عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية معياراً لتصنيف الجامعات وإستخدامها كميزة تنافسية (من منظور الطلبة والعاملين)

سمير نزار عبد سهمود

رسالة ماجستير

القدس – فلسطين

1440هـ/2018م

المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية معياراً لتصنيف الجامعات واستخدامها كميزة تنافسية

(من منظور الطلبة والعاملين)

إعداد:

سمير نزار عبد سهمود

بكالوريوس هندسة حاسوب من الجامعة الاسلامية –غزة– فلسطين.

اشراف الدكتورة : سلوى عبد اللطيف البرغوثي

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص ادارة الأعمال في

كلية الدراسات العليا في جامعة القدس.

1440هـ/2018م

جامعة القدس–أبو ديس

عمادة الدراسات العليا

كلية الأعمال والاقتصاد

إجازة الرسالة

المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية معياراً لتصنيف الجامعات واستخدامها كميزة تنافسية (من منظور الطلبة والعاملين)

إسم الطالب: سمير نزار عبد سهمود

الرقم الجامعي: 21310323

المشرف: الدكتورة سلوى عبد اللطيف البرغوثي

نوقشت هذه الدراسة وأجيزت بتاريخ 22/ 12/ 2018م. من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتواقيعهم

1. رئيس لجنة المناقشة: د. سلوى عبد اللطيف البرغوثي التوقيع:.....
2. ممتحناً داخلياً: د. رشيد الجيوسي التوقيع:.....
3. ممتحناً خارجيا: د.غسان شاهين التوقيع:.....

القدس–فلسطين

2018م/1440هـ

آية قرانية

بسم الله الرحمن الرحيم

{ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ }

صدق الله العظيم

[آل عمران: 18]

الإهداء

إلى من أفنى عمره ليراني رجلاً ناجحاً، والدي الطيب.

إلى من أفنت شبابها كشمعة تنير لنا دروب الحياة، أمي الغالية.

إلى شريكة غربتي، زوجتي الغالية.

إلى زينة الحياة ومهجة القلب، إبنتي زينة.

إلى من اشتاق لهم كل حين، إخوتي وأخواتي.

إلى مدينتي الصابرة، غـــزة الحبيبة.

إلى أهلى وأقاربي ورفاق دربي.

إلى كل طلبة العلم والمعرفة.

إلى كل هؤلاء، أهدي لكم ثمرة جهدي المتواضعة.

إقرار

أقر أنا معد الرسالة بأنها قدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، بإستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الدراسة أو أي جزء منها، لم يقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة أو معهد أخر.

التوقيع:.....

إسم الطالب: سمير نزار عبد سهمود

التاريخ: 22 / 12 / 2018

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله تعالى، والصلاة والسلام على المصطفى خير خلق الله، سيدنا محمد، أفتتح مقدمة رسالتي بهذه الكلمات المباركة الجميلة، الحمد لله الذي أعانني ووفقني ومنحني الصبر والعزيمة على إتمام هذه الرسالة.

أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساعدني على إتمام هذه الرسالة، ونفعني بعلمه ونصائحه المستمرة، وأخص بالذكر مشرفتي الدكتورة سلوى عبد اللطيف البرغوثي، والدكتور عبد الناصر القدومي رئيس جامعة الاستقلال السابق، الذي لم يتوانى عن تقديم النصائح والإرشادات.

كما أشكر كل من الدكتور عبد اللطيف أبو عودة عميد كلية العلوم الادارية في جامعة الاستقلال، والدكتور محمد دبوس عميد المراكز العلمية في جامعة الإستقلال، والدكتور نظام صلاحات عميد كلية القانون في جامعة الإستقلال، والأستاذة نيفين أبودية، والأستاذ إياد عودة على مساندتهم لي على الدوام.

والله ولي التوفيق.

الباحث سمير نزار عبد سهمود

فهرس المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
إقرار	أ
شكر وتقدير	ب
فهرس المحتويات	ج
فهرس الجداول	ز
فهرس الاشكال.....	ط
فهرس الملاحق.....	ط
الملخص.....	ي
الفصل الاول (الاطار العام للدراسة)	
1.1 مقدمة.....	2
1.2 مشكلة الدراسة.....	3
1.3 اهداف الدراسة.....	4
1.4 اهمية الدراسة.....	5
1.5 اسئلة الدراسة	5
1.6 حدود الدراسة.....	6
1.7 منهج الدراسة	6
1.8 مجتمع وعينة الدراسة.....	6

1.9 مصطلحات الدراسة..... 7

1. المواقع الالكترونية 7

2. سرعة الاستجابة 8

3.سهولة الاستخدام 8

4. شكل وتصميم الموقع 8

5. شمولية وكفاية المعلومات 8

6. الميزة التنافسية 9

7. جامعة الاستقلال 9

8. جامعة القدس 10

9. تصنيف شنغهاي الاكاديمي 11

10. تصنيف ويبومتركس 11

الفصل الثاني (الاطار النظري والدراسات السابقة)

2.1 مقدمة 13

2.1 شبكة الانترنت 13

2.3 المواقع الالكترونية 14

2.4 تقييم المواقع الالكترونية 15

2.5 مبررات تقييم المواقع الالكترونية 16

2.6 الميزة التنافسية 25

2.7 مفهوم التنافسية 26

2.8 خصائص الميزة التنافسية 26
2.9 مصادر الميزة التنافسية 27
2.10الميزة التنافسية والانترنت 29
2.11 التنافسية في التعليم العالي 31
2.12 التصنيفات العالمية للجامعات كمؤشر للتنافسية 32
تصنيف شنغهاي..... 32
تصنيف QS 33
تصنيف التايمز 35
تصنيف ويبومتركس 37
بعض الدراسات التي تناولت موضوع البحث 40
التعليق على الدراسات السابقة..... 47

الفصل الثالث (طريقة واجراءات الدراسة)

3.1 مقدمة 50
3.2 منهج الدراسة 50
3.3 مجتمع الدراسة 50
3.4 عينة الدراسة 51
3.5 متغيرات الدراسة 52
3.6 اداة الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات 53

3.3 صدق وثبات اداة الدراسة 57

3.4 خطوات تطبيق الدراسة 59

3.5 المعالجة الاحصائية 60

الفصل الرابع (عرض النتائج ومناقشتها)

عرض النتائج ومناقشتها 63

المواقع الالكترونية لبعض الجامعات الفلسطينية 87

مقارنة المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية 90

الفصل الخامس (النتائج والتوصيات)

النتائج والتوصيات 93

مقترحات الدراسة 98

المراجع 99

الملاحق 108

فهرس الجداول

الجدول	البيان	الصفحة
جدول(1)	قائمة فحص مجال سرعة الاستجابة.	21
جدول(2)	قائمة فحص مجال سهولة الاستخدام.	21
جدول(3)	قائمة فحص مجال شمولية وكفاية المعلومات.	22
جدول(4)	قائمة فحص مجال شكل وتصميم الموقع.	23
جدول(5)	قائمة فحص مجال الروابط والظهور.	23
جدول(6)	قائمة فحص مجال نشر الابحاث العلمية.	24
جدول رقم (7)	اهم التصنيفات العالمية المهتمة لتصنيف الجامعات.	39
جدول رقم (8)	حجم العينة لكل طبقة	51
جدول رقم (9)	توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها.	53
جدول رقم (10)	مجالات الاستبانة.	55
جدول رقم (11)	الابعاد التي اعتمدتها الدراسة من خلال الدراسات السابقة و التي استندت اليها الدراسة الحالية.	56
جدول رقم (12)	اختبار كرونباخ الفا للثبات.	58
جدول رقم (13)	مقياس ليكرت الخماسي.	60
جدول رقم (14)	مفاتيح التصحيح للمقياس الخماسي.	61
جدول رقم (15)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال سرعة الاستجابة.	64

جدول رقم (16)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال سهولة الاستخدام.	66
جدول رقم (17)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال شمولية وكفاية المعلومات.	68
جدول رقم (18)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال شكل وتصميم الموقع.	70
جدول رقم (19)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال الروابط والظهور .	72
جدول رقم (20)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال نشر الابحاث العلمية.	74
جدول رقم (21)	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال الميزة التنافسية.	76
جدول رقم (22)	نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار اثر المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في تحقيق الميزة التنافسية.	80
جدول رقم (23)	معامل الارتباط بيرسون بين مجالات الدراسة.	82
جدول رقم (24)	جدول (18) نتائج اختبار (Independent Samples t –Test) لمعرفة توجهات افراد العينة نحو المواقع الالكترونية تبعا لاختلاف الجامعة.	83
جدول رقم (25)	جدول (18) نتائج اختبار (Independent Samples t –Test) لمعرفة توجهات افراد العينة نحو المواقع الالكترونية تبعا لاختلاف المهنة.	85

فهرس الاشكال

الشكل	البيان	رقم الصفحة
شكل رقم (1)	نموذج الدراسة – اعداد الباحث	52

فهرس الملاحق

رقم الملحق	الموضوع	رقم الصفحة
ملحق رقم (1)	الاستبانة	108
ملحق رقم (2)	اسماء المحكيمن	113

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على التصنيفات العالمية المختلفة للجامعات، ومعرفة دور المواقع الالكترونية للجامعات كمعيار لتصنيف الجامعات، وتحقيق ميزة تنافسية لها، من خلال محاور الدراسة الأساسية (نشر الابحاث العلمية، سهولة الاستخدام، الروابط والظهور، شكل وتصميم الموقع، شمولية وكفاية المعلومات، سرعة الاستجابة)، وقد إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق هدف الدراسة تم إعداد استبانة اشتقت متغيراتها بعد مراجعة متعمقة للأدبيات والدراسات السابقة، وبالاعتماد على معايير تصنيف الويبومتركس العالمي الذي يصنف الجامعات تبعا لمواقعها الالكترونية، وتم توزيع 558 استبانة على مجتمع الدراسة، منها 523 استبانة على عينة طبقية عشوائية من طلبة كليات (العلوم الانسانية، العلوم الادارية، القانون) في جامعتي الاستقلال والقدس، و35 استبانة على موظفي تكنولوجيا المعلومات في الجامعتين، وتم اعتماد مبدأ الحصر الكلي لموظفي الجامعتين، وكانت نسبة الاسترداد 100%، حيث تم تحليل الاستبيانات باستخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS).

وقد أظهرت الدراسة وجود أثر لدور المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في رفع مستوى الميزة التنافسية لتلك الجامعات، بالاضافة الى أن مستوى توفر درجة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية كانت بنسبة 72%، بالاضافة الى وجود قصور في التواصل بين الطلبة و المحاضرين عبر مواقع الجامعات الفلسطينية. وقد خرجت الدراسة بتوصيات من أهمها ضرورة إهتمام الجامعات بشكل أكبر بمواقعها الإلكترونية والعمل على تحسين الخدمات المقدمة وأهمية دعم الإدارة العليا في الجامعات لتطوير وتحديث المواقع الإلكترونية والاهتمام بنشر الأبحاث العلمية والدراسات الخاصة بالجامعة وموظفيها عبر المواقع الإلكترونية، و انشاء قنوات اتصال بين الهيئة التدريسية والطلبة عبر الموقع الالكتروني للجامعة، وكذلك ما بين الهيئة التدريسية وموظفي تكنولوجيا المعلومات القائمين على الموقع الالكتروني.

The Websites of the Palestinian Universities as Criterion for Classification and its Use as Competitive Advantage. (From the perspective of Students and Staff)

Prepared by: Samir Nizar Abd Sahmoud

Supervisor: Dr. Salwa Al-barghothi

Abstract:

The study aimed at addressing the role of website rating on university ranking from an out view of Palestinian university community (including the students and their teachers as the community study). Relying on top website ranking meters, and definitely the Webometrics international ranking, the study assumes six peculiarities for an exemplary university website as crucial rating factors: (Layout and design, Usability, Research gate, inclusivity, link functionality, and response). Then the study applied the six chosen web-rating criteria on a questioner targeting Palestinian university community in the scope of exploring their attitudes toward the role and the advantage of each of the six chosen parameters. A random stratified sample of 588 students and teachers were chosen out from the community study including (523) student sample and (35) teacher sample, all were chosen from three faculties at Al-Quds and Al-Istiqlal Universities as following: Faculty of Humanities, Faculty of Law, and Faculty of Administration). After surveying the 588 sample members with 100% respondents, an ABC analysis was conducted through the SPSS statistic method.

Analysis has proven the university websites has crucial role in advancing Palestinian universities ranking competency. The study revealed out that the degree of competitive advantage of the

chosen universities was 72%. The study recommends that Palestinian universities have to improve their webpages in accordance with the assumed parameters, specially their research gates by the online publishing of their scientific researches and studies.

الفصل الأول

الاطار العام للدراسة

1.1- مقدمة

1.2- مشكلة الدراسة

1.3- أهداف الدراسة

1.4- أهمية الدراسة

1.5- أسئلة الدراسة

1.6- حدود الدراسة

1.7- منهج الدراسة

1.8- مجتمع وعينة الدراسة

1.9- مصطلحات الدراسة

الفصل الاول

1.1 مقدمة :

في ضوء التطور المتسارع في التكنولوجيا وما أحدثته ثورة المعلومات والاتصالات من نقلة نوعية لبيئة الاعمال بسبب الانفجار المعرفي الضخم وتضاعف الانتاج الفكري في شتى المجالات، أصبح حتما على المؤسسات مواكبة هذا التطور للاستمرار في أداء رسالتها وتحقيق أهدافها في أسرع وقت وأقل جهد عن طريق استخدام أساليب وبرامج معاصرة في تنظيم المعلومات تعتمد على الحاسوب، أصبح من الضروري تسخير هذه التكنولوجيا لخدمة المؤسسات للتوسع في عرض خدماتها ومنتجاتها والانتشار للوصول للعديد من الزبائن والأسواق الذي كان يصعب الوصول اليهم فيما سبق، مما يمكنها من الحصول على ميزة تجعلها تقوى على المنافسة مع المؤسسات الأخرى.

تتسابق المنظمات فيما بينها للحصول على نسخ الكترونية لخدماتها، للاستفادة من القدرات التي يوفرها الانترنت، لذلك تقوم المنظمات بتقديم خدماتها من خلال مواقعها الالكترونية التى تؤهلها للوصول لعدد كبير من الزبائن، الأمر الذي يعزز موقعها التنافسي ويمنحها ميزة عن غيرها من المنظمات. (الهابيل والسر،2017)

تعتبر الجامعات اللبنة الاساسية لرقي وتطور المجتمعات في شتى مجالات الحياة، فهي منبع العلوم والأفكار المستنيرة التى تعمل على تطور الأمم وازدهارها، وهي وسيلة المجتمعات نحو مستقبل أفضل، من خلال ما تقدمه من العلوم والمعرفة والدراسات التي تساعد المجتمعات في شتى نواحي الحياة، وتعمل على حل مشكلاتهم، وتأهيل الموارد البشرية المتعلمة. (العباد، 2016)

أصبح اهتمام الجامعات بالمواقع الالكترونية ضرورة ملحة باعتبارها أحد أهم العوامل المؤثرة في تحسين الميزة التنافسية وجذب الطلبة ، لما توفره المواقع الاكترونية من وقت وجهد وتقليل عبء العمل. (نجم، 2010)

إن مواقع الجامعات الالكترونية تؤدي دوراً محورياً في توصيل المعرفة والثقافة ليس فقط للطلاب بل لكل أفراد المجتمع، لذلك أصبح موقع الجامعات يمثل انعكاساً لمدى جودة الخدمات التعليمة والبحثية للجامعة، لما تلعبه هذه المواقع من دور كبير في تصنيف الجامعات، حيث يحظى اعلان نتائج تصنيفات الجامعات ومؤسسات التعليم العالي ترقبا كبيرا لدى الجامعات، لان المرتبة التي تحصل عليها الجامعة تعكس التقدم العلمي لها ومستوى منافستها للجامعات الأخرى.

1.2 مشكلة الدراسة :

ثمة مشكلة في تدني مستوى المنافسة العالمية للجامعات العربية عامة والجامعات الفلسطينية خاصة، حيث أنه حسب تصنيف موقع (Webometrics.com) للعام 2017، والذي يصدر عن المجلس العالي للبحث العلمي في اسبانيا، والذي يتم تقييم الجامعات في هذا الموقع بناء على عدد من العوامل يتم الحصول عليها من المعلومات المتوافرة على مواقع الجامعات الإلكترونية، حصلت جامعة النجاح الوطنية على المرتبة الأولى على الجامعات الفلسطينية والمرتبة 27 عربيا، والمرتبة 1944 بين الجامعات العالمية المشمولة في التصنيف، وحصلت جامعة بيرزيت على المرتبة الثانية محلياً والمرتبة

(30) عربياً والمرتبة 2126 عالميا، وحتى على الصعيد العربي وحسب تصنيف شنغهاي الاكاديمي لعام 2017 (Academic ranking of world universities) لأفضل 250 جامعة ضمت فقط جامعتين عربيتين (جامعة الملك عبد العزيز، وجامعة الملك سعود)، نجد أن أعلى جامعة عربية ترتيبا كانت جامعة الملك عبد العزيز وحصلت على المرتبة 102عالميا.(www.shanghairanking.com)

يحظى التعليم العالي باهتمام شديد في جميع دول العالم باعتباره المصدر الأساسي للموارد البشرية التي يحتاجها البلد للنهوض والتنمية في شتى المجالات، وفي المجتمع الفلسطيني الذي يعيش ظروفاً صعبة من عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي، لذا يشهد الاقبال على التعليم العالي ازديادا ملموساً، مما يحفز الجامعات على التوسع في مؤسساتها وتكثيف جهودها في تطوير اليات عملها لتحقيق ميزة تنافسية خاصة بها تساعدها على أداء رسالتها وتحقيق أهدافها في استقطاب الطلبة للدراسة فيها.

وفي ضوء ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وازدياد التفاعل مع المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، جاءت الدراسة لتجيب عن السؤال الرئيس التالي:

ما هو أثر المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في تحقيق الميزة التنافسية لها ؟

1.3 أهداف الدراسة:

1- بيان أهمية المواقع الالكترونية للجامعات، وتأثيرها على الميزة التنافسية بينها.

2- تحديد درجة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية.

3- التعرف على نقاط القوة والضعف في المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الطلبة والعاملين.

4- التعرف على وجهات النظر المختلفة بين طلبة وموظفي جامعتي الاستقلال والقدس حول موقع الجامعة الالكتروني ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة.

1.4 أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع قيد البحث وهو دور المواقع الالكترونية للجامعات في تحقيق الميزة التنافسية لها، ويمكن تلخيص الأهمية بالجوانب التالية:

1- أهمية المواقع الالكترونية للجامعات وما تقدمه من خدمات الكترونية للطلبة والجمهور، والدور الذي تلعبه في استقطاب الطلبة للدراسة فيها مما يعزز موقعها التنافسي.

2- التصنيفات العالمية للجامعات تشهد إهتمام كبير من الجامعات للحصول على مواقع متقدمة تعكس مدى جودة الخدمات التعليمية المقدمة.

3- ندرة الدراسات السابقة حول موضوع تصنيف الجامعات الفلسطينية من خلال مواقعها الالكترونية، ومدى مساهمة موقع الجامعة الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة.

4- تقديم مقترحات لإدارات الجامعات لتحسين مواقعها الالكترونية وتطوير الخدمات الالكترونية.

1.5 أسئلة الدراسة :

1- ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعة الفلسطينية في مجال سرعة الاستجابة ؟

2- ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعة الفلسطينية في مجال سهولة الاستخدام ؟

3- ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعة الفلسطينية في مجال شمولية وكفاية المعلومات؟

4- ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعة الفلسطينية في مجال شكل وتصميم الموقع؟

5- ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعة الفلسطينية في مجال الروابط والظهور؟

6- ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعة الفلسطينية في مجال نشر الابحاث العلمية؟.

7- ما درجة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية ؟.

8- هل هناك فروق في وجهات النظر حول دور المواقع الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية بين الموظف المختص والطالب؟.

1.6 حدود الدراسة :

للدراسة نطاق محدد ويمكن وصف ذلك من خلال الجوانب التالية :

الحدود المكانية : جامعة الاستقلال وجامعة القدس.

الحدود الزمانية : بدأت الدراسة في الفصل الدراسي الأول للسنة الدراسية (2018/2017) وانتهت في الفصل الدراسي الأول من السنة الدراسية (2019/2018) .

الحدود البشرية: طلبة جامعتي القدس والاستقلال، وموظفي تكنولوجيا المعلومات في الجامعتين.

1.7 منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي الاستكشافي، الذي يقوم بدراسة الظاهرة كما هي في الواقع ووصفها وصفاً دقيقاً.

1.8 مجتمع وعينة الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة كليات (الحقوق، العلوم الانسانية، العلوم الادارية) في جامعتي الاستقلال والقدس البالغ عددهم 2789 طالب وطالبة، وجميع العاملين في تصميم وادارة المواقع الالكترونية في الجامعتين والبالغ عددهم 35 موظف وموظفة، وتكونت عينة الدراسة من 523 من طلبة كليات (الحقوق، العلوم الانسانية، الاعلوم الادارية)، تم اختيارهم باستخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية حسب الجامعة، وتم استخدام طريقة الحصر الكلي لجميع موظفي تكنولوجيا المعلومات في كلا الجامعتين، وتم توزيع 558 استبانة على عينة الدراسة، وكانت نسبة الاسترداد100 %.

1.9 مصطلحات الدراسة :

1- المواقع الالكترونية :

الموقع الالكتروني عبارة عن نظام مترابط يحتوي على مجموعة من ملفات النصوص التشعبية، يتم الوصل اليها والتعامل معها بواسطة الانترنت، من خلال متصفحات الانترنت، وممكن أن تحتوي صفحات الويب على النصوص، الصور، الفيديو والوسائط المتعددة الأخرى. (Berners-Lee،1998)

عرف Kleinberg & Easley (2010) المواقع الالكترونية بأنها تطبيق تم إنشاؤه من قبل تيم بيرنرزلي خلال الفترة (1989-1991 م) للسماح بمشاركة المعلومات والمستندات عبر الانترنت، وهي توفر آلية للقائمين على المواقع لجعل المستندات متاحة بشكل سهل على الانترنت، عبر صفحات ويب يمكن إنشاؤها وتخزينها على جهاز حاسوب، ويتم طلب وتصفح هذه الصفحات عبر الانترنت من خلال متصفحات الانترنت المختلفة.

المواقع الالكترونية هي عبارة عن مجموعة من الوثائق متصلة ومترابطة مع بعضها، وتكون مكتوبة بنظام النص التشعبي ومخزنة على خادم ويب (server) متصل بالانترنت، يحمل كل موقع عنوان فريد خاص به ويميزه عن غيره من المواقع، وعند طباعة العنوان على المتصفح تقوم شبكة الانترنت بفتح صفحة البدء للموقع الاكتروني المطلوب. (نصر، 2003)

الموقع الالكتروني المستجيب (Responsive Web Design):

هو موقع ويب واحد يتكيّف مع جهاز كل زائر، سواء أكان جهاز مكتبي أو هاتف ذكي أو جهاز لوحي، ويقوم موقع الويب المستجيب بإعادة ضبط حجم محتواه وصوره بشكل ديناميكي لتتناسب مع مختلف أحجام الشاشات لضمان فعالية وسهولة استخدام موقع الويب على أي جهاز. (Marcotte, 2011)

التعريف الاجرائي: مساحة الكترونية خاصة بالجامعات الفلسطينية والخدمات الطلابية توفر المعلومات اللازمة للجمهور خصوصا الطلبة والعاملين بالجامعات والمجتمع المحلي وغيرهم.

