

آليات مقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف

إعداد

آمال محمد كامل مراد

إشراف

أد/ أحمد محمد غانم

أستاذ الإدارة التعليمية المتفرغ
بكلية التربية - جامعة بني سويف

أد/ أسامة محمود قرني

أستاذ ورئيس قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية
بكلية التربية - جامعة بني سويف

مستخلص البحث:

هدف البحث الحالي إلى تعرف السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، ووضع الآليات لتحسينها، وذلك من خلال عرض الأسس النظرية للسمعة التنظيمية من حيث المفهوم، والأهمية، والأبعاد، واستخدام البحث المنهج الوصفي؛ لوصف متغير البحث، بالإضافة إلى الدراسة الميدانية التي تناولت واقع السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، حيث طبقت أداة الاستبانة على عينة من القيادات الأكاديمية وأعضاء هيئة التدريس بكليات جامعة بني سويف، وعددهم (643) عضواً وقائداً، وتوصل البحث إلى مجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف تمثلت في: تحسين جودة الخدمة التي يحصل عليها الأطراف المعنية، والقيادة الأكاديمية من خلال اختيار القيادات الأكاديمية وفقاً للجدارة بالإضافة إلى امتلاكهم مجموعة من المهارات والقدرات التي تؤهلهم للأداء الأمثل للمهام الإدارية، وتوفير مناخ مناسب للإبداع، والجاذبية العاطفية من خلال الشعور بالفخر والاعجاب بها والاحترام والثقة بكل ما تقدمه الجامعة، والمسئولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: السمعة التنظيمية - جامعة بني سويف.

Proposed Mechanisms to Improve the Organizational Reputation of Beni-Suef University

Abstract:

This research aims to improve the organizational reputation of Beni Suef University. In this research, a theoretical basis for organizational reputation was developed that includes its concept, importance, and dimensions. By using the descriptive approach and field study to evaluate the current status of the university's reputation. A survey was conducted of 643 academic leaders and faculty members across colleges. The research found a set of proposed mechanisms, including improving the quality of service, selecting academic leaders with strong administrative skills on the basis of merit, enhancing creativity, and emotional appeal through a sense of pride, admiration, respect, and trust in everything the university offers, and integrating social responsibility initiatives.

Keywords: Organizational Reputation - Beni-Suef University

مقدمة:

تسعى الجامعات في ظل الألفية الثالثة إلى امتلاك أصول غير ملموسة مثل الصورة الذهنية، السمعة التنظيمية، بالإضافة إلى معايير الجودة التعليمية والبيئية، وتمثل السمعة التنظيمية أهم الأصول غير الملموسة التي تسعى دوماً نحو الاحتفاظ بها واستمراريتها، وأصبحت جزءاً أساسياً ومهماً في حياة الجامعة التي تسعى إلى البقاء، والتي لا تكون وليدة اللحظة، ولكنها تتكون عبر سنوات كثيرة من الجهد والعطاء وتلبية توقعات الأفراد وأصحاب المصالح والمستفيدين منها، حيث تتعلق السمعة التنظيمية بتصورتهم المختلفة عن قدرة الجامعة على تقديم مخرج تعليمي ذي جودة عالية، يحظى برضا الأفراد المستفيدة من الخدمات والمخرجات التي تقدمها.

وتشير السمعة التنظيمية إلى مكانة المنظمة البارزة والمعترف بها على نطاق واسع بين أصحاب المصالح في مجالها التنظيمي، ومدى تفوقها على المنافسين من خلال قدرتها على إنتاج خدمات عالية الجودة المقيمة إيجابياً (Rendova et al., 2005, 1035)، وحيث اختلفت الأدبيات حول أبعاد السمعة التنظيمية، والبعض عددها في المسؤولية الاجتماعية، والإبداع، وجودة الخدمة

(حسن، ٢٠١٤، ٥٤٤)، والبعض الآخر عددها في المسؤولية الاجتماعية، وصورة المنظمة، والإبداع، وجودة الخدمة، وجذب العاملين الموهوبين (موسى؛ السيد، ٢٠١٩، ٤٨٤-٤٨٥).

ويمكن قياس السمعة التنظيمية من خلال عدة نماذج، ويتم عرضها فيما يلي: نموذج المنظمات الأكثر إثارة للإعجاب في الولايات المتحدة الأمريكية (AMAC)، ونموذج المنظمات الأكثر إعجاباً في العالم (WMAC) (Schwaiger, 2004) (Schwaiger, 2004)، ونموذج حاصل السمعة (RQ) (Fombrun et al, 2000)، ونموذج شويجر (Schwaiger, 2004) (Schwaiger, 2004)، ومقياس حلم (Helm, 2005) (Helm, 2005)، ومقياس السمعة القائم على العملاء (Walsh & CBR) (Walsh & Beatty, 2007)، ومقياس سمعة المنظمات غير الربحية (Sarstedt & Schloderer, 2010) (Sarstedt & Schloderer, 2010)، وتنبثق الاختلافات في هذه النماذج من التعاريف المختلفة لمفهوم السمعة التنظيمية، وعلى الرغم من تعدد المقاييس لقياس السمعة التنظيمية إلا أنه يوجد تقارب بين هذه الأبعاد في كل مقياس أي تتقارب معظمها في جوهرها، وقد تختلف في التسميات، ويتضح أن أكثر الأبعاد التي تلائم وتناسب وتوافق مع طبيعة عمل الجامعة وخصوصيتها والتي قد تميزها عن المنظمات الأخرى، والتي تسهم في تحسين السمعة التنظيمية للجامعة، وهي (جودة الخدمة، القيادة الأكاديمية، الإبداع، الجاذبية العاطفية، المسؤولية الاجتماعية)، ومن ثم يتبنى البحث الحالي هذه الأبعاد للسمعة التنظيمية للجامعة، وفي ضوء ذلك يتم وضع مجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف.

مشكلة البحث:

تبدل الجامعات المصرية ومنها جامعة بني سويف جهود عديدة لتكتسب سمعة تنظيمية بين الجامعات الأخرى، وامتلاك الجامعات ميزة أو خاصية تجعلها تتميز عن غيرها من المؤسسات التعليمية الأخرى، إلا أن الواقع يشير إلى عدة جوانب قصور تكمن فيما يلي:

وتواجه الجامعات المصرية بصفة عامة ومنها جامعة بني سويف بصفة خاصة العديد من المشكلات، فيما يتعلق **ببعد جودة الخدمة** حيث أكدت الخطة الاستراتيجية لجامعة بني سويف (٢٠١٥)، والخطة البحثية لجامعة بني سويف (٢٠٢٢) من ضعف خدماتها التعليمية؛ إذ يلاحظ البرامج والمقررات الدراسية غير ملائمة لسوق العمل، وضعف تناسب القاعات والمدرجات مع أعداد

الطلاب المتزايدة، ضعف استخدام التجهيزات والتقنيات الخاصة بالتعليم والتعلم بكفاءة عالية، وضعف مناسبة الموارد المالية المخصصة مع حجم الأنشطة التي تقوم بها الكليات، ضعف توافر بالجامعة شبكة الكترونية لتبادل المعلومات بالجودة المطلوبة، وهجرة بعض أعضاء هيئة التدريس المتميزين علمياً وبحثياً للعمل بالجامعات العربية والأجنبية لتحسين أحوالهم المادية، وقلة عدد أعضاء هيئة التدريس بالجامعة في بعض التخصصات البيئية المستحدثة، وضعف عدد براءات الاختراع المسجلة سنوياً، وعدم وجود آليات لمتابعة تنفيذ الخطة البحثية بالجامعة، ومحدودية تمويل البحث العلمي من ميزانية الجامعة. ويؤكد كل ذلك على ضعف جودة الخدمة للجامعة.

وفيما يتعلق ببعيد القيادة الأكاديمية تؤكد دراسة محمد؛ السيد (٢٠٢١) على نقص الإعداد الإداري للقيادات الذين يؤهلون للممارسات الإدارية ويؤدون مسؤولياتهم الإدارية بدرجة لا تتناسب مع أهميتها، وتقيد المناخ العام للمواهب والقدرات الإبداعية من خلال اللوائح والتشريعات وعزوف كثير من ذوي الكفاءات عن تولى مسؤولية الإدارة الجامعة، وضعف وجود معايير لتطوير وتدريب قدرات المهوبين ليتوافق أداؤهم مع المعايير العالمية لإعداد واختيار القيادات المطلوبة مستقبلاً، وبعض القيادات الجامعية لم يحصلوا على أي برنامج تدريبي قبل أو بعد إسناد مهام الإدارة إليهم، وكما أكدت دراسة رشاد؛ عباس (٢٠٢٠) على أن هناك قصور واضح في مشروع تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس خاصة ما يتعلق بتنمية المهارات الإدارية للقيادات الجامعية سواء قبل تولي المناصب الجديدة أو أثناء توليها، وحيث إن المشكلات الناتجة عن اختيار القيادات الأكاديمية وتعيينها، وانخفاض مستوى برامج تنميتهم مهنيًا يتطلب ضرورة الاهتمام بتحديد الجدارات الوظيفية اللازمة لهؤلاء القيادات، وكما يشير واقع اختيار القيادات الأكاديمية بالجامعات المصرية إلى أن اختيار القيادات الأكاديمية بالجامعات المصرية كان يتم إما في ضوء أسلوب التعيين المباشر كما هو الحال في اختيار رؤساء الجامعات ونوابهم وعمداء الكليات ووكلائهم؛ حيث يتم تعيينهم مباشرة من قبل السلطات العليا طبقاً لموافقة رؤسائهم دون توضيح مبررات هذا التعيين أو المعايير التي تم في ضوءها التعيين، وإما في ضوء أسلوب الأقدمية المطلقة كما هو الحال في اختيار رؤساء مجالس الأقسام الأكاديمية بالكليات، دون الأخذ في الاعتبار ضرورة توافر العديد من السمات الشخصية والقيادية التي تسهم في تحديد مدى كفاءة هذا الفرد لتولي أحد المناصب القيادية بالجامعة، ولعل

هذا أحد الأسباب التي تؤدي إلى عجز القيادات عن أداء مهامها ومن ثم عدم تحقيق الأهداف المرجوة (قرارات المجلس الأعلى للتعليم الجامعي بشأن شروط وإجراءات انتخابات القيادات الجامعية، ٢٠١٢).

وفيما يتعلق ببعيد الإبداع تؤكد دراسة أحمد (٢٠١٦) على أن الجامعات المصرية لا تمتلك حوافز إدارية ومالية محددة تجعلها أكثر إبداعًا وابتكارًا، وتمكنها من استخدام الموارد بطريقة فعالة وافتقار الجامعات المصرية لاستراتيجية محددة تحديدًا جيدًا للبحث والتنمية والابتكار وقدرتها في مجال العلوم الإنسانية ضعيفة، وإدارتها للبحث والتنمية والابتكار غير كافية وغير منسقة، وكما تؤكد الخطة الاستراتيجية لجامعة بني سويف (٢٠١٥) في ضعف وضوح معايير توزيع المهام على كليات الجامعة، وعدم كفاية التوصيف الوظيفي، حيث أنه لا يعبر عن الطبيعة الفعلية لكثير من الوظائف، ومركزية اتخاذ القرار مما يؤثر على سير العمل، وضعف مشاركة الإداريين في الأنشطة التعليمية والبرامج والمشاريع المجتمعية، وعدم مشاركة الكفاءات الإدارية في تفعيل نظام الإرشاد الأكاديمي.

