مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية

اسم المقال: تحليل رسائل كليات إدارة الأعمال بالجامعات السعودية
اسم الكاتب: خالد عبد الرحمن الفلاح
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/9224
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 18:19 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

جامعة الشارقة
UNIVERSITY OF SHARJAH

مجلة جامعة الشارقة

مجلة علمية محكمة

للعلوم الإنسانية والاجتماعية



المجلد 19، العدد 3
محرم 1444هـ / سبتمبر 2022م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 1996-2339

سبتمبر 2022م **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية** المجلد 19 العدد 3
https//:doi.org/10.36394/jhss/19/3/20

تحليل رسائل كليات إدارة الأعمال بالجامعات السعودية

خالد عبد الرحمن الفلاح[1]

تاريخ الاستلام: 22-11-2020 **تاريخ القبول: 18-01-2021**

ملخص البحث:

تستهدف هذه الورقة تحليل عبارات "رسالة" كليات إدارة الأعمال في المملكة العربية السعودية. تم الاقتصار على كليات إدارة الأعمال (27) بالجامعات الحكومية السعودية (ليس الأهلية /الخاصة) لهذه الدراسة، للتباين الواضح في الأهداف ومصادر التمويل. حيث تم التحصّل على عبارات رسائلها من مواقعها الرسمية على الشبكة العنكبوتية العالمية. وتم تبني أسلوب تحليل المحتوى كأداة رئيسة في تحليل البيانات. كذلك تم تطبيق تقنية (السحابة الكلماتية) لتوفير دعم أكبر لقيمة التحليل النوعي في هذه الدراسة. يقدّم هذا العمل العديد من النتائج الجديرة بالاهتمام، (1) يتراوح طول عبارات الرسالة من 12 إلى 60 كلمة وهو أقل بكثير من المعيار الدولي الموصى به، والبالغ 250 كلمة، (2) طول عبارات الرسائل أكبر من عبارات الرؤية ذات الصلة، (3) ظهرت "التقنية" على أنها من أقل المصطلحات ظهورا في عبارات الرسالة، (4) ظهرت مفردات "العملاء" و"المنتجات والخدمات" و"الاهتمام بالصورة العامة" باعتبارها المكونات الأكثر تكرارا وظهورا في عبارات الرسالة، (5) ثلاثة موضوعات رئيسة تمت ملاحظة تكرارها في عبارات الرسالة وتشمل "تلبية احتياجات سوق العمل" و"تقديم البرامج" و"خدمة المنطقة والمجتمع". تم تقديم توصيات عديدة للأكاديميين وصانعي السياسات والتي ستسهم في تطوير معايير مستقلة لتقييم عبارات رسائل المؤسسات التعليمية. تم تقييد نتائج المستخلصة لهذا العمل في ضوء المحتوى الموجود على المواقع الرسمية الإلكترونية.

الكلمات الدالة: إدارة الجودة، الرسالة، الإدارة الاستراتيجية، كلية إدارة الأعمال، الجامعات السعودية، تحليل المحتوى، السحابة الكلماتية.

---

(1) كلية إدارة الأعمال - جامعة الملك فيصل (القويعية - المملكة العربية السعودية)
kalfalah@kfu.edu.sa

المقدمة:

هناك الكثير من التغييرات والتحولات الجذرية التي تحدث لبيئة كليات إدارة الأعمال- مثلها مثل القطاعات الصناعية والخدمية الأخرى- والتي تكون ناتجة عن عوامل مختلفة مثل التغيرات في الأنماط السكانية، والتقدم التقني، والعولمة، والوضع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للبلد الذي تقع فيه المنظّمة (Mazurek, et al, 2020). وفي هذه البيئة المتغيّرة والمضطربة، لا تقتصر الخطورة التي تواجه مؤسسات التعليم العالي على مواجهة المنافسين الجدد في السوق، بل يتحتم عليها أيضاً التعامل مع ديمومة التحول لدى مصالح أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين، القادرين ليس فقط على إمكانية تشكيل الأداء الأكاديمي بل وإعادة تشكيله إلى حد ما (Kaplan & Pucciarelli ,2016).

