوقوف على إدارة وتأثير التصنيفات الدولية على سمعة مؤسسات التعليم العالي والتأكد ما إذا كان كبار المديرين والقادة بالجامعة يخططون للتقدم في ترتيب التصنيف ، ويستخدمون التصنيفات الإيجابية في أنشطة العلاقات العامة لتضخيم ملفهم الشخصي . واستخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال استطلاع لاستكشاف استخدام التصنيفات العالمية ، بالاشتراك مع مجموعة من مدراء الاتصال من الجامعات المصنفة عالميًا ، والذين وافقوا على المنهجية. شمل الاستطلاع الجامعات التالية : جامعة ليدز ، جامعة مانشستر ، كينغز كوليدج لندن ، جامعة كوليدج لندن ، جامعة وارويك ، جامعة غلاسكو وجامعة هونغ كونغ وجامعة هلسنكي . وتوصلت الدراسة الى أن معظم الجامعات تستخدم التصنيفات كجزء من إدارة السمعة المدروسة والاستراتيجية. أكثر من النصف يعترفون بالاستثمار في استراتيجيات تتعلق بدعم ترتيب تصنيفاتهم إلى مراتب عليا .¹⁵

الإطار النظري:

حظيت سمعة المؤسسات باهتمام متزايد منذ ثمانينيات القرن العشرين؛ وتم الإشارة لها من خلال العديد من المقالات بينما كانت الأبحاث العلمية قليلة؛ ولكن سرعان ما أخذت مكانتها تحديدا في عام 1997 م كانت الطفرة الكبيرة التي حققتها سمعة المنظمات ؛ حيث أخذ مفهوم سمعة المنظمة انتباه مجموعة واسعة من التخصصات الأكاديمية مثل الإدارة، الاقتصاد ، علم الاجتماع، التسويق؛ وبدأ الاهتمام من قبل الممارسين في هذه المجالات.¹⁶

تعرف السمعة بأنها : عبارة عن أصول غير ملموسة تتكون من مجموعة من أحكام

جماعية ثابتة نسبياً ولفترات طويلة الأجل من عملاء المنظمة: (أطراف داخلية، وأطراف خارجية)¹⁷؛ متعلقة بنتائج سلسلة زمنية تحقق مخرجات ذات قيمة لعملاء المنظمة ووصفت السمعة بأنها تقييم الجمهور لقدرة المنظمة على تلبية احتياجات الجمهور المدركة.¹⁸

أهمية السمعة الجامعية:

تُظهر النتائج التي تصنف الجامعات بمختلف التصنيفات المعتمدة أهمية لدى الباحثين والمهتمين بالجامعات باعتبارها احد المعايير التي تستند عليها اصحاب المصالح في اطلاق الحكم على تلك المؤسسات التعليمية بناء على تلك المعايير التي تصنف المؤسسات التعليمية بناء عليها ، ولاشك ان السمعة هي من يمثل الاصل غير الملموس الذي يعتبر من نفس الاصول التي تحرص عليها تلك المؤسسات في سبيل المحافظة عليها سيما وان السمعة هي حصيللة الرضا والقرار النهائي لدى الطلبة واولياء امورهم في اختيار جامعة دون أخرى في ظل هذا التنافس الكبير بين تلك المؤسسات التعليمية.¹⁹

نسمع عبارات امتلاك السمعة وفقدانها بشكل متكرر في الحياة اليومية. باعتبارها إدراك إيجابي أو سلبي من قبل جمهور المنظمة.²⁰

يتكون مفهوم السمعة من عنصرين رئيسيين وهما الهوية والصورة. بحيث تشرح الصورة كيف ينظر المساهمون الخارجيون إلى المنظمة مثل العملاء وممتلي الحكومة ووسائل الإعلام والمجتمع. ، بينما الهوية تتعلق بكيفية ينظر المساهمين الداخليين لها.²¹

مقياس وسمات السمعة

ادرج الباحثين ثلاث مدارس في تعريف السمعة وهي:

— مدرسة التقييم (Evaluation school) وبناء على هذه المدرسة يتم قياس سمعة المؤسسة على أنها تقييم لإنتاجية المؤسسة من وجهة نظر أصحاب المصلحة الأساسيين (المحللون الماليون، المستثمرون المساهمون، المجتمع ، المدراء التنفيذيين).²²

— المدرسة الانطباعية (Impression school) يتم قياس السمعة وفق الانطباع الذي تتركه المؤسسة لدى الأفراد العملاء) و / أو الموظفين الذين ترتكز وجهات

- نظرهم على أنشطة التسويق والموارد البشرية واتصالات المنظمة.
- المدرسة العلاقاتية (Relational school): تتحدد سمعة المؤسسة بحسب الفجوة بين وجهات نظر أصحاب المصلحة الداخليين (الهوية Identity) وأصحاب المصلحة الخارجيين (الصورة Image) حيث يتم تقييم سمعة المؤسسة أو المنظمة بحسب وجهات نظر مختلف أصحاب المصالح التي تتشكل في ضوء العلاقة ما بين الهوية والصورة وما بين الصورة والسمعة المؤسسية. وبناء على هذه المدارس، قام الباحثون بتطوير عدة نماذج تقيس سمعة المؤسسات.²³

نموذج RepTrak Plus

يعتبر نموذج RepTrak Plus من معايير قياس السمعة على الذي انتشر مؤخرا بعدما تم تطويره عام 2005-2006 من قبل معهد السمعة الأمريكي بحيث يكون أداة تحليلية للشركات والمؤسسات لتتبع وتقييم تصورات وانطباعات أصحاب المصالح لتلك المنظمات بشتى أنواعها باعتبار السمعة متجذره في انطباعاتهم وتصوراتهم المدركة عن تلك المنظمات ، كما أن هذا النموذج في ذاته يعكس نتائج استطلاعات الرأي لمجموعة من الشركات التي تحظى بأفضل سمعة ويعتمد على افتراض أن سمعة المؤسسات تقوم على الارتباط العاطفي بين المؤسسة وأصحاب المصلحة (الإعجاب والثقة والشعور الجيد والتقدير العام).

- الإعجاب والاحترام: الذي يمنحه الافراد للمنظمة أو المؤسسة نتيجة التعامل الأخلاقي والمميز من قبل المؤسسة أثناء تقديم المنتجات والخدمات بطريقة جيدة.
- الثقة بالمنظمة: ليس من السهولة انتزاع ثقة المتعاملين مع المنظمة وانما ذلك يتأتى من خلال أنشطتها المتميزة عن المنافسين وطبيعة تعاملها الأخلاقي وفق إطار يقدره المتعامل بتقدير ممتاز يمنح بموجبه الثقة لتلك المنظمة دون غيرها.
- الشعور الجيد عن المنظمة: يأتي الشعور الجيد إذا استطاعت المنظمة أن ترفع من

مستوى أداءها على كافة المستويات وأن ترقى بطبيعة تعاملاتها مع جميع أصحاب المصلحة وأن تتصرف بروح المواطنة داخل وخارج المنظمة. بالإضافة إلى الأبعاد الموضوعية السبعة الرئيسية التي تعكس سمعة المؤسسات وهي: جودة المنتجات والخدمات والابتكار وبيئة العمل الجيدة والحوكمة والمسؤولية الاجتماعية والقيادة والأداء المالي.²⁴

— المنتجات و الخدمات : تعرف المؤسسات في السوق وعند عملاءها من خلال المنتجات أو الخدمات التي تقدمها حيث يبنى أصحاب المصلحة تصوراتهم عن المؤسسات أو الشركات بناء على منتجاتها وخدماتها ومدى جودة عروضها وخدمات العملاء ومابعد البيع ، وبالتالي يعد هذا البعد في نموذج Plus RepTrak يعكس تقييم العملاء متى ما كانت السلع أو الخدمات عالية الجودة ومدى قدرتها على تلبية حاجات العملاء.

