

مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن

جميلة صالح العولقي¹

كلية التربية عدن - جامعة عدن

علي عبده الدوش²

كلية التربية عدن - جامعة عدن

DOI: [https://doi.org/10.47372/jef.\(2025\)19.1.126](https://doi.org/10.47372/jef.(2025)19.1.126)

الملخص: يهدف البحث الى التعرف على مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، والكشف إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابات أفراد المجتمع، ولتحقيق اهداف البحث استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي (المسحي)، كما قاما ببناء الاستبانة والتي تكونت من قسمين القسم الأول البيانات الشخصية والقسم الثاني اشتمل على مجالات وفقرات الاستبانة وعددها (30) فقرة موزعة على محورين و(6) ابعاد مجتمعة، حيث اعتمد الباحثان على مجتمع البحث والتي تكونت من جميع القيادات الأكاديمية في (6) الكليات المشمولة بالبحث و البالغ عددهم (50) فرداً تم توزيع الاستبيان على جميع أفرادها، وبعد المعالجات الاحصائية أشارت النتائج الى ان مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية بأبعاده الثلاثة جاءت بمستوى ممارسة "متوسطة" حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لمحور الذكاء الاستراتيجي (3.21)، وبعد المعالجة الاحصائية أشارت النتائج بان المتوسط الحسابي العام لمحور الميزة التنافسية بلغ (3.13)، وهذا يشير إلى أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية بأبعاده الثلاثة مجتمعة تقع عند مستوى ممارسة "متوسطة"، وكانت النتيجة الاجمالية لمحوري الدراسة الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية بمتوسط حسابي (3,17) وهي درجة متوسطة وفقاً للمقياس المعتمد في البحث، كما اظهرت النتائج الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في آراء أفراد مجتمع البحث تجاه (الذكاء الاستراتيجي) و(الميزة التنافسية) تعزى إلى (النوع الاجتماعي، واللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية) لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاستراتيجي، الميزة التنافسية، القيادات الأكاديمية.

المقدمة: تشهد مؤسسات التعليم العالي في العصر الحالي الكثير من التغيرات والمستجدات على مختلف الأصعدة، ومن تلك المستجدات الثورة العلمية التقنية وقوة الاتصالات والمعلومات التي أثرت بدورها على ظهور كثير من النظريات والمداخل الإدارية الحديثة التي مثلت تحدياً كبيراً أمام الجامعات، يتطلب بالضرورة مواجهتها وتحديث نظمها الإدارية والأكاديمية. في ظل المتغيرات العالمية برزت الحاجة إلى إدراك التفكير بمستقبل الجامعات كونها جزء من نظام عالمي يؤثر في نشاطاتها وخططها الاستراتيجية، الأمر الذي يتطلب الكشف عن الملامح الأساسية التي تمكن من البحث عن أساليب عملية مناسبة يمكن من خلالها الاستعداد لمواجهة التحديات وإيجاد البيئة المناسبة لإحداث التطورات والتغيرات بالاستناد على المداخل الإدارية الحديثة التي تساعد على الاهتمام بالموارد البشرية وتدريبهم وتأهيلهم وتقييمهم، لكي يتمكنوا من التصدي للتحديات بكل تعقيداتها. فالذكاء الاستراتيجي وما يرتكز عليه من منهجيات في الجامعات يعد أحد أدوات النجاح الاستراتيجي المتجسد في الجودة والتفوق الاستراتيجي، إذ يعمل على ربط المنظومات الذكية بالقدرات الجوهرية التي يتمتع بها الإنسان كأحد التطورات المهمة لتكنولوجيا المعلومات، وكذلك الاهتمام بتنظيم المعرفة الضمنية حسب قواعد تلائم الجامعات وتحويلها إلى معرفة ظاهرة تمكن الجامعات من إدارة الشراكة الاستراتيجية، في بيئة المنافسة العالمية والمحلية، ويعتمد ذلك على تشخيص مجالات استثمار الذكاء الاستراتيجي بكل أبعاده (الطائي والخفاجي، 2009:231). ويهدف الذكاء الاستراتيجي إلى تقليل من مستويات عدم اليقين عند تبني قرار استراتيجي معين والتوصل إلى بدائل قابلة للتطبيق تضمن أكبر احتمالية للنجاح في هذا القرار في الوقت المحدد والمناسب (Manual, 2015:1). كما يعد الذكاء الاستراتيجي أداة لجمع المعلومات التي تزود صناع القرار بالمعرفة التي تدعمهم وتمكنهم من الاستجابة للتفاعل مع البيئة لتعجيل قدرة الجامعات في التنبؤ والتخطيط المستقبلي والتكيف مع التغيرات، وذلك في إطار تسلسلي متعاقب يهدف إلى توجه المسار الفكري إزاء ما يحدث الآن وما سيحدث مستقبلاً (العزاوي، وهاشم، 2010: 140). وتسعى الجامعات إلى الاهتمام بالذكاء الاستراتيجي لبناء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة وتعزيز قدراتها التنافسية من أجل مواكبة التغيرات والتحديات المتعددة والمتنوعة التي يشهدها الواقع في شتى المجالات تلك التحديات التي فرضت وجود تنوع كبير في الجامعات من حيث إمكانياتها وسياساتها وقوانينها وأهدافها وثقافتها (السيد، 2020:100). إن إيجاد ثقافة التميز في الجامعات، وتحقيق مخرجات ذات جودة مرتفعة يتطلب العمل الجاد، لتوفير المتطلبات التي تعزز من قدرتها التنافسية، وتحديث رؤيتها وإعادة بناء أهدافها، مما يمكنها من أداء وظائفها في البحث والتدريس وخمة المجتمع، وبذل الجهد لتحقيق البعد العالمي للجامعة، وتوفير الدعم لكيفية قياس النجاح، ومؤشرات مخرجات التعليم. ويسهم القائد الجامعي الناجح في ابتكار الطريقة التي يعمل بها لزيادة الكفاءة والفعالية وتعزيز القدرة التنافسية للجامعة؛ فضلاً عن خفض التكاليف وإعادة هيكلة الجامعات، وتقليص عمليات الاستعانة بمصادر خارجية؛ لتيسير العمل، الاستفادة من استثمار التكنولوجيا استثماراً فعالاً لتحقيق هذه الأهداف (Hissom, 2009:4).

وتعتبر القيادات الجامعية الأداة التي يمكن من خلالها تحقيق جودة التعليم الجامعي، فإذا "توفرت الإدارة الجيدة القادرة على القيام بالعملية الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة للأداء بشكل كفؤ، فإن ذلك سيؤدي إلى تهيئة الطالب والأستاذ والعملية التدريسية بشكل أفضل (جودة، 2006:2).

وتأسيساً على ما تقدم يتطلب من جامعة عدن أن تتبّع منهجيات وآليات جديدة فاعلة تمكنها من تحسين المنافسة بتوظيف أبعاد الذكاء الاستراتيجي الذي يمثل أحد مكونات العقل الاستراتيجي الذي يتفاعل مع الإدراك والتفكير والتعلم الاستراتيجي، وهو أحد أنواع الموارد غير الملموسة وأحد مصادر القوة الاستراتيجية، إلى جانب الاهتمام بالميزة التنافسية للجامعة، وفي هذا السياق يسعى الباحثان من خلال إجراء هذا البحث إلى معرفة مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن.

مشكلة البحث وأسئلته: تكمن مشكلة الدراسة في أن مفهوم الذكاء الاستراتيجي حديث العهد نسبياً وإبعاده جديدة والدراسات لتطبيقه محدودة، وبشكل خاص على مستوى الجامعات اليمنية، إذ أن هذه الجامعات ومنها جامعة عدن تعاني من مشكلات إدارية وتفتقر إلى تطبيق المداخل الإدارية الحديثة التي يمكن من خلالها تعزيز قدرتها التنافسية لضمان تطوير مهارات القيادات الأكاديمية لتمكينهم من استشراف المستقبل وإدراك ملامحه، وتعد هذه إشكالية مهمة تعاني منها الجامعة وتضعف من قدرتها على مواجهة تحديات المنافسة، إذ لاحظ الباحثان وجود تراجع مستمر لقدرة جامعة عدن في استقطاب الطلاب الجدد وتقلص عدد المتقدمين لبرامج الجامعة إلى أقل من الحد الأدنى ولاسيما في الكليات النظرية بل وفي بعض أقسام العلوم، إلى جانب تدني مستوى جامعة عدن في التصنيفات العالمية، حيث أشار التصنيف العالمي السنوي للجامعات والمعاهد العليا في العالم الذي نشر معهد التعليم الجامعي العالمي لجامعة (شانغهاي جياو تونغ) في موقعه الصادر في عام (2016م) إلى خروج الجامعات اليمنية من التصنيف العالمي، فقد كانت جامعة عدن حتى مطلع عام (2015م) ضمن هذا التصنيف. كما أظهرت نتائج تصنيف "ويبوميتر كس" العالمي للجامعات الصادر عن المجلس العالي للبحث العلمي بإسبانيا للعام (2021م) مواقع الجامعات اليمنية والعربية والعالمية في التصنيف من بين أكثر من (30) ألف جامعة حول العالم، حيث حصلت جامعة عدن على المركز الخامس محلياً، والمركز (276) عربياً والمركز (5991) عالمياً، ويهتم موقع "الويبوميتر كس" بتصنيف الجامعات وفقاً لأنشطتها وأبحاثها المنشورة على شبكة الإنترنت، ومدى انتشار أعمالها رقمياً على الإنترنت، وتميز البحث العلمي المنشور لباحثيها وكوادها، بهدف تحسين جودة التعليم العالي والبحث العلمي وتشجيع نشر المقالات العلمية المحكمة بطريقة الوصل المفتوح، (<https://www.elyamnelaraby.com>).

ومن هذا المنطلق نتولد القناعة لدى الباحثان لإجراء هذا البحث حول مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، بالنظر إلى أن الذكاء الاستراتيجي مدخل مهم يتعلق بتكوين المستقبل، فضلاً عن كون الباحثان عضوان في هيئة التدريس بالجامعة ومن خلال إحساسهما بمشكلة البحث أدركا أهمية المساهمة في معالجة المشكلة التي تعاني منها الجامعة لوضع التوصيات التي يمكن أن تسهم في معالجتها؛ وفي ضوء ما سبق ذكره تصاغ مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس الآتي:

ما مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن؟

يتفرع عن السؤال الرئيس الأسئلة الآتية:

- 1- ما مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن وفق أبعاده (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، الشراكة)؟
 - 2- ما مستوى تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن وفق أبعاده (جودة الخدمات، الإبداع، الاستجابة لحاجات المستفيدين)؟
 - 3- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية (0.05) بين استجابات أفراد عينة البحث حول مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن وفق متغيرات (النوع الاجتماعي، اللقب العلمي، الخبرة العملية، المسمى الوظيفي)؟
 - 4- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية (0.05) بين استجابات أفراد عينة البحث حول مستوى تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن وفق متغيرات (النوع الاجتماعي، اللقب العلمي، الخبرة العملية، المسمى الوظيفي)؟
- أهداف البحث:** إن الهدف الرئيسي للبحث هو معرفة مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، وينبثق عنه الأهداف الفرعية التالية:
1. التعرف على مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية بأبعاده (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، الشراكة).
 2. التعرف على مستوى تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية بأبعاده (جودة الخدمات، الإبداع، الاستجابة لحاجات المستفيدين).
 3. الكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين استجابات أفراد العينة حول مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، اللقب العلمي، الخبرة العملية، المسمى الوظيفي).
 4. الكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية (0.05) بين استجابات أفراد العينة حول مستوى تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، اللقب العلمي، الخبرة العملية، المسمى الوظيفي).

أهمية البحث:

1. يستمد هذا البحث أهميته العلمية كونه يبحث في دور الذكاء الاستراتيجي لزيادة قدرة جامعة عدن التنافسية.
2. يعد البحث في حدود علم الباحثان من أوائل البحوث التي يتناول موضوع دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن.
3. تفيد النتائج الباحثين وطلاب الدراسات العليا والمهتمين بالجامعات بتزويدهم بمرجع مهم عن أهمية ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن.

حدود البحث: يقتصر البحث الحالي على الحدود الآتية:

الحد الموضوعي: اقتصر البحث على دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية بكلية جامعة عدن، وفق أبعادهما (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، الشراكة) و(جودة الخدمات، الإبداع، الاستجابة لحاجات المستفيدين).