وفي ضوء ارتفاع وتيرة التحولات في البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية العالمية، باتت الأوساط العلمية بعيدة عن أي شكوك قد تقلل من تأثير الجامعات والكليات –خصوصا كليات الأعمال- في الدورة الاقتصادية، وبالتالي أهمية أن تكون دقيقة وذات صلة في أنشطتها ومقترحاتها لجمهور المستفيدين منها الشي الذي يدعم ضرورة تطويرها لعبارات "الرؤية والرسالة" بصيغة تنافسية وبتناغم وانسجام متماسك يسهم فيما بعد في وضع الاستراتيجيات اللازمة لتحقيقها. لا سيّما أنّ منظمات الاعتماد الأكاديمي مثل (Association to Advance Collegiate Schools of Business AACSB) تؤكد اهتمامها بعبارة "رسالة" كلية إدارة الأعمال وتتبع تأثيرها على الخطط الاستراتيجية والتشغيلية للإجراءات عند النظر في منح الاعتماد لهذه المدرسة او تلك، (Palmer & Short, 2008). بل والأهم من ذلك، أن هذه المنظمات (جهات الاعتماد) تضع -ابتداءً - إرشادات محددة لإنشاء بيان الرسالة (المهمة) والتي من شأنها أن تؤدي إلى إدارة استراتيجية فعالة داخل المؤسسة التعليمية (Adam, 2016).

يحاول هذا العمل تقديم أساس علمي لتحليل الوضع القائم لرسائل كليات إدارة الأعمال السعودية بغية استدراك الثغرات التي قد يكون إهمال التعامل معها وتصحيحها عاملا رئيسا في إخفاق تلك الكليات في تحقيق المنوط بها من أدوار بالغة الحساسية في خدمة الأهداف والمحاور الاستراتيجية في دعم الاقتصاد الوطني السعودي.

تمتلك عبارات الرسالة تأثير عميق على كليات إدارة الأعمال؛ إذ تُستخدم لإبراز أصحاب المصلحة وتوضيح درجة الارتباط بهم. كما أنها تعطي المعنى الجوهري لكلية

إدارة الأعمال وتؤكد على الصفات والقيم التي تشتمل عليها لإرضاء مختلف أصحاب المصلحة بما في ذلك الطلاب والخريجين وأرباب العمل وأعضاء هيئة التدريس والموظفين (David, 2003). وقد أشارت بعض الدراسات بأن بيانات الرسالة تساهم في تحديد الأهداف والاتجاهات المستقبلية ومبررات الوجود والمسؤولية في المنظمات (Hyndman & Eden, 2001)، ويجادل بعض الباحثين بأن محتوى الرسالة جزء لا يتجزأ من توجهات كلية إدارة الأعمال في تقديم مستوى جودة الخدمة المستهدفة (King et al, 2014). إضافة الى ذلك، تتبنى كليات إدارة الأعمال الاستراتيجيات والخطط المتوافقة مع هذه البيانات لضمان أن جميع أصحاب المصلحة على دراية بتوجهات وممارسات الاعمال في هذه المدارس (David et al, 2014؛ Powers, 2012). وكذلك أيضا، من أجل أن يتمكن المستهلكون من قياس فعالية العمليات التجارية بشكل أفضل (Braun et al, 2012).

في حدود اطّلاع الباحث فإنه لم يتم التطرق في الأدبيات المنشورة إلى بيانات رسائل كليات إدارة الأعمال في المملكة العربية السعودية ولم يتم تحليلها أبدًا بشكل نقدي. هذا البحث هو محاولة طموحة لتحليل بيانات رسائل جميع (27) كليات الأعمال السعودية والتي سبقتها الكثير من الدراسات المماثلة والتي تناولت- بنفس أسلوب تحليل المحتوى- بيانات الرسالة في بلدان مختلفة حول العالم (Palmer ؛ Davies & Glaister, 1997 et al, 2010؛ McKenna et al, 1995 ؛Orwig & Finney, 2007 ؛& Short, 2008 ؛Pitt ؛Pineno, 2007).

الإطار النظري:

تستند فكرة بيان الرسالة على المبادئ التوجيهية التي وضعها بيتر دراكر (Drucker, 1973). ويقصد بها "بيانات دائمة للفكرة أو الغرض الذي تتميّز به أحد المنظمات عن مثيلاتها من الشركات الأخرى وهي المحددة لنطاق عمليات الشركة من حيث المنتجات والأسواق " (Pearce & David, 1987). وقد تعددت المفردات المتوازية مع هذا المصطلح في الأدبيات العالمية –والعربية على وجه الخصوص- حيث يُطلق عليه أحيانًا المهمة، أو العقيدة، أو الغرض، أو الفلسفة، أو المعتقدات، أو مبادئ العمل، أو بيان "تحديد الأعمال" .

