

تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية في ضوء بعض التصنيفات العالمية للتعليم

إعداد

د/ وليد محمد عبدالحليم علي

مدرس أصول التربية

كلية التربية – جامعة بني سويف

المستخلص

هدفت الدراسة إلى تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية في ضوء بعض التصنيفات العالمية للتعليم، وذلك من خلال التعرف على الأسس الفكرية للسمعة الإستراتيجية للمدارس، وأهم التصنيفات العالمية للتعليم ومؤشراتها، والكشف على واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس من وجهة نظر أولياء الأمور، بالإضافة إلى الكشف عن متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر المعلمين، ووضع آليات مقترحة لتحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوبه الكمي والكيفي، حيث تم الكشف عن واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية عن طريق مجموعة من المقابلات شبه المقننة مع عينة من (٢٠) فرداً من أولياء أمور بعض تلاميذ المدارس الحكومية والخاصة، وتم تصميم استبانة للتعرف على متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية، وتطبيقها على عينة طبقية عشوائية مكونة من (٥٣٧) معلماً من معلمي المرحلة الابتدائية بمحافظة بني سويف.

وقد كشفت نتائج الدراسة عن تدني نظرة أولياء الأمور للمدارس الحكومية، وعلى العكس من ذلك كانت نظرتهم مرتفعة للمدارس الخاصة، وأن الحالة الاقتصادية للأسرة تلعب الدور الأكبر في اختيار مدارس الأبناء مما يتعارض مع مبدأ تكافؤ الفرص، كما أن هناك ضعف في تحقيق مؤشرات السمعة الإستراتيجية في معظم المدارس الابتدائية الحكومية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة متطلبات لتحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من أهمها دعم البنية التكنولوجية بالمدارس مع توصيلها بإنترنت فائق السرعة، وتوفير معامل مجهزة وأمنة لتدريب التلاميذ، ورفع أجور المعلمين لمواجهة ظروف الحياة والظهور بمظهر لائق.

الكلمات المفتاحية: السمعة الاستراتيجية – تصنيفات التعليم

Improving the Strategic Reputation of the primary Schools in the Light of Some International Classifications of Education

Abstract

The study aimed to improve the strategic reputation of Egyptian primary schools in light of some international classifications of education, by identifying the intellectual foundations of the strategic reputation of schools, the most important international classifications of education and their indicators, identifying the reality of the strategic reputation of the primary schools from the point of view of parents, in addition to identifying the requirements of improving the strategic reputation of primary schools from the point of view of teachers, as well as putting proposed mechanisms to improve the strategic reputation of primary schools.

The study relied on the descriptive approach in its quantitative and qualitative method, where the reality of the strategic reputation of primary schools was revealed through a set of semi-structured interviews with a sample of (20) individuals from the parents of some public and private school students. A questionnaire was designed to identify the requirements for improving strategic reputation for primary schools and administered to a sample of (537) primary school teachers in Beni Suef Governorate.

The study results showed that the parents have a low point of view regarding the public schools, however they have a high one regarding the private schools. Furthermore, the economics status of the family plays the greater role in selecting the children's school in a way that contradicts with the opportunity equality principle, in addition to the weak strategic reputation indicators in most public schools. Furthermore, it was one of the most important requirements that teachers agreed to improve strategic reputation in primary schools is to support the technological infrastructure in schools with high-speed internet connection, providing well-equipped and safe laboratories to train students, and raising teachers' salaries to meet life conditions and appear in a decent appearance.

Keywords: Strategic Reputation, Classifications of Education

مقدمة :

تسعى معظم دول العالم لتطوير وتحسين تعليمها، خاصة بعد أن اتضح للجميع أن التعليم هو الدعامة الأساسية التي يبني عليها تقدم الأمم ورفيها، وأن أهمية التعليم لم تعد محل جدل في أي منطقة من العالم، فالتجارب الدولية المعاصرة أثبتت أن بداية التقدم الحقيقي هي الاهتمام بالتعليم، وأن معظم الدول التي أحرزت شوطاً كبيراً في تقدمها كان ذلك من بوابة التعليم، وجعله في أولوية برامجها وسياساتها.

ونظراً لأن المؤسسات التعليمية من أهم المؤسسات التي تمتلكها أي دولة من الدول، فقد سعت معظم دول العالم للبحث عن مداخل وأساليب جديدة لتطوير تعليمها وتحسين سمعتها، وجذب المزيد من الأفراد في الداخل والخارج، وتحقيق أكبر قدر ممكن من العوائد المادية والاجتماعية

فظهرت العديد من التصنيفات العالمية للتعليم، وظهرت نظم الجودة والاعتماد، كما ظهرت نماذج دولية متعددة للتميز في الأداء، مثل النموذج الأمريكي لتمييز الأداء أو (نموذج مالكوم بالدريج MBNQ)، والنموذج الأوروبي للتمييز (The European Excellence Model)، والنموذج الياباني للتمييز (ديمنج)، وبدأت هذه المؤسسات في وضع شروط ومعايير خاصة بها من أجل منح الآخرين شهادات التميز والاعتماد، لتشتغل بذلك المنافسة بين المؤسسات بل وبين الدول أيضاً؛ لتحسين وتطوير ترتيبها بين الدول، وتعزيز سمعتها الإستراتيجية.

وقد أحدث تقرير التنافسية العالمية الذي يصدره المنتدى الاقتصادي العالمي سنوياً حول الابتكار وقوة البيئات المؤسسية جدلاً كبيراً في الأوساط الأكاديمية بمصر بعد حصولها عام ٢٠١٣م / ٢٠١٤م على المرتبة الأخيرة بين دول العالم في جودة التعليم الابتدائي، حيث جاءت مصر في المركز ١٤٨ والأخير، بينما احتلت فنلندا المركز الأول علي باقي دول العالم، كما جاءت مصر في المركز ١٤٥ بالنسبة لجودة النظام التعليمي ككل، واحتلت نفس المركز في جودة العملية الإدارية بالمدارس (World Economic Forum, 2013, p. 456، مما انعكس سلباً على سمعة التعليم الابتدائي، ودفع الكثير من الأفراد للتوجه نحو المدارس الخاصة ذات السمعة الجيدة من أجل تعليم متميز لأبنائهم، رغم أن ذلك يكبدهم مصاريف باهظة أرهقت الأسر المصرية .

مما يؤكد الحاجة الشديدة إلى وقفة جادة لإعادة النظر في كافة أبعاد السمعة الإستراتيجية للمؤسسات التعليمية بمصر، ومحاولة تحسين هذه السمعة محلياً ودولياً وخاصة للتعليم الابتدائي؛ لاستعادة مكانته بين المواطنين من جديد، وتعزيز قدرته التنافسية محلياً ودولياً، وهذا ما تسعى الدراسة الحالية لتحقيقه.

مشكلة الدراسة:

يعاني التعليم الابتدائي من انخفاض ترتيبه في التصنيفات العالمية للتعليم، حيث أشارت تقارير التنافسية العالمية التي يصدرها المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) إلى حصول مصر على مراتب متدنية في التصنيف خلال السنوات الأخيرة، وجاءت مصر في المرتبة (١٤١) من (١٤٤) دولة في جودة التعليم الابتدائي، والمرتبة الأخيرة (١٤٤) في جودة الإدارة المدرسية، في تقرير التنافسية العالمية عام ٢٠١٤-٢٠١٥م (World Economic Forum, 2014, pp452-460).

كما خرجت مصر من التصنيف العالمي للتعليم عام ٢٠١٦ - ٢٠١٧م، واحتلت المرتبة (١٣٤) من بين (١٣٨) دولة في جودة التعليم الابتدائي في نفس العام (World Economic Forum, 2016, p169)، وفي تقرير عام ٢٠١٩م حصلت مصر على المرتبة (٩٣) بشكل عام من بين (١٤١) دولة، والمرتبة (٩٩) في تعلم مهارات المستقبل (World Economic Forum, 2019, p200)، مما أدى إلى خفض ثقة المواطنين في التعليم الحكومي.

إضافة إلى وجود العديد من المشكلات التي عرضتها الخطة الإستراتيجية للتعليم ٢٠١٤-٢٠٣٠م، والتي أصدرتها وزارة التربية والتعليم عام ٢٠١٤م، ومنها زيادة كثافة الفصول، وتدني مستوى الطلاب، وارتفاع نسب الرسوب والتسرب، وقلة الموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة وتنمية المعلمين مهنيًا؛ نظراً لتدني نسب الإنفاق على التعليم، وعزوف الطلاب عن الذهاب للمدارس، فأصبحت معظم المدارس خاوية مع بداية كل عام دراسي. (وزارة التربية والتعليم، ٢٠١٤، ص ص ٦٥-٦٨)

وقد أكدت رؤية مصر ٢٠٣٠ على وجود العديد من المعوقات والتحديات التي تواجه التعليم منها ضعف نظم التقويم والمتابعة، وغياب النظام المؤسسي المتكامل والتقويم القائم على النتائج، وضعف المناهج التعليمية وتأخر تحديثها، وعدم مسابقتها

للتجاهات الحديثة، ومحدودية قدرة هيئة ضمان الجودة على القيام بدورها في الاعتماد، وعدم الاهتمام برياض الأطفال ودمجها ضمن مراحل التعليم الأساسي، فضلاً عن ضعف التمويل وقلة مصادره، والتركيز في نظام الجودة على العمليات وإهمال المخرجات، وضعف قدرة المدارس على جذب الطلاب والحفاظ عليهم؛ نظراً لقلّة الأنشطة الطلابية، وزيادة كثافة الفصول، وإهمال الأنشطة الفنية والرياضية، وأيضاً تدهور البنية التحتية لمعظم المدارس؛ مما يعوق توفير بيئة داعمة للطلاب، ويؤخر دمج التكنولوجيا في العملية التعليمية. (وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، ٢٠١٦، ص ١٤٤)

وقد انعكست تلك المشكلات على السمعة الإستراتيجية للتعليم الابتدائي، حيث أكدت دراسة (زناتي واحمد، ٢٠١٣، ص ٢٦٩) تراجع هيبة وسمعة المدرسة نتيجة انصراف التلاميذ عنها؛ لتحويلها إلى بيئة غير جاذبة للطلاب، وضعف الثقة بين أطراف العملية التعليمية، وأكدت دراسة (عتريس، ٢٠١٨، ص ٤٧٢) على انخفاض معدل رضا الأفراد عن جودة التعليم في مصر عن معظم دول العالم، فلا يقل في الترتيب عن مصر من الدول الأجنبية سوى البرازيل فقط، كما لا يقل عن مصر من الدول العربية سوى تونس والمغرب، وقد وصل معدل الرضا عن جودة التعليم إلى ٤٢.٦% عام ٢٠١٣م، وانخفض عام ٢٠١٤م إلى ٤٠%، واستمر في الهبوط ليصل إلى ٣٦% عام ٢٠١٥م.

وتوصلت دراسة (عمران، ٢٠١٨، ص ٢) إلى أن سمعة التعليم في الوضع الحالي متردية وخطيرة، خاصة وأن مصر أصبحت في مراكز متأخرة بين دول العالم في مجال التعليم، مما يتطلب إصلاحات جذرية عاجلة في منظومة التعليم، وضرورة تكاتف كل مؤسسات الدولة بكافة قطاعاتها العامة والخاصة من أجل التصدي لهذه المشكلات والخروج من هذا المأزق، وضرورة وجود نظام تعليمي جديد يعيد لمصر مكانتها ويحسن سمعتها الإستراتيجية بين دول العالم.

بينما أكدت دراسة (القبلان، ٢٠١٧، ص ٨٦) أن السمعة المؤسسية من المعايير المهمة في تقييم المؤسسات، فالسمعة الإيجابية تعني معايير نجاح مختلفة للمؤسسات، والاهتمام بالسمعة الإيجابية مطلب وهدف رئيس يمتد من الأشخاص للمؤسسات كشاهد علي حسن أدائها، وقدرتها على تلبية احتياجات جمهور المستفيدين منها، فهي تعطي ثقل وقيمة وقدر وثقة للمؤسسة في المجتمع بقدر ما تتمتع به من سمعة طيبة.

وأكدت دراسة (Marcellies & Teodores, 2012, p7) أن السمعة الإستراتيجية تمثل أحد الموجودات غير الملموسة المهمة لبقاء المنظمة واستمرارها في ظروف الأزمات، والتي تحرص المنظمات على بنائها والمحافظة عليها، وتوصلت دراسة (رشيد والزيادي، ٢٠١٤، ص ٢٤) إلى أن قدرة المنظمات على البقاء والاستمرار والتميز يعتمد بدرجة كبيرة على ما تقدمه من أعمال وإسهامات اجتماعية تعزز من سمعتها الإستراتيجية في عيون زبائنها وعملائها الداخليين والخارجيين.

وكشفت دراسة (أمين، ٢٠١٤، ص ١١٧) عن وجود علاقة ارتباط معنوية بين مكونات الجودة الريادية والسمعة الإستراتيجية، ووجود تأثير معنوي لمكونات الجودة الريادية في تعزيز السمعة الإستراتيجية وأوصت بضرورة ترسيخ فلسفة الجودة الريادية في الكليات وجعلها جزء من الثقافة السائدة فيها، كما توصلت دراسة (العابدي والساعدي، ٢٠١٧، ص ٥٩١) إلى وجود علاقة ارتباط وتأثير بين أبعاد المعرفة الريادية والمتمثلة في (الوعي تجاه البيئة، وتحمل المخاطر، واليقظة التحليلية، والتوجه نحو الهدف، ونظام اتصالات فعال) وبعد هوية المؤسسة كأحد أبعاد السمعة الإستراتيجية، فالمنظمات والأفراد الذين يطبقون أبعاد المعرفة الريادية يتميزون عن أقرانهم في اكتشاف الفرص واقتناصها، ولديهم القدرة على إيجاد فرص سوقية جديدة.

وأكدت دراسة (قطيط، ٢٠١٦، ص ٥١٣) أن هناك اهتماماً دولياً بالمؤشرات التعليمية من منظور مقارن، للوقوف على النقص المحرز في دول العالم، وتصنيف وترتيب النظم التعليمية، كما أن جودة التعليم تتطلب سياسات تهتم بتوفير بيئة تعليمية جاذبة وآمنة، وتتوافر معها التجهيزات الأساسية، كما توصلت دراسة (عمار، ٢٠١٩، ص ٢٢٧) إلى أن هناك تقدماً في التعليم الابتدائي على بعض المؤشرات في الترتيب العالمي، إلا أن هذا التحسن وهمي، فلم يحدث في القيمة الحقيقية، ولذلك فالتعليم الابتدائي المصري مازال بعيداً عن منافسة النظم التعليمية الأخرى.

ومما سبق يتضح حاجة المدارس الابتدائية إلى آليات جديدة لتحسين سمعتها الإستراتيجية بين دول العالم، لتضع مصر في مراتب متقدمة بين دول العالم في مجال التعليم، خاصة في التصنيفات الدولية للتعليم، فمصر ليست بمعزل عن العالم كما أنها تمتلك من الثروات المادية والبشرية ما يؤهلها لاحتلال مراكز متقدمة في التصنيفات الدولية وريادة دول المنطقة في مجال التعليم، وهذا ما تسعى الدراسة الحالية لتحقيقه.

تساؤلات الدراسة:

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:
س: كيف يمكن تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية في ضوء بعض
التصنيفات العالمية للتعليم؟
ويتفرع منه الاسئلة الفرعية التالية:

- ١) ما الأسس الفكرية للسمعة الإستراتيجية للمدارس؟
- ٢) ما أهم التصنيفات العالمية للتعليم ومؤشراتها؟
- ٣) ما واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر أولياء الأمور؟
- ٤) ما متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر المعلمين؟
- ٥) ما آليات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية في ضوء بعض
التصنيفات العالمية للتعليم، وذلك من خلال:

- ١) التعرف على الأسس الفكرية للسمعة الإستراتيجية للمدارس.
- ٢) التعرف على أهم التصنيفات العالمية للتعليم ومؤشراتها.
- ٣) الكشف عن واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر أولياء الأمور
- ٤) الكشف عن متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر
المعلمين
- ٥) وضع آليات مقترحة لتحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية السمعة الإستراتيجية للمؤسسات بصفة
عامة، ويمكن عرض الأهمية النظرية والتطبيقية للدراسة الحالية فيما يلي:

- ١) توجيه أنظار المؤسسات التعليمية وغيرها من مؤسسات الدولة إلى أهمية السمعة
الإستراتيجية في الوقت الراهن.
- ٢) تحسين ترتيب التعليم المصري في التصنيفات الدولية للتعليم، خاصة وأن التعليم
المصري جاء في مرتبة متأخرة في معظم التصنيفات.
- ٣) تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية سيوفر على أولياء الأمور
التكاليف والأعباء المادية التي تتكبدها الأسر المصرية في المدارس الخاصة.

- ٤) رفع الجانب المعنوي للمعلمين بعد تحسين صورتهم أمام المجتمع المحلي والدولي، فضلاً عن تحسين الجانب النفسي للعاملين في حقل التعليم.
- ٥) تحسين سمعة الخريج المصري محلياً ودولياً، فسمعة الخريجين من سمعة تعليمهم، مما قد يفتح لهم آفاقاً جديدة لتكملة الدراسة والاعتراف بمؤهلاتهم في الخارج دون عقبات.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوبه الكمي والكيفي، حيث تم الكشف عن واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية عن طريق مجموعة من المقابلات شبه المقننة مع عينة من أولياء أمور تلاميذ المرحلة الإبتدائية بالمدارس الحكومية والخاصة بمحافظة بني سويف، كما تم الكشف عن متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الإبتدائية من وجهة نظر عينة من معلمي المرحلة الإبتدائية بمحافظة بني سويف، وبالاعتماد على الإطار النظري ونتائج الجانب الميداني تم وضع آليات مقترحة لتحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الإبتدائية.

العينة والأدوات:

تم إعداد دليل مقابلة شبه مقننة للتعرف على واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الإبتدائية، وقد تم تطبيق دليل المقابلة عن طريق إجراء مجموعة من المقابلات مع عينة حصصية من (٢٠) فرداً من أولياء أمور بعض التلاميذ (١٠ مقابلات مع أولياء أمور تلاميذ بالمدارس الحكومية + ١٠ من أولياء تلاميذ بالمدارس الخاصة)، تم الحصول على بياناتهم من المدارس، ومنهم من يسكن في الريف ومنهم من يسكن في الحضر، وقد تم توضيح ذلك في الجزء الكيفي للدراسة

كما تم تصميم استبانة للتعرف على متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الإبتدائية، وتم تطبيقها على عينة طبقية عشوائية مكونة من (٥٣٧) معلماً من معلمي المرحلة الإبتدائية بمحافظة بني سويف من مراكز (بني سويف - ناصر - والفشن)، في بداية الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي ٢٠٢٠-٢٠٢١م، بنسبة (٤.١%) من عدد معلمي المرحلة الإبتدائية بمحافظة بني سويف، وقد تم توضيح ذلك في الجزء الكمي للدراسة.

حدود الدراسة :

• **الحدود الموضوعية:** تقتصر على تناول السمعة الإستراتيجية بأبعادها (جودة الإدارة والمناخ التربوي، وجودة البنية التحتية، وجودة المناهج الدراسية وأساليب التدريس والتقييم، وجودة وكفاءة المعلمين، والعلاقة مع المجتمع)، وأهم التصنيفات العالمية للتعليم والمتمثلة في (التصنيف الدولي المقنن للتعليم (تقرير اليونسكو (ISCED)، وتصنيف المنتدى الاقتصادي العالمي (منتدى دافوس (WEF)، وتصنيف دليل التنمية البشرية لبرنامج الأمم المتحدة الانمائي، وتصنيف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، والتقرير العالمي لرصد التعليم للجميع (EFA Global monitoring Report).

- **الحدود المكانية:** تقتصر على المدارس الإبتدائية بمحافظة بني سويف.
- **الحدود البشرية:** تقتصر على أولياء أمور التلاميذ والمعلمين بالمدارس الإبتدائية بمحافظة بني سويف.
- **الحدود الزمنية:** بدأت الدراسة في نهاية عام ٢٠١٩، وقام الباحث بتطبيق أدواته في بداية الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي ٢٠٢٠-٢٠٢١م، وانتهت الدراسة في نهاية عام ٢٠٢١م.

المحور الأول: الأسس الفكرية للسمعة الإستراتيجية.

يتناول هذا المحور إشكالية مفهوم السمعة الإستراتيجية في الأدبيات العربية والأجنبية، وإشكالية أبعادها، بالإضافة إلى إشكالية نماذج بناء السمعة الإستراتيجية وخصائصها، وأهميتها للمؤسسات التعليمية، ويمكن توضيح ذلك بالتفصيل كما يلي:

١) إشكالية مفهوم السمعة الإستراتيجية: **Strategic Reputation**

تتعدد تعريفات السمعة الإستراتيجية في الأدبيات والدراسات، وربما يرجع ذلك إلى حداثة المصطلح واختلاف تخصصات الباحثين الذين تناولوه بالبحث والدراسة، فضلاً عن تكون المصطلح من كلمتين هما (السمعة)، و(الإستراتيجية)، واختلاف أبعاد مفهوم السمعة من باحث لآخر، لذا للتعرف على مفهوم السمعة الإستراتيجية لابد من التعرف أولاً على مفهوم السمعة.

فالسُّمعة في اللغة هي: "ما يُسمع به من صيتٍ وذكر حسن أو سيئ، ويقال فعل ذلك رياءً وسمعةً: أي ليراه الناس ويسمعوا به، والسُّمعة هي الصيت، ويقال فعل ذلك رياءً وسمعةً: ليراه الناس ويسمعوه". (مجمع اللغة العربية، ٢٠٠٤، ص ٤٥٠)

ويرى (Lange & lee and Dai, p 2011) أن السمعة تصورات ومواقف يحملها العملاء حول مؤسسة معينة سواء كانت سلبية أم إيجابية، وتعتمد على تقييم الجمهور الخارجي لمعايير عديدة، منها الخدمة والمعلومات، والعنصر البشري، والجودة، وغيرها. وقد عرفها معهد السمعة بأنها: كل ما يتوقعه العاملون من منظماتهم، فهي تذهب إلى ما بعد تقديم المنتجات والخدمات، لتؤكد على الانفتاح الشامل والاتصالات الجيدة مع كل الأطراف المؤثرة في المنظمة (Reputation institute, 2012, p1).

وعرفها (Trota & Cavalloro, 2012, p2) بأنها: التعبير عن (توقعات، وملاحظات، وأفكار) الزبائن، والعاملين، والمستثمرين والجمهور عن المنظمة التي تطورت بمرور الزمن، وفق ما يتولد من انطباعات عن المنظمة وسماتها وسلوكها وفق (الخبرات الشخصية، والإشاعات، ومراقبة أعمال المؤسسة في الماضي).

والسمعة أيضاً هي: "الانطباع الذهني الشامل الذي يتشكل من أصحاب المصلحة المتعاملين مع المؤسسة حول أنشطتها وأنظمتها وقراراتها وسياساتها، والذي يتحدد في ضوء استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم من عدمه". (رشيد والزيايدي، ٢٠١٤، ص ١٨)

كما تعرف سمعة المؤسسة بأنها: "أحكام جماعية ثابتة نسبياً على المدى الطويل من قبل عملاء المؤسسة، وهذه الأحكام مبنية على نتائج سلسلة زمنية حققت مخرجات ذات قيمة لعملاء المؤسسة، حيث تسعى المؤسسات بشكل دائم للمحافظة على مكانتها عند عملائها، والعمل على دعمها وتعزيزها بشكل دائم". (العنبر، ٢٠١٩، ص ٢٢)

ومما سبق يتضح أن سمعة أي مؤسسة تعليمية تمثل تصورات الجمهور وانطباعاته عن المؤسسة، والتي تتشكل عبر فترات طويلة من الزمن، وعبر تقييمه لمواقف مختلفة تثبت فيها المؤسسة كفاءتها إذا كانت حسنة السمعة أو فشلها إذا كانت سيئة السمعة، وهي في الواقع أصول مؤسسية غير ملموسة لا يمكن رؤيتها بالعين، إنما يشعر بها المواطن ويلتمسها في تعاملاته مع العاملين بالمؤسسة، كما أنها تأخذ فترات طويلة من الجد والعمل الشاق لبنائها.