الحد المؤسسي: اقتصر البحث على (6) من كليات جامعة عدن هي: (التربية عدن، العلوم، اللغات والترجمة، الحقوق، العلوم الإدارية، الاقتصاد والعلوم السياسية).

الحد البشري: اقتصر البحث على القيادات الأكاديمية بالكليات المشمولة بالبحث.

الحد الزمني: تم تطبيق أدوات هذا البحث في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (2023-2024).

منهج البحث: اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي (المسحي) لوصف وتحليل الظاهرة المراد دراستها، إذ تم استخدام التحليل الإحصائي للإجابة عن أسئلة البحث؛ بهدف الوصول إلى النتائج التي تعزز مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في كليات جامعة عدن.

مصطلحات البحث:

تعريف الذكاء الاستراتيجي: الذكاء الاستراتيجي هو عملية منهجية ومستمرة لإنتاج الذكاء اللازم ذو القيمة الاستراتيجية بشكل فعال لتسهيل اتخاذ القرارات على المدى الطويل وتشمل تحسين الخدمات للعملاء المشاركين في اتخاذ القرارات الاستراتيجية (Brouard, 2002:17). ويعرفه (العابدي، والموسوي 2014 المشار إليه في: أطرش، 2020: 16) بأنه الذكاء الذي يقوم على استقراء المستقبل من خلال التحليل الاستراتيجي لعوامل البيئة الداخلية والخارجية لمساعدة الجامعة في صناعة القرارات الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجيات على الأمد البعيد. وعرفه (Johanson, 2000: 35) بأنه وظيفة تختص بالمنافسين أو فهم أهدافهم المستقبلية واستراتيجيتهم الحالية، وما يؤمنون به من فرضيات عن أنفسهم والصناعة وإدراك قدراتهم وابرز مكوناتهم.

ويعرف الذكاء الاستراتيجي إجرائياً: بأنه القدرة العقلية الحسية المستشرقة للمستقبل لدى القائد الأكاديمي في كليات جامعة عدن بما يشتمل عليه من أبعاد (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، الشراكة).

تعريف الميزة التنافسية: تتعدد تعريفات الميزة التنافسية في الجامعات، فهناك من يعرفها على أنها "عنصر تفوق ذو قيمة يعكس قدرة الجامعة على تقديم خدمة تعليمية أو بحثية ذات قيمة عالية ومتميزة تنعكس إيجابياً على مستوى مخرجاتها العلمية (اللوغان، 2016: 96). وتعرف بأنها مجموعة السمات والخصائص التي تمتلكها الجامعة بناء على خبرتها الواسعة، والتي تبحث في تفوقها عن غيرها من المنافسين في الموارد والأسعار والخدمات وكذلك امتلاك المورد البشري ذو الكفايات والمهارات والمعارف التي تساعدها على تحقيق التميز والتفرد عن غيرها من المنافسين (رحاب، 2016: 32).

وتعرف الميزة التنافسية إجرائياً: بأنها قدرة كليات جامعة عدن على تقديم خدمات تعليمية ذات جودة عالية تعزز من مكانتها في السوق وقدرتها على المنافسة مع الغير وبما يشمل عليه من أبعاد (جودة الخدمات، الإبداع، الاستجابة لحاجات المستفيدين).

الإطار النظري ودراسات السابقة. تواجه الجامعات كثير من التحديات للوصول إلى التميز والإبداع والجودة لكي تتمكن من الصمود أمام التحديات بقوة، الأمر الذي يتطلب منها ترك الأساليب التقليدية التي اعتمدت عليها، وتجدد أساليب العمل بشكل مستمر من أجل تحقيق رضا المستفيدين، ورفع مستوى الأداء إلى مستويات عالية من الجودة، وتطوير قدراتها التنافسية للوصول إلى حالة الذكاء والتفرد والتميز المؤسسي مما يميزها عن نظيراتها من الجامعات، ومن ثم تحافظ على مكانتها في بيئة العمل (الرفاعي، 2021: 252).

وبناء على ذلك يتوجب على الأنكباء في قيادة الجامعة، البحث عن فرص الحصول على أكبر قدر من المعلومات المفيدة والمقترحات والآراء والأفكار التي تعينهم لتكوين رؤية واضحة بشأن حاضر الجامعة ومستقبلها (النعمي، 2008: 171).

فالذكاء الاستراتيجي يساعد الجامعات على التخطيط طويل الأمد ويمكنها من توقع وإدارة التغيير، ويوفر لمتخذي القرار في كليات الجامعة المعلومات الضرورية لمراقبة التغيرات في البيئة ويساعدهم في البحث عن الفرص الجديدة، كما أن أبعاد الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، التفكير بالنظم، الشراكة، الدافعية)، هي أدوات تساعد القائد الجامعي على قراءة المستقبل وتساعد الجامعات على تغيير نشاطاتها وخدماتها بما يتلاءم مع رغبات المستفيدين، فضلاً عن أن الذكاء الاستراتيجي هو الذي يطور الرؤية ويمكن من تنفيذها وتحويل الابتكار إلى صناعة وربما يؤثر دور الذكاء في توقع التغيير وإدارته، واتخاذ القرارات الصائبة حول أي تغيير أو أزمة قد تواجه الجامعة (ابو أصعب، 2019: 121). ومن هذا المنطلق تسعى الجامعات إلى كسب ميزة تنافسية على غيرها من الجامعات المنافسة؛ إذ تحقق التميز والتنافسية من خلال استثمار الطاقات الفكرية، وتعرف الميزة التنافسية للجامعات بأنها القدرة على تحقيق الجودة التعليمية والحفاظ عليها، وزيادة كفاءتها الداخلية وتحسين أدائها ومخرجاتها، بما يحقق أهدافها، وبضمن لها الاستمرار في تقديم خدماتها بمستوى عال، الأمر الذي يساعد في حصولها على مراكز متقدمة في الترتيب العالمي للجامعات والمؤسسات الأكاديمية والبحثية (Aliabad, 2017: 306). لقد تزايد الاهتمام بمفهوم الميزة التنافسية في الآونة الأخيرة؛ إذ سعت الجامعات إلى تبني هذا المفهوم في ظل البيئة شديدة المنافسة، وفق مبادئ تدويل التعليم العالي، من خلال صياغة استراتيجيات الميزة التنافسية وتطبيقها؛ إذ تجد الجامعات نفسها في بيئة تنافسية شديدة تتحدد قدرتها على النجاح في التعامل مع المتغيرات بإيجابية وفعالية، فقد أصبحت البيئة التنافسية ضرورة ملحة باعتبارها قائدة للمعرفة كون نجاح الجامعات في تحقيق أهدافها يترتب عليه النجاح في المجالات الأخرى في المجتمع كافة (الحاج، ومجيد، وجريسات، 2008: 7).

وتتحدد القدرة التنافسية للجامعات بمدى قدرتها على مواجهة التهديدات ونقاط الضعف والتحديات البيئية، فهي تجعل الجامعة في مركز تنافسي أفضل، وتعطيها القدرة على البقاء والاستمرارية والنمو، من خلال الاستثمار الأمثل والتميز لقدراتها وإمكاناتها في تدعيم مركزها التنافسي ومواجهة تحديات المنافسة.

مفهوم الذكاء الاستراتيجي: بدأ الباحثون والأكاديميون يدركون أهمية الذكاء الاستراتيجي، فقد تعددت التعريفات التي قدمها الكتاب والباحثون الذين اهتموا بهذا النمط من الذكاء وتباينت وجهات النظر للباحثين والخبراء حول مفهوم الذكاء الاستراتيجي ويرجع هذا التباين إلى الحداثة النسبية في دراسة أبعاده فمنهم من عرف الذكاء على أنه: "القدرة على مواجهة المواقف الجديدة أو تعلم مواجهاتها لاستجابات جديدة (Al-Ubaidi, et al., 2012:753)".

ومنهم من عرفه على أنه "القدرة على تطوير استراتيجيات ملائمة لمواجهة التأثيرات البيئية المستقبلية وهذا الذكاء يشمل الموهبة، الفهم، المرونة الخيال الواسع (Service,2006:6). ويرى (الظالمى،2016:10) إن الذكاء الاستراتيجي يتمتع به مستوى معين من المدراء ويرتكزون على نظام معلوماتي يؤمن استقصاء المعلومات ومعالجتها ليتسنى لهم اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تسهم في توفير الخدمة التعليمية بكفاءة عالية. ويعرف (Xu Mark,2007:2) الذكاء الاستراتيجي بأنه جملة العمليات والإجراءات التي يُهدف من خلالها إلى الحصول على المعلومات المناسبة وجعلها في متناول أيدي الأشخاص الذين يحتاجون إليها في الوقت المناسب، بما يجعلهم قادرين على توقع التغيرات المستقبلية في بيئة الأعمال واتخاذ القرارات المناسبة لهذه التغيرات بما يصب في خدمة أهداف الجامعة.

ويعتبر الذكاء الاستراتيجي من أهم وأحدث الأنظمة التي تكفل للجامعات الحفاظ على مكانتها في سوق المنافسة، إذ أصبح الباحثون يعلمون أهمية ومكانة الذكاء الاستراتيجي. وفي ظل التطور الملحوظ في ميدان الاستراتيجية والإدارة الاستراتيجية في القرن العشرين ظهرت فكرة الذكاء الاستراتيجي حيث بدأت شركات الأعمال العالمية والدولية المتفوقة بالاهتمام بهذا النوع من الذكاء وبدأوا بتكوين ما يعرف "فرق الذكاء الاستراتيجي" في بداية القرن الحادي والعشرين، حيث بدأوا بترويج لما يعرف "بمجمع الذكاء الاستراتيجي" وذلك نظراً لعظم الدور والفائدة ذات القيمة التي تحصل عليها في مجالات متعددة مثل (الاقتصاد، الثقافة، التكنولوجيا، المعرفة) وهذا يسهم في تحقيق أهداف أصحاب المصلحة، الأمر الذي يتطلب توظيف الذكاء الاستراتيجي (الطائي، الخفاجي،2009:35).

أبعاد الذكاء الاستراتيجي: حدد الباحثون مجموعة أبعاد للذكاء الاستراتيجي وهي (الاستشراف، التفكير المنظم، الحدس، الرؤية الاستراتيجية، الشراكة، الدافعية)، (تومسون، 2006: 35) و (صالح وآخرون، 2010: 191)، ويمكن عرضها على النحو الآتي:

• **بُعد الاستشراف (البصيرة):** يقصد بالاستشراف أنه قابلية الفرد على التفكير في صورة غير مرئية، وهو في إطار العمل استشعار الجامعة وقادتها بوجود فرص ومن ثم استغلالها (Maccoby,2001:2).

والاستشراف هو دراسة الواقع وهو درجة تحليل الظروف الحالية وتحريكها عبر الزمن ودرجة تحليل حالة المستقبل المرغوب فيما يتعلق بالظروف التي تحت السيطرة والمقدرة على تحليل الأنشطة المستقبلية للوصول إلى المستقبل المرغوب (Amstens,2008:66)

وتظهر أهمية هذا البعد في توظيف الذكاء الاستراتيجي لقادة الجامعات في الآتي: (الكواز، وآخرون،2012:180)

1. اعتماد التوقع في إدارة التغييرات البيئية بأسلوب هادئ ومنظم.

2. نجاح القادة في اعتماد خطط تقوم بوصف أحداث مستقبلية بديلة.

3. وجود طاقة استقرائية تمكن القائد من وضع استراتيجيات في اتجاه تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة.

ومن خلال الاستشراف يمكن استكشاف التغيرات المستقبلية وتحليل التطورات والتحديات الممكنة، من حيث الكم والكيف ويدعم أيضاً تشكيل الرؤية المستقبلية لاستراتيجيات وإجراءات الحاضر، والقدرة على إيجاد نظرة متجهة للأمام ومتسقة مع توظيف نتائج الاستشراف بما يعود بالنفع على الجامعة في توجيه سياساتها وصياغة استراتيجيتها (يوسف، 2021: 655).

• **بُعد الرؤية الاستراتيجية:** الرؤية هي وصف لحالة مستقبلية أفضل تتطلع لها الجامعة وتتفوق بها على أوضاعها الراهنة في جانب أو أكثر من جانب (عبيد، 2009: 39)، وهي تعكس قدر القائد على تخيل مستقبل الجامعة التي يقودها بشكل واضح وكامل حيث الخدمات التي تقدمها للمستفيدين، والميل إلى تبني أهداف مختلفة في بيئة الجامعة، مما يضمن حسن استثمارها، وتشكيل مسار طويل الأجل (Zaid,2020:885)، ويكون للمديرين ثلاث مهام متميزة في تكوين الرؤية الاستراتيجية وصياغتها وجعلها أداة إعداد مفيدة للذكاء الاستراتيجي وهي (تومسون،2006:35):

1. التوصل إلى مضمون رسالة مستهدفة توضح الأعمال التي تقوم بها الجامعة.