2- سرعة الاستجابة للموقع (Responsiveness):

هي إستجابة الموقع الالكتروني السريعة والقدرة على الحصول على المساعدة اذا واجهت العميل مشاكل أو أسئلة عند إستخدام الموقع، ويعني التعامل الفعال مع المشاكل والأسئلة من خلال الموقع. (Zeithaml & Malhotra ,2005)

3- سهولة الاستخدام للموقع :

ويعني سهولة إستخدام الطلبة للموقع الالكتروني للجامعات، وسهولة تقديم الطلبات والحصول على المعلومات واكتمال المعاملات من خلاله.(أحمد،2013)

4- شكل وتصميم الموقع :

وتعني مظهر الموقع الالكتروني العام، وجماله وجاذبيته من حيث الإبتكار في التصميم، وتناسق ألوانه وصوره، بما يحقق جذب انتباه الزائرين. (الهابيل والسر ،2007)

5- شمولية وكفاية المعلومات:

توفير الموقع الالكتروني للجامعات معلومات تلبى إحتياجات الطلبة من حيث الدقة والحداثة، والتأكد من أن المعلومات التي تم الحصول عليها صحيحة وشاملة، وذات مصداقية يمكن الاعتماد عليها في البحوث والرجوع إليها. (عودة،2012)

6- الميزة التنافسية :

تعرف الميزة التنافسية على" أنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس". (خليل، 1998)

يرى Heizer & Render (1999) بأن الميزة التنافسية تعني إيجاد ميزة متفردة، تتفوق الشركة على المنافسين عند إمتلاكها، أي أن الميزة التنافسية تجعل الشركة فريدة ومتميزة عن المنافسين.

عرفها David (2011) بأنها: "أي شيء تقوم به الشركة بشكل جيد مقارنة بالشركات المنافسة"، وإن إستطاعت شركة ما القيام بشيء لا تستطيع الشركات المنافسة القيام به، يمكن أن يمثل ذلك ميزة تنافسية.

ووضح Porter (1999) أن الميزة التنافسية تنشأ عند توصل المؤسسة لاكتشاف أساليب جديدة أكثر فعالية من المتبعة من قبل المنافسين، الأمر الذي يجعلها تستحوذ على العديد من نقاط القوة والتغلب على نقاط الضعف.

يفسر Ehmke (2011) الميزة التنافسية بأنها اتباع أفضل الأساليب والأليات لتسويق المنتجات، مما يجعل العميل يعطي قيمة كبيرة للخدمات المميزة، مما يؤدي لزيادة الأرباح.

التعريف الاجرائي: أفضل توظيف لامكانات الجامعات ومواردها التي تساهم في انجاز رسالتها بفاعلية أكبر وتكلفة أقل، مما يحقق لها ميزة عن منافسيها ويعزز ثقة المجتمع فيها.

7- جامعة الاستقلال :

أنشأت في العام 1998 جامعة الاستقلال على أرض فلسطين تحت مسمى الأكاديمية الفلسطينية للعلوم الأمنية، وافتتحها فخامة السيد الرئيس محمود عباس في العام 2007، وتم تحويلها في العام 2011 إلى

جامعة، وهي الجامعة الحكومية الأحدث والأولى التي تختص وحدها دون المؤسسات الجامعية في فلسطين بالتعليم العالي في مجال العلوم الأمنية والعسكرية والشرطية، لتكون بذلك رافداً أساسياً للمؤسسة الأمنية الفلسطينية بكوادر الأمن المسلحين بالعلوم والتخصصات المهنية من خلال برامج البكالوريوس وعددها سبعة والعدد في ازدياد دائم، وكذلك إعادة تأهيل الفئات الشابة من منتسبي ومنتسبات المؤسسة الأمنية عبر برامج الدبلوم المهني في مختلف فروع العلوم الأمنية والعسكرية والشرطية من خلال ثمانية برامج دبلوم مهني متخصصة، وجميع التخصصات موزعة على أربع كليات. (www.pass.ps)

8- جامعة القدس:

جامعة القدس، وهي جامعة فلسطينية، تأسست في العام 1984. توفر الجامعة فرصة للتعليم العالي والخدمات المجتمعية في منطقة القدس وفي البلدات والقرى ومخيمات اللاجئين المجاورة لها في الضفة الغربية. تحتوي الجامعة على خمسة عشر كلية أكاديمية موزعة على أربعة مواقع، وهي: كلية الآداب، والعلوم والتكنولوجيا، والطب، وطب الأسنان، والصحة العامة، والقانون، والقرآن والدراسات الإسلامية، وكلية الدعوة وأصول الدين، والمهن الصحية، والهندسة، والفقه، والتعليم، والإدارة والاقتصاد، والكلية الشرفية (بارد)- القدس، والصيدلة، تستوعب هذه الكليات أكثر من ثلاثة عشر ألف طالبا وطالبة من منطقة القدس الضفة الغربية.

تقدّم جامعة القدس بيئة تعليمية حيوية لطلابها وتخلق في الوقت ذاته نواة للإبداع وتبادل الأفكار، وحرية التعبير والابتكار في البحوث. تكمن رؤيتها في مواصلة تزويد الطلاب بأفضل أساليب التعليم الممكنة وترسيخ قيم المواطنة الملتزمة، والانفتاح على الأفكار الجديدة، وتحفيز التعاون البنّاء، واحترام ثقافات العالم. أنشأت جامعة القدس، في سعيها المستمر لتعزيز النموذج التعليمي وأساليب التعليم المتبعة، عدة شراكات مع مؤسسات تعليمية أمريكية وأوروبية. (www.alquds.edu)

9- تصنيف شنغهاي الاكاديمي -Academic ranking of world universities ARWU

هو ترتيب صُنف من قبل معهد التعليم العالي التابع لجامعة شنغهاي جياو تونغ ويضم كبرى مؤسسات التعليم العالي مُصنفة وفقاً لصيغة محددة تعتمد على عدة معايير لتصنيف أفضل الجامعات في العالم بشكل مستقل، المعايير الموضوعية التي يستند إليها هذا التصنيف جعلته يحتل أهمية عند الجامعات التي أخذت تتنافس لاحتلال موقع متميز فيه حتى تضمن سمعة علمية عالمية جيده ويقوم هذا التصنيف على فحص ألفي جامعة في العالم من أصل قرابة عشرة آلاف جامعة مسجلة في اليونسكو امتلكت المؤهلات الأولية للمنافسة. خلال الخطوة الثانية من الفحص يتم تصنيف ألف جامعة منها وتخضع مرة أخرى للمنافسة على مركز في أفضل 500 جامعة يتم نشره. (www.shanghairanking.com)

10- تصنيف ويبومتركس Webometrics :

هو أكبر نظام لتقييم الجامعات العالمية حيث يغطي أكثر من 20,000 جامعة وينشر منهم 16,000 جامعة. يصدر في إسبانيا عن المجلس العالي للبحث العلمي. هدف التقييم هو تحسين وجود مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي على الإنترنت وتشجيع نشر المقالات العلمية المحكمة بطريقة (open source) وهو تقييم نصف سنوي حيث يصدر في شهري يناير ويوليو من كل عام ويعتمد على قياس أداء الجامعات من خلال مواقعها الإلكترونية ضمن المعايير التالية (الحجم، الإشارة إلى الأبحاث، الأثر العام، الروابط والظهور). (www.webometrics.info)

الفصل الثاني

الاطار النظري والدراسات السابقة

وينقسم الي قسمين

1- الاطار النظري

2- دراسات تناولت موضوع البح

الفصل الثاني

2.1 مقدمة:

في بداية الستينيات من القرن الماضي نشأ الانترنت، الذي أُستخدم سراً في وحدات الجيش الأمريكي، وكان عبارة عن شبكة بسيطة وبدائية تنقل البيانات بين أجهزة الحاسوب، وفي أوائل التسعينات بدأت ثورة المعلومات والاتصالات الذي سهلت الطرق للشعوب في عمليات التواصل ومشاركة الخبرات والمعرفة فيما بينها، وبدأت المواقع الالكترونية في الظهور لتقرب كل بعيد وتجعل من العالم قرية صغيرة متواصلة ومترابطة.

إن التقدم التقني والمعلوماتي في الاتصالات كانت معجزة هذا العصر الذي تم طرحها من قبل مبتكروها كمرحلة انتقالية حاسمة في حياة البشرية، حيث إستطاعت هذه التقنية أن ترفع الحواجز وتقرب المسافات الى حد جعل العالم قرية صغيرة تمتد بشبكة معقدة من الاتصالات، وهذه التقنية خلقت حالة تداخل وترابط شديدة بين الافكار والثقافات، فلا مجال للعزلة بل أصبح الاندامج الحضاري سمة هذا العصر.

2.2 شبكة الانترنت :

نشأت شبكة الانترنت أولاً كشبكة معلومات سرية خاصة بالاستخدامات العسكرية للقوات الأمريكية ، وقامت الحكومة الأمريكية بإنشاء وكالة الأبحاث المتطورة (Advanced Research Projects Agency Network– ARPANET)، التي تهدف الى ربط وزارة الدفاع بأربع معامل أبحاث لكي يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وفي سنة 1986 أُنشأت شبكة خاصة بالجامعات والطلبة من قبل المؤسسة الوطنية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم بعد ذلك توسع استغلال هذه الشبكة حيث

بدأ استخدام شبكة الانترنت في الأغراض التجارية سنة 1992م عندما ظهر الويب (WORLD WIDE WEB- WWW). (النجار،2006)

مع إنطلاق ثورة المعلومات والإتصالات وظهور الانترنت، شهد العالم ظاهرة تأسيس المواقع الالكترونية، حيث سارعت المؤسسات الحكومية الي انشاء مواقع خاصة بها لتقديم خدماتها للجمهور، وكذلك قامت الشركات والمؤسسات الربحية وغير الربحية الى انشاء مواقع متعددة لاقت اهتمام الزوار والزبائن، وانتشرت مواقع التجارة الالكترونية التي تمكنت من توسيع مناطق وصولها وأصبحت تنافس بصورة أقوى. (السوداني والمنصور، 2016)

2.3 المواقع الالكترونية :

أصبحت شبكة الانترنت من أهم مصادر المعلومات في عالمنا المعاصر، فهي تعد مجال غني بالمعلومات والملفات والحقائق، وتتكون الشبكة من مجموعة من أجهزة الحاسوب المتصلة مع بعضها البعض بوسائل الربط السلكية وغير السلكية والمنتشرة على نطاق جعرافي واسع، وتعتبر صفحات الويب مجموعة من المستندات والملفات المخزنة على هذه الأجهزة وتقوم بتزويد المستخدمين بالمعلومات المطلوبة، ومن مجموع صفحات الويب يتكون الموقع الالكتروني ويحمل كل موقع الكتروني عنوان فريد خاص به يتم الدخول للموقع من خلال طباعة عنوان في متصفح الانترنت، ويحتوي الموقع الالكتروني على ملفات نصية وصور وملفات صوتية وروسومات، ويطلق أيضا على الموقع الالكتروني عدة مصطلحات أخرى مثل: موقع الويب، الموقع الشبكي لكنها كلها تندرج تحت نفس المعنى. (سويدان،2003).

وعرفه البعض بأنه مجموعة من الصفحات تحوي صفحة رئيسة في شبكة الانترنت يعرض معلومات عديدة منها الغرض من الموقع وأهدافه وغيرها. (Shelly,2009)

تكمن أهمية المواقع الالكترونية في كمية المعومات التي تحتويها، وسهولة الوصول للزبائن أينما كانوا ، وفي توفير الوقت والجهد للمنظمات والزبائن على حد سواء، وعلى الصعيد الأكاديمي أصبحت المواقع الالكترونية من أهم مصادر التعرف على مختلف المؤسسات التعليمية وتبادل الخبرات والدراسات العلمية.(Carey, 2001)

2.4 تقييم المواقع الالكترونية :

يلعب تقييم المواقع الالكترونية دوراً مهماً في تطوير خدمات هذه المواقع ومعلوماتها، ويهدف الى بيان نقاط القوة والضعف فيها، ويعطي نتائج للادراة العليا لاتخاذ القرارات المناسبة لرفع كفاءة الخدمات وتطويرها، وحل المشاكل المتعلقة بالموقع الالكتروني والارتقاء به.

نجد أن جميع المنظمات تحرص على اظهار مواقعها الالكترونية بأرقى صورة باستخدام أساليب وطرق مبتكرة لجذب انتباه المستخدمين وترغيبهم بالتجوال خلال صفحاتها، اذ أن التصميم غير الجذاب يؤدي الى ملل المستخدم وعدم الرغبة في تصفح الموقع رغم احتوائه على معلومات مفيدة.(Yoo, 2004)

تعتبر المعلومات المنشورة بحد ذاتها ليس لها أهمية ولا أي قيمة علمية الا اذا كانت على درجة عالية من المصداقية والموثوقية، ويمكن الاعتماد عليها والإشارة المرجعية لها عند الاقتباس لاعداد البحوث والدراسات العلمية، وهذا ما جعل الحاجة للتقييم واختيار المعلومات الأصدق والأوثق من المواقع التي تتمتع بمصداقية علمية ضرورة ملحة، فمصداقية المعلومات من مصداقية الموقع الالكتروني والمؤسسة نفسها.

2.5 مبررات تقييم المواقع الالكترونية :

أصبح اهتمام المنظمات بانشاء مواقع الكترونية ضرورة تحتمها حاجة الزبائن اضافة الى التطورات التي شهدها العالم بأسره في جميع المجالات، حتى بات تخلف أي منظمة عن هذا التطور يعني عدم صلاحية هذه المنظمة لتلبة احتياجات الزبائن وعدم قدرتها على التنافس، لذا أصبح هناك عدد كبير من المواقع الالكترونية للمنظمات التي تهدف لتقديم خدماتها الكترونياً لزبائنها.

لم يكن هدف انشاء هذه المواقع الالكترونية خدمة محددة بوقت معين، وانما استمرارية تقديم خدماتها، ومن ثم وجب على المنظمات الاهتمام بالخدمات الالكترونية على شبكة الانترنت مثلما تقدمها على أرض الواقع، لذلك لا ينتهي العمل في الموقع الالكتروني بنشره على الانترنت، وانما يعني ذلك بداية العمل الجاد والحقيقي للمحافظة على الاستمرارية والجودة لضمان تردد الزبائن عليه، لذا تعتبر متابعة وصيانة الموقع معيار من معايير الموقع الجيد، فهناك عدد من الأسباب التي تدفع المنظمات الي تقييم مواقعها الالكترونية وهي: (أحمد،2013)

1- التأكد من أن الموقع الالكتروني يعكس أهداف المنظمة ويعطي صورة جيدة عن خدماتها.

2- التأكد من جودة المعلومات التي يقدمها الموقع ودقتها ومصداقيتها.

3- التعرف على مدى ملائمة الموقع لاحتياجات وامكانيات الزبائن والمتصفحين.

4- التقييم في حد ذاته هو أحد عناصر الاستمرارية والتطوير في اي قطاع.

5- ان عملية التقييم يمكنها الكشف عن جوانب القصور في تلبية احتياجات الزبائن سواء الحالية أو المتوقعة مستقبلاً.

وقد قسم المختصون في مجال تقييم المواقع الالكترونية معايير التقييم الى قسمين:(خلف، 2014)

- **أولا : البناء الهندسي**

وهي التي تهتم بالشكل والمظهر الخارجي للموقع وتصميمه، وترتكز على العناصر الفنية لصفحات الموقع، كطريقة عرض المعلومات والألوان والخطوط واستخدام الوسائط المتعددة والروابط وسهولة الوصول الى الموقع.

- **ثانيا : المحتوى الفكري :**

ما يتم عرضه من معلومات على الموقع وترتكز معايير هذا القسم على جودة المعلومات، وتشمل (المسؤولية الفكرية، الشمولية، التغطية، الدقة، الحداثة، الموضوعية، المصداقية والملائمة).

وفي دارسة العزة (2014) تم حصر أهم معايير تقييم المواقع الالكترونية في أربع معايير رئيسية، هي:

- **أولا : المحتوى (نسبة المعيار 30%)**

يعني مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر ، ومعرفة تاريخ ظهور الملفات الالكترونية ومواعيد تحديثها، والموضوعية والابتعاد عن كل أشكال التحريف الذي يؤدي لفقدان مصداقية الموقع، ولخلق الثقة لدى الزائر المتصفح للموقع.

- **ثانيا : التصميم (نسبة المعيار 20%)**

يقصد به اظهار الموقع بأجمل صورة بحيث يجذب الزوار ومتصفحي المواقع اليه.

- **ثالثا : التنظيم والترتيب (نسبة المعيار 20 %)**

يعني المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة ، كالترتيب الزمني أو الأبجدي، وذلك لتسهيل مهمة زوار الموقع الالكتروني.

- **رابعا : سهولة التعامل (نسبة المعيار 30%)**

يقصد بها سهولة استعمال الموقع الالكتروني من قبل الزوار والمستخدمين، وسرعة الانجاز بأقل وقت وجهد ممكن، مما يزيد من قيمة الموقع.

كما اعتمدت دراسة الهابيل والسر (2017) على أربع معايير لتقييم جودة اداء المواقع الالكترونية، وهي:

1- سرعة الاستجابة:

سرعة استجابة مقدم الخدمة الالكترونية على استفسارات الزائر، وتقديم الدعم الفني وحل المشاكل التي تواجهه عند استخدام الموقع الالكتروني.

2- سهولة الاستخدام:

سهولة استخدام وتصفح الموقع الالكتروني، والتنقل بين صفحاته بيسر وسهولة.

3- شمولية وكفاية المعلومات:

شمولية موقع الجامعة الالكتروني على جميع المعلومات والبيانات التي يحتاجها الزائر او الطالب عند تصفحه للموقع، وأن تكون المعلومات دقيقة وذات مصدقية.

4- شكل وتصميم الموقع:

الشكل العام للموقع الالكتروني، بما يشمله من صور وألوان ورسومات ووسائط متعددة.

وارتكزت دراسة عودة (2012) على عدد من المعايير لتقييم جودة وفاعلية المواقع الالكترونية، وهي:

1- الشمولية: وهي تقيس مدى شمولية المعلومات عن الخدمات التي يقدمها الموقع الالكتروني للجامعات، بحيث تشمل كافة ما يحتاجه الزائر للموقع.

2- **الاستجابة:** استجابة المؤسسة المقدمة للخدمة الالكترونية لطلبات الزائرين والزبائن بدقة كما يتوقع، والاجابة عن الاستفسارات وحل المشاكل التي ممكن ان تواجه الزائر أثناء تصفح الموقع بالسرعة المقبولة.

3- **الموثوقية:** وتعني الثقة بجودة الخدمات المقدمة وكفاءتها، وتقديم الخدمة المُرضية لفترة زمنية معينة.

4- **الدقة في المعلومات:** يتم قياسه من خلال قائمة الفحص التالية:(دقة المعلومات على الموقع الالكتروني، عدم وجود أخطاء لغوية ظاهرة على الموقع، مصادر معلومات الموقع موثوقة).

5- **الحداثة:** تعني حداثة المعلومات المعروضة على الموقع الالكتروني، والتأكد من أن يتم نشر المعلومات والأخبار الجديدة التي تخص الطلبة أول بأول.

6- **الجمالية:** جمال التصميم والشكل العام للموقع الالكتروني، وتناسق الألوان والخطوط في الموقع.

تترقب الجامعات في كل عام الاعلان عن التصنيفات العالمية للجامعات الذي يعكس مكانتها العلمية والبحثية، ومن أشهر هذه التصنيفات تصنيف الويبومتريكس Webometrics الذي يصنف الجامعات من خلال مواقعها الالكترونية والذي يعتمد على عدة مؤشرات مثل حجم الموقع، ومدى اهتمام الجامعة بالنشر مفتوح المصدر، ومؤشر التميز في نشر الابحاث، لذا وجب على الجامعات الاهتمام وتقييم الموقع الالكتروني الخاص بها، للارتقاء به والاهتمام بنشر الأبحاث العلمية للطلبة والمدرسين على حد سواء، ويعتمد تصنيف Webometrics على أربع مؤشرات لتصنيف الجامعات العالمية، وهي كالتالي:

- **أولا : مؤشر التواجد على شبكة الانترنت Presence (نسبته 20%)**

وهو حجم المحتوى على شبكة الانترنت بمقياس جوجل للصفحات المرتبطة آلياً في موقع واحد.

- **ثانيا: مؤشر المصادر المفتوحة Openness (نسبته 15%)**

يقيس هذا المؤشر مدى اهتمام الجامعة بوجود قواعد بيانات للنشر العلمي، حيث يتم حساب عدد الملفات بأنواعها المختلفة والتي تكون في محرك البحث وتقع ضمن نطاق الجامعة على شبكة الانترنت، ويقاس بواسطة google scholar للأبحاث المنشورة في نطاق موقع الجامعة.

- **ثالثا : التميز Excellence (نسبته 15%)**

يتم تحديده بعدد المنشورات العلمية في المجلات العلمية ذات التأثير العالي.

- **رابعا : مؤشر التأثير Impact : (نسبة المعيار 50%)**

هو أهم مؤشر في التصنيف، ويقصد به الروابط التشعبية التي تقود الزائر إلى الموقع على الإنترنت، وذلك عن طريق محركات البحث وظهور موقع الجامعة بهذه المحركات، ويتم قياسه بعدد الاشارات المرجعية لموقع الجامعة.

بعد إطلاع الباحث على عدد من الأدبيات والدراسات التي تناولت موضوع تقييم أداء المواقع الالكترونية للجامعات وعلاقتها بالميزة التنافسية، وبالاطلاع على عدد من المعايير والمؤشرات السابقة لتقييم جودة وأداء المواقع الالكترونية، أعتمد الباحث على مجموعة من المعايير في الدراسة لتقييم أداء وفاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية، وهذه المعايير كالتالي:

- **سرعة الاستجابة (Responsiveness):**

هي إستجابة مقدم الخدمة الالكترونية لطلبات العملاء بدقة وشفافية كما يتوقع، والرد على ملاحظات واستفسارات العملاء بالسرعة المقبولة التي يتوقعها العميل. (أحمد، 2009)

وعرفها كل من Zeithaml & Malhotra (2000) بأنها إستجابة الموقع السريعة والقدرة على الحصول على المساعدة اذا واجهت العميل مشكلة أو سؤال، ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص التالية:

جدول (1) قائمة فحص مجال سرعة الاستجابة.

الرقم	قائمة الفحص
1	استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للاستعلام بسرعة كبيرة
2	تمكين الطلبة الوصول للمعلومات المطلوبة من الموقع الالكتروني للجامعة بوقت قصير
3	توفير محرك بحث على موقع الجامعة الالكتروني للوصول للمعلومات بسرعة
4	استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للخدمات التي يطلبها الطالب كما هو متوقع
5	توفير الموقع الالكتروني للجامعة دعما فنيا للرد على استفسارات الطلبة
6	ايجاد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين الطلبة والموقع الالكتروني من خلال البريد الالكتروني

- **سهولة الاستخدام :**

سهولة تصفح الموقع الالكتروني، الذي يسمح للزائر التنقل بسهولة بين صفحاته، والوصول للمعلومات المطلوبة بسلاسة ويسر ، ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص التالية:

جدول (2) قائمة فحص مجال سهولة الاستخدام.

الرقم	قائمة الفحص
1	سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع الالكتروني للجامعة.
2	ايجاد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع الالكتروني .
3	تنظيم موقع الجامعة الالكتروني تنظيما مناسبا
4	ايجاد أسئلة متكررة مع إجاباتها عن الموقع الالكتروني للجامعة .
5	استخدام الطلبة الموقع الالكتروني للجامعة للحصول على المعلومة بطريقة اسرع
6	وضوح لغة الموقع الالكتروني للجامعة .

