

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز
(أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليمية المساعد)
(كلية التربية – جامعة سوهاج)

الملخص:

تحاول الدراسة الحالية إبراز دور إدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها (إدارة المعرفة – إدارة الابتكارات – إدارة براءة الاختراع – إدارة حقوق التأليف والنشر – إدارة تكنولوجيا المعلومات) في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة بأبعادها (الكلفة - الجودة – الإبداع – المرونة – سرعة الاستجابة)، من خلال استخدام المنهج الوصفي، والاستعانة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة والتي بلغ عدد أفرادها (٣١٧) عضو هيئة تدريس بالجامعة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة درجة متوسطة في تبني جامعة سوهاج لسياسة واضحة في إدارة الأصول غير الملموسة الخاصة بها، وتوظيفها بصورة سليمة، خاصة ما يتعلق بإدارة كل من: الابتكارات، وبراءة الاختراع، وحقوق التأليف والنشر، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين متغيري إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (٠,٩٠١)؛ وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج تعزى إلى متغيرات: النوع، المسمى الوظيفي، وعدد سنوات الخدمة لأفراد العينة بشكل عام.

وأوصت الدراسة بضرورة تحول اهتمامات جامعة سوهاج نحو التركيز على مكونات الأصول غير الملموسة (الأصول المعرفية)، واكتشاف مصادرها، ودراسة أثرها، من خلال وضع خطة طويلة الأمد للتعامل الفعال مع هذه المكونات، حيث إنها تسهم في خلق قيمة تنافسية مستقبلية عالية، وزيادة الاهتمام بالمزايا التنافسية للجامعة، وتبني مفهوم الميزة التنافسية، والعمل على إدارة الأصول غير الملموسة المملوكة للجامعة بمنهج جديد يتضمن بناء واستثمار الثروة المعرفية للجامعة، وتخصيص جزء من ميزانية الجامعة للاستثمار في أصولها غير الملموسة، وخاصة رأس المال الفكري.
الكلمات المفتاحية: إدارة الأصول غير الملموسة – الميزة التنافسية – جامعة سوهاج.

Management of the Intangible Assets as An Approach to Achieve the Competitive Advantage at Sohag University: A Field Study

Abstract:

The current study tries to highlight the role of the dimensions of Management of the Intangible Assets (knowledge Management - innovations Management - patents Management - copyrights Management - information technology Management) in achieving the competitive advantage of the university, its dimensions: (cost - quality - creativity - flexibility - speed of response), through the use of a descriptive approach, and using the questionnaire as a tool to collect data from the study sample, which has a total of (317) faculty members.

The results of the study showed an intermediate degree in Sohag University's adoption of a clear policy in the management of its tangles, and its proper use, especially with regard to the management of innovations, patents, copyrights, and there is a statistically significant relationship at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) between two variables Tangibility management and competitive advantage at Sohag University, where the coefficient of correlation (R) between the two variables was (0.901); And there is no statistically significant differences between the averages of the study sample estimates about the role of intangible Assets management in achieving the competitive advantage in Sohag University due to variables: type, job title, and the number of years of service for the sample members in general.

The study recommended that the interests of Sohag University should shift towards focusing on the components of intangible Assets (knowledge assets), discovering their sources, and studying their impact, by setting a long-term plan for effective interaction with these components, as they contribute to creating a high future competitive value, and increasing interest in the competitive advantages of the university And adopting the concept of competitive advantage, and working on managing the university's tangibles with a new approach that includes building and investing the university's knowledge wealth, and allocating part of the university's budget to invest in its intangible assets, especially intellectual capital.

Keywords: Intangible Assets Management - Competitive Advantage - Sohag University.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز
(أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليمية المساعد)
(كلية التربية – جامعة سوهاج)

● مقدمة:

تفرض العولمة وما يشهده العالم اليوم من مظاهر التحرر واستخدام التقنيات الحديثة على المؤسسات أن تمتلك أدوات المنافسة، والعمل الجاد المستمر لاكتساب المزايا التنافسية، والإبقاء عليها، من أجل تحسين موقعها وقدرتها على مواجهة المنافسين الحاليين والمرتبطين. ومن هنا تسعى الجامعات – في ظل البيئة شديدة التنافسية – إلى كسب ميزة تنافسية على غيرها من المؤسسات العلمية والبحثية.

وبالتالي، فقد أصبحت المنافسة بين المؤسسات سمة سائدة في هذا العصر، وهي منافسة جد حادة. كم أصبح من غير السهل على المؤسسات التي لا تتبنى استراتيجيات تنافسية فعالة الاستمرار والمنافسة في بيئة مضطربة تتسم بالتعقيد والتغيير السريع، الأمر الذي يحتم على هذه المؤسسات توجيه اهتماماتها نحو بناء وتطوير استراتيجيات تنافسية تضمن استمراريتها وتفوقها على منافسيها (بدر، ٢٠٠٣، ١).

وتهدف مصر وفقا لرؤيتها ٢٠٣٠ إلى الارتقاء بمؤسسات التعليم العالي، من خلال السعي لأن تكون جميع مؤسسات التعليم العالي معتمدة مرتين على الأقل قبل حلول عام ٢٠٣٠ من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد (محليا وعالميا)، بالإضافة إلى وجود عشرة جامعات على الأقل في مؤشرات أفضل ٥٠٠ جامعة في العالم وأفضل ٤٠ جامعة في أفريقيا بحلول عام ٢٠١٨م، ووجود ١٥ جامعة على الأقل في مؤشر أفضل جامعات المنطقة العربية بحلول ٢٠٢٠م، بالإضافة إلى أن تصبح الجامعات المصرية من أفضل ٢٠ مؤسسة تعليم عال في الأبحاث العلمية المنشورة في الدوريات المعترف بها عالميا بحلول عام ٢٠٢٠م (وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، ٢٠١٧، ٣٦).

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

وهو ما يشير إلى التوجه الصريح للدولة للدخول بمؤسسات التعليم العالي إلى معترك التنافسية المحلية والدولية، وأن تكون لها الريادة في هذا المجال وتحقق الميزة التنافسية. وتشير الميزة التنافسية إلى قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تحسن من مركزها مقارنة مع المؤسسات الأخرى التي تعمل في نفس النشاط. ويمكن للمؤسسة تحقيق الميزة التنافسية من خلال استغلالها الأفضل لإمكاناتها ومواردها الفنية والمادية والمالية والتنظيمية، بالإضافة إلى ما لديها من قدرات وكفاءات ومعارف، وغيرها (العنوم، ٢٠٠٩، ٤٣). أما في الجامعات فتشير الميزة التنافسية إلى قدرة الجامعة على خلق وإيجاد الممارسات أو المهارات أو المنافع ذات القيمة العلمية والمعرفية أو التطبيقية التي يحتاجها المستفيد، أو تضيف له منفعة، شريطة أن تكون منفردة ويصعب تقليدها، وتُحقَّق للجامعة التفوق على مثيلاتها من الجامعات الأخرى (اللوغان، ٢٠١٦، ١٠٠).

وتعد المنافسة بين الجامعات من الأمور التي يمكن ملاحظاتها بوضوح خلال الفترة الأخيرة، فقد أصبحت فاعلية الجامعات ترتبط - إلى حد كبير - بقدرتها التنافسية. ومن أهم الأسباب التي تدفع إلى تحقيق التميز المؤسسي الاستثمار في التعليم والتميز فيه، والذي يعد أحد التوجهات الحديثة والمهمة في التعليم العالي لتحقيق الميزة التنافسية واستدامتها على مستوى المدخلات والعمليات، وضمان مخرجات منسجمة مع المعايير المحددة، بما فيها متطلبات سوق العمل التنافسية. ولعل ما يؤكد ذلك إلى أن كثيرا من حركات التقدم والتحرر والنمو في المجتمعات برزت نتيجة تميز الجامعات (البحيصي، ٢٠١٤، ٢).

وينطلق التميز في التعليم الجامعي وفق نظرة شمولية تتضمن جميع مكوناته ومؤشراته الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى الربط بين النظرية والتطبيق، والتحول إلى ثقافة الابتكار وتحسن الأداء، واستيعاب التغيرات المعرفية المعاصرة والتطبيقات التكنولوجية المتجددة، مما يسهم في الوصول إلى معايير لبناء جامعة متميزة، تتضمن

الاستقلالية في تنظيم شئونها وقراراتها واختيار برامجها ونظام الدراسة بها، وتوفير الحرية الأكاديمية وحرية البحث العلمي لأعضاء الهيئة التدريسية بها، وتكوين مجتمع تعليمي متميز، وتكثيف الإنتاجية لجميع العناصر المكونة للجامعة من أساتذة وطلاب ومعاونين، ومراعاة البعد المستقبلي في فلسفة التعليم وبرامجها، والاعتماد على الابتكارية في أساليب التدريس بها (قطب، ٢٠٠٨، ٤٠-٤٦).

وعليه، فالتنافسية في التعليم الجامعي تعني قدرة الجامعة على توفير خدمة تعليمية وبحثية عالية الجودة، بشكل ينعكس إيجاباً على مستوى الخريجين وأعضاء هيئة التدريس بها، مما يكسبهم قدرات ومزايا تنافسية في سوق العمل بمستوياته المختلفة، وفي الوقت نفسه يعكس ثقة المجتمع فيها، مما يجعله يقبل على التعاون معها، ويزيد من إقبال الطلب على الالتحاق بها، بحيث تصبح الجامعة في خدمة المجتمع، والمجتمع في خدمة الجامعة (إبراهيم، ٢٠٠٩، ١٥).

واليوم، تدرك مؤسسات التعليم العالي والجامعي أنها لا تتنافس بالتقنيات المادية أو بقواعد البيانات القابلة للتعميم فيما بينها، ولا حتى بالمواد، وإنما هي تتنافس - أولاً وقبل كل شيء - بحزمة واسعة من الأصول غير الملموسة التي تعد جوهر المؤسسات الحديثة، وأداتها الفعالة في تحقيق القيمة والميزة التنافسية المستدامة التي لا يمكن تقليدها (نجم، ٢٠١٠، ٣). ومن ثم يمكن القول إن حقبة تحقيق الميزة التنافسية بمصادر تقليدية قد ولت وانقضت، فالمؤسسات تسعى اليوم لاكتشاف وتجريب مصادر جديدة وغير مألوفة لتحقيق وتعزيز ميزتها التنافسية.

وفي ظل اقتصاد المعرفة، والتطور الحادث في تقنيات المعلومات، وزيادة حدة التنافسية، أدى ذلك كله إلى ارتفاع وتيرة الاستثمار في الأصول غير الملموسة مثل: البحث والتطوير، والتصميم، والعلامة التجارية، والبرمجيات، ورأس المال الفكري (Blaug & Lekhi, ٢٠٠٩، ٧). وتشير الأصول غير الملموسة إلى الأصول غير النقدية القابلة للتحديد والتي ليس لها وجود مادي، ومن ثم، يتوقع أن تتدفق منها منافع

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية مستقبلية للمؤسسة (مؤسسة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، ٢٠١٠). وهي أيضاً عبارة عن أصول غير مادية تتمتع بالحماية القانونية والاعتراف المالي والمحاسبي لتحقيق مزايا تنافسية (Weygand et al, ٢٠١١, ٣-٩). وتشمل الأصول غير الملموسة مجموعة من العناصر المميزة للمؤسسة، مثل: الشهرة، براءة أو حقوق الاختراع، حقوق الملكية الفكرية، العلامات التجارية والأسماء التجارية، حقوق الامتياز والترخيص، تكاليف البحث والتطوير، تكاليف التأسيس، ورأس المال الفكري (محمد، ٢٠١٨، ٩٠-٩٤).

وتسهم الأصول غير الملموسة في توليد المنافع المستقبلية للمؤسسات، وتحقيق نموها ونجاحها بشكل كبير (الشمائلة، ٢٠١٥، ١٥)، كما تعد من المحركات الرئيسة لنمو اقتصاد العديد من البلدان (Gu & Lev, ٢٠٠٣، ١٤). وقد ازداد - مؤخرًا - الاهتمام بها وبطرق معالجتها والاستفادة منها نظراً لأهميتها، وازدياد وزنها النسبي بالنسبة لباقي أصول المؤسسة (Schultze & Weiler, ٢٠٠٩، ٣٣). ويشير (Stewart, ١٩٩٧، ١٢٢) إلى أن الأصول غير الملموسة أضحت بمثابة قوة خفية يمكن من خلالها الإبقاء على ثبات المؤسسة واستمراريتها، وهو الأمر الذي يؤكد (Mendoza, ٢٠١٥، ٩٥-٩٦) حيث أشار إلى النمو المتسارع داخل مؤسسات الأعمال والمؤسسات الخدمية الغربية من حيث الاستثمار في الأصول غير الملموسة وحسن إدارتها. كما أنها تمثل جوهر القدرة التنافسية لهذه المؤسسات (نجم، ٢٠١٠، ٢٧). وهو ما يؤكد الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه الأصول غير الملموسة في تحقيق نجاح المؤسسة وتعزيز قدرتها التنافسية.

وقد أكدت جامعة سوهاج في رؤيتها على سعيها لأن تكون مركزاً للإشعاع الحضاري والثقافي والعلمي والبحثي، ورائدة في دعم التنمية المستدامة، وقادرة على المنافسة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي (جامعة سوهاج، ٢٠٢٠). فهي تولى اهتماماً بالغاً بكل ما من شأنه أن يطور قدرتها على تحقيق الميزة التنافسية، حيث تهتم

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

بتوطين وتطوير تكنولوجيا المعلومات، من خلال اهتمامها بإنشاء مبنى خاص لتكنولوجيا المعلومات يضم ستة مشروعات، وهي: المكتبة الرقمية والمستودع الإلكتروني- تطبيقات نظم المعلومات الإدارية - التعلم الإلكتروني - البوابة الإلكترونية - التدريب على تكنولوجيا المعلومات - مشروع شبكة المعلومات والبنية التحتية. هذا بالإضافة إلى وحدات تكنولوجيا المعلومات التي تم إنشاؤها بالكليات المختلفة والتي بلغ عددها تسع وحدات للخدمات الإلكترونية (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٢٥).

ويعمل مركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية في الجامعة على تحقيق استراتيجية وزارة التعليم العالي نحو تطوير البنية الأساسية للمعلوماتية، وإتاحة المعلومات وتداولها بشكل مباشر وسريع وتهيئة المجتمع الجامعي للتعامل معها من خلال التدريب الموجه والمستمر، والوصول على الميكنة الكاملة لإدارة العملية التعليمية (جامعة سوهاج، ٢٠٢١ ب). كما انتهت الجامعة من إدخال جميع البيانات الإلكترونية لعدد (١٤) مكتبة داخل كليات الجامعة المختلفة من خلال نظام المستقبل، ومن رفع ٩٠٪ من الرسائل الورقية بالمكتبات لتكون في صورة إلكترونية متاحة للطلاب والباحثين، وقد بدأ مشروع النشر الإلكتروني للدوريات العلمية بالجامعة في العام ٢٠١١/٢٠١٢م (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٢٦). كما تأسس بجامعة سوهاج مركز ضمان الجودة في العام الجامعي ٢٠٠٦/٢٠٠٧م، لتقديم الدعم الفني للكليات لتطوير وتحسين أدائها ودعمها للحصول على الاعتماد (مركز ضمان الجودة، ٢٠٠٧). بالإضافة إلى ذلك، تهتم الجامعة بحقوق الملكية الفكرية والنشر، من خلال التزامها بهذه الحقوق، وتأكيداً على كفاية الإجراءات المتبعة للمحافظة عليها، وبذل الجهد لنشر ثقافة حقوق الملكية الفكرية والنشر (Sohag University Publication Center , ٢٠٢١).

في ضوء العرض السابق، يمكن القول إن التنافسية بين مؤسسات التعليم العالي أصبحت أمراً لا يمكن تجاهله، بل تجب المطالبة به لاسيما في وجود التصنيفات العالمية للجامعات، وهو ما يعنى ضرورة تحقيق جامعة سوهاج لعدد من المتطلبات التي

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

تساعدها في تحقيق مزايا تنافسية حال رغبتها في التفوق والتفرد في ظل تحديات المنافسة الدولية في مجال التعليم العالي والجامعي مثل التقنية الفائقة، وثورة الاتصالات الهائلة، ومتغيرات سوق العمل المستمرة. ويمكن للجامعة الاستفادة من قدرتها على إدارة بنيتها ومقوماتها غير الملموسة بطريقة فاعلة للوصول إلى ما تصبو إليه من ميزة تنافسية، وهو ما ستختبره الدراسة من خلال إبراز ما يمكن أن تحققه إدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها (إدارة المعرفة – إدارة الابتكارات – إدارة براءة الاختراع – إدارة حقوق التأليف والنشر – إدارة تكنولوجيا المعلومات) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الكلفة - الجودة - الإبداع - المرونة - سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج.

● مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

هناك مجموعة من الدراسات السابقة التي أكدت وجود فجوة بين تطلعات جامعة سوهاج وواقعها الفعلي، والتي تحول دون تحقيقها لمزايا تنافسية تؤكد تفوقها وتفردا عن غيرها من الجامعات سواء على المستوى الوطني أم الإقليمي أم العالمي؛ ومن هذه الدراسات دراسة (عبداللطيف، ٢٠١٩، ٢٤٨) والتي أكدت على عدم ربط برامج التعليم بالجامعة بمتطلبات سوق العمل العالمية، وقلة البرامج والأنشطة المقدمة لتعزيز مهارات المواطنة العالمية، وتدريب الطلاب عليها. وأشارت دراسة (عبدالرحيم، ٢٠١٨، ١٢٩) إلى عدم وجود برنامج محدد لتكوين الثقافة المعلوماتية في مكاتب الدراسة بجامعة سوهاج، وعجز هذه المكاتب عن القيام بدورها في تكوين الثقافة المعلوماتية. كما أشارت دراسة (دياب، ٢٠١٧، ٦٩١-٦٩٤) إلى معاناة جامعة سوهاج من الجمود الإداري، ونقص المرونة في تنفيذ القرارات، بالإضافة إلى نمطية اختيار القيادات الأكاديمية والإدارية، وضعف البرامج التدريبية المقدمة لهم، وقصور الصلاحيات المفوضة لهم، وغياب الدعم والمساندة للعمل الجماعي، كثرة القيود والضوابط الإدارية والتنظيمية، وتضخم الهياكل الإدارية وتقدم النظم المالية والإدارية. وأكد دياب أيضا (٢٠١٨، ٤٣١-٤٣٦) على عدم تناسب قدرات بعض القيادات بالجامعة مع المهام

الموكلة إليهم، وتوضع الإمكانيات المادية للجامعة ممثلة في المباني والمعامل، والتجهيزات والمكتبات، والموازنات المالية، والقصور في تطبيق الأساليب التكنولوجية في الإدارة الجامعية، وضعف التعاون بين القيادات الجامعية والعاملين، بالإضافة إلى ضغوط العمل التي يتعرض لها قادة الجامعة مما قد يدفعهم لاتخاذ قرارات غير سليمة. وكشفت دراسة (إبراهيم، ٢٠١٥، ٨٨) عن ضعف دور برامج تدريب أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج في تطوير أدائهم الأكاديمي في مجالات التدريس والبحث العلمي في ضوء متطلبات مجتمع المعرفة.

ومن معوقات تحقيق الجامعات المصرية - ومنها جامعة سوهاج - للميزة التنافسية ما أكدت عليه دراسة (نجم، ٢٠١٣، ٧٦)، ودراسة (رمضان، ٢٠١٣، ٣٠٠)، ودراسة (عبد الهادي، ٢٠١٥، ٣٩٤)، ودراسة (خليل وآخرون، ٢٠١٧)، ودراسة (شلبي، ٢٠١٨، ٣٢-٣٣) من إهمالٍ لمعايير التمييز والافتقار في اختيار القادة الإداريين، والتغير السريع في احتياجات سوق العمل في البيئة المحلية بالجامعة، إلى جانب اعتقاد بعض الإداريين أن رسالة الجامعة ورؤيتها مجرد شعارات فقط. بالإضافة إلى افتقارها إلى وثيقة معلنة وواضحة تتفق عليها جميع المؤسسات لتحقيق الصدارة للجامعات المصرية على المستوى الدولي، وجمود النظم واللوائح المالية والإدارية داخل الجامعات مما حد من الإبداع والتميز بداخلها، وأعاق تطور العملية التعليمية والبحثية والمجتمعية، بسبب قلة الإمكانيات المادية وضعف التمويل واعتماد الجامعات وبخاصة الحكومية بالدرجة الأولى على التمويل الحكومي، علاوة على أنه لا يتم تقييم الأداء المؤسسي في الجامعات بمعايير موضوعية واضحة مما أدى إلى انتشار ثقافة الشللية والشخصية والمصالح الفردية وغياب مفاهيم المساءلة والمحاسبية، والذي انعكس بدوره على هجرة الكفاءات إلى الجامعات الخاصة والدولية والعجز في الكوادر البشرية وبخاصة أعضاء هيئة التدريس في الكثير من الأقسام العلمية. هذا إلى جانب افتقار الجامعة لاستحداث استراتيجيات واضحة وموحدة لتنمية أعضاء هيئة التدريس تركز على صقل معارفهم

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية
وتنميتهم ذاتيا وإكسابهم المهارات المهنية والبحثية اللازمة لتميز ادائهم الجامعي، بالإضافة إلى ضعف الاستثمار التكنولوجي والبنية التحتية التكنولوجية المتطورة بالجامعة، وغياب اللوائح والتشريعات التي ترتبط بالتنافسية في الجامعة، هذا إلى جانب مجموعة من التحديات بعضها خارجي يفرضه الواقع الدولي والتحولت العالمية، مثل: الانفجار المعرفي، والثورة العلمية والتكنولوجية، والتغيرات الاقتصادية، والتحول من اقتصاد الصناعة إلى اقتصاد المعرفة، وزيادة حدة المنافسة مع الجامعات العالمية والإقليمية، وبعضها الآخر داخلي يتمثل في: انخفاض كفاءة مخرجاتها، وعدم ملاءمتها لسوق العمل.

من جهة أخرى، فقد شهدت مؤسسات التعليم العالي والجامعي منذ بداية القرن العشرين تحولا جذريا في أدوارها التعليمية والبحثية والمجتمعية استجابة للمتغيرات الاقتصادية العالمية التي دفعتها بشدة للاندماج في آليات السوق التي تستند إلى أسس الاقتصاد الحر، والتي غيرت من طبيعتها الإدارية، وفي أساليب تعاملها مع آليات السوق العالمية كما غيرت في توجهاتها البحثية وأنماط الشراكة مع المجتمع ومؤسساته، بالإضافة إلى استحداث تخصصات جديدة، والحرص على تخريج كوادر بشرية تمتلك المهارات اللازمة للتعامل مع هذه المستجدات التي تيسر وفقا للتوجهات العالمية بخطوات حثيثة نحو زيادة التنافسية بين الجامعات وتهيئة فرص تحقيقها للمزايا التنافسية. في ضوء عرض نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث يتضح وجود العديد من المشكلات والتحديات التي تمنع جامعة سوهاج من تحقيق التنافسية في ظل الوضع دائم التغير الذي يشهده العصر الحالي، فقد أثرت تلك المشكلات والتحديات في قدرة الجامعة على تقديم خدماتها بكلفة أقل، وأن تكون الكلفة ذات علاقة بالجودة، بالإضافة إلى عدم ملاءمة خصائص تصميم الخدمات الجامعية لوظيفة الاستخدام. كما يتضح أيضا معاناة الجامعة من ضعف قدرة عملياتها على التغير من خدمة إلى أخرى أو من مستفيد إلى آخر بأقل تكلفة أو تأثير، وضعف قدرتها على تقديم تشكيلة واسعة من

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

الخدمات الجديدة بشكل دائم. كما أثرت التحديات التي أشارت إليها نتائج الدراسات السابقة في القدرة الابتكارية للجامعة أثناء تقديم خدماتها لكافة المستفيدين، وهو ما من شأنه التأثير بالسلب في قدرتها على مواجهة المنافسة المتزايدة في تقديم الخدمات، وتقليل حوادث العمل، وسلامة بيئة العمل، واكتشاف بدائل جديدة لمعالجة المشكلات، وتطوير طرق وأساليب تقديم الخدمات، وتحسين إنتاجية الجامعة من خلال تحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء وتحقيق الأهداف. كما أثرت تلك التحديات في قدرة جامعة سوهاج على سرعة ودرجة استجابتها، والتي يمكن أن تتخذ فيها إجراءً فورياً عند نقطة معينة، وهو ما يؤدي إلى بطء حركة الجامعة، مما يعوقها عن تحقيق الكفاءة والفاعلية وسرعة الاستجابة للمتغيرات المحيطة بها، ومن ثم التأثير في قدرتها على تفويض صلاحيات اتخاذ القرار إلى المستويات الأدنى، وإنجاز العمل من قبل فرق متنوعة المهارات.

وقد تأثر التعليم العالي المصري بهذه التغيرات والمستجدات، كما تأثرت مكانته الدولية بها، ومن دلائل وخطورة ما يتعرض له من تحديات وصعوبات ما كشفت عنه العديد من التقارير والمؤشرات الدولية، حيث أشار تقرير التنافسية العالمية للعام ٢٠١٨/٢٠١٩م، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي أن مصر احتلت المركز (٩٩) عالمياً من بين (١٤١) دولة في ركيزة التعليم والمهارات، وتمثلت أسوأ المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر العام في مؤشر مهارات الخريجين؛ حيث احتلت مصر الترتيب (١٣٣) عالمياً، يليه المؤشر الفرعي جودة التدريب المهني، وجاءت في الترتيب (١٢٩) عالمياً (World Economic Forum, ٢٠١٩, ١٩٨-٢٠١). وفي مؤشر الابتكار العالمي لم لعام ٢٠١٩ احتلت مصر المرتبة (١٠٨) من بين (١٢٩) دولة في المؤشر الفرعي الخاص بالتعليم العالي (Cornell University, ٢٠١٩, ٢٥٢)، وهو ما يؤكد معاناة التعليم العالي والجامعي المصري من مشكلات كثيرة، تحتاج لحلول مبتكرة قائمة على استثمار ما تمتلكه مؤسساته من معارف وأفكار وتكنولوجيا وإبداعات يمكن أن تقوده ليتبوأ المكانة التي يستحقها عالمياً.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

أما بالنسبة لترتيب الجامعات المصرية عالمياً، فنسجد أن تصنيف التايمز البريطاني لعام ٢٠٢٠م أدرج (٢١) جامعة مصرية ضمن أفضل (١٢٠٠) جامعة شملها التصنيف من بين (٢٥٠٠٠) جامعة على مستوى العالم. وقد جاءت جامعة: (فاروس) في المرتبة من (٣٠٠-٢٠١)، أما جامعتنا: أسوان – المنصورة فاحتلتا المرتبة من (٥٠٠-٤٠١)، وجاءت جامعة: قناة السويس في المرتبة من (٦٠٠-٥٠١)، واحتلت جامعات: بني سويف – القاهرة – كفر الشيخ المرتبة من (٦٠١-٨٠٠)، وجاءت جامعات: الجامعة الأمريكية بالقاهرة – عين شمس – بنها – طنطا في المرتبة من (٨٠١-١٠٠٠)، في حين احتلت جامعات: الأزهر – الإسكندرية – أسيوط – الفيوم – حلوان – المنوفية – المنيا – سوهاج – جنوب الوادي – الزقازيق المرتبة من (١٠٠١-١٢٠٠) (Times Magazine, ٢٠٢٠). وفي تصنيف شنغهاي الصيني للجامعات جاء ترتيب جامعة القاهرة في المرتبة من (٣٠١-٤٠٠)، وكل من جامعة عين شمس وجامعة الإسكندرية في المرتبة من (٧٠١-٨٠٠)، وجامعة المنصورة في المرتبة من (٨٠١-٩٠٠)، وجامعة الزقازيق في المرتبة من (٩٠١-١٠٠٠) (Academic Ranking of World Universities, ٢٠١٩). وفي تصنيف QS البريطاني لعام ٢٠١٩م تم إدراج (٤) جامعات مصرية، هي: جامعة القاهرة جاءت في المرتبة من (٥٢١-٥٣٠)، وجامعات: عين شمس – جامعة الإسكندرية) في المرتبة من (٨٠١-١٠٠٠)، والجامعة الأمريكية بالقاهرة في المرتبة (٣٩٥) (QS Top Universities, ٢٠١٩).

في ضوء ما سبق، يتضح تدني ترتيب جامعة سوهاج بين الجامعات الأفضل على مستوى العالم. ففي تصنيف التايمز البريطاني لعام ٢٠٢٠م ظهرت الجامعة في المرتبة من (١٠٠١-١٢٠٠) ضمن أفضل (١٢٠٠) جامعة شملها التصنيف. في حين اختفت الجامعة من تصنيف الجامعات الأفضل عالمياً سواء في تصنيف شنغهاي الصيني للجامعات أم في تصنيف QS البريطاني لعام ٢٠١٩م. وهو ما يعني ضعف الميزة التنافسية للجامعة مقارنة بمثيلاتها على مستوى العالم.

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

وقد يعود السبب في هذا الظهور المتأخر لجامعة سوهاج في التصنيفات العالمية إلى قصور إمكانياتها الذاتية لاستيعاب الأعداد الكبيرة من الطلاب، والبطء في تحديث نظمها الدراسية وبرامجها التعليمية، وضعف بنيتها التحتية كالمعامل والمعدات التعليمية، بالإضافة إلى عجزها عن استيعاب الضغوط المالية من قبل الموازنة العامة للتعليم العالي، وتدنى مستوى جودة خريجها، وتراجع الطلب عليهم في سوق العمل المحلى والدولي، هذا إلى جانب بعض التحديات العالمية المتمثلة في تدفق المعلومات وسرعتها، والتي لم تكن لدى الجامعة القدرة على الاستجابة لها والتفاعل معها بالشكل والسرعة المطلوبين.

في ضوء العرض السابق، يتضح ضعف قدرة جامعة سوهاج على المنافسة، وهو ما من شأنه التأثير بالسلب على تحقيقها لأهدافها، واستمرارها في تقديم خدمات تعليمية وتربوية تتميز بالكفاءة كما تقدمها جامعات أخرى منافسة لها. وهو أمر يحتم على الجامعة السعي - بكل الطرق - للاستعانة بأساليب حديثة وفعالة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة التي تمكنها من الوجود والاستمرار على الساحتين المحلية والعالمية. ولعل أهم تلك الأساليب الحديثة مدخل إدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها (إدارة المعرفة - إدارة الابتكارات - إدارة براءة الاختراع - إدارة حقوق التأليف والنشر - إدارة تكنولوجيا المعلومات)، والتي ستحاول الدراسة الحالية الوقوف على دورها في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة بأبعادها (الكلفة - الجودة - الإبداع - المرونة - سرعة الاستجابة).

وعليه، فقد تحددت مشكلة الدراسة الحالية في محاولة إجابة السؤال الرئيس الآتي: كيف يمكن الاستعانة بمدخل إدارة الأصول غير الملموسة لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج؟

ويتفرع من هذا السؤال التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما أهم المرتكزات الفلسفية والأسس المفاهيمية التي تقوم عليها كل من إدارة الأصول غير الملموسة، والميزة التنافسية؟

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- ٢- ما مستوى تطبيق جامعة سوهاج لإدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها (إدارة المعرفة – إدارة الابتكارات – إدارة براءة الاختراع – إدارة حقوق التأليف والنشر – إدارة تكنولوجيا المعلومات)؟
- ٣- ما درجة اهتمام جامعة سوهاج بتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الكلفة - الجودة – الإبداع – المرونة – سرعة الاستجابة)؟
- ٤- ما العلاقة بين إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية في جامعة سوهاج من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟
- ٥- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج؟
- ٦- ما الإجراءات المقترحة لتطوير الموارد غير الملموسة بجامعة سوهاج لتحقيق ميزتها التنافسية؟

● فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($a \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها مجتمعة وتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها مجتمعة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بالجامعة.
- الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($a \geq 0,05$) لإدارة الأصول غير الملموسة على كل بُعد من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية (الكلفة - الجودة – الإبداع – المرونة – سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج.
- الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج تُعزى لبعض المتغيرات الشخصية: (النوع، المسمى الوظيفي، عدد سنوات الخدمة).

● أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الآتية:
- تحديد أهم المرتكزات الفلسفية والأسس المفاهيمية التي تركز عليها كل من إدارة الأصول غير الملموسة والميزة التنافسية.
- الوقوف على مستوى اهتمام جامعة سوهاج بإدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها (إدارة المعرفة – إدارة الابتكارات – إدارة براءة الاختراع – إدارة حقوق التأليف والنشر – إدارة تكنولوجيا المعلومات).
- الوقوف على مستوى توافر أبعاد الميزة التنافسية (الكلفة - الجودة – الإبداع – المرونة – سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج.
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين إدارة الأصول غير الملموسة والميزة التنافسية بجامعة سوهاج من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.
- رصد الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة إزاء محاورها وفقاً لمتغيرات: (النوع، المسمى الوظيفي، عدد سنوات الخدمة).
- اقتراح مجموعة من الإجراءات اللازمة لتطوير الموارد غير الملموسة بجامعة سوهاج وتحقيق ميزتها التنافسية.

● أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في كونها – على حد علم الباحث - من البحوث والدراسات القليلة في الميدان التربوي التي اهتمت بالكشف عن دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج. ومن ثم، تتضح أهمية الدراسة من جانبين هما:

(١) الأهمية النظرية:

- تقدم الدراسة إطارًا نظريًا يتناول كلاً من إدارة الأصول غير الملموسة، والميزة التنافسية، يمكن أن يفيد الباحثين والأكاديميين، من خلال اطلاعهم على العديد من المرتكزات الفلسفية، والأسس المفاهيمية التي تقوم عليها كل منهما. كما تتضح أهمية هذه الدراسة في موضوعها الحديث الذي أصبح مرتبطاً باهتمامات المؤسسات الحديثة.

