

الذكاء الأخلاقي مدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية

د. / **ولاء محمد رضا حافظ أبو حسين**

مدرس أصول التربية بقسم العلوم التربوية والنفسية

كلية التربية النوعية جامعة دمياط

تاريخ استلام البحث : ٢٠ / ١٢ / ٢٠٢٢م

تاريخ قبول البحث : ٢٩ / ١٢ / ٢٠٢٢م

البريد الالكتروني للباحث : walaareda2001@yahoo.com

DOI: JFTP-2201-1183

المخلص

هدف البحث الحالي إلى تقديم تصور مقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية وذلك من خلال التعرف على الإطار المفاهيمي للذكاء الأخلاقي والتعرف على الإطار الفلسفي للميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية. واستخدم البحث المنهج الوصفي في جمع المعلومات وتفسيرها. وأوصى البحث الحالي بالدور الإيجابي لعضو هيئة التدريس في تنمية أبعاد الذكاء الأخلاقي وغرس الاتجاهات الإيجابية والاهتمامات والقيم، وإتاحة الفرصة للطلاب لتنمية المهارات والابداع والابتكار، وتشجيع الطالب على العمل الجماعي وبيت روح العمل كفريق لتنمية مهارات التواصل والتكيف مع الآخرين. وأيضاً دور القيادة الجامعية بإضافة مقرر دراسي يتضمن القيم الأخلاقية، واحترام الآخرين، ومهارات التواصل والحوار، وحرية التعبير عن الرأي، والتعاون والمشاركة. وتفعيل الموقع الإلكتروني للجامعة وإنشاء صفحة مخصصة للمشكلات والقضايا الأخلاقية التي تواجه الطالب، ووجود حلول سريعة مما يساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الجامعية.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الأخلاقي – الميزة التنافسية

ABSTRACT

The research aimed to present a proposed vision for developing the student's moral intelligence to achieve competitive advantage in university institutions, by identifying the conceptual framework of moral intelligence and identifying the philosophical framework for competitive advantage in university institutions. The research used the descriptive method in collecting and interpreting information. The current research recommended the positive role of the faculty member in developing the dimensions of moral intelligence and instilling positive trends, interests and values, providing the student with an opportunity to develop skills, creativity and innovation, encouraging the student to work together and spreading the spirit of teamwork to develop communication skills and adapt with others. Also the role of university leadership by adding a course that includes moral values, respect for others, communication and dialogue skills, freedom of expression, cooperation and participation. Moreover, activating the university's website and creating a page dedicated to the ethical problems and issues facing the student, and finding quick solutions, which contribute to achieve the competitive advantage of university institutions.

KEYWORDS:

Moral Intelligence - Competitive Advantage

المقدمة:

توجد مكونات الذكاء الأخلاقي لدى الناس جميعاً، ولكن بدرجات متفاوتة، ويرجع هذا التفاوت إلى المصدر الذي يستمد منه الفرد القدرات الأخلاقية، إذ تعد الأسرة المصدر الأساسي في بناء هذه القدرات، وتتشرك معها باقي المؤسسات التربوية المباشرة وغير المباشرة كالمدرسة ودور العبادة، بالإضافة إلى تأثير الأقران ووسائل الإعلام وغيرها. (المالكي، ٢٠١٩، ١٤١).

إن اكتساب الأفراد للذكاء الأخلاقي يساعدهم على منع العدوان والتنمر والتنافس المذموم والخيانة والكذب والغش والظلم والسرقة والتعدي على الحرمات والحقوق. ويساعدهم على نشر المحبة والتعاون والألفة والأمان والاستقرار، بل يعلمهم كيف يتعاطفون ويعطفون على الغير، ويتحكمون في ذاتهم، وكيف يتسامحون، ويحاسبون أنفسهم على ما اقترفوه من أعمال، وكيف يفكرون، ويعدلون بين الناس، ويحترمون الغير. (خليفة، ٢٠٢٠، ٥٥٧).

كما تعد المؤسسات التربوية والتعليمية أحد الوسائل الفاعلة في المجتمع إن لم تكن هي الوسيلة الأبرز لتحقيق ما يريده المجتمع من أبنائه من خلال قيامها بإعداد البرامج التربوية والتعليمية التي تساهم في تحقيق المتطلبات الاجتماعية والثقافية. كما تعد الجامعة من مؤسسات المجتمع المدني التي لها دور مهم في بناء السمو الفكري والأخلاقي وتنميته على مستوى الأفراد والمجتمعات. (قشوة، ٢٠١٨، ٢١٢).

وتعد مرحلة الجامعة من المراحل الهامة في حياة الإنسان فمن خلالها يعبر الفرد إلى مجال أكبر وأوسع وأكثر أهمية ومسؤولية، تتمثل في الانتقال إلى الحياة العملية والأسرية ليصبح مؤثراً في محيطه الاجتماعي بشكل كبير، لذلك يجب أن يكون متمسكاً بالقيم والموروثات الأخلاقية الفاضلة، ويتصرف في مواقف حياته المختلفة بحكمة وروية ويبتعد عن أذى نفسه والآخرين، أو التأثير السلبي بمن حوله من أبناء المجتمع. (الربيعي، الشريدة، ٢٠٢١، ٤٠).

وتتمثل الميزة التنافسية في قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل لدى المؤسسات الأخرى المنافسة لها، ويكون التميز في عدة مجالات منها: ميزة التكلفة الأقل في تلبية الاحتياجات مع ضمان جودتها، أو ميزة الجودة، أو ميزة الوقت أو الميزة الأعلى التي تعتمد على أقل وقت وأقل كلفة وأعلى جودة. (آل كردم، ٢٠٢٠، ٩).

بالإضافة إلى أن الميزة التنافسية تؤثر على الدول التي ترغب في الحفاظ على مستوياتها المعيشية ورفعها، وذلك يعزز مناخ المنافسة، وترجع أهمية التنافسية إلى تلك التغيرات التي تحدث في النشاط البشري بمختلف جوانبه في التنظيم الاقتصادي، وفي التنظيم الاجتماعي والسياسي، بالإضافة إلى التطورات العملية والتكنولوجية. (Alsada, R.Y. & Kumar, Y., 2021, 93) لذا فإن الذكاء الأخلاقي مطلوب ومهم لكي يجيد الفرد التعامل مع الآخرين، والطالب الجامعي في حاجة ماسة إلى أن

يكون لديه أخلاقيات تحكم وتضبط سلوكياته؛ لتساعده على التواصل مع الآخرين على نحو جيد. (أبو بكر، ٢٠١٩، ٥٩٣).

مشكلة البحث:

وينظر العديد من الفلاسفة إلى الذكاء الأخلاقي باعتباره جزءاً حيوياً وهاماً من الطبيعة البشرية. وفي مجتمعنا الحالي وأنظمتنا التعليمية، تزداد أهميته وضرورته. (Altan,2017,202). كما لا يتأثر الأداء الأخلاقي بالعوامل الشخصية فحسب، بل يتأثر أيضاً بالعوامل الثقافية والسياقية (مثل المناخ الأخلاقي أو القانون أو الهياكل السياسية والحوافز وما إلى ذلك). كما تحدد التجارب المبكرة مسارات للحدس والاستدلال ولكنها تتشكل بعد ذلك من خلال الثقافة والتعليم والخبرة. لذلك فإن تعزيز الذكاء الأخلاقي يعني إنشاء هياكل تسمح للأشخاص بتنمية المهارات وممارستها. (Tanner & Christen, 2014,136).

وتعد المعايير والقيم والاتجاهات والأخلاق التي تنقلها المؤسسات الجامعية للطلاب هي حجر الأساس لبناء مجتمع مدني صحي وثقافة متماسكة. كما أن طرق التدريس في المؤسسات الجامعية تشجع النقاش والتفكير النقدي والجدارة وتنوع الآراء، مما يوسع الآفاق ويشجع التسامح ويساعد على تنمية مهارات القيادة الإيجابية للطلاب. (Galkin, et al.,2015,60)

وفي مجال الجودة والتنافسية ووفقاً للتصنيف الدولي للجامعات تقدمت مصر بتسعة مراكز في التصنيف العالمي لجودة التعليم في عام (٢٠٢٠)، كما أصبحت في المركز الثالث عربياً وفقاً لتصنيف "Us news" العالمي، لتقفز من المركز (٥١) في عام (٢٠١٩) إلى المركز (٤٢) في عام (٢٠٢٠)، بين (٨٠) أفضل دولة على مستوى العالم. وشهد تصنيف US NEWS العالمي للعام (٢٠٢٠) إدراج (١٤) جامعة مصرية مقارنة ب (١١) جامعة لعام (٢٠١٩) بزيادة ثلاث جامعات حكومية؛ وبذلك يكون هناك زيادة في تمثيل مصر لعام ٢٠٢٠ لتصل إلى ٠.٩٣% على مستوى تصنيف الجامعات بالمقارنة بنسبة ٠.٨٨% لعام ٢٠١٩، فضلاً عن زيادة نسبة المنشورات من ٠.٤٩% لتصل إلى ٠.٧٠% في ٤ سنوات (٢٠١٤ - ٢٠١٨). وبلغ عدد الجامعات المصرية في تصنيف شنغهاي لعام ٢٠٢٠ خمس جامعات. كما شهد تصنيف QS العالمي ٢٠٢٠ للمنطقة العربية إدراج ٢٢ جامعة مصرية من بين ١٢٩ جامعة على مستوى المنطقة العربية، وبذلك تكون هناك زيادة في عدد الجامعات المصرية المدرجة ضمن التصنيف عن أعوام ٢٠١٩ والذي تضمن ٢٠ جامعة، وتصنيف ٢٠١٨ الذي شمل ١٧ جامعة، وتصنيف ٢٠١٧ والذي تضمن ١٥ جامعة. وتم إدراج ٧٠ مؤسسة تعليمية مصرية في تصنيف الجامعات الإسباني "Ranking Web of Universities" لعام ٢٠٢٠. (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي)

http://portal.mohe.gov.eg/ar-eg/Pages/Facts_figures.aspx

وجدير بالذكر أن الميزة التنافسية هي إما أن المؤسسة يمكنها إنتاج بعض الخدمات أو المنتجات التي يقدرها عملاؤها أكثر من تلك التي ينتجها المنافسون أو أنها يمكن أن تنتج خدماتها أو منتجاتها بتكلفة أقل من منافسيها. (Lieberman, M., 2021, 3)

بالإضافة إلى أن الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على التعلم بشكل أسرع من منافسيها، كما توصف الميزة التنافسية بأنها حالة يمكن فيها لمؤسسة ما أن تفعل شيئاً ولا تستطيع المؤسسات الأخرى القيام به، أو يكون لديها منافسون مرغوب فيهم. (Firman, et al., 2019, 659)

ومن هذا المنطلق أصبح من الضروري تنمية الذكاء الأخلاقي للطلاب لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الجامعية المصرية، لكي تتنافس مع الجامعات العربية والعالمية.