— الابتكار : عادة ما يرتبط مصطلح الابتكار بفعل شي يفوق ما اعتاد عليه الناس مما يولد لديهم شعور احترام وامتنان تجاه المبتكر ، وكلما كانت المنظمات أو المؤسسات تتكيف بسرعة مع المتغيرات وتطلق منتجات جديدة بطرق إبداعية كلما كانت محل احترام وإعجاب المستفيدين والمتابعين والمهتمين بتلك الخدمات أو السلع .²⁵

— بيئة العمل: تؤكد الأبحاث أن بيئة العمل من أهم عناصر رفع الإنتاجية للموظفين، فالبيئة المرهبة تحسن من نفسية الموظف وهذا الارتياح ينعكس في رفع أداء الخدمات للعملاء مما يخلق سمعة ايجابية في نفوس المتعاملين مع تلك المؤسسات. وبالتالي يعد هذا البعد في نموذج Plus RepTrak يعكس أهمية تصورات المنظمة في الحفاظ على أساس بيئة تظهر اهتمامًا بالعاملين لديها ومكافأتهم بشكل عادل ومجزي.²⁶

— الحوكمة: يُقصد بحوكمة الشركات القواعد التي يتم من خلالها قيادة الشركة

وتوجيهها بما يجعلها تعمل داخل منظومة عمل محددة لتنظيم السلطة والتحكم بالموارد بين المشاركين (مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين والمساهمين وأصحاب المصالح)، وذلك بوضع إجراءات خاصة لتسهيل عملية اتخاذ القرارات وإضفاء طابع الشفافية والمصادقية عليها بغرض حماية حقوق المساهمين وأصحاب المصالح وتحقيق العدالة والتنافسية والشفافية في السوق وبيئة الأعمال بما يجعل النظرة نظرة احترام وامتنان نظير هذا التعامل الأخلاقي والشفاف الذي يولد الثقة و يزيد من رصيد سمعتها في أوساط المتعاملين معها. (هيئة السوق المالية، 1444).

- المواطنة: تحظى الشركات أو المؤسسات بسمعة إيجابية إذا كان لها ممارسات إيجابية داخل مجتمعاتها من خلال إدارة الشركة بطريقة مسؤولة ، بهدف تعظيم الاثر الايجابي وتقليل تأثير سلبي في البيئة أو المجتمع أو الاقتصاد ، يعد هذا البعد في نموذج RepTrak Plus في أذهان أصحاب المصلحة أن المنظمة أو المؤسسة صديقة للبيئة ومساهم إيجابي في المجتمع.²⁷
- القيادة: تلعب القيادة دورًا حاسمًا في تعزيز سمعة الشركات من خلال اتخاذ الخطوات اللازمة لتعزيز الثقة والاحترام والشفافية. حيث يتم تقييم كيفية إدارة الشركة للعمليات والموظفين والعملاء والمجتمعات التي تعمل فيها، ويتم تقييم جودة الإدارة من خلال القدرة على تحقيق الأهداف والتخطيط الاستراتيجي والتنظيم والمساواة والحوكمة والتعامل بنزاهة وشفافية. وبما أن القيادة تؤثر بشكل كبير على الإدارة والتحفيز، فإن القيادة تلعب دورًا حاسمًا في تحقيق نجاح الشركة في نموذج RepTrak Plus. كما أن بعض الشركات تحظى بسمعة إيجابية من خلال رؤساءها التنفيذيون الذي يمتلكون جاذبية عالية في الإدارة والتخطيط والابتكار ويعتبرون نجوم تسعى وسائل الإعلام إلى استقطابهم للحديث عن النجاح والتخطيط للمستقبل.

— الأداء المالي: يعتبر الأداء المالي من المؤشرات المهمة التي تعكس الأداء الإيجابي للشركات حيث أن الأرقام هي من يعزز الثقة في نفوس أصحاب المصالح ويبرهن على نجاح أو فشل العمليات التشغيلية للشركة التي تؤثر على سمعتها سيما وأن الربحية مؤشر نجاح للشركات ويفتح لها آفاق مستقبلية قابلة للنمو وبالتالي، فإن هذا البعد في نموذج RepTrak يبني على عدة سمات بدورها تقيم تصورات أصحاب المصلحة لأداء المال العام للشركة، ومدى قدرتها على استمرار الربحية من عدمه. (خلف، 2021)



المصدر: (بسام ، 2011، ص 121) تعريب أحمد عوفة

منهج الدراسة :

استخدمت الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبانة التي تم توزيعها على النخب الأكاديمية في الجامعات السعودية الذي تم بناءه وفق نموذج RepTrak Plus

مُجْتَمَعُ الدِّرَاسَةِ:

- الحدود الموضوعية: مكونات سمعة الجامعات السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية
- الحدود البشرية: جميع أساتذة الجامعات السعودية.
- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: 1-7-1444هـ إلى 1-10-1444هـ

عَيِّنَةُ الدِّرَاسَةِ:

تم اختيار العينة المتاحة حيث قام الباحث بتصميم استبانة إلكترونية، وقام توزيعها على زملائه في الجامعات السعودية كمساعدين لنشر رابط الاستبانة من أجل أن تشتمل العَيِّنَةُ على جميع أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية، واستمرَّت فترة جمع البيانات ثلاثة أشهر حتى اكتمل العدد.

ضبط أداءه الدراسة:

مر حساب صدق وثبات أداءه الدراسة بمرحلتين، وهما:

أولاً-إجراءات الصدق:

اعتمد الباحث على صدق المحكمين، حيث قام بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين شملت مجموعة من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال عددهم (4)²⁸، وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملاءمة الأسئلة والبدائل لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة الأسئلة والبدائل، إضافة إلى اقتراح ما يروونه ضروريا من تعديل صياغة للأسئلة والبدائل أو حذفها، أو إضافة أسئلة أو بدائل جديدة لأداة الدراسة، واستنادا إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداهها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة بعض العبارات وحذف وإضافة البعض الآخر منها، وفي ضوء تلك الآراء تم استبعاد بعض البدائل وتعديل بعضها الآخر.

كما اعتمد الباحث على صدق الاتساق الداخلي، حيث تم حساب التجانس الداخلي من خلال إيجاد العلاقة الارتباطية للآتي: كل بُعد من الأبعاد والمجموع الكلي لمقياس سمعة الجامعات السعودية، والعبارة والمجموع الكلي للبعد الذي تنتمي إليه، والعبارة والمجموع الكلي لبطاقة الملاحظة. وبيانات جدولي (1)، (2) التالي توضح ذلك:

جدول (1)

معامل الارتباط بين كل بُعد من الأبعاد

والمجموع الكلي لبطاقة الملاحظة (ن = 40)

المقياس	مجموع عبارات المقياس	البُعد
0.882**		الكفاءة المالية
0.926**		القيادة والابتكار
0.908**		بيئة العمل
0.816**		المسؤولية الاجتماعية
0.714**		كفاءة أداء منسوبي الجامعة
0.783**		جودة مخرجات المؤسسات التعليمية

** معامل الارتباط دال عند مستوى دلالة 0.001

يتضح من جدول (1) السابق أن: مُعامل الارتباط بين درجة الكفاءة المالية والدرجة الكلية للمقياس بلغت (**0.882)، بينما بلغت قيمة مُعامل الارتباط بين درجة القيادة والابتكار والدرجة الكلية للمقياس (**0.926)، أيضاً بلغت قيمة مُعامل الارتباط بين درجة بيئة العمل والدرجة الكلية للمقياس (**0.908)، وبلغت قيمة مُعامل الارتباط بين درجة المسؤولية الاجتماعية والدرجة الكلية للمقياس (**0.816)، كما بلغت قيمة مُعامل الارتباط بين درجة كفاءة أداء منسوبي الجامعة والدرجة الكلية للمقياس (**0.714)، وأخيراً بلغت قيمة مُعامل الارتباط بين درجة جودة مخرجات المؤسسات التعليمية والدرجة الكلية للمقياس (**0.783)، وهي مُعاملات ارتباط مُرتفعة.