- **كفاية وشمولية المعلومات (Completeness):**

شمولية المعلومات عن الخدمات أو المنتجات بحيث تشمل كافة ما يمكن أن يحتاجه الزبون أو الزائر، مما يجعل شمول المحتوى من أهم العناصر التي يجب مراعاتها عند اجراء عملية التقويم للمواقع الالكترونية والخدمات التي تقدمها.(Delone & Mclean, 2003)

ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص التالية:

جدول (3) قائمة فحص مجال كفاية وشمولية المعلومات.

الرقم	قائمة الفحص
1	حداثة المعلومات المعروضة على الموقع
2	استبدال الموقع الالكتروني للجامعة المعلومات القديمة بعد انتهاء وقتها بمعلومات جديدة .
3	تقديم الموقع الالكتروني للجامعة معلومات ذات مصداقية
4	تقديم الموقع الالكتروني للجامعة معلومات شاملة لجميع الاستفسارات .
5	عرض الموقع الالكتروني للجامعة احصائيات مفيدة للطلبة وللزائرين .
6	انتظام الموقع الالكتروني بعرض المعلومات عن المحاضرين ومواعيد لمحاضراتهم .
7	تضمن الموقع الالكتروني للجامعة دليلا شاملا عن التخصصات ونظام القبول .

- **شكل وتصميم الموقع :**

ويقصد به جمالية الموقع الالكتروني التي تتعلق بالشكل العام، والمظهر من صور وألوان ووسائط متعددة، وتنظيم الموقع الالكتروني وتناسقه بشكل يجذب الزائرين له، ووضوح لغته وحجم خطوطه، ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص التالية:

جدول (4) قائمة فحص مجال شكل وتصميم الموقع.

الرقم	قائمة الفحص
1	وضوح شعار الجامعة على الموقع الالكتروني للجامعة.
2	حداثة شكل وتصميم الموقع الالكتروني للجامعة
3	تناسق تصميم الموقع الالكتروني للجامعة
4	تناسق الالوان المستخدمة في الموقع الالكتروني للجامعة .
5	جاذبية واجهات الموقع الالكتروني للجامعة.

- **الروابط والظهور :**

عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح مع توفير روابط المساعدة في كل صفحة، بحيث يتم التنقل في الموقع بالشكل الصحيح، ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص التالية:

جدول (5) قائمة فحص مجال الروابط والظهور.

الرقم	قائمة الفحص
1	عمل روابط الموقع الالكتروني للجامعة بشكل صحيح
2	وجود ايقونات في كل صفحة من صفحات الموقع الالكتروني للجامعة تسهل الانتقال للصفحة الرئيسية
3	ظهور روابط الموقع الالكتروني للجامعة بسهولة عند البحث عنه في اي محرك بحث .
4	انتشار روابط الموقع الالكتروني للجامعة علي مختلف صفحات التواصل الاجتماعي .
5	ظهور مجموعة من الروابط التابعة لموقع الجامعة عند البحث عن الجامعة في محركات البحث.
6	تمكين الطلبة الوصول لموقع الجامعة الالكتروني من اي متصفح انترنت .

- **نشر الابحاث العلمية :**

هو من أهم المعايير في جميع تصنيفات الجامعات المختلفة، ويعكس مدى جودة الخدمات التعليمية والأكاديمية والبحثية للجامعات بشكل عام، وأعطى تصنيف ويبومتركس وزناً كبيراً لهذا المؤشر لأهميته في تصنيف الجامعات تبعاً لانتاجها البحثي ونشره على الانترنت، ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص التالية:

جدول (6) قائمة فحص مجال نشر الابحاث العلمية.

الرقم	قائمة الفحص
1	ضم الموقع الالكتروني للجامعة العديد من الدراسات والأبحاث العملية .
2	نشر الموقع الالكتروني للجامعة مجلة للأبحاث العلمية الخاصة بالمحاضرين والطلبة .
3	عرض الموقع الالكتروني للجامعة قاعدة بيانات للأبحاث والأوراق العلمية والملخصات.
4	وجود صفحة خاصة للبحث العلمي على الموقع الالكتروني للجامعة.
5	نشر موقع الجامعة الالكتروني للانجازات العلمية والبحثية للجامعة والمحاضرين .
6	وجود ابحاث علمية خاصة بالجامعة على محرك بحث google العلمي .

2.6 الميزة التنافسية :

لقد أحدث مصطلح الميزة التنافسية ثورة في عالم إدارة الأعمال، فأصبحت المؤسسات تسعى في ظل بيئة شديدة المنافسة الى كسب مزايا تمكنها من الاستمرار في أعمالها، من خلال اضافة قيمة للعميل وتحقيق التميز عن طريق استغلال الطاقات الفكرية والعلمية لأفرادها، وابتكار آليات عمل واستراتيجيات تمكنها من التفوق على المنافسين.

تعددت التعريفات للميزة التنافسية واختلفت باختلاف الطريقة التي يتم النظر اليها، فبعض الباحثين نظر اليها من خلال الكفاءة والفاعلية لأداء المنظمة مقارنة بالمنافسين، ومنهم من نظر اليها من زاوية عامل الكلفة والتكاليف وزيادة المبيعات، وأخرون نظروا اليها من خلال زمن تقديم الخدمة. فقد وضح Porter (1993) أن المؤسسة تستطيع امتلاك ميزة تنافسية اذا تمكنت من اكتشاف آليات عمل جديدة أكثر فاعلية من ما يملكه المنافسون، وتجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً.

وجاء في تعريف السلمي (2001) "أن الميزة التنافسية هي المهارة أو تقنية مميزة تتيح للمؤسسة تقديم خدمات ذات منفعة وقيمة للعملاء أكبر مما تقدمه المؤسسات المنافسة".

وفي دارسة الأخضر (2011) عرف الميزة التنافسية بأنها الوسيلة التي تتمكن المؤسسة من خلالها الفوز في منافستها على الأخرين، من خلال التفوق في بيئة أعمالها.

كما عرفها الزعبي (2005) بأنها مجموعة الخصائص النسبية التي تنفرد بها المؤسسة والاحتفاظ بها لمدة طويلة نتيجة صعوبة محاكاتها، وتحقق خلال تلك المدة الفائدة المرجوة منها، الأمر الذي يمكنها من التفوق على الأخرين فيما يقدمونه من خدمات.

وعرفها كل من الوادي والزعبي (2011) بأنها قدرة المؤسسة على ممارسة الأنشطة بأدنى مستوى من التكاليف مقارنة بالمنافسين، والقدرة على السيطرة على أسعار استثنائية تفوق التكلفة الاضافية للقيام بذلك.

في التعريفات السابقة يلاحظ التباين الواضح بين الباحثين للميزة التنافسية باختلاف طريقة النظر اليها، حيث أنه في التعريفات الثلاثة الأولى نظروا اليها من خلال الكفاءة والفاعلية لأداء المؤسسة، وفي التعريف الرابع نظر الباحث للميزة التنافسية من خلال الزمن من حيث تقديم الخدمة بوقت أقل والمحافظة على الميزة لوقت أطول، وفي التعريف الأخير نظر الباحث اليها من خلال عامل التكلفة وزيادة المبيعات.

2.7 مفهوم التنافسية:

يمكن تعريف التنافسية على أنها: "استعمال الموارد المتاحة للمؤسسة أحسن استعمال، بالنظر لما يجب أن يكون والأخذ بعين الاعتبار قوة المنافسين وطريقة استعمالهم لتلك الموارد، والتي تتجلى في تحسن الانتاجية بشكل يسمح بالحصول على نصيب من السوق يضمن نمواً مستمراً خلال المدى الطويل". (السيد،1999)

وتعرف بأنها "القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الأخرين، مما يعني نجاحاً مستمراً لهذه المؤسسة على الصعيد العالمي". (زغدار، 1999)

2.8 خصائص الميزة التنافسية :

وضح David (2011) أنه يمكن للشركة الحصول على ميزة تنافسية لفترة زمنية معينة فقط، وذلك بسبب تقليد الشركات المنافسة والسعي للحصول على ميزة تنافسية لها، بالتالي لا يكفي الحصول على ميزة تنافسية، ولكن يجب على الشركة أن تسعى جاهدة بأن تعمل على استمرارية الميزة التنافسية الخاصة بها من خلال:

1- التكيف المستمر مع التغيرات في الأحداث والاتجاهات الخارجية في السوق، وتعزيز القدرات الداخلية للشركة، والكفاءات والموارد.

2- صياغة فعالة، وتنفيذ، وتقييم الاستراتيجيات التي تعظم دور تلك العوامل.

ذكر الغبالي وادريس (2009) أن من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي:

1. أن تكون مستمرة ومستدامة وهذا يعني أن تحقق المؤسسة السبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط.
2. تؤدي الى تحقيق التفرد والتفوق والافضلية على المنافسين بما تقدمه من سلع وخدمات متميزة.
3. أن تكون متجددة لتتماشى مع متغيرات البيئة الخارجية من جهة، وقدرات وموارد المؤسسة من جهة أخرى .
4. أن تكون مرنة بمعني يمكن احلال ميزات تنافسية أخرى بسهولة ويسر.
5. أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في المدي القصير والبعيد.
6. تنبع من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها.
7. تُشتق من رغبات وحاجات الزبون.

2.9 مصادر الميزة التنافسية :

الميزة التنافسية تكون مصدرها عادة من داخل المنظمة، التي تعمل على ابتكار الميزة التنافسية. وباعتبار المنظمة نظام يتكون من مدخلات تجري عليها عمليات لتصبح مخرجات. أي أن المنظمة كنظام يعمل في بيئة يؤثر ويتأثر فيها، لذلك فان أي من أجزاء هذا النظام فضلا عن البيئة الخارجية يمكن أن تكون مصدرا للميزة التنافسية. أن الهدف الرئيسي للمنظمة هو أن يعطي الزبون قيمة أكبر

لمخرجاتها من مخرجات المنافسين، ووفقا لذلك فان المدخلات والعمليات ستدعم تميز المنتجات اذا ما أحسنت المنظمة استخدام مواردها، اضافة الى المزايا التى قد تعطيها عوامل البيئة الخارجية، ووفقا لذلك فان مصادر الميزة التنافسية ستكون كالتالي:

1- المدخلات

هي جميع الموارد التي تستخدمها المنظمة لكي تستمر في فعاليتها، وهذه الموارد تشمل جميع الموجودات الرأسمالية والمالية والموارد البشرية التي تمثل المعرفة والمهارات والايدي العاملة، وتدير المنظمة هذه الموارد بالطريقة التي تحسن وتدعم قدرتها في خلق القيمة المطلوبة للزبون. (الروسان، 1999)

ان بناء الميزة التنافسية يعتمد بشكل رئيسي الى ما تتمتع به تلك الموارد من نقاط قوة تساعد المنظمة على الحصول على ميزة تنافسية من خلال قدرتها على خلق القيمة بشكل أفضل من المنافسين وتتميز بانها غير قابلة للاحلال ومكلفة اذا ما تم تقليدها.(البكري، والثقال، 2015)

2- العمليات OPERATION :

قد تكون العمليات هي مصدر الميزة التنافسية الأساسية فهي تمثل النشاطات و الاجراءات التي يتم بواسطتها تحويل المواد الأولية الى المنتجات النهائية، فقد يعتبر النشاط الذي تقوم به المنظمة بشكل معين خاص بها هو مصدر تميزها، ويعد تصنيف PORTER للأنشطة ضمن سلسلة القيمة هو تحديد نقاط القوة للمنظمة اذا ما تقارنت مع المنافسين، لكي تحدد المنظمة من خلاله فيما اذا كانت تمتلك نقاط القوة الضرورية التي توفر قيمة مميزة للسوق المستهدف. (PITTS & LIE , 1996)

3- **الابتكار:**

ويعني التحسين المستمر للمنتجات من خلال الأفكار الجديدة والابتكارات التي تساعد المؤسسة على الاستمرار بالمنافسة. (أكبر،2017)

ان الزيادة الهائلة في أعداد المؤسسات المنافسة يدفع المؤسسة الى الاهتمام بالابتكار والاكتشاف لطرق وآليات عمل جديدة الى جانب التكلفة والجودة لكي تحتفظ بمصدر متجدد للميزة التنافسية. (نجم، 1999)

4- **الزمن:**

يعد الوقت ميزة تنافسية كبيرة سواء كان في ادارة الانتاج أو ادارة الخدمات، ويتم ذلك من خلال تخفيض زمن تصنيع المنتج . فالوصول للزبون بوقت أقل من المنافسين يمثل ميزة تنافسية.(منير، 2016)

2.10 الميزة التنافسية والإنترنت:

الميزة التنافسية الحقيقة تنشأ من المعلومات وتدفقها، ويعد الانترنت في عصرنا الحالي من أهم المصادر الغنية بالمعلومات، لذلك أصبح الانترنت وتكنولوجيا المعلومات بشكل عام بُعد استراتيجي في الموسسات الأكاديمية، يسمح لها بادارة وتطويرعملياتها التعليمية والادارية وتدعم عمليات الابداع والابتكار، مما يساعد على تقديم خدمات مميزة مقارنة بالمنافسين.

تعد تكنولوجيا المعلومات مدخلاً للميزة التنافسية وذلك من خلال دورها في ابتكار خدمات ومنتجات جديدة، وتعتبر شبكة الانترنت رأس مال متجدد للمؤسسات ومدخل للتجارة الخارجية، ويعمل على تحسين الانتاجية وتطويرها.(العباد، 2016)

أشار Javadi (2011) الى أن الانترنت لا يقدم أي قيمة للمؤسسات من تلقاء نفسه، لكن اذا تمكنت المؤسسة من استخدام الانترنت أفضل استخدم والاستفادة من قدراته، مما يمكنها من الحصول على قيمة مضافة تميزها عن المنافسين.

أشار الفقهاء(2012) في دراسته الى ضرورة دمج تكنولوجيا المعلومات والانترنت في استراتيجية المؤسسة العامة والاستفادة منها في تميز خدماتها، التي تعتبر قوة محركة للميزة التنافسية، ووضح Porter (2001) أن تحقيق المزايا التنافسية يمكن أن يكون بطريقتين:

1- **الفعالية التشغيلية :**

باستخدام تقنية الانترنت يمكن للمؤسسة أن تنفذ ما تنفذه المؤسسات المنافسة، لكن بشكل أفضل.

2- **الموقع الاستراتيجي:**

وهذا يعني تنفيذ المهام والأنشطة بشكل مختلف عن الآخرين لإعطاء قيمة فريدة للشركة.

ان الإنترنت يعتبر أحد الأدوات المستخدمة لتنفيذ الفعالية التشغيلية، لأنه يزيد من قيمة السلسلة للشركة باستخدام استثمار أقل مقارنة مع الأدوات الأخرى من تكنولوجيا المعلومات لذلك فإن الشركات بحاجة إلى تحقيق الفعالية التشغيلية باستخدام تقنيات الإنترنت بشكل أفضل من المنافسين. (porter,2001)

وقد رتبت الباحثتان فاطمة وبلقاسم (2017) الميزة التنافسية وفق درجتين هما:

1- مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة: مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل، أو توريدات الجامعة، وهذه المزايا يسهل تقليدها ومحاكاتها من قبل الجامعات المنافسة.

2- مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة: مثل تكنولوجيا المعلومات ودرجة استخدامها في تطوير التعليم الجامعي، وكذلك تمييز الخدمات والمنتجات الجامعية من خلال السمعة الجيدة استنادا إلى المجهودات لتسويق منتجات الجامعة، وتتصف هذه المزايا بعدد من الخصائص هي:

- يتطلب تحقيقها ضرورة توافر القدرات على مستوى مرتفع من الأفراد المدربين تدريبا خاصا.
- تعتمد على تاريخ طويل من الاستثمار المستمر والتعلم المتخصص، البحوث والتطوير.

2.11 التنافسية في التعليم العالي:

أصبحت الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي والسعى للحصول على مركز متقدم في التصنيفات العالمية للجامعات من أهم أولويات الجامعات في ضوء المتغيرات التي تشهدها البيئة الأكاديمية، اذ تعرف الميزة التنافسية للجامعات بأنها قدرة الجامعة على المحافظة على استمرارية وتطوير جودة العملية التعليمة عبر الزمن وزيادة الطلب عليها.(العباد، 2016)

أشار عساف في دراسته (2015) بأن التنافسية في التعليم الجامعي: " قدرة الجامعة على تقديم خدمة تعليمية وبحثية عالية الجودة، الأمر الذي يرفع من مستوى خريجيها وأعضاء هيئة التدريس فيها، ويكسبهم قدرات ومزايا تمكنهم من التفوق في سوق العمل، مما يزيد ثقة المجتمع في الجامعة وزيادة اقبال الطلبة علي الالتحاق بها".

ان تحقيق الميزة التنافسية في مجال التعليم يتم من خلال خلق الادراك بين المتعلمين المستهدفين بأن ما تقدمه الجامعة يقدم بطريقة فريدة وبجودة مرتفعة، ويعتبر مضمون الميزة هنا هاماً لمؤسسات التعليم العالي، ان هذا الادراك يسمح للمؤسسة أن تؤدي بطريقة أفضل من منافسيها.(Elloumi,2004)

قسم المقادمة (2013) في دراسته الميزة التنافسية في التعليم الجامعي الى قسمين:

1- قدرة الجامعة على التميز في البرامج التدريسية، وكفاءة أعضاء هيئة التدريس، وابتكار نظم جديدة تواكب متغيرات البيئة المحيطة.

2- القدرة على استقطاب الطلبة، وهذا الأمر مرهون بتطبيق القسم الأول الذي اذا تحقق، زادت ثقة المجتمع في الجامعة وتسارع الطلبة للالتحاق بها.

فالتنافسية في التعليم العالي مرتبطة بكفاءة خريجي الجامعة وأعضاء هيئة التدريس فيها ونجاحهم في الاستيفاء بمتطلبات سوق العمل، ونسبة مشاركتها في الأبحاث العلمية التي تساعد على حل المشكلات والأزمات في المجتمعات، ومدى اقبال المجتمع على خدماتها البحثية في حل مشكلاته، والذي يقيسه زيادة إقبال الطلبة على الالتحاق بها وزيادة طلب المجتمع على نتائج أبحاثها.

من هنا يمكن القول أن التنافسية في مجال التعليم العالي هو قدرة الجامعات على تقديم خدمات تعليمية وتدريسية ودراسات متميزة وفريدة، التي بدورها تشجع الطلبة للالتحاق بتلك الجامعات وتعكس ثقة المجتمع المحلي بها، ويتم ذلك من خلال اهتمام المؤسسة الأكاديمية أو الجامعة بالتميز في التعليم والاعتناء به بما ينسجم من متغيرات العصر وخصائصه، بالاضافة الى أن التصنيفات العالمية للجامعات التي تفاضل بين الجامعات حسب العديد من المعايير والمؤشرات، منها جودة التعليم وجودة الهيئة التدريسية وكمية الأبحاث العلمية والجوائز العالمية التي تحصل عليها الجامعة ومدرسيها وطلبتها، ومدى تمكين واستخدام التكنولوجيا الحديثة والتميز فيها، مما دفع الجامعات للسعى الجاد للحصول على مراكز متقدمة لتقوى على المنافسة وأداء رسالتها وتحقيق أهدافها المنشودة.

2.12 التصنيفات العالمية للجامعات كمؤشر للتنافسية:

يعد الحصول على مراكز متقدمة في التصنيفات العالمية من أهم الأهداف التي تسعى الجامعات لبلوغها، لذا فهي تتنافس فيما بينها لتحقيق معايير التصنيف للرقى بمكانة جيدة فيه، وفيما يلي أشهر التصنيفات العالمية والمعايير المعتمدة لتصنيف الجامعات:

1- تصنيف شانغهاي:

هو تصنيف صيني ظهر سنة 2003 كأول تصنيف عالمي للجامعات ويصدر عن جامعة شانغهاي جيا تونغ، ويعتمد المؤشرات التالية:

- جودة التعليم: ويحتل وزن 10% ضمن التصنيف، ويعتمد على الجوائز التي يتحصل عليها الخريجون، خصوصا جائزة نوبل، وأوسمة فيلدز للرياضيات.
- جودة أعضاء هيئة التدريس: ويحتل نسبة كبيرة تقدر بـ 40%، والتي توزع بالتساوي بين أعضاء هيئة التدريس الحاصلين على الجوائز العالمية(نوبل، فيلدز، وغيرها)، ونسبة الاستشهادات بالبحوث التي يقوم بها هؤلاء الأساتذة.
- الإنتاج البحثي: يحتل هو الأخر نسبة 40% موزعة بين: الأبحاث المنشورة في مجلتي العلوم والطبيعة، والأبحاث المشار إليها في دليل النشر العلمي SSIE ودليل النشر للعلوم الاجتماعية SSCI ودليل النشر للفنون والعلوم الانسانية.
- الإنجاز الأكاديمي مقارنة بحجم المؤسسة العلمية: يحوز نسبة 10%، ويضم مؤشر الأداء الأكاديمي للجامعات ويتم حسابه من خلال الدرجات التي تحصل عليها الجامعة في المعايير الثلاثة الأولى نسبة إلى عدد الكوادر الأكاديمية في الجامعة.

من الملاحظ أن هذا التصنيف يعطي نسبة كبيرة للنشاط البحثي، من خلال المؤشرات السابقة الذكر، فمن المعروف أن الجوائز الممنوحة أيضا للخريجين أو هيئة التدريس تكون في الغالب نتيجة لقيامهم بأبحاث متميزة، لذلك نجد ان أهم الجامعات التي تصدرت التصنيف تهتم بصورة كبيرة بالنشاطات البحثية وتشجعها.

2- تصنيف كيو إس للجامعات QS:

هو تصنيف سنوي للجامعات حول العالم ويتم نشره عبر الشركة البريطانية كواكاريلي سيموندس Quacquarelli Symondos، في البداية كانت "كيو إس" شركة تقدم خدمات الاستشارة الدراسية والمهنية ولكنها اليوم تعنى بشؤون التعليم العالي والتصنيف العالمي للجامعات، إضافة إلى اهتمامها

بالتصنيفات الإقليمية على مستوى دول شرق آسيا، ودول اليوروآسيوية، كما تعنى بإقامة المعارض المختصة بمؤسسات التعليم العالي عموماً، وببعض البرامج المتخصصة.(عصاعصة، والجيزاوي،2015)

تعتمد كيو اس على عدة عوامل في التصنيف وهي:

- **عامل تقييم النظراء (40%):** حيث يتم سؤال الأساتذة والأكاديميين حول العالم عن رأيهم بالجامعات التي تنجز أفضل الأبحاث في مجالهم، ويتم التواصل مع الأساتذة من خلال قوائم بريدية واستبيانات يقومون بالإجابة عليها.
- **نسبة أعضاء هيئة التدريس إلى الطلاب (20%):** وهو مقياس تعتمده العديد من انظمة التصنيف.
- **الأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس ومعدل النشر (20%):** مقياس يجمع كافة المرات التي ذكرت أبحاث كل جامعة كمراجع في أبحاث أخرى، حيث أن ذكر بحث معيّن كمرجع هو دليل نجاحه وأهميته.
- **استطلاع آراء جهات التوظيف عن خريجي الجامعة (10%):** تم طرح هذا المسح في 2005 انطلاقاً من أن صحاب العمل يتبعون جودة التعليم للدراسات العليا، مما يجعله مقياساً لجودة التعليم.
- **نسبة الطلاب الأجانب (5%):** النسبة التي تتيحها الجامعة للطلاب الأجانب حول العالم.
- **نسبة الأساتذة الأجانب (5%):** النسبة التي تتيحها الجامعة للأساتذة الأجانب حول العالم.