(٢) الأهمية التطبيقية:

- من المتوقع أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة القائمون على مؤسسات التعليم الجامعي بشكل عام، وجامعة سوهاج على وجه الخصوص، بما في ذلك قيادات الجامعة، وإداريوها، وأعضاء هيئتها التدريسية، من خلال تعرفهم أهم ممارسات إدارة الأصول غير الملموسة، وكيف يمكن أن تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية لها.
- لفت انتباه القادة والعاملين بجامعة سوهاج إلى أنه لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها بكفاءة دون فهم متعمق وإدارة واعية لأصولها غير الملموسة.
- تنبيه القائمين على إدارة جامعة سوهاج بأهمية ما تمتلكه من أصول غير ملموسة، وسبل استثمارها بما يفضي إلى تبني أنشطة ابتكارية وإبداعية تحقق وتدعم المزايا التنافسية للجامعة.
- تسلط هذه الدراسة الضوء على توجه إداري حديث هو إدارة الأصول غير الملموسة، والذي من المتوقع أن يفيد في تفعيل وتجويد العمل بمؤسسات التعليم العالي والجامعي بشكل عام، وفي جامعة سوهاج تحديداً.

● حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة في الآتي:

- (١) الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على الوقوف على دور إدارة الأصول غير الملموسة بأبعادها (إدارة المعرفة – إدارة الابتكارات – إدارة براءة الاختراع –

إدارة حقوق التأليف والنشر - إدارة تكنولوجيا المعلومات) في تحقيق الميزة التنافسية (الكلفة - الجودة - الإبداع - المرونة - سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج، من وجهة نظر أعضاء هيئتها التدريسية. وقد تم تحديد أبعاد إدارة الأصول غير الملموسة استناداً إلى ما اتفق عليه كل من (يوسف، ٢٠١٥، ٢٥؛ كمونه، ٢٠١٣، ٥٨؛ كردي، ٢٠١٠، ٤٥؛ الزعبي، ٢٠١١، ٢؛ حسن، ٢٠٠٥، ٣٧٦؛ Mertins & Helsing, 2011, 65; Michel & Nouri, 2017, 155; أما Anderiessen, 2011, 207; Smith & Parr, 2015, 114-115)

أبعاد الميزة التنافسية فتم تحديدها استناداً إلى (Hill & Jones, 1998).

(٢) الحدود البشرية: شمل مجتمع الدراسة الحالية جميع أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج، والبالغ عددهم (٢٢٤٠) عضواً، وقد أجاب على محاور الاستبانة منهم (٣١٧) عضواً، يمثلون عينة طبقية عشوائية.

(٣) الحدود الزمنية: طبقت أداة جمع البيانات (الاستبانة) خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي ١٤٤١/١٤٤٢ هـ - ٢٠٢٠/٢٠٢١ م.

● مصطلحات الدراسة:

١- الأصول غير الملموسة: **The Intangible Assets**

جاء في معجم اللغة العربية المعاصرة أن الأصول هي: أي موارد أو قدرات وأصول مقدم الخدمة تشمل أي شيء يمكن أن يسهم في توصيل الخدمة. ومن أنواع الأصول ما يلي: الإدارة، المؤسسة، العمليات، المعرفة، البشر، المعلومات، التطبيقات، البنية التحتية، رأس المال المادي (معجم اللغة العربية المعاصرة، ٢٠١٢).

والأصل: هو مورد تتحكم فيه المنشأة نتيجة لأحداث سابقة، كما يتوقع أن تتدفق منه منافع اقتصادية للمنشأة (الجهاز المركزي للمحاسبات، ٢٠١٦، المادة ٨، ص ٣٢١).

وقد عرّف المعيار (٣٨) من معايير المحاسبة الدولية الأصول غير الملموسة بأنها: عبارة عن موجود قابل للتحديد أو غير نقدي بدون جوهر مادي يحتفظ به

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية لاستخدامه في إنتاج أو تزويد البضائع أو الخدمات أو لتأجيره للآخرين أو للأغراض الإدارية (IPSASB, 2010, 8).

وعرفها مجلس معايير المحاسبة الإنجليزي Accounting Standards Board (ASB) في المعيار رقم (10) بأنها "أصل ثابت غير مالي، ليس له جوهر مادي وقابل للتحديد ويتم الرقابة والسيطرة عليه بواسطة الوحدة من خلال حقوق قانونية أو تعاقدية".

ويعرف معيار المحاسبة المصري رقم ٢٣ الأصل غير الملموس بأنه "أصل ذا طبيعة غير نقدية يمكن تحديده، وليس له وجود مادي.

وتُعرف الأصول غير الملموسة بأنها معرفة مفيدة يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح المؤسسة (العنزي، ٢٠٠٩، ١٦٩). وعرفها (Karius, 2016, 1) بأنها موجودات غير مادية تتمثل في الامتيازات، والعلامات التجارية، وبراءات الاختراع، وحقوق النشر، والملكية الفكرية التي تمنح المؤسسة القدرة على الحصول على الميزة التنافسية. أما (Awad & Ghaziri, 2004, 33) فقد أشارا إلى أنها قيمة تنافسية من خلال مجموعة من الأفراد الذين يمتلكون خبرات، قيم، ثقافة، وقدرة على الابتكار والإبداع من أجل إيجاد حل متخصص أو خلق قيمة.

وفي ضوء التعريفات السابقة يخلص الباحث إلى أن الأصول غير الملموسة هي أصول طويلة الأجل ليس لها وجود مادي، لكن يتوقع منها تحقيق مزايا مستقبلية وتتم السيطرة عليها من خلال حقوق قانونية أو تعاقدية. ومن ثم تعرفها الدراسة الحالية بأنها كل ما تمتلكه جامعة سوهاج من ثروة معرفية طويلة المدى لا تُقَدَّر بثمن، بالإضافة إلى الابتكارات والإبداعات، والخبرات المتراكمة التي تؤدي إلى تعظيم قيمة الجامعة والارتقاء بأدائها، وتحقيق ميزتها التنافسية.

٢- إدارة الأصول غير الملموسة **The intangible Assets Management**:

عرفها معهد معايير إدارة الأصول غير الملموسة الدولية IIMSI بأنها: عملية تحويل الأصول غير الملموسة الممكنة والقابلة للوصول إلى نتائج فعلية من خلال إدارة القيمة المالية الفعالة والتسجيل المالي لأصول المعرفة والعلاقات والعواطف ووقت الدروة (Standards Institute, ٢٠٢١).

وعرفتها الجمعية الأمريكية للتدريب والتطوير American Society for Training and Development في قاموسها الإداري بأنها: الموجودات التي لها القدرة على تحويل التقنية من مرحلة البحث إلى مرحلة التطبيق لإنتاج سلع وخدمات. ويقدم (نجم، ٢٠١٠، ٨٠-٨١) المفاهيم التالية لإدارة الأصول غير الملموسة، حيث يرى أنها عبارة عن:

- إدارة الأصول اللاملموسة الصلبة (أصول غير الملموسة الملكية، البراءة، وحقوق المؤلف، والعلامة، والشهرة).
- إدارة الأصول غير الملموسة الناعمة المتمثلة في الأفكار والمعارف والخبرات.
- إدارة الرؤية الاستراتيجية والأهداف بعيدة المدى.
- إدارة تحويل الموارد اللاملموسة إلى أصول لامللموسة.
- إدارة خصائص وعلاقات الثقة بين العاملين (رأس المال الاجتماعي)، وخصائص الأفراد الذاتية، وتفاؤلهم، وآمالهم (رأس المال النفسي) من أجل تعظيم قيمة المؤسسة.

ويمكن تعريف إدارة الأصول غير الملموسة بأنها عملية إدارية يتم بموجبها تحويل الأصول غير الملموسة الممكنة والقابلة للوصول إلى نتائج فعلية، من خلال إدارة القيمة المالية الفعالة، والتسجيل المالي لأصول المعرفة والعلاقات والعواطف والوقت (Sánchez et al., ٢٠١٤، ٣١٤). ويعرفها (Aurelio L. De La Puerta,

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

٢٠١٧, ٣٢) بأنها العملية الإدارية المنهجية المتعلقة برؤية الأصول غير الملموسة وتحديدتها وتشغيلها والمحافظة عليها وتطويرها، بما ينسجم مع استراتيجية المؤسسة في إنشاء القيمة وتحقيق الميزة التنافسية.

في ضوء التعريفات السابقة يتضح أن إدارة الأصول غير الملموسة عملية تتكون من مجموعة من النشاطات التي تعني بإبداع المعرفة، وتنظيمها، وتخزينها، وتدقيقها، وتهذيبها، والحصول عليها وتنميتها، ونشرها، وتطبيقها، وأن هناك مجموعة من المقومات الضرورية لتنفيذ نشاطات إدارة الأصول غير الملموسة المتمثلة في وجود البيئة المناسبة والملائمة لنجاح جهود إدارة الأصول غير الملموسة. بالإضافة إلى أن الهدف من تبني جهود إدارة الأصول غير الملموسة يتمثل في تحقيق أهداف الجامعة من خلال تحسين قدرتها على إبداع المعارف واستخدامها في اتخاذ القرارات وحل المشكلات وتحقيق الميزة التنافسية؛ لذا لا بد من تطوير استراتيجية لتوجيه جهود إدارة الأصول غير الملموسة في جامعة سوهاج.

ومن ثم فعلمية إدارة الأصول غير الملموسة بجامعة سوهاج عبارة عن عملية منهجية تتعلق برؤية الأصول والموارد غير الملموسة وتحديدتها وتشغيلها والمحافظة عليها وتطويرها بما ينسجم مع استراتيجية الجامعة في إنشاء القيمة وتحقيق الميزة التنافسية. وهو ما يقتضي من الجامعة أن تتخذ مجموعة خطوات من أجل أن تصبح هذه الأصول جزءاً من استراتيجيتها وسياساتها؛ بالإضافة إلى دعم رؤيتها لهذه الأصول غير الملموسة والتي تلهم جميع منسوبي الجامعة للاتجاه الجديد في التعامل مع هذه الأصول واستنباط القيمة وتحقيق الميزة التنافسية من خلالها، ووضع ترتيب للأهمية النسبية لهذه الأصول في الأداء الكلي للجامعة، ثم في كل وظيفة أو عملية من أجل ترشيد التعامل مع هذه الأصول بوصفها من محركات قيمتها الأساسية. كما يجب على الجامعة الاستثمار في أصولها غير الملموسة كالتدريب أو التراخيص أو حملات العلاقات العامة أو اجتذاب الأفراد المهنيين المحترفين والمتميزين من أجل تطوير الأصول غير الملموسة التي

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

تمتلكها الجامعة، كما يجب عليها إعادة تصميم وصياغة استراتيجيتها بما يبقي استراتيجيتها مرشدا فعلا لعملياتها ومجالاتها.

وبالتالي، يشير مصطلح إدارة الأصول غير الملموسة في هذه الدراسة إلى مجموعة من العمليات الإدارية التي تمارسها جامعة سوهاج في مجال التخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة للموارد البشرية، والمعرفية، والمعلوماتية، والتقنية، والإبداعات، وبراءات الاختراع، والملكية الفكرية، والامتيازات، والعلامات التجارية، ورأس المال الفكري، وتؤدي الى تحويل هذه الموارد إلى خدمات تربوية وتعليمية تتاح بشكل فاعل وكفؤ محققة أهداف الجامعة التي تمت صياغتها مسبقا.

٣- الميزة التنافسية: **The Competitive Advantage**

الميزة لغة: هي الميزة، من الميز، والميز: الرفعة، وتميز الشيء: أي امتاز، وامتاز الشيء: أي بدا فضله على مثله، ويقال: تميز القوم، أي ساروا في ناحية أو انفردوا (المعجم الوسيط، ١٩٣).

وقد أشار قاموس Oxford Advanced Learner's Dictionary إلى أن الميزة تعبر عن أمر يساعدك على أن تكون أفضل أو أكثر نجاحا من الآخرين، أو الجودة التي تجعل شيء أفضل أو أكثر فائدة، أما التنافسية فوصفٌ للحالة التي يتنافس فيها الأشخاص أو المنظمات ضد بعضهم البعض، أو المحاولة الجاهدة أن تكون أفضل من غيرها. وعرف قاموس Merriam Webster Learner's Dictionary الميزة بأنها شيء (مثل وضع أو حالة جيدة) تساعد على جعل شخص ما أو شيء ما أفضل أو أكثر احتمالا للنجاح من غيره، وتعبر عن موقف أو حالة تفوق أو عامل أو ظرف ذي فائدة لمالكه. أما التنافسية فتتصل بالحالة التي يحاول فيها الأشخاص أو المجموعات الفوز في مسابقة أو تكون أكثر نجاحا من غيرها، وقد تعبر عن وجود رغبة قوية في الفوز أو يكون الأفضل في شيء ما.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

أما التنافسية لغة: من تنافس، يقال: تنافس القوم في كذا: تسابقوا فيه وتباروا، دون أن يلحق بعضهم الضرر ببعض؛ وفي التنزيل العزيز: وفي ذلك فليتنافس المتنافسون (المعجم الوسيط، ١٤٠). كما يشير مصطلح التنافسية في اللغة العربية إلى الفعل نفس، ونفس الشيء - نفاسه، كان عظيم القيمة، فهو نفيس (تنافس) القوم في كذا: تسابقا فيه وتبادروا دون أن يلحق بعضهم الضرر ببعض، و(التنافس) نزعة نظرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق، (المنافسة) التنافس (مجمع اللغة العربية، ١٩٩٩، ص ٢٢٧).

وهي تعني "الطرائق الجديدة والمبتكرة التي تكتشفها المؤسسة وتكون أكثر كفاءة وفاعلية من تلك التي يستخدمها المنافسون، وهي القدرة المستمرة لدى المؤسسة على تقديم خدمة ذات كلفة أقل مع إفراز منتج متميز عن نظيره (عثمان، ٢٠١٧، ١٤٠).

كما تشير الميزة التنافسية إلى قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط، (داود وآخرون، ٢٠٠٧، ٣) ويعرفها (الحواجزة، ٢٠١٠، ٢٩٠) بأنها المجالات التي يمكن للمؤسسة أن تنافس الغير من خلالها بطريقة أكثر فاعلية وهي تمثل نقطة قوة تتسم بها المؤسسة دون منافسيها في أحد أنشطتها الإنتاجية أو الخدمية أو التسويقية أو فيما يتعلق بمواردها البشرية أو الموقع الجغرافي لها.

وعرفها (Macmillan & Tampoe, ٢٠٠١, ١٩) بأنها الوسيلة التي تتمكن المؤسسة من خلالها الفوز في منافستها على الآخرين. وعرفها (Heizer & Render, ٢٠٠٨, ٢٥) بأنها عملية إيجاد أو خلق نظام يمتلك ميزة فريدة ومتميزة تفوق ما يتوفر لدى المنافسين. كما عرفها (الشيخ وآخرون، ٢٠٠٤، ٦٥) بأنها مقدرة المؤسسة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده، ويمكن للمؤسسة تحقيق الميزة التنافسية من خلال تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقليل الكلف مقارنة بمنافسيها أو تعمل على أدائها بأساليب تقود إلى التميز.

ويشير بورتر (Porter, 2006, 14) إلى أن الميزة التنافسية للجامعة تعني قدرتها على اكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية مما لدى المنافسين وتجسيد ذلك ميدانياً، ويرى (دياب، 2010، 16) أن الجامعة ذات الميزة التنافسية هي تلك الجامعة التي تمكنت من الحفاظ على ديمومة جودتها التعليمية وتحسينها، أو زيادة الطلب عليها، وبما يؤدي إلى ارتفاع قيم التنافسية ومؤشراتها لديها، وبالتالي حصولها على مراكز متقدمة في الترتيب العالمي للجامعات.

وتعرف الدراسة الحالية الميزة التنافسية لجامعة سوهاج بأنها القدرة التي تمتلكها الجامعة، والتي تساعدها على التميز والتفوق النوعي على منافسيها، وإحراز مراكز متقدمة في التصنيف العالمي للجامعات مقارنة بالمنافسين في بيئتها التنافسية، من خلال تحقيق التميز لنمط إدارتها بتطوير وتفعيل العمليات الإدارية، والتوظيف الأمثل للإمكانيات والموارد المادية والبشرية المتاحة والمتوقعة، وإيجاد تنظيم فعال تسوده روح الفريق والابتكار والمبادأة والمنافسة لتطوير مهارات وقدرات منسوبي الجامعة".

● الدراسات السابقة:

يزعم الباحث – في حدود علمه - قلة الدراسات السابقة التي تناولت دور إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل فعال في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج. وعليه، سيتم استعراض أهم الدراسات التي يمكن أن تفيد موضوع الدراسة وترتبط بمتغيراته على النحو الآتي:

أولاً: الدراسات التي تناولت إدارة الأصول غير الملموسة

➤ دراسة كوتورا ((Cotora, 2007)، وعنوانها: إدارة وقياس الأصول غير الملموسة لتدفقات القيمة الملموسة وعملية التحويل: دراسة حالة لوكالة الفضاء الرومانية. وهدفت الدراسة إلى تحديد أهم الإسهامات والآليات التي تجلب كميات هائلة من المعلومات لعملية الإنتاج، أو إلى عملية المبيعات أو إلى التدفق النقدي داخل المؤسسات. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة من أجل وصف وتحديد وتسجيل

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

تدفقات القيمة (تسلسل القيمة المضافة) بين المعرفة والكفاءات والشراكات والأنظمة والعمليات التشغيلية، وقياس مساهماتها في عملية إنشاء القيمة الإجمالية للشركة. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام المنهجية الموصوفة زاد من قاعدة المعرفة، مما يقلل من وقت دورة تنفيذ البرنامج وزيادة الميزة التنافسية. أدى بناء قاعدة معرفية قوية إلى توفير ٢٠٪ من وقت مستشار الشركة، وتقليل وقت تطوير الكفاءات للموظفين الجدد.

➤ دراسة آدامز (Adams, 2008)، وعنوانها: الإدارة (٢٠٠٠): إدارة الأصول غير الملموسة المتنامية من عملي. وهدفت الدراسة إلى اقتراح إطار بسيط لإدارة المعرفة غير الملموسة، إذ يعتمد نجاح المنظمات في المستقبل بشكل متزايد على ما تعرفه وليس على ما تعمله. وتتطلب إدارة الأصول غير الملموسة في المؤسسة أدوات وأساليب مختلفة عن تلك المستخدمة عادة لإدارة الأعمال التجارية القائمة على الممتلكات الملموسة. كما تحاول الدراسة فحص عدد من النظريات الإدارية الجديدة، مثل (رأس المال الفكري، وإدارة أداء الأعمال، والابتكار، وتحليل الشبكات)، ومدى تأثيرها على المؤسسة. وتوصلت الدراسة إلى إيجاد عشرة مفاهيم توفر معاً مقدمة حول إدارة الأصول غير الملموسة؛ وقد تم تقديم كل مفهوم مع نظيره الملموس لمساعدة القارئ على تصور دوره في المؤسسة. وهذه المفاهيم هي: المعرفة، المواد غير الملموسة، رأس المال الفكري، النفقات الرأسمالية، التقييم، قياس الأداء، الابتكار، الأوركسترا، الخرائط، والسمعة.

➤ دراسة مارتينز (Martins, ٢٠٠٨)، وعنوانها: الرقابة الإدارية على الأصول غير الملموسة. وهدفت الدراسة إلى تحليل أهمية الرقابة الإدارية على العناصر غير الملموسة بالنظر إلى إسهامها في خلق القيمة. بالإضافة إلى مناقشة بعض نماذج ومنهجيات التقييم غير المادي، مع مراعاة فائدتها. واستخدمت الدراسة المنهج

الوصفي. وخلصت إلى تقديم إطار منهجي جديد يأخذ في الاعتبار أهداف الرقابة الإدارية وإمكانية تطبيقها.

➤ دراسة بنسيوتش ((Penciu et al., 2010)، وعنوانها: من تحديد الأصول غير الملموسة إلى متطلبات الإدارة غير الملموسة. وهدفت الدراسة إلى إيجاد طرق لتعزيز المعرفة التي تعد إحدى الأصول الاقتصادية الأساسية للمؤسسات، والتي يشار إليها على أنها غير ملموسة داخل إحدى الشركات التي تعتمد هندسة خطوط الإنتاج لتوفير حلول النقل بالسكك الحديدية، بالإضافة إلى إيجاد طريقة لإدارة الأصول غير الملموسة المشاركة في عملية تكيف "النظام الأساسي المرجعي" في الشركة. وقد تم دراسة عملية التكيف من أجل فهم كيفية تأثير الأصول غير الملموسة على هذه العملية، وكيف يمكن إدارتها. كما تم تقسيم الدراسة إلى مرحلتين، تمثل الهدف من المرحلة الأولى في تحديد الأصول غير الملموسة الموجودة في هذه الشركة من خلال المقابلات. أما المرحلة الثانية فتمثلت في اختيار وتحليل نشاط معين لتطبيق إدارة الأصول غير الملموسة المحددة سابقا. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود حاجة إلى مساحة عمل تدعم إدارة الأصول غير الملموسة والتعلم التنظيمي. ومن ثم، فقد تم تحديد مجموعة من المتطلبات الأساسية لمساحة العمل المستقبلية للشركة.

➤ دراسة بيتروفا جالابوفا ((Petrova Galabova, 2014)، وعنوانها: إدراك الأصول غير الملموسة وإدارتها من قبل الشركات الريادية البلغارية. وهدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية تحديد الأصول غير الملموسة من قبل الموظفين الإداريين في شركات المقاولات البلغارية، من خلال تحليل سياسات الشركة والممارسات الإدارية غير الملموسة اليومية في عدد صغير من الشركات في سياق الأداء العام لتلك الشركات. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة، من خلال اختيار ثلاث شركات بلغارية للمقاولات. واستطاعت الدراسة تقديم أدلة حول تحديد الممارسات الجيدة المتعلقة بإدارة الأصول غير الملموسة في هذه الشركات والممارسات الجيدة المتعلقة

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

بها. كما توصلت إلى أن تحديد الممتلكات غير الملموسة يتم من خلال رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلائقي، والرفاه. علاوة على ذلك، تعتمد قرارات التوظيف والاحتفاظ بالموظفين في شركات المقاولات في الغالب على إمكانات الأفراد واستعدادهم لمزيد من التطوير الشخصي أكثر من قدراتهم الحالية.

➤ دراسة الشيباوي (٢٠١٤)، وعنوانها: إمكانية توظيف الأصول غير الملموسة في تحقيق الإبداع المنظمي: دراسة تحليلية لأراء عينة من أساتذة كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة القادسية. وهدفت الدراسة إلى الوقوف على إمكانية توظيف الأصول غير الملموسة بأبعادها (المعرفة، الابتكارات، براءة الاختراع، حقوق التأليف والنشر، تكنولوجيا المعلومات) في تحقيق الإبداع المنظمي بأبعاده (القدرة على حل المشكلات، تقبل المخاطرة، تشجيع الإبداع، سعة الاتصالات). واستعانت الدراسة بالمقابلات والاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة (أساتذة كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة القادسية). وتوصلت الدراسة إلى وجود ضعف واضح في تبني الكلية المبحوثة سياسة واضحة لإدارة المعرفة وتوظيفها بصورة سليمة، ووجود قصور واضح من قبل الكلية في دعم الابتكارات وتقديم أعمال مبتكرة ومتجددة تسهم في تقديم إنتاج علمي متميز، بالإضافة إلى وجود زيادة في توجه أساتذة الكلية ميدان البحث نحو الأنشطة العلمية في مجال التأليف والنشر لوجود دعم مادي ملموس لهذا النشاط.

➤ دراسة الدعي، وكمونه (٢٠١٥)، وعنوانها: دور الأصول غير الملموسة في تحقيق الأداء المتميز – بحث ميداني في كليات جامعة كربلاء. وسعت هذه الدراسة إلى تحديد وتناول الأصول غير الملموسة (المتغير المستقل) والتي شملت كل من (المعرفة، العلاقات، الإبداع، براءة الاختراع) ودورها في تحقيق الأداء المتميز باستخدام بطاقة الدرجات المتوازنة بأبعادها المتمثلة في (المنظور المالي، منظور الزبون، منظور العمليات الداخلية، منظور التعلم والنمو) في كليات جامعة كربلاء، والبالغ عددها (١٦) كلية، إذ تم الحصول على المعلومات اللازمة للجانب الميداني

من خلال الاستبانة التي أعدت لهذا الغرض، إذ بلغ عدد أفراد العينة (١٠٠) شخص من العمداء، ومعاونيهم، ورؤساء الأقسام. وقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات، منها: وجود تأثير للأصول غير الملموسة بشكل مباشر في تحقيق الأداء المتميز في الكليات المبحوثة عينة الدراسة، ووجود اهتمام كبير من قبل كليات جامعة كربلاء بمتغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة.

➤ دراسة فيلاجرا وآخرين (Villagra, 2015)، وعنوانها: إدارة الأصول غير الملموسة والعلامة التجارية للشركات: هل تغير أي شيء في العلاقة بين قطاع الأعمال والمجتمع؟ وسعت الدراسة إلى تحليل إدارة الأصول غير الملموسة في الشركات. وهو ما يعني إعادة تعريف هوية العلامة التجارية للشركة وإدارتها بهدف الحصول على الاعتراف الاجتماعي ودعم أصحاب المصلحة. وقد اعتمدت الدراسة على منهجية دلفي النوعية. واستعانت بالمقابلة كأداة لجمع البيانات، حيث كشفت المقابلات التي أجراها خبير الاتصالات عن نتائج إدارة الأصول غير الملموسة في وسائل الاتصال الجديدة. وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة الأصول غير الملموسة تسهم في التمييز بين العلامة التجارية وتعزيزها، بالإضافة إلى زيادة سمعة الشركة.

➤ دراسة عبيدي، وعبواج (٢٠١٧)، وعنوانها: الاستثمار في الأصول غير الملموسة كإستراتيجية لتحقيق الإبداع وتحسين أداء المنظمة الجامعية. وهدفت الدراسة إلى توضيح أثر الاستثمار في الأصول غير الملموسة في التأثير على أداء وفاعلية أنشطة المنظمات، في ظل اقتصاد جديد يعرف باقتصاد المعرفة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وتوصلت إلى أن اقتصاد المعرفة يقوم على فهم جديد أكثر عمقا لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقديم المجتمع، كما أن الاقتصاد المعرفي وإفرازاته أثرت تأثيرا واضحا على إنتاجية القطاعات الخدمية خاصة القطاعات التعليمية والمعرفية وهو الأمر الذي أدى إلى تحول هيكلي في تكوين رأس

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

المال، بحيث أصبح يتضمن إضافة إلى الاستثمار المادي والملموس لتكوين الموجودات الرأسمالية الثابتة، وغيرها، قدرا مهما عن الاستثمار غير المادي وغير الملموس لتكوين أصول رأسمالية غير مادية وغير ملموسة تسهم في الوصول إلى الإبداع.

➤ دراسة زادوروزني، وياسيشينا ((Zadorozhnyi & Yasyshena, 2019)،

وعنوانها: الأصول غير الملموسة باعتبارها عنصرا للمحاسبة والإدارة. وهدفت الدراسة إلى تناول وجهات نظر الاقتصاديين الأجانب والمحليين في فهم جوهر فكرة الأصول غير الملموسة (IA) ودورها في نظام إدارة المؤسسة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وتوصلت إلى وجود فجوة كبيرة بين منهجية المحاسبة المستقلة ومتطلبات الإدارة الحديثة، نظراً لوجود اختلافات في النهج الاقتصادي والقانوني والمحاسبي والتقييمي لفهم جوهر التقييم الداخلي للمؤسسات؛ هذا بالإضافة إلى ضرورة اعتبار الأصول غير الملموسة أصولاً طويلة الأجل قابلة للتحديد، وهي أصول تتمثل في: حقوق الملكية الفكرية، واستخدام الموارد الطبيعية، والملكية، والامتيازات التنظيمية والاقتصادية. كما أنها قادرة على تحقيق فوائد اقتصادية للمؤسسة، ولديها خاصية للتأثير على تكوين المؤسسات ذات القيمة، وزيادة ربحيتها وقدرتها التنافسية.

➤ دراسة نوني سيلفا وآخرين ((Nunes-Silva, et al., 2019)، وعنوانها: توليد

الأصول غير الملموسة في مؤسسات التعليم العالي. وهدفت الدراسة إلى التحقق من كيفية حدوث ارتباط بين رأس المال البشري ورأس المال الفكري (إنتاج الأصول غير الملموسة) في برامج الدراسات العليا البرازيلية. وقد تم تحليل الإنتاج الأكاديمي لأساتذة برنامج الدراسات العليا في مجال متعدد التخصصات، كما تم إجراء بحث على منصة لاتييه ((Lattes Platform التابعة للمجلس الوطني البرازيلي للتنمية العلمية والتكنولوجية (CNPq) لتحديد مناهج المعلمين الدائمين للبرنامج، ووضع خريطة طريق لتحليل البيانات ابتداء من عام ٢٠١٠. وتوصلت الدراسة إلى أن

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

أساتذة البرنامج متباينون في الملامح الإنتاجية، وأن البعض مسؤول عن زيادة متوسط الإنتاج الفكري للبرنامج. بالإضافة إلى إمكانية إدراك وجود شبكات داخلية للتعاون والمواءمة في مجال الإنتاج العلمي للبرامج متعددة التخصصات. كما أن تشجيع وإدارة الأصول غير الملموسة في مؤسسة التعليم العالي يعد جزءاً من الخطة الاستراتيجية التي يجب وصفها في خطة التطوير المؤسسي.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الميزة التنافسية

➤ دراسة هوانج ولي (Huang & Lee, 2012)، وعنوانها: الإدارة الإستراتيجية للميزة التنافسية: دراسة حالة التعليم العالي التقني والمهني في تايوان. وهدفت الدراسة إلى وضع إطار استراتيجي وإرشادات إدارية بهدف تطوير قطاع التعليم العالي التقني والمهني في تايوان، وتطوير نموذج متعدد العوامل لتحقيق الميزة التنافسية، من أجل توجيه مؤسسات التعليم العالي بشكل عام، ومؤسسات قطاع التعليم التقني والمهني العالي على وجه الخصوص لتحقيق الميزة التنافسية له في تايوان. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستعانت بالاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتكونت عينة الدراسة من (٣٢٣) من كبار المديرين العاملين في (٨٩) مؤسسة من مؤسسات التعلم العالي التقني والمهني في تايوان. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية فيما بين الموارد الداخلية التي تتمتع بها مؤسسات التعليم العالي التقني والمهني، مثل: الموارد البشرية، القدرات التسويقية، المناهج، الموارد المالية، وقدرات البحث والتطوير، وبالتالي ينبغي إدارتها بطريقة متكاملة من أجل تحقيق ميزة تنافسية لمؤسسات التعليم العالي. وللمحافظة على قدرة المؤسسات على المنافسة في المستقبل، يتوجب عليها توفير مراكز التدريب والتعليم المتقدم للقوة العاملة، وتعزيز جودة التعليم، والمحافظة عليه من خلال التزام الأكاديميين بجودة التعليم، بالإضافة إلى ضرورة تعاون مؤسسات التعليم العالي التقني والمهني مع

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

بعضها البعض في بيئة تنافسية شديدة لإقامة التحالفات والشراكات الاستراتيجية من أجل توفير الموارد، والوصول إلى أسواق جديدة.

➤ دراسة أيدن ((Aydin, 2013)، وعنوانها: الموقع كميزة تنافسية لجذب الطلاب: دراسة تطبيقية على جامعة التأسيس التركية. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أهمية موقع الجامعة باعتباره ميزة تنافسية مستدامة لجذب الطلاب. وتكونت الدراسة من مراجعة أدبية لمواقع الجامعات التركية في إسطنبول. واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من طلاب هذه الجامعات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أهمية موقع الجامعة وتأثيره في جذب الطلاب إلى الجامعة، مما يساعد مدير الجامعة في اتخاذ القرارات بناء على التخطيط الاستراتيجي، وبالتالي، فالموقع يعد ميزة تنافسية مهمة في الجامعة.

➤ دراسة بيساريا ((Bisaria, 2013)، وعنوانها: تحقيق الميزة التنافسية من قبل كليات الإدارة الخاصة أو الجامعة الخاصة. وهدفت الدراسة إلى تعرف أسباب تحقيق مؤسسات التعليم بالهند للميزة التنافسية، بالإضافة إلى الكشف عن الأنواع المختلفة للميزة التنافسية في مجالات التعليم، وتوضيح أهمية تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي، وتأثيرها على تلك المؤسسات والطلاب وأولياء أمورهم بل والمجتمع كله. وطبقت الدراسة على عينة بلغت (٥٠) فردا من مديري الجامعات وعمداء الكليات في ولاية براديش Pradesh في الهند. وأظهرت نتائج الدراسة أن عملية تحقيق الميزة التنافسية داخل مؤسسات التعليم العالي التزام قانوني وأخلاقي على جميع هذه المؤسسات يجب أن تتبناه في كافة عملياتها وأنشطتها الأكاديمية والإدارية.

➤ دراسة جريكو وآخرين ((Greco et al., 2013)، وعنوانها: مصادر الميزة التنافسية في الجامعات المنبثقة: دراسة حالة. وهدفت إلى تحليل العناصر التي تمتلكها جامعة كاسينو Cassino، والتي تستطيع من خلالها تحقيق ميزة تنافسية

مع نظرائها من الجامعات، وذلك من خلال تحليل بعض عناصر رأس المال الفكري المملوكة للجامعة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستعانت في جمع البيانات بالمقابلات مع الهيئة الإدارية للجامعة مثل: الرئيس التنفيذي، أعضاء الهيئة التدريسية، والمستفيدين من التعامل مع الجامعة. وخلصت الدراسة إلى تحديد إطار يمكن أن يسهم في خلق ميزة تنافسية في الجامعة من خلال أقصى استفادة من ميزات عناصر رأس المال الفكري التي تمتلكها، وأن هذا الإطار أسهم بشكل فاعل في تطوير العمل داخل الجامعة وتحسين آلية التعامل مع المستفيدين الخارجيين والداخليين، وقدمت الدراسة مقترحا للاستفادة من آلية التعامل والاستفادة من إمكانات الموارد البشرية وكيفية إدارة العلاقات مع العملاء.

➤ دراسة هانا ((Hana, 2013)، وعنوانها: تحقيق الميزة التنافسية من خلال الابتكار والمعرفة. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أهمية المعرفة ودورها في عملية الابتكار. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي، وتكون مجتمع الدراسة من (١٠٩) مؤسسة عاملة في جمهورية التشيك. واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات من مديري تلك المؤسسات. وأظهرت نتائج الدراسة أهمية الابتكار، ودعم ثقافة الابتكار لتطوير العمل في هذه المؤسسات، بالإضافة إلى أهمية المعرفة في عملية الابتكار، وأن الابتكارات مصدر رئيس للميزة التنافسية للمؤسسة. كما أظهرت نتائج الدراسة أن الابتكارات الناجحة هي نتاج العامل الإنساني، وأن نجاح الابتكارات يعتمد على دعم الإدارة العليا لبرامج الابتكار وريادة الأعمال، وأن من أهم العوامل التي تؤثر في الأنشطة الابتكارية للمؤسسة: مؤهلات العاملين، والقيادة الرشيدة.