أما بالنسبة للسمعة الإستراتيجية فقد عرفها (Ewing & Newton, 2010) بأنها: أصول مؤسسية غير ملموسة، تساهم في تحقيق مميزات تنافسية تدعمها الإجراءات واللوائح النظامية للعمل، كما عرفها (Chen, 2011, p2) بأنها خاصية أو مجموعة من السمات المتعلقة بالمؤسسة والتي كانت نتاج الأعمال الماضية، وهي اعتقاد مشاركي السوق (الزبائن والمنافسين والموردين وأصحاب الحصص والشركاء والحلفاء) حول السمات الإستراتيجية للمؤسسة.

وعرفها أيضاً (Adeosun and Ganiyu, 2013, p220) بأنها: مفهوم استثنائي متعدد التخصصات يرتبط بالمنافسة بين المؤسسات من حيث (إجراءاتها السابقة ونتائج أدائها الحالي) مع منافسيها، وهي العلاقة بين الموظفين وأصحاب المصلحة الخارجيين. بالإضافة إلى أنها نظرة عالمية، وتقييم الجهات الأخرى لأداء المؤسسة وسماتها، وهي مورد استراتيجي لبناء المصداقية والدعم بين مختلف أصحاب المصلحة (Feldman et al, 2013)، فضلاً عن أنها تصورات المستهلكين والموظفين وأصحاب المصلحة الآخرين عن المؤسسة حول الاستقرار المالي، وجودة المنتجات والخدمات، والاحتفاظ بالموظفين، وجودة الإدارة، وقيمة الاستثمار (Smith et al, 2013, p134). ومما سبق يتضح أن الفرق بين السمعة والسمعة الإستراتيجية يكمن في أن السمعة قد تكون ايجابية أو سلبية، كما أن قادة المؤسسة التعليمية قد ينتبهون لها وقد لا يلقون لها بالاً، أما السمعة الإستراتيجية فهي تركز على النقاط الإيجابية بالمؤسسة، وخاصة تلك التي تمثل ميزة تنافسية مستدامة، ويهتم بها قادة المؤسسة التعليمية، ويضعونها ضمن خططهم المستقبلية، كما يعتبرونها ضمن موارد المؤسسة وثروتها ويعملون على تحسينها، وهي أيضاً تفرض عليهم مسؤولية اجتماعية كبيرة.

كما يتضح أن السمعة الإستراتيجية معيار مهم للحكم على أي مؤسسة تعليمية، وعلى مدى نجاحها أو فشلها، وقد تناولها الباحثون من جهات نظر متعددة، فعلماء الاقتصاد يرون أنها قيمة مهمة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح، والاستراتيجيون يرون أنها ميزة تنافسية غير ملموسة بالمؤسسة، ورجال التسويق يرون أنها عامل مهم لاتخاذ قرارات البيع والشراء والتعامل مع المؤسسات.

لذا يمكن تعريف السمعة الإستراتيجية للمدارس إجرائياً بأنها: تصورات المستفيدين بالمجتمع عما تمتلكه المدرسة من مميزات، فيما يخص المعلمين والمناهج والأنشطة والمباني والتجهيزات والوسائل التعليمية والإدارة، وما يدعم ذلك في خطتها الإستراتيجية، وينعكس على رضا المستفيدين وجذبهم إليها.

ونظراً لهذه الإشكالية في تعدد التعريفات التي تم عرضها فيما سبق؛ فقد ظهرت إشكالية أخرى في أبعاد السمعة الإستراتيجية، حيث لم يتفق الباحثون حول هذه الأبعاد وتوعدت في الدراسات العربية والأجنبية، ويمكن توضيح ذلك كما في المحور التالي.

٢) إشكالية أبعاد السمعة الإستراتيجية.

نظراً لأهمية السمعة الإستراتيجية كمورد استراتيجي فقد تناولتها الدراسات والبحوث العربية والأجنبية من جهات نظر مختلفة، وتعددت أبعادها، ولم يتفق الباحثون حولها، وربما يرجع ذلك أيضاً إلى حداثة مصطلح السمعة الإستراتيجية، أو لاختلاف تخصصات الباحثين الذين تناولوه بالبحث والدراسة.

حيث ترى دراسة (COHEN, 2007, P 278) أن أهم أبعاد سمعة المؤسسات التعليمية تتمثل في (الارتياح للمؤسسات التعليمية، والثقة في المؤسسات التعليمية، والاحترام والاعجاب في المؤسسات التعليمية، والرضا عن المؤسسات التعليمية من قبل جمهورها)، كما أن من أهم العوامل التي تعمل على رفع مستوى السمعة في المؤسسات التعليمية هي (الأداء، والإدارة، والالتزام بالقوانين، والمواطنة، والابداع).

كما يرى (Harrison, 2009) أن المكونات الرئيسة لسمعة المؤسسة تتمثل في عشرة أبعاد هي (الجوانب الأخلاقية، والموظفين، ومكان العمل، والأداء المالي، والقيادة، والإدارة، والمسؤولية الاجتماعية، والتركيز على العملاء، والجودة، والموثوقية، وجودة الاتصالات)، بينما يرى (Sontaite and Kristensen, 2009) أن هناك ثلاثة أبعاد لسمعة المنظمة هي (المسؤولية الاجتماعية، والابداع، وجودة الخدمة).

وقد طرح (Iwu-Egwurwu, 2011, p197) عشرة عناصر أساسية لمكونات السمعة الإستراتيجية للمؤسسة تتمثل في (نوعية العاملين، ونوعية الإدارة، والأداء المالي للمؤسسة، وجودة الخدمة، وقيادة السوق، وتركيز اتجاهات الزبائن، والمسؤولية الاجتماعية، والسلوك الأخلاقي، والموثوقية).

كما أشار (Shamma, 2012, pp155:157) إلى أن سمعة المؤسسة تتكون من عدة عوامل متعددة ومتشعبة لها أهمية كبيرة في زيادة أو نقصان الصورة الإيجابية أو السلبية عن المؤسسة، ومنها (الأداء المالي، وقيمة الأسهم، وأنشطة العلامة التجارية، وأنشطة المزيج التسويقي، والعلاقة العامة، والعلاقة مع أصحاب المصالح).

كما يرى (عثمان ومحمد، ٢٠١٥، ص١١٧) أن للسمعة الإستراتيجية ستة أبعاد تتمثل في حرص المنظمة على سمعتها، والوضوح، والتميز، والثبات، والشفافية، والأصالة)، بينما يرى (عذيب، ٢٠١٧، ص٢٠٧) أن هناك العديد من الأبعاد التي يمكن من خلالها تحديد السمعة الإستراتيجية للمؤسسة، ومن أهم هذه الأبعاد ما يلي:

١- رضا الأفراد: يعرف رضا الفرد بأنه تقييم الفرد للخدمات التي يحتاجها، وأن يكون رأي عنها، عندما تحقق نتائج أفضل مما يتوقع.

٢- جودة الخدمات: وقد ربط الباحثون بين الجودة ورضا الزبون، فجودة الخدمات لها دور بارز في استقطاب الزبائن أو العملاء.

٣- جودة التصميم: حيث يمثل التصميم أحد المعايير التي تعتمد عليها المؤسسة. وقد ذكر (محمود وصالح، ٢٠١٩، ص١٥٤) أن أبعاد السمعة الإستراتيجية تتمثل في (المسؤولية الاجتماعية، والقيادة، والأداء)، إلا أن دراسة (الشرفي، ٢٠١٩، ص٢٠٠) قامت بتحليل (١٣) دراسة أجنبية تناولت موضوع السمعة الإستراتيجية للوصول إلى أكثر أبعاد السمعة الإستراتيجية اتفاقاً بين الباحثين، وكانت أهم نتائج الدراسة كما في الجدول التالي:

جدول (١) أكثر أبعاد السمعة الإستراتيجية تكراراً في الدراسات والبحوث

م	البعد	التكرار	نسبة الاتفاق%	الترتيب
١	الجانب العاطفي	١	٧٠.٧%	٥
٢	جودة المنتج والخدمة	١٠	٧٦.٩%	١
٣	الأداء المالي	١٠	٧٦.٩%	١
٤	بيئة ومكان العمل	٥	٣٨.٥%	٢
٥	المواقف مع المنافسين	١	٧٠.٧%	٥
٦	جودة الإدارة	٤	٣٠.٨%	٣

م	البعد	التكرار	نسبة الاتفاق %	الترتيب
٧	البعد التنظيمي	١	٧٠.٧%	٥
٨	البعد الاجتماعي	١	٧٠.٧%	٥
٩	البعد السياسي	١	٧٠.٧%	٥
١٠	البعد البيئي	٢	١٥.٤%	٤
١١	الإبداع	٤	٣٠.٨%	٣
١٢	قيمة الاستثمار	٢	١٥.٤%	٤
١٣	إدارة المنظمة	٢	١٥.٤%	٤
١٤	هوية المنظمة	٢	١٥.٤%	٤
١٥	صورة المنظمة	٢	١٥.٤%	٤
١٦	المسؤولية الاجتماعية	١٠	٧٦.٩%	١
١٧	أخلاقيات العمل	١	٧٠.٧%	٥
١٨	إدارة التمكين	١	٧٠.٧%	٥

حيث يتضح من الجدول أن أعلى الأبعاد اتفاقاً هي أبعاد (المسؤولية الاجتماعية، وجودة المنتج والخدمة، والأداء المالي)، حيث جاءت هذه الأبعاد في المرتبة الأولى، يلي هذه الأبعاد بعد (بيئة ومكان العمل) في المرتبة الثانية، ثم بعدي (جودة الإدارة، والابداع) في المرتبة الثالثة، بينما كانت أقل الأبعاد اتفاقاً (الجانب العاطفي، والمواقف مع المنافسين، والبعد التنظيمي، والبعد الاجتماعي، والبعد السياسي، وإدارة التمكين، أخلاقيات العمل).

إلا أن الدراسة الحالية ترى أن بعض الأبعاد السابقة تتماشى مع المؤسسات الاقتصادية كالشركات غيرها، وما يتماشى منها مع المؤسسات التعليمية قد يكون قليلاً إلا أنه يحتوي داخله على الكثير من المضامين الهامة، فجودة الخدمة بالمدارس قد تتضمن بداخلها جودة (الإدارة المدرسية، وجودة البنية التحتية، وجودة المناهج والأنشطة، وكفاءة وتأهيل المعلمين، وملائمة طرق التدريس والتقويم)، كما أن منتج المدارس هو التلميذ، لذا فجودة المخرجات تتمثل في (جودة الخريج)، فضلاً عن التواصل والمسؤولية الاجتماعية للمدارس، والالتزام بأخلاقيات العمل بالمدرسة وخارجها.

لذا يمكن الاستعانة بأكثر الأبعاد اتفاقاً في الدراسات والبحوث بالإضافة إلى الأبعاد التي تتطلبها المؤسسات التعليمية كالمدراس، حيث يعبر عن السمعة الإستراتيجية في معظم الدراسات بالانطباعات المتكونة لدى المستهلكين عن جودة الخدمة والمنتج، ويمكن عرض مفهوم جودة الخدمة التعليمية وأبعاده بالتفصيل كما يلي:

جودة الخدمة التعليمية:

تتعدد مفاهيم جودة الخدمة باختلاف حاجات وتوقعات المستفيدين، حيث تم تعريفها بأنها "عملية تحقيق رغبة الطالب بالشكل الصحيح وفق ما يراه من وجهة نظره" (الحوري وآخرون، ٢٠١٢، ٢٥٠)، وهي أيضاً: درجة الرضا التي يمكن أن تحققها الخدمة للمستفيدين والزبائن عن طريق إشباع وتلبية حاجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم (Lovellock and Wright , 2002, p18)

كما يرى (الدراركة وشبلي، ٢٠٠٢م) أن جودة الخدمة تشتمل على بعدين هما البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة الجيدة، حيث يتكون الجانب الإجرائي من النظم والاجراءات المحددة لتقديم الخدمة، أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون بمواقفهم وسلوكياتهم وممارساتهم اللفظية مع العملاء.

أما (العزاوي، ٢٠٠٨م) فتعرفها بأنها: "حصيئة إدارة العاملين وإدارة العلاقات مع جميع المستفيدين، ويعتمد نجاح إدارة جودة الخدمة على إدارة الوقت، وخبرة العاملين، والتقمص العاطفي"، وقد ذكر (محمد وعلي، ٢٠١٩، ٣٦٩) أن جودة الخدمة يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية:

جودة الخدمة = إدراك المستهلك للأداء الفعلي - توقعات المستهلك لمستوى الأداء

ومن خلال المعادلة السابقة يظهر ثلاثة مستويات للخدمة هي

- الخدمة السيئة: إدراك المستهلك للأداء الفعلي للخدمة أقل من توقعاته
- الخدمة العادية: إدراك المستهلك للأداء الفعلي للخدمة يساوي توقعاته
- الخدمة المتميزة: إدراك المستهلك للأداء الفعلي للخدمة أكبر من توقعاته

ويمكن التعبير عن جودة الخدمة بالمدارس عن طريق جودة الإدارة والمناخ التربوي، وجودة البنية التحتية (المباني والتجهيزات)، وجودة المناهج الدراسية وأساليب

التدريس والتقييم، وكفاءة المعلمين وأخلاقياتهم، بالإضافة إلى العلاقة مع المجتمع، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

أ- جودة البنية التحتية للمدرسة:

تعتبر المباني المدرسية وتجهيزاتها من العناصر المهمة في العملية التعليمية والتربوية لأنها تمثل بيئة تفاعل القوى البشرية مع العناصر المادية لتحقيق الغاية من التعليم (عزيز وكريط الله، ٢٠٢٠، ص ١)، فالمبنى المدرسي هو المكان الذي تمارس فيه العملية التعليمية، ويجري فيه التفاعل الصفّي (أبو شاهين، ٢٠٠٨، ص ١٠٩).

وتعد المكونات التصميمية وتجهيزات المبنى المدرسي من العوامل المؤثرة على الأداء، وينعكس هذا التأثير على الجانب النفسي والذهني للطالب والمعلم، مما دفع الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد لوضع وثيقة معايير لمباني مؤسسات التعليم قبل الجامعي مستندة إلى مواصفات الهيئة العامة للأبنية التعليمية، وقد اشتملت هذه المعايير على أربعة مجالات رئيسية هي (موقع المدرسة، والفراغات التعليمية، والبيئة الفيزيائية للمدرسة، عوامل الأمن والأمان). (الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، ٢٠٠٨، ص ٣).

حيث يلعب تصميم المبنى المدرسي وما به من تجهيزات دوراً كبيراً في جذب التلاميذ وأولياء الأمور نحو بعض المدارس دون غيرها، فالبيئة الفيزيائية للمدرسة وما بها من وسائل وتجهيزات تمثل جانباً مهماً من سمعة المدرسة الإستراتيجية، وتلعب دوراً هاماً في تشكيل انطباعات المواطنين نحو المدرسة.

ب- جودة وكفاءة المعلمين:

تلعب جودة وكفاءة المعلمين دوراً مهماً في تشكيل سمعة المدرسة لدى المستفيدين، فالمعلم صاحب رسالة مقدسة على مر العصور، ومهنته ركيزة أساسية في تقدم الأمم وسيادتها، ويتوقف نجاح الأمم وفشلها على نجاح المعلم وسياسة التعليم، كما يعزى تقدم ورقي بعض الأمم أيضاً إلى الاهتمام بالمعلم والتعليم (الزهري، ٢٠٢٠، ص ٣)، وتأسيساً على ذلك فإن المدرسة التي تمتلك معلمين متميزين وعلى درجة عالية من التأهيل والكفاءة تجذب أنظار المجتمع الخارجي، ويذهب إليها المزيد من المستفيدين مقارنة بالمدارس التي لا تمتلك هذه المميزات

ونظراً لأهمية الأخلاق والقيم في العملية التعليمية أيضاً فإن أخلاقيات المعلمين تلعب دوراً فعالاً في جذب التلاميذ إليها وتكوين انطباع جيد لدى المجتمع الخارجي عن المدرسة، فلكل مهنة قيم وأخلاقيات لا يستقيم حال المهنة إلا بها، وكلما ارتقى الفرد في السلم الوظيفي زادت أهمية الالتزام بالقيم والأخلاقيات، وهذه الاخلاقيات تعد أكثر أهمية بالنسبة للعاملين في مجال التعليم لمكانة هذه المهنة وتأثيرها في المجتمع، فضلاً عن الدور الذي يقوم به المعلمين والمديرين في بناء المواطن الصالح بالمجتمع وتكوين الشخصية المتكاملة (الروسان، ٢٠١٨، ص ص ٦٢ : ٦٣).

ولا يمكن تجاهل تأثير هذه الأخلاقيات والسجايا الحميدة والسلوكيات الفاضلة على سمعة المدرسة، والتي يتعين أن يتحلى بها العاملون في حقل التعليم العام فكراً وسلوكاً أمام الله ثم أمام ولاة الامر وأمام انفسهم والآخرين، ويترتب عليها واجبات أخلاقية. (وزارة التربية والتعليم، ٢٠٠٦، ص ٦) ، وبالفعل تؤثر هذه الأخلاقيات على سمعة المدرسة الإستراتيجية، فالمدرسة التي يلتزم مديرها ومعلميها بتلك القيم والاخلاقيات أكثر إقبالاً وقبولاً لدى أفراد المجتمع الخارجي، ويتهافت أولياء الأمور على إلحاق أبنائهم بها.

ج- جودة الإدارة والمناخ التربوي:

تعد الإدارة المدرسية من أهم عناصر منظومة التعليم بالمدرسة، فهي مسئولة عن دعم عملية تعليم وتعلم الطلاب وإدارة الهيئة العاملة بالمدرسة، وتوفير مناخ جيد لتشجيعهم على العمل وتنميتهم مهنيًا باستمرار، فضلاً عن مسؤوليتها عن إدارة الموارد المادية الأخرى بالمدرسة مثل المباني والتجهيزات المدرسية، وتوفير موارد مادية لتنفيذ أنشطة التعليم والتعلم (ابراهيم، ٢٠١٨، ص ١٨٥)، لذلك تلعب الإدارة المدرسية الناجحة دوراً بارزاً في تحسين سمعة المدرسة وجذب المزيد من المستفيدين إليها.

د- جودة المناهج وطرق التدريس والتقييم:

تسعى معظم دول العالم لتطوير مناهجها وأنشطتها التعليمية باستمرار وفق متغيرات العصر ومستجدات العلم، ويتم هذا التطوير بإدخال مناهج جديدة لم تكن موجودة من قبل في صف دراسي أو مرحلة تعليمية معينة، وقد يتم التطوير بتحسين المنهج الحالي وتحديثه وإدخال تعديلات عليه وعلى ما به من أنشطة لتحقيق الأهداف المرجة من التطوير. (عبدالسلام، ٢٠٠٦، ص ٢٨٦)

وقد أكدت دراسة (المدحجي، ٢٠٠٩، ص ٤٠) أن مناهج مدرسة المستقبل لا بد أن تكون عصرية وملائمة لمستجدات العصر وتعتمد على الدروس المخزنة على الأقراص المدمجة، والرسم الجرافيكي والبياني، والرسوم والصور ثلاثية الأبعاد، فضلاً عن الوسائط المتعددة، والاعتماد على التكنولوجيا كالحاسوب الشخصي والاستغناء عن الحقيبة المدرسية التي قد تسبب أضراراً صحية للعمود الفقري للطالب.

كما تتعدد معايير جودة طرق التدريس ومنها تركيز طريقة التدريس على الأهداف التعليمية للمدرسة والتوقعات الأكاديمية، والربط بين المهارات وعمليات التفكير والمحتوى عبر كل الفروع، وتسهيل خبرات تعلم مفيدة يتم تقويمها بإشراك المتعلم، واستخدام خبرات تعلم مناسبة للمتعلمين، بالإضافة إلى تطوير واستخدام الاستراتيجيات التي تتناول الجوانب البدنية والاجتماعية والثقافية التي تناسب الاختلافات والفروق بين التلاميذ (حسين، ٢٠٠٩، ص ص ٢٧٨-٢٧٩).

وتأسيساً على ما سبق يتضح ضرورة الاهتمام بتطبيق معايير الجودة في المؤسسات التعليمية وضرورة الاهتمام باستخدام استراتيجيات التقويم الحديثة لبناء الجيل المبدع الذي قد يخرج للدولة ما تحتاجه من العلماء والمفكرين.

هـ- العلاقة مع المجتمع

تعرف العلاقات بأنها تلك التفاعلات، والاتصالات، والنشاطات، والروابط الدينامية التي تمارس بين مجموعة من الأفراد والجماعات بقصد أو دون قصد داخل البناء الاجتماعي، في إطار من الأهداف المشتركة والتأثير المتبادل بين الطرفين (فلمبان، ٢٠٠١، ص ٨٧)، كما تعرف أيضاً بأنها: تفاعل اجتماعي بين طرفين أو أكثر بحيث يتكون لدي كل طرف صورة عن الآخر، والتي قد تؤثر سلباً أو إيجاباً علي حكم كل منهما علي الآخر سواء بتوطيد العلاقة أو قطعها أو تركها كما هي (المجالي، ٢٠٠٧، ص ١٧١).

وفي ظل التغيير في وظائف المدرسة وتنوع التقنيات التربوية الحديثة، ومواكبة للثورة التكنولوجية، فإن المدرسة أصبح لها أدوارها المتغيرة والمتجددة، ولا بد أن يكون لديها القدرة على إيجاد تواصل جاد وفعال مع المؤسسات التربوية المختلفة وكافة افراد المجتمع، وذلك بإزالة العوائق التي من شأنها أن تقلل عملية التواصل، حتى يتم التمكن

من تخريج جيل من التلاميذ يحمل صفات متكاملة تمكنه من مواكبة التغيرات العالمية المعاصرة. (Peters & Marshall and fitsimons, 2000, pp109-128)

فالواقع الحالي للتعليم في حاجة ماسة إلى مدرسة متصلة عضويًا بالمجتمع، وبما حولها من مؤسسات، ومرتبطة بحياة الناس، ومتصلة بنبض الرأي العام وبمؤسسات الثقافة والإعلان، بل وفي حاجة أيضاً إلى مدرسة تضرب في أعماق المجتمع، وتساعد على تقدم الأمة وصياغة عقولها (بهاء الدين، ٢٠٠٠، ص ص ١٥-١٦).

وقد توصلت دراسة (رشيد والزيادي، ٢٠١٤، ص ٢٤) إلى وجود تأثير معنوي لتواصل المؤسسة مع الأفراد وقيامها بمسئوليتها الاجتماعية في سمعة المؤسسة، وهذا يؤكد أن انطباعات الناس عن المؤسسة وقدرتها على الاستمرار في التقدم والنجاح يتوقف بدرجة كبيرة على ما تقوم به من تعاملات تجاه موظفيها وتجاه المجتمع ككل.

٣) إشكالية بناء السمعة الإستراتيجية:

ميّز (lwn-Egwuonwu, 2011, PP201:205) بين عمليتين ضروريتين لبناء السمعة بالمؤسسة، وهما بناء السمعة الداخلية أو سمعة العمل: وتتضمن كل ما يتعلق بالأعمال التي تقوم بها المؤسسات، وفهم أصحاب المصالح لأنشطة المؤسسة وتصوراتهم حولها، وبناء السمعة الخارجية: وتبنى على تصورات أصحاب المصالح الخارجيين بالمجتمع لأنشطة المؤسسة (رجال الأعمال، مؤسسات المجتمع المدني)، وإدراكهم لما تقدمه على أساس أنشطتهم واتصالهم بأصحاب المصالح في الداخل.