من الجانب الوظيفي، تكشف عبارات الرسالة (المهمة) عما تريده المنظمة ومن تريد أن تستهدف خدمته من العملاء في مجتمع المنظمة (David, 2012). بتعبير آخر، يتم التطرق إلى السبب الجوهري الذي يبرر "وجودنا" كمنظمة وحتى لو لم يقم الباحثون بتوثيق ذلك

في صيغة مكتوبة. إنها تتناول السؤال الأساسي الذي يواجه جميع الاستراتيجيين: "ما هو عملنا؟" ، كذلك يمتاز البيان الواضح للرسالة (المهمة) بوصف قيم وأولويات المنظمة. إن تقديم بيان الرسالة (المهمة) يحدد لمتخذ القرار طريقة التفكير في طبيعة ونطاق العمليات الحالية وتقييم الجاذبية المحتملة للأسواق والأنشطة المستقبلية (David & David, 2012). تساعد عبارات تلك البيانات على تحفيز التذكير الدائم لموظفيها عن سبب وجود منظمتهم والغرض من أعمالهم ويعكس ما تصوره المؤسسون عندما خاطروا بسمعتهم وثرواتهم في سبيل تحقيق أحلامهم على أرض الواقع. (David et al, 2014).

تشير الأدبيات إلى ايجابيات عديدة في ضوء تفعيل عبارات الرسالة في حياة المنظمات، ومن ذلك: (1) ضمان الإجماع على الهدف داخل المنظمة، (2) توفير أساس/ معيار لتخصيص الموارد التنظيمية، (3) ضبط النغمة العامة أو المناخ التنظيمي، (4) توظيفها كنقطة محورية للأفراد للتعرف على غرض المنظمة وتوجهاتها، وردع أولئك الذين لا يستطيعون المشاركة في أنشطة المنظمة، (5) تسهيل تحويل الأهداف إلى آليات عمل تتضمن إسناد المهام إلى عناصر مسؤولة داخل المنظمة، (6) تحديد الأغراض التنظيمية ثم ترجمتها إلى أهداف، وبالتالي يمكن من خلالها تقييم عوامل التكلفة والوقت والأداء والتحكم فيها (King & Cleland, 1978). وعليه فإن محتوى بيان الرسالة (المهمة) يعتبر المرتكز الذي تبنى عليه جهود التخطيط الاستراتيجي، والذي يهدف إلى تغطية الاهتمامات التنظيمية الرئيسية (Pearce & David, 1987).

وعلى الرغم من أن الدراسات السابقة رصدت التباين في بيانات الرسالة من حيث الطول والمحتوى والشكل والخصوصية، فإن مجموعة من الممارسين والباحثين في الإدارة قاموا ببذل الجهود في سبيل تقديم مقترحات تشرح محتوى البيان الفعال وذلك لأن بيان الرسالة غالبًا ما يكون الجزء الأكثر وضوحًا وعمومية في تفعيل العملية الاستراتيجية، وعليه فإنهم قاموا بوضع تسعة مكونات معتقدين ضرورة وجودها في عبارة الرسالة، تم تلخيصها على النحو التالي: (1) العملاء - من هم عملاء الشركة؟ (2) المنتجات أو الخدمات - ما هي المنتجات أو الخدمات الرئيسية للشركة؟ (3) الأسواق - من الناحية الجغرافية، أين تتنافس الشركة؟ (4) التقنية - هل الشركة تواكب التقدم التقني؟ (5) الاهتمام بالبقاء والنمو والربحية - هل الشركة ملتزمة بالنمو والسلامة المالية؟ (6) الفلسفة - ما هي المعتقدات الأساسية والقيم والتطلعات والأولويات الأخلاقية للشركة ؟؛ (7) مفهوم الذات - ما هي الكفاءة المميزة للشركة أو الميزة التنافسية الرئيسية؟ (8) الاهتمام بالصورة العامة - هل

تستجيب الشركة للشواغل الاجتماعية والمجتمعية والبيئية؟ (9) القلق على الموظفين - هل الموظفون من الأصول القيمة للشركة؟ (David et al, 2014).