جدول (2)

مُعامل الارتباط للعبارة والبُعد التي تنتمي إليه،
والعبارة ومقياس المكونات ككل (ن = 40)

م	ارتباط المحور	ارتباط المقياس	م	ارتباط المحور	ارتباط المقياس	م	ارتباط المحور	ارتباط المقياس
1	0.897**	0.835**	14	0.820**	0.778**	27	0.725**	0.598**
2	0.850**	0.791**	15	0.910**	0.695**	28	0.832**	0.472**
3	0.903**	0.759**	16	0.841**	0.832**	29	0.751**	0.683**
4	0.826**	0.678**	17	0.788**	0.804**	30	0.787**	0.645**
5	0.842**	0.803**	18	0.887**	0.715**	31	0.760**	0.595**
6	0.900**	0.799**	19	0.906**	0.653**	32	0.801**	0.417**
7	0.837**	0.496**	20	0.795**	0.454**	33	0.769**	0.198
8	0.449**	0.846**	21	0.742**	0.508**	34	0.695**	0.454**
9	0.903**	0.801**	22	0.675**	0.698**	35	0.373*	0.458**
10	0.916**	0.816**	23	0.763**	0.720**	36	0.640**	0.732**
11	0.864**	0.621**	24	0.852**	0.665**	37	0.557**	0.857**
12	0.798**	0.917**	25	0.861**	0.462**	38	0.747**	0.865**
13	0.914**	0.857**	26	0.774**	0.506**	-	-	-

* * مُعامل الارتباط دال عند مُستوى دلالة 0.001

* مُعامل الارتباط دال عند مُستوى دلالة 0.05

يُشير جدول (2) السابق إلى امتداد مُعاملات الارتباط بين درجة كُل عبارة والدرجة الكلية لمقياس مكونات السمعة ما بين (0.198 : 0.917) وجميعها دالة عند مُستوى معنوية (0.001)، ما عدا عبارة رقم (21). كما يُشير ذات الجدول إلى امتداد مُعاملات الارتباط بين درجة كُل عبارة والدرجة الكلية لمحور الكفاءة المالية ما بين (0.826 : 0.903)، أيضاً (0.449 : 0.916) لمحور لقيادة والابتكار، و(0.788 : 0.910) لمحور بيئة العمل، بينما أمتدت ما بين (0.657 : 0.861) لمحور المسؤولية الاجتماعية،

جودة (0.725 : 0.832) لمحور كفاءة أداء منسوبي الجامعة، و(0.373 : 0.881) جودة مخرجات المؤسسات التعليمية، وجميعها دالة عند مستوى معنوية (0.001)، ما عدا عبارة رقم (35) دالة عند مستوى معنوية (0.05).

ثانياً- إجراءات الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات للاستبانة إحصائياً باستخدام معادلة "CronbaCh's Alpha" حيث بلغت قيمته (0.944) وهي قيمة تدل على وجود ثبات مرتفع جداً، الأمر الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي (الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات) حيث بلغ (0.971)، وهي أيضاً قيمة مرتفعة جداً.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات؛ لمعالجتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS v.0.26"، وتم استخدام المعاملات الإحصائية التي تلائم متغيرات هذه الدراسة، وهي: التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي؛ لترتيب استجابات أفراد عينة الدراسة، والانحراف المعياري؛ لتحديد مدى تجانس الاستجابات، ومعامل ارتباط بيرسون؛ لدراسة شدة واتجاه العلاقة بين متغيرين، ومعادلة "CronbaCh's Alpha"؛ لحساب ثبات الأداة، واختبار "t" لتحديد دلالة الفروق بين متغيرين، واختبار "ANOVA" لتحديد دلالة الفروق بين أكثر من متغيرين، واختبار "Scheffe"؛ لتحديد اتجاهات الفروق بين المجموعات.

نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها

يتناول هذا الجزء من الدراسة عرضاً لنتائجها في إطار ما أسفرت عنه استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة من بيانات وتحليلها ومعالجتها إحصائياً؛ بما يجيب على أسئلتها والتحقق من صحة فرضياتها، كما يتناول عرضاً لمجموعة من التوصيات والمقترحات في إطار ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج، وذلك على النحو التالي:

(1) توصيف عينة الدراسة:

جدول (3)

الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة (ن = 260)

المتغيرات	المستوى	التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	144	55.4
	أنثي	116	44.6
الإجمالي			
الفئات العمرية	من 24 عام : 33 عام	28	10.8
	من 34 عام : 43 عام	84	32.3
	من 44 عام : 53 عام	104	40.0
	أكثر من 54 عام	44	16.9
الإجمالي			
الانتماء الجامعي	جامعة الملك سعود	176	67.7
	جامعة الملك عبد العزيز	72	27.7
	جامعة الإمام	12	4.6
الإجمالي			
المستوى الدراسي/ المؤهل التعليمي	أستاذ	28	10.8
	أستاذ مساعد	104	40.0
	أستاذ مشارك	72	27.7
	متعاون	36	13.8
	محاضر	16	6.2
	معيد	4	1.5
الإجمالي			
		260	100%

يَتَبَيَّنُ مِنَ الْجَدْوَلِ السَّابِقِ أَنَّ نِسْبَةَ الذَّكَورِ بَلَغَتْ (55.4%) مِنْ إِجْمَالِي عَيْنَةِ الدِّرَاسَةِ، بَيْنَمَا بَلَغَتْ نِسْبَةُ الْإِنَاثِ (44.6%)، كَمَا بَلَغَتْ أَعْمَارُ عَيْنَةِ الدِّرَاسَةِ فِي الْفَتَّةِ مِنْ 44 : 53 عَامٍ نِسْبَةَ (40%) مِنْ إِجْمَالِي عَيْنَةِ الدِّرَاسَةِ، تَلَاهَا مِنْ أَمْتَدَنِ أَعْمَارِهِمْ مَا

بين 34: 43 عام بنسبة (32.3%)، وجاء من أمتدت أعمارهم أكثر من 54 عام في الترتيب الثالث بنسبة (16.9%)، وفي الأخير جاء من امتدت اعمارهم ما بين 24: 33 عام بنسبة (10.8%).

وفي إطار متصل استحوذت جامعة الملك سعود على أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة بلغت (67.7%)، تلاها المنتمين لجامعة الملك عبد العزيز بنسبة (27.7%)، وفي الأخير جاء المنتمين لجامعة الإمام بنسبة (4.6%)، بينما تقاسمت أفراد عينة الدراسة الرتب العلمية بنسب متفاوتة، حيث جاء الأساتذة المساعدين بنسبة (40%)، تلاها الأساتذة المشاركين بنسبة (27.7%)، وفي الترتيب الثالث جاءت نسبة المتعاون بنسبة (13.8%)، تلاها الأساتذة بنسبة (10.8%)، وفي الارتفاع الخامس جاء المحاضر بنسبة (6.2%)، وفي الأخير جاء المعيد بنسبة (1.5%).

2) نتائج الدراسة الميدانية:

عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرتفعة" نحو مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية، حيث جاء مُجمل الموافقة على جميع المكونات بمتوسط مُرجح قدره (3.80) من (5) درجات، وفيما يلي عرض لتلك المكونات كل منها على حدا.

- الكفاءة المالية:

عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرتفعة" نحو الكفاءة المالية للجامعات السعودية، حيث يوضح الجدول التالي أن مُجمل الموافقة جاء بمتوسط مُرجح قدره (3.54) من (5) درجات.

جدول (4)

الإحصاء الوصفي لاستجابات النخبة الأكاديمية حول مكون (الكفاءة المالية)
كأحد مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية (ن=260)

م	الكفاءة المالية	درجة للموافقة					الانحراف المعياري	درجة للموافقة	م
		موافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً			
1	الجامعة مستقرة ماليًا	120	72	32	20	16	4.00	1.205	1
2	لدى الجامعة القدرة على التعامل مع الازمات المالية	44	140	32	24	20	3.63	1.106	3
3	لدى الجامعة أنظمة متقدمة في الإدارة المالية	92	80	48	20	20	3.78	1.224	2
4	تمنح الجامعة منسوبها مكافآت مجزية	28	104	60	32	36	3.22	1.211	4
5	تقديم للمستحقات لمسئوليها في وقت قياسي	64	60	28	48	60	3.08	1.525	5
-	الإجمالي						3.54	1.254	موافق

كما أظهرت النتائج التفصيلية للجدول السابق تجانس إلى حد ما في درجة موافقة النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على عبارات الكفاءة المالية للجامعات السعودية، حيث امتدت المتوسطات المرجحة من ((3.08): (4.00))، وهي متوسطات تُشير إلى درجتين من الموافقة، وهما: محايد، و موافق.