وفيما يتعلق ببعيد الجاذبية العاطفية يشير واقع جامعة بني سويف؛ حيث أظهرت التقارير الدولية لتقييم الجامعات على مستوى العالم غياب الجامعات المصرية ومنها جامعة بني سويف من قوائم التصنيف العالمية والإقليمية باستثناء بعض الجامعات، والتي ظهرت في مراكز متأخرة على مستوى القارة الأفريقية، ويتم عرض موقع الجامعات المصرية ومنها جامعة بني سويف بصفة خاصة في التصنيفات العالمية كما يلي: واقع جامعة بني سويف طبقًا لتصنيف QS حيث حصلت على الترتيب (١٠١-١١٠) على المستوى العربي وكانت نسبة السمعة الأكاديمية لها ١٠,٩%، ولم تظهر على مستوى العالم (QS World University Rankings,)

[https://www.topuniversities.com/qs-world-university-](https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings?qs_qp=topnav)

[rankings?qs_qp=topnav](https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings?qs_qp=topnav)، وطبقًا لتصنيف شنغهاي لأفضل (٥٠٠) جامعة لعام ٢٠٢٣، حيث حصلت جامعة القاهرة على الترتيب (٣٠١-٤٠٠) على مستوى العالم، وبينما اختفت باقي الجامعات المصرية عن أفضل (٥٠٠) جامعة ووصولهم لمراتب متدنية كجامعات عين شمس والإسكندرية والمنصورة والأزهر والزقازيق وبني سويف في حين اختفاء باقي الجامعات المصرية عن

هذا التصنيف (Academic Ranking World Universities,

<https://www.shanghairanking.com/>)، وطبقاً لتصنيف ويبومتر كس ويتضح غياب بعض الجامعات المصرية عن تصنيف ويبومتر كس لأفضل (١٢٠٠) جامعة لعام ٢٠٢٣، والذي يقوم بترتيب الجامعات بناءً على قياس أدائها من خلال تواجدها على شبكة الإنترنت ومحتوى موقعها الإلكتروني؛ وحيث اختفت جامعة بني سويف عن أفضل (١٢٠٠) جامعة حيث حصلت جامعة بني سويف على ترتيب (١٨٥٤) (Ranking Web of Universities, <https://www.webometrics.info/en/world>) ويرجع ذلك بالرغم من دخول جامعة بني سويف في التصنيفات العالمية، إلا أنها جات في مراكز متأخرة، لذلك يلزم بذل الجهود لتحسين سمعتها التنظيمية.

وفيما يتعلق ببعدها الاجتماعية حيث تؤكد دراسة مخلص (٢٠١٨) على ضعف مراقبة ورصد الجامعة لمشكلات المجتمع المحيط بها ودراستها وطرح البدائل المختلفة لعلاجها، وضعف تحويل خلاصة المعارف التكنولوجية والعلمية التي تتوصل إليها الجامعات إلى منتجات وخدمات تخدم المجتمع، بالإضافة إلى ضعف ربط الخريجين بكلياتهم وجامعتهم من خلال روابط الخريجين، وقلة توفير وسائل دخل إضافية للجامعات من خلال الأنشطة والخدمات الاستشارية والبحثية والتدريبية، وضعف تنشيط العلاقة مع مؤسسات المجتمع المدني من خلال الاتحادات والروابط والمنظمات والجمعيات الأهلية، بالإضافة إلى ضعف وضوح مفهوم خدمة وتنمية المجتمع والبيئة لدى أعضاء هيئة التدريس، وكما تؤكد الخطة الاستراتيجية لجامعة بني سويف (٢٠١٥) على ضعف مشاركة أعضاء هيئة التدريس في تنمية البيئة وخدمة مجتمعهم، وضعف العلاقة بين الجامعة وجهات التوظيف في سوق العمل، ومحدودية ربط البرامج التعليمية باحتياجات سوق العمل، وعدم وضوح رؤية ورسالة الجامعة بالنسبة للمنظمات المجتمعية، وضعف مشاركتها في حل المشكلات الصناعية والتطبيقية في العمل لدى مؤسسات المجتمع. ومما سبق يتبين من أن هناك قصور في أبعاد السمعة التنظيمية للجامعة، وبالتالي ضعف السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، ومن هنا تتبلور مشكلة البحث في السؤال التالي:

كيف يمكن تحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف؟

ويتفرع من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- (١) ما الأسس النظرية للسمعة التنظيمية للجامعة في الأدبيات الإدارية المعاصرة؟
- (٢) ما واقع السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف "دراسة ميدانية"؟
- (٣) ما الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف؟

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

- (١) تعرف الأساس النظري للسمعة التنظيمية للجامعة في الأدبيات الإدارية المعاصرة.
- (٢) دراسة واقع أبعاد السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف "دراسة ميدانية".
- (٣) التوصل إلى وضع مجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف.

أهمية البحث:

تتبع الأهمية النظرية للبحث من خلال إلقاء الضوء على مفهوم السمعة التنظيمية وأهميتها وأبعادها، كما يحاول البحث الحالي وضع مجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، وتتمثل الأهمية التطبيقية للبحث في مساعدة الجامعة لرفع مستوى خدماتها التعليمية والبحثية والمجتمعية، والتي تعمل على تحسين سمعتها التنظيمية في ضوء أبعادها.

منهج البحث وأداته:

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي، اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات (مصطفى، ٢٠١٤، ٥٥)، فسوف يتم استخدامه لوصف ماهية السمعة التنظيمية، وأهميتها، وأبعادها، وفي ضوء ذلك تم إعداد استبيان لقياس واقع السمعة التنظيمية للجامعة.

حدود البحث:

تتمثل حدود البحث فيما يلي:

الحدود الموضوعية: تتمثل في أبعاد السمعة التنظيمية (جودة الخدمة، القيادة الأكاديمية، الإبداع، الجاذبية العاطفية، المسؤولية الاجتماعية).

الحدود المكانية: طبق البحث على جامعة بني سويف الحكومية.
الحدود البشرية: اقتصر تطبيق البحث على القيادات الأكاديمية بالجامعة متمثلة في (رئيس الجامعة ونوابه وعمداء ووكلاء ورؤساء الأقسام) وأعضاء هيئة التدريس بكليات جامعة بني سويف.

الحدود الزمنية: طبقت أداة الدراسة الميدانية للبحث في بداية الترم الثاني للعام الجامعي ٢٠٢٣-٢٠٢٤.

مصطلح البحث:

اعتمد البحث على مصطلح السمعة التنظيمية وفيما يلي توضيح مفهومه:

السمعة التنظيمية **Organizational Reputation**:

تعرف السمعة لغويًا بأنها: " ما يُسْمَعُ به من صيِّبٍ أو ذِكْرٍ حسنٍ أو سَيِّئٍ. ويقال: فَعَلَ ذلكَ رِيَاءً وَسَمْعَةً. أي ليراه الناسُ ويسمعوا به. ويقال: أذُنٌ سَمْعَةٌ : شديدةُ السَّمْعِ " (أحمد وآخرون، ٢٠٠٨)، وتعد السمعة مفهومًا معنويًا للشخص أو المؤسسة.

وتعرف السمعة التنظيمية بأنها "الانطباع الذهني الشامل الذي يشكل من قبل أصحاب المصلحة العاملين مع المنظمة حول أنشطتها وأنظمتها وقراراتها وسياساتها والذي يتحدد في ضوء استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم من عدمه، ومن ثم فإنها تتجسد في كل الجهود والإنجازات المتميزة والتي ترمي من ورائها المنظمات كسب رضا الجميع وتحقيق رفاهيته" (رشيد؛ آخرون، ٢٠١٩، ١٨).

وقد عرفها أحدهما بأنها "تصور أو حكم لأصحاب المصلحة حول قدرة المنظمة على خلق القيمة المتميزة لها بناءً على الإجراءات المتبعة ليها، وتوفير نظرة مستقبلية وأهمية بارزة للمنظمة" (Hendriks, 2016, 28)، ويرى آخر بأنها " انطباعات المنظمة التي يمتلكها أعضاء مجموعة اجتماعية، فيما يتعلق بإمكانية المنظمة لتحقيق توقعاتها، وظهورها وشعبيتها على وسائل الإعلام، وهوية المنظمة" (Poland et al, 2019, 217).

وعليه يتبنى البحث الحالي تعريف السمعة التنظيمية إجرائياً بأنها: قدرة جامعة بني سويف على تحسين صورتها أمام أصحاب المصالح بمختلف الجوانب الداخلية (الطلاب الحاليين، وأعضاء هيئة التدريس، والموظفين)، والخارجية (الطلاب المحتملين، وأعضاء هيئة التدريس، وموظفي التوظيف، والخريجين، والمجتمع المحلي، والجهات المانحة) للجامعة، واتخاذ الإجراءات اللازمة لمعالجة نقاط الضعف، مما يسهم في تحسين أدائها، وتقديم خدمة عالية الجودة، والفوز في منافستها للآخرين، ويساعد ذلك على تحسين سمعتها التنظيمية.

الدراسات السابقة:

تم ترتيب الدراسات التي تناولت السمعة التنظيمية إلى دراسات عربية، ودراسات أجنبية، وتم ترتيب الدراسات تاريخياً من الأقدم إلى الأحدث كما يلي:

الدراسات العربية:

هدفت دراسة رشيد؛ آخرون (٢٠١٤) إلى الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المنظمة دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت أداة الاستبيان على عينة قوامها ٣٤ من القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات جاء في مقدمتها أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية تلعب دوراً أساسياً في بناء وتعزيز سمعة المنظمات. وكما حاولت دراسة حسن (٢٠١٤) إلى التعرف على تأثير الصورة الذهنية كمتغير معدل على العلاقة التأثيرية بين السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية في جامعة بورسعيد، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت أداة المقابلات الشخصية والاستبيان على عينة قوامها ١٢٥ فرداً، وتوصلت الدراسة إلى توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المستقضي منهم حول أهمية محددات الصورة الذهنية ومحددات سمعة المنظمة ومحددات القدرة التنافسية، وتوجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين محددات كل من السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية وكذلك بين محددات كل من الصورة الذهنية والقدرة التنافسية، وتؤثر الصورة الذهنية كمتغير معدل تأثير ذو دلالة إحصائية على العلاقة بين كل من السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية.

وفي نفس السياق هدفت دراسة النجار (٢٠١٨) إلى بيان أثر إدارة المواهب على السمعة التنظيمية من خلال الثقة التنظيمية في البنوك التجارية الاردنية في مدينة عمان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت أداة الاستبيان على عينة قوامها ٢٥٤ فرداً، وتوصلت الدراسة إلى الاهتمام بإدارة المواهب وبناء خطط واضحة لجذب المهويين وإيجاد سياسات تساعد على تطويرهم مهنيًا وتوفير المناخ الذي يشجع على الإبداع والابتكار، وتوفير كافة المتطلبات الفنية والتقنية لتطوير الخدمات المقدمة، بما يسهم بشكل فاعل في تحسين سمعة البنك وزيادة مستوى رضا العملاء وولائهم.

وكما حاولت الدراسة صباح (٢٠٢٠) إلى التعرف على أبعاد المنظمة الأخلاقية ودورها في بناء السمعة التنظيمية في الجامعات الفلسطينية الخاصة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت أداة الاستبيان على عينة قوامها ٤٥٥ موظف، ووصلت الدراسة إلى وجود علاقة وأثر ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المنظمة الأخلاقية وبناء السمعة التنظيمية في الجامعات الفلسطينية الخاصة بقطاع غزة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين لدرجة توافر أبعاد المنظمة الأخلاقية وأبعاد السمعة التنظيمية في الجامعات الفلسطينية الخاصة تعزي للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، المسمى الوظيفي، عدد سنوات الخبرة، العمر، المؤهل العلمي).