2. استخدام مضمون الرسالة المستهدفة كأساس لتحديد مسار طويل المدى، واختيار ما يجب الاتجاه إليه وتخطيط المسار الاستراتيجي.

3. التعبير عن الرؤية الاستراتيجية بالفاظ بسيطة، تزيد من مدى الالتزام على مستوى الجامعة.

• **بُعد الشراكة:** الشراكة هو بعد توجه منطقي نحو العمل المشترك بين الجامعة والجامعات الأخرى، لتحقيق التميز الاستراتيجي، حيث تعمل الجامعات على تطوير علاقات استراتيجية ناجحة وطويلة الأمد مع العملاء، ومنظمات المجتمع الخارجي بناء على أفضل الممارسات. والميزة التنافسية المستدامة التي يمكن أن تحققها من خلال هذه العلاقة (Alomian&Almarshad,2019:67).

وهنا يتحدد دور الشراكات في الارتقاء بقدرات الجامعات (العزاوي، وهاشم،2010: 152) في كونها:

1. أحد اتجاهات التنظيم المعاصرة التي تمهد السبيل إلى تحسين كفاءة الشركاء واشتراكهم في أداء المهمات وتقليل التكاليف وتحويل تنافسهم إلى تعاون.

2. أحد آليات (التأقلم مع تحديات البيئة المضطربة، واقتناص الفرص الناتجة عن التطورات التكنولوجية، وضمان انسيابية الخبرات والأفكار بين الشركاء).

3. إطار عمل تعاوني للتشارك في المواد النادرة وفي تهديدات الدخول إلى الأسواق الجديدة، وكذلك التكيف مع البيئة المتغيرة.

4. تُشبع حاجات المستفيدين وتوسع نطاق خدمتهم، مع (الإبداع في حل المشكلات، والتفوق في الأداء، ودعم الاستثمار) ثم تحقيق قيمة أكبر لأطراف الشراكة.

5. تتخلص من الجمود المنظمي وتقليل المخاطرة الناتجة عن المنتجات الجديدة وتسويقها.
- وستنركز في هذه الدراسة على ثلاثة أبعاد للذكاء الاستراتيجي وهي: (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، الشراكة).
- أهمية الذكاء الاستراتيجي:** تتجسد أهمية الذكاء الاستراتيجي بكونه أداة هامة بيد المدراء بهدف القيام بمجموعة الخطوات للوصول إلى المراكز التنافسية المتقدمة في البيئة الإقليمية والعالمية، هذه البيئة التي تشهد منافسة شديدة من أجل البقاء وتحقيق الربحية؛ وتتجلى أهمية الذكاء الاستراتيجي فيما يلي: (سعد وآخرون، 2012: 4).
- تدعيم قدرة الإدارة العليا في صياغة الاستراتيجيات الطارئة في ظل المتغيرات البيئية المتسارعة.
 - تحقيق موقع تنافسي متقدم قياساً بالآخرين من خلال إسناد الأفراد من خلال إسناد المجموعات الفاعلة داخل الجامعة.
 - التميز من خلال توفر المقدرة على وضع الحلول الإستراتيجية لمشكلات العمل المعقدة.
 - عملية منهجية ومستمرة في إدراك وفهم المعلومات من قبل المدراء لاتخاذ القرارات الرشيدة في الوقت المناسب.
 - استشراف التغيرات البيئية أو أي تغيرات مستقبلية في بيئة الأعمال.
- كما تبرز أهمية الذكاء الاستراتيجي في الرفع من قدرات المدراء والعاملين في التكيف مع المتغيرات التي تحدث في بيئة العمل (Jean, 100: 2010). وايضاً أشاروا كلاً من (جنير وآخرون، 2013: 373) و(محمد وآخرون، 2012: 514) و (Macoby et al, 2011: 33) إلى أن أهمية الذكاء الاستراتيجي تتلخص في الآتي:
- الذكاء الاستراتيجي يؤهل المؤسسات أن تكون قادرة على الإبداع وصياغة استراتيجيات تغيير مبتكرة.
 - الذكاء الاستراتيجي دوره المهم في إعداد وتكوين القادة وتعزيز صفاتهم وصقل قدراتهم لتمكينهم من قيادة الجامعة.
 - دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق موقع تنافسي متقدم مقارنة بالآخرين.
 - الحاجة إلى وجود قيادة وقادة تتمتع بأنماط مختلفة من الذكاء وهذا في سبيل مواكبة التطوير والتغيير الحاصل في البيئة.
 - يساعد بشكل فعال في عملية اتخاذ القرارات.
 - دوره في نجاح صياغة سياسات الإبداع وإيجاد منهجيات مبتكرة في مواجهة المشكلات.
- أهداف الذكاء الاستراتيجي:** للذكاء الاستراتيجي أهدافاً متعددة هي كالاتي: (أبو أصبع، 2019: 139):
- توفير تنبؤات وتحذيرات مبكرة بالتهديدات المحيطة واتخاذ الإجراءات الوقائية لذلك.
 - تمكين الجامعات من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية والتخطيط والتنبؤ بالنتائج بالشكل الذي ينعكس إيجابياً على سمعتها ومكانتها.
 - تشكيل القناعات لدى صنّاع القرارات وصياغة السياسات بوجوب الوصول إلى القرارات والسياسات الإبداعية.
 - النهوض بمهمة جمع المعلومات وتحليلها عن البيئة الخارجية وجعل المؤسسات تقيم تحالفات (شراكات ذكية) في مجالات البحث والتطوير وغيرها.
 - تقديم الأفكار الهادفة التي تحوّل الابتكارات والاختراعات إلى خدمات قابلة للتداول.
 - تطوير آراء بصدد الأحداث المستقبلية واعتمادها كأساس في حل المشكلات.
 - توفير معلومات استراتيجية تمكن الجامعات من فهم التهديدات التي تحيط بها.
- مبادئ الذكاء الاستراتيجي:** هناك مبادئ متعددة تحكم عمل الذكاء الاستراتيجي ومقوماته وقد عرض الباحثون هذه المبادئ: أذ حدد (العبدلي، 2010: 50): مبادئ للذكاء الاستراتيجي هما:
1. يدعم الذكاء الاستراتيجي قدرة متخذي القرار الرئيسيين في الجامعة على التغيير وإدارته ومداهم بالقدرة على ربط الأحداث البيئية من أجل توقع نتائجها.
 2. يراقب الذكاء الاستراتيجي ويحلل القضايا الاستراتيجية ويتعقب المؤشرات البيئية مع التركيز على المؤشرات أو تتطلب تغيرات واسعة في المستقبل.
- أما (العبادي والموسوي، 2014: 41) فقد أكدا على مجموعة من المبادئ التي يركز عليها الذكاء الاستراتيجي وهي:
1. إن تكون وظيفة الذكاء الاستراتيجي مشروعة بوضوح داخل الجامعة بما يمكنها من جمع المعلومات ومعالجتها وتوفيرها للجهات التي تحتاجها.
 2. تتطلب عملية الذكاء الاستراتيجي تطبيق التقنيات التحليلية، لأن تطبيق وظيفة الذكاء الاستراتيجي تتطلب توفير بيئة مناسبة للعمليات، وخلق جو مناسب يوفر التفاهم والتشجيع والإبداع والمثابرة والتنظيم.
 3. إدراك الذكاء الاستراتيجي وتطبيقه بسبب الموضوعات والقضايا الواسعة التي تكون غالباً متغيراً بدرجة كبيرة وغير دقيقة وصعبة حتى على تعبير بشكل إلى حد ما.
 4. تتطلب أنشطة الذكاء الاستراتيجي توفير قاعدة للبيانات من المصادر الداخلية والخارجية وتحليلها للحفاظ على نشاط الذكاء الاستراتيجي ولسهولة الحركة في التعامل مع هذا النشاط.
- فوائد الذكاء الاستراتيجي:** يؤكد (Bernhardt, 2003: 13) أن للذكاء الاستراتيجي فوائد عديدة من بينها:
- يساعد على تجنب المفاجآت الاستراتيجية، وفهم المفاجئة وإدراك الجامعة للتصورات الخاطئة التي تعمل على تهديدها، من خلال توفير الإنذار المبكر للتهديدات التنافسية.
 - يساعد المديرين التنفيذيين على تحديد تصوراتهم الخاصة وتبسيط الضوء على الأعمال وتجنباً للافتراضات الخاطئة حول البيئة التنافسية، وعن المستهلكين والموردين والتكنولوجيا.

- يساعد على ضمان اتخاذ قرارات وإجراءات استناداً على التبصر بدلاً من التركيز على الشعور الغريزي والفترة أو على الخبرة وحدها.
 - يقدم للمديرين المصدر الوحيد للمعلومات والتحليلات غير المنحاز .
 - يعزز الثقافة التنافسية في الجامعة عن طريق زيادة الوعي بالمنافسة.
- مفهوم الميزة التنافسية:** الميزة التنافسية هي القدرات أو الخصائص الفريدة التي يمتلكها المؤسسة والمهارات والتقنيات المعرفية المتميزة الذي يتيح للجامعة إنتاج خدمات ومنافع للعملاء تفوق على ما يقدمه لهم المنافسون بأساليب عديدة ليس بإمكانهم إتباعها حالياً أو مستقبلاً، وتميزها من حيث الإبداع والابتكار بتكنولوجيات متطورة لزيادة الكفاءة وتحسين الأداء، وتعزز من قدرة الجامعة التنافسية على النجاح والتفوق المستدام. عرفَ (السلمي، 2001: 104): الميزة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لديهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق عن ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون.
- وعرفها كلاً من (الجرجري والعزاوي، 2009: 30) إن الميزة التنافسية تعد خاصية تميز الجامعة عن الجامعات المنافسة، من جراء امتلاكها موارد وعوامل مساعدة، بما يمنحها قوة داخلية حركية تؤسس لها موقفاً قوياً تجاه الأطراف المختلفة من المنتفعين .
- وفي ضوء التعريفات السابقة يرى الباحثان أن الميزة التنافسية هي عبارة عن مجموعة الصفات والخصائص التي تميز بها قادة الجامعات عن غيرها من الجامعات المنافسة، وتحقق قدرتها على تقديم خدمات ذات جودة متميزة وأفكار إبداعية تستجيب لحاجات المستفيدين المقدمة وذلك بأقل التكاليف وفي زمن قياسي ملائم ومع قناعتها باستمرارها على المنافسة.
- أبعاد الميزة التنافسية:** اتفقت العديد من الأدبيات على عدد من أبعاد للميزة التنافسية، منها (جودة الخدمات، الكفاءة، الإبداع، استجابة لحاجات المستفيدين) ويعتمد الباحثان ثلاثة أبعاد منها لأغراض هذا البحث وهي: (جودة الخدمات، الإبداع، الاستجابة لحاجات المستفيدين) يمكن توضيحها على النحو الآتي:
- **بُعد جودة الخدمات:** عرفه (أبو فارة، 2005: 135): بأنه توفير وتقديم الخدمات الجامعية بصورة تكفل إعداد وتكوين خريج فاعل قادر على دخول سوق العمل بنجاح.
 - و عرف (Sefer، 2017: 2056) جودة الخدمات التعليمية بأنها مجموعة من المواصفات والمعايير التعليمية والتربوية اللازمة لرفع مستوى الخدمة المقدمة من كل فرد من العاملين في المنظمة التعليمية وفي كافة جوانب العمل التعليمي والتربوي .
 - إن جودة الخدمات هو أحد أهم الأبعاد التي تساعد على بقاء ونمو الجامعة والحفاظ على الميزة التنافسية المتمثلة في مجموع المميزات التي تحقق لها مزايا تنافسية (Alomian; & Almarshad, 2019: 67).
 - وتكمن القدرة التنافسية للجامعات بمدى قدرتها على مواجهة التهديدات ونقاط الضعف والتحديات البيئية، فهي تجعل الجامعة في مركز تنافسي أفضل، وتعطيها القدرة على البقاء والاستمرارية والنمو، كما تظهر تنافسية الجامعات من خلال الاستثمار الأمثل والمتميز لقدراتها وإمكاناتها في تدعيم مركزها التنافسي ومواجهة تحديات المنافسة.
 - وتكمن أهمية جودة الخدمات التعليمية فيما يلي (محل ومصلح، 2019: 401):
 - زيادة الكفاءة التعليمية ورفع مستوى الأداء لكافة الأكاديميين.
 - زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة.
 - ضمان التحسين المستمر والشامل لكافة أنشطة الجامعة.
 - تقديم جميع التسهيلات البحثية بكفاءة وفعالية.
- **بُعد الإبداع:** عرفه (J-Akson, 2000: 223-239): بأنه صنع شيء ما بشكل جديد يعتمد في تركيبه على أشياء موجودة أصلاً، وعُرف بأنه "العملية أو النشاط الذي يؤدي إلى إنتاج يتصف بالجدة والأصالة والقيمة من أجل المجتمع، إن الإبداع التنظيمي يمر بمراحل عديدة وهي: (خير الله، 2008: 73-74):
 - مرحلة الإعداد:** هي تحديد الأعمال الأممية أي دراسة المعلومات والأبحاث ذات العلاقة بموضوع ما.
 - مرحلة الاندماج مع المشكلة:** وهي دراسة المشكلة من جميع الزوايا والاحتمالات والحقائق والإبداع بمعنى معاينة الشكل بكامل تفاصيله وملايساته.
 - مرحلة احتضان المشكلة:** من خلال جعل العقل الباطن يحتضن هذه المشكلة بعد ما استوعبها العقل الواعي، وأن يقوم العقل الباطن والذي يحتوي على عملية الإبداع والابتكار والتجميع ببحث عن حل للمشكلة.
 - مرحلة الوصول إلى الحل:** تجميع مرحلتنا الإعداد والاحتضان لينتج عنها الحل بصورة مفاجأة بحيث تطفو على عقلك الواعي فتقول (وجدتها).
 - مرحلة التقويم:** هي مرحلة اختيار الأفكار وتمحيصها وتطبيق المعايير عليها ومن ثم الحكم عليها بالصلاحيّة أو عدمها.
 - مرحلة التطبيق:** وهي مرحلة ترجمة الإبداع إلى واقع عملي بمعنى أن الأفكار الإبداعية تصبح ملموسة ومفيدة وقيمة وعملية وتميزها.
 - **بُعد الاستجابة لحاجات العميل:** تحقيق الاستجابة المتوقعة للعملاء يعني منحهم قيمة أكبر، كما يعني اتخاذ الخطوات لتحسين كفاءة عمليات إنتاج الجامعة وتتوافق جودة منتجاتها مع الهدف.
- أهمية الميزة التنافسية في الجامعات:** تتحدد أهمية الميزة التنافسية من خلال الحصول على بيانات ومعلومات لتحليل البيئتين الداخلية والخارجية في إطار مجالها العلمي والمعرفي والإنساني، ويقوم بتقدير الاتجاهات والنتائج ومقارنتها ببيانات المنافسين، وإن الميزة هنا ترتبط بالمنافسين الحاليين والمتوقعين مستقبلاً، إذ لا يمكن اختيار موقعها بشكل مباشر ذلك لأن عملية اكتسابها تأتي من خلال جملة من العمليات الإدارية والأكاديمية المناسبة في مجال عمل الجامعة.