وقد شملت درجة الموافقة عبارات: "الجامعة مستقرة ماليًا" وجاءت في الترتيب الأول بمتوسط (4.00)، تلاها عبارة "لدى الجامعة أنظمة متقدمة في الإدارة المالية" بمتوسط (3.78)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "لدى الجامعة القدرة على التعامل مع الازمات المالية" بمتوسط (3.63)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "تمنح الجامعة منسوبها مكافآت مجزية" بمتوسط (3.22). بينما شملت درجة المحايدة عبارة "تقديم المستحقات لمسئوليها في وقت قياسي" بمتوسط (3.08).

اتضح من خلال الدراسة أن الجامعات السعودية لديها استقرار مالي وجاءت عبارة الجامعة مستقرة ماليا في الدرجة الأولى وهذا مؤشر جيد يعكس الاستقرار المالي لدى الجامعات السعودية . كما جاءت في المرتبة الأخيرة عبارة (تقديم المستحقات لمنسوبيها في وقت قياسي) ولكي تكتمل دائرة الكفاءة المالية نحو تحقيق السمعة الجيدة ينبغي على الجامعات أن تهتم بهذا العنصر .

اتفقت الدراسة مع دراسة (أمل أحمد ، أخليف الطراونة 2019) التي كان من أبرز نتائجها أن واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية جاءت بدرجة متوسطة على أربعة مجالات، وهي (الارتباط العاطفي بالمؤسسة، والخدمات التي تقدمها المؤسسة، والرؤية والقيادة للمؤسسة، وبيئة العمل)، وبدرجة منخفضة على المجالين (الأداء المالي، والمسؤولية المجتمعية).

- القيادة والابتكار:

عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرتفعة" نحو القيادة والابتكار في الجامعات السعودية، حيث يوضح الجدول التالي أن مجمل الموافقة جاء بمتوسط مُرجح قدره (3.81) من (5) درجات.

جدول (5)

الإحصاء الوصفي لاستجابات النخبة الأكاديمية حول مكون (القيادة والابتكار)
 كأحد مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية (ن=260)

م	القيادة والابتكار	درجة الموافقة					الانحراف المعياري	درجة الموافقة	م
		موافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً			
1	تتمتع قيادات الجامعة بكفاءة عالية	72	128	16	36	8	1.072	3.85	2
2	هناك تطور واضح في خدمات الجامعة	48	152	28	24	8	0.950	3.80	3
3	رؤية ورسالة وأهداف الجامعة معلنة بشكل واضح	120	100	28	8	4	0.879	4.25	1
4	قيادات الجامعة سباقة في طرح أفكار جديدة	56	128	40	24	12	1.044	3.74	6
5	تتمتع قيادات الجامعة بقدر عالي من الدقة والتنظيم	44	132	32	40	12	1.081	3.60	7
6	تتكيف الجامعة بصورة سريعة مع المتغيرات المختلفة	56	124	44	28	8	1.014	3.74	6
7	لدى الجامعة قيادات قوية ومحبوبة	52	140	40	16	12	0.986	3.78	4
8	قيادات الجامعة متميزة في مواكبة التطورات التقنية	72	124	12	36	16	1.176	3.77	5
-	الإجمالي						1.025	3.81	

كما أظهرت النتائج التفصيلية للجدول السابق تجانس إلى حد ما في درجة موافقة النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على عبارات القيادة والابتكار في الجامعات السعودية، حيث امتدت المتوسطات المرجحة من ((3.60): (4.25))، وهي متوسطات تُشير إلى درجتين من الموافقة، وهما: الموافقة، الموافقة بشدة.

وقد شملت درجة الموافقة بشدة عبارة "رؤية ورسالة وأهداف الجامعة معلنة بشكل

واضح "بمتوسط (4.25)، بينما شملت درجة الموافقة عبارات: "تتمتع قيادات الجامعة بكفاءة عالية" بمتوسط (3.85)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "هناك تطور واضح في خدمات الجامعة" بمتوسط (3.80)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "لدى الجامعة قيادات قوية ومحبوبة" بمتوسط (3.78)، تلاها بنسبة ضئيلة عبارة "قيادات الجامعة متميزة في مواكبة التطورات التقنية" بمتوسط (3.77)، وتقاسمت عبارتي: "قيادات الجامعة سباقة في طرح أفكار جديدة"، "تكتيف الجامعة بصورة سريعة مع المتغيرات المختلفة" الترتيب السادس حيث جاءت كليهما بمتوسط (3.74)، وفي الترتيب السابع والأخير جاءت عبارة "تتمتع قيادات الجامعة بقدر عالي من الدقة والتنظيم" بمتوسط (3.60).

وبالتالي تكون النتيجة حصول عبارة (رؤية ورسالة واهداف الجامعة معلنة بشكل واضح) في المرتبة الأولى وهذا يعطي انطباع جيد بأن سياسات الجامعة معلنة بشكل واسع مما يعكس بأن الجامعات تسعى بشكل جيد لتحقيق رؤيتها المتسقة مع رؤية المملكة 2030. بينما جاء في المرتبة الأخيرة عبارة (تتمتع قيادات الجامعة بقدر عالي من الدقة والتنظيم) من خلال عملي المباشر مع قادة الجامعات أن هناك جهود كبيرة تبذل وبقدر عالي من الدقة والتنظيم من قبل قادات الجامعات إلا ان الجهود تبقى حبيسة إدارات مكاتب القادة ولا تظهر بشكل معلن مما يظن الجمهور أنها غير موجودة لذا نأمل من قادة الجامعات عكس هذه الجهود لجميع منسوبي الجامعى .

اتفقت الدراسة مع دراسة (أمل أحمد ، أخليف الطراونة 2019) التي كان من أبرز نتائجها أن واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية جاءت بدرجة متوسطة على أربعة مجالات، وهي (الارتباط العاطفي بالمؤسسة، والخدمات التي تقدمها المؤسسة، والرؤية والقيادة للمؤسسة، وبيئة العمل).

- بيئة العمل:

عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرْتَفَعَة" نحو بيئة العمل في الجامعات السعودية، حيث يوضح الجدول التالي أن مُجْمَل الموافقة جاء بمتوسط

مُرَجَّح قَدْرُهُ (3.46) مِنْ (5) دَرَجَاتٍ.

جدول (6)

الإحصاء الوصفي لاستجابات النخبة الأكاديمية حول مكون (بيئة العمل)
كأحد مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية (ن=260)

م	بيئة العمل	درجة الموافقة					المتوسط للمرجح	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	ر.ج
		موافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً				
1	تقدم لمنسوبي الجامعة مسارات وظيفية واضحة	64	112	56	16	12	3.77	1.036	موافق	1
2	بيئة العمل داخل الجامعة جاذبة	28	124	44	36	28	3.34	1.169	محايد	4
3	تطبق الجامعة مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين الموظفين	64	84	64	36	12	3.58	1.138	موافق	3
4	تهتم الجامعة بتدريب وتطوير مهارات منسوبيها باستمرار	48	120	64	8	20	3.65	1.061	موافق	2
5	توفر الجامعة لمنسوبيها رواتب مجزية	48	60	68	52	32	3.15	1.282	محايد	6
6	بيئة العمل داخل الجامعة جاذبة لاستقطاب الكفاءات	36	104	48	40	32	3.28	1.237	محايد	5
-		الإجمالي					3.46	1.153	موافق	-

كما أظهرت النتائج التفصيلية للجدول السابق تجانس إلى حد ما في درجة موافقة النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على عبارات بيئة العمل في الجامعات السعودية، حيث امتدت المتوسطات المرجحة من ((3.15): (3.77))، وهي متوسطات تُشير إلى درجتين من الموافقة، وهما: محايد، وموافق.

وقد شملت درجة الموافقة عبارات: "تقدم لمنسوبي الجامعة مسارات وظيفية واضحة" وجاءت في الترتيب الأول بمتوسط (3.77)، تلاها عبارة "تهتم الجامعة بتدريب وتطوير مهارات منسوبيها

باستمرار" بمتوسط (3.65)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تطبق الجامعة مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين الموظفين" بمتوسط (3.58) بينما شملت درجة المحايدة عبارات: "بيئة العمل داخل الجامعة جاذبة" بمتوسط (3.34)، تلاها في الترتيب الخامس عبارة "بيئية العمل داخل الجامعة جاذبة لاستقطاب الكفاءات" بمتوسط (3.28)، وفي الترتيب السادس والأخير جاءت عبارة "توفر الجامعة لمنسوبيها رواتب مجزية" بمتوسط (3.15).