وتتحدد مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما الإطار الفكري للذكاء الأخلاقي؟
- ٢- ما الإطار الفلسفي للميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية؟
- ٣- ما التصور المقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية؟

أهداف البحث:

- ١- التعرف على الإطار المفاهيمي للذكاء الأخلاقي.
- ٢- التعرف على الإطار الفلسفي للميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.
- ٣- وضع تصور مقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

أهمية البحث:

- ١- في إطار ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة، ندرة الدراسات التي تتعلق بموضوع البحث.
- ٢- يفيد البحث أعضاء هيئة التدريس والقيادة الجامعية بالمؤسسات الجامعية.
- ٣- قد يسهم هذا البحث في فتح مجالات جديدة للباحثين لإجراء المزيد من الأبحاث حول الذكاء الأخلاقي والميزة التنافسية في الجانب القيادي والإداري.

منهج البحث:

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي في جمع المعلومات وتفسيرها، وذلك لوضع تصور مقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية، وكل ذلك سيتم وفق الخطوات التالية:

أولاً: الإطار النظري، ويشتمل على:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للذكاء الأخلاقي ويعرض: مفهوم الذكاء الأخلاقي، وفوائده، وخصائصه، وأبعاده، ومكوناته.

المبحث الثاني: الإطار الفلسفي للميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية ويعرض: مفهوم الميزة التنافسية، وأهميتها، وعناصرها، وأبعادها، ومصادرها، وخصائصها، واستراتيجياتها، وأسس بنائها، ومتطلباتها، ومعوقات تحقيقها.

ثانياً: التصور المقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

مصطلحات البحث:

الذكاء الأخلاقي: يقصد به في الدراسة الحالية أنه التطبيق الفعلي للمبادئ والأسس الأخلاقية في المواقف الحياتية، والقدرة على فعل الصواب حسب المعايير الأخلاقية السائدة في المجتمع. الميزة التنافسية: يقصد بها في الدراسة الحالية المهارة أو التقنية التكنولوجية التعليمية المتميزة التي تتيح للمؤسسة التعليمية إنتاج القيم والمنافع. وقدرة المؤسسة على تقديم خدمة تعليمية وبحثية عالية الجودة، مما ينعكس إيجابياً على مستوى الخريجين وأعضاء هيئة التدريس فيها. دراسات سابقة:

تناولت الدراسات العربية والأجنبية الذكاء الأخلاقي والميزة التنافسية كل على حدا وكانت أبرز الدراسات التي تناولت الذكاء الأخلاقي ما يلي:

هدفت دراسة الربيعي، الشريدة (٢٠٢١) للكشف عن مستوى الذكاء الأخلاقي ومستوى الحكمة لدى عينة من طلبة جامعة أم القرى، والتحقق من الذكاء الأخلاقي والحكمة، والتعرف على إمكانية التنبؤ بالحكمة من خلال الذكاء الأخلاقي، وإيضاح الفروق وفق كل من الجنس والتخصص والمستوى الدراسي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي. وتكونت العينة من (٢٧٧) من طلبة الجامعة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الذكاء الأخلاقي لدى طلبة الجامعة كان بمستوى متوسط، كما كانت الحكمة لدى العينة بمستوى مرتفع، وتوجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين درجات الذكاء الأخلاقي والحكمة، ويمكن التنبؤ بالحكمة من خلال الذكاء الأخلاقي، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الأخلاقي والحكمة تعزى لاختلاف الجنس والتخصص الأكاديمي والمستوى الدراسي.

كما هدفت دراسة (Ali jasim et al., 2021) إلى التعرف على التحمل النفسي وعلاقته بالذكاء الأخلاقي لدى طالبات جامعات الفرات الأوسط. التربية البدنية وعلوم الرياضة (كربلاء، بابل، الكوفة، القادسية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن عينة البحث تتصف بالمرونة النفسية والذكاء الأخلاقي، ووجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين في عينة البحث.

وهدف دراسة عبد اللاه (٢٠٢٠) إلى معرفة العلاقة بين الذكاء الأخلاقي وتوجهات أهداف الإنجاز، ومعرفة إمكانية التنبؤ بالذكاء الأخلاقي من خلال توجهات أهداف الإنجاز. واستخدمت الدراسة المنهج

الوصفي الارتباطي. وتكونت عينة الدراسة من (٢٥٠) طالبا وطالبة بالفرقة الثانية شعب أدبية بكلية التربية جامعة سوهاج. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا عند مستوى ٠.٠١ بين درجات الطلاب على الأبعاد الفرعية لمقياس الذكاء الأخلاقي ودرجاتهم على بعدي أهداف الإتقان، وكذلك بين درجاتهم الكلية على مقياس الذكاء الأخلاقي ودرجاتهم هذين البعدين. وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى النوع (ذكور، إناث) في الذكاء الأخلاقي.

كما هدفت دراسة أبو بكر (٢٠١٩) إلى التعرف على إسهام الذكاء الأخلاقي في التنبؤ بجودة الصداقة لدى طلبة جامعة المنيا. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وبلغ عدد العينة (٢٦٣) طالبا وطالبة بالفرقة الثانية. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين درجات افراد العينة على قائمة الذكاء الأخلاقي بأبعاده ومقياس جودة الصداقة، وأن الذكاء الأخلاقي يسهم إسهاما دالا في التنبؤ بجودة الصداقة لدى عينة الدراسة.

وسعت دراسة قشوة (٢٠١٨) للتعرف على مستوى الذكاء الأخلاقي لدى طلبة الأقسام العلمية بكلية التربية جامعة حجة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وقامت الباحثة ببناء مقياس للذكاء الأخلاقي تكون من ستة محاور، تم توزيعه على عينة قصدية مكونة من (١٤٨) طالبا وطالبة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الذكاء الأخلاقي بشكل عام جاء متوسطا لدى طلبة الأقسام العلمية في المستوى الثالث.

وسعت أيضا دراسة (Ibrahim & Al-mehsin, 2016) للكشف عن الفروق بين متوسط درجات الطالبات في كلية التربية بجامعة سوهاج ومتوسط درجات الطالبات في كلية التربية بجامعة سطاتم بن عبد العزيز على مقياس الذكاء الأخلاقي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وبلغ إجمالي العينة (٤٢٦) طالبة، حيث (٢٠٨) طالبة بكلية التربية بجامعة سطاتم بن عبد العزيز و (٢١٨) طالبة بكلية التربية جامعة سوهاج. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن متوسط الذكاء الأخلاقي لدى طالبات كلية التربية بسوهاج بشكل عام كان متوسط ما عدا بعد التعاطف، حيث حصل على درجة عالية، في حين كان متوسط الذكاء الأخلاقي لدى طالبات كلية التربية بجامعة سطاتم بن عبد العزيز بشكل عام متوسط ما عدا بعد التسامح، حيث حصل على درجة عالية.

ومن أبرز الدراسات السابقة التي تناولت الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية ما يلي:

هدفت دراسة كعكي (٢٠٢١) إلى التعرف على كيفية تطبيق الإدارة الالكترونية للرشاقة التنظيمية لتحقيق الميزة التنافسية في ضوء بعض عمليات إدارة المعرفة، ومعرفة التحديات التي تواجه تطبيق الإدارة الالكترونية، والتعرف على آليات تفعيل الإدارة الالكترونية للرشاقة التنظيمية لتحقيق الميزة التنافسية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة رفض بعض قائدات الجامعة تقليص الإجراءات التنظيمية. وصعوبة بناء علاقات مجتمعية الكترونيا لتحقيق

الميزة التنافسية في بيئة تنظيمية هرمية. وصعوبة توفير المناخ الوظيفي المساعد لتدوير المعرفة إلكترونياً بشفافية لتحقيق ميزة تنافسية بالأداء. وتوصلت الدراسة أيضاً إلى ربط كافة مستويات المنظومة الجامعية بشبكة اتصال لمشاركة المعرفة دعماً للتنافسية. وإثراء مكانة أعضاء هيئة التدريس تحقيقاً للميزة التنافسية.

وهدفت دراسة عبد الله (٢٠١٩) إلى وضع تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بتطبيق مدخل سلسلة القيمة في ضوء بعض النماذج العالمية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الدراسة إلى رؤية مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي في ضوء مدخل سلسلة القيمة. ومن آليات التصور المقترح تشجيع إدارة مؤسسات التعليم العالي والجامعي والكليات للأقسام الأكاديمية والإدارية وأعضاء هيئة التدريس والعاملين على العمل الجماعي والمشاركة في فرق العمل المختلفة في إجراء وتطبيق مدخل سلسلة القيمة.