➤ دراسة نيجاد ((Nejad, 2014)، وعنوانها: دراسة العلاقة بين إدارة المعرفة والمزايا التنافسية. وهدفت الدراسة إلى كشف العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية. واستخدمت الدراسة منهج الارتباط المتقاطع. وتضمن مجتمع الدراسة جميع العاملين في مصنع (Petrochemi)، واستعانت بالاستبانة كأداة لجمع

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

البيانات من عينة قدرها (٣٢٠) فردا. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين إدارة المعرفة وزيادة الميزة التنافسية.

➤ دراسة الدخيل ((Al dakeel, 2015)، وعنوانها: تحقيق الميزة التنافسية في إدارة الموارد البشرية بالمدرسة العامة بمنطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية. وهدفت الدراسة تعرف دور إدارة الموارد البشرية، ومدى تحقيق الميزة التنافسية بالمدارس الشاملة بالرياض، بالإضافة إلى الوقوف على أدوار الإدارة في هذه المدارس، ومدى قدرتها على تحقيق الميزة التنافسية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستعانَت بالاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى وجود ثلاثة من تسعة أبعاد لإدارة الموارد البشرية في الدراسة ذات درجة منخفضة في توظيف الموارد البشرية، والعلاقات العامة والخدمات، كما أكدت نتائج الدراسة الوضع السيء للمدارس الشاملة بالرياض، مما لا يفقدها الميزة التنافسية في إدارة الموارد البشرية مع المدارس الأخرى سواء داخل المملكة العربية السعودية أم على المستوى الدولي.

➤ دراسة دي هان ((De Haan, 2015)، وعنوانها: الميزة التنافسية، ما الذي تعنيه حقا في سياق مؤسسات التعليم العالي العامة؟ وهدفت الدراسة إلى تعرف المزايا التنافسية التي تسعى مؤسسات التعليم العالي العامة إلى تحقيقها، وكيف يمكن لمؤسسات التعليم العالي العامة الوصول للميزة التنافسية. وتوصلت الدراسة إلى وجود عدد من العناصر الأساسية في بناء المزايا التنافسية التي تحتاجها مؤسسات التعليم العالي، منها: جودة التعليم و/أو الأبحاث العلمية، السمعة، صورة المؤسسة وجاذبيتها التعليمية، العلامة التجارية، وإنشاء بصمة فريدة من نوعها تخصها وتميزها عن منافسيها، وزيادة أعداد الراغبين في الالتحاق بها، وجودة البنية التحتية، وترتيب المؤسسة في التصنيفات العالمية، والاهتمام بالشراكات والتعاون

الدولي، والموقع الجغرافي للمؤسسة. كما يوجد نوعان من المنافسة هما: المنافسة السوقية، والمنافسة الأكاديمية.

➤ دراسة كريستوفر ((Christopher, 2016)، وعنوانها: إدارة الجودة الشاملة كميزة تنافسية في مؤسسات التعليم العالي. وهدفت الدراسة إلى تعرف الأثر الناتج عن تبني إدارة الجودة الشاملة كمدخل إداري حديث لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي. وتوصلت الدراسة إلى أهمية إدارة الجودة الشاملة في توقع الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي، ودورها في تحسين الجودة في هذه المؤسسات بشكل مستمر، كما توفر إدارة الجودة الشاملة بيئة عمل تعزز أخلاقيات العمل الجيدة بمؤسسات التعليم العالي، وتسمح لعاملها بالاستثمار الأمثل لإمكاناتهم وطاقاتهم ككوادر بشرية متميزة.

➤ دراسة الشبكي وأبو ناصر ((Al Shobaki & Abu Naser, 2017)، وعنوانها: دور ممارسة استراتيجيات التميز في التعليم لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة لمؤسسات التعليم العالي بكلية الهندسة وتكنولوجيا المعلومات بجامعة الأزهر بغزة. وهدفت الدراسة إلى الوقوف على دور ممارسة استراتيجيات التميز في التعليم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لمؤسسات التعليم العالي بكلية الهندسة وتقنية المعلومات بجامعة الأزهر بغزة. وتبعت الدراسة منهجية وصفية استكشافية من خلال مراجعة الأدبيات النظرية. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين مستوى ممارسة استراتيجيات التميز في التعليم وتحقيق مؤسسات التعليم العالي للميزة التنافسية المستدامة، بالإضافة إلى أن التركيز الأكاديمي لعملية تطوير مهارات العاملين وخاصة الأكاديميين في الجامعة يساعد على تميز الطلاب وزيادة معدل توظيفهم بعد التخرج، كما أن وجود الاتساق في جهود التنمية وتحسين الجودة على جميع المستويات الثلاثة (الطالب والموظف والجامعة) يسهم في تفوق كليات الجامعة وتفردھا.

➤ دراسة نثامبي ((Nthambi, 2019)، وعنوانها: تأثير الاستراتيجيات التنافسية على أداء المدارس الابتدائية الخاصة في كينيا: دراسة مسحية على المدارس الابتدائية الخاصة في نيروبي. وهدفت الدراسة إلى تحليل تأثير الاستراتيجيات التنافسية على أداء المدارس الابتدائية الخاصة في كينيا. واستخدمت الدراسة المنهج الاستكشافي. وتكونت عينة الدراسة من (١٢٩) عضواً من أعضاء الهيئة الإدارية والتعليمية بتلك المدارس. واعتمدت الدراسة على الاستبانة في جمع البيانات. وأكدت نتائج الدراسة على التأثير الإيجابي لاستخدام الاستراتيجيات التنافسية، وقيادة التكاليف في زيادة مستوى أداء تلك المدارس، كما توصلت الدراسة إلى بعض المتغيرات التي يمكن أن تحسن من مستوى أداء تلك المدارس، مثل: التركيز على المنهاج، والتركيز على الطلاب من الطبقة الغنية أو الطلاب من الطبقة المتوسطة وعلى الطلاب الدوليين، والتركيز على موضوعات بعينها، والاعتماد على التعلم الإلكتروني، والبحث والتطوير، والأنشطة اللامنهجية.

➤ دراسة (الحارثي، ٢٠١٩)، وعنوانها: القيادة الاستراتيجية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية في جامعة الطائف. وهدفت الدراسة إلى تعرف درجة ممارسة القيادة الاستراتيجية بجامعة الطائف، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية بهذه الجامعة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، كما هدفت لتعرف نوع وطبيعة العلاقة بين درجة ممارسة القيادة الاستراتيجية ودرجة تحقيق الميزة التنافسية بهذه الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة التي طبقت على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الطائف بلغ عددها (٢٠٩) من الأفراد، وقد أظهرت النتائج أن درجة ممارسة القيادات الأكاديمية بجامعة الطائف للقيادة الاستراتيجية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها وبأبعادها الأربعة (التوجه الاستراتيجي، وسمات امتلاك رأس المال البشري، والثقافة التنظيمية، وتطبيق نظام رقابي متوازن) كانت ممارسة متوسطة، كما أظهرت أن درجة تحقق الميزة التنافسية

بجامعة الطائف من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها وبأبعادها الأربعة (موارد الجامعة وقدراتها، والجودة والابتكار، والتعلم التنظيمي والتحسين المستمر، والتكيف والاستدامة) كانت متوسطة، كما أظهرت الدراسة أن هناك علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة القيادة الاستراتيجية ودرجة تحقق الميزة التنافسية بجامعة الطائف على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد.

➤ دراسة (حسن، ٢٠١٩)، وعنوانها: أثر رأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية على الجامعات الأردنية الخاصة. وهدفت الدراسة إلى قياس وتحليل أثر أبعاد رأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأردنية الخاصة، وتكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين في الجامعات الأردنية الخاصة والواقعة في مدينة عمان، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة وغاياتها فقد تم تصميم وتوزيع استبانة على عينة عشوائية بسيطة تكونت من (١٦٠) شخص من العاملين في الجامعات الخاصة من مختلف المستويات والتخصصات. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير دال احصائياً لكافة أبعاد رأس المال الفكري (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال الاجتماعي) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بكافة أبعادها (التميز، والابداع، وتحسين جودة الخدمات) في الجامعات الأردنية الخاصة.

➤ دراسة (الحميدي، ٢٠١٩)، وعنوانها: دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية بالجامعات السعودية: دراسة تطبيقية على جامعة الطائف. وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة الطائف من وجهة نظر أعضاء الهيئة الأكاديمية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس بجامعة الطائف والبالغ عددهم (١٤٩٤) عضواً، وتم سحب عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة بلغت (٣١٥) عضواً. وأعدت استبانة تم توزيعها على عينة الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

النتائج، من أبرزها: أن درجة تطبيق إدارة المعرفة ومستوى الميزة التنافسية بجامعة الطائف من وجهة نظر أعضاء الهيئة الأكاديمية كان بدرجة متوسطة، وجود تأثير قوي لإدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة الطائف.

➤ دراسة (حويحي والسهيمي، ٢٠١٩)، وعنوانها: آليات تحسين ترتيب جامعة الملك خالد في التصنيفات العالمية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية. وهدفت الدراسة إلى تقديم بعض الآليات لتحسين ترتيب جامعة الملك خالد في التصنيفات العالمية بوصفها مدخلا لتحقيق الميزة التنافسية، والكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد العينة تعزى إلى متغيرات الدراسة (الدرجة العلمية، والوظيفة، وطبيعة التخصص، والجنس). واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستبانة مكونة من (٧٢) فقرة أداة لها، تم تطبيقها على عينة من أعضاء هيئة التدريس جامعة الملك خالد بلغ عددهم (٤٥٦) عضوا. وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج منها: جاءت درجة أهمية الآليات المقترحة بأبعادها المختلفة لتحسين ترتيب جامعة الملك خالد في التصنيفات العالمية مدخلا لتحقيق الميزة التنافسية بدرجة أهمية كبيرة، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطات درجات أفراد العينة تعزى إلى متغيرات (الدرجة العلمية، والوظيفة، وطبيعية التخصص، والجنس).

➤ دراسة (الخنيزان والخضير، ٢٠١٩)، وعنوانها: متطلبات الريادة العالمية في الجامعات السعودية لتحقيق الميزة التنافسية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠. وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن متطلبات الريادة العالمية في الجامعات السعودية لتحقيق الميزة التنافسية، في ضوء رؤية المملكة (٢٠٣٠)، والوصول إلى مقترحات تسهم في تحقيق الريادة العالمية في الجامعات السعودية في ضوء هذه الرؤية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، مع التركيز على منهج التحليل الوثائقي (منهج البحث

المكتبي). وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: ضرورة تحول دور الجامعة من التركيز على التوظيف؛ إلى التركيز على مبدأ تهيئة فرص العمل، والشراكة الحقيقية مع أصحاب المصلحة من القطاعات العامة والخاصة والخريجين.

➤ دراسة (دماج، ٢٠١٩)، وعنوانها: دور الرقابة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في مدارس المرحلة الثانوية بالجمهورية اليمنية. وهدف الدراسة إلى تعرف دور الرقابة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في مدارس المرحلة الثانوية بالجمهورية اليمنية، وذلك من خلال التعرف على الرقابة الاستراتيجية وأبعادها، والتعرف على الميزة التنافسية وأبعادها. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للأدب النظري والدراسات العلمية السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة. وتوصلت إلى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها: أن للرقابة الاستراتيجية بأبعادها (الحساسية الاستراتيجية، والالتزام الجماعي، وسيولة الموارد) دورا فعالا في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التجديد، الجودة، الكفاءة، والاستجابة لحاجات العميل).

➤ دراسة (سليمان، ٢٠١٩)، وعنوانها: استراتيجية مقترحة لتفعيل دور التعلم التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة أسوان. وهدفت الدراسة إلى تعرف مستوى ممارسة التعلم التنظيمي في جامعة أسوان من وجهة نظر القيادات الأكاديمية، وكذلك مستوى تحقيق إدارة جامعة أسوان للميزة التنافسية، واقتراح استراتيجية لتفعيل دور التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية بها، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي واستبانة تم تطبيقها على عينة ممثلة من القيادات الأكاديمية (عمداء الكليات والوكلاء) بجامعة أسوان بلغت (٥٨) عميدا ووكيلا. وتوصلت الدراسة إلى وجود قصور في استراتيجيات تحقيق أهداف البحث والتطوير في مجال التعلم التنظيمي، ووجود قصور في إجراء الجامعة للمسح الدوري للبيئة التنافسية والخدمات التي يقدمها المنافسون، وأنها لا توفر برامج التدريب لرؤساء الأقسام على أصول تقييم الأداء الجامعي، كما أن إدارة الجامعة لا تتيح للأعضاء والعاملين

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

الوسائل والإمكانات التي تدعم الإبداع والتميز، وأنها لا تحرص على تدريب أعضاء هيئة التدريس على أساليب العمل المتغيرة.

➤ دراسة (شرف، ٢٠١٩)، وعنوانها: إيجابية التنظيم الإداري كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة القصيم في ضوء رؤية ٢٠٣٠. وهدفت الدراسة إلى تحديد الركائز الإيجابية للتنظيم الإداري، والتي تتمثل في الأسس والاتجاهات الإرشادية التي تستعين بها المؤسسة في تنظيم وتنسيق وتوزيع العمل وتحديد المسؤوليات والواجبات المختلفة، وكافة إجراءات العمل لتحقيق الأهداف المرجوة، وعرض أهم مداخل إيجابية التنظيم الإداري، والوقوف على أبعاد تحقيق الميزة التنافسية لجامعة القصيم في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، وتحديد أهم معوقات إيجابية التنظيم الإداري التي تحد من تحقيق الميزة التنافسية لجامعة القصيم في ضوء رؤية ٢٠٣٠. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى وضع آلية مقترحة لإيجابية التنظيم الإداري لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة القصيم في ضوء رؤية ٢٠٣٠، وتتكون الآلية من ثلاث منطلقات وهي: منطلقات ومتطلبات مؤسسية، منطلقات ومتطلبات تركز على تطوير الهيكل التنظيمي، ومنطلقات ومتطلبات تركز على رفع كفاءة العاملين.

➤ دراسة (الشهراني، ٢٠١٩)، وعنوانها: واقع استثمار رأس المال البشري في جامعة الملك سعود لتحقيق الميزة التنافسية. وهدف البحث إلى تعرف واقع استثمار رأس المال البشري في جامعة الملك سعود لتحقيق الميزة التنافسية من خلال مجالات (التدريب - الاتصال - التحفيز) من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس الإناث بجامعة الملك سعود، وتعرف الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابتهن، والتي تعود لمتغيرات (الرتبة الأكاديمية - عدد دورات التنمية المهنية - التخصص). ولتحقيق أهداف البحث تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة، وطبق البحث على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٨٣) من أعضاء هيئة التدريس

الإناث. وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن واقع استثمار رأس المال البشري في جامعة الملك سعود لتحقيق الميزة التنافسية في مجالات (التدريب – الاتصال - التحفيز) بشكل عام جاء بدرجة موافقة متوسطة، وجاء في كل مجال على النحو التالي: مجال التدريب جاء في المرتبة الأولى بدرجة متوسطة، يليه مجال الاتصال بدرجة متوسطة، ثم مجال التحفيز الذي جاء في المرتبة الأخيرة بدرجة متوسطة.

➤ دراسة (عبدالله، ٢٠١٩)، وعنوانها: تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بتطبيق مدخل سلسلة القيمة في ضوء بعض النماذج العالمية. وهدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية المؤسسات التعليمية العالي بتطبيق مدخل سلسلة القيمة في ضوء بعض النماذج العالمية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال القيام بعملية استقصاء للميزة التنافسية من حيث نشأتها، ومفهومها، وخصائصها، وأهميتها، وأنواعها، واستراتيجيتها، وكذلك استقصاء لسلسلة القيمة، وتطورها، وأهميتها، وأهدافها، ووظائفها، وأنشطتها، ومراحلها، بالإضافة إلى استقصاء لسلسلة القيمة في التعليم العالي، وأهم نماذجها. وتوصلت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي في ضوء مدخل سلسلة القيمة.

➤ دراسة (عمار، ٢٠١٩)، وعنوانها: تطوير التعليم الابتدائي في مصر لتحقيق الميزة التنافسية في ضوء مؤشرات التنافسية العالمية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على التنافسية، والميزة التنافسية، ومؤشرات التنافسية العالمية للتعليم الابتدائي، وموقع مصر بين الدول العالمية والعربية، ووضع تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية بالتعليم الابتدائي في ضوء مؤشرات التنافسية العالمية. واستخدمت المنهج الوصفي لمناسبتها لطبيعة الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى تقدم التعليم الابتدائي المصري على مستوى بعض المؤشرات في الترتيب العالمي، إلا أن هذا التحسن وهمي، فلم يحدث في القيمة الحقيقية، ولذلك فالتعليم الابتدائي المصري مازال بعيدا عن منافسة النظم

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

التعليمية الأخرى، وتُظهر مؤشرات التنافسية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي ضعف في تنافسية التعليم الابتدائي المصري، كما تم وضع تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية للتعليم الابتدائي، ضوء مؤشرات التنافسية العالمية.

➤ دراسة (العمرى، ٢٠١٩)، وعنوانها: إمكانية عولمة برامج التعليم في ضوء مفهوم الميزة التنافسية للمنتج التعليمي. وهدفت الدراسة إلى تعرف ماهية العولمة وأبرز معالمها، والوقوف على الكيفية المقترحة التي يمكن للنظام التعليمي في المملكة العربية السعودية من خلالها تأكيد الهوية الإسلامية في ظل تحديات العولمة المعاصرة، ومعرفة أهم المقترحات التي يمكن من خلالها تطوير نظام التعليم بالمملكة العربية السعودية في ظل تحديات العولمة المعاصرة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الدراسة إلى ضرورة التوسع الكمي والتطور الكيفي في خطط التعليم الحاضرة والمستقبلية، والتخطيط لتطوير عملية إعداد المعلم، وتنمية الوعي الاستهلاكي والبيئي لدى أبناء المجتمع، وتصحيح وضع البحث العلمي في النظام التعليمي السعودي، وضرورة أن يُستمد أنموذج وهيكلي النظام التعليمي من الفكر التربوي الإسلامي.

➤ دراسة (مبروك، ٢٠١٩)، وعنوانها: تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لأبعاد رأس المال الفكري لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية. وهدفت الدراسة إلى تحديد مستوى توافر أبعاد رأس المال الفكري والميزة التنافسية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية، ومدى وجود اختلافات جوهرية حول هذه الأبعاد، وتحديد أبعاد رأس المال الفكري ذات التأثير المعنوي على الميزة التنافسية. واستخدمت الدراسة أسلوب البحث المكتبي، وأسلوب البحث الميداني. وتم تجميع البيانات من عينة أعضاء هيئة التدريس بقائمة استقصاء، وبلغت الردود الصالحة للتحليل الإحصائي ٣٨٧ استبانة. ومن أهم نتائج الدراسة: توافر بعدي رأس المال البشري، والمعلوماتي، وكذلك أبعاد التميز التنافسي (الجودة، والإبداع، والكفاءة) بدرجة

مرتفعة، وقد توافر بعدي رأس المال التنظيمي، والعلاقاتي بدرجة متوسطة؛ بالإضافة إلى وجود فروق معنوية بين أبعاد رأس المال الفكري وأبعاد التميز التنافسي وفقا لخصائص العينة، ماعدا بعدي رأس المال البشري، والعلاقاتي وفقا لحدثة الجامعة، وبعد رأس المال المعلوماتي، وبعد الكفاءة المتفوقة وفقا للخبرة؛ كما وجدت علاقات جوهرية بين أبعاد رأس المال الفكري وأبعاد التمييز التنافسي باستثناء رأس المال التنظيمي الذي لم يؤثر جوهريا على الإبداع.

تعقيب على الدراسات السابقة:

في ضوء استعراض الدراسات السابقة يتبين الآتي:

- ١- أكدت نتائج الدراسات السابقة على أهمية إدارة الأصول غير الملموسة، وتأثيرها الواضح على نجاح المؤسسات بمختلف أنواعها، ودورها في تحقيق الإبداع المنظمي (دراسة الشيباوي، ٢٠١٤)، وفي تدفقات القيمة الملموسة وعملية التحويل (دراسة Cotora, ٢٠٠٧)، وفي تحقيق الأداء المتميز (دراسة الدعيمي، وكمونه، ٢٠١٥)، وفي تحقيق الإبداع وتحسين أداء المنظمة الجامعية (دراسة عبدي، وعيواج، ٢٠١٧).
- ٢- هناك العديد من أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة تمثلت فيما يلي:
 - من حيث الهدف: اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في (الهدف العام) منها، والمتمثل في تطوير العملية الإدارية، وتطوير العمل المنظمي، وتحسين ممارساته. بينما اختلفت معها في (هدفها الخاص)، والمتمثل في محاولة الوقوف على دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج.
 - من حيث المنهج المستخدم: اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي بمختلف مداخله. في حين اختلفت مع بعضها الآخر، حيث اعتمدت دراسة كوتورا (Cotora, ٢٠٠٧)، ودراسة بيتروف جالابوفا

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

(Petrova Galabova, ٢٠١٤)، على منهج دراسة الحالة، ودراسة دراسة فيلاجرا وآخرين (Villagra, ٢٠١٥) على منهجية دلفي النوعية، ودراسة هانا (Hana, ٢٠١٣) على المنهج الكمي، ودراسة نيجاد (Nejad, ٢٠١٤) على منهج الارتباط المتقاطع، ودراسة (ميروك، ٢٠١٩) على أسلوب البحث المكتبي، والبحث الميداني.

- من حيث أدوات جمع البيانات: اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، في حين اعتمدت دراسة الشيباوي (٢٠١٤) على كل من المقابلة والاستبانة، وكل من دراسة فيلاجرا وآخرين (Villagra, ٢٠١٥)، ودراسة جريكو وآخرين (Greco et al, ٢٠١٣) على المقابلة.

٣- من حيث مجتمع الدراسة وعينتها: اختلفت الدراسة الحالية مع كافة الدراسات السابقة من حيث مجتمعها وعينتها، حيث لا توجد أي دراسة من بينها طبقت على أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج.

٤- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في العديد من الأوجه، أهمها:

- إثراء جوانب الإطار النظري للدراسة الحالية.
- اختيار منهج الدراسة المستخدم، والإفادة من الخطوات العلمية التي طبقت في إطاره.

- أسلوب تحديد عينة الدراسة، بالإضافة إلى اختيار أداة الدراسة وتصميمها، والوقوف على الأساليب الإحصائية الأكثر ملاءمة للموضوع.

٥- وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها – على حد علم الباحث – الأولى من نوعها التي حاولت الوقوف على دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج.

● منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، لما له من دور مهم في فهم الظواهر التربوية والإدارية، وتوفيره لحقائق دقيقة، إلى جانب قدرته على استنباط العلاقات المهمة بين متغيرات الدراسة، وإسهامه في تفسير وتحليل دور المتغير المستقل (إدارة الأصول غير الملموسة) في المتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية) بجامعة سوهاج من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. وقد سارت الدراسة باستخدام هذا المنهج وفق الإجراءات الآتية:

- التأصيل النظري لموضوع الدراسة، وتناول أهم المرتكزات الفلسفية، والأسس المفاهيمية لكل من إدارة الأصول غير الملموسة والميزة التنافسية.
- الدراسة الميدانية، وفيها يتم إعداد أداة الدراسة الميدانية، وتحليل نتائجها، وتفسيرها.
- عرض أهم نتائج الدراسة وتوصياتها اللازمة لتفعيل دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج.

● خطوات الدراسة:

- الخطوة الأولى: إدارة الأصول غير الملموسة والميزة التنافسية في الأدبيات المعاصرة – إطار نظري

أولاً: إدارة الأصول غير الملموسة **The Intangibles Management**:

١- مفهوم الأصول غير الملموسة وأهميتها:

على الرغم من حداثة مفهوم الأصول غير الملموسة، إلا أن هناك إسهامات من بعض الباحثين يمكن أن تساعد على الخروج بمفهوم شامل لهذا الموضوع. فهناك من يرى أن الأصول غير الملموسة تشير إلى القيمة التنافسية، من خلال مجموعة أفراد يستخدمون عقولهم أكثر من استخدامهم لأيديهم، نظراً لاملاكهم مجموعة من الخبرات، والقيم، والثقافة، والقدرة على الابتكار والإبداع من أجل خلق قيمة أو إيجاد حل متخصص (Awad & Ghaziri, 2008, 33). من ناحية أخرى، هناك من ينظر إلى

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

الأصول غير الملموسة على أساس كونها أصول معرفية تُعبّر عن الثروة الحقيقية للاملموسة التي لا تُقدّر بثمن، فهي بمثابة المقدرة العقلية الكامنة الموجودة لدى بعض الأفراد العاملين في المؤسسة؛ وهي أحد أسلحتها التنافسية القوية، كونها مصدر رئيس للمعارف والإبداعات التي تُمكن المؤسسة من مواجهة التغيرات التي تنشأ في البيئة دائمة التغير وشديدة التعقيد (ميرخان، ٢٠١٥، ٢٥). وهناك من يرى أن الأصول غير الملموسة عبارة عن مورد ثمين غير مرئي وغير مادي لا يمكن لمسه أو مشاهدته، يتمثل في الخبرات والمهارات والمعارف التي يمتلكها منسوبو المؤسسة، والتي تمنحها الميزة التنافسية (الطالباي، ٢٠١٥، ١٢).

كما عرّف (Vickery, ٢٠١٤, ١) الأصول غير الملموسة بأنها موجودات غير مادية (غير ملموسة)، تتمثل في العلامة التجارية، والامتيازات، وبراءة الاختراع، والملكية الفكرية، وحقوق النشر، والتي تمنح المنظمة القدرة على تحقيق المنافع الاقتصادية، والميزة التنافسية.

كما أوضح (Eustace et al., 2016, Para. ٤) أن الأصول غير الملموسة عبارة عن الموجودات التي تتمثل في حقوق الملكية التي يمكن شراؤها، أو بيعها، أو تخزينها، أو توزيعها، مثل: التراخيص، الامتيازات، براءات الاختراع، حقوق التأليف، العلامات التجارية، الأسرار التجارية.

وتوضح القراءة المتأنية للتعريفات السابقة تركيز كل منها على بعض الجوانب دون غيرها، غير أن معظمها يرى أن الأصول غير الملموسة عبارة عن ثروة حقيقية غير ملموسة، لا تُقدّر بثمن، وتنبثق منها كافة المعارف والإبداعات التي تفضي إلى تعظيم قيمة المؤسسة والارتقاء بأدائها.

ومن الأمور التي تؤكد أهمية الأصول غير الملموسة ما يلي (الشيبوي، ٢٠١٤، ٨٣):

- ١- تعد الأصول غير الملموسة من أهم مصادر الثروة في المؤسسات الحديثة، فهي أصول معرفية غير ملموسة تتضمن كافة المعارف والإبداعات الفكرية.

- ٢- تتجه معظم المؤسسات نحو تعظيم دور الأصول غير الملموسة، والحفاظ عليها، وبنائها، وتكوينها، ثم استثمارها بالشكل الصحيح لتعزيز موقفها التنافسي.
 - ٣- تعد الأصول غير الملموسة أكثر الموجودات قيمة في المؤسسات المعاصرة، فهي لم تعد تعتمد حصرا على الموجودات المادية.
 - ٤- تمثل الأصول غير الملموسة مصدرًا مهما لقوة أي منظمة، نظرا لاعتمادها على مفكرتها وعلمائها ومخترعها لتوليد أفكار وسلع ومخترعات جديدة.
 - ٥- تسهم الأصول غير الملموسة في إحداث تغييرات جذرية في المؤسسة تساعد على مواكبة متطلبات التطورات المتسارعة في البيئة الخارجية من حولها.
- ويرى (Johanson, ٢٠١١, ٤١٠) أن أهمية الأصول غير الملموسة تتضح من قدرتها على:

- ١- منح المؤسسة قدرات، وكفايات محورية تسهم في نجاحها.
 - ٢- مساعدة إدارة المؤسسة على خلق خيارات استراتيجية، من خلال استغلالها استغلالا جيدا في ضوء طبيعة الفرص، والبيئة الخارجية.
 - ٣- مساعدة إدارة المؤسسة على تحديد نقاط القوة والضعف فيما تمتلكه من أصول غير الملموسة، والاطلاع عليها، وذلك من خلال تحديدها بجودة ودقة عالية، وهو ما يمنح المؤسسة القدرة على صنع الخيارات الاستراتيجية الصحيحة.
- ٢- تصنيف الأصول غير الملموسة وخصائصها:
- يكاد لا يوجد اتفاق بين الباحثين على إيجاد تصنيف موحد للأصول غير الملموسة، فعلى سبيل المثال يرى (نجم، ٢٠١٠، ٢٩) أن الأصول غير الملموسة تنقسم إلى الفئات الآتية:
- ١- الأصول غير الملموسة الثابتة: وتتمثل في حقوق الملكية الفكرية التي تتمتع بالحماية القانونية والاعتراف المالي المحاسبي لأنها ذات قيمة عند تسجيلها، ومنها: حقوق المؤلف، براءة الاختراع، العلامة التجارية، شهرة المؤسسة.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

٢- الأصول غير الملموسة المتغيرة: وتتمثل في الأصول غير الملموسة المتغيرة، والتي لا تتمتع بالحماية القانونية ولا بالاعتراف المالي المحاسبي، رغم أنها أصبحت ذات قيمة حقيقية، ولها دلالات متزايدة من الاعتراف، ومنها رأس المال البشري، ولاء المستفيد، قيمة المستفيد، وغيرها.

ووفقاً لمعايير مجلس المعايير المحاسبية المالية الدولية FASB No ١١٤.

تصنف الأصول غير الملموسة إلى (Smith & Parr, ٢٠١٥, ١١٤):

- ١- الأصول غير الملموسة ذات الصلة بالسوق: كالعلامة التجارية، الاسم التجاري.
 - ٢- الأصول غير الملموسة ذات الصلة بالمستفيد: كعقود المستفيدين، وتلبية احتياجاتهم، والعلاقات معهم.
 - ٣- الأصول غير الملموسة ذات الصلة بالجوانب الإبداعية: كالأعمال الفنية والأدبية.
 - ٤- الأصول غير الملموسة ذات الصلة بحقوق الترخيص والاستخدام والخدمة والامتياز والاتفاق والتشغيل.
 - ٥- الأصول غير الملموسة ذات الصلة بالتقنية الحديثة: مثل: البرمجيات وبراءات الاختراع وقواعد البيانات.
- ويرى (نجم، ٢٠١٠، ٨٤-٨٥) أن إدارة الأصول غير الملموسة تتسم بالخصائص الآتية:
- ١- أنها عملية منهجية منظمة: فهي تتطلب من المؤسسة مجموعة خطوات لكي تكون جزءاً من استراتيجية المؤسسة وسياساتها.
 - ٢- أنها تتطلب رؤية الأصول غير الملموسة: وهذه الرؤية هي التي تلهم الجميع في المؤسسة اتجاهها جديداً في التعامل مع الأصول غير الملموسة، واستنباط القيمة، وتحقيق الميزة التنافسية من خلالها.
 - ٣- تحديد هيكله أصول غير الملموسة المؤسسة وترتيبها حسب أهميتها وتشغيلها: فلا يكفي امتلاك المؤسسة لقائمة مطولة من الأصول غير الملموسة، وإنما يجب ترتيب الأهمية النسبية لهذه الأصول غير الملموسة في الأداء الكلي للمؤسسة، ثم

الأهمية النسبية للأصول غير الملموسة في كل وظيفة أو عملية أو منتج من أجل ترشيد التعامل مع الأصول غير الملموسة في المؤسسة بوصفها من محركات القيمة الأساسية فيها.

٤- تطوير الأصول غير الملموسة: يمكن تطوير الأصول غير الملموسة من خلال الاستثمار فيها، كالتدريب أو التراخيص أو حملات العلاقات العامة أو اجتذاب الأفراد المهنيين المحترفين والمتميزين.

٥- التوافق مع الاستراتيجية: تحتاج المؤسسة للتغيير، غير أنه لا بد من إعادة تصميم استراتيجية المؤسسة بما يجعلها مرشدا فعالا لعمليات المؤسسة ومجالاتها بدون تشتيت غير مبرر.

٣- نماذج إدارة الأصول غير الملموسة، ومداخلها:

من أمثلة هذه النماذج ما يلي:

١- النموذج الحلزوني **The spiral Model**:

تتكون إدارة الأصول غير الملموسة وفق هذا النموذج من عدة مراحل متفاعلة على النحو الآتي (نجم، ٢٠١٠، ٨٥-٨٨)

➤ مرحلة التساؤل والإشكالية: في هذه المرحلة تتم محاولة إجابة السؤالين الآتيين: لماذا الأصول غير الملموسة؟ حيث أكدت العديد من الدراسات على أهمية الموارد اللاملموسة في تحقيق القدرة التنافسية والنمو الاقتصادي. أما السؤال الثاني فيتمثل في: ماذا نقيس؟ حيث تتعلق تلك المرحلة بإثارة الاهتمام بالأصول غير الملموسة، وتحديد العوامل المحركة والمساهمة التي تمثلها.

➤ مرحلة النموذج من أجل الفهم: يدور جوهر هذه المرحلة حول إجابة السؤال عن كيف (How) وهي تتعلق بالنظريات، النماذج، المعتقدات التي يمكن استخدامها من أجل فهم دور الأصول غير الملموسة ضمن المؤسسة وخارجها.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

➤ مرحلة قياس أداء المؤسسة: يتم في هذه المرحلة الانتقال من العمليات التي تُستخدم فيها الأصول غير الملموسة إلى الأداء الكلي للمؤسسة، ومن مؤشرات القيمة إلى قيمة رأس المال الفكري، وذلك باستخدام مؤشر الأداء الكلي Overall Performance Index.