ما يميز هذا التصنيف أنه لا يتناول مؤشرات سطحية بل يتعمق في تناوله تحليل مقومات هذه الجامعات إلى تقييم مستوى التعليم الذي تقدمه الجامعات المصنفة، وجودة بحوثها الأساسية والتطبيقية، وتوصيف قدرات خريجيها في المراحل التعليمية الأساسية والعليا، بالإضافة أيضاً إلى موقعها الدولي.

3- تصنيف التايمز:

وهو تصنيف يصدر عن مجلة التايمز البريطانية ظهر سنة 2004، وله مصداقية كبيرة بين الجامعات، ويعتمد على المعايير التالية: (www.timeshighereducation.com)

3.1- التعليم (30%) : يحتوي على خمس مؤشرات للأداء مصممة لتوفر رؤية واضحة لبيئة التعليم والتعلم لكل جامعة من منظور الطلبة و من منظور اكاديمي:

- التعليم 15%: يتم هنا تقييم هيئة المؤسسة التدريسية ونظرة اللجنة التقييمية لها من حيث البحث والتدريس.
- نسبة الطلبة للموظفين 4.5%: يتم دراسة مدى وجود تناسب بين الطرفين حيث كلما زاد كان هناك تواصل اكثر ونقل للخبرات و المعارف بطريقة افضل واكثر فعّالية.
- نسبة شهادات الدكتوراه الى البكالوريوس (ليسانس) 2.25%: كون امتلاك المؤسسات كثافة في طلبة الدكتوراه يعكس نوعية البحوث المقدمة مما يؤدي الى تكوين مجتمع نشط للدراسات العليا.
- مدى التزام الجامعة في دعم الأجيال الجديدة من الأكاديميين وكذا مدى قدرتها على جذب طلبة الدراسات العليا 6%.
- دخل المؤسسة مقارنة بالهيئة التدريسية 2.25%.

3.2- البحث (30%): هذه الفئة تحتوي على ثلاث مؤشرات ابرزها:

- العائد من البحث هو مؤشر جدلي بحسب اختلاف الاوضاع الاقتصادية وظروف بلد الجامعة وكذا بحسب مجال البحث فالبحوث العلمية تكون ذات قيمة مادية اكبر من البحوث في العلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون لذا كانت نسبته 6%.

- سمعة الجامعة بين نظيراتها بنسبة 18% ومدى تميز بحوثها يتم قياسها عن طريق الاستبيانات التي يتم توزيعها.
- كما يتم دراسة انتاجية البحث عن طريق مقارنة حجم البحوث المنشورة وعدد موظفي الهيئة التدريسية للجامعة وحجم الجامعة بنسبة 6%.

3.3- الشهادات (30%):

تأثير البحوث المنشورة: هو المؤشر الرائد في التصنيف والأكثر تأثيرا كونه يظهر دور الجامعة في نشر المعرفة والأفكار الجديدة، يتم دراسته من خلال التقاط عدد المرات التي يشار فيها الى عمل منشور من قبل الجامعة على المستوى العالمي بالاستعانة بقاعدة بيانات ويب تومسن رويترز التي تشمل جميع العلوم والمجلات المفهرسة و التي تم نشرها (ابتداء من 2006)، ويستثنى من التصنيف الجامعات التي تنشر اقل من 200 ورقة بحثية في السنة لضمان ان تكون البيانات كافية لإجراء مقارنات صحيحة احصائيًا.

3.4- العائد من الصناعة (2.5%):

ويتضمن: قدرة الجامعة في المساهمة في الصناعة عبر الابتكارات كون الاختراعات والاستشارات اصبحت مهمة اساسية للجامعة العالمية المعاصرة، تسعى هذه الفئة الى تحديد مقدار دخل بحوث الجامعة الذي يكسب من الصناعة مقارنة الى عدد اعضاء الهيئة التدريسية في هذا المجال، و يشير الى مدى استعداد الشركات على الدفع مقابل البحوث ومدى قدرة الجامعات على استقطاب التمويل في السوق التجاري التنافسي، وهو مؤشر مفيد لجودة التعليم في الجامعة.

3.5- النظرة الدولية(7.5%):

توزع بالتساوي على ثلاثة مؤشرات، هي: نسبة الطلبة الاجانب الى المحليين، نسبة الاساتذة الاجانب الى الاساتذة المحليين، واجمالي المنشورات البحثية الجامعية التي تملك على الاقل جائزة او مكافآت دولية.

4- تصنيف الويبومتركس:

هو تصنيف يصدر في إسبانيا عن المجلس العالي للبحث العلمي (Webometrics.com)، بدأ في الصدور سنة 2004، ويعتمد على المعايير التالية:

- **التواجد على شبكة الانترنت Presence (نسبته 20%)**

حجم المحتوى على شبكة الانترنت بمقياس جوجل للصفحات المرتبطة آلياً في موقع واحد.

- **المصادر المفتوحة Openness (نسبته 15%)**

يتم حساب عدد الملفات بأنواعها المختلفة والتي تكون في محرك البحث وتقع ضمن نطاق الجامعة على شبكة الانترنت، ويقاس بواسطة google scholar للأبحاث المنشورة في نطاق موقع الجامعة.

- **التميز Excellence (نسبته 15%)**

يتم تحديده بعدد المنشورات العلمية في المجلات العلمية ذات التأثير العالي.

- **التأثير Impact : (نسبة المعيار 50%)**

ويقصد به الروابط التشعبية التي تقود الزائر إلى الموقع على الإنترنت، وذلك عن طريق محركات البحث وظهور موقع الجامعة بهذه المحركات، ويتم قياسه بعدد الاشارات المرجعية لموقع الجامعة.

ومن الملاحظ بأن هذا التصنيف يعتمد بصورة واضحة على التعاملات الالكترونية للجامعة فقط في تصنيفه لها. كما تجدر الاشارة إلى أن هذه التصنيفات قد لاقت مؤخرا اقبالا كبيرا، إذ سعت مختلف الجامعات إلى التنافس للظفر بمكانة متقدمة ضمنها، وذلك بتحقيق مختلف المعايير الواردة سابقا، وسيتم التركيز في دراستنا على التصنيف الاخير (Webometrics) لأنه يصنف الجامعات بناءاً على مواقعها الالكترونية وكمية الابحاث المنشورة لكل جامعة وفاعلية مواقع الجامعات الالكترونية.

الجدول رقم (7) أهم التصنيفات العالمية لتصنيف الجامعات.

التصنيف	المعايير ونسبتها
كيو اس QS World Universities Ranking	1-تقويم البرامج الأكاديمية عن طريق أراء الاكاديميين النظراء في جامعات أخرى ولا يسمح للاكاديمي بتقويم برنامج جامعته (40%) 2-الأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس ومعدل النشر (20%) 3-استطلاع أراء جهات التوظيف عن خريجي الجامعة(10%) 4-نسبة عدد الطلاب الى عدد أعضاء هيئة التدريس (20%) 5-نسبة عدد أعضاء هيئة التدريس الأجانب للعدد الكلي للمدرسين(5%) 6-نسبة الطلاب الأجانب للمجموع الكلي للطلاب(5%)
تصنيف التايمز Times Higher Education Ranking	1-التعليم الجامعي والبيئة المحيطة (30%) 2-انتاج وسمعة البحث العلمي (30%) 3-تأثير البحث العلمي للجامعة (32.5) 4- الابتكار والمردود المادي من الصناعة (2.5%) 5-الحضور الدولي في الجامعة لكل من أعضاء هيئة التدريس والطلاب (5%)
تصنيف ويبومتركس Webometrics Ranking	-حجم الموقع: حجم مجموعة من الصفحات المرتبطة آلياً في موقع واحد(20%) -الملفات الخاصة بالوثائق والمعلومات النصية، حيث يتم حساب عدد الملفات بأنواعها المختلفة والتي تكون في محرك البحث وتنتمي لموقع الجامعة(15%) - علماء جوجل: ويقصد به البحث عن المادة العلمية في google scholar ويشمل ذلك الأبحاث المحكمة والتقارير والرسائل والملخصات في مختلف المواضيع العلمية (15%) - الروابط والظهور: ويقصد بها الروابط التشعبية التي تقود الزائر إلى الموقع على الإنترنت، وذلك عن طريق محركات البحث وظهور موقع الجامعة بهذه المحركات (50%)
تصنيف شنغهاي Shanghai Ranking (ARWU)	- جودة التعليم وهو مؤشر لخريجي المؤسسة الذين حصلوا على جوائز نوبل وأوسمة فيلدز (10%) - جودة هيئة التدريس وهو مؤشر لأعضاء هيئة التدريس الذين حصلوا على جوائز نوبل وأوسمة فليدز وأيضاً في هذا المعيار مؤشر للباحثين الأكثر استشهاداً بهم في 21 تخصصاً علمياً (40%) - مخرجات البحث وهو مؤشر للمقالات المنشورة في مجلتي Nature و Science ، أيضاً المقالات الواردة في دليل النشر العلمي الموسع ودليل النشر للعلوم الاجتماعية ودليل النشر للفنون والعلوم الإنسانية (40%) - حجم المؤسسة وهو مؤشر للإنجاز الأكاديمي نسبة إلى المعايير أعلاه (10%)

بعض الدراسات التي تناولت موضوع البحث :

استعرضت الدراسة عدداً من الدراسات التي تناولت موضوع البحث، سواء تلك التي توجهت الى فاعلية وتقييم المواقع الالكترونية، أو التي تناولت الميزة التنافسية، وفيما يلي عرض لأهم تلك الدراسات:

اولا: الدراسات العربية

دراسة الفقهاء، سام، عبد القادر.(2012) بعنوان:" تبني استراتيجيات التميز في التعلم والتعليم ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لمؤسسات التعليم العالي: جامعة النجاح الوطنية حالة دراسية".

هدفت الدراسة الى البحث في دور تبني استراتيجيات التميز في التعلم والتعليم في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي. واعتبرت الدراسة أن الميزة التنافسية للمؤسسات التعليمية تنبع من الأثر الذي تحدثه على مستوى الطالب، والموظف، والمؤسسة. استندت الدراسة على فرضية أن تطوير استراتيجيات التميز في التعلم والتعليم، وتنفيذها يعتبر متطلباً سابقاً مهماً حيوياً لتحقيق مؤسسات التعليم العالي الميزة التنافسية المستدامة. واتبعت الدراسة المنهجية الاستطلاعية والوصفية من خلال مراجعة الأدب النظري، واعتماد تجربة جامعة النجاح الوطنية حالة دراسية لكونها صاحبة تجربة فريدة في مجال التميز في التعليم والتعلم. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن هناك ارتباطاً قوياً بين تبني استراتيجيات التميز في التعلم والتعليم وبين تحقيق مؤسسات التعليم العالي الميزة التنافسية المستدامة من خلال تزويد الطلبة بتجربة تعليمية متميزة، ودعم أعضاء الهيئة الأكاديمية بما يمكنهم من الأداء وفق معايير الجودة المرجوة، وتوفير البيئة الدراسية الداعمة للتنوع والإبداع وتصميم الأنشطة التعليمية التي تعزز الإبداع والتفكير الناقد لدى جميع أطراف العملية التعليمية. وقدمت الدراسة عدداً من التوصيات منها ضرورة تبني استراتيجيات

التميز في التعلم والتعليم، ومكافأة التميز على المستوى الوطني، وأن تتابع مؤسسات التعليم العالي المعايير الخاصة بالمزايا التنافسية لمؤسساتها وقياسها دائما.

دراسة عودة،ايمان .(2012) بعنوان:" العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الاردنية ".

هدفت الدراسة الى معرفة العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية لمواقع الجامعات الاردنية الخاصة وسمعة تلك الجامعات، اذ تم اعتماد متغيرات جودة الموقع الالكتروني من خلال جودة تصميم الموقع(الشمولية، الجمالية)، جودة المعلومات (حداثة المعلومات، دقتها)، جودة الخدمات (الموثوقية، الاستجابة)، ومتغيرات (الإعجاب، الاحترام، الرضا) كأبعاد للسمعة، واستخدمت الباحثة في الد راسة المنهج الوصفي التحليلي وتم توزيع استبانة على (1524) طالباً، وتوصلت الدراسة إلى أن الجامعات الأردنية تتمتع بسمعة حسنة وأن جودة المعلومات والخدمات التي تقدمها الجامعات ليست بالمستوى المطلوب، لكن جودة التصميم كانت بمستوى جيد وأنه يوجد أثر مباشر لجودة الخدمة الإلكترونية على سمعة الجامعات، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تحسين الخدمات والمعلومات المتوفرة في المواقع الإلكترونية للجامعات.

دراسة الهابيل، والسر (2017) بعنوان:" جودة الخدمات الالكترونية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة– من وجهة نظر الطلبة".

تناولت هذه الدراسة الأبعاد التالية لقياس جودة المواقع الالكترونية (سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، حداثة وشمولية المعلومات، شكل وتصميم الموقع)، وقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة تم تصميمها لهذا الغرض، وبلغت عينة الدراسة 540 طالبا من الجامعات الفلسطينية الثلاث (الجامعة الاسلامية، جامعة الاقصى، جامعة فلسطين) في قطاع غزة،

واستخدم الباحثون أسلوب العينة العشوائية الطبقية، حيث تم توزيع 600 استبانة وكانت نسبة الاسترداد 90%، وقد أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جودة الخدمات الالكترونية والميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية،بالاضافة الى ان مستوى توفر الخدمات الالكترونية لدى الجامعات الفلسطينية 70.97%، كما أن مستوى الميزة التنفسية لدى الجامعات الفلسطينية 68.34%، وقد خرجت الدراسة بتوصيات من أهمها ضرور اهتمام الجامعات بشكل أكبر بجودة مواقعها الالكترونية والعمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة وأهمية دعم الادارة العليا في الجامعة لتطوير وتحديث المواقع الالكترونية والاهتمام بنشر الابحاث العلمية والدراسات الخاصة بالجامعة وموظفيها وطلابها عبر الموقع الالكتروني.

دراسة حسين، ايمان(2011) بعنوان :"قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية".

هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى الفجوة بين جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة فعلاً من وجهة نظر العملاء وجودة الخدمات الإلكترونية المستهدفة من وجهة نظر العاملين في الإدارة وفقاً للأبعاد (سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، الاعتمادية، السرية، الاستجابة، التعاطف) حيث تم توزيع استبانة على عينة من مجتمع الدراسة المكون من العاملين في شركات الاتصالات الأردنية (اورانج – زين – أمنية) وعملائهم، فتكونت العينة من 400 عميل و 380 عاملاً في الشركات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق بين تقييم العملاء وتقييم العاملين لمستوى جودة الخدمة الإلكترونية حيث كان تقييم العاملين وتقييم العملاء متقارباً وأن ترتيب الأبعاد حسب الأهمية وفق رأي العملاء (سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، التعاطف، السرية، الاستجابة، الاعتمادية) وأن ترتيب الأبعاد حسب الأهمية وفق رأي العاملين(تصميم الموقع، التعاطف، سهولة الاستخدام،

الاستجابة ، السرية، الاعتمادية)، وأوصت الدراسة بضرورة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين مهارات وكفاءات العاملين، وتوفير نظام مراقبة ومتابعة الأداء بشكل أكبر.

دراسة عصاصة والجيزاوي (2015) بعنوان :" تأثير البوابات الإلكترونية والنشر الدولي علي ترتيب جامعة بنها في التصنيفات العالمية ".

هدفت الدراسة الى توضح اهمية البوابات الالكترونية والنشر الدولي كمعيار لتصنيف الجامعات عالميا وفقا للمعايير المعروفة لتصنيف الجامعات قي العالم، وقدمت الدراسة عرضا لأشهر التصنيفات العالمية للجامعات والتي عملت جامعة بنها على تحسين ترتيبها بها، وهي : تصنيف Webometrics، تصنيف 4ICU، تصنيف QS؛ تصنيف US News Education من حيث التعريف بالتصنيف واهدافه والمعايير التي يقوم عليها التصنيف وإبراز الوزن النسبي لكل معيار، وتوضيح ترتيب جامعة بنها بصفة خاصة سواء على مستوى الجامعات العالمية أو الجامعات العربية أو الجامعات المصرية في كل تصنيف.

دراسة رياب وقدي (2016) بعنوان:" أنشطة التعليم العالي في المواقع الإلكترونية الجامعية– دراسة وصفية مقارنة بين الموقعين الإلكترونيين الرسميين لكل من جامعة ورقلة وجامعة قسنطينة".

هدفت الدراسة الى التعرف على أنشطة التعليم العالي في المواقع الالكترونية الجامعية، في اطلر دراسة مقارنة بين الموقعين الالكترونيين الرسميين لكل من جامعة ورقلة وجامعة قسنطسنة، واعتمد الباحثان المنهجين المسحي والمقارن لما تتطلبه طبيعة الموضوع وحالات الدراسة، وتم اعتماد المنهج المسحي لدراسة شكل ومحتوى الموقعيين الالكترونيين لكلا الجامعتين، والإلمام بكل جوانب الموضوع مع محاولة الوصول إلى كل المعلومات المتعلقة به والجمع الشامل والدقيق للبيانات ذات الصلة بطرق نشر وعرض أنشطة التعليم العالي خلال فترة إنجاز الدراسة. وتم اعتماد المنهج المقارن لمعرفة أوجه التشابه وأوجه

الاختلاف بين طرق نشر وعرض أنشطة التعليم العالي في الموقعين الإلكترونيين الرسميين لكل من جامعة ورقلة وجامعة قسنطينة بهدف الإحاطة بمزايا الموقعين البحثية واستدراك النواقص في كلاهما.

وأوصت الدراسة ببعض النقاط التي يجب معالجتها في كلا الموقعيين الالكترونيين للجامعتين، من خلال استدراك بعض النواقص الملاحظة من حيث تصميم الموقعين باعتبار التصميم يؤثر على درجة الوصول إلى المنشورات ضمن أقسامها، وكذلك بعض خصائص عرض المنشورات التي لا تتلاءم مع مضمونها ولا تتلاءم مع ما يفضل الجمهور توفيره أثناء اطلاعهم على محتوى الموقعين.

دراسة المقادمة(2013) بعنوان:"دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة الجامعة الإسلامية–غزة"

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الاسلامية، والى التعرف على الميزة التنافسية للجامعة، واظهار واقع الكفاءات البشرية فيها، ومدى مساهمتها في تحقيق الميزة التنافسية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من الادارة العليا والمدراء ورؤساء الاقسام في الجامعةوعددهم 172، تم توزيع 172 استبانة ليتم استرجاع 130 استبانة ،ومن أهم النتائج أن مستوى الميزة التنافسية في الجامعة الاسلامية بنسبة 77.30%، ومستوى توفر الكفاءات البشرية لدى العاملين في الجامعة بنسبة 75.90%، وأن هناك علاقة ارتباطية قوية بين توفر الكفاءات البشرية وتحقيق الميزة التنافسية.

دراسة المدادحة والكساسبة (2016) بعنوان: "اثر الادارة الالكترونية في تحقيق المزايا التنافسية".

هدفت الدراسة الى قياس أثر الادارة الالكترونية في تحقيق المزايا التنافسية لأربع شركات تخليص في الأردن،اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، اذ تم استخدام دراسة تطبيقة على أربع شركات تخليص في الاردن، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (112) عاملاً

في الشركات المبحوثة، وتوصلت الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة احصائية للموارد البشرية والأجهزة الالكترونية على الجودة، في حين لا يوجد أثر دال احصائيا للبرامج الالكترونية على الجودة، كما أن هناك أثر دال احصائيا للموارد البشرية والبرامج الالكترونية على السرعة في تقديم الخدمة، في حين لا يوجد أثر دال احصائيا للأجهزة الالكترونية على السرعة في تقديم الخدمة في شركات التخليص، وأوصت الدراسة بالاستمرار بتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال لما لها أثر ايجابي على تحقيق الميزة التنافسية لشركات التخليص.

ثانيا: الدراسات الاجنبية

Lee, Jang & Cho, (2013) "Developing E-ServQual for Educational Websites".

هدفت الدراسة إلى تطوير مقياس خاص لتحديد جودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المواقع الإلكترونية التعليمية، ومعرفة أثر جودة الخدمات الإلكترونية على تحقيق ولاء الطلبة، وتم استخدام مقياس (eServQual) بعد تعديله وإضافة مقاييس لقياس القيمة والثقة والولاء، تكونت العينة من 635 طالباً من طلاب المدارس الثانوية وخرجت الدراسة بنتيجة أن جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة من المواقع لها أثر في ولاء الطلبة من خلال القيمة المستلمة والثقة فيما تقدمه المواقع وأن أكثر خمسة أبعاد كان لها تأثير في جودة الخدمة وكانت مناسبة من وجهة نظر الطلبة هي(جودة التصميم – الاستجابة – جودة المعلومات – الأمن – القابلية للاستخدام).

Lai, Jung-Yu (2006) "Assessment of employees' perceptions of service quality and satisfaction with e-business".

هدفت هذه الدراسة الى الاجابة عن التساؤل هل يمكن استخدام فجوة الخدمة servqual لتحسين خدمة الأعمال الالكترونية، كما هدفت الدراسة الى معرفة مدى رضا المستخدمين للتطبيقات المنظماتية وصلته بجودة الخدمة الالكترونية، اذ تم اختيار عينة للدراسة بلغت 161 شخصاً من ست شركات تعمل في مجال الصناعة الالكترونية، واعتمدت الدراسة على نموذج تصف من خلاله أبعاد أساسية لجودة الخدمة شملت (الموثوقية، الاستجابة، الضمان، والتفهم) لدراسة تأثير تلك الأبعاد على جودة خدمة التجارة الالكترونية من وجهة نظر العالمين. توصلت الدراسة الى أن الموثوقية لها تأثير كبير على جودة الخدمة ورضا المستخدمين وأيضا سهولة الاستخدام هو من أهم عوامل رضا المستخدمين مما يسهم في نجاح خدمة الموظفين.

Mebrate (2010) "A framework for evaluating Academic Website's quality from students' perspective".

هدفت الدراسة الى وضع إطار عام لتقييم جودة المواقع الإلكترونية الأكاديمية من وجهة نظر الطلاب واستندت الدراسة على نموذج الجودة "ISO 9126-1" والأخذ بعين الاعتبار رضا المستخدمين ووجهة نظر الطلاب فيما يتعلق بجودة المنتج، تم تصميم الإطار ليتكون من خمس أبعاد رئيسية و19 بعد فرعي لتقييم جودة المواقع الإلكترونية الأكاديمية، وتم تقييم جودة موقع جامعة دلفت للتكنولوجيا بهولندا باستخدام الإطار المقترح، عن طريق توزيع استبانة على عينة من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة أن الإطار المقترح أعطى الطلاب صورة أوضح لتقييم جودة المواقع الإلكترونية من الإطار المبني على نظام الآيزو. وبينت الدراسة أن تقييم جودة الموقع الإلكتروني جامعة دلفت للتكنولوجيا بصورة عامة يعتبر جيداً، وقدمت الدراسة توصيات لتحسين الإطار المقت رح بإضافة أبعاد أخرى للتقييم ليصبح التقييم أشمل.