ودراسة (Cheng, et al., 2019) والتي سعت للكشف عن تأثير ابتكار الخدمة لبناء ميزة تنافسية مستدامة بالتعليم العالي على رضا الطلاب ومدى إمكانية ترجمة هذا المستوى من الرضا لإدراك الصورة المؤسسية والولاء المؤسسي. واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، وبلغت العينة (٤٠٠) من الطلاب بجامعتين حكومية وجامعتين خاصة بماليزيا. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة متوسطة بين الصورة المؤسسية ورضا الطلاب وولائهم.

كما هدفت دراسة (Firman, et al., 2019) إلى تحليل تأثير التعلم التنظيمي والابتكار على الميزة التنافسية بالجامعات في مدينة بادنج باندونيسيا. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة. وبلغ عدد العينة (١٠٠) برنامجاً دراسياً لكليات الجامعة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التعلم التنظيمي والابتكار لهما تأثير إيجابي على الميزة التنافسية في الكليات.

وهدفت دراسة الخوالدة (٢٠١٨) إلى تطوير قواعد إدارية مقترحة لتفعيل مؤشرات الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي. وبلغت عينة الدراسة (٢٩٣٥) أستاذاً جامعياً في الجامعات الأردنية. استخدمت الدراسة المنهج المسحي. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أهمية مؤشرات الميزة التنافسية في الجامعات الأردنية جاءت بدرجة أهمية مرتفعة وفق تقديرات الأساتذة الجامعيين في الجامعات الأردنية.

ويتضح من العرض السابق للدراسات السابقة التي تناولت الذكاء الأخلاقي والميزة التنافسية أهمية الذكاء الأخلاقي للطلاب الجامعي حيث تناولت بعض الدراسات قياس مستوى الذكاء الأخلاقي، والبعض الآخر تناول الميزة التنافسية مع متغيرات أخرى مثل: الإدارة الإلكترونية للرشاقة التنظيمية، وسلسلة القيمة، والتعليم التنظيمي والابتكار. ومن ثم تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة حيث

تتناول تنمية الذكاء الأخلاقي للطلاب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية من خلال وضع

تصور مقترح.

أولاً: الإطار النظري، ويشتمل على:

المبحث الأول الإطار المفاهيمي للذكاء الأخلاقي:

إن الذكاء الأخلاقي له دورا مهما في تكوين الشخصية السوية المتزنة المشاركة في بناء المجتمع، وتحقيق الاستقرار النفسي للفرد، والسيطرة على الدوافع، وضبط الذات اتجاه الفعل السيئ، والتفاعل العاطفي، والتعامل مع الآخرين على أساس من المودة والاحترام، والقدرة على التكيف، ويؤدي ذلك بالضرورة إلى تحقيق الصحة النفسية المجتمعية. (مرزوق، ٢٠١٥، ٦-٧).

وتعد المرحلة الجامعية مرحلة مهمة ينتقل الفرد إلى الحياة العملية بعد التخرج، ويصبح مؤثراً في مجتمعه وبيئته، لذا يجب أن يتم الإعداد الجيد للطلاب خلال هذه المرحلة ودعمه لاكتساب القيم والأخلاق والسلوكيات الإيجابية. (الجراح، ٢٠١٩، ٤٥٤).

يعرف معظم علماء النفس الذكاء بأنه قدرة عامة جداً يتضمن ذلك من بين أشياء أخرى، القدرة على التفكير والتخطيط وحل المشكلات والتفكير المجرد وفهم الأفكار المعقدة والتعلم بسرعة والتعلم من التجربة. (Fengyan & Hong, 2012, 64)

يعتقد الأفراد أن الذكاء إما ثابت، مع امتلاك شخص ما قدرًا محددًا (نظرية الكيان؛ يشار إليها أيضًا باسم العقلية الثابتة)، أو يمكن تطوير الذكاء وتنميته بمرور الوقت (النظرية المتزايدة؛ يشار إليها أيضًا باسم عقلية النمو). وأظهرت الدراسات أن الطلاب الذين يتمتعون بعقلية نمو أقوى لديهم تحصيل أكاديمي أعلى وتحفيز متزايد. (Cutler, C-R et al., 2019, 59) الذكاء الأخلاقي هو القدرة على تطبيق المبادئ الأخلاقية على قيم المرء وأهدافه وأفعاله أو القدرة على رؤية ما هو صحيح ودمجه في حياة الفرد وأفعاله. وامتلاك قناعات أخلاقية قوية والتصرف بطريقة صحيحة ومشرفة. (Olusola, Ajayi, 2015 33)

مفهوم الذكاء الأخلاقي:

ويعرف الذكاء الأخلاقي بأنه أحد القدرات العقلية لدى الفرد يساعده في تحديد كيفية ترجمة المبادئ الأخلاقية العامة إلى القيم والأهداف التي يحملها والسلوكيات التي يظهرها. والذكاء الأخلاقي هو قدرة عقلية للتمييز بين الصواب والخطأ والتصرف وفقا لها من أجل إظهار السلوكيات الاجتماعية المقبولة حسب المعايير الأخلاقية السائدة. (الصمادي، الزغول، ٢٠١٩، ٢٩).

ويعرف (عبد اللاه، ٢٠٢٠، ٦٠٥) مفهوم الذكاء الأخلاقي يشير إلى التطبيق الفعلي في المواقف الحياتية للمبادئ والأسس الأخلاقية التي يستند إليها الفرد من خلال تمييزه بين الصواب والخطأ. ويعرف الذكاء الأخلاقي على أنه القدرة على فعل الصواب بطريقة أخلاقية دون التعرض لآثار سلبية تؤدي إلى ضرر يقع على الفرد ذاته أو يقع على الآخرين. (محمود، ٢٠١٦، ٧٤).

لا يميل الناس فقط إلى التفكير في الذكاء باعتباره متعدد الأبعاد، بل هناك أيضًا دليل على أن الناس يختلفون في ماذا يحددون كعناصر مهمة للذكاء وهذه المفاهيم تتأثر بالخلفية والتجربة. Limeri et (al. , 2020, 3)

فوائد الذكاء الأخلاقي:

إن الذكاء الأخلاقي له فوائد إيجابية على الصحة النفسية للإنسان (شروم، ٢٠١٩، ٣٦٣) و(الخرجي، ٢٠١٥، ٤١٦):

- التنمية الفردية فقد يواجه الشخص صاحب الذكاء الأخلاقي بعض الصعوبات واللوم أحيانا وقد يقابل أشخاصا لا يتميزون بالذكاء الأخلاقي، ولكنه يمضي بينهم مطمئنا إلى سلامة أخلاقه ومبادئه.
- الذكاء الأخلاقي يقضى على الفساد الإداري.
- الذكاء الأخلاقي يؤدي إلى انتشار السلام والمحبة والود والتقدير والبعد عن العنف والعدوانية.
- الذكاء الأخلاقي يكسب الإنسان الصبر والتسامح والعدل الأمر الذي يزيد من قدرته على التكيف والتعامل مع الآخرين.
- يساعد الذكاء الأخلاقي الفرد والمجتمع على التمييز بين الصح والخطأ واكتساب الأفراد ما يسمى بالصحة المجتمعية.

خصائص الذكاء الأخلاقي:

يتميز الذكاء الأخلاقي بالخصائص التالية (سعود، الحنفي، ٢٠١٨، ١٢):

- الذكاء الأخلاقي لا يتطور طبيعيا أو من تلقاء نفسه.
- الذكاء الأخلاقي غير متضمن في الجينات الوراثية.
- المعتقدات والقيم الأخلاقية يكتسبها الأبناء فيما قبل مرحلة المراهقة المبكرة.
- النمو الأخلاقي للأبناء عملية مستمرة ومتطورة لكنه لا يكتمل لدى الذكور قبل ٢١ سنة ويبلغ ذروته في مرحلة المراهقة حيث التفاعل مع مجريات الحياة على أسس أخلاقية.
- الأقران ينافسون الوالدين في النمو الأخلاقي للأبناء.
- الذكاء العقلي لا يؤدي في كثير من الأحيان إلى الذكاء الأخلاقي.
- النمو الأخلاقي يبدأ منذ سنوات الطفولة المبكرة.

أبعاد الذكاء الأخلاقي:

يتكون الذكاء الأخلاقي من مجموعة أبعاد جوهرية حيث تكون المنهج الكامل لبناء الذكاء الأخلاقي لدى الفرد وما يحتاجه للقيام بما هو صحيح ومقاومة أي قد تتحدى عاداته الشخصية المتماسكة والحياة الأخلاقية الجيدة، والمتكونة من سبعة أبعاد هي (الموزاني، الخفاجي، ٢٠١٥، ٣٤١ - ٣٤٢):

١- التعاطف: هو التماثل مع اهتمامات الناس الآخرين والشعور بشعورهم، وهو العاطفة القوية التي من شأنها أن توقف السلوك العنيف والقاسي وتحث على معاملة الآخرين بشكل عطوف ويزيد من الوعي بأفكار الآخرين وآرائهم وفهم حاجاتهم، والاهتمام بما فيه الكفاية بالذين تعرضوا للأذى والمتاعب.

٢- الضمير: هو ذلك الصوت الداخلي القوي الذي يساعد على جعل الأفراد على الطريق القويم لفعل الصواب ويشحنهم بإحساس بالذنب حينما يتمادون.

٣- التحكم الذاتي: هو تنظيم الأفكار والسلوكيات لمقاومة أية ضغوطات داخلية أو خارجية بما يعطي قوة الإدارة على القيام بالصواب واختيار العمل بصورة أخلاقية.