تكمُن أهمية الميزة التنافسية في الجامعات فيما يلي (صالح، 2017: 160):

- تعزيز قادة الجامعات بتطوير إمكانياتهم باستمرار لمواجهة تحديات المنافسين.
- تدعيم نجاح الجامعة انطلاقاً من أداءها اليوم يجب أن يكون أفضل من أمس الإنجاز المحتمل تحقيقه في المستقبل يكون أفضل من المحقق في الوقت الحالي.

وتوجد مبررات متعددة دفعت الجامعات إلى الاهتمام بالتنافسية من أهمها:

- تأثر الجامعات بالعولمة وثورة الاتصالات والمعلومات، أدى إلى تحول الطالب من طالب محلي إلى طالب عالمي، وظهر ما يسمى بحركة تدويل التعليم، وتحول الجامعات من الأداء التقليدي إلى الأداء الذي يستهدف تنمية معارف الطلاب ومهاراتهم لتحقيق التقدم والميزة التنافسية للجامعة.
- زيادة حدة المنافسة بين الجامعات على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الدولي.
- فالميزة التنافسية للجامعة تعني بأنها الكيفية التي تستطيع بها الجامعة أن تميز نفسها عن منافسيها من الجامعات الأخرى.
- تحقق الجامعة التفوق والتميز عليهم من خلال مجموعة من المهارات والتكنولوجيا والموارد والقدرات التي تستطيع إدارة الجامعة تنسيقها واستثمارها لخلق قيم ومنافع للمستفيدين أعلى مما يحققه المنافسين، والسرعة في التجديد بحيث يصعب تقليدها وتأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين الجامعة ومنافسيها (شليبي، 2017: 8).

دراسات سابقة: من خلال البحث في المصادر والمراجع المتعددة للحصول على دراسات سابقة في موضوع ممارسة الذكاء الاستراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات، تبين للباحثين وجود ندرة في الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بشكل عام نظراً لحدثة موضوع الذكاء الاستراتيجي في الإدارة الجامعية، سواء في البيئة المحلية أم في غيرها.

أولاً: دراسات المتعلقة بالذكاء الاستراتيجي:

دراسة عوض (2022م): هدفت الدراسة التعرف على واقع إدارة عمليات الذكاء الاستراتيجي بجامعة الفيوم من حيث (المفهوم، الأهداف، العمليات الإدارية...) استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة أداة للدراسة بلغت العينة (400) من أعضاء هيئة التدريس من مختلف كليات الجامعة توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن القيادات الجامعية وأعضاء هيئة التدريس بجامعة الفيوم تنسم بالقدرة على تحديد خارطة الطريق لكافة منتسبي الجامعة، وتعينهم على تصور ما يمكن أن يحدث، وفهم التغيرات التي من المحتمل أن تؤثر على الخدمات التعليمية التي تقدمها الجامعة للمستفيدين.

دراسة يوسف (2021م): هدفت الدراسة إلى التعرف على تحديد تأثير أبعاد الذكاء الاستراتيجي على تدعيم التنافسية القطاعية بالجامعات المصرية الخاصة، ولتعرف على أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة البحث من (77) من أعضاء هيئة التدريس وباستخدام الاستبانة كأداة للدراسة، أظهرت نتائج الدراسة: إلى وجود علاقة ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0.01) بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي (القدرة على الاستشراف المستقبل، الرؤية الاستراتيجية، والتفكير المنظم، والتحالفات الاستراتيجية) وبين تدعيم التنافسية القطاعية بالجامعات المصرية الخاصة المتمثلة في (الكفاءة، الجودة، والتطوير المستمر، والاستجابة لاحتياجات العملاء) بالجامعات المصرية الخاصة.

دراسة المنزوع (2020م): هدفت الدراسة التعرف إلى دور الذكاء الاستراتيجي بأبعاده (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، التفكير النظم، الدافعية) في تحسين جودة الخدمات التعليمية في جامعة البيضاء، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واختبار فرضيات الدراسة، واعتمدت الاستبانة كأداة للدراسة، تكونت عينة الدراسة (37) من قيادات جامعة البيضاء وأظهرت نتائج الدراسة: إلى وجود دور للذكاء الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة في تحسين جودة الخدمات التعليمية في الجامعة، وعدم وجود دور لبعدي (الاستشراف، وتفكير النظم) مفردة في تحسين جودة الخدمات التعليمية في جامعة البيضاء.

دراسة المجالي (2020م): هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الذكاء الاستراتيجي في تحسين الأداء المؤسسي في الجامعات الرسمية الأردنية من خلال التعلم التنظيمي متغيراً وسيطاً؛ ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم المنهج الوصفي التحليلي واستخدم الاستبانة أداة للدراسة، تكونت العينة من (572) فرداً، أظهرت النتائج أن تقديرات عينة الدراسة حول مستوى الذكاء الاستراتيجي كانت مرتفعة، ومستوى الأبعاد، ووجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاستراتيجي في تحسين مستوى الأداء المؤسسي، وأهمية الذكاء الاستراتيجي في دعم فرص الشراكة وتنمية الدافعية لدى العاملين لتحقيق الرؤية المستقبلية للجامعات.

دراسة لصور (2019م): هدفت الدراسة إلى التعرف على متطلبات مكونات بناء الميزة التنافسية لجامعة عدن وذلك من خلال معرفة درجة فهم القيادات الأكاديمية لبناء الميزة التنافسية ودرجة توافر المتطلبات لكل من المجالات والاستراتيجيات ودرجة توافر معوقات بناء الميزة التنافسية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي التحليلي، تكونت عينة الدراسة من جميع عمداء الكليات ونوابهم، ورؤساء الأقسام العلمية، واستخدم الاستبيان أداة للدراسة.

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: بلغت درجة فهم القيادات الأكاديمية في الجامعة للميزة التنافسية درجة (عالية جداً)، كما بلغت درجة أهمية متطلبات مجالات بناء الميزة التنافسية درجة (عالية جداً) وبلغت درجة معوقات بناء الميزة التنافسية لجامعة عدن درجة (عالية).

دراسة قشطة (2016): هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة توافر متطلبات تطوير رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمدت الاستبانة أداة للدراسة وتكونت مجتمع الدراسة من عمداء الكليات والنواب ورؤساء الأقسام في الجامعات الثلاث (الجامعة الإسلامية، جامعة الأزهر، جامعة الأقصى)، كما استخدم المنهج البنائي من خلال المجموعة البؤرية التي تكونت من عدد من الخبراء والتربويين وكانت أهم نتائج الدراسة: بناء استراتيجية مقترحة لتطوير رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات تضمن رؤية ورسالة رأس المال الفكري وغايات محددة لتطويره وتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية.

دراسة مسلم (2015م): هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الادارية العليا في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة وهي (جامعة الازهر والجامعة الاسلامية، جامعة الاقصى) من خلال دراسة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والقيادة من ثم دراسة الاثر، اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم الاستبانة أداة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (59) عضو من اعضاء مجالس الجامعات الفلسطينية، ومن اهم النتائج التي توصلت اليه الدراسة توافر الذكاء الاستراتيجي على اعضاء مجالس الجامعات الفلسطينية العاملة بقطاع غزة بدرجة كبيرة ، وكذلك وجود اثر وعلاقة موجبة قوية ذات دلالة احصائية بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي، الاستشراف، والرؤية، والتفكير المنظم، والتحفيز، والشراكة، والحدس، والابداع والقيادة من وجهة نظر القيادات الادارية العليا في الجامعات الفلسطينية العاملة بقطاع غزة.

دراسة علي (2013م): هدفت الدراسة إلى التعرف على متطلبات استدامة الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي ومعرفة دور الاستراتيجية القائمة على الموارد في تحقيق المزايا التنافسية لمؤسسات التعليم العالي عامة والجامعة الاسلامية خاصة، ومعرفة مدى اهتمام هذه الاخيرة في زيادة مستوى الميزة التنافسية ، ومدى إدراكهم للمتطلبات التي تحقق استمرارية تلك المزايا على المدى البعيد، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبيان كأداة للدراسة تكونت مجتمع الدراسة من الإدارة العليا والوحدات والدوائر في الجامعة الإسلامية بلغ عددهم (131) فرداً، وتوصلت الدراسة الى ان متطلبات استدامة الميزة التنافسية في الجامعة الإسلامية متوافرة بنسبة 75.16% وان الجامعة الإسلامية لديها القدرة على الاحتفاظ بمزاياها التنافسية.

دراسة المقادمة (2013م): هدفت الدراسة إلى معرفة دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإسلامية، اعتمدت الدراسة أسلوب الحصر الشامل للعاملين بالإدارة العليا وصولاً إلى رؤساء الأقسام بالجامعة والبالغ عددهم (172) فرداً، واعتمدت الاستبيان أداة للدراسة ، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين توفر الكفاءات البشرية وتحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإسلامية، وأن نسبة توافرها عالي، ووجود علاقة ارتباطية بين مدى توفر المعرفة والقدرات والمهارات الموجودة في الكادر البشري ومدى قدرة الجامعة على تحقيق ميزة تنافسية.

