

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر محاور التوجه الاستراتيجي (التوجه نحو السوق، الرؤية والرسالة والأهداف) على الميزة التنافسية في الجامعات الحكومية والأهلية اليمنية، وتحديد أثر اختلاف العوامل الديمغرافية (الجنس، المستوى الوظيفي على التوجه الاستراتيجي في الجامعات الحكومية والأهلية). كما هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى الاختلاف في أثر محاور التوجه الاستراتيجي (التوجه نحو السوق، على الميزة التنافسية بين الجامعات الحكومية والجامعات الأهلية. وتمثل مجتمع الدراسة في الإدارات العليا والتنفيذية في الجامعات الحكومية والأهلية، وحيث بلغت عينة الدراسة (219) مفردة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي بنوعيه التحليلي والمقارن، كما تم تطوير استبانة كأداة لقياس فروض الدراسة، كما تم تحليل البيانات احصائياً باستخدام برنامج Spss وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط طردية عالية بين التوجه الاستراتيجي (بمحابره) (Spss) الفرعية والميزة التنافسية في الجامعات الحكومية، وأن التوجه الاستراتيجي (بمحابره الفرعية) له أثر في تعزيز الميزة التنافسية بدلالة إحصائية ، وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للتوجه الاستراتيجي ومحابره الفرعية في الجامعات الحكومية تُعزى لمتغير الجنس وسنوات الخبرة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير المستوى الوظيفي، باستثناء محور التوجه نحو السوق، كما أكدت نتائج الدراسة أن أكثر محاور التوجه الاستراتيجي تأثيراً على الميزة التنافسية في الجامعات الحكومية مرتبة بحسب الأهمية كانت في التوجه نحو الريادة، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية عالية بين التوجه الاستراتيجي (بمحابره الفرعية) والميزة التنافسية في الجامعات الأهلية، وأن التوجه الاستراتيجي (بمحابره الفرعية) له أثر في تعزيز الميزة التنافسية بدلالة إحصائية ، وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الجامعات الأهلية للتوجه الاستراتيجي ومحابره الفرعية تُعزى لمتغير الجنس، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الجامعات الأهلية للتوجه الاستراتيجي ومحابره الفرعية تعزى لمتغير سنوات الخبرة، والمستوى الوظيفي باستثناء محور التوجه نحو السوق، إذ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، كما أكدت نتائج الدراسة أن أكثر محاور التوجه الاستراتيجي تأثيراً على الميزة التنافسية مرتبة بحسب الأهمية كانت في الرؤية والرسالة والأهداف، بينما لم يكن لمحوري التوجه نحو السوق والتوجه نحو التكنولوجيا، أثر كبير على الميزة التنافسية في الجامعات الأهلية. بالإضافة إلى ذلك أثبتت الدراسة وجود اختلافات لأثر محابر التوجه الاستراتيجي على الميزة التنافسية بين الجامعات الحكومية والجامعات الأهلية، وذلك لصالح الجامعات الحكومية في محوري التوجه نحو السوق، ولصالح الجامعات الأهلية في محوري الرؤية والرسالة والأهداف، وقدمت الدراسة العديد من التوصيات للجامعات الحكومية أهمها أن على الإدارات العليا تحقيق حاجات ورغبات العملاء، واتخاذ القرارات الاستراتيجية بناءً على تحليل البيئة، بالإضافة إلى نشر ثقافة الريادة والتوجه نحو تحقيقها، والحرص على تبني التكنولوجيا الحديثة، وتطبيقها بالشكل الأمثل في الخدمات التعليمية، وتحويل رؤية ورسالة الجامعة إلى خطط وسياسات وبرامج، توفير موازنة كافية للبحث العلمي، وتطوير مراكز الأبحاث العلمية، والسعى للحصول على براءات اختراع، وتوفير بنية تحتية تتناسب معها، استقطاب العاملين ذوي التوجهات الإبداعية، توفير الوسائل التي تساعدهم على الإبداع. كما قدمت الدراسة العديد من التوصيات للجامعات الأهلية أهمها أن على الإدارات العليا استخدام وسائل الترويج المناسبة لبرامجها التعليمية والعمل على اتخاذ قراراتها الاستراتيجية بناءً على تحليل البيئة، والحرص على تبني التكنولوجيا الحديثة، بالإضافة إلى تبني الإبداع واكتشاف طرائق جديدة لإنجاز الأعمال وتشجيع عملية البحث والتطوير الإبداعي، والسعى للحصول على براءات اختراع، الحرص على استقطاب العاملين ذوي التوجهات الإبداعية ومنهم الصالحيات الكافية للتغيير والتطوير، والحرص على تطوير مراكز الأبحاث العلمية وتوفير موازنة كافية لذلك، والسعى لتحسين الجامعات في مجال البحث العلمي مقارنة بالمنافسين، خلق بيئه مناسبة لتطبيق الجودة في الجامعات الأهلية، كما على الجامعات الأهلية أن تعمل على تدعيم ميزتها التنافسية عبر الاهتمام بالتوجه نحو السوق