ويتضح من الجدول أعلاه أن عبارة (تقدم لمنسوبي الجامعة مسارات وظيفية واضحة) جاءت في المرتبة الأولى مما يعكس أن لدى الجامعات خطط واضحة نحو مسارات الموظفين وهذا يعطي شعور بالارتياح لدى منسوبي الجامعات ويساعد في رفع الروح المعنوية للموظفين مما يعكس الأداء الجيد الذي يللمسه المستفيدين من الجامعة وبالتالي يعكس السمعة الجيدة لتلك الجامعات. بينما جاءت في المرتبة الأخيرة عبارة (توفر الجامعة لمنسوبيها رواتب مجزية) وهذه النتيجة متوقعة وتدل على مصداقية العينة المبحوثة لأن الرواتب مهما كانت عالية الموظفين يطمحون للأعلى دوماً، ولكن لا يمنع أن يكون لدى الجامعات تصور جديد نحو إعادة النظر في تلك الرواتب والبدلات مقارنة بالقطاع الخاص حتى تضمن بقاء الحوافز لدى منسوبيها ببذل المزيد من العمل الذي ينصب لصالح سمعة الجامعات.

اتفقت الدراسة مع دراسة (مروة عبدالعزيز 2019) إلى أن أبرز نتائجها أن إدارة السمعة تعتبر أحد المعايير الإدارية الأكثر فاعلية في المؤسسات الجامعية، باعتبارها عنصر مهم يعمل على جذب جميع أصحاب المصالح للجامعة، كما أن إدارة السمعة تساعد في تشكيل سلوك العاملين ودعم برامجهم. وأن أبعاد إدارة السمعة أصبحت ذات اهتمام علمي يتنامى مع تطور النظريات الإدارية الحديثة التي تهتم بالتكيف مع الظروف البيئية المحيطة بالمؤسسات التعليمية. و تعد إدارة السمعة عنصر مهم لتعديل وتغيير الصورة الذهنية للجامعة لدى أصحاب المصالح باعتبارها تعمل على زيادة الثقة في مخرجات المؤسسات التعليمية.

كما اتفقت الدراسة مع دراسة (أمل أحمد، أخليف الطراونة 2019) التي كان من أبرز نتائجها أن واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات

الأردنية الحكومية جاءت بدرجة متوسطة على أربعة مجالات، وهي (الارتباط العاطفي بالمؤسسة، والخدمات التي تقدمها المؤسسة، والرؤية والقيادة للمؤسسة، وبيئة العمل).

المسئولية الاجتماعية:

عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرتفعة" نحو المسئولية الاجتماعية للجامعات السعودية، حيث يوضح الجدول التالي أن مُجمل الموافقة جاء بمتوسط مُرجح قدره (4.05) من (5) درجات.

جدول (7)

الإحصاء الوصفي لاستجابات النخبة الأكاديمية حول مكون (المسئولية الاجتماعية) كأحد مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية (ن=260)

م	المسئولية الاجتماعية	درجة الموافقة					التوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	ج
		موافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً				
1	تساهم الجامعة في عقد الدورات التدريبية لأفراد المجتمع	68	136	44	8	4	3.98	0.834	موافق	5
2	تقوم الجامعة برعاية ودعم المشاريع التعليمية لأفراد المجتمع	44	128	72	16	0	3.77	0.801	موافق	7
3	تمنح الجامعة مقاعد دراسية مجانية للطلاب الأجانب	104	116	36	4	0	4.23	0.741	موافق بشدة	1
4	تشارك الجامعة في الأيام العلمية للتوعية بالأمراض	72	164	20	4	0	4.17	0.623	موافق	3
5	تشجع الجامعة منسوبيها في المشاركة في الأعمال التطوعية	96	120	40	4	0	4.18	0.743	موافق	2
6	تساهم الجامعة في عقد شراكات نوعية مع المؤسسات الخيرية	44	156	52	8	0	3.91	0.697	موافق	6
7	تحتّم الجامعة بنشر البحوث العلمية التي تعالج بعض القضايا المعاصرة في المجتمع	76	156	20	8	0	4.15	0.686	موافق	4
-	الإجمالي						4.05	0.732	موافق	-

كما أظهرت النتائج التفصيلية للجدول السابق تجانس إلى حد ما في درجة موافقة النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على عبارات المسؤولية الاجتماعية للجامعات السعودية، حيث امتدت المتوسطات المرجحة من ((3.77): (4.23))، وهي متوسطات تُشير إلى درجتين من الموافقة، وهما: الموافقة، الموافقة بشدة.

وقد شملت درجة الموافقة بشدة عبارة "تمنح الجامعة مقاعد دراسية مجانية للطلاب الأجانب" بمتوسط (4.23)، بينما شملت درجة الموافقة عبارات: "تشجع الجامعة منسوبيها في المشاركة في الأعمال التطوعية" بمتوسط (4.18)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "شارك الجامعة في الأيام العالمية للتوعية بالأمراض" بمتوسط (4.17)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "تهتم الجامعة بنشر البحوث والدراسات العلمية التي تعالج بعض القضايا المعاصرة في المجتمع" بمتوسط (4.15)، تلاها عبارة "تساهم الجامعة في عقد الدورات التدريبية لأفراد المجتمع" بمتوسط (3.98)، وبتوسط (3.91) جاءت عبارة "تساهم الجامعة في عقد شراكات نوعية مع المؤسسات الخيرية" في الترتيب السادس، وفي الترتيب السابع والأخير جاءت عبارة "تقوم الجامعة برعاية ودعم المشاريع التعليمية لأفراد المجتمع" بمتوسط (3.77).

إذا تشير النتيجة إلى احتلال عبارة (تمنح الجامعة مقاعد دراسية مجانية للطلاب الأجانب) في المرتبة الأولى وهذه النتيجة متوقعة لأن المملكة العربية السعودية ممثلة بجامعاتها سباقة في استقطاب عدد كبير من طلاب المنح في بعض جامعاتها وهذا يعكس البعد الدولي الذي تبذله المملكة في استقطاب هؤلاء الطلاب من مبدأ تحقيق الدبلوماسية العامة التي تنعكس على سمعة الدولة ككل والجامعات بشكل خاص. بينما جاء في المرتبة الأخيرة عبارة (تقوم الجامعة برعاية ودعم المشاريع التعليمية لأفراد المجتمع) وهنا نأمل أن تهتم الجامعات بالمزيد من دعم المشاريع التعليمية لأفراد المجتمع لتحقيق مسؤوليتها المجتمعية وإعلانها حتى تكتمل دائرة المسؤولية الاجتماعية.

اتفقت الدراسة مع دراسة (نوام ، زاهية 2021) والتي كان من أبرز نتائجها أن سمعة المؤسسات تتحسن أكثر عند ممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية.

- كفاءة أداء منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس، موظفين، متطوعين):

عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرتفعة" نحو كفاءة أداء منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس، موظفين، متطوعين)، حيثُ يوضح الجدول التالي أن مُجمل الموافقة جاء بمتوسط مُرحح قدره (4.05) من (5) درجات.

جدول (8)

الإحصاء الوصفي لاستجابات النخبة الأكاديمية حول مكون (كفاءة أداء منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس، موظفين، متطوعين)) كأحد مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية (ن=260)

م	كفاءة أداء منسوبي الجامعة	درجة الموافقة					الانحراف المعياري	التوسط للمرحح	درجة الموافقة	مؤلف
		موافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً				
1	يتمتع أعضاء هيئة التدريس بكفاءة أكاديمية للتدريس	116	124	12	8	0	4.34	0.709	موافق بشدة	1
2	معظم أعضاء هيئة التدريس خريجي جامعات علمية ذات تصنيف عالي	92	120	16	28	4	4.03	0.994	موافق	2
3	يتملك أعضاء هيئة التدريس تخصصات في مجالات متعددة	136	96	12	12	4	4.34	0.884	موافق بشدة	1
4	يتمتع موظفي الجامعة بكفاءة عالية	72	132	32	8	16	3.91	1.036	موافق	3
5	تستقطب الجامعة متطوعين مميزين	36	140	56	16	12	3.66	0.951	موافق	4
-	الإجمالي						4.05	0.732	موافق	-

كما أظهرت النتائج التفصيلية للجدول السابق تجانس إلى حد ما في درجة موافقة النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على عبارات نحو كفاءة أداء منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس، موظفين، متطوعين)، حيث امتدت المتوسطات المرجحة من ((3.66): (4.34))، وهي متوسطات تُشير إلى درجتين من الموافقة، وهما: الموافقة، الموافقة بشدة. وقد شملت درجة الموافقة بشدة عبارتي: "يتمتع أعضاء هيئة التدريس بكفاءة أكاديمية للتدريس"، "يمتلك أعضاء هيئة التدريس تخصصات في مجالات متعددة" بمتوسط (4.34) لكليهما، بينما شملت درجة الموافقة عبارات: "معظم أعضاء هيئة التدريس خريجي جامعات عالمية ذات تصنيف عالي" بمتوسط (4.03)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "يتمتع موظفي الجامعة بكفاءة عالية" بمتوسط (3.91)، وفي الترتيب الرابع والأخير جاءت عبارة "تستقطب الجامعة متطوعين مميزين" بمتوسط (3.66).