دراسة (Bisaria, 2013): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الأسباب التي تدعو مؤسسات التعليم إلى تحقيق ميزة تنافسية بينها، وأكدت الدراسة أهمية أن يكون هناك تنافس في الكليات والجامعات وتأثيرها على مستوى الجامعة أو الكلية والطلبة وأولياء الأمور والمجتمع ككل، طبقت الدراسة على عينة بلغت (50) فرداً موزعين على مدراء الجامعات وعمداء الكليات في محافظة بربديش في الهند، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تحقيق الميزة التنافسية هو أمر يجب أن يكون قانوني وأخلاقي تلتزم به مؤسسات التعليم في منهج حياتها الأكاديمية والإدارية. فيما سبق استعرض الباحثان عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، ومن ذلك تبين لهما أن هناك عدداً من نقاط الاتفاق والاختلاف فيما يلي توضيحاً لذلك:

اتفق البحث الحالي مع كل الدراسات السابقة بأن بيئة دراستها هي الجامعات، كما تتفق من حيث تناولها لموضوع الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية في الجامعات، ومن حيث عينة الدراسة تقريباً يتفق البحث الحالي مع الدراسات السابقة مثل دراسة (لصور، 2019م) ودراسة (قشطة، 2016م) والتي تتكون من عمداء الكليات ونوابهم ورؤساء الأقسام العلمية وأعضاء هيئة التدريس بالكليات. كما اتفق البحث الحالي حيث المنهج مع أغلب الدراسات السابقة على المنهج الوصفي التحليلي كأجراء منهجي، واتفق مع أغلب الدراسات السابقة في استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

بينما اختلف البحث الحالي مع الدراسات السابقة في أنه هدف إلى الكشف عن مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية وفي مستوى تحقيق الميزة التنافسية في كليات جامعة عدن.

مجتمع البحث: اعتمد الباحثان على جميع مجتمع البحث من القيادات الأكاديمية في (6) الكليات جامعة عدن المشمولة بالبحث و البالغ عددهم (65) فرداً.

نتائج التحليل الوصفي لإجابات مجتمع البحث تجاه متغيرات البحث: أولاً: خصائص مجتمع البحث:

جدول رقم (1) يبين مجتمع البحث و المكونة من (50) فرداً من القيادات الأكاديمية المستجيبة في كليات جامعة عدن، والكليات المشمولة بالبحث وهي: (التربية - عدن، العلوم، اللغات والترجمة، الحقوق، العلوم الإدارية، الاقتصاد والعلوم السياسية). كما هو موضح بالجدول الآتي: جدول رقم (1) يوضح إجمالي عدد الكليات المشمولة بالبحث والمستجيبين بحسب الفئات

م	الكليات	الفئات			الإجمالي
		عمداء الكليات	نواب العمداء	رؤساء الأقسام العلمية	
1	كلية التربية - عدن	1	3	3	7
2	كلية العلوم	1	4	3	8
3	كلية اللغات والترجمة	1	2	13	16
4	كلية الحقوق	1	1	5	7
5	كلية العلوم الإدارية	-	4	3	7
6	كلية الاقتصاد والعلوم السياسية	-	3	2	5
	المجموع الكلي	4	17	29	50

تم توزيع الاستبيان على جميع مجتمع البحث من القيادات الأكاديمية في (6) كليات جامعة عدن المشمولة بالبحث والبالغ عددهم (65) فرداً ، ويتبين من الجدول أن عدد الاستبائيات الصالحة والمسترجعة (50) استبانة، وبلغ عدد الأفراد غير المستجيبين (15) وبهذا يكون عدد مجتمع البحث (50) فرداً، كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (2) يوضح عدد من المستجيبين وغير مستجيبين لمجتمع البحث

الرقم	الفئات	عدد المستجيبين	عدد غير المستجيبين	الإجمالي
1	العمداء	4	2	6
2	النواب	17	4	21
3	رؤساء الأقسام	29	9	38
	الإجمالي	50	15	65

ثانياً:

الخصائص الشخصية لمجتمع البحث:

يشمل الجدول رقم (3) خصائص لمجتمع البحث، المتمثلة بالبيانات الأولية في الأداة، إذ تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لها وتحليلها كما هو موضح في الجدول

جدول رقم (3) خصائص مجتمع البحث

الخاصية	المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	42	84.0
	أنثى	8	16.0
	أستاذ	6	12.0
اللقب العلمي	أستاذ مشارك	26	52.0
	أستاذ مساعد	18	36.0
	عميد كلية	4	8.0
المسمى الوظيفي	نائب عميد	17	34.0
	رئيس قسم	29	58.0
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	5	10.0
سنوات الخدمة	من 10 إلى أقل من 20 سنة	21	42.0
	20 سنة فأكثر	24	48.0
الإجمالي		50	100.0

يتبين من الجدول (3) أن مجتمع الذكور تفوق مجتمع الإناث إذ أن نسبة الذكور تبلغ (84.0%) بينما تبلغ نسبة الإناث (16.0%)، في حين أن (52.0%) من إجمالي أفراد مجتمع البحث لديهم لقب أستاذ مشارك، و(36.0%) لديهم لقب أستاذ مساعد، و(12.0%) لقب أستاذ، وتبين أن (58.0%) هم من رؤساء الأقسام، و (34.0%) نواب عميد، و (8.0%) عمداء كليات، وفيما يخص سنوات الخدمة يلاحظ أن (48.0%) لديهم سنوات خدمة تزيد عن (20 سنة)، في حين أن (42.0%) لديهم خبرة تتراوح بين (10-20) سنة، و(10.0%) تتراوح خبرتهم بين (5-10) سنوات، ويتبين من الجدول أن الذكور يحتلون في الغالب المقاعد القيادية في كليات جامعة عدن.

ثانياً: أداة البحث: لتحقيق أهداف البحث استخدم الباحثان الاستبانة وقد تكونت من جزئين: الجزء الأول تتعلق بالبيانات العامة لأفراد العينة، واشتمل الجزء الثاني على فقرات مجالات البحث وأبعادها.

1- الاطلاع على الأطر النظرية والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث.

2- المقياس المستخدم في أداة البحث هو مقياس لكرت الخماسي تحدد درجة الموافقة على الفقرات تتدرج من (عالية جداً - عالية - متوسطة - منخفضة - منخفضة جداً).

صدق وثبات الأداة:

اختبار الصدق الظاهري: تم التأكد من الصدق الظاهري للأداة في صورته المبدئية تم عرضه على (7) محكمين من ذوي الاختصاص في الإدارة التربوية وأجريت التعديلات التي أتفق عليها وفق معيار (80%) من آراء المحكمين.

اختبار الثبات: تم استخدام معامل ألفا كرونباخ ومعامل سبيرمان - براون للتجزئة النصفية لاختبار ثبات أداة البحث، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (4) يبين معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ وسبيرمان - براون للتجزئة النصفية

المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's	معامل سبيرمان - براون للتجزئة النصفية
الذكاء الاستراتيجي	15	0,976	0.964
الميزة التنافسية	15	0,975	0.960
إجمالي الأداة	30	0.987	0.977

يُلاحظ من الجدول رقم (4) أن معاملات الثبات باستخدام ألفا كرونباخ لأداة البحث ككل كانت مرتفعة جداً، إذ بلغت قيمتها (0.987) وبلغت قيمتها لمحور الذكاء الاستراتيجي (0.976) و(0.975) لمحور الميزة التنافسية، وهي معاملات ثبات قوية جداً تجعل الأداة مناسبة للبيانات التي تم جمعها، في حين يشير معامل الصدق معامل سبيرمان - براون للتجزئة النصفية إلى أن معامل الصدق الكلي للأداة بلغت قيمته (0.977) وهو معامل قوي جداً يجعل الأداة تتمتع بالصدق لما أعدت له، إذ بلغت قيمتها لمحور الذكاء الاستراتيجي (0.964) و(0.960) لمحور الميزة التنافسية. وهي معاملات ثبات قوية جداً، يشير إلى أن الأداة تتمتع بثبات عالٍ جداً يجعلها مناسبة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث، وأنه لو تم إعادة توزيع الأداة بعد فترة من الزمن تعطي نفس النتائج.

المعالجات الإحصائية للبحث: استعان الباحثان في تحليل بيانات البحث بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (Statistical Package For Social Science) للحصول على نتائج أكثر دقة . وكانت أهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في هذه البحث (الانحراف المعياري، ومعامل الفاء كرونباخ، وسيير مان براون، والمتوسطات الحسابية، واختبار T، الانحدار والارتباط الخطي البسيط، الانحدار الخطي المتعدد، واختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA).

عرض ومناقشة نتائج البحث: الإجابة عن السؤال الرئيس: ما مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن وفق أبعاد (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، الشراكة)؟ جدول رقم (5) يبين المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي، واختبار (T) لكافة فقرات أبعاد دراسة الذكاء الاستراتيجي ومجال الميزة التنافسية والمرتبة تنازلياً.

الرقم التسلسلي	الترتيب	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة (P-value)	الممارسة مستوى
		بُعد الاستشراف						
2	1	تؤمن قيادة الكلية بأهمية استقراء المستقبل لتحقيق التميز والريادة في الأجل الطويل.	3.54	1.09	70.8	3.5	0.00	عالية
1	2	تستقر قيادة الكلية المستقبل عند تطوير استراتيجياتها للأمد البعيد.	3.42	1.13	68.4	2.6	0.01	عالية
4	3	تتابع قيادة الكلية المتغيرات الحديثة لتطوير استراتيجياتها في العمل الأكاديمي.	3.40	1.13	68.4	2.5	0.02	عالية
3	4	تستفيد قيادة الكلية من الخبرات الشخصية والإمكانات الذاتية في التعاطي مع الأحداث المستقبلية.	3.22	1.06	64.4	1.5	0.15	متوسطة
5	5	تهتم قيادة الكلية بالاستفادة من التفكير استراتيجي في عملية اتخاذ القرارات.	3.20	1.07	64.0	1.3	0.19	متوسطة
		المتوسط العام لفقرات بُعد الاستشراف	3.36	0.99	67.2	2.5	0.01	متوسطة
		بُعد الرؤية المستقبلية						
1	1	تمتلك قيادة الكلية رؤية ذات أبعاد شمولية تحدد من خلالها اتجاه الأعمال.	3.30	1.13	66.0	1.9	0.07	متوسطة
2	2	تتسجم قرارات الكلية مع رؤيتها الاستراتيجية.	3.10	1.02	62.0	0.7	0.49	متوسطة
3	3	تحول قيادة الكلية الرؤية إلى واقع ممكن التطبيق ضمن رسالة الجامعة وأهدافها.	3.06	1.20	61.2	0.1	0.91	متوسطة
4	4	تستفيد قيادة الكلية من تجارب الجامعات المحلية والعربية والدولية في تحديد التوجه المستقبلي للجامعة.	3.02	1.27	60.4	0.1	0.91	متوسطة
5	5	تحرص قيادة الكلية على مشاركة جميع الموظفين في تطوير الرؤية الاستراتيجية.	2.84	1.50	56.8	-0.8	0.46	متوسطة
2	3	المتوسط العام لفقرات بُعد الرؤية المستقبلية	3.06	1.08	61.2	0.4	0.72	متوسطة
		بُعد الشراكة						
1	1	ترى قيادة الكلية في الشراكة أسلوباً جيداً يفيد الجامعة في تحقيق رؤيتها وأهدافها.	3.54	1.11	70.8	3.4	0.00	عالية
2	2	تزداد فعالية القرار عندما تشترك فيها جميع الأطراف في الكلية.	3.62	1.11	72.4	4.0	0.00	عالية
5	3	تؤمن قيادة الكلية بأن أسلوب الشراكة تمنحها قدرة أكبر على مواجهة الظروف التنافسية المعقدة.	3.10	1.23	62.0	0.6	0.57	متوسطة
4	4	تحرص قيادة الكلية على أساليب الشراكة لكي توفر لها إطاراً واسعاً للتعاون والاستفادة من الموارد النادرة.	3.00	1.28	60.0	0.0	1.00	متوسطة
3	5	تسعى قيادة الكلية لإقامة تحالفات استراتيجية مع الجامعات المنافسة محلياً وإقليمياً.	2.76	1.24	55.2	-1.4	0.18	متوسطة
		المتوسط العام لفقرات بُعد الشراكة	3.20	1.09	64.0	1.3	0.19	متوسطة
		المتوسط العام لفقرات محور الذكاء الاستراتيجي	3.21	1.02	64.2	1.4	0.16	متوسطة