➤ مرحلة الإدارة: يتطلب تحقيق الأداء الكلي للمؤسسة إدارة عملياتها بفاعلية، وهو ما لا يتم إلا من خلال بناء هيكلية كلية تستخدم فيها الأصول غير الملموسة الأكثر حرجا في المؤسسة، فالمؤسسات التنافسية الحقيقية هي التي تتميز بالاتساق الكلي بين جميع الموارد اللاملموسة. وتقتضي هذه المرحلة تعبئة رأس المال البشري لتحقيق الأداء بعيد المدى، ووحدة استراتيجية المؤسسة (استخدام جميع الموارد اللاملموسة وفق إستراتيجية واحدة للمؤسسة)، وجاذبية هوية المؤسسة، والمواصفات القطاعية.

٢- نموذج المعايير غير الملموسة الدولية IIS 2001:

يُنسب هذا النموذج إلى كين ستاندفورد Ken Standford رئيس معهد معايير إدارة الأصول غير الملموسة Intangible Management Standards Institute، ويقترح هذا النموذج ثلاثة مستويات لإدارة الأصول غير الملموسة، يمكن توضيحها على النحو الآتي (Standfield, 2012, 8-9):

➤ موارد المستوى الأول: وتتمثل في حقوق الملكية القانونية (IIS2001.D)، وهي حقوق كينونة مملوكة تتميز بكونها محددة ومنفصلة، كالبراءة، وحقوق المؤلف، كما تتمتع بالحماية القانونية والرقابة.

➤ موارد المستوى الثاني: وهي موارد تمثل الأصول غير الملموسة القانونية التي تعد بمثابة حقوق الملكية التي تؤدي بالقانون أو بالاتفاقات الوطنية والدولية. وتعترف الإدارة التقليدية بالأصول غير الملموسة القانونية كأصول لا ملموسة. لقد توسع مفهوم الأصول غير الملموسة القانونية بشكل نظامي، وشمل عدة فئات، هي:

النفقات اللاملموسة، الخصوم اللاملموسة، العوائد اللاملموسة، ورأس المال اللاملموس.

➤ موارد المستوى الثالث: تمثل موارد هذا المستوى الأصول غير الملموسة التنافسية، التي تعد كمورد يتم من خلاله إنشاء الأصول غير الملموسة القانونية (موارد المستوى الثاني)، والمحافظة عليها، وشراؤها أو تطويرها عبر الوقت. وثمة مجموعة من المبادئ والقوانين الخاصة بالأصول غير الملموسة تسهم في فهم هذه الأصول وإدارتها وفقا لهذا النموذج، وهي (Standfield, 2015, 73-74; Standfield, 2012, 9-11):

- يؤدي الأداء اللاملموس إلى الأداء المالي: حيث تتميز عملية إنشاء القيمة الجوهرية بأنها لاملموسة بطبيعتها، وعند التنفيذ يتم قياس مجموعة من الصفقات المالية وغير المالية.
- لا تعكس سجلات أو قوائم الإدارة التقليدية الصفقات اللاملموسة السلبية أو الأداء اللاملموس السالب: حيث يؤدي تقديم الخدمة الرديئة إلى فقدان المستفيدين والمبيعات.
- تظهر الصفقات المالية الحالية والمستقبلية حسب الجودة المجمعدة للتصورات والتوقعات من كل الأصول غير الملموسة ذات العلاقة بهذه الصفقات متسقة مع أصول غير الملموسة المؤسسة.
- تظهر الصفقات المالية الحالية أكبر من التكلفة المتصورة للاستثمار اللاملموس، لذا تظهر الأصول غير الملموسة كأصول.

في ضوء ما سبق، تتضح أهمية التزام جامعة سوهاج باتباع نموذج محدد في إدارة أصولها غير الملموسة، بما يمكنها من تحسين عملياتها الإدارية، وزيادة قدراتها التنافسية. وتتعدد مزايا كل نموذج من النموذجيين السابقين، حيث يسهم النموذج الحلزوني في الكشف عن دور الأصول غير الملموسة في زيادة قدرة الجامعة على

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

تحقيق الميزة التنافسية والنمو الاقتصادي، وإثارة الاهتمام بهذه الأصول، وتحديد العوامل المحركة والمساهمة التي تمثلها؛ بالإضافة إلى الكشف عن النظريات، والنماذج، والمعتقدات التي يمكن استخدامها من أجل فهم دور الأصول غير الملموسة ضمن الجامعة وخارجها، وزيادة الاهتمام بالأداء الكلي للجامعة، وبناء هيكلية كلية تستخدم فيها الأصول غير الملموسة الأكثر حرجا في الجامعة. أما نموذج المعايير اللاملموسة الدولية فيركز على حقوق الملكية القانونية، والأصول غير الملموسة القانونية، والأصول غير الملموسة التنافسية داخل الجامعة.

أما عن مداخل إدارة الأصول غير الملموسة فيشير (Bounfour, 2013, 78) إلى أن هناك العديد من المداخل الخاصة بإدارة الأصول غير الملموسة تتمثل في الآتي:

- 1- مدخل (كل شيء لا ملموس)، ويقوم على تأكيد أن كل شيء في المؤسسة يميل لأن يصبح غير ملموس.
- 2- المدخل التحليلي، والذي يركز على مكونات الأصول غير الملموسة، حيث تم تحديد مجالات الاستثمار في الأصول غير الملموسة في خمس مجموعات، وهي: الاستثمار في التكنولوجيا، واستثمارات التمكين، وتنظيم السوق واستغلاله، والبرمجيات، وأنظمة المعلومات.
- 3- مدخل الخدمات، والذي يركز - عند تحليل الأصول غير الملموسة - على أنشطة الخدمات الموردة، وتعد هذه الخدمات نوع من أنواع الأنشطة ذات علاقة بالعملية الابتكارية.
- 4- المدخل الاستراتيجي، والذي يركز على دور الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية.
- 5- المدخل الوظيفي، والذي يركز على عملية تخصيص الموارد على المستوى الوظيفي، سواء كانت وظائف القيمة أم وظائف الموارد.

٦- مدخل رأس المال الفكري، والذي ظهر في منتصف تسعينيات القرن الماضي مع تزايد الاهتمام بإدارة المعرفة، وإدارة رأس المال الفكري الذي يضم رأس المال الهيكلي، ورأس المال البشري، ورأس المال المرتبط بالعملاء. يتضح من خلال عرض هذه المداخل تعددها وتناولها للعديد من الأصول والموارد غير الملموسة التي تمتلكها المنظمات، لاسيما مؤسسات التعليم الجامعي. حيث تركز هذه المداخل على مكونات الأصول غير الملموسة، المتمثلة في: الاستثمار في التكنولوجيا، واستثمارات التمكين، وتنظيم السوق واستغلاله، والبرمجيات، وأنظمة المعلومات، بالإضافة إلى أنشطة الخدمات الابتكارية، ودور الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية؛ كما تركز على عملية تخصيص الموارد على المستوى الوظيفي، سواء كانت وظائف القيمة أم وظائف الموارد، بالإضافة إلى اهتمامها برأس المال الهيكلي، ورأس المال البشري، ورأس المال المرتبط بالعملاء. وهو ما يحتم على جامعة سوهاج ضرورة الاهتمام بكافة هذه الجوانب، وإدارتها بشكل فعال، حتى تتمكن من البقاء، وتحقيق الميزة التنافسية المطلوبة.

٤- أبعاد إدارة الأصول غير الملموسة:

هناك اتفاق بين مجموعة من الباحثين على أن مكونات الأصول غير الملموسة تتمثل في الآتي: (يوسف، ٢٠١٥، ٢٥؛ كموه، ٢٠١٣، ٥٨؛ كردي، ٢٠١٠، ٤٥؛ الزعبي، ٢٠١١، ٢؛ حسن، ٢٠٠٥، ٣٧٦؛ Mertins & Helsing, 2011, 65; Michel & Nouri, 2017, 155; Anderiessen, 2011, 207; Smith & Parr, ٢٠١٥, ١١٤-١١٥):

١- إدارة المعرفة **Knowledge Management**:

يشير مصطلح المعرفة إلى الأشياء الضمنية أو الظاهرية التي يستحضرها الأفراد لاتخاذ قرارات صائبة أو لأداء أعمالهم بإتقان (الكبيسي، ٢٠١٢، ٤٨). وترى (الجومرد، ٢٠١١، ١٩٥) أنها القدرة على استخدام التقنيات لربط أجزاء لا تحصى من

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية
المعلومات بأسلوب مفيد. ويعرفها (Kidwell, 2010, 28) بأنها مستوى يفوق البيانات والمعلومات، وأكثر ارتباطاً بالتصورات والخبرات والمهارات التي يمتلكها العنصر البشري. ويرى (محبوب، 2012، 20) أن المعرفة عبارة عن مجموعة معانٍ وتصورات ذهنية ومفاهيم ومعتقدات تفيد في إجابة تساؤلات الفرد وإشباع طموحاته وتحقيق إبداعاته لما يود معرفته. وفي هذا الصدد يشير (Nichols, 2020, 10) إلى وجود ثلاثة معانٍ للمعرفة على النحو الآتي:

- مجموعة من المعارف والحقائق التي يتم من خلالها تمييز المبادئ والسبل.
- إنها طاقة للنزوع نحو فعل معين.
- مصطلح يُستخدم للتنسيق وتراكم الحقائق.

أما إدارة المعرفة فتعرف بأنها: تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق وتوليف لمعرفة الأصول المرتبطة برأس المال الفكري، والعمليات والقدرات والإمكانات الشخصية والتنظيمية، بحيث يجري تحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الإيجابي في نتائج الميزة التنافسية، وتتضمن إدارة المعرفة تحقيق عملية الإدامة للمعرفة ولرأس المال الفكري، واستغلالها واستثمارها ونشرها، كما أن إدارة المعرفة يجب أن تؤدي إلى توفير التسهيلات اللازمة لتحقيق مضامين هذه الإدارة (محمد، 2015، 29).

٢- إدارة الابتكارات **Innovations Management**:

يقصد بالابتكار البصمة الشخصية للمؤلف على مصنّفه، والتي تتيح نسبة المصنّف إلى مؤلفه (Landes, and Posner, 2014, 327)، ومن ثم، فالشرط الرئيس لحماية حق المؤلف هو أن يكون له مصنّف مبتكر. وقد أشارت المادة (2/10) من اتفاقية التريبس (TRIPS) بصورة صريحة إلى عنصر الابتكار فيما يتعلق بحماية برامج الحاسب الآلي وتجميع البيانات، حيث نصت على أنه "تتمتع بالحماية البيانات المجمعة أو المواد الأخرى سواء كانت في شكل مقروء آلياً، أو في شكل آخر إذا كانت تشكل خلقاً

فكريا نتيجة انتقاء أو ترتيب محتوياتها" (World Trade Organization, 1994,)

Article 2/10

٣- إدارة براءة الاختراع **Patent Management**:

تشير البراءة إلى ذلك الحق الحصري الذي يمنح للأفراد نظير اختراع بصفة عامة. ويتم بموجب براءة اختراع منح صاحب البراءة الحق في تقرير طريقة استخدام الاختراع من قبل الآخرين. وفي مقابل هذا الحق يتيح مالك البراءة للجمهور كافة المعلومات التقنية حول الاختراع في وثيقة البراءة المنشورة لمدة تكون في المتوسط حوالي عشرين عاما (الحميلي، ٢٠١٧، ٤).

وتعد براءة الاختراع وثيقة رسمية تصدر من جهة رسمية مخولة، تُعطي صاحب البراءة حق الاحتكار لمدة زمنية معينة في استخدام اختراعه وتطبيقه، وتوفر هذه البراءة لصاحب الاختراع الحماية القانونية من الاستخدام غير المرخص من قبل الآخرين، كما تسمح في الوقت نفسه للمخترع أن يحافظ على أفكاره الجديدة من الاستخدام التجاري من قبل الآخرين دون موافقته، إذ تمتد مدة الحماية الممنوحة في المتوسط من (١٠ - ٢٠ عاما) (Elise & Stim, ٢٠١٣, ٢٢٦).

ويؤكد (Renzuli & Reis, ٢٠١٤, ٣٩) وجود ثلاثة أنواع من براءات الاختراع وفقا لتصنيف مكتب البراءة والعلامة التجارية الأمريكي **United States Patent and Trademark Office**، وهي:

● براءة التصميم: **Design Patent**

يجب أن يتسم تصميم الاختراع بالجدة والأصالة، مع إتقان وتحسين تصميم شكل المادة.

● براءة المنفعة: **Utility Patent**

وتعني ضرورة أن تقدم البراءات والإبداعات إفادة جديدة، والتي تلائم على الأقل واحدا من أربع فئات: العملية، الآلة، تركيب المادة، تحسين الفكرة الحالية.

● براءة المنظمة: **Organization Patent**

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

تُمنح البراءات لأي منظمة، وهي من المؤشرات الرئيسية لتقييم مستوى الإبداع في الدول، ويحصل الإبداع الحقيقي على اعتراف رسمي عبارة عن منحه براءة ابتكار تعطيه الحق الحصري في استخدامه لمدة زمنية معينة.

٤- إدارة حقوق التأليف والنشر **Copyright Management**

يعد حق المؤلف مصطلحا قانونيا يصف الحقوق التي يتمتع بها المبدعون فيما يتعلق بمصنفاتهم الأدبية والفنية. وتتنوع الأعمال التي تتضمنها حقوق التأليف والنشر، مثل: والموسيقى، والكتب، والأفلام، واللوحات، والنحت، والإعلانات، وبرامج الحاسب الآلي، وقواعد البيانات، والرسومات الفنية، والخرائط، ويكون مداها - في الغالب - هو حياة المؤلف بالإضافة إلى ٦٠ عاما، وهذا يتوقف - بالطبع - على نوع المؤلف (الحملي، ٢٠١٧، ٤). ويُعرّف النشر بأنه عملية إعداد وتصنيع وتسويق الكتب والمجلات وأي مطبوعات أخرى. كما يُعرّف النشر - عامة - بأنه إنتاج الرسائل الفكرية للإنسان على أوعية خارجية قابلة للتداول بين الناس، وبأشكال متعددة مثل: الكتب والدوريات والمصغرات الفيلمية، والمواد السمعية والبصرية. أما الناشر أو دار النشر فيعرّف بأنه مؤسسة أو شخص يتولى مهمة إصدار وطبع وتوزيع الكتب أو المجلات، كما أنه يتحمل مسؤولية التمويل إلى جانب مخاطر النشر (رشاد، ٢٠١٥، ٥٥).

ويعد حق التأليف والنشر حقا حصريا لإعادة إنتاج أو بيع أعمال فنية أو أعمال منشورة، وتتمثل تكلفته بالاختناء والحماية والتكاليف القضائية إن وجدت، أما عمرها القانوني فهو طول عمر صاحبها (الخماسة، ٢٠١٨، ٢١).

وتؤكد العديد من المواثيق الدولية على حقوق التأليف والنشر، حيث تنص المادة (٢٧) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على حق كل شخص في المشاركة الحرة في حياة المجتمع الثقافية، وفي الاستمتاع بالفنون، والإسهام في التقدم العلمي وفي الفوائد التي تنجم عنه، بالإضافة إلى الحق في حماية المصالح المعنوية والمادية المترتبة على أي إنتاج علمي أو أدبي أو فني من صنعه (الأمم المتحدة، ١٩٤٨، المادة ٢٧). كما يدعو

ميثاق الحقوق الأساسية للاتحاد الأوروبي على وجه التحديد إلى حماية الملكية الفكرية في إطار التشريع العام للملكية (المادة ١٧، الفقرة ٢). ويلزم الحق في الملكية الدول باحترام قوانين حقوق التأليف والنشر التي تعتمدها (European Court of Human Rights, ٢٠٠٨, ٩).

٥- إدارة تكنولوجيا المعلومات **Information Technology Management**

عرفت منظمة اليونسكو (UNESCO) تكنولوجيا المعلومات بأنها "مجموعة المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول ومعالجة المعلومات وتطبيقاتها" (الرويلي، ٢٠١٤، ٣٤).

ويعرفها الجاسم (٢٠١٥، ١٢٤) بأنها الأجهزة والمعدات والأدوات والأساليب التي يمكن للأفراد استخدامها من أجل للحصول على المعلومات بجميع أشكالها، بالإضافة إلى معالجة تلك المعلومات من حيث تسجيلها وترتيبها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها وعرضها ونسخها وبثها وتوصيلها في الوقت والزمن المناسبين للراغبين. كما يقصد بتكنولوجيا المعلومات تلك التقنيات والأدوات التي تستخدم من قبل نظم المعلومات لتنفيذ الأعمال الحاسوبية باختلاف أنواعها وتطبيقاتها (ياسين، ٢٠١٨). ويرى العرود وشكر (٢٠١٩، ٤٤٧) أن تكنولوجيا المعلومات تمثل القاعدة الأساسية التي تبني في ضوءها المؤسسات ميزتها التنافسية.

في ضوء العرض السابق يتضح أن إدارة الأصول غير الملموسة في الجامعات، عبارة عن مجموعة من العمليات الإدارية التي تمارسها الجامعة في مجال التخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة للموارد البشرية، والمعرفية، والمعلوماتية، والتقنية، والإبداعات، وبراءات الاختراع، والملكية الفكرية، والامتيازات، والعلامات التجارية، ورأس المال الفكري، وتؤدي إلى تحويل هذه الموارد إلى خدمات تربوية وتعليمية تتاح بشكل فاعل وكفؤ محققة أهداف الجامعة التي تمت صياغتها مسبقا. وهي عملية تمنح الجامعة القدرة على تحقيق المنافع الاقتصادية، والميزة التنافسية. وتعد الأصول غير

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

الملموسة من أهم الأصول والموارد التي تمتلكها الجامعة، فهي من أهم مصادر ثروتها، والتي تعمل على تعزيز موقفها التنافسي، وهي مصدر مهم لقوتها، نظرا لاعتمادها على مفكرها وعلمائها ومخترعها لتوليد أفكار وخدمات ومخترعات جديدة تساعدها على مواكبة متطلبات التطورات المتسارعة في البيئة الخارجية من حولها، كما تمنح تلك الأصول الجامعة قدرات، وكفايات محورية تسهم في نجاحها.

ثانياً: الميزة التنافسية للجامعات: **The University Competitive Advantage:**

١- مفهوم الميزة التنافسية للجامعات وخصائصها:

يرى جارفينكل (Garfinkle, 2020, 45) أن الميزة التنافسية تعني القدرة على البقاء في طليعة المنافسة الحالية أو المحتملة، وذلك من خلال التحسين المستمر في القدرات التنافسية للمؤسسة، وبشكل يمكنها من التفوق على منافسيها. ويشير مصطلح الميزة التنافسية للجامعات عند (شليبي، 2018، 43) إلى قدرة الجامعة على توفير الخدمات التعليمية والبحثية والمجتمعية بمستوى جودة عال يسهم في إكساب خريجها وأعضاء هيئتها التدريسية مزايا تنافسية في سوق العمل؛ ويكون سببا في زيادة معدلات الالتحاق بها، ويضعها في مصاف الجامعات العالمية. ويرى عيداروس (2015، 89) أن الميزة التنافسية للجامعات المصرية عبارة عن أطر تنافسية تمكن الجامعات من تجويد فعاليتها المؤسسية بشكل أمثل، بما يحقق تميزها عن نظرائها من خلال تبنيها لاستراتيجيات وسياسات ابتكارية تمكنها من استقطاب الكفاءات من الهيئات التدريسية والطلابية والإدارية ووطنيا ودوليا. كما عرّف الإبراهيم (2009، 12) الميزة التنافسية للجامعات بأنها قدرة النظام الجامعي على توفير خدمات تعليمية وبحثية بجودة عالية، وهو ما ينعكس إيجابا على مستوى الخريجين وأعضاء هيئة التدريس، مما يكسبهم قدرات ومزايا تنافسية في سوق العمل، ويعكس - في نفس الوقت - ثقة المجتمع في هذا النظام؛ ومن ثم التعاون معه، وزيادة نسبة الالتحاق به.

وتتسم الميزة التنافسية للجامعات بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن مثيلاتها في المؤسسات الأخرى، لعل أهمها ما يلي (أبوسعدة، ٢٠١٤، ٨٤؛ الحارثي، ٢٠١٩، ١٤٤):

- الميزة التنافسية نسبية، أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة، تبنى على أساس الاختلاف وليس على أساس التشابه، وتدوم لفترة طويلة عندما يتم تطويرها أو تجديدها، كما يصعب على المنافسين تقليدها، وتؤدي إلى تحقيق الأفضلية والتفوق على المنافسين.
- يتناسب استخدام الميزات التنافسية مع أهداف الجامعة والنتائج التي تسعى إلى تحقيقها على المدى القريب والبعيد.
- تلبى رغبات المستفيد وحاجاته، وتوفر الانسجام الفريد بين موارد الجامعة والفرص الموجودة في البيئة الخارجية.
- تعتمد على الشمولية والتكامل، فالمنافسة بين الجامعات لا تعتمد على وظيفة واحدة من وظائف الجامعة بل تتسع لتشمل كل وظائف الجامعة دون أن تغطي واحدة على الأخرى، وهو ما يمكنها من التفوق على منافسيها.
- متغيرة، وهو ما يحتم على الجامعة القيام بمحاولات مستمرة للحفاظ على مكانتها التنافسية بين نظرائها، فلا يعني تميز الجامعة في الماضي بقاءها بالضرورة على هذا التميز ما لم تلتزم بتطوير نفسها بصورة دائمة.
- تتبع من داخل الجامعة، وتحقق قيمة لها، وتنعكس في كفاءة أداء الجامعة لأنشطتها أو في قيمة ما يقدم للمستفيدين.
- قابلة للتحسين والتطوير المستمر.
- متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة، وقدرات وموارد المنظمة الداخلية من جهة أخرى.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- مرنة، حيث يمكن إحلال مميزات تنافسية مكان أخرى بسهولة ويسر.
 - واقعية، يمكن أن تطبق على أرض الواقع، وتخدم مستخدمي الجامعة، وتحقق لهم الرضا.
- ٢- أهداف تحقيق الميزة التنافسية بالجامعات وأهميتها:
- تهدف مؤسسات التعليم الجامعي - عندما تقوم ببناء الميزة التنافسية - لتحقيق عدة أهداف، من أهمها: (إبراهيم، ٢٠١٠، ٢٤٤):
- الوقوف على المهارات المطلوبة من مخرجات الجامعة، والتي يحتاجها سوق العمل المحلي والإقليمي والعالمي.
 - تحسين المركز التنافسي للجامعة بين نظرائها.
 - تشجيع نشر البحوث المتميزة في مجالات علمية عالمية، وفي أوعية نشر مرموقة.
 - تشجيع التعاون بين الجامعة والهيئات العلمية الدولية في مجال تبادل أعضاء هيئة التدريس، والمنح الدراسية والبحثية، وغيرها من المجالات ذات العلاقة.
 - توفير فرص تسويقية جديدة، والدخول في مجالات تنافسية غير معتادة، كالتعامل مع نوعية جديدة من المستخدمين، أو إنتاج نوعيات جديدة من الخدمات.
 - وضع رؤية مستقبلية جديدة لأهداف الجامعة، وللفرص الكبيرة التي ترغب في استغلالها.
- وتستهدف الميزة التنافسية للجامعات إيجاد نظام يمتلك ميزة أو ميزات فريدة تمكنها من التفوق على منافسيها، من خلال قيمة الخريج الكفاء، وبأسلوب مستدام يمكن الإبقاء عليه باستمرار وعرضه أو تقديمه بشكل أفضل من الآخرين (الغزاوي والجرجري، ٢٠١٠، ١٢). ويمكن توضيح أهمية الميزة التنافسية للجامعات في النقاط الآتية (الغالبى وإدريس، ٢٠١١، ٥٥) و(فتشش، ٢٠١٤، ٤٧) و(الصالح، ٢٠١٢، ٩٣):

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

- تخلق قيمة للمستفيدين من خدمات الجامعة تلبي احتياجاتهم وتضمن ولاءهم، وتدعم سمعة الجامعة وصورتها في أذهانهم.
 - تحقق التميز الاستراتيجي للجامعة عن منافسيها في الخدمات المقدمة إلى المستفيدين، مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المنتهجة في ظل بيئة شديدة التنافسية.
 - تحقيق حصة سوقية للجامعة تمكنها من البقاء والمنافسة.
 - تمكن الجامعة من متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد، حيث إن الميزات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد.
 - تساعد الجامعة على الدخول في مجال تنافسي جديد، مثل: افتتاح فروع جديدة، أو التعامل من نوعية جديدة من المستفيدين، أو إنتاج نوعية جديدة من الخدمات.
 - تؤدي إلى تكوين الجامعة لرؤية مستقبلية جديدة لأهدافها، وللفرص الكبيرة التي ترغب في استثمارها والاستفادة منها.
- ٣- أبعاد الميزة التنافسية للجامعات:

توجد مجموعة من الأبعاد للميزة التنافسية يمكن الاعتماد عليها في قياس مدى تحقق الميزة التنافسية داخل الجامعات. وقد اتفق مجموعة من الباحثين على أن هذه الأبعاد تتضمن (النايف، ٢٠١٣؛ مزهر، ٢٠٠٩؛ الموسوي، ٢٠٠٨؛ العزاوي والجرجري، ٢٠١٠؛ Russell & Taylor, ٢٠٠٨):

- ١- الكلفة **The Cost**: لا يهم أن تقدم المؤسسة خدماتها بكلفة أقل فحسب، بل أن تكون الكلفة ذات علاقة بالجودة، وهو ما يتطلب من الجامعة السعي للعمل بتكاليف منخفضة، مع القدرة على تقديم خدماتها بأعلى مستوى (النايف، ٢٠١٣، ١٠٩).
- ٢- الجودة **Quality**: تعد الجودة من أهم المطالب التي تحتاجها الجامعات للنجاح وتحقيق أهدافها بجودة وفاعلية كبيرة. وتشير الجودة إلى مدى ملاءمة خصائص

تصميم المنتج أو الخدمة لوظيفة الاستخدام. وقسم (الموسوي، ٢٠٠٨، ٣٩) الجودة إلى ثلاثة أبعاد هي:

- جودة التصميم: أي مدى ملاءمة المواصفات الخاصة بالمنتج أو الخدمة لرغبات المستفيد.
- جودة المطابقة: أي درجة مطابقة المنتج أو الخدمة النهائية لمواصفات التصميم.
- جودة الخدمة: يجب أن تكون جودة الخدمة متوافقة مع رغبات المستفيدين وحاجاتهم للمنفعة التي سيحصلون عليها من المنتج أو الخدمة.

٣- المرونة **Flexibility**: تعد المرونة من أهم الأبعاد التنافسية، لاسيما بعد زيادة رغبات المستفيدين في التغيير والتنوع، وحاجاتهم لوسائل الإشباع. ويقصد بالمرونة قدرة العمليات على التغيير من منتج إلى آخر أو من خدمة إلى أخرى أو من زبون إلى آخر بأقل تكلفة أو تأثير، فالمرونة تتضمن القدرة على تقديم تشكيلة واسعة من المنتجات أو الخدمات الجديدة بشكل دائم (العزاوي والجرجري، ٢٠١٠، ١٤). وبالتالي، فالجامعات في حاجة إلى امتلاك القدرة على التغيير والاستجابة بأقل جهد ووقت وكلفة، والسعي إلى تعديل وتغيير خططها وإستراتيجياتها وفقا لمتطلبات المجتمعين المحلي والعالمي، وبما يتلاءم مع الظروف البيئية الداخلية والخارجية. وتشير المرونة إلى قدرة المنظمة على مسابرة التغيير في التصميم والنتيجة عن تفضيلات المستفيدين والتطورات التكنولوجية (مرونة المنتجات)، أو إلى القدرة على تغيير حجم الإنتاج أو الخدمة زيادة أو نقصاً لمتابعة التغييرات في مستوى الطلب (مرونة الحجم).

٤- الإبداع **Innovation**: يقصد بالإبداع: ابتكار الشيء على غير مثيل سابق، كما يعد الإبداع والابتكار ضرورة من الضرورات الأساسية في إدارة الجامعات. كما يشير الإبداع إلى العملية أو النشاط الذهني الذي يقوم به الفرد، وينتج عنه شيء جديد. وتتضح أهمية الإبداع للجامعات في قدرته على (الموسوي، ٢٠٠٩، ٢٠):

- مواجهة المنافسة المتزايدة في الحصول على عوامل الإنتاج، وتقديم الخدمات.
- تقليل حوادث العمل، وسلامة بيئة العمل.
- اكتشاف بدائل جديدة لمعالجة المشكلات.
- تطوير طرق وأساليب الإنتاج والخدمات.
- تحسين إنتاجية الجامعة من خلال تحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء وتحقيق الأهداف.

٥- سرعة الاستجابة **Responsiveness**:

تعكس سرعة الاستجابة الدرجة التي يمكن أن تتخذ فيها المؤسسة إجراءً فورياً عند نقطة معينة (Abu-Radi, ٢٠١٣, ٣٦). ويؤكد (الشماع، ١٩٩١، ١٤٢) كما تؤدي سرعة الاستجابة إلى جعل المؤسسة في حالة حركة مستمرة. ومن ثم، يقع على كاهل الإدارة مسؤولية توجيه الأفراد لأداء واجباتهم ومهامهم بأسلوب أفضل، لأن ذلك يؤدي بالمؤسسة إلى تحقيق الكفاءة والفاعلية وسرعة الاستجابة للمتغير المحيط بها. ويشير (Russell & Taylor, ٢٠٠٨, ١٠٢) إلى أن سرعة الاستجابة تعد مصدراً جديداً من مصادر الميزة التنافسية فالكثير من المؤسسات الكبيرة تتنافس في الغالب على أساس السرعة، وهو ما يتطلب تحركاً سريعاً من المؤسسة، بالإضافة إلى تفويض عملية اتخاذ القرار إلى المستويات الأدنى، وإنجاز العمل من قبل فرق متنوعة المهارات.

٤- مبررات التوجه لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات المصرية، ومعوقاته:

من أهم المبررات التي تحتم على الجامعات المصرية الاهتمام بالميزة التنافسية ما يلي:

- أصبحت الجامعات إحدى أهم منظمات الأعمال، وهو ما يفرض عليها الاعتماد على الميزة التنافسية كميّار للنجاح وبلوغ الأهداف المنشودة؛ ومن ثم يجب على تلك الجامعات توفير مناخ تنظيمي ملائم وبيئة تفاعلية تسهم في ربط

المعارف ونقلها بشكل يسهم في تنمية الإبداع وتطوير الجامعة ككيان تفاعلي (الصالح، ٢٠١٢ ب، ٨٣).

- أدي انتشار ظاهرة العولمة إلى نشأة بيئة تنافسية عالمية، تحتم على الجامعات الاستمرار والتنوع في تقديم البرامج والأساليب المتطورة، وتنظيم برامج للتعليم المفتوح، وإتاحة المجال أمام الجامعات الأجنبية، وبرامج التعليم العالي العابر للثقافات (زيتون، ٢٠٠٨، ١٠١).

- تمتلك الجامعة - كمنظمات معرفية علمية - العديد من الكفاءات والموارد والخبرات والمهارات. وفي حالة عدم قدرة الجامعة على القيام بدورها بفاعلية وكفاءة واستغلالها هذه الموارد والكفاءات في دعم تفوق الجامعة وتميزها تصبح هذه الكفاءات معرضة للتسرب خارج الجامعة (ويج، ٢٠١٣، ٢٤).

- أدى التنوع في البرامج والدورات والبرامج الدراسية التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي إلى إتاحة فرص كثيرة أمام الطلاب للاختيار والمفاضلة بينها، ومن هنا أصبح لزاما على الجامعات تبني نهج التنافسية كدعامة أساسية في سياستها التعليمية (السوسي، ٢٠١٠، ٣٦).

- أدت ثقافة عولمة التعليم العالي إلى ظهور المعايير الدولية والتصنيفات العالمية للجامعات، والتي تهدف إلى تحديد مكانة الجامعة وسمعتها على سلم التصنيفات المختلفة في ضوء معايير تميز وتفوق الجامعات، وهو ما يحتم على الجامعة الوصول لمستوى معين في مدخلاتها وعملياتها ومخرجاتها لكي تتمكن من الوفاء بتلك المعايير (قشقش، ٢٠١٤، ٤٧).

- يتميز العصر الحديث بتدفق نتائج البحوث، والتطورات التقنية، وتسارع عمليات الإبداع والابتكار، وزيادة الطاقات الإنتاجية، وارتفاع مستويات الجودة، والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في قطاع الصناعات كثيفة الأسواق،

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

وتحول السوق إلى سوق تتركز فيه القوة الحقيقة للمستفيدين الذين يمكنهم الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل تكلفة وأيسر الشروط، وهو ما يجعل من التنافسية الوسيلة الوحيدة للتعامل مع هذه البيئة من خلال اكتساب القدرات والمهارات وتنميتها (خنيط، ٢٠١٤، ٢٠١). وتجدر الإشارة إلى وجود العديد من الصعوبات التي قد تعرقل سعي الجامعة لاكتساب الميزة التنافسية وتبوء موقع تنافسي استراتيجي، ولعل أهم هذه المعوقات ما يأتي (الأسطل، ٢٠١٣، ٤٩):

- تندي مستوى وكفاءة الموارد البشرية بالجامعة، وتخلف نظام الاتصالات الإدارية بها.
 - تدهور المناخ والسلوك التنظيمي الفعال بالجامعة.
 - ضعف الهياكل التنظيمية في المجتمع.
 - سوء الأداء الخاص بالعمليات الجامعية.
 - غياب الحرية الممنوحة للمديرين والقادة.
 - انعدام روح الفريق، وحلقات الجودة.
 - عدم وجود قواعد للبيانات أو نظام للمعلومات الإدارية.
 - الفشل في قياس الفرص والكشف عن التهديدات البيئية.
- في ضوء العرض السابق للميزة التنافسية للجامعات يتضح أن الميزة التنافسية تعد إحدى الخصائص التي تميز جامعة عن جامعات أخرى منافسة لها، نظرًا لامتلاكها موارد تمنحها القوة للتفوق على منافسيها، بحيث تصبح قبلة للمستفيدين يفضلونها على غيرها من الجامعات.
- ٥- علاقة التصنيفات العالمية للجامعات بالميزة التنافسية:

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

ظهرت - في الأونة الأخيرة - العديد من التصنيفات الخاصة بمؤسسات التعليم العالي، أشهرها التصنيف الأكاديمي للجامعات العالمية (شنغهاي ARWU)، وتصنيف (QS)، وتصنيف التايمز للتعليم العالي (THE)، وتصنيف ويبومترز (Webometrics)، وغيرها (Loobuyck, 2009, 207; Taylor & Braddock, 2007, 112)، وتمكّن هذه التصنيفات العالمية الجامعات من تحديد مكانتها عالمياً من زوايا ومنظورات مختلفة، بوصفها أداة مهمة لقياس تميز وكفاءة الجامعات. ومن ثم، تلجأ معظم الجامعات إلى تحسين صورتها وسمعتها من خلال الالتزام بالمعايير والمؤشرات التي تقرها المؤسسات المسؤولة عن تلك التصنيفات العالمية.