ويتضح من الجدول أعلاه حصول العبارتين (يتمتع أعضاء هيئة التدريس بكفاءة أكاديمية للتدريس) و (يمتلك أعضاء هيئة التدريس تخصصات في مجالات متعددة) على نفس الدرجة وهذا يعطي مؤشر جيد يعكس بأن لدى الجامعات أعضاء هيئة تدريس يتمتعوا بكفاءة عالية ولديهم تخصصات متعددة ووهذا يتبر من اهم العناصر التي تعكس السمعة الجيدة للجامعات. بينما جاءت في المرتبة الأخيرة عبارة (تستقطب الجامعة متطوعين مميزين) في ظل انشغال افراد المجتمع المميزين في مؤسساتهم الخاصة وفي أعباء الحياة يصعب على الجامعات استقطاب متطوعين مميزين، ولتحقيق هذا العنصر بإمكان الجامعات تخصيص ساعات عمل مستقطعة من المتميزين والخبراء لتقديم خدماتهم للمؤسسات غير الربحية لإكتمال دائرة سمات السمعة.

اتفقت الدراسة مع دراسة (Reznik, S. D., & Yudina, T. A.) (2018) التي كان من أبرز نتائجها أن مكونات إدارة سمعة المؤسسات التعليمية العالي تشمل على (جودة العملية التعليمية، كفاءة المهنة لإدارة المؤسسات التعليمية، كفاءة

أعضاء هيئة التدريس ، توظيف الخريجين ، تطوير نظام التوجيه المهني للخريجين ، زيادة متطلبات أصحاب العمل لمعارف ومهارات خريجي الجامعات ، جودة التعليم النظري .
 - جودة مخرجات المؤسسات التعليمية (معدل تميز الطلاب، البحث العلمي، براءة الاختراع):
 عكست استجابات النخبة الأكاديمية عينة الدراسة درجة موافقة "مُرتفعة" نحو كفاءة أداء منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس، موظفين ، متطوعين)، حيثُ يوضح الجدول التالي أن مُجمل الموافقة جاء بمُتوسط مُرحح قدره (3.90) من (5) درجات.

جدول (9)

الإحصاء الوصفي لاستجابات النخبة الأكاديمية حول مكون (جودة مخرجات المؤسسات التعليمية) كأحد مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية (ن=260)

م	جودة مخرجات المؤسسات التعليمية	درجة الموافقة					التوسط للمرجح	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مُرتبة
		موافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً				
1	خريجي الجامعات قادرين على التكيف مع الأدوار والمهام المختلفة	40	168	32	16	4	3.86	0.803	4	موافق
2	خريجي الجامعات قادرين على تطبيق مهارات حل المشكلات	16	172	44	24	4	3.66	0.791	7	موافق
3	خريج الجامعة قادر على استخدام تقنية المعلومات بشكل جيد	44	176	28	8	4	3.95	0.734	3	موافق
4	قادر على اظهار مهارات التواصل مع الآخرين	32	204	20	0	4	4.00	0.583	2	موافق
5	مهيباً بشكل جيد لسوق العمل	44	140	56	16	4	3.78	0.852	6	موافق
6	لدى الجامعة مجالات علمية محكمة مشهورة	48	144	52	12	4	3.85	0.829	5	موافق
7	الجامعة تشجع وتدعم النشر في المجالات الدولية	104	124	24	4	4	4.23	0.801	1	موافق بشدة
-	الإجمالي						3.90	0.774		موافق

كما أظهرت النتائج التفصيلية للجدول السابق بجانس إلى حد ما في درجة موافقة النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على عبارات نحو كفاءة أداء منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس، موظفين ، متطوعين)، حيث امتدت المتوسطات المرجحة من ((3.66): (4.23))، وهي متوسطات تُشير إلى درجتين من الموافقة، وهما: الموافقة، الموافقة بشدة. وقد شملت درجة الموافقة بشدة عبارة "الجامعة تشجع وتدعم النشر في المجالات الدولية" بمتوسط (4.23)، بينما شملت درجة الموافقة عبارات: "قادر على إظهار مهارات التواصل مع الآخرين" بمتوسط (4.00)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "خريج الجامعة قادر على استخدام تقنية المعلومات بشكل جيد" بمتوسط (3.95)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "خريجي الجامعات قادرين على التكيف مع الأدوار والمهام المختلفة" بمتوسط (3.86)، تلاها عبارة "لدى الجامعة مجلات علمية محكمة مشهورة" بمتوسط (3.85)، وبتوسط (3.78) جاءت عبارة "مهياً بشكل جيد لسوق العمل" في الترتيب السادس، وفي الترتيب السابع والأخير جاءت عبارة "خريجي الجامعات قادرين على تطبيق مهارات حل المشكلات" بمتوسط (3.66).

تبين من الجدول أعلاه أن الجامعات السعودية تشجع وتدعم النشر في المجالات الدولية سعياً منها لرفع تصنيفها في المؤشرات الدولية لتصنيف الجامعات وهذا من أهم العناصر التي تهتم به مؤسسات التصنيفات الدولية وبالتالي الجامعات السعودية أولته اهتمام وبالتالي جاءت عبارة (الجامعة تشجع وتدعم النشر في المجالات الدولية) جاءت في المرتبة الأولى . بينما جاء في المرتبة الأخيرة عبارة (خريجي الجامعات قادرين على تطبيق مهارات حل المشكلات) وحتى تكتمل دائرة سمات السمعة ينبغي على الجامعات أن تعطي هذا العنصر مزيد من الاهتمام.

اتفقت الدراسة مع دراسة (بن سعيدان، هدى 2022) والتي كانت أبرز نتائجها أن

جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن تهتم بتحسين سمعتها الأكاديمية دائماً في المجتمع المحلي والدولي والعلمي وتهتم بدعم البحث العلمي، حيث بلغت نسبة الأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس في المجالات العلمية بلغ 1085 بحثاً، ويعد من المؤشرات المهمة في قياس سمعة الجامعة. كما اتفقت مع دراسة (الطاهر ، عيسى 2019) التي كانت تشير إلى أن تقديرات أفراد عينة الدراسة للمتطلبات المختلفة في المجالات الثلاثة كانت في غالبيتها التعليم بالمهمة جداً، وهذا يعطي دلالة واضحة على أن هذه المتطلبات تعد من المؤشرات المهمة، من أجل تحسين ترتيبها ضمن التصنيفات الأكاديمية العالمية.

التحقق من صحة فروض الدراسة:

تم إجراء هذه الدراسة بهدف الكشف عن مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؛ لذا تم صياغة مجموعة من الفروض عند مستوى دلالة (≥ 0.05) لتحقيق ذلك الهدف، ويمكن التأكد من صحتها على النحو التالي:

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية".

جدول (10)

مصفوفة الارتباط بين مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية

من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (ن=260)

جودة المخرجات	كفاءة الأداء	المسؤولية الاجتماعية	بيئة العمل	القيادة والابتكار	الكفاءة المالية	مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية
**0.631	**0.528	**0.562	**0.724	**0.839	1	الكفاءة المالية
**0.551	**0.618	**0.592	**0.725	1	**0.839	القيادة والابتكار
**0.541	**0.586	**0.569	1	**0.725	**0.724	بيئة العمل
**0.678	**0.467	1	**0.569	**0.592	**0.562	المسؤولية الاجتماعية
**0.668	1	**0.467	**0.586	**0.618	**0.528	كفاءة الأداء
1	**0.668	**0.678	**0.541	**0.551	**0.631	جودة المخرجات

(**) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01).