وتتأثر السمعة الإستراتيجية الداخلية والخارجية للمؤسسة خلال عملية بنائها بالعديد من العوامل الهامة، مثل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية، كما تتأثر بسمعة المؤسسات الأخرى العاملة في نفس المجال، وبسلوك المنافسين في المؤسسات المنافسة، خاصة إذا كانوا ينتهجون أساليب غير قانونية وغير مقبولة في المنافسة (Shamma, 2012, p158).

ونظراً لتعدد العوامل المؤثرة على السمعة الإستراتيجية فقد ظهرت أيضاً نماذج مختلفة لبناء السمعة الإستراتيجية، حيث لم يتفق الباحثون حول نموذج موحد لبناء السمعة الإستراتيجية للمؤسسات، وإنما حاول كل منهم وضع نموذج وفق تخصصه، وربما وفق

وجهة نظره وما رآه متوفراً من تلك المؤثرات السابق ذكرها في مجتمعه، حيث يرى (Klaavu, 2009, p22) أن هناك سبعة عناصر أساسية لبناء السمعة الإستراتيجية هي:

أ- المعرفة والخبرة: فمهارات المؤسسين وخبراتهم تسهم في نمو المنظمة ونجاحها
ب- الاتصال العاطفي: وهو ما يشعر به أصحاب المصالح تجاه منتجات المؤسسة وخدماتها .

ج- رؤية ورغبة الإدارة: ترتبط المؤسسات بقيمتها القوية ورغباتها، وعلى الإدارة أن تعي هذه الرؤية وتعمل من أجل تحقيقها.

د- الجودة: فعلى المؤسسات أن تحقق متطلبات الزبائن.

هـ- المصداقية المالية: وهي أكثر العناصر اعتمادية في تقييم أداء المؤسسة، فوجود وثائق حديثة، وتحقيق المنافع لأصحاب المصالح تبني المؤسسة سمعتها.

و- المصداقية الاجتماعية: بالالتزام بتلبية رغبات أفراد المجتمع تبني المؤسسة سمعتها

ز- المصداقية البيئية: وهي نهوض المؤسسة بمسؤولياتها البيئية؛ مما يضيف لها قيمة عالية.

إلا أن (زين الدين، ٢٠١٧، ص ٢٩٧) يرى أن بناء سمعة أي مؤسسة من المؤسسات يتطلب مجموعة من القواعد كالثقة، والالتزام، والمصداقية، والرضا، والمصالح المتبادلة بين الطرفين، والعلاقات المجتمعية، ويمكن توضيح ذلك بالتفصيل فيما يلي:

١. الثقة: وهي ليست غاية تسعى المؤسسة إلى تحقيقها، ولكنها انعكاس لواقع يتضح

في حياة المؤسسة وتصرفاتها مع موظفيها ومع الجمهور الذي يتعامل معها.

٢. الالتزام: ويعنى إقامة علاقات طيبة واستمرارها بين المؤسسة وبين موظفيها من

جهة، وبين المؤسسة وسائر المتعاملين والمنتفعين من خدماتها من جهة أخرى.

٣. المصداقية: فعلى العاملين في المؤسسات أن يتصفوا بالمصداقية في المجالات كافة،

بغية تحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم، وتكوين انطباع وسمعة

طيبة وصورة ذهنية جيدة لدى الجمهور، ومناقشة الأمور بموضوعية وعرضها كما

هي دون تهويل.

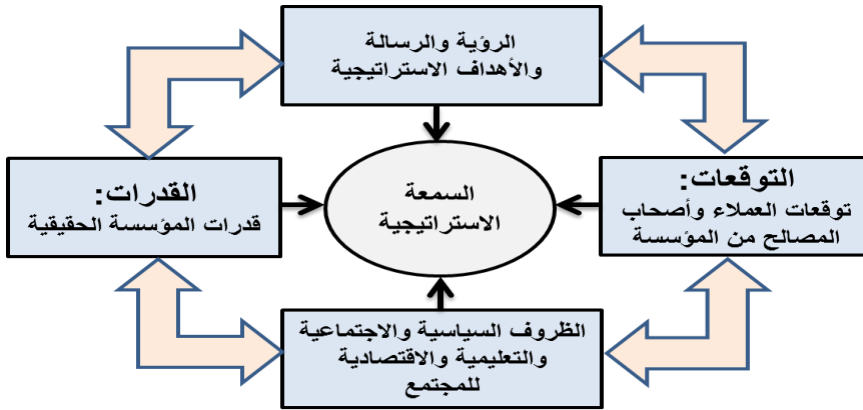
٤. الرضا: وهو حالة من الشعور بالفرح والسرور بين المؤسسة والجمهور والمؤسسات

الأخرى في مستوى الأعمال والخدمات المشتركة.

٥. **المصالح المتبادلة** بين الطرفين: وتعتمد على نجاح المؤسسة في إقناع الجمهور والمؤسسات الأخرى ببذل جهود مشتركة وتقديم المنفعة للطرفين، وترسيخ فكرة أن الاستفادة المتبادلة تضمن للمؤسسة الحصول على مقابل لما تقدمه من سلع وخدمات.

٦. **العلاقات المجتمعية**: وتتغرز عن طريق تبنى المؤسسة لبرامج المسؤولية الاجتماعية، واهتمامها بمواجهة المشاكل، والمساهمة في تطوير المجتمع، بما يحسن نوعية حياة القوى العاملة وأسرههم ورفاهيتها.

وينضح مما سبق أن المصادقية مع الأفراد داخل وخارج المدرسة من أهم عوامل بناء السمعة الإستراتيجية للمدرسة، سواء كانت هذه المصادقية اجتماعية أم مالية أم دينية، فضلاً عن ضرورة توفر الجودة في المنتجات والخدمات، ووجود علاقات طيبة تحكم ذلك وتتجذب الأفراد للتعامل مع المدرسة، ولكي تتمكن المدرسة من بناء سمعتها الإستراتيجية لابد من الأخذ في الحسبان كافة مكونات منظومة السمعة الإستراتيجية للمدرسة ومنها رؤية المدرسة ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية، وما يتوقعه أصحاب المصالح من المدرسة، والقدرات الفعلية لها، بالإضافة إلى ملائمة الظروف السياسية والاجتماعية والتعليمية والاقتصادية بالمجتمع، ويمكن توضيح هذه العوامل في الشكل التالي:



شكل (١) منظومة بناء السمعة الإستراتيجية للمدرسة

من إعداد الباحث بالاعتماد على: عمير، عراك عبود، وصلاح الدين، احمد ضياء الدين (٢٠١٧). انعكاس إدارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة في مدينة بغداد، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، ٩ (١٩)، ص ص ٢١٣ - ٢٥٠.

حيث يتضح من الشكل السابق أن بناء سمعة المدارس يتطلب وجود رؤية استراتيجية واضحة ورسالة محددة تسعى لتحقيقها وفق أهداف استراتيجية يشارك الجميع في تحقيقها، كما يتطلب تلبية توقعات العملاء وأصحاب المصالح، فإذا كانت الخدمات التي تقدمها مدرسة من المدارس تلبى رغبات الأفراد وتوقعاتهم؛ سيزيد رصيد السمعة الإستراتيجية لهذه المدرسة والعكس، كما أن عملية بناء سمعة المدرسة تتطلب أيضاً رفع قدراتها الفعلية، فالمؤسسات ذات القدرات العالية تحظى بسمعة استراتيجية أكبر.

كما أن بناء السمعة الإستراتيجية للمدارس يحتاج إلى مناخ ملائم من الظروف السياسية والاجتماعية والتعليمية والاقتصادية بالمجتمع، فالمجتمع المضطرب سياسياً يصعب على المدارس العمل به بشكل طبيعي، فالمؤسسات الخدمية كالمدارس تتأثر بالظروف الاجتماعية كالتطبيقية ودرجة تماسك المجتمع أو تفككه، كما تتأثر بالظروف الاقتصادية وحالة الأفراد الاقتصادية، بالإضافة إلى تأثيرها بالظروف التعليمية، فالمجتمع الذي تزيد فيه نسبة الأميين يسهل انتشار الشائعات بين أفرادها، مما ينعكس على سمعة المدارس خاصة إذا كانت هذه الشائعات مضللة وذات أغراض خبيثة.

٤) أهمية السمعة الإستراتيجية.

أوضح (كردي، ٢٠١١، ص ٢٠) أن الكثير من المؤسسات أدركت مدى أهمية السمعة الإستراتيجية مؤخراً، لذلك استثمرت أموالاً طائلة في محاولة تعزيزها في أذهان عملائها، فالسمعة الجيدة لها تأثير كبير على نجاح المؤسسات، فضلاً عن تأثيرها على سلوك الزبون، مما ينعكس على قدرة المؤسسات على البقاء في ظل الظروف الحالية المعقدة والتنافس الشديد.

ويرى (Feldman, 2014: 54) أن السمعة الإستراتيجية تزيد من ثقة الجمهور والمستثمر بالخدمات المقدمة، وبالتالي ينعكس ذلك على معنويات العاملين وجودة المدرسة، كما أن السمعة الإستراتيجية تحافظ على الممارسات المسؤولة اجتماعياً كأمر ضروري فيما يعرف باقتصاد السمعة.

كما تساعد السمعة الجيدة للمدرسة على استقطاب أفضل الكفاءات الوظيفية، وجذب الطلاب، ومن ثم الوصول إلى الاستدامة التي تجعلها قادرة على تحقيق المنافع لمختلف

أصحاب المصلحة المتعاملين معها سواء كانوا طلاب أو أولياء أمور أو وغيرهم. (رشيد والزيادي، ٢٠١٤، ص١٧)

وينتج عن امتلاك السمعة الجيدة مجموعة فوائد استراتيجية متعددة منها (تخفيض التكاليف، وتمكين المدرسة من فرض رسوم متميزة، وجذب الطلاب، وزيادة الربحية، وإنشاء حواجز تنافسية). (Kizak, 2015, p3)،

وقد أضاف (رزيقة، ٢٠٠٧، ص١٤٨) أن سمعة المدرسة لها أهمية كبيرة في تحقيق أهدافها، والتي يأتي في مقدمتها إرضاء الأفراد الذين تقدم لهم خدماتها لتحافظ عليهم من جهة، وتكسب أفراد أكثر من جهة أخرى، لذلك ينبغي على المؤسسات معرفة مكانتها عند الأفراد، ومن ثم العمل على تحسينها عن طريق تغيير ما يحتاج إلى تغيير وتعديل ما يحتاج إلى تعديل.

إضافة إلى أن السمعة الإستراتيجية عنصر هام للمنافسة وتحقيق الجودة والأداء المتميز، فالسمعة القوية تعني مدرسة قوية تقوم على أهداف واضحة، ومنهج عملي قابل لتقييم الأداء الداخلي والخارجي للمدرسة، وتدفع المدرسة لتقديم خدمات ومخرجات جيدة تعمل على غرس انطباعات وصور ذهنية ايجابية لدى أفراد المجتمع، وذلك من خلال التجربة الشخصية أو قصص وتجارب الآخرين، وإذا تمكنت أي مدرسة من بناء سمعة جيدة لها فهذا يعني أنها قامت بدور محوري ساعد على نجاحها. (القبان، ٢٠١٧، ص٨٩) كما تبرز أهمية السمعة أيضاً أثناء فترات الأزمات، حيث تعمل على زيادة الفاعلية التنظيمية وتحسين الجودة، وتمنح المدارس الثقة، وتسهم في إيجاد مناخ تنظيمي متميز، كما تعد أحد العوامل الهامة في جذب أفضل الكوادر، وتمنح المدارس فرصاً كبيرة لعقد شراكات مع شركاء مميزين، وتوفر جدار حماية للمدرسة في أوقات الأزمات . (سعيد وعباس، ٢٠١٧).

فضلاً عن أن لها تأثير مباشر وغير مباشر علي الشعور بالانتماء للمنظمة، وبالتالي يكون لها تأثير إيجابي على الروح المعنوية للعاملين بالمؤسسات أيضاً (Lopez-Lopez & Bou and Hernández, 2014, p4)، كما أن السمعة الإستراتيجية قد تعد مؤشراً حيوياً على جودة الخدمة أو المنتج، ولها عائد اقتصادي جيد، فالمستهلكين

لديهم القدرة على دفع رسوم عالية للحصول على خدمات المدارس التي تتمتع بالسمعة الجيدة، كمن يدفع سعراً أعلى عند شراء منتج ذو ماركة عالمية، بل إن العاملين يفضلون العمل مع المؤسسات ذات السمعة الإيجابية أو المرموقة ولو برواتب منخفضة. ويعتقد (Samaiziene & Jucevicius, 2010, p49) أن السمعة الإيجابية تحقق للمدرسة مجموعة من المزايا تتمثل في إمكانية تحقيق عوائد مميزة، وجذب تلاميذ جدد، ومنح التلاميذ أنشطة إضافية، بالإضافة إلى زيادة رضا التلاميذ وولائهم، وسهولة الوصول لأفضل مقدمي الخدمات المهنية مثل وكالات الإعلان المتميزة وغيرها، وأيضاً تعزيز قوة المدرسة في مجال جذب شركاء الأعمال الجدد، وتحسين علاقة المدرسة مع التلاميذ وغيرهم.

كما يمكن أن تتضح أهمية السمعة الإستراتيجية في تحسين رضا الأفراد بالمجتمع وفهمهم وإدراكهم لصورة المدرسة بشكل جيد، فالمدرسة ذات السمعة الحسنة يمكن أن تبني علاقات عامة أكثر اتساعاً وأكثر فاعلية، فضلاً عن أنها تسهم في الكشف عن نواحي القوة والضعف للمدرسة وفق رؤية الطلاب وأولياء الأمور وغيرهم، فالسمعة الإستراتيجية قيمة اقتصادية غير مباشرة لا يمكن تجاهلها، وينبغي على المدارس استغلالها على الوجه الأمثل.

٥) خصائص السمعة الإستراتيجية

تتعدد خصائص السمعة الإستراتيجية حيث ذكر (طاحون، ١٩٩٩، ص٣٥) أن من خصائصها أنها كيان غير مادي وغير ملموس، ولا يمكن فصلها عن المدرسة أو عن باقي الممتلكات المادية، كما أنها من المميزات الاحتكارية أو التنافسية للمدرسة، فضلاً عن عدم التأكد من استمراريتها أو تقدير قيمتها بدقة.

وقد أكد أيضاً (محمود وصالح، ٢٠١٩، ١٦١) أن السمعة الإستراتيجية أصل غير ملموس، وفي نفس الوقت نادرة ويصعب تقليدها وتكرارها، كما أنها لا تستهلك مع الاستخدام، ومن الصعوبة أن يتم التلاعب بها من قبل المؤسسات.

كما أن من خصائص السمعة الإستراتيجية ما ذكره كلاً من (Walker, 2010, 359) (Cordeiro, 2000, 218) بأنها ذات طابع ديناميكي ومعرفي ومتكامل فهي:

أ) ذات طابع ديناميكي: قابلة للتغير بظروف الزمان والمكان، ويحكمها مجموعة من العوامل الثقافية والاجتماعية المؤثرة في تكوينها (كالعادات، والتقاليد، والبيئة، وهوية المدرسة، وثقافتها، وطريقة الاتصال).

ب) ذات طابع معرفي: يتأثر بالمعارف والمعلومات التي تيبث للجماهير بطرق مختلفة، وهي بالتالي تخضع لعمليات متسلسلة من المراحل المعرفية (وصول المعلومة ثم تحليلها ثم إدراكها ثم القيام بسلوك (سلبى أو إيجابى) تجاه المدرسة.

ج) ذات طابع متكامل: لا تتكون عند الجماهير إلا بعد تكامل الجهود المنظمة بالمدرسة وعلى جميع المستويات التي ينتظرها الجمهور.

ومما سبق يتضح أن السمعة الإستراتيجية مورد استراتيجي غير ملموس بالمدرسة يحتاج إلى فترات زمنية طويلة لبنائه، وجهود منظمة حتى يتم استغلاله والاستفادة منه في تحقيق أكبر قدر ممكن من العوائد المادية والاجتماعية، كما أن عملية هدمه أسرع من بنائه، خاصة في المجتمعات النامية التي تنتشر فيها الأمية وتتأثر بالشائعات المضللة، وتنعكس هذه السمعة الإستراتيجية على المؤسسات التعليمية في التصنيفات الدولية للتعليم، وهذا ما سيتم توضيحه في المحور التالي.

المحور الثاني: أهم التصنيفات العالمية للتعليم

يُعد التعليم مقياساً لتطور الدول ومؤشراً على نهضتها، فعوائد التعليم عديدة وتنعكس على جميع أفراد المجتمع، لذلك تحرص معظم الدول على تطوير التعليم وتحقيق منظومة تعليمية شاملة ومتكاملة؛ لينتج التعليم مواطناً نافعاً ناجحاً للمجتمع، فمستوى التعليم في أي دولة يُعد مقياساً لمدى التقدم الحضاري والثقافي للدولة، ولأجل ذلك ظهرت تقارير عديدة لتصنيف التعليم، وهي عبارة عن مؤشرات تصف مستوى التعليم وترتب الدول في تصنيف عالمي بشكل تنازلي، ومن أمثلتها:

- ١) التصنيف الدولي المقنن للتعليم (تقرير اليونسكو ISCED).
- ٢) تصنيف المنتدى الاقتصادي العالمي (منتدى دافوس WEF).
- ٣) تصنيف دليل التنمية البشرية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي.
- ٤) تصنيف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD).
- ٥) تصنيف التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع (EFA)

وللتعرف على نشأة تلك التصنيفات، وأهم مؤشراتهما، ودورها في ترتيب الدول في فيما يتعلق بالتعليم، فسيتم عرضها بالتفصيل كما يلي:

١) التصنيف الدولي المقتن للتعليم (إسكد ISCED)

أعدت اليونسكو في أوائل السبعينات التصنيف الدولي المقتن للتعليم (إسكد)، ليكون بمثابة وسيلة ملائمة لتجميع إحصاءات التعليم للدول المختلفة وتبويبها وعرضها ومقارنتها، وقد وافق المؤتمر الدولي للتربية المنعقد في جنيف عام ١٩٧٥م على هذا التصنيف، وصادق عليه المؤتمر العام لليونسكو في دورته العشرين، المنعقدة في باريس عام ١٩٨٧م بعدما طالب الحضور بضرورة التوحيد الدولي لإحصاءات التربية. (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ٢٠٠٦، ٣).

وقد طورت منظمة اليونسكو المعايير وأصدرت نسخة معايير عام ١٩٩٧م، واستمر العمل بها في التصنيف حتى عام ٢٠١١م، حيث قامت بتعديل هذه المعايير عام ٢٠١١م لتلائم التغيرات الواسعة التي حدثت في نظم التعليم ببعض البلدان، ثم أجرت بعض التعديلات الطفيفة في إصدار إسكد ٢٠١٣م، وكان من أهم معايير ومؤشرات هذا التصنيف في إسكد ١٩٩٧م ما يلي:

- ١- مستوى التعليم ما قبل الابتدائي: يجب أن يتم في مراكز أو مدارس ويلبي الحاجات التعليمية للأطفال، ويكون العاملين فيها على مستوى ملائم من التدريب والإعداد.
- ٢- مستوى التعليم الابتدائي: مصمم لمنح التلاميذ تعليماً أساسياً في القراءة والكتابة والحساب، وبداية الدراسة المنتظمة للتعليم الابتدائي في مؤسسات تعليمية معتمدة.
- ٣- المرحلة الأولى من التعليم الثانوي: يتم فيها استمرار تعلم البرامج الأساسية الخاصة بالمرحلة الابتدائية مع التركيز على المادة، والاعتماد على معلمين متخصصين .
- ٤- المرحلة الثانية من التعليم الثانوي: وهي المرحلة النهائية من التعليم الثانوي ويكون التعليم فيها أكثر تنظيمياً والمعلمين أكثر تخصصاً.
- ٥- التعليم ما بعد الثانوي غير العالي: طلابها في مستوى أعلى من الثانوي وأكبر سناً وأقل من التعليم العالي.
- ٦- المرحلة الأولى من التعليم العالي: مضمون البرامج التعليمية أكثر تقدماً وعمقاً، وتمنح مؤهلات لممارسة المهنة بمهارات عالية وتدعم الالتحاق ببرامج بحثية متقدمة

٧- المرحلة الثانية من التعليم العالي: تمنح مؤهل بحثي متقدم وتتطلب تقديم أطروحات وبحوث تثري المعرفة الإنسانية وتعد المشاركين لوظائف التعليم الجامعي.
(منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة- معهد اليونسكو للإحصاء، ٢٠٠٩، ٢٥٨)
وفي عام ٢٠١١م تم تنقيح المعايير السابقة والتركيز بالدرجة الأولى على التغيرات في مستويات البرامج التعليمية، وأدخلت للمرة الأولى تصنيفاً لمستويات التحصيل التعليمي على أساس المؤهلات، إلا أنه أثناء عملية المراجعة في إسكد ٢٠١١م تقرر أن تتم دراسة مجالات التعليم في عملية منفصلة، لوضع تصنيف جديد ومستقل على أن يبقى تصنيف المستويات والمجالات ضمن أسرة التصنيفات ذاتها عام ٢٠١١م، وبعد ذلك تم إجراء بعد التحسينات وتسمية التصنيف الجديد إسكد ٢٠١٣ لمجالات التعليم والتدريب والتركيز على التعليم الثانوي وبعد الثانوي والعالي، وتمثلت مجالات التعليم والتدريب التي اعتمد عليها تصنيف (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة- معهد اليونسكو للإحصاء، ٢٠١٤، ٤-١٥) فيما يلي:

- ١- مجال البرامج والمؤهلات غير المتخصصة: ويشمل البرامج والمؤهلات الأساسية، والإمام بالقراءة والكتابة والحساب، وتنمية المهارات وتنمية الشخصية.
- ٢- مجال التعليم: ويهتم بالتركيز على تدريب المعلمين وعلوم التربية.
- ٣- مجال الفنون والعلوم الإنسانية: ويضم الفنون والدراسات الإنسانية واللغات.
- ٤- مجال العلوم الاجتماعية والصحافة والإعلام: ويتوزع في مستويين هما مستوى العلوم الاجتماعية والسلوكية، ومستوى الصحافة والإعلام.
- ٥- مجال الأعمال والإدارة والقانون: ويضم مستويين هما الأعمال والإدارة، ومستوى القانون .
- ٦- مجال العلوم الطبيعية والرياضيات والإحصاء: ويضم أربعة مستويات هي العلوم البيولوجية والعلوم المتصلة بها، والبيئة، والعلوم الفيزيائية، والرياضيات، والإحصاء.
- ٧- مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات: يهتم بتكنولوجيا الإتصال الحديثة ونقل المعلومات
- ٨- مجال الهندسة والتصنيع والبناء: ويضم الهندسة والحرف الهندسية، والتصنيع والمعالجة، والهندسة المعمارية.

- ٩- مجال الخدمات: ويضم الخدمات الشخصية وخدمات النظافة العامة والصحة المهنية، وخدمات الأمن وخدمات النقل.
- ١٠- مجال الزراعة ومصائد الأسماك والبيطرة.
- ١١- مجال الصحة والرفاه.

ومن الملاحظ أن هذا التصنيف كان يهتم في بداية نشأته بمستويات التعليم والتركيز على كل المستويات التعليمية، ثم تطور للتركيز على مستويات التحصيل التعليمي على أساس المؤهلات، ثم انتقل التصنيف في المرحلة الأخيرة للتركيز على مجالات التعليم في عمليات منفصلة، ولكن ضمن التصنيف السابق نفسه، مع التركيز على التعليم الثانوي وبعد الثانوي والعالي.