يُلاحظ من بيانات الجدول (5) أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة البحث عن مجال الذكاء الاستراتيجي بلغ (3.21)، وهذا يعني أن مستوى ممارسة محور الذكاء الاستراتيجي مجتمعاً معاً تقع عند مستوى "ممارسة متوسطة" لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، إذ تنتمي قيمة الوسط الحسابي العام إلى فئة المقياس (2.60 – 3.40) ويُشير إلى ممارسة متوسطة للذكاء الاستراتيجي، ويُشير قيمة الانحراف المعياري العام إلى تشتت الآراء في المحور إذ بلغت (1.02) ويُشير الوزن النسبي العام البالغ (64.2%) إلى أن القيادات الأكاديمية في كليات الجامعة يرون أن مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي يشكل (64.2%)، وبلغت نتيجة اختبار (T) للمحور (1.4) وهي موجبة، وكان مستوى المعنوية لها (16.0) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، ويبين تحليل إجابات أفراد العينة

عن متوسط مستوى ممارسة أبعاد الذكاء الاستراتيجي المتمثلة بـ (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، والشراكة) التي تراوحت بين (3.06 - 3.36)، ومن ثم كانت جميعها في مستوى "ممارسة متوسطة" كما هو موضح بالآتي:

حصل بُعد الاستشراف على المرتبة الأولى مقارنة مع كل الأبعاد بوسط حسابي (3.36) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة، بانحراف معياري (0.99) يشير إلى تقارب الآراء وتجانسها في البعد، وبوزن نسبي (67.2%)، وبلغت قيمة اختبار (T) (2.5) وهي موجبة وكان مستوى المعنوية لها (0.01) وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وهذا يعني أن موافقة أفراد العينة على بُعد الاستشراف، ويشير ذلك إلى استشعار القيادات الأكاديمية في كليات الجامعة لأهمية ممارسة الاستشراف كعنصر من عناصر الذكاء الاستراتيجي على رؤية الاتجاهات المستقبلية لتقليل فرص المخاطر والتحديات التي قد تواجهها، بمعنى أن هناك موافقة من أفراد العينة على أهمية ممارسة دور الاستشراف في الواقع العملي بمستوى عالي وأن التخطيط للمستقبل أمر مهم يساعد القيادات على تحقيق أهدافها المستقبلية والتميز في مجالات عملها؛ كما أن الاستشراف يزيد من الوعي لاقتناص الفرص والتقليل من المخاطر ومعرفة التحديات التي يمكن مواجهتها مستقبلاً. وهذا ما أتفق مع دراسة (عوض، 2022، 939) حيث أشار إلى أن هناك اتفاق عينة البحث بجامعة الفيوم على أهمية الاستشراف كأحد عناصر الذكاء الاستراتيجي، وتتمتع القيادات الجامعية بالقدرة على الاستشراف.

حصل بُعد الشراكة على المرتبة الثانية بوسط حسابي (3.20) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة، بانحراف معياري (1.09) يشير إلى تشتت الآراء في البعد، وبوزن نسبي (64.0%)، وبلغت قيمة اختبار (T) (1.3) وهي موجبة وكان مستوى المعنوية لها (0.19) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، وهذا يدل على أن مستوى ممارسة الشراكة متوسط. وهذا يعني أن آراء عينة البحث يرون ممارسة القيادات للشراكة مع الجامعات الأخرى، مما يمكن أن يوفر موارد إضافية وخبرات متنوعة تعمل على تحسين جودة التعليم والبحث العلمي، وأن إشراك جميع الأطراف تساهم في بناء بيئة تعليمية وبحثية أفضل تدعم رؤية الجامعة وأهدافها المستقبلية.

وجاء بُعد الرؤية المستقبلية في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.06) يشير إلى مستوى ممارسة متوسطة، بانحراف معياري (1.08) يشير إلى تشتت الآراء في البعد، وبوزن نسبي (61.2%)، وبلغت قيمة اختبار (T) (0.4) وهي موجبة وكان مستوى المعنوية لها (0.72) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، وهذا يدل على أن مستوى ممارسة الرؤية المستقبلية "متوسطة" في كل فقرات هذا البعد. مما يعني إن بعض القيادات الأكاديمية في كليات الجامعة ليس لديهم الاهتمام الواضح لصياغة التصورات المستقبلية والمساهمة المجتمعية والتميز البحثي والتي تهدف إلى تحويل الجامعة إلى مؤسسة رائدة تتمتع بسمعة عالمية، وهذا يبين أن القيادات الأكاديمية بكليات الجامعة بحاجة إلى تركيز الجهد على ممارسة الرؤية المستقبلية في كلياتهم لكي يساعدهم على فهمها والاقتران بها والعمل على تصور ما يمكن أن يحدث وفق المتغيرات المحتملة في البيئتين الداخلية والخارجية.

2- ما مستوى تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن وفق أبعادها (جودة الخدمات، الإبداع، الاستجابة لحاجات المستفيدين)؟ توصلت البحث إلى النتائج المتعلقة بالسؤال بحسب آراء أفراد العينة كما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي، واختبار (T)

الرقم التسلسلي	الترتيب	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة (P.value)	مستوى التحقق
1	1	بعد جودة الخدمات	3.70	1.00	74.0	5.0	0.00	عالية
2	2	تهدف قيادة الكلية إلى تحقيق التحسن المستمر لجودة خدمات	3.40	1.23	68.0	2.3	0.03	عالية
3	4	تسعى قيادة الكلية إلى مراجعة وتقييم خطط الجودة باستمرار.	3.10	1.45	62.0	0.5	0.63	متوسطة
4	5	تحرص قيادة الكلية على تطبيق المعايير والمؤشرات العالمية لجودة البحوث العلمية.	3.08	1.35	61.6	0.4	0.68	متوسطة
5	3	تحرص قيادة الكلية للحصول على جوائز الجودة والتميز.	2.98	1.25	59.6	-0.1	0.91	متوسطة
1	1	المتوسط العام لفقرات بُعد جودة الخدمات	3.25	1.18	65.0	1.5	0.14	متوسطة
2	4	بعد الإبداع	3.32	1.20	66.4	1.9	0.07	متوسطة
3	3	تتقبل قيادة الكلية الأفكار الجديدة التي تساعد في حل المشكلات.	3.20	1.20	64.0	1.2	0.24	متوسطة
2	2	تسعى قيادة الكلية إلى تخطيط البرامج الأكاديمية وتحديثها وفقاً للمعايير العالمية ومتطلبات سوق العمل.	2.98	1.25	59.6	-0.1	0.91	متوسطة
5	4	تتبع قيادة الكلية على التعاون والشراكة مع الجامعات العالمية الرائدة.	2.82	1.17	56.4	-1.1	0.28	متوسطة
1	5	توفر قيادة الكلية بنية تحتية ذات معايير عالمية لتطوير الابتكارات البحثية والإبداعية.	2.74	1.29	54.8	-1.4	0.16	متوسطة
2	3	المتوسط العام لفقرات بُعد الإبداع	3.01	1.06	60.2	0.1	0.94	متوسطة

متوسطة	0.04	2.1	67.2	1.19	3.36	بعد الاستجابة لحاجات المستفيدين	1	3
						تحرص قيادة الكلية على أن تكون مخرجاتها في مستوى المنافسة مع مخرجات الجامعات الأخرى.		
متوسطة	0.03	2.2	66.4	1.02	3.32	تمتلك قيادة الكلية تصور ومعلومات عن الحاجات التي يحتاجها المستفيدين.	2	1
متوسطة	0.41	0.8	62.8	1.18	3.14	ترجع قيادة الكلية خططها الأكاديمية استجابة لاحتياجات المستفيدين وتعزيز دورها التنافسي مع الجامعات الأخرى.	3	4
متوسطة	1.00	0.0	61.0	1.28	3.05	تهتم قيادة الكلية برضا المستفيدين وتحرص على حصولهم للحاجات ذات جودة عالية.	4	2
متوسطة	0.38	-0.9	56.8	1.28	2.84	تجرى قيادة الكلية مسوحات منتظمة لمعرفة احتياجات المستفيدين من البرامج الجامعية.	5	5
متوسطة	0.38	0.9	62.8	1.06	3.14	المتوسط العام لفقرات بُعد الاستجابة لحاجات المستفيدين	2	3
متوسطة	0.38	0.9	62.6	1.06	3.13	المتوسط العام لفقرات محور الميزة التنافسية		

يُلاحظ من بيانات الجدول (6) أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة البحث عن محور الميزة التنافسية بلغ (3.13)، وهذا يعني أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية مجتمعة معاً تقع عند مستوى "ممارسة متوسطة" إذ تنتمي قيمة الوسط الحسابي العام إلى فئة المقياس (2.60 - 3.40) ويشير إلى مستوى تحقيق متوسط للميزة التنافسية وفقاً لآراء القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، وتُشير قيمة الانحراف المعياري العام إلى تشتت الآراء في المحور إذ بلغت (1.06) ويُشير الوزن النسبي العام البالغ (62.6%) إلى أن القيادات الأكاديمية في كليات الجامعة يرون أن نسبة تحقيق الميزة التنافسية يشكل (62.6%)، وبلغت نتيجة اختبار (T) للمحور (0.9) وهي موجبة، وكان مستوى المعنوية لها (0.38) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، ويبين تحليل إجابات أفراد العينة عن أن مستوى الممارسة متوسطة لتحقيق أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة بـ (جودة الخدمة، والإبداع، واستجابة لحاجات المستفيدين) تراوحت بين (3.06 - 3.36)، ومن ثم كانت جميعها في مستوى "ممارسة متوسطة"، وفيما يلي توضيحاً لذلك:

حصل بُعد جودة الخدمات على المرتبة الأولى بوسط حسابي (3.25) بمستوى ممارسة متوسطة، بانحراف معياري (1.18) يشير إلى تشتت الآراء في البُعد، وبوزن نسبي (65.0%)، وهذا يعني أن القيادات الأكاديمية في كليات الجامعة يرون إلى ضرورة تحقيق التحسن المستمر لجودة خدماتها وأن تتميز بالكفاءة مما يزيد من رضائهم وولائهم.

حصل بُعد الاستجابة لحاجات المستفيدين على المرتبة الثانية بوسط حسابي (3.14) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة، بانحراف معياري (1.06) يشير إلى تشتت الآراء في البُعد، وبوزن نسبي (62.8%) يُشير إلى وجود موافقة متوسطة على هذا البُعد، مما يظهر أن القيادات الأكاديمية في كليات الجامعة يرون أن لديهم القدرة على الاستجابة لاحتياجات المستفيدين بشكل أفضل وهذا يعزز أن تكون مخرجات الجامعة في مستوى المنافسة مع مخرجات الجامعات الأخرى، وهذا يتفق مع دراسة (يوسف، 2021، 761) حيث أشار بان هناك مؤشرات لمدى تلبية رغبات وتطلعات الطلاب ولبيان مدى تأثير الجامعات في المجتمع على الارتقاء بتطلعات العملاء ووضع مصلحة الطلاب في مقدمة اهتماماتها.

حصل بُعد الإبداع على المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.01) ويشير إلى ممارسة بدرجة متوسطة، بانحراف معياري (1.06) يشير إلى تشتت الآراء في البُعد، وبوزن نسبي (60.2%) يُشير إلى وجود موافقة متوسطة على بُعد الإبداع، وهذا يفسر إلى أن بعض القيادات الأكاديمية تعطي الأولوية للجوانب الأخرى مثل الممارسات الروتينية والبرامج الأكاديمية التقليدية، ويرون أن الإبداع يحتاج إلى مصادر تمويل وتدريب وإمكانات تكنولوجية حديثة ومتطورة وهو صعب المنال، وهذا يجعلهم أكثر اهتماماً بالحفاظ على الاستقرار الأكاديمي بدلاً من المخاطرة بالتجريب والإبداع وهذا ما يضع الإبداع في المرتبة الأقل أهمية من التحقق.