٤- الاحترام: إظهار التقدير للآخرين ومعاملتهم بطريقة ودية ومهذبة والرد بجواب مفخم أثناء التفاعل معهم لأنهم جديرون بذلك.

٥- التسامح: هو العفو لمن أساء واحترام كرامة كل شخص وحقوقه بغض النظر عن الفروقات سواء كانت عرقية أو اجتماعية أو فروقات في المعتقدات أو القدرات.

٦- العدالة: وهي الفضيلة التي تحثنا على أن نكون متفتحي الذهن ونزيهين ونعمل بصورة عادلة.

٧- اللطف: هو الاهتمام بسعادة الآخرين من خلال مساعدتهم على تحقيق أهدافهم، وفهم حاجاتهم والعمل على تلبيةها بقدر المستطاع. (المالكي، ٢٠١٩، ١٤٢).

إن الذكاء الأخلاقي مهارة قابلة للتنمية والارتقاء من خلال ما يلي (الريضي، ٢٠١٥، ٢٠٦٧):

- تنمية الوعي الذاتي: من خلال مراجعة السلوك والتصرفات والميول والاتجاهات الشخصية وإدراك نقاط القوة والضعف في الجوانب الأخلاقية.
- التدريب المستمر: من خلال التدريب اليومي في مواقف الحياة اليومية على تنمية جوانب الذكاء الأخلاقي.
- القدوة والافتداء: من خلال الافتداء بالشخصيات المتميزة أخلاقيا والاقتراب منها والتعامل معها ودراسة حياة الشخصيات الفضلى؛ روحيا وأخلاقيا يساعد على نمو الذكاء الأخلاقي.
- الغذاء الروحي والممارسات: وذلك من خلال القراءات الدينية، والتأملات الروحية وتغذية العقل بالقيم والمبادئ يساعد على نمو الذكاء الأخلاقي.

مكونات الذكاء الأخلاقي:

من مكونات الذكاء الأخلاقي ما يلي (الغامدي، سالم، ٢٠١٩، ٣١١):

- ١- المحيط الأخلاقي: ويتضمن النظام المرجعي للفرد الذي يتضمن القيم والمعايير والمبادئ التي تشكل أساس التقويم والحكم الأخلاقي لدى الفرد.
- ٢- الالتزام الأخلاقي: وهو القدرة والتصميم على العمل ضمن المنظومة الأخلاقية للفرد.

- ٣- الحساسية الأخلاقية: وتتضمن قدرة الفرد على التعرف وتحديد القضايا من منظور أخلاقي.
- ٤- حل المشكلات أخلاقيا: وهي قدرة الفرد على حل المشكلات في أطر أخلاقية.
- ٥- الجزم الأخلاقي: وهي قدرة الفرد على بناء وتطوير السلوكيات والأفعال الأخلاقية من خلال ممارستها في ضوء المعايير والمبادئ الأخلاقية.

المبحث الثاني: الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم الجامعي:

إن المؤسسات الجامعية بحاجة إلى أن تتميز في أداؤها لتتمكن من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة ولتستطيع البقاء والاستمرار في سوق تربوي تنافسي، وهذا يتطلب منها التجديد بمرونة وسرعة دون الإخلال بالجانب الأكاديمي العلمي، فالميزات التنافسية القائمة على المعرفة تدعم التنافسية التي ترتبط بالجانب الإداري والبشري والتي تحقق الاستثمار الأمثل للإمكانات والموارد المتوفرة ومدى القدرة على تلبية الاحتياجات المختلفة، وتتنوع مصادر الميزة التنافسية فمنها داخلية وأخرى خارجية. كما أن من خصائصها أنها نسبية وتؤدي إلى تحقيق التفوق بمجال محدد، ولقد ساعدت سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات ووفرته على دعم الميزة التنافسية في المؤسسات الجامعية التي تسعى إلى تحقيق درجة عالية من كفاءة الأداء والتطوير المستمر له لضمان تحقيق ميزة تنافسية دائمة، وهكذا فإن التأكيد على الميزة التنافسية في الأداء الجامعي أصبح مطلباً أساسياً لتطوير أداء المنظومات الجامعية. (كعكي، ٢٠٢١، ٤٧٨).

مفهوم الميزة التنافسية:

تنشأ المزايا التنافسية من مقترحات خلق القيمة للمؤسسة، وقد تظهر مثل هذه المقترحات من إدارة المؤسسة لاستراتيجيتها التنافسية للمنافسة أو أنشطتها التي تخلق القيمة. كما يمكن أيضاً اشتقاق الميزة التنافسية من موارد نادرة وفريدة وغير متجانسة، والتي يمكن ترجمتها إلى قدرات تقدم قيمة لكل من الشركة وعملائها. (Kuah, A., et al., 2013, 8)

ويؤدي إنشاء ونشر ميزة تنافسية مستدامة إلى تحقيق أداء متفوق، وهو غرض للاستراتيجية التنافسية للمؤسسة. (Ashour, M., 2018, 1)

تعرف الميزة التنافسية بأنها عملية مؤسسية قائمة على أسس عملية تحول المعلومات إلى موارد يستفاد منها في عملية إصدار الأحكام، وهي بذلك سلاح أخلاقي ضد المنافسين من المجال نفسه. (زيدان، ٢٠١٨، ١٤٧).

وتعرف أيضاً الميزة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية التكنولوجية التعليمية أو الموارد - المادية والبشرية والمالية - المتميزة التي تتيح للمؤسسة التعليمية إنتاج قيم ومنافع، وكذلك قيمة مضافة للمستفيدين تزيد عما يقدمه المنافسون الآخرون. (أنور، ٢٠٢١، ٣٢١).

ويعرف عساف (٢٠١٥، ١١٩ - ١٢٠) الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية على أنها قدرة المؤسسة على تقديم خدمة تعليمية وبحثية عالية الجودة، مما ينعكس إيجابياً على مستوى الخريجين

وأعضاء هيئة التدريس فيها، الأمر الذي يكسبهم قدرات ومزايا تنافسية في سوق العمل بمستوياته المختلفة، وفي الوقت نفسه يعكس ثقة المجتمع فيها ومن ثم التعاون معها، وزيادة إقبال الطلبة على الالتحاق بها.

ويمكن تعريف الميزة التنافسية بأنها بناء نظام يمتلك ميزة فريدة أو ميزة يتفوق على المنافسين من خلال قيمة الخريج، بطريقة مستدامة يمكن المحافظة عليها باستمرار وعرضها أو تقديمها بشكل أفضل من الآخرين. (صلاح الدين، ٢٠١٨، ٢٦١).

أهمية الميزة التنافسية في المؤسسات الجامعية:

تتمثل أهمية الميزة التنافسية للجامعات فيما يلي (عبد الله، ٢٠١٩، ٣٠٥):

- توفير البيئة التنافسية التي تساعد الجامعات على الارتقاء بنوعية مخرجاتها والخدمات التي تقدمها محليا وعالميا.
- خلق قيم جديدة للعملاء تلبي احتياجاتهم وتضمن ولائهم، وتدعم وتحسن سمعة وصورة المؤسسة الجامعية في أذهانهم.
- تحقيق ميزة تنافسية للجامعات تجعلها أكثر قدرة على إرضاء المستفيدين وتقديم خدمات تعليمية وبحثية متميزة لجذب نوعية جديدة من المستفيدين.
- تحقيق التميز الاستراتيجي على الجامعات المنافسة في الخدمات التعليمية والبحثية المقدمة إلى العملاء لضمان حصة تسوق أكبر إلى جانب تحقيق تميز وتفوق عن المنافسين.
- التطور والتحسين المستمر لأداء المؤسسات الجامعية من خلال التركيز على تحقيق الإبداعات التكنولوجية والابتكار لتحقيق التميز على المؤسسات الجامعية المنافسة.

عناصر الميزة التنافسية:

يحدد الباز (٢٠١٧، ١٣٨) عناصر الميزة التنافسية فيما يلي:

- ١- التمايز: وهي استراتيجية البحث عن التميز، والانفراد بخصائص استثنائية، وفي ضوء هذه الاستراتيجية تسعى المؤسسة إلى تكوين صورة ذهنية محببة حول خدماتها؛ نظرا لمزاياها الفريدة والصورة الحسنة بين المستفيدين والزبائن.
- ٢- قلة التكاليف: وهي الاستراتيجية التي تضع المؤسسة كأقل المنتجين تكلفة في قطاع الإنتاج والخدمات وذلك من خلال الاستثمار الأمثل للموارد والإنتاج بمعايير عالمية ولكن بأقل كلفة مقارنة مع المؤسسات المنافسة مما يؤدي في النهاية إلى عوائد أكبر.
- ٣- الإبداع: وهو القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بغرض تطوير أفكار جديدة، واستراتيجية الإبداع تعني التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتقديم شيء ما جديد.

أبعاد الميزة التنافسية:

يتناول (آل كردم، ٢٠٢٠، ٩-١١) أبعاد الميزة التنافسية كما يلي:

البعد الأول: الموارد البشرية:

إن الموارد البشرية من أهم الموارد التي تمتلكها أي مؤسسة سواء كانت حكومية أو خاصة. وتعد من الأمور الرئيسية التي تساعد أي منظمة في تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية كبيرة، لذا فإن المهمة الأساسية للمؤسسات التعليمية هي القدرة على تشغيل وتفعيل دور الموارد البشرية كما يوجد بعض المتطلبات ينبغي التقيد بها وهي: الاهتمام ببنية الإنسان العقلية والفكرية والمعرفية، تبني مشاركة الأفراد في تحمل المسؤوليات واتخاذ القرارات، الاهتمام بمحتوى العمل والبحث عما يشدذ القدرات الذهنية، التركيز على الحوافز المعنوية وأثرها على الأداء، بناء التنمية البشرية وفقا لمفاهيم الإبداع والابتكار، وتشجيع العمل الجماعي وفرق العمل. كما تشمل إدارة الموارد البشرية عدد من الممارسات والتي تتمثل في: الاختيار والتعيين، والتدريب المكثف، والمكافآت والحوافز والترقية، والمشاركة في عمليات صنع القرارات، وفرق العمل، وتأثير ممارسات إدارة الموارد البشرية على أداء الموظفين في الجامعات المختلفة، لذلك تطالب إدارة الجامعات بتفعيل مواردها وكفاءتها البشرية، بوصفها المستودع الدائم لرأس المال البشري.

