

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

د. محمود سعيد محمد حسن العشماوي مدرس الإدارة والتخطيط والدراسات المقارنة-كلية التربية بتفهننا الأشراف - جامعة الأزهر
MahmoudHassan.e20@azhar.edu.eg

د. أحمد شبل عبد الرحمن القط مدرس الإدارة والتخطيط والدراسات المقارنة-كلية التربية بنين بالقاهرة - جامعة الأزهر
ahmedshebl496@azhar.edu.eg

ملخص البحث

هدف البحث إلى تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء معايير الأيزو 26000، وتم استخدام المنهج الوصفي لمناسبتة لطبيعة البحث وأهدافه، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات وتحليلها، وتم تطبيقها على عينة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعة بلغ عددهم 388. وتوصل البحث إلى العديد من النتائج أهمها: جاء إجمالي تحقق أبعاد المواصفة الدولية الأيزو بجامعة الأزهر بدرجة ضعيفة، بمتوسط موزون 1.09، ونسبة تحقق 53.12%. وجاء ترتيب الأبعاد كما يلي: (حقوق الانسان، مشاركة وتنمية المجتمع، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك (الطلاب وأعضاء هيئة التدريس)، الحوكمة التنظيمية، البيئة، ممارسات العمل). بينما جاءت إجمالي تحقق السمعة المؤسسية بجميع أبعادها بدرجة ضعيفة بمتوسط موزون 1.63 ونسبة تحقق 54.38%. وجاء ترتيب الأبعاد كما يلي (المسؤولية المجتمعية، جودة الخدمة، الإبداع). كما تُشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة إيجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين تطبيق أبعاد الأيزو 26000 والسمعة المؤسسية لجامعة الأزهر. وتُشير النتائج إلى أن تطبيق أبعاد الأيزو 26000 يُساهم بشكل كبير في تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر. وفي ضوء تلك النتائج قدم البحث تصوراً مقترحاً لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو 26000).

Enhancing Al-Azhar University's Institutional Reputation considering ISO 26000 Dimensions

Prepared by

Dr. Mahmoud Saeed Muhammad Hassan Al-Ashmawy
Lecturer of Administration, Planning and Comparative Studies - Faculty of
Education in Tafhana Al-Ashraf - Al-Azhar University

Dr. Ahmed Shibl Abd El Rahman Elkot
Lecturer of Administration, Planning and Comparative Studies - Faculty of
Education for Boys in Cairo - Al-Azhar University

Abstract:

The research aimed at enhancing the institutional reputation of Al-Azhar University considering ISO 26000 standards. The descriptive method was used due to its appropriacy to the nature and objectives of the study. A questionnaire was used as a data collection and analysis tool, applied to a sample of 388 faculty members at Al-Azhar University. The research yielded several results, the most significant of which include: the overall achievement of ISO 26000 dimensions at Al-Azhar University was weak, with a weighted average of 1.59 and an achievement rate of 53.12%. The dimensions were ranked as follows: (human rights, community involvement and development, fair operating practices, consumer issues (students and faculty members), organizational governance, environment, labor practices). Meanwhile, the overall achievement of institutional reputation across all dimensions was weak, with a weighted average of 1.63 and an achievement rate of 54.38%. The dimensions were ranked as follows: (social responsibility, service quality, innovation). The results of simple linear regression analysis also indicate that there is a strong and statistically significant positive relationship between the application of the ISO 26000 dimensions and the institutional reputation of Al-Azhar University. The results indicate that applying the dimensions of ISO 26000 contributes significantly to improving the institutional reputation of Al-Azhar University. Based on these results, the study provided a proposal for enhancing Al-Azhar University's institutional reputation considering ISO 26000 dimensions.

مقدمة:

تؤدي الجامعات دورًا مهمًا في المجتمع، فهي تُعد الخريجين لسوق العمل، وتدعم التنمية البشرية والاجتماعية والاقتصادية، وتلبي احتياجات المجتمع، وتهتم بقضاياها ومشكلاته. ولذلك، لم يعد دور الجامعة مقتصرًا على التعليم والبحث العلمي، بل تعداه إلى جوانب أخرى من الحياة اليومية.

كما أن دور الجامعات لم يعد يقتصر على مواجهة المشكلات والتحديات الحالية، بل أصبح يمتد إلى التنبؤ بالتحديات المستقبلية والتصدي لها. والجامعات أكثر المؤسسات التعليمية ارتباطًا بجوانب التنمية، لذلك فهي تلعب دورًا مهمًا في نقل الدول النامية من مرحلة التخلف إلى مرحلة النمو. والجامعات الناجحة هي تلك التي تفتح أبوابها على المجتمع المحيط بها، وتتفاعل معه، وتحاول إيجاد حلول لمشكلاته (الشربيني، ٢٠٠٧، ٥).

منذ النصف الثاني من القرن العشرين، كان هناك نقاش طويل حول مسألة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، كما شهد هذا المجال نموًا ملحوظًا، ويوجد اليوم عدد كبير من النظريات والأساليب والمصطلحات المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسات (Garriga and Melé, 2004).

وتؤكد الدراسات أن الجامعات يجب أن تضع المسؤولية المجتمعية في مقدمة اهتماماتها، لأن هذه المسؤولية هي في الأساس رسالة صدق وخدمة إنسانية تهدف إلى تحسين حياة المجتمع (عبد المجيد، ٢٠١٠). كما أظهرت دراسة (Nejati, 2011, 441) أن الجامعات الرائدة على مستوى العالم تهتم بالمسؤولية المجتمعية في جميع جوانبها، وتعلن عن ذلك على مواقعها الرسمية على الإنترنت، وتضعها على رأس أولوياتها في خططها الاستراتيجية، كما أكدت أيضا على أن معايير الأيزو ٢٦٠٠٠ تعد من أفضل الوسائل التي تساعد الجامعات على تبني المسؤولية المجتمعية، وتحتاج معايير الأيزو ٢٦٠٠٠ إلى جهود طويلة المدى لتحقيقها؛ نتيجة لتضمنها العديد من الممارسات التي يصعب على أي مؤسسة تعليمية مهما كانت إمكاناتها وقدراتها تحقيقها.

لقد استكشفت مجموعة من الدراسات تطبيق أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ISO في إدارة الجامعات. وجد Anh (٢٠٢١) أن معايير ISO يمكن أن تحسن بشكل كبير إدارة

الموارد البشرية وجودة التدريس وأعداد المسجلين والنمو المالي في إحدى الجامعات الخاصة في فيتنام. وبالمثل، أفاد Rodima (٢٠٠٥) أن تطبيق نظام الجودة ISO 17025 في بيئة جامعية يمكن أن يعزز سمعة الجامعة ويوفر تجربة واقعية للطلاب. ركز دمير (٢٠١٧) على تأثير شهادة الأيزو على رضا الطلاب في جامعة عشق، بينما سلط منير (٢٠٢٣) الضوء على التأثير الإيجابي لأنظمة إدارة الأيزو ٢٠١٨:٢١٠٠١ على جودة الأداء في مؤسسات التعليم العالي في مصر. تشير هذه الدراسات مجتمعة إلى أن معايير ISO يمكن أن تلعب دوراً قيماً في تعزيز الجوانب المختلفة لإدارة الجامعة وأدائها.

على الرغم من أن أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) ISO 26000 لا يتم تطبيقها بشكل شائع في الجامعات مثل بعض معايير الأيزو الأخرى، إلا أن هناك بعض التطبيقات في قطاع التعليم العالي. على سبيل المثال، أظهرت دراسة حالة لجامعة بوليتكنيكا دي مدريد في إسبانيا كيف قامت إحدى مدارسها بتنفيذ أبعاد ISO 26000 والتحقق من صحتها كوسيلة لتوسيع نطاق التزاماتها تجاه المسؤولية المجتمعية للجامعة (Avilés, Moyano, & Santos de León, 2017).

وتعد جامعة الأزهر من أبرز المؤسسات التعليمية في مصر والعالم، وتتميز بأنها أول جامعة عربية وإسلامية وأنها مؤثرة في الفكر العربي والإسلامي؛ وتهتم بالتعليم العالي في الأزهر والبحوث المتعلقة به وحفظ ودراسة ونشر التراث الإسلامي، كما توثق العلاقات الثقافية والعلمية مع الجامعات والهيئات العلمية الإسلامية والعربية والأجنبية، كما أن رسالتها عالمية ولها طيبة خاصة، والأزهر على مدى التاريخ حافظ للتراث العربي ومجدد للثقافة الإسلامية والمشعل الذي لا يخبو والملاذ الذي يتوجه إليه المسلمون من كل مكان والضوء الذي يهديهم إلى سواء السبيل (ج.م.ع، قانون الأزهر ١٠٣ لسنة ١٩٦١، مادة ٣٣) لذلك تضع جامعة الأزهر أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) للمسؤولية المجتمعية نصب عينها وتتبنى استراتيجية واضحة لتطبيق المسؤولية المجتمعية بها.

ولا شك أن تبني جامعة الأزهر لمبادئ ومعايير الأيزو في جميع أنشطتها وخدماتها يؤثر إيجاباً على سمعتها المؤسسية داخل وخارج مصر، حيث يُنظر إلى الجامعات التي تهتم بالمسؤولية المجتمعية على أنها مؤسسات مسؤولة وفاعلة، مما يعزز ثقة المجتمع بها،

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

ويعمل على جذب الدعم المالي من الجهات المانحة والحكومية لفضيل هذه الجهات دعم الجامعات التي تساهم في تحقيق التنمية المجتمعية. وتشير السمعة المؤسسية إلى مزيج من التوقعات والتصورات والآراء الخاصة بالمؤسسة، والتي تم تطويرها بمرور الوقت، من قبل العملاء والعاملين والموردين والمستثمرين والجمهور بشكل عام فيما يتعلق بصفات المنظمة وخصائصها وسلوكها، بناءً على الخبرة الشخصية والإشاعات والتعامل السابق مع المنظمة (Kawengian et al, 2019, 63).

هناك إجماع كبير على فوائد السمعة المؤسسية للجامعة الجيدة، كمصدر للتميز عن المؤسسات المنافسة الأخرى، أو تحسين العلاقات مع أصحاب المصلحة؛ بشكل رئيسي، يمكن أن تساهم السمعة الجيدة في استقطاب الطلاب المتميزين وكذلك استقطاب أعضاء هيئة التدريس (Gutiérrez-Villar, et al, 2021, 13).

مشكلة البحث:

- تواجه جامعة الأزهر العديد من التحديات التي تعيقها عن القيام بدورها بشكل كبير في تعزيز مسؤوليتها المجتمعية مما يؤثر على سمعتها التنظيمية، ومن هذه التحديات:
- أشارت دراسة (الأشقر، ٢٠١٢، ٢٨٠) إلى وجود فجوة بين ما تقدمه الجامعة من خدمات واحتياجات المجتمع وسوق العمل. وخصوصاً في ظل ضعف علاقة الشراكة بين الجامعة ومؤسسات القطاع الخاص، وضعف القدرة على تسويق الخدمات التي تقدمها كبداية الجامعة المختلفة.
 - أشارت دراسة (مسعود، ٢٠١٧) إلى ضعف ممارسات المسؤولية المجتمعية بجامعة الأزهر حيث جاءت الممارسات العادلة، الحوكمة، الاستدامة البيئية والمجتمعية بدرجة توافر ضعيفة.
 - تعاني كليات جامعة الأزهر من العديد من أوجه القصور التي تعد بمثابة معوقات للإبداع بداخلها، وتتعدد تلك المعوقات ما بين معوقات إدارية تتضمن على سبيل المثال (المركزية، ومقاومة التغيير، وضغوط العمل)، ومعوقات مرتبطة بالمناخ العلمي بالكلية وتشمل (ضعف مستوى الحرية الأكاديمية، تدني مستوى العدالة

التنظيمية، غياب نظام عادل للحوافز، كما يعاني النظام الإداري بجامعة الأزهر من العديد من أوجه القصور ومنها: جمود اللوائح والقوانين المنظمة للعمل داخل الجامعة، وقلة توافر وسائل اتصال فعالة بين كليات الجامعة وإدارتها، علاوة على زيادة العبء الإداري للإداريين من الطلاب. (سعدون، ٢٠١٧، ٢٢٢).

- أشارت الخطة الاستراتيجية للجامعة (٢٠١٨ - ٢٠٢٢م) إلى ضعف الاهتمام بالبيئة؛ حيث يقتصر الاهتمام في الجامعة على بعض الأنشطة، والممارسات المتفرقة غير المخططة في شكل مبادرات مثل تنظيف الحرم الجامعي (يوم واحد)؛ دون وجود استراتيجية تسيير وفقاً لرؤية الجامعة، كما تتسم البيئة المادية المتاحة لأداء الجامعة دورها بالضعف، فتحتاج المعامل والمعدات بكميات إلى تحديث بشكل دوري؛ وامكانيات الجامعة من مباني وتجهيزات نتيجة حيث يظهر ضعف التوازن بين زيادة الضغط الطالب، لضعف التخطيط الاستراتيجي، وعدم الاستعداد الجيد للأحداث المتوقعة والمتابعة المستمرة.
- أشارت دراسة (مسعود، ٢٠٢١) التي تناولت أبعاد القدرة المؤسسية لجامعة الأزهر إلى أن أبعاد "القيادة والحوكمة"، و"الموارد المالية والمادية" و"الموارد البشرية"، و"الشراكات والتحالفات" جاءت بدرجة (ضعيفة)، وجاءت أبعاد "الاستراتيجية"، و"الهيكل التنظيمي" و"إدارة المعرفة والتكنولوجيا"، و"نظام الاتصال"، و"الخدمات الطلابية" بدرجة (متوسطة)
- أشارت دراسة (عيسى، ٢٠٢٢) إلى ضعف الاستدامة التنظيمية لجامعة الأزهر في مجمل أبعادها: الأكاديمية، المالية، البيئية، الاجتماعية، من وجهة نظر أفراد عينة البحث.

أسئلة البحث: من خلال ما سبق يمكن صياغة أسئلة البحث في التساؤل الرئيس التالي:

"كيف يمكن تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠)؟"

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- ١- ما الإطار النظري للسمعة المؤسسية للجامعات في الفكر الإداري والتربوي المعاصر؟
 - ٢- ما أبعاد ومعايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) وكيف يمكن تطبيقها في الجامعات؟
 - ٣- ما مدى توافر أبعاد ومعايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) بجامعة الأزهر من وجهة نظر أفراد عينة البحث؟
 - ٤- ما التصور المقترح لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد ومعايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠)؟
- أهداف البحث: هدف البحث الحالي إلى تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء معايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠)، ويتفرع عن هذا الهدف الأهداف التالية:
- ١- التعرف على الإطار النظري للسمعة المؤسسية للجامعات في الفكر الإداري والتربوي المعاصر.
 - ٢- التعرف على أبعاد ومعايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) وكيف يمكن تطبيقها في الجامعات.
 - ٣- الكشف عن مدى توافر أبعاد ومعايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) بجامعة الأزهر من وجهة نظر أفراد عينة البحث.
 - ٤- التوصل إلى وضع تصور مقترح لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد ومعايير المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠).
- أهمية البحث: يستمد البحث أهميته من أهمية الدور الذي تقوم به جامعة الأزهر في مجال المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع المحيط بها محلياً إقليمياً ودولياً، ومن أهمية الموضوع البحث، حيث أن تحسين السمعة المؤسسية للجامعة يشل بال واهتمامات الكثير من القيادات الجامعية على مختلف المسئوليات، وأن تبني معايير الأيزو قد يسهم بشكل كبير في تحسينها.

كما تبرز أهمية البحث الحالي في جانبين اثنين هما:

١. الجانب النظري المتمثل في أهمية الموضوع الذي يتناوله البحث والمرتبط بتحسين السمعة المؤسسية للجامعة في ضوء المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) والمتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ودورها تجاه المجتمع- الداخلي والخارجي- الأمر الذي يتطلب تبني تلك المعايير، وتعرف الأدوار المناطة بالجامعة تجاهه، ومدى التزام الجامعة بهذه الأدوار. كما تقدم البحث إطاراً نظرياً متكاملًا يجمع بين مفاهيم السمعة المؤسسية وأبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠)، مما يسهم في تطوير المعرفة في مجال إدارة السمعة المؤسسية والمسؤولية المجتمعية.

٢. الجانب التطبيقي الذي يبرز فيما يأمل الباحثان أن يصل إليه البحث من وضع تصور مقترح يناسب طبيعة الجامعة ورسالتها ومكانتها العالمية يمكن أن يستفيد منه المسئولون وأصحاب القرار؛ في الوقت الذي أصبحت فيه تحسين السمعة المؤسسية للجامعات في مقدمة أهداف الجامعات في شتى أنحاء العالم. كما يمكن للبحث المساهمة في وضع تصور مقترح لتحسين سمعة جامعة الأزهر، مما يعزز مكانتها المؤسسية ويؤثر إيجابياً على جاذبيتها للطلاب والمجتمع.

منهج البحث وأداته: وفقاً لطبيعة مشكلة البحث، فإن البحث استخدم المنهج الوصفي للوقوف على واقع جامعة الأزهر في تبني أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠، كما استخدم البحث الاستبانة لتعرف درجة توافر ممارسات تبني أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة الأزهر من وجهة نظر عينة البحث، وذلك لوضع تصور مقترح لتحسين السمعة المؤسسية في تبني أبعاد ومعايير المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠.

حدود البحث: تتمثل حدود البحث الحالي فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** يقتصر البحث الحالي على تناول أبعاد ومعايير مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية المجتمعية والمتمثلة في (الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، بيئة العمل، ممارسات التشغيل العادلة، المشاركة المجتمعية، قضايا أصحاب المصلحة من

تمسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

-
- الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، مشاركة المجتمع وتنميته). كما اقتصر على تناول الأبعاد التالية للسمعة المؤسسية: (الإبداع، المسؤولية المجتمعية، جودة الخدمة).
- الحدود البشرية: اقتصر البحث على عينة من أعضاء هيئة التدريس بكليات جامعة الأزهر.
 - الحدود المكانية: شمل البحث الكليات التالية:
 - القاهرة:
 - كليات البنين: التربية (نظري)، الزراعة والعلوم (عملي)، أصول الدين (شرعي وعربي).
 - كليات البنات: التجارة والدراسات الإنسانية (نظري) العلوم والطب (عملي)، دراسات إسلامية وعربية (شرعي وعربي).
 - الوجه القبلي:
 - كليات البنين: الزراعة (عملي)، اللغة العربية (شرعي وعربي) بأسبوط.
 - كليات البنات: البنات الإسلامية بأسبوط، الدراسات الإسلامية والعربية سوهاج (شرعي وعربي).
 - الوجه البحري:
 - كليات البنين: التربية بتفهن الأشراف (نظري)، الطب بدمياط (عملي)، اللغة العربية بالزقازيق (شرعي وعربي).
 - كليات البنات: الدراسات الإنسانية بتفهن الأشراف (نظري)، الدراسات الإسلامية والعربية بالمنصورة (شرعي وعربي).
 - الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة الميدانية في العام الجامعي (٢٠٢٣-٢٠٢٤) خلال شهر ديسمبر ٢٠٢٣ م.
- مصطلحات البحث: يمكن تحديد مصطلحات البحث كما يلي:

السمعة المؤسسية للجامعات (USR) University Social Responsibility

-
- تعرف السمعة المؤسسية على أنها: "الانطباع الذهني الشامل الذي يتشكل من قبل مختلف أصحاب المصلحة المتعاملين مع المؤسسة حول أنشطتها وأنظمتها وقراراتها وسياساتها والذي يتحدد من خلال استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم وذلك لكسب رضا المجتمع وتحقيق رفاهيته" (الرشيد & الزيايدي، ٢٠١٢، ١٨).
- ويعرفها كلا من يعرف كل من (Oncer & Yildiz, 2015, 714) بأنها صورة تتكون من شقين وهما: شق خارجي والذي ينبع من المسؤولية المجتمعية للمؤسسة تجاه العملاء وأصحاب المصالح والتي من خلالها يتم تحسين السمعة المؤسسية لديها واستمراريتها، وشق داخلي وينبع من اهتمام المدير بالعاملين وتعاونهم مع بعضهم البعض للحفاظ على هوية وصورة المؤسسة وتحسين أدائها والمحافظة على استمراريتها.
- وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف السمعة المؤسسية للجامعات إجرائياً على أنها (التزام جامعة الأزهر تجاه مجتمعها بالشكل الذي يسهم في تحقيق رفاهيته المجتمعية وحل مشكلاته، والتركيز على أداء وظائفها الثلاث بشكل مسؤول مجتمعيًا، وتطبيق مبادئ الجودة في أداء الخدمات المقدمة، والمساهمة في تحقيق الاستدامة البيئية والمجتمعية وكذلك المساهمة في تنمية الإبداع لدى العاملين بها).
- المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ (ISO 26000): معيار دولي تم تطويره لمساعدة المؤسسات على تقييم ومعالجة المسؤوليات الاجتماعية ذات الصلة بها بشكل فعال (ISO 26000 Guidance on social responsibility, 2010). وقد تبنى البحث ذلك التعريف.

الدراسات السابقة:

- دراسات تناولت السمعة المؤسسية بالجامعات:
- دراسة (Golgeli, 2014): وهدفت إلى تحليل وقياس تصورات طلاب كلية الاتصالات بجامعة إرجيبس (Erciyes University) حول الصورة المؤسسية لجامعة إرجيبس. تم اختيار عينة تمثيلية بنسبة ٣٠% عشوائياً من بين ٣٨٣ طالباً وطالبة، ويتم تطبيق الاستطلاعات على مشاركين طوعيين تضم ٥٠ طالباً من الصحافة و ٤٧ طالباً من الإذاعة

والسينما و ١٨ طالباً من أقسام العلاقات العامة والترويج بمجموع يصل إلى ١١٥ مشاركاً لتقييم تصوراتهم حول الصورة المؤسسية. وتوصلت إلى أن العملاء لديهم تفضيل للمؤسسات ذات السمعة المؤسسية في عملية شراء الخدمات والمنتجات، وبالمثل فإن السمعة المؤسسية مهمة في تفضيلات الطلاب والأكاديميين كمنظمات منتجة للخدمات. كما توصلت إلى أن جميع وحدات الجامعة وخاصة الوحدات الإدارية تركز على تلك النقاط ذات المستوى العالي من الصورة السلبية، وتحاول تحليل أسباب هذه المشكلات وتبدأ الأنشطة لتكوين صورة إيجابية لتعزيز سمعة جامعة إرجيس.

دراسة (Reznik, & Yudina. 2018): هدفت الدراسة الى النظر في طرق حل مشكلات إدارة السمعة لمؤسسة التعليم العالي بناءً على دراسة عمليات إنشاء سمعة إيجابية للجامعة من خلال زيادة مسؤولية سمعتها وتحديد مخاطر السمعة وعوامل أخرى. وعلى وجه الخصوص، الجوانب النظرية لإدارة السمعة في الجامعة، وتحليل نتائج دراسة السمات المميزة لخلق سمعة الجامعة ومسؤوليتها عن السمعة. واستخدمت البحث أساليب النظام، والتحليل المقارن، وكذلك أسلوب التحليل الإحصائي، وأساليب الاستبانة واستقصاء الخبراء، وتوصلت نتائج الدراسة الى ضرورة إدارة السمعة حيث تهدف إلى تطوير وتنفيذ استراتيجية التنمية طويلة الأجل للجامعة وذلك من خلال دراسة البيئة الخارجية مما سيسمح لإدارة الجامعة بتحديد مزايا وعيوب أنشطتها، بما في ذلك مقارنة مع مؤسسات التعليم العالي الأخرى من نفس المستوى وبالتالي تحسين حالة الجامعة.

دراسة (الشخاترة، والطراونة، ٢٠١٩): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية من وجهة نظر الإدارات الأكاديمية، وتكون مجتمع البحث من جميع الإدارات الأكاديمية في الجامعات الحكومية في الأردن للعام الجامعي (٢٠١٧ - ٢٠١٨م)، كما تكونت عينة الدراسة من ٣٣٩ إداري أكاديمي، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي وجمع البيانات من خلال أداة الدراسة الاستبانة، وأظهرت نتائج الدراسة أن واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية جاءت بدرجة متوسطة على أربعة مجالات وهي (الارتباط العاطفي بالمؤسسة، والخدمات التي تقدمها المؤسسة، والرؤية والقيادة للمؤسسة،

وبيئة العمل) وبدرجة منخفضة على المجالين (الأداء المالي، والمسؤولية المجتمعية). وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة عن واقع الإجراءات الإدارية الممارسة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية تُعزى لمتغير المسمى الوظيفي للمستجيب باستثناء مجال (بيئة العمل) جاءت لصالح رؤساء الأقسام، كما أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة تُعزى لمتغير نوع الكلية، وفي ضوء هذه النتائج قدمت الدراسة توصيات من شأنها رفع السمعة المؤسسية للجامعات منها تعزيز وعي القيادات العليا بأهمية اتخاذ الإجراءات المناسبة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية من خلال الدعم المالي للجامعات، وأهمية الربط بين الجامعات والمجتمع المحلي بما يخدم الصالح العام.

دراسة (Khoshtaria, Datuashvili, & Matin, 2020): هدفت الدراسة إلى فهم كيفية تأثير الأبعاد المختلفة لقيمة العلامة التجارية على السمعة العامة للجامعات في مشهد التعليم العالي الجورجي. واستخدمت الدراسة المنهج الاستكشافي: من خلال الاستفادة من أساليب الدراسة النوعية والكمية (البيانات النوعية: مجموعات التركيز والمقابلات مع الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وأصحاب العمل، والبيانات الكمية: الدراسات الاستقصائية التي يتم إجراؤها للطلاب والخريجين). كما استخدمت الدراسة مقياس مقتبس من بينار وآخرون. (٢٠١٣) لتقييم أبعاد العلامة التجارية الأساسية والداعمة للجامعات. وتوصلت الدراسة إلى أن الولاء للعلامة التجارية، والوعي بالعلامة التجارية، وتقييم المعرفة كأهم العوامل ذات التأثير الأكبر في سمعة الجامعة. كما لعبت الجودة المدركة والاستجابة العاطفية وجودة العلاقة دورًا أيضًا، ولكن بدرجة أقل. وأوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في أبعاد حقوق الملكية الأساسية للعلامة التجارية من خلال تعزيز الولاء والوعي والمعرفة حول نقاط القوة والعروض الفريدة التي تقدمها الجامعة. إضافة إلى تحسين الجودة الأكاديمية، وإنشاء اتصال عاطفي إيجابي مع الطلاب، وتعزيز العلاقات القوية مع أصحاب المصلحة.

دراسة (Qazi, Raza & Yousufi, 2021): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المتغيرات المؤثرة على سمعة الجامعات ورضا الطلاب والذي بدوره يؤثر على ولاء طلاب التعليم العالي. تستخدم الدراسة تقنية أخذ العينات الملائمة لجمع البيانات من ٣٨٧ طالبًا من

مؤسسات التعليم العالي في باكستان. وتشير النتائج إلى أن المساهمات الاجتماعية والدراسة والتطوير وجودة الخدمة الجامعية تؤثر بشكل كبير على سمعة الجامعة ورضا الطلاب. ومع ذلك، فإن البيئة والإرشاد الطلابي والثقة الجامعية تؤثر بشكل كبير على سمعة الجامعة، بينما تؤثر القيادة والتراث الجامعي بشكل كبير على رضا الطلاب. علاوة على ذلك، فإن سمعة الجامعة لا تؤثر بشكل مباشر على مستوى رضا الطلاب. كما أن سمعة الجامعة تتوسط العلاقة بين المساهمات الاجتماعية، والبيئة، والدراسة والتطوير، والتوجيه الطلابي، والتراث الجامعي، والجدارة بالثقة الجامعية، ورضا الطلاب. كما أظهرت النتائج أن رضا الطلاب له تأثير كبير على الولاء. يجب على القائمين على إدارة الجامعة الاهتمام أكثر بتطوير السياسات المتعلقة بالاتصال والإدارة. وبالنسبة للمديرين المسؤولين عن تطوير صورة العلامة التجارية للجامعة، يجب أن يظلوا شفافين في تطوير الصورة الصادقة للجامعة.

دراسة (Dursun, & Altin Gumussoy, 2021): هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على سمعة الجامعة من خلال نموذج سمعة الجامعة. يتضمن هذا النموذج جودة الخدمات، والجاذبية العاطفية، وكفاءة الموظفين، والقيادة الأكاديمية، وتوجيه الطلاب، والمسؤولية المجتمعية كعوامل محتملة تؤثر على سمعة الجامعة. تم استخدام منهجية المسح، حيث تم جمع ما مجموعه 1000 استبانة من الجهات المعنية: الطلاب، والخريجين، والموظفين الأكاديميين، والإداريين. تم استخدام تقنية نمذجة المعادلة الهيكلية لتحليل البيانات. ووفقاً للنتائج فإن جودة الخدمات والجاذبية العاطفية تؤثر على سمعة الجامعة بشكل مباشر. علاوة على ذلك، فإن كفاءة الموظفين والقيادة الأكاديمية وتوجيه الطلاب لها تأثيرات غير مباشرة على سمعة الجامعة من خلال التأثير الوسيط لجودة الخدمات. علاوة على ذلك، فإن الجاذبية العاطفية تتوسط تأثير التوجه الطلابي والمسؤولية المجتمعية على سمعة الجامعة. وفي ضوء نتائج الدراسة تم تطوير نموذج سمعة الجامعة لاستكشاف التأثيرات المباشرة وغير المباشرة الهامة لكفاءة الموظفين، والقيادة الأكاديمية، وتوجيه الطلاب، والمسؤولية المجتمعية على جودة الخدمات، والجاذبية العاطفية، وسمعة الجامعة. كما تم تطوير أداة قياس تنطبق على مختلف أصحاب المصلحة في الجامعة.