الدراسات الأجنبية:

هدفت هذه الدراسة (Al Shuqairat & Al-Shura (2021) إلى التعرف على السمعة التنظيمية للجامعة الأردنية (نموذجًا) في سياق تطبيقها لإدارة الجودة الشاملة، وطبقت أداة الاستبيان على عينة قوامها ٣٥٠ عضو هيئة التدريس، وتوصلت الدراسة أن نتائج التحليل التي أظهرت ارتفاعًا في أبعاد السمعة التنظيمية، والتي بدورها تؤكد أن درجة تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الجامعة الأردنية مرتفعة، إذ كانت وتتجلى الأبعاد العالية للسمعة التنظيمية على النحو التالي: بعد الإبداع، يليه بعد جودة الخدمة، ثم بعد المسؤولية الاجتماعية، يليه بعد قوة المركز المالي، بينما بعد الجاذبية وكان البعد الأقل تأثيرًا في تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة، وكما أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق إدارة الجودة الشاملة بأبعادها في السمعة التنظيمية بأبعادها.

وكما حاولت دراسة (Tümtürk& Deniz (2021) إلى تطوير مقياس لقياس السمعة التنظيمية للمدارس الخاصة وخاصة المدارس الخاصة الأجنبية في بيئة اليوم التنافسية المتزايدة، وكانت عينة قوامها ٣٢٠ فرداً من طلاب الصفوف التاسع والعاشر والحادي عشر والثاني عشر، وتم إجراء التحليلات العامل الاستكشافي والتوكيدي، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة التحليل عن هيكل المقياس الذي يتكون من سبع أبعاد وثمانية وثلاثون فقرة، وعليه فإن أبعاد تحديد السمعة التنظيمية للمدارس الخاصة هي (المسئولية الاجتماعية، الالتزام تجاه المدرسة، العلاقات مع الخريجين، البيئة المدرسية، القيادة، إدارة المدرسة، والأداء المالي).

الإطار النظري للبحث: السمعة التنظيمية للجامعة University Organizational Reputation

تعمل منظمات اليوم في بيئة سريعة التغير، مما يتطلب منها بذل جهود كبيرة من أجل الحفاظ على استمرارها وبقائها، وتعتبر السمعة التنظيمية من أهم مقاييس الحكم على نجاح المنظمات، كما أنها أهم الأصول الاستراتيجية القيمة التي يمكن أن تمتلكها المنظمة.

وينسحب الأمر على الجامعات كمنظمات خدمية؛ حيث تشهد الجامعات في الآونة الأخيرة العديد من التغييرات والتحديات السريعة والمتلاحقة؛ فبفعل الثورة المعرفية والتكنولوجية تحول الطالب إلى المنافسة العالمية، كما تحولت معايير جودة الأداء من المعايير المحلية إلى المعايير العالمية، الأمر الذي يفرض على الجامعات ضرورة إعادة النظر في عناصرها ومكوناتها والعمل على تطويرها؛ بما يمكن من إعداد نوعية من القيادات الجامعية وأعضاء هيئة التدريس واستخدام الأصول الملموسة وغير الملموسة بشكل أمثل (أنور، ٢٠١٩، ٣٥١).

وتستمر الجامعات في منافسة قوية مع بعضها البعض، والعامل الرئيس في هذه المنافسة هو السمعة؛ لذلك ينصح لكل جامعة بإنشاء ملف تعريف خاص بها، وبناء نقاط قوتها وفقاً لذلك، ويجب أن تُظهر ما تمثله في العلوم والتعليم العالي، وما قد تنجزه أو لا يمكنها تحقيقه بالوسائل المتاحة لها، سيؤدي هذا حتماً تقريباً إلى نظام جامعي متميز (Mittelstraa, 2010, 184).

وفيما يلي يتم عرض مفهوم السمعة التنظيمية، وأهميتها وأبعادها، فيما يلي:

أولاً: مفهوم السمعة التنظيمية:

ظهرت العديد من التعاريف المختلفة والمتعددة التي تعكس إلى حد كبير التطور المفاهيمي لهذا المصطلح، وتعرف بأنها "الإدراكي للإجراءات السابقة للمنظمة والآفاق المستقبلية التي تصف جاذبية المنظمة العامة لجميع مكوناتها الرئيسية عند مقارنتها مع المنافسين الرئيسيين الآخرين" (Fombrun, 1996, 72)، وكما عرفها آخرون بأنها "التقييمات التي يقوم بها العديد من أصحاب المصلحة حول قدرة المنظمة على تحقيق توقعاتها أو أحكام مختلفة للشركاء حول إمكانات المنظمة من حيث تحقيق توقعاتها". (Fombrun & Van, 2003, 391)

وفي حين عرفها البعض "أحكام جماعية للمراقبين عن منظمة تستند إلى تقييمات الآثار المالية والاجتماعية والبيئية المنسوبة إلى المنظمة بمرور الوقت" (Barnett et al, 2006, 34)، وفي نفس السياق عرفها البعض بأنها جوانب التمثيلات الجماعية للجامعة بمرور الوقت، ويمكن أن تكون هذه الجوانب داخلية وخارجية مثل وسائل الإعلام، ويمكن تكوين السمعة التنظيمية للجامعة من خلال الخبرات المباشرة وغير المباشرة، والمعلومات المكتسبة من الرموز مثل الشعارات والهندسة المعمارية، والمعلومات المكتسبة من قنوات الاتصال المختلفة- (Alessandri et al, 2006, 260-261).

وفي نفس السياق عرفها أحدهما بأنها "مجموعة من التصورات لمتلقي الخدمة يقومون من خلالها بمقارنة أداء المنظمة مع أداء المنظمات الأخرى الشبيهة" (Walker, 2010, 359) وكما عرفها آخرون بأنها "أصول المنظمة غير الملموسة التي تسهم في تحقيق مميزات تنافسية تدعمها الإجراءات وقواعد العمل بالمنظمة" (Ewing et al, 2010, 730).

وعرفها البعض بأنها "مجموعة من المعتقدات حول قدرات المنظمة ونواياها وتاريخها ورسالتها المضمنة في شبكة من الجماهير المتعددة" (Christensen & Gornitzka, 2017, 125)، وكما عرفها آخرون بأنها "انطباعات المنظمة التي يمتلكها أعضاء مجموعة اجتماعية، فيما يتعلق بإمكانية المنظمة لتحقيق توقعاتها، وظهورها وشعبيتها على وسائل الإعلام، وهوية المنظمة" (Polat et al, 2019, 217).

ومن خلال عرض التعاريف السابقة يتضح ما يلي:

- تعد السمعة التنظيمية للجامعة أهم الأصول غير الملموسة (المنظورة) التي تسهم في تحقيق مميزات تنافسية.
- تصور جماعي وتقييم الجامعة بناء على سمات معينة، نتاج رأي أصحاب المصلحة في الجامعة ويمكن تقسيمه إلى داخلي وخارجي، حيث يمثل أصحاب المصلحة الداخلية هم أعضاء هيئة التدريس والعاملين والطلاب، وأصحاب المصلحة الخارجية لممثلي البيئة الخارجية.
- تتشكل السمعة التنظيمية للجامعة من خلال السياق التاريخي للجامعة، وفلسفتها، ومكانة الجامعة في المجتمع، وتصورات أصحاب المصلحة تجاه السمات المكونة لهوية الجامعة، وتمثل الانطباع الأولي للجامعة والمتمثل في شعارها وكيانها التنظيمي، وعلاقتها بأصحاب المصلحة، ودورها في نهضة المجتمع المحلي الذي يمثله.

ثالثًا: أهمية السمعة التنظيمية للجامعات:

تبرز أهمية السمعة التنظيمية في قدرة المنظمة على تقديم خدماتها وتحقيق مستوى أداء عال لها، وبذلك تعطي المنظمة قيمة أكبر عن المنظمات الأخرى، وكما يوجد علاقة طردية بين سمعة المنظمة وادائها، وكما يوجد تأثير كبير على أصحاب المصالح الذين يتعاملون مع المنظمة (Chun et al, 2005, 201-202)، وتمثل السمعة المنظمة نهج إداري وأكاديمي يجب الاهتمام به، وكما أنها مورد وقيمة للمنظمة ومصدر ميزتها التنافسية وتعد محرك لا يستهان به في الأداء الاقتصادي للمنظمة كما أنه تمثل مكونًا أخلاقيًا للعمل اليومي للعاملين بالمنظمة (Helm, 2011, 4).

ويشير إلى أهمية السمعة التنظيمية، والتي بدورها تساعد في تحفيز أداء العاملين في المنظمة والمشاركة النشطة التي يؤديونها من خلال التزامهم بالعمل بشكل أفضل معتبرين أنهم مورد مهم في المنظمة، يتم من خلاله تحقيق الأهداف والغايات، وكما أظهرت أنها تزيد من حالة التوافق الاجتماعي مع المجتمع المحلي، وإن تصورات المجتمع المحلي تزيد من فرص المنظمة في البقاء والنجاح في المجتمع الذي تمثله، وتعتبر السمعة التنظيمية قوة ودرعًا التي تمر بها المنظمة، وحقيقة أن السمعة الطيبة تحمي المنظمة من الوقوع في الأخطاء نظرًا للمصادقية التي تتمتع بها

(Al Shugairat& Al-Shura, 2021, 31)

ومما سبق يتضح أن تمثل السمعة التنظيمية للجامعة أهمية كبرى تعود عليها بالعديد من الفوائد والتي تنعكس على صورتها ووضعها التنافسي، ومن بين هذه الفوائد ما يلي: جودة الخدمات التعليمية التي تقدمها وتوفر كادر تعليمي ذي كفاءة عالية، وتحسين القدرة على التوظيف وجذب ذوي الكفاءات للعمل بالجامعة، وتحقيق الإبداع في الخدمات والعمليات التي تقدمها الجامعة، والحصول على ترتيب في التصنيفات العالمية للجامعات، ويمكن القول أن للسمعة الطيبة أهمية كبيرة في تحسين مكانة الجامعة، لذلك من الضروري الحفاظ على هذه السمعة وتعزيز مكانتها.

رابعًا: أبعاد السمعة التنظيمية للجامعة:

١. جودة الخدمة Service Quality:

تعرف جودة الخدمة بأنها الفجوة أو الانحراف بين توقعات الزبون للخدمة، وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة (السلمي، ٢٠٠١، ١٨).

وتركزت المهمة الأولى لمؤسسات التعليم العالي على نقل المعرفة من خلال التدريس، وبينما ركزت المهمة الثانية على إنشاء المعرفة من خلال البحث، ويشكل التوازن بين هاتين المهمتين قضية مهمة من حيث المهام الجامعية، ويقوم أعضاء هيئة التدريس بالتدريس وإجراء البحوث على حد سواء، وبالحديث بدءًا من التعليم، تجدر الإشارة إلى أنه يختلف عن العديد من الخدمات الأخرى في ثلاثة جوانب على الأقل تتمثل في: أولاً يجب ألا يعرف الطالب محتوى التعليم مسبقاً؛ إذا فعل ذلك، فلن يكون من المفيد إنفاق الموارد عليه، وثانياً حتى لو كان الطالب يقدر تعليمًا عاليًا فلن يعيده مرة أخرى، وثالثاً من غير المرجح أن يسمع الطلاب معلومات سلبية حول التعليم؛ لأن الخريجين لديهم مصلحة ذاتية في حماية وتعزيز سمعة تعليمهم (Engwall, 2020, 6-7).

والمهمة الثانية للجامعة، فإن السمعة مهمة لتقييم المهمة الرئيسية الثانية للجامعات، ألا وهي البحث، نظرًا لأنه من المتوقع أن يطور البحث معرفة جديدة، لذلك من الأهمية أن يتم فحص نتائج البحث باستمرار، ويحدث هذا من خلال نظام مراجعة الأقران حيث يقوم

الخبراء في مجال ما بفحص دقيق لمخرجات أبحاث الزملاء، ومع ذلك، فقد توسع إلى حد كبير في قياس الأبحاث، فهناك ميل في الوقت الحاضر لاستخدام أنواع مختلفة من المقاييس لتقييم البحث، وأصبحت عوامل تأثير المجالات وحسابات الاقتباسات هي الأدوات التي يتم إدخالها في عمليات الاعتماد والتقييم والتصنيفات المحلية والعالمية. وبذلك تعمل الجامعات في أسواق السمعة، حيث أن وضعها الأكاديمي أمر بالغ الأهمية لاكتساب الموارد وتوظيف أعضاء هيئة التدريس المتميزين، لتحقيق أفضل مكانة بين الجامعات التي تتنافس في أبحاثها ساعية لتحقيق سمعتها العالمية (Engwall, 2020, 7).