وللإجابة عن السؤال الرئيس للبحث:

ما مستوى ممارسة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن؟

تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد لمعرفة مدى مساهمة الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية كما يلي: جدول رقم (7):

يوضح نتائج الانحدار الخطي المتعدد لمعرفة أثر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية

م	المتغيرات المستقلة	ثابت الانحدار	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية
1	الاستشراف	0,034	0.215	2.130	0,960	0,922	180,6	0,000
2	الرؤية المستقبلية		0.321	3.363				
3	الشراكة		0.457	4.721				
$y = 0.034 + 0.215x_1 + 0.321x_2 + 0.457x_3$								

$$y = 0.034 + 0.215x_1 + 0.321x_2 + 0.457x_3$$

المتغيرات المستقلة أبعاد الذكاء الاستراتيجي وهي: (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، والشراكة) والمتغير التابع الميزة التنافسية. من الجدول (7) الذي يبين نتيجة الانحدار الخطي المتعدد تشير النتائج إلى: وجود أثر وعلاقة ذات دلالة معنوية للمتغيرات المستقلة المتمثلة بأبعاد الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، والشراكة)، والمتغير التابع المتمثل بالميزة التنافسية، وتسهم هذه المتغيرات المستقلة في تحقيق الميزة التنافسية بـ: (0,215، 0,321، 0,457) على التوالي؛ أي: أن كلاً من الاستشراف والرؤية المستقبلية والشراكة تعمل على زيادة تحقيق الميزة التنافسية بمقدار: (0,515)، (0,321)، (0,457) مع الأخذ في الحسبان تأثير الأبعاد الأخرى في تحقيق الميزة التنافسية في الوقت نفسه، وتشير قيم اختبار (T) البالغة: (2,130، 3,353، 4,721) على التوالي بمستويات معنوية

بلغت: (0,039، 0,002، 0,001) على التوالي، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه البحث: (0,05)، أن التأثير كان معنوياً، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط: (0,960)، وهو معامل ارتباط طردي معنوي قوي، ويشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية قوية وذات دلالة معنوية بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، والشاركة)، مجتمعة معاً، وتحقيق الميزة التنافسية؛ أي: أنه كلما زادت ممارسة أبعاد الذكاء الاستراتيجي، أدى ذلك إلى زيادة في تحقيق الميزة التنافسية والعكس صحيح؛ أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار السابق، المتمثلة في معامل التحديد، فقد بلغت: (0,922)؛ مما يشير إلى أن (92,2%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ في تحقيق الميزة التنافسية، تعود إلى أبعاد الذكاء الاستراتيجي مجتمعة معاً في حين: (8,8%) من التأثيرات والتغيرات التي تطرأ في تحقيق الميزة التنافسية، تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، وقد أشار اختبار (F) الذي بلغت قيمته: (180,6) إلى أن نموذج الانحدار السابق، ذو دلالة معنوية؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة (F): (0,000)، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه البحث (0,05)، وبذلك فإن أبعاد الذكاء الاستراتيجي المتمثلة بـ (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، والشاركة) مجتمعة معاً لها علاقة وأثر إيجابي وذات دلالة إحصائية في تحقيق الميزة التنافسية لكليات جامعة عدن.

وبهذه النتائج يمكن القول إن ممارسة القيادات الأكاديمية للذكاء الاستراتيجي يعمل على تحقيق الميزة التنافسية لكليات جامعة عدن.

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استجابات أفراد عينة البحث تجاه الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية تعزى إلى (النوع الاجتماعي، اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، الخبرة العملية) ؟
للإجابة عن هذا التساؤل تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لكل خاصية كما يلي:

أ- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استجابات أفراد العينة تجاه الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية تعزى إلى النوع الاجتماعي؟

لاختبار وجود فروق تجاه الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية تعزى إلى النوع الاجتماعي استخدم الباحثين اختبار T لعينتين مستقلتين (Independent Simple T Test) لاختبار الفروق بين إجابات العينة حسب (النوع) حول مجالات البحث وكانت النتائج كما يلي:

جدول (8): نتائج اختبار T لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطي إجابات الذكور والإناث

المتغيرات	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة	القرار
الذكاء الاستراتيجي	ذكر	3.22	0.991	0.292	0.772	لا توجد فروق جوهرية
	أنثى	3.11	1.213			
الميزة التنافسية	ذكر	3.16	1.046	0.382	0.704	لا توجد فروق جوهرية
	أنثى	3.00	1.182			

من النتائج الموضحة في الجدول (8) يتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الذكور والإناث في كليات جامعة عدن، أي أن النوع لا يؤثر في إجابات أفراد العينة تجاه الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية وان الذكور والإناث لهم الآراء والاعتقاد والإجابات نفسها تجاه الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية، ويتبين ذلك من قيمة اختبار T البالغة (0,292) (0,382) وكان مستوى الدلالة الإحصائية لها (0,772) (0,702) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه البحث (0,05) ومن ذلك نتوصل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استجابات أفراد عينة البحث تعزى إلى النوع الاجتماعي.

ب- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استجابات أفراد عينة البحث تجاه الذكاء الاستراتيجي تعزى إلى (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية)؟

لاختبار وجود فروق تجاه الذكاء الاستراتيجي تعزى إلى (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، و الخبرة العملية) استخدم الباحثين الاختبارات المعملية والمتمثلة في تحليل التباين الأحادي (OneWay ANOVA) (كون هذه الخصائص أكثر من فئتين) إذ اعتمدنا مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$)، وتعد الفروق دالة إحصائياً إذا كانت قيمة مستوى دلالة الاختبار (Sig.) أصغر من مستوى الدلالة المعتمدة في البحث، والعكس صحيح، وقد جاءت النتائج كما يبينها الجدول الآتي:

جدول (9) تحليل التباين الأحادي تجاه الذكاء الاستراتيجي وفقاً للخصائص الشخصية والوظيفية

الخاصية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة	القرار
اللقب العلمي	بين المجموعات	1.625	2	0.813	0.779	0.465	لا توجد فروق جوهرية
	داخل المجموعات	49.022	47	1.043			
	الإجمالي	50.647	49				
المسمى الوظيفي	بين المجموعات	2.031	2	1.015	0.982	0.382	لا توجد فروق جوهرية
	داخل المجموعات	48.617	47	1.034			
	الإجمالي	50.647	49				
الخبرة العملية	بين المجموعات	0.602	2	0.301	0.283	0.755	لا توجد فروق جوهرية
	داخل المجموعات	50.045	47	1.065			
	الإجمالي	50.647	49				

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة البحث حسب الخصائص المتمثلة بـ (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية) تجاه الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، أي أن هذه المتغيرات لا تؤثر في إجابات أفراد العينة حول الذكاء الاستراتيجي في كليات الجامعة، ولهم الآراء والاعتقاد

والإجابات نفسها تجاه الذكاء الاستراتيجي. وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تجاه الذكاء الاستراتيجي تعزى إلى (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية) لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن.

ج- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين استجابات أفراد عينة البحث تجاه الميزة التنافسية تعزى إلى (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية)؟

لاختبار وجود فروق تجاه الميزة التنافسية تعزى إلى (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية) استخدم الباحثين الاختبارات المعلمية المتمثلة في تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) إذ اعتمد الباحثين مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$)، وتعد الفروق دالة إحصائياً إذا كانت قيمة مستوى دلالة الاختبار (Sig.) أصغر من مستوى الدلالة والعكس صحيح، وقد جاءت النتائج كما يبينها الجدول الآتي:

جدول (10) تحليل التباين الأحادي تجاه الميزة التنافسية وفقاً للخصائص الشخصية والوظيفية

الخاصية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة	القرار
اللقب العلمي	بين المجموعات	2.003	2	1.002	0.892	0.417	لا توجد فروق جوهرية
	داخل المجموعات	52.801	47	1.123			
	الإجمالي	54.804	49				
المسمى الوظيفي	بين المجموعات	2.895	2	1.448	1.311	0.279	لا توجد فروق جوهرية
	داخل المجموعات	51.909	47	1.104			
	الإجمالي	54.804	49				
الخبرة العملية	بين المجموعات	1.188	2	.594	0.521	0.597	لا توجد فروق جوهرية
	داخل المجموعات	53.616	47	1.141			
	الإجمالي	54.804	49				

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول (10) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة البحث حسب المتغيرات المتمثلة بـ (اللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية) تجاه الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن، أي أن (هذه المتغيرات) لا تؤثر في إجابات أفراد العينة تجاه الميزة التنافسية.

ملخص نتائج البحث: يورد الباحثان ملخصاً لأبرز نتائج البحث تتمثل بالآتي:

1. جاء المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة البحث عن محور (الذكاء الاستراتيجي) بوسط حسابي (3.21)، وهذا يعني أن مستوى ممارسة محور الذكاء الاستراتيجي مجتمعاً تقع عند مستوى "ممارسة متوسطة".

- حصل بُعد (الاستشراف) على المرتبة الأولى مقارنةً مع كل الأبعاد بوسط حسابي (3.36) يشير إلى مستوى ممارسة متوسطة.
 - حصل بُعد (الشراكة) على المرتبة الثانية بوسط حسابي (3.20) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة.
 - حصل بُعد (الرؤية المستقبلية) على المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.06) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة.
2. بلغ المتوسط الحسابي العام لمحور (الميزة التنافسية) (3.13)، وهذا يشير إلى أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية مجتمعاً تقع عند مستوى "ممارسة متوسطة".

- حصل بُعد (جودة الخدمات) على المرتبة الأولى بوسط حسابي (3.25) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة.
 - حصل بُعد (الاستجابة لحاجات المستفيدين) على المرتبة الثانية بوسط حسابي (3.13) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة.
 - حصل بُعد (الإبداع) على المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.01) ويشير إلى مستوى ممارسة متوسطة.
3. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في آراء أفراد عينة البحث تجاه (الذكاء الاستراتيجي) و(الميزة التنافسية) تعزى إلى (النوع الاجتماعي، واللقب العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة العملية) لدى القيادات الأكاديمية في كليات جامعة عدن. وهذا يؤكد إلى وجود علاقة ارتباط طردية قوية بلغت قيمتها (0, 960) وذات دلالة معنوية بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، الرؤية الاستراتيجية، والشراكة) مجتمعاً معاً، وتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها المجتمعة (جودة الخدمة، والإبداع، واستجابة لحاجات المستفيدين)، وبذلك فإن أبعاد الذكاء الاستراتيجي لها علاقة وأثر إيجابي وذات دلالة إحصائية في تحقيق الميزة التنافسية كلما زادت ممارسة الذكاء الاستراتيجي أدى ذلك إلى زيادة في تحقيق الميزة التنافسية لدى قيادات كليات جامعة عدن والعكس صحيح. وبهذه النتائج يمكن القول إن ممارسة القيادات الأكاديمية للذكاء الاستراتيجي يعمل على تحقيق الميزة التنافسية لكليات جامعة عدن.

التوصيات والمقترحات:

- ضرورة تبني القيادات الأكاديمية في جامعة عدن تطبيق أبعاد الذكاء الاستراتيجي ووضع رؤية استراتيجية واضحة لاكتشاف الفرص المتاحة وتجنب التهديدات المتوقعة بغية تحديد الأهداف بعيدة المدى.
- أن تعمل قيادة جامعة عدن على وضع خطة لنشر الوعي بثقافة الذكاء الاستراتيجي بين قيادات الكليات بوصفها من الدعائم الرئيسية للميزة التنافسية من خلال تنظيم دورات وبرامج تدريبية.
- تشجيع القيادات الأكاديمية في جامعة عدن وأعضاء هيئة التدريس على المشاركة في المؤتمرات والندوات العربية والإقليمية في مجال الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية وتوفير التمويل اللازم لتحقيق هذه الأغراض.
- أن تتبع قيادة جامعة عدن سياسات داعمة تساعد على تطبيق أبعاد الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية وبناء رؤية مستقبلية لتحقيق المزايا التنافسية المستدامة.
- أن تعمل جامعة عدن على تخصيص موارد مالية وبشرية تدعم تكنولوجيا المعلومات والبحث العلمي لدعم الابتكار والإبداع وضمان التكيف مع المتغيرات الحديثة على المدى الطويل.