دراسة (عسيري، ٢٠٢١): هدفت الدراسة إلى بناء تصور مقترح لإدارة السمعة التنظيمية لجامعة أم القرى في ضوء بعض النماذج العالمية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. كما تم استخدام استبانة لقياس واقع وأهمية إدارة السمعة التنظيمية لجامعة أم القرى في ضوء بعض النماذج العالمية، والمتطلبات اللازمة لتطبيقها من وجهة نظر القيادات الأكاديمية، وأعضاء هيئة التدريس في جامعة أم القرى، وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها: جاء درجة الواقع بدرجة (منخفضة) كما جاء ترتيب الأبعاد على النحو التالي: (القيادة الاستراتيجية، الابتكار، المسؤولية الاجتماعية، جودة الخدمات الجامعية)، بينما جاءت درجة الأهمية بدرجة (عالية جدا) كما جاء ترتيب الأبعاد على النحو التالي: (جودة الخدمات الجامعية، المسؤولية الاجتماعية، الابتكار، القيادة الاستراتيجية). وجاءت درجة أهمية المتطلبات بدرجة (عالية جدا)، كما جاء ترتيب الأبعاد على النحو التالي: (جودة الخدمات الجامعية، الابتكار، المسؤولية الاجتماعية، القيادة الاستراتيجية). وأوصت الدراسة بضرورة أن تتبنى جامعة أم القرى التصور المقترح لإدارة السمعة التنظيمية في ضوء بعض النماذج العالمية، وأن تدير جامعة أم القرى سمعتها من خلال توفير متطلبات الأبعاد التالية: (جودة الخدمات الجامعية، المسؤولية الاجتماعية، الابتكار، القيادة الاستراتيجية).

دراسة (هاشم وآخرون، ٢٠٢٣): هدف الدراسة إلى التوصل إلى عمليات إدارية مقترحة لإدارة سمعة الجامعات في ضوء بعض نماذج إدارة السمعة المؤسسية، من خلال عرض الأسس النظرية للسمعة التنظيمية في المنظمات والجامعات، وأبعاد السمعة المؤسسية، وخصائصها، وأهميتها في الجامعات، وعرض بعض نماذج إدارة السمعة المؤسسية وتحليلها، والتوصل إلى اقتراح عمليات لإدارة سمعة الجامعات.

دراسة (الشريف، ٢٠٢٣) هدف الدراسة إلى دراسة واقع السمعة المؤسسية لجامعة تبوك، وذلك من خلال التعرف على واقع السمعة المؤسسية بأبعادها الثلاثة: المسؤولية المجتمعية، وجودة الخدمات المقدمة، والإبداع. كما يهدف الدراسة إلى التعرف على واقع السمعة المؤسسية، وآليات تطويرها من وجهة نظر المستفيدين من خدمات الجامعة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي تتضمن إعداد استبانة لجمع المعلومات المتعلقة بالسمعة المؤسسية للجامعة. تم تطبيقها على عينة الدراسة من المستفيدين من خدمات جامعة

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

تبوك، والبالغ عددهم ١٩٦٤ فردًا، منهم طلبة، وأعضاء هيئة التدريس، وإداريون، وأولياء أمور الطلبة. وأظهرت نتائج الدراسة أن واقع السمعة المؤسسية لجامعة تبوك جاء متوسطًا، وأن هناك مجموعة من المعوقات التي تحول دون تحقيق السمعة المؤسسية، منها: محدودية الأنشطة العملية التي يمارسها منسوبو الجامعة نحو خدمة المجتمع المحيط، ضعف الاستثمار في الاحتياجات المجتمعية، وضعف مهارات الدراسة العلمي لدي الطلبة، استئثار بعض القيادات الجامعية بالقرار دون الأخذ بتصورات أصحاب المصلحة والمستفيدين.

- دراسات تناولت معايير الأيزو بالجامعات:

دراسة (مشرف، ٢٠١٥): هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠، معرفة أهم المراحل التي مر بها إعداد المواصفة الدولية والتعريف بالمسؤولية المجتمعية وفقاً لمواصفة القياس الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠، والتعرف على دور المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ في دعم وبناء المسؤولية المجتمعية للجامعات السعودية (جامعة طيبة نموذجاً)، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، واعتمدت الدراسة على إجراء مقابلة مفتوحة بهدف التعرف على آراء أفراد العينة حول مدى أهمية المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ في دعم وبناء المسؤولية المجتمعية للجامعات السعودية (كليات جامعة طيبة) من وجهة نظر عينة الدراسة والتي تمثلت على عينة عشوائية بسيطة وصل عددها إلى ٤٥ فرد من عميدات ووكيلات وعضوات هيئة التدريس. وتوصلت الدراسة إلى وضوح مفهوم المسؤولية المجتمعية لدى أفراد العينة بنسبة ٩٥%، غير أن مفهوم المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ غير واضح لدى عدد كبير من أفراد العينة بنسبة ٢٨%، كما اتضح أن المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ يمكن أن يكون لها دور كبير في دعم وبناء لمسؤولية المجتمعية للجامعات.

دراسة (Avilés, Moyano, & Santos de León. 2017): هدفت الدراسة إلى عرض تنفيذ والتحقق من صحة ISO 26000 في إحدى كليات جامعة بوليتكنيكا بمدريد في إسبانيا كوسيلة لتوسيع نطاق الالتزامات بالمسؤولية المجتمعية للجامعة، وتقديم الأدلة للتحقق، ودعم الجامعات الأخرى في جهودها نحو تحقيق المسؤولية المجتمعية لها. واستخدمت الدراسة منهجية دراسة الحالة يركز على تنفيذ والتحقق من صحة ISO 26000 في جامعة

بوليتكنيكا دي مدريد في إسبانيا. وتوصلت الدراسة إلى أن المدرسة التقنية العليا لدراسات الغابات والبيئة الطبيعية التابعة لجامعة بوليتكنيكا بمدريد تعد أول مؤسسة جامعية إسبانية تطبق معيار ISO 26000:2010 بشأن المسؤولية المجتمعية بهدف إخضاعها للمراجعة الخارجية، وهي أيضاً المؤسسة الوحيدة التي تقوم بذلك على المستوى الدولي. وتشير الدراسة إلى الطبيعة الطوعية للإجراءات المتخذة في المنظمة. كما تعتبر شهادة الأيزو ٢٦٠٠٠: ٢٠١٠ بمثابة الأساس الاستراتيجي الذي يدعم صياغة تقرير الاستدامة لعام ٢٠١٤ الذي تم إعداده بما يتماشى مع معايير GRI G4 في شكله الأساسي.

دراسة (بوشارب، وغيا، ٢٠٢٠): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور جامعة سكيكدة في خدمة المجتمع في ضوء مسؤوليتها المجتمعية، والتعرف على واقع ممارسات المسؤولية المجتمعية بجامعة سكيكدة مقارنة بما ورد في الدليل الإرشادي للمسؤولية المجتمعية الأيزو ٢٦٠٠٠، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وعلى الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات والتي اشتملت على القضايا الجوهرية السبعة الواردة في المواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠، تم تطبيق أداة الدراسة على ٦٠ فرد من المسؤولين الإداريين في جامعة سكيكدة، وتوصلت الدراسة إلى وجود تطبيق جزئي لكل القضايا الجوهرية الواردة في المواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥، وأصت الدراسة بأهمية تضمين المسؤولية المجتمعية ضمن الخطية الإستراتيجية للجامعة، وإدراج مفهوم المسؤولية المجتمعية في المناهج الدراسية، كما أوصت بضرورة تكثيف الجهود للقضاء على التأثيرات البيئية من خلال التوعية وتسخير وسائل تحسين ممارسات الجامعة في مجال المسؤولية المجتمعية.

دراسة (نور الدين، ٢٠٢١): هدف الدراسة إلى محاولة تعريف المسؤولين في الجامعات بالشروط الضرورية والحلول العملية الواجب إتباعها للاستفادة من مزايا تطبيق مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية الاجتماعية، في مساهمة للارتقاء بهذه الجامعات في الرفع من أداءها الاجتماعي، وترسيخ مفهوم المسؤولية المجتمعية في المجتمع، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف جمع البيانات من الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بمجال الدراسة لتكوين خلفية نظرية حول كيفية تأهيل الجامعات للاستفادة من مزايا تطبيق مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية المجتمعية وقد توصلت الدراسة إلى: يعتبر كل من

التخطيط الاستراتيجي والإفصاح عن المسؤولية المجتمعية في التقارير المالية للجامعات والارتقاء بتطبيق قواعد الحوكمة من الآليات والمتطلبات الضرورية والتي تسهم في تأهيل هذه الجامعات للاستفادة من مزايا تطبيق مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية المجتمعية.

- دراسات تناولت جامعة الأزهر في بعض الجوانب المتعلقة بمتغيري الدراسة:

دراسة (سعدون، ٢٠١٧): هدفت الدراسة إلى الكشف عن معوقات الإبداع التنظيمي بكليات جامعة الأزهر، من خلال التعرف على الأسس النظرية للإبداع التنظيمي ومعوقاته في المؤسسات التعليمية، والكشف عن واقع الإبداع التنظيمي بكليات جامعة الأزهر، والكشف عن درجة توافر معوقات الإبداع التنظيمي بكليات جامعة الأزهر، والتوصل إلى وضع مجموعة من التوصيات والمقترحات الإجرائية للتغلب على معوقات الإبداع التنظيمي بكليات جامعة الأزهر. ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لطبيعة الدراسة وهدفها، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لها، تم تطبيقها على عينة عشوائية قدرها (٤٩٩) من أعضاء هيئة التدريس ببعض كليات جامعة الأزهر. وأظهرت النتائج أن المستوى الإجمالي لمعوقات الإبداع التنظيمي يقع في فئة متوسطة من حيث درجة حدة المعوق وبمتوسط موزون قدره (٢.٢٩)، مما يدل على معاناة جامعة الأزهر وكلياتها من العديد من الصعوبات والمشكلات التي تعرقل جهود أعضائها نحو الاتيان بكل ما هو جديد، وجاءت المعوقات المجتمعية للإبداع التنظيمي في المرتبة الأولى، يليها المعوقات التنظيمية ثم المعوقات الفردية في المرتبة الثالثة. وأوصت الدراسة بضرورة منح أعضاء هيئة التدريس صلاحيات واختصاصات أوسع فيما يتعلق باتخاذ القرارات المرتبطة بالأنشطة الإبداعية داخل الجامعة، وعقد لقاءات دورية بين أعضاء هيئة التدريس وقيادات الكلية من أجل التعرف على المشكلات والصعوبات التي تواجههم وتحد من إبداعهم في المجال الدراسي، وإعداد برامج ودورات تدريبية لتنمية الإبداع والابتكار لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعة.

دراسة (محمد، ٢٠١٧): هدفت الدراسة إلى التعرف على الإطار الفكري للحوكمة في التعليم الجامعي، رصد واقع الحوكمة بكليات جامعة الأزهر بتفهنها الأشرف في ضوء اللوائح والقوانين، ومن وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس إضافة إلى رصد معوقات تطبيق الحوكمة بكليات جامعة الأزهر بتفهنها الأشرف من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، توصلت إلى

وضع تصور مقترح لتفعيل الحوكمة بكليات جامعة الأزهر بتفهما الأشراف. ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لطبيعة الدراسة وهدفها، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لها. وأظهرت النتائج أن واقع تطبيق الحوكمة بكليات جامعة الأزهر بتفهما الأشراف كان متوسطاً من حيث مستوى التوافر بمتوسط موزون مقداره (١,٧٩)، وهو ما يعني قريبا من فئة الضعيفة، كما أظهرت النتائج إجمالي معوقات تطبيق الحوكمة كان كبيراً من حيث مستوى التوافر بمتوسط موزون مقداره (٢,٦٥). وأوصت الدراسة بضرورة حرص إدارة الكلية على مشاركة أعضاء هيئة التدريس في اختيار القيادات الأكاديمية بالكلية، وإتاحة الفرصة لهم للمشاركة في رسم السياسات والخطط الاستراتيجية بالكلية، وضرورة إفصاح إدارة الكلية عن سياستها المتبعة لمنح المكافآت وتوقيع العقوبات، وضرورة توافر قنوات اتصال مفتوحة لتسهيل الحصول على المعلومات اللازمة.

دراسة (مسعود، ٢٠١٧): هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح للمسؤولية المجتمعية لجامعة الأزهر في ضوء إمكاناتها ومكانتها وتاريخها العريق، مستفيدة في ذلك من خبرات بعض الجامعات التي حققت نجاحا في تبني المسؤولية المجتمعية، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لطبيعة الدراسة وهدفها، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة للكشف عن درجتي (الأهمية-التوافر) لممارسات المسؤولية المجتمعية لجامعة الأزهر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وتكونت عينة الدراسة من (٥٤٢) فرداً من أعضاء هيئة التدريس بالجامعة. وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها: المسؤولية المجتمعية بجامعة الأزهر ضعيفة جداً على المستوى التنظيمي وكذلك على مستوى الممارسات والتنفيذ، على الرغم من تبني الجامعة لبعض الممارسات التي تظهر فيها إيمانها بالمسؤولية المجتمعية، جاء محور (الممارسات العادلة) في المرتبة الأولى وجاء محور (الاستدامة البيئية والمجتمعية) في المرتبة الثانية، وجاء محور (الحوكمة) في المرتبة الثالثة، وجاء محور (وظائف الجامعة) في المرتبة الرابعة والأخيرة. وانتهت الدراسة بتقديم "تصور مقترح للمسؤولية المجتمعية لجامعة الأزهر"، ومن أهم ما جاء فيه ضرورة وضع خطة للمسؤولية المجتمعية وترتيب أولويات برامج المسؤولية المجتمعية، وعقد شركات مع المؤسسات الأخرى، وإنشاء مكتب أو لجنة للمسؤولية المجتمعية تتبع مجلس

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

الجامعة، ونشر ثقافة المسؤولية المجتمعية بين أفراد مجتمع الجامعة، وإشراك أصحاب المصالح في تخطيط وتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.

دراسة (صديق، ومتولي، ٢٠١٩): هدفت الدراسة الحالية إلى تطوير المسؤولية المجتمعية لكلية التربية جامعة الأزهر بالقاهرة في ضوء أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) ، ولتحقيق هذا الهدف، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، كما استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات وفروض الدراسة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: زيادة أهمية المسؤولية المجتمعية مع ضعف توافرها في كلية التربية جامعة الأزهر بالقاهرة، جاءت درجة الأهمية للمجموع الكلي (٨٧.٣٦%)، بينما جاءت درجة التوافر للمجموع الكلي (٣٧.٠٩)، وجاء بعد الحوكمة في المرتبة الأولى من حيث الأهمية قضايا الطلاب (٤٤.٤%)، ثم تنمية ومشاركة المجتمع (٣٥.٥%)، ثم ممارسات العمل (٣٥.٢%)، ثم حقوق الإنسان (٣٥.١%)، ثم البيئة (٣٤%)، ثم ممارسات التشغيل العادلة (30.7%) ، وبحسب درجة التوافر: جاء محور قضايا الطلاب في المرتبة الأولى من حيث التوافر (١٩.٦%)، ثم الحوكمة (١٩%)، ثم حقوق الإنسان (١٦.٦%)، ثم ممارسات العمل (١٤.٥%)، ثم تنمية ومشاركة العمل (١٤.٢%)، ثم البيئة (١٣.٩%)، ثم ممارسات التشغيل العادلة (١٣.٢%). وفي ضوء نتائج الدراسة، تم وضع رؤية مقترحة للمسؤولية المجتمعية بكلية التربية جامعة الأزهر بالقاهرة، ومن أهم ما جاء فيها اقتراح تكوين لجنة للمسؤولية المجتمعية مع استحداث منصب وكيل الكلية للمسؤولية المجتمعية، مع اقتراح إحلال معيار المسؤولية المجتمعية بديلا عن معيار المشاركة المجتمعية وتنمية البيئة، كون المسؤولية المجتمعية أوسع وأشمل، وهذا يعتبر جزءاً منها كما هو واضح في أبعاد المسؤولية المجتمعية.

دراسة (حسن، ٢٠١٩): هدفت الدراسة إلى وضع نتائج وتوصيات لتطوير الدراسات العليا بكلية التربية جامعة الأزهر في ضوء أبعاد إدارة السمعة، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة للكشف عن درجة (التوافر) لممارسات أبعاد إدارة السمعة للدراسات العليا بكلية التربية جامعة الأزهر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، والهيئة المعاونة، والطلاب الباحثين (دبلوم - ماجستير - دكتوراة)

وتكونت عينة الدراسة من (٣٢٤) فرداً من أعضاء هيئة التدريس، والهيئة المعاونة، والطلاب الباحثين بالكلية. وتوصلت الدراسة إلى أن أبعاد إدارة السمعة للدراسات العليا بكلية التربية جامعة الأزهر كانت ضعيفة جداً على المستوى الاجتماعي وكذلك على مستوى جودة الخدمات وأيضاً على المستوى التكنولوجي وكذلك بالنسبة للصورة الذهنية، على الرغم من توافر بعض الممارسات التي تظهر فيها الدراسات العليا بسمعة طيبة إلا أن الدراسات العليا تحتاج إلى تبني دورها في إدارة سمعتها ووضع خطة استراتيجية تتضمن توافر الأبعاد الرئيسية محل الدراسة لإدارة السمعة. وجاء محور (المسؤولية المجتمعية) في المرتبة الأولى يليه محور (جودة الخدمة) في المرتبة الثانية يليه محور (الصورة الذهنية) في المرتبة الثالثة، وجاء محور (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) في المرتبة الرابعة والأخيرة. وانتهت الدراسة بتقديم بعض التوصيات لتطوير الدراسات العليا بكلية التربية جامعة الأزهر، منها: تفعيل دور وحدة ضمان الجودة بكلية التربية في دعم الدراسات العليا من خلال أنشطتها المختلفة، الاهتمام بعقد مؤتمرات وندوات دورية سنوية لتنمية المسؤولية المجتمعية ومتابعة التطورات العلمية في الدراسات العليا، وإنشاء مكتب أو لجنة للمسؤولية المجتمعية تتبع مجلس الكلية، ونشر ثقافة المسؤولية المجتمعية بين أفراد مجتمع الكلية، إنشاء وحدة لإدارة السمعة بالكلية.

دراسة (عيسى، ٢٠٢٢): هدفت الدراسة إلى تقديم تصور مقترح لتحقيق الاستدامة التنظيمية بجامعة الأزهر في ضوء خبرات بعض الجامعات الأجنبية، وذلك من خلال: تعرف الأسس النظرية للاستدامة التنظيمية، واستعراض خبرات بعض الجامعات الأجنبية في تحقيق الاستدامة التنظيمية، والكشف عن واقع ممارسة أبعاد الاستدامة التنظيمية بجامعة الأزهر، والتي تتضمن: (الاستدامة الأكاديمية، الاستدامة المالية، الاستدامة البيئية، الاستدامة الاجتماعية). واعتمدت البحث على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة أداة تم تطبيقها على عينة مكونة من (٣٦٤) عضواً من هيئة التدريس بجامعة الأزهر؛ للتعرف على درجة (ممارسة - أهمية) تحقيق الاستدامة التنظيمية بجامعة الأزهر. وتوصلت البحث إلى مجموعة من النتائج، منها: جاءت الاستدامة التنظيمية بجامعة الأزهر في مجمل أبعادها (الاستدامة الأكاديمية، الاستدامة المالية، الاستدامة البيئية، الاستدامة الاجتماعية) بدرجة ضعيفة، وبترتيب المحاور حسب الفجوة النسبية جاء محور الاستدامة الاجتماعية في المرتبة

الأولى بدرجة ضعيفة، يليها محور الاستدامة البيئية بدرجة ضعيفة، ثم محور الاستدامة الأكاديمية بدرجة ضعيفة، وأخيراً محور الاستدامة المالية بدرجة ضعيفة. وانتهت الدراسة بتقديم تصور مقترح لتحقيق الاستدامة التنظيمية بجامعة الأزهر.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أوجه التشابه:

- تتناول الدراسات في المحور الأول أبعاداً متعددة للسمعة المؤسسية، تشمل الجودة الأكاديمية، والخدمات المقدمة، والمسؤولية المجتمعية، والبيئة التعليمية، والجاذبية العاطفية، وكفاءة الموظفين، والقيادة الأكاديمية.
- تُشير الدراسات في المحور الأول إلى تأثير السمعة على رضا الطلاب، وولاء الخريجين، وثقة أصحاب العمل، وجذب أعضاء هيئة التدريس المميزين.
- تُشير الدراسات في المحور الثاني إلى أن تطبيق مواصفات الأيزو 26000 يُسهم في تحسين السمعة المؤسسية للجامعات من خلال تعزيز دورها في خدمة المجتمع.
- تُؤكد الدراسات على ضرورة إدارة السمعة المؤسسية بشكل فعال لتحسين صورة الجامعة وتعزيز مكانتها. بينما تؤكد دراسات المحور الثاني على ضرورة تقييم ممارسات المسؤولية المجتمعية للجامعات بشكل دوري للتأكد من التزامها بمعايير الأيزو 26000.

أوجه الاختلاف:

- تنوعت منهجيات الدراسات السابقة، حيث شملت دراسات وصفية مسحية وتجريبية ودراسات حالة.
- تنوعت سياقات الدراسات، حيث شملت جامعات من مختلف دول العالم.
- تنوعت أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسات، حيث شملت الاستبيانات والمقابلات والتحليل الوثائقي.

أوجه الاستفادة:

- تشكيل الإطار النظري: حيث استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة في: تحديد مفاهيم أساسية مثل: السمعة المؤسسية، المواصفة الدولية ISO 26000، تحليل

أبعاد تطبيق المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠.

- الإلمام بالمنهجية المستخدمة: حيث استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة في: تحديد منهجية البحث المناسبة لدراسة حالة جامعة الأزهر. واستخدام أدوات البحث المختلفة مثل الاستبيانات.
- التعليق على نتائج البحث الميدانية: حيث استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة في: مقارنة نتائج البحث الميدانية بنتائج الدراسات السابقة، وتقديم تفسيرات لنتائج الدراسة.

خطوات السير في البحث:

يسير البحث وفقاً للخطوات التالية:

- الخطوة الأولى: ويتناول الباحثان فيها الإطار النظري للسمعة المؤسسية بالجامعات في ضوء أدبيات الفكر الإداري والتربوي المعاصر، من حيث: (المفهوم - الأهمية - الخصائص - الأبعاد - قياس السمعة - العوامل المؤثرة عليها).
- الخطوة الثانية: ويتناول الباحثان فيها عرضاً للأسس النظرية للمواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ من حيث: (المفهوم - الأهداف - فوائد التطبيق - المبادئ - الأبعاد).
- الخطوة الثالثة: وتتناول عرضاً للدراسة الميدانية وتفسير نتائجها.
- الخطوة الرابعة: وتتناول التصور المقترح لتحسين السمعة المؤسسية بجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠.

الإطار النظري للبحث:

يسير البحث وفقاً للمحاور التالية:

- المحور الأول: الأسس النظرية للسمعة المؤسسية بالجامعات في ضوء أدبيات الفكر الإداري والتربوي المعاصر.
- المحور الثاني: المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ (المفهوم، المراحل، الأبعاد، الأهداف).
- المحور الثالث: الدراسة الميدانية.
- المحور الرابع: التصور المقترح للدراسة لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠.

المحور الأول: الإطار النظري للسمعة المؤسسية للجامعات في الفكر الإداري والتربوي المعاصر:

تعتبر السمعة من الأصول الاستراتيجية الثمينة والضرورية بالنسبة لأي منظمة في تعاملها مع مختلف الجماهير، حيث تمثل عاملاً حاسماً لمستقبل المنظمة. فإن سمعة المنظمة تلعب دوراً بارزاً في تحديد مكانتها وتمييزها في سوق المنافسة اليوم. وفي السنوات الأخيرة، شهدت ممارسات العلاقات العامة تحولاً نحو إدارة السمعة كمفهوم شامل. ويمكن من خلال هذا المفهوم إظهار قيمة العلاقات العامة وقياسها عبر الدراسات الاستقصائية. وبفعل هذا الاهتمام المتزايد بموضوع السمعة، ظهرت تصنيفات متعددة لقياس سمعة المنظمات حول العالم. دراسة مسحية أجريت على المديرين التنفيذيين ورؤساء الشركات أثناء انعقاد المنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس عام ٢٠٠٤ أظهرت أن سمعة الشركات وقياسها تعتبر أكثر أهمية بالنسبة لمديري ورؤساء الشركات من أداء سوق الأسهم والربحية والعائد على الاستثمار. (Czarnecka & Ni, 2011, 135).

المفهوم والنشأة:

مرت السمعة المؤسسية بثلاث مراحل رئيسية خلال تطورها التاريخي: (الطنطاوي، ٢٠١٤، ٢٢-٢٣)

- المرحلة الأولى (١٩٥٠-١٩٧٠) ركز الباحثون في هذه المرحلة على مفهوم الصورة، والذي تم استخدامه لاحقاً للتعبير عن السمعة المؤسسية. وشهدت هذه المرحلة ظهور ثلاثة مداخل رئيسية في دراسة الصورة:
 - النموذج النفسي: يركز على تقييمات الأفراد للمنظمة.
 - نموذج الهوية المرئية: يركز على الخصائص البصرية للمنظمة، مثل الشعار والعلامة التجارية.
 - نموذج التسويق والعلاقات العامة: يركز على الأنشطة التي تقوم بها المنظمة لإنشاء وتعزيز صورتها.
- المرحلة الثانية (١٩٧٠-١٩٨٠): شهدت هذه المرحلة صعود الهوية والشخصية المؤسسية إلى صدارة اهتمام الباحثين والممارسين. وتم استخدام هذين المفهومين

لاحقاً للتعبير عن السمعة المؤسسية. وانتقل هذا الاهتمام إلى أوروبا، ولا سيما إلى بريطانيا، التي شهدت نمواً في الكتابات والاستشارات في مجال هوية وشخصية المنظمات.

• المرحلة الثالثة (١٩٩٠-الآن): ركزت هذه المرحلة على إدارة السمعة المؤسسية. وشهد هذا العقد ظهور أول دورية متخصصة تهتم بإدارة السمعة، وهي Corporate Reputation Review. ومع بداية عام ٢٠٠١، تضاعف معدل الاهتمام بالسمعة المؤسسية، مما أدى إلى ظهور العديد من التعريفات المختلفة لهذا المفهوم.

ويرجع التباين في تحديد تعريف دقيق وموحد للسمعة المؤسسية إلى اختلاف الخلفيات المعرفية للباحثين الذين ناقشوا هذا المفهوم. فقد ركز كل باحث على جانب معين من السمعة بما يتوافق مع تخصصه. على سبيل المثال، ركز الباحثون في مجال التسويق على السمعة باعتبارها صورة المنظمة في عيون المستهلكين، بينما ركز الباحثون في مجال العلاقات العامة على السمعة باعتبارها تقييمات أصحاب المصلحة للمنظمة. وفيما يلي أهم هذه المفاهيم:

- عرفها (Fombrun and Van Riel, 2003) بأنها: التقييمات التي يجريها العديد من أصحاب المصلحة حول قدرة المنظمة على تحقيق توقعاتها.
- كما عرفها (Balmer and Greyser, 2003) بأنها: ما يتشكل عبر الزمن لدى مجموعات المصالح نحو المؤسسة اعتماداً على أفعالها وطريقة سلوكها.
- عرفها Shamsie (٢٠٠٣): بأنها: انطباعات أصحاب المصلحة تجاه مؤسساتهم وميلهم للتصرف نحوها بنمط محدد.
- ذكر (Barnett et. al, 2006, 29) أنه يمكن تعريف "سمعة المنظمة" بناءً على ثلاث ركائز: "الوعي" يعني أن أصحاب المصلحة على دراية عامة بوجود المنظمة، ولكنهم لا يقومون بتقييمها. الركن الثاني هو "التقييم" ويعني أن أصحاب المصلحة يشاركون بطريقة أو بأخرى في تقييم حالة المنظمة. الركن الثالث وهو "مكون الأصول" يشير إلى أهمية سمعة المنظمة كمورد أو قيمة غير ملموسة.

تعزيز السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- عرفها (Walsh and Beatty, 2007) أيضاً بأنها: التقييم العام للمؤسسة لدى أصحاب المصلحة، بناءً على تفاعلاتهم مع المؤسسة ومنتجاتها، وخدماتها، وموظفيها، وممارساتها.
 - وعرفها (Coombs, 2007) بأنها: الانطباعات والمعلومات التي يتلقاها الجماهير من خلال مجموعة مختلفة من قنوات الاتصال والرموز، وعلى وجه الخصوص قد تكون سمعة المؤسسة مرتبطة بشكل كبير في الانطباع الذي يؤخذ من خلال الشكل العام للمؤسسة.
 - عرفها Macmillan (٢٠٠٨): بأنها: توقعات الجمهور لما ستكون عليه تصرفات المؤسسة.
 - كما أشار (Gecikli, 136-137: 2008) إلى أن السمعة هي: مجموع الأحكام الفردية والجماعية بشأن موثوقية المؤسسة بناءً على مجموعة عامة من القيم، ومصداقيتها وكفاءتها. تتميز سمعة المؤسسة أو الشركة بمجموعة من العوامل منها رضا العملاء، جودة الخدمة والمنتج، الشفافية الإدارية والمؤسسية، المسؤولية المجتمعية، مؤهلات الموظفين، التسهيلات والحقوق الاجتماعية المقدمة للموظفين، سياسة الأجور، تجنب المنافسة غير العادلة والموثوقية...
 - حدد (Smith, Smith, & Wang, 2010, 201) إدارة السمعة بأنها ما تقوم به المنظمة لتلبية احتياجات المستفيدين والطلاب والمجتمع المدني، وتحقيق الإبداع التنظيمي بشكل يحسن من سمعتها أمامهم.
 - كما عرفها (Sandberg, 2012, 629) بأنها: "جميع الممارسات التي تستخدمها المنظمات والتي تهدف إلى تحسين التصور العام عنها من قبل أصحاب المصلحة الرئيسيين (مثل العملاء، أو الموظفين، أو المستثمرين، أو المجتمعات، أو شركاء الأعمال المحتملين) مما يجعلهم يدركون المنظمة في صورة أكثر إيجابية".
- يتضح مما سبق أن جميع التعريفات تتفق على أن السمعة هي تقييم أصحاب المصلحة للمنظمة. يختلف هذا التقييم من شخص لآخر، لكنه يشمل بشكل عام انطباعاتهم حول أداء المنظمة، ومصداقيتها، وقيمها، وسلوكها. كما تشير التعريفات إلى أن السمعة تتكون عبر

الزمن، بناءً على تجارب أصحاب المصلحة مع المنظمة. تتأثر السمعة بشكل كبير بأفعال المنظمة وسلوكها على المدى الطويل. كما تؤثر سمعة المنظمة على سلوك أصحاب المصلحة؛ حيث يمكن أن تؤدي السمعة الإيجابية إلى زيادة ثقة العملاء، وجذب الموظفين الموهوبين، وتحسين علاقات المنظمة مع المجتمع.