البعد الثاني: البنية التنظيمية:

يمكن للمؤسسة التعليمية أن تحقق التميز التنظيمي المتمثل في نجاح طلابها عن طريق مجموعة من العوامل مثل توفير بيئة ملائمة للتعلم، واختيار مديرين ذوي مهارات قيادية عالية، وتعيين فريق متميز من المعلمين، وتحسين أوضاع العمل والمرافق والتسهيلات اللازمة، وتقديم المزيد من الفرص للتعلم، والعمل على تقليل العنف والمشاكل بها. ومن أهم متطلبات تحقيق البنية التنظيمية في المؤسسة التعليمية:

أ- تميز القيادة:

تشير كل جوائز التميز الدولية إلى أهمية القيادة بوضعها في قائمة المعايير الضرورية لنجاح أي منظمة في تنفيذ إدارة الجودة والتميز. وتسهم القيادة القوية بطريقة غير مباشرة في تحقيق نتائج ومخرجات تعليمية مرضية لدى الطلاب، كما تسهم في إرساء التعلم التنظيمي والذي بدوره يؤثر على عملية التعليم والتعلم التي تتم داخل المؤسسة التعليمية.

ب- تميز المعلمين:

تعد جودة وتميز المعلمين أكثر المدخلات التعليمية تأثيرا على نتائج ومخرجات الطلاب داخل المؤسسة التعليمية، لذلك فمن الضروري أن يعمل نظام التعليم على توظيف وتدريب وتنمية أفضل المعلمين والاحتفاظ بهم للإسهام في تحسين عملية التعليم والتعلم، وتحقيق التميز في أداء المؤسسة ككل. وإدراك المعلمين للسعي لتحقيق التميز التنظيمي يعزز أوضاع العاملين وتجعلهم يتفاعلون إيجابيا

ليس فقط في كيفية الإجراءات، بل أيضا في تنمية القيادات الإدارية الدنيا في صفوف العاملين وتشعرهم بأهميتهم كعناصر فعالة في التنظيم. ومن ثم فكل ذلك يعزز التزام العاملين أخلاقيا وشخصيا وأدبيا نحو قيم وأهداف المنظمة، مما يدفعهم إلى بذل المزيد من الجهود لتحقيق أهداف المؤسسة.

ج- تميز المشاركة المجتمعية:

تعد المشاركة المجتمعية إحدى صيغ الربط بين المؤسسة والمجتمع؛ حيث تسقط منها الحواجز التقليدية للعملية التعليمية الرسمية المحدودة بالمناهج والفصول الدراسية والأطر الزمنية إلى عالم أوسع وأرحب للتحصيل المستمر للمعرفة بجميع الوسائل ومن جميع المصادر في كل وقت ومدى الحياة.

البعد الثالث: جودة الخدمات التعليمية:

تعمل المؤسسات التعليمية على إعداد الكوادر العلمية المدربة والمؤهلة لقيادة مؤسسات المجتمع، وركيزة أساسية لتنمية مجتمعية إنتاجية، والاستثمار فيه هو استثمار في العنصر البشري الذي يمثل أهم ما يملك أي مجتمع يطمح في الوصول إلى أهدافه وغاياته، ويمثل التدريس المهمة الأولى والأكثر شيوعا، إذ يتم من خلالها تحويل المدخلات البشرية من الأشخاص العاديين إلى كفاءات ذات قدرات معينة يمكنها ممارسة دورها في خدمة المجتمع والمساهمة في التنمية الوطنية باختلاف أدوارها. ولذلك ينبغي على المؤسسة أن تقوم بخمس مهام أساسية لكي تمارس هذا الدور بنجاح: تزويد الطالب بالمعارف في حقل التخصص، وتنمية التفكير العلمي لدى الطالب، وإكسابه المهارات الأساسية المناسبة في مجال تخصصه، وغرس الاتجاهات الإيجابية والاهتمامات والقيم، والمبادرة، والتعلم الذاتي. وتوجد مجموعة من المعايير تعبر عن الجودة في التعليم، ومنها: مشاركة الطلاب والآباء ورجال الأعمال المسؤولية بامتلاكهم لمهارات الجودة وحل المشكلات، والمبادرة، وتشير إلى أن هيئة التدريس والإداريين يجب أن يخلقوا لأنفسهم قيم جودة محددة داخل مدارسهم، وذلك بالتخلي عن الأساليب الروتينية والتطوير المستمر والعمل على تحقيق التوازن والاستغلال الأمثل للموارد المتاحة من خلال التخطيط والتقييم المستمر وسرعة رد الفعل، من خلال تحسين زمن الاستجابة وما يتطلبه من مراجعة العمليات والأهداف والأنشطة من خلال عمليات القياس المستمر.

وهناك نوعان أساسيان من الميزة التنافسية التي يمكن للمؤسسة أن تمتلكها: التكلفة المنخفضة، والتمايز. لذلك تستطيع المؤسسة التعليمية أن تستحوذ على الكثير من نقاط القوة والضعف إزاء منافسيها. (الفقهاء، ٢٠١٣، ٦٦-٦٧).

مصادر الميزة التنافسية:

يوجد مصدران رئيسان لبناء الميزة التنافسية وهما يلي (الخالدة، ٢٠١٨، ١٣٦-١٣٧):

المصدر الأول: التفكير الاستراتيجي مدخل لبناء الميزة تنافسية:

تلجأ المؤسسة إلى التفكير الاستراتيجي حتى تتمكن من حل مشاكلها والخروج من الوضعيات الحرجة، باعتباره أحد الأساليب المستخدمة لتحقيق مزايا تنافسية بتطبيق المؤسسة لإحدى الاستراتيجيات العامة للتنافس، مثل:

- ١- استراتيجية القيادة في التكاليف: من أجل تقليل كلفة الخدمات المقدمة.
- ٢- استراتيجية التمييز وتعدد مجالات هذه الاستراتيجية لتشمل: التمييز على أساس التفوق الفني والتمييز على أساس الجودة، التمييز على أساس تقديم خدمات مساعدة أكبر للمستهلك، التمييز على أساس تقديم المنتج قيمة أكبر للمستهلك نظير المبلغ المدفوع فيه، أنشطة التسويق والخدمات المقدمة للمستهلكين.
- ٣- استراتيجية التركيز: تهدف هذه الاستراتيجية إلى بناء ميزة تنافسية، والوصول إلى مواقع أفضل في السوق، من خلال تلبية تعليمية وبحثية وخدمية لمجموعة معينة من المستهلكين أو بالتركيز على سوق جغرافي معين.

المصدر الثاني: الموارد أساس لبناء الميزة التنافسية:

يتطلب تحقيق الميزة التنافسية مجموعة من الموارد والكفاءات الضرورية، حيث تنقسم إلى نوعين كما يلي:

أولاً: الموارد الكمية: وتشتمل على:

- ١- المدخلات الأولية: لها تأثير بالغ على جودة المنتجات، لذا يجب على المؤسسة أن تحسن اختيار مورديها والتفاوض على أسعارها وجودتها.
- ٢- معدات الإنتاج: تعد من أهم أصول المؤسسة التي تحقق القيمة المضافة الناتجة عن تحويل المدخلات الأولية إلى مخرجات، لذا يجب على المؤسسة ضمان سلامتها، وتشغيلها وصيانتها بهدف تحقيق فعاليتها لأطول وقت ممكن.
- ٣- الموارد المالية: تسمح بإيجاد منتجات جديدة وطرحها في السوق أو توسيعها في نطاق أكبر كفتح قنوات جديدة للتوزيع، لذا يجب على المؤسسة أن تحقق صحتها المالية باستمرار وتحافظ عليها بهدف تعزيز موقفها التنافسي وتطويره على المدى البعيد.

ثانياً: الموارد الكيفية: وتشتمل على ما يلي:

- ١- الجودة: حيث يمكن للمؤسسة أن تحقق الميزة التنافسية عن طريق الجودة استناداً للمقومات التالية: (تقضي حاجات وتوقعات المستهلكين كأساس لتصميم البرامج وتطوير الوظائف والتوجيهات المستقبلية- جعل الجودة على رأس أولويات الإدارة العليا- واختيار وتدريب

وتحفيز قوى عاملة تنجح في الأداء المتميز القائم على الابتكار - تطوير علاقات استراتيجية مع المؤسسات والمرتكزات ذات العلاقة.

٢- المعلومة والمعرفة: تشكل المعلومات مصدرا لاكتشاف خطط المنافسين، وتحركاتهم وأيضاً متغيرات الأسواق، كما تتضمن المعلومات التقنية والمعارف الجديدة مما يعمل على إثراء القدرات الإبداعية بشكل مستمر، وهذا يحقق استمراراً للميزة التنافسية.

٣- التكنولوجيا: حيث يؤثر اختيار نوعية التكنولوجيا داخل المؤسسة على موضع أسبقيتها على منافسيها.

٤- الكفاءات: حيث تعد أصل من أصول المؤسسة؛ لأنها ذات طبيعة تراكمية من جهة وصعبة التقليد من قبل المنافسين من جهة أخرى، وهذا لأنها تمس العنصر البشري. فالموارد البشرية الآن أهم ميزة تنافسية للمؤسسات وهذا لإمكانية تحقيقها لمزايا تنافسية من خلال قوة عاملة أكثر كفاءة والتزاماً ومهارة.