والمهمة الثالثة التي تمارسها الجامعات من أعمال ومبادرات ومسؤوليات وشركات تجاه المجتمع وعاملها وطلابها، وتتص على أن الجامعة يجب أن تقدم الفوائد للمجتمع بدلاً من البحث عن الربح، حيث إنها تتحمل مسؤوليات تجاه أصحاب المصلحة المتنوعين، (Bartroli, 2021, 10). ومما سبق يتضح أن ركزت الجامعة على ثلاث مهمات أساسية، وهم نقل المعرفة من خلال التدريس وإنشاء المعرفة من خلال البحث العلمي، وتوظيف المعرفة لخدمة المجتمع، وما يتم خلالها من عمليات وخدمات تقدم لأصحاب المصلحة بجودة عالية.

٢. القيادة الأكاديمية Academic Leadership:

تمثل القيادة أهمية كبرى في نجاح المنظمة؛ حيث أن القيادة نفسها عملية نسبية، ذلك أن الفرد قد يكون قائداً في موقف وتابعاً في آخر ومن هنا يرتبط مفهوم القيادة بمفهوم الدور والمسئولية ارتباطاً وثيقاً وترتبط القيادة أيضاً بنمط الشخصية فعليه يتوقف مدى قيام الفرد بدور القيادي (العجمي، ٢٠٠٨، ٥٥).

وتوصف القيادة بأنها مجموعة السمات والمهارات التي يمتاز بها القائد واللازمة للقيام بوظائف القيادة، ومع العلم بأنه ليست هناك سمات ثابتة للقائد وهذه السمات لا تقتصر على طائفة معينة من الناس فسمات القيادة المطلوبة في موقف قد تختلف في موقف آخر (العجمي، ٢٠٠٨، ١٠٦)، وتعرف القيادات الأكاديمية Academic Leaders بأنها القيادات المسئولة عن تسيير العمل الجامعي وتطويره كلاً في دائرة اختصاصاته، وانطلاقه بما يحقق أهداف

الجامعة في حدود القوانين واللوائح والنظم المقررة (قانون تنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية، ٢٠٠٦، ٦).

ويبدون القادة بأنهم مختلفين ويفكرون بشكل مختلف، فمن المحتمل أنهم يشتركون في السمات التالية: الرؤية وهي القدرة على إيصال الشكل الذي قد تبدو عليه الوجهة للآخرين وغرس الحافز في الآخرين للتحرك نحو تلك الوجهة، الصوت وهو القدرة على الاستماع إلى ما يقال وما لا يقال من قبل أعضاء المجموعة والتعبير عن تلك الرغبات والاحتياجات والآمال والمخاوف للآخرين، المصادقية وهي القدرة على القيام بما يلتزم به الشخص، الالتزام بالعمل وهو التركيز المستمر مع مرور الوقت في ظروف صعبة للغاية في كثير من الأحيان، وإن احتمالية أن يتمتع شخص معين بهذه السمات القيادية تعتمد إلى حد كبير على شخصيته والبيئة التي نشأوا وعملوا فيها، وتعتمد درجة تطور كل من هذه السمات على تجربة حياة الشخص بما في ذلك المعايير والقيم الثقافية والتعليم والتدريب والشخصية والخبرة والوصول إلى السلطة (Sheryl & Bond, N.D, 116). ومما سبق يتضح أن قيادة المؤسسة الجامعية قيادة متطورة بدء من رئيس الجامعة، مروراً بوكلائه، وعمداء الكليات ووكلائهم، انتهاءً برؤساء الأقسام، إذن سواء الجامعة والكلية بحاجة إلى قادة أكاديميين، ويجب أن يتمتع القادة الأكاديميون بروح التفوق الأكاديمي، ويتم اختيارهم من الأكاديميين الذين لديهم الجدارة ومهارات القيادة ومهارات الاتصال ومهارات التعامل مع الآخرين بشكل كفاء وقيادة أعضاء هيئة التدريس نحو تحقيق الهدف المشترك.

٣. الإبداع Creativity:

تعمل المنظمات المعاصرة في ظل ظروف متغيرة ومعقدة تفرض عليها تحديات عديدة وكبيرة لم تشهدها من قبل، ولذلك يتحتم على هذه المنظمات مواجهة مثل هذه التحديات بسرعة وفي ذات الوقت بكفاءة وفعالية، الأمر الذي يتطلب قدرات إبداعية عالية لدى المنظمات تتمكن من تطوير حلول وأفكار وآراء جديدة تمكن المنظمات من الاستمرار والنمو (جلدة؛ عبوي، ٢٠٠٦، ٢٩).

ويعد الإبداع من أهم الركائز التي تدعم المركز التنافسي للجامعات، وأصبح الاعتماد عليه ضرورة لا غنى عنها بالجامعات، فلن تستطيع الجامعات المحافظة على سمعتها وتحسينها إن لم تتضمن في استراتيجياتها التدقيق المستمر والمنظم للإبداع والابتكار ودعمه بخطط موجهة وليس بطريقة عشوائية وعدم تركه للظروف (أنور، ٢٠١٩، ٣٧٥).

ويعد الإبداع بمستوياته الثلاثة الإبداع على مستوى الفردي والجماعة والمنظمة مكمل لبعضها البعض، حيث إنها تتفاعل مع بعضها من أجل تحقيق أهداف المنظمة والوصول بها إلى مرحلة الإبداع المتميز، وعلى هذا فإن مستويات الإبداع الثلاث تصلح داخل الكليات حيث أنها تسعى إلى تحسين مستوى الأداء داخل الكليات والعمل على مواجهة كل العقبات والتحديات، وذلك من خلال الاستفادة من قدرات وسمات الفرد المبدع، وأيضًا تشجيع الأفراد العاملين بها على العمل الجماعي التعاوني المنظم وفق أسس وقواعد متفق عليها فيما بينهم، حتى يستطيعوا جميعًا الوصول بالجامعة إلى المستوى الإبداعي المتميز الذي ينبع من تميز الأفراد المنتمين لهذه الجامعات (أحمد، ٢٠١١، ٧٣٨). ومما سبق يتضح إن فيما يتعلق بالإبداع لأعضاء هيئة التدريس يتطلب أن توفر الحوافز والمكافآت التشجيعية لأصحاب الأفكار الإبداعية لإعطائهم القدرة على تقديم أفكار أو حلول أو طرق وأساليب عمل أكثر كفاءة وفاعلية تسهم في تحقيق أهداف الجامعة، وإعطائهم الحرية في التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية دون قيود.

٤. الجاذبية العاطفية Emotional Appeal:

تعد الجاذبية العاطفية أحد الأبعاد الأكثر أهمية لتحسين سمعة الجامعة، وتحسينها مع أصحاب المصلحة والمساهمة في المجتمع، فالجاذبية العاطفية لها تأثير إيجابي ومباشر على سمعة الجامعة (Dursun& Altin, 2021, 166).

وتشير الجاذبية العاطفية إلى مشاعر العميل الإيجابية، مثل الاحترام والثقة والتقدير والإعجاب والفخر بالمنظمة، أي تعرف بأنها الدرجة التي يتمتع بها أصحاب المصلحة في المنظمات الخدمية بشعور جيد وثقة واحترام وفخر بارتباطهم بالمنظمة (Wepener& Boshoff, 2015, 165-166).

وفي السياق الأكاديمي، تعتمد الجاذبية العاطفية بين أصحاب المصلحة في الجامعة على الخبرة المباشرة أو المعلومات التي تأتي من الآخرين وتؤدي إلى ارتباط عاطفي بين المؤسسة والشركاء، لذلك يمكن لأصحاب المصلحة مثل الطلاب بناء رابطة عاطفية فعالة من حيث الثقة والاحترام والإعجاب والمشاعر الجيدة تجاه الجامعة من أجل الحفاظ على العلاقات في سياق الجامعات، وتؤثر المشاعر المتزايدة بين مؤسسات التعليم العالي والطلاب على نية الاستمرار لديهم وتؤدي إلى نشر صورة إيجابية عن الجامعة، وبالتالي فإن توليد جاذبية عاطفية بين الطلاب هو عامل أساسي في أداء الجامعة، حيث يتم تعزيز جاذبية الطالب العاطفية في مؤسسات التعليم العالي من خلال الممارسات الجيدة للمسؤولية الاجتماعية للجامعة (Aledo, Ruiz et al, 2021). ومما سبق يتضح أن لكل تكتسب الجامعة اعجاب وثقة واحترام الأطراف المعنية ويتم ذلك من خلال ظهورها في التصنيفات العالمية مما يساعدها على بناء ميزة تنافسية، وتقديم خدمة تعليمية عالية الجودة، وتقديم ندوات تعريفية للتعرف على إنجازات الجامعة.

٥. المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility:

تعود فكرة المسؤولية الاجتماعية في أصلها إلى مجتمع الأعمال، وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وترسخ باعتباره بعداً مهماً لإدارة الأعمال، وقد خضع التطور المفاهيمي لتعريف المسؤولية الاجتماعية لعملية "مائة مدرسة فكرية متنافسة"، وقد اعتبر أحد مصادر البحث المسؤولية الاجتماعية بمثابة أفعال تطوعية مدفوعة بالنهوض بالصالح الاجتماعي، وتعد المسؤولية الاجتماعية بمثابة أعمال إضافية تتجاوز الحدود الاقتصادية والقانونية لتعزيز الرفاهية المجتمعية. (Lo et al, 2017, 38-39)

وتعد الجامعات شكل من أشكال المنظمات في المجتمع البشري مثل منظمات الأعمال، ويجب على الجامعات أن تتجاوز الوظائف الأساسية للتدريس والبحث والخدمة والعمل طوعياً لتعزيز الصالح العام والاستدامة البيئية والاهتمام بالبيئة المحيطة المرتبطة بها، وتعرف المسؤولية الاجتماعية للجامعات بأنها: تعزيز الالتزام المدني والمواطنة النشطة؛ يتعلق الأمر بالتطوع حول نهج أخلاقي، وتنمية الشعور بالمواطنة المدنية من خلال تشجيع الطلاب،

وأعضاء هيئة التدريس على تقديم الخدمات الاجتماعية لمجتمعهم المحلي أو تعزيز الالتزام البيئي من أجل التنمية المستدامة المحلية والعالمية (Lo et al, 2017, 39-40). وقد قدمت العديد من الدراسات والابحاث نماذج وأشكال مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للجامعات، وتتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة في أربعة أبعاد وهم المسؤولية الخيري، والأخلاقي، والقانوني، والاقتصادي (Carroll, 1991, 40)، ويذكر آخر نموذج دينا وآخرون، والذي أظهر أن المسؤولية الاجتماعية للجامعات تتكون من ستة أبعاد؛ وهي: المشاريع الموجهة للخريجين، والتعاون بين الجامعات، والتعاون بين الجامعات والمدارس الثانوية، والتعاون بين الجامعات والشركات، والتعاون الدولي، والمشاريع الاجتماعية والثقافية والبيئية المتعلقة بالمجتمع المحيط بالجامعة (Dima, et al, 2013, 25-26).