أهمية إدارة السمعة المؤسسية:

تعد السمعة المؤسسية عنصرًا أساسيًا في التفوق والتميز، ولها تأثير مباشر على أداء المؤسسات التعليمية، وقدرتها على المنافسة مع غيرها. لذلك، يهتم العديد من الدارسين والمؤلفين بكيفية تحسين وتقوية السمعة، خاصة للمؤسسات التعليمية الجامعية، التي تستفيد من السمعة في عدة جوانب، مثل: (De Haan. 2015,)

- تطوير الإدارة والبنية التحتية والخدمات بصفة مستمرة، بما يضمن جودة التعليم والتعلم، وتوفير بيئة تعليمية مناسبة للطلاب والعاملين.
 - تحسن جودة المخرجات التعليمية والبحث العلمي، بما يلبي احتياجات المجتمع المحلي والإقليمي والعالمية.
 - توليد خدمات وعمليات مبتكرة ومبدعة، تسهم في تعزيز دور الجامعة في المجتمع.
 - رفع مستوى الصورة الذهنية للجامعة، وجذب واستقطاب الكفاءات المتميزة.
 - تحقيق توقعات العاملين بالجامعة، والمهتمين في المجتمع المحلي.
 - زيادة ولاء الطلاب والعاملين، مما يساهم في رفع الأداء التنافسي للجامعة.
- كما تتضح أهمية إدارة السمعة المؤسسية فيما يلي: (Larkin, 2003, 2)
- تقليل التوتر بين المؤسسات والمساهمين والعملاء.
 - تقليل الحواجز أمام المنافسة وتطوير السوق.
 - إنشاء بيئة أكثر ملاءمة للاستثمار والوصول إلى رأس المال.
 - جذب أفضل الموظفين والموردين والشركاء.
 - تأمين أسعار متميزة للمنتجات والخدمات.
 - تقليل احتمالية حدوث أزمات.
 - بناء الثقة والمصداقية مع أصحاب المصلحة.

كما أشار (Suomi, 2014, 463) إلى أن السمعة تعمل على تقليل المخاطر، وتخفض التكاليف، وتقدم العديد من المزايا الأخرى مثل القيمة المالية، وجذب المستثمرين والموارد، والميزة التنافسية المستدامة، والنجاح التنظيمي.

وبالنسبة للمؤسسات التعليمية فإن بناء سمعة المؤسسة يعمل على زيادة ولاء العاملين والطلاب مما يعمل على زيادة الأداء التنافسي لها، ويعد عاملاً مهماً يساعد على مشاركة مؤسسات المجتمع المدني لدعم المؤسسة التعليمية من خلال المشروعات التنافسية، لذا فإنها تلعب دوراً مهماً في الرضا المهني والأكاديمي، وثقة الطلاب والعاملين بالمؤسسة (Wiedmann, & Buxel, 2005, 145).

وأكد (Fumasoli and Huisman, 2013) على أن السمعة تُظهر الجامعة كأفضل مكان للعمل، وبالتالي استقطاب أفضل الموظفين والمعلمين والطلاب؛ تحسين رأس مالهم الفكري وزيادة معرفتهم الضمنية. وتعد سمعة الجامعة ذات أهمية كبيرة لأنها تؤثر بشكل كبير على الجوانب المختلفة للمؤسسة. وتعد سمعة الجامعة أمراً معقداً وتتضمن إدارة توقعات أصحاب المصلحة، مما قد يؤثر على نجاح المنظمة ومخاطرها (Amado Mateus, M., & Juarez Acosta, F, 2022).

كما تعد السمعة من أبرز المعايير وأهمها والتي تستند عليها الجامعة في تقييم مؤسسات التعليم العالي، فهي تمتلك الدور الإيجابي في حسم رؤية الجامعات من قبل أصحاب المصالح والجمهور واهتمامهم الكبير في تحقيق مستوى عالي وإيجابي في مؤسسات التعليم العالي في العصر الحديث، وللجامعات التي تمتلك السمعة الحسنة القدرة الهائلة على استقطاب الطلبة والمستثمرين وجذبهم للجامعة (Rauhvargers, 2013).

يتضح مما سبق أنه يمكن للمؤسسات التعليمية تحسين أدائها التنافسي وجذب أفضل الطلاب والموظفين والمستثمرين من خلال إدارة سمعتها بشكل فعال. وبالتالي تستطيع المؤسسة التعليمية جذب أكبر قدر من الطلاب كما تمنحها سمعتها المؤسسية فرصة للمنافسة بين المؤسسات المناظرة.

خصائص سمعة المؤسسة:

- تتميز المؤسسة بعدة خصائص تسهم في بناء سمعتها وتحقيق الثقة لدى الجمهور، وتتمثل هذه الخصائص في: (Sadeq, 2016)
- السمعة هي الصورة الذهنية التي يشكلها الأفراد حول المؤسسة، وتؤثر في توجهاتهم واتجاهاتهم نحوها.
 - تتميز السمعة بالديناميكية، حيث تتفاعل مع التغيرات الداخلية والخارجية للمؤسسة، وتتأثر بالمنافسة والتغيرات في البيئة المحيطة.
 - تعكس السمعة صورة شاملة للمؤسسة، بما في ذلك صورتها العامة، وعلامتها التجارية، ومنتجاتها، وخدماتها، وقيمتها.
 - يتم تخطيط السمعة للمؤسسة بعناية، من خلال استراتيجيات إعلامية محكمة الإعداد والتنفيذ.
 - يمكن قياس السمعة وتقييمها باستخدام أساليب بحثية حديثة، من خلال فحص الصورة التي يحملها الجمهور حول المؤسسة، وتحديد أي تغيرات إيجابية أو سلبية تحدث فيها.

أبعاد إدارة السمعة المؤسسية:

- تصنيف (Larkin, 2003) ذكر لاركين (51 - 45, 2003, Larkin) في تصنيفه أن أبعاد إدارة السمعة تتكون من خمسة أبعاد وهي كالتالي:
- ١. بيئة العمل: Workplace Environment.
- ٢. الخدمات والمنتجات: Products and Services.
- ٣. الرؤية والقيادة: Vision and Leadership.
- ٤. المسؤولية المجتمعية: Social Responsibility.

٥. الأداء المالي: Financial Performance.

- تصنيف (Helgeson and Nasset, 2007)

ويرى هلجسون ونيسيت (Helgeson & Nasset, 38 - 44) أن إدارة السمعة تتكون من سبعة أبعاد وهي: (السمعة المؤسسية، صور البرامج الدراسية، جودة الخدمات، التكنولوجيا، الرضا، الولاء والالتزام للفرد والفريق، نظام التحسين المستمر).

- تصنيف (Courtright and Smudge, 2009)

ذكر سمداج (Courtright and Smudge, 250) أن إدارة السمعة تتكون من سبعة أبعاد وهي:

١. الهوية التنظيمية: (Organizational identity) وهي مجموعة المعتقدات والقيم والمعايير التي تميز المنظمة عن غيرها.

٢. السمات المركزية: (Central features) وهي مجموعة السمات التي تحظى بأهمية كبيرة لدى أصحاب المصلحة، وتؤثر بشكل مباشر على سمعة المنظمة.

٣. السمات المتفردة: (Unique features) وهي مجموعة السمات التي تميز المنظمة عن منافسيها، وتجعلها فريدة من نوعها.

٤. الاستمرارية: (Continuity) وهي مدى ثبات السمعة المؤسسية على مر الزمن.

٥. المساهمون الخارجيون (External stakeholders): وهم الأفراد أو الجهات التي لها علاقة بالمنظمة، وتؤثر عليها أو تتأثر بها، مثل العملاء والموظفين والمجتمع المحلي.

٦. تصورات أصحاب المصالح (Stakeholder perceptions): وهي الطريقة التي ينظر بها أصحاب المصلحة إلى المنظمة، ومدى تقييمهم لها.

٧. إدارة العلاقات العامة (Public relations): وهي مجموعة الممارسات التي تهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات بين المنظمة وأصحاب المصلحة.

- تصنيف (Sanitate & Kristensen):

ذكر (Sanitate & Kristensen, 129 - 146) أن إدارة السمعة تتكون من ثلاثة أبعاد وهي: (الهوية، الاتصالات الفردية والجماعية، الاتصالات المجتمعية).

وقد اختار الباحثان الأبعاد الآتية (الإبداع، المسؤولية المجتمعية، جودة الخدمة) لأنها تتسجم مع طبيعة وأهداف البحث الحالية. وقد جاء اختيار الباحثين لأبعاد الإبداع، والمسؤولية المجتمعية، وجودة الخدمة لعدة أسباب أهمها ارتباطها بطبيعة البحث وأهدافها، إضافة أن هذه الأبعاد تتربط مع بعضها البعض بشكل كبير، حيث يُسهم الإبداع في تطوير منتجات وخدمات جديدة تُلبّي احتياجات العملاء، بينما تُعزز المسؤولية المجتمعية صورة المؤسسة الإيجابية، وتُساهم جودة الخدمة في جذب العملاء والحفاظ عليهم. فضلاً عن شمولية هذه الأبعاد مختلف جوانب عمل المؤسسة وأدائها، حيث تتضمن عملياتها الداخلية وعلاقتها الخارجية مع العملاء والمجتمع.

وفيما يلي توضيح لهذه الأبعاد:

١. الإبداع (Innovation): يعد الإبداع أمراً أساسياً لتطوير المنظمات، وهو لا يتحقق فقط من خلال المنتجات والخدمات والعمليات المتجددة، بل يتحقق أيضاً من خلال ادخال الممارسات الإدارية المبدعة، ويجب على المنظمات اعتماد نماذج ادارية من الإبداعات والتي تحوي عمليات الإبداع التنظيمي على اساس المهارات الإدارية والكفاءات المهنية وتأثيرها في عملية صنع القرار (Marques, & Nogueira, 2008: 237) والإبداع هو عملية تفاعلية اجتماعية يمكن أن تثير مختلف العواطف، وان دور العواطف في عملية الإبداع ليست جديدة بحد ذاتها، فهي تعمل على حل المشاكل واتخاذ القرارات، والعواطف تحرك التفاعلات الاجتماعية وتحسن في ايجاد وبناء فكرة معينة أو سلوك ابداعي في المنظمات مما يشجع على استمرارية عملية الإبداع (Biniari, 2011: 199). كما يعرف بأنه: عملية فكرية منفردة تجمع بين المعرفة المتألفة والعمل الخلاق، تمس شتى مجالات الحياة وتتعامل مع الواقع وتسعى نحو الأفضل، فضلاً عن أن الإبداع ناتج تفاعل متغيرات ذاتية، أو موضوعية، أو شخصية،

أو بيئية، أو سلوكية، يقودها أشخاص متميزون (خيرى، ٢٠١٢، ٤٠). ومن تعريفاته أنه: عملية تسعى إلى إحداث سمة تنظيمية تتم من خلال توليد مجموعة من الأفكار المبتكرة والإبداعية وتنفيذها من قبل الأفراد والجماعات (Yossef & Rakha, 2017, 114). ويستند الإبداع إلى مجموعة من العناصر هي: (Masa'd & Aliawarneh, 2020, 9576)

- الأصالة (Originality): وتعني بزوغ أفكار جديدة ومبتكرة لم يتطرق إليها أحد.
 - الطلاقة (Fluency): وهي القدرة على إنتاج عدد كبير من الأفكار الإبداعية في وقت محدود.
 - المرونة (Flexibility): وتتمثل في قدرة العقل على التكيف مع المتغيرات والمواقف الجديدة، والنظر إلى المشكلة من أبعاد مختلفة، علاوة على درجة السهولة التي يغير بها الشخص موقفاً معين دون التعصب لأفكار معينة.
 - القدرة على التقييم (Capacity for evaluation): وتعني القدرة على الوصول إلى القرارات وإصدار الأحكام المتعلقة بما هو أفضل أو أكثر صحة أو أكثر ملاءمة بنا على معيار محدد.
 - الحساسية تجاه المشاكل (Sensitivity to problems): القدرة على إدراك المشاكل في موقف معين والشعور بحساسية اتجاهها، والإحاطة بكل أبعادها والعوامل المؤثرة عليها.
- يتضح مما سبق أن الإبداع عملية فكرية تتسم بالأصالة والابتكار، وتسعى إلى إيجاد حلول جديدة للمشكلات وتطوير أفكار ومنتجات وخدمات جديدة. ويساعد على البقاء في طبيعة المنافسة من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء المتطورة، كما أنه يُعزّز كفاءة العمليات الداخلية ويُقلّل من التكاليف، فضلاً عن كونه يُحسّن من مستوى رضا العملاء ويُعزّز ولائهم، ويسهم في خلق بيئة عمل إيجابية تُحفّز الموظفين على الإبداع والابتكار.

٢. المسؤولية المجتمعية (Social Responsibility): يعرفها البنك الدولي بأنها التزام المؤسسات بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة

ويخدم التنمية ف آن واحد (World bank, 2005, 1). كما تعرف بأنها: سياسات المؤسسة والتي تجبر المنظمة على النظر في المصالح الاجتماعية والتصرف بناءً عليها، مثل السياسات والمشاريع والاستراتيجيات الطوعية والموجهة نحو المصلحة الذاتية (Matten & Moon, 2004). ويعتبر هرم (Archie B. Carroll, 1991) من أوائل نماذج المسؤولية المجتمعية للمؤسسات. حيث أشار إلى أن هناك أربعة أنواع أو أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، هي: (أبو النصر، ٢٠١٥، ٣٩ - ٤٠)

- المسؤولية الخيرية: ويقصد بالمسؤولية الخيرية على سبيل المثال قيام المنظمة بعمل الخير وتقديم الإعانات والمساعدات للمجتمع بما يساهم في تحسين نوعية الحياة لسكان هذا المجتمع، وخاصة للفئات الفقيرة والمحتاجة في المجتمع.. ويدخل أيضا تحت المسؤولية الخيرية للمنظمة قيامها بالتبرع للجمعيات الأهلية للمستشفيات التي تقدم الرعاية الصحية للفقراء وللأطفال، وتقديم المساعدات للمعاقين والأيتام والأرامل على سبيل المثال.
- المسؤولية الأخلاقية: ويقصد بالمسؤولية الأخلاقية للمنظمة قيامها بعمل الصواب وليس الخطأ أو بعمل ما هو صحيح وعادل مع عدم الإضرار بالآخرين. على سبيل المثال على المنظمة الالتزام بالأخلاق الحميدة وباحترام الأديان السماوية ومراعاة ثقافة المجتمع، وذلك في كل تصرفاتها مع العاملين وأسرههم ومع العملاء ومع المنظمات الأخرى المنافسة لها أو غير المنافسة لها والمجتمع ككل. كما تشمل المسؤولية الأخلاقية هو أن تراعي المنظمة القيم والأخلاقيات المهنية وقيم وأخلاقيات العمل والإدارة عند قيامها بإنتاج السلع أو بتقديم الخدمات.
- المسؤولية القانونية: ويقصد بها على سبيل المثال احترام المنظمة للوائح والتعليمات المنظمة للعمل بها والتي وضعتها لنفسها، واحترام قوانين العمل في المجتمع، واحترام قوانين المجتمع الأخرى بصفة عامة، وعدم اقتراف أي جرائم في حق العاملين أو العملاء أو المجتمع. كما تتضمن احترام المواثيق والمعاهدات الوطنية والإقليمية

والدولية المعنية أو المرتبطة، مثل: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية.

- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها قيام المنظمة بتقديم السلع أو الخدمات التي أنشأت من أجلها أصلاً، على أن تكون حريصة وملتزمة بتقديم هذه السلع والخدمات بكفاءة وفعالية وبالشكل المطلوب والمتوقع وبالسعر المناسب دون مغالاة، أو احتكار، أو استغلال، أو إهدار لموارد المجتمع، أو زيادة تلوث البيئة، أو زيادة الميل الاستهلاكي الزائد عن الحد لدى سكان المجتمع. كما يجب على المنظمة أن تراعي مواصفات الجودة الشاملة في تلك السلع أو الخدمات التي تقدمها للعملاء أو للمستهلكين.

يتضح مما سبق أن المسؤولية المجتمعية تعني التزام المؤسسات بمساهمة التنمية المستدامة للمجتمع من خلال ممارساتها وأنشطتها، وأنها تتضمن جوانب أخلاقية، وقانونية، واقتصادية، وبيئية. وتوضح أهميتها من خلال أنها تعمل على تحسين صورة المؤسسة الإيجابية وتُعزز ثقة الجمهور بها، كما تُسهم في جذب المواهب والاحتفاظ بها، كما انها تُقلل من المخاطر القانونية والتنظيمية. إضافة إلى أنها تُعزز من استقرار المؤسسة واستدامتها على المدى الطويل.

٣. **جودة الخدمة (Service Quality):** وتعرف جودة الخدمة بأنها: "الفرق بين ما يتوقع الطالب الحصول عليه وتصويراته عن المقدم فعلياً" (O'Neill & Palmer, 2004). كما أشار Nejadi & Nejadi إلى أن جودة الخدمة تعبر عن إدراك العميل للخدمة عما إذا كانت جيدة أو غير جيدة، مقبولة أو غير مقبولة، لذلك فالجودة عملية مستمرة، حيث إن المستفيد هو المحدد الرئيس لها، ومن ثم لا بد أن تعالج أربعة عناصر حتى يتم تجاوز توقعات العملاء وهي: الضمان، والاستجابة، والتعاطف، والاتصال (Nejadi, & Nejadi, 2008, 574). وقد أشار (Hill & Tsiligiris, 2021) إلى أن تحقيق جودة الخدمة التعليمية يعمل على تحسين وتطوير كافة المستويات بالتعليم الجامعي، ويسهم في نشر أخلاقيات التعلم الذاتي وحقيق الشفافية، كما يساعد على استثمار الموارد

-
- وترشيد الإنفاق. وهناك العديد من النماذج والمقاييس لقياس مستوى الخدمات، من أشهرها: مقاييس عدد الشكاوى، ومقاييس الرضا، ومقاييس العميل الموجه بالقيمة، ومقاييس الفجوة، ومقاييس الأداء الفعلي، وذلك كما يلي: (محمد، وعلي، ٢٠١٩، ٣٧٣)
- قياس جودة الخدمات من منظور الزبائن: ومن الطرق الشائعة في قذا المدخل مقياس عدد الشكاوى الذي يمثل عدد الشكاوى التي يتقدم بها العملاء خلال فترة زمنية معينة.
 - مقياس الرضا: ويستخدم لقياس درجة رضا العملاء نحو جودة الخدمات المقدمة لهم، وذلك للكشف عن شعورهم نحو هذه الخدمات وجوانب القوة والضعف بها.
 - مقياس القيمة: وتقوم فكرة هذا المقياس على أن القيمة التي تقدمها مؤسسة خدمية لعملائها تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي العميل والتكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة، كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء، وزاد إقبالهم على طلب تلك الخدمات والعكس صحيح.
 - قياس الجودة المهنية: في إطار هذا المفهوم يمكن التمييز بين المقاييس الآتية: قياس الجودة بدلالة المدخلات، وقياس الجودة بدلالة العمليات، وقياس الجودة بدلالة المخرجات.
 - مقياس الفجوة: ويسمي نموذج الفجوة باسم (Servqual) وقد ظهر خلال ثمانينيات القرن الماضي وذلك بهدف استخدامه في تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة والمساعدة في كيفية تحسينها. ويعتمد هذا النموذج في قياسه لجودة الخدمة على المقارنة بين ما يدركه العملاء من الخدمة المقدمة وتوقعاتهم المسبقة عنها.
- وتشمل جودة الخدمة خمسة أبعاد رئيسية هي: (Asogwa, Asadu, Ezema, & Ugwuanyi, 2014, 8)
-

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- العناصر الملموسة Tangibles (مظهر المرافق المادية، والمعدات، والأفراد، ومواد الاتصالات).
 - الاعتمادية/ الموثوقية Reliability (القدرة على أداء الخدمة الموعودة بشكل موثوق ودقيق).
 - سرعة الاستجابة Responsiveness (الاستعداد لمساعدة العملاء وتقديم الخدمة السريعة).
 - الأمان Assurance (المعرفة واللياقة للموظفين وقدرتهم على بث الثقة والاطمئنان).
 - التعاطف Empathy (العناية والاهتمام الفردي الذي توفره الشركة لعملائها).
- يتضح مما سبق أن جودة الخدمة تعني مدى تلبية الخدمة المقدمة لتوقعات العملاء واحتياجاتهم، وأنها تتضمن أبعاداً رئيسية مثل الموثوقية، والاستجابة، والتعاطف، والكفاءة، والملموسات. وتظهر أهمية جودة الخدمة في مدى إسهامها في زيادة رضا العملاء وتحسين ولائهم للمؤسسة، وأنها تُعزز من سمعة المؤسسة وتُحسن من صورتها، كما تُقلل من تكلفة اكتساب العملاء الجدد والاحتفاظ بهم، إضافة إلى إسهامها في زيادة الربحية.

آليات إدارة السمعة المؤسسية:

- هناك بعض الآليات التي يمكن اتباعها لإدارة سمعة الجامعة، من أهمها:
١. تقييم ثقافة المؤسسة وتحسينها: تعد ثقافة المؤسسة جانباً حاسماً من سمعتها. يجب أن تسعى الجامعات جاهدة لخلق ثقافة إيجابية وشاملة تقدر التنوع والإنصاف والاندماج. يمكن تحقيق ذلك من خلال تعزيز الشفافية والمساءلة والسلوك الأخلاقي بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب (Mogaji et al, 2020).
 ٢. الانخراط مع أصحاب المصلحة: يجب على الجامعات التواصل مع أصحاب المصلحة لبناء الثقة والحفاظ على سمعتهم. وهذا يشمل التواصل بانتظام مع الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين والخريجين والمتبرعين والمجتمع الأوسع. كما

يعني أيضاً الاستجابة السريعة للتعليقات والمخاوف التي يثيرها أصحاب المصلحة (Mogaji et al, 2020).

٣. مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن أن يكون لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير كبير على سمعة الجامعة، لذا يجب على الجامعات مراقبة قنوات التواصل الاجتماعي لتحديد مخاطر السمعة المحتملة والاستجابة على الفور لأي تعليقات أو ملاحظات سلبية (Simpson, L., 2011)

يتضح مما سبق أن تقييم ثقافة المؤسسة وتحسينها هو أمرٌ حاسمٌ لبناء سمعة إيجابية، لذا يجب أن تسعى الجامعات إلى خلق بيئة شاملة تقدر التنوع والإنصاف والاندماج. كما أن التواصل الفعال مع أصحاب المصلحة، بما في ذلك الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين والخريجين والمتبرعين والمجتمع الأوسع، يعتبر ذا أهمية كبيرة. إضافة إلى أن مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي يعد أمراً ضرورياً أيضاً، حيث يمكن أن يكون لها تأثيرٌ كبيرٌ على سمعة الجامعة، لذا يجب على الجامعات الاستجابة بسرعة للتعليقات والمخاوف التي يثيرها أصحاب المصلحة.

كما أشار Forbrun إلى أن إدارة السمعة القوية بحاجة إلى مجموعة من العناصر تتمثل في:

- التميز: تتحقق السمعة القوية تتحقق عندما تقوم المنظمات باحتلال مكانة مميزة في أذهان جماهيرها وذلك من خلال الجهود التي تبذلها المنظمات لتحظى بتميز ونجاح، ويتوقف هذا بشكل كبير علي مصداقية ادعاءات المنظمة لذوي مصالحها وقدرتها علي خدمة مجتمعها وبيئتها، من خلال تأدية مسؤوليتها عن ذلك المجتمع دعم من خلال الأهداف الأساسية.
- الثقة بالمنظمة: قيمة الثقة بالمنظمة تُدعم للمنظمة وتساهم في دعم ثقة المنظمة كما يدعم سمعتها الموظفون والقادة من خلال إعلاء شعار المنظمة. والثقة أساس السمعة الطيبة بين المنظمة وجماهيرها، فكلما كانت سمعة المنظمة طيبة كانت أكثر

نجاحا في مواجهة أي أزمات يمكن أن تواجهها خاصة وأن ثقة الجمهور في منظماتهم تكون بمثابة العامل المساعد لاجتياز المنظمة لأزماتها.

- الشفافية والوضوح: إن سمعة المنظمة تنمو وتتطور من خلال تنامي الشفافية التي تتطلب الاتصال بوضوح مع وسائل الإعلام وإعلان المعلومات الحقيقية للمنظمة، وأن تعبر عن رغبتها في التواصل مع أصحاب المصالح في حوار مستمر.
- الاتساق والتماسك: تزداد سمعة المنظمة عندما تقوم المنظمات بأفعالها واتصالاتها بمعدل متنسق ومتناغم، وبالتالي تزداد ثقة الجمهور بالمنظمة كونها جديرة بالثقة وهي تعد نقطة أساسية في كل أفعالها واتصالاتها.

يتضح مما سبق أهمية التميز في بناء سمعة قوية للجامعة، ويتحقق ذلك من خلال الجهود التي تبذلها لخدمة مجتمعها وبيئتها، من خلال تأدية مسؤوليتها عن ذلك المجتمع دعم من خلال الأهداف الأساسية. كما أن الثقة هي أساس السمعة الطيبة بين الجامعة وجمهورها، لذا يجب أن تُعزز الجامعة ثقافة الشفافية والمساءلة والسلوك الأخلاقي بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب. علاوة هناك أهمية الشفافية والوضوح في تواصل الجامعة مع أصحاب المصلحة، وأهمية الاتساق والتماسك في أفعال الجامعة واتصالاتها.

قياس السمعة المؤسسية:

تم تطوير مؤشر السمعة الذي يطلق عليه اسم "مؤشر هاريس-فومبرون للسمعة" (Harris-Fombrun Reputation QuotientSM) (RQ) من قبل هاريس إنترأكتيف، تشارلز فومبرون وسييس فان ريل (Harris Interactive, Charles Fombrun and Cees van Riel). يتألف الاستبيان الذي يستخدمونه لقياس السمعة من ٢٠ عنصرا مقسمة إلى ستة "ركائز": (Schwaiger, M. 2004. 55 - 56)

- الجاذبية العاطفية (يشعر الشخص بانطباع جيد عن المؤسسة. يعجب بالمؤسسة ويحترمها، ولديه ثقة كبيرة في أدائها)

-
- المنتجات والخدمات (تدعم منتجاتها وخدماتها. تطور منتجات وخدمات مبتكرة. تقدم منتجات وخدمات عالية الجودة. تقدم منتجات وخدمات تعتبر قيمة جيدة مقابل السعر.)
 - الأداء المالي (الذي المؤسسة سجل قوي من الربحية. وتبدو كاستثمار ذو مخاطر منخفضة. كما تبدو كمؤسسة لديها احتمالات قوية للنمو في المستقبل. وتميل لتفوق منافسيها)
 - الرؤية والقيادة (لديها قيادة ممتازة. لديها رؤية واضحة لمستقبلها. تدرك الفرص السوقية وتستفيد منها.)
 - بيئة العمل (مُدارة بشكل جيد. تبدو كمؤسسة جيدة للعمل فيها. تبدو كمؤسسة تمتلك موظفين جيدين.)
 - المسؤولية الاجتماعية (تدعم القضايا المجتمعية. تعتبر مؤسسة مسؤولة بيئيًا. تحافظ على معايير عالية في كيفية معاملتها للأشخاص.)
- يتضح أن استخدام مؤشر هاريس-فومبرون للسمعة (Harris-Fombrun Reputation QuotientSM) (RQ) لقياس سمعة الجامعة من المقاييس ذات الأهمية الكبيرة لقياس سمعة الجامعة، فضلاً عن استخدام استطلاعات الرأي والمقابلات مع أصحاب المصلحة لفهم آرائهم بشكل أفضل.
- العوامل المؤثرة على سمعة الجامعات:**
- تعد السمعة المؤسسية في الواقع متعددة الأوجه للغاية، ولهذا السبب، قد يكون من الصعب إدارتها. غير أنه هناك مجموعة من العوامل والتي تؤثر على سمعة المؤسسة مثل: هوية المؤسسة، والعلاقات العامة، والمشاركة المجتمعية، والإعلان، ودعم الطلاب، والجهات الراعية والشراكات، ومخرجات البحث، واللافقات، ومظهر الموظفين وسلوكهم، وإنتاجية الخريجين، وسمعة الطلاب والمباني المادية. وبالتالي، يمكن القول أن هناك بعض العوامل ذات التأثير المباشر على سمعة الجامعة مثل: (Beneke, 2011, 36)
- سلوك الآلاف من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس.
-

تمسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- الناتج البحثي لمئات الأكاديميين المنتشرين في مجموعة كبيرة من التخصصات المختلفة.
 - حالة المباني والمرافق في الحرم الجامعي، وكذلك اللافتات الخاصة بها.
 - الجهود الإعلانية التي تبذلها أقسام مختلفة من المؤسسة، وكذلك المؤسسة ككل (وهذا غالبًا ما يختلف عبر الأقسام الأكاديمية المختلفة التي لها مواقع الويب الخاصة بها، وأنشطة العلاقات العامة المستقلة، وما إلى ذلك).
 - الفعاليات والمعارض التي تنظمها الأقسام المختلفة (قد تشمل المؤتمرات، والمسابقات الطلابية، وبرامج التوعية المجتمعية، وما إلى ذلك).
 - مستويات الخدمة الطلابية والمرافق في الكليات المختلفة (وغالبًا ما تختلف هذه بشكل كبير وفقًا لحجم الكلية وقيود الميزانية المقابلة).
 - قد يتأثر إنتاجية الخريجين أيضًا بعوامل مثل اهتمام الطلاب المحتملين بمجالات معينة من البحث، وقدرة الطلاب على دفع رسومهم في الوقت المناسب، وسياسات المساواة وتنمية المهارات في المؤسسة، وما إلى ذلك.
- كما أشار (Cetin. 2003, 68) إلى بعض العوامل المؤثرة في سمعة الجامعات والتي يمكن عرضها في الجدول التالي:

جدول (1) العوامل المؤثرة على سمعة الجامعات (Cetin. 2003, 68)

العوامل السلبية	العوامل الإيجابية
البيروقراطية والمركزية في المؤسسات التعليمية	الطلاب وسلوكهم
بعض السياسات والقواعد التعليمية التي تحكمها اللجنة العليا للتعليم	أعضاء هيئة التدريس
سياسة التعليم العالي فيما يتعلق بالجامعات	العميد / القائد / الإدارة
سياسة الرسوم الدراسية للجامعات	الخريجين / نوعياتهم / جمعيات الخريجين
كونها تأسست حديثًا	العلاقات الجامعية والصناعة
القضايا الاقتصادية	رضا أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين

العوامل السلبية	العوامل الإيجابية
سياسة الميزانية	القواعد في الحرم الجامعي
الاعتداءات الإعلامية على الجامعات والخدمات والكيانات التابعة لها	الفرق في التعليم والمناهج
عدم رضا أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين	العضوية في الجمعيات الوطنية والدولية
نقص الموارد والمرافق	برامج التبادل الوطنية والدولية
تدهور الجودة	المشاريع والمشاريع المشتركة
انخفاض في البحوث والمنشورات	البحوث والمنشورات
القيود المفروضة على تنقل الإداريين والتخطيط	المباني والمرافق المادية والاجتماعية
	تاريخ الجامعة

يتضح مما سبق أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر على سمعة الجامعة، لعل أهمها سلوك الطلاب والذي يؤدي دورًا هامًا في سمعة الجامعة. إضافة إلى أهمية البحث العلمي وتسخيره لخدمة المجتمع، وأهمية المرافق والبنية التحتية للجامعة في جذب الطلاب المتميزين. كما أن الفعاليات والمعارض والمؤتمرات التي تنظمها الجامعة تساهم في تعزيز سمعتها. وعلاوة على ذلك رضا أصحاب المصلحة عن الخدمات التي تقدمها الجامعة.