الجدير بالذكر، إن أحد الدراسات الحديثة أشارت إلى زيادة استخدام الكلمات: "بحث" و "عالمي" في معظم بيان رسالات كليات إدارة الأعمال أثناء المقارنة بين بياناتها من 2015 و2017. كما أظهر عدد متزايد من كليات إدارة الأعمال أهمية كبيرة لماجستير إدارة الأعمال التنفيذية والبرامج المصممة خصيصًا لأسواق العمل، وتتوجه مهامهم إلى الأفراد الذين يسعون جاهدين للحصول على كفاءات القيادة في أوقات التغيير المضطرب. والملفت للنظر، أن بيان رسائل كليات إدارة الأعمال (الحديثة) نادراً ما تتضمن الإشارة إلى تقاليدها وتراثها، مما قد يؤدي إلى استنتاج أنها لم تعد تتعامل معها على أنها سمة مميزة تخلق صورة إيجابية عن المؤسسة. وبالمثل، فإن المدارس المدرجة في تصنيف فايننشال تايمز لا تريد أن يُقتصر النظر إليها على أنها عناصر محلية (وطنية) أو مدارس إقليمية، يؤكد ذلك انه تم استخدامها في تلك الرسائل بشكل أقل تكرارًا (Mazurek et al, 2020).

المنهجية:

تتبنى هذه الدراسة أسلوب تحليل المحتوى؛ حيث إنها تقنية شائعة الاستخدام في دراسات الأعمال المعاصرة وتوفر فرصة لجمع البيانات الشفوية والمطبوعة والإلكترونية بكلا الأسلوبين الكمي والنوعي (Mburu et al, 2013). تحليل المحتوى أو التحليل النصي هو "أي أسلوب لعمل الاستدلالات عن طريق تحديد الخصائص المحددة للرسائل بشكل موضوعي ومنهجي" (Holsti, 1969). بمعنى آخر، هو "تلخيص التحليل الكمي للرسائل التي تعتمد على الطريقة العلمية (بما في ذلك الانتباه إلى الموضوعية، والتفاعل الذاتي، والتصميم الأولي، والموثوقية واختبار الفرضيات) ولا يقتصر على أنواع المتغيرات التي يمكن قياسها أو السياق الذي يتم فيه إنشاء الرسائل أو تقديمها" (Neuendorf, 2002).

تم استخدام تحليل محتوى على نطاق واسع في أدبيات الأعمال حول العالم وفي تحليل بيانات الرسالة في صناعات مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية (Peyrefitte, & David, 2006)، وكذلك في دراسات التحليلات الدولية المقارنة (Bartkus et al, 2004)؛ في شركات الطيران (Lin et al, 2018)؛ و المكتبات العامة (Crawford, 2016). وفي الأوساط الأكاديمية، استخدمت العديد من الدراسات حول بيان المهمة تحليل المحتوى على سبيل المثال في الجامعات (Cortés Sánchez, 2018)، وفي دراسات الخدمات الاجتماعية

(Holosko et al, 2015)، وفـي كليـات الهندسـة (Creamer, & Ghoston, 2013). كمـا تـم اسـتخدام تحليـل المحتـوى فـي عديـد مـن الدراسـات التـي تركـز علـى تحليـل بيانـات رسـائل كليـات إدارة الأعمـال (Davies, & Glaister, 1997; Palmer, & Short, 2008)؛ وكذلـك فـي تصنيـف FT لكليـات إدارة الأعمـال الأوروبيـة (Mazurek et al, 2020) يدعـم ذلـك تبنيهـا فـي منظمـة كليـات الأعمـال الأمريكيـة (AACSB Orwig, & Finney, 2007).

قامـت الدراسـة أيضـا بتطبيـق أسـلوب (السـحابة الكلماتيـة) حيـث تـم اسـتخدام هـذه التقنيـة علـى بيانـات رسـائل كليـات إدارة الأعمـال المسـتخدمة فـي هـذه الدراسـة. حيـث تـم اسـتخدام هـذه التقنيـة فـي دراسـات سـابقة ركـزت علـى تحليـل بيانـات رسـائل المؤسسـات الأكاديميـة (Cortés Sánchez, 2018).

تـم اختيـار جميـع كليـات إدارة الأعمـال بالجامعـات الحكوميـة السـعودية البالـغ عددهـا 27 لهـذه الدراسـة (الملحـق أ - يعـرض قائمـة كليـات إدارة الأعمـال المدرجـة فـي هـذا العمـل جنبًـا إلـى جنـب مـع اسـم الجامعـات التابعـة لهـا) حيـث تـم جمـع عبـارات رسـائل كليـات إدارة الأعمـال مـن مواقعهـا الإلكترونيـة الرسـمية. هـذه الطريقـة فـي جمـع البيانـات شـائعة جـدًا فـي الدراسـات السـابقة (Kemp, & Dwyer, 2003; Peyrefitte, & David, 2006 ; David et al, 2014) ولـم يقتصـر ذلـك فقـط علـى كليـات إدارة الاعمـال بـل تجـاوز ذلـك تطبيقهـا علـى رسـائل كليـات فـي تخصصـات أخـرى، علـى سـبيل المثـال، بيانـات رسـائل كليـات الطـب (Lewkonia, 2001)، بيانـات رسـائل كليـات الحقـوق (Organ, 2010). (يسـرد الملحـق - ب بيانـات رسـائل كليـات إدارة أعمـال إلـى جانـب اسـم الجامعـة الأم). وقـد قـام الباحثـون أيضـا بتنـاول جانـب آخـر وهـو الخصائـص المحبّـذ تضمينهـا فـي بيـان الرسـالة، حيـث تـم اقتـراح مجموعـة مـن السـمات والصفـات تـم اسـتعراضها فـي الجـدول (1) (David, 1989; David & David, 2003; David et al, 2014).