ويقترح لطيف أنه لكي تكون الجامعة مسؤولة اجتماعيًا يجب أن يكون لديها سبع مسؤوليات وهي المسؤولية التشغيلية، ومسؤولية البحث والتطوير، والمسؤولية تجاه أصحاب المصلحة، والمسؤولية القانونية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية، والمشاركة المجتمعية، واستنادًا إلى هذه الدراسة تعريف USR على أنه سلسلة من المسؤوليات بحيث تكون الجامعة فعالة من الناحية التشغيلية، وتزدهر في الأنشطة البحثية، وإدارة أصحاب المصلحة بفعالية وكفاءة، والالتزام بالقانون، واتباع الأخلاقيات من خلال القيام بالأشياء بشكل صحيح، ومشاركة العبء من خلال اتخاذ المبادرات الخيرية والمشاركة المجتمع. ونموذج الجامعة المقترح ليس له مسؤوليات اقتصادية قد يُعزى السبب إلى حقيقة أن الجامعات ليست كيانات اقتصادية ولا تعمل لتحقيق أرباح (Latif, 2017, 538-539). لذلك يجب على الجامعة الاهتمام بتطبيق المسؤولية الاجتماعية، وذلك للارتقاء بدور الجامعة أمام المجتمع والوفاء بكافة التزاماتها تجاهه مما ينعكس على سمعتها أمام أصحاب المصلحة.

واقع السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف (دراسة ميدانية):

بدأت الدراسة بجامعة القاهرة - فرع بني سويف بكلية التجارة في العام ١٩٧٦، وصدر قرار بإنشاء جامعة بني سويف عام ١٩٨١، ثم استقلت جامعة بني سويف عن جامعة القاهرة بموجب قرار جمهوري رقم (٨٤) لعام ٢٠٠٥، وتضم جامعة بني سويف (٣٢) كلية ومعهد، وتتنقسم

القطاعات العلمية في جامعة بني سويف إلى خمس قطاعات رئيسية، وهي: قطاع العلوم الطبية، قطاع العلوم الطبيعية، وقطاع العلوم الهندسية، قطاع العلوم الاجتماعية، وقطاع العلوم الإنسانية (الخطة الاستراتيجية لجامعة بني سويف، ٢٠١٥، ٢٠٢٠).

وتم إجراء دراسة ميدانية لرصد واقع تحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، وفيما يلي تحديد للهدف من إجرائها، وأسس بنائها، ووصف لعينة البحث، وأخيراً التحليل الإحصائي لما توصلت إليه الدراسة الميدانية:
١. أهداف الدراسة الميدانية:

هدفت الدراسة الميدانية إلى التعرف على واقع السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، بما يساعد في التوصل لمجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف.

٢. بناء أداة الدراسة:

تم بناء أداة الدراسة في ضوء ما توصلت إليه الدراسة النظرية من خلال الأسس النظرية للسمعة التنظيمية من تعريفاتها، وأهميتها، وأبعادها؛ ولذا اعتمدت البحث على استبانة في صورة أسئلة مغلقة، وتم عرض الاستبانة في صورتها المبدئية على مجموعة من المحكمين للإفادة من توجيهاتهم وآرائهم، وإجراء التعديلات عليها في ضوء آرائهم حتي وصلت إلى صورتها النهائية التي تضم (٣٧ عبارة)، ومحور الاستبانة يوضحها الجدول التالي:

المحور	موضوعه	البعد	عدد العبارات
المحور الأول	واقع السمعة التنظيمية	جودة الخدمة	١١
		القيادة الأكاديمية	٧
		الإبداع	٦

٧	الجاببية العاطفية	لجامعة بني سويف	
٦	المسئولية الاجتماعية		
٣٧			الإجمالي

جدول رقم (١) محور الاستبانة وعدد العبارات الموجودة

٣. المجتمع الأصلي وعينة البحث:

يتكون مجتمع البحث من القيادات الأكاديمية (رئيس الجامعة ونوابه- عمداء- وكلاء- رؤساء أقسام)، وأعضاء هيئة التدريس بكليات جامعة بني سويف موزعين على ٣٢ كلية ومعهد، وبلغ عددهم نحو (٣٠٤٧) عضواً دون الهيئة المعاونة، وتتنقسم القطاعات العلمية في جامعة بني سويف إلى خمس قطاعات رئيسية (الخطة الاستراتيجية لجامعة بني سويف ٢٠٢٠، ٢٠١٥).

وتم اختيار عينة عشوائية، تم التطبيق في عدد (١٧) كلية ممثلة لقطاعات الجامعة الخمسة، وهي: كلية التمريض، كلية العلوم، كلية علوم الأرض، كلية الآداب، كلية العلاج الطبيعي، كلية الأسنان، كلية طب الفم والأسنان، كلية الحاسبات والذكاء الاصطناعي، كلية الصيدلة، كلية الزراعة البيئية والحيوية، كلية علوم الملاحية وتكنولوجيا الفضاء، كلية التجارة، كلية الخدمة الاجتماعية والتنمية، كلية السياحة والفنادق، كلية التربية للطفولة المبكرة، كلية فنون تطبيقية، كلية التربية، وتتكون عينة البحث من القيادات الأكاديمية وأعضاء هيئة التدريس بكليات الجامعة، ويوضح الجدول التالي عينة البحث:

جدول رقم (٢) عينة البحث

م	القطاع	عدد العينة	النسبة
١	العلوم الطبيعية	١٠١	%١٥.٧
٢	العلوم الطبية	١٧٨	%٢٧.٨
٣	العلوم الهندسية	٦٨	%١٠.٦

٤	العلوم الاجتماعية	١٠٧	١٦.٦%
٥	العلوم الإنسانية	١٨٩	٢٩.٤%
الإجمالي		٦٤٣	١٠٠%

٤. تقنين الاستبانة: تم تقنين الاستبانة، والتأكد من صدقها وثباتها، وفيما يلي توضيح لذلك:
أولاً: صدق الاستبانة:

- صدق الإتساق الداخلي: تم حساب الإتساق الداخلي للمقياس عن طريق حساب معاملات الارتباط بين مفردات كل بُعد والدرجة للسمعة التنظيمية للجامعة، وكانت قيم معاملات الارتباط كما يوضحها جدول (٣):

جدول رقم (٣) معامل الارتباط بين درجة المفردة والدرجة الكلية للسمعة التنظيمية للجامعة
(ن=٢١١ عضواً وقائداً)

رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط
١	**٠.٥٥٠	١٤	**٠.٧٢٦	٢٧	**٠.٦٢٩
٢	**٠.٦٦٦	١٥	**٠.٦٥٤	٢٨	**٠.٦٠٧
٣	**٠.٦٦٦	١٦	**٠.٦٣٨	٢٩	**٠.٦٩٤
٤	**٠.٥٥٦	١٧	**٠.٦٢٩	٣٠	**٠.٧٠٨
٥	**٠.٥١٥	١٨	**٠.٦٨٠	٣١	**٠.٨٤٤
٦	**٠.٥٨٧	١٩	**٠.٦٩٦	٣٢	**٠.٧٨٠
٧	**٠.٥٧٥	٢٠	**٠.٧٠٦	٣٣	**٠.٦٠٩
٨	**٠.٥٨٠	٢١	**٠.٧٠٠	٣٤	**٠.٥٧٤
٩	**٠.٦١٤	٢٢	**٠.٧٦٧	٣٥	**٠.٦٥٩
١٠	**٠.٦٨٦	٢٣	**٠.٦٩٥	٣٦	**٠.٦٠٣
١١	**٠.٥٨٢	٢٤	**٠.٧٠٤	٣٧	**٠.٦٠٣

		**٠.٥٩٩	٢٥	**٠.٦٣٧	١٢
		**٠.٤١٣	٢٦	**٠.٧٤١	١٣

** دال عند مستوى (٠.٠١)

يتضح من جدول (٣) السابق أن جميع معاملات الارتباط بين درجة المفردة والدرجة الكلية للسمعة التنظيمية للجامعة دالة عند مستوى (٠.٠١)، وهذا يدل على الإتساق الداخلي.
ثانياً: ثبات الاستبانة: تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام ألفا كرونباخ باستخدام برنامج (SPSS V.22)، والجدول التالي يوضح ذلك

جدول رقم (٤) معاملات ثبات أبعاد السمعة التنظيمية للجامعة (ن=٢١١ عضواً وقائداً)

معامل ثبات ألفا	أبعاد السمعة التنظيمية
٠.٨٧٥	جودة الخدمة
٠.٩٠٠	القيادة الأكاديمية
٠.٨٩٧	الإبداع
٠.٨٤٧	الجاذبية العاطفية
٠.٨٨٢	المسؤولية الاجتماعية

يتضح من جدول (٤) السابق أن معاملات ثبات أبعاد السمعة التنظيمية للجامعة باستخدام معامل ألفا كرونباخ مقبولة، وهي (٠.٨٧٥، ٠.٩٠٠، ٠.٨٩٧، ٠.٨٤٧، ٠.٨٨٢)، ومعاملات الثبات لأبعاد السمعة التنظيمية للجامعة أكبر من (٠.٧)، وهو معدل ثبات جيد.

٥. المعالجات الإحصائية:

استخدمت التكرارات والأوزان النسبية في التحليل الإحصائي لاستجابات العينة، وذلك باستخدام برنامج (SPSS V.22)، وبعد تحديد الأوزان النسبية لكل عبارة تم ترتيبها تنازلياً تبعاً للوزن النسبي المعبر عن درجة التواجد، ولتحليل نتائج الاستبانة تم استخدام الجداول التكرارية لحساب النسبة المئوية لكل عبارة تحت كل محور وترتيبها حسب معدلاتها، ولتحديد درجة

التواجد على كل عبارة من العبارات تم استخدام طريقة الأوزان النسبية للمقياس ذي الدرجات الثلاثة طبقاً للجدول التالي:

جدول رقم (٥) يوضح مستوى التواجد ومداهما للاستبانة ذات الاستجابات الثلاثة

المدى		درجة التواجد	مستوى التواجد
من	إلى		
٢.٣٤	٣	كبيرة	غالبًا/ موافق/ شديدة الأهمية
١.٦٧	٢.٣٣	متوسطة	إلى حد ما/ موافق إلى حد ما/ متوسطة الأهمية
١	١.٦٦	صغيرة	نادرًا/ غير موافق/ قليلة الأهمية

٦. تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

تمثلت نتائج الدراسة الميدانية في تحليل استجابات عينة البحث على محور الاستبانة، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

السمعة التنظيمية: ويسعى هذا المحور إلى التعرف على استجابات أفراد العينة حول واقع السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول (٦)

استجابات أفراد العينة فيما يتعلق بواقع السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف (ن = ٤٣٢)

عضوًا وقائدًا

م	العبارة	الاستجابة									
		كبيرة		متوسطة		صغيرة					
		ك	%	ك	%	ك	%				

٢٦	متوسطة	١.٩٤	٢٠.٨	٩٠	٦٤.٦	٢٧٩	١٤.٦	٦٣	تهيئ الكليات لأعضاء هيئة التدريس كافة الإمكانيات اللازمة لدعم عملية التدريس.	١
٣	متوسطة	٢.٢٦	٧.٤	٣٢	٥٩.٥	٢٥٧	٣٣.١	١٤٣	يتبع أعضاء هيئة التدريس بكليات الجامعة أساليب تدريس تتناسب مع احتياجات الطلاب	٢
٢٢	متوسطة	٢.٠٠	٢٧.١	١١٧	٤٥.٤	١٩٦	٢٧.٥	١١٩	تطور أداء أعضاء هيئة التدريس من خلال برامج التنمية المهنية التي تلي احتياجاتهم.	٣
١١	متوسطة	٢.١٠	٢٤.٥	١٠٦	٤٠.٥	١٧٥	٣٥.٠	١٥١	توفر لأعضاء هيئة التدريس إمكانية الوصول لمراجع ومصادر حديثة لأداء أبحاثهم العلمية بدقة وكفاءة.	٤
٣٢	متوسطة	١.٨١	٣١.٩	١٣٨	٥٤.٩	٢٣٧	١٣.٢	٥٧	توفر المختبرات والمعامل والأدوات اللازمة بكليات الجامعة لأداء الأبحاث العلمية.	٥
٣٧	صغيرة	١.٦١	٥١.٤	٢٢٢	٣٦.٣	١٥٧	١٢.٣	٥٣	تخصص جزء من الميزانية لدعم أعضاء هيئة التدريس لنشر أبحاثهم في المجلات الدولية.	٦
٣٥	متوسطة	١.٧٥	٣٨.٢	١٦٥	٤٩.١	٢١٢	١٢.٧	٥٥	توفر البنية التكنولوجية من أجهزة حاسبات وشبكات وخوادم لتسهيل دخول أعضاء هيئة التدريس والطلاب عليها.	٧
٣٠	متوسطة	١.٨٥	٢٩.٤	١٢٧	٥٥.٨	٢٤١	١٤.٨	٦٤	تجهز القاعات الدراسية بالمعدات الحديثة المناسبة لأعداد الطلاب.	٨