إضافة إلى ما سبق أن هناك العديد من العوامل المؤثرة على سمعة الجامعة من أهمها: العلاقات الدولية، حيث تسهم في تعزيز سمعتها على الصعيد العالمي. كما أن حصول الجامعة على جوائز وتكريمات يسهم في تعزيز سمعتها. إضافة إلى التزام الجامعة بالمسؤولية الاجتماعية.

المحور الثاني: المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠:

مفهوم المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠:

تعرف مواصفة ISO 26000 بأنها: مواصفة قياسية دولية أصدرتها المنظمة الدولية للتقييس (ISO) لتوفير التوجيهات الإرشادية في قضايا المسؤولية المجتمعية (Henriques, A., 2011, xvii).

كما تعرف مواصفة ISO 26000 بأنها: معيار دولي تم تطويره لمساعدة المؤسسات على تقييم ومعالجة المسؤوليات الاجتماعية ذات الصلة بها بشكل فعال (ISO 26000 Guidance on social responsibility, 2010).

ويمكن تعريف المواصفة القياسية الدولية الأيزو. ٢٦,٠٠٠ بأنها المعيار الدولي الذي يقدم توجيهات أو توصيات حول كيفية قيام أي منظمة ترغب في تحسين مسؤوليتها المجتمعية، وبالتالي تسهم في التنمية البيئية والاجتماعية والاقتصادية المستدامة (Schmidt et al, 2016).

أهداف المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠:

تهدف المواصفة الدولية ISO 26000 إلى:

- مساعدة المنظمات في معالجة مسؤولياتها الاجتماعية مع احترام الاختلافات الثقافية والمجتمعية والبيئية والقانونية وظروف التنمية الاقتصادية.
- تقديم التوجيه العملي المتعلق بتفعيل المسؤولية المجتمعية.
- المساعدة في تحديد أصحاب المصلحة والتفاعل معهم وتعزيز مصداقية التقارير والادعاءات المقدمة حول المسؤولية المجتمعية.
- التأكيد على نتائج الأداء وتحسينه.
- زيادة الثقة والرضا في المنظمات بين عملائها وأصحاب المصلحة الآخرين.
- تحقيق الاتساق مع الوثائق الحالية والمعاهدات والاتفاقيات الدولية ومعايير ISO الحالية.
- تعزيز المصطلحات المشتركة في مجال المسؤولية المجتمعية.
- توسيع الوعي بالمسؤولية المجتمعية.

كما تهدف هذه المواصفة إلى مساعدة المنظمات على تطوير وإنشاء وتنفيذ وتحسين والحفاظ على هيكل المؤسسة المجتمعية من خلال الاعتراف بأثره، والمصالح والتطلعات والعلاقات بين المؤسسة وكل من المجتمع وأصحاب المصلحة، كما تساعد المؤسسات على تقييم وتخريج وإظهار استجابتها، ودرجة مطابقتها لمفهوم المسؤولية المجتمعية في أكثر من

جانب. كما إن تنفيذ معايير هذه المواصفة يشجع ويعزز أقصى قدر من الشفافية نظراً لكونه أداة لتحسين استدامة المؤسسات مع احترام الظروف الاقتصادية والقانونية والثقافية المختلفة (الحموري، والمعايطة، ٢٠١٥، ٦٤).

ومن أهدافها أيضاً: تعميم مبدأ العدالة الاجتماعية والاقتصادية ضمن معايير أخلاقية عالمية تحترم الحقوق والواجبات من خلال مشاركة جميع قطاعات المجتمع (القطاع الصناعي، والقطاع الحكومي في المنظمات غير الحكومية، العمال، المستهلكين، مؤسسات البحث والخدمات... الخ) بشكل فاعل في عملية التنمية المستدامة، كما تهدف إلى التوصل إلى فهم مشترك لمبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المستوى الدولي نظراً لاختلاف التفسير الحالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية (أبو النصر، ٢٠١٥، ٩١).

يتضح مما سبق أن المواصفة الولية الأيزو ٢٦٠٠٠ تهدف إلى تشجيع المنظمات على اعتماد ممارسات أخلاقية ومسؤولة، والتي تشمل القابلية للمساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي واحترام مصالح الأطراف المعنية وسلطة القانون والأعراف الدولية وحقوق الإنسان. هذه المبادئ تعكس التزام المنظمة بتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز العدالة الاجتماعية والاقتصادية.

فوائد تطبيق ISO 26000 داخل المؤسسات:

يمكن أن يؤثر أداء المنظمة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية، من بين أمور أخرى: (ISO 26000 Guidance on social responsibility, 2010, 20)

- تشجيع اتخاذ قرارات أكثر استنارة بناءً على فهم أفضل لتوقعات المجتمع، والفرص المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية (بما في ذلك الإدارة الأفضل للمخاطر القانونية) ومخاطر عدم المسؤولية الاجتماعية.
- تحسين ممارسات إدارة المخاطر في المنظمة.
- تعزيز سمعة المنظمة وتعزيز ثقة الجمهور بها.
- دعم الترخيص الاجتماعي للمنظمة للعمل.

تعزيز السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- توليد الابتكار.
 - تحسين القدرة التنافسية للمنظمة.
 - تحسين علاقة المنظمة مع أصحاب المصلحة.
 - تعزيز ولاء الموظفين ومشاركتهم ومعنوياتهم.
 - تحسين سلامة وصحة العمال والعمالات.
 - التأثير بشكل إيجابي على قدرة المنظمة على توظيف موظفيها وتحفيزهم والاحتفاظ بهم.
 - تحقيق وفورات مرتبطة بزيادة الإنتاجية وكفاءة الموارد، وانخفاض استهلاك الطاقة والمياه، وتقليل النفايات، واستعادة المنتجات الثانوية القيمة.
 - تحسين موثوقية المعاملات وعدالتها من خلال المشاركة السياسية المسؤولة، والمنافسة العادلة، وغياب الفساد.
 - منع أو تقليل الصراعات المحتملة مع المستهلكين حول المنتجات أو الخدمات.
- يتضح مما سبق أن تطبيق المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ يسهم في تحسين العلاقات مع أصحاب المصلحة، وتعزيز الثقة العامة والترخيص الاجتماعي، وزيادة الابتكار والقدرة التنافسية، وتحسين العلاقات العملية وصحة العمال، وتحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للأعمال. كما يسهم في إضافة قيمة للمؤسسة وتعزيز استدامتها وتأثيرها الإيجابي على المجتمع المحيط.
- مبادئ المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠:**

- تستند المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ على مجموعة من المبادئ الرئيسية وهي كما يلي: (نور الدين، ٢٠٢١، ١٧٩ - ١٨٠؛ فلاق، ٢٠١٦، ١٦٤ - ١٦٨)
- مبدأ القابلية للمساءلة: ينبغي على المؤسسة قبول والاستجابة للمساءلة عن تأثيرها في المجتمع ونتائج قراراتها وأنشطتها، حيث تفرض هذه المسؤولية التزاماً على الإدارة

- لتكون قابلة للمساءلة بخصوص الاهتمامات الكبرى للمؤسسة. وتفرض أيضا التزاما أن تكون قابلة للمساءلة من قبل الهيئات القانونية فيما يتعلق بالتشريعات والقوانين.
- **مبدأ الشفافية:** ينبغي أن تتحلى المؤسسة بنوع من الشفافية في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة. كما ينبغي عليها الإفصاح عن سياستها وقراراتها وأنشطتها التي تكون مسؤولة عنها ويجب أن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة. مع تقديم هذه المعلومات في الوقت المناسب وأن تكون معلومات فعلية وينبغي أن تاح على نحو واضح وموضوعي.
- **مبدأ السلوك الأخلاقي:** يجب على المؤسسة التصرف بشكل أخلاقي في جميع الأوقات، بناءً على أخلاقيات الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية. وينبغي على المؤسسة العمل على تعزيز السلوك الأخلاقي من خلال: وضع هيكل يساعد على تعزيز السلوك الأخلاقي داخل المؤسسة وفي تفاعلها مع الآخرين، تحديد وتبني وتطبيق معايير السلوك الأخلاقية التي تتلاءم مع غرضها وأنشطتها، تشجيع وتعزيز مراعاة معايير السلوك الأخلاقي الخاص بها، إنشاء آليات لتسهيل عملية تقديم التقارير حول المخالفات الخاصة بالسلوك الأخلاقي، منع حدوث أي تضارب في المصالح عبر المؤسسة من شأنه إحداث سلوك غير أخلاقي والعمل على مواجهة ذلك وحله في حالة حدوثه.
- **احترام مصالح الأطراف المعنية:** يجب على المؤسسة إقرار وقبول أن هناك مجموعة من الأطراف المعنية لها مصالح متنوعة في أنشطتها ومنتجاتها الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية. وينبغي أن تقوم المؤسسة بتحديد أطرافها المعنية، وأن تكون على دراية بمصالح وحاجات أطرافها المعنية وأن تحترم هذه المصالح، كما يجب أن تحترم الحقوق القانونية والمصالح الشرعية لأطرافها

المعنية، وأن تضع في الاعتبار العلاقة بين مصالح الأطراف المعنية المصالح الأكبر خاصة بالمجتمع والمتعلقة بالتنمية المستدامة.

- **احترام سلطة القانون:** يُقصد بسلطة القانون سيادته حيث أنه لا يحق لأي فرد أو مؤسسة أن تكون فوق القانون الذي تخضع له الحكومة. وفي سياق المسؤولية المجتمعية. فإن احترام سلطة القانون يعني أن تتصاح المؤسسة لكافة القوانين واللوائح المطبقة.

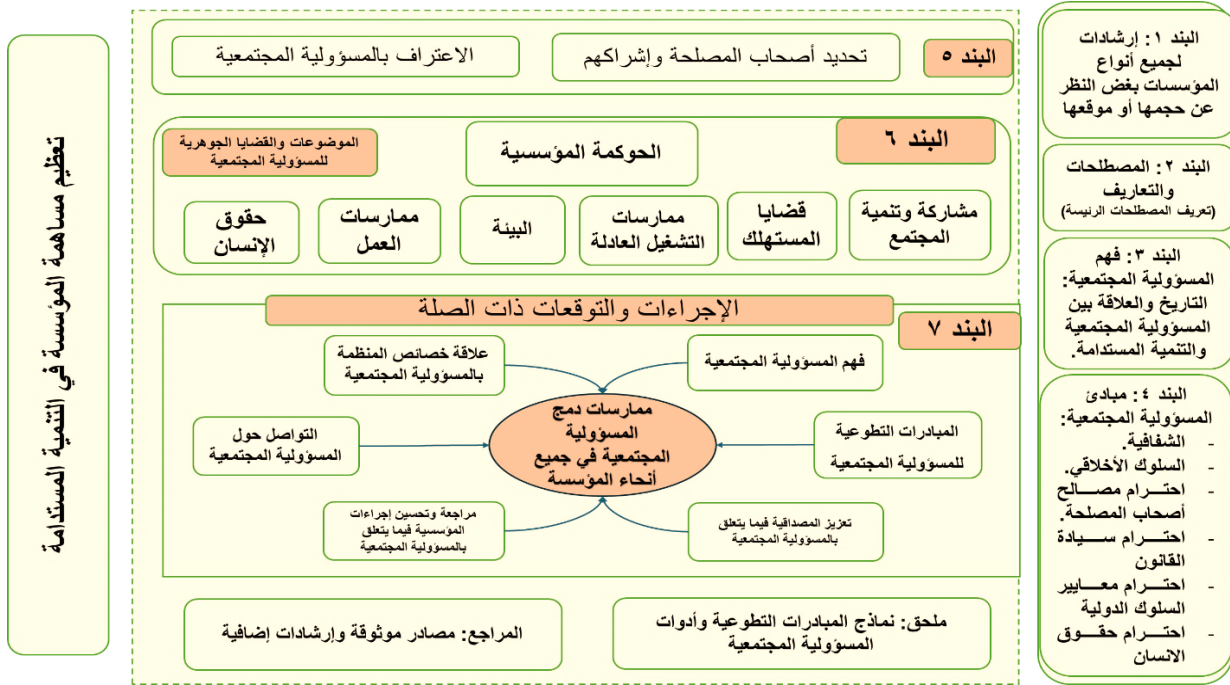
- **مبدأ احترام الأعراف الدولية:** ينبغي على المؤسسة أن تحترم الأعراف الدولية للسلوك مع الالتزام بمبدأ احترام سلطة القانون. ففي البلدان التي يكون قانونها الداخلي أو تطبيقه لا يوفر الحد الأدنى من حماية البيئة والمجتمع. ينبغي على المؤسسة أن تسعى جاهدة إلى احترام الأعراف الدولية للسلوك.

- **مبدأ احترام حقوق الإنسان:** يجب أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

ومن خلال ما سبق يتبين أن هذه المبادئ الرئيسية في مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ تعكس التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. كما يتعين على المؤسسات أن تكون مسؤولة وشفافة في أفعالها وقراراتها، وأن تتصرف بنزاهة وأخلاقية في جميع جوانب عملها. يجب عليها أيضاً أن تحترم حقوق الإنسان ومصالح الأطراف المعنية وسلطة القانون. وهذه المبادئ تساهم في بناء علاقات قوية مع المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة.

أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية المجتمعية:

قبل الحديث عن أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠، يجدر الإشارة إلى إلقاء نظرة عامة على الدليل الإرشادي للمواصفة والذي يوضحه الشكل التالي:



شكل (١) نظرة عامة على المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ (Guidance on social responsibility,) (2010, ix)

يتضح من الشكل السابق أن المواصفة تتضمن العناصر الآتية: (فلاق، ٢٠١٦،

١٦١ - ١٦٢)

- المقدمة: تعرض معلومات عن محتوى المواصفة القياسية والأسباب التي تدعو لإعدادها.
- البند الأول (المجال): ويتضمن تعريفاً للمواصفة القياسية ومدى تغطيتها وحدود قابليتها للتطبيق.
- البند الثاني (المراجع القياسية): يحتوي هذا الجزء على قائمة الوثائق المرتبطة بالمواصفة القياسية.
- البند الثالث (المصطلحات والتعاريف): ويتضمن هذا البند المصطلحات المستخدمة في المواصفة القياسية الإرشادية والتي تتطلب تعريفاً.

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- البند الرابع (سياق المسؤولية الاجتماعية): ويُناقش هذا الجزء السياق التاريخي والمعاصر للمسؤولية الاجتماعية، والموضوعات التي تبرز من خلال طبيعة مفهوم المسؤولية المجتمعية.
 - البند الخامس (مبادئ المسؤولية الاجتماعية ذات الصلة بالمؤسسات): ويبرز هذا الجزء أهم المبادئ الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ويُقدم التوجيه والإرشاد فيما يتعلق بأسس تفعيل هذه المبادئ.
 - البند السادس: الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وأسس ربطها بالمؤسسات.
 - البند السابع: توجيه المؤسسات بشأن تطبيق المسؤولية المجتمعية "توصيات عامة" لتطبيق وإدماج المسؤولية المجتمعية في المؤسسات، مثل: السياسات والممارسات والمناهج وتقييم الأداء وإعداد التقارير والتواصل.
 - ملاحق إرشادية، مثل الملحق الخاص بقائمة مبادرات تطوعية وأدوات متعلقة بالمسؤولية المجتمعية، وملحق اختصارات المصطلحات المستخدمة بالدليل.
 - بيان بالمراجع المتصلة بالموضوع.
- كما يوضح الجدول التالي الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية التي تضمنتها مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠:

جدول (٢) الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية التي تضمنتها

مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ (Guidance on social responsibility, 2010, VIII)

المواضيع والقضايا الأساسية للمسؤولية المجتمعية	البعد
الشكاوى القانونية	الحوكمة التنظيمية
المحاسبية	
الشفافية	
السلوك الأخلاقي	
الاعتراف بأصحاب المصالح وباهتماماتهم	

المواضيع والقضايا الأساسية للمسؤولية المجتمعية	البعد
العناية الواجبة	حقوق الإنسان
حالات المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان	
تجنب التواطؤ	
حل التظلمات	
التمييز والفئات الضعيفة	
الحقوق المدنية والسياسية	
الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية	
المبادئ والحقوق الأساسية في العمل	
التوظيف وعلاقات العمل	ممارسات العمل
ظروف العمل والحماية الاجتماعية	
الحوار الاجتماعي	
الصحة والسلامة في العمل	
التمية البشرية والتدريب في مكان العمل	
منع التلوث	البيئة
الاستخدام المستدام للموارد	
التخفيف من آثار تغير المناخ والتكيف معه	
حماية البيئة والتنوع البيولوجي و تعظيم قيمة الخدمات الأيكولوجية	
مكافحة الفساد	ممارسات التشغيل العادلة
المشاركة السياسية المسؤولة	
المنافسة العادلة	
تعزيز المسؤولية المجتمعية في سلسلة القيمة	
احترام حقوق الملكية	
التسويق العادل والمعلومات الواقعية وغير المتحيزة والممارسات	قضايا المستهلك
التعاقدية العادلة	
حماية صحة وسلامة المستهلكين	
الاستهلاك المستدام	
خدمة العملاء والدعم وحل الشكاوى والنزاعات	
حماية بيانات المستهلك والخصوصية	

تمسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

المواضيع والقضايا الأساسية للمسؤولية المجتمعية	البعد
الوصول إلى الخدمات الأساسية	مشاركة المجتمع وتنميته
التثقيف والتوعية	
مشاركة المجتمع	
التعليم والثقافة	
خلق فرص العمل وتنمية المهارات	
تطوير التكنولوجيا والوصول إليها	
الثروة وخلق الدخل	
الصحة	
الاستثمار الاجتماعي	

وفيما يلي توضيح لهذه الأبعاد:

- الحوكمة التنظيمية (Governance):

ويقصد بها الإدارة الرشيدة القائمة على النزاهة والشفافية والمساءلة والمحاسبية ومكافحة الفساد وتحقيق العدالة دون تمييز، وتطبيق القانون على الجميع، مع توفير رقابة فاعلة داخلية وخارجية، ويمكن تطبيقها في أي منظمة حكومية أو أهلية، وعلى أي مستوى دولي أو إقليمي أو محلي (أبو النصر، ٢٠١٥، ٤٥). كما تُعرّف الحوكمة بأنها: مجموعة الهياكل والعلاقات والعمليات التي يتم من خلالها تطوير سياسات التعليم الجامعي وتنفيذها ومراجعتها، كما تشمل الإطار التشريعي، وخصائص المؤسسات، وعلاقتها بالنظام ككل، وطريقة تخصيص الأموال والمحاسبة على إنفاقها، بالإضافة إلى هياكل رسمية أقل، والعلاقات التي توجه وتؤثر على السلوك (Santiago, 2008, 68). والحوكمة التنظيمية هي النظام الذي من خلاله تتخذ المنظمة القرارات وتنفذها لتحقيق أهدافها. يمكن أن تشمل الإدارة التنظيمية آليات الإدارة الرسمية القائمة على هياكل وعمليات محددة والآليات غير الرسمية التي تنشأ فيما يتعلق بثقافة المنظمة وقيمها، والتي غالبًا ما تتأثر بالأشخاص الذين يقودون المنظمة. تعد الحوكمة التنظيمية وظيفة أساسية لكل نوع من المنظمات حيث أنها إطار عمل اتخاذ القرار داخل المنظمة. تختلف أنظمة الحوكمة اعتمادًا على حجم ونوع المنظمة والسياق البيئي والاقتصادي والسياسي والثقافي والاجتماعي الذي تعمل فيه. يتم

توجيه هذه الأنظمة من قبل شخص أو مجموعة من الأشخاص (المالكين، أو الأعضاء، أو الناخبين، أو غيرهم) الذين لديهم السلطة والمسؤولية لتحقيق أهداف المنظمة. (ISO 26000 Guidance on social responsibility, 2010, 21).

يتضح مما سبق أن للحوكمة في المؤسسة مبادئ أساسية تتمثل في النزاهة، الشفافية، المساءلة، المحاسبة، مكافحة الفساد، العدالة، سيادة القانون، الرقابة الداخلية والخارجية. وتحتاج إلى هياكل رسمية، علاقات غير رسمية، ثقافة وقيم المنظمة لتطبيقها بشكل فاعل.

- حقوق الانسان (Human Rights):

ويقصد بها الحقوق الأساسية للأفراد، وتضمن فئتين هما: الحقوق المدنية والسياسية مثل حق الحياة والحرية، وحق المساواة أمام القانون، وحق حرية التعبير. والفئة الثانية هي الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، مثل حق العمل، وحق الغذاء والحق في مستوى أعلى من الصحة، وحق التعليم والأمن المجتمعي. ويعتمد الرابط بين حقوق الإنسان والمسؤولية المجتمعية على فكرة مفادها أن حقوق الإنسان معترف بها دولياً، وتشكل الأساس الذي تقوم عليه مؤسسات المجتمع، وبالتالي فإن على الدول الالتزام بحماية واحترام حقوق الإنسان، وحيث أن المؤسسة التعليمية ومنها الجامعات تمثل جزءاً لا يتجزأ من البيئة المجتمعية المحيطة بها، فإن عليها كذلك احترام حقوق الإنسان (ISO 26000 Guidance on social responsibility, 2010, 23).

تتضمن قضايا الموارد البشرية في ISO 26000 ما يلي: (Garcia-Swider, 2014, 27)

- العناية الواجبة في تحديد ومنع ومعالجة انتهاكات الموارد البشرية.
- المواقف الخطرة مع عواقبها المحتملة على وجه الخصوص، مما يؤدي إلى تفاقم انتهاكات أخرى أو خلقها.
- تجنب مساعدة الآخرين في ارتكاب الأفعال غير المشروعة.
- حل الشكاوى من خلال آليات فعالة.
- التمييز ضد الفئات الضعيفة.

- الحقوق المدنية والسياسية.

- الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

- المبادئ والحقوق الأساسية في العمل.

تتناول ISO 26000 حقوق الإنسان بشكل مباشر في العديد من النقاط؛ فهو يتضمن مبادئ احترام سيادة القانون وقواعد السلوك الدولية وحقوق الإنسان. ويتعلق اثنان من مجالات التوجيه الرئيسية بممارسات العمل وحقوق الإنسان. كما يناقش قضايا التواطؤ والتمييز ووضع الفئات الضعيفة والحقوق المدنية والسياسية وكذلك الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. ولكل هذه القضايا يناقش توقعات المنظمات في مواجهتها. تمت أيضاً كتابة أقسام حقوق الإنسان بشكل متسق مع إطار عمل روجي لحقوق الإنسان والنهج القائم على العناية الواجبة للشركات التي توصي بذلك (Henriques, 2010, 104).

يتضح مما سبق أن حقوق الإنسان تعني الحقوق الأساسية للأفراد، مدنية وسياسية، اقتصادية واجتماعية وثقافية. وأن احترام حقوق الإنسان أساس المؤسسات المجتمعية، وتلتزم الدول من خلال مؤسساتها بحماية واحترام حقوق الإنسان وبالتالي تصبح المنظمات أكثر فاعلية في توفير مناخ متميز يدعم العلاقات الإنسانية ويؤكد على مبدأ احترام حقوق الإنسان.

- ممارسات العمل (Labor practices):

وهي كافة السياسات والممارسات المتعمقة بالعمل داخل المنظمة أو بواسطتها أو بالنيابة عنها، ويمكن أيضاً أن تمتد لتشمل العلاقة بين المنظمة وموظفيها المباشرين أو المسئوليات الخاصة بالمنظمة داخل مكان العمل الذي تملكه؛ أو تتحكم فيه بشكل مباشر، حيث تشمل ممارسات العمل تعيين الموظفين وترقيتهم، ونقلهم، وإنهاء التوظيف، والتدريب وتنمية المهارات، وحماية الصحة والسلامة في العمل، وأي سياسة أو ممارسة التي تؤثر على ظروف العمل (على سبيل المثال، وقت العمل والأجور). (Guidance on social responsibility, 2010, 33).

وفقاً لوصف ISO 26000، تشمل ممارسات العمل ما يلي:

- علاقات التوظيف والتوظيف.
- ظروف العمل والحماية الاجتماعية للموظفين.
- الحوار الاجتماعي بين الإدارة والموظفين.
- الصحة والسلامة في العمل.
- التنمية البشرية والتدريب في مكان العمل.

يتضح مما سبق أن ممارسات العمل هي جميع السياسات والممارسات المتعلقة بالعمل داخل المنظمة، والتي تتضمن: التوظيف، الترقية، النقل، إنهاء التوظيف، التدريب، الصحة والسلامة، ظروف العمل. وهناك العديد من المبادئ لتلك الممارسات أهمها: علاقات توظيف عادلة، ظروف عمل مناسبة، حوار اجتماعي، صحة وسلامة في العمل، تنمية بشرية وتدريب.

- البيئة (environment):

تبعاً للعديد من التحديات البيئية التي تواجه العالم مثل استنزاف الموارد الطبيعية والتلوث والتغير المناخي وانهيار الأنظمة البيئية في ظل التزايد السكاني والاستهلاكي، فإن هناك حاجة ماسة لمواجهة هذه التحديات. وعلى المؤسسات بصفة عامة أن تحترم المبادئ البيئية وتسهم مواجهة التحديات البيئية، وهي مطالبة بهذا الصدد بتعزيز أربعة مبادئ رئيسية هي:

(Guidance on social responsibility, 2010, 41)

- المسؤولية البيئية: بالإضافة إلى الالتزام بالقوانين واللوائح، يجب على المنظمة أن تتحمل المسؤولية عن التأثيرات البيئية الناجمة عن أنشطتها في المناطق الريفية أو الحضرية والبيئة الأوسع. واعترافاً بالحدود البيئية، ينبغي لها أن تعمل على تحسين أدائها، فضلاً عن أداء الآخرين في نطاق نفوذها.
- المنهجية الوقائية (التحوطية): يجب على المؤسسة أن تتبع منهجية وقائية من أجل مواجهة التهديدات المؤثرة على البيئة وصحة الإنسان، حيث لا يجوز أن تقف المؤسسات مكتوفة الأيدي تجاه الأضرار البيئية بحجة عدم توفر الدليل العلمي على ثبوت هذه الأضرار.

○ إدارة المخاطر البيئية: يجب على المنظمة تنفيذ برامج تستخدم منظور قائم على المخاطر والاستدامة لتقييم المخاطر والآثار البيئية الناجمة عن أنشطتها، وتجنبها، وتقليلها وتخفيفها. يجب على المنظمة تطوير وتنفيذ أنشطة رفع الوعي وإجراءات الاستجابة للطوارئ لتقليل وتخفيف الآثار البيئية والصحية والسلامة الناجمة عن الحوادث ولإيصال المعلومات حول الحوادث البيئية إلى السلطات المختصة والمجتمعات المحلية.

○ دفع الملوث: يجب على المنظمة أن تتحمل تكلفة التلوث الناجم عن أنشطتها إما وفقاً لمدى التأثير البيئي على المجتمع والإجراءات العلاجية المطلوبة، أو الدرجة التي يتجاوز فيها التلوث المستوى المقبول. كما يجب على المنظمة أن تسعى إلى استيعاب تكلفة التلوث وقياس الفوائد الاقتصادية والبيئية لمنع التلوث بدلاً من تخفيف آثاره على أساس مبدأ "الملوث يدفع". قد تختار المنظمة التعاون مع الآخرين لتطوير أدوات اقتصادية مثل صناديق الطوارئ لمواجهة تكاليف الحوادث البيئية الكبرى.

يتضح مما سبق أن جميع المؤسسات، ومن ضمنها الجامعات، تواجه العديد من التحديات البيئية، والتي من أهمها: استنزاف الموارد، التلوث، التغير المناخي، انهيار الأنظمة البيئية. وأن على الجامعات في ظل ممارساتها لوظائفها يجب أن تلتزم بمبادئ احترام البيئة، مثل المسؤولية البيئية، المنهجية الوقائية، إدارة المخاطر البيئية، دفع ثمن التلوث.

- الممارسات التشغيلية العادلة (Fair Operation Practices):

تتمثل ممارسات التشغيل العادل في سلوك أخلاقي يندرج ضمن تعاملات المؤسسة مع المؤسسات الأخرى والأفراد، بهدف تحسين النتائج الإيجابية. ويمكن تحقيق هذا من خلال تعزيز القيادة السليمة وتعزيز المسؤولية الاجتماعية. ويتم ذلك عن طريق تعزيز معايير السلوك الأخلاقي، والالتزام بالقانون، وتعزيز الشفافية والمساءلة، والتعامل بصدق وأمانة مع المؤسسات الأخرى، ومن أهم الأمثلة على هذه الممارسات المنافسة العادلة والسلوك المجتمعي المسؤول واحترام حقوق الملكية. (Guidance on social responsibility, 2010, 48).

بموجب ISO 26000، تتضمن الممارسات الأخلاقية والعادلة ما يلي:

- حماية الصحة والسلامة.
- تعزيز الاستهلاك المستدام.
- تنظيم حل النزاعات والتعويض.
- ضمان حماية البيانات والخصوصية.
- توفير الوصول إلى المنتجات أو الخدمات الأساسية.
- تثقيف المستهلكين.

يتضح مما سبق أن ممارسات التشغيل العادلة تمثل سلوك أخلاقي في التعامل مع المؤسسات والأفراد لتحسين النتائج الإيجابية. ويجب تعزيزها من خلال القيادة السليمة، المسؤولية المجتمعية، معايير السلوك الأخلاقي، الالتزام بالقانون، الشفافية والمساءلة، التعامل بصدق وأمانة.