ويعتمد التصنيف الأكاديمي للجامعات (ARWU) على ترتيب أفضل (500) جامعة في العالم، استناداً على مجموعة من المؤشرات الخاصة بالبحث والنشر العلمي، وعلى جودة أعضاء هيئة التدريس (<http://www.shanghairanking.com>). غير أن ما يعيب هذا التصنيف اعتماده بشكل أساسي على عدد المقالات المنشورة في مجلات عالمية محكمة وباللغة الإنجليزية، وهو ما لا يصلح لتقويم كل جامعات العالم، ولا كل أنواع الدراسات العلمية (بوطبة، 2013، 733). أما تصنيف مجلة التايمز للجامعات (THE) فيهدف إلى ترتيب أفضل (100) جامعة في العالم، بالإضافة إلى ترتيب أفضل (100) جامعة لم يمر على تأسيسها (50) عاماً، استناداً لمجموعة من المؤشرات التي تركز بشكل أساسي على سمعة الجامعة وتواجدها عالمياً، وعلى البحث والنشر العلمي (The Times Higher World University Rankings, 2019). ويعتمد تصنيف مؤسسة (QS) لترتيب أفضل (800) جامعة في العالم على ستة مقاييس تشمل تخصصات: العلوم، والتكنولوجيا، والطب الحيوي، والفنون، والعلوم الإنسانية، والعلوم الاجتماعية (QS Top Universities, 2019). ويتميز هذا التصنيف بتركيزه على تقييم مستوى جودة التعليم، والبحوث الأساسية والتطبيقية،

وتوصيفه لقدرات المتخرجين ومهاراتهم وتصنيفها دولياً (Baty, 2010, 149). أما تصنيف (ويبومتر كس Webometrics) فيهدف إلى تشجيع مؤسسات التعليم العالي (أكثر من 27000 مؤسسة) على تقديم أنشطتها العلمية والبحثية بدقة عبر موقعها الإلكتروني، بالإضافة إلى مساعدة الطلبة - وبخاصة الوافدين - على تعرف مكانة الجامعة وسمعتها (Ranking Web of Universities, 2019).

ويرى (قاسمي وسليمان، 2016، 85) أن التصنيفات العالمية للجامعات يمكن أن تسهم في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات من خلال حثها على زيادة قدرها التنافسية، وتوضيح مكانتها بين مثيلاتها من الجامعات على المستويين الإقليمي والعالمي، والتأكيد على جودة مخرجاتها. ومن ثم، تعد التصنيفات العالمية من أبرز المؤشرات التي يمكن من خلالها الاستدلال على جودة الجامعات، وقدرتها التنافسية.

في ضوء ما سبق يتضح مدى التنوع في الجهات المسؤولة عن إعداد تلك التصنيفات، فهي إما مراكز أبحاث أو شركات أو صحف، كما يتضح مدى التباين في الأوزان الممنوحة لكل تصنيف، وتعدد المؤشرات التي يستند إليها كل تصنيف منها لتشمل: الاعتماد على استطلاع رأي الأقران، وعلى سمعة الجامعة، وعلى النشر الإلكتروني، وعلى قواعد البيانات. بالإضافة إلى ذلك، يلاحظ اتفاق جميع التصنيفات في قياسها لإنتاجية البحث والنشر العلمي في الجامعات، بوصفه أحد أهم آليات إثراء المعرفة العلمية والتميز، علاوة على معيار السمعة الأكاديمية الدولية للجامعة بين نظرائها. غير أنه يُعاب على هذه التصنيفات استنادها على طريقة في التقييم تنحاز للعلوم الطبيعية، والدوريات العلمية المنشورة باللغة الإنجليزية.

وفي ضوء العرض السابق يتضح أن الميزة التنافسية للجامعات تشير إلى قدرة الجامعة على توفير الخدمات التعليمية والبحثية والمجتمعية بمستوى جودة عال يسهم في إكساب خريجها وأعضاء هيئتها التدريسية مزايا تنافسية في سوق العمل؛ ويكون سببا في زيادة معدلات الالتحاق بها، ويضعها في مصاف الجامعات العالمية. وتعمل الميزة

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

التنافسية للجامعات على خلق قيمة للمستهفيين من خدمات الجامعة تلبي احتياجاتهم وتضمن ولاءهم، وتدعم سمعة الجامعة وصورتها في أذهانهم، كما تحقق التميز الاستراتيجي للجامعة عن منافسيها في الخدمات المقدمة إلى المستفيدين، وتمكن الجامعة من متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد. هذا إلى جانب إسهامها في مساعدة الجامعة على الدخول في مجال تنافسي جديد، مثل: افتتاح فروع جديدة، أو التعامل من نوعية جديدة من المستفيدين، أو إنتاج نوعية جديدة من الخدمات، وإلى تكوين الجامعة لرؤية مستقبلية جديدة لأهدافها، وللفرص الكبيرة التي ترغب في استثمارها والاستفادة منها. ويمكن للجامعة الاستفادة من التصنيفات العالمية للجامعات في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تشجيع هذه التصنيفات للجامعات على زيادة قدرها التنافسية، وتوضيح مكانتها بين مثيلاتها من الجامعات على المستويين الإقليمي والعالمي، والتأكيد على جودة مخرجاتها. ومن ثم، تعد التصنيفات العالمية من أبرز المؤشرات التي يمكن من خلالها الاستدلال على جودة الجامعات، وقدرتها التنافسية.

الخطوة الثانية - الميزة التنافسية والأصول غير الملموسة بجامعة سوهاج - دراسة نظرية:

تضطلع جامعة سوهاج منذ إنشائها عام ٢٠٠٦م بدور مهم في دعم مسيرة التنمية والمشاركة في القضايا القومية بكل ما تملكه من قدرات بشرية وتقنية وخبرات مختلفة، وذلك من خلال إسهامات كلياتها ومراكزها ووحداتها ذات الطابع الخاص - بما تملكه من أصول غير ملموسة - في خدمة المجتمع وتنمية البيئة.

وتولى جامعة سوهاج اهتماما بالغا بتوطين وتطوير تكنولوجيا المعلومات، حيث تمت الاستفادة من مشروعات ICTP بوزارة التعليم العالي، وقد قامت الجامعة بإنشاء مبنى خاص لتكنولوجيا المعلومات يضم ستة مشروعات، وهي: المكتبة الرقمية والمستودع الإلكتروني- تطبيقات نظم المعلومات الادارية - التعلم الإلكتروني - البوابة الإلكترونية - التدريب على تكنولوجيا المعلومات - مشروع شبكة المعلومات والبنية التحتية. هذا

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

بالإضافة إلى وحدات تكنولوجيا المعلومات التي تم إنشاؤها بالكليات المختلفة والتي بلغ عددها تسع وحدات للخدمات الإلكترونية (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٢٥).

ويعمل مركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية في الجامعة على تحقيق استراتيجية وزارة التعليم العالي نحو رفع البنية الأساسية للمعلوماتية، وإتاحة المعلومات وتداولها بشكل مباشر وسريع وتهيئة المجتمع الجامعي للتعامل معها من خلال التدريب الموجه والمستمر، والوصول على الميكنة الكاملة لإدارة العملية التعليمية، ومن ثم رفع كفاءة العملية التعليمية والبحثية إلى الحد الأقصى. ويضم المركز وحدات أخرى مستحدثة مثل: وحدة البرمجة، ووحدة الإرشاد والاستشارات الوظيفية، ووحدة الخدمات الطلابية التي تشرف عليها شركة مايكروسوفت من خلال بروتوكول (مصر تعمل) الموقع بين الجامعة وشركة مايكروسوفت تحت إشراف المجلس الأعلى للجامعات، ووحدة تبادل الطلاب العالمية والتي تشرف عليها منظمة آيزك AIESEC العالمية (جامعة سوهاج، ٢٠٢١ ب).

أما فيما يتعلق بمشروع المكتبة الرقمية والمستودع الرقمي والنشر الإلكتروني بالجامعة، فقد تم الانتهاء من إدخال جميع البيانات الإلكترونية لعدد (١٤) مكتبة داخل كليات الجامعة المختلفة من خلال نظام المستقبل الذي يهدف إلى ميكنة مقتنيات المكتبات الجامعية، حيث تم تسجيل المقتنيات الموجودة (كتب- رسائل علمية - مقالات وأبحاث، وغيرها)، كما يتم بشكل دوري ميكنة المقتنيات المضافة حديثا إليها، فقد بلغ عدد مقتنيات المكتبات الموجودة في صورة رقمية (١٩٩٨٨١) مقتنى، بالإضافة إلى تطبيق الجرد الآلي بنسبة ٧٠٪ وذلك في مكتبات الكليات، بعد تزويدها بأجهزة الباركود الحديثة، مثل: الطب البشري والعلوم والزراعة والطب البيطري والهندسة. أما بالنسبة لمشروع المستودع الرقمي فقد تم الانتهاء من رفع ٩٠٪ من الرسائل الورقية بالمكتبات لتكون في صورة إلكترونية متاحة للطلاب والباحثين، كما يتم الرفع بشكل دوري عند إجازة أية رسائل علمية جديدة (ماجستير - دكتوراه). أما فيما يخص مشروع النشر الإلكتروني

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

للدوريات العلمية، فقد بدأ المشروع بالجامعة في العام ٢٠١٢/٢٠١١م، ويهدف إلى رفع الأبحاث العلمية الموجودة بالدوريات العلمية بالجامعة على نظام المستقبل لميكنة الدوريات العلمية، وسيتم رفع الدوريات المكتوبة باللغة العربية، بهدف إتاحة الأبحاث العلمية لأعضاء هيئة التدريس على الحاسبات الآلية الخاصة بهم، وتم بالفعل في المرحلة الأولى من المشروع نشر جميع أعداد المجلة التربوية بكلية التربية وأعداد مجلة كلية الآداب العلمية، ثم مع بدء المرحلة الثانية تم نشر أعداد مجلة البحوث التجارية لكلية التجارة، وأخيرا بعد الموافقة على نشر المجلات المكتوبة باللغة الإنجليزية تم نشر جميع أعداد مجلتي العلوم الطبية والدراسات البيئية (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٢٦).

كما تبنت الجامعة مشروعا للتعلم الإلكتروني يهدف للنهوض بجودة التعليم العالي من خلال إدراج التعلم الإلكتروني كأحد الأنماط الأساسية للتعليم في مصر، وذلك بإنشاء مركز يسعى لتحسين نواتج التعلم المستهدفة من خلال التوظيف الفعال لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم استراتيجيات التعليم والتعلم. ويقوم المركز بتحويل المقررات الدراسية من الشكل التقليدي للشكل الإلكتروني طبقا لأحدث الطرق العلمية الحديثة وتفعيل استخدام هذه المقررات بعد إنتاجها، وكذا تسويق المقررات من الجامعات الأخرى في الجامعة، وكذلك إتاحة المقررات الإلكترونية للطلاب لرفع مستواهم التعليمي وإتاحة التفاعل بينهم وبين أساتذتهم والتغلب على قيود الزمان والمكان والتكلفة المادية. ويهدف مشروع تطبيقات نظم المعلومات الإدارية MIS إلى تفعيل ميكنة المعلومات الإدارية بالجامعة والاعتماد على البيانات الإلكترونية بدلا من البيانات الورقية، مما يتيح التيسير والرؤية الشاملة للقيادات الجامعية ولمتخذي القرار بالجامعة، كما يتيح المشروع التواصل مع قواعد بيانات المجلس الأعلى للجامعات لتسهيل التواصل الإلكتروني للبيانات وإتاحتها، وقد اهتمت الجامعة بتوطين تطبيقات نظم المعلومات الإدارية، ووفرت جميع الإمكانيات من خدمات تشغيل قواعد البيانات وأجهزة الحاسب الآلي المتطورة، ومهندسين أكفاء على مستوى عال. وتعد جامعة سوهاج من أفضل

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

خمس جامعات على مستوى الجامعات المصرية في مؤشرات استكمال البيانات وتفعيل التطبيقات طبقا لتقييم وحدة إدارة المشروعات بوزارة التعليم العالي (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٢٧-٢٨).

بالإضافة إلى ذلك، فقد تم إنشاء البوابة الإلكترونية للجامعة باللغتين العربية والإنجليزية، وذلك بهدف تقديم عدد من الخدمات التي تقدم للطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين بالجامعة، بل تمتد خدماتها إلى المجتمع المدني، حيث تقدم البوابة الإلكترونية عدة خدمات ثنائية اللغة، ومنها تصميم مواقع شاملة للكليات، وتنظيم صلاحيات نشر محتوى الأخبار والإعلانات وإتاحة الخدمات المقدمة لطلاب المرحلة الجامعية الأولى وطلاب مرحلة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس، والسماح للقطاع الخاص والمجتمع المدني بالاستفادة من الخدمات المقدمة (جامعة سوهاج، ٢٠٢١ أ).

وأنشأت الجامعة مركزا للتدريب على تكنولوجيا المعلومات يهدف إلى تدريب أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والعاملين بالجامعة على مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعظيم الاستفادة من الإمكانيات الحالية والمستقبلية لهذا المجال في الارتقاء بمستوى الأداء في العملية التعليمية والبحثية والإدارية بالجامعة، بالإضافة إلى تدريب أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة والموظفين بالمعاهد العليا والمتوسطة والكليات التكنولوجية على مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكذلك من أهداف المشروع الرئيسية مساعدة الجامعة في خلق منظومة متكاملة من الكوادر البشرية المدربة على نظم وتكنولوجيا المعلومات بالجامعة، تستطيع توظيف تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل الجامعة وخارجها، وقد تم إنشاء سبعة مراكز للتدريب على تكنولوجيا المعلومات موزعة على كليات الجامعة المختلفة (مركز التدريب علي نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ٢٠٢٠، ٣-٥).

وتوجد بجامعة سوهاج شبكة متكاملة للمعلومات تقدم الخدمات الإلكترونية لجميع الكليات المختلفة، وتتم أعمال الصيانة لهذه الشبكة بشكل مستمر، كما تصل سرعة الربط

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

الشبكي بين شبكة المعلومات بالجامعة وشبكة الجامعات المصرية إلى (٦٨) ميغا بايت، كما زادت عدد نقاط الربط الشبكي بالجامعة من (١٥٠٠) نقطة عام ٢٠١٢م إلى (٣٥٠٠) نقطة عام ٢٠١٥م. أما أجهزة مبدل البيانات الطرفية Edge Switch فقد ارتفع من (٥٠) عام ٢٠١٢م إلى (٢٢٠) عام ٢٠١٥م (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٣١).

كما تأسس بجامعة سوهاج مركز ضمان الجودة في العام الجامعي ٢٠٠٦/٢٠٠٧م، ومنذ ذلك التاريخ وهو يقدم الدعم الفني للكليات لتطوير وتحسين أدائها ودعمها للحصول على الاعتماد. كما يقوم المركز بتنفيذ عدد من الدورات التدريبية في مجال جودة التعليم لأعضاء هيئة التدريس ومعاونهم بكليات الجامعة. ويعتبر المركز همزة الوصل بين الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد ووحدات ضمان الجودة بكليات الجامعة، كما يدعم المركز حصول الجامعة على المشروعات التنافسية الممولة من وزارة التعليم العالي سواء كانت مشروعات طلابية أم مشروعات دعم العملية البحثية وخدمة المجتمع (مركز ضمان الجودة، ٢٠٠٧).

وفي مجال النشر العلمي أنشأت الجامعة مركز النشر العلمي عام ٢٠١٣م بهدف نشر الأبحاث العلمية في صورة مجلات علمية يشرف على إصدارها المركز، لتسهم في رفع شأن الجامعة وقيمتها في الأوساط العلمية. ومنذ إنشاء المركز أسهم في نشر (٨) مجلات علمية متخصصة يتولى إدارتها أعضاء هيئة التدريس من مختلف الكليات. كما تم إنشاء وحدة إدارة المشروعات بجامعة سوهاج اعتباراً من يونيو ٢٠٠٦م، وتهدف الوحدة إلى نشر ثقافة التقدم للمشروعات التنافسية وتنمية المهارات في مجال العمل بالمشروعات وتوسيع بدائل التمويل للمشروعات على المستويات المحلية والقومية والدولية ومتابعة وتقويم أداء المشروعات بالجامعة، وقد قامت وحدة إدارة المشروعات خلال الفترة من تاريخ نشأتها وحتى الآن بدعم حصول الجامعة على عديد من المشروعات البحثية التطبيقية من العديد من جهات التمويل المختلفة. وتقوم وحدة إدارة المشروعات بدور مهم في تشجيع الكليات للحصول على المشروعات التنافسية وذلك من

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

خلال عدد من الآليات منها التدريب المستمر على كتابة المقترحات البحثية، والتواصل المستمر مع جهات التمويل المختلفة، كما أنها تسهم بشكل فعال في متابعة تنفيذ المشروعات التي تحصل عليها الجامعة والتأكد من التزام المشروعات بالخطط التنفيذية لها. وقد أسهمت الوحدة في دعم مخرجات الجامعة في تطوير عديد من المعامل البحثية والطلابية والتطوير المؤسسي للجامعة (جامعة سوهاج، ٢٠١٥، ٣٤-٣٥).

وخلال عام ٢٠٢٠م سجلت جامعة سوهاج (١٥) براءة اختراع لطلاب الجامعة والمجتمع المحيط، بواسطة وحدة نقل التكنولوجيا وريادة الأعمال بالجامعة "التايكو"، وبالتعاون مع أكاديمية البحث العلمي، وتخدم تلك البراءات مجالات عدة منها "القطاع الطبي، الهندسي، الخلايا الشمسية، تحلية مياه البحر". كما أعلنت الجامعة في مطلع عام ٢٠٢١م عن تسجيل (٤) براءات اختراع، كلها مرتبطة بعلاجات لفيروس كورونا (عبدالمجيد، ٢٠٢٠؛ مصطفى، ٢٠٢١).

بالإضافة إلى ذلك، تهتم الجامعة بحقوق الملكية الفكرية والنشر، من خلال التزامها بهذه الحقوق، وتأكيدا على كفاية الإجراءات المتبعة للمحافظة عليها، وبذل الجهد لنشر ثقافة حقوق الملكية الفكرية والنشر، وضمان الممارسات العادلة وعدم التمييز تجاه هذه الحقوق، والمصادقية في الوعود المقدمة للأطراف ذات العلاقة والاستجابة لشكاوهم ومقترحاتهم، هذا إلى جانب اتخاذ إجراءات تصحيحية لمعالجة أي ممارسات غير عادلة، وضمان عدم التعارض في المصالح بين الأطراف المختلفة داخل الجامعة، ووجود دليل لأخلاقيات المهنة بالجامعة متاح للجميع، يضمن التزام كافة العاملين بأخلاقيات الوظيفة (Sohag University Publication Center, ٢٠٢١).

وفي مجال الإبداع وريادة الأعمال، أعلنت جامعة سوهاج في منتصف عام ٢٠٢٠م عن بدء التسجيل في منحة برنامج InnovEgypt لبناء قدرات طلاب كليات العلوم، الهندسة، التجارة، الحاسبات والمعلومات والذكاء الاصطناعي، التكنولوجيا والتعليم، وتزويدهم بالمفاهيم الأساسية في مجال الإبداع التكنولوجي وريادة الأعمال، وتدريبهم

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

على استخدام الأساليب الممنهجة والأدوات المساعدة لتوليد أفكار مبتكرة لمواجهة التحديات والمشكلات، إلى جانب التدريب على كيفية تطبيق هذه الأفكار وتحويلها لشركات ناشئة ناجحة. ويتعاون مركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية بالجامعة ومركز الإبداع التكنولوجي وريادة الأعمال بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في تنظيم هذا البرنامج (مركز الأخبار بجامعة سوهاج، ٢٠٢٠ ب). كما أطلقت الجامعة المبادرة الطلابية "كن مبتكراً"، والتي تنظمها إدارة النشاط العلمي والتكنولوجي بالإدارة العامة لرعاية الشباب المركزية، بهدف تنمية الابتكار لدى الطلاب والإسهام في اكتشاف المواهب العلمية الصاعدة، ونشر ثقافة الإبداع وتعزيز مهارة التفكير النقدي لديهم، بالإضافة إلى زيادة قدرتهم على التواصل والتعبير بحرية عن أفكارهم وآرائهم، وذلك من أجل تأهيل الطلاب لمواجهة سوق العمل وشغل المناصب الريادية في عالم ريادة الأعمال (مركز الأخبار بجامعة سوهاج، ٢٠٢٠ أ). كما وقّعت الجامعة بروتوكولاً مع أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، للتعاون معها في دعم الابتكار من خلال الحاضنات التكنولوجية المتخصصة، التي تهدف إلى رعاية المشروعات الصغيرة وتوفير الدعم الإداري والمالي والفني والتسويقي لها، ونشر ثقافة وفكر ريادة الأعمال عن طريق إنشاء حاضنات المشاريع الإبداعية، وتشجيع العمل الحر عن طريق زيادة الاستثمار في المشروعات التكنولوجية (أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، ٢٠١٩).

وعلى الرغم من المساعي الحثيثة لجامعة سوهاج للاهتمام بمواردها وأصولها غير الملموسة، وإدارتها، إلا أنه يمكن ملاحظة أن تصنيف التايمز البريطاني لعام ٢٠٢٠م أدرج (٢١) جامعة مصرية ضمن أفضل (١٢٠٠) جامعة شملها التصنيف من بين (٢٥٠٠٠) جامعة على مستوى العالم. وقد جاءت جامعة: (فاروس) في المرتبة من (٢٠١-٣٠٠)، أما جامعتا: أسوان – المنصورة فاحتلتا المرتبة من (٤٠١-٥٠٠)، وجاءت جامعة: قناة السويس في المرتبة من (٥٠١-٦٠٠)، واحتلت جامعات: بني سويف – القاهرة – كفر الشيخ المرتبة من (٦٠١-٨٠٠)، وجاءت جامعات: الجامعة

الأمريكية بالقاهرة - عين شمس - بنها - طنطا في المرتبة من (٨٠١-١٠٠٠)، في حين احتلت جامعات: الأزهر - الإسكندرية - أسيوط - الفيوم - حلوان - المنوفية - المنيا - سوهاج - جنوب الوادي - الزقازيق المرتبة من (١٠٠١-١٢٠٠) (Times Magazine, ٢٠٢٠). وفي تصنيف شنغهاي الصيني للجامعات جاء ترتيب جامعة القاهرة في المرتبة من (٣٠١-٤٠٠)، وكل من جامعة عين شمس وجامعة الإسكندرية في المرتبة من (٧٠١-٨٠٠)، وجامعة المنصورة في المرتبة من (٨٠١-٩٠٠)، وجامعة الزقازيق في المرتبة من (٩٠١-١٠٠٠) (Academic Ranking of World Universities, ٢٠١٩). وفي تصنيف QS البريطاني لعام ٢٠١٩م تم إدراج (٤) جامعات مصرية، هي: جامعة القاهرة جاءت في المرتبة من (٥٢١-٥٣٠)، وجامعات: عين شمس - جامعة الإسكندرية) في المرتبة من (٨٠١-١٠٠٠)، والجامعة الأمريكية بالقاهرة في المرتبة (٣٩٥) (QS Top Universities, ٢٠١٩).

في ضوء ما سبق يتضح اهتمام جامعة سوهاج بأن تصبح مركزاً للإشعاع الحضاري والثقافي والعلمي والبحثي، ورائدة في دعم التنمية المستدامة، وقادرة على المنافسة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي. فهي تولي اهتماماً بالغاً بكل ما من شأنه أن يطور قدرتها على تحقيق الميزة التنافسية، حيث إنها تهتم بتوطين وتطوير تكنولوجيا المعلومات، من خلال اهتمامها بإنشاء مبنى خاص لتكنولوجيا المعلومات يضم ستة مشروعات، وهي: المكتبة الرقمية والمستودع الإلكتروني- تطبيقات نظم المعلومات الادارية - التعلم الإلكتروني - البوابة الإلكترونية - التدريب على تكنولوجيا المعلومات - مشروع شبكة المعلومات والبنية التحتية. هذا بالإضافة إلى وحدات تكنولوجيا المعلومات التي تم إنشاؤها بالكليات المختلفة والتي بلغ عددها تسع وحدات للخدمات الإلكترونية. ويحقق مركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية في الجامعة استراتيجية وزارة التعليم العالي نحو تطوير البنية الأساسية للمعلوماتية، وإتاحة المعلومات وتداولها بشكل مباشر وسريع وتهيئة المجتمع الجامعي للتعامل معها من خلال التدريب الموجه والمستمر،

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية
والوصول على الميكنة الكاملة لإدارة العملية التعليمية. كما تأسس بجامعة سوهاج مركز ضمان الجودة في العام الجامعي ٢٠٠٦/٢٠٠٧م، لتقديم الدعم الفني للكليات لتطوير وتحسين أدائها ودعمها للحصول على الاعتماد. بالإضافة إلى ذلك، تهتم الجامعة بحقوق الملكية الفكرية والنشر، من خلال التزامها بهذه الحقوق، وتأكيداً على كفاية الإجراءات المتبعة للمحافظة عليها، وبذل الجهد لنشر ثقافة حقوق الملكية الفكرية والنشر.
الخطوة الثالثة - العلاقة بين إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية للجامعات:

تؤدي إدارة الأصول غير الملموسة بشكل فعال إلى تحسين الجودة والارتقاء بها في مؤسسات التعليم العالي، مما يجعل لهذه الجودة أسبقية وميزة تنافسية في تلك المؤسسات. وكلما أحسنت الجامعة بناء وتطوير أصولها غير الملموسة كلما تسبب ذلك في تطوير ميزتها التنافسية المرتكزة على الجودة. ويسهم التركيز على البيئة الخارجية في الإدارة الإستراتيجية للجامعات في التركيز بصورة أكبر على الفرص والتهديدات التي تظهر في هذه البيئة نتيجة التغييرات التي تحدث فيها أو العلاقات مع أصحاب المصالح المتواجدين فيها، لاسيما المنافسين الذين يشكلون تهديداً للمؤسسات الأخرى. وقد أدى هذا التوجه الإستراتيجي للبيئة الخارجية إلى تراجع ملحوظ في الاهتمام بالبيئة الداخلية للجامعة، مما جعل ثمانينيات القرن الماضي تشهد اهتماماً متزايداً بهذه البيئة من خلال ظهور النظرية القائمة على الموارد Resources Based Theory. فالموارد المملوكة للجامعة هي مصادر حقيقية للميزة التنافسية، خاصة إذا استخدمت بأسلوب إستراتيجي فعال. وهو الأمر الذي يتحقق نتيجة تحويل هذه الموارد إلى قدرات جوهرية وتمييزة مقارنة بالمنافسين.

ويرى (Sadler, ٢٠١٣, ١٦٦) أن موارد المنظمة عبارة عن أصول خاصة تتمثل في: المعدات (الرأسمالية)، براءات الاختراع، الاسم، والعلامة التجارية، مهارات العاملين، وغيرها، وهو ما يعني أن هذه الموارد قد تكون ملموسة (مالية - مادية) أو

غير ملموسة (مهارات بشرية، سمعة، قدرات تكنولوجية ... إلخ). ولكي تتحول هذه الموارد إلى ميزة تنافسية من الضروري أن تتحول إلى قدرات، كما هو الحال في القدرة على الابتكار، العمليات الروتينية التنظيمية، والوصول إلى السوق بشكل أسرع. وتحتاج المنافسة بين المنظمات إلى التجويد في أساليب تقديمها للخدمة، حيث إن الاستجابة السريعة والفعالة لاحتياجات المستفيدين تمنحهم الرضى، ومن ثم يمكن لإدارة الجودة الشاملة أن تسهم في تحسين مستوى جودة الخدمات وقيمتها المقدمة للمستفيدين، بهدف الارتقاء بأداء المنظمة بشكل عام، اعتماداً على الحقائق وتوفير بيئة عمل تهيئ للأفراد العمل بجد وحماس وتمنحهم القدرة والالتزام في كافة مجالات العمل (مصطفى، ٢٠١١، ٣١).

وتتسم الميزات التنافسية في إطارها التقليدي القديم بأنه يمكن استنساخها وتقليدها من قبل الآخرين، كما أنها من الممكن أن تختفي أو تزول سريعاً نتيجة وجود منافسين أقوى للمنظمة. أما الميزات التنافسية المستندة إلى المعرفة ورأس المال الفكري فتمنح المنظمة القدرة على البقاء والاستمرارية، وذلك بسبب ما يتمتع به رأس المال الفكري من خصائص تتمثل في عدم التجسيد، والتزايد بالاستعمال، ولأن المعرفة التي يستند إليها تشكل سمات إستراتيجية للمنظمة من الصعب على الآخرين تقليدها.

ويمكن للجامعة تحقيق ميزة (متكافئة) عندما تكون مواردها ذات قيمة اقتصادية، ونادرة، غير أنها قابلة للتقليد، وهي ميزة يطلق عليها (الميزة التنافسية المؤقتة). أما في حال امتلاك الجامعة لموارد قيمة ونادرة وغير قابلة للتقليد من قبل المنافسين، فإنها تحقق عندئذ ميزة تنافسية طويلة الأجل. وفي حالة تمكُّن الجامعة من تحويل ميزتها المتكافئة إلى ميزة تنافسية مستدامة، تتحول هذه الميزة إلى أصول إستراتيجية (العلامة التجارية، الملكية الفكرية، السمعة، والثقافة) واضحة وعالية التأثير في الميزة التنافسية لهذه الجامعة. (kogut, ٢٠١٠, ٤١٥).

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

ونتيجة لكون الأصول غير الملموسة نادرة وليست قابلة للتقليد، فإن هناك احتمالاً كبيراً أن تصبح مصدراً للميزة التنافسية للجامعة. وهو ما يؤكد عليه (Gazdar, 2017, 2-3) من أن النسبة الأكبر من القيمة الاقتصادية للمنظمات يكون مصدرها من الأصول غير الملموسة التي تمتلكها، مثل: العلامة التجارية، وبراءة الاختراع، والسمعة. وعليه، فالاستثمار في هذه العناصر غير الملموسة أصبح يمثل نسبة كبيرة من مدخلات الجامعات.

ويهدف الاتجاه الحديث في عملية الإنفاق على البحث العلمي والاستثمار فيه، وتطويره، وتشكيل رأس المال الفكري في الجامعات إلى زيادة قدرتها على الإبداع التكنولوجي الذي يستند إلى معرفة واسعة يمكنها تقديم دعم وإبداع لعدد كبير من الخدمات التي يمكن تطويرها في ظل توفر هذه المعارف العامة، وهو ما يمثل خروجاً عن قواعد العمل السابقة والمتمثلة في تبني عملية إنفاق استثماري متقطع من أجل تحسين الخدمات المقدمة (Prahalad & Hamel, 2014, 82).

كما أن تطبيق عمليات إدارة المعرفة ورأس المال المعرفي في الجامعات، يحقق لها مزايا تنافسية، عن طريق تمكينها من صياغة وتنفيذ أجود الاستراتيجيات التنافسية. بالإضافة إلى ذلك، تعد إدارة المعرفة القوة الرئيسية لأي جامعة؛ حيث تمتلك الجامعات المقدر على تحقيق مزايا تنافسية تضمن لها الاستمرار والبقاء (داسي، 2012).

في ضوء ما سبق، يمكن القول إن قيمة الأصول غير الملموسة تتجلى في أنها ستؤدي إلى تحسين في العمليات والمنتجات وبذلك تمكن الجامعة من البقاء منافسة للآخرين وهذه ميزة تنافسية لا يُستهان بها. كما أن تلك الأصول ما هي إلا حاصل تراكم خبرات العاملين ومعارفهم التطبيقية، فهي مبنية على الخبرات الذاتية السابقة لجامعة بعينها دون غيرها من الجامعات. بالإضافة إلى ذلك، تعد الأصول غير الملموسة المملوكة للجامعة بمثابة سمة خاصة بها ولها بصماتها المميزة والتي لا تكتسب إلا عبر فترة زمنية بمشاركة العاملين وتقاسم خبراتهم.

أولاً-هدف الدراسة الميدانية:

تسعى الدراسة الميدانية إلى الكشف عن مستوى تطبيق جامعة سوهاج لإدارة الأصول غير الملموسة، وتحديد درجة اهتمامها بتحقيق الميزة التنافسية، بالإضافة إلى الكشف عن العلاقة بين إدارة الجامعة لأصولها غير الملموسة وتحقيقها للميزة التنافسية، من خلال سؤال أعضاء هيئة التدريس بالجامعة واستيضاح آرائهم حول هذا الأمر. ثانياً- مجتمع الدراسة وعينتها:

يتضمن مجتمع الدراسة جميع أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج والبالغ عددهم (٢٢٤٠) عضواً؛ وقد تم اختيار عينة طبقية عشوائية من هذا المجتمع. أما عن حجم عينة الدراسة فقد تم تحديدها اعتماداً على الغرض منها، وعلى طبيعة مجتمعها، بالإضافة إلى عدد وطبيعة متغيراتها، والمنهج المستخدم.

وقد وُزعت أداة الدراسة (الاستبانة) على أفراد المجتمع، وبلغ عدد الاستبانات المستلمة الصالحة للتحليل (٣١٧) استبانة، تمثل (١٤,١٥٪) من مجتمع الدراسة. والجدول (١) يوضح توزيع العينة وفق المتغيرات التي اعتمدها الدراسة.