٨	متوسطة	٢.١٣	١٥.٠	٦٥	٥٦.٥	٢٤٤	٢٨.٥	١٢٣	تتلاءم البرامج الأكاديمية بكليات الجامعة مع احتياجات سوق العمل.	٩
٣٤	متوسطة	١.٧٧	٤١.٠	١٧٧	٤١.٤	١٧٩	١٧.٦	٧٦	تعقد حلقات وندوات ومؤتمرات لخريجها لتحديث معلوماتهم في مجالات تخصصهم.	١٠
٤	متوسطة	٢.٢١	١٦.٤	٧١	٤٦.١	١٩٩	٣٧.٥	١٦٢	تستحدث كليات الجامعة تخصصات جديدة بما يلبي احتياجات سوق العمل.	١١
٢١	متوسطة	٢.٠٠	٢٥.٠	١٠٨	٤٩.٥	٢١٤	٢٥.٥	١١٠	يعتمد تعيين القيادات للمناصب في المستويات الإدارية المختلفة وفق الجدارة.	١٢
١٩	متوسطة	٢.٠١	٢٠.١	٨٧	٥٨.٦	٢٥٣	٢١.٣	٩٢	تُلبى برامج التنمية المهنية احتياجات المستقبلية للقيادات.	١٣
٢٤	متوسطة	١.٩٤	٢٩.٦	١٢٨	٤٦.٥	٢٠١	٢٣.٨	١٠٣	تُكسب الدورات التي يقدمها مركز تنمية الموارد البشرية للقيادات الأكاديمية المهارات اللازمة لتقلد منصب قيادي.	١٤
١٨	متوسطة	٢.٠٢	١٩.٧	٨٥	٥٨.٨	٢٥٤	٢١.٥	٩٣	تتبع القيادات الأكاديمية نمطاً قيادياً يلائم المواقف المختلفة.	١٥
١٠	متوسطة	٢.١١	٢٢.٠	٩٥	٤٥.٤	١٩٦	٣٢.٦	١٤١	تهتم القيادات الأكاديمية بجودة العلاقات الإنسانية الجيدة بينها وبين أعضاء هيئة التدريس.	١٦

٩	متوسطة	٢.١٣	١٨.٥	٨٠	٥٠.٢	٢١٧	٣١.٣	١٣٥	تمتلك القيادات الأكاديمية مهارة الاستماع والقدرة على الإقناع والتأثير على أعضاء هيئة التدريس والعاملين.	١٧
١٢	متوسطة	٢.٠٨	١٩.٢	٨٣	٥٣.٢	٢٣٠	٢٧.٥	١١٩	تتخذ القيادات الأكاديمية القرارات الجامعية المناسبة في الوقت المناسب.	١٨
٢٠	متوسطة	٢.٠١	٢٤.١	١٠٤	٥٠.٧	٢١٩	٢٥.٢	١٠٩	تشجع كليات الجامعة أعضاء هيئة التدريس على الانخراط في المشاريع العلمية التنافسية المشتركة مع الجامعات والمؤسسات الأخرى.	١٩
٢٧	متوسطة	١.٩٠	٣٣.٣	١٤٤	٤٣.١	١٨٦	٢٣.٦	١٠٢	تحت أعضاء هيئة التدريس على تسويق أبحاثهم وتسجيل براءات اختراع في تخصصات علمية متنوعة.	٢٠
٣١	متوسطة	١.٨٣	٣٥.٠	١٥١	٤٧.٠	٢٠٣	١٨.١	٧٨	ترتبط كليات الجامعة ما بين المكافآت التشجيعية المقدمة وأصحاب الأفكار الإبداعية الجديدة المرتبطة بالعمل.	٢١
٢٨	متوسطة	١.٨٨	٣٠.١	١٣٠	٥١.٩	٢٢٤	١٨.١	٧٨	تلتزم بدعم مبادرات ريادة الأعمال وتعزيز المواهب الإبداعية.	٢٢
٣٦	متوسطة	١.٦٧	٤٣.١	١٨٦	٤٧.٢	٢٠٤	٩.٧	٤٢	تحرص على ترجمة الأبحاث العلمية لتطبيقات عملية مبتكرة.	٢٣

٢٤	٧٧	١٧.٨	١٩٣	٤٤.٧	١٦٢	٣٧.٥	١.٨٠	متوسطة	٣٣	تنوع الحوافز المادية والمعنوية لأعضاء هيئة التدريس الذين ينشرون أبحاثهم في مجلات دولية مصنفة.
٢٥	٢١٨	٥٠.٥	١٨٦	٤٣.١	٢٨	٦.٥	٢.٤٤	كبيرة	١	تبذل كليات الجامعة جهوداً مستمرة لتحسين ترتيبها في التصنيفات العالمية.
٢٦	١٦٩	٣٩.١	٢٢٦	٥٢.٣	٣٧	٨.٦	٢.٣١	متوسطة	٢	تمتلك الجامعة ترتيب في بعض التصنيفات العالمية مثل تصنيف شنغهاي، وتصنيف ويبومتر كس.
٢٧	١٣٨	٣١.٩	٢٤٠	٥٥.٦	٥٤	١٢.٥	٢.١٩	متوسطة	٥	تتفوق كليات الجامعة في تقديم خدمة تدريسية متميزة عن غيرها مما يكسبها الثقة والاحترام.
٢٨	١٠٤	٢٤.١	٢٤٠	٥٥.٦	٨٨	٢٠.٤	٢.٠٤	متوسطة	١٦	تقدم كليات الجامعة ندوات تعريفية للتعرف على إنجازاتها لكسب ثقة الأطراف المعنية الخارجية.
٢٩	١٠٢	٢٣.٦	٢٤٨	٥٧.٤	٨٢	١٩.٠	٢.٠٥	متوسطة	١٥	تُكسب كليات الجامعة الخريجين المهارات اللازمة التي تؤهلهم لسوق العمل.
٣٠	٩٨	٢٢.٧	٢٤٧	٥٧.٢	٨٧	٢٠.١	٢.٠٣	متوسطة	١٧	تُكسب الكليات ثقة الأطراف المعنية في الخدمات التي توفرها من خلال المنشآت الجامعية (المستشفيات الجامعية، المكتبات الجامعية وفروعها،....).
٣١	١٣٩	٣٢.٢	٢٣١	٥٣.٥	٦٢	١٤.٤	٢.١٨	متوسطة	٦	تحرص على التمسك بقيمها المعلنة مما يعزز مصداقيتها.

١٣	متوسطة	٢.٠٧	١٨.٣	٧٩	٥٥.٨	٢٤١	٢٥.٩	١١٢	تحرص على معالجة قضايا المجتمع المحلي عبر البرامج الدراسية والأبحاث العلمية.	٣٢
٧	متوسطة	٢.١٥	١٦.٧	٧٢	٥١.٩	٢٢٤	٣١.٥	١٣٦	توفر رضا مجتمعي تجاه القوافل التطوعية بأنواعها (طبية- اجتماعية وغيرها).	٣٣
١٤	متوسطة	٢.٠٧	١٧.٦	٧٦	٥٧.٦	٢٤٩	٢٤.٨	١٠٧	تقيم كليات الجامعة المعارض الثقافية والخيرية.	٣٤
٢٥	متوسطة	١.٩٤	٢٨.٧	١٢٤	٤٨.٤	٢٠٩	٢٢.٩	٩٩	تعقد بروتوكولات مع جهات التوظيف في سوق العمل ومؤسسات المجتمع المدني.	٣٥
٢٣	متوسطة	٢.٠٠	٢٨.٠	١٢١	٤٣.٨	١٨٩	٢٨.٢	١٢٢	تسهم كليات الجامعة في نشر الوعي البيئي بين أعضاء المجتمع الجامعي والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات الناتجة عن عملياتها.	٣٦
٢٩	متوسطة	١.٨٧	٣٠.٦	١٣٢	٥٢.٣	٢٢٦	١٧.١	٧٤	توفر كليات الجامعة التعليم الأخضر والبيئة التعليمية الخضراء.	٣٧
متوسطة		١.٩٥							الوزن النسبي الكلي للمحور	

- وافق أفراد العينة على إجمالي عبارات محور السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف بمتوسط وزن نسبي ١.٩٥ وبدرجة تواجد متوسطة.
- قد جاءت العبارة: "تبذل كليات الجامعة جهوداً مستمرة لتحسين ترتيبها في التصنيفات العالمية" في الترتيب الأول بوزن نسبي (٢.٤٤)، ودرجة تواجد كبيرة، وهذا يؤكد على اسهامات جامعة بني سويف حيث حصل أعضاء هيئة

التدريس والباحثين بجامعة بني سويف خلال الفترة من عام (٢٠١٩ إلى ٢٠٢١) على دعم تمويل عدد (٥٢) مشروع بحثي ممول من هيئة تمويل العلوم والتكنولوجيا والابتكار وأكاديمية البحث العلمي ومشروعات الاتحاد الأوروبي في موضوعات تحقق أهداف التنمية المستدامة المختلفة، وأيضاً قامت الجامعة بدعم تمويل عدد (٢١) مشروع بحثي في نداء خاص بالمشروعات التنافسية لأعضاء هيئة التدريس عم ٢٠١٩، حيث حصلت كليات الطب البشري، والطب البيطري، والصيدلة، والعلوم والدراسات العليا للعلوم المتقدمة على عدد (٣) مشروعات لكل كلية، وحصلت كليات التمريض، وتكنولوجيا التعليم، والهندسة، والزراعة، وعلوم الأرض والتربية الرياضية ومعهد أبحاث وتطبيقات الليزر على عدد (١) مشروع لكل منهم، وكما حصلت الجامعة على ترتيب عالمي متميز دولياً ومحلياً خلال التصنيفات الدولية المختلفة، وهو ما يتفق مع (الخطة البحثية لجامعة بني سويف، ٢٠٢٢، ١٧-٢٠).

■ قد جاءت العبارة: "تمتلك الجامعة ترتيب في بعض

التصنيفات العالمية مثل تصنيف شنغهاي، وتصنيف ويبومتر كس" في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٢٠٣١)، ودرجة تواجد متوسطة؛ ويرجع ذلك إلى جامعة بني سويف بالرغم من أنها موجودة في بعض التصنيفات إلا إنها جات في مراكز متأخرة، لذلك يتطلب من الجامعة زيادة الجهود المبذولة لتحقيق مرتبة متقدمة تفوق الأخرى، وهو ما يتفق مع تصنيف QS *World University Rankings*, https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings?qs_qp=topnav (Academic تصنيف شنغهاي)، وتصنيف *Ranking Word Universities*, <https://www.shanghai ranking.com/> (Ranking Web of Universities، وتصنيف ويبومتر كس <https://www.webometrics.info/en/world>)؛ والتي أكد تصنيف QS ظهرت جامعة بني سويف على الترتيب (١١٠-١٠١) ولم تظهر على مستوى العالم، وطبقاً لتصنيف شنغهاي لم تظهر جامعة بني سويف من أفضل (٥٠٠) جامعة على مستوى العالم وجاءت في مرتبة متدنية حيث حصلت على ترتيب (٩٠١-١٠٠٠)، وطبقاً لتصنيف

وببومتركس حصلت على ترتيب (١٨٥٤)، ويؤكد ذلك أن جامعة بني سويف جاءت في مرتبة متدنية بالرغم أن جامعات مصرية حققت ترتيب أعلى منها.