التعليق على الدراسات السابقة:

لقد حاول الباحث الاطلاع على أكبر عدد من معايير تقييم المواقع الالكترونية والتي تناولتها الأدبيات السابقة والدارسات العلمية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة الورقية والالكترونية ومواقع بعض المكتبات الجامعية والرسائل الجامعية ومواقع تصنيف وتقييم الجامعات العالمية، وبما أن الدراسة الحالية تبحث في المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية معياراً لتصنيف الجامعات، مع العلم أن تصنيف الويبومتركس هو التصنيف الوحيد بين التصنيفات العالمية الذي يعتمد في تصنيفه للجامعات على النشاطات التي تقوم بها الجامعات وتظهر في مواقعها الالكترونية، ومن خلال أربعة معايير وضعها لتقييم فاعلية المواقع الالكترونية لتصنيف الجامعات، لذا إستعان الباحث بدراسات كل من (الهابيل والسر،2017) ودارسة (عودة،2012) ودراسة (المقامة،2013) لبناء أداة الدراسة والخروج بمجموعة من المعايير التي تقيم فاعلية مواقع الجامعات الالكترونية، وتخدم أهداف الدراسة وتجيب عن أسئلتها، ويمكن جمعها في الأبعاد التالية: (سهولة الاستخدام، سرعة استجابة الموقع الالكتروني للاستعلام، حداثة وكفاية المعلومات، شكل وترتيب الموقع الالكتروني وتصميمه)، وكذلك تم الاستعانة بمعايير من تصنيف الجامعات Webometrics وهي: (مدى انتشار الموقع وعمل روابطه، نشر الأبحاث العلمية والتميز)، وهذه المعايير هي التي ستخضع للدارسة والتحليل والمقارنة، وبذلك تكون الدراسة الحالية إمتازت عن الدراسات السابقة بإضافة معايير من تصنيف الويبومتركس العالمي، الأمر الذي لم تتطرق له الدراسات السابقة.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

نلاحظ أن الدراسة الحالية تناولت موضوعا مهماً يتمثل في تصنيف الجامعات الفلسطينية من خلال فاعلية وكفاءة مواقعها الالكترونية من خلال أبعاد الدراسة، وبحسب المعايير المتبعة عالميا في تصنيف Webometrics لتصنيف الجامعات العالمية وذلك في أبعاد البحث العلمي وانتشار وظهور الموقع بشكل واسع يسهل للمستخدم الوصول اليه والتفاعل معه، الأمر الذي لم يتناوله أي من الدراسات السابقة. وان الدراسة تناولت وجهات نظر العاملين على ادارة وتصميم المواقع الالكترونية في الجامعات الفلسطينية، والطلبة الذين يمثلون الجمهور المباشر في التواصل مع المواقع الالكترونية في الجامعات، وقياس الفجوة بين وجهات النظر إن وجدت.

الفصل الثالث

طريقة و إجراءات الدراسة

- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- متغيرات الدراسة
- أداة الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات
- صدق وثبات أداة الدراسة
- خطوات تطبيق الدراسة
- المعالجة الاحصائية

الفصل الثالث

3.1 مقدمة:

تناول هذا الفصل منهجية ومجتمع وعينة الدراسة، كما شمل الأداة (الاستبانة) التي أُستخدمت في جمع البيانات اللازمة حيث تم اختبار صدقها وثباتها، وبعد ذلك تم اجراء التحليل الاحصائي بالأساليب الاحصائية المناسبة للعلاقات المفترضة بين المتغيرات.

3.2 منهج الدراسة :

بناءً على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها أستخدم الباحث المنهج الوصفي الاستكشافي، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيرا كيفياً وكمياً.

3.3 مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة يعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وتناولت الدراسة جامعة القدس وجامعة الاستقلال وذلك لسهولة الحصول على المعلومات منهما، وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من طلاب كليات(القانون، اللغات، نظم المعلومات الادارية) في جامعة الاستقلال، وطلاب كليات (الحقوق، الاعمال والاقتصاد، الاداب) في جامعة القدس، والبالغ عددهم 2789 طالب وطالبة (نشرة القبول والتسجيل في الجامعتين2018/2017)، وموظفي تكنولوجيا المعلومات في الجامعتين والبالغ عددهم 35 موظف وموظفة.

3.4 عينة الدراسة :

تكونت عينة الدراسة من طلبة كليات(القانون، العلوم الادارية، العلوم الانسانية) وموظفي تكنولوجيا المعلومات في جامعتي الاستقلال والقدس، وتم اختيار العينة باستخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية حسب الجامعة، وبلغ حجم العينة (558) شخصاً، حيث تم حساب حجم العينة المطلوبة من الطلبة باستخدام معادلة (Steven K. Thompson،2012)[1] والتي تحسب من المعادلة التالية:

$$n = \frac{N * p(p-1)}{\left[\left[N - 1 * \left(\frac{d^2}{z^2}\right)\right] + p(1-p)\right]}$$

- حيث: (N) حجم المجتمع، (z) الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (0.95) وتساوي (1.96)، (d) نسبة الخطأ وتساوي (0.05)، (p) نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (0.50)، (n) حجم العينة.

الجدول (8) حجم العينة لكل طبقة.

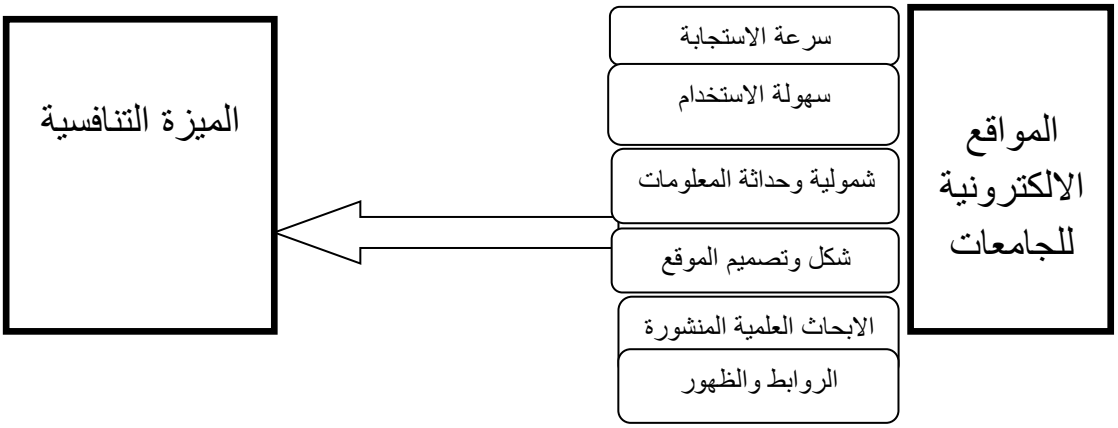
الكلية	الجامعة	العدد الكلي للطلبة	العينة
الآداب	**القدس**	**890**	**123**
الحقوق	**القدس**	**814**	**112**
الأعمال والاقتصاد	**القدس**	**708**	**97**
لغة انجليزية	**الاستقلال**	**95**	**48**
علم الجريمة والقانون	**الاستقلال**	**176**	**89**
نظم المعلومات الادارية	**الاستقلال**	**106**	**54**
المجموع الكلي		**2789**	**523**

1 Thompson,Steven.(2012),s**ampling**,3rd edition.

وتم استخدام الحصر الكلي لموظفي الجامعتين والبالغ عددهم 35 موظف، وقام عدداً من المحكمين المختصين في مجال المشكلة موضوع الدراسة بمراجعتها ومن ثم تم توزيع عينة استطلاعية عددها 35 استبانة لفحص صدق وثبات الاستبانة وقد تم استبعادها من التحليل الاحصائي، وبعد التأكد من صدق وثبات الاستبانة تم توزيع 558 استبانة على مجتمع الدراسة.

3.5 متغيرات الدراسة:

- المتغير التابع: الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية.
- المتغير المستقل: المواقع الإلكترونية والمتمثلة في الأبعاد(سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، شمولية وحداثة المعلومات، شكل وتصميم الموقع، الابحاث العلمية المنشورة، الروابط والظهور).



الشكل رقم (1) المصدر : (اعداد الباحث)

3.6 أداة الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات:

تم تطوير أداة الدراسة المتمثلة بالاستبانة، وتم تقسيم الاستبانة الى قسمين:

أولا: القسم الاول: ويتضمن متغيرات الدراسة:(الجنس، الجامعة، المهنة، التخصص)، وكانت موزعة كالتالي:

الجدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها

	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس		
ذكر	364	% 65.2
أنثى	194	% 34.8
المجموع	558	% 100.0
الجامعة		
جامعة الاستقلال	201	% 36.0
جامعة القدس	357	% 64.0
المجموع	558	% 100.0
المهنة		
طالب	523	% 93.7
موظف	35	% 6.3
المجموع	558	% 100.0
التخصص		
القانون	201	% 36.0
العلوم الانسانية	171	% 30.6
العلوم الادارية	186	% 33.3
المجموع	558	% 100.0

يتضح من الجدول رقم (3) أن ما نسبته 65.2 % من عينة الدراسة ذكور، بينما 34.8 % هم من الاناث، ويتضح من الجدول نفسه أن ما نسبته 36% من عينة الدراسة يدرسون في جامعة الاستقلال، بينما 64% يدرسون في جامعة القدس، ويعزو الباحث ارتفاع عدد المبحوثين من جامعة القدس وذلك لطبيعة جامعة الاستقلال الأمنية والعسكرية حيث أنه لا يزيد عدد الطلبة الذين يتم قبولهم سنويا عن 200 طالب وطالبة في جميع التخصصات، كما يتضح من الجدول أن ما نسبته 6.3% من عينة الدراسة هم من موظفي تكنولوجيا المعلومات وأن ما نسبته 93.7 % هم من الطلبة. ويعزو الباحث هذه النسبة الى الحال الطبيعي وهو أن عدد الطلبة في الجامعة أكبر بكثير من عدد الموظفين في الجامعة، وما نسبته 36% من المبحوثين يدرسون في كلية القانون، ونسبة 30.6 % يدرسون في كلية العلوم الانسانية، وما نسبته 33.3 يدرسون في كلية العلوم الادارية، ويعزو الباحث ارتفاع عدد المبحوثين من كلية القانون الى الأعداد الهائلة من الطلبة والذين يقدمون على دراسة هذا التخصص وذلك لاحتمالية فرصة الحصول على وظيفة أفضل من التخصصات الأخرى.

ثانيا : القسم الثاني : ويتضمن فقرات الاستبانة والبالغ عددها 56 فقرة. موزعة على المجالات التالية:

الجدول رقم (10) مجالات الاستبانة

الرقم	اسم المجال	عدد الفقرات	الفقرات
1	**سرعة الاستجابة**	6 فقرات	من 1 – 6
2	**سهولة الاستخدام**	7 فقرات	من 7 – 13
3	**شمولية وكفاية المعلومات**	7 فقرات	من 14 – 20
4	**شكل وتصميم الموقع**	6 فقرات	من 12 – 26
5	**الروابط والظهور**	6 فقرات	من 27 – 32
6	**نشر الأبحاث العلمية**	6 فقرات	من 33– 38
7	**الميزة التنافسية**	18 فقرة	من 39 – 56

وقد إستعان الباحث بالدراسات السابقة التي بحثت نفس المشكلة ومنها دراسة العزة (2014) ، ودراسة عودة (2012)، ودراسة الهابيل والسر (2017) ، ودراسة المقادمة (2012)، ومعايير موقع Webometrics لتصنيف الجامعات العالمية من خلال موقعها الالكتروني، لإنشاء أداة الدراسة.

الجدول رقم (11) الابعاد التي اعتمدتها الدراسة من خلال الدراسات السابقة و التي استندت اليها الدراسة الحالية:

الدراسات / الأبعاد	دراسة (العزة ،2014)	دراسة (الهابيل،والسر،2017)	دراسة (عودة ،2012)	دراسة(المقادمة،2012)	معايير webomertics
سرعة الاستجابة	√	√	√		
سهولة الاستخدام	√	√	√		
شمولية وكفاية المعلومات	√	√	√		
شكل وتصميم الموقع	√	√	√		
الروابط والظهور					√
نشر الابحاث العلمية					√
الميزة التنافسية		√		√	

3.7 صدق وثبات أداة الدراسة:

أولاً : الصدق

لغرض قياس صدق أداة الدراسة قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوى الاختصاص من أعضاء هيئة التدريس في مجالات الادارة، ونظم المعلومات الادارية، حيث حددوا مجموعة من الملاحظات اللغوية والمفاهيم التي أُخذت بعين الاعتبار. (انظر ملحق رقم 1)

ثانياً : الثبات

تم حساب الثبات بطريقة الاتساق الداخلي (Cronbach alpha) كرونباخ ألفا لمجالات الدراسة للتأكد من صلاحيتها للقياس، حيث تكون القيم مقبولة اذا كانت أكبر من أو تساوي (60%) في العلوم الانسانية (صلاح، 2002) ، حيث يوضح الجدول رقم (12) درجة الثبات لمجالات الدراسة وهي نسبة جيدة وتشير الى درجة عالية من الاعتمادية والصدق لأداة الدراسة تفي بأغراض الدراسة. اذ بلغ مستوى الثبات لجميع فقرات الاستبانة (94.2 %).

الجدول رقم (12) اختبار كرونباخ الفا للثبات

الرقم	اسم المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ للثبات
1	سرعة الاستجابة.	6	% 82.9
2	سهولة الاستخدام.	7	%83.1
3	شمولية وكفاية المعلومات.	7	% 70
4	شكل وتصميم الموقع.	6	% 85
5	الروابط والظهور.	6	% 68.3
6	نشر الأبحاث العلمية.	6	% 67.2
7	الميزة التنافسية .	18	% 86.5
معامل الثبات لجميع فقرات الاستبانة		56	% 94.2

حيث يبين الجدول رقم (12) قيم معاملات ألفا كرونباخ لعينة الدراسة، ويتضح أن قيم معامل الثبات ألفا لمجالات الاستبانة تتميز بثبات عالٍ، وهذا يدل على قدرة الأداة في تحقيق أغراض الدراسة، اذ يتضح أن أعلى معامل ثبات هو (86.5 %) وفقا لمحور الميزة التنافسية، فيما يلاحظ أن أقل قيمة لمعامل الثبات كانت لمحور نشر الأبحاث العلمية التي بلغت (67.2 %)، وهذا يعني أنه في حال تم اعادة تطبيق الأداة، فانها تعطي نتائج متقاربة وذات ثبات نسبي في حال تشابهت خصائص البيئة البحثية.

3.8 خطوات تطبيق الدراسة:

1. تم الاطلاع على الدراسات السابقة التي تبحث في ذات العنوان، ومن ثم تم اعداد مشكلة الدراسة وصياغتها مع صياغة الأهداف وأسئلة الدراسة، والتي بناءاً عليها قام الباحث بإعداد الاستبانة.
2. بعد التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال الأخذ بملاحظات ذوي الاختصاص قام الباحث بطبع وتوزيع الاستبانة.
3. قام الأفراد من العينة بالإستجابة على فقرات الاستبانة وبعد ذلك قام الباحث بجمعها وقد بلغت الإستبانات المسترجعة 558 استبانة، وكانت نسبة الاسترجاع 100%.
4. بعد تجميع الإستبانة من أفراد العينة وترميزها تم إدخالها إلى الحاسب ومعالجتها إحصائيا بإستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) الاصدار 21.
5. تفريغ إجابات أفراد العينة.
6. إستخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها.

3.5 المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة قام الباحث بإعطاء رقم لكل استمارة. ومن ثم قام بترميز الاجابات معطيا الأرقام من 1-5 حيث كانت كالتالي:

الجدول رقم (13)

المقياس	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
الرقم	5	4	3	2	1

استخدم الباحث نظام التحليل برنامج الرزم الاحصائية SPSS للخروج بالنتائج. واحتاجت الدراسة الى:

- استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسب المئوية ومعامل الاختلاف لكل فقرة من فقرات الاستبانة.
- معادلة الثبات كرونباخ ألفا لمحاور الاستبانة.
- معامل الارتباط بيرسون.
- اختبار Independent Sample T-TEST.
- معامل الاختلاف (Coefficient of Variation) يقيس نسبة التشتت بين العبارات، ويحسب من خلال المعادلة (الانحراف المعياري ÷ المتوسط الحسابي) *100. (بطارسة،2013)

تصحيح المقياس:

الجدول(14): مفاتيح التصحيح الخماسي

المتوسط الحسابي	الدرجة
من 1-1.79	**قليلة جدا**
1.8- 2.59	**قليلة**
2.6-3.39	**متوسطة**
3.40-4.19	**كبيرة**
4.20-5	**كبيرة جدا**

المصدر (جعفر، 2016)

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها.

الفصل الرابع

مقدمة :

يتناول هذا الفصل عرض نتائج الدراسة والاجابة عن تساؤلاتها وتحقيق أهدافها، وذلك من خلال تحليل البيانات التي جمعت من أفراد عينة الدراسة حول المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية معياراً لتصنيف الجامعات واستخدامها كميزة تنافسية، التي تم جمعها عن طريق أداة الدراسة.

كما يتناول هذا الفصل الاحصاء الوصفي المتعلق بعينة الدراسة ووصف فقرات محاور الدراسة، كما سوف يتناول الاختبارات الاحصائية كالانحدار المتعدد لتحديد مدى وجود أثر لمتغيرات الدراسة المستقلة في المتغير التابع مع تحديد المتغير الأكثر تأثيرا فيها، واختبار معامل الارتباط لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة المستقلة والمتغير التابع.

الاجابة على الاسئلة البحثية :

السؤال البحثي الفرعي الأول: ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال سرعة الاستجابة ؟ للإجابة على هذا السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال سرعة الاستجابة.

الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال سرعة الاستجابة

	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	معامل الاختلاف*
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
1	استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للاستعلام بسرعة كبيرة	140	25.1	257	46.1	127	22.8	21	3.8	13	2.3	3.88	.908	78 %	23 %
2	تمكين الطلبة الوصول للمعلومات المطلوبة من الموقع الالكتروني للجامعة بوقت قصير	106	19	289	51.8	130	23.3	25	4.5	8	1.4	3.82	.838	76 %	22 %
3	توفير محرك بحث على موقع الجامعة الالكتروني للوصول للمعلومات بسرعة	113	20.3	261	46.8	132	23.7	45	8.1	7	1.3	3.77	.907	75 %	24 %
4	استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للخدمات التي يطلبها الطالب كما هو متوقع	95	17	224	40.1	173	31	51	9.1	15	2.7	3.60	.963	72 %	27 %
5	توفير الموقع الالكتروني للجامعة دعما فنيا للرد على استفسارات الطلبة	111	19.9	204	36.6	183	32.8	49	8.8	11	2	33.6	.962	73 %	26 %
6	ايجاد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين الطلبة والموقع الالكتروني من خلال البريد الالكتروني.	127	22.8	195	34.9	166	29.7	51	9.1	19	3.4	653.	1.04	74 %	28 %
	الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											3.72	0.93	74 %	25 %

من الجدول رقم (15) يمكن استخلاص ما يلي:

- يشير الجدول السابق الى أن جميع فقرات المجال حازت على درجة كبيرة.
- حازت للفقرة رقم (1) والتي تنص على:" استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للاستعلام بسرعة كبيرة "، على أعلى متوسط حسابي (3.88) (الدرجة الكلية من 5)، ومعامل اختلاف 23 % ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- حازت الفقرة رقم (4) والتي تنص على:"توفير الموقع الالكتروني للجامعة دعما فنيا للرد على استفسارات الطلبة"، على أقل متوسط حسابي اذ بلغ (3.60)، ومعامل اختلاف 27%، ويعزو الباحث ذلك الى ضعف التواصل بين موظفي الدعم الفني القائمين على الموقع والطلبة.

- كما وحازت الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال على متوسط حسابي (3.72) ومعامل اختلاف 25%، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال، ويعزو الباحث ذلك الى معرفة موظفي تكنواوجيا المعلومات بأهمية سرعة إستجابة الموقع الالكتروني للجامعة، والعمل المستمر على تحسين سرعته واستجابته، وإتفقت هذه الدراسة مع دراسة الهابيل والسر(2017)، ودراسة (عودة ،2012)، ودراسة (Lee, Jang & cho,2013) التي أكدت على أهمية مجال سرعة استجابة المواقع الالكترونية للجامعات في تحقيق ميزة تنافسية لها.

- **السؤال البحثي الفرعي الثاني: ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال سهولة الاستخدام ؟**

للإجابة على هذا السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال سهولة الاستخدام.

الجدول رقم (16) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال سهولة الاستخدام.

	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	معامل الاختلاف*
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
7	سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع الالكتروني للجامعة.	133	23.8	282	50.5	114	20.4	19	3.4	10	1.8	3.91	.857	78 %	22 %
8	ايجاد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع الالكتروني.	123	22	258	46.2	139	24.9	29	5.2	9	1.6	3.82	.890	76 %	23 %
9	تنظيم موقع الجامعة الالكتروني تنظيما مناسبا.	121	21.7	252	45.2	147	26.3	29	5.2	9	1.6	3.80	.892	76 %	23 %
10	ايجاد أسئلة متكررة مع اجاباتها عن الموقع الالكتروني للجامعة.	114	20.4	204	36.6	175	31.4	50	9	15	2.7	3.63	.992	73 %	27 %
11	استخدام الطلبة الموقع الالكتروني للجامعة للحصول على المعلومة بطريقة اسرع.	116	20.8	223	40	176	31.5	30	5.4	19	2.3	3.72	.932	74 %	25 %
12	وضوح لغة الموقع الالكتروني للجامعة.	125	22.4	238	42.7	144	25.8	41	7.3	10	1.8	3.77	.940	75 %	25 %
13	توفيرالموقع الالكتروني للجامعة الجهد والوقت في الحصول على الخدمات.	126	22.6	220	39.4	155	27.8	39	7	18	3.2	3.71	.996	74 %	27 %
	الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											3.76	.654	75 %	17 %

- يشير الجدول رقم (16) الى أن جميع فقرات المجال حازت على درجة كبيرة.
- حازت للفقرة رقم (7) والتي تنص على:" سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع الالكتروني للجامعة"، على أعلى متوسط حسابي اذ بلغ (3.91)، ومعامل اختلاف 22 %، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزو الباحث ذلك لتنظيم وترتيب الموقع المناسب واستخدام اللغة العربية بشكل واضح وسلس.
- حازت الفقرة رقم (10) والتي تنص على:" إيجاد أسئلة متكررة مع اجاباتها عن الموقع الالكتروني للجامعة"، على أدنى متوسط حسابي اذ بلغ (3.63) ومعامل اختلاف 27%، ويرى الباحث أن الطلبة بامكانهم الاستعلام مباشرة عن أي شي أفضل من إضاعة الوقت في البحث عنه في الأسئلة والاجابات.

- حازت الدرجة الكلية للمجال على درجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها(3.76) ومعامل اختلاف 17%، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال، ويعزو الباحث تلك النتائج لحرص الجامعات الفلسطينية على أن تكون عملية تصفح الطلبة وزوار الموقع الالكتروني بسهولة وبدون أية مشاكل أو معوقات، مما يعزز رضاهم عن أداء الجامعة وخدماتها، وإتفقت هذة النتائج مع دراسة (حسين،2011) ودراسة (عودة،2012) على أن درجة فاعلية المواقع الاكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال سهولة الاستخدام كبيرة، مما يعزز أهمية هذا المجال لمواقع الجامعات في تحقيق ميزة تنافسية لها.

السؤال البحثي الفرعي الثالث: ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال شمولية وكفاية المعلومات؟ للإجابة على هذا السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال شمولية وكفاية المعلومات.

الجدول رقم (17) : المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال شمولية وكفاية المعلومات.