خصائص الميزة التنافسية:

من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي (صلاح الدين، ٢٠١٨، ٢٦٢-٢٦٣):

- تتسم الميزة التنافسية بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة وهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.
- تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- تنبع من داخل المنظمة وتحقيق قيمة لها.
- تنعكس من كفاءة أداء المنظمة لأنشطتها أو في قيمة ما يقدم للمستفيدين.
- تؤدي للتأثير في المستفيدين وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المنظمة وتحفزهم للتعاون معها.
- أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المنظمة السبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط.
- أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المنظمة الداخلية من جهة أخرى.
- أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطوير موارد وقدرات وجدارات المنظمة من جهة أخرى.
- أن يتناسب استخدام الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المنظمة تحقيقها في المدى القصير والبعيد.

استراتيجيات الميزة التنافسية:

وتذكر زيدان (٢٠١٨، ١٥٥ - ١٥٧) استراتيجيات الميزة التنافسية كما يلي:

- ١- استراتيجية قيادة التكلفة: تعني قدرة المؤسسة على تصميم وتصنيع وتسويق منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع المؤسسات المنافسة، ووفقا للمعايير المطلوبة من قبل المستفيدين، وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر. كما تؤدي هذه الاستراتيجية دورا هاما في بناء القدرة التنافسية للمؤسسات، وذلك بما تحققة لها من منافع ومزايا تنافسية والتي من أهمها خفض مستوى التكاليف إلى أدنى حد ممكن دون المساس بجودة المنتج. وللوصول إلى هذا الهدف تعتمد المؤسسة على قاعدة بيانات متسعة تتضمن التكاليف بصفة عامة والتكلفة لدى المنافسين ومقارنتها بغرض الوصول لأفضل تكاليف تناسب الموقف التنافسي للمؤسسة.
- ٢- استراتيجية التمايز: تعني قدرة المؤسسة على تقديم منتجا متميزا وفريدا وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستفيدين، وتحتاج المؤسسات لإيجاد خصائص فريدة في منتجاتها أو خدماتها ولنجاح استراتيجية التمايز يجب البحث الجيد والتطوير والابتكار، والقدرة تقديم منتجات أو خدمات عالية الجودة.
- ٣- استراتيجية التخصيص: تستند إلى اختيار نطاق تنافسي ضيق داخل الصناعة ويكون أفضل في الجودة والسرعة، أو التكلفة فهي استراتيجية تقوم على أساس التخصص بطرق لا تتمكن المؤسسات القاندة في الكلفة أو المنفعة بالتمايز في تحقيقها ومما يساهم في تمكين المؤسسة من خلق مواقع خاصة بها تمنع المؤسسات الأخرى من منافستها في القطاع السوقي المستهدف من قبلها وتسعى إلى بناء ميزة تنافسية من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من المشترين أو بالتركيز على سوق جغرافي محدد.
- ٤- استراتيجية النمو: زيادة حصة المؤسسة في السوق، وإكسابها المزيد من المستفيدين، أو بيع المزيد من المنتجات. لذا فإن هذه الاستراتيجية تزيد الربحية على المدى الطويل. ويمكن البيع على شبكة الانترنت عن طريق إنشاء قنوات تسويقية جديدة، مثل المزادات الإلكترونية.
- ٥- استراتيجية التحالف: تعتمد هذه الاستراتيجية على عقد شراكات وتحالفات والقيام بمشاريع مشتركة مع الشركاء التجاريين في الشراكات، والتحالفات، وهذه الاستراتيجية تخلق التآزر الذي يتيح التركيز على الأعمال الأساسية، وتوفير فرصا للنمو.
- ٦- استراتيجية الابتكار: تعتمد هذه الاستراتيجية على إدخال منتجات وخدمات جديدة بالمؤسسة، ووضع ميزات جديدة في المنتجات الحالية أو تطوير طرق جديدة لإنتاجها.

أسس بناء الميزة التنافسية:

توجد أربعة أسس لبناء الميزة التنافسية في المؤسسات وتتمثل فيما يلي (أحمد، ٢٠١٨، ٣٧٥-٣٧٦):

١- الكفاءة المتفوقة: تتمثل في الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لإنتاج مخرجات معينة، وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة، فكلما كانت الكفاءة الإنتاجية عالية مقارنة بمنافسيها كلما سمح لها ذلك ببناء مزايا تنافسية حيث إن الإنتاجية العالية تقود إلى تحقيق كفاءة متفوقة. كما أن الاستراتيجية التنافسية والهيكلة التنظيمية المناسب وأنظمة الرقابة التي تتبعها المؤسسة تساعد في تحقيق كفاءة عالية مقارنة مع المنافسين. ويقتضي تحقيق الكفاءة التزاما واسع النطاق على مستوى المؤسسة، والقدرة على تحقيق تعاون وثيق بين الوظائف المختلفة.

٢- الجودة المتفوقة: زاد اهتمام المؤسسات بتلبية رغبات المستفيدين والحرص على رضاهم نتيجة للتغيرات السريعة، مما أوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء المنافسة في تقديم خدمات ذات جودة عالية من خلال ما تحفقه المخرجات من قبول لدى المجتمع. كما أن الجودة العالية من شأنها أن تقلل الجهد والوقت الذي يصرف في إصلاح عيوب المخرجات، وهذا يؤدي بها إلى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة؛ حتى تضمن النجاح والتطوير المستمر لمختلف العمليات داخل المؤسسة.

٣- التجديد المستمر من خلال الإبداع والتفوق: يمثل التجديد أحد أهم الأسس لبناء الميزة التنافسية، فعلى المدى الطويل يمكن النظر إلى المنافسة باعتبارها عملية موجهة بواسطة التجديد ويتحقق من خلال تقديم منتج جديد أو العمل بأسلوب جيد مختلف عن المنافسين. كما أن عمليات التجديد التي تحرز نجاحا في المؤسسة يمكن أن تشكل مصدرا رئيسا للميزة التنافسية؛ لأنها تمنح المؤسسة شيئا متفردا يفتقر إليه منافسوها، ويسمح التفرد للمؤسسة بتمييز نفسها وبالتالي اختلاقها وتميزها.

٤- الاستجابة المتفوقة لحاجات العميل: إن استجابة المؤسسة لاحتياجات العملاء يجعلها في وضع مناسب للاستحواذ على المزايا التنافسية، فتحقيق الاستجابة المتفوقة للعملاء من خلال الحساسية العالية والمعرفة الدقيقة بالمستفيدين أولا، ثم التركيز على الاحتياجات التي يمكن إدراكها بتحقيق مستوى جودة معين يصعب تحقيقه من قبل المنافسين، ومنح العملاء قيمة أكبر، كما يعنى اتخاذ خطوات لتحسين كفاءة عمليات إنتاج المؤسسة.

متطلبات تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية:

تتمثل متطلبات تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الجامعية فيما يلي (شليبي، ٢٠١٧، ٩):
 أولاً: التوجهات الاستراتيجية للجامعة وتتمثل في: الاتجاهات الحديثة للإدارة وتشمل إدارة الجودة الشاملة، إدارة الاعتماد الأكاديمي، الإدارة الاستراتيجية، التخطيط الاستراتيجي، إعادة هندسة العمليات الإدارية، إدارة الأزمات، الإدارة الإلكترونية.

ثانياً: الموارد الملموسة وهي المواد الأولية، معدات الإنتاج، الموارد المالية وغير الملموسة وهي الجودة، التكنولوجيا، المعرفة والمعلومات.

ثالثاً: الموارد البشرية والكفاءات المتميزة: وهي من العوامل الأساسية التي يتوقف عليها نجاح الجامعة في تحقيق أعلى كفاءة في وظائفها التعليمية والبحثية والمجتمعية.

رابعاً: الإبداع والابتكار: أصبح الابتكار والإبداع ضرورة حتمية في ظل التغيرات المستمرة في خلق التميز في وظائف الجامعة مما يحقق لها التفرد في خدماتها التعليمية والبحثية والمجتمعية.
 معوقات تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية:

قد تواجه مؤسسات التعليم الجامعي بعض المعوقات والتي تحد من إمكانية اكتسابها لميزة تنافسية وموقع تنافسي استراتيجي وهي كما يلي (عبد القادر، ٢٠١٦، ١١ - ١٢):

أولاً: المعوقات الداخلية والتي تواجه المؤسسات الجامعية:

١- الفجوة العلمية والتقنية بين الجامعات العربية والعالمية والتي تمثل تحدياً مهماً لنظم التعليم، كما أن تحقيق أي تنمية اقتصادية واجتماعية لن يتم دون الوصول إلى سد هذه الفجوة.

٢- غياب قيادة إدارية ناجحة مما يعيق التنمية الإدارية للعاملين.

٣- عدم وجود رقابة إيجابية تسمح بالقضاء على الانحرافات داخل الجامعة.

٤- غياب الشفافية عند إزالة السلوكيات السلبية من أفراد داخل المؤسسة.

٥- عدم قدرة الجامعة على توفير المعلومات الضرورية والسريعة المساعدة في عملية اتخاذ القرارات وترشيدها.

٦- عدم استخدام الجامعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وعدم مسايرة التطورات الحديثة.

ثانياً: المعوقات الخارجية والتي تنتج عن خارج نطاق المؤسسة الجامعية:

١- وجود مؤسسات متحالفة عالمياً يصعب على أي مؤسسة منافستها.

٢- تحول التنافس من السلع والخدمات إلى التنافس المعرفي.

٣- تحول المعايير الخاصة بالمواصفات من محلية إلى دولية.

٤- عدم الالتزام بالمواصفات الدولية للجودة.