- قضايا المستهلك (الطلاب) (consumer Issues):

تتحمل المنظمات التي تقدم المنتجات والخدمات للمستهلكين، بالإضافة إلى العملاء الآخرين، مسؤوليات تجاه هؤلاء المستهلكين والعملاء. ويشير مصطلح المستهلك إلى الأفراد أو المجموعات التي تستفيد من مخرجات قرارات وأنشطة المنظمة ولا يعني بالضرورة أن المستهلكين يدفعون أموالاً مقابل المنتجات والخدمات. وتشمل المسؤوليات: توفير التعليم والمعلومات الدقيقة، واستخدام معلومات تسويقية وعمليات تعاقدية عادلة وشفافة ومفيدة، وتعزيز الاستهلاك المستدام وتصميم المنتجات والخدمات التي توفر الوصول إلى الجميع وتلبي احتياجات الضعفاء والمحرومين، حيثما كان ذلك مناسباً. وتشمل المسؤوليات أيضاً تقليل المخاطر الناجمة عن استخدام المنتجات والخدمات، من خلال التصميم والتصنيع والتوزيع وتوفير المعلومات، وخدمات الدعم (Guidance on social responsibility, 2010, 51).

طبقاً للمعيار ISO 26000، سيتم معالجة قضايا المستهلك بشكل صحيح عندما يكون

هناك:

- تسويق عادل يتضمن معلومات واقعية وغير متحيزة وممارسات تعاقدية عادلة.
- حماية صحة المستهلك وسلامته.
- الاستهلاك المستدام.
- خدمة جيدة للمستهلك بما في ذلك الدعم والشكاوى وحل النزاعات.
- حماية بيانات المستهلك والخصوصية.
- الوصول إلى الخدمات الأساسية.
- تثقيف المستهلك وتوعيته.

يتضح مما سبق أن مسؤوليات المؤسسات التعليمية، وبخاصة الجامعات، تتمثل في توفير التعليم والمعلومات الدقيقة، تسويق عادل، استهلاك مستدام، تصميم منتجات وخدمات تلبي احتياجات الجميع، تقليل مخاطر استخدام المنتجات والخدمات. ويجب معالجة قضايا المستهلك بتلك المؤسسات من خلال تسويق عادل، حماية صحة المستهلك وسلامته، استهلاك مستدام، خدمة جيدة للمستهلك، حماية بيانات المستهلك والخصوصية، الوصول إلى الخدمات الأساسية، تثقيف المستهلك وتوعيته.

– مشاركة وتنمية المجتمع (Community involvement and development):

من المعروف أن المنظمات لديها علاقة مع المجتمعات التي تعمل فيها، ويجب أن تقوم هذه العلاقة على المشاركة المجتمعية للمساهمة في تنمية المجتمع. إن المشاركة المجتمعية – سواء بشكل فردي أو من خلال الجمعيات التي تسعى إلى تعزيز الصالح العام وتساعد في تقوية المجتمع المدني. حيث تعد مشاركة المجتمع وتنمية المجتمع جزءاً لا يتجزأ من التنمية المستدامة (Guidance on social responsibility, 2010, 60).

تتضمن المجالات الرئيسية لتنمية المجتمع والتي يمكن للمؤسسات أن تسهم فيها: (Guidance on social responsibility, 2010, p63 – 68).

- المشاركة المجتمعية: ويقصد بها التواصل الاستباقي الذي تقوم به المنظمة مع المجتمع. ويهدف إلى منع المشكلات وحلها، وتعزيز الشراكات مع المنظمات المحلية وأصحاب المصلحة والتطلع إلى أن تكون مواطناً تنظيمياً جيداً للمجتمع.
- التعليم والثقافة: وهما أساس التنمية الاجتماعية والاقتصادية وجزء من هوية المجتمع. إن الحفاظ على الثقافة وتعزيزها وتعزيز التعليم المتوافق مع احترام حقوق الإنسان له آثار إيجابية على التماسك الاجتماعي والتنمية.
- خلق فرص العمل وتنمية المهارات: وهو هدف معترف به دولياً يتعلق بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية. ومن خلال خلق فرص العمل، تستطيع جميع المنظمات أن تساهم في الحد من الفقر وتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية. كما تشكل تنمية المهارات عنصراً أساسياً في تعزيز العمالة ومساعدة الناس على تأمين وظائف لائقة ومنتجة، كما أنها حيوية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- تطوير التكنولوجيا والوصول إليها: للمساعدة في تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية، تحتاج المجتمعات وأعضاؤها إلى الوصول الكامل والأمن إلى التكنولوجيا الحديثة. ويمكن للمنظمات المساهمة في تنمية المجتمعات التي تعمل فيها من خلال تطبيق المعرفة والمهارات والتكنولوجيا المتخصصة بطريقة تعزز تنمية الموارد البشرية ونشر التكنولوجيا.
- تكوين الثروة الدخل: يمكن للمنظمات أن تساعد في خلق بيئة يمكن أن تزدهر فيها ريادة الأعمال، مما يحقق فوائد دائمة للمجتمعات. ويمكن للمنظمات أن تساهم بشكل إيجابي في تكوين الثروة والدخل من خلال برامج ريادة الأعمال، وتطوير الموردين المحليين، وتوظيف أفراد المجتمع، وكذلك من خلال الجهود الأوسع لتعزيز الموارد الاقتصادية والعلاقات الاجتماعية التي تسهل الرفاه الاقتصادي والاجتماعي أو تولد فوائد مجتمعية.

○ الصحة: وهي عنصر أساسي في حياة المجتمع وهي حق معترف به من حقوق الإنسان. لذا ينبغي لجميع المنظمات، الكبيرة والصغيرة على حد سواء، أن تحترم الحق في الصحة وينبغي أن تساهم، في حدود إمكانياتها وحسب الاقتضاء، في تعزيز الصحة، والوقاية من التهديدات والأمراض الصحية، والتخفيف من أي ضرر يلحق بالمجتمع.

○ الاستثمار الاجتماعي: ويحدث عندما تستثمر المنظمات مواردها في مبادرات وبرامج تهدف إلى تحسين الجوانب الاجتماعية لحياة المجتمع. قد تشمل أنواع الاستثمارات الاجتماعية المشاريع المتعلقة بالتعليم والتدريب والثقافة والرعاية الصحية وتوليد الدخل وتطوير البنية التحتية وتحسين الوصول إلى المعلومات أو أي نشاط آخر من شأنه أن يعزز التنمية الاقتصادية أو الاجتماعية.

يتضح مما سبق أن مشاركة وتنمية المجتمع يقصد بها علاقة المنظمة مع المجتمعات التي تعمل فيها. وتهدف مشاركة المجتمع إلى منع المشكلات وحلها، تعزيز الشراكات، المساهمة في تنمية المجتمع. وتكمن مجالات تلك المشاركة في المشاركة المجتمعية، التعليم والثقافة، خلق فرص العمل وتنمية المهارات، تطوير التكنولوجيا والوصول إليها، تكوين الثروة والدخل، الصحة، الاستثمار الاجتماعي.

المحور الثالث: البحث الميدانية وتفسير نتائجها:

تناول البحث في المحور الأول والثاني مفهوم السمعة المؤسسية وأهدافها وأبعادها، كما تناول مفهوم المواصفة الدولية للأبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) وأبعادها، وجاءت البحث الميدانية بهدف الوقوف على آراء أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر، حول درجة توفر أبعاد السمعة المؤسسية بأبعادها (الإبداع، المسؤولية المجتمعية، جودة الخدمة) ودرجة توافر المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة الأزهر في عدة أبعاد (الحوكمة المؤسسية، حقوق الانسان، ممارسات العمل، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك (الطلاب)، مشاركة وتنمية المجتمع).

ويتناول الباحثان في هذا المحور ما يلي:

أولاً أداة البحث وإجراءات تقنيها:

تم إعداد الأداة الرئيسة للبحث وهي (الاستبانة)؛ لتحقيق أهداف البحث الميدانية، وذلك بعد الاطلاع على بعض الدراسات السابقة، وعلى بعض الأدوات التي تم استخدامها في ذات مجال البحث، إضافة إلى الاعتماد على الإطار النظري الذي توصل إليه البحث الحالي، والاستفادة من ذلك كله في تحديد المحاور الرئيسة للاستبانة، وصياغة العبارات الفرعية داخل كل محور من محاورها، وهو ما يعبر عن الصورة الأولية للاستبانة، ثم عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال التربية وتم العمل بتوجيهاتهم.

تم مراعاة صدق وثبات أداة البحث من خلال ما يلي:

- إن تعديل عبارات الاستبانة تم في ضوء ما جرى من دراسات، وأبحاث في مجال السمعة المؤسسية والمواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بالجامعات.

- تم استخدام طريقة صدق المحكمين، حيث اعتمد الباحثان على الصدق الظاهري (صدق المحكمين) من خلال عرض الأداة على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بلغ عددهم (١٠) محكمين. وتم تحكيمهم لها بعد اطلاعهم على عنوان البحث، وأهدافها، والمقصود بأبرز مصطلحاتها إجرائياً، للحصول على ملاحظاتهم خصوصاً المتعلقة بمدى انتماء كل عبارة من عبارات الاستبانة لمحورها، وصدقها في الكشف عن المعلومات المرغوبة للدراسة، ومدى وضوح كل عبارة من العبارات وسلامة صياغتها، وسهولة فهم المراد منها ووضوح مضمونها، والحصول على مقترحاتهم لتحسين العبارات سواءً أكان ذلك من خلال: إشارتهم إلى حذف، أم إضافة، أم تعديل بعض العبارات، بالإضافة إلى التعرف على وجهة نظرهم في تدرج المقياس، ومدى ملاءمته لطبيعة البحث، وقدرته على إفادتها، وغير ذلك مما يروونه مناسباً.

- لحساب ارتباط الأبعاد بعضها ببعض تم حساب معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يلي:

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

بالنسبة للمحور الأول: واقع تطبيق أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة الأزهر:

جدول (٣) معامل ارتباط بيرسون للمحور الأول (واقع تطبيق أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة الأزهر)

البعد	الابداع	المسئولية المجتمعية	جودة الخدمة	اجمالي المحور
الابداع	١			
المسئولية المجتمعية	**٠.٦٤٥	١		
جودة الخدمة	**٠.٧٦٤	**٠.٧٨٢	١	
اجمالي المحور	**٠.٦٥٢	**٠.٧٤١	**٠.٧٦٤	١

بالنسبة للمحور الثاني: واقع السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر:

جدول (٤) معامل ارتباط بيرسون للمحور الثاني (واقع السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر)

البعد	الحوكمة المؤسسية	حقوق الانسان	ممارسات العمل	البيئة	الممارسات التشغيلية العادلة	قضايا الطلاب	مشاركة وتنمية المجتمع
الحوكمة المؤسسية	١						
حقوق الانسان	**٠.٦٥٢	١					
ممارسات العمل	**٠.٧٢٣	**٠.٧٧٧	١				
البيئة	**٠.٣٣٧	**٠.٧٥٩	**٠.٧٢٩	١			
الممارسات التشغيلية العادلة	**٠.٥٣٢	**٠.٤٩٢	**٠.٦٥٨	**٠.٧٥٤	١		
قضايا الطلاب	**٠.٧٥٥	**٠.٦٣٩	**٠.٥٨٧	**٠.٦٩١	**٠.٦٥١	١	
مشاركة وتنمية المجتمع	**٠.٨٠٤	**٠.٨٠٩	**٠.٧٩٧	**٠.٧٦٤	**٠.٦٩٨	**٠.٨١١	١

- لحساب معامل الثبات: تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ (باهي؛ والنمر، ٢٠٠٩، ١٠٧).

وجاءت نتائج قيم معاملات الثبات لمحاور الاستبانة وأبعادها كالتالي:

جدول (٥) قيم معاملات الثبات لمحاور الاستبانة وأبعادها

المحور	البعد	عدد العبارات	معامل الثبات
أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠	البعد الأول: الحوكمة التنظيمية.	٩	٠.٧٧٩
	البعد الثاني: حقوق الانسان.	٦	٠.٦٧٨
	البعد الثالث: ممارسات العمل.	٩	٠.٦٠٨
	البعد الرابع: البيئة.	٩	٠.٨٧٢
	البعد الخامس: الممارسات التشغيلية العادلة.	٨	٠.٨٦٥
	البعد السادس: قضايا الطلاب.	٨	٠.٦٩٢
	البعد السابع: مشاركة وتنمية المجتمع	٨	٠.٧١٢
	الإجمالي	٥٧	٠.٧٩٦
أبعاد السمعة المؤسسية	البعد الأول: الابداع.	٧	٠.٧١٩
	البعد الثاني: المسؤولية المجتمعية.	٦	٠.٧٢٢
	البعد الثالث: جودة الخدمة	٧	٠.٩٦٥
	الإجمالي	٢٠	٠.٨٤٩

يظهر من الجدول السابق أن قيمة ألفا كرونباخ جاءت مرتفعة، وهي قيمة مناسبة لأغراض البحث العلمي.

وبعد تقنين الاستبانة من حيث الصدق والثبات، تضمنت الاستبانة قي صورتها النهائية جزئين: الجزء الأول، البيانات الأولية الخاصة بالمستجيبين، بينما تضمن الجزء الثاني محورين أساسيين هما: المحور الأول فيتناول قياس مدى تحقق أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) بإجمالي ٥٧ عبارة ويتضمن سبعة أبعاد البعد الأول الحوكمة التنظيمية، البعد الثاني حقوق الإنسان، البعد الثالث ممارسات العمل، البعد الرابع البيئة، البعد الخامس الممارسات التشغيلية العادلة، البعد السادس قضايا المستهلك، البعد السابع مشاركة وتنمية المجتمع؛ أما المحور الثاني والخاص بقياس السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر بإجمالي ٢٠ عبارة فيتضمن ثلاثة أبعاد: البعد الأول الإبداع، البعد الثاني المسؤولية المجتمعية، البعد الثالث جودة الخدمة.

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

ويوضح الجدول التالي وصف محاور الاستبانة:

جدول (٦) وصف محاور الاستبانة

المحور	البعد	عدد العبارات	إجمالي الاستبانة
أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠	البعد الأول: الحوكمة التنظيمية.	٩	٥٧
	البعد الثاني: حقوق الانسان.	٦	
	البعد الثالث: ممارسات العمل.	٩	
	البعد الرابع: البيئة.	٩	
	البعد الخامس: الممارسات التشغيلية العادلة.	٨	
	البعد السادس: قضايا الطلاب.	٨	
	البعد السابع: مشاركة وتنمية المجتمع	٨	
أبعاد السمعة المؤسسية	البعد الأول: الابداع.	٧	٢٠
	البعد الثاني: المسؤولية المجتمعية.	٦	
	البعد الثالث: جودة الخدمة	٧	

ثانياً: مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في جميع أعضاء هيئة التدريس بالجامعة، ونظرًا لصعوبة دراسة المجتمع بأكمله من كافة الجوانب، تم اختيار عينة ممثلة، ويتوقف صدق تمثيلها على طريقة اختيارها وحجمها، والهدف من اختيارها هو الحصول على معلومات عن المجتمع الأصلي لها، وفي حالة اختيارها اختيارًا صحيحًا يمكن تعميم النتائج على المجتمع الذي اشتقت منه، وتم اختيار العينة باستخدام أسلوب التوزيع المتناسب مع حجم الطبقة. وبحساب الحد الأدنى للعينة العشوائية الممثلة لأعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر البالغ عددهم (١٢١٣٠) عضو هيئة تدريس (النشرة الإحصائية لجامعة الأزهر، ٢٠٢٢)، تبين أنه يساوي (٣٧٧) عضوًا، وقد تم حسابه باستخدام معادلة Krejcie & Morgan (Marguerite et al. 2006. 146)، وفيما يلي وصف لمجتمع وعينة البحث المستقتاة:

جدول (٧) وصف مجتمع البحث

المنطقة	الكلية		الدرجة		الإجمالي
	ك	%	أستاذ مساعد	أستاذ	
القاهرة	ك	%	١٣٦	٤٢٥	٩٥١
			%١٤.٣	%٤٤.٦٩	%١٠٠
	ك	%	١٧١	٣٩٧	١٠٦٩
			%١٦	%٣٧.١٤	%١٠٠
	ك	%	١٠٣٩	١٩٦٣	٥٠٣٠
			%٢٠.٦٦	%٣٩.٠٣	%١٠٠
وجه بحري	ك	%	٣١٥	٨١٤	٢٣٠٥
			%١٣.٦٧	%٣٥.٣١	%١٠٠
	ك	%	٨٢	٩٥	٣٤٥
			%٢٣.٧٧	%٢٧.٥٤	%١٠٠
	ك	%	٧٥	٩٠	٣٧١
			%٢٠.٢٢	%٢٤.٢٦	%١٠٠
وجه قبلي	ك	%	١٤٠	٣٩٣	١١١٢
			%١٢.٥٩	%٣٥.٣٤	%١٠٠
	ك	%	٩	١٥	٤٧
			%١٩.١٥	%٣١.٩١	%١٠٠
	ك	%	٢٠٥	٢٤٢	٩٠٠
			%٢٢.٧٨	%٢٦.٨٩	%١٠٠
إجمالي الأعداد					١٢١٣٠
إجمالي النسبة المئوية					%١٠٠

وباستخدام معادلة Krejcie & Morgan تبين أن الحد الأدنى للعينة الممثلة لمجتمع البحث يبلغ (٣٧٣) عضو هيئة تدريس، وعند توزيع ذلك العدد زتوزيعاً متناسباً مع حجم الطبقة وصل إلى (٣٨٨) عضواً، وذلك لتجنب الكسور في العدد، وقد قام الباحث بنشر وتوزيع الاستبانة إلكترونياً على عينة البحث المستهدفة، بالاعتماد على نموذج (Google Forms).

ويوضح الجدول التالي توزيع عينة البحث:

جدول (٨) وصف عينة البحث

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

المتغير	الفئة	ك	%
الدرجة العلمية	أستاذ	١٢٨	٣٣.٠
	أستاذ مساعد	١١١	٢٨.٦
	مدرس	١٤٩	٣٨.٤
المنصب الإداري	أشغل منصباً إدارياً	١٣٥	٣٤.٨
	شغلت منصباً إدارياً	٥٢	١٣.٤
	لم أشغل منصباً إدارياً	٢٠١	٥١.٨
تخصص الكلية	شرعي وعربي	٧٩	٢٠.٤
	نظري	١٢٢	٣١.٤
	عملي	١٨٧	٤٨.٢

ثالثاً المعالجة الإحصائية لبيانات البحث:

استخدم الباحثان الأساليب الإحصائية التالية:

- الوز النسبي: لوصف آراء عينة البحث حول متغيرات البحث ولتحديد مدى توافر العبارات الواردة في الاستبانة كما يساعد في ترتيب عبارات كل محور من محاور الاستبانة، كما يوضح الجدول التالي:

جدول (٩) مستوى ومدى الموافقة لكل استجابة

المدى	درجة التوفر والأهمية
من ١ وحتى (٠.٦٦+١) أي ١.٦٦	ضعيفة
من ١.٦٧ وحتى (٠.٦٦+ ١.٦٧) أي ٢.٣٣	متوسطة
من ٢.٣٤ وحتى (٠.٦٦+ ٢.٣٤) أي ٣ تقريباً	كبيرة

- الانحراف المعياري: لتحديد مدى تشتت استجابات أفراد عينة البحث عن قيم الوسط الحسابي (الوزن النسبي).

- تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA): ويهدف هذا التحليل إلى قياس دلالة الفروق بين مجموعتين أو أكثر؛ وذلك لمعرفة ما إذا كانت هذه الفروق راجعة إلى اختلاف حقيقي بين هذه المجموعات، أم أنها ترجع إلى ظروف التطبيق. وقد تم تطبيقه لقياس

-
- الفروق بين محاور الاستبانة بحسب متغيرات (الدرجة العلمية، نوع الكلية، الفرع).
- تحليل الانحدار الخطي: لمعرفة مدى أثر تطبيق معايير المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ على سمعة الجامعة.
 - معامل (ألفا كرونباخ) (Cronbrach's alpha) لحساب معامل الثبات لأداة البحث.
 - معامل ارتباط (بيرسون) لحساب صدق الاتساق الداخلي لأداة البحث، وقد تم حسابه على ارتباط الأبعاد بعضها ببعض في محوري البحث.
- رابعاً: عرض نتائج البحث وتفسيرها:

يتناول الباحثان في هذا الجزء نتائج البحث الميدانية وتفسيرها بالنسبة لمحوري البحث وذلك على النحو التالي:

١- النتائج الاجمالية لمحوري البحث:

يتم عرض النتائج الاجمالية لكل محور من خلال بيان الوزن النسبي، الانحراف المعياري، نسبة التحقق، درجة التحقق، والترتيب وذلك لكل بعد، وذلك على النحو التالي:

أ. النتائج الاجمالية للمحور الأول:

يوضح الجدول التالي النتائج الاجمالية لأبعاد المحور الأول والمتعلق بواقع تحقق أبعاد (المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة الأزهر):

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

جدول (١٠) النتائج الاجمالية لأبعاد المحور الأول والمتعلق بواقع تحقق أبعاد (المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة الأزهر)

الترتيب	درجة الموافقة	نسبة التحقق	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	البعد
٥	ضعيفة	٥٢.١٦	٠.٣٨٠	١.٥٦	الحوكمة التنظيمية
١	متوسطة	٥٦.٧٠	٠.٢٦١	١.٧٠	حقوق الانسان
٧	ضعيفة	٥٠.٣٨	٠.٢٩٥	١.٥١	ممارسات العمل
٦	ضعيفة	٥١.١١	٠.٢٣٤	١.٥٣	البيئة
٣	ضعيفة	٥٤.٢٤	٠.٣٠٧	١.٦٣	ممارسات التشغيل
٤	ضعيفة	٥٣.٥٨	٠.٣٤٥	١.٦١	قضايا المستهلك
٢	متوسطة	٥٦.٠٢	٠.٢٣٣	١.٦٨	مشاركة المجتمع
	ضعيفة	٥٣.١٢	٠.١٣٥	١.٥٩	إجمالي الأيزو

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاء اجمالي تحقق أبعاد المواصفة الدولية الأيزو بجامعة الأزهر بدرجة ضعيفة، بمتوسط موزون ١.٥٩، ونسبة تحقق ٥٣.١٢%.
- يظهر أن بعد حقوق الانسان جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي (١.٧٠) بين جميع الأبعاد، وهو متوسط ونسبة تحقق جيدة (٥٦.٧٠%). يمكن تفسير ذلك بأهمية حقوق الإنسان في المؤسسات والمجتمعات، والتركيز الشديد على تحقيقها بشكل كامل.
- يأتي بعد مشاركة وتنمية المجتمع في الترتيب الثاني بوزن نسبي (١.٦٨)، بتقدير متوسط للتحقق (٥٦.٠٢%) ويشير ذلك إلى أهمية مشاركة المجتمع في عمليات القرارات والتنمية المستدامة.
- جاء بعد ممارسات التشغيل العادلة في الترتيب الثالث بوزن نسبي (١.٦٣) ونسبة تحقق جيدة (٥٤.٢٤%)، ويمكن تفسير ذلك بأهمية الممارسات الفعالة في التشغيل والتنظيم داخل المؤسسات.

- جاء بعد قضايا المستهلك (الطلاب وأعضاء هيئة التدريس) في الترتيب الرابع بوزن نسبي (١.٦١) ونسبة تحقق جيدة (٥٣.٥٨%) ويعكس هذا الاهتمام بحقوق المستهلك وضمان حمايتها في سياق العمل التنظيمي.
- يظهر كلا البعدين (الحوكمة التنظيمية - البيئة) تحققاً ضعيفاً (٥٢.١٦% و ٥١.١١% على التوالي) مع أوزان نسبية متوسطة (١.٥٦ و ١.٥٣ على التوالي). هذا يشير إلى الحاجة الملحة إلى تحسين الممارسات العملية والاهتمام بالبيئة في السياق المقدم.
- يأتي بعد ممارسات العمل في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي (١.٥١) ويظهر تحققاً ضعيفاً نسبياً (٥٠.٣٨%) مع انحراف معياري متوسط (٠.٣٨٠). هذا يشير إلى الحاجة إلى تحسين بعض الممارسات الخاصة بالعمل.

ب. النتائج الاجمالية للمحور الثاني:

يوضح الجدول التالي النتائج الاجمالية لأبعاد المحور الأول والمتعلق بواقع تحقق أبعاد (السمعة المؤسسية بجامعة الأزهر):

جدول (١١) النتائج الاجمالية لأبعاد المحور الأول والمتعلق بواقع تحقق أبعاد (السمعة المؤسسية بجامعة الأزهر)

الترتيب	درجة الموافقة	نسبة التحقق	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	البعد
٣	ضعيفة	٥١.٠٣	٠.٣٤٣	١.٥٣	الإبداع
١	متوسطة	٥٧.٤١	٠.٣٦٢	١.٧٢	بعد المسؤولية المجتمعية
٢	ضعيفة	٥٤.٩٧	٠.٦٠٠	١.٦٥	جودة الخدمة
	ضعيفة	٥٤.٣٨	٠.٣١٤	١.٦٣	إجمالي السمعة

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت اجمالي تحقق السمعة المؤسسية بجميع أبعادها بدرجة ضعيفة بمتوسط موزون ١.٦٣ ونسبة تحقق ٥٤.٣٨%.

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- يظهر أن بعد المسؤولية المجتمعية جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي (١.٧٢) بين جميع الأبعاد، وهو متوسط ونسبة تحقق جيدة (٥٧.٤١%). وقد يُعزى التحقق الجيد إلى جهود الجامعة في خدمة المجتمع، مثل برامج التطوع والمشاريع التنموية والتطوعية.
 - يأتي بعد جودة الخدمة في الترتيب الثاني بوزن نسبي (١.٦٥)، بتقدير متوسط للتحقق (٥٤.٩٧%) وقد يُعزى التحقق الضعيف إلى عدم رضا بعض الطلاب وأعضاء هيئة التدريس عن جودة الخدمات المقدمة.
 - جاء بعد الإبداع في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي (١.٥٣) ويظهر تحققاً ضعيفاً نسبياً (٥١.٠٣%) وربما يدل ذلك على قد يُعزى التحقق الضعيف إلى ضعف الأنشطة الإبداعية من قبل الجامعة، أو ضعف الترويج لها.
- ٢- نتائج أبعاد المحور الأول والمتعلق بواقع تحقق أبعاد المواصفة الدولية (الأيزو ٢٦٠٠٠) بجامعة الأزهر:

يتضمن هذا المحور سبع أبعاد، ويمكن عرض نتائجها كما يلي:
 أ. بعد الحوكمة التنظيمية: يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعد (الحوكمة التنظيمية):

جدول (١٢) النتائج الخاصة ببعد (الحوكمة التنظيمية)

ترتيب	درجة الموافقة	نسبة التحقق	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	العبارات
١	متوسطة	٦١.٤٣	٠.٦٥٠	١.٨٤	تعكس أهداف الجامعة التزامها بالمسؤولية المجتمعية
٢	ضعيفة	٥٣.٤٤	٠.٦١٢	١.٦٠	تقوم الجامعة باستثمار مواردها المالية والبشرية بكفاءة.
٦	ضعيفة	٥٠.٧٧	٠.٦١٦	١.٥٢	تراعي الجامعة تحقيق التوازن بين احتياجاتها واحتياجات الأطراف الأخرى من ذوي المصلحة.
٧	ضعيفة	٥٠.٢٦	٠.٥٥٤	١.٥١	تمتلك جامعة الأزهر مجلس إدارة قوياً يدعم استراتيجية التنمية المستدامة.
٣	ضعيفة	٥٣.٠١	٠.٦٥١	١.٥٩	تتمتع جامعة الأزهر بثقافة إدارية تدعم

العبارة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	نسبة التحقق	درجة الموافقة	ترتيب
بيئة العمل المستدامة.					
تمتلك جامعة الأزهر نظاماً فعالاً لقياس وتقييم أداء المسؤولية الاجتماعية.	١.٥٤	٠.٦٠٧	٥١.٢٩	ضعيفة	٤
تشارك جامعة الأزهر مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في التخطيط وتنفيذ استراتيجية المسؤولية المجتمعية.	١.٥١	٠.٦٠٨	٥٠.١٧	ضعيفة	٨
تسعى جامعة الأزهر إلى التحسين المستمر في أداء المسؤولية الاجتماعية.	١.٥٣	٠.٦٠٧	٥١.٠٣	ضعيفة	٥
تلتزم جامعة الأزهر بالشفافية والمساءلة في جميع عملياتها وقراراتها.	١.٤٨	٠.٦١٢	٤٩.٣١	ضعيفة	٩

تُظهر النتائج من الجدول السابق أن جامعة الأزهر تُظهر مستوى ضعيفاً من الالتزام بمسؤوليتها المجتمعية في بعد "الحوكمة". حيث تتراوح درجات الموافقة بين ٤٩.٣١ و٦١.٤٣، مع انحرافات معيارية تتراوح بين ٠.٥٥٤ و٠.٦٥١. وتُشير قيم الوزن النسبي إلى أن العبارات الأكثر توافقاً من منظور المشاركين هي "تعكس أهداف الجامعة التزامها بالمسؤولية المجتمعية" و "تقوم الجامعة باستثمار مواردها المالية والبشرية بكفاءة". وتتفق هذه النتائج مع ما أشارت إليه دراسة (محمد، ٢٠١٧) والتي أشارت إلى أن كليات جامعة الأزهر بتفهمنا الأشراف لم تحقق الأداء المستهدف بشكل كامل، وأن هناك جوانب تقصير ترتبط بتطبيق مبادئ الحوكمة في هذه الكليات، الأمر الذي يتطلب اهتمام القادة بالتطبيق الأمثل لمبادئ الحوكمة لتحقيق الأهداف المنشودة. كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (مسعود، ٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن واقع عنصر القيادة والحوكمة بجامعة الأزهر جاء ضعيفاً، حيث تعاني الجامعة من ضعف الاهتمام بالتنمية المهنية للقيادات الأكاديمية، وضعف الإفصاح عن معايير واضحة ومحددة لاختيار القيادات الأكاديمية بالجامعة، كما لا يوجد نظام معن للتعاون بين القيادات الأكاديمية السابقة واللاحقة مما يفقد الجامعة الكثير من الجهود ويفقدها الطابع المؤسسي الذي يتم التأكيد عليه في التطوير طويل المدى حيث تبنى كل قيادة على ما توصلت إليه القيادات السابقة، علاوة على ضعف الاهتمام بوضع خطط للتعاقب الوظيفي للقيادات الأكاديمية بما يسمح بإعداد كوادر إدارية متميزة تكتسب

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

الخبرة العملية من خلال تواجدها في الميدان، علاوة على تجهيزها المسبق من خلال استهدافها بالبرامج التدريبية المناسبة قبل التحاقها بالوظائف الإدارية، كما أن الجامعة لا تهتم بنشر تقارير عن الأداء مما يؤكد على الشفافية بالإضافة إلى غياب نظام تقييم أداء القيادات الأكاديمية وتطويرهم مهنيًا.