	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف*	النسبة المئوية %
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
14	حداثة المعلومات المعروضة على الموقع.	166	29.7 %	251	% 49	102	18.3 %	30	4.5 %	8	1.4 %	4.04	1.92	48 %	81 %
15	استبدال الموقع الالكتروني للجامعة المعلومات القديمة بعد انتهاء وقتها بمعلومات جديدة.	128	22.9 %	272	48.7 %	111	19.9 %	41	7.3 %	6	1.1 %	3.85	.893	23 %	77 %
16	تقديم الموقع الالكتروني للجامعة معلومات ذات مصداقية.	125	22.4 %	270	48.4 %	119	21.3 %	37	6.6 %	7	1.3 %	3.84	.890	23 %	77 %
17	تقديم الموقع الالكتروني للجامعة معلومات شاملة لجميع الاستفسارات.	109	19.5 %	245	43.9 %	153	27.4 %	42	7.5 %	9	1.6 %	3.72	.917	25 %	74 %
18	عرض الموقع الالكتروني للجامعة احصائيات مفيدة للطلبة وللزائرين.	110	19.7 %	229	%41	163	29.2 %	44	7.9 %	12	2.2 %	3.68	.948	26 %	74 %
19	انتظام الموقع الالكتروني بعرض المعلومات عن المحاضرين ومواعيد لمحاضراتهم.	104	18.6 %	230	41.1 %	162	29.1 %	45	8.1 %	17	% 3	3.64	.974	27 %	73 %
20	تضمن الموقع الالكتروني للجامعة دليلا شاملا عن التخصصات ونظام القبول.	139	24.9 %	227	40.8	150	26.5 %	30	5.4 %	13	2.3 %	3.81	.950	25 %	76 %
	الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											3.79	0.67	20 %	76 %

- يشير الجدول رقم (17) الى أن جميع فقرات المجال حازت على درجة كبيرة .
- حازت للفقرة رقم (14) والتي تنص على:"حداثة المعلومات المعروضة على الموقع"، على أعلى متوسط حسابي اذ بلغ (4.40)، ونسبة مئوية 81 %، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك لتنظيم متابعة الموقع من الجهات الفنية القائمة عليه على الدوام، والتأكد من تحديث محتوياته.
- حازت الفقرة رقم (19) والتي تنص على: "انتظام الموقع الالكتروني بعرض المعلومات عن المحاضرين ومواعيد لمحاضراتهم."، على أدنى متوسط حسابي اذ بلغ (3.64) كانت نسبة الفقرة المئوية 73 %، ومعامل اختلاف 27%. وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل افراد العينة على هذه الفقرة.

- حازت الدرجة الكلية للمجال على درجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها(3.79) ومعامل اختلاف 20%، وكانت النسبة المئوية 76 %، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال، ويعزو الباحث تلك النتائج لإدراك الجامعات الفلسطينية لأهمية هذا المجال، والحرص على تزويد المتصفحين والزوار بمعلومات دقيقة وحديثة وذات مصداقية تعكس مصداقية الجامعة نفسها، ويمكن الإعتماد عليها والرجوع إليها في الإشارات المرجعية، وإتفقت هذه النتائج مع دراسة (عودة، 2012) التى أكدت على أهمية مجال شمولية وكفاية المعلومات الموجودة على مواقع الجامعات الالكترونية في فاعلية هذه المواقع وفي تحقيق ميزة تنافسية لها.

السؤال البحثي الفرعي الرابع: ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال شكل وتصميم الموقع ؟ للاجابة على هذا السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال شكل وتصميم الموقع.

الجدول رقم (18) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال شكل وتصميم الموقع.

	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف*	النسبة المئوية %
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
21	**وضوح شعار الجامعة على الموقع الالكتروني للجامعة.**	223	40 %	249	44.6 %	65	11.6 %	9	1.6 %	12	2.2 %	4.19	.861	21 %	84 %
22.	**حداثة شكل وتصميم الموقع الالكتروني للجامعة.**	144	25.8 %	287	51.4 %	102	18.3 %	17	3 %	8	1.4 %	3.97	.832	21 %	79 %
23	**تناسق تصميم الموقع الالكتروني للجامعة.**	158	28.3 %	254	45.5 %	108	19.4 %	29	5.2 %	9	1.6 %	3.94	.910	23 %	79 %
.24	**تناسق الالوان المستخدمة في الموقع الالكتروني للجامعة.**	143	25.6 %	229	41 %	146	26.2 %	31	5.6 %	9	1.6 %	3.84	.927	24 %	77 %
.25	**جاذبية واجهات الموقع الالكتروني للجامعة.**	134	24 %	223	40 %	164	29.4 %	30	5.4 %	7	1.3 %	3.80	.908	24 %	76 %
.26	**مراعاة الموقع الالكتروني للجامعة للتوازن بين الصور والنصوص والالوان في الصفحة الواحدة.**	126	22.6 %	227	40.7 %	161	28.9 %	30	5.4 %	14	2.5 %	3.75	.947	25 %	75 %
	الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											3.91	.678	17 %	78 %

- يشير الجدول رقم (18) الى أن جميع فقرات المجال حازت على درجة كبيرة .
- حازت للفقرة رقم (21) والتي تنص على:" وضوح شعار الجامعة على الموقع الالكتروني للجامعة"، على أعلى متوسط حسابي اذ بلغ (4.19)، ونسبة مئوية 84 %، ومعامل اختلاف الذي يقيس التشتت في الاستجابة للعبارات بلغ (21 %)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة . ويعزو الباحث ذلك اهتمام الجامعة بضرورة وجود شعارها والتعريف بها واضحا في واجهة الموقع للتسهيل على المستخدم التعرف إلى هوية الموقع .
- حازت الفقرة رقم (26) والتي تنص على:" مراعاة الموقع الالكتروني للجامعة للتوازن بين الصور والنصوص والألوان في الصفحة الواحدة ."،على أدنى متوسط حسابي اذ بلغ (3.75) وكانت نسبة الفقرة المئوية 75 %، ومعامل اختلاف 25%، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك الى اهتمام الجامعة بموقعها الالكتروني ومهارة القائمين على الموقع في تصميم شكل الموقع بشكل جذاب وتنسيق الألوان والصور والنصوص في نفس الصفحة.
- حازت الدرجة الكلية للمجال على درجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها(3.91) ومعامل اختلاف 17% وكانت النسبة المئوية 78 %، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وهذا يعني أن الجامعات الفلسطينية تهتم بتصميم مواقعها الالكترونية بشكل جذاب وجميل، وإستخدام الألوان والتصاميم التي تريح المتصفحين وتجذبهم، وإتفقت هذه النتائج مع عدد من الدراسات السابقة مثل دراسة (عودة، 2012)، ودراسة الهابيل والسر(2017)، ودراسة (حسين،2011)، والتي بينت أهمية مجال شكل وتصميم المواقع الالكترونية للجامعات في تحقيق ميزة تنافسية.

السؤال البحثي الفرعي الخامس ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال الروابط والظهور ؟

للاجابة على هذا السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال الروابط والظهور.

الجدول رقم (19) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال الروابط والظهور.

	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف*	النسبة المئوية %
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
27	عمل روابط الموقع الالكتروني للجامعة بشكل صحيح.	155	27.8 %	266	47.4 %	100	17.9 %	28	% 5	9	1.6 %	3.95	.895	23 %	79 %
28	وجود ايقونات في كل صفحة من صفحات الموقع الالكتروني للجامعة تسهل الانتقال للصفحة الرئيسية.	107	19.2 %	282	% 50	132	23.7 %	26	4.7 %	11	% 2	3.87	1.87	48 %	77 %
29	ظهور روابط الموقع الالكتروني للجامعة بسهولة عند البحث في اي محرك بحث.	111	19.9 %	266	47.7 %	141	25.3 %	29	5.2 %	11	% 2	3.78	.890	24 %	76 %
30	انتشار روابط الموقع الالكتروني للجامعة على مختلف صفحات التواصل الاجتماعي.	115	20.6 %	229	% 41	161	28.9 %	41	7.3 %	12	2.2 %	3.71	.947	26 %	74 %
31	ظهور مجموعة من الروابط التابعة لموقع الجامعة عند البحث عن الجامعة في محركات البحث.	110	19.7 %	232	41.6 %	168	30.1 %	31	5.6 %	17	% 3	3.69	.950	26 %	74 %
32	تمكين الطلبة الوصول لموقع الجامعة الالكتروني من اي متصفح انترنت.	152	27.2 %	215	38.5 %	141	25.3 %	37	6.6 %	13	2.3 %	3.82	.984	26 %	76 %
	الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											**3.80**	**0.67**	**18 %**	**76 %**

- يشير الجدول (19) الى أن جميع فقرات المجال حازت على درجة كبيرة.
- حصلت للفقرة رقم (27) والتي تنص على: "عمل روابط الموقع الالكتروني للجامعة بشكل صحيح."، على أعلى متوسط حسابي اذ بلغ (3.95)، ونسبة مئوية (79%)، ومعامل اختلاف (23 %) ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك اهتمام الجامعات الفلسطينية بالموقع الالكتروني واستقطاب خبراء في مجال المواقع الالكترونية لإدارته ومتابعته.
- حصلت الفقرة رقم (31) والتي تنص على:" ظهور مجموعة من الروابط التابعة لموقع الجامعة عند البحث عن الجامعة في محركات البحث"، على أدنى متوسط حسابي اذ بلغ (3.69) وكانت نسبة الفقرة المئوية (74 %)، ومعامل اختلاف (26%) ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك الى اهتمام الجامعات الفلسطينية بنشر موقعها على شبكة الانترنت من خلال جميع صفحات التواصل الاجتماعي والإعلانات.
- حصلت الدرجة الكلية للمجال على درجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها (3.80) ومعامل اختلاف (18%) وكانت النسبة المئوية (76%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

إتفقت هذة الدراسة مع المعايير التي اعتمدها موقع webometrics على أهمية مجال الروابط والظهور لموقع الجامعات الالكتروني في تحقيق ميزة تنافسية لها والحصول على تصنيفات جيدة بين الجامعات المنافسة.

السؤال البحثي الفرعي السادس: ما درجة فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في مجال نشر الابحاث العلمية؟ للاجابة على السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال نشر الابحاث العلمية.

الجدول رقم (20) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال نشر الابحاث العلمية.

	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف*	النسبة المئوية %
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
33	ضم الموقع الالكتروني للجامعة العديد من الدراسات والأبحاث العملية.	133	23.9 %	252	45.2 %	125	22.4 %	29	5.2 %	19	3.4 %	3.88	1.92	50 %	78 %
34	نشر الموقع الالكتروني للجامعة مجلة للابحاث العلمية الخاصة بالمحاضرين والطلبة.	102	18.3 %	253	45.3 %	140	25.1 %	48	8.6 %	15	2.7 %	3.73	1.56	42 %	75 %
35	عرض الموقع الالكتروني للجامعة قاعدة بيانات للابحاث والاوراق العلمية والملخصات.	79	14.2 %	241	43.2 %	173	31 %	51	9.1 %	14	2.5 %	3.57	.929	26 %	71 %
36	وجود صفحة خاصة للبحث العلمي على الموقع الالكتروني للجامعة.	86	15.4 %	234	41.9 %	156	28 %	68	12. % 2	14	2.5 %	3.56	.975	27 %	71 %
37	نشر موقع الجامعة الالكتروني للانجازات العلمية والبحثية للجامعة والمحاضرين .	92	16.5 %	212	% 38	184	33 %	49	8.8 %	21	3.8 %	3.55	.990	28 %	71 %
38	وجود ابحاث علمية خاصة بالجامعة على محرك بحث google العلمي.	117	% 21	185	33.2 %	108	32.3 %	53	9.5 %	23	4.1 %	3.57	1.05	29 %	71 %
	الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											3.64	0.79	22 %	73 %

- يشير الجدول رقم (20) الى أن جميع فقرات المجال حازت على درجة كبيرة.
- حصلت للفقرة رقم (33) والتي تنص على:" ضم الموقع الالكتروني للجامعة العديد من الدراسات والأبحاث العملية"، على أعلى متوسط حسابي اذ بلغ (3.88)، ونسبة مئوية (78%)،ومعامل اختلاف (50 %)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك اهتمام الجامعات الفلسطينية بالبحث العلمي ونشر الأبحاث والدوريات وتحفيز المحاضرين والطلبة على حد سواء على الاهتمام بها.
- حصلت الفقرة رقم (37) والتي تنص على:" نشر موقع الجامعة الالكتروني للانجازات العلمية والبحثية للجامعة والمحاضرين."، على أدنى متوسط حسابي اذ بلغ (3.55) وكانت نسبة الفقرة المئوية (71 %)، ومعامل اختلاف (28%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك الى حرص الجامعات الفلسطينية على النهوض بالبحث العلمي وتحفيز المحاضرين والطلبة في هذا المجال.
- حصلت الدرجة الكلية للمجال على درجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها (3.64) ومعامل اختلاف (22%) وكانت النسبة المئوية (73 %)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

إتفقت هذة الدراسة مع المعايير التي اعتمدها موقع webometrics على أهمية مجال نشر الأبحاث العلمية للجامعة من خلال موقعها الالكتروني في فاعلية المواقع الالكترونية للجامعات، وفي تحقيق ميزة تنافسية لها والحصول على تصنيفات جيدة بين الجامعات المنافسة.

السؤال البحثي الفرعي السابع : ما درجة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية ؟

للإجابة على هذا السؤال قام الباحث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لفقرات مجال الميزة التنافسية.

الجدول رقم (21) : المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمجال الميزة التنافسية.

العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف *	النسبة المئوية
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
تمكين الموقع الالكتروني للجامعة الطلبة من الحصول على الخدمات بدل من الذهاب للجامعة.	136	24.4 %	246	44.1 %	101	18.1 %	46	8.2 %	29	5.2 %	3.74	1.076	29 %	75 %
عمل الوقع الالكتروني للجامعة على مدار الساعة لتقديم الخدمات للطلبة.	117	21 %	257	46.1 %	122	21.9 %	48	8.6 %	14	2.5 %	3.74	.967	26 %	75 %
تقديم الموقع الالكتروني المعلومات بشكل آمن.	133	23.8 %	245	43.9 %	134	%24	34	6.1 %	12	2.2 %	3.81	.939	25 %	76 %
جودة الخدمات المقدمة من الموقع الالكتروني للجامعة.	107	19.2 %	235	42.1 %	164	29.4 %	38	6.8 %	14	2.5 %	3.78	2.367	63 %	76 %
تنافس الجامعة في تطبيق تكنولوجيا متقدمة تحقق لها اسبقية.	100	17.9 %	219	39.2 %	177	31.7 %	48	8.6 %	14	2.5 %	3.61	.959	27 %	72 %

العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف*	النسبة المئوية
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
عمل الموقع الالكتروني للجامعة بسهولة ومن دون اية مشاكل اثناء عملية تسجيل الطلبة.	113	20.3 %	188	33.7 %	181	32.4 %	62	11.1 %	14	2.5 %	3.58	1.011	28 %	72 %
أخذ الجامعة برأي الطلبة في تطوير موقعها الالكتروني.	88	15.8 %	198	35.5 %	173	%31	61	10.9 %	38	6.8 %	3.40	1.090	32 %	66 %
مساهمة الموقع الالكتروني للجامعة في تطوير مهارات الطلبة.	81	14.5 %	212	%38	174	31.2 %	64	11.5 %	27	4.8 %	3.46	1.030	30 %	69 %
مساهمة موقع الجامعة الالكتروني في تعزيز المكانة التنافسية للجامعة.	114	20.4	200	35.8	175	31.4	49	8.8	20	3.6	3.61	1.020	28 %	72 %
شعور الطلبة بالانتماء للجامعة والحرص على وصفها بافضل وصف.	128	22.9	203	36.4	162	29	43	7.7	22	3.9	3.67	1.036	28 %	73 %
مساهمة موقع الجامعة الالكتروني في تقليل المشاكل الادارية التي يواجهها الطلبة.	101	18.1	198	35.5	183	32.8	55	9.9	21	3.8	3.54	1.017	29 %	71 %
شعور الطلبة بالفخر بانتسابهم للجامعة.	131	23.5	195	34.9	169	30.3	45	8.1	18	3.2	3.67	1.023	28 %	73 %

العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف*	النسبة المئوية
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%				
ربط الجامعة البحث العلمي لديها بمشكلات المجتمع المحيط بها.	100	17.9	205	36.7	186	33.3	49	8.8	18	3.2	3.57	.987	28 %	71 %
اتاحة الحرية الاكاديمية والبحثية للمحاضرين والطلبة.	100	17.9	215	38.5	176	31.5	50	9	17	3	3.59	.982	27 %	72 %
مناسبة حجم البحوث المنشورة في موقع الجامعة الالكتروني مع اعداد المحاضرين.	87	15.6	216	38.7	168	30.1	67	12	20	3.6	3.51	1.009	29 %	70 %
توفير الكتب والمجلات والدوريات العلمية والمواد المرجعية الالكترونية في مكتبة الجامعة.	107	19.2	224	40.1	160	28.7	49	8.8	18	3.2	3.63	.993	26 %	73 %
عرض الانجازات العلمية والجوائز التي يحصل عليها المحاضرون والطلبة على موقع الجامعة.	112	20.1	203	36.4	177	31.7	48	8.6	18	3.2	3.61	1.003	25 %	72 %
ربط الجامعة بين التخصصات المختلفة لديها وبين احتياجات المجتمع المحيط بها.	103	18.5	232	41.6	153	27.4	49	8.8	21	3.8	3.62	1.004	63 %	72 %
الدرجة الكلية لجميع فقرات المجال											3.62	0.622	27 %	72 %

- حصلت الفقرة رقم (15) والتي تنص على:" تقديم الموقع الالكتروني المعلومات بشكل آمن"، على أعلى متوسط حسابي اذ بلغ (3.81)،ونسبة مئوية (76%)، ومعامل اختلاف (20%) ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك إلى اهتمام الجامعات بتوفير الأمان لخدماتها وحماية مواقعها من الاختراق أو العبث بها مما يرفع من كفاءة مواقعها الإلكترونية وثقة الطلاب بالتعامل معها.

- حصلت الفقرة رقم (45) والتي تنص على:" أخذ الجامعة برأي الطلبة في تطوير موقعها الالكتروني"، على أدنى متوسط حسابي اذ بلغ (3.40) وكانت نسبة الفقرة المئوية (66 %)، ومعامل اختلاف (32%) ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. ويعزو الباحث ذلك الى اهتمام القائمين على الموقع بموضوع الأمان ومنع الاختراق والحفاظ على سرية المعلومات أكثر من الأخذ برأي الطلبة، لارتفاع أعداد الطلبة واختلاف آرائهم وأذواقهم.

- حصلت الدرجة الكلية للمجال على درجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها (3.62) ومعامل اختلاف (27%) وكانت النسبة المئوية (72%)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وأن درجة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية كانت كبيرة، ويعزو الباحث هذه النتائج لمواكبة الجامعات الفلسطينية للتطورات والتغيرات المستمرة في العملية التعليمية وأستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، والعمل على تطوير وتحسين خدماتها وأدواتها بما يتناسب مع التطورات العالمية، وإتفقت هذه النتائج مع دراسة (الهابيل، والسر، 2017)، ودراسة (المقادمة،2013).

السؤال البحثي الرئيسي : ما هو أثر المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في تحقيق الميزة التنافسية لها ؟؟

استخدم الباحث للإجابة عن هذا التساؤل نتائج تحليل الانحدار المتعدد، ومعامل بيرسون للارتباط بين الميزة التنافسية وجميع مجالات المواقع الالكترونية، كالتالي :

الجدول (22) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في تحقيق الميزة التنافسية.

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	Sig.
المقدار الثابت	**.185**	**1.558**	**.120**
سرعة الاستجابة	**.098**	**2.935**	**.003**
سهولة الاستخدام	**.171**	**4.436**	**.000**
شمولية وكفاية المعلومات	**.127**	**4.024**	**.000**
شكل وتصميم الموقع	**.129**	**4.482**	**.000**
الروابط والظهور	**.154**	**5.336**	**.000**
نشر الأبحاث العلمية	**.235**	**9.251**	**.000**

الميزة التنافسية =185. + 098. * سرعة الاستجابة + 171. * سهولة الاستخدام + 0.127 *شمولية وكفاية المعلومات + 0.129 * شكل وتصميم الموقع + 0.154 * الروابط والظهور + 0.235 *نشر الأبحاث العلمية .

- معامل التحديد (R) =0.793 ، ومعامل التحديد المعدل (R^2) =0.629.

- يتضح من الجدول رقم (22) ما يلي :
- معامل التحديد معامل التحديد (R) =0.793 ، ومعامل التحديد المعدل (R^2) =0.629 ،وهذا يعني أن 62.9% من التغير في الميزة التنافسية (المتغير التابع) تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسبة المتبقية 37.1% قد ترجع الى عوامل أخرى تؤثر على الميزة التنافسية.
- المتغيرات المستقلة حسب اهميتها في تفسير الميزة التنافسية حسب قيمة اختبار T كما يلي: (نشر الأبحاث العلمية، الروابط والظهور، شكل وتصميم الموقع، سهولة الاستخدام، شمولية وكفاية المعلومات، وسرعة الاستجابة).
- ويرى الباحث أن هذه النتائج تتفق مع ما ذكر من أهمية المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية في تحقيق ميزة تنافسية لها، وعليه يجب على الجامعات الاهتمام بفاعلية المواقع الالكترونية والخدمات المقدمة من خلالها لتحقيق ميزة تنافسية لها.

الجدول (23) معامل الارتباط بيرسون

المقياس		المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية					
		مجال سرعة الاستجابة	مجال سهولة الاستخدام	مجال شمولية وكفاية المعلومات	مجال شكل وتصميم الموقع	مجال الروابط والظهور	مجال نشر الأبحاث العلمية
الميزة التنافسية	معامل الارتباط	.582**	.650**	.578**	.519**	.587**	.642**
	مستوى الدلالة	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	العدد	558	558	558	558	558	558

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- يتضح من الجدول (23) أن جميع قيم معاملات بيرسون موجبة وتقترب من الواحد الصحيح، وهذا يعني وجود علاقة ارتباطيه طرديه بين الميزة التنافسية والموقع الالكتروني للجامعات الفلسطينية، ويعزو الباحث ذلك الى أهمية المواقع الإلكترونية للجامعات والمؤسسات بشكل عام، الذي تعتبر بوابة وواجهة للمؤسسة والجامعة، وعليه على الجامعات الاهتمام بمواقعها الالكترونية، من شكل وتصميم ومضمون وعدد الأبحاث المنشورة، والحرص على مجاراتها للمعايير العالمية والتي تتصف من خلالها الجامعات.

الجدول (24) نتائج اختبار(Independent Samples T -Test) لمعرفة توجهات أفراد العينة نحو المواقع الالكترونية تبعا لاختلاف الجامعة.

اسم المجال	المتغير المستقل	عدد الاستمارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T-TEST	Sig.
مجال سرعة الاستجابة	جامعة الاستقلال	201	3.76	0.743	0.971	0.322
	جامعة القدس	357	3.70	0.655		
مجال سهولة الاستخدام	جامعة الاستقلال	201	3.81	0.663	1.226	0.221
	جامعة القدس	357	3.74	0.649		
مجال شكل وكفاية المعلومات	جامعة الاستقلال	201	3.78	0.642	-0.207	0.836
	جامعة القدس	357	3.80	0.689		
مجال شكل وتصميم الموقع	جامعة الاستقلال	201	4.14	0.648	6.085	0.000
	جامعة القدس	357	3.78	0.663		
مجال الروابط والظهور	جامعة الاستقلال	201	3.85	0.706	1.177	0.240
	جامعة القدس	357	3.77	0.715		
مجال نشر الأبحاث العلمية	جامعة الاستقلال	201	3.58	0.865	-1.327	0.185
	جامعة القدس	357	3.67	0.753		
الميزة التنافسية	جامعة الاستقلال	201	3.68	0.617	1.743	0.082
	جامعة القدس	357	3.58	0.623		

- من الجدول رقم (24) نستنتج ما يلي:
- يشير الجدول السابق الى عدم وجود اختلاف في وجهات النظر ما بين طلبة وموظفي جامعتي الاستقلال والقدس في جميع المجالات باستثناء مجال شكل وتصميم الموقع، اذ أن مستوى الدلالة لمجالات (سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، شمولية وكفاية المعلومات، الروابط والظهور، نشر الابحاث العلمية، الميزة التنافسية) بلغ على التوالي (0.322 ، 0.224، 0.836، 0.240، 0.185، 0.082) وهو أعلى من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، مما يعني لا يوجد فروق في آرائهم ووجهات نظرهم حول دور هذه المجالات في فعالية الموقع الالكتروني للجامعات وتحقيق الميزة التنافسية لها.
- يوجد فروق في أراء ووجهات نظر طلبة وموظفي جامعتي الاستقلال والقدس في مجال شكل وتصميم الموقع، اذ بلغ مستوى الدلالة للمجال (0.000) وهو أقل من ($\alpha \leq 0.05$)، وكانت الفروق لصالح جامعة الاستقلال على حساب جامعة القدس، اذ بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات طلبة وموظفي جامعة الاستقلال (4.14) أعلى منها للمتوسط الحاسبي لاستجابات طلبة وموظفي جامعة القدس (3.78)، وهذا يعني أن طلبة وموظفي جامعة الاستقلال يعطون تقدير أكبر لمجال شكل وتصميم الموقع الالكتروني للجامعة عما يعطيه طلبة وموظفي جامعة القدس.