- إجراء مزيداً من البحوث حول استخدام الذكاء الاستراتيجي في مجالات البحث العلمي والإدارة الجامعية في الجامعات لأهميتها في الوصول الى مكانة الجامعات ورفع قدرتها في مواكبة المتغيرات العالمية.
- مراجع البحث:**
 1. أبو أصبع، علي فيصل أحمد (2019م)، "الدور المتوقع للذكاء الاستراتيجي في اتخاذ القرارات الناجحة في الجامعات اليمنية الحكومية، دراسة تحليلية، مجلة الجامعة الوطنية العدد(9)، صنعاء، اليمن.
 2. أبو فارة، يوسف أحمد، (2005 م)، تقويم جودة الخدمات التعليمية لكليات الاقتصاد والعلوم الإدارية بالجامعات الفلسطينية . مجلة البصائر، مجلد (9) ، عدد (1) .
 3. أطرش، بلال خالد،(2020):أثر الذكاء الاستراتيجي على المرونة الاستراتيجية في بنك الاتحاد الاردني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال ادارة الأعمال، جامعة الاسراء ،الأردن .
 4. تومسون، أثر آية، وآية جي ستريكلاند (2006): الإدارة الاستراتيجية: المفاهيم والحالات العملية، ترجمة(الناشرون) مكتبة لبنان ،الطبعة الاولى، بيروت ،لبنان.
 5. تومسون، أثر آية، وآية جي ستريكلاند(2006) مرجع سابق.
 6. جثير، سعدون حمود، العبادي، هشام فوزي ،بلال جاسم (2013م) ،صياغة إستراتيجية إدارة علاقات الزبون عبر تحقيق العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والذكاء التنظيمي، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية ،مجلد (5)، عدد (10) .
 7. جودة، محفوظ احمد،(2006) ،إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
 8. الحاج، فيصل عبدالله ومجيد، سوسن شاكر وجريسات، إلياس سليمان(2008): دليل ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي للجامعات العربية أعضاء الاتحاد، الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية، مجلس ضمان الجودة والاعتماد، عمان، الأردن .
 9. الخفاجي، نعمة عباس والبغدادي، عادل هادين(2001م)، ملامح الشخصية الاستراتيجية للمدراء، منظور خاص، بوقائع المؤتمر القطري الأول للعلوم الإدارية، بغداد، العراق.
 10. خيرالله، جمال أنيس (2008)، الإبداع الإداري، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
 11. رحاب، فايز أحمد(2016): قياس رأس المال المعرفي للباحثين بجامعة بني سويف: دراسة تحليلية لتحقيق الميزة التنافسية للجامعة، مجلة علم السعودية ، يناير، العدد(16).
 12. الرفاعي، عيدة عويد(2021)، تحديات تحقيق التميز المؤسسي في إدارة تعليم محافظة ينبع من وجهة نظر المشرفات التربويات، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 36، تشرين الأول.
 13. سعد عبد الله محمد وآخرون، (2012) ،دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الذكاء الاستراتيجي :دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء الأقسام والوحدات الإدارية في مستشفى السلام بمدينة الموصل، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، 23-26 ابريل، عمان، الأردن.
 14. السلمي، علي(2001) إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة.
 15. السيد، نادية حسن (2020م)، الريادة الاستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات التعليمية دراسة حالة، مجلة مستقبل التربية العربية، المجلد (27)، العدد(125)، القاهرة، المركز العربي للتعليم.
 16. شلبي ،أماني عبد العظيم(2017) :متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء وظائفها، مجلة تطوير الأداء الجامعي، Vol.5. No.4, November.
 17. صالح، أحمد علي وآخرون،(2010)، "الإدارة بالذكاءات منهج التميز الاستراتيجي والاجتماعي للمنظمات"، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
 18. صالح، ماجد محمد (2017) :عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة تحليلية في شركة (Carrefour)، مجلة تكتريك للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 2 العدد 38، العراق.
 19. الطائي، محمد عبد حسين، والخفاجي، نعمة عباس (2009)، "نظم المعلومات الاستراتيجية، منظور الميزة التنافسية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عمان.
 20. الظالمي ،محمد جبار(2016): الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز سمعة المنظمة ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء مجلد واعضاء مجالس المعاهد التقنية في (كربلاء ،بابل ، النجف)، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 18 ، العدد 1.
 21. العابدي، علي رزاق، الموسوي ،هاشم مهدي(2015): تشخيص مؤشرات الذكاء الاستراتيجي لضمان السيادة الاستراتيجية من خلال خفة الحركة الاستراتيجية، دراسة تحليلية في شركة كورك للاتصالات المتنقلة في العراق، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية، المجلد 8، العدد 31ص143-167.
 22. العبدلي، ضرغام (2010) : صياغة مخطط منهجي لتأثير الخصائص الشخصية للمديرين في الذكاء الاستراتيجي والارتجال التنظيمي : دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري الشركات الخاصة بمحافظة النجف الأشرف، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الكوفة ، العراق.
 23. عبيد، عصام (2009):التخطيط الاستراتيجي في مؤسسات المعلومات، دراسة تخطيطية في الأسس والمعايير للرؤية والرسالة في مجتمع المعرفة ،مجلة الدراسات المعلومات، عدد4.
 24. العزاوي، محمد وبشرى هاشم،(2010): أثر العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الاستراتيجي، دراسة اختبارية تحليلية لآراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس عدد من كليات جامعة بغداد أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.
 25. العزاوي، محمد وبشرى هاشم،(2010) مرجع سابق، ص125.

26. علي، محمد عليان علي(2013م) : متطلبات استدامة الميزة التنافسية في التعليم العالي جهة النظر قائمة على اساس الموارد ،دراسة حالة الجامعة الاسلامية بغزة ،رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الاسلامية ، غزة.
27. عوض، مريم نادي صبحي،(2022 م) : واقع إدارة الذكاء الاستراتيجي بجامعة الفيوم دراسة ميدانية جامعة الفيوم، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، ديسمبر مجلد(9) العدد (16)، القاهرة.
28. قشطة، أمال نبيل خليل ، (2016) :استرا تيجية مقترحة لتطوير رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
29. الكواز سعد محمود.ويحيى، علاء عبد السلام، إبراهيم، طارق نوري،(2012): إسهام المعرفة الاستراتيجية في تعزيز الذكاء الاستراتيجي، دراسة حالة في شركة آسيا سيل للاتصالات في العراق، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي العلمي السنوي الحادي عشر كلية الاقتصاد والعلوم الادارية بعنوان الذكاء: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، عمان، الاردن.
30. لصور، الخضر عبدالله (2019): متطلبات مكونات بناء الميزة التنافسية لجامعة عدن، إطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية عدن، جامعة عدن ،اليمن.
31. اللوقان، محمد بن فهد،(2016) ،أهمية المتطلبات اللازمة لإنتاج المعرفة كمدخل لبناء ميزة تنافسية في جامعة حائل بالمملكة العربية السعودية، مجلة العلوم التربوية- كلية التربية - جامعة الملك سعود السعودية، المجلد (28)، العدد (1).
32. المجالي،راتب عارف (2020 م) : أثر الذكاء الاستراتيجي في تحسين الاداء المؤسسي في الجامعات الرسمية الاردنية من خلال التعلم التنظيمي متغيرا وسيط، إطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الدراسات العليا ، جامعة مؤتة ، الاردن.
33. محل، سامي، مصلح رشاء (2019م)، دور الإدارة المرئية في تعزيز الخدمات التعليمية، دراسة ميدانية لآراء عينة من المشرفين في مديرية تربية صلاح الدين، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد15، العدد 48،الجزء1.
34. مسلم، تامر حمدان (2015)، أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الادارية العليا في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإزهر ، غزة، فلسطين.
35. المقادمة، عبد الرحمن (2013م)، دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة حالة رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
36. المنزوع، علي عبد الخالق (2020م)، دور الذكاء الاستراتيجي في تحسين جودة الخدمات التعليمية دراسة لآراء القيادات الإدارية بجامعة البيضاء، مجلة جامعة البيضاء، المجلد 2-العدد2-أغسطس، اليمن.
37. النعيمي، صلاح عبد القادر(2008)، " المدير- القائد والمفكر الاستراتيجي " فن ومهارات التفاعل مع الآخرين ، ط 1، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
38. هل، شارلز وجونز، جاريت (2002)، الإدارة الاستراتيجية: مدخل متكامل، ترجمة: رفاعي محمد ومحمد عبد المتعال، دار المريخ، الرياض.
39. يوسف، شريف محمد (2021): دور الذكاء الاستراتيجي في تدعيم التنافسية القطاعية بالجامعات المصرية الخاصة ،المجلة العلمية للاقتصاد والادارة ، مجلد51، العدد 4، ص655.

المراجع الأجنبية:

1. Abu Zaid, Ahmad Nasser (2020). Exploring the Impact of Strategic Intelligence on Entrepreneurial Orientation: A practical Study on the Jordanian Diversified Financial Services. International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER), 8(1).
2. Aliabad, A. (2017). A proposed model to enhance competitiveness capabilities of King Saud University in light of international ranking standards of universities. The International Journal of Specialized Education, 6(3), 306 -327.
3. Alomian, Nayef Rage; Alsawalhah, Ayyoub Ahmad & Alma shad, Mohammad Nasser (April 2019). The Impact of Strategic Intelligence on Achieving Competitive Advantage: Applied Study on the Pharmaceutical Companies Sector in.
4. Al-Ubaidi, et al. (2012), Strategic Intelligence to Enhance Quality of Auditing An Exploratory Study of the Views of a Sample of Financial Supervisors in the Financial Supervision Bureau, The Eleventh Annual Scientific Conference on Business Intelligence and Knowledge Economy, Al Zaytoonah University, Amman.
5. Amstens,M, (2008),managerial foresight concept and measurement ,foresight : the journal for future studies strategic thinking and policy ,vol.10(1) s3-66.
6. Bernhardt, D. (2003), Competitive Intelligence How to acquire and use corporate intelligence and counter-intelligence. Great Britain: Person Education.
7. Bisaria, Gaurav (2013). "Achieving Competitive Advantage By Private Management Colleges or Private University “, International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research, Vol. 2 (3).
8. Brouard, François, "Strategic Scanning: A Tool for Furthering Innovation in Canada", Statistics Canada Economic Conference, Canada, 2002.
9. Hissom ,Amy ،(2009): Introduction to Management.Technology ،BMRT 11009 ،Section 300 ،Kent State University ،Management.

10. Jackson, ch, j, & etmaI, the structure of the eysenck personality profiler, british journal psychology, 2000.
11. Jean-Pierre KRUGER, a study of strategic intelligence as strategic management tools in the long-term insurance industry in south Africa, master of commerce not published, University of south Africa, 2010.
12. Johnson, Arik (2000) , What is Competitive intelligence?”, Available From: <http://www.aurorawdc.com/whatisci.htm>. Accessed on January 2015.
13. Maccoby ,Michael (2001). Successful Leaders Employ Strategic Intelligence , *Research Technology Management*,44(3).
14. Maccoby, Michael & Scudder, Tim,(2011), "strategic intelligencedefinition: conceptualsystem of leadership for change", *Performance improvement*, Vol. 50, No. 3, p: 32-40 .
15. Manuel A., Fernandez- Villacañas Marín (2015). The Global Strategic Intelligence management, University of Alcalá. Initiator: Campus Europa.
16. Service ,Rebert. W(2006), the development of Strategic Intelligence ;managerial propection, "international, journal of management,vol,1no23.
17. Sefer Ada,Z..Nurdan Baysal, Senem Seda Sahenk Erkan,(2017),An Evaluation of Service Quality In Higher Education; Marmara And Nigde Omer Halisdemir Universities "Department of Education Students, Universal Journal of Educational Research 5(11);p2056.
18. Xu ,Mark, (2007),Managing Strategic Intelligence :Techniques and Technologies United States of America & United Kingdon .
19. <https://www.elyamnelaraby.com>.

The Level of Practicing the Strategic Intelligence in Achieving Competitive Advantage Among Academic Leaders in the Faculties of University of Aden

Gamila Saleh Al-Awlaqi¹

Faculty of Education Aden

Ali Abdo Al-Doush²

Faculty of Education Aden

Abstract: The research aims to identify the level of practicing the strategic intelligence in achieving competitive advantage among academic leaders in the faculties of University of Aden and reveals if there are statistically significant differences at the significance level (0.05) between the responses of participants. In order to achieve the research objectives, the two researchers used the descriptive analytical method (survey), and they also conducted the questionnaire which consisted of two sections: the first section included personal data, and the second section included the fields and paragraphs of the questionnaire which are (30) items distributed over two axes and (6) combined dimensions, as the two researchers relied upon the research sampling which consisted of all academic leaders in six faculties included in the research. Totally they are (50) participants. The questionnaire distributed to all participants and after statistical processing, the results indicated that the level of practicing the strategic intelligence among academic leaders in its three dimensions came at the level of (average) practice, as the general arithmetic mean for the strategic intelligence axis reached (3.21) and the results showed that the general arithmetic mean for the competitive advantage axis reached (3.13) and this indicates that the level of achieving competitive advantage in its three combined dimensions is at the level of 'average practice', The overall result of the study was strategic intelligence and competitive advantage with an arithmetic mean of (3,17), which is an average score according to the scale adopted in the research. and the results showed that there were no differences statistical significance level of (0.05) in the opinions of the research participants towards (strategic intelligence) and (competitive advantage) attributed to gender, academic title, job title, and practical experience) among academic leaders in the faculties of University of Aden.

Key Words: strategic intelligence - the competitive advantage - academic leaders.