وبترتيب العبارات حسب اوزانها النسبية نجد أنها جاءت في الترتيب التالي:

- جاءت العبارة "تعكس أهداف الجامعة التزامها بالمسؤولية المجتمعية:" في الترتيب الأول حيث حصلت بمتوسط موزون ١.٨٤ ونسبة توافر ٦١.٤٣%، مما يدل على إدراك المشاركين لأهمية ربط أهداف الجامعة بمسؤوليتها تجاه المجتمع.
- جاءت العبارة "تقوم الجامعة باستثمار مواردها المالية والبشرية بكفاءة" في الترتيب الثاني بمتوسط موزون ١.٦٠ ونسبة مئوية (٥٣.٤٤%) مما يشير إلى وجود مجال للتحسين في كفاءة استثمار الموارد.
- جاءت العبارة "تتمتع جامعة الأزهر بثقافة إدارية تدعم بيئة العمل المستدامة" في الترتيب الثالث، وتُشير النتيجة إلى وجود أرضية جيدة لثقافة إدارية داعمة للاستدامة، لكن يمكن تعزيزها من خلال مبادرات توعوية وبرامج تدريبية.
- جاءت العبارة "تمتلك جامعة الأزهر نظامًا فعالًا لقياس وتقييم أداء المسؤولية الاجتماعية" في الترتيب الرابع، وتُشير درجة الموافقة (٥١.٢٩) إلى وجود نظام لقياس وتقييم الأداء، لكن قد يحتاج إلى تحسين من حيث الفعالية والدقة.
- جاءت العبارة "تسعى جامعة الأزهر إلى التحسين المستمر في أداء المسؤولية الاجتماعية" في الترتيب الخامس، وتُشير النتيجة إلى التزام الجامعة بالتطوير المستمر، لكن يجب تحديد أهداف محددة قابلة للقياس لتحقيق تحسين ملموس.
- جاءت العبارة "تراعي الجامعة تحقيق التوازن بين احتياجاتها واحتياجات الأطراف الأخرى من ذوي المصلحة" في الترتيب السادس، وتُشير إلى اهتمام الجامعة بتحقيق التوازن بين احتياجاتها واحتياجات المجتمع، لكن يمكن تعزيز ذلك من خلال المزيد من المبادرات الملموسة.
- جاءت العبارة "تمتلك جامعة الأزهر مجلس إدارة قويًا يدعم استراتيجية التنمية المستدامة"

- في الترتيب السابع، وتُشير درجة الموافقة (٥٠.٢٦) إلى وجود حاجة لتقوية دور مجلس الجامعة في دعم استراتيجية التنمية المستدامة.
- جاءت العبارة "تشارك جامعة الأزهر مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في التخطيط وتنفيذ استراتيجية المسؤولية المجتمعية" في الترتيب الثامن، حيث تُعد مشاركة أصحاب المصلحة ممارسة مهمة، لكن يمكن تعزيزها من خلال آليات تواصل أكثر فاعلية وشمولاً.
- جاءت العبارة "تلتزم جامعة الأزهر بالشفافية والمساءلة في جميع عملياتها وقراراتها" في الترتيب التاسع، حيث تُعد الشفافية والمساءلة ركائز أساسية للمسؤولية المجتمعية، لكن يمكن تعزيزها من خلال نشر تقارير دورية عن مبادرات المسؤولية الاجتماعية وتسهيل التواصل مع أصحاب المصلحة.

ب. بعد حقوق الانسان: يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعده (حقوق الانسان):

جدول (١٣) النتائج الخاصة ببعده (حقوق الانسان)

ترتيب	درجة الموافقة	نسبة الموافقة	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	العبارات
١	متوسطة	٧٢.٠٠	٠.٥١٠	٢.١٦	١. تضع جامعة الأزهر سياسات وإجراءات لضمان احترام حقوق الإنسان في جميع أنشطتها.
٦	ضعيفة	٤٧.٧٧	٠.٦٠٤	١.٤٣	٢. تتصرف جامعة الأزهر بمسؤولية عند التعامل مع حالات المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان.
٥	ضعيفة	٥٢.٤٩	٠.٦٨٧	١.٥٧	٣. ترفض جامعة الأزهر المشاركة في أي أنشطة قد تؤدي إلى انتهاكات حقوق الإنسان.
٢	ضعيفة	٥٨.٤٢	٠.٤٣٢	١.٧٥	٤. توفر جامعة الأزهر آليات فعالة لمعالجة الشكاوى المتعلقة بحقوق الإنسان.
٤	ضعيفة	٥٤.٢١	٠.٦٥٧	١.٦٣	٥. يتم التعامل مع الشكاوى المتعلقة بحقوق الإنسان بجدية وشفافية.
٣	ضعيفة	٥٤.٩٠	٠.٦٢٠	١.٦٥	٦. يبتعد العاملون بالجامعة عن التمييز على أساس العرق أو النسب أو اللون.

يتضح من الجدول السابق ان العبارات تراوحت متوسطاتها بين ٢.١٦ و ١.٤٣، ونسب مئوية ٧١.٣١% و ٤٧.٧٧%، أي أنها تقع في فئة ضعيفة. لكنها أقرب إلى متوسطة، وتتفق

هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (جلال، وعبد القادر، ٢٠٢١)؛ حيث جاءت نسب التوافر لعبارات هذا البعد بنسب ضعيف نتيجة حاجة المقررات والممارسات التدريسية إلى توجيه الاهتمام بقضايا حقوق الإنسان. كما تتفق مع دراسة (بوشارب، وغيايد، ٢٠٢٠)، والتي اشارت إلى أن الممارسات الخاصة بقضايا حقوق الإنسان جاءت مطبقة جزئياً. وبترتيب العبارات حسب اوزانها النسبية نجد أنها جاءت في الترتيب التالي:

- جاءت العبارة "تضع جامعة الأزهر سياسات وإجراءات لضمان احترام حقوق الإنسان في جميع أنشطتها" في الترتيب الأول حيث حصلت بمتوسط موزون ٢.١٤ ونسبة توافر ٧١.٣١%، مما يدل على يدل على التزام جامعة الأزهر بإنشاء إطار عمل واضح لاحترام حقوق الإنسان في جميع ممارساتها، مما يُعد خطوة أساسية نحو تحقيق معايير ISO 26000.

- جاءت العبارة "توفر جامعة الأزهر آليات فعّالة لمعالجة الشكاوى المتعلقة بحقوق الإنسان" في الترتيب الثاني بمتوسط موزون ١.٧٥ ونسبة مئوية ٥٨.٤٢ ودرجة توافر ضعيفة، وربما يدل ذلك على وجود آليات لمعالجة الشكاوى، لكن قد تكون هذه الآليات غير معروفة أو غير مُستخدمة بشكل كافٍ.

- جاءت العبارة "يبتعد العاملون بالجامعة عن التمييز عل أساس العرق أو النسب أو اللون" في الترتيب الثالث، بمتوسط موزون ١.٦٥ ونسبة مئوية ٥٤.٩٠% مما قد يدل على وجود التزام عام من قبل العاملين بالجامعة بتجنب التمييز، لكن قد تكون هناك بعض الحالات الفردية من التمييز.

- جاءت العبارة "يتم التعامل مع الشكاوى المتعلقة بحقوق الإنسان بجدية وشفافية." في الترتيب الرابع، بمتوسط موزون ١.٦٣ ونسبة مئوية ٥٤.٢١% وتُشير النتيجة إلى وجود رغبة في معالجة الشكاوى بجدية وشفافية، لكن قد تكون هناك بعض الحالات التي لا يتم فيها معالجة الشكاوى بشكل كافٍ أو شفاف.

- جاءت العبارة "ترفض جامعة الأزهر المشاركة في أي أنشطة قد تؤدي إلى انتهاكات حقوق الإنسان." في الترتيب الخامس، بمتوسط موزون ١.٥٧ ونسبة مئوية ٥٢.٤٩%

وربما تُشير النتيجة إلى وجود بعض الحالات التي لا يتم فيها تطبيق هذا الالتزام بشكل صارم.

- جاءت العبارة "تتصرف جامعة الأزهر بمسؤولية عند التعامل مع حالات المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان." في الترتيب الأخير، بمتوسط موزون ١.٤٣ ونسبة مئوية ٤٧.٧٧% وتُشير النتيجة إلى ضعف وجود آليات واضحة لمعالجة حالات المخاطر، أو أن قد لا تمتلك جامعة الأزهر خطاً أو إجراءات محددة للتعامل مع حالات المخاطر المحتملة التي قد تؤثر على حقوق الإنسان.

ج. بعد ممارسات العمل: يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعيد (ممارسات العمل):

جدول (١٤) النتائج الخاصة ببعيد (ممارسات العمل)

العبارة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة	ترتيب
١. تحترم التعددية والتنوع الفكري والثقافي وتحارب التمييز.	١.٦٥	٠.٦٨٥	٥٥.١٥	ضعيفة	١
٢. تعتمد على ممارسات توظيف عادلة، وشفافة.	١.٤١	٠.٥٠٨	٤٦.٩٩	ضعيفة	٩
٣. توفر للعاملين بها برامج تنمية مهنية شاملة بما يضمن تكافؤ الفرص.	١.٤٣	٠.٥٣١	٤٧.٧٧	ضعيفة	٧
٤. تضع إجراءات إدارية تضمن المساواة في العمل.	١.٥٩	٠.٦٧٨	٥٣.٠١	ضعيفة	٣
٥. تملك أنظمة عمل مرنة تعزز فرص التطور المهني.	١.٤٢	٠.٤٩٤	٤٧.٢٥	ضعيفة	٨
٦. توفر ظروف العمل التي تتسجم في حدها الأدنى مع قوانين العمل.	١.٥١	٠.٥٠١	٥٠.٣٤	ضعيفة	٥
٧. توفر الرعاية الصحية المناسبة للعاملين.	١.٥٤	٠.٥٢٤	٥١.٣٧	ضعيفة	٤
٨. تمتلك نظاما عادلا وشفافا للبت في الشكاوى والإجراءات التأديبية.	١.٤٩	٠.٥٦٤	٤٩.٥٧	ضعيفة	٦
٩. تحارب المخالفات الأخلاقية من خلال نظام عقوبات ملن وواضح.	١.٦٣	٠.٥٩٩	٥٤.٢١	ضعيفة	٢

يتضح من الجدول السابق إلى أن نتائج التقييم في بعد ممارسات العمل جاءت بدرجة ضعيفة، حيث تتراوح نسب الموافقة بين ٤٧.٢٥ و ٥٢.٠٦، مع انحرافات معيارية تتراوح بين

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

٠.٥٤٥ و ٠.٦١٧. وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (جلال، وعبد القادر، ٢٠٢١)؛ حيث اشارت إلى أن كثرة الأعباء الخاصة بالتدريس والبحث العلمي والأعمال الادرية تؤدي إلى الانشغال عن هذه الممارسات بشكل كبير.

وجاءت ترتيب العبارات على النحو التالي:

- جاءت العبارة "تحترم التعددية والتنوع الفكري والثقافي وتحارب التمييز" في الترتيب الأول بنسبة موافقة ٥٥.١٥%، ووزن نسبي ١.٦٥. ويُظهر ذلك أهمية احترام التنوع والمساواة في بيئة العمل لدى المشاركين وقدرة الجامعة على احتضان العديد من التوجهات والتيارات الفكرية المعتدلة والثقافات المختلفة.
- جاءت العبارة "تحارب المخالفات الأخلاقية من خلال نظام عقوبات معن وواضح، في الترتيب الثاني بنسبة موافقة ٥٤.٢% ووزن نسبي ١.٦٣، ويشير ذلك إلى قدرة الجامعة على محاربة المخالفات الأخلاقية والتعامل معها.
- جاءت العبارة "تضع إجراءات إدارية تضمن المساواة في العمل" في الترتيب الثالث بنسبة موافقة ٥٣.٠١%، ووزن نسبي: ١.٥٩. وربما يشير ذلك إلى وجود إجراءات إدارية تُعزز المساواة، لكن قد تحتاج إلى مراجعة لضمان فعالية تطبيقها.
- جاءت العبارة "تملك أنظمة عمل مرنة تعزز فرص التطور المهني" في الترتيب الثامن، بنسبة موافقة ٤٧.٢٥%، ووزن نسبي: ١.٤٣، وتُشير النتيجة إلى ضعف مواكبة نظم العمل المتبعة لفرص التطور المهني المتسارعة في العصر الرقمي الذي تعيشه الجامعات.
- جاءت العبارة "تعتمد على ممارسات توظيف عادلة، وشفافة" في الترتيب الأخير بوزن نسبي ١.٤١، ونسبة موافقة ٤٦.٩٩%. وربما قد يشير ذلك إلى عدم رضا المشاركين عن ممارسات التوظيف المتبعة بالجامعة.

د. محور البيئة يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعده (البيئة):

جدول (١٥) النتائج الخاصة ببعء البيئـة

ترتيب	درجة الموافقة	نسبة الموافقة	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	العبارات
٣	ضعيفة	٥٢.٠٠	٠.٤٩٧	١.٥٦	١- تتميز خدمات الجامعة بأنها آمنة وغير ضارة بالبيئة.
٨	ضعيفة	٤٤.٨٥	٠.٥١٨	١.٣٥	٢- لا تؤدي خدمات الجامعة وأعمالها إلى تلوث الماء أو الهواء أو التربة.
٢	متوسطة	٥٩.٥٤	٠.٥٢٦	١.٧٩	٣- تراعي الجامعة بأن تكون المواد المستخدمة بها غير ضارة بالبيئة.
٤	ضعيفة	٤٨.٩٧	٠.٥٤٩	١.٤٧	٤- تقوم الجامعة بالاستخدام الأمثل للموارد المستخدمة في تقديم الخدمات.
١	متوسطة	٦٤.٨٦	٠.٥٧٩	١.٩٥	٥- تنظم جامعة الأزهر حملات توعية لطلابها وموظفيها حول أهمية منع التلوث.
٦	ضعيفة	٤٨.٢٠	٠.٥٩٣	١.٤٥	٦- توفر جامعة الأزهر أماكن مخصصة للتخلص من النفايات بشكل صحيح.
٩	ضعيفة	٤٤.٥٩	٠.٥٤٩	١.٣٤	٧- تشجع جامعة الأزهر على إعادة استخدام المواد وإعادة تدويرها.
٥	ضعيفة	٤٨.٧١	٠.٥٩٨	١.٤٦	٨- تستخدم جامعة الأزهر تقنيات موفرة للطاقة والمياه في مبانيها ومرافقها.
٧	ضعيفة	٤٧.٧٧	٠.٥٥٥	١.٤٣	٩- تشجع جامعة الأزهر على استخدام الطاقة المتجددة في مبانيها ومرافقها.

يتضح من الجدول السابق إلى أن نتائج التقييم في بعد البيئة جاءت بدرجة ضعيفة، حيث تتراوح نسب الموافقة بين ٤٤.٥٩% و ٦٤.٨٦%، مع انحرافات معيارية تتراوح بين ٠.٥٤٩ و ٠.٥٧٩. الأمر الذي يشير إلى ضعف ممارسات الجامعة في بعض القضايا المتصلة بالبيئة.

وبترتيب العبارات بحسب متوسطاتها ونسبها المئوية يتضح ما يلي:

- جاءت العبارة رقم ٥ "تنظم جامعة الأزهر حملات توعية لطلابها وموظفيها حول أهمية منع التلوث" حصلت على أعلى نسبة موافقة (٦٤.٨٦%) وتم تصنيفها كـ "متوسطة" الموافقة.

- جاءت العبارة رقم ٣ "تراعي الجامعة بأن تكون المواد المستخدمة بها غير ضارة بالبيئة" حصلت على المرتبة الثانية بنسبة موافقة ٥٩.٥٤% وتم تصنيفها كـ "متوسطة" الموافقة.
 - جاءت العبارة رقم ١ "تتميز خدمات الجامعة بأنها آمنة وغير ضارة بالبيئة" حصلت على المرتبة الثالثة بنسبة موافقة ٥٢.٠٠% وتم تصنيفها كـ "ضعيفة" الموافقة.
 - أربع عبارات أخرى حصلت على درجة موافقة "ضعيفة" وهي العبارات أرقام ٤، ٦، ٨، ٩.
 - العبارتان رقم ٢ و ٧ حصلتا على أدنى نسبة موافقة (٤٤.٨٥% و ٤٤.٥٩% على التوالي) وتم تصنيفهما كـ "ضعيفة" الموافقة.
 - بشكل عام، هناك تباين في درجات الموافقة على العبارات، حيث كانت هناك عبارتان فقط بدرجة "متوسطة" والباقي بدرجة "ضعيفة".
- يتضح من النتائج السابقة أن جامعة الأزهر تُظهر تقدماً في بعض المجالات البيئية، مثل تنظيم حملات توعية واختيار مواد غير ضارة بالبيئة. غير أنها بحاجة إلى مزيد من التحسين والتعزيز في مجالات أخرى، مثل الحد من تلوث الماء والهواء والتربة، وتحسين استخدام الموارد، وتشجيع إعادة استخدام المواد وإعادة تدويرها، واستخدام تقنيات موفرة للطاقة والمياه، وتشجيع استخدام الطاقة المتجددة. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (مسعود، ٢٠١٧) والتي أشارت إلى ضعف أداء الجامعة في مجال المسؤولية المجتمعية بسبب النظرة التقليدية للجامعة على أنها مؤسسة خدمية ينفق عليها من ميزانية الدولة مما يوجي بضعف الاهتمام بتسيخ ممارسات المحافظة على الطاقة والماء والتوسع في استخدام الطاقة المتجددة (مثل الطاقة الشمسية)، والنظر إلى الجامعة على أنها لا تستهلك الكثير من تلك الموارد مقارنة بالمؤسسات الانتاجية الأخرى خلافا للتوجهات الحديثة، بالإضافة إلى عدم وجود خطة لمراقبة الاستهلاك من الماء والطاقة (الكهرباء والغاز) ووضع أهداف مستقبلية لتقليله، وضعف ثقافة الاستدامة البيئية بين أفراد مجتمع الجامعة.

هـ. بعد الممارسات التشغيلية العادلة:

يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعد (ممارسات التشغيل العادلة):

جدول (١٦) النتائج الخاصة ببعد (ممارسات التشغيل العادلة)

العبارة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة	ترتيب
١- تشجع جامعة الأزهر ثقافة النزاهة والشفافية بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب.	١.٦٥	٠.٥٠٨	٥٥.١٥	ضعيفة	٣
٢- تطبق جامعة الأزهر سياسات وإجراءات فعالة لمنع الفساد ومكافحته.	١.٤٩	٠.٥٣١	٤٩.٦٦	ضعيفة	٨
٣- تشجع جامعة الأزهر منسوبيها على المشاركة في العملية السياسية بشكل مسؤول	١.٦١	٠.٦٢٤	٥٣.٦١	ضعيفة	٥
٤- تدعم جامعة الأزهر حرية التعبير والتجمع السلمي داخل حرم الجامعة.	١.٦٧	٠.٦١٣	٥٥.٧٦	متوسطة	٢
٥- تضمن جامعة الأزهر المساواة في الفرص للجميع في جميع مجالات عملها.	١.٧٨	٠.٦٣٦	٥٩.٣٦	متوسطة	١
٦- تحترم جامعة الأزهر حقوق الملكية الفكرية لجميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب.	١.٦٠	٠.٦٣٨	٥٣.١٨	ضعيفة	٦
٧- توفر جامعة الأزهر بيئة آمنة لحماية حقوق الملكية الفكرية.	١.٥١	٠.٦٣٧	٥٠.٢٦	ضعيفة	٧
٨- تبني الجامعة نظاماً فعالاً للرقابة الداخلية	١.٦٣	٠.٦٨٢	٥٤.٤٧	ضعيفة	٤

يتضح من الجدول السابق إلى أن نتائج التقييم في بعد ممارسات العمل جاءت بدرجة ضعيفة، حيث تتراوح نسب الموافقة بين ٥٩.٣٦ و ٤٩.٦٦، مع انحرافات معيارية تتراوح بين ٠.٦٣٦ و ٠.٥٣١.

وجاءت ترتيب العبارات على النحو التالي:

- جاءت العبارة "تضمن جامعة الأزهر المساواة في الفرص للجميع في جميع مجالات عملها" في الترتيب الأول بنسبة موافقة ٥٩.٣٦%، ووزن نسبي ١.٧٨ ودرجة توافر متوسطة. ويدل ذلك على وجود التزام من قبل جامعة الأزهر بتوفير فرص متساوية لجميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب، لكن قد تكون هناك بعض الحالات التي لا يتم فيها تطبيق هذا الالتزام بشكل كامل.

تمسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- جاءت العبارة "تدعم جامعة الأزهر حرية التعبير والتجمع السلمي داخل حرم الجامعة"، في الترتيب الثاني بنسبة موافقة ٥٥.٧٦% ووزن نسبي ١.٦٧، وبديل ذلك على وجود التزام من قبل جامعة الأزهر بدعم حرية التعبير والتجمع السلمي داخل حرم الجامعة بما لا يضر بالمؤسسة ولا بالأمن القومي، لكن قد تكون هناك بعض القيود على هذه الحرية في بعض الحالات.
 - جاءت العبارة "تشجع جامعة الأزهر ثقافة النزاهة والشفافية بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب" في الترتيب الثالث بنسبة موافقة ٥٥.١٥%، ووزن نسبي: ١.٦٥. وربما يدل ذلك على وجود رغبة من قبل جامعة الأزهر في تشجيع ثقافة النزاهة والشفافية، لكن قد لا تكون هذه الثقافة راسخة بشكل كافٍ في جميع أرجاء الجامعة.
 - جاءت العبارة "تبني الجامعة نظاماً فعالاً للرقابة الداخلية" في الترتيب الرابع، بنسبة موافقة ٥٤.٤٧%، ووزن نسبي: ١.٦٣، وتُشير النتيجة إلى وجود نظام للرقابة الداخلية في جامعة الأزهر، لكن قد لا يكون هذا النظام فعالاً بشكل كافٍ لضمان اتباع ممارسات التشغيل العادلة.
 - جاءت العبارة "توفر جامعة الأزهر بيئة آمنة لحماية حقوق الملكية الفكرية" في الترتيب السابع، بنسبة موافقة ٥٠.٢٦%، ووزن نسبي: ١.٥١، وتُشير النتيجة إلى وجود بعض الجهود من قبل جامعة الأزهر لحماية حقوق الملكية الفكرية، لكن قد لا تكون هذه الجهود كافية لخلق بيئة آمنة تماماً لحماية حقوق الملكية الفكرية لجميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب.
 - جاءت العبارة "تطبق جامعة الأزهر سياسات وإجراءات فعّالة لمنع الفساد ومكافحته." في الترتيب الأخير بوزن نسبي ١.٤٩، ونسبة موافقة ٤٩.٦٦%. وربما قد يشير ذلك إلى تبني جامعة الأزهر بعض السياسات والإجراءات لمنع الفساد ومكافحته بشتى الطرق، غير أنه من الممكن أن تكون بعض هذه السياسات غير فعّالة بشكل كافٍ.
- وتتفق هذه النتائج مع دراسة (مسعود، ٢٠١٧) حيث اشارت إلى ضعف في الممارسات المتعلقة بالممارسات العادلة، حيث جاء محور الممارسات العادلة بدجة توافر ٤٩.٦٠%

وأشارت إلى ضعف في الممارسات الخاصة بوضع نظام للبت في الشكاوى والإجراءات التأديبية، وممارسات التوظيف العادلة والشفافة، فضلاً عن ضعف معالجة شكاوى العاملين بشكل سريع نتيجة كثرة عدد الكليات مما يشكل ضغطاً على الإدارات المختصة.

و. بعد قضايا المستهلك:

يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعء (قضايا المستهلك):

جدول (١٧) النتائج الخاصة ببعء (قضايا المستهلك)

الترتيب	درجة الموافقة	نسبة الموافقة	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	العبارات
٣	ضعيفة	٥٣.١٨	٠.٦٥٤	١.٦٠	١- تُقدم جامعة الأزهر معلومات دقيقة وواقعية عن برامجها وخدماتها.
٤	ضعيفة	٥١.١٢	٠.٦٢٤	١.٥٣	٢- تُوفّر جامعة الأزهر بيئة تعليمية آمنة وصحية لطلابها.
٢	متوسطة	٦١.٣٤	٠.٦٥٥	١.٨٤	٣- تُقدم جامعة الأزهر خدمات صحية ووقائية لطلابها وأعضاء هيئة التدريس.
٦	ضعيفة	٤٩.٧٤	٠.٦٣٧	١.٤٩	٤- تُطبق جامعة الأزهر معايير عالية من السلامة والصحة المهنية في جميع مرافقها.
٧	ضعيفة	٤٨.٨٠	٠.٦١٥	١.٤٦	٥- تُشجع جامعة الأزهر على استخدام الموارد بشكل مستدام في جميع أنشطتها.
١	متوسطة	٦٢.٩٧	٠.٤٨٨	١.٨٩	٦- تُقدم جامعة الأزهر برامج توعية حول الاستهلاك المستدام وحماية البيئة.
٥	ضعيفة	٥٠.٦٠	٠.٦١٦	١.٥٢	٧- تُوفّر جامعة الأزهر قنوات فعّالة لتقديم الشكاوى وحل النزاعات.
٨	ضعيفة	٤٧.٩٤	٠.٦٢٢	١.٤٤	٨- تُعالج جامعة الأزهر الشكاوى والنزاعات بشكل عادل وفعّال.

يظهر من الجدول السابق ترتيب العبارات حسب نسبة التحقق، حيث إن العبارة رقم ٦ ومضمونها "تقدم جامعة الأزهر برامج توعية حول الاستهلاك المستدام وحماية البيئة" تحتل الترتيب الأول بنسبة موافقة ٦٢.٩٧%، والعبارة رقم ٨ ومضمونها "تُعالج جامعة الأزهر الشكاوى والنزاعات بشكل عادل وفعّال" في الترتيب الأخير بنسبة موافقة ٤٧.٩٤%. وربما

تأمين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

يكون ذلك قد يكون هذا ناتجاً عن الاهتمام المتزايد بالقضايا البيئية والاستدامة، حيث يعتبر الجمهور هذه الجوانب مهمة ويقدر جهود الجامعة في تقديم برامج توعية حولها. وجاءت العبارة رقم ٥ ومضمونها "تشجع جامعة الأزهر على استخدام الموارد بشكل مستدام في جميع أنشطتها." وعبارة رقم ٨ ومضمونها "تعالج جامعة الأزهر الشكاوى والنزاعات بشكل عادل وفعال" في الترتيب الأخير بمتوسط موزون ١.٤٦، ١.٤٦ على التوالي ونسبة تحقق ٤٧.٩٤، ٤٨.٨٠ على التوالي وبدرجة تحقق ضعيفة. وربما يرجع ذلك إلى ضعف آليات معالجة الشكاوى؛ حيث قد يعاني بعض الطلاب وأعضاء هيئة التدريس من صعوبة في تقديم الشكاوى، أو قد يشعرون بعدم رضاهم عن طريقة معالجة الشكاوى، إضافة إلى ضعف اتباع إجراءات عادلة وشفافة في معالجة الشكاوى والنزاعات. فضلاً عن قلة المبادرات الملموسة من قبل الجامعة لتعزيز الاستدامة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (جلال، وعبد القادر، ٢٠٢١) حيث جاءت بدرجة ضعيفة ويرجع ذلك إلى قوانين الكلية التي لا تضع في الاعتبار بشكل كافٍ فرص الحراك الأكاديمي للطلاب. مع التأكيد على أهمية قضايا الطلاب بالنسبة للكلية مما يجدر بها السعي إلى تعظيم استفادته وتحقيق أكبر قدر من الرضا لدى الطالب عن الخدمات المقدمة له.

ز. بعد مشاركة وتنمية المجتمع:

يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعيد (مشاركة وتنمية المجتمع):

جدول (١٨) النتائج الخاصة ببعد (مشاركة وتنمية المجتمع)

ترتيب	درجة الموافقة	نسبة الموافقة	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	العبارات
٦	ضعيفة	٤٩.٦٦	٠.٥٤٥	١.٤٩	١. تدعم جامعة الأزهر المبادرات والمشاريع التي تعود بالنفع على المجتمع المحلي.
٥	ضعيفة	٥١.٦٣	٠.٦٥١	١.٥٥	٢. تشجع جامعة الأزهر التطوع والخدمة المجتمعية بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب.
٤	متوسطة	٥٧.٣٩	٠.٦٨٦	١.٧٢	٣. تشجع جامعة الأزهر البحث العلمي والابتكار في المجالات ذات الصلة باحتياجات المجتمع المحلي.
١	متوسطة	٦٤.٢٦	٠.٥٣٣	١.٩٣	٤. تقدم جامعة الأزهر برامج تعليمية متنوعة تخدم احتياجات المجتمع المحلي.
٧	ضعيفة	٤٩.٤٠	٠.٦٢٩	١.٤٨	٥. تطور جامعة الأزهر من برامجها بما يتوافق وسوق العمل.
٨	ضعيفة	٤٧.٨٥	٠.٦٠٩	١.٤٤	٦. تقدم جامعة الأزهر برامج تدريبية وتنموية لتعزيز مهارات أعضاء المجتمع المحلي.
٣	متوسطة	٦٢.٣٧	٠.٥١٧	١.٨٧	٧. تدعم جامعة الأزهر ريادة الأعمال ونمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المجتمع المحلي.
٢	متوسطة	٦٢.٦٣	٠.٤٩١	١.٨٨	٨. تدعم جامعة الأزهر استخدام التكنولوجيا لتعزيز التواصل والتعاون بين أعضاء المجتمع المحلي.

يتضح من الجدول السابق أن على العبارات تقييماً: عبارة رقم ٤ ومضمونها "تقدم جامعة الأزهر برامج تعليمية متنوعة تخدم احتياجات المجتمع المحلي" بنسبة تحقق ٦٤.٢٦%، وعبارة رقم ٨ ومضمونها "تدعم جامعة الأزهر استخدام التكنولوجيا لتعزيز التواصل والتعاون بين أعضاء المجتمع المحلي" بنسبة تحقق ٦٢.٦٣%، وعبارة رقم ٧ ومضمونها "تدعم جامعة الأزهر ريادة الأعمال ونمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المجتمع المحلي" بنسبة تحقق ٦٢.٣٧%، وتشير تلك النتائج إلى إسهام تنوع البرامج التعليمية في جذب المزيد من الطلاب من مختلف شرائح المجتمع، مما يُعزز مشاركة الجامعة في تنمية المجتمع، فضلاً عن إسهام التكنولوجيا في ربط أفراد المجتمع بالجامعة، وتسهيل تبادل المعلومات والأفكار، وتعزيز التعاون في مختلف المجالات.