الجدول (1): خصائص بيان الرسالة

الخصائص	تفسيرات	الكلمات الدالة
سعة النطاق	الشمولية المنطقية	اتساع مقابل ضيق
أقل من 250 كلمة في الطول	طول بيان الرسالة	عدد الكلمات
تحديد فائدة منتجات المنظمة	تقديم خدمات كلية إدارة الأعمال	البرامج والبحوث والاستشارات
ملهمة	غرس الإلهام خاصة لدى الطلاب	حلم ملهم ومشجع
الكشف عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة	الخدمة المقدمة للمجتمع ولا تستهدف المردود المادي والربح	خدمة مجتمع المنظمة والدعم الخاص ب محدودي الدخل
الكشف عن مستوى الوعي البيئي للمنظمة	مستوى التعاطي مع الوضع البيئي الخاص بمحيط المنظمة	اولويات البيئة والتنمية المستدامة
حسم المصالح بين مختلف أصحاب المصلحة	توضيح خطوط التماس والانفصال بين المستفيدين	الطلاب والخريجين وسوق العمل وهيئة التدريس/ الموظفين والمجتمع
الاستمرارية	تدوم على مدى فترة من الزمن	دائم، صنع، فعل

خضعت البيانات أيضاً لمزيد من التحليل على أساس تسعة عناصر كمبادئ استرشاديه لما تشتمل عليهة مكونات بيان الرسالة، قام بتحديدها (David, 1989)، وتم تحديثها بواسطة (David & David, 2012) وكذلك (David et al, 2014). يعرض الجدول(2) المكونات التسعة وهيكل الترميز المستخدم لتقييم بيانات الرسالة. حيث قام الباحث بتوفير تعريفات لكل مكون من مكونات بيان الرسالة، وتم استخدام الكلمات الرئيسة أو العبارات المذكورة في بيان رسالة (مهمة) جميع كليات إدارة الأعمال كمعايير لتحديد وجود عنصر معين من عدمه فيها، وأشتمل الجدول أيضا على التفسير المحتمل لتلك العبارات والكلمات الدلالية.

الجدول (2): مكونات بيان الرسالة

مكونات	تفسيرات	الكلمات الدالة
العملاء	استهداف عملاء كلية إدارة الأعمال	الطلاب والموظفون أعضاء هيئة التدريس أولياء الأمور وأرباب العمل، الخريجون.
خدمات	البرامج المقدمة للمرحلة الجامعية والدراسات العليا	البرامج، الاستشارات، التدريب
الأسواق	السوق / المنطقة / موقع المتنافس الرئيس	محلية، إقليمية، دولية
تقنية	درجة اهتمام كلية إدارة الأعمال بالتقنية وتقديرها	التقنية والرقمية
فلسفة	المعتقدات الأساسية والتطلعات الأخلاقية للكلية	القيم والأولويات
مفهوم الذات	المزايا التنافسية والجاذبية والصورة التسويقية	التعريف والتقديم للآخرين
البقاء/النمو/ الربحية	مستوى العناية بأهداف النمو الاقتصادي	تنمية مستدامة
الصورة العامة	الارتباط بقضايا المجتمع والبيئة والانطباع الذهني	تواصل اجتماعي
الموظفين	مساحة الاهتمام والتقدير لهيئة التدريس/ الموظفين	الطاقم الأكاديمي والإداري

التحليل:

تقدم هذه الدراسة مجموعة من التحليلات تشتمل على: (1) كثافة مفردات البيانات، (2) سحابة الكلمات والكلمات الرئيسة الأكثر شيوعاً في بيانات الرسالة، (3) خصائص بيانات الرسالة، (4) مكونات بيانات الرسالة، (5) المواضيع الرئيسة في بيان الرسالة

كثافة مفردات البيانات

يوضح الجدول (3) الحد الأدنى والحد الأقصى والمتوسط والإجمالي لعدد الكلمات في بيانات الرسالة. كما يظهر عدد الكلمات الفريدة وكثافة المفردات. كثافة المفردات هي

نسبة عدد الكلمات في المستند إلى عدد الكلمات الفريدة في المستند. تشير كثافة المفردات المنخفضة إلى نص معقد يحتوي على الكثير من الكلمات الفريدة، وتشير النسبة الأعلى إلى نص أبسط مع إعادة استخدام الكلمات.