الجدول (25) نتائج اختبار(Independent Samples T -Test) لمعرفة توجهات أفراد العينة نحو المواقع الالكترونية تبعا لاختلاف المهنة.

اسم المجال	المتغير المستقل	عدد الاستمارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T-TEST	Sig.
مجال سرعة الاستجابة	طالب	523	3.711	0.687	-1.77	0.077
	موظف	35	3.923	0.682		
مجال سهولة الاستخدام	طالب	523	3.753	0.652	-1.548	0.122
	موظف	35	3.930	0.676		
مجال شكل وكفاية المعلومات	طالب	523	3.784	0.678	-0.458	0.640
	موظف	35	3.849	0.581		
مجال شكل وتصميم الموقع	طالب	523	3.892	0.677	-3.022	0.003
	موظف	35	4.247	0.613		
مجال الروابط والظهور	طالب	523	3.767	0.650	-2.730	0.010
	موظف	35	4.338	1.224		
مجال نشر الأبحاث العلمية	طالب	523	3.635	0.790	-0.807	0.420
	موظف	35	3.747	0.885		
الميزة التنافسية	طالب	523	3.602	0.615	-2.754	0.006
	موظف	35	3.900	0.663		

- من الجدول رقم (25) نستنتج ما يلي:
- عدم وجود اختلاف في آراء ووجهات النظر ما بين الطلبة والموظفين في كلا الجامعتين، في مجالات (سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، شمولية وكفاية المعلومات، نشر الأبحاث العلمية) اذ أن مستوى الدلالة بلغ على التوالي:(0.077 ، 0.122 ، 0.640 ، 0.420) وهو أعلى من

مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، مما يعني لا يوجد فروق في آرائهم ووجهات نظرهم حول دور هذه المجالات في فعالية الموقع الالكتروني للجامعة.

- يوجد فروق في في اراء ووجهات النظر ما بين الطلبة والموظفين في كلا الجامعتين، في مجالات (شكل وتصميم الموقع،الروابط والظهور، الميزة التنافسية) اذ بلغ مستوى الدلالة للمجالات على التوالي:(0.003 ، 0.010 ، 0.006) وهو أقل من ($\alpha \leq 0.05$).
- كانت الفروق في مجال شكل وتصميم الموقع لصالح موظفي تكنولوجيا المعلومات على حساب الطلبة، اذ بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات موظفي تكنولوجيا المعلومات (4.24) أعلى منها للمتوسط الحاسبي لاستجابات الطلبة (3.89).
- كانت الفروق في مجال الروابط والظهور لصالح موظفي تكنولوجيا المعلومات على حساب الطلبة، اذ بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات موظفي تكنولوجيا المعلومات (4.33) أعلى منها للمتوسط الحاسبي لاستجابات الطلبة (3.76).
- كانت الفروق في مجال الميزة التنافسية لصالح موظفي تكنولوجيا المعلومات على حساب الطلبة، اذ بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات موظفي تكنولوجيا المعلومات (4.24) أعلى منها للمتوسط الحاسبي لاستجابات الطلبة (3.602)، ويعزو الباحث تلك النتائج الى أن الموظف القائم على عمل الموقع، يرى في الموقع أنه يلبى كافة الاحتاجات للطبة، ويقدم الخدمات بشكل جيد، ولكن الطلبة هم الذين يقييمون المواقع الالكترونية فعليا، لأنهم هم الذين يتعاملون مع المواقع الالكترونية ويستخدموها بشكل دوري ومستمر، وهم الأقدر على تقييم أداء وفعالية المواقع أكثر من غيرهم، لأنهم هم الزبائن في هذه الحالة ويجب توفير القيمة لهم وتحقيق رغباتهم.

المواقع الالكترونية لبعض الجامعات الفلسطينية:

الموقع الالكتروني لجامعة النجاح الوطنية:

حصلت جامعة النجاح الوطنية على المرتبة الأولى على الجامعات الفلسطينة حسب تصنيف ويبومتركس في النصف الثاني من العام 2017، حيث يتم تصنيف الجامعات على أساس النشاطات التي تقوم بها، ويظهر ذلك في موقعها الإلكتروني، فالموقع الالكتروني لجامعة النجاح يعرض العديد من الخدمات التي تخص الطلبة والأخبار التي تتعلق بالجامعة وخدمات البريد الالكتروني، ويمتاز بسهولة التعامل معه وسرعة التنقل بين صفحاته وبتصميمه المميز والجذاب ووضوح الخطوط وتناسق الصور والأولوان، كما توفر جامعة النجاح للطلبة تطبيق للهواتف الذكية لكي تجعلهم على تواصل دائم مع الجامعة وامكانية طلب الخدمات الادارية والأكاديمية من خلاله مع توفير نظام الاشعارات ليصلهم كل جديد بخصوص الجامعة والاعلانات والاخبار التي تهمهم، ويتوفر موقع الجامعة باللغتين العربية والانجليزية، ويحتوي على العديد من الفيديوهات والرسومات والصور، وكما تهتم الجامعة بعرض خريطة للموقع الالكتروني تمكن الزوار من التعرف على الجامعة وكلياتها المختلفة وكيفية التنقل بين صفحات الموقع، ويشمل الموقع الالكتروني على برنامج زاجل وهو مختص لتسجيل الطلبة والأمور الأكاديمية ومتابعة المواد الدراسية والعلامات وجميع ما يهم الطلبة من اعلانات واخبار وتعاميم وللتواصل مع المدرسين، ويتم عرض جميع المعلومات والأخبار بطريقة جميلة وواضحة يستطيع الطالب بسهولة الوصول لأي مكان يريده، ونلاحظ ان جميع الروابط للكليات والمعاهد لها نطاق فرعي (Sub Domain) تابع لموقع الجامعة ويكون خاص لكل كلية يعرض اخبارها ونشاطاتها وكل ما يهم الطلبة، مما يزيد من حجم الموقع الالكتروني للجامعة، والعمل على انتشاره وامكانية الوصول السريع للموقع الالكتروني للجامعة عند البحث عنه في محركات البحث المختلفة.

وبالنسبة لمعيار الأبحاث العلمية والذي يعد من أهم معايير تصنيف ويبومتركس العالمي، نجد أن جامعة النجاح الوطنية تميزت في البحث العلمي وأعطته أهمية كبيرة، وشجعته من خلال عدد من الجوائز والمسابقات التي تقدّمها في هذا المجال ومن أهمها: جائزة النجاح لأبحاث العلوم الطبيعية، وجائزة النجاح لأبحاث العلوم الإنسانية وتمنحها الجامعة على مستوى الوطن العربي وبمشاركة باحثين من مختلف الدول العربية، فضلاً عن تركيز الجامعة على أن يتم نشر أبحاث من مشاريع طلبتها، سواء أطروحات الماجستير والدكتوراه أو مشاريع تخرج مرحلة البكالوريس على الموقع الالكتروني للجامعة، كما ان الجامعة توفر صفحة الكترونية للبحث العلمي لها نطاق فرعي (Sub Domain) تابع لموقع الجامعة ويحتوى على قواعد بيانات للعديد من الدراسات والأبحاث العلمية في شتى المجالات.

كما وتحتوى صفحة المكتبة الالكترونية للجامعة على العديد من الكتب الالكترونية والمواضيع العلمية والدراسات وأبحاث الطلبة بعدة لغات، بالاضافة الى مجموعة كبيرة من قواعد البيانات المختلفة، التي تمكن الطلبة والمدرسين وزوار الموقع من الاستفادة من هذه الملفات.

الموقع الالكتروني لجامعة القدس:

حصلت جامعة القدس على المرتبة الرابعة على الجامعات الفلسطينية حسب تصنيف ويبومتركس العالمي في النصف الثاني من العام 2017، فبالنظر للموقع الالكتروني لجامعة القدس والذي يقدم العديد من الخدمات والاخبار والاعلانات للطلبة والمدرسين، نجد أن الموقع الالكتروني يقدم خدماته باللغتين العربية والانجليزية، ويقوم بعرض أخر الأخبار والنشاطات على الصفحة الرئيسية للموقع، لكن حجم الخط المستخدم في الصفحة الرئيسية للأخبار والاعلانات صغير وكذلك حجم الصور والفيديوهات صغير.

كما يشمل الموقع الالكتروني للجامعة على البوابة الاكاديمية (Portal) للطلبة والمدرسين والتي من خلاله يتمكن الطالب من التسجيل ومتابعة المواد ومشاهدة العلامات واخر النشاطات والاعلانات التي

تخصه، وتساعده في طلب الخدمات الادارية والاكاديمية ومشاهدة ملفه الاكاديمي، وكما ويحتوى الموقع على الصفوف الالكترونية (E-Classes) التي توفر للطالب الملفات والمعلومات التي تساعده في العملية الاكاديمية، وتسهل التواصل بين الطلبة والمدرسين، بالاضافة الى خدمات البريد الالكتروني للطلبة والمدرسين، وتوفر الجامعة تطبيق للهواتف الذكية التي تجعل الطلبة والمدرسين على حد سواء على اتصال دائم مع بعضهم ومع الجامعة وتوفير خدمة الاشعارات لكل ما هو جديد، كما ويضم الموقع صفحة لكل كلية ومعهد في الجامعة، تعرف بأهداف الكلية ورسالته والهيئة التدريسية والبرامج الدراسة، لكن هذه الصفحات تفتح في نفس الموقع الرئيسي للجامعة وليس لها نطاق فرعي خاص بها.

كما ويضم الموقع الالكتروني للجامعة على صفحة الكترونية للمكتبة لها نطاق فرعي (Sub Domain) تابع لموقع الجامعة التي توفر العديد من الكتب والملفات الالكترونية بالعديد من اللغات لجميع زوار موقع المكتبة الالكترونية، وصفحة خاصة للبحث العلمي تحتوي على العديد من الدراسات والابحاث العلمية وغيرها، والصفحة متوفرة فقط باللغة الانجليزية ورابط اللغة العربية غير فعال.

تهتم جامعة القدس بالبحث العلمي وتشجعه من خلال العديد من الجوائز والمسابقات للبحث العلمي منها جائزة جامعة القدس للبحث العلمي، وتنشر مجلات الكترونية للابحاث العلمية خاصة بالجامعة ومتوفرة على موقعها الالكتروني، التي تساعد الطلبة والباحثين على حد سواء.

الموقع الالكتروني لجامعة الاستقلال:

يمتاز الموقع الالكتروني لجامعة الاستقلال بالديناميكية وتناسق الألوان والصور وجمال المظهر العام، حيث تحتوي الصفحة الرئيسية على العديد من الصور والفيديوهات لأخر الأخبار والنشاطات في الجامعة بشكل واضح ومتناسق، وحجم الخط المستخدم كبير يسهل على المتصفح قرأته بسهولة ووضوح، وترتيب الصور والفيديوهات في الصفحة بشكل متناسق جميل.

يحتوي موقع جامعة الاستقلال الالكتروني على العديد من الروابط للكليات المختلفة والعمادات والبحث العلمي، بحيث ان كل كلية لها صفحة على الموقع للتعريف بها وبرسالتها وأهدافها، وهيئتها التدريسية والبرامج الاكاديمية التي تقدمها، كما ويحتوى موقع المكتبة الالكترونية لجامعة الاستقلال على العديد من الكتب الالكترونية والملفات والدراسات التي تخدم جميع الزوار لهذا الموقع، ولها نطاق فرعي (Sub Domain) تابع لموقع الجامعة الرئيسي، وتقدم صفحة المكتبة الالكترونية العديد من الخدمات للمجتمع المحلي والطلبة والزوار بشكل عام، حيث تمكنهم من البحث عن الكتب والملفات الالكترونية، وكما ويوفر الموقع مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث والدراسات بصورة الكترونية.

يوفر موقع جامعة الاستقلال البوابة الاكاديمية للطلبة (Portal) التي تمكنهم من مشاهدة العلامات والتسجيل ومتابعة الأمور الأكاديمية، كما ويوفر خدمة البريد الالكتروني للطلبة والمدرسين والعاملين في الجامعة، ويوجد على الموقع خدمة الدعم الفني الالكترونية لأي من المشاكل الالكترونية التي تواجه الطلبة والموظفين على حد سواء.

لا توفر الجامعة تطبيق موقع الجامعة للهواتف الذكية، لكنها تستخدم تصميم الويب المستجيب (responsive web desing) في تصميم موقع الجامعة، الذي يقوم بالتكيف مع جهاز كا زائر سواء أكان جهاز حاسوب او هاتف ذكي او جهاز لوحي من خلال اعادة ضبط حجم محتواه وصوره بشكل ديناميكي يتناسب مع حجم الشاشة المعروض عليها.

مقارنة المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية:

تميز موقع جامعة النجاح الالكتروني بالجمالية وحسن تصميم الشكل العام له، واستخدامه للصور والوسائط المتعددة والألوان بشكل متناسق ومرتب، وأحجام الخطوط المستخدمة مناسبة ومتناسقة وواضحة، يليه الموقع الالكتروني لجامعة الاستقلال حيث تميز بجمالية الشكل العام والتنسيق والتناغم ما

بين الصور والوسائط المتعددة والألوان، وكانت أحجام الخطوط متناسقة وواضحة للمتصفحين، أما بالنسبة لموقع جامعة القدس الالكتروني وفي الصفحة الرئيسية يوجد صورة كبيرة على عرض الصفحة للاخبار الرئيسية، وباقي الاخبار والنشاطات كانت بصور صغيرة والفديدوهات الموجودة على الصفحة صغيرة الحجم ومتجاورة في صف واحد وحجم الخط المستخدم صغير جداً، مما يؤثر على تفاعل المتصفحين ولا يشكل عنصر جذب لهم، مما يجعلهم يتجاهلوا هذا الجزء من الموقع.

أما بالنسبة لمجال حجم والروابط والظهور الموقع، فقد تميز موقع جامعة النجاح الوطنية بحجم موقع كبير والسبب في ذلك أن جامعة النجاح الوطنية، صممت موقع الكتروني لكل كلية فيها يضم أخر الأخبار والنشاطات والاعلانات لكل كلية على حدة، وكان تصميم هذه الصفحات بشكل جميل ومتناسق تماماً كما في الصفحة الرئيسية، وتحمل كل صفحة للكليات عنوان فرعي (Sub Domain) يكون تابع لنطاق موقع الجامعة الرئيسي ومرتبط معه، مما يسهل على المتصفح الوصول السريع للموقع من خلال البحث عنه في محركات البحث المختلفة، وبالتالي زيادة عدد الروابط التشعبية التي تقود لموقع الجامعة، وهذا الأمر غير متوفر في المواقع الالكترونية لجامعتي القدس والاستقلال.

ولضمان استمرار التواصل بين الطلبة والجامعة بشكل عام والمحاضرين بشكل خاص، قامت جامعة النجاح الوطنية بانشاء تطبيق لموقع الجامعهة للهواتف الذكية، الأمر الذي يسهل على الطلبة والمحاضرين التواصل مع الجامعة لمتابعة أخر الأخبار والنشاطات، وطلب الخدمات من خلاله، وكذلك الأمر بالنسبة لجامعة القدس فقد أنشأت تطبيق لموقع الجامعة بعمل على الهواتف الذكية، يشعر وينبه الطلبة بكل ما هو جديد من نشاطات وأخبار، ويساعدهم في طلب الخدمات المختلفة، أما بالنسبة لجامعة الاستقلال فليس لديها تطبيق لموقع الجامعة للهواتف الذكية.

كما تميزت جامعة النجاح الوطنية في البحث العلمي منذ نشأتها وحفزت الباحثين عليه من خلال عدد من الجوائز، والمشاركة في المسابقات والنشاطات العلمية المحلية والعالمية، وتهتم كذلك بنشر مجهودات البحث العلمي لديها على موقع الجامعة الالكتروني ومن خلال مجلة الأبحاث العلمية التابعة للجامعة في مختلف المجالات، كما وتقوم بنشر أبحاث الطلبة لديها في المكتبة الالكترونية للجامعة، وكذلك أهتمت جامعة القدس بالبحث العلمي من خلال عدد من الجوائز للمتميزين في البحث العلمي، ومن خلال المشاركة في المسابقات والنشاطات العلمية، ونشر المجهودات العلمية والبحثية على الموقع الالكتروني للجامعة، أما بالنسبة لجامعة الاستقلال وهي جامعة حديثة من حيث النشأة فقد أهتمت في البحث العلمي وشجعته من خلال عقد النشاطات والمسابقات العلمية والبحثية، وتقوم بنشر مجلة الاستقلال للأبحاث العلمية.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

1- بينت نتائج الدراسة وجود أثر لدور المواقع الالكترونية الفلسطينية في رفع الميزة التنافسية لها، حيث أن المتغيرات المستقلة المتمثلة في مجالات (المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية) فسرت ما نسبته 62.9% من التغير في المتغير التابع (الميزة التنافسية)، وجاء مجال نشر الأبحاث العلمية في الدرجة الأكثر تأثيراً على الميزة التنافسية، ومن ثم جاء مجال سهولة الاستخدام في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الأخيرة من حيث التأثير جاء مجال سرعة الاستجابة، وكانت المجالات مرتبة حسب التأثير على الميزة التنافسية كالتالي: (نشر الأبحاث العلمية، سهولة الاستخدام، الروابط والظهور، شكل وتصميم الموقع ،شمولية وكفاية المعلومات، سرعة الاستجابة)، توافقت هذه النتائج مع دراسة كل من الهابيل والسر (2017)، ودراسة (عودة، 2012)، ودراسة(حسين ،2011).

ولما يلعبه الموقع الالكتروني في رفع الميزة التنافسية للجامعة، لذا توصي الدراسة:

- إدارت الجامعات بالاهتمام بالمواقع الالكترونية للجامعات، والعمل على تطويرها وتحديثها باستمرار.
- إستقطاب مبرمجين مختصين في بناء المواقع الالكترونية، وتوفير ميزانية خاصة لتطوير الموقع الالكتروني للاستحواذ على معايير التصنيفات العالمية للمواقع الالكترونية والظهور بجودة عالية وفاعلية كبيرة للخروج بموقع الكتروني جذاب وبتصميم جيد يضاهي الجامعات العالمية، واستخدام التقنيات الحديثة في التصميم التي تحقق جذب للزائرين والمتصفحين.

2- من نتائج الدراسة تبين أن الأبعاد الستة لدور المواقع الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية حصلت على موافقة كبيرة من استجابات أفراد العينة، حيث بلغت درجة الموافقة على كل بعد من الأبعاد كالتالي: (شكل وتصميم موقع الجامعة الالكتروني 78%، شمولية وكفاية المعلومات على موقع الجامعة الاكتروني 76%، الروابط والظهور 76%، سهولة استخدام موقع الجامعة 75%،سرعة استجابة موقع الجامعة 74%، نشر الأبحاث العلمية 73%).

3- من خلال نتائج الدراسة تبين أن درجة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية كانت بنسبة 72%.

4- أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع الجامعات الالكترونية تستجيب بسرعة كبيرة لاستعلام الطلبة، وتساعد في حل المشاكل الادارية، ويعزو الباحث هذه النتيجة الى إدراك الجامعات والقائمين على المواقع الالكترونية لأهمية معيار إستجابة الموقع الالكتروني لدى المتصفحين والطلبة، وإتفقت هذه النتيجة مع دراسة(Lai,2006).

5- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك سهولة في تصفح مواقع الجامعات الفلسطينية الالكترونية، وايجاد المعلومات المطلوبة، ويعزو الباحث هذه النتيجة الى حسن تصميم وتنظيم المواقع الالكترونية للجامعات واستخدام اللغة السليمة والواضحة، وتقييم الموقع وروابطه من حين لأخر من القائمين عليه.

6- موظفي تكنولوجيا المعلومات في كلا الجامعتين يعطون تقدير أكبر من طلبة الجامعتين لجميع مجالات الاستبانة.

7- هناك تقصير من الجامعات في الأخذ بتوصيات وآراء الطلبة لتحسين المواقع الالكترونية، وفي توفير الدعم الفني المناسب لهم، اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (الهابيل،والسر ،2017).

لذا توصى الدراسة إدارة الجامعات بعمل استبانات الكترونية للزوار والطلبة لتقييم الموقع الالكتروني، وتقديم الاقتراحات والملاحظات، وضرورة أخذها بعين الاعتبار لتطوير الموقع الاكتروني.

8- يساهم الموقع الالكتروني للجامعة في رفع ثقة المجتمع المحلي بالجامعة والاقبال على الدراسة فيها، الأمر الذي يساعد في رفع مستوي الميزة التنافسية للجامعة، اتفقت هذه النتيجة مع دراسة(عودة،ايمان،2012).

9- هناك قصور في التواصل عبر المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية ما بين الطلبة والهئية التدريسية. وكان القصور في جامعة الاستقلال أكبر من في جامعة القدس، ويعزو الباحث هذه النتائج لطبيعة جامعة الاستقلال العسكرية والدراسة المغلقة فيها.

لذا توصى الدراسة ادارة جامعة الاستقلال:

- على انشاء الصفوف الالكترونية (E-Classes) ليتم التواصل ما بين الطلبة والمدرسين لكل مادة على حدة من خلال ابراز اخر النشاطات والملفات والمواد التعليمية الأخرى.
- ضرورة انشاء تطبيق للهواتف الذكية لتسهيل عملية التواصل ما بين المدرسين والطلبة على الموقع الالكتروني، ليصلهم كل جديد من خلال الاشعارات والتنبيهات.

10- تتميز المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية بأنها تعرض خدماتها الالكترونية بصورة آمنة وتحافظ على سرية بيانات ومعلومات الطلبة، وتوفر مستوى أمان كبير.

11- تعمل الروابط المتضمنة في المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية بشكل صحيح، ولأهمية معيار حجم الموقع الالكتروني والروابط التشعبية التي تؤدي اليه في تصنيف ويبومتركس العالمي، لذا توصى الدراسة:

- جامعتي الاستقلال والقدس بانشاء مواقع فرعية للكليات(sub domains) تكون تابعة للموقع الرئيسي للجامعة أسوة بالموقع الالكتروني لجامعة النجاح التي حصلت على المرتبة الأولى في التصنيف، مما يزيد من حجم الموقع على الانترنت والروابط التي تقود اليه، ويزيد تفاعل الطلبة مع

مواقع الكليات، من خلال اعلانات ونشاطات كل كلية على حدة، مما يسهل على الطلبة الوصول للمعلومات بشكل أسرع.