٥- ضعف أجهزة التعليم والتثقيف. وعدم الاهتمام بالبحوث والتطوير.

ثانياً: التصور المقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية:

في ضوء ما تم تناوله في الإطار النظري للذكاء الأخلاقي والميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية، يعرض البحث فيما يلي تصور مقترح لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

أ- أهداف التصور المقترح

يهدف التصور المقترح إلى تقديم آليات لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية، والذي يسهم في تحقيق ما يأتي:

١- تنمية أبعاد الذكاء الأخلاقي للطالب الجامعي.

٢- تقديم آليات لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية المصرية للقدرة على المنافسة بين الجامعات العربية والعالمية.

ب- منطلقات التصور المقترح

يرتكز هذا التصور على المنطلقات التالية:

١- الإطار النظري الذي تناول الذكاء الأخلاقي والميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

٢- أهمية وضرورة الذكاء الأخلاقي للطالب الجامعي، ليساعده في القدرة على التكيف والتواصل مع الآخرين، وتحقيق الاستقرار النفسي والسيطرة على الدوافع.

٣- أهمية الميزة التنافسية للمؤسسات الجامعية، حيث تساعد الجامعات على الارتقاء بنوعية مخرجاتها والخدمات التي تقدمها محلياً وعالمياً. وتجعل الجامعات أكثر قدرة على إرضاء المستفيدين وتقديم خدمات تعليمية وبحثية متميزة لجذب نوعية جديدة من المستفيدين.

ج- أبعاد التصور المقترح وآليات تنفيذه

يستند التصور المقترح على الأبعاد الآتية:

أولاً: دور عضو هيئة التدريس في تنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية:

تعد المرحلة الجامعية مرحلة مهمة للطالب، لذا يجب أن يتم الإعداد الجيد له خلال هذه المرحلة ودعمه لاكتساب القيم والأخلاق والسلوكيات الإيجابية. ومن ثم يتضح الدور الإيجابي لعضو هيئة التدريس في تنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية من خلال الآليات التالية:

١- تنمية أبعاد الذكاء الأخلاقي وهي: التعاطف، الضمير، التحكم الذاتي، الاحترام، التسامح، العدالة والعطف. وغرس الاتجاهات الإيجابية والاهتمامات والقيم، حيث يعد عضو هيئة التدريس القدوة والمثل الأعلى للطالب.

٢- توعية الطالب بمخاطر المواقع الالكترونية غير الآمنة، والتي تؤدي إلى الانحراف الأخلاقي مما يؤدي للبعد عن القيم والسلوكيات الصحيحة والمقبولة في المجتمع.

٣- تدريب الطالب على طرق مختلفة لحل المشكلات التي قد يواجهها داخل أو خارج الحرم الجامعي، وعند الالتحاق بسوق العمل.

٤- إتاحة الفرصة للطلاب لتنمية المهارات والابداع والابتكار. فقد أصبح الابتكار والإبداع ضرورة حتمية في ظل التغيرات المستمرة في خلق التميز في الجامعات مما يحقق لها التفرد في خدماتها التعليمية والبحثية والمجتمعية.

٥- تنمية ثقافة الحوار والمناقشة وتقبل الرأي الآخر والتحكم بالنفس.

٦- تشجيع الطالب على العمل الجماعي وبت روح العمل كفريق لتنمية مهارات التواصل والتكيف مع الآخرين.

ثانيا: دور القيادة الجامعية في تنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية:

تسهم القيادة الجامعية القوية بطريقة غير مباشرة في تحقيق نتائج ومخرجات تعليمية متميزة، مما يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية. ومن هذا المنطلق يتضح دور القيادة الجامعية في تنمية الذكاء الأخلاقي لدى الطالب لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية من خلال الآليات التالية:

١- إضافة مقرر دراسي يتضمن القيم الأخلاقية، واحترام الآخرين، ومهارات التواصل والحوار، وحرية التعبير عن الرأي، والتعاون والمشاركة.

٢- إقامة ورش عمل وندوات تثقيفية عن القيم الأخلاقية في المجتمع.

٣- إتاحة الفرصة للطلاب للمشاركة في المؤتمرات المحلية والدولية لاكتسابه الثقة بالنفس.

٤- توفير الموارد المادية والبشرية والتي تعزز وتسهم في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

٥- توفير المعلومات للطلاب على كافة المستويات لمواكبة التطوير، حيث تشكل المعلومات مصدرا لاكتشاف خطط المنافسين، وتحركاتهم وأيضا متغيرات الأسواق، كما تتضمن المعلومات التقنية والمعارف الجديدة مما يعمل على إثراء القدرات الإبداعية بشكل مستمر، وهذا يحقق استمرارا للميزة التنافسية.

٦- وضع لوائح جديدة تتماشى مع المتغيرات العالمية المتسارعة للتصدي للسلوكيات الأخلاقية السلبية داخل الجامعات.

٧- تسليط الضوء على اكتساب الطالب المهارات التكنولوجية حيث أصبح التمكين الرقمي ضرورة حتمية في العصر الحالي، ومهارة التواصل مع الآخرين؛ حيث أصبحت التكنولوجيا عنصرا أساسيا في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

٨- تفعيل الموقع الالكتروني للجامعة وإنشاء صفحة مخصصة للمشكلات والقضايا الأخلاقية التي تواجه الطالب، ووجود حلول سريعة مما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الجامعية.

٩- إنشاء منصات تعليمية تثقيفية للطلاب تشجعهم على الالتزام بالقيم الأخلاقية.

١٠- تفعيل المعسكرات الطلابية للشباب الجامعي عبر المنصات الالكترونية، ويتم طرح المشكلات والقضايا الأخلاقية التي تواجه الطالب الجامعي. وعرض المشروعات التنافسية مما يحفز الطالب على الابداع والابتكار ويحقق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

أ- متطلبات نجاح التصور المقترح

لضمان نجاح التصور المقترح ينبغي توافر ما يأتي:

١- وجود قيادة إدارية ناجحة لتنمية الذكاء الأخلاقي لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

٢- الاستفادة من التغيرات العلمية والتكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية على مستوى العالم لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية المصرية.

٣- وجود قرارات صارمة لمن يتجاوز الحدود الأخلاقية داخل المؤسسات الجامعية.

٤- الاستغلال الأمثل لكافة الإمكانيات المتاحة وبأقل التكاليف لتنمية الذكاء الأخلاقي لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الجامعية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو بكر، أحمد سمير صديق (٢٠١٩م): الذكاء الأخلاقي كمنبئ بجودة الصداقة لدى طلبة جامعة المنيا، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة البحرين، المجلد (٢٠)، العدد (٢)، يونيو، ص ٥٨١-٦١٥.

أحمد، عزام عبد النبي (٢٠١٨م): الإدارة بالتجوال كمدخل للميزة التنافسية في التعليم ما بعد الأساسي بسلطنة عمان، العلوم التربوية، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، المجلد (٢٦)، العدد (٢)، الجزء (٣)، ابريل، ص ص ٣٣٨-٤١٨.

أنور، عبير شوق وعبد الرحمن، إيمان والبحيري، خلف محمد (٢٠٢١م): متطلبات استخدام الميزة التنافسية في مدارس التعليم الأساسي في مصر على ضوء استراتيجية التميز، مجلة سوهاج لشباب الباحثين، جامعة سوهاج، كلية التربية، العدد (١)، مارس، ص ص ٣١٧-٣٤٤.

آل كردم، مفرح سعيد صالح (٢٠٢٠): دور القيادة الرقمية في تحقيق الميزة التنافسية بمدارس التعليم العام بمدينة أبها الحضرية، مجلة جامعة تبوك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبوك، ع ١٢، ديسمبر، ص ص ٣-٢٥.

الباز، أحمد نصحي أنيس الشربيني (٢٠١٧م): تصور مقترح لرفع مستوى الميزة التنافسية في البحث العلمي لمؤسسات التعليم العالي في مملكة البحرين من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، المجلد (١٠)، العدد (٢٩)، ص ص ١٣٣-١٥٩.

الجراح، هاني يوسف (٢٠١٩م): الذكاء الأخلاقي وعلاقته بكل من تقدير الذات ودافعية الإنجاز لدى طلبة جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشارقة، المجلد (١٦)، العدد (١)، يونيو، ص ص ٤٥٢-٤٨٣.

الخرجي، سناء على حسون (٢٠١٥م): أثر الأسلوب العقلاني الانفعالي العاطفي في تنمية الذكاء الأخلاقي لدى طالبات المرحلة الإعدادية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، الجمعية العراقية للعلوم التربوية والنفسية، العدد (١١٦)، ص ص ٤٠٧-٤٧٠.

خليفة، عبد الحكم سعد محمد (٢٠٢٠م): مهارات تدبر القرآن الكريم والذكاء الأخلاقي لدى طلاب الجامعة الإسلامية: دراسة تنبؤية، مجلة التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، أكتوبر، ص ص ٥٣٧-٥٩٤.

الخوالدة، محمد فلاح على (٢٠١٨م): قواعد إدارية مقترحة لتفعيل مؤشرات الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي، دراسات العلوم التربوية، الجامعة الأردنية، المجلد (٤٥)، العدد (٤)، ص ص ١٣٤-١٥٠.