الجدول (3): كثافة مفردات بيان الرسالة

التصنيف	الاحصائية
الحد الأدنى من الكلمات	12
الحد الأعلى من الكلمات	60
متوسط عدد الكلمات	28.44
العدد الكلي للكلمات	768
الكلمات الفريدة	401
كثافة المفردات	0.524

أثناء مقارنة بيانات الرسالة يمكن ملاحظة نتيجتين مهمتين بالنسبة لكل كلية، أولاً- تم العثور على بيانات الرؤية أقصر من بيانات المهمة الخاصة بكل منها وهذه النتيجة تتماشى مع الأبحاث السابقة (Kirkpatrick et al, 2002). كذلك أظهرت الدراسة أن كثافة مفردات بيانات الرؤية أعلى مقارنة ببيانات الرسالة، وتشير إلى أن بيانات الرؤية تحتوي على نص أبسط نسبيًا مع إعادة استخدام الكلمات. تدعم هذه النتيجة الدراسات السابقة (Wintermute, 2019). تم استخدام أدوات فويانت Voyant لقياس كثافة المفردات لكل من عبارات المهمة. تم استخدام هذه التقنية في دراسات سابقة استهدفت تحليل بيانات مهمة المؤسسات الأكاديمية (Cortés Sánchez, 2018).

السحابة الكلماتية والكلمات الأكثر شيوعاً

يوضح الجدول (4) أهم الكلمات الرئيسة والمستخدمة بشكل متكرر في بيانات الرسالة، حيث لم تشتمل هذه القائمة على كلمات "بحث" و "عالمي" أسوة بالجامعات العالمية، هذه النتيجة تتعارض مع الاتجاهات التي سبق رصدها في دراسات سابقة (Mazurek et al, 2020). وتشير أيضًا الى فجوة استراتيجية واضحة في شكل انعدام الإشارة الى أي جهود عملية تسعى لتحقيق الرؤية الحكومية الطموحة (رؤية السعودية 2030).

في حين يعرض الشكل (1) و (2) الرسوم البيانية التجميعية لعبارات رسائل كليات إدارة الأعمال بالجامعات السعودية (N = 27). والتي تمت معالجتها باستخدام أدوات تطبيق

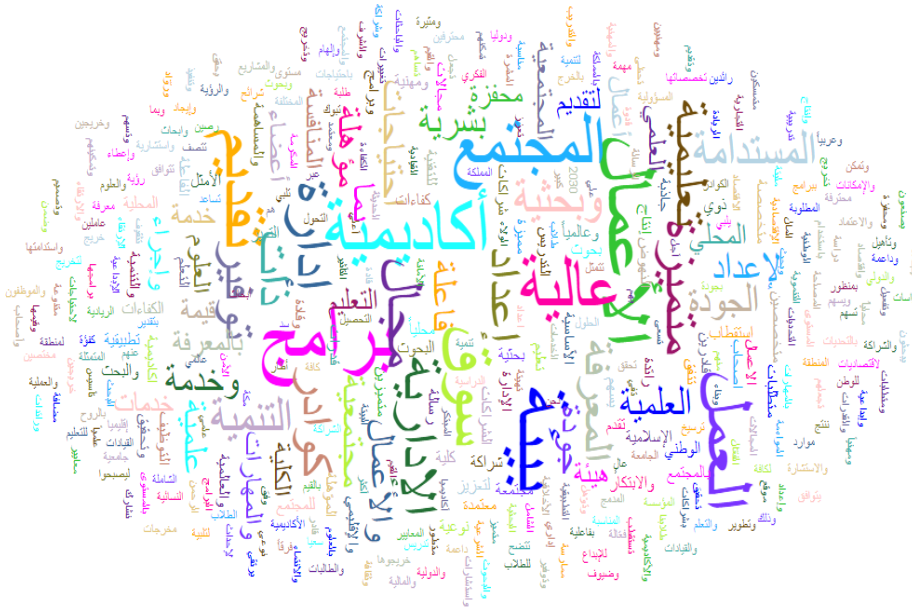
فويانت Voyant. حيث يقدّم الشكل (1) نظرة شمولية للكلمات الرئيسية في بيانات الرسالة (الحد الأقصى 500 كلمة) بينما يستعرض الشكل (2) نظرة أكثر تركيزًا على سحابة الكلمات الرئيسة في بيانات الرسائل (الحد الأدنى 25 كلمة).