بينما جاءت العبارات التالية أدنى تقييماً وهي: عبارة رقم ١ ومضمونها "تدعم جامعة الأزهر المبادرات والمشاريع التي تعود بالنفع على المجتمع المحلي" بنسبة تحقق ٤٩.٦٦%،

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

عبارة رقم ٥ ومضمونها "تطور جامعة الأزهر من برامجها بما يتوافق وسوق العمل" بنسبة تحقق ٤٩.٤٠%، وعبارة رقم ٦ ومضمونها "تقدم جامعة الأزهر برامج تدريبية وتنموية لتعزيز مهارات أعضاء المجتمع المحلي" بنسبة تحقق ٤٧.٨٥%. وتشير تلك النتائج إلى شعور البعض بضعف مناسبة برامج الجامعة وملائمتها لاحتياجات سوق العمل، فضلاً عن شعور البعض بعدم كفاية البرامج التدريبية التي تقدمها الجامعة للمجتمع الخارجي أو عدم ملاءمتها لاحتياجاتهم.

٣- نتائج أبعاد المحور الثاني والمتعلق بواقع السمعة المؤسسية بجامعة الأزهر:

يتضمن هذا المحور ثلاثة أبعاد، ويعرض الباحثان نتائج هذا المحور على النحو التالي:

أ. البعد الأول: الإبداع: يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعد (الإبداع):

جدول (١٩) النتائج الخاصة ببعد (الإبداع)

العبارة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة	ترتيب
١- تمتلك إدارة الجامعة رؤية جيدة للمستقبل تعزز الإبداع داخل الجامعة	١.٥٩	٠.٥١٨	٥٢.٩٢	ضعيفة	٢
٢- تشجع الجامعة العاملين بها على اقتراح أفكار ومقترحات جديدة.	١.٥٤	٠.٥٤٩	٥١.٢٠	ضعيفة	٤
٣- توفر جامعة الأزهر بيئة داعمة لطلابها وموظفيها لتنمية مهاراتهم الإبداعية.	١.٤٠	٠.٥٤٦	٤٦.٧٤	ضعيفة	٧
٤- تحرص الجامعة على اقتراح أساليب جديدة لأداء العمل.	١.٤٩	٠.٥٧٣	٤٩.٨٣	ضعيفة	٦
٥- تنفذ الجامعة القواعد والإجراءات التنظيمية التي تسهل المرونة لدى العاملين.	١.٦٠	٠.٥٦٤	٥٣.٣٥	ضعيفة	١
٦- تدعم الجامعة ثقافة العمل الجماعي بين العاملين.	١.٥٣	٠.٥٦٨	٥٠.٨٦	ضعيفة	٥
٧- تعدل الجامعة من خططها استجابة للمتغيرات بمرونة كبيرة.	١.٥٧	٠.٥٥٠	٥٢.٤١	ضعيفة	٣

يتضح من الجدول السابق أن أعلى العبارات تقيماً كانت: عبارة رقم ٥ ومضمونها "تنفذ الجامعة القواعد والإجراءات التنظيمية التي تسهل المرونة لدى العاملين" بنسبة تحقق

٥٣.٣٥%، وعبارة رقم ١ ومضمونها "تمتلك إدارة الجامعة رؤية جيدة للمستقبل تعزز الابداع داخل الجامعة" بنسبة تحقق ٥٢.٩٢%، وعبارة رقم ٧ ومضمونها "تعديل الجامعة من خططها استجابة للمتغيرات بمرونة كبيرة" بنسبة تحقق ٥٢.٤١%، ويدل ذلك على إدراك العاملين أهمية المرونة في العمل، ويُقدرون جهود الجامعة في تنفيذ قواعد وإجراءات تنظيمية تُسهّل عليهم أداء مهامهم بشكل إبداعي، وهي درجة تكاد تقترب من متوسطة.

بينما جاءت العبارات التالية أدنى تقييماً وهي: عبارة رقم ٤ ومضمونها "تحرص الجامعة على اقتراح أساليب جديدة لأداء العمل" بنسبة تحقق ٤٩.٨٣%، وعبارة رقم ٣ ومضمونها "تُوفّر جامعة الأزهر بيئة داعمة لطلابها وموظفيها لتنمية مهاراتهم الإبداعية" بنسبة تحقق ٤٦.٧٤%، وربما تدل تلك النتائج إلى شعور بعض العاملين بعدم وجود مبادرات كافية من قبل الجامعة لتشجيع اقتراح أساليب جديدة لأداء العمل، فضلاً عن تفضيل بعض العاملين التركيز على تحسين أداء مهامهم الحالية بدلاً من اقتراح أساليب جديدة قد لا تُطبّق. إضافة إلى شعور بعض الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بضعف وجود بيئة كافية لدعم مهاراتهم الإبداعية، مثل برامج التنمية المهنية، وورش العمل، والفرص للمشاركة في الأنشطة الإبداعية.

وتتفق نتائج هذا البعد مع ما توصلت إليه دراسة (سعدون، ٢٠١٧) حيث أشارت إلى أن من معوقات الإبداع التنظيمي بالجامعة غياب الثقافة التنظيمية المشجعة على الإبداع بكلّيات الجامعة، نتيجة غياب رؤية مشتركة وتوجه عام للكليات يلتزم بها أفرادها العاملين بها، وكذا اهتمام قيادات تلك الكليات بالجانب الوظيفي وإهمال بعض الجوانب المتعلقة بنشر القيم والمعتقدات والمفاهيم المشجعة على الإبداع، إضافة إلى سيادة النزعة الفردية لدى البعض من أعضاء هيئة التدريس داخل الجامعة.

ب. البعد الثاني: المسؤولية المجتمعية:

يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعد (المسؤولية المجتمعية):

تعيين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

جدول (٢٠) النتائج الخاصة ببعد (المسؤولية المجتمعية)

الترتيب	درجة الموافقة	نسبة الموافقة	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	العبارات
٦	ضعيفة	٤٦.١٣	٠.٦٥٨	١.٣٨	١. تسهم الجامعة في تحديد حاجات المجتمع والتخطيط لتلبيتها.
٣	متوسطة	٥٨.٥٩	٠.٥٠١	١.٧٦	٢. تشارك الجامعة في المجال التطوعي لخدمة المجتمع.
١	متوسطة	٦٦.٧٥	٠.٥٧٣	٢.٠٠	٣. تعمل على استحداث تخصصات جديدة وفقاً لاحتياجات سوق العمل.
٤	متوسطة	٥٥.٨٤	٠.٧٧٦	١.٦٨	٤. تشارك الجامعة أفراد المجتمع في البحوث والدراسات التي تفيد المجتمع.
٥	ضعيفة	٥٣.٥٢	٠.٧٢٤	١.٦١	٥. توظف الجامعة البحث العلمي لخدمة قضايا المجتمع المختلفة
٢	متوسطة	٦٤.٣٥	٠.٦٠٤	١.٩٣	٦. تقدم الاستشارات العلمية لمؤسسات المجتمع أو أفرادهم.

تُظهر نتائج التقييم في الجدول السابق أن نسبة الموافقة على المسؤولية المجتمعية لجامعة الأزهر كانت متوسطة، حيث تتراوح بين ٤٦.١٣% و ٦٦.٧٥%، وكانت أعلى العبارات تقييماً: عبارة رقم ٣ ومضمونها "تعمل على استحداث تخصصات جديدة وفقاً لاحتياجات سوق العمل" بنسبة تحقق ٦٦.٧٥%، وعبارة رقم ٦ ومضمونها "تقدم الاستشارات العلمية لمؤسسات المجتمع أو أفرادهم" بنسبة تحقق ٦٤.٣٥%، وعبارة رقم ٢ ومضمونها "تشارك الجامعة في المجال التطوعي لخدمة المجتمع" بنسبة تحقق ٥٨.٥٩%، وربما يدل ذلك إدراك الطلاب وأعضاء هيئة التدريس أهمية تخصصات الجامعة في تلبية احتياجات سوق العمل، فضلاً عن جهود الجامعة في استحداث تخصصات جديدة تواكب التطورات في مختلف المجالات. وجهودها في تقديم الاستشارات العلمية التي تُساهم في حل مشكلاتهم وتطوير مجتمعهم.

وكانت أدنى العبارات تقييماً: عبارة رقم ٥ ومضمونها "توظف الجامعة البحث العلمي لخدمة قضايا المجتمع المختلفة" بنسبة تحقق ٥٣.٥٢%، وعبارة رقم ١ ومضمونها "تسهم الجامعة في تحديد حاجات المجتمع والتخطيط لتلبيتها" بنسبة تحقق ٤٦.١٣%، وربما يدل ذلك على شعور بعض أفراد المجتمع بعدم وجود مبادرات كافية من قبل الجامعة لتطبيق

نتائج البحث العلمي في خدمة قضايا المجتمع، فضلاً عن قد يشعر بعض أفراد المجتمع بعدم مشاركتهم بشكل كافٍ في تحديد احتياجات المجتمع، أو قد يشعرون بعدم وجود آليات واضحة لتحديد هذه الاحتياجات.

وتتفق تلك النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (الشخاترة، ٢٠١٨) حيث جاءت المسؤولية المجتمعية بدرجة ضعيفة، وأشارت إلى ضعف إسهام الجامعة في تحديد حاجات المجتمع والتخطيط لتلبيتها، فضلاً عن ضعف إشراك أفراد المجتمع في البحوث والدراسات التي تفيد المجتمع. كما تتفق مع دراسة (مسعود، ٢٠١٧) والتي أشارت إلى ضعف المسؤولية المجتمعية لجامعة الأزهر في جميع أبعادها (الحوكمة، الاستدامة البيئية والمجتمعية، الممارسات العادلة).

ج. البعد الثالث: جودة الخدمة:

يوضح الجدول التالي النتائج الخاصة ببعد (جودة الخدمة):

جدول (٢١) النتائج الخاصة ببعد (جودة الخدمة)

العبارة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة	ترتيب
١- تحرص إدارة الجامعة على جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين.	١.٦١	٠.٦٠٦	٥٣.٦٩	ضعيفة	٧
٢- يوفر نظام العمل بالجامعة معلومات تعكس احتياجات المستفيدين من خدماتها.	١.٦٣	٠.٦٦٣	٥٤.٣٨	ضعيفة	٦
٣- يتميز نظام العمل بالجامعة بقدرات تحليلية واستنتاجية تدعم صنع القرار.	١.٦٥	٠.٦٦٠	٥٤.٩٠	ضعيفة	٤
٤- تتوافق البرامج التعليمية المقدمة مع احتياجات سوق العمل	١.٦٤	٠.٦٦٨	٥٤.٨١	ضعيفة	٥
٥- تلتزم الجامعة بتوفير كافة التجهيزات الضرورية لتقديم أفضل الخدمات.	١.٦٧	٠.٦٦٧	٥٥.٥٨	متوسطة	٢
٦- تُقدم جامعة الأزهر خدمات دعم فنية وإدارية فعالة لطلابها وموظفيها.	١.٦٦	٠.٦٥٣	٥٥.٣٣	ضعيفة	٣
٧- تُقدم جامعة الأزهر برامج تدريبية وتطويرية لطلابها وموظفيها لتحسين مهاراتهم	١.٦٩	٠.٦٤١	٥٦.٣٦	متوسطة	١

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

يظهر من الجدول السابق أن نسبة الموافقة على جودة الخدمة في جامعة الأزهر متوسطة، حيث تتراوح بين ٥٣.٦٩% و ٥٦.٣٦%، وكانت أعلى العبارات تقييماً: عبارة رقم ٧ ومضمونها "تقدم جامعة الأزهر برامج تدريبية وتطويرية لطلابها وموظفيها لتحسين مهاراتهم" بنسبة تحقق ٥٦.٣٦%، وعبارة رقم ٥ ومضمونها "تلتزم الجامعة بتوفير كافة التجهيزات الضرورية لتقديم أفضل الخدمات" بنسبة تحقق ٥٥.٥٨%، وعبارة رقم ٦ ومضمونها "تقدم جامعة الأزهر خدمات دعم فنية وإدارية فعّالة لطلابها وموظفيها" بنسبة تحقق ٥٥.٣٣%، ويدل ذلك على إدراك الطلاب وأعضاء هيئة التدريس أهمية البرامج التدريبية والتطويرية في تحسين مهاراتهم، ويُقدرون جهود الجامعة في توفير هذه البرامج، إضافة إلى جهود الجامعة في توفير التجهيزات المناسبة لتقديم الخدمات بشكل أفضل إيماناً منها بضرورة تلك التجهيزات في تحسين بيئة العمل وتعزيز رضا المستفيدين من خدمات الجامعة.

وكانت أدنى العبارات تقييماً: عبارة رقم ٦ ومضمونها "يوفر نظام العمل بالجامعة معلومات تعكس احتياجات المستفيدين من خدماتها" بنسبة تحقق ٥٤.٣٨%، وعبارة رقم ١ ومضمونها "تحرص إدارة الجامعة على جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين" بنسبة تحقق ٥٣.٦٩%، ويدل ذلك على شعور بعض الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بعدم كفاية المعلومات المتاحة لهم حول احتياجات المستفيدين من خدمات الجامعة.

٤- نتائج أثر أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠ على السمعة المؤسسية بجامعة الأزهر:

يوضح الجدول التالي نتائج الانحدار الخطي البسيط لأثر تطبيق أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠ على السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر:

النموذج	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
١	a٠.٨٤٧	٠.٧١٨	٠.٧١٧	٠.١٦٦٩١

يتضح من الجدول السابق ما يلي

- يُشير معامل التحديد (R square) (0.718) إلى أن ٧١.٨% من التباين في السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر يُمكن تفسيره من خلال تطبيق أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠.

- وبمعنى آخر أن ٧١.٨% من تغير السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر يمكن تفسيره من خلال تطبيق أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠.

- يُشير المعدل لمعامل التحديد Adjusted R square (0.717) إلى أن ٧١.٧% من التباين في السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر يُمكن تفسيره من خلال تطبيق أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠، مع الأخذ في الاعتبار عدد المتغيرات في النموذج.

- يُشير الخطأ المعياري للتقدير (Std. Error of the Estimate) (0.16691) إلى متوسط الانحراف المتوقع بين القيم المتوقعة والقيم الفعلية للسمعة المؤسسية لجامعة الأزهر. فكلما انخفضت قيمة الخطأ المعياري للتقدير، زادت دقة النموذج في توقع السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر.

تُشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة إيجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين تطبيق أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠ والسمعة المؤسسية لجامعة الأزهر. وتُشير النتائج إلى أن تطبيق أبعاد الأيزو ٢٦٠٠٠ يُساهم بشكل كبير في تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر.

المحور الرابع: التصور المقترح للبحث:

يتناول هذا المحور التصور المقترح لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠، من حيث: (أهداف التصور، منطلقاته، عناصره، آليات تطبيقه، مؤشرات تنفيذه، معوقات تطبيقه). وذلك على النحو التالي:

أ. هدف التصور المقترح:

يهدف التصور المقترح إلى تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر وتعزيز مكانتها كجامعة رائدة على المستوى المحلي والدولي في ضوء تبني أبعاد المواصفة الدولية ISO 26000، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- تعزيز التزام الجامعة بمعايير المسؤولية المجتمعية والأخلاقية.
- تطبيق مبادئ الحوكمة الرشيدة في جميع أنشطة الجامعة.
- احترام حقوق الإنسان وحماية حقوق جميع أعضاء مجتمع الجامعة.
- ضمان بيئة عمل عادلة وصحية لجميع أعضاء مجتمع الجامعة.
- تقليل التأثير البيئي لأنشطة الجامعة.
- تحقيق ممارسات تشغيل عادلة في جميع أنشطة الجامعة ومجالات العمل بها.
- توفير خدمات عالية الجودة للطلاب واحترام حقوق المستهلك.
- تعزيز المشاركة الفاعلة للجامعة في تنمية المجتمع المحلي.

ب. منطلقات التصور المقترح:

يستند التصور المقترح إلى مجموعة من المنطلقات، منها:

- أهمية السمعة المؤسسية في تحقيق أهداف المؤسسات وتعزيز مكانتها في المجتمع: السمعة المؤسسية هي واحدة من أهم الأصول غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسات، لأنها تعكس الصورة الذهنية للجمهور عن المؤسسة ومدى الثقة بها. تعتبر سمعة الشركات عاملاً مهماً في تحقيق أهداف المؤسسات، لأنها تساعد على جذب المزيد من العملاء والمستثمرين، وتعزيز مكانتهم في السوق، ورفع مستوى رضا موظفيها. وبالنسبة لجامعة الأزهر، فالسمعة المؤسسية أهمية خاصة، حيث تعتبر من أهم المؤسسات العلمية والثقافية في العالم الإسلامي، وتؤدي دوراً هاماً في نشر الدين الإسلامي والثقافة الإسلامية والعربية. ولذلك، فإن تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر سيساعدها على تحقيق أهدافها وتعزيز مكانتها في المجتمع المحلي والدولي.
- التزام جامعة الأزهر بتنفيذ المعيار الدولي الأيزو 26000
تلتزم جامعة الأزهر بتنفيذ معايير المواصفة الدولية ISO 26000، الذي يتناول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات. وينص هذا المعيار على وجوب التزام المنظمات بمجموعة من المعايير المتصلة بالمسؤولية المجتمعية، بما في ذلك حقوق الإنسان والعمل، والبيئة والمستهلك (الطالب) والمجتمع.

يعتبر التزام جامعة الأزهر بتنفيذ المعيار الدولي ISO 26000 نقطة انطلاق مهمة لتحسين سمعتها المؤسسية، حيث يعكس هذا الالتزام حرص الجامعة على الالتزام بمعايير المسؤولية المجتمعية والأخلاقية.

- ضرورة وضع آليات جديدة لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر
تدرك جامعة الأزهر أهمية تحسين السمعة المؤسسية، وقد اتخذت مجموعة من الإجراءات والأنشطة من أجل تحقيق ذلك. ومع ذلك، هناك حاجة إلى تطوير آليات جديدة لتحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر، من أجل مواكبة التطورات والتحديات التي تواجه الجامعة.

ج. عناصر التصور المقترح:

يتضمن التصور المقترح مجموعة من العناصر تشمل ما يلي:

❖ الحوكمة المؤسسية:

- التزام الجامعة بالمسؤولية المجتمعية: أن تعكس أهداف الجامعة التزامها بالمسؤولية المجتمعية
- استثمار الموارد بكفاءة: أن تقوم الجامعة باستثمار مواردها المالية والبشرية بكفاءة.
- التوازن بين احتياجات كافة الأطراف: أن تراعي الجامعة تحقيق التوازن بين احتياجاتها واحتياجات الأطراف الأخرى من ذوي المصلحة.
- مجلس إدارة قوي: أن تمتلك جامعة الأزهر مجلس إدارة قوياً يدعم استراتيجية التنمية المستدامة.
- ثقافة إدارية داعمة: أن تتمتع جامعة الأزهر بثقافة إدارية تدعم بيئة العمل المستدامة.
- نظام لقياس الأداء: أن تمتلك جامعة الأزهر نظاماً فعالاً لقياس وتقييم أداء المسؤولية المجتمعية.
- المشاركة مع أصحاب المصلحة: أن تشارك جامعة الأزهر مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في التخطيط وتنفيذ استراتيجية المسؤولية المجتمعية.

- الالتزام بالشفافية والمساءلة: أن تلتزم جامعة الأزهر بالشفافية والمساءلة في جميع عملياتها وقراراتها.

❖ حقوق الانسان:

- احترام حقوق الإنسان: أن تضع الجامعة سياسات وإجراءات لضمان احترام حقوق الإنسان في جميع أنشطتها.
- المسؤولية عند التعامل مع المخاطر: أن تتصرف الجامعة بمسؤولية عند التعامل مع حالات المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان.
- رفض المشاركة في انتهاك حقوق الإنسان: أن ترفض الجامعة المشاركة في أي أنشطة قد تؤدي إلى انتهاكات حقوق الإنسان.
- توفير آليات لمعالجة الشكاوى: أن توفر الجامعة آليات فعالة لمعالجة الشكاوى المتعلقة بحقوق الإنسان.
- مجابهة التمييز: أن يبتعد العاملون بالجامعة عن التمييز على أساس العرق أو النسب أو اللون.

❖ ممارسات العمل:

- التعددية والتنوع: أن تحترم التعددية والتنوع الفكري والثقافي وتحارب التمييز.
- توظيف عادل وشفاف: أن تعتمد على ممارسات توظيف عادلة، وشفافة.
- توفير برامج تنمية مهنية: أن توفر للعاملين بها برامج تنمية مهنية شاملة بما يضمن تكافؤ الفرص.
- المساواة في العمل: أن تضع إجراءات إدارية تضمن المساواة في العمل.
- أنظمة عمل مرنة: أن تمتلك أنظمة عمل مرنة تعزز فرص التطور المهني.
- رعاية صحية مناسبة: أن توفر الرعاية الصحية المناسبة للعاملين.
- نظام للشكاوى: أن تمتلك نظاما عادلا وشفافا للبت في الشكاوى والإجراءات التأديبية.

❖ البيئة

- خدمات آمنة: أن تتميز خدمات الجامعة بأنها آمنة وغير ضارة بالبيئة.
- منع تلوث البيئة: لا تؤدي خدمات الجامعة وأعمالها إلى تلوث الماء أو الهواء أو التربة.
- تراعي الجامعة بأن تكون المواد المستخدمة بها غير ضارة بالبيئة.
- حملات توعية: أن تنظم جامعة الأزهر حملات توعية لطلابها وموظفيها حول أهمية منع التلوث.
- آلية للتخلص من النفايات: أن توفر الجامعة أماكن مخصصة للتخلص من النفايات بشكل صحيح.
- إعادة الاستخدام والتدوير: أن تشجع الجامعة على إعادة استخدام المواد وإعادة تدويرها.

❖ ممارسات التشغيل العادلة:

- ثقافة الشفافية: أن تشجع الجامعة ثقافة النزاهة والشفافية بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب.
- منع الفساد وسبل مكافحته: أن تطبق الجامعة سياسات وإجراءات فعّالة لمنع الفساد ومكافحته.
- المشاركة السياسية: أن تشجع الجامعة منسوبيها على المشاركة في العملية السياسية بشكل مسؤول، وأن تدعم الجامعة حرية التعبير والتجمع السلمي داخل حرم الجامعة.
- المساواة في الفرص: أن تضمن الجامعة المساواة في الفرص للجميع في جميع مجالات عملها.
- حقوق الملكية الفكرية: أن تحترم الجامعة حقوق الملكية الفكرية لجميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب، وأن توفر بيئة آمنة لحماية حقوق الملكية الفكرية.

❖ قضايا المستهلك (الطلاب وأعضاء هيئة التدريس):

تأمين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- معلومات دقيقة وواضحة: أن تُقدم الجامعة معلومات دقيقة وواقعية عن برامجها وخدماتها.
- بيئة تعليمية آمنة وخدمات صحية مناسبة: أن تُوفر الجامعة بيئة تعليمية آمنة وصحية لطلابها، وأن تقدم خدمات صحية ووقائية لطلابها وأعضاء هيئة التدريس.
- معايير السلامة والصحة المهنية: أن تُطبق الجامعة معايير عالية من السلامة والصحة المهنية في جميع مرافقها.
- برامج توعية: أن تقدم الجامعة برامج توعية حول الاستهلاك المستدام وحماية البيئة، وأن تُشجع على استخدام الموارد بشكل مستدام في جميع أنشطتها.
- قنوات للشكاوى: أن تُوفر الجامعة قنوات فعالة لتقديم الشكاوى وحل النزاعات، وأن تعمل على معالجة الشكاوى والنزاعات بشكل عادل وفعال.

❖ مشاركة وتنمية المجتمع:

- دعم المبادرات المجتمعية: أن تدعم الجامعة المبادرات والمشاريع التي تعود بالنفع على المجتمع المحلي.
- التطوع وخدمة المجتمع: أن تُشجع الجامعة التطوع والخدمة المجتمعية بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب.
- تسخير البحث العلمي لخدمة المجتمع: أن تُشجع الجامعة البحث العلمي والابتكار في المجالات ذات الصلة باحتياجات المجتمع المحلي.
- برامج تعليمية متنوعة: أن تقدم الجامعة برامج تعليمية متنوعة تخدم احتياجات المجتمع المحلي، وأن تطور من برامجها بما يتوافق وسوق العمل.
- برامج تدريبية متنوعة: أن تُقدم الجامعة برامج تدريبية وتنموية لتعزيز مهارات أعضاء المجتمع المحلي.
- دعم ريادة الأعمال: أن تدعم الجامعة ريادة الأعمال ونمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المجتمع المحلي.

-
- استخدام التكنولوجيا لتسهيل التواصل مع المجتمع: أن تدعم الجامعة استخدام التكنولوجيا لتعزيز التواصل والتعاون بين أعضاء المجتمع المحلي.

د. آليات تطبيق التصور المقترح:

يتطلب تحقيق التصور المقترح وتطبيقه مجموعة من الآليات يمكن تحديدها فيما يلي:

❖ الحوكمة المؤسسية:

- وضع سياسة واضحة للمسؤولية المجتمعية تتماشى مع قيم الجامعة ورؤيتها ورسالتها: على أن يتم ذلك من قبل لجنة مختصة تضم ممثلين من مختلف أصحاب المصلحة، مثل الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين والإدارة.
 - إنشاء وحدة في الهيكل التنظيمي للجامعة مثل (قسم أو إدارة المسؤولية المجتمعية أو لجنة الاستدامة)، يقوم بالإشراف على تطبيق سياسة المسؤولية المجتمعية ويضمن دمجها في جميع أنشطة الجامعة. على أن يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات بوضوح للعاملين بقسم أو إدارة المسؤولية المجتمعية؛ لضمان فعالية إنشاء تلك الوحدة.
 - تقييم أداء الجامعة بانتظام في مجال المسؤولية المجتمعية من خلال مؤشرات محددة، مثل عدد المبادرات المجتمعية التي تم تنفيذها على أرض الواقع بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني.
 - تعزيز الشفافية والمساءلة من خلال نشر تقارير سنوية عن ممارسات المسؤولية المجتمعية للجامعة، على أن يتم نشر هذه التقارير وعرضها للجمهور من خلال موقع الجامعة أو الوسائل الإعلامية الأخرى.
 - ضمان مشاركة أصحاب المصلحة في عملية صنع القرار المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية، من خلال من خلال إجراء استطلاعات الرأي أو عقد اجتماعات مفتوحة معهم.
 - تطبيق مبادئ الحوكمة الرشيدة في جميع أنشطة الجامعة، بما في ذلك النزاهة والمساءلة والشفافية، وسياسة مكافحة الفساد.
-

تمسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

- مكافحة الفساد من خلال وضع سياسات وإجراءات قوية، مثل سياسة الإبلاغ عن المخالفات، لضمان عدم تكرار الفساد بكافة أوجهه.
- ضمان الامتثال للقوانين واللوائح ذات الصلة بالمسؤولية المجتمعية.

❖ حقوق الانسان:

- احترام كرامة الإنسان وحقوقه الأساسية لجميع أعضاء مجتمع الجامعة، بما في ذلك الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين.
- منع التمييز على أي أساس، بما في ذلك العرق، أو الدين أو الجنس أو الإعاقة.
- ضمان حرية التعبير والتجمع السلمي لجميع أعضاء مجتمع الجامعة.
- حماية خصوصية أعضاء مجتمع الجامعة.
- توفير بيئة عمل آمنة وصحية لجميع أعضاء مجتمع الجامعة.
- معالجة قضايا العمل بشكل عادل.
- دعم حقوق الإنسان في المجتمع من خلال البحث والتدريس والمشاركة المجتمعية.
- التعاون مع المنظمات المعنية بحقوق الإنسان لتعزيز احترام حقوق الإنسان.
- رفع مستوى الوعي بحقوق الإنسان بين أعضاء مجتمع الجامعة.
- تدريب أعضاء مجتمع الجامعة على كيفية احترام حقوق الإنسان.

❖ ممارسات العمل العادلة:

- الاهتمام بسرعة معالجة شكاوى الموظفين والطلاب والتعامل معها بطريقة شفافة وعادلة، من خلال إنشاء إدارات مسؤولة.
- الاعتماد على نظم عمل مرنة تحقق التوازن بين العمل والحياة الأسرية للموظفين، ويمكن القيام بذلك من خلال تنشيط خيارات العمل من المنزل كلما أمكن ذلك، وتقديم أكثر من خيار واحد فيما يتعلق بساعات العمل ما يتوافق مع القوانين المعمول بها.
- توفير بيئة عمل آمنة وصحية: من خلال وضع سياسة للصحة والسلامة المهنية وتدريب الموظفين على تحقيق أقصى درجات الصحة والسلامة المهنية.

- الاهتمام بتحسين بيئة العمل وتوفير الظروف التي تتفق كحد أدنى مع قوانين العمل، وتوفير الوسائل والقدرات التي تساعد على إنجاز المهام بسرعة وكفاءة كبيرة.
- توفير برامج تنمية مهنية شاملة للعاملين بالجامعة حسب تخصصاتهم لضمان تكافؤ الفرص، وتوفير فرص الحصول على دورات أو برامج تدريبية خارج الجامعة، وتوفير التشجيع المناسب لذلك.
- اتخاذ التدابير اللازمة لتحقيق المساواة في العمل، فيما يتعلق بتوزيع الأعباء والمهام، فضلا عن المكافآت والحوافز.
- احترام مبادئ الشفافية والإنصاف في التوظيف والالتزام بمبدأ الجدارة. يمكن القيام بذلك من خلال الإعلان عن توفر الوظائف في الجامعة بطريقة تسمح للإعلان بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص المهتمين، بما في ذلك الشروط التي يجب أن يستوفئها مقدم الطلب وكذلك معايير تقييم المتقدمين، ثم تلقي جميع الطلبات. فحصها واختيار الشخص المناسب لشغل الوظيفة.
- الاهتمام بالتعددية والتنوع الفكري من خلال إتاحة الفرصة لمناقشة الأفكار الجديدة وطرحها وعدم تقييد التوجهات الفكرية المختلفة، وقبول الآراء الجديدة غير المستقرة بشأن القضايا الشائكة ومناقشتها بحكمة ومنطق في حدود دعم رسالة الأزهر الشريف ومبادئ الشريعة السمحة.