٢) تصنيف المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس WEF)

وهو منظمة دولية مستقلة غير ربحية تسعى لتعزيز الواقع العالمي عبر تمكين تفاعل قطاعات الأعمال والسياسة، والقطاع الأكاديمي، والمفكرين وصناع القرار، وقد تأسس في مدينة جنيف السويسرية عام ١٩٧١، ولا يرتبط بأي مصالح سياسية أو قومية معينة. (الموقع الرسمي للمنتدى الاقتصادي العالمي على الرابط: <http://www.weforum.org>) ويعتمد تصنيف المنتدى الاقتصادي على مصدرين للبيانات، أحدهما استطلاع للرأي يجريه المنتدى من خلال شركائه في كافة الدول محل الاستطلاع مع المديرين التنفيذيين لكبرى الشركات في العالم، حول آرائهم في العديد من المجالات مثل التعليم، والصحة، والتجارة الخارجية، والأمن، والمنافسة في السوق المحلية، والمعوقات التي تواجه أداء الأعمال وغيرها، هذا بالإضافة إلى بعض البيانات التي تصدرها منظمات ومؤسسات أخرى مثل البنك الدولي، ومنظمة الصحة العالمية، وصندوق النقد الدولي، ومنظمة السياحة العالمية وغيرها، وتعتبر نتائج استطلاع الرأي مكوناً رئيساً في كافة إصدارات المنتدى بشكل عام. (عبود، ٢٠١٨، ص ١٣٨)

وقد حدد المنتدى مؤشرات التنافسية للمرة الأولى عام ٢٠٠٤م، عن طريق جمع البيانات العامة والخاصة لعدد (١٢) فئة أو ركيزة يعتمد عليها مؤشر التنافسية، وتشكل جميعها صورة شاملة للوضع التنافسي للدولة بين دول العالم وهي: (المؤسسات، والابتكار، وبيئة الاقتصاد الكلي، والصحة والتعليم الأساسي، والتعليم الجامعي والتدريب،

وكفاءة أسواق السلع، وكفاءة سوق العمل، وتطوير سوق المال، والإمكانيات التكنولوجية وحجم السوق، ومدى تقدم الأعمال والابتكار). (World Economic Forum, 2004, pv-vi) وقد كان يتم التقييم من خلال ثلاث مجموعات أساسية هي مجموعة المتطلبات الأساسية ومجموعة معززات الكفاءة ومجموعة الابتكار وعوامل التطور، وقد قسمها (عبد القادر، وربيع، ٢٠١٨، ص ١٩١) إلى إثني عشر معياراً يمكن توضيحها بالتفصيل كما يلي:

١- المجموعة الأولى (المتطلبات الأساسية): وتضم المعايير الأربعة الآتية:

المعيار الأول: المؤسسات ويضم ٢١ بنداً.

المعيار الثاني: البنية التحتية ويضم ٩ بنود.

المعيار الثالث: بيئة الاقتصاد الكلي ويضم ٥ بنود.

المعيار الرابع: الصحة والتعليم الاساسي ويضم ١٠ بنود.

٢- المجموعة الثانية (معززات الكفاءة) وتضم المعايير الستة التالية:

المعيار الخامس: التعليم العالي والتدريب ويضم ٨ بنود.

المعيار السادس: كفاءة سوق السلع ويضم ١٦ بند.

المعيار السابع: كفاءة سوق العمل ويضم ١٠ بنود.

المعيار الثامن: تطوير السوق المالية ويضم ٨ بنود.

المعيار التاسع: الاستعداد التكنولوجي ويضم ٧ بنود.

المعيار العاشر: حجم السوق ويضم ٤ بنود.

٣- المجموعة الثالثة (الابتكار وعوامل التطور) وتضم المعيارين التاليين:

المعيار الحادي عشر: تطور بيئة الاعمال ويضم ٩ بنود.

المعيار الثاني عشر: الابتكار ويضم ٧ بنود وهي:

- القدرة على الابتكار
- جودة مؤسسات البحث العلمي.
- إنفاق الشركات على البحوث والتطوير.
- التعاون بين الجامعات والصناعة في البحوث والتطوير.

- المشتريات الحكومية من منتجات التكنولوجيا المتقدمة.
 - توافر العلماء والمهندسين.
 - طلبات براءات الاختراع بناء على معاهدة التعاون بخصوص البراءات.
- ومن أهم المؤشرات الفرعية الخاصة بالتعليم: (جودة التعليم الابتدائي، جودة الإدارة المدرسية، جودة تعليم العلوم والرياضيات، جودة التدريب، القيد الصافي بالتعليم الابتدائي، والقيد الإجمالي بالتعليم الثانوي، إتاحة الإنترنت بالمدارس، توفر التدريب والبحث) وتتراوح قيمة كل مؤشر في التقرير من (١ - ٧) درجات، حيث يعتمد التقرير في ذلك على بيانات إحصائية من وكالات معترف بها دولياً مثل صندوق النقد الدولي، واليونسكو، ومنظمة الصحة العالمية، واستطلاع الرأي السنوي للمنندى.
- (World Economic Forum, 2017, p.vi)

إلا أنه في تقرير عام ٢٠١٩ تم إجراء بعض التعديلات على منهجية التقرير، وتم تقسيم مجموعات المؤشرات إلى أربع مجموعات هي: (البيئة المواتية، ورأس المال البشري، والأسواق، وبيئة الابتكار). ويمكن توضيح توزيع الركائز في التصنيف كما في الشكل التالي:



شكل (٢) التعديلات في منهجية تقرير التنافسية العالمية ٢٠١٩ م.

(World Economic Forum, 2019, p2)

حيث تم عمل بعض التعديلات في المؤشرات الأساسية والفرعية (بالإضافة والحذف، والتغيير)، حيث تم إضافة بعض المؤشرات وحذف مؤشرات أخرى، وإعادة توزيع بعض المؤشرات ونقلها من مجموعة لأخرى، ولكي تتقدم مصر في هذا التصنيف فيما يتعلق بمجال التعليم والمهارات لابد من وضع خطة استراتيجية واضحة لتحسين هذه المؤشرات الفرعية، مما سيكون له أكبر الأثر على السمعة الإستراتيجية المحلية والعالمية للتعليم المصري.

٣) تصنيف دليل التنمية البشرية

وهو مؤشر ابتكرته هيئة الأمم المتحدة ويصدره برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، ويشير إلى مستوى رفاهية الشعوب في العالم، ويصدر له تقريراً سنوياً حول مستوى التنمية البشرية لمعظم دول العالم منذ عام ١٩٩٠م، وما يقوم به بغرض تنمية الدول وتحسين أوضاع المواطنين في الدول المختلفة، ويتعلق مؤشر التنمية الإنساني بقياس متوسط العمر المتوقع للمواطن، ومستوى التعليم والأمية، والمستوى المعيشي في مختلف أنحاء العالم، وقد قام بابتكار هذا المؤشر عالم الاقتصاد الباكستاني (محبوب الحق)، وساعده في ذلك عالم الاقتصاد الهندي "أماريتا سين" الحاصل على جائزة نوبل في الاقتصاد، والعالم البريطاني "ماغاند ديساي".

(United Nations Development Programme, 1990, p I-III)

ويستند التقرير على عدة مصادر للمعلومات تشمل المشاركين في تعبئة استطلاعات تقرير "ممارسة أنشطة الأعمال"، والقوانين والأنظمة ذات الصلة، وحكومات الاقتصادات التي يغطيها التقرير، وخبراء مجموعة البنك الدولي بالمناطق المعنية، وقد وضح (لزرع، ٢٠١٤، ص ١٢) ذلك فيما يلي:

- **المشاركون في الاستطلاعات:** يتكون معظم المشاركين من مهن قانونية، كالمحامين والقضاة وكتاب العدل، ويقدمون الاستشارات القانونية والتنظيمية للتقرير، أما بالنسبة للاستطلاعات المتعلقة بالمعلومات الائتمانية، فالمشاركون هم مسؤولي السجلات أو المكاتب الائتمانية، كما يشارك وكلاء الشحن والمحاسبون والمعماريون والمهندسون في الاستطلاع الخاص بالتجارة عبر الحدود،

والضرائب، واستخراج تراخيص البناء، كما يقدم بعض المسؤولين في الأماكن العامة معلومات مهمة يتم إدراجها في المؤشرات.

- **القوانين أو الأنظمة ذات الصلة:** تستند معظم المؤشرات حسب البنك الدولي إلى القوانين والأنظمة، ويكون دور المساهمين غالباً استشارياً، من أجل مساعدة فريق التقرير على تعزيز فهم القوانين والأنظمة وجدول الرسوم ذات الصلة، وفيما يتعلق بباقي البيانات الأخرى، فإن الفريق يجري مشاورات مع العديد من المساهمين للحد من أخطاء القياس.

- **الحكومات وخبراء البنك الدولي على مستوى الدول:** بعد تلقي الاستطلاعات من المشاركين في الاستبيان الخاص بممارسة أنشطة الأعمال، يعرض فريق ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي بالمناطق المعينة النتائج الأولية للتقرير من الحكومات المحلية من أجل إبداء رأيها ومقترحاتها.

وتقدم تقارير التنمية البشرية فكراً دولياً وسياسات عالمية يضعها خبراء ومختصون من مختلف أنحاء العالم بهدف تحسين أوضاع البشر في المجالات المختلفة، وعلى المستوى المحلي والعالمي، وخاصة في الأبعاد الثلاثة الرئيسة للتقرير وهي الصحة والتعليم والدخل. (United Nations Development Programme, 1990, 10)

ويتكون التقرير من عدة مجالات بينها التعليم، ويتضمن مجموعة مؤشرات فرعية هي (التحصيل العلمي: ويضم السكان الحاصلين على التعليم الثانوي على الأقل، ومعدل إلمام البالغين بالقراءة: من سن ١٥ سنة فما أعلى، وإجمالي معدل الإلتحاق بمراحل التعليم الثلاث: الإبتدائي والثانوي والعالي، ونوعية التعليم: وتحسب من خلال أداء التلاميذ في عمر ١٥ سنة في مجموعة من المواد الدراسية كالقراءة والرياضيات والعلوم، ونسبة المعلمين المدربين في التعليم الإبتدائي، ونسبة المجيبين بالرضا عن نوعية النظام التعليمي في استطلاعات غالوب العالمية، ومتوسط سنوات الدراسة المتوقع والفعلي، والمساواة في التعليم، والحرمان من التعليم، ومعدل التسرب من التعليم، والاتفاق على التعليم. (قطيط، ٢٠١٧، ص ٩٧).

٤) تصنيف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD).

هي منظمة دولية تسعى لبناء سياسات أفضل لحياة أفضل، وقد تم إنشاء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في ٣٠ سبتمبر سنة ١٩٦١م، وتضم حكومات ٣٠ دولة، يعملون معاً لمواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، بعد أن حلت محل منظمة التعاون الاقتصادي الأوروبي OEEC التي تم تأسيسها سنة ١٩٤٨؛ للمساعدة على إدارة مشروع مارشال لإعادة إعمار أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية. (الموقع الرسمي لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على الرابط: <http://www.oecd.org/about>)

وتجري المنظمة مسحاً عن جودة التعليم في العالم (PISA)، يعنى بتقييم نوعية الأنظمة التعليمية في العالم، عن طريق عدة اختبارات لأكثر من نصف مليون طفل في ٧٢ بلداً، ويتم ذلك منذ إطلاق البرنامج في عام ٢٠٠٠م، على طلاب في سن الخامسة عشرة، كل ثلاث سنوات، ويعتمد تصنيف الدول بهذا المسح على المقارنة بين جودة التعليم ونسبة النمو الاقتصادي في الدول المعنية، ويخص المدارس التي يدرس فيها الطلاب حتى سن الخامسة عشر، وتقوم عملية التقييم على نتائج التلاميذ في مادتي الرياضيات والعلوم، وتمنح النتائج استناداً إلى امتحانات تجربتها المنظمة، وتأخذ بعين الاعتبار عدداً من المعايير العالمية المعتمدة في التعليم، ويهدف هذا التصنيف إلى منح الدول فكرة عن جودة التعليم فيها، وحثها على مقارنة نفسها بدول أخرى لاكتشاف نقاط القوة والضعف في أنظمتها التعليمية. (OECD, 2016)

كما تصدر المنظمة تقريراً دورياً عن التعليم منذ عام ١٩٩٨م "لمحة عن التعليم"، وتتكون فئات مؤشرات التقرير كما جاء في تقرير (OECD, 2010, p12) من بعدين هما:

- **البعد الأول للإطار التنظيمي:** يميز بين ثلاثة مستويات هي (أنظمة التعليم ككل، ومقدمي الخدمات التعليمية من المؤسسات والمدارس وقواعد النظام بالبيئة التعليمية، والأفراد المشاركين في التدريس وتعليم الطلاب والبالغين).

- **البعد الثاني للإطار التنظيمي:** ويضم ثلاث فئات من المؤشرات هي:
 - مؤشرات على المخرجات والنتائج وتأثير أنظمة التعليم: ويتم تحليل مؤشرات المخرجات عن طريق التحصيل العلمي وفحص التأثير المباشر لمخرجات أنظمة التعليم مثل التوظيف والأرباح وفوائد الوصول للتعليم العالي، ومؤشرات التأثير تحلل التأثير غير المباشر وطويل المدى لتلك النتائج، مثل المعرفة والمهارات المكتسبة، والمساهمات في النمو الاقتصادي والمجتمعي، والرفاه والتماسك الاجتماعي والعدالة.
 - مؤشرات حول المشاركة والتقدم داخل الكيانات التعليمية: ويتم تقييم هذه المؤشرات باحتمالية وصول الطلاب إلى مستويات التعليم المختلفة والتسجيل فيها وإتمامها، بالإضافة إلى اتخاذ مسارات مختلفة بين أنواع البرامج وعبر مستويات التعليم
 - مؤشرات حول المدخلات في أنظمة التعليم أو بيئة التعلم: وتوفر هذه المؤشرات معلومات عن المدخلات من الموارد المالية والبشرية (كالمعلمين وباقي الموظفين)، والموارد المادية (كالمباني والبنية التحتية)، والإعداد التربوي للفصول الدراسية والمحتوى التعليمي.
- ويتتبع التقرير من خلال مؤشراتته مدخلات النظام التعليمي (كالموارد البشرية والفيزيائية، والتمويل، والسياسة التعليمية)، ثم يستعرض العمليات التي تتم من مشاركة وتطور وغيرها في أنظمة التعليم والمؤسسات التعليمية وحجرات الدراسة، ثم يرصد التقرير النتائج والمخرجات الناتجة من التعليم، وقد قسم تقرير (OECD, 2020, p16) مؤشرات قياس التعليم كما يلي:

١- نواتج المؤسسات التعليمية وأثر التعلم

- مستوى تعليم الكبار.
- الانتقال من التعليم إلى العمل: موقف شباب اليوم.
- تأثير التحصيل العلمي على المشاركة في سوق العمل.
- المميزات المكتسبة من التعليم.
- الحوافز المالية للاستثمار في التعليم.

- ارتباط العوائد الاجتماعية بالتعليم.
- مدى مشاركة الكبار على قدم المساواة في التعلم والتعليم.
- ٢ - إتاحة التعليم، والمشاركة والتقدم
 - من يشارك في التعليم.
 - كيف تختلف أنظمة التعليم في مرحلة الطفولة المبكرة حول العالم.
 - من المتوقع أن يتخرج من التعليم الثانوي.
 - من المتوقع أن يلتحق بالتعليم العالي.
 - من الذي يُتوقع منه إكمال تعليمه العالي.
 - الطلاب المتقلبين دوليًا.
 - خصائص ونتائج خريجي الدكتوراه.
- ٣ - الموارد المالية المستثمرة في التعليم
 - ما ينفقه كل طالب على المؤسسات التعليمية.
 - نسبة الثروة الوطنية التي تنفق على المؤسسات التعليمية.
 - حجم الاستثمار العام والخاص في المؤسسات التعليمية.
 - إجمالي الإنفاق العام على التعليم.
 - ما يدفعه طلاب التعليم العالي والدعم العام الذي يتلقونه.
 - الموارد والخدمات التي يتم إنفاقها على تمويل التعليم.
 - العوامل التي تؤثر على تكلفة رواتب المعلمين.
- ٤ - المعلمون، والتعلم البيئية وتنظيم المدارس
 - الوقت الذي يقضيه الطلاب في الفصل.
 - نسبة الطلاب إلى المدرسين وحجم الفصول.
 - ما يتقاضاه المدرسون ورؤساء المدارس من رواتب.
 - الوقت يقضيه المعلمون في التدريس.
 - نوعية المدرسون.
 - أنظمة القبول في التعليم العالي.

وينضح مما سبق أن تصنيف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية يعد من أشمل التصنيفات التي تركز على منظومة التعليم بأكملها في الدول المختلفة، حيث تتناول مدخلات المنظومة وما يتم بها من عمليات، ثم تتطرق في النهاية للمخرجات وتأثير أنظمة التعليم والتعلم، إلا أن قلة عدد الدول الأعضاء في المنظمة وعدم وصول المنظمة بعمق إلى كل دول العالم ربما يشكل قصوراً في عمل المنظمة، كما أن تقاريرها قد لا تحظى بالدعاية الكافية والاهتمام لدى بعض الدول النامية.

٥) التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع EFA Global Monitoring Report

اجتمع أكثر من ١١٠٠ شخصاً من ١٦٤ بلداً في أبريل عام ٢٠٠٠ بمدينة داكار، بالسنغال، للمشاركة في المنتدى العالمي للتربية، وقام المشاركون في هذا المنتدى، من معلمين، ورؤساء وزراء، وأكاديميين، ورأسمي سياسات، وهيئات غير حكومية، ومديري منظمات دولية بارزة، باعتماد إطار عمل داكار "التعليم للجميع: الوفاء بالتزاماتنا الجماعية". كما وافق المشاركون على ستة أهداف تعليمية واسعة النطاق وتم تحديد عام ٢٠١٥ م موعداً لتحقيقها، ويصدر التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع سنوياً منذ عام ٢٠٠٢ م، ليعرض التقدم الذي أحرزته البلدان المختلفة نحو تحقيق الأهداف العالمية للتعليم التي اعتمدت عام ٢٠٠٠ م. (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة) على الرابط:

<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ED/GMR/pdf/diverse/10questions.pdf>

وبعد انتهاء فترة الأهداف الإنمائية للألفية وأهداف التعليم للجميع التي كان أجلها النهائي عام ٢٠١٥، اجتمع المنتدى العالمي للتربية في مايو عام ٢٠١٥، في إنشيون بجمهورية كوريا، وحضر المنتدى ١٦٠٠ مشاركاً من ١٦٠ بلداً، يشغلهم هدف واحد هو ضمان التعليم المنصف والشامل والتعلم مدى الحياة للجميع بحلول عام ٢٠٣٠، وجاء إعلان إنشيون (التعليم بحلول عام ٢٠٣٠) ليصيغ هدف التنمية المستدامة بشأن التعليم حتى عام ٢٠٣٠ والمتمثل في (ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع). (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ٢٠١٦، ص ٣)

حيث اعتمدت الدول الأعضاء في الدورة السبعين للجمعية العامة للأمم المتحدة خطة عالمية جديدة للتنمية بعنوان: تحويل عالمانا: خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠، وتضمنت ١٧ هدفاً لتحقيق التنمية المستدامة، منها هدف التنمية المستدامة الرابع المخصص للتعليم، وتضع أهداف التنمية المستدامة أولويات التنمية خلال هذه المرحلة حتى عام ٢٠٣٠، وتولت اليونسكو مهمة قيادة وتنسيق ورصد جدول أعمال التعليم حتى عام ٢٠٣٠م، ودعا إلى أن يكون التقرير العالمي لرصد التعليم آلية مستقلة تتولى رصد الهدف الرابع للتنمية المستدامة ورصد ما يخص التعليم في الأهداف الأخرى للتنمية المستدامة ورفع تقارير في هذا الصدد على مدى السنوات الخمس عشرة القادمة. (الأمم المتحدة، ٢٠١٥، ص ١)

وبعد عرض أهم التصنيفات العالمية للتعليم يتضح أن جميعها تقوم على مؤشرات محددة، وحتى إن اختلفت هذه المؤشرات فتحقيقها ليس معضلة صعبة على مصر، وأي دولة تسعى لتحسين السمعة الإستراتيجية لتعليمها محلياً ودولياً يمكنها تحقيق ذلك إذا وضعت خططاً واضحة لتطوير تعليمها وفق هذه المؤشرات، إلا أن هذا التحسين ينبغي أن ينطلق أولاً من الواقع، وهذا ما يمكن أن تكشفه الدراسة في المحور التالي.

المحور الثالث: واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر أولياء الأمور.

للكشف عن واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية تم إعداد دليل مقابلة شبه مقنن، وتطبيقه بالمقابلة مع عينة حصصية قصدية من (٢٠) فرداً من أولياء أمور بعض التلاميذ بالمرحلة الابتدائية، ينقسمون إلى (١٠) مقابلات مع أولياء أمور بعض التلاميذ بالمدارس الحكومية و(١٠) مقابلات مع أولياء بعض التلاميذ بالمدارس الخاصة، لمعرفة وجهة نظرهم في المدارس الابتدائية والكشف عن واقع سمعتها الإستراتيجية، وقد تم الحصول على بيانات التواصل معهم من مدارس أبنائهم، وبعد التعارف مع أولياء الأمور، وتوضيح مشكلة البحث لهم، وإخبارهم بأهداف المناقشة، وشرح قواعدها العامة، والتأكيد على سرية المعلومات وخصوصيتها، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

١ - بالنسبة لأسباب اختيار أولياء الأمور لمدارس أبنائهم الحالية اختلفت وجهات نظر أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية عن أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة في أسباب اختيار مدارس الأبناء، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

• أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية:

فضلوا إلحاق أبنائهم بالمدارس الحكومية لأنها قريبة منهم ولا يتحمل أبنائهم تكاليف باهظة للتعليم والمواصلات للذهاب والعودة من المدرسة، حيث قال معظمهم: "قريبة من البيت ويروح المدرسة ماشي".

كما أفاد معظم أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية أن الحالة الاقتصادية من الأسباب المباشرة التي دفعتهم لإلحاق أبنائهم بالمدارس الحكومية حيث قال أحدهم "يايبه محدش معاه فلوس للمدارس الخاصة"، وربما يؤكد ذلك ارتفاع تكاليف المدارس الخاصة في الفترة الأخيرة، فضلاً عن اقتصرها على فئات معينة مرتفعة المستوى الاقتصادي والاجتماعي، خاصة وأن بعض المدارس الخاصة أصبحت تمارس نوعاً حاداً من الطبقية بتحديد فئات التلاميذ بها وعمل مقابلات لأولياء الأمور أنفسهم قبل قبول أبنائهم بهذه المدارس.

وذكر آخرون أن بها أولاد أقاربهم وجيرانهم وهذا ما شجعهم على إدخالهم المدرسة معهم، حيث قالت إحدى الأمهات بإحدى القرى "بتروح مع بنت عمها ومع العيال في الشارع"، وربما يرتبط هذا بثقافة وعادات بعض الأسر في الريف، وانتشار العلاقات الاجتماعية بين الأهل والجيران عن الحضر.

كما أن معظم أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية بالريف قد أرجعوا عدم إدخال أبنائهم لمدارس خاصة إلى عدم وجود مدارس خاصة في بلادهم، حيث قال بعضهم: "مفيش غير المدارس الحكومية في البلد عندنا"، كما أن منهم من أبدى قناعة تامة وفضلاً بأولاده الذين تعلموا في المدارس الحكومية، حيث قال أحد أولياء الأمور "ولادي كلهم علمتهم أحسن تعليم في المدارس وما شاء الله كلهم مؤهل عالي"، وربما يرتبط هذا بقناعة بعض الناس وخاصة الفقراء الذين يظهرون التعفف أمام الناس، ويفخرون بتأدية واجبهم نحو أبنائهم ووقوفهم معهم في كافة مراحل التعليم .