الجدول (4): الكلمات الرئيسة الأكثر شيوعاً في بيانات الرسائل (العدد = 27)

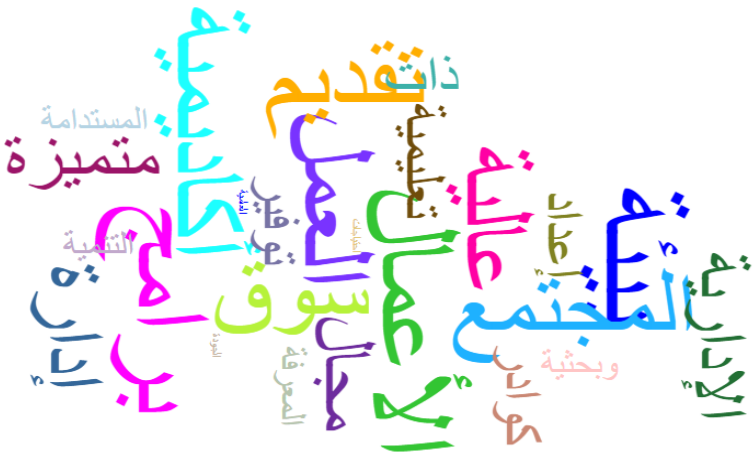
#	عبارة الرسالة	
	المفردة	الإحصائية
1	بيئة	12
2	الأعمال	11
3	برامج	11
4	العمل	10
5	أكاديمية	10
6	تقديم	10
7	المجتمع	9
8	سوق	9
9	عالية	9
10	إدارة	8

تم توظيف برنامج Voyant لأداء هذا النوع من التحليل، حيث أظهرت النتائج أن بيانات الرسائل اشتملت على ما مجموعه 768 كلمة إجمالية و 401 كلمة فريدة والتي شكّل مجموعها كل بيانات الرسالة (الشكل (1) الحد الأقصى من السحابة الكلماتية). حيث كانت كثافة المفردات لديها 0.524 ومتوسط الكلمات لكل بيان رسالة هو 28 كلمة. (https://voyant-tools.org/docs/#!/guide/summary). أوضحت النتائج أن الكلمات الثلاث الأكثر شيوعا حسب هذا التقنية هي على الترتيب: بيئة (12)، الأعمال (11)، برامج (11)، تتطابق هذه النتيجة مع توصيات بعض الدراسات السابقة (Wintermute, 2019).

الشكل (1): السحابة الكلماتية بالحد الأقصى 500 كلمة (401 مفرد فريدة)



الشكل (2): السحابة الكلماتية (الحد الأدنى 25 كلمة)



تحليل خصائص بيان رسائل الأعمال

يوضح الجدول (5) تقييم خصائص بيانات رسائل كليات الأعمال كما وردت على المواقع الإلكترونية الرسمية للجامعات السعودية (انظر الملحق- ج). كانت جميع بيانات الرسائل قيد الدراسة أقل من 250 كلمة، والذي يوصف بأنه أحد مؤشرات بيان المهمة الجيد، تجدر الإشارة الى ان طول بيان رسائل كليات إدارة الأعمال السعودية يتراوح من 12 إلى 60 كلمة مما يدل على وجود ضعف في التعبير وإهدار مساحة من القدرة على الشرح والإيضاح. وما مجموعه 768 كلمة مستخدمة في 27 بيان رسالة وذلك بمتوسط 28 كلمة. يُظهر تحليل مقارن لبيانات الرسالة مع بيانات الرؤية ذات الصلة أن طول بيانات الرؤية يتراوح من 8 إلى 32 كلمة بمتوسط 17 كلمة ومجموع 444 كلمة في 27 بيان رؤية. تم العثور على بيانات رؤية أقصر من بيانات الرسالة (المهمة) الخاصة بكل كلية أعمال، وهذه النتيجة تتماشى مع الأبحاث السابقة التي تناولت الجامعات العالمية (Kirkpatrick et al, 2002) وتتطابق مع ما رصده الباحث على الجامعات الإقليمية عملياً.