جدول (١) توزيع عينة الدراسة وفق متغيراتها

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	أ- ذكر	168	53%
	ب- أنثى	149	47%
	الإجمالي	317	100%
المسمى الوظيفي	أ- معيد	89	28.1%
	ب- مدرس مساعد	78	24.6%
	ج- مدرس	86	27.12%
	د- أستاذ مساعد	43	13.56%
	هـ- أستاذ دكتور	21	6.62%
	الإجمالي	317	100%
عدد سنوات الخدمة	أ- أقل من (٥) سنوات	95	29.97%
	ب- من (٥) إلى أقل من (١٠) سنة	101	31.86%
	ج- (١٠) سنوات فأكثر	121	38.17%
	الإجمالي	317	100%

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

توضح القراءة المتأنية للجدول (١) تقارب نسبة أعداد المبحوثين من الذكور والإناث، فلم تزد نسبة الذكور عن الإناث إلا (٦٪) فقط، حيث بلغت نسبة الذكور (٥٣٪)، في حين بلغت نسبة الإناث (٤٧٪) من مجموع أفراد عينة الدراسة. أما فيما يتعلق بمتغير المسمى الوظيفي، فمن الواضح أيضا تقارب نسب أعداد المبحوثين من المعيّدين (٢٨،١٪)، والمدرسين (٢٧،١٢٪)، والمدرسين المساعدين (٢٤،٦٪). في حين بلغت نسبة الأساتذة المساعدين (١٣،٥٦٪) تليها نسبة الأساتذة (٦،٦٢٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة. وهي نتيجة توضح أن أكثر من نصف أعداد المبحوثين كانوا من غير الحاصلين على شهادة الدكتوراه، وشملت النسبة المتبقية (٤٧،٣٪) من هم على وظيفة (مدرس، وأستاذ مساعد، وأستاذ دكتور). أما فيما يتعلق بمتغير عدد سنوات الخدمة، فيلاحظ أن النسبة الأكبر من أعداد المبحوثين (٣٨،١٧٪) تجاوزت مدة خدمتهم بالجامعة العشر سنوات، في حين بلغت نسبة المبحوثين ممن تتراوح سنوات خدمتهم ما بين (٥) سنوات إلى أقل من (١٠) سنوات (٣١،٨٦٪)، أما من تقل سنوات خدمتهم عن (٥) سنوات فبلغت نسبتهم (٢٩،٩٧٪) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

ثالثًا - أداة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث قام الباحث بإعداد استبانة استفاد في بناء محاورها وعباراتها من الدراسات السابقة، والأطر النظرية لموضوع البحث. وقد اتبع الباحث في بناء الاستبانة الخطوات الآتية:

(١) استعان الباحث بالأدبيات التربوية وبعض الدراسات السابقة في مجال البحث، من أجل تحديد محاور الاستبانة وصياغة عباراتها.

(٢) تم تحديد محاور الاستبانة وصياغتها في صورة عبارات بسيطة وواضحة ومناسبة لعينة الدراسة، وإعداد الصورة الأولية لها، والتي تكونت من جزأين: الأول، خاص بالبيانات الأساسية للمستجيبين، وتضمنت: (النوع، المسمى الوظيفي، عدد سنوات

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

الخدمة). أما الجزء الثاني فشمل محورين رئيسيين، أحدهما خاص بأبعاد إدارة الأصول غير الملموسة (٢٥) عبارة، والثاني خاص بأبعاد تحقيق الميزة التنافسية (٢٥) عبارة. وقد بلغ مجموع العبارات في جميع الأبعاد (٤٠) عبارة وُزعت على تلك المحاور، كما هو مبين في الجدول (٢).

جدول (٢) أبعاد أداة الدراسة وعدد العبارات في كل بُعد

أبعاد محور إدارة الأصول غير الملموسة	عدد العبارات	أبعاد محور الميزة التنافسية	عدد العبارات
إدارة المعرفة	(٥) عبارات	الكلفة	(٥) عبارات
إدارة الابتكارات	(٥) عبارات	الجودة	(٥) عبارات
إدارة براءة الاختراع	(٥) عبارات	الإبداع	(٥) عبارات
إدارة حقوق التأليف والنشر	(٥) عبارات	المرونة	(٥) عبارات
إدارة تكنولوجيا المعلومات	(٥) عبارات	سرعة الاستجابة	(٥) عبارات
مجموع العبارات	(٢٥) عبارة	مجموع العبارات	(٢٥) عبارة

(٣) اعتمدت الدراسة على "مقياس ليكرت Scale Likert" خماسي الدرجات لقياس استجابات المفحوصين على عبارات الاستبانة، والذي يتراوح مدى درجاته بين (١-٥)، وتمثل الدرجتان (٥، ٤) مستوى الاتفاق أو الدرجة العالية إذا كانت آراء العينة مؤيدة للعبارة المطروحة. أما الدرجتان (٢-١) فتمثلان مستوى عدم الاتفاق، والدرجة (٣) تمثل الوسط المعياري للمقياس، وهي الدرجة التي تقع بين التأييد من عدمه.

(٤) تم تحديد تفسير قيم المتوسط الحسابي كما في جدول (٤) وفقا لطول الفئة على النحو الآتي:

طول الفئة = طول المقياس المستخدم / عدد المستويات المطلوبة.

$$(1-5) / 3 = 4/3 = 1.33$$

جدول (٣) تفسير قيم المتوسط الحسابي

التقدير اللفظي	المتوسط
ضعيف	من ١ إلى أقل من ٢,٣٣
متوسط	من ٢,٣٤ إلى أقل من ٣,٦٦
مرتفع	من ٣,٦٧ إلى أقل من ٥

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

١- صدق أداة الدراسة وثباتها:

(١) صدق المحتوى أو الصدق الظاهري:

من أجل التأكد من صدق محتوى الاستبانة، وأنها بالفعل تخدم أهداف الدراسة تم عرضها على (١١) محكمًا من أساتذة التربية والإدارة التربوية لاستطلاع آرائهم، والاستفادة من خبراتهم وملاحظاتهم حول بنود الاستبانة، ومدى مناسبتها لغرض الدراسة وأبعادها وأهدافها. وقد تم تعديل الأداة وفق ملاحظات المحكمين المعتبرة المتعلقة بإعادة صياغة بعض العبارات، وحذف العبارات التي قلّت نسبة الاتفاق فيها عن ٩٠%.

(٢) صدق الاتساق الداخلي (الصدق البنائي):

تم حساب معامل صدق الاتساق الداخلي من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل "ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)، حيث بلغ (٠,٩٢٤) في محور إدارة الأصول غير الملموسة، و (٠,٩١٩) في محور تحقيق الميزة التنافسية. ومن ثم يمكننا القول إن جميع عبارات أداة الدراسة صادقة لما وضعت لقياسه؛ وهو ما يتضح من خلال الجدول (٤).

٢- ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم تطبيق اختبار ألفا كرونباخ على استجابات عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة بلغت (٢٥) فرداً، وكانت النتائج على النحو المبين في الجدول (٤):

جدول (٤) معاملات الصدق والثبات لمحاور الاستمارة

معامل الصدق	معامل الثبات (ألفا كرونباخ)	العبارات	محاور الاستبانة
0.924	0.985	1-25	إدارة الأصول غير الملموسة
0.912	0.863	1-5	إدارة المعرفة
0.851	0.992	6-10	إدارة الابتكارات
0.871	0.862	11-15	إدارة براءة الاختراع
0.947	0.921	16-20	إدارة حقوق التأليف والنشر
0.925	0.890	21-25	إدارة تكنولوجيا المعلومات
0.919	0.901	26-45	تحقيق الميزة التنافسية
0.856	0.843	26-30	الكلفة
0.939	0.966	31-35	الجودة
0.884	0.840	36-40	الإبداع
0.853	0.991	41-45	المرونة
0.951	0.934	46-50	سرعة الاستجابة

يتضح من الجدول (٤) تمتع أداة الدراسة بنسبة عالية من الثبات، حيث بلغت نسبة ثباتها (٠,٩٨٥) في محور إدارة الأصول غير الملموسة، و (٠,٩٠١) في محور تحقيق الميزة التنافسية. وعليه، فإن معاملات الثبات لكل بُعد من أبعاد إدارة الأصول غير الملموسة وأبعاد تحقيق الميزة التنافسية ذات دلالة إحصائية جيدة لأغراض الدراسة، ويمكن الاعتماد عليها في قياس ما صممت لأجله، كما يمكن من خلالها الوثوق في نتائج الدراسة الميدانية، ومن ثم تعميم نتائجها. بالإضافة إلى ذلك يلاحظ أن قيمة ثبات متغير إدارة الأصول غير الملموسة كانت أكبر من قيمة ثبات متغير تحقيق الميزة التنافسية.

رابعًا - الأساليب الإحصائية المستخدمة:

اعتمدت الدراسة على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، واستعانته بالأساليب الإحصائية الآتية:

- جداول التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لتمثيل الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة ولتحديد استجاباتهم تجاه عبارات كل بُعد من أبعاد كل من إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لقياس الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة عن كل عبارة.
- اختبار (T)، اختبار تحليل التباين الأحادي One Way Anova من أجل اختبار مدى وجود اختلاف في متغيرات الدراسة بسبب اختلاف بعض السمات الشخصية (النوع - المسمى الوظيفي - عدد سنوات الخدمة).
- اختبار Cronbach's Alpha لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة.
- الجذر التربيعي لـ Cronbach's Alpha لمعرفة مدى صدق العبارات.
- تحليل الانحدار، لقياس دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

خامساً - نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها:

قام الباحث بتحليل محاور الاستبانة للتعرف على درجة الأهمية النسبية لمحوري (إدارة الأصول غير الملموسة - تحقيق الميزة التنافسية). وقد تم استخدام الإحصاء الوصفي باستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت) لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الاستبانة المتعلقة بالمحورين. وقد تم الاعتماد على المقياس الآتي لتحديد مستوى أهمية كل عبارة:

١- تحليل اتجاه عبارات محور "إدارة الأصول غير الملموسة":

لتحديد الأهمية النسبية ومستوى قبول عبارات محور إدارة الأصول غير الملموسة تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور ككل، ولكل بُعد من أبعاده الخمس، وأيضاً لكل عبارة من عبارات هذه الأبعاد؛ وهو ما يتضح من خلال الجداول الآتية:

جدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد إدارة الأصول غير الملموسة

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الرتبة	الأهمية النسبية
إدارة المعرفة	4.03	0.711	*0.000	1	مرتفعة
إدارة الابتكارات	3.62	0.471	*0.000	4	متوسطة
إدارة براءة الاختراع	3.36	0.615	*0.000	5	متوسطة
إدارة حقوق التأليف والنشر	3.05	0.631	*0.000	3	متوسطة
إدارة تكنولوجيا المعلومات	4.01	0.890	*0.000	2	مرتفعة
إدارة الأصول غير الملموسة	3.64	0.671	*0.000		متوسطة

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

يوضح الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لجميع مجالات إدارة الأصول غير الملموسة بلغ (٣,٦٤) وانحراف معياري (٠,٦٧١)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة على عبارات أبعاد إدارة الأصول غير الملموسة بشكل عام. وهي نتيجة توضح اهتمام جامعة سوهاج بأبعاد الأصول غير الملموسة، والسعي

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

لإدارتها بكفاءة، من خلال عنايتها الكبيرة بممارسات إدارة المعرفة، وأساليب إدارة تكنولوجيا المعلومات. هذا إلى جانب اهتمامها بدرجة متوسطة بإدارة الأنشطة الابتكارية، وأنشطة براءات الاختراع وحقوق التأليف والنشر. ويمكن إرجاع ذلك إلى ما تشهده منظومة التعليم العالي والجامعي المصرية من اهتمام بالمعارف في شتى المجالات، والحرص على تخزين وإتاحة المعرفة وإدارتها بشكل فاعل؛ إلى جانب ما يشهده العالم من اهتمام بتكنولوجيا المعلومات، واستخدامها في شتى مناشط العملية التعليمية والبحثية. كما يتضح أيضاً من الجدول السابق أن بُعد إدارة المعرفة احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٠٣)، وانحراف معياري (٠,٧١١)، يليه بُعد إدارة تكنولوجيا المعلومات بمتوسط حسابي (٤,٠١)، وانحراف معياري (٠,٨٩٠)، يليه بُعد إدارة حقوق التأليف والنشر بمتوسط حسابي (٣,٠٥) وانحراف معياري (٠,٦٣١)، يليه بُعد إدارة الابتكارات بمتوسط حسابي (٣,٦٢)، وانحراف معياري (٠,٤٧١)، واحتل بُعد إدارة براءة الاختراع المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٣٦) وانحراف معياري (٠,٦١٥).

(١) إدارة المعرفة:

جدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور إدارة الأصول غير الملموسة، البُعد الأول (إدارة المعرفة).

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الرتبة	الأهمية النسبية
١-	تولي الجامعة اهتماماً متزايداً بأنشطة البحث العلمي والتطوير.	4.18	0.984	0.000*	1	مرتفعة
٢-	تشجع الجامعة منسوبيها على حضور المؤتمرات والندوات وورش العمل.	4.14	1.010	0.000*	2	مرتفعة
٣-	تهتم الجامعة بتنقيح وتنظيم المعارف الجديدة.	3.84	0.877	0.000*	4	مرتفعة
٤-	تستخدم الجامعة قاعدة بيانات مناسبة لحفظ جميع المعارف.	3.55	0.954	0.000*	5	متوسطة
٥-	تهتم الجامعة بنشر ثقافة منظمة تدعم عملية التطبيق الفعال للمعرفة.	4.06	1.008	0.000*	3	مرتفعة
	المقياس العام للبُعد	4.03	0.711			مرتفعة

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

يوضح الجدول السابق ارتفاع التقييم العام لُبعد إدارة المعرفة، والذي جاء مرتفعا بمتوسط حسابي (٤,٠٣)، وانحراف معياري (٠,٧١١)، وهو ما يؤكد موافقة أفراد عينة الدراسة على أهمية المعرفة وإدارتها بكفاءة داخل الجامعة، وما تقوم به من دور فعال في تنمية كفاءة وفاعلية الجامعة بشكل عام، وزيادة قدرتها على الاستجابة للتغيرات المحيطة بها. وربما يعود السبب في ذلك إلى رغبة، واستعداد منسوبي الجامعة لتجنب الفشل، وجود خلفية معرفية جيدة لديهم عن إدارة المعرفة وأهميتها، ورغبتهم في التعلم، والمشاركة في تداول المعرفة والأفكار مع الآخرين، هذا إلى جانب توافر موارد بشرية مؤهلة، ومدنية في الجامعة. ويوضح الجدول أيضًا العبارات التي لاقت موافقة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة على بُعد: إدارة المعرفة، وكان أعلاها العبارتين (١، ٢). حيث جاءت العبارة رقم (١) والتي تنص على "تولي الجامعة اهتماما متزايدا بأنشطة البحث العلمي والتطوير" في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,١٨). وهو ما يؤكد أهمية البحث العلمي في تحقيق التقدم العلمي والتنمية بجميع جوانبها لأي مجتمع، وإيجاد حلول للمشكلات التي تواجهها القطاعات الإنتاجية المختلفة، وتحسين الأداء وزيادة الإنتاج والحصول على جودة عالية للمنتجات والخدمات. وجاءت العبارة رقم (٢) والتي تنص على "تشجع الجامعة منسوبيها على حضور المؤتمرات والندوات وورش العمل" في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,١٤). وهو ما يؤكد أهمية اضطلاع الجامعة بدورها في تشجيع منسوبيها من أعضاء هيئة التدريس والباحثين على حضور المؤتمرات والندوات وورش العمل، لما لها من دور في إطلاع الباحث على المستجدات في تخصصه، وصقل مهاراته الأكاديمية وزيادة نسبة تعلمه من الآخرين، بالإضافة إلى صقل مهارته على الكتابة الأكاديمية، والاستفادة من تحكيم الخبراء لبحثه، وزيادة ثقته بنفسه، وبناتج بحثه،

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

ومساعدته على بناء علاقات أكاديمية تساعده في النشر العلمي ولقاء الناشرين، ومعرفة آلية النشر.

(٢) إدارة الابتكارات:

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور إدارة الأصول غير الملموسة، البُعد الثاني (إدارة الابتكارات).

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (Sig)	الرتبة	الأهمية النسبية
٦-	تهتم الجامعة بنشر ثقافة الابتكار في كل من الجامعة والمجتمع.	4.22	0.709	0.000*	2	مرتفعة
٧-	تنمي الجامعة في منسوبيها مجالات الموهبة والابتكار والتفكير الريادي.	4.15	0.644	0.000*	3	مرتفعة
٨-	تدعم الجامعة المشاريع الريادية التي تخدم منسوبيها والمجتمع، وتتوافق مع سوق العمل.	3.29	0.592	0.000*	4	متوسطة
٩-	تنظم الجامعة فعاليات تعليمية وتدريبية في مجالات اكتشاف الموهبة ورعايتها.	4.41	0.821	0.000*	1	مرتفعة
١٠-	تهتم الجامعة بتسويق الابتكارات والأفكار البحثية المتميزة.	2.31	0.541	0.000*	5	ضعيفة
	المقياس العام للبُعد	3.62	0.471			متوسطة

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

يوضح الجدول السابق أن التقييم العام لبُعد إدارة الابتكارات جاء متوسطاً، بمتوسط حسابي قدره (٣,٦٢)، وانحراف معياري (٠,٤٧١)، مما يشير إلى أن موافقة أفراد عينة الدراسة على أهمية هذا البُعد جاءت بدرجة متوسطة. ويمكن تفسير ذلك وإرجاعه إلى النشأة الحديثة لجامعة سوهاج (٢٠٠٦) كجامعة مستقلة، مما جعل شغلها الشاغل – بداية – ينصب على تأسيس بنيتها التحتية، واستكمال مواردها البشرية العلمية والإدارية، وتوفير المتطلبات اللازمة لتلبية الطلب المتزايد على الالتحاق بكلياتها المختلفة، ومن ثم الانطلاق لتسجيل الابتكارات والإبداعات الجديدة. كما يوضح الجدول أيضاً العبارات التي لاقت موافقة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة على بُعد إدارة الابتكارات، وكان أعلاها العبارتين (٩، ٦). حيث جاءت العبارة رقم (٩) والتي تنص على "تنظم الجامعة فعاليات تعليمية وتدريبية في مجالات اكتشاف الموهبة ورعايتها" في المرتبة الأولى من

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,٤١). وهو ما يؤكد ضرورة اهتمام الجامعة بعمليات اكتشاف الموهوبين ورعايتهم، والتي تمثل ركيزة أساسية للتنمية، وموردًا مستدامًا للثروة البشرية، يمكن من خلالها تحقيق تقدم المجتمع، ومواجهة التحديات المستقبلية التي تفرضها متغيرات العصر الحديث على كافة الأصعدة. وجاءت العبارة رقم (٦) والتي تنص على "تهتم الجامعة بنشر ثقافة الابتكار في كل من الجامعة والمجتمع" في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,٢٢). وهي نتيجة تؤكد أهمية نشر ثقافة الابتكار بين منسوبي الجامعة، حيث يعد الابتكار من أهم ركائز تقدم المجتمع، بل أساس تغيير المجتمعات وتطورها.

٣) إدارة براءة الاختراع:

جدول (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور إدارة الأصول غير الملموسة، البُعد الثالث (إدارة براءة الاختراع).

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الرتبة	الأهمية النسبية
١١-	تشجع الجامعة الباحثين على تطوير أبحاثهم في مجالات الاختراع والإبداع والمنتجات المعرفية.	4.02	0.812	0.000*	1	مرتفعة
١٢-	تعقد الجامعة ورش عمل لتوعية الباحثين بأهمية تسجيل براءات الاختراع.	3.59	0.722	0.000*	2	متوسطة
١٣-	تقدم الجامعة الدعم لباحثيها في تسجيل براءات اختراعاتهم.	3.28	0.655	0.000*	3	متوسطة
١٤-	تهتم الجامعة بإعداد الآليات والنماذج والإجراءات المتعلقة بالتقديم على براءة الاختراع.	3.11	0.524	0.000*	4	متوسطة
١٥-	تتابع الجامعة الإجراءات الإدارية والمالية والفنية لتسجيل براءات اختراع منسوبيها.	2.21	0.533	0.000*	5	ضعيفة
	المقياس العام للبُعد	3.36	0.615			متوسطة

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

يوضح الجدول السابق أن التقييم العام لبُعد إدارة براءة الاختراع جاء متوسطاً بمتوسط حسابي قدره (٣,٣٦)، وانحراف معياري (٠,٦١٥)، مما يشير إلى أن موافقة

أفراد عينة الدراسة على أهمية هذا البُعد جاءت بدرجة متوسطة. وقد يعود ذلك إلى النشأة الحديثة لجامعة سوهاج (٢٠٠٦) كجامعة مستقلة، مما جعل شغلها الشاغل - بداية - ينصب على تأسيس بنيتها التحتية، واستكمال مواردها البشرية العلمية والإدارية، وتوفير المتطلبات اللازمة لتلبية الطلب المتزايد على الالتحاق بكلياتها المختلفة، ومن ثم الانطلاق نحو الاهتمام بإدارة براءات الاختراع. كما يوضح الجدول أيضاً العبارات التي لاقت موافقة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة على بُعد إدارة براءة الاختراع، وكان أعلاها العبارتين (١١، ١٢). حيث جاءت العبارة رقم (١١) والتي تنص على "تشجع الجامعة الباحثين على تطوير أبحاثهم في مجالات الاختراع والإبداع والمنتجات المعرفية" في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,٠٢). وهي نتيجة تؤكد أن الجامعات بدون إبداع وبراءات اختراع مسجلة باسمها تكون عاجزة عن البقاء والمنافسة، خاصة في ظل ظاهرة العولمة، وسياسة الانفتاح الاقتصادي، وتطور تقنيات المعلوماتية والاتصالات. وجاءت العبارة رقم (١٢) والتي تنص على "تعقد الجامعة ورش عمل لتوعية الباحثين بأهمية تسجيل براءات الاختراع" في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة متوسطة بمتوسط حسابي (٣,٥٩). وهي نتيجة تؤكد ضرورة أن تولي الجامعة مزيد اهتمام بتدريب منسوبيها من أعضاء هيئة التدريس والباحثين على شروط وأساليب ومراحل تسجيل براءات اختراعاتهم بشكل قانوني يضمن حقوقهم.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

(٤) إدارة حقوق التأليف والنشر:

جدول (٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور إدارة الأصول غير الملموسة، البُعد الرابع (إدارة حقوق التأليف والنشر).

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (Sig)	الرتبة	الأهمية النسبية
١٦-	تتبنى الجامعة سياسة واضحة في إدارة أنشطة التأليف والنشر.	4.17	0.728	0.000*	1	مرتفعة
١٧-	تتوفر لدى الجامعة لوائح خاصة بتنظيم حقوق التأليف والنشر.	3.55	0.754	0.000*	2	متوسطة
١٨-	تطلع الجامعة على حقوق التأليف والنشر المحتملة قبل نشرها من خلال عملية الكشف الداخلي في الجامعة.	3.51	0.651	0.000*	4	متوسطة
١٩-	تستغل الجامعة حقوق التأليف والنشر في مشاريعها البحثية والتطويرية التعاونية.	3.09	0.701	0.000*	3	متوسطة
٢٠-	تهتم الجامعة بتسويق الملكية الفكرية مع شركاء البحث والتطوير التجاريين.	2.28	0.761	0.000*	5	منخفضة
	المقياس العام للبعد	3.05	0.631			متوسطة

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

يوضح الجدول السابق أن التقييم العام لُبعد إدارة حقوق التأليف والنشر جاء متوسطاً بمتوسط حسابي قدره (٣,٠٥)، وانحراف معياري (٠,٦٣١)، مما يشير إلى أن موافقة أفراد عينة الدراسة على أهمية إدارة حقوق التأليف والنشر في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج جاء بدرجة متوسطة. وقد يعود ذلك إلى النشأة الحديثة لجامعة سوهاج (٢٠٠٦) كجامعة مستقلة، مما جعل شغلها الشاغل - بداية - ينصب على تأسيس بنيتها التحتية، واستكمال مواردها البشرية العلمية والإدارية، وتوفير المتطلبات اللازمة لتلبية الطلب المتزايد على الالتحاق بكلياتها المختلفة، ومن ثم الانطلاق الاهتمام بإدارة حقوق التأليف والنشر. كما يوضح الجدول أيضاً العبارات التي لاقت موافقة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة على بُعد إدارة حقوق التأليف والنشر، وكان أعلاها العبارتين (١٦، ١٧). حيث جاءت العبارة رقم (١٦) والتي تنص على "تتبنى الجامعة سياسة واضحة في إدارة أنشطة التأليف والنشر" في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,١٧). مما يكشف عن وجود سياسة واضحة لإدارة أنشطة التأليف والنشر بالجامعة، يمكن أن

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

تؤدي إلى السماح للإسهامات التي تقدمها الأنشطة البشرية الإبداعية - مثل الإنتاج الأدبي والفني - بالحصول على أفضلية استثمارية، ومن ثم تحفيز المزيد من هذه الإسهامات. وجاءت العبارة رقم (١٧) والتي تنص على "تتوفر لدى الجامعة لوائح خاصة بتنظيم حقوق التأليف والنشر" في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة متوسطة بمتوسط حسابي (٣,٥٥). وهي نتيجة تؤكد ضرورة امتلاك مؤسسات التعليم العالي للوائح تنظم حقوق التأليف والنشر الخاصة بمنسوبيها، لما يمثله ذلك من أهمية في توسيع نطاق الأنشطة البشرية الإبداعية التي يمكن منحها قيمة سوقية، وهو أسلوب يشبه إلى حد بعيد تلك الأساليب التي استُخدمت من قبل الأنظمة الرأسمالية بهدف منح قيمة سوقية للعديد من جوانب الحياة الاجتماعية والتي لم تمتلك في السابق أي قيمة نقدية أو اقتصادية في حد ذاتها.

(٥) إدارة تكنولوجيا المعلومات:

جدول (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور إدارة الأصول غير الملموسة، البُعد الخامس (إدارة تكنولوجيا المعلومات).

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (Sig)	الرتبة	الأهمية النسبية
٢١-	تستفيد الجامعة من كل ما هو جديد في مجال تقنية المعلومات.	4.32	0.862	0.000*	3	مرتفعة
٢٢-	لدى الجامعة لوائح تنظم التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاستفادة منها.	3.881	0.851	0.000*	5	مرتفعة
٢٣-	تقدم الجامعة للمستفيدين مجموعة من الخدمات والاستشارات في مجال تكنولوجيا المعلومات.	4.47	0.921	0.000*	1	مرتفعة
٢٤-	تنشر الجامعة على شبكة الإنترنت جميع خدماتها المتعلقة بالويب.	4.36	0.899	0.000*	2	مرتفعة
٢٥-	تستقبل الجامعة التغذية الراجعة من المستفيدين من خدماتها بصورة إلكترونية.	4.30	1.022	0.000*	4	مرتفعة
	المقياس العام للبعد	4.01	0.890			مرتفعة

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

يوضح الجدول السابق أن التقييم العام لُبعد إدارة تكنولوجيا المعلومات جاء مرتفعاً بمتوسط حسابي قدره (٤,٠١)، وانحراف معياري (٠,٨٩٠)، وهو ما يشير إلى موافقة أفراد عينة الدراسة على أهمية إدارة تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة بدرجة مرتفعة. حيث يمكن لتكنولوجيا المعلومات تغيير طبيعة الأنشطة التي تتنافس فيها الجامعات، كما يمكنها الإسهام في تخزين المعلومات واسترجاعها ومعالجتها من أجل تحقيق التميز مقارنة بالمؤسسات المنافسة، كما تؤثر تكنولوجيا المعلومات على الخدمات الجامعية من خلال تطويرها وتعديلها، وترشيد الإنفاق. كما يوضح الجدول أيضاً العبارات التي لاقت موافقة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة على بُعد إدارة تكنولوجيا المعلومات، وكان أعلاها العبارتين (٢٣، ٢٤). حيث جاءت العبارة رقم (٢٣) والتي تنص على "تقدم الجامعة للمستفيدين مجموعة من الخدمات والاستشارات في مجال تكنولوجيا المعلومات" في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,٤٧). وهي نتيجة تؤكد حرص الجامعة على تقديم خدماتها الاستشارية في مجال تكنولوجيا المعلومات سواء لمنسوبيها أم لأعضاء المجتمع المحلي، وما يمكن أن تحققه الجامعة نظير هذه الخدمات من مكاسب مادية ومكاسب معنوية تتمثل في كسب ثقة هؤلاء المستفيدين، وهي خطوة مهمة في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة. وجاءت العبارة رقم (٢٤) والتي تنص على "تنشر الجامعة على شبكة الإنترنت جميع خدماتها المتعلقة بالويب" في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على أهميتها، وحصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤,٣٦). ففي ظل اهتمام كافة المؤسسات - لاسيما مؤسسات التعليم العالي - بتكنولوجيا المعلومات، وإتاحة بياناتها على شبكة الإنترنت، لم يعد من المقبول ألا يحتوي موقع الويب الخاص بتلك المؤسسات على كافة الخدمات المقدمة من قبلها. وهو معيار مهم من معايير تصنيف الجامعات، وتحقيق التنافسية بينها.

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

٢- تحليل اتجاه عبارات محور "تحقيق الميزة التنافسية":

جدول (١١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب إجابات أفراد عينة

الدراسة عن عبارات محور "تحقيق الميزة التنافسية".

م	العبرة (أبعاد تحقيق الميزة التنافسية)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الرتبة	الأهمية النسبية
البُعد الأول/ الكلفة:						
١-	تمارس الجامعة الرقابة المستمرة على جميع نفقاتها.	4.30	0.881	0.000*	1	مرتفعة
٢-	تستخدم الجامعة مواردها المتاحة بصورة اقتصادية رشيدة.	4.15	0.752	0.000*	3	مرتفعة
٣-	تبتكر الجامعة طرقاً فعالة لضمان تخفيض التكلفة.	3.82	0.652	0.000*	4	مرتفعة
٤-	تسهم السياسات المالية للجامعة في تحقيق حجم إيرادات يحقق المستهدف.	3.35	0.661	0.000*	5	متوسطة
٥-	تحرص الجامعة على مراعاة بعد الكلفة في تقديم خدماتها.	4.26	0.760	0.000*	2	مرتفعة
	المقياس العام للبعد	4.18	0.893			مرتفعة
البُعد الثاني/ الجودة:						
٦-	تتبنى الجامعة سياسة للجودة واضحة ومفهومة للجميع.	4.62	1.063	0.000*	1	مرتفعة
٧-	تحرص الجامعة على نشر ثقافة الجودة بين كافة منسوبيها.	4.23	0.991	0.000*	3	مرتفعة
٨-	تقدم الجامعة خدمات وبرامج أكاديمية تتميز بها عن منافسيها.	3.59	0.781	0.000*	5	متوسطة
٩-	تسعى الجامعة للحصول على الاعتماد الأكاديمي لتخصصاتها وبرامجها الأكاديمية.	4.43	0.983	0.000*	2	مرتفعة
١٠-	تتعاون الجامعة مع مؤسسات المجتمع المدني لتحسين جودة خدماتها.	3.79	0.956	0.000*	4	مرتفعة
	المقياس العام للبعد	4.05	0.961			مرتفعة
البُعد الثالث/ الإبداع:						
١١-	تتبنى الجامعة الأفكار الإبداعية التي تسهم في مواجهة مشكلات العمل.	3.82	1.021	0.000*	2	مرتفعة
١٢-	تسعى الجامعة للحصول على مراكز تنافسية مرتبطة بالإبداع والموهبة.	4.06	0.871	0.000*	1	مرتفعة

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

منخفضة	5	0.000*	0.605	2.21	توفر الجامعة إدارة متخصصة لرعاية الموهوبين والمبدعين من منسوبيها.	١٣-
متوسطة	4	0.000*	0.760	3.42	تقدم الجامعة الدعم المادي والمعنوي الذي يشجع منسوبيها على الإبداع.	١٤-
متوسطة	3	0.000*	0.851	3.58	تتعاون الجامعة مع المؤسسات الدولية من أجل التحسين والتطوير.	١٥-
متوسطة			0.824	3.56	المقياس العام للبعد	
البُعد الرابع/ المرونة:						
مرتفعة	4	0.000*	0.981	4.02	تمتلك الجامعة القدرة على الاستجابة للتغيرات البيئية المحيطة بها والتي تؤثر عليها.	١٦-
مرتفعة	5	0.000*	0.901	3.89	تمتلك الجامعة آليات تيسر لها الاستجابة الواعية في التعامل مع اختيارات منسوبيها.	١٧-
مرتفعة	3	0.000*	1.011	4.06	تحرص الجامعة على مواكبة ما يحدث حولها من تطورات.	١٨-
مرتفعة	1	0.000*	1.002	4.25	تمتلك الجامعة مرونة في تفعيل عملياتها الإدارية.	١٩-
مرتفعة	2	0.000*	0.865	4.19	تدرس الجامعة مستوى التكنولوجيا والمعرفة العلمية العالمية للاستفادة منها.	٢٠-
مرتفعة			0.836	3.99	المقياس العام للبعد	
البُعد الخامس/ سرعة الاستجابة:						
ضعيفة	5	0.000*	0.694	2.45	تحرص الجامعة على إجراء مسح ميداني مباشر لاحتياجات منسوبيها عبر مختلف القنوات.	21-
مرتفعة	3	0.000*	1.014	4.18	تتميز الجامعة بقدرة كبيرة على الاستجابة السريعة لحاجات منسوبيها.	22-
مرتفعة	1	0.000*	0.980	4.41	تحرص الجامعة على الاستجابة السريعة لجميع متطلبات الاعتماد الأكاديمي.	23-
مرتفعة	2	0.000*	0.872	4.29	تستجيب الجامعة بسرعة لتبني التكنولوجيا اللازمة لتنفيذ عملياتها المختلفة.	24-
مرتفعة	4	0.000*	0.931	3.76	تلتزم الجامعة بمراجعة برامجها الأكاديمية استجابة للتغيرات في البيئتين المحلية والعالمية.	25-
متوسطة			0.933	3.64	المقياس العام للبعد	
مرتفعة			0.741	4.03	تحقيق الميزة التنافسية	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

يوضح الجدول (١١) أن المتوسط الحسابي لمتغير تحقيق الميزة التنافسية بلغ (٤,٠٣)، وانحراف معياري (٠,٧٤١)، وهو ما يشير - وفقاً لمقياس الدراسة - إلى نسبة موافقة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة على عبارات متغير تحقيق الميزة التنافسية بشكل عام. كما يتضح أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا المتغير تراوحت بين (٢,٢١-٤,٦٢)؛ وتراوحت الانحرافات المعيارية بين (٠,٦٠٥-١,٠٦٣)، وهي نتيجة تشير إلى أن مستوى إدراك أفراد عينة الدراسة لمتغير تحقيق الميزة التنافسية كان مرتفعاً. وجاء بُعد (الكلفة) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٤,١٨)، يليه بُعد (الجودة) بمتوسط حسابي قدره (٤,٠٥)، يليه بُعد (المرونة) بمتوسط حسابي قدره (٣,٩٩)، ثم بُعد (سرعة الاستجابة) بمتوسط حسابي قدره (٣,٦٤)، يليه بُعد (الإبداع) بمتوسط حسابي قدره (٣,٥٦). وهو ما يؤكد قناعة أفراد عينة الدراسة بضرورة أن يكون لجامعتهم مكانة بين منافسيها من مؤسسات التعليم العالي الأخرى على المستويين الإقليمي والعالمي، وتطلعهم لأن تأخذ جامعتهم بكل وسائل التنافسية المتاحة لتتبوأ هذه المكانة.