بالنظر في جدول (10) السابق يتضح وجود ارتباط طردي ذو دلالة معنوية بين مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية مُستوى معنوية (0.01)، حيثُ تبين الآتي:

- بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" بين الكفاءة المالية والقيادة والابتكار (0.839^{**}) ، وبين الكفاءة المالية وبيئة العمل (0.724^{**}) ، وبين الكفاءة المالية والمسئولية الاجتماعية (0.562^{**}) ، وبين الكفاءة المالية وكفاءة أداء منسوبي الجامعة (0.528^{**}) ، وبين الكفاءة المالية وجودة المخرجات (0.631^{**}) .
- بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" بين القيادة والابتكار وبيئة العمل (0.725^{**}) ، وبين القيادة والابتكار والمسئولية الاجتماعية (0.592^{**}) ، وبين القيادة والابتكار وكفاءة أداء منسوبي الجامعة (0.618^{**}) ، وبين القيادة والابتكار وجودة المخرجات (0.551^{**}) .
- بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" بين بيئة العمل والمسئولية الاجتماعية (0.569^{**}) ، وبين بيئة العمل وكفاءة أداء منسوبي الجامعة (0.586^{**}) ، وبين بيئة العمل وجودة المخرجات (0.541^{**}) .
- بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" بين المسئولية الاجتماعية وكفاءة أداء منسوبي الجامعة (0.467^{**}) ، وبين المسئولية الاجتماعية وجودة المخرجات (0.678^{**}) .
- بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" بين كفاءة أداء منسوبي الجامعة وجودة المخرجات (0.668^{**}) .

الفرض الثاني: "لا توجد فروق دالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للانتماء الجامعي (الإمام محمد، الملك عبد العزيز، الأميرة نورة)".

جدول (11)

دلالة الفروق (ANOVA) بين مُتوسطات مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للانتماء الجامعي (الإمام محمد، الملك عبد العزيز، الأميرة نورة) (ن=260)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	قيمة Sig
مكونات السمعة	بين المجموعات	2032.191	2	1016.095	1.770	0.172
	داخل المجموعات	147563.747	257	574.178		
	الإجمالي	149595.938	259	-		

قيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) عند درجة حرية (2، 257) = (2.99)

يُبين جدول (11) السابق أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (1.770) وهي أقل من قيمة (F) الجدولية، أيضاً بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.172) وهي أكبر من مستوى معنوية (0.05)؛ بالتالي تُبْت صَحَة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: "لا توجد فروق دالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للرتبة العلمية".

جدول (12)

دلالة الفروق (ANOVA) بين مُتوسطات مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للرتبة العلمية (ن=260)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	قيمة Sig
مكونات السمعة	بين المجموعات	22111.895	5	4422.379	8.811	0.000
	داخل المجموعات	127484.044	254	501.906		
	الإجمالي	149595.938	259	-		

قيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) عند درجة حرية (5، 254) = (2.21)

يُبين جدول (12) السابق أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (8.811) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية، أيضًا بلغت قيمة مُستوى المعنوية (0.000) وهي أقل من مُستوى معنوية (0.05)؛ بالتالي لم تثبت صحة الفرض الثالث؛ مما يستلزم إجراء أحد الاختبارات البعدية لمعرفة اتجاهات الفروق.

جدول (13)

اختبار Scheffe بين مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للرتبة العلمية (ن=260)

المتغيرات	المستويات	المتوسطات	أستاذ	أستاذ مساعد	أستاذ مشارك	متعاون	محاضر	معيد
المستوى	أستاذ	150.14	-	8.027	-5.246	11.698	*330.643	-8.857
	أستاذ مساعد	142.12		-	*13.274	3.671	*22.615	16.885-
	أستاذ مشارك	155.39			-	*16.944	*35.889	-33.611
	متعاون	138.44				-	18.944	-20.556
	محاضر	119.50					-	-39.500
	معيد	159.00						-
الإجمالي		145.02						

بناءً على نتائج جدول (13) يتضح الآتي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (أستاذ) وكل من (أستاذ مساعد، أستاذ مشارك، متعاون، معيد). بينما يوجد فرق دال إحصائياً في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (أستاذ) و(المحاضر) لصالح الأستاذ.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (أستاذ مساعد) وكل من (متعاون، معيد). بينما يوجد فرق دال إحصائياً في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (أستاذ مساعد) و(أستاذ مشارك)

لصالح الأستاذ المشارك، وبيّن (أستاذ مساعد) و(المحاضر) لصالح الأستاذ المساعد.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (أستاذ مشارك) و(معيد). بينما يوجد فرق دال إحصائياً في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (أستاذ مشارك) و(متعاون) لصالح الأستاذ المشارك، وبيّن (أستاذ مشارك) و(المحاضر) لصالح الأستاذ المشارك.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (المتعاون) وكل من (المحاضر، والمعيد).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (المحاضر) و(المعيد).
- الفرض الرابع: "لا توجد فروق دالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للنوع (ذكور وإناث)".

جدول (14)

دلالة الفروق مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية

من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للنوع (ذكور، إناث) (ن=260)

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات		مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية
				1	2	
0.795	0.260	25.597	144.67	الذكور (ن=144)	1	
		22.040	145.45	الإناث (ن=116)	2	

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى (0.05) = 1.962

تشير بيانات جدول (14) إلى أنه باستخدام اختبار(ت) يتضح ثبوت صحة الفرض الرابع، حيثُ تَبين عدم وجود فروق غير دالة إحصائية بين مكونات سمعة

الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للنوع (ذكور، إناث)، حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.260) وهي أقل من قيمة "ت" الجدولية.

الفرض الخامس: "لا توجد فروق دالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للعمر (24: 33 عاماً، 34: 43 عاماً، 44: 53 عاماً، 54 فأكثر)".

جدول (15)

دلالة الفروق (ANOVA) بين مُتوسطات مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للعمر (24: 33 عاماً، 34: 43 عاماً، 44: 53 عاماً، 54 فأكثر) (ن=260)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	قيمة Sig
مكونات السمعة	بين المجموعات	9868.075	3	3289.358	6.027	0.001
	داخل المجموعات	139727.863	256	545.812		
	الإجمالي	149595.938	259	-		

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) عند درجة حُرية (3، 256) = (3.782) يُبين جدول (15) السابق أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (6.027) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية، أيضاً بلغت قيمة مُستوى المعنوية (0.001) وهي أقل من مُستوى معنوية (0.05)؛ بالتالي لم تثبت صَحة الفرض الخامس؛ مما يستلزم إجراء أحد الاختبارات البعدية لمعرفة اتجاهات الفروق وفقاً للعمر.

جدول (16)

اختبار Scheffe بين مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للعمر (24: 33 عامًا، 34: 43 عامًا، 44: 53 عامًا، 54 فأكثر) (ن=260)

المتغيرات	المستويات	المتوسطات	24: 33 عامًا	34: 43 عامًا	44: 53 عامًا	54 فأكثر
المستوى	24: 33 عامًا	130.14	-	12.381-	17.896-*	21.948-*
	34: 43 عامًا	142.52		-	5.515-	9.567-
	44: 53 عامًا	148.04			-	4.052-
	54 فأكثر	152.09				-
الإجمالي		145.02				

بناءً على نتائج جدول (16) يتضح الآتي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية ذوي الأعمار من (24: 33 عامًا) وذوي الأعمار من (34: 43 عامًا)، بينما يوجد فرق دال إحصائيًا في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية ذوي الأعمار من (24: 33 عامًا) وذوي الأعمار من (44: 53 عامًا) لصالح ذوي الأعمار (54 عامًا فأكثر) لذوي الأعمار (44: 53 عامًا)، وبين ذوي الأعمار من (24: 33 عامًا) وذوي الأعمار من (54 عامًا فأكثر) لصالح ذوي الأعمار (54 عامًا فأكثر).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية ذوي الأعمار من (34: 43 عامًا) وكل من ذوي الأعمار من (44: 53 عامًا) (54 عامًا فأكثر).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مكونات سمعة الجامعات الحكومية السعودية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية ذوي الأعمار من (44: 53 عامًا) وذوي الأعمار من (54 عامًا فأكثر).