قد جاءت العبارة: "يتبع أعضاء هيئة التدريس بكليات

الجامعة أساليب تدريس تتناسب مع احتياجات الطلاب" في الترتيب الثالث بوزن نسبي (٢٠٢٦)، ودرجة تواجد متوسطة؛ ويشير ذلك إلى النمط التقليدي لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في التعليم والتعلم، وهو ما يتفق مع دراسة (إدريس، ٢٠١٢، ١٠)، ويرجع ذلك إلى ضعف قدرة عضو هيئة التدريس على التدريس، وعلى فهم احتياجات الطلاب، ويدل ذلك على ضعف جودة الخدمة التعليمية المقدمة لذلك يجب على عضو هيئة التدريس الابتعاد عن النمط التقليدي واتباع أنماط حديثة في التعليم، وإعطاء دورات تدريبية لعضو هيئة التدريس تساعد على فهم احتياجات الطلاب والأساليب التي تناسب الطلاب في فهم المحتوى، بما يساعد ذلك على تحسين جودة الخدمة التعليمية

قد جاءت العبارة: "توفر البنية التكنولوجية من أجهزة

حاسبات وشبكات وخوادم لتسهيل دخول أعضاء هيئة التدريس والطلاب عليها" في الترتيب الرابع بوزن نسبي (١٠٧٥)، ودرجة تواجد متوسطة؛ ، وهو ما يتفق مع دراسة عبد الله؛ عبد الدايم (٢٠١٨)، ودراسة عباس (٢٠١٨)، ويرجع ذلك إلى ضعف الامكانيات المادية للجامعة، وهذا يؤثر سلباً على جودة العملية التعليمية والبحثية، ومن ثم يجب على الجامعة السعي نحو توفير فرص التمويل المالي من أجل تحسين إمكاناتها المادية من أجهزة حاسبات وشبكات وخوادم تسهل دخول الطلاب وأعضاء هيئة التدريس عليها.

قد جاءت العبارة: "تحرص على ترجمة الأبحاث العلمية

لتطبيقات عملية مبتكرة" في الترتيب الخامس بوزن نسبي (١٠٦٧)، ودرجة تواجد متوسطة؛ وهو ما يتفق مع الخطة البحثية لجامعة بني سويف (٢٠٢٢) على محدودية تمويل البحث العلمي من ميزانية الجامعة، ويشير ذلك إلى نقص التمويل المالي للجامعة، ومن ثم يجب على الجامعة السعي نحو توفير فرص التمويل المالي من أجل الاستفادة من الأبحاث في حماية البيئة من الانبعاثات السامة والنفايات.

■ قد جاءت العبارة: "تخصص جزء من الميزانية لدعم

أعضاء هيئة التدريس لنشر أبحاثهم في المجلات الدولية" في الترتيب السادس بوزن نسبي (١.٦١)، ودرجة تواجد ضعيفة؛ وهو ما يتفق مع دراسة إدريس؛ محمد (٢٠١٠) التي تؤكد على انخفاض المخصصات المالية السنوية للبحث العلمي، كما أكدت الخطة البحثية لجامعة بني سويف (٢٠٢٢) على محدودية تمويل البحث العلمي من ميزانية الجامعة، ويرجع ذلك إلى نقص التمويل الحكومي المقدم لكليات الجامعة، بما لا يساعد عضو هيئة التدريس على نشر أبحاثهم في المجلات الدولية.

وفي ضوء ما سبق عرضه من نتائج يتبين بالرغم من الانجازات التي حققتها جامعة بني سويف ما زالت في حاجة إلى بذل مزيد من الجهود لتحسين سمعتها التنظيمية، وفيما يلي يقترح البحث الحالي مجموعة من الآليات المقترحة التي من شأنها تساعد في السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف، وذلك على النحو التالي:

آليات مقترحة لتحسين السمعة التنظيمية لجامعة بني سويف:

في ضوء نتائج كلاً من نتائج الدراسات السابقة ونتائج الدراسة النظرية إضافة إلى نتائج الدراسة الميدانية يمكن الوصول إلى مجموعة من الآليات المقترحة التي يمكن أن تتبعها الجامعة لتحسين سمعتها التنظيمية، وفيما يلي عرض لتلك الآليات، وهي كما يلي:

ويقترح البحث الحالي مجموعة من الآليات التي من شأنها تحسين جودة الخدمة التي يحصل عليها الأطراف المعنية، والقيادة الأكاديمية، والإبداع، والجاذبية العاطفية، والمسؤولية الاجتماعية؛ ومن ثم في ضوء ذلك يتم تحسين السمعة التنظيمية للجامعة؛ وذلك على النحو التالي:

■ تهيئة كافة الإمكانيات اللازمة لدعم عملية التدريس بكليات الجامعة، من خلال بنية تحتية مجهزة بالمعامل والأجهزة وقاعات دراسية مجهزة على مستوى تتناسب مع أعداد الطلاب بما يساعد ذلك على تحسين جودة الخدمة التعليمية.

■ اتباع أعضاء هيئة التدريس بكليات الجامعة أساليب تدريس تتناسب مع احتياجات الطلاب، لذا يلزم على عضو هيئة التدريس اتباع أنماط حديثة في التعليم والابتعاد عن النمط

- التقليدي، وإعطاء لعضو هيئة التدريس دورات تدريبية تساعد على فهم احتياجات طلابهم بما يساعد على تحسين جودة الخدمة التعليمية.
- تطوير أداء أعضاء هيئة التدريس من خلال برامج التنمية المهنية التي تلبي احتياجاتهم، لذا يلزم مشاركة أعضاء هيئة التدريس في تحديد احتياجاتهم المهنية في برامج التنمية المهنية بما يساعد ذلك على تطوير أدائهم وزيادة إنتاجيتهم.
 - توفير إمكانية الوصول لمراجع ومصادر حديثة تساعد أعضاء هيئة التدريس على أداء أبحاثهم العلمية بدقة وكفاءة.
 - توفير مختبرات ومعامل وأدوات لازمة بكليات الجامعة تساعد أعضاء هيئة التدريس على أداء أبحاثهم العلمية.
 - تخصيص جزء من الميزانية لدعم أعضاء هيئة التدريس لنشر أبحاثهم في المجالات الدولية.
 - توفير بنية تكنولوجية من أجهزة حاسبات وشبكات وخوادم لتسهيل دخول أعضاء هيئة التدريس والطلاب عليها.
 - تجهيز قاعات دراسية بمعدات حديثة مناسبة لأعداد الطلاب لتحسين جودة العملية التعليمية.
 - تلاءم البرامج الأكاديمية بكليات الجامعة مع احتياجات سوق العمل من خلال أن تكون أهداف البرامج في كل كلية متناسبة مع احتياجات سوق العمل.
 - عقد حلقات وندوات ومؤتمرات لخريجها لتحديث معلوماتهم في مجالات تخصصهم من خلال تواصل كليات الجامعة مع خريجها لتحديث معلوماتهم.
 - استحداث كليات الجامعة تخصصات جديدة بما يلبي احتياجات سوق العمل .
 - اعتماد تعيين القيادات للمناصب في المستويات الإدارية المختلفة وفق الجدارة أن يتم اختيار القيادات الأكاديمية الذين يتقلدون منصب وفق الاهتمام بتحديد الجدارات الوظيفية لهم، والابتعاد عن أسلوب التعيين المباشر أو أسلوب الأقدمية المطلقة.

- تقديم مركز تنمية الموارد البشرية دورات تكسب القيادات الأكاديمية المهارات اللازمة لتقلد منصب قيادي، من خلال معرفة احتياجاتهم وتنميتها ويساعدهم على تقلد ذلك المنصب.
- اتباع القيادات الأكاديمية نمطاً قيادياً يلائم المواقف المختلفة.
- اهتمام القيادات الأكاديمية بجودة العلاقات الإنسانية الجيدة بينها وبين أعضاء هيئة التدريس.
- امتلاك القيادات الأكاديمية مهارة الاستماع والقدرة على الإقناع والتأثير على أعضاء هيئة التدريس والعاملين.
- اتخاذ القيادات الأكاديمية القرارات الجامعية المناسبة في الوقت المناسب لمنع حدوث أي مشكلة.
- تشجيع كليات الجامعة أعضاء هيئة التدريس على الانخراط في المشاريع العلمية التنافسية المشتركة مع الجامعات والمؤسسات الأخرى، من خلال توفير الجامعة تمويل كافي بما يساعد ذلك على تحسين مكانتها البحثية.
- تسويق أبحاث أعضاء هيئة التدريس وتسجيل براءات اختراع في تخصصات علمية متنوعة.
- ربط كليات الجامعة ما بين المكافآت التشجيعية المقدمة وأصحاب الأفكار الإبداعية الجديدة المرتبطة بالعمل بما يساعد ذلك على شعورهم بالرضا تجاه العمل ويزيد من رغبتهم في تحسين الأداء.
- التزام الجامعة بدعم مبادرات ريادة الأعمال وتعزيز المواهب الإبداعية.
- حرص الجامعة على ترجمة الأبحاث العلمية لتطبيقات عملية مبتكرة.
- تنويع الحوافز المادية والمعنوية لأعضاء هيئة التدريس الذين ينشرون أبحاثهم في مجلات دولية مصنفة، من خلال زيادة الاهتمام بتقديم الدعم المادي والمنعوي لتشجيع أعضاء هيئة التدريس على بذل قصارى جهدهم في نشر أبحاثهم في مجلات دولية مصنفة حتى يساعد ذلك في تحسين الأداء البحثي الجامعي

- بذل كليات الجامعة جهودًا مستمرة لتحسين ترتيبها في التصنيفات العالمية، من خلال تقديم خدمة تعليمية وبحثية ومعدل النشر العلمي وبراءات الاختراع المسجلة.
- تقديم خدمة تدريسية متميزة تجعل الجامعة تتفوق عن غيرها من الجامعات مما يكسبها الثقة والاحترام.
- تقديم ندوات تعريفية للتعرف على إنجازاتها بما يساعد على كسب ثقة الأطراف المعنية الخارجية.
- إكساب الخريجين المهارات اللازمة التي تؤهلهم لسوق العمل.
- حرص الجامعة على التمسك بقيمها المعلنة مما يعزز مصداقيتها.
- حرص الجامعة على معالجة قضايا المجتمع المحلي عبر البرامج الدراسية والأبحاث العلمية.
- تحقيق الرضا مجتمعي من خلال القوافل التطوعية بأنواعها (طبية- اجتماعية وغيرها).
- إقامة المعارض الثقافية والخيرية بمشاركة الطلاب ذوي المواهب الإبداعية بالإضافة إلى مساعدة الطلاب ذات المستوي القليل من خلال المعارض الخيرية.
- عقد بروتوكولات مع جهات التوظيف في سوق العمل ومؤسسات المجتمع المدني.
- إسهام كليات الجامعة في نشر الوعي البيئي بين أعضاء المجتمع الجامعي والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات الناتجة عن عملياتها.