● اختبار فرضيات الدراسة:

١- اختبار الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \geq 0,05$ بين إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها مجتمعة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج.

جدول (١٢) نتائج تحليل الانحدار لاختبار علاقة المتغير المستقل (إدارة الأصول غير الملموسة) بالمتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية).

المتغير	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري	Bet a	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	القرار تجاه الفرضية
إدارة الأصول غير الملموسة	0.526	0.089	0.278	5.277	0.000	0.901	0.558	مقبولة

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة α) حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (5,277) بمستوى دلالة (0,000)؛ وبالتالي، فقيمة معامل الارتباط (R) تشير إلى أن قيمة العلاقة بين المتغيرين بلغت (90). بالإضافة إلى ذلك فقد تم تفسير متغير إدارة الأصول غير الملموسة بحوالي (8,55%) من التباين في مستوى تحقيق الميزة التنافسية، بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2). ومن ثم، فالفرضية التي تنص على "وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \geq$ (0,05) بين إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها مجتمعة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج" فرضية مقبولة.

٢- اختبار الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \geq$ (0,05) لإدارة الأصول غير الملموسة على كل بُعد من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية (الكلفة - الجودة - الإبداع - المرونة - سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج.

جدول (١٣) نتائج تحليل الانحدار لاختبار تأثير المتغير المستقل (إدارة الأصول غير الملموسة) على كل بُعد من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية (الكلفة - الجودة - الإبداع - المرونة - سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج.

المتغير	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	القرار تجاه الفرضية
أثر إدارة الأصول غير الملموسة على بُعد الكلفة	0.514	0.090	0.591	6.134	0.000	0.914	0.681	مقبولة
أثر إدارة الأصول غير الملموسة على بُعد الجودة	0.402	0.072	0.921	6.024	0.000	0.827	0.676	مقبولة
أثر إدارة الأصول غير الملموسة على بُعد الإبداع	0.351	0.065	0.814	5.311	0.000	0.777	0.587	مقبولة
أثر إدارة الأصول غير الملموسة على بُعد المرونة	0.116	0.051	0.623	5.002	0.000	0.730	0.598	مقبولة
أثر إدارة الأصول غير الملموسة على بُعد سرعة الاستجابة	0.365	0.061	0.623	6.021	0.000	0.843	0.622	مقبولة

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \geq 0,05$ بين إدارة الأصول غير الملموسة والكلفة باعتبارها بُعداً من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (6,134) بمستوى دلالة (0,000)؛ ومن ثم فإن قيمة معامل الارتباط (R) تشير إلى أن قوة العلاقة بين المتغير المستقل وبُعد الكلفة هي (0,914). كما تم تفسير متغير إدارة الأصول غير الملموسة بحوالي (68,1%) من التباين في مستوى بُعد الكلفة، بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2). كما يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \geq 0,05$ بين إدارة الأصول غير الملموسة والجودة باعتبارها بُعداً من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (6,024) بمستوى دلالة (0,000)؛ ومن ثم فإن قيمة معامل الارتباط (R) تشير إلى أن قوة العلاقة بين المتغير المستقل وبُعد الجودة هي (0,827). كما تم تفسير متغير إدارة الأصول غير الملموسة بحوالي (67,6%) من التباين في مستوى بُعد الجودة، بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2). ويبين الجدول السابق أيضاً وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \geq 0,05$ بين إدارة الأصول غير الملموسة والإبداع باعتباره بُعداً من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (5,311) بمستوى دلالة (0,000)؛ ومن ثم فإن قيمة معامل الارتباط (R) تشير إلى أن قوة العلاقة بين المتغير المستقل وبُعد الإبداع هي (0,777). كما تم تفسير متغير إدارة الأصول غير الملموسة بحوالي (58,7%) من التباين في مستوى بُعد الإبداع، بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2). بالإضافة إلى ذلك تُظهر النتائج الموجودة بالجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \geq 0,05$ بين إدارة الأصول غير الملموسة والمرونة باعتبارها بُعداً من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (6,021) بمستوى دلالة (0,000)؛ ومن ثم فإن قيمة معامل الارتباط (R) تشير إلى أن قوة العلاقة بين المتغير المستقل وبُعد المرونة هي (0,730). كما تم تفسير

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية
متغير إدارة الأصول غير الملموسة بحوالي (٥٩,٨٪) من التباين في مستوى بُعد المرونة، بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2). كما تظهر النتائج الموجودة بالجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة وسرعة الاستجابة باعتبارها بُعداً من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (٥,٠٠٢) بمستوى دلالة (٠,٠٠٠)؛ وبالتالي، فقيمة معامل الارتباط (R) تشير إلى أن قوة العلاقة بين المتغير المستقل وبُعد سرعة الاستجابة هي (٠,٨٤٣). كما تم تفسير متغير إدارة الأصول غير الملموسة بحوالي (٦٢,٢٪) من التباين في مستوى بُعد سرعة الاستجابة، بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2).

وبناء عليه، فالفرضية التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0,05$) لإدارة الأصول غير الملموسة على كل بُعد من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية (الكلفة - الجودة - الإبداع - المرونة - سرعة الاستجابة) بجامعة سوهاج" فرضية مقبولة.

٣- اختبار الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول متغيري إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج تُعزى لبعض المتغيرات الشخصية: (النوع، المسمى الوظيفي، عدد سنوات الخدمة).

استعان الباحث باختبار (T) لعينتين مستقلتين لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية، وهو اختبار يصلح لمقارنة متوسطي مجموعتين من البيانات. كما استعان باختبار "التباين الأحادي" لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية، وهو اختبار يصلح لمقارنة (٣) متوسطات أو أكثر.

جدول (١٤) نتائج اختبار (T) لاستجابات أفراد عينتين مستقلتين تبعًا لمتغير النوع، ونتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاستجابات أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغيري المسمى الوظيفي وعدد سنوات الخدمة.

البيانات الشخصية	التحليل	إدارة الأصول غير الملموسة	تحقيق الميزة التنافسية	جميع المجالات معًا	القرار تجاه الفرضية
النوع	قيمة اختبار (T)	0.722	0.726	0.743	مرفوضة
	القيمة الاحتمالية (Sig.)	0.614	0.581	0.582	
المسمى الوظيفي	قيمة (F)	0.591	1.032	0.991	مرفوضة
	القيمة الاحتمالية (Sig.)	0.726	0.812	0.611	
عدد سنوات الخدمة	قيمة (F)	0.581	0.544	0.484	مرفوضة
	القيمة الاحتمالية (Sig.)	0.590	0.805	0.751	

باستقراء الجدول السابق يتبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (T) جاءت أكبر من مستوى الدلالة (٠,٠٥) لمحوري إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية، والمجالات مجتمعة معًا؛ وهو ما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات تعزى إلى متغير النوع. ويعزو الباحث ذلك إلى اهتمام جامعة سوهاج - بكافة منتسبيها (ذكورا وإناثا) - بتطوير العمليات الإدارية بالجامعة وتحقيق ميزتها التنافسية من خلال استخدام أحدث المداخل الإدارية، والتي يأتي في مقدمتها مدخل (إدارة الأصول غير الملموسة). بالإضافة إلى ذلك جاءت القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة (٠,٠٥) لمحوري إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية، والمجالات مجتمعة معًا؛ وهو ما يؤكد عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول هذه المجالات تُعزى إلى متغيري المسمى الوظيفي وعدد سنوات الخدمة لأفراد العينة بشكل عام. وقد يعود السبب في ذلك إلى قناعة أعضاء هيئة التدريس بجامعة سوهاج - بغض النظر عن مساهم الوظيفي وعدد سنوات خدمتهم - بأهمية إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية في جامعتهم.

الخطوة الخامسة - نتائج الدراسة والإجراءات المقترحة:

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

في ضوء ما تم عرضه في الإطار النظري وأدبيات الدراسة ونتائج التحليل الإحصائي لمجالات الدراسة يمكن توضيح نتائج الدراسة على النحو الآتي:

١- النتائج النظرية

- تمثل الأصول غير الملموسة كافة الجوانب المعرفية الموجودة في المؤسسات، والتي تلعب دورا مهما في توليد مزاياها التنافسية.
- تولى جامعة سوهاج اهتماما بالغا بكل ما من شأنه أن يطور قدرتها على تحقيق الميزة التنافسية، حيث تهتم بتوطين وتطوير تكنولوجيا المعلومات، وتطوير البنية الأساسية للمعلوماتية، وإتاحة المعلومات وتداولها بشكل مباشر وسريع، والاهتمام بجودة كافة عملياتها، وبحقوق الملكية الفكرية والنشر.
- ينتج عن الإدارة الجيدة للأصول غير الملموسة بجامعة سوهاج زيادة قدرتها على خفض الكلفة، وتطبيق مؤشرات الجودة، وزيادة معدلات الإبداع، والمرونة، كما ينتج عنها سرعة في قدرتها على الاستجابة للمتغيرات المحيطة بها.
- تعد الأصول غير الملموسة من أهم مصادر الثروة في المؤسسات الحديثة، فهي أصول معرفية غير ملموسة تتضمن كافة المعارف والإبداعات الفكرية.
- يوجد نموذجان لإدارة الأصول غير الملموسة، هما: النموذج الحلزوني، والذي يسهم في الكشف عن دور الأصول غير الملموسة في زيادة قدرة الجامعة على تحقيق الميزة التنافسية والنمو الاقتصادي، وإثارة الاهتمام بهذه الأصول، وتحديد العوامل المحركة والمساهمة التي تمثلها؛ بالإضافة إلى الكشف عن النظريات، والنماذج، والمعتقدات التي يمكن استخدامها من أجل فهم دور الأصول غير الملموسة ضمن الجامعة وخارجها، وزيادة الاهتمام بالأداء الكلي للجامعة، وبناء هيكلية كلية تستخدم فيها الأصول غير الملموسة الأكثر حرجا في الجامعة. أما النموذج الثاني فهو نموذج المعايير اللاملموسة الدولية، والذي يركز على حقوق

الملكية القانونية، والأصول غير الملموسة القانونية، والأصول غير الملموسة التنافسية داخل الجامعة.

- تركز مداخل إدارة الأصول غير الملموسة على مكونات هذه الأصول المتمثلة في: الاستثمار في التكنولوجيا، واستثمارات التمكين، وتنظيم السوق واستغلاله، والبرمجيات، وأنظمة المعلومات، بالإضافة إلى أنشطة الخدمات الابتكارية، ودور الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية؛ كما تركز على عملية تخصيص الموارد على المستوى الوظيفي، سواء كانت وظائف القيمة أم وظائف الموارد، بالإضافة إلى اهتمامها برأس المال الهيكلي، ورأس المال البشري، ورأس المال المرتبط بالعملاء. وهو ما يحتم على جامعة سوهاج ضرورة الاهتمام بكافة هذه الجوانب، وإدارتها بشكل فعال، حتى تتمكن من البقاء، وتحقيق الميزة التنافسية المطلوبة.

- تتسم الميزة التنافسية للجامعات بالمرونة، والنسيبية، والواقعية، واعتمادها على الشمولية، والتكامل، وقابليتها للتجديد والتطوير، وتلبيةها لرغبات المستفيد وحاجاته، وأنها تنبع من داخل الجامعة، بالإضافة إلى تناسب استخدامها مع أهداف الجامعة والنتائج التي تسعى إلى تحقيقها.

- تهدف الميزة التنافسية للجامعات إلى تحقيق تميزها الاستراتيجي عن منافسيها في الخدمات المقدمة إلى المستفيدين، بالإضافة إلى مساعدة الجامعة على الدخول في مجال تنافسي جديد، مثل: افتتاح فروع جديدة، أو التعامل من نوعية جديدة من المستفيدين، أو إنتاج نوعية جديدة من الخدمات.

- تعد العولمة، خاصة عولمة التعليم العالي، والتنوع في البرامج والدورات والبرامج الدراسية التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي، بالإضافة إلى ما يتسم به العصر الحديث من تدفق لنتائج البحوث، والتطورات التقنية، وتسارع عمليات الإبداع

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

والابتكار، وزيادة الطاقات الإنتاجية، وارتفاع مستويات الجودة من أهم المبررات التي تحتم على الجامعات المصرية الاهتمام بالميزة التنافسية.

- توجد العديد من الصعوبات التي قد تعرقل سعي الجامعة لاكتساب الميزة التنافسية وتبوء موقع تنافسي استراتيجي، منها: تدني مستوى وكفاءة الموارد البشرية بالجامعة، وتخلف نظام الاتصالات الإدارية بها، تدهور المناخ والسلوك التنظيمي الفعال بالجامعة، ضعف الهياكل التنظيمية في المجتمع، سوء الأداء الخاص بالعمليات الجامعية، غياب الحرية الممنوحة للمديرين والقادة، انعدام روح الفريق، وحلقات الجودة، عدم وجود قواعد للبيانات أو نظام للمعلومات الإدارية، والفشل في قياس الفرص والكشف عن التهديدات البيئية.

- تتنوع الجهات المسؤولة عن إعداد التصنيفات العالمية للجامعات، فهي إما مراكز أبحاث أو شركات أو صحف، كما تتباين في الأوزان الممنوحة لكل تصنيف، وتعدد المؤشرات التي يستند إليها كل تصنيف منها لتشمل: الاعتماد على استطلاع رأي الأقران، وعلى سمعة الجامعة، وعلى النشر الإلكتروني، وعلى قواعد البيانات. وتتفق جميع التصنيفات في قياسها لإنتاجية البحث والنشر العلمي في الجامعات، بوصفه أحد أهم آليات إثراء المعرفة العلمية والتميز، علاوة على معيار السمعة الأكاديمية الدولية للجامعة بين نظرائها. غير أنه يُعاب على هذه التصنيفات استنادها على طريقة في التقييم تنحاز للعلوم الطبيعية، وللدوريات العلمية المنشورة باللغة الإنجليزية.

- توجد علاقة واضحة بين إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية للجامعات؛ حيث تؤدي إدارة الأصول غير الملموسة بشكل فعال إلى تحسين الجودة والارتقاء بها في مؤسسات التعليم العالي، مما يجعل لهذه الجودة أسبقية وميزة تنافسية في تلك المؤسسات.

- أظهرت نتائج الدراسة - بشكل عام - وجود درجة متوسطة في تبني جامعة سوهاج لسياسة واضحة في إدارة الأصول غير الملموسة الخاصة بها، وتوظيفها بصورة سليمة، خاصة ما يتعلق بإدارة الابتكارات، وبراءة الاختراع، وحقوق التأليف والنشر.
- وجود توجه عام من إدارة الجامعة لتبني فلسفة واضحة لدعم إدارة الأصول غير الملموسة وتشجيعها كونها ذات تأثير كبير في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة.
- يمتلك أفراد عينة الدراسة رؤية واضحة حول أهمية الأصول غير الملموسة وإدارتها بشكل متميز، في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة سوهاج، واستمرارها في التواجد، والحصول على رضا المستفيدين على كافة المستويات.
- بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد تجاه متغير إدارة الأصول غير الملموسة (٣,٦٤)، وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من التقييم اللفظي الذي تستند إليه الدراسة، مما يشير إلى أن نسبة ممارسة إدارة الأصول غير الملموسة بجامعة سوهاج جاءت بدرجة متوسطة.
- احتل بُعد إدارة المعرفة كأحد أبعاد إدارة الأصول غير الملموسة المرتبة الأولى من حيث وعي أفراد العينة بأهمية ممارسته، وإيجابية اتجاهاتهم نحوه بمتوسط حسابي (٤,٠٣)، وانحراف معياري (٠,٧١١)، يليه بُعد إدارة تكنولوجيا المعلومات بمتوسط حسابي (٤,٠١)، وانحراف معياري (٠,٨٩٠)، يليه بُعد إدارة حقوق التأليف والنشر بمتوسط حسابي (٣,٠٥) وانحراف معياري (٠,٦٣١)، يليه بُعد إدارة الابتكارات بمتوسط حسابي (٣,٦٢)، وانحراف معياري (٠,٤٧١)، واحتل بُعد إدارة براءة الاختراع المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٣٦) وانحراف معياري (٠,٦١٥).

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- بلغ المتوسط الحسابي لمتغير تحقيق الميزة التنافسية (٤,٠٣)، وانحراف معياري (٠,٧٤١)، وهو ما يشير - وفقا لمقياس الدراسة - إلى نسبة قبول مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة. كما يتضح أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا المتغير تراوحت بين (٢,٢١-٤,٦٢)؛ وتراوحت الانحرافات المعيارية له بين (٠,٦٠٥-١,٠٦٣)، وهي نتيجة تشير إلى أن مستوى إدراك أفراد عينة الدراسة لهذا المتغير كان مرتفعًا.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين متغيري إدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (٠,٩٠١).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة والكلفة باعتبارها بُعدا من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (٠,٩١٤).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة والجودة باعتبارها بُعدا من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (٠,٨٢٧).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة والإبداع باعتباره بُعدا من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (٠,٧٧٧).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة والمرونة باعتبارها بُعدا من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (٠,٧٣٠).

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين إدارة الأصول غير الملموسة وسرعة الاستجابة باعتبارها بُعداً من أبعاد تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرين (0,843).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج تعزى إلى متغيرات: النوع، المسمى الوظيفي، وعدد سنوات الخدمة لأفراد العينة بشكل عام.

● التوصيات والإجراءات المقترحة:

في ضوء نتائج الدراسة الميدانية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والإجراءات المقترحة على النحو الآتي:

1. زيادة الاهتمام بالمزايا التنافسية للجامعة، وتبني مفهوم الميزة التنافسية، وهو ما سيقود إلى فاعلية وجودة الأنشطة الجامعية المختلفة مقارنة بالمنافسين، ويؤدي بالجامعة إلى تقديم قيمة متفوقة لمدة طويلة من الزمن يمكن أن تسهم في زيادة الطلب على الالتحاق بها، وتحقيق مزيد من الأرباح، واكتساب قوة تنافسية عالية على المستويين المحلي والعالمي، في عالم أصبح اقتصاده قائماً على المنافسة الشرسة بين كافة المنظمات وعلى مختلف الأصعدة والميادين. ويمكن أن يتم ذلك من خلال:
- نشر ثقافة التغيير بالجامعة بما تحتويه من قيم وضوابط وما تتطلبه من مهارات واستعدادات تتناسب مع متطلبات مجتمع المعرفة.
- العمل على تضمين ثقافة إدارة الأصول غير الملموسة مع نظم الجودة، لضمان إقامة نظم فعالة للجودة في الجامعة.
- تخصيص مكافآت محفزة لأعضاء هيئة التدريس ذوي القدرة على الإنتاج العلمي المتميز وتبادل أفضل الأفكار من خلال القيام بالمشروعات البحثية التعاونية المشتركة بين جامعة سوهاج والجامعات المصرية والجامعات الأجنبية.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- صياغة أهداف إدارة الأصول غير الملموسة على مستوى الجامعة والتي تعبر عن توافر ثقافة إدارة هذه الأصول على مستوى الجامعة وعلى مستوى الكليات.
- تنظيم حملات توعوية متعلقة بنشر ثقافة إدارة الأصول غير الملموسة بين القيادات والهيئة التدريسية والإدارية على مستوى كلية الجامعة، من خلال الندوات والمحاضرات والموقع الإلكتروني للجامعة.
- ٢. ضرورة توفير بنية تحتية تسهم في إدارة أفضل للموارد والأصول غير الملموسة للجامعة، وتعزيز ميزتها التنافسية، وذلك عن طريق:
 - بناء شبكات وبنية تحتية تكنولوجية متطورة للمعلومات والاتصالات لتحقيق التعاون العلمي الواسع على المستوى المحلي والدولي، بما يؤدي إلى ممارسة عمليات إدارة الأصول غير الملموسة بشكل أفضل.
 - تحديث المكتبات بما يواكب التطورات العلمية الحديثة وتزويدها بالمؤهلين والمدربين القادرين على ممارسة الأعمال المكتبية بكفاءة.
 - زيادة مخصصات البحث العلمي، وبخاصة أنشطة البحث والتطوير، وتأسيس البنية التحتية اللازمة لذلك من المعامل والورش، وتجهيزاتها المختلفة.
 - الاتجاه نحو تأسيس بنية معلوماتية على مستوى عالٍ من الكفاءة بوصفها نواة أساسية في تحقيق التميز في الأداء الجامعي في مجتمع المعرفة.
 - تبني إجراءات تحويل المكتبات الجامعية التقليدية إلى مكتبات شاملة تضم مكتبات (رقمية وورقية)، تيسر الحصول على المعرفة وإدارة الأصول غير الملموسة، وذلك من خلال إدخال نظام المكتبة الإلكترونية، وتوفير قواعد للبيانات ومستودعات للمعرفة ذات بنية تنظيمية فائقة، والاشتراك في الدوريات المتميزة علمياً في التخصصات المختلفة.
- ٣. ضرورة تحول اهتمامات جامعة سوهاج نحو التركيز على مكونات الأصول غير الملموسة (الأصول المعرفية)، واكتشاف مصادرها، ودراسة أثرها، من خلال وضع

خطة طويلة الأمد للتعامل الفعال مع هذه المكونات، حيث إنها تسهم في خلق قيمة تنافسية مستقبلية عالية، تكون أضعاف قيمة الأصول الملموسة (المادية) في منظمات المعرفة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال استحداث وحدة أو إدارة بالجامعة تتولى مسؤوليات ومهام جهود وأنشطة إدارة الأصول غير الملموسة للجامعة، وتنظيمها وتنسيقها. يكون من مهامها:

- رصد القدرات المعرفية والتقنية والإبداعية والعلمية للجامعة.
- وضع المعايير التي تحدد الأصول غير الملموسة ذات القيمة المضافة للجامعة.
- حفظ المعلومات، وتحديثها باستمرار.
- تطوير المعارف، التكنولوجيا، أساليب وآليات النشر العلمي، والابتكارات بالجامعة.
- ترسيخ المعرفة في بنیان الجامعة، بالشكل الذي يحطم القيود بين الوظائف، ويحسن عمليات التفكير الشامل اللازم من خلال تصميم نظم وإجراءات مرنة وميسرة تكفل التدفق والاستخدام الفعال للمعرفة.
- قياس مستوى تطور الأصول غير الملموسة وتأثيرها على أداء الجامعة من خلال قياس ومراقبة مدى تأثير المعرفة المتاحة على إسهام كل برنامج في نجاح البرامج والوظائف الأخرى وتحقيق الأهداف الكلية للجامعة.
- بناء الخبرات، والمساعدة في تسهيل تحسين عملية التفكير واتخاذ القرارات بالجامعة.
- إدخال التطبيقات الحديثة للتكنولوجيا لتدعيم عمليات خلق وتدفق والمشاركة في المعلومات عبر المستويات المختلفة بالتنظيم.
- تسهيل عمليات التعلم من تجارب الماضي ومن خبرات الأفراد بعضهم البعض.
- تطوير ودمج أفضل التطبيقات والممارسات في مشاريع الإدارة والعمليات المهمة للجامعة.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

٤. العمل على إدارة الأصول غير الملموسة المملوكة للجامعة بمنهج جديد يتضمن بناء واستثمار الثروة المعرفية للجامعة. من خلال وضع استراتيجية لإدارة الأصول غير الملموسة بالجامعة، تنطلق من:

- تحليل البيئة الداخلية والخارجية للجامعة كمرحلة أولى، من خلال: تحليل علاقات المؤسسة وحدودها ومكانتها في المحيط الخارجي، بحيث يقوم فريق التطوير الاستراتيجي بتحديد وتحليل عناصر القوة والضعف في البيئة الداخلية، والفرص والتهديدات في البيئة الخارجية.

- تحديد وتحليل مجالات الأصول غير الملموسة كمرحلة ثانية في عملية تطوير استراتيجيات إدارة الأصول غير الملموسة؛ ويُقصد بها تلك التجارب والخبرات والمهارات والقدرات التي تمكن العاملين من تنفيذ أعمالهم بكفاءة وفعالية.

- استكمال الملامح الأساسية لاستراتيجية إدارة الأصول غير الملموسة بالجامعة، وتصميم البرامج العملية التي سيتم تنفيذها لدعم أنشطة تطوير المجالات الجوهرية التي تتضمنها الاستراتيجية في ضوء الأهداف التنظيمية والرؤية الإستراتيجية.

- ويكون من بين أهداف تلك الاستراتيجية:

- ترسيخ ثقافة العناية بالأصول غير الملموسة بالجامعة، وتوعية العاملين بأنظمة ونماذج ومداخل إدارة تلك الأصول.

- بناء واستثمار العنصر البشري الحالي، واستقطاب المزيد من الكفاءات اللازمة للعمل الجامعي.

- حصر كافة الأصول غير الملموسة بالجامعة، وإنشاء قاعدة بيانات تتضمن تلك الأصول.

- رقمنة كافة العمليات التي تقوم بها الجامعة، والارتقاء بالمستوى التقني للجامعة.

- إرساء منهجية فعالة لإدارة الأصول غير الملموسة بالجامعة، وضمان التطبيق الأمثل للاستراتيجية الخاصة بإدارة تلك الأصول.
٥. ضرورة تحديث التشريعات والقوانين المنظمة للعملية التعليمية والبحثية داخل الجامعة وكلياتها المختلفة، لتتيح الاستغلال الأمثل لمواردها غير الملموسة، وتُمكن من إدارتها بأسلوب فعال يسهم في تحسين أداء الجامعة وتميزها على المدى البعيد، ويحقق لها الميزة التنافسية. ويمكن اتباع الإجراءات التالية لتحقيق ذلك:
- إعادة صياغة اللوائح الداخلية للجامعة بشكل ينظم علاقة الجامعة بالبيئة الخارجية، بحيث تتم مراجعته بدقة من قبل أعضاء هيئة التدريس بالجامعة. مع الالتزام بالمرونة في تطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل داخل الجامعة بما يعزز ثقافة نشر المعرفة وتبادلها بين أعضاء هيئة التدريس.
- دعم الحرية الأكاديمية والاستقلال المؤسسي للجامعات، والتقليل من الإجراءات الرقابية الصارمة بأبعادها ومظاهرها المختلفة، مع احتفاظ المجتمع بحقه في محاسبتها عن القيام بمسؤولياتها.
- منح الوحدات الجامعية مزيداً من المرونة في إدارة وتسيير أمورها، وبما يسمح لها باستخدام المعرفة المطورة في إحداث التغييرات المطلوبة كلما دعت الحاجة إلى ذلك، دون القيام بإجراءات طويلة ومعقدة، وذلك على أساس أن تلك الوحدات تزر بكثير من الموارد الفكرية التي تعينها على ذلك.
٦. زيادة التمويل اللازم للارتقاء بكافة البنى التقنية بكليات الجامعة، بما يسمح بتطبيق أحدث الآليات اللازمة لإدارة الأصول غير الملموسة وتحقيق الميزة التنافسية، وذلك عن طريق:
- التوسع في إنشاء الوحدات ذات الطابع الخاص، بما يضمن تطبيق ونشر فعال لهذه الأصول بما يسهم في تطوير مؤسسات المجتمع وحل مشكلاته.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- السعي نحو إنشاء المكاتب الاستشارية في كافة التخصصات.
- تفعيل دور المراكز البحثية الجامعية في خدمة المجتمع وتطوير الأداء الجامعي.
- التوسع في إقامة شراكات مع المؤسسات الإنتاجية ذات العلاقة.
- تبني فكرة التمويل الذاتي للجامعة، بما يوفر فرصا أكبر للتطوير.
- تخصيص جزء من ميزانية الجامعة للاستثمار في أصولها غير الملموسة، وخاصة رأس المال الفكري، كمقدمة لتحسين مؤشرات أدائها، ومركزها التنافسي.
- ٧. توفير كافة المتطلبات الإدارية والتنظيمية اللازمة لإدارة الأصول غير الملموسة للجامعة بشكل يسهم في تطوير وتجويد هذه الأصول، واستخدامها بفاعلية لتحقيق الميزة التنافسية، ويمكن أن يتم ذلك من خلال:
 - تحسين الهيكل التنظيمي لجامعة سوهاج، بحيث يعمل على تحديد المجموعات والوحدات الإدارية فيها، والوظائف الإدارية المختلفة، والعلاقات الوظيفية بين الوحدات والوظائف الإدارية داخل الجامعة وخارجها، والتحليل الوظيفي لكل وظيفة من حيث المسمى الدقيق والوصف الوظيفي والواجبات والمسؤوليات والمهام التفصيلية، والسلطات، وسير خطوط السلطة وتدرجها. لذلك، على إدارة الجامعة تشكيل لجنة من الخبراء والمتخصصين تتولى مهمة تطوير هذا الهيكل المطلوب، مع تزويدها بكافة متطلبات العمل.
 - إعداد جيل من القيادات الجامعية الإدارية والأكاديمية ذوي المهارات والقدرات المتطورة والمدرّبة على استخدام مدخل إدارة الأصول غير الملموسة، وتضمين عملياته في العمل الجامعي بما يساعد في صقل مهاراتهم المعرفية والإدارية ويحقق الميزة التنافسية.
 - تضمين إدارة الأصول غير الملموسة في الخطة الاستراتيجية للجامعة بما يحقق ممارسة فعالة لعملياتها.

- تطوير النظم الإدارية للجامعة وتحديثها، عن طريق المسح العلمي الشامل للأوضاع القائمة للإدارة الجامعية بما يدعم ممارسة فعالة لإدارة الأصول غير الملموسة.
 - تبني الكليات للهياكل التنظيمية المرنة التي تيسر عمليات إدارة الأصول غير الملموسة وتبادلها داخل الجامعة وخارجها، ك (الهيكل الشبكي) الذي يشجع على الاتصال المباشر بين الأفراد داخل الجامعة وخارجها.
 - تنظيم الدورات والبرامج التي تهدف إلى تأهيل وتنمية ورفع كفاءة العناصر البشرية بالجامعة من الأكاديميين وسائر العاملين في مجال إدارة الأصول غير الملموسة وتوفير المناخ المناسب لتحقيق الإبداع والابتكار.
 - تدريس مقررات عن إدارة الأصول غير الملموسة في مستوى الدراسات العليا بالكليات المختلفة، وتطوير الأدوات والمواد التدريسية، وإجراء أبحاث في أهم القضايا المرتبطة بإدارة الأصول غير الملموسة سواء على مستوى الجامعة أم على مستوى المشروعات المشتركة مع القطاعات المختلفة في المجتمع.
 - استحداث وظيفة مدير الموارد غير الملموسة بالجامعة، لديه قدرات ومهارات عالية على الاتصال داخل الجامعة وخارجها، ورصد وتحليل هذه الموارد بالجامعة، واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
 - إنشاء قاعدة معلومات خاصة بالمنظمات ذات العلاقة والتي تتعامل معها الجامعة، وتسجيل خبرات تلك المنظمات، ووضع خطة للاستفادة منها.
 - لابد من أن يخضع نظام إدارة الأصول غير الملموسة بالجامعة إلى فترة تجربة، مع الملاحظة والتقييم المستمر لأداء النظام من خلال استقصاء أداء المستفيدين، وإجراء التعديلات المطلوبة لتحقيق أقصى درجة من الفعالية.
٨. من الضروري إشراك أكبر عدد من العاملين بالجامعة في عمليات إدارة الأصول غير الملموسة، وعدم قصر الأمر على فريق محدد توكل إليه تلك المهمة، حتى لا

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

يظن البقية أن إدارة أصول جامعتهم أمر لا يعنيههم وأنه منوط فقط بالفريق المسؤول عنه، في حين أن نجاح الجامعة في إدارة تلك الأصول يستند بشكل رئيس على مشاركة الجميع في إدارة تلك الأصول. لذلك على رئيس الجامعة، ونوابه، وعمداء الكليات اتخاذ ما يلزم نحو إصدار مجموعة من القرارات أو إنشاء وحدات إدارية تتولى دمج كافة العاملين بالجامعة في عملية إدارة هذه الأصول، والتنسيق بين كافة الجهود المبذولة في هذا الصدد.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- ١- إبراهيم، خديجة عبد العزيز علي. (٢٠١٥). تصور مقترح لتفعيل برامج تدريب أعضاء هيئة التدريس لتطوير أدائهم الأكاديمي في ضوء متطلبات مجتمع المعرفة بجامعة سوهاج. مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، ٣١(٥).
- ٢- الإبراهيم، عدنان بدوي. (٢٠٠٩). درجة فاعلية تقويم أداء أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لتحقيق الميزة التنافسية بجامعاتهم. مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، 7(2).
- ٣- إبراهيم، محمد إبراهيم عبدالعزيز. (٢٠١٥). تمويل التعليم: أحد مداخل تحقيق الميزة التنافسية للجامعات المصرية. دراسات تربوية ونفسية، مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، (٨٧).
- ٤- إبراهيم، محمد نصحي. (٢٠٠٩). المشروعات التنافسية في الجامعات المصرية بين الواقع والمأمول مع التطبيق على كليات التربية. المؤتمر الدولي الثاني لتطوير التعليم العالي: اتجاهات معاصرة في تطوير الأداء الجامعي، جامعة المنصورة، ١-٢ نوفمبر، المنصورة.
- ٥- أبو سعدة، وضيفة محمد. (٢٠١٤). متطلبات تحقيق القدرة التنافسية بالجامعات المصرية: دراسة حالة على جامعة المنصورة. مجلة كلية التربية، جامعة بنها، ٢٥(١٠٠).
- ٦- الأسطل، عيسى. (٢٠١٣). دور ممارسة مديري المدارس الخاصة في محافظات غزة لإدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية للمدرسة [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة: كلية التجارة.
- ٧- أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا. (٢٠١٩). البرنامج القومي للحاضنات التكنولوجية "انطلاق". القاهرة.
- ٨- الأمم المتحدة. (١٩٤٨). قرار الجمعية العامة ٢١٧ ألف (د-٣) ١٠ ديسمبر بالإعلان العالمي لحقوق الإنسان. نيويورك، المادة (٢٧).
- ٩- البحيسي، عبد المعطي. (٢٠١٤). دور التمكين في تحقيق التميز المؤسسي - دراسة ميدانية على الكليات التقنية في محافظات غزة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الأزهر، غزة.
- ١٠- بدر، فادي. (٢٠٠٣). دور نظم المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية - دراسة قطاع الصناعات الدوائية الأردني [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة اليرموك، الأردن.
- ١١- بوطبة، نور الهدى. (٢٠١٣). موقع الجامعات العربية من التصنيفات العالمية. عمان: جامعة الزيتونة الأردنية.
- ١٢- الجاسم، جعفر. (٢٠١٥). تكنولوجيا المعلومات. عمان: دار اسامة للنشر.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- ١٣- جامعة سوهاج. (٢٠١٥). الخطة الاستراتيجية لجامعة سوهاج ٢٠١٥-٢٠٢٠م. سوهاج، مدينة ناصر.
- ١٤- جامعة سوهاج. (٢٠٢٠). الرؤية والرسالة. متاح على: https://www.sohag-univ.edu.eg/mission_vision، تاريخ الاسترجاع: ٢٠٢٠/٠٢/٠٣م.
- ١٥- جامعة سوهاج. (٢٠٢١ أ). البوابة الإلكترونية. متاح على: <https://www.sohag-univ.edu.eg/ar/>، تاريخ الاسترجاع: ٢٠٢١/٠٦/٢٤م.
- ١٦- جامعة سوهاج. (٢٠٢١ ب). مركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية. متاح على: <http://suicc.arkanorg.com>، تاريخ الاسترجاع: ٢٠٢١/٠٦/٢٤م.
- ١٧- الجهاز المركزي للمحاسبات. (٢٠١٦). معايير المحاسبة المصرية الصادرة كإطار مكمل للنظام المحاسبي الموحد بقرار رئيس الجهاز المركزي للمحاسبات رقم ٦٠٩ لسنة ٢٠١٦: معايير المحاسبة المصري رقم (٢٣) الأصول غير الملموسة. القاهرة.
- ١٨- الجومرد، باحثة عبدالفتاح. (٢٠١١). المعرفة: إلى أين مداها؟ مجلة البحوث المستقبلية، جامعة الموصل، ٢(٣).
- ١٩- الحارثي، سعود عبد الجبار. (٢٠١٩). القيادة الاستراتيجية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية في جامعة الطائف. المجلة التربوية، كلية التربية - جامعة سوهاج، (٦٦)، ١٢٩-١٧٧.
- ٢٠- حسن، رابوية. (٢٠٠٥). مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- ٢١- حسن، لؤي مشهور. (٢٠١٩). أثر رأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية على الجامعات الأردنية الخاصة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الإسراء: كلية الأعمال، عمّان، الأردن.
- ٢٢- الحميدي، منال حسين. (٢٠١٩). دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية بالجامعات السعودية: دراسة تطبيقية على جامعة الطائف. مجلة كلية التربية، كلية التربية - جامعة أسيوط، ٣٥(٥)، ٤٤٢-٤٨٠.
- ٢٣- الحميلي، عادل. (٢٠١٧). الملكية الفكرية وطرق حمايتها في مصر. القاهرة: المركز المصري لدراسات السياسات العامة.
- ٢٤- الحواجز، كمال محمد. (٢٠١٠). دراسة ارتباط استراتيجية رأس المال المعرفي بالأداء التنافسي للمؤسسات. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 7(2).
- ٢٥- حويحي، محمد أحمد غريب السيد، والسهمي، خضران بن عبد الله. (٢٠١٩). آليات تحسين ترتيب جامعة الملك خالد في التصنيفات العالمية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية. مجلة جامعة الملك خالد للعلوم التربوية، مركز البحوث التربوية - كلية التربية - جامعة الملك خالد، ٣٠(٢)، ٣٣-١.