- الريضي، وائل (٢٠١٥م): الذكاء الأخلاقي عند عينة من طلبة المرحلة الثانوية والجامعية في محافظة عجلون في الأردن وعلاقته ببعض المتغيرات، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، جامعة النجاح الوطنية، المجلد (٢٩)، العدد (١١)، ص ص ٢٠٦١ - ٢٠٨٦.
- الربيعي، محمد أحمد والشريفة، محمد خليفة (٢٠٢١م): العلاقة بين الذكاء الأخلاقي والحكمة لدى عينة من طلبة جامعة أم القرى في ضوء بعض المتغيرات، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث غزة، المجلد (٥)، العدد (٢٩)، أغسطس، ص ص ٣٩ - ٦٤.
- زيدان، أسماء مراد صالح مراد (٢٠١٨م): إدارة المواهب كمدخل لتدعيم الميزة التنافسية في كليات التعليم الصناعي بمصر: تصور مقترح، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد (٤٢)، الجزء (٣)، ص ص ٩٠ - ٢١٨.
- سعود، أمير عبد الصمد على والحنفي، جمال الدين محمد أحمد (٢٠١٨م): فعالية برنامج إرشادي لتنمية الذكاء الأخلاقي لدى المعاقين سمعياً وأثره في خفض بعض المشكلات السلوكية لديهم، مجلة الثقافة والتنمية، العدد (١٢٥)، فبراير، ص ص ١ - ٦٠.
- شروم، صلاح هادي (٢٠١٩م): الذكاء الأخلاقي عند رياض الأطفال: واقع وطموح، مجلة الفنون والدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، كلية الإمارات للعلوم التربوية، العدد (٤٦)، ديسمبر، ص ص ٣٥٧ - ٣٦٧.
- شلبي، أماني عبد العظيم مرزوق (٢٠١٧م): متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء وظائفها، مجلة تطوير الأداء الجامعي، جامعة المنصورة، المجلد (٥)، العدد (٤)، ص ص ٣ - ١٦.
- صلاح الدين، نسرين صالح محمد (٢٠١٨م): الممارسات القيادية الداعمة لتحقيق الميزة التنافسية بمدارس التعليم الأساسي في محافظة مسقط بسلطنة عمان، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد (٤٢)، الجزء (٣)، ص ص ٢٣٤ - ٣١٤.
- الصمادي، ولاء زايد والزرغول، رافع عقيل (٢٠١٩م): القدرة التنبؤية للذكاء الأخلاقي بالسلوك الأخلاقي لدى طلبة جامعة اليرموك، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، جامعة القدس المفتوحة، المجلد (١١)، العدد (٢٩)، كانون الأول، ص ص ٢٧ - ٤٣.
- عبد القادر، حسين خليل محمد (٢٠١٦م): رأس المال الفكري في الجامعات الفلسطينية وتعزيز الميزة التنافسية: حالة دراسية جامعة الاستقلال، مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، جامعة الاستقلال، كانون الأول، مج. ٢٠١٦، ع. ٦، ص ص ١ - ٢٨.
- عبد اللاه، سحر محمود محمد (٢٠٢٠م): الذكاء الأخلاقي في علاقته بتوجهات أهداف الإنجاز لدى طلاب كلية التربية بسوهاج، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، العدد ٧٣، مايو، ص ص ٥٩٥ - ٦٣٦.

عبد الله، محمد عبد الله محمد (٢٠١٩م): تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بتطبيق مدخل سلسلة القيمة في ضوء بعض النماذج العالمية، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة المنوفية، المجلد (٣٤)، العدد (١)، ص ص ٢٩٠-٣٤٥.

عساف، محمود عبد المجيد (٢٠١٥م): واقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي بمحافظة غزة واستراتيجية مقترحة لتمكينه، مجلة جامعة القدس المفتوحة، جامعة القدس المفتوحة، المجلد (٣)، العدد (٩)، نيسان، ص ص ١٠٩-١٤٥.

الغامدي، عبد الله عيد سعود وسالم، رمضان عاشور حسين (٢٠١٩م): الذكاء الأخلاقي لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية بمنطقة الباحة، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد (٣٥)، العدد (١١)، الجزء (٢)، نوفمبر، ص ص ٣٠٥-٣٣٦.

الفهاء، سام (٢٠١٣م): تبني استراتيجيات التميز في التعلم والتعليم ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لمؤسسات التعليم العالي: جامعة النجاح الوطنية حالة دراسية، المجلة العربية للجودة والتميز، العدد (١)، فبراير، ص ص ٥٠-٨٤.

قشوة، هدى عبد الله محسن (٢٠١٨م): الذكاء الأخلاقي لدى طلبة الأقسام العلمية بكلية التربية - جامعة حجة، المجلة العلمية، كلية التربية، جامعة نمار، العدد (١٤)، ديسمبر، ص ص ٢١٠-٢٣٤.

كعكي، سهام بنت محمد صالح (٢٠٢١م): دور الإدارة الإلكترونية في تطبيق الرشاقة التنظيمية لتحقيق الميزة التنافسية في ضوء عمليات إدارة المعرفة بالتعليم الجامعي: دراسة ميدانية، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ج ٨٦، يونيو، ص ص ٤٦١-٥١٧.

محمود، سماح محمود إبراهيم (٢٠١٦م): النمذجة البنائية للعلاقات بين الحكمة والذكاء الأخلاقي والذكاء الشخصي والذكاء الاجتماعي لدى طالبات المرحلة الجامعية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب، العدد (٧٦)، أغسطس، ص ص ٦٩-١٠٩.

مرزوق، عصام على الطيب (٢٠١٥م): فاعلية برنامج تدريبي قائم على نظرية بوريا لتنمية الذكاء الأخلاقي وتأثيره في التخفيف من حدة المشكلات السلوكية المصاحبة لصعوبات التعلم لدى أطفال المرحلة الابتدائية، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف، الجزء (١)، يناير ص ص ١-٧٦.

المالكي، فاطمة محمد هلال (٢٠١٩م): الذكاء الأخلاقي وعلاقته بوجهة الضبط لدى عينة من الطلبة المراهقين الموهوبين والعاديين في المدارس الحكومية بمملكة البحرين، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة البحرين، المجلد (٢٠)، العدد (٢)، يونيو، ص ص ١٣٥-١٦٦.

الموزاني، عبد الكريم زاير والخفاجي، مرتضى عجيل زجي (٢٠١٥م): قياس الذكاء الأخلاقي لمدرسي المرحلة الثانوية، مجلة آداب البصرة، كلية الآداب، جامعة البصرة، العدد (٧٢)، آذار، ص ص ٣٦٨-٣٣١.

المواقع الإلكترونية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

http://portal.mohe.gov.eg/ar-eg/Pages/Facts_figures.aspx

ثانيا: المراجع الأجنبية

- Ali Jasim, A.H.A., Hamza, N.O. & kudair, S.S. (2021). psychological Endurance and its relationship to moral intelligence Among Female students of the faculties of physical Education Turkish journal physiotherapy and Rehabilitation, Vol. 32, No. 3, PP. 4413-4423. www.turkjphysiotherrehabil.org
- Alsada, R.Y. & Kumar, Y. (2021). Review: The Competitive Advantage in Light of the Modern Manufacturing Environment. International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR). Vol. 5 Issue 9, September, pp. 92-99.
- Ashour, M.(2018). Schools Thought of Competitive Advantage. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), vol. 7, No. 02, pp. 1-7.
- Altan, M.Z.(2017). Moral Intelligence for More Diverse and Democratic World, European Journal of Education Studies, Vol.3, No. 3, 197-209.
- Cheng, B.L., Cham, T.H., Dent, M.M. and Lee, T.H. (2019) Service innovation: building a sustainable competitive advantage in higher education, Int. J. Services, Economics and Management, Vol. 10, No. 4, pp.289-309.
- Cutler, C-R, Mallaburn, A. Putwain, D.W. and Daly, A. (2019). Teachers' theories of intelligence and instruction in English Secondary Education. TEAN journal, Vol. 11, No. 2, pp. 59-70.
- Fengyan, W. & Hong, Z. (2012). A New Theory of Wisdom: Integrating Intelligence and Morality, Psychology Research, January, Vol. 2, No. 1, pp. 64-75.
- Firman, F. Yuniza, N. & Thabrani, G. (2019) Effect of Organizational Learning and Innovation On Competitive Advantage of Higher Education in Padang. Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018), Advances in Economics, Business and Management Research, Atlantis Press, Vol. 64, PP. 658-666. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.50>

- Galkin, D.V., Pogukaeva, N. V., Ageeva, V. V. & Nikolaeva, A., M. (2015). Intercultural Environment as a Competitive Advantage of Higher Education system. Contemporary Educational Researches Journal. Vol.5, No. 2, pp. 55-61. doi: <http://dx.doi.org/10.18844/cerj.v5i2.235>**
- Ibrahim, K.A. & Al-mehsin, S. A. (2016). The level of moral intelligence among students of Egyptian and Saudi Universities (Cross-cultural study). Global Research Journal of Education, Vol. 4 No. 6, pp. 495-503.**
- Kuah, A., Esposito, A. & Tse, T. (2013). Competitive Advantage Rewired, The European Business Review, July – August, pp. 8-11. www.europeanbusinessreview.com**
- Lieberman, M. (2021) Is Competitive Advantage Intellectually Sustainable? Strategic Management Review: Vol. 2, No. 1, pp. 29-46. <http://dx.doi.org/10.1561/111.00000016>**
- Limeri, L., Choe, J., Harper, H. G., Martin, H. R., Benton, A., & Dolan, E. L. (2020). Knowledge or abilities? How undergraduates define intelligence. CBE—Life Sciences Education, Spring, 19:ar5, pp. 1–12.**
- Olusola, O. I., & Ajayi, O. S. (2015). Moral Intelligence: An Antidote to Examination Malpractices in Nigerian Schools. Universal Journal of Educational Research, Vol.3, No. (1), 32 - 38. DOI: 10.13189/ujer.2015.030105**
- Tanner, C., & Christen, M. (2014). Moral Intelligence—A Framework for Understanding Moral Competences. In Empirically Informed Ethics: Morality between Facts and Norms Springer, Cham, pp. 119-136.**