❖ البيئة:

- تقليل التأثير البيئي لأنشطة الجامعة: من خلال وضع سياسة بيئية وتدريب الموظفين على الممارسات البيئية المستدامة.
- استخدام مصادر الطاقة المتجددة: من خلال تركيب الألواح الشمسية أو توربينات الرياح، لتقليل الآثار السلبية الناتجة عن استخدام المصادر غير المتجددة.
- تقليل استخدام المواد الكيميائية الخطرة: من خلال استبدالها ببدائل أكثر أماناً وتدريب الموظفين على التعامل الآمن مع المواد الكيميائية.

- حماية التنوع البيولوجي في محيط الجامعة: من خلال زراعة نباتات محلية وتجنب استخدام المبيدات الحشرية.
- رفع مستوى الوعي بالقضايا البيئية: من خلال تنظيم حملات توعية وتدريب الموظفين على القضايا البيئية وكيفية التعامل مع المشكلات البيئية ووضع حلول عاجلة لها.
- دعم الممارسات البيئية المستدامة في المجتمع: من خلال المشاركة في مبادرات الاستدامة المجتمعية ودعم المنظمات البيئية المختلفة لتحقيق أقصى استفادة للبيئة الجامعية والبيئة المحيطة.
- تشجيع المشاركة في البحوث والتعليم حول القضايا البيئية: من خلال إجراء البحوث حول القضايا البيئية وتقديم برامج تعليمية حول الاستدامة.
- استخدام المباني والمرافق بكفاءة من حيث الطاقة: من خلال تركيب إضاءة موفرة للطاقة وأجهزة موفرة للطاقة.

❖ ممارسات التشغيل العادلة:

- ممارسة المنافسة العادلة: يمكن ممارسة المنافسة العادلة من خلال الامتثال لقوانين المنافسة وتجنب الممارسات غير العادلة، مثل التواطؤ والتسعير المفترس.
- معاملة الموردين والعملاء بشكل عادل: يمكن معاملة الموردين والعملاء بشكل عادل من خلال وضع سياسة لشراء المسؤولية الاجتماعية وتدريب الموظفين على شراء المسؤولية الاجتماعية.
- احترام حقوق الملكية الفكرية للآخرين: يمكن احترام حقوق الملكية الفكرية للآخرين من خلال وضع سياسة لحقوق الملكية الفكرية وتدريب الموظفين على حقوق الملكية الفكرية.
- منع الرشوة والفساد: يمكن منع الرشوة والفساد من خلال وضع سياسة لمكافحة الفساد وتدريب الموظفين على مكافحة الفساد.

- التعاون مع السلطات التنظيمية: يمكن التعاون مع السلطات التنظيمية من خلال الامتثال للقوانين واللوائح والتعاون مع التحقيقات.
- ضمان سلامة المنتجات والخدمات: يمكن ضمان سلامة المنتجات والخدمات من خلال وضع سياسة للصحة والسلامة وتدريب الموظفين على الصحة والسلامة.
- إعلام المستهلكين بوضوح بمعلومات المنتج: يمكن إعلام المستهلكين بوضوح بمعلومات المنتج من خلال وضع سياسة للتسويق وتدريب الموظفين على التسويق.
- معالجة شكاوى العملاء بكفاءة وفعالية: يمكن معالجة شكاوى العملاء بكفاءة وفعالية من خلال وضع سياسة لخدمة العملاء وتدريب الموظفين على خدمة العملاء.
- دعم ممارسات التجارة العادلة: يمكن دعم ممارسات التجارة العادلة من خلال المشاركة في مبادرات التجارة العادلة ودعم المنظمات التي تدعم التجارة العادلة.
- المشاركة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات: يمكن المشاركة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تطوير مبادرات المسؤولية الاجتماعية الخاصة بالجامعة ودعم مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الأخرى.

❖ قضايا المستهلك (الطلاب):

- توفير خدمات آمنة وعالية الجودة للطلاب: من خلال وضع سياسة للصحة والسلامة وتدريب الموظفين على الصحة والسلامة.
- إعلام الطلاب بوضوح بمعلومات حول الخدمات والأنشطة المتنوعة التي تقدمها الجامعة: من خلال وضع سياسة للتسويق والترويج والنشر.
- معالجة شكاوى الطلاب بكفاءة وفعالية: من خلال وضع سياسة لخدمة الطلاب وتدريب الموظفين على التعامل مع الشكاوى بسهولة ويسر.
- احترام حقوق الطلاب: يمكن احترام حقوق الطلاب من خلال وضع سياسة لحقوق الطلاب وإعلامهم بها.

- رفع مستوى الوعي بحقوق المستهلك (الطلاب) بين أعضاء مجتمع الجامعة: يمكن رفع مستوى الوعي بحقوق المستهلك بين أعضاء مجتمع الجامعة من خلال تنظيم حملات توعية وتدريب الموظفين على حقوق المستهلك.
- دعم البحوث والتدريس حول قضايا الطلاب: يمكن دعم البحوث والتدريس حول قضايا الطلاب من خلال إجراء البحوث حول قضايا الطلاب المختلفة لتعزيز عملية التعليم لديهم.

❖ مشاركة المجتمع وتنميته:

- إطلاق مجموعة من الخدمات تهدف إلى تحسين أحوال المجتمعات المحلية المحيطة: من خلال لجنة خدمة المجتمع التي تتكون من ممثلين من الجامعة والمجتمع المحلي لتحديد احتياجات المجتمع وتطوير المشاريع المناسبة. وتحديد تحديد احتياجات المجتمع: من خلال إجراء دراسات مسحية واستطلاعات رأي لممثلي المجتمع المحلي.
- توفير خدمات طبية مجانية أو منخفضة التكلفة للمحتاجين: من خلال توفير عيادة طبية مجانية في حرم الجامعة أو في موقع مناسب في المجتمع المحلي، والتعاون مع المستشفيات الجامعية لتوفير خدمات طبية مجانية أو منخفضة التكلفة للمحتاجين. إضافة إلى تنظيم حملات طبية مجانية: في مختلف مناطق المجتمع المحلي. ويكون ذلك بإشراف مباشر من نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث وخدمة المجتمع.
- تنظيم دورات وحلقات عمل تعليمية لرفع مستوى المهارات في المجتمع المحلي: عن طريق تطوير برامج تدريبية تلبي احتياجات المجتمع المحلي وتتوافق مع معايير الجودة، والتعاون مع مؤسسات التدريب: لتقديم برامج تدريبية عالية الجودة.
- توفير المنح الدراسية أو الفرص التعليمية للفئات المنخفضة الدخل: من خلال فتح صندوق للمنح الدراسية لتمويل تعليم الطلاب من الفئات المنخفضة الدخل، وتقديم معونات لهؤلاء الطلاب تساعد على إكمال دراستهم.

-
- إطلاق وتطوير مواقع وتطبيقات جامعية لتكون مصادر موثوقة للمعلومات: من خلال تطوير الموقع الإلكتروني للجامعة، وعرض معلومات حول الجامعة وبرامجها وأنشطتها. إضافة على تطوير تطبيق جامعي: يوفر خدمات متنوعة للطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين.
 - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل الفوري ونشر الأخبار والأحداث الجامعية: وذلك من خلال صفحة المركز الإعلامي للجامعة على منصة فيسبوك، مع مراعاة نشر محتوى جذاب ومتنوع يتضمن أخبار الجامعة، وإنجازات الطلاب، وأبحاث أعضاء هيئة التدريس. وتنوع المحتوى ليشمل محتوى مكتوب مثل مقالات وتقارير ونشرات، ومحتوى مرئي مثل فيديوهات وصور، ومحتوى صوتي.
 - تنظيم مؤتمرات صحفية وورش عمل لتسليط الضوء على إسهامات الجامعة في خدمة المجتمع المحلي: ودعوة ممثلين من وسائل إعلامية مختلفة لحضور المؤتمرات الصحفية وورش العمل، ونشر أخبار المؤتمرات الصحفية وورش العمل: على الموقع الإلكتروني والتطبيق ووسائل التواصل الاجتماعي.
 - التعاون مع المجتمع المحلي لمعالجة القضايا والمشكلات المجتمعية: من خلال تحديد القضايا والمشكلات المجتمعية الطارئة في المجتمع المحلي وتطوير مبادرات وحلول لمعالجة هذه القضايا. ودعم مبادرات التنمية المجتمعية: من خلال المشاركة في مبادرات التنمية المجتمعية ودعم المنظمات التي تعمل على تنمية المجتمع.
 - توفير فرص التعليم والتدريب والتنمية المهنية لأعضاء المجتمع المحلي: من خلال تقديم برامج تعليمية وتدريبية لأعضاء المجتمع المحلي.
 - المشاركة في البحوث التي تفيد المجتمع المحلي المحيط: من خلال إجراء البحوث حول احتياجات المجتمع المحلي وتقديم نتائج البحوث للمجتمع المحلي والمساهمة في التطبيق الفعلي لنتائج البحوث من خلال ربط النظرية بالتطبيق..

هـ. مؤشرات تنفيذ التصور المقترح:

يتطلب تنفيذ التصور المقترح مجموعة من المؤشرات، منها:

- الأهداف قصيرة المدى (سنة واحدة):
 - وضع سياسة واضحة للمسؤولية المجتمعية.
 - إنشاء وحدة للمسؤولية المجتمعية في الهيكل التنظيمي للجامعة.
 - تقييم أداء الجامعة في مجال المسؤولية المجتمعية.
 - تعزيز الشفافية والمساءلة في الجامعة.
 - معالجة شكاوى الطلاب والموظفين بكفاءة.
 - توفير بيئة عمل آمنة وصحية.
 - تقليل استخدام المواد الكيميائية الخطرة.
 - رفع مستوى الوعي بالقضايا البيئية.
 - دعم ممارسات التجارة العادلة.
 - توفير خدمات آمنة وعالية الجودة للطلاب.
 - معالجة شكاوى العملاء بكفاءة.
 - رفع مستوى الوعي بحقوق المستهلك.
 - تحديد احتياجات المجتمع المحلي وتطوير المشاريع المناسبة.
 - تنظيم دورات وحلقات عمل تعليمية لرفع مستوى المهارات في المجتمع المحلي.
 - توفير المنح الدراسية أو الفرص التعليمية للفئات المنخفضة الدخل.
 - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل الفوري ونشر الأخبار والأحداث الجامعية.
- الأهداف متوسطة المدى (٣ سنوات):
 - دمج مبادئ المسؤولية المجتمعية في جميع أنشطة الجامعة.
 - تحسين مستوى رضا أعضاء مجتمع الجامعة عن بيئة العمل.

- تحسين مستوى رضا الطلاب عن الخدمات المقدمة لهم.
- زيادة مشاركة الجامعة في أنشطة تنمية المجتمع المحلي.
- الأهداف طويلة المدى (٥ سنوات):
 - أن تصبح جامعة الأزهر نموذجاً رائداً في مجال المسؤولية المجتمعية على المستوى المحلي والدولي.
 - تحقيق سمعة مؤسسية إيجابية وتمييز للجامعة.
 - تعزيز مكانة الجامعة كمركز للتعليم والبحث العلمي.

و. معوقات تنفيذ التصور المقترح:

يواجه تنفيذ التصور المقترح مجموعة من المعوقات، منها:

❖ المعوقات التنظيمية: ومن أهمها:

- ضعف البنية التحتية التنظيمية التي تدعم المسؤولية المجتمعية: قد تفتقد الجامعة إلى بنية تنظيمية واضحة لتحقيق مبادئ المسؤولية المجتمعية، مثل نقص الوحدات أو اللجان المتخصصة، أو نقص السياسات والإجراءات الواضحة. ويمكن التغلب على ذلك من خلال إنشاء بنية تنظيمية تدعم المسؤولية المجتمعية من خلال إنشاء وحدات أو لجان متخصصة في المسؤولية المجتمعية، وتطوير سياسات وإجراءات واضحة، وتعيين موظفين مسؤولين عن تنفيذ مبادرات المسؤولية المجتمعية.
- نقص آليات التقييم والمتابعة: قد لا تمتلك الجامعة آليات فعالة لتقييم ومتابعة تأثير مبادرات المسؤولية المجتمعية، مما يجعل من الصعب عليها قياس التقدم ومعرفة ما إذا كانت جهودها فعالة أم لا. ويمكن التغلب على ذلك من خلال: تطوير مؤشرات القياس لتقييم تأثير مبادرات المسؤولية المجتمعية، وإجراء تقييمات دورية لمبادراتها، واستخدام نتائج التقييم لتحسين مبادراتها في المستقبل.
- نقص التنسيق بين الأقسام: قد يكون هناك نقص في التنسيق بين الأقسام المختلفة في الجامعة في مجال المسؤولية المجتمعية، مما قد يؤدي إلى تضارب وتداخل في

الجهود. ويمكن التغلب على ذلك من خلال تطوير آليات تنسيق بين أقسامها المختلفة في مجال المسؤولية المجتمعية، مثل عقد اجتماعات دورية وتحديد الأدوار والمسؤوليات بوضوح لكل قسم.

❖ المعوقات الاجتماعية:

- ضعف ثقافة المسؤولية المجتمعية: قد يكون لدى المجتمع المحلي ثقافة ضعيفة في المسؤولية المجتمعية، مما يجعل من الصعب على الجامعة جذب المجتمع لمشاركته في مبادراتها. ويمكن التغلب على ذلك من خلال: برامج التوعية والتدريب التي يمكن تنفيذها من خلال كليات الجامعة المنتشرة في جميع المحافظات والتي تبرز من خلالها فوائد المبادرات المجتمعية التي تقوم بها بما يعود بالنفع على المجتمع والجامعة.

- ضعف التواصل الفعّال بين الجامعة والمجتمع المحلي: قد لا يكون هناك تواصل فعّال بين الجامعة والمجتمع المحلي، مما يؤدي إلى سوء الفهم ونقص التعاون. ويمكن التغلب على ذلك من خلال: إنشاء قنوات اتصال فعّالة، مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعقد الاجتماعات العامة، وإصدار تقارير دورية عن أنشطتها.

❖ المعوقات المادية والبشرية:

- نقص الموارد المالية: قد تفتقد الجامعة إلى موارد مالية كافية لتنفيذ مبادرات المسؤولية المجتمعية بشكل فعّال. ويمكن التغلب على ذلك من خلال من خلال البحث عن مصادر تمويل خارجية، مثل المنح والهبات، أو من خلال تخصيص ميزانية محددة للمسؤولية المجتمعية من ميزانيتها الداخلية. باعتبار أن خدمة المجتمع من الوظائف الأساسية للجامعة ويجب أن تخصص لها ميزانية كبيرة مثل الميزانية الخاصة بالتعليم والبحث العلمي بالجامعة.

- نقص الموارد اللوجستية: قد لا تمتلك الجامعة الموارد اللوجستية الكافية لتنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية، مثل عدم وجود المساحات الكافية أو التجهيزات

-
- اللازمة. ويمكن التغلب على ذلك من خلال استخدام مرافقها الخاصة المنتشرة في الفروع الكبيرة مثل فروع أسيوط وطنطا.
- نقص المهارات اللازمة: قد لا يمتلك جميع أفراد المجتمع الجامعي المهارات اللازمة للمشاركة في مبادرات المسؤولية المجتمعية بشكل فعّال.
 - نقص الموارد البشرية: قد تفتقد الجامعة إلى موارد بشرية كافية لتنفيذ مبادرات المسؤولية المجتمعية بشكل فعّال، مثل عدم وجود عدد كافٍ من الموظفين أو المتطوعين المدربين. ويمكن التغلب على ذلك من خلال تشجيع أعضاء الجامعة على التطوع، وإشراك الطلاب في المبادرات المجتمعية المختلفة.

مراجع البحث

أولاً المراجع العربية:

- أبو النصر، مدحت محمد محمود. (٢٠١٥). المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO 26000. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- الأشقر، أحمد محمد عبد السلام. (٢٠١٢). تصور مقترح لتسويق الخدمات الجامعية لجامعة الأزهر في ضوء بعض الخبرات المعاصرة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأزهر، كلية التربية بنين بالقاهرة.
- بوشارب، وهيبه؛ وغياد، كريمة. (٢٠٢٠). تقييم واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة الدولية أيزو ٢٦٠٠٠ بجامعة سيكدة. مجلة العلوم الاقتصادية، ٢٣(٢). ٣٢١-٣٤١.
- جامعة الأزهر (٢٠٢٢). النشرة الإحصائية السنوية الإجمالية لجامعة الأزهر ٢٠٢٢م.
- جلال، أبو بكر أحمد صديق جلال؛ وعبد القادر، التهامي محمد إبراهيم متولي. (٢٠١٩). رؤية مقترحة للمسؤولية المجتمعية لكلية التربية جامعة الأزهر بالقاهرة في ضوء معايير الأيزو ٢٦٠٠٠. مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، مج. ٢٠١٩، ع. ٤٣، ج. ٢، ص. ١٣٩-٢٣٢.
- جمهورية مصر العربية (٢٠١٠): قانون ١٠٣ لسنة ١٩٦١م بشأن إعادة تنظيم الأزهر والهيئات التي يشملها، ط٤، القاهرة: الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية.
- حسن، أحمد سيد محمد. (٢٠١٩). تطوير الدراسات العليا التربوية بكلية التربية جامعة الأزهر في ضوء إدارة السمعة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية التربية بنين بالقاهرة.
- الحموري، صالح؛ والمعايطة، رولا. (٢٠١٥). المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من الألف للياء. عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- خيرى، أسامة (٢٠١٢): إدارة الإبداع والابتكارات، عمان، الأردن: دار الرياء للنشر والتوزيع.
- الرشيد، صالح عبد الرضا، والزيادي، صباح حسين. (٢٠١٢). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة دراسة تحليلية لأراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية. مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، ١٦(١). ٦ - ٣٢.
- سعدون، محمد عبد الحميد محمد. (٢٠١٧). معوقات الإبداع التنظيمي بكليات جامعة الأزهر "دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأزهر، كلية التربية بنين بالقاهرة.
- الشخاترة، أمل أحمد حمد. (٢٠١٨). إجراءات إدارية مقترحة لرفع السمعة المؤسسية للجامعات الأردنية الحكومية بناء على الممكنات الستة لمقياس هاريس فومبرون. رسالة دكتوراه غير منشورة. الجامعة الاردنية، عمان.

- الشرييني، الهلالي (٢٠٠٧): التعليم الجامعي والعالي العربي في القرن الحادي والعشرين، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- الشريف، عبد الله بن عبد العزيز بن عبد المطلب. (٢٠٢٣). آليات مقترحة لتحسين السمعة المؤسسية بجامعة تبوك من وجهة نظر المستفيدين. مجلة العلوم التربوية، ٩ (٣)، ٤٢١ - ٤٥٨.
- الطنطاوي، ميرهان. (٢٠١٤). الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة سمعة المنظمات. القاهرة: دار العالم العربي.
- عبد المجيد، عفاف السيد (٢٠١٠): المسؤولية المجتمعية للجامعات الآسيوية أبان القرن العشرين الجامعات الكورية (نموذجاً) دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الجامعات العربية والمسؤولية المجتمعية تجاه مجتمعاتها" والمنعقد في الفترة من ٢٠-٢١ مارس، جامعة الزقازيق.
- عسيري، خالد بن أحمد بن محمد. (٢٠٢١). إدارة السمعة التنظيمية لجامعة أم القرى في ضوء بعض النماذج العالمية: تصور مقترح. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- عيسى، أحمد عبد النبي عبد العزيز. (٢٠٢٢). تصور مقترح لتحقيق الاستدامة التنظيمية بجامعة الأزهر في ضوء خبرات بعض الجامعات الأجنبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية بنين بالقاهرة جامعة الأزهر.
- فلاق، محمد. (٢٠١٦). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- محمد، صلاح عبد الله؛ وعلي، هناء فرغلي. (٢٠١٩). جودة أداء الخدمات التعليمية بالكليات المعتمدة والكليات غير المعتمدة بجامعة أسيوط باستخدام مقياس (ServPerf) دراسة تقييمية. مجلة كلية التربية بأسيوط، ٢٥ (٩). ٢٥٠ - ٤٣٤.
- محمد، محمد ماهر أبو النصر. (٢٠١٧). تصور مقترح لتفعيل الحوكمة بكليات جامعة الأزهر - تفهنا الأشراف. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأزهر، كلية التربية بنين بالقاهرة.
- مسعود، بدر حامد علي. (٢٠١٧). تصور مقترح للمسؤولية المجتمعية لجامعة الأزهر في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأزهر، كلية التربية بنين بالقاهرة.
- مسعود، بدر حامد علي. (٢٠٢١). تطوير القدرة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء بعض النماذج الأجنبية رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة الأزهر، كلية التربية بنين بالقاهرة.
- مصطفى باهي، فاتن النمر (٢٠٠٩م). التقويم في مجال العلوم التربوية والنفسية مبادئ ونظريات، وتطبيقات، القاهرة: الأنجلو المصرية.
- نور الدين، موسي. (٢٠٢١). متطلبات تأهيل الجامعات لتطبيق معايير المواصفة الدولية للمسؤولية الاجتماعية ISO 26000، مجلة المنهل الاقتصادي، ٤ (١)، ١٦٥ - ١٨٤.

تحسين السمعة المؤسسية لجامعة الأزهر في ضوء أبعاد المواصفة الدولية الأيزو (ISO 26000)

هاشم، نهلة عبد القادر؛ هلال، محمد سعيد؛ الكلش، محمد ناصر. (٢٠٢٣). دراسة نظرية لعمليات إدارة سمعة الجامعات المعاصرة في ضوء بعض نماذج السمعة المؤسسية. *مجلة الإدارة التربوية*، (٣٨)، ١٣ - ٧٠.

ثانياً المراجع الأجنبية:

- Amado Mateus, M., & Juarez Acosta, F. (2022, June). Reputation in higher education: a systematic review. In *Frontiers in Education* (Vol. 7, p. 925117). Frontiers.
- Anh, T. V., Linh, N. T. M., Nguyen, H. T. T., & Duan, T. C. (2021). ISO Standard Application in University Management Model: A Case Study. *International Journal of Information and Education Technology*, 11(4), 194-199.
- Asia-Europe Foundation's ASEM Education Hub (AEH) & University of Innsbruck: 2nd Asia-Europe Education Workshop: Knowledge Societies: Universities and their Social Responsibilities, Innsbruck, Austria, 2011.
- Avilés, C., Moyano, M. Á., & Santos de León, N. J. (2017). University social responsibility and the ISO 26000: 2010 standard. Case study of the Universidad Politécnica de Madrid (Spain). *Case Study of the Universidad Politécnica De Madrid (Spain)(May 1, 2017). European Accounting and Management Review*, 3(2), 75-97.
- Avilés, C., Moyano, M. Á., & Santos de León, N. J. (2017). University social responsibility and the ISO 26000: 2010 standard. Case study of the Universidad Politécnica de Madrid (Spain). *Case Study of the Universidad Politécnica De Madrid (Spain)(May 1, 2017). European Accounting and Management Review*, 3(2), 75-97.
- Barnett, M.L.; Jermier, J.M.; Lafferty, B. (2006). Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corp. Reput. Rev.* 9, 26–38.
- Carlos Wing-Hung Lo et. al.: University Social Responsibility: Conceptualization and an Assessment Framework. In: *University Social Responsibility and Quality of Life*. Springer Singapore, 2017. pp. 37-59.
- Courtright, J. L., & Smudde, P. M. (2009). Leveraging organizational innovation for strategic reputation management. *Corporate Reputation Review*, 12(3).
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson Education.
- Czarnecka, A., & Ni, L. (2011). Exploring the Effects of Organization-Public Relationship Outcomes and Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 18(1), 3 - 24.

-
- De Haan, H., " Competitive Advantage, What Does It Really Mean in the Context of Public Higher Education Institutions?", *International Journal of Educational Management*, Uk: [Emerald Group Publishing Ltd](#), Vol.29, No.1, 2015, pp.44-61.
- Demir, A., & Guven, S. (2017). The influence of ISO certificate on quality evaluation of students: a case study at Ishik University. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(3).
- Dursun, O., & Altin Gumussoy, C. (2021). The effects of quality of services and emotional appeal on university reputation: stakeholders' view. *Quality Assurance in Education*, 29(2/3), 166-182.
- Etikan, J. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) and its Influence on Organizational Reputation. *Journal of Public Relations*, 2(1), 1-12.
- EU-lifelong learning programme, university social responsibility in Europe: WP2 USR good practice collection, Comparative Research on the Social Responsibility of Universities in Europe and Development of a Community reference framework, 2014.
- Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. (1996). The reputational landscape. *Corporate Reputation Review*, 1(1), 5-13.
- Foroudi, P., Nazarian, A., Ziyadin, S., Kitchen, P., Hafeez, K., Priporas, C., et al. (2020). Co-creating brand image and reputation through stakeholder's social network. J.
- Garriga E, Melé D (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *J. Bus. Ethics*, 53(1-2): 51-71.
- Guidance on social responsibility (2009). Draft International Standard Iso/Dis 26000.
- Helgesen, Q. & Nettet, E, (2007): Images, Satisfaction and Antecedents Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College, *Corporate Reputation Review*, 10(1) (38-44).
- Henriques, A. (2010). ISO 26000: a standard for human rights?. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 1(1), 103-105.
- Henriques, A. (Ed.). (2011). *Understanding ISO 26000: A practical approach to social responsibility*. BSI.
- Idrees, A., Mounir, G., Khater, E. S. M., Mosallam, E., & Khedr, A. E. (2023). The Impact of Applying ISO Standards Systems on Improving the Quality of the Performance in Higher Educational Institutions in Egypt. *International journal of electrical and computer engineering systems*, 14(4), 457-464.
-

-
- International Organization for Standardization. (2010). *Guidance on social responsibility*. Na
- ISO. 2011. *Guía de Responsabilidad Social*. Montevideo: UNIT.
- Khoshtaria, T., Datuashvili, D., & Matin, A. (2020). The impact of brand equity dimensions on university reputation: an empirical study of Georgian higher education. *Journal of Marketing for Higher Education*, 30(2), 239-255.
- Larkin, J. (2002). *Strategic reputation risk management*. Springer.
- Larkin, J. (2003). *Strategic reputation risk management*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mogaji, E., Maringe, F., & Hinson, R. E. (Eds.). (2020). *Strategic marketing of higher education in Africa*. Routledge.
- Nejati, M., & Nejati, M. (2008). Service quality at University of Tehran central library. *Library Management*, 29(6/7), 571-582.
- Nejati, M., Shafaei, A., Salamzadeh, Y., & Daraei, M. (2011). Corporate social responsibility and universities: A study of top 10 world universities' websites. *African Journal of Business Management*, 5(2), 440-447.
- Qazi, Z., Qazi, W., Raza, S. A., & Yousufi, S. Q. (2021). The antecedents affecting university reputation and student satisfaction: a study in higher education context. *Corporate Reputation Review*, 1-19.
- Reznik, S. D., & Yudina, T. A. (2018). Key Milestones in the Development of Reputation Management in Russian Universities. *European Journal of Contemporary Education*, 7(2), 379-391.
- Rodima, A., Vilbaste, M., Saks, O., Jakobson, E., Koort, E., Pihl, V., ... & Leito, I. (2005). ISO 17025 quality system in a university environment. *Accreditation and quality assurance*, 10, 369-372.
- Sandberg, J. (2012). Corporate Ethics, Reputation Management. in *Encyclopedia of Applied Ethics*, ed. Chadwick Ruth, London, Elsevier, p. 629.
- Shamsie, J. (2003). The context of dominance: An industry – driven framework for exploiting reputation, *Strategic Management Journal*, 24, 199–215.
- Simpson, L. (2011). The management and impact of international rankings on reputation in higher education. University of Manchester https://www.research.manchester.ac.uk/portal/files/37799586/FULL_TEXT.pdf adresinden, 4.
- Smith, K. T., Smith, M., & Wang, K. (2010). Does Brand Management of Corporate Reputation Translate into Higher Market Value? *Journal of Strategic Marketing*, 18(3), 201-221.
- Šontaitė, M., & Kristensen, T. (2009). Op cit., p. 129-146.
-

-
- Suomi, K., Kuoppakangas, P., Hytti, U., Hampden-Turner, C., and Kangaslahti, J. (2014). Focusing on dilemmas challenging reputation management in higher education. *Int. J. Educ. Manage.* 28, 461-478.
- Svoboda, V. (2006). *Public relations: moderně a účinně*. Grada Publishing as.
- Tsiligiris, V., & Hill, C. (2021). A prospective model for aligning educational quality and student experience in international higher education. *Studies in Higher Education*, 46(2), 228-244.
- Wiedmann, K. P., & Buxel, H. (2005). Corporate reputation management in Germany: Results of an empirical study. *Corporate Reputation Review*, 8(2).
- World Bank: opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in European and central Asia: evidence Bulgaria , Croatia and Romania ,WP ,March 2005.
- Yossef, S. A. M., & Rakha, A. H. H. (2017). Efficiency of Personal and Administrative Skills for Managerial Leadership on Administrative Creativity at Najran University. *Journal of education and practice*, 8(6), 113-122.
- Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation—An empirical study. *Schmalenbach business review*, 56, 46-71.
- Golgeli, K. (2014). Corporate reputation management: The sample of Erciyes University. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 312-318.
- Beneke, J. H. (2011). Marketing the institution to prospective students-A review of brand (reputation) management in higher education. *International journal of Business and Management*, 6(1), 29 – 44.
- Cetin, R. (2003). Planning and implementing institutional image and promoting academic programs in higher education. *Journal of Marketing for Higher Education*, 13(1/2), 57-75.
- Gutiérrez-Villar, B., Alcaide-Pulido, P., & Carbonero-Ruz, M. (2021). Measuring a University's Image: Is Reputation an Influential Factor? *Education Sciences*, 12(1), 19.
- Marguerite G. Lodico, et al. (2006). *Methods in educational research: from theory to practice*, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Asogwa, B. E., Asadu, B. U., Ezema, J. U., & Ugwuanyi, F. C. (2014). Use of ServQUAL in the evaluation of service quality of academic libraries in developing countries. *Library Philosophy and Practice*, 1 – 8.
- O'Neill, M.A., and Palmer, A. (2004), Importance-Performance Analysis: a Useful Tool for Directing Continuous Quality Improvement in Higher Education. *Quality Assurance in Education*, Vol. 12 No. 1, pp. 39-52.
-