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

- ٢٦- خليل، ياسر محمد والمهدي، سوزان محمد وأحمد، أشرف محمود وعطا، رجب أحمد. (٢٠١٧). القيادة الاستراتيجية ودورها في تحسين الميزة التنافسية للجامعات المصرية، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ١٨(٥)، ١٢٣-١٤٤.
- ٢٧- الخمايسة، نايف عواد مطلق. (٢٠١٨). الإفصاح عن الاصول غير الملموسة وأثره على جودة التقارير المالية: دراسة ميدانية على الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة آل البيت: عمادة الدراسات العليا.
- ٢٨- الخنيزان، تهاني بنت محمد بن ناصر، والخضير، فاطمة بنت علي بن صالح. (٢٠١٩). متطلبات الريادة العالمية في الجامعات السعودية لتحقيق الميزة التنافسية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠. مجلة كلية التربية، كلية التربية - جامعة أسيوط، ٣٥(٦)، ١٠٤-١٢٢.
- ٢٩- خنيط، خديجة. (٢٠١٤). التغيير الإبداعي ودوره في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. مجلة رماح للبحوث والدراسات، (١٣)، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، رماح، الأردن.
- ٣٠- داسي، وهيبه. (٢٠١٢). دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية: دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية. مجلة الباحث، (١١)، الجزائر.
- ٣١- داود، الطيب ورحال، سولان ووشين، تيروز. (٢٠٠٧). اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، بحث مقدم للملتقى الدولي: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية للبلدان العربية، في الفترة من ٢٧-٢٨ يونيو، جامعة الشلف، الجزائر.
- ٣٢- الدعمي، علاء فرحان طالب وكمونه، علي عبدالأمير. (٢٠١٥). دور الأصول غير الملموسة في تحقيق الأداء المتميز - بحث ميداني في كليات جامعة كربلاء. مجلة الإدارة والاقتصاد، (٨)2، 174-204.
- ٣٣- دماج، أميرة أمين محمد. (٢٠١٩). دور الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في مدارس المرحلة الثانوية بالجمهورية اليمنية. مجلة القلم، جامعة القلم للعلوم الإنسانية والتطبيقية، (١٢)، ٣٤١-٣٦٩.
- ٣٤- دياب، عبد الباسط محمد. (٢٠١٠). تطوير القدرة التنافسية للجامعات المصرية في ضوء خبرات وتجارب جامعات بعض الدول المتقدمة. المؤتمر العلمي السنوي الثامن عشر: اتجاهات معاصرة في تطوير التعليم في الوطن العربي، في الفترة من ٦-٧ فبراير ٢٠١٠م، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والادارة التعليمية، كلية التربية، جامعة بني سويف.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- ٣٥- دياب، عبدالباسط محمد. (٢٠١٧). إدارة ضغوط العمل الإداري للقيادات الجامعية الأكاديمية ودورها في تحسين عملية اتخاذ القرار التعليمي بجامعة سوهاج. المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ع (٥٣).
- ٣٦- دياب، عبدالباسط محمد. (٢٠١٧). تصور مقترح للتمكين الإداري لرؤساء الأقسام الأكاديمية بالجامعات المصرية ودوره في تحفيز الإبداع الإداري لديهم: جامعة سوهاج نموذجا. المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ع (٤٩).
- ٣٧- رشاد، محمد. (٢٠١٥). إدارة اقتصاديات النشر. الفهرست، (9).
- ٣٨- رمضان، محمد جابر محمود. (٢٠١٣). بعض مشكلات التخطيط الاستراتيجي بجامعة جنوب الوادي، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، (٣٣) يناير، ٣٠٣-٣٦٠.
- ٣٩- الرويلي، أنور. (٢٠١٤). أثر السمات الشخصية في استخدام تكنولوجيا المعلومات في الأجهزة المركزية للإدارة العامة في المملكة العربية السعودية [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الأردنية، عمان.
- ٤٠- الزعبي، فريد. (٢٠١١). تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال تبني مبادئ اقتصاد المعرفة. عمان: وكالة عجلون.
- ٤١- الزيات، إبراهيم مصطفى، وعبد القادر، حامد، والنجار، محمد. (د.ت). المعجم الوسيط، اسطنبول، تركيا: المكتبة الإسلامية.
- ٤٢- زيتون، محيا. (٢٠٠٨). التعليم في الوطن العربي في ظل العولمة وثقافة السوق: رؤية تنموية، ندوة بدائل التنمية العربية. في الفترة من ١٣ - ١٤ أبريل، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية ومركز البحوث العربية والأفريقية، القاهرة.
- ٤٣- سليمان، حنان البديري كمال. (٢٠١٩). استراتيجية مقترحة لتفعيل دور التعلم التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة أسوان. المجلة التربوية، كلية التربية - جامعة سوهاج، (٥٩)، ٤٥٣-٥٧٥.
- ٤٤- السوسي، يوسف رزق الله عبد الله. (٢٠١٠). درجة ممارسة الكليات التقنية في محافظات غزة لإدارة التميز وعلاقتها بالميزة التنافسية [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة: كلية التربية، فلسطين.
- ٤٥- شرف، عليّة محمد إسماعيل. (٢٠١٩). إيجابية التنظيم الإداري كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة القصيم في ضوء رؤية ٢٠٣٠. مجلة القراءة والمعرفة، كلية التربية - الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة - جامعة عين شمس، (٢١٧)، ١٥-٣٩.
- ٤٦- شلبي، أماني عبد العظيم مرزوق. (٢٠١٨). متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العالمية: رؤية تربوية معاصرة [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة المنصورة: كلية التربية.
- ٤٧- الشماع، خليل. (١٩٩١). مبادئ الإدارة. بغداد: دار المسيرة.

- ٤٨- الشمائلة، أحمد خير. (٢٠١٥). الأصول غير الملموسة المولدة داخليا وأثرها على القيمة السوقية للمنشأة في قطاع الصناعات الدوائية في الأردن [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الزرقاء الخاصة، الأردن.
- ٤٩- الشهراني، سلوى بنت مبارك بن محمد. (٢٠١٩). واقع استثمار رأس المال البشري في جامعة الملك سعود لتحقيق الميزة التنافسية. مجلة البحث العلمي في التربية، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية - جامعة عين شمس، ٢٠(٦)، ٣٦٣-٣٨٤.
- ٥٠- الشيباوي، حامد كاظم. (٢٠١٤). إمكانية توظيف الأصول غير الملموسة في تحقيق الإبداع المنظمي: دراسة تحليلية لأراء عينة من أساتذة كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة القادسية. مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، ٤(8)، 77-102.
- ٥١- الشيخ وآخرون. (٢٠١٦). العلاقة بين نظم المعلومات والميزة التنافسية في نظام قطاع الأدوية الأردني، دورية الإدارة العامة، 44(4).
- ٥٢- الصالح، عثمان بن عبدالله محمد. (٢٠١٢ أ). تنافسية مؤسسات التعليم العالي: إطار مقترح. مجلة الباحث، الرياض، (١٠)، ص ص ٢٧٩-٣١٠.
- ٥٣- الصالح، عثمان بن عبدالله محمد. (٢٠١٢ ب). بناء الميزة التنافسية في الجامعات الحكومية السعودية [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة أم القرى: كلية التربية.
- ٥٤- الطالباني، خولة عبدالحמיד محمد. (٢٠١٥). أثر رأس المال الفكري في الإبداع المنظمي [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة كربلاء: كلية الإدارة والاقتصاد.
- ٥٥- عبد الهادي، أميرة رمضان. (٢٠١٠). إدارة المعرفة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية. مجلة الإدارة التربوية، ٢(٧)، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، ٥٠٩-٣٨٩.
- ٥٦- عبدالله، محمد عبدالله محمد. (٢٠١٩). تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بتطبيق مدخل سلسلة القيمة في ضوء بعض النماذج العالمية. مجلة كلية التربية، كلية التربية - جامعة المنوفية، ٣٤(١)، ٢٩٠-٣٤٥.
- ٥٧- عبدالرحيم، عبدالرحيم محمد. (٢٠١٨). دور المكتبات الجامعية في تكوين الثقافة المعلوماتية وإعداد المستفيدين لمجتمع المعرفة في ظل البيئة الرقمية: دراسة ميدانية على مكتبات جامعة سوهاج. مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، ع (٢١)، سبتمبر، جامعة القاهرة، كلية الآداب، مركز بحوث نظم وخدمات المعلومات.
- ٥٨- عبداللطيف، عماد عبداللطيف. (٢٠١٩). دور الجامعة في تعزيز مهارات المواطنة العالمية لطلابها في ضوء متطلبات سوق العمل: دراسة ميدانية بجامعة سوهاج، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج. ج (٦٢)، يونيو، ص ص ٢٤٧-٣٦١.
- ٥٩- عبدالمجيد، محمد. (٢٠٢٠). تسجيل ١٥ براءة اختراع للطلاب بجامعة سوهاج. جريدة الشروق، الأحد ٨ مارس، القاهرة.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- ٦٠- عبيدي، مكي خالد وعيواج، مختار. (٢٠١٧). الاستثمار في الأصول غير الملموسة كإستراتيجية لتحقيق الإبداع وتحسين أداء المنظمة الجامعية. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، (٨)، ديسمبر، ٧٣٣-٧٥٢.
- ٦١- العتوم، محمد فوزي. (٢٠٠٩). رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردني [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.
- ٦٢- عثمان، منى شعبان. (٢٠١٧). نموذج مقترح لتحقيق الميزة التنافسية للمدرسة الابتدائية في مصر على ضوء مدخل القيادة الأخلاقية. مجلة الإدارة التربوية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، ٤(١٣).
- ٦٣- العرود، شاهر وشكر، طلال. (٢٠١٩). جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمات المساهمة العامة الأردنية. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، ٥(٤)، ٤٧٧.
- ٦٤- العزاوي، محمد عبدالوهاب والجرجري، أحمد سليمان. (٢٠١٠). دور تقانة المعلومات والاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية: دراسة استطلاعية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في محافظة نينوى. مجلة بحوث مستقبلية، (٢٩، ٣٠)، ص ٤٠-١١.
- ٦٥- 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، (١٠٢)، ٢٢٧-٢٣١.
- ٦٦- العمري، أحمد يحيى محمد. (٢٠١٩). إمكانية عولمة برامج التعليم في ضوء مفهوم الميزة التنافسية للمنتج التعليمي. مجلة القراءة والمعرفة، كلية التربية - الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة - جامعة عين شمس، (٢١٧)، ٢٠٣-٢٢٨.
- ٦٧- العنزي، سعد علي. (٢٠٠٩). إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال. عمّان: دار اليازوردي العلمية للتوزيع والنشر.
- ٦٨- عيداروس، أحمد نجم الدين. (٢٠١٥). إدارة فرق العمل الافتراضية كآلية إستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات المصرية. مجلة كلية التربية، جامعة بنها، ٢٦(١٠١).
- ٦٩- الغالي، طاهر محسن وإدريس، وائل محمد صبحي. (٢٠١١). الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل. ط ٢، عمّان: دار وائل للنشر.
- ٧٠- قاسمي، شوقي وسليمان، صباح. (٢٠١٦). التصنيف الدولي للجامعات - قراءة في السياقات المفاهيمية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، (١٩)، ٨٠-١١٥.

د. عبدالعاطي حلقان أحمد عبد العزيز

- ٧١- قشقيش، خالد أحمد عبد الحميد. (٢٠١٤). إدارة رأس المال الفكري وعلاقته بتعزيز الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الأزهر: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، فلسطين.
- ٧٢- قطب، سمير عبد الحميد. (٢٠١٨). فلسفة التميز في التعليم الجامعي: نحو جامعة متميزة في ضوء التجارب والخبرات العالمية. مجلة مستقبل التربية العربية، القاهرة، ١٤(٥).
- ٧٣- الكبيسي، صلاح الدين عواد. (٢٠١٢). إدارة المعرفة وأثرها في الإبداع التنظيمي: دراسة استطلاعية مقارنة لعينة من شركات القطاع الصناعي المختلط [رسالة دكتوراه غير منشورة]. الجامعة المستنصرية: كلية الإدارة والاقتصاد، العراق.
- ٧٤- كردي، أحمد السيد. (٢٠٢٠). المحاسبة عن رأس المال الفكري. متاح على: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts>، ٦٦٩٦٢٨، تاريخ السحب: ٢٠٢٠/٠٣/٠٢م.
- ٧٥- كمونة، علي عبدالأمير. (٢٠١٣). الأصول غير الملموسة ودورها في تحقيق الأداء المتميز باستخدام بطاقة الأداء المتوازن [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة كربلاء: كلية الإدارة والاقتصاد، العراق.
- ٧٦- اللوقان، محمد بن فهاد. (٢٠١٦). أهمية المتطلبات اللازمة لإنتاج المعرفة لبناء ميزة تنافسية في جامعة حائل بالمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، ٢٨(١)، ٩٥-١٠٣.
- ٧٧- ميروك، عاطف محمد عبدالباري. (٢٠١٩). تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لأبعاد رأس المال الفكري لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة بالإسماعيلية - جامعة قناة السويس، ١٠(٣)، ٩٩-١٤٤.
- ٧٨- مجمع اللغة العربية. (١٩٩٩). المعجم الوجيز. وزارة التربية والتعليم، القاهرة.
- ٧٩- محجوب، وجيه. (٢٠١٢). البحث العلمي ومناهجه. ط ٢. بغداد: مديرية دار الكتب للطباعة والنشر.
- ٨٠- محمد، كمال الدين الصديق. (٢٠١٥). إدارة المعرفة ودورها في تعزيز إبداع المنظمات الأعمال. مجلة المال والاقتصاد، ٢٧(٢)، بنك فيصل الإسلامي السوداني، السودان.
- ٨١- محمد، ملاك مختار صالح. (٢٠١٨). أثر نظام الاستحقاق المحاسبي على تقييم الأصول غير الملموسة لتعزيز الأداء التنظيمي لشركات القطاع الخاص في مؤسسات القطاع العام: دراسة ميدانية ووزارة المالية والاقتصاد الوطني [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة أم درمان الإسلامية: معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، السودان.
- ٨٢- مركز الأخبار بجامعة سوهاج. (٢٠٢٠ أ). مبادرة "كن مبتكراً" لدعم المشروعات الطلابية. سوهاج، مدينة ناصر.
- ٨٣- مركز الأخبار بجامعة سوهاج. (٢٠٢٠ ب). منحة برنامج *InnovEgypt* لبناء قدرات الطلاب. سوهاج، مدينة ناصر.

إدارة الأصول غير الملموسة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة سوهاج: دراسة ميدانية

- ٨٤- مركز التدريب على نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (٢٠٢٠). تقرير مركز التدريب على نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. سوهاج، مدينة ناصر.
- ٨٥- مركز ضمان الجودة. (٢٠٠٧). اللائحة الداخلية لمركز ضمان الجودة. جامعة سوهاج، سوهاج، مدينة ناصر.
- ٨٦- مزر، أسيل علي. (٢٠٠٩). علاقة القيادة التحولية بعملية التغيير الاستراتيجي وأثرهما في تحقيق الميزة التنافسية. المؤتمر العلمي الأول لجامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد الأول، في الفترة من ١٧-١٨ مارس.
- ٨٧- مصطفى، أحمد سيد. (٢٠١١). دليل الجودة الشاملة والأيزو ٩٠٠٠: دليل عصري للجودة والتنافسية. القاهرة: جمهورية مصر العربية.
- ٨٨- مصطفى، نيفين. (٢٠٢١). جامعة سوهاج تسجل ٤ براءات اختراع للوقاية من فيروس كورونا. بوابة الأهرام، ٢٠ يناير، القاهرة.
- ٨٩- معجم اللغة العربية المعاصرة (٢٠١٢). القاهرة: عالم الكتب.
- ٩٠- مؤسسة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية. (٢٠١٠). مادة تدريبية للمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية للمنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم. الوحدة (١٨): الأصول غير الملموسة باستثناء الشهرة، المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، الأردن.
- ٩١- الموسوي، سنان وعلي، مؤيد. (٢٠٠٨). مبادئ إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحديد الأسبقيات التنافسية: دراسة تطبيقية في معمل أسمنت الكوفة الجديد. مجلة آداب الكوفة، (١).
- ٩٢- ميرخان، خالد محمد أمين. (٢٠١٥). العلاقة بين الأساليب المعرفية ورأس المال الفكري وتأثيرها في التوجه الاستراتيجي [رسالة دكتوراه غير منشورة]. الجامعة المستنصرية: كلية الإدارة والاقتصاد، العراق.
- ٩٣- النايف، سعود بن عيسى. (٢٠١٣). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية لمؤسسات التعليم العالي: دراسة استطلاعية في جامعة حائل. دراسات تربوية ونفسية، مجلة كلية التربية بالزقازيق، (٧٩)، ٨١-١٣٨.
- ٩٤- نجم، عبود نجم. (٢٠١٠). إدارة الأصول غير الملموسة: إدارة ما لا يقاس، عمان: دار اليازوردي العلمية للتوزيع والنشر.
- ٩٥- نجم، ماجد محمد فهمي. (٢٠١٣). دور رأس المال الفكري في الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة جامعة حلوان. المؤتمر العربي الأول: رأس المال الفكري العربي - نحو رؤية استراتيجية جديدة للاستثمار والتطوير، بالتعاون بين المنظمة العربية للتنمية الإدارية ومعهد الإدارة العامة بسلطنة عمان، في الفترة من ٢٨-٣٠ أبريل ٢٠١٣، المنظمة العربية الادارية، القاهرة.
- ٩٦- وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري. (٢٠١٧). استراتيجية التنمية المستدامة: مصر ٢٠٣٠. القاهرة.

- ٩٧- ويح، محمد عبد الرازق. (٢٠١٣). متطلبات تطوير رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات: دراسة ميدانية على جامعة بنها. مجلة كلية التربية، جامعة بنها، ٢(٩٥).
- ٩٨- ياسين، سعد غالب. (٢٠١٨). أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان: دار المنهج للنشر والتوزيع.
- ٩٩- يوسف، بسام عبدالرحمن. (٢٠١٥). العلاقة بين تقنية المعلومات والاتصالات ورأس المال الفكري وأثرها في تحديث الأداء المتميز [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد، العراق.
- ثانيًا: المراجع الأجنبية
- 100-Abu-Radi, Samer. (2013). *Strategic Agility and Its Impact on the Operations Competitive Capabilities in Jordanian Private Hospitals* [Unpublished MA Thesis]. Faculty of Business, Middle East University.
- 101-Academic Ranking of World Universities. (2019). *Shanghai Ranking Consultancy*. Available online at: <http://www.shanghairanking.com/World-University-Rankings-2019/Egypt.html>, Retrieved on: 02/02/2020.
- 102-Adams, M. (2008). Management 2.0: Managing the Growing Intangible side of your Business, *Business Strategy Series*, 9(4), pp. 190-200.
- 103-Al dakeel, Taghreed M. & Almannie, Mohamed A. (2015). Achieving Competitive Advantage in Human Resources Management in General School District of Riyadh in Saudi Arabia", *Journal of Education and Practice*, 6(23), 1-9.
- 104-Al Shobaki, Mazen J., & Abu Naser, Sami S. (2017). The Role of the Practice of Excellence Strategies in Education to Achieve Sustainable Competitive Advantage to Institutions of Higher Education Faculty of Engineering and Information Technology at Al-Azhar University in Gaza a Model. *International Journal of Digital Publication Technology*, 7(2), 135-157.
- 105-American Society for Training and Development. (2017). Knowledge Management in Contemporary Thought *International Monthly Journal Court*, Jacksonville, Florida, P. 7.

- 106-Andriessen, D. (2011). Weightless Wealth: four Modification to Standard IC Theory, *Journal Intellectual Capital*, 2(3).
- 107-Aurelio L. De La Puerta. (2017). *The management of Intangible Assets and Resources: An Opportunity for Companies, Risk Managers and the Insurance Market. Risk Management and Insurance Consultant*, Gerencia Deriesgos Yseguros, Madrid.
- 108-Awad, Elias M. & Ghaziri, Hassan M. (2008). *Knowledge Management*. Delhi: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- 109-Awad, Elias M. & Ghaziri, Hassan M. (2008). *Knowledge Management*. 2nd edition, New Delhi: Dorling Kindersley (India) Pvt. Ltd.
- 110-Aydin, O. Tamtekin. (2013). Location as A Competitive Advantage to Attract Students: An Empirical Study from A Turkish Foundation University. *International Review of Management and Marketing*, 3(4), 204-211.
- 111-Baty, P. (2010). The New Methodology of THE's World University Rankings. *Journal of International Higher Education*, 3 (4), 140-155.
- 112-Bisaria, Gaurav. (2013). Achieving Competitive Advantage by Private Management Colleges or Private University. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, 2 (3), 90-105.
- 113-Blaug, R. and Lekhi. R. 2009. *Accounting for Intangibles: Financial Reporting and Value Creation in the Knowledge Economy*. The Work Foundation, Lancaster University, Lancaster.
- 114-Bounfour, A. (2013). *The Management of Intangibles*. London: Routledge.
- 115-Christopher, S. E. (2016). Total Quality Management as A Competitive Advantage in Higher Educational Institutions. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2(10).
- 116-Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization. (2019). *The Global Innovation Index 2019*:
-

- Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation*, Geneva, Switzerland.
- 117-Cotora, L. (2007). Managing and Measuring the Intangibles to Tangibles Value Flows and Conversion Process: Romanian Space Agency Case Study, *Measuring Business Excellence*, 11(1), 53-60.
- 118-Elise, S. & Stim, R. (2013). *Patent Copyright and Trade Mark*, Brekeley: Nalo and Stim.
- 119-European Court of Human Rights. (2008). *Fourth Section: Case of Balan v. Moldova*, application No. 19247/03, judgement of 29 January 2008, Strasbourg.
- 120-Eustace, C.; Goldfinger, C. and Stovring, C. (2016), "Magic Project", European Commission Information Society Technologies: Report on Workshop Intellectual Capital/Intangibles, Available Online at: www.ispo.ec.europa.eu/ecommerceissues/intangibles/WS-Full-report.html, Retrieved on: 12/12/2019.
- 121-Garfinkle, J. (2020). *7 Strategies to Define Your Competitive Advantage*. Orinda, CA: Joel Garfinkle.
- 122-Gazdar, K. (2017). *Reporting Nonfinancial*. Chichester: John Wiley and sons Ltd.
- 123-Greco, M. G., Michele S, L and Schiraldi, M. M. (2013). The Sources of Competitive Advantage in University Spin-Offs: A Case Study. *Journals of Technology Management & Innovation*, 8(3), 139-151.
- 124-Gu, F., & Lev, B. (2003). *Intangible Assets Measurement, Drivers, Usefulness*, Working Paper #2003-05, MA: Boston University School of Management Accounting.
- 125-Haan, H. Helen de. (2015). Competitive Advantage, what does it Really Mean in the Context of Public Higher Education Institutions? *International Journal of Educational Management*, 29(1), 44-61.

- 126-Hana, Urbancová. (2013). Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82-96.
- 127-Heizer J. & Render, B. (2008). *Operation Management, 8th edition*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- 128-Hill, C. & Jones, G. (1998). *Essentials of Strategic Management*, 3th Edition, South western, USA.
- 129- Huang, H. I., & Lee, C. F. (2012). Strategic Management for Competitive Advantage: A Case Study of Higher Technical and Vocational Education in Taiwan. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 34(6), 611-628.
- 130-International Public Sector Accounting Standards Board - IPSASB, International Federation of Accountants. (2010). *IAS 38 Intangible Assets 2017 – 05*. New York, USA.
- 131-Johanson, M. Martensson, M. and Skoog, M. (2011). Measuring to understand Intangible Performance Drivers, *The European Accounting Review*, 10(3).
- 132-Karius T. (2016). *Intellectual Property and Intangible Assets Alternative valuation and financing approaches for the knowledge economy in Luxembourg*. Luxemburg: European Institute for Knowledge & Value Management (EIKV).
- 133-Kidwell, Jillinda J., & Karen, M.Vanderlinde, & Sandra, L. Johnson. (2010). Applying Corporate Knowledge Management Practices in Higher Education. *Educause Quarterly*, No. 4.
- 134-Kogut, B. (2010). The network as Knowledge Generative Rules and Emergence of Structure. *Strategic Management Journal*, (21), PP. 405-425.
- 135- Landes, William M. and Posner, Richard A. (2014). An Economic Analysis of Copyright Law, *The Journal of Legal Studies*, 18 (2), PP. 325-363.
- 136-Lea, Diana & Bradbery, Jennifer. (2019). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 10th edition, Oxford: Oxford University Press.
-

- 137-Loobuyck, P. (2009). What Kind of University Rankings Do We Want? *Ethical Perspectives*. 16(2) European Centre for Ethics, 207-224
- 138-Macmillan, H. Tampoe, M. (2001). *Strategic Management: Process, Content, and Implementation*. Oxford: Oxford University Press.
- 139-Martins, J. P. Da Silva. (2008). Management Control of Intangibles. *Portuguese Journal of Management Studies*, XIII (3), 307-325.
- 140-Mendoza, R. (2015. May). Impact of Intangible Assets on Cash Flows of Publicly-Listed Corporations in the Philippines. *In Proceedings of 4th Global Business and Finance Research Conference*.
- 141-Merriam Webster. (2020). *Learner's Dictionary*, Springfield, Massachusetts.
- 142- Mertins, K. and Helsing, P. Vorbeck. J. (2011). *Knowledge Management Best Practices in Europe*, Berlin: Springer Verlag.
- 143-Michel, S. C. & Nouri, M. B. (2017). Developing Competitive Advantage through Knowledge Management and Intellectual Capital, *Aea. Journal of Administration Sciences*, University of Kuwait, 14(3).
- 144-Nejad, F. Hashemian. (2014). Investigative of the Relationship Between Knowledge Management& Competitive Advantage. *Indian Journal of Fundamental & Applied Life Sciences*, 4(S1), April-June, 980-984.
- 145-Niekols, F. (2020). *The knowledge in Knowledge Management*. Available Online at: <http://www.niekols/artcler-htm>, Retrieved on: 22/03/2020.
- 146-Nthambi, J. (2016). The effect of Competitive Strategies on Performance of Private Primary Schools in Kenya: A Survey of Private Primary Schools in Nairobi. *African Journal of Education Practice*, 1(2), 53-73.
-

- 147-Nunes-Silva L., Malacarne, A., Macedo, R. F. & De-Bortoli R. (2019). Generation of Intangible Assets in Higher Education Institutions, *Scientometrics*, 121, 957–975.
- 148-Penciu, D. & Abel; Marie-H. and Van Den Abeele, D. (2010). From intangibles Identification to Requirements for Intangibles Management, *the International Conference on Intellectual Capital Knowledge Management & Organizational Learning*. 11-12 November, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, China, 628-634.
- 149-Petrova Galabova, L. (2014). Recognition and Management of Intangibles by Bulgarian Entrepreneurial Firms. *Journal of Intellectual Capital*, 15(3), 376-391.
- 150-Porter, M. (2006). What Is Strategy? *Harvard Business Review*, Nov.-Dec 6. 14, PP. 120-135.
- 151-Prahalad, C. & Hamel, G. (2014). *Strategy as A Field of Study*. New York: Harper Business.
- 152-QS Top Universities. (2019). *QS World University Rankings*, Available online at: <https://www.topuniversities.com/universities/country/egypt>, Retrieved on: 02/02/2020.
- 153-Ranking Web of Universities. (2019). *Ranking Web of Universities*. The July New Edition, Available online at: http://www.Webometrics.Info/En/Current_Edition, Retrieved on: 11/01/2020.
- 154-Renzulli, J. & Reis, S. (2014). *The Schoolwide Enrichment Model: A How-To Guide for Talent Development*. 3rd Edition, Texas: Prufrock Press.
- 155-Russell, R. & Taylor, W. (2008). *Operation Management along the Supply Chain*. (3rd ed). Prentice Hall Inc.
- 156-Sadler, Philip. (2013). *Strategic Management: MBA Masterclass*. 2nd ed, Kogan Page, U.K.

- 157-Sánchez, M. Paloma; Chaminade, C. & Olea, M. (2014). Management of Intangibles: An Attempt to Build a Theory. *Journal of Intellectual Capital*, 1(4), pp.312-327.
- 158-Schultze, W., & Weiler, A. (2009). *Goodwill Accounting and Performance Measurement*. Working Paper. University of Augsburg, May 15, Germany.
- 159-Smith, G. V. & Parr, R. L. (2015). *Intellectual Property*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- 160-Sohag University Publication Center. (2021). *About the SUPC Center*. Available Online at: <http://supc.sohag-univ.edu.eg/Default.aspx>, Retrieved on: 26/06/2021.
- 161-Standards Institute. (2021). *The Intangible Assets Management*. Available Online at: <https://www.standardsinstitutes.org>, Retrieved on: 30/06/2021.
- 162-Standfield, K. and A. Torre. (2012). *Intangible Management: Tools for Solving the Accounting and Management Crisis*, California: Academic Press.
- 163-Standfield, K. (2015). *Intangible Finance Standard*, Amsterdam: Elsevier Academic Press, P. 73-74.
- 164-Stewart, T. (1997). *Intellectual Capital: the new wealth of organization*. New York: Double Day press.
- 165-Taylor, P. & Braddock, R. (2007). International University Ranking Systems and the Idea of University Excellence. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 29 (3), 110-125.
- 166-Times Magazine. (2020). *Times Higher Education World University Rankings*, London.
- 167-UK Accounting Standards Board. (2013). *UK financial Reporting Standards*, London, FRS 10 Goodwill and Intangible Assets.
- 168-Vickery, A. & Forest, A. (2014). *Intellectual Property and Intangible Assets*, Managing Director – Northern California, U.S.A.
- 169-Villagra N., López B., Monfort A. (2015). The Management of Intangibles and Corporate Branding: Has anything changed in

the Relationship between Business and Society? *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 793-812.

- 170-Weygand J., Kieso D., Kimmel P. and Hunt M. (2011). *Problem Solving Survival Guide to Company: Financial Accounting*, 7th Ed., New York: John Wiley & Sons, Inc.
- 171-World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report – 2019*, Geneva, Switzerland. 198-201.
- 172-World Trade Organization. (1994). *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights-TRIPS*. Geneva.
- 173-Zadorozhnyi, Z. M. & Yasyshena, V. (2019). Intangible Assets as an Accounting and Management Object. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 132-142.