• أما بالنسبة لأولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة:

فيرون أن السبب المباشر من وجهة نظرهم هو ضعف التعليم في المدارس الحكومية، حيث قال معظمهم: "عشان المدارس الحكومية مبقاش فيها تعليم"، واهتمام المدارس الخاصة بتعليم أبنائهم بطريقة أفضل، حيث قالت إحدى الأمهات "بيعلموا بنتي لغات وحاجات كويسة".

كما ربط بعض أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة تفضيلهم للمدارس الخاصة بحرصهم الزائد على تعليم أبنائهم خاصة وأنهم مشغولون في وظائفهم ويحتاجون لمن يعتني بأبنائهم على أكمل وجه، حيث قال بعضهم: "عايز إبنيتي يتعلم أحسن تعليم". وقد ذكر بعض أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة أيضاً أنهم يفضلون المدارس الخاصة كنوع من الواجهة والمكانة الاجتماعية، حيث قال بعضهم: "كل الناس الكويسة مدخليين أولادهم مدارس خاصة"، وقد أكدت ذلك إحدى أولياء الأمور بقولها: "الحكومي فيها أطفال بتقول ألفاظ وحشة لكن الخاصة مفيش الكلام ده".

٢- بالنسبة لمعرفة رؤية المدرسة، ورسالتها، وأهدافها الإستراتيجية

- اتفق معظم أولياء الأمور أنهم لا يعرفون شيئاً عن رؤية المدرسة ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية، حيث قال معظمهم: "معرفش حاجة عن الكلام ده"، وقد اتضح للباحث أن معظم هؤلاء الأفراد ممن ينتسب لأبنائهم للمدارس الحكومية، كما اتضح أيضاً أن كل أولياء أمور تلاميذ المدارس الريفية في العينة لم يسمعوا عن رؤية ورسالة المدرسة وأهدافها الإستراتيجية من قبل.

- كما قال بعض أولياء الأمور أنهم يعرفون معنى الرؤية والرسالة والأهداف الإستراتيجية، ولكنهم لا يستطيعون تذكرها الآن، وقد اتضح للباحث أنهم ممن يعملون بمهنة التدريس، حيث قال أحدهم "دا كلام خاص بالجودة عندنا في المدرسة".

- بينما قال بعض أولياء الأمور أنهم يعرفون أهمية وجود رؤية ورسالة للمدرسة، ولكنهم لم يهتموا بمعرفتها في مدارس أبنائهم، حيث قال أحدهم: "أنا أعرف إن فيه رؤية ورسالة وأهداف بس مش فاكرهم"، بينما قال آخر: "معرفش بس بشوف

الكلام ده على سور المدرسة"، وقد اتضح للباحث أن معظم من لديهم وعي بمفهوم الرؤية والرسالة والأهداف - رغم عدم تذكرها جيداً - كانوا من مستويات تعليمية مرتفعة ومعظمهم أولياء أمور تلاميذ بالمدارس الخاصة.

٣- بالنسبة لمفهوم السمعة الإستراتيجية للمدرسة من وجهة نظرهم

- أفاد معظم أولياء الأمور في البداية أنهم لا يعرفون شيئاً عن هذا الكلام ومن أقوالهم: "معرش حاجة عن الكلام ده"، "يعني أيه الكلام ده؟"، وربما يرجع ذلك لحدائث المصطلح وعدم دراية معظم أولياء الأمور بمصطلحات البحث العلمي، إلا أنه بعد شرح وتوضيح المفهوم لهم ظهرت بعض المفاهيم لدى بعض الأفراد.

- حيث ربط بعض أولياء الأمور بين جودة المدرسة وسمعتها، فقال بعض أولياء الأمور: "المدرسة اللي سمعتها حلوة أكيد كويسة" و"سمعة المدرسة يعني مدرسة كويسة ولا وحشة"

- بينما ربط آخرون السمعة الإستراتيجية للمدرسة بالأثر الذي تتركه المدرسة فيهم وانطباعاتهم، فقال بعضهم: "تأثير المدرسة في الناس لما يتعاملوا معاها" و"هي جودة المدرسة وانطباع الناس عنها"، وقد اتضح للباحث أن هؤلاء الذين صاغوا مفاهيم للسمعة الإستراتيجية هم أولياء أمور لتلاميذ بالمدارس الحكومية والخاصة، ولكن مستوياتهم التعليمية مرتفعة فمنهم من يعمل بالجامعة والبحث العلمي ومنهم من يعمل بالمدرسة ومعه دكتوراه.

٤- بالنسبة لواقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية بالتفصيل

تم سؤال أولياء الأمور عن جودة البنية التحتية بالمدرسة، وجودة وكفاءة المعلمين، وجودة الإدارة المدرسية والمناخ التربوي والعلاقة بالمجتمع، وجودة المناهج الدراسية وأنشطتها، وطرق التدريس والتقييم، وتم تحليل إجاباتهم بالتفصيل كما يلي:

١. بالنسبة لجودة البنية التحتية (المباني والتجهيزات)

- يرى معظم أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة أن مدارس أبنائهم مجهزة بكافة الوسائل ومبانيها جديدة ونظيفة ويتم تجديدها باستمرار، حيث قال معظمهم: "المباني كويسة وفيه ألعاب بتحبب الولاد في المدرسة"، بينما قال آخرون: "الديسكات جميلة والحمامات نظيفة".

- ويرى معظم أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية أن المباني تحتاج إلى الكثير من التجهيزات والتجديدات المستمرة، حيث كان من أقوالهم: "المبنى كان كويس لكن أهملوه"، وقد أكد البعض عدم الاهتمام بتجديد وصيانة المباني فمنهم من قال: "مبنى عادي لكن المقاعد قديمة والعيال قاعدين فوق بعض من الزحمة"، ومنهم من قال: "الفصول زحمة قوي محتاجين مدارس تاني في البلد" مما يؤكد معاناة تلاميذ المدارس الحكومية من الزحام وكثافة الفصول.
- إلا أن من أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة والحكومية من سلط الضوء على قضية عزوف التلاميذ عن الذهاب للمدرسة فقال البعض: "المبنى جديد لكن مفيش طلبة بتروح"، مما يشير إلى تأثيرهم بهذه المشكلة.

٢. بالنسبة لجودة وكفاءة المعلمين:

- ما يقرب من نصف العينة كانوا معتدلين في آرائهم، وكان من أقوالهم: "فيه ناس كويسة وناس مبتشرحش حاجة ومشغولين بالدروس بتاعتهم".
- كما ألقى بعض أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية اللوم على المعلمين وأكدوا تقصيرهم في واجباتهم، وفي أداء مهامهم فمنهم من قال: "المدرسين مبفوش يبشرحوا في المدارس"، ومنهم من قال: "مبيعلموش الولاد حاجة في المدرسة".
- بينما أفاد معظم أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة أنهم يقومون بإعطاء أبنائهم دروس خصوصية، ومن أقوالهم: "أنا بعتيهم دروس عند ناس كويسين بره المدرسة"، وقد برر البعض ذلك بقولهم: "مبيروحوش من زمان والمدرسة مبقتش بتعلم حد"، مما يشير إلى ضعف ثقة بعض أولياء تلاميذ المدارس الخاصة في بعض المعلمين أو إهتمامهم الزائد بتعليم أبنائهم أو وجود قصور حقيقي في أداء بعض المعلمين.
- بينما قدم البعض الشكر والثناء على معلمي المدارس الخاصة وكان من أقوالهم "المدرسين هناك ممتازين والبنت بتحبهم"، "محببينا في المدرسة" و"بشرحوا كويس"، و"فيه اهتمام من المعلمين وبيكلمونا لما يكون فيه حاجة".

٣. بالنسبة لجودة الإدارة والمناخ التربوي والعلاقات الخارجية:

أفاد معظم أولياء الأمور أنهم لا يتعاملون مع المديرين بكثرة وكان من أقوالهم: "مبتعاملش مع المدير كتير"، و"معرفة فوش"، مما يشير إلى قلة احتكاك أولياء الأمور في تعاملاتهم مع مدير المدرسة إلا في حالات بسيطة عند وجود مشكلات مع الأبناء بالمدرسة، وقد اختلفت وجهات نظر أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة عن الحكومية في كثير من الأمور ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

• بالنسبة لأولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة :

- فقد أشاد معظمهم بحسن إدارة المدرسة وحسن تعاملها مع الأفراد وحسن استقبالهم لأولياء الأمور، وكان من أقوالهم: "إدارة المدرسة كويسة"، و"ناس ذوق جداً وشايفين شغلهم"، و"مقابلتهم كويسة في المدرسة"، ويتضح من هذه العبارات أنهم يتحدثون عن الإدارة المدرسية بصيغة الجمع وكأنهم فريق عمل في المدرسة.
- كما ذكر معظم هؤلاء الأفراد أيضاً أن المناخ المدرسي جيد بالمدارس الخاصة، وكان من أقوالهم: "الجو العام كويس والناس كلهم محترمين"، كما أكد ذلك أيضاً بعض أولياء الأمور بقولهم: "الناس كلهم هناك متعاونين مع بعض وأسرة واحدة".
- وأفاد بعض أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة أيضاً أن المدرسة في تواصل مستمر معهم، ومن أقوالهم: "بيكلمونا علطول لما يكون فيه أي حاجة في المدرسة"، مما يؤكد اهتمام المدارس الخاصة بالتواصل مع الأسر وأولياء الأمور باستمرار، وعند محاولة تحديد وسائل التواصل أفاد معظمهم بأن المدرسة تتصل بهم تليفونيا وتتواصل معهم عن طريق الموقع الرسمي للمدرسة على الفيس بوك، وكان من أقوالهم: "بيتصلوا علينا"، و"بينشروا كل حاجة على صفحتهم على الفيس بوك".

• **أما بالنسبة لأولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية:**

- فقد ذكر معظم أولياء الأمور أن التلاميذ لهم فترة كبيرة لا يذهبون للمدرسة بقولهم: "العيال مبتروحش أصلاً"، وربما يرجع ذلك إلى الظروف الطارئة التي تمر بها البلاد في ظل أزمة فيروس كورونا
- كما أفاد بعض أولياء الأمور أن مشكلة المدرسة ليست في المدير بل في المعلمين وتعاملهم فيما بينهم ومع أولياء الأمور، فكان من أقوالهم: "المدير كويس بس المشكلة في المدرسين مبيشرحوش"، وقد قال أحد أولياء الأمور "مش فاضيين من الدروس"، وهي إحدى العبارات الصادمة التي تعكس انطباع بعض أولياء الأمور عن المعلمين بالمدارس الحكومية، وقد تعكس أيضاً تردي أوضاعهم الاقتصادية، ورغم أن الدروس الخصوصية يلجأ لها التلاميذ في المدارس الخاصة والحكومية، إلا أن أولياء أمور تلاميذ المدارس الخاصة لم يقوموا بتسليط الضوء عليها في المقابلات.
- وبالنسبة للتواصل مع الأسرة في المدارس الحكومية فقد ذكر معظم أولياء الأمور أنهم لا يتواصلون مع المدرسة إلا عند وجود مشكلة كبيرة، وكان من أقوالهم: "محدث بيكلنا بس مرة بعتولنا إنزار في البوسطة" وقد صاحب الجملة ضحكة خجل من إحدى الأمهات البسيطة بإحدى القرى، وربما يرتبط ذلك بخجل أولياء الأمور في الريف من التواصل الرسمي والإنذارات، حيث ينفر منها البعض ويخجلون منها، بل ويعتبرها البعض فضيحة لأبنائهم وسط الجيران والأقارب.

٤. **بالنسبة لجودة المناهج الدراسية وأنشطتها وطرق التدريس والتقويم.**

- اختلفت وجهات نظر أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية عن الخاصة في كثير من الأمور ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

• **فيالنسبة للمدارس الحكومية :**

- أفاد معظم أولياء الأمور عند سؤالهم عن المناهج والكتب الدراسية أنهم قاموا بشراء كتب ومذكرات خارجية بدلاً عن الكتب المدرسية، وكان من أقوالهم:

أنا جيت لأولادي كلهم كتب خارجية"، و"مبيذاكروش منها معاهم مذكرات الدرس"، كما انتقد بعض أولياء الأمور محتوى المناهج الدراسية، وكان من أقوالهم: "العيال بيتعلموا حاجة ويطلعوا يلاقوا حاجة تاني في الشغل"، وربما يؤكد ذلك على ضرورة الاهتمام بالجانب العملي في كافة المناهج الدراسية والاهتمام بالأنشطة العملية.

- وبالنسبة لجودة الأنشطة فقد ذكر معظم أولياء الأمور أن أبنائهم لم يذهبوا للمدرسة منذ فترة طويلة خاصة في ظروف جائحة كورونا، وكان من أقوالهم: "العيال مبيتروحش أصلاً عشان تعمل أنشطة"، وقول أحدهم "ولادنا مبيرووحش المدارس من أول السنة".

- وانتقد بعض الأفراد حال التعليم وطرق التدريس في المدارس الحكومية وكان من أقوالهم: "مفيش مدرسين بيشرحوا حاجة"، كما انتقد معظم أولياء الأمور أيضاً نظام التقويم، وكان من أقوالهم: "هي فين الامتحانات دي الواد ممتحنش حاجة".

• أما بالنسبة للمدارس الخاصة:

- اختلفت الأوضاع للأفضل إلى حد كبير في المدارس الخاصة، حيث أفاد معظم الأفراد أن المناهج ملائمة وكان من أقوالهم: "المناهج كويسة"، و"بيعلموا الأطفال انجليزي كويس"، وعند سؤالهم عن الأنشطة فقد أظهروا الثناء عليها في المدرسة، وكان من أقوالهم: "بيعملوا حفلات علطول هناك وبيهتموا بالأنشطة"، إلا أن أحد أولياء الأمور انتقد الجانب المادي للأنشطة وكان من أقواله: "هم بيعلموا أنشطة كتير بس كل شوية يطلبوا فلوس من ولادنا".

- وعند سؤالهم عن طرق التقويم والتدريس فقد ذكر معظم أولياء الأمور أن الامتحانات وطرق التدريس ملائمة دون أن يتطرقوا للتفاصيل، وكان من أقوالهم: "الامتحانات كويسة"، و"المدرسين كويسين وبيشرحوا كويس ويعلموهم حاجات حلوة"، إلا أن عدم فهم معظم أولياء الأمور لطرق التدريس والتقويم وأنواعها ربما هو ما دفعهم لسطحية الإجابة، وربما أيضاً تعبر إجاباتهم عن

مستوى الرضا العام عن التعليم في المدرسة وليس مستوى القناعة بعناصر محددة في العملية التعليمية، خاصة وأن المناهج متشابهة في المدارس الحكومية والخاصة.

تعقيب عام على نتائج المقابلات:

يلاحظ من المقابلات السابقة اختلاف آراء أولياء أمور تلاميذ المدارس الحكومية عن الخاصة في معظم أسئلة المقابلات، ويتضح ذلك في تدني النظرة للمدارس الابتدائية الحكومية، وظهر عكس ذلك بالنسبة للمدارس الخاصة، كما تلعب الحالة الاقتصادية للأسرة الدور الأكبر في اختيار مدارس الأبناء مما يتعارض مع مبدأ تكافؤ الفرص التعليمية الذي تسعى الدولة لترسيخه، فضلاً عن قصور مؤشرات السمعة الإستراتيجية في معظم المدارس الحكومية، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

(١) أسباب اختيار وتفضيل أولياء الأمور لمدارس أبنائهم الحالية:

- بالنسبة للمدارس الحكومية: (قرب المدرسة من المنزل، وتوفير في النفقات والمواصلات لضعف الحالة الاقتصادية، ووجود بعض أبناء الأقارب والجيران بالمدرسة، وعدم وجود مدارس خاصة في قريبة من المكان).
- بالنسبة للمدارس الخاصة: (ضعف التعليم في المدارس الحكومية، والحرص الزائد على تعليم أبنائهم لانشغالهم، ونوع من الواجهة والمكانة الاجتماعية)

(٢) معرفة رؤية المدرسة، ورسالتها، وأهدافها الإستراتيجية:

معظم أولياء الأمور لا يعرفون شيئاً عن رؤية المدرسة ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية، ونظراً لأن هذه الأمور من أساسيات الحصول على الجودة والاعتماد بالمدارس، فقد اتفق هذا مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (أمين، ٢٠١٤) التي أكدت على وجود علاقة بين الجودة وتحسين السمعة الاستراتيجية.

(٣) مفهوم السمعة الإستراتيجية للمدرسة:

معظم أولياء الأمور لا يعرفون شيئاً عن مصطلح السمعة الإستراتيجية إلا أن منهم من عرفها بعد تبسيط المفهوم بالأثر ومنهم من عرفها بالانطباع.

٤) واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس بالتفصيل:

أ) في المدارس الحكومية:

- معظم أولياء الأمور يرون أن المباني تحتاج إلى الكثير من التجهيزات والتجديدات المستمرة.
- إلقاء اللوم على المعلمين واتهامهم بالتقصير في واجباتهم.
- معظم أولياء الأمور ذكروا أن التلاميذ لهم فترة كبيرة لا يذهبون للمدرسة.
- معظم أولياء الأمور لا يتواصلون مع المدرسة إلا عند وجود مشكلة كبيرة.
- معظم أولياء الأمور قاموا بشراء كتب ومذكرات خارجية بدلاً عن الكتب المدرسية.
- معظم أولياء الأمور أبنائهم لم يذهبوا للمدرسة منذ فترة طويلة خاصة في ظل جائحة كورونا.
- انتقد بعض الأفراد حال التعليم وطرق التدريس في المدارس الحكومية .
- ويلاحظ الباحث وجود أجواء من عدم الرضا العام عن التعليم في المدرسة الحكومية، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (زناتي واحمد، ٢٠١٣، ص ٢٦٩) ، ودراسة (عمران، ٢٠١٨، ص ٢)

ب) في المدارس الخاصة:

- معظم أولياء الأمور يرون أن مدارس أبنائهم مجهزة بكافة الوسائل ومبانيها جديدة ونظيفة ويتم تجديدها باستمرار.
- معظم أولياء الأمور يقومون بإعطاء أبنائهم دروس خصوصية، وقدم البعض الشكر والثناء على معلمي المدارس الخاصة .
- معظمهم أشاد بحسن إدارة المدرسة وحسن تعاملها مع الأفراد وحسن استقبالهم لأولياء الأمور المدرسة في تواصل مستمر معهم.
- معظم الأفراد يرون المناهج ملائمة، وقدموا الثناء على الأنشطة في المدرسة.
- ويلاحظ الباحث وجود أجواء من الرضا العام عن التعليم في المدرسة الخاصة لديهم، حيث توفر المدرسة بيئة تعليمية جاذبة وأمنة، تتوفر معها التجهيزات الأساسية، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (قطييط، ٢٠١٦).

المحور الرابع: متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية من وجهة نظر المعلمين.

ولتحقيق ذلك تم تصميم استبانة للتعرف على متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية، وذلك بالاستفادة من مؤشرات التصنيفات العالمية للتعليم، وتحليل واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية، وما توصل إليه الإطار النظري للدراسة.
(أ) العينة وتوزيعها:

تم استخدام معادلة معادلة ستيفن ثامبسون لتحديد حجم العينة المطلوب للدراسة كما يلي:

$$n = \left[\frac{N \times p(1-p)}{\left[N-1 \times \left(d^2 \div z^2 \right) \right] + p(1-p)} \right] = \text{حجم العينة المطلوب}$$

N	حجم المجتمع
z	الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة ٠.٩٥ وتساوي ١.٩٦
d	نسبة الخطأ وتساوي ٠.٠٥
p	نسبة توفر الخاصية والمحايدة = ٠.٥٠

وبالتعويض في المعادلة وبمعلومية حجم المجتمع الكلي لمعلمي المرحلة الابتدائية بمحافظة بني سويف والذي بلغ (١٢٩٥١)، يتضح أن حجم العينة المطلوب ينبغي ألا يقل عن (٣٧٣) معلماً، ولزيادة مستوى الثقة وتقليل نسبة الخطأ قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة عشوائية أكبر، بلغ عدد أفرادها (٥٣٧) معلماً من معلمي المرحلة الابتدائية بمحافظة بني سويف من مراكز (بني سويف - ناصر - والفشن)، في بداية الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي ٢٠٢٠-٢٠٢١م، حيث إن مدارس المرحلة الابتدائية هي الأكثر عرضة للمشكلات، كما أنها المحطة الأولى لاستقبال الطفل في التعليم المجاني، فضلاً عن اعتماد بعض التصنيفات العالمية للتعليم على جودة التعليم الإبتدائي، وهو ما يمثل نسبة (٤.١%) من عدد معلمي المرحلة الإبتدائية بمحافظة بني سويف، ويمكن توضيح العينة بالتفصيل كما يلي:

جدول (٢) يوضح توزيع العينة بالتفصيل

المتغير	المجتمع الأصل	عدد العينة	النسبة المئوية	نسبة العينة للمجتمع
ذكور	٥٨٢٧	٢٣٧	%٤٤.٢	%٤.٠٦
إناث	٧١٢٤	٣٠٠	%٥٥.٨	%٤.٢١
المجموع	١٢٩٥١	٥٣٧	%١٠٠	%٤.١٤

حيث يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة الإناث بلغت %٥٥.٨ وهي أعلى من نسبة الذكور الذين بلغت نسبتهم %٤٤.٢ نظراً لأن عدد الإناث في المجتمع الأصل أكبر من عدد الذكور، حيث بلغ عدد الإناث (٣٠٠) بنسبة (%٤.٢١) من العدد الكلي للإناث في المجتمع الأصل، بينما بلغ عدد الذكور (٢٣٧) بنسبة (%٤.٠٦) من عدد الذكور في المجتمع الأصل.

(ب) وصف وتقنين الاستبانة:

بعد تصميم الاستبانة تم عرضها على مجموعة من المحكمين بكليات التربية، لمعرفة مدى صدقها من حيث المحتوى، ومدى سلامة صياغة العبارات وملائمتها للموضوع، وأيضاً للتأكد من أن عبارات الاستبانة شاملة واضحة ومعبرة عن المجالات التي وضعت من أجلها، وبعد الاسترشاد بآراء المحكمين وإجراء أهم التعديلات التي اتفقوا عليها أصبحت الاستبانة جاهزة للتطبيق، وكانت عبارات الاستبانة ومحاورها قبل وبعد التحكيم موزعة كما في الجدول التالي:

جدول (٣) يوضح عدد العبارات في كل محور من محاور الاستبانة قبل وبعد التحكيم

المحور	الموضوع	قبل التحكيم	بعد التحكيم
الأول	البنية التحتية بالمدارس الابتدائية	11	9
الثاني	جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية	10	8
الثالث	المناهج وطرق التدريس والتقويم	16	13
الرابع	الإدارة والبيئة التربوي	10	9
الخامس	العلاقة مع المجتمع	14	11
	الاستبانة ككل	61	50

علماً بأن الإجابة علي عبارات الاستبانة كانت وفق مقياس ثلاثي متدرج (موافق- الى حد ما-غير موافق) وبأوزان نسبية (٣-٢-١) على الترتيب. وتم أيضاً استخدام طريقة صدق الاتساق الداخلي للتأكد من صدق الاستبانة، وذلك بعد تطبيقها علي عينة استطلاعية مقدارها (١٢٠) معلماً ينتمون لنفس مجتمع الدراسة، وكانت نتائج معاملات الارتباط بين العبارات والمحاور والدرجة الكلية كما يلي:

جدول (٤) معامل ارتباط العبارات بالمحاور للاستبانة (صدق الاتساق الداخلي)

رقم العبرة	المحور الأول	رقم العبرة	المحور الثاني	رقم العبرة	المحور الثالث	رقم العبرة	المحور الرابع	رقم العبرة	المحور الخامس
١	.453**	١	.583**	١	.439**	١	.461**	١	.491**
٢	.559**	٢	.367**	٢	.738**	٢	.392**	٢	.388**
٣	.475**	٣	.661**	٣	.354**	٣	.353**	٣	.463**
٤	.449**	٤	.603**	٤	.482**	٤	.389**	٤	.462**
٥	.561**	٥	.377**	٥	.519**	٥	.411**	٥	.501**
٦	.439**	٦	.462**	٦	.443**	٦	.451**	٦	.427**
٧	.349**	٧	.474**	٧	.625**	٧	.496**	٧	.513**
٨	.366**	٨	.372**	٨	.485**	٨	.538**	٨	.620**
٩	.544**	٩	—	٩	.383**	٩	.458**	٩	.567**
١٠	—	١٠	—	١٠	.546**	١٠	—	١٠	.503**
١١	—	١١	—	١١	.496**	١١	—	١١	.610**
—	—	١٢	—	١٢	.433**	—	—	—	—
—	—	١٣	—	١٣	.486**	—	—	—	—

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معاملات الارتباط جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، مما يدل على الاتساق الداخلي بين الفقرات والمحاور ككل، الأمر الذي يشير إلى صلاحية الاستبانة للاستخدام والتطبيق.