12- تهتم مواقع الجامعات الالكترونية الفلسطينية بنشر الأبحاث والدراسات والانجازات العلمية للمحاضرين والطلبة، وتوفر صفحة على الموقع الالكتروني خاصة بالبحث العلمي والانجازات العلمية، لذا نجد أن جامعة النجاح الوطنية حصلت على المرتبة الأولى فلسطينياً بسبب الاهتمام الكبير بالبحث العلمي ونشره على موقع الجامعة وتشجيعه من خلال الجوائز، لذا توصي الدراسة ادارة الجامعات بالاهتمام بالبحث العلمي وتحفيزه من خلال:

- تخصيص موازنة لدعم البحث العلمي، واطلاق الجوائز والمسابقات للباحثين.
- تحفيز الهيئة التدريسية والطلبة على المشاركة في المؤتمرات العلمية، من خلال عوائد مالية معينة.
- عقد ورشات عمل بين الجامعات الفلسطينية من أجل تبادل الخبرات والاستفادة من تجارب الجامعات الأخرى، والمشاركة في المسابقات والمؤتمرات العلمية العالمية والمحلية.
- تحديث الخدمات الإلكترونية بالإحصائيات والبيانات المتنوعة والتي تخدم الباحثيين في إنجاز البحوث العلمية المختلفة.
- نشر الابحاث العلمية للهيئة التدريسية والطلبة على الموقع الالكتروني للجامعة، ومن خلال المكتبة الالكترونية للجامعة.

13- تحرص الجامعات على نشر الأخبار والتعميمات والنشاطات التي تخص الطلبة بالوقت المناسب على الموقع الالكتروني الخاص بها.

14- تقدم الجامعات الفلسطينية معلومات ذات مصداقية عالية، وتمتاز بالشمولية والحداثة.

15- عدم وجود فروق في وجهات نظر المبحوثين من جامعتي الاستقلال والقدس في مجالات(سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، شمولية وكفاية المعلومات، الروابط والظهور،نشر الأبحاث العلمية،

الميزة التنافسية) حول دور هذه المجالات في فعالية مواقع الجامعات الالكترونية وتحقيق ميزة تنافسية لها. لكن في مجال شكل وتصميم الموقع كان هناك فروق في وجهات نظر المبحوثين من جامعتي الاستقلال والقدس، وكانت الفروق لصالح جامعة الاستقلال، ويعزو الباحث ذلك الى ان تصميم موقع جامعة الاستقلال يمتاز بجمالية وتناسق في الصور والخطوط والرسومات بشكل أكبر منه في موقع جامعة القدس.

وبذلك توصى الدراسة القائمين على تصميم الموقع الالكتروني لجامعة القدس :

- الاهتمام في تصيمم شكل للموقع الالكتروني من صور وألوان وتناسقها مع الشكل العام.
- أن تكون الخطوط المستخدمة بحجم أكبر وأوضح لمساعدة المتصفح في التصفح بشكل أسرع وأسهل.
- أن تكون الصفحة اكثر ديناميكية وحركة، واستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات بصورة واضحة ومرتبة.

16- عدم وجود فروق في وجهات نظر موظفي تكنولوجيا المعلومات والطلبة في الجامعات الفلسطينية في مجالات(سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، شمولية وكفاية المعلومات، نشر الأبحاث العلمية) حول دور هذه المجالات في فعالية مواقع الجامعات الالكترونية وتحقيق ميزة تنافسية لها. ووجود فروق في وجهات نظر الطلبة وموظفي تكنولوجيا المعلومات في الجامعات الفلسطينية في كل من المجالات (شكل وتصميم الموقع، الروابط والظهور، الميزة التنافسية)، وكانت الفروق في لصالح موظفي تكنولوجيا المعلومات على حساب الطلبة، وهذا يعني أن موظفي تكنولوجيا المعلومات القائمين على عمل المواقع الالكترونية يعطون تقدير أكبر من الطلبة حول فاعلية المواقع وجودتها ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات.

مقترحات الدراسة :

- إجراء المزيد من الدراسات الاستطلاعية التي تبحث في موضوع تصنيف الجامعات الفلسطينية من خلال مواقعها الالكترونية، والتعرف على تجارب الجامعات الرائدة في هذا المجال ونقاط القوة لديها، لا سيما ان الباحث لاحظ ندرة في الدراسات الفلسطينية التي تحدثت عن هذا الموضوع.
- الدراسة الحالية تفتح المجال أمام الباحثين بإجراء أبحاث تنطلق مما توصلت إليه الدراسة الحالية، كما تفتح المجال للباحثين للقيام بأبحاث تتعلق بتصنيف الجامعات الفلسطينية من وجهات نظر أخرى، أو عمل دراسات مقارنة تفصيلة لمواقع الجامعات الفلسطينية، للوقوف على نقاط القوة والضعف فيها.

المراجع :

- **القرآن الكريم**

أولاً: المراجع العربية

الكتب :

1. أحمد، محمد سمير .(2009): **التسويق الالكتروني**، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان.
2. البكري، ثامر ،والصقال، احمد.(2015): **التحليل الاستراتيجي والميزة التنافسية** ، دار امجد للنشر والتوزيع،عمان.
3. الجنبيهي، منير ،والجنبيهي، ممدوح .(2005):**الشركات الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي، مصر.
4. الغبالي، طاهر، وادريس ،وائل محمد .(2009) :**الادارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل**، دار وائل للنشر ،ط 2،عمان.
5. الزعبي، حسن.(2005): **نظم المعلومات الاستراتيجية**، دار وائل للنشر، عمان.
6. السلمي، علي .(2001): إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
7. السيد، إسماعيل محمد.(1999): **الإدارة الاستراتيجية**، المكتب العربي الحديث، مصر.
8. النجار، فريد، وآخرون.(2006): **التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة**، الدار الجامعية، مصر.
9. بطارسة، صالح. (2013):**معجم الرياضيات** ، دار اسامة للنشر ،عمان.

10. خليل، نبيل مرسي.(1998): الميزة **التنافسية في مجال الأعمال**، ص37، مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة.

11. زغدار، أحمد.(1999): **المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية**، دار جرير للنشر والتوزيع، ط1، الاردن.

12. سويدان، نظام، والحداد، شفيق .(2003): **التسويق مفاهيم معاصرة** ، دار الحامد للنشر والتوزيع، مصر.

13. قنديل، نهلة، احمد.(2004):**التجارة الالكترونية**، بدون دار نشر،القاهرة.

14. محمد، منار فتحي.(2011): **تصميم مواقع الصحف الالكترونية** ، دار العلم العربي، القاهرة.

15. نجم، نجم عبود.(2010): **إدارة الجودة الشاملة في عصر الإنترنت**، دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان.

16. نصر، حسني محمد.(2003): **الانترنت والأعلام – الصحافة الالكترونية**، ص40 ، القاهرة.

الابحاث المنشورة :

17. ابراهيم، محمد نصحى.(2009): **المشروعات التنافسية في الجامعات المصرية بين الواقع و المأمول مع التطبيق علي كليات التربية**، المؤتمر الدولي الثاني لتطوير التعليم العالي اتجاهات معاصرة فى تطوير الأداء الجامعى، بجامعة المنصورة.

18. أحمد، أحمد يوسف.(2013): **تقييم المواقع الالكترونية وخدمات وموارد الانترنت – دراسة للواقع والاتجاهات لاستنباط معايير عربية موحدة**، المؤتمر العاشر لقسم المكتبات والوثائق والمعلومات بجامعة القاهرة.

19. الاخضر، خراز. (2011): **دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية**، جامعة ابي بكر بلقايد، الجزائر.

20. الصالح، عثمان.(2012): **تنافسية مؤسسات التعليم العالي، اطار مقترح**، مجلة الباحث، ورقلة، الجزائر، عدد 10.

21. العباد,عبدالله.(2016): **نموذج مقترح لرفع القدرة التنافسية لجامعة الملك سعود في ضوء معايير التصنيفات العالمية للجامعات**، المجلة التربوية الدولية المتخصصة،مجلد 6 عدد 3.

22. العزة ، فراس محمد.(2014): **معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها** ، جامعة الزيتونة الاردنية الخاصة ، http://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf

23. السوداني، حسن، والمنصور، محمد.(2016): **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين** ،مركز الكتاب الاكاديمي ، عمان.

24. الفقهاء، سام عبد القادر.(2012): **تبني استراتيجيات التميز في التعلم والتعليم ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لمؤسسات التعليم الحالي : جامعة النجاح الوطنية حالة دراسية.**

25. المدادحة، دانيا، والكساسبة، محمد.(2016): **اثر الادارة الالكترونية في تحقيق المزايا التنافسية**، بحث منشور ،مجلة اداء المؤسسات الجزائرية،العدد 10.

26. الهابيل، وسيم، والسر ،احمد عبدالكريم.(2017): **جودة الخدمات الالكترونية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة**، مكتبة الجامعة الاسلامية –غزة.

27. جعفر، يونس.(2016) : **الميزة التنافسية حرب على الخصوم دراسة واقع الميزة التنافسية في الصناعات الغذائية الوطنية الفلسطينية**، مجلة جامعة الاستقلال للابحاث ، مجلد 1.

28. عصاصة، غازي، والجيزاوي،ناصر.(2015) : **تأثير البوابات الإلكترونية والنشر الدولي علي ترتيب جامعة بنها في التصنيفات العالمية**، بحث منشور، المؤتمر العلمي الاول للمكتبات بجامعة بنها.

29. عساف ، محمود عبدالمجيد.(2015): **واقع إدارة الابداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي بمحافظة غزة واسرتاتيجية مقترحة لتمكينه.**

30. فاطمة، توزان، وبلقاسم، زايري.(2017) : **الأبعاد الإستراتيجية لتطوير أداء الجامعات لخلق ميزة تنافسية**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا – العدد 16 .

31. خلف ، محمد حسن.(2014): **معايير تقييم مواقع المكتبات في الانترنت – دراسة تحليلية مقارنة**، الجامعة المستنصرية، مكتبة الجامعة، بغداد.

32. منير، نوري.(2016): **إدارة العلاقة مع الزبائن كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال المتطلبات والتوصيات.**

33. نجم، عبود.(1999): **الابتكار مصدر متجدد للميزة التنافسية**، أخبار الإدارة، نشرة فصلية العدد 28 ، ص 9.

34. يحياوي، مفيدة، وجيجخ، فايزة.(2014): **دور المواقع الالكترونية في التجارة الالكترونية والتسويق عبر الانترنت للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، بحث منشور، جامعة محمد خيضر بسكرة.

الرسائل الجامعية :

33. الروسان، محمود علي.(1999): **اثر العلاقة بين الميزة التنافسية والخيار الاستراتيجي على الاداء التصديري : دراسة تحليلية لاداء عينة من المديرين العاملين في بعض شركات الادوية الاردنية**، اطروحة دكتوراة، جامعة بغداد.

34. المقادمة، عبد الرحمن .(2013): **دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة الجامعة الإسلامية بغزة** رسالة ماجستير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الإسلامية غزة.

35. حسين، ايمان .(2011): **قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية**،رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط.

36. رياب، رابح، وقدي،عبد الرحمن.(2016): **أنشطة التعليم العالي في المواقع الإلكترونية الجامعية– دراسة وصفية مقارنة بين الموقعين الإلكترونيين الرسميين لكل من جامعة ورقلة وجامعة قسنطينة**، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 27، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،الجزائر.

37. عودة، ايمان.(2012): **العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات الاردنية**، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط .

ثانيا : المراجع الاجنبية

Books:

38. David,F,R.(2011) : **Strategic Management Consepts and Cases ,thirteen edition**.

39. Carey P. (2001): **Creating Web page with HTML**, 2nd Ed., Course technology.

40. Easley , David, and Kleinberg , jon . (2010) : **Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World**, Cambridge University Press.

41. Elloumi, Fathi, (2004) :**Value chain analysis: a strategic approach to online learning, in theory and practice of online learning** ,chapter 3, Athabasca University.

42. Heizer, Jay & Render, Barr.(1999): **Principles of Operations Management, 3rd ed.**, Prentice Hal, U.S.A

43. Marcotte, ethan.(2011): **Responsive Web Design**, (Brief Books for People Who Make Websites, No. 4).

44. Pitt, Robert, & lei, David.(1996): **strategic management: building & integrated competitive advantage,** west publishing, san Francisco.

45. Porter M,(1990) :**The Competitive Advantage of Nations**, Inter Edition .

46. Porter M.E. (2001): **Strategy and the Internet**, Harvard business review.

47. Shelly G.B. , Napier H.A. & River O. (2009) :**Web design: Introductory Concepts and Techniques**, 3rd Ed.

48. Wit, B., & Meye, R.(1998): **strategy process ,content, context 2nd ed.,** Thomson business press, Tokyo.

Articals:

49. Parasuraman, A parsu , Zeithaml, Valarie ,& Malhotra, Arvind. (2005): **A Multiple-Item scale for Assessing Electronic Service Quality**, journal of service Research, Volume 7.

50. DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003), **The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update**. Journal of Management Information Systems.

51. Ehmke, Cole.(2010): **Strategic of competitive Advantage**, University of Wyoming.

52. Javadi, P. (2011) :**Impact of E-Service Quality on Sustaining Competitive Advantage for Iranian IT Firms**. Master thesis, Lulea University of Technology, Sweden.

53. Lai, J.Yu,(2006) ,**Assessment of employees' perceptions of service quality and satisfaction with e-business,** International Journal Human-Computer Studies, Vol.64,No.5, pp.926-938.

54. Lee, H., Jang, J., & Cho, C. (2013). **Developing e-ServQual for Educational Websites**. Journal of Education & Vocational Research, 4(1).

55. Mebrate, T. W. (2010). **A framework for evaluating academic website's quality from students' perspective**. Master thesis, Delft University of Technology, Netherlands.

56. Yoo S. and Jin J.,(2004) : **Evaluation of the Home Page of the Top 100 University Web Sites**, Academy of Information and Management Sciences.

ثالثا : المواقع الالكترونية

57. الموقع الالكتروني لجامعة الاستقلال، تاريخ الزيارة 29-10-2018.

https://alistiqlal.edu.ps/

58. الموقع الالكتروني لجامعة القدس، تاريخ الزيارة 29-10-2018.

https://www.alquds.edu/ar/about-us-ar.html

59. الموقع الالكتروني لتصنيف شنغهاي العالمي ، تاريخ الزيارة 29-10-2018.

http://www.shanghairanking.com/aboutarwu.html

60. الموقع الالكتروني لتصنيف ويبومتركس ، تاريخ الزيارة 29-10-2018.

http://www.webometrics.info/en

61. الموقع الالكتروني لتصنيف التايمز العالمي ، تاريخ الزيارة 29-10-2018.

https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/methodology-world-university-rankings-2018

62. تصنيف الجامعات الفلسطينية على موقع ويبومتركس، تاريخ الزيارة 29-10-2018

http://www.webometrics.info/en/Asia/Palestinian%20Territories.

63. الموقع الالكتروني لتصنيف QS ، تاريخ الزيارة 29-10-2018.

https://www.topuniversities.com/university-rankings

64. Berners-Lee,Tim .(1998): **The World Wide Web: A very short personal history,http://www.w3.org/People/Berners-Lee/ShortHistory.html.**

ملحق رقم (1) الاستبانة

جامعة القدس

الدراسات العليا

كلية الادارة والاقتصاد

الإخوة / الأخوات المحترمون .....

تحية طيبة وبعد:

يقوم الباحث بإجراء دراسة حول **(المواقع الالكترونية للجامعات الفلسطينية معياراً لتصنيف الجامعات واستخدامها كميزة تنافسية)** وذلك استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في ادارة الاعمال من جامعة القدس . يُرجى التكرم بالاستجابة عن جميع الفقرات بموضوعية وجدية ، لما لهذا الأمر من أهمية في الخروج بنتائج هامة لغايات البحث العلمي ، علماً بان استجاباتكم ستعامل بسرية تامة ولأغراض البحث العلمي فقط .

مقدراً لكم جهودكم , وشاكراً لكم تعاونكم لنجاح هذه الدراسة.

الباحث : سمير نزار سهمود

القسم الأول : المعلومات العامة : الرجاء اختيار الإجابة التي تناسبك:

1. **الجنس:** ذكر ( ) انثى ( )
2. **الجامعة :** جامعة الاستقلال ( ) جامعة القدس ( )
3. **المهنة :** طالب ( ) موظف ( )
4. **التخصص :** القانون ( ) العلوم الانسانية ( ) العلوم الادارية ( )

القسم الثاني : فقرات الاستبانة.

1- مجال سرعة الاستجابة .

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تلعب المواقع الالكترونية دوراً في تحقيق الميزة التنافسية في مجال سرعة الاستجابة من خلال :						
.1	استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للاستعلام بسرعة كبيرة					
.2	تمكين الطلبة الوصول للمعلومات المطلوبة من الموقع الالكتروني للجامعة بوقت قصير					
.3	توفير محرك بحث على موقع الجامعة الالكتروني للوصول للمعلومات بسرعة					
.4	استجابة الموقع الالكتروني للجامعة للخدمات التي يطلبها الطالب كما هو متوقع					
.5	توفير الموقع الالكتروني للجامعة دعما فنيا للرد على استفسارات الطلبة					
.6	ايجاد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين الطلبة والموقع الالكتروني من خلال البريد الالكتروني.					

2- مجال سهولة الاستخدام .

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تلعب المواقع الالكترونية دوراً في تحقيق الميزة التنافسية في مجال سهولة الاستخدام من خلال :						
.7	سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع الالكتروني للجامعة.					
.8	ايجاد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع الالكتروني .					
.9	تنظيم موقع الجامعة الالكتروني تنظيما مناسبا					
.10	ايجاد أسئلة متكررة مع إجاباتها عن الموقع الالكتروني للجامعة .					
.11	استخدام الطلبة الموقع الالكتروني للجامعة للحصول على المعلومة بطريقة اسرع					
.12	وضوح لغة الموقع الالكتروني للجامعة .					
.13	توفير الموقع الالكتروني للجامعة الجهد والوقت في الحصول على الخدمات					

3- مجال شمولية وكفاية المعلومات .

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تلعب المواقع الالكترونية دوراً في تحقيق الميزة التنافسية في مجال شمولية وكفاية المعلومات من خلال:						
.14	حداثة المعلومات المعروضة على الموقع					
.15	استبدال الموقع الالكتروني للجامعة المعلومات القديمة بعد انتهاء وقتها بمعلومات جديدة .					
.16	تقديم الموقع الالكتروني للجامعة معلومات ذات مصداقية					
.17	تقديم الموقع الالكتروني للجامعة معلومات شاملة لجميع الاستفسارات .					
.18	عرض الموقع الالكتروني للجامعة احصائيات مفيدة للطلبة وللزائرين .					
.19	انتظام الموقع الالكتروني بعرض المعلومات عن المحاضرين ومواعيد لمحاضراتهم .					
.20	تضمن الموقع الالكتروني للجامعة دليلا شاملا عن التخصصات ونظام القبول .					

4- مجال شكل وتصميم الموقع .

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تلعب المواقع الالكترونية دوراً في تحقيق الميزة التنافسية في مجال شكل وتصميم الموقع من خلال:						
.21	وضوح شعار الجامعة على الموقع الالكتروني للجامعة.					
.22	حداثة شكل وتصميم الموقع الالكتروني للجامعة					
.23	تناسق تصميم الموقع الالكتروني للجامعة					
.24	تناسق الالوان المستخدمة في الموقع الالكتروني للجامعة .					
.25	جاذبية واجهات الموقع الالكتروني للجامعة.					
.26	مراعاة الموقع الالكتروني للجامعة للتوازن بين الصور والنصوص والألوان في الصفحة الواحدة.					

5- مجال الروابط والظهور .

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تلعب المواقع الالكترونية دوراً في تحقيق الميزة التنافسية في مجال الروابط والظهور من خلال:						
.27	عمل روابط الموقع الالكتروني للجامعة بشكل صحيح					
.28	وجود ايقونات في كل صفحة من صفحات الموقع الالكتروني للجامعة تسهل الانتقال للصفحة الرئيسية					
.29	ظهور روابط الموقع الالكتروني للجامعة بسهولة عند البحث عنه في اي محرك بحث .					
.30	انتشار روابط الموقع الالكتروني للجامعة علي مختلف صفحات التواصل الاجتماعي .					
.31	ظهور مجموعة من الروابط التابعة لموقع الجامعة عند البحث عن الجامعة في محركات البحث.					
.32	تمكين الطلبة الوصول لموقع الجامعة الالكتروني من اي متصفح انترنت .					

6- مجال نشر الابحاث العلمية .

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تلعب المواقع الالكترونية دوراً في تحقيق الميزة التنافسية في مجال نشر الابحاث العلمية من خلال:						
.33	ضم الموقع الالكتروني للجامعة العديد من الدراسات والأبحاث العملية .					
.34	نشر الموقع الالكتروني للجامعة مجلة للأبحاث العلمية الخاصة بالمحاضرين والطلبة .					
.35	عرض الموقع الالكتروني للجامعة قاعدة بيانات للأبحاث والأوراق العلمية والملخصات.					
.36	وجود صفحة خاصة للبحث العلمي على الموقع الالكتروني للجامعة.					
.37	نشر موقع الجامعة الالكتروني للانجازات العلمية والبحثية للجامعة والمحاضرين .					
.38	وجود ابحاث علمية خاصة بالجامعة على محرك بحث google العلمي .					

الميزة التنافسية :

الرقم	الفقرة	درجة الدور				
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
تحقق الجامعة الميزة التنافسية لها من خلال:						
.39	تمكين الموقع الالكتروني للجامعة الطلبة من الحصول على الخدمات بدل من الذهاب للجامعة .					
.40	عمل الموقع الالكتروني للجامعة على مدار الساعة لتقديم الخدمات للطلبة .					
.41	تقديم الموقع الالكتروني المعلومات بشكل آمن .					
.42	جودة الخدمات المقدمة من الموقع الالكتروني للجامعة.					
.43	تنافس الجامعة في تطبيق تكنولوجيا متقدمة تحقق لها الاسبقية .					
.44	عمل الموقع الالكتروني للجامعة بسهولة ومن دون اية مشاكل اثناء عملية تسجيل الطلبة.					
.45	اخذ الجامعة برأي الطلبة في تطوير موقعها الالكتروني .					
.46	مساهمة الموقع الالكتروني للجامعة في تطوير مهارات الطلبة .					
.47	مساهمة موقع الجامعة الالكتروني في تعزيز المكانة التنافسية للجامعة .					
.48	شعور الطلبة بالانتماء للجامعة والحرص على وصفها بأفضل وصف .					
.49	مساهمة موقع الجامعة الالكتروني في تقليل المشاكل الادارية التي يواجهها الطلبة .					
.50	شعور الطلبة بالفخر بانتسابهم للجامعة .					
.51	ربط الجامعة البحث العلمي لديها بمشكلات المجتمع المحيط بها .					
.52	اتاحة الحرية الاكاديمية و البحثية للمحاضرين والطلبة.					
.53	مناسبة حجم البحوث المنشورة في موقع الجامعة الالكتروني مع اعداد المحاضرين .					
.54	توفير الكتب والمجلات والدوريات العلمية والمواد المرجعية الالكترونية في مكتبة الجامعة .					
.55	عرض الانجازات العلمية والجوائز التي يحصل عليها المحاضرون والطلبة على موقع الجامعة.					
.56	ربط الجامعة بين التخصصات المختلفة لديها وبين احتياجات المجتمع المحيط بها .					

ملحق رقم (2) اسماء المحكمين

	اسماء محكمي الاستبانة	الجامعة
1	د.عبد الناصر قدومي	جامعة الاستقلال
2	د. محمد هلسة	جامعة الاستقلال
3	د.سمير الجمل	جامعة الاستقلال