المراجع العربية

- أحمد، رانيا قدرى. (٢٠١١). مقومات الإبداع لدى طلبة الجامعة "دراسة نظرية". مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، ٧٥٩-٧٢٢.
- أحمد، سيد؛ آخرون. (٢٠٠٨). المعجم الوسيط (ط ٤). دار إحياء التراث العربي، بيروت لبنان، ص ٤٥٠.
- أحمد، كمال عبد الوهاب. (٢٠١٦). تصور مقترح لإدارة رأس المال الفكري بمؤسسات التعليم العالي في مصر في ضوء تجربة دول الاتحاد الأوروبي. مجلة الإدارة التربوية، ١٠ (١٠)، ١٣٠-١٥.
- إدريس، ثابت عبد الرحمن. (٢٠١٢). معوقات إدارة الجودة والاعتماد في الجامعات المصرية الحكومية وفقًا لإدراكات القيادات الأكاديمية: دراسة تطبيقية. آفاق جديدة للدراسات التجارية، ٢٤ (١)، ٨٣-٩.

- أنور، مروة محمد. (٢٠١٩). إدارة السمعة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم الجامعي بمصر. *المجلة التربوية لتعليم الكبار، كلية التربية، جامعة أسيوط*، ١ (٤)، ٣٨٣-٣٥٠.
- جامعة بني سويف، قطاع الدراسات العليا والبحوث. (٢٠٢٢). *الخطة البحثية لجامعة بني سويف ٢٠٢٧*، جامعة بني سويف.
- جلدة، سليم بطرس؛ عبوي، زيد منير. (٢٠٠٦). *إدارة الإبداع والابتكار*. دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن.
- جمهورية مصر العربية. (٢٠٠٦). *قانون تنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية (ط.٢٤)*. الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية. القاهرة.
- جمهورية مصر العربية. (٢٠١٢). *قرارات المجلس الأعلى للتعليم الجامعي بشأن شروط وإجراءات انتخابات القيادات الجامعية*، مرجع سابق، ص ص ١-١٠.
- جمهورية مصر العربية. (٢٠١٢). *قرارات المجلس الأعلى للتعليم الجامعي بشأن شروط وإجراءات انتخابات القيادات الجامعية*، ص ص ١-١٠.
- حسن، إيمان صالح. (٢٠١٤). نمذجة العلاقة بين السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية في ظل وجود الصورة الذهنية كمتغير معدل: دراسة ميدانية على جامعة بورسعيد. *مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد*، (٢)، ٦٩٩-٦٧٠.
- رشاد، عبد الناصر محمد؛ عباس، هشام سيد. (٢٠٢٠). *الجدارات الوظيفية اللازمة للقيادات الأكاديمية بالجامعات المصرية "تصور مقترح"*. *مجلة الإدارة التربوية*، (٢٥)، ١٠٥-٢٠٥.
- رشيد، صالح عبدالرضا؛ الزبادي، صباح حسين. (٢٠١٤). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية. *مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية*، ١٦ (١)، ٣٢-٦.
- الروبي، حنان أحمد. (٢٠١٧). *تصور مقترح لتفعيل المسؤولية الاجتماعية لجامعة بني سويف في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م*. *مجلة كلية التربية*، ١٤ (٧٧)، ٢٤٩-٣٢٥.
- السلمي، علي. (٢٠٠١). *إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للأيزو ٩٠٠١*. دار غريب للطباعة والنشر، الإسكندرية.
- صباح، عبد الرحمن علي. (٢٠٢٠). *أبعاد المنظمة الأخلاقية ودورها في بناء السمعة التنظيمية دراسة ميدانية على الجامعات الفلسطينية الخاصة* [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم القيادة والإدارة، كلية الإدارة والتمويل، جامعة الأقصى.
- عباس، هشام سيد. (٢٠١٨). آليات مقترحة لجودة الخدمات التعليمية في جامعة بني سويف في ضوء مدخل عوامل النجاح الحاسمة. *مجلة الإدارة التربوية*، ١٩ (١٩)، ٤٣٠-٣٣٩.

عبد الرزاق، فاطمة زكريا محمد. (٢٠١٨). تطوير الجامعات المصرية لتحقيق جودة الحياة الأكاديمية على ضوء بعض المؤشرات المعاصر: دراسة تحليلية، المؤتمر الدولي السنوي لقطاع الدراسات والبحوث بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية بجامعة عين شمس بعنوان البحث العلمي من منظور استراتيجي ٢٠٣٠-آفاق وتحديات.

عبد الله، مروة ممدوح؛ عبد الدايم، مني عبده. (٢٠١٨). تصور مقترح لدعم الميزة التنافسية للجامعات المصرية في ضوء بعض التصنيفات العالمية. *مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بورسعيد*، ٢٤ (٢٤)، ٨٥٤-٨٢٢.

العجمي، محمد حسنين. (٢٠٠٨). *الاتجاهات الحديثة في القيادة الإدارية والتنمية البشرية*. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

محمد، أمل عبدالفتاح؛ السيد، هناء شحنة. (٢٠٢١). نموذج مقترح لتخطيط التعاقب القيادي في الجامعات المصرية. *مجلة الإدارة التربوية*، ٣٢ (١)، ص ٣٥٧-٤٦٥.

مخلص، محمد محمدي محمد (٢٠١٨). تصور مقترح للمنتجات الهيكلية والتنظيمية بالجامعات المصرية للقيام بمسؤوليتها المجتمعية في ضوء خبرة الولايات المتحدة الأمريكية، *مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة المنوفية*، ٣٣ (٢)، ١١٢-١٤٩.

مصطفى، محمد كمال. (٢٠١٤). *تحليل وقياس وتقييم الأداء البشري*. مركز الخبرات المهنية للإدارة "بميك". موسى، عمار فتحي؛ السيد، مني حسنين. (٢٠١٩). دور الرفاهية النفسية كمتغير وسيط في العلاقة بين السمعة التنظيمية والأداء الوظيفي دراسة تطبيقية على أعضاء هيئة التدريس بجامعة مدينة السادات. *مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، كلية التجارة، جامعة كفر الشيخ*، ٥ (٨)، ٥٢٦-٤٨٠.

النجار، محمد سمير. (٢٠١٨). *إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: الدور المعدل للثقة التنظيمية دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان* [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.

المراجع الإنجليزية

- Al Shugairat, E. A., & Al-Shura, M. S. (2021). Organizational Reputation within the Framework of Total Quality Management: The University of Jordan as a Model. *International Business Research*, 14(12), 1-41.
- Al Shuqairat, E. A., & Al-Shura, M. S. (2021). Organizational Reputation within the Framework of Total Quality Management: The University of Jordan as a Model. *International Business Research*, 14(12), 41-56.
- Alessandri, S. W., Yang, S. U., & Kinsey, D. F. (2006). An Integrative Approach to University Visual Identity and Reputation. *Corporate Reputation Review*, 9(4), 258-270.

- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- Bartroli, M. A. (2021). The University Social Responsibility Framework by the International Federation of Catholic Universities: A Case of “Intelligent” Co-creation. In: Tauginiene L.& Pucetaite, R. (Ed.), *Managing Social Responsibility in Universities: Organizational Responses to Sustainability* (pp. 7-26). Cham: Springer International Publishing.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Christensen, T., & Gornitzka, A. (2017). Reputation Management in Complex Environments—a Comparative Study of University Organizations. *Higher Education Policy*, 30(1), 123-140.
- Chun, R., Da Silva, R., Davies, G., & Roper, S. (2005). *Corporate Reputation and Competitiveness*. London and New York, Routledge.
- Dima, A. M., Vasilache, S., Ghinea, V., & Agoston, S. (2013). A Model of Academic Social Responsibility. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 9(38), 23-43.
- Dursun, O., & Altin Gumussoy, C. (2021). The Effects of Quality of Services and Emotional Appeal on University Reputation: Stakeholders’ View. *Quality Assurance in Education*, 29(2/3), 166-182
- Engwall, L. (2020). The Governance and Missions of Universities. In: Engwall, L. (Ed.), *Missions of Universities: Past, Present, Future* (pp. 1-19). Higher Education Dynamics, 55. Springer, Cham.
- Ewing, M. T., Windisch, L., & Newton, F. J. (2010). Corporate reputation in the People’s Republic of China: A B2B perspective. *Industrial Marketing Management*, 39(5), 728-736.
- Fombrun, C. J., & Van, C. B. M. (2003). Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations. *Corporate Reputation Review*, 6(4).
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation Quotient SM: A Multi- Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241-255.
- Fombrun, G. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston. MA, Harvard Business School Press.
- Helm, S. (2005). Designing A Formative Measure for Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 8(2), 95-109.
- Helm, S. (2011). Corporate Reputation: An Introduction to a Complex Construct. In: Helm, S., et al. (Ed.), *Reputation Management* (pp. 3-16). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

- Hendriks, M. (2016). *Organizational Reputation, Organizational Attractiveness and Employer Branding: Clarifying the Concepts* [Master Thesis]. Faculty of Behavioral, Management and Social Sciences Master Business Administration, the University of Twente.
- Latif, K. F. (2017). The Development and Validation of Stakeholder-Based Scale for Measuring University Social Responsibility (USR). *Social Indicators Research, 140*(2), 511-547.
- Lo, C. W. H., et al. (2017). University Social Responsibility: Conceptualization and an Assessment Framework. In: Shek, D. T. L., & Hollister, R. M. (Ed.), *University Social Responsibility and Quality of Life: A Global Survey of Concepts and Experiences* (pp. 37-59). Quality of Life in Asia, 8. Springer, Singapore.
- Mittelstraa, J. (2010). The Future of the University. *European Review, Center for Philosophy of Science, University of Constance, 18*(1), 181-189.
- Polat, S., Guncavdi, G., & Arslan, Y. (2019). The Impacts of a University's Organizational Reputation and Organizational Attraction on Students' Intention to Pursue. *Eurasian Journal of Educational Research, 19*(84), 213-237.
- Polat, S., Guncavdi, G., & Arslan, Y. (2019). The Impacts of a University's Organizational Reputation and Organizational Attraction on Students' Intention to Pursue. *Eurasian Journal of Educational Research, 19*(84), 213-237.
- Rindova, V. P., Williamson, I. O., Petkova, A. P., & Sever, J. M. (2005). Being Good or Being Known: An Empirical Examination of the Dimensions, Antecedents and Consequences of Organizational Reputation. *Academy of Management Journal, 48*(6), 1033-1049.
- Santos Jaén, J. M., Aledo Ruiz, M. D., & Martínez Caro, E. (2021). The Influence of Corporate Social Responsibility on Students' Emotional Appeal in the HEIS: The Mediating Effect of Reputation and Corporate Image. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 29*(3), <https://doi.org/10.1002/csr.2221> 578-592
- Sarstedt, M., & Schloderer, M. P. (2010). Developing a Measurement Approach for Reputation of Non-Profit Organization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 15*(3), 276-299.
- Schwaiger, M. (2004). Components and Parameters of Corporate Reputation – An Empirical Study. *Schmalenbach Business Review, 56*, 46-71.
- Sheryl, L. & Bond, E. (N.D). Academic Leadership. Available at: <https://eugc.ac.lk/cgee/downloads/resources/Module2.pdf>.
- Tümtürk, S., & Deniz, L. (2021). A Study of Developing an Organizational Reputation Management Scale for Schools. *International Journal of Progressive Education, 17*(5), pp. 33-47.

- Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition Measurement and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12(4), 357-387. <http://dx.doi.org/10.1057/crr.2009.26>
- Walsh, G., & Beatty, S. E. (2007). Customer-Based Corporate Reputation of a Service Firm: Scale Development and Validation. *Journal Academy of Marketing Science*, 35(1), 127-143.
- Wepener, M., & Boshoff, C. (2015). An Instrument to Measure Customer-Based Corporate Reputation of Large Service Organizations. *Journal of Services Marketing*, 29(3), 163- 172

Internet Sources:

- Academic Ranking Word Universities: available at: <https://www.shanghairanking.com/>.
- QS World University Rankings : available at: https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings?qs_qp=topnav.
- Ranking Web of Universities: available at: <https://www.webometrics.info/en/world>.