الجدول (5): تقييم خصائص بيان رسائل كليات الأعمال (العدد = 27)

الخصائص	تكرار
سعة النطاق	27
أقل من 250 كلمة في الطول	27
حسم المصالح بين مختلف أصحاب المصلحة	21
الكشف عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة	19
تحديد فائدة منتجات المنظمة	19
الاستمرارية	11
ملهمة	9
الكشف عن مستوى الوعي البيئي للمنظمة	0

وعند تجاوز النظر عن مدى طول عبارات البيان وسعة النطاق والشمولية الخاصة برسائل الكليات، يظهر بوضوح أن "حسم المصالح بين مختلف اصحاب المصلحة" كان الجانب الأكثر اهتماما لدى معظم كليات إدارة الأعمال، كما يكشف عن وعي غالبيتها ب "المسؤولية الاجتماعية" وبمستوى مماثل في "تحديد فائدة منتجاتها(مخرجاتها)" .هذه البيانات من رسائل كليات الأعمال أظهرت الغياب التام لجانب "الوعي البيئي" ، والذي يمكن الاستدلال به على انعزال هذه الرسائل عن الحراك العالمي المتزايد بشأن العناية

بالمـوارد الطبيعيـة وتأثيرهـا علـى نجـاح الأعمـال .

تحليل مكونات بيان رسائل الأعمال

يوضـح الجـدول (6) محتـوى بيانـات الرسـالة لجميـع كليـات الأعمـال (انظـر الملحـق-د)، حيـث أظهـرت البيانـات ان "العمـلاء" و "الاهتمـام بالصـورة العامـة" و "المنتجـات أو الخدمـات" هـي أهـم ثلاثـة مكونات-علـى التوالـي- تكـررت فـي سـياق عبـارات الرسـالة الخاصـة بكليـات الأعمـال. مصطلـح "التقنيـة" وبشـكل صـادم كان الحلقـة الأضعـف فـي هـذه القائمـة حيـث أن كليتـان فقـط مـن 27 كليـة اقتنعتـا بسـرده ضمـن عبـارات رسـائلهما.

الجدول (6): التوزيع التكراري لمكونات بيانات الرسالة (العدد = 27)

مكونات	تكرار	النسبة المئوية
العملاء	24	% 88.88
الاهتمام بالصورة العامة	22	% 81.48
المنتجات أو الخدمات	21	% 77.77
الاسواق	13	% 48.14
الاهتمام بالموظفين	06	% 22.22
الاهتمام بالبقاء والنمو والربحية	06	% 22.22
فلسفة	04	% 14.81
مفهوم الذات	04	% 14.81
التقنية	02	% 7.40

رصـد الجـدول (7) أكثـر العبـارات (الثلاثيـة التركيـب) شـيوعا فـي بيانـات الرسـالة للوصـول الـى منطقيـة أكبـر فـي التعـرف علـى الأفكار المحوريـة التـي ترغـب كليـات الأعمـال فـي العمـل بهـا، حيـث كانـت "احتياجـات سـوق العمـل" أعلاهـا، ثـم وبفـارق بسـيط عـن كل مـن "ذات جـودة عاليـة" و"تقديـم برامـج تعليميـة" . والتـي تـم وضـوح ترابطهـا لـدى اسـتعراض المواضيـع الرئيسـة (الجـدول 8).

الجدول (7): العبارات (3 كلمات) الأكثر شيوعا في بيانات الرسالة (العدد = 27)

مقطع الثلاث كلمات	تكرار
احتياجات سوق العمل	4
ذات جودة عالية	3
تقديم برامج تعليمية	3
خلال برامج	2
في سوق العمل	2

المواضيع الرئيسة في بيان الرسالة

يستعرض الجدول (8) أهم 3 موضوعات رئيسة تم رصدها في بيانات رسائل كليات إدارة الأعمال في المملكة العربية السعودية حيث تم استخدام نفس التطبيق Voyant للوصول إليها، وهي على التوالي: "تلبية احتياجات سوق العمل"، "تقديم برامج عالية الجودة" و "خدمة المنطقة والمجتمع".

الجدول (8): الموضوعات الرئيسة في بيانات الرسالة (العدد = 27)

المواضيع الرئيسية	تكرار
تلبية احتياجات سوق العمل	7
تقديم برامج تعليمية عالية الجودة	7
خدمة المنطقة والمجتمع	4

النقاش

يقدم هذا العمل مناقشة نقدية حول خطاب بيانات الرسالة من قبل كليات إدارة الأعمال السعودية وتحاول أن تقدّم العديد من التوصيات لإدارات كليات إدارة الأعمال وصانعي سياسات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية وكذلك الباحثون الأكاديميون والعاملون والمهتمون بشأن التعليم الجامعي.