خلاصة النتائج :

توصلت الدراسة إلى أن الجامعات السعودية لديها استقرار مالي وجاءت عبارة الجامعة مستقرة ماليًا في الدرجة الأولى جيد يعكس الاستقرار المالي لدى الجامعات السعودية .

— اتضح من الدراسة بأن لدى الجامعات السعودية سياسات معلنة بشكل واسع مما يعكس بأن الجامعات تسعى بشكل جيد لتحقيق رؤيتها المتسقة مع رؤية المملكة 2030.

— اتضح من الدراسة بأن الجامعات السعودية لديها خطط واضحة نحو مسارات الموظفين وهذا يعطي شعور بالارتياح لدى منسوبي الجامعات ويساعد في رفع الروح المعنوية للموظفين مما يعكس الأداء الجيد الذي يلمسه المستفيدين من الجامعة وبالتالي يعكس السمعة الجيدة لتلك الجامعات.

— توصلت الدراسة إلى أن الجامعات السعودية تمنح مقاعد دراسية مجانية للطلاب الأجانب وهذا يعكس البعد الدولي الذي تبذله المملكة في استقطاب هؤلاء الطلاب من مبدأ تحقيق الدبلوماسية العامة التي تنعكس على سمعة الدولة ككل والجامعات بشكل خاص.

— اتضح من الدراسة أن أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية يتمتعون بكفاءة أكاديمية للتدريس في تخصصات متعددة .

— تبين من خلال الدراسة أن الجامعات السعودية تشجع وتدعم النشر في المجالات الدولية سعياً منها لرفع تصنيفها في المؤشرات الدولية لتصنيف الجامعات وهذا من أهم العناصر التي تهتم به مؤسسات التصنيفات الدولية .

التوصيات:

— ضرورة اهتمام الجامعات السعودية بعكس الجهود المنظمة التي تبذلها القيادات لدى منسوبيها

- إعادة النظر في تحسين الحوافز المالية لمنسوبي الجامعات السعودية لتكتمل مكونات السمعة تجاه تحسين بيئة العمل.
- على الجامعات السعودية بذل المزيد من الجهود في رعاية ودعم المشاريع التعليمية لأفراد المجتمع لتحقيق مسؤوليتها المجتمعية وإعلانها حتى تكتمل دائرة المسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة تخصيص الجامعات السعودية ساعات عمل مستقطعة من المتميزين والخبراء لتقديم خدماتهم للمؤسسات غير الربحية لإكتمال دائرة سمات السمعة وتحقيق مبدأ استقطاب المتطوعين المميزين.
- ينبغي على الجامعات الاهتمام بتطوير مهارات حل المشكلات لدى الطلاب الخريجين لإكتمال دائرة جودة مخرجات المؤسسات التعليمية لتحقيق السمعة.

هوامش البحث:

- 1 خالد أحمد الشريبي، & أحمد. (2023). دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية (دراسة ميدانية). مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، 34(132)، 3-35.
- 2 بن سعيدان، ه. ع. م.، & هدى عبدالله محمد. (2022). قياس سمعة جامعات المملكة العربية السعودية وتأثيرها على تصنيف: QS جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن أنموذجاً. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، 2022(24)، 213-233.
- 3 عيسى عبدالباقي، 2022، جودة البوابات الإلكترونية للجامعات العربية على شبكة الويب وعلاقتها بإدارة سمعتها لدى مستخدميها من أعضاء هيئة التدريس، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 29، p219-278، Issue 29، Mar2022، 60p.
- 4 ŞIRZAD, N. (2022). A REVIEW ON ONLINE REPUTATION MANAGEMENT AND ONLINE REPUTATION COMPONENTS. Doğu Üniversitesi Dergisi, 23(1), 219-242.
- 5 زاهية توام. (2021). أهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة - دراسة تحليلية لتقارير السمعة للنموذج RepTrak™ Pulse. Strategy & Development Review, 11(2), 220-239.
- 6 عامر، رشا عبدالحكيم. (2021). استخدام العلاقات العامة للفيسبوك في إدارة سمعة المؤسسات الجامعية الخاصة. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع32، 53، 106. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1134284>
- 7 السلمي، أفنان بنت عوض الله، دور العلاقات العامة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود وعلاقتها بسمعتها لدى طالبات الجامعة، رسالة ماجستير منشورة، المجلة العربية للإعلام والاتصال، - 231، p231، Issue 24، Nov2020، 276. 46p.
- 8 Urip, S. R., & Kurniawati, N. (2020). The Concept of Maintaining Personal Reputation in Educational Institutions. KnE Social Sciences, 522-530.
- 9 عبدالعزيز، مروة محمد أنور. (2019). إدارة السمعة مدخل لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم الجامعي بمصر. المجلة التربوية لتعليم الكبار، مج1، ع4، 350، 383. - مسترجع من <http://search.mandumah.com.sdl.idm.oclc.org/Record/1039621>
- 10 الطاهر عيسى ميمون. (2019). متطلبات تحسين ترتيب الجامعات الجزائرية ضمن التصنيفات الأكاديمية العالمية من وجهة نظر الأساتذة الإداريين في جامعة المسيلة. Journal of Al-Quds Open University for Administrative & Economic Research, 4(11), 34-46. <https://doi-org.sdl.idm.oclc.org/10.5281/zenodo.3370226>

11 Vetrova, E. A., Kabanova, E. E., Medvedeva, N. V., & Jukova, E. E. (2019). Management of Educational Services Promotion in the Field of Higher Education (The Example of Russian State Social University). *European Journal of Contemporary Education*, 8(2), 370-377.

12 أمل الشخاطرة ، أخليف الطراونة ، واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية من وجهة نظر الإدارات الأكاديمية، *المجلة الأردنية التربوية* العدد 4 ، 2019.

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

14 Vyacheslavovna, S. A., Aleksandrovna, G. D., Romanovna, T. N. Y., & Aleksandrovich, G. A. (2017). Business Reputation and Management of the Socio-Pedagogical Image Formation of Institutions of Higher Education. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 1351-1357.

15 Simpson, L. (2011). The management and impact of international rankings on reputation in higher education.

16 عبد الحميد، طلعت أسعد. (٢٠١٥). العلاقة بين سمعة المنظمة وثقة العميل: دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية في مصر، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، مصر، العدد 4 المجلد 39، ص 345 - 315.

17 صقر، ركي محمود ركي. (٢٠١٥). دور الجدية في العمل في دعم سمعة المنظمة بالتطبيق على البنوك الحكومية والبنوك الاستثمارية، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، مصر، العدد 3، ص ١٩٧ - 165.

18 فلاق، محمد. (٢٠١٦). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان

19 Rauhvargers, A. (2011). Global university rankings and their impact (p. 85). Brussels: European University Association.

20 Davies et al. 2003، 37، Marconi 2001، 20، Sherman 1999. (11،

21 Schultz and Werner 2005؛ Davies et al. 2003. 26-25

22 Sala, M. C. (2011). Creating a new multistakeholder methodology for measuring corporate reputation. Degree of Doctor of Philosophy, Pompeu Fabra University, Barcelona.

23 Sala, M. C. (2011). Creating a new multistakeholder methodology for measuring corporate reputation. Degree of Doctor of Philosophy, Pompeu Fabra University, Barcelona.

- 24 خلف، بسام ، بناء الصورة الذهنية وإدارة السمعة في المنظمات غير الربحية، 2011، مؤسسة سالم بن محفوظ ص 121.
- 25 Courtright, J.L. and Smudde, P.M. (2009) 'Leveraging organizational innovation for strategic reputation management', Corporate Reputation Review.
- 26 Alniacik, E., Alniacik, U. and Erdogmus, N. (2012) 'How do the dimensions of corporate reputation affect employment intentions?' Corporate Reputation Review, 15(1), 3-19.
- 27 Tichy, N.M., McGill, A.R. and St Clair, L. (eds.) (1997) Corporate Global Citizenship, New Lexington Press, San Francisco.
- 28 1- أ.د يسرا عبدالحالقي حسني 2- د.مفوض بن عواد العنزي 3- د.يزيد بن أحمد المخرج 4- د.النوراني البشير