جدول (٥) معامل ارتباط المحاور بالاستبانة ككل

م	المحور	الاستبانة ككل
١	البنية التحتية بالمدارس الابتدائية	0.606**
٢	جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية	0.523**
٣	المناهج وطرق التدريس والتقويم	0.685**
٤	الإدارة والمناخ التربوي	0.559**
٥	العلاقة مع المجتمع	0.517**

ينضح من بيانات الجدول السابق أن معاملات الارتباط جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) ، مما يدل على الاتساق الداخلي بين محاور الاستبانة والاستبانة ككل، الأمر الذي يشير إلى صلاحية الاستبانة للاستخدام والتطبيق. كما تم التأكد من ثبات الاستبانة بحساب معامل ألفا كرونباخ وجاءت قيمة معامل الثبات للاستبانة ككل تساوي (0.846) وهي قيمة مقبولة إحصائياً، ويوضح الجدول التالي قيم معاملات الثبات للمحاور الفرعية وللإستبانة ككل.

جدول (٦) نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات الإستبانة

المحور	الموضوع	معامل الثبات
الأول	البنية التحتية بالمدارس الابتدائية	٠.٧١٧
الثاني	جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية	٠.٨٣١
الثالث	المناهج وطرق التدريس والتقويم	٠.٨٧٥
الرابع	الإدارة والمناخ التربوي	٠.٦٩٣
الخامس	العلاقة مع المجتمع	٠.٧٥٥
	الاستبانة ككل	٠.٨٤٦

ينضح من الجدول السابق أن قيمة معاملات الثبات مرتفعة، وتتراوح بين (0.69) ، (0.87) لمحاور الإستبانة، كذلك كانت قيمة معامل الثبات لجميع فقرات الإستبانة (0.84) ، وهذا يعنى أن معامل الثبات مرتفع، وبالتالي فالإستبانة في صورتها النهائية تعد قابلة للتطبيق.

(ج) النتائج وتحليلها وتفسيرها:

تم تفرغ البيانات ثم معالجتها إحصائياً بواسطة برنامج (IBM SPSS, version) 22، وذلك لحساب الفروق بين استجابات أفراد العينة حسب النوع، والتكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي.

ولتوضيح الفروق بين استجابات الأفراد حسب متغير النوع تم استخدام اختبار (ت) وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٧) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على الاستبانة

م	البعد	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	الدلالة
١	البنية التحتية بالمدارس الابتدائية	إناث	٣٠٠	٢٢.٢٧	٢.١٣	١.٥٩	غير دالة
		ذكور	٢٣٧	٢١.٩٧	٢.٢٧		
٢	جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية	إناث	٣٠٠	٢١.٠١	١.٩٧	٠.٢٩	غير دالة
		ذكور	٢٣٧	٢٠.٩٦	١.٤٢		
٣	المناهج وطرق التدريس والتقييم	إناث	٣٠٠	٢١.٩٦	١.٩١	٥.٢٥	دالة
		ذكور	٢٣٧	٢١.١٢	١.٧٦		
٤	الإدارة والمناخ التربوي	إناث	٣٠٠	٢٣.٠٣	٢.١٨	١.٦٠	غير دالة
		ذكور	٢٣٧	٢٣.٣٢	١.٩٠		
٥	العلاقة مع المجتمع	إناث	٣٠٠	٢٨.٩٤	٢.٥٦	٠.٢٥	غير دالة
		ذكور	٢٣٧	٢٨.٨٩	٢.٣٤		
	الاستبانة ككل	إناث	٣٠٠	١٣٤.٧٣	٦.٤٦	١.٨٢	غير دالة
		ذكور	٢٣٧	١٣٥.٧١	٥.٨٦		

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في استجاباتهم على الاستبانة في البعد الأول والثاني والرابع والخامس وفي مجموع الاستبانة ككل مما يشير إلى أهمية متطلبات تعزيز السمعة الإستراتيجية للجميع، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في البعد الثالث

عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح الإناث، مما يشير إلى أن المعلمات يرون أن المقررات والأنشطة وطرق التدريس والتقييم من أهم متطلبات تعزيز السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية، وربما يشير ذلك إلى أن المعلمات أكثر قدرة على التعامل مع الأطفال في السن الصغير وفهمهم للأنشطة وطرق التدريس التي تجذب التلاميذ للمدرسة وترفع من سمعة المدرسة الإستراتيجية أكثر من المعلمين.

ونظراً لعدم وجود فرق دال إحصائياً بين أفراد العينة حسب متغير النوع في مجموع الاستبانة؛ فقد تم التعامل مع العينة ككل في التفسير على أنها وحدة واحدة، بحساب تكرارات استجابات الأفراد والنسب المئوية والوزن النسبي، ومقارنة النتائج بدرجات الجدول التالي لتحديد شدة الموافقة.

جدول (٨) يوضح مستوي وشدة ومدى الموافقة للعبارة.

مدى الموافقة		شدة الموافقة	مستوي الموافقة
إلى	من		
١,٦٦	١	صغيرة	نادراً / غير موافق
٢,٣٣	١,٦٧	متوسطة	أحياناً / إلى حد ما
٣	٢,٣٤	كبيرة	دائماً / موافق

وبالاعتماد على هذا الجدول وعلى ما ورد من نتائج في الدراسات العربية والأجنبية يمكن تفسير نتائج الدراسة الحالية كما يلي:

البعد الأول: بالنسبة للبنية التحتية بالمدارس الابتدائية
تم حساب تكرارات استجابات أفراد العينة حول بعد البنية التحتية، والنسب المئوية والوزن النسبي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٩) استجابات أفراد العينة حول بعد البنية التحتية بالمدارس الابتدائية

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	شدة الاستجابة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الاهتمام بجودة تصميم المباني المدرسية وتجديدها دورياً	٢٨٤	٥٢.٩	١٦٤	٣٠.٥	٨٩	١٦.٦	٢.٣٦	كبيرة	٦
٢	الاهتمام بمدخل استقبال واستضافة أولياء الأمور والزائرين بالمدرسة	٢٠٣	٣٧.٨	٣٠٤	٥٦.٦	٣٠	٥.٥٨	٢.٣٢	متوسطة	٨
٣	توفير معامل مجهزة وآمنة لتدريب التلاميذ	٣٤١	٦٣.٥	١٤٩	٢٧.٧	٤٧	٨.٨	٢.٥٥	كبيرة	٣
٤	توفير عدد كافي من الوسائل التعليمية بكافة المدارس (أجهزة كمبيوتر - سبورات ذكية - أجهزة عرض)	٣٩٠	٧٢.٦	١١٧	٢١.٨	٣٠	٥.٦	٢.٦٧	كبيرة	١
٥	الاهتمام بوسائل الأمان والحماية داخل المدارس	٢٣٧	٤٤.١	٢٤٥	٤٥.٦	٥٥	١٠.٢	٢.٣٤	كبيرة	٧
٦	الاهتمام بالمساحات الخضراء وحجرات الأنشطة بالمدرسة.	٢٧٨	٥١.٨	١٧٤	٣٢.٤	٨٥	١٥.٨	٢.٣٦	كبيرة	٦
٧	الاهتمام بالنظافة والصيانة الدورية للمبنى المدرسي ودورات المياه	٣٠٠	٥٥.٩	١٥٤	٢٨.٧	٨٣	١٥.٥	٢.٤٠	كبيرة	٥
٨	دعم البنية التكنولوجية بالمدارس مع توصيلها بالإنترنت فائق السرعة.	٣٤٥	٦٤.٢	١٦٦	٣٠.٩	٢٦	٤.٨	٢.٥٩	كبيرة	٢
٩	التوسع في بناء المدارس وتزويدها بأفضل أنواع الأثاث لمواجهة الكثافة	٣١٨	٥٩.٢	١٨٥	٣٤.٥	٣٤	٦.٣	٢.٥٣	كبيرة	٤
—	المحور ككل							٢.٤٦	كبيرة	—

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (٤) والتي تنص علي (توفير عدد كافي من الوسائل التعليمية بكافة المدارس) (أجهزة كمبيوتر - سبورات ذكية- أجهزة عرض) جاءت في المرتبة الأولى، بدرجة وزن نسبي كبيرة مقدارها (٢.٦٧)، كما جاءت العبارة رقم (٨) والتي تنص على (دعم البنية التكنولوجية بالمدارس مع توصيلها بانترنت فائق السرعة) في المرتبة الثانية بدرجة وزن نسبي كبيرة وقدارها (٢.٥٩)، مما يشير إلى أهمية البنية التكنولوجية بالمدارس واهتمام المعلمين بها، خاصة وأنها أصبحت عصب التعليم في الوقت الحالي في ظل جائحة كورونا، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (محمد، ٢٠١٦) التي أكدت أن التكنولوجيا الحديثة من أهم وسائل تعزيز السمعة الاستراتيجية للمؤسسات، ودراسة (محني، ٢٠١٥).

كما جاءت العبارة رقم (١، ٦) في نفس المرتبة السادسة بوزن نسبي كبير مقدارها (٢.٣٦)، وهي تشير إلى الاهتمام بالمساحات الخضراء وحجرات الأنشطة بالمدرسة، والاهتمام بجودة تصميم المباني المدرسية وتجديدها دورياً، مما يؤكد أهمية الاهتمام بتصميم المبنى والمساحات الخضراء به لممارسة الأنشطة وتجميل المنظر العام أمام المترددين على المدرسة.

بينما جاءت العبارة رقم (٢) والتي تنص علي (الاهتمام بمداخل استقبال واستضافة أولياء الأمور والزائرين بالمدرسة) في المرتبة الثامنة والأخيرة بدرجة وزن نسبي متوسطة مقدارها (٢.٣٢)، وربما يرجع ذلك إلى أن تصميم المدارس الحكومية له قواعد وشروط ونموذج موحد على مستوى الجمهورية وفق معايير الهيئة العامة للأبنية التعليمية بوزارة التربية والتعليم، كما جاءت العبارة رقم (٥) والتي تنص على (الاهتمام بوسائل الأمان والحماية داخل المدارس) في الترتيب السابع وقبل الأخير بدرجة وزن نسبي كبيرة ومقدارها (٢.٣٤)، مما يشير إلى ما بذلته الدولة في الفترة الأخيرة من توفير وسائل الحماية المدنية والامان بالمدارس.

ومن الملاحظ أيضاً أن باقي عبارات المحور أرقام (٣، ٧، ٩) جاءت بوزن نسبي كبير، مما يؤكد أهمية هذه العبارات في تحسين سمعة المدرسة الإستراتيجية أيضاً، حيث تهتم هذه العبارات بتوفير معامل مجهزة وآمنة لتدريب التلاميذ، والاهتمام بالنظافة والصيانة الدورية للمبنى المدرسي ودورات المياه، والتوسع في بناء المدارس وتزويدها

بأفضل أنواع الأثاث لمواجهة الكثافة الطلابية، وهذا يتفق مع معايير (الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، ٢٠٠٨، ص ٣).

البعد الثاني: بالنسبة لجودة المعلمين بالمدارس الابتدائية

تم حساب تكرارات استجابات أفراد العينة حول بعد جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية، والنسب المئوية والوزن النسبي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٠) استجابات أفراد العينة حول بعد جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	شدة الاستجابة	الترتيب	
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	توفير معلمين في كافة التخصصات التعليمية وسد العجز بالمدارس.	٣٥٣	٦٥.٧	١٤٨	٢٧.٦	٣٦	٦.٧	٢.٥٩	كبيرة	٥	
٢	الاعتماد على معلمين متخصصين وتحويل غير المتخصصين للأعمال الادارية.	٢٥٨	٤٨.٠	٢٠١	٣٧.٤	٧٨	١٤.٥	٢.٣٤	كبيرة	٦	
٣	تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للحصول على دراسات عليا.	٣٦٦	٦٨.٢	١٢٣	٢٢.٩	٤٨	٨.٩	٢.٥٩	كبيرة	٥	
٤	تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للمشاركة بالندوات والمؤتمرات العلمية والمجتمعية	٤٧٠	٨٧.٥	٥٦	١٠.٤	١١	٢.٠	٢.٨٥	كبيرة	٢	
٥	الاهتمام بالتدريب المهني المستمر للمعلمين والإداريين.	١٧٤	٣٢.٤	٣١٦	٥٨.٨	٤٧	٨.٨	٢.٢٤	متوسطة	٧	
٦	الاهتمام بتكريم المعلم المثالي سنوياً في حضور قيادات المجتمع المدني واولياء الأمور.	٤٠٢	٧٤.٩	١١٣	٢١.٠	٢٢	٤.١	٢.٧١	كبيرة	٤	
٧	رفع أجور المعلمين لمواجهة ظروف الحياة والظهور بمظهر لائق.	٥٠١	٩٣.٣	٢٢	٤.١	١٤	٢.٦	٢.٩١	كبيرة	١	
٨	تقديم خدمات مساعدة للمعلمين (كإعفاء أبنائهم من المصروفات، وخفض الضرائب، والاهتمام بالتأمين الصحي).	٤١٠	٧٦.٤	١٢٧	٢٣.٦	—	—	٢.٧٦	كبيرة	٣	
المحور ككل											
									٢.٦٢	كبيرة	—

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (٧) والتي تنص علي (رفع أجور المعلمين لمواجهة ظروف الحياة والظهور بمظهر لائق) جاءت في المرتبة الأولى، بدرجة وزن نسبي كبيرة مقداره (٢.٩١)، كما جاءت العبارة رقم (٤) والتي تنص علي (تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للمشاركة بالندوات والمؤتمرات العلمية والمجتمعية) في المرتبة الثانية بدرجة وزن نسبي كبيرة وقدارها (٢.٨٥)، وربما يرجع ذلك إلى الظروف الاقتصادية الصعبة التي يمر بها الكثير من المعلمين، خاصة وأن رفع رواتب المعلمين يعد من أهم مطالبهم الأساسية في الوقت الحالي، وقد انعكس ذلك أيضاً في العبارة رقم (٤) فالتحفيز المادي والمعنوي أصبح من أهم متطلباتهم للمشاركة في المؤتمرات وخاصة المؤتمرات مدفوعة الاشتراك، وهذا يتفق مع ماتوصلت إليه دراسة (قطيط، ٢٠١٦)، فالمعلمون يمثلون العنصر الأهم في سمعة المدرسة وإصلاحها.

كما جاءت العبارة رقم (١، ٣) في نفس المرتبة الخامسة بوزن نسبي كبير مقداره (٢.٥٩)، وهي تؤكد على توفير معلمين في كافة التخصصات التعليمية وسد العجز بالمدارس، خاصة وأن هناك عجزاً كبيراً تعاني منه بعض الإدارات على مستوى الجمهورية، وذلك بعد أن توقفت التعاقدات بالوزارة منذ سنوات، فضلاً عن تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للحصول على دراسات عليا، وهذا يرتبط أيضاً بما جاء في العبارة السابعة والرابعة، فمعظم هذه الأمور تتوقف على الدعم المادي والمعنوي للمعلمين، فلا نهضة حقيقية للتعليم في أي بلد من البلدان دون رواتب ملائمة للمعلمين، تحفظ لهم كرامتهم، وتوفر لهم مستوى مناسب من الحياة الكريمة؛ تساعد على العمل والإبداع في تخصصاتهم وتحفظ لهم سمعتهم وسمعة مدارسهم.

بينما جاءت العبارة رقم (٥) والتي تنص علي (الاهتمام بالتدريب المهني المستمر للمعلمين والإداريين) في المرتبة السابعة والأخيرة بدرجة وزن نسبي متوسطة مقدارها (٢.٢٤)، وربما يرجع ذلك إلى النظرة المتدنية للتدريبات المهنية في الفترة الأخيرة ومقاومة بعض المعلمين لها، واعتبارها حملاً ثقيلاً عليهم، ولا تلبى رغبات بعضهم، مما يدعو إلى إعادة النظر في منظومة التنمية المهنية لهم، كما جاءت العبارة رقم (٢) والتي تنص على (الاعتماد على معلمين متخصصين وتحويل غير المتخصصين للأعمال الإدارية) في الترتيب السادس وقبل الأخير بدرجة وزن نسبي كبيرة ومقدارها (٢.٣٤)،

وربما يرجع ذلك إلى قلة أعداد المعلمين غير المتخصصين خاصة بعد فرض التأهيل التربوي عليهم منذ سنوات وجعله شرطاً أساسياً للتعيين.

ومن الملاحظ أيضاً أن باقي عبارات المحور رقم (٦، ٨) جاءت بوزن نسبي كبير، مما يؤكد أهمية هذه العبارات في تحسين سمعة المدرسة الإستراتيجية أيضاً، حيث تؤكد هذه العبارات على تكريم المعلم المثالي سنوياً في حضور قيادات المجتمع المدني وأولياء الأمور، وتقديم خدمات مساعدة للمعلمين (كإعفاء أبنائهم من المصروفات، وخفض الضرائب، والاهتمام بالتأمين الصحي)، مما يساعدهم على الظهور بمظهر مشرف أمام المجتمع وحفظ السمعة الإستراتيجية لمدارسهم، وهذا يساعد كثيراً في تقليل الفجوة بين جودة التعليم وتقارير التصنيف الدولية، وقد أكد ذلك دراسة (عتريس، ٢٠١٨)، ودراسة (عمار، ٢٠١٩)

البعد الثالث: بالنسبة للمناهج وطرق التدريس والتقويم

تم حساب تكرارات استجابات أفراد العينة حول بعد المناهج وطرق التدريس والتقويم، والنسب المئوية والوزن النسبي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١١) استجابات أفراد العينة حول بعد المناهج وطرق التدريس والتقويم

م	العبارة	موفق		لي حدما		غير موفق		لوزن نسبي	شدة الاستجابة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الاهتمام بإقامة الأنشطة والفاعليات والمناسبات السنوية بالمدرسة.	٤٢٣	٧٨.٨	١٠٢	١٩.٠	١٢	٢.٢	٢.٧٧	كبيرة	٧
٢	الاهتمام بالمعسكرات الطلابية الدورية والاهتمام بأنشطة الجواله.	٤٨٢	٨٩.٨	٢٣	٤.٣	٣٢	٦.٠	٢.٨٤	كبيرة	٤
٣	فتح المدرسة للجمهور بعد اليوم الدراسي وفي الاجازة الصيفية لممارسة الأنشطة.	٢٧٢	٥٠.٧	٢٥٤	٤٧.٣	١١	٢.٠	٢.٤٩	كبيرة	١٠
٤	تشجيع مواهب الطلاب والمشاركة في المنافسات المحلية والدولية	٤٣٢	٨٠.٤	٩٤	١٧.٥	١١	٢.٠	٢.٧٨	كبيرة	٦
٥	الاهتمام بخصص الموسيقى والمسرح والفنون بالمدرسة وتميئها لدى التلاميذ	٢١٨	٤٠.٦	٣٠٠	٥٥.٩	١٩	٣.٥	٢.٣٧	كبيرة	١٢
٦	تنظيم زيارات علمية للمعارض والمتاحف والمناطق الأثرية والمميزة بالدولة	٣٦٢	٦٧.٤	٨٨	١٦.٤	٨٧	١٦.٢	٢.٥١	كبيرة	٩

م	عـبـرـة	موقف		لي حدما		غير موقف		شدة الاستجابة	ترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
٧	عمل مسابقات طلابية ثقافية وعلمية ورصد جوائز قيمة للفائزين بها	٤٨٤	٩٠.١	٥٣	٩.٩	—	—	كبيرة	٢
٨	تكريم المتفوقين ونشر أسمائهم في لوحة الشرف وعلى الموقع الإلكتروني للمدرسة	٤٤٨	٨٣.٤	٨٩	١٦.٦	—	—	كبيرة	٥
٩	تنوع اساليب وطرائق التدريس بما يتناسب مع الفروق الفردية بين التلاميذ.	٤٨٢	٨٩.٨	٤٦	٨.٦	٩	١.٧	كبيرة	٣
١٠	ربط التعليم بسوق العمل ومتطلبات العصر.	٤٩٠	٩١.٢	٤٧	٨.٨	—	—	كبيرة	١
١١	تدريب التلاميذ والمعلمين على مصادر المعرفة المتنوعة وتشجيع التعلم الذاتي.	١٣٧	٢٥.٥	٤٠٠	٧٤.٥	—	—	متوسطة	١٣
١٢	تنوع أساليب التقويم وعدم الاقتصار على الامتحان النهائي فقط.	٢٨٥	٥٣.١	٢١٧	٤٠.٤	٣٥	٦.٥	كبيرة	١١
١٣	إرسال تقارير دورية لأولياء الأمور عن نتائج الامتحانات والتفاعل داخل الفصول	٣٤٥	٦٤.٢	١٨١	٣٣.٧	١١	٢.٠	كبيرة	٨
المحور ككل								كبيرة	٢.٦٦

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (١٠) والتي تنص علي (ربط التعليم بسوق العمل ومتطلبات العصر) جاءت في المرتبة الأولى، بدرجة وزن نسبي كبيرة مقداره (٢.٩١)، وربما يرجع ذلك إلى ما مشكلة البطالة التي يعاني منها الكثير من الخريجين؛ نتيجة عدم ملائمة تخصصاتهم لسوق العمل، مما يؤثر سلباً على السمعة الإستراتيجية للتعليم المصري بصفة عامة، كما جاءت العبارة رقم (٧) والتي تنص على (عمل مسابقات طلابية ثقافية وعلمية ورصد جوائز قيمة للفائزين بها) في المرتبة الثانية بدرجة وزن نسبي كبيرة وقدارها (٢.٩٠)، وربما يرجع ذلك إلى رغبة المعلمين في تشجيع التلاميذ على الأنشطة والاهتمام بالجانب الثقافي للتلميذ، ودعم ميولهم ومواهبهم الفنية والأكاديمية.

بينما جاءت العبارة رقم (١١) والتي تنص علي (تدريب التلاميذ والمعلمين على مصادر المعرفة المتنوعة وتشجيع التعلم الذاتي) في المرتبة الثالثة عشر والأخيرة بدرجة

وزن نسبي متوسطة مقدارها (٢.٢٦)، وربما يرجع ذلك إلى إحباط بعض المعلمين من عملية تطوير التعليم في ظل البنية التحتية المتهالكة في بعض المدارس، وظهور الكثير من المشكلات بعد الاعتماد على التكنولوجيا وضعف الانترنت بالمدارس، مما انعكس سلباً على آراء المعلمين فيما يخص تطوير عمليات التقويم.

كما جاءت العبارة رقم (٥) والتي تنص على (الاهتمام بحصص الموسيقى والمسرح والفنون بالمدرسة وتنميتها لدى التلاميذ) في الترتيب الثاني عشر وقبل الأخير بدرجة وزن نسبي كبيرة ومقدارها (٢.٣٧)، وربما يرجع ذلك إلى عدم توفر الأماكن والوسائل اللازمة لممارسة هذه الأنشطة أو إلى ضعف إيمان بعض المعلمين بهذه الحصص واعتبارها ضياع للوقت نتيجة عدم إضافتها للمجموع في معظم المراحل الدراسية.

ومن الملاحظ أيضاً أن باقي عبارات المحور أرقام (١، ٢، ٣، ٤، ٦، ٨، ٩، ١٢، ١٣) جاءت بوزن نسبي كبير، مما يؤكد أهمية هذه العبارات في تحسين سمعة المدرسة الإستراتيجية أيضاً، حيث تؤكد هذه العبارات على الاهتمام بإقامة الأنشطة والفاعليات والمناسبات السنوية، والاهتمام بالمعسكرات الطلابية الدورية والاهتمام بأنشطة الجولة، وفتح المدرسة للجمهور بعد اليوم الدراسي وفي الإجازة الصيفية لممارسة الأنشطة، وتشجيع مواهب الطلاب والمشاركة في المنافسات المحلية والدولية، وتنظيم زيارات علمية للمعارض والمتاحف والمناطق الأثرية والمميزة بالدولة، فضلاً عن إرسال تقارير دورية لأولياء الأمور عن نتائج الامتحانات والتفاعل داخل الفصول، وتنويع أساليب وطرائق التدريس بما يتناسب مع الفروق الفردية بين التلاميذ، وأيضاً تنويع أساليب التقويم وعدم الاقتصاد على الامتحان النهائي فقط، وتكريم المتفوقين ونشر أسمائهم في لوحة الشرف وعلى الموقع الإلكتروني للمدرسة، حيث تساهم كل هذه المتطلبات في تحسين السمعة الإستراتيجية للمناهج وطرق التدريس والتقويم بالمدارس الابتدائية، وهذا يتفق مع نتائج العديد من الدراسات مثل دراسة (عبدالسلام، ٢٠٠٦، ص ٢٨٦)، ودراسة (المدحجي، ٢٠٠٩، ص ٤٠)، و(حسين، ٢٠٠٩، ص ص ٢٧٨-٢٧٩).

البعد الرابع: بالنسبة للإدارة والمناخ التربوي

تم حساب تكرارات استجابات أفراد العينة حول بعد الإدارة والمناخ التربوي، والنسب المئوية والوزن النسبي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٢) استجابات أفراد العينة حول بعد الإدارة والمناخ التربوي

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	شدة الاستجابة	الترتيب ب		
		%	ك	%	ك	%	ك					
١	التركيز عند تعيين المديرين على أصحاب المبادرات والفكر المبدع	٥٤.٤	١٦٧	٣١.١	٧٨	١٤.٥	٧٨	٢.٤٠	كبيرة	٧		
٢	اللامركزية في التعليمات والتوجيهات.	٧٣.٠	١٣٣	٢٤.٨	١٢	٢.٢	١٢	٢.٧١	كبيرة	٢		
٣	الالتزام بكثافة صافية لا تتجاوز ٣٠-٣٥ تلميذ بالفصل الواحد	٨٢.٣	٨٣	١٥.٥	١٢	٢.٢	١٢	٢.٨٠	كبيرة	١		
٤	ربط التقويم بالأنشطة والغياب لضمان حضور الطلاب للمدارس	٦٢.٠	١٨١	٣٣.٧	٢٣	٤.٣	٢٣	٢.٥٨	كبيرة	٣		
٥	التوسع في رياض الأطفال بالمدارس الحكومية	٥٨.٨	٢١٠	٣٩.١	١١	٢.٠	١١	٢.٥٧	كبيرة	٤		
٦	وضع منظومة إلكترونية لتنظيم عمليات قبول واستيعاب التلاميذ بالمدارس.	٨١.٩	٨٥	١٥.٨	١٢	٢.٢	١٢	٢.٨٠	كبيرة	١		
٧	تفعيل مشروع القرائية لجميع التلاميذ بمرحلة التعليم الأساسي.	٣٤.٣	٣٠٩	٥٧.٥	٤٤	٨.٢	٤٤	٢.٢٦	متوسطة	٨		
٨	تسهيل إجراءات حصول المدارس على الجودة والاعتماد مع توفير الدعم المادي.	٥٢.٩	٢٤٠	٤٤.٧	١٣	٢.٤	١٣	٢.٥٠	كبيرة	٦		
٩	عمل استطلاع سنوي لأولياء الأمور عن سمعة المدرسة وعلاج نواحي القصور.	٦٢.٤	١٥٨	٢٩.٤	٤٤	٨.٢	٤٤	٢.٥٤	كبيرة	٥		
المحور ككل										٢.٥٧	كبيرة	—

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (٣) والتي تنص على (الالتزام بكثافة صافية لا تتجاوز ٣٠-٣٥ تلميذ بالفصل الواحد) جاءت في المرتبة الأولى، بدرجة وزن نسبي كبيرة مقداره (٢.٨٠)، كما جاءت العبارة رقم (٦) والتي تنص على (وضع منظومة إلكترونية لتنظيم عمليات قبول واستيعاب التلاميذ بالمدارس) في نفس الترتيب وبنفس الوزن النسبي، وربما يرجع ذلك إلى أن كثافة فصول المدارس من أهم مؤشرات السمعة الإستراتيجية لها، وأن ارتفاع كثافة هذه الفصول في بعض المدارس من أهم

المشكلات التي تجعل العديد من أولياء الأمور ينفرون منها، بالإضافة إلى أهمية التحول الرقمي في عملية قبول الطلاب وتوزيعهم بالمدارس، خاصة وأن العملية الالكترونية قد تقضي على الوساطة والمحسوبية في عمليات القبول كما قد تساعد على تعزيز عدالة توزيع الطلاب في المدارس.

كما جاءت العبارة رقم (٢) والتي تنص على (اللامركزية في التعليمات والتوجيهات) في المرتبة الثانية، بدرجة وزن نسبي كبيرة مقداره (٢.٧١)، مما يؤكد على أهمية وجود اللامركزية في المدارس الابتدائية، حتي لا تعوق المركزية اتخاذ العديد من الاجراءات والقرارات الهامة، وهو ما جعل المدارس الخاصة تتميز بنوع من المرونة واللامركزية في القرارات مما يدعم عملية التمكين الاداري بها وحل المشكلات فور حدوثها.

بينما جاءت العبارة رقم (٧) والتي تنص على (تفعيل مشروع القرائية لجميع التلاميذ بمرحلة التعليم الأساسي) في المرتبة الثامنة والأخيرة بدرجة وزن نسبي متوسطة مقدارها (٢.٢٦)، وربما يرجع ذلك إلى عدم جدوى هذا المشروع في ظل أزمة كورونا، وفي ظل عزوف العديد من الطلاب عن الذهاب للمدارس ومحاولة تعميم التعليم الهجين في التعليم المصري، كما جاءت العبارة رقم (١) والتي تنص على (التركيز عند تعيين المديرين على أصحاب المبادرات والفكر المبدع) في الترتيب السابع وقبل الأخير بدرجة وزن نسبي كبيرة ومقدارها (٢.٤٠)، وربما يرجع ذلك إلى تطبيق هذه المواصفات في تعيين المديرين بالفعل، أو إلى عزوف العديد من المعلمين عن الالتحاق بالمناصب الإدارية في التربية والتعليم نظراً لكثرة الأعباء عليهم.

ومن الملاحظ أيضاً أن باقي عبارات المحور رقم (٤، ٥، ٨، ٩) جاءت بوزن نسبي كبير، مما يؤكد أهمية هذه العبارات في تحسين سمعة الإدارة والمناخ التربوي بالمدرسة، حيث تؤكد هذه العبارات على ربط التقويم بالأنشطة والغياب لضمان حضور الطلاب للمدارس، والتوسع في رياض الأطفال بالمدارس، وتسهيل إجراءات حصول المدارس على الجودة والاعتماد مع توفير الدعم المادي، فضلاً عن عمل استطلاع سنوي لأولياء الامور عن سمعة المدرسة وعلاج نواحي القصور، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (ابراهيم، ٢٠١٨، ص ١٨٥).

البعد الخامس: العلاقة مع المجتمع

تم حساب تكرارات استجابات أفراد العينة حول بعد العلاقة مع المجتمع، والنسب المئوية والوزن النسبي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٣) استجابات أفراد العينة حول بعد العلاقة مع المجتمع

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	شدة الاستجابة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تعزيز التواصل الالكتروني مع اولياء الامور والمجتمع الخارجي	٣٠٩	٥٧.٥	٢٢٨	٤٢.٥	—	—	٢.٥٨	كبيرة	٦
٢	تقديم الخدمات للطلاب الكترونياً.	٣٦٢	٦٧.٤	١٥١	٢٨.١	٢٤	٤.٥	٢.٦٣	كبيرة	٤
٣	نشر معلومات مفصلة عن خدمات المدرسة للمجتمع الخارجي	١٦٥	٣٠.٧	٣٣٨	٦٢.٩	٣٤	٦.٣	٢.٢٤	متوسطة	٩
٤	المرونة في التكيف مع التغيرات البيئية في المجتمع الخارجي.	٣٥٣	٦٥.٧	١٥٨	٢٩.٤	٢٦	٤.٨	٢.٦١	كبيرة	٥
٥	وجود موظف استقبال واستعلامات بالمدرسة للتعامل مع المجتمع الخارجي	٣٠٧	٥٧.٢	١٦٦	٣٠.٩	٦٤	١١.٩	٢.٤٥	كبيرة	٨
٦	التواصل المستمر مع مؤسسات المجتمع المدني وتنظيم زيارات لهم بالمدرسة	٣٣٦	٦٢.٦	١٤٨	٢٧.٦	٥٣	٩.٩	٢.٥٣	كبيرة	٧
٧	عمل إدارة لتسحين سمعة المدارس الحكومية محلياً ودولياً.	٤٠٨	٧٦.٠	١٢٩	٢٤.٠	—	—	٢.٧٦	كبيرة	٢
٨	التواصل المستمر والدوري مع الجامعة وعقد اتفاقيات تعاون مشتركة	٤٧٦	٨٨.٦	٦١	١١.٤	—	—	٢.٨٩	كبيرة	١
٩	عمل وحدة بالمدرسة للتواصل المستمر مع أولياء الامور والمجتمع الخارجي	٤٧٨	٨٩.٠	٥٩	١١.٠	—	—	٢.٨٩	كبيرة	١
١٠	عمل وحدة بالوزارة للتواصل مع مؤسسات تصنيف التعليم العالمية وتوضيح المعلومات اللازمة لهم	٣٤٧	٦٤.٦	١٧٩	٣٣.٣	١١	٢.٠	٢.٦٣	كبيرة	٤
١١	توفير مساحة على قنوات الاعلام الرسمية بالدولة لعرض أنشطة المدارس واحتفالاتها	٣٨٧	٧٢.١	١٥٠	٢٧.٩	—	—	٢.٧٢	كبيرة	٣
المحور ككل										—

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (٨) والعبارة رقم (٩) جاءتا في نفس الترتيب الأول بدرجة وزن نسبي كبيرة مقدارها (٢.٨٩)، حيث تم التركيز في العبارتين على أهمية التواصل المستمر والدوري مع الجامعة وعقد اتفاقيات تعاون مشتركة، وعمل وحدة بالمدرسة للتواصل المستمر مع أولياء الامور والمجتمع الخارجي، ويشير ذلك إلى أهمية تواصل المدرسة مع الحلقة الأساسية في المجتمع، فتواصلها مع الجامعة يدعمها بالخبرة ومستجدات العلم، بينما تواصلها مع أولياء الأمور والمجتمع الخارجي يعزز من عملية التقويم الذاتي لها ويزيل الفجوة بينهما، ويطلعها باستمرار على أهم المشكلات التي تسيء لسمعتها الإستراتيجية بالمجتمع الخارجي ومحاولة تلاشيها. كما جاءت العبارة رقم (٧) والتي تنص على (عمل إدارة لتسحين سمعة المدارس الحكومية محلياً ودولياً) في المرتبة الثانية، بدرجة وزن نسبي كبيرة مقداره (٢.٧٦)، مما يؤكد على أهمية الاهتمام بالسمعة الإستراتيجية من قبل وزارة التربية والتعليم، والاهتمام بالتصنيفات الدولية للتعليم قبل الجامعي أسوة بإدارات التصنيف في التعليم العالي بالجامعات المختلفة.

بينما جاءت العبارة رقم (٣) والتي تنص على (نشر معلومات مفصلة عن خدمات المدرسة للمجتمع الخارجي) في المرتبة التاسعة والأخيرة بدرجة وزن نسبي متوسطة مقدارها (٢.٢٤)، وربما يرجع ذلك إلى عدم أهمية بعض المعلومات بالنسبة لأولياء الأمور، أو إلى عدم وجود خدمات مهمة بالمدارس الحكومية يمكن أن يتم تقديمها للمجتمع الخارجي، كما جاءت العبارة رقم (٥) والتي تنص على (وجود موظف استقبال واستعلامات بالمدرسة للتعامل مع المجتمع الخارجي) في الترتيب الثامن وقبل الأخير بدرجة وزن نسبي كبيرة ومقدارها (٢.٤٥)، وربما يرجع ذلك إلى قيام معظم المعلمين في المدرسة بهذه المهمة، خاصة وأن مديري المدارس ووكلائها في معظم المدارس الحكومية يتولون مسئولية مقابلة الزائرين من المجتمع الخارجي، كما أن عزوف الطلاب عن الذهاب للمدارس خاصة في ظل جائحة كورونا ربما دفع الكثير من المعلمين لرفض العبارة، لعدم وجود ضرورة ملحة لموظف استقبال بمدارس معظمها خاوية من الطلاب. ومن الملاحظ أيضاً أن باقي عبارات المحور رقم (١، ٢، ٤، ٦، ١٠، ١١) جاءت بوزن نسبي كبير، مما يؤكد على أهمية التواصل مع المجتمع في تحسين السمعة

الإستراتيجية للمدرسة، حيث تؤكد هذه العبارات على ضرورة تعزيز التواصل الإلكتروني مع اولياء الأمور والمجتمع الخارجي، وتقديم الخدمات للطلاب إلكترونياً، والمرونة في التكيف مع التغيرات البيئية في المجتمع الخارجي، والتواصل المستمر مع مؤسسات المجتمع المدني وتنظيم زيارات لهم بالمدرسة، فضلاً عن عمل وحدة بالوزارة للتواصل مع مؤسسات تصنيف التعليم العالمية وتوضيح المعلومات اللازمة لهم، وتوفير مساحة على قنوات الاعلام الرسمية بالدولة لعرض أنشطة المدارس واحتفالاتها، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (فلمبان، ٢٠٠١، ص ٨٧)، ودراسة (المجالي، ٢٠٠٧، ص ١٧١).

تعقيب على الاستبانة وأهم نتائجها:

ينضح من نتائج الجداول السابقة للاستبانة أن المدارس الابتدائية في حاجة ضرورية للعديد من المتطلبات اللازمة لتحسين سمعتها الإستراتيجية، حيث وافق معظم المعلمين على معظم العبارات بدرجات موافقة كبيرة، مما يشير إلى ضرورة توفير هذه المتطلبات وأهميتها للسمعة الإستراتيجية للمؤسسات، وقد جاءت أعلى العبارات من حيث الوزن النسبي كما يلي:

- ١- توفير عدد كافي من الوسائل التعليمية بكافة المدراس (أجهزة كمبيوتر - سبورات نكية)
- ٢- دعم البنية التكنولوجية بالمدارس مع توصيلها بالانترنت فائق السرعة.
- ٣- توفير معامل مجهزة وآمنة لتدريب التلاميذ
- ٤- رفع أجور المعلمين لمواجهة ظروف الحياة والظهور بمظهر لائق.
- ٥- تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للمشاركة بالندوات والمؤتمرات العلمية والمجتمعية
- ٦- تقديم خدمات مساعدة للمعلمين (كإعفاء أبنائهم من المصروفات، وخفض الضرائب، والاهتمام بالتأمين الصحي).
- ٧- ربط التعليم بسوق العمل ومتطلبات العصر.
- ٨- عمل مسابقات طلابية ثقافية وعلمية ورصد جوائز قيمة للفائزين بها
- ٩- تنويع أساليب وطرائق التدريس بما يتناسب مع الفروق الفردية بين التلاميذ.
- ١٠- الالتزام بكثافة صفية لا تتجاوز ٣٠-٣٥ تلميذ بالفصل الواحد
- ١١- وضع منظومة إلكترونية لتنظيم عمليات قبول واستيعاب التلاميذ بالمدارس.
- ١٢- اللامركزية في التعليمات والتوجيهات.

- ١٣- التواصل المستمر والدوري مع الجامعة وعقد اتفاقيات تعاون مشتركة
- ١٤- عمل وحدة بالمدرسة للتواصل المستمر مع أولياء الأمور والمجتمع الخارجي
- ١٥- عمل إدارة لتسحين سمعة المدارس الحكومية محلياً ودولياً.
- كما تبين من نتائج الاستبانة ضعف أهمية بعض المتطلبات في تحسين السمعة الإستراتيجية بالمدارس الابتدائية من وجهة نظر المعلمين، لذا حصلت هذه المتطلبات على أوزان نسبية متوسطة أقل من باقي عبارات الاستبانة، ومن هذه العبارات ما يلي:
- ١- الاهتمام بمدخل استقبال واستضافة أولياء الأمور والزائرين بالمدرسة
 - ٢- الاهتمام بالتدريب المهني المستمر للمعلمين والإداريين.
 - ٣- تدريب التلاميذ والمعلمين على مصادر المعرفة المتنوعة وتشجيع التعلم الذاتي.
 - ٤- تفعيل مشروع القرائية لجميع التلاميذ بمرحلة التعليم الاساسي.
 - ٥- نشر معلومات مفصلة عن خدمات المدرسة للمجتمع الخارجي
- أما بالنسبة لترتيب أبعاد الاستبانة ككل من حيث الوزن النسبي للبعد فيمكن توضيحه كما في الجدول التالي:

جدول (١٤) الوزن النسبي للاستبانة ككل وأبعادها

الترتيب	درجة الموافقة	الوزن النسبي	الموضوع	المحور
٦	كبيرة	٢.٤٦	البنية التحتية بالمدارس الابتدائية	الأول
٤	كبيرة	٢.٦٢	جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية	الثاني
١	كبيرة	٢.٦٩	المناهج وطرق التدريس والتقويم	الثالث
٥	كبيرة	٢.٥٧	الإدارة والمناخ التربوي	الرابع
٣	كبيرة	٢.٦٣	العلاقة مع المجتمع	الخامس
	كبيرة	٢.٦	الاستبانة ككل	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن درجة الموافقة على كل الأبعاد (كبيرة)، كما أن أعلى الأبعاد من حيث الوزن النسبي هو البعد الثالث الخاص بالمناهج وطرق التدريس والتقويم، حيث إن درجة الموافقة عليه كبيرة بوزن نسبي (٢.٦٩)، بينما جاء البعد الرابع الخاص بالإدارة والمناخ التربوي في الترتيب الخامس والأخير ولكن بدرجة وزن نسبي كبيرة أيضاً، مما يشير إلى ضرورة الاهتمام بجميع هذه الأبعاد من أجل تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية.

المحور الخامس: الآليات المقترحة لتحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية

بعد عرض الإطار النظري للسمعة الاستراتيجية وأهم التصنيفات العالمية للتعليم، وعرض الإطار الميداني للدراسة، والذي تناول الكشف عن واقع السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية بمجموعة من المقابلات كفيماً، والتعرف على متطلبات تحسين السمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية كميّاً، يمكن للدراسة الحالية صياغة مجموعة من الآليات المقترحة لتحسين السمعة الاستراتيجية للمدارس الابتدائية، بالإنطلاق من مجموعة من الأسس كما يلي:

(١) أهم الأسس والمنطلقات للآليات المقترحة:

- أ- أصبح مصطلح السمعة الإستراتيجية يفرض نفسه بقوة على الساحة البحثية في الدراسات العربية والأجنبية رغم حداثة نسبياً.
- ب- السمعة الإستراتيجية مورد استراتيجي هام للمؤسسات الاقتصادية والتربوية، وأصبحت تشغل اهتمام العديد من المؤسسات على المستوى المحلي والاقليمي والدولي
- ج- تتعدد أبعاد السمعة الإستراتيجية في الدراسات والبحوث إلا أن أهم الأبعاد التي تتطلبها المؤسسات التعليمية تتمثل في جودة الخدمة وجودة المنتج، والتي يعبر عنها (جودة البنية التحتية، وجودة المعلمين، وجودة المناهج وطرق التدريس والتقويم، وجودة الإدارة والمناخ التربوي، والعلاقة مع المجتمع)
- د- ولكي تتمكن المؤسسات من بناء سمعتها الإستراتيجية لابد من الأخذ في الحسبان كافة مكونات منظومة السمعة الإستراتيجية للمؤسسة ومنها رؤية المؤسسة ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية، وما يتوقعه أصحاب المصالح من هذه المؤسسة فيما يخص (جودة البنية التحتية، وجودة المعلمين، وجودة المناهج وطرق التدريس والتقويم، وجودة الإدارة والمناخ التربوي، والعلاقة مع المجتمع)
- هـ- أدركت معظم المؤسسات مدى أهمية السمعة الإستراتيجية مؤخراً، لذلك تستثمر أموالاً طائلة في محاولة ترسيخها في أذهان عملائها، فالسمعة الجيدة لها تأثير كبير على نجاح المؤسسات، فضلاً عن تأثيرها على سلوك المستهلك، مما ينعكس على قدرة المؤسسات على البقاء في ظل الظروف المعقدة والتنافس الشديد

و- السمعة الإستراتيجية كيان غير مادي وغير ملموس، ولا يمكن فصله عن المؤسسة أو عن باقي الممتلكات المادية، كما أنه من المميزات الاحتكارية أو التنافسية للمؤسسة، فضلاً عن عدم التأكد من استمراريته أو تقدير قيمته بدقة

ز- ظهرت تقارير عديدة لتصنيف التعليم، وهي عبارة عن مؤشرات تصف مستوى التعليم وترتب الدول في تصنيف عالمي بشكل تنازلي، ومن أهمها (التصنيف الدولي المقنن للتعليم (تقرير اليونسكو (ISCED)، وتصنيف المنتدى الاقتصادي العالمي (منتدى دافوس (WEF)، وتصنيف دليل التنمية البشرية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، وتصنيف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، والتقرير العالمي لرصد التعليم للجميع EFA Global monitoring Report

٢) الآليات المقترحة:

يمكن توضيحها بالتفصيل في كافة أبعاد السمعة الإستراتيجية (جودة البنية التحتية، وجودة المعلمين، وجودة المناهج وطرق التدريس والتقييم، وجودة الإدارة والمناخ التربوي، والعلاقة مع المجتمع) كما يلي:

أ) جودة البنية التحتية بالمدارس الابتدائية:

لتحسين السمعة الإستراتيجية للبنية التحتية للمدارس الابتدائية ينبغي:

- الاهتمام بجودة تصميم المباني المدرسية وتجديدها دورياً
- توفير معامل مجهزة وآمنة لتدريب التلاميذ
- توفير عدد كافي من الوسائل التعليمية بكافة المدارس (أجهزة كمبيوتر - سبورات ذكية)
- الاهتمام بوسائل الأمان والحماية داخل المدارس
- الاهتمام بالمساحات الخضراء وحجرات الأنشطة بالمدرسة.
- الاهتمام بالنظافة والصيانة الدورية للمبنى المدرسي ودورات المياه
- دعم البنية التكنولوجية بالمدارس مع توصيلها بالإنترنت فائق السرعة.
- التوسع في بناء المدارس وتزويدها بأفضل أنواع الأثاث لمواجهة الكثافة

ب) جودة المعلمين بالمدارس الابتدائية:**لتحسين السمعة الإستراتيجية للمعلمين بالمدارس الابتدائية ينبغي:**

- توفير معلمين في كافة التخصصات التعليمية وسد العجز بالمدارس.
- الاعتماد على معلمين متخصصين وتحويل غير المتخصصين للأعمال الإدارية.
- تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للحصول على دراسات عليا.
- تحفيز المعلمين مادياً ومعنوياً للمشاركة بالندوات والمؤتمرات العلمية والمجتمعية
- الاهتمام بتكريم المعلم المثالي سنوياً في حضور قيادات المجتمع المدني وأولياء الأمور.
- رفع أجور المعلمين لمواجهة ظروف الحياة والظهور بمظهر لائق.
- تقديم خدمات مساعدة للمعلمين (كإعفاء أبناءهم من المصروفات، وخفض الضرائب، والاهتمام بالتأمين الصحي).

ج) المناهج وطرق التدريس والتقويم:**لتحسين السمعة الإستراتيجية للمناهج وطرق التدريس والتقويم بالمدارس****الابتدائية ينبغي:**

- الاهتمام بإقامة الأنشطة والفاعليات والمناسبات السنوية بالمدرسة.
- الاهتمام بالمعسكرات الطلابية الدورية والاهتمام بأنشطة الجواله.
- فتح المدرسة للجمهور بعد اليوم الدراسي وفي الاجازة الصيفية لممارسة الأنشطة
- تشجيع مواهب الطلاب والمشاركة في المنافسات المحلية والدولية
- الاهتمام بحصص الموسيقى والمسرح والفنون بالمدرسة وتنميتها لدى التلاميذ
- تنظيم زيارات علمية للمعارض والمتاحف والمناطق الأثرية والمميزة بالدولة
- عمل مسابقات طلابية ثقافية وعلمية ورصد جوائز قيمة للفائزين بها
- تكريم المتفوقين ونشر أسمائهم في لوحة الشرف وعلى الموقع الإلكتروني للمدرسة
- تنويع أساليب وطرائق التدريس بما يتناسب مع الفروق الفردية بين التلاميذ.
- ربط التعليم بسوق العمل ومتطلبات العصر.

- تنوع أساليب التقويم وعدم الاقتصار على الامتحان النهائي فقط.
- إرسال تقارير دورية لأولياء الأمور عن نتائج الامتحانات والتفاعل داخل الفصول

د) جودة الإدارة والمناخ التربوي:

لتحسين السمعة الإستراتيجية للإدارة والمناخ التربوي بالمدارس الابتدائية ينبغي:

- التركيز عند تعيين المديرين على أصحاب المبادرات والفكر المبدع
- تشجيع اللامركزية في التعليمات والتوجيهات.
- الالتزام بكثافة صفية لا تتجاوز ٣٠-٣٥ تلميذ بالفصل الواحد
- ربط التقويم بالأنشطة والغياب لضمان حضور الطلاب للمدارس
- التوسع في رياض الأطفال بالمدارس الحكومية
- وضع منظومة الكترونية لتنظيم عمليات قبول واستيعاب التلاميذ بالمدارس.
- تسهيل إجراءات حصول المدارس على الجودة والاعتماد مع توفير الدعم المادي.
- عمل استطلاع سنوي لأولياء الأمور عن سمعة المدرسة وعلاج نواحي القصور.

هـ) العلاقة مع المجتمع:

لتحسين السمعة الإستراتيجية للعلاقة مع المجتمع بالمدارس الابتدائية ينبغي:

- تعزيز التواصل الالكتروني مع أولياء الأمور والمجتمع الخارجي
- تقديم الخدمات للطلاب إلكترونياً.
- المرونة في التكيف مع التغيرات البيئية في المجتمع الخارجي.
- وجود موظف استقبال واستعلامات بالمدرسة للتعامل مع المجتمع الخارجي
- التواصل المستمر مع مؤسسات المجتمع المدني وتنظيم زيارات لهم بالمدرسة
- عمل إدارة لتسحين سمعة المدارس الحكومية محلياً ودولياً بالوزارة، وتتولى التواصل مع مؤسسات تصنيف التعليم العالمية وتوضيح المعلومات اللازمة لهم.
- التواصل المستمر والدوري مع الجامعة وعقد اتفاقيات تعاون مشتركة
- عمل وحدة بالمدرسة للتواصل المستمر مع أولياء الأمور والمجتمع الخارجي
- توفير مساحة على قنوات الاعلام الرسمية بالدولة لعرض أنشطة المدارس واحتفالاتها

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية.

- ابراهيم، حسام الدين السيد محمد، والشهومي، سعيد بن راشد بن علي (٢٠١٨). درجة تطبيق مديري المدارس لمعايير جودة الإدارة المدرسية في نظام تطوير الأداء المدرسي بسلطنة عمان من وجهة نظر المشرفين الإداريين، مجلة المعرفة التربوية، الجمعية المصرية لأصول التربية، ٦(١٢)، ١٨٣-٢٢٥.
- أبو شاهين، دلال أحمد (٢٠٠٨). الكفايات الضرورية للموجه التربوي وفق معايير الجودة الشاملة "دراسة ميدانية لآراء الموجهين التربويين والمعلمين في مرحلة التعليم الأساسي (الحلقة الأولى) في محافظة دمشق"، رسالة ماجستير، دمشق: كلية التربية.
- أمين، هناء إبراهيم (٢٠١٤). دور مكونات الجودة الريادية في تعزيز السمعة الإستراتيجية دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عدد من كليات جامعة دهوك، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، ١٦، ١١٧-١٣٤.
- الأمم المتحدة (٢٠١٥). قرار الجمعية العامة في ٢٥ أيلول/ سبتمبر ٢٠١٥- تحويل عالماً: خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠، اليونسكو.
- الحوري، سليمان وآخرون (٢٠١٢). قياس جودة الخدمات التعليمية المقدمة لطلبة الدراسات العليا في كلية غدارة المال والأعمال: دراسة ميدانية على جامعات إقليم الشمال، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، ١٨(١)، ٢٤١-٢٧٨.
- الدراركة، مأمون؛ وشلبي، طارق (٢٠٠١). الجودة في المنظمات الحديثة، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- الروسان، هدى محمد عساف (٢٠١٨). دور مديري المدارس في تعزيز ميثاق أخلاقيات مهنة التعليم لدى المعلمين من وجهة نظر مديري ومعلمي المدارس في لواء بني كنانة، مجلة الطفولة والتربية، كلية رياض الأطفال جامعة الإسكندرية، ١٠(٣٤)، ٥٧-١٠٩.

الزهري، إيمان علي معبد (٢٠٢٠). دور المعلم وأخلاقيات مهنته، مجلة الدراسات
المستدامة، مؤسسة الدراسات المستدامة، ٢(٢)، ١٨-١.

الشرفي، علي كاظم حسين (٢٠١٩). دور التوجه الاستراتيجي في السمعة الإستراتيجية
وتأثيره في الضغوط التنافسية دراسة استطلاعية في شركات الاتصال
المتنقلة في العراق، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية - كلية الإدارة
والاقتصاد جامعة بغداد، ٢٥(١١٣)، ١٩١-٢٢٠.

العابدي، علي رزاق جباد، والساعدي، منتظر علي حسون (٢٠١٧). توظيف المعرفة
الريادية في تعزيز السمعة الإستراتيجية (دراسة ميدانية في شركة نفط
ميسان)، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، ١٤(٣)، ٥٩١-٦١١.

العزاوي، بشرى هاشم محمد (٢٠٠٨). أثر العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وقرارات
عمليات الخدمة في النجاح الاستراتيجي دراسة اختبارية تحليلية لآراء
عينة من رؤساء وأعضاء مجالس عدد من كليات جامعة بغداد، رسالة
دكتوراه، جامعة بغداد.

العنبر، عبد الحميد سليمان محمود (٢٠١٩). أثر الذكاء الأخلاقي على سمعة الجامعات
الأردنية الخاصة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية،
جامعة آل البيت، الأردن.

القبلان، نجاح القبلان (٢٠١٧). سمعة المؤسسات الأكاديمية ودورها في دعم التخصصات
العلمية: دراسة لسمعة قسم المكتبات والمعلومات بجامعة الأميرة نورة
بنت عبدالرحمن بالمجتمع وبناء استراتيجية لتعزيزها، مجلة الاتحاد
العربي للمكتبات والمعلومات، ١٩، ٨١-١٠١.

المجالي، فايز (٢٠٠٧). استخدام الانترنت وتأثيره علي العلاقات الاجتماعية لدي الشباب
الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة المنارة، الأردن، ١٣(٧)، ١٦٠-١٩٧.

الموقع الرسمي للمنتدى الاقتصادي العالمي: <http://www.weforum.org>

الموقع الرسمي لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: <http://www.oecd.org/about>

بهاء الدين، حسين كامل (٢٠٠٠). الوطنية في عالم بلا هوية "تحديات العولمة"، دار
المعارف، القاهرة.

- جمهورية مصر العربية - رئاسة الجمهورية (١٩٩٤). قانون رقم (٢) لسنة ١٩٩٤م الخاص بتعديل بعض أحكام القانون رقم (١٣٩) لسنة ١٩٨١م.
- حسين، سلامة عبد العظيم (٢٠٠٩). ضمان الجودة والاعتماد في التعليم، الدار الصولتية للتربية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- حمادنة، راتب صايل الخضر الرحيل (٢٠١٤). أثر تطبيق معايير ضمان الجودة وأساليب التقويم الحديثة في تطوير التفكير الإبداعي، *المجلة الدولية للتربوية المتخصصة*، الأردن، ٣(١٢)، ٢١٩-١٣٢.
- رزيقة، القصير (٢٠٠٧). دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية/ دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر.
- رشيد، صالح عبدالرضا، والزيادي، 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 الادارية والاقتصادية*، ١٦(١)، ٦-٣٢.
- زناتي، أمل محسوب، واحمد، هالة عبدالمنعم (٢٠١٣). جودة حياة العمل لدى معلمي الحلقة الأولى من التعليم الأساسي بمصر في ضوء متطلبات الجودة والاعتماد، *الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية*، ١٦(٤١)، ٢٤٣-٣٢٠.
- زين الدين، محمد جواد (٢٠١٧). توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات (شركة الهاتف النقال زين آسيل سيل أنموذجاً)، *مجلة آداب الفراهيدي*، ٩(٣٨)، ٢٨٨-٣٢٦.
- سميرة أحمد السيد (١٩٩٨). علم اجتماع التربية، ط٣، دار الفكر العربي، القاهرة.
- طاحون، محمد عبد الحميد (١٩٩٩). الشهرة: تعريفها وخصائصها ومعالجتها من الناحية الأكاديمية والعلمية، *مجلة المحاسبة*، الجمعية السعودية للمحاسبة، ٦(٢١)، ٣٩-٣٤.

عباس، زياد علي، وسعيد، هديل كاظم(٢٠١٧). القيادة الإستراتيجية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في بعض دوائر وزارة الإسكان والإعمار الممولة مركزياً، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، ٢٣(٩٧)، ٧٥-٩٦.
عبدالسلام مصطفى عبدالسلام(٢٠٠٦). تطوير مناهج التعليم لتلبية متطلبات التنمية ومواجهة تحديات العولمة، مؤتمر التعليم النوعي ودوره في التنمية البشرية في عصر العولمة، المنعقد بجامعة المنصورة ١٢-١٣ أبريل، ٢٧٢-٣١٠.

عبدالقادر، أسامة احمد، وربيع، محمد حسن(٢٠١٨). دراسة تحليلية للمكانة السعودية في الابتكار وفق معايير التنافسية العالمية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ٩(١)، ١٨٣-٢٠٢.

عبود، سحر(٢٠١٨). أهم نتائج تقرير التنافسية العالمية ٢٠١٨ بالتركيز على جمهورية مصر العربية، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، يصدرها معهد التخطيط القومي، ٢٦(٢)، ١٣٧-١٥٠.

عتريس، محمد عيد(٢٠١٨). رؤية مقترحة لإدارة الفجوة بين جودة التعليم قبل الجامعي بمصر وتقارير بعض المنظمات الدولية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ١٠٣، ٤٣٣-٥٣٨.

عثمان، ايسل حمدي، ومحمد، بشرى هاشم(٢٠١٥). تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وإدارة سمعة المنظمات دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من العاملين في مصرفي الرافدين والرشيد، مجلة الإدارة والاقتصاد- كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة بغداد، ٣٨(١٠٣)، ١١٤-١٢٨.

عذيب، عامر فدعوس(٢٠١٧). انعكاس القدرات التسويقية في تعزيز سمعة المنظمة السوقية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية- كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة بغداد، ٢٤(١٠٧)، ١٩٨-٢١٦.

عزيز، خديجة معمر، وكريط الله، ابوبكر عمر(٢٠٢٠). تقييم أداء المباني المدرسية وأثرها على العملية التعليمية حالة دراسية مدينة الخمس، المجلة الدولية للعلوم والتقنية، ٢١، ١٠٦-١٢٥.

- عمار، بهاء الدين عربي محمد (٢٠١٩). تطوير التعليم الابتدائي في مصر لتحقيق الميزة التنافسية في ضوء مؤشرات التنافسية العالمية، دراسات تربوية ونفسية، كلية التربية جامعة الزقازيق، ٣٤ (١٠٢)، ٢٢٧-٣٣١.
- عمران، خالد عبداللطيف محمد (٢٠١٨). نظام التعليم المصري: الواقع والمأمول في ضوء الخطة الإستراتيجية للتعليم قبل الجامعي ٢٠١٤-٢٠٣٠، المجلة التربوية، كلية التربية جامعة سوهاج، ٥٦ (٥٦)، ١-٣١.
- عمير، عراك عبود، وصالح الدين، احمد ضياء الدين (٢٠١٧). انعكاس إدارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة في مدينة بغداد، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، ٩ (١٩)، ٢١٣-٢٥٠.
- فلمبان، علي نواوي (٢٠٠١). العلاقات الاجتماعية في التعليم الجامعي - دراسة ميدانية بجامعة الملك عبد العزيز. مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: العلوم التربوية، السعودية، ١٤ (١)، ٨١-١٣٠.
- قطيط، عدنان محمد (٢٠١٦). تحسين مؤشرات جودة التعليم قبل الجامعي في مصر - سياسات مقترحة في ضوء التوجهات المعاصرة، دراسات تربوية واجتماعية، كلية التربية جامعة حلوات، ٢٢ (٢)، ٥١٣-٥٨٢.
- قطيط، عدنان محمد (٢٠١٧). تحسين مؤشرات التنافسية للتعليم قبل الجامعي في مصر: سيناريوهات بديلة، المؤتمر الدولي لمعهد التخطيط القومي: نحو تعليم داعم للتنمية المستدامة في مصر، في الفترة من ٦-٨ مايو، بمعهد التخطيط القومي، ٨٥-١٢٧.
- كردي، احمد السيد طه (٢٠١١). إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية / دراسة ميدانية على عينة من شركات الأدوية المصرية، كلية التجارة، جامعة بنها.
- لزعر، محمد أمين (٢٠١٤). منهجية تقارير المؤسسات الدولية في تصنيف الدول حسب بعض المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية: بين الواقعية والمبالغة، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، ١٢ (١١٦)، ٢-٢٢.

مجمع اللغة العربية (٢٠٠٤): المعجم الوسيط (ط ٤). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
محمد ، صلاح عبدالله، وعلي، هناء فرغلي(٢٠١٩). جودة أداء الخدمة التعليمية بالكليات
المعتمدة والكليات غير المعتمدة بجامعة أسيوط باستخدام مقياس
(ServPerf) دراسة تقويمية، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، ٣٥(٩)،
٤٣٤-٣٤٩.

محمود، ناجي عبدالستار، وصالح، رائد مهدي(٢٠١٩). دور التصنيف العالمي في
تعزيز السمعة الأكاديمية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية-
تصدرها كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة تكريت، ١٥(٤٦)، ١٥٢-١٦٩.
محبني، منى علي (٢٠١٥). إدارة السمعة الإلكترونية لجامعة الملك عبدالعزيز، مجلة
مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢١(٢)، ١٦١-٢٠٨.

المدحجي، محمد احمد سلام(٢٠٠٩). إعادة تأهيل المباني المدرسية القائمة ضرورة
لاستيعاب التطورات الحديثة، مجلة العلوم والتكنولوجيا، ١٤(٢)، ٣٥-٦٣.
منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (٢٠٠٦): إسكد ١٩٩٧ التصنيف الدولي
المقنن للتعليم، ط٢، اليونسكو.

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (٢٠١٦). ملخص التقرير العالمي لرصد
التعليم ٢٠١٦ التعليم من أجل الناس والكوكب بناء مستقبل مستدام
للجميع، اليونسكو.

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة- معهد اليونسكو للإحصاء (٢٠٠٩). الموجز
التعليمي العالمي لعام ٢٠٠٩ مقارنة إحصائيات التعليم عبر العالم،
اليونسكو.

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة- معهد اليونسكو للإحصاء (٢٠١٤). مجالات
التعليم والتدريب في إسكد (إسكد-مجالات ٢٠١٣)، اليونسكو.
منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة: ما هو التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع،
متاح على الرابط الآتي: (تم الدخول ١-١-٢٠١٩)

<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ED/GMR/pdf/diverse/10questions.pdf>

هلال، شعبان احمد(٢٠١٤). واقع إدارة سمعة كليات التربية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وآليات تطبيقها، مجلة مستقبل التربية العربية، ٢١(٨٨)، ٢٧٣-٣٧٢.

الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد (٢٠٠٨). وثائق معايير الجودة لمباني مؤسسات التعليم قبل الجامعي، القاهرة.

وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري(٢٠١٦). استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠، القاهرة.

وزارة التربية والتعليم (٢٠١٤). الخطة الإستراتيجية للتعليم ٢٠١٤-٢٠٣٠، القاهرة.

وزارة التربية والتعليم: وثيقة الخطة الإستراتيجية القومية لإصلاح التعليم قبل الجامعي في مصر من ٢٠٠٧ - ٢٠١٢ .

وزارة التربية والتعليم- المملكة العربية السعودية (٢٠٠٦). ميثاق أخلاقيات مهنة التعليم، شركة المطابع الأهلية للأوفست، المملكة العربية السعودية.

ثانياً: المراجع الأجنبية.

- Adeosun L., Ganiyu R.,(2013). Corporate Reputation As A Strategic Asset, *International Journal Of Business And Social Science*, 4 (2), 20-225.
- Smith A. D. & Rupp, W. (2013) Corporate Reputation As Strategic Competitive Advantage Of Manufacturing And Service-Based Firms: MultiIndustry Case Study, *International Journal Of Services And Operations Management*, 14(2), 131 - 156
- Almeida, F. E. B.& Lisboa J. V. & Augusto, M. and Batista, P. S. C. (2013) Organizational Capabilities, Strategic Orientation, Strategy Formulation Quality, Strategy Implementation and Organizational Performance in Brazilian Textile Industries, in: *ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD)*, Rio de Janeiro, 37.
- Chen, C. C. (2011). The use of corporate reputation in the development of brand image strategy in the Taiwanese pharmaceutical industry, *PhD*, Brunel University, London.

- Lovelock, C., Wright, T. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*, New Jersey: Prentice-Hall, International.
- Cohen, D. (2007). Reputation Beyond the Rankings: A Conceptual Framework for Business School Research, *Corporate Reputation Review*, 10(4), 278-304.
- Cordeiro, J. (2000). Corporate Reputation and Firm Performance: Evidence from Indian Data. Manuscript for Presentation at the *Asia Pacific Researchers in Organization Studies Conference*, Sydney, Australia. 211-220.
- Ewing, L. & Newton, F. (2010). Corporate Reputation in Peoples Republic of china: AB2B Perspective. *Industrial Marketing Management*, 57(5), 728-736
- Feldman P. M., & Bahamonde R. A. And Bellido I. V., (2014). A New Approach for Measuring Corporate Reputation, *Rae, São Paulo*, 54 (1), 53-66.
- Harrison, K. (2009). *Why a good corporate reputation is important to your organization*, Accessed on: (1-7-2019): http://www.cuttingedgepr.com/articles/corprep_important.asp
- Iwu-Egwuonwu, R. (2011). Corporate Reputation and Firm Performance: Empirical Literature Evidence. *International Journal of Business and Management*, 6 (4), 197-206.
- Kizak, C. (2015). Reputation Management: How to Deal with Online Reputation Threats. *3rd IBA Bachelor Thesis Conference*, 13 February, Enschede, The Netherlands, University of Twente, Faculty of Management and Governance.
- Klaavu, M. (2009). Company Reputation & Image Analysis, *Bachelor's Thesis in Marketing*, Lahti University of Applied Sciences, Faculty of Business Studies.
- Lange. D. & Lee. P. M. and Dai (2011). Organizational Reputation: A Review *Journal of Management*, 37 (1), PP.153-184
- Lopez-Lopez, D.& Bou E. and Hernández O. R. (2014). Online Corporate Reputation Strategies. Analysis Based on The Command Chain Position. Spain, *Conference: 2014 9th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*.

- Nathlie – Warin Marcell, Teodoresco, serban (2012). corporate reputation is you most strategic asset at risk, cirano knowledge into action, Center for Inter University Research and Analysis on Organizations, PP. 6 – 48
- OECD (2010). PISA 2009 Results: Learning to Learn: Student Engagement, Strategies and Practices, III, PISA, OECD Publishing, Paris.
- OECD (2012). Education at a Glance 2012: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris.
- OECD (2016). PISA 2015 Results: Excellence and Equity in Education, Vol. I, PISA, OECD Publishing, Paris.
- OECD (2019), Education at a Glance 2019: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris.
- OECD (2020), Education at a Glance 2020: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris.
- Peters, M., & Marshall, J., and fitzsims, P.(2000). Managerialism and Educational Policy in a Global Context: Foucault, Neoliberalism, and the Doctrine of self- Management, Routledge, New York, London.
- Ponzi L. J. (2016). Strategic Orientation of Smes: Empirical Research Oslo ,Norway, Mba, *Ph.D.* Reputation Inc., Managing Partner – Us Nov.
- Reputation institute Uk (2012). Corporate reputation: The Main Driver of Business Value.
- Shamma, H. (2012). Toward a Comprehensive Understanding of Corporate Reputation: Concept, *Measurement and Implications, International Journal of Business and Management*, 7(16).
- Smaiziene, I., & Jucevicius, R. (2010). Facing Multidimensional nature of corporate reputation: challenges for managing reputation, *social science*, Nr. 3, (69), 1–9.
- Smith, A. D. & Rupp, W., and Motley, D.(2013). Corporate Reputation as Strategic Competitive Advantage of Manufacturing and Service-Based Firms: Multi-

- industry Case Study, *International Journal of Services and Operations Management*, 14(2), 131-156.
- Sontaite, M., & Kristensen, T. (2009). Aesthetics Based Corporate Reputation Management in the Context of Higher Education .*Organizacija Vadyba: Sisteminiai Tyrimai*, (51), 129–146.
- Tomsic, M. (2013). The Role of Firm Reputation In Corporate Governance Processes, *Phd.*, Faculty Of Economics And Business, University Of Zagreb, Croatia.
- Trotta, A. & Cavallaro, G., (2012). "Measuring Corporate Reputation : A Frame work for Italian bank ", *International Journal of Economic & Finance Studies*, Vol. (4) , No (2), ISsN : 1309-8055.
- United Nations Development Programme (1990). HUMAN DEVELOPMENT REPORT 1990, New York, Oxford.
- Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12 (4), pp. 357-387.
- World Bank (2005). Opportunities and Options for Governments to Promote Corporate Social Responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working pape.
- World Economic Forum (2004). The Global Competitiveness Report 2004, Geneva.
- World Economic Forum (2013). Global Competitiveness Report (2013-2014), Geneva.
- World Economic Forum (2014). The Global Competitiveness Report, 2014–2015. Geneva.
- World Economic Forum (2016). The Global Competitiveness Report, 2016–2017, Geneva.
- World Economic Forum (2017). The Global Competitiveness Report 2017-2018, Geneva.
- World Economic Forum (2019). The Global Competitiveness Report, 2019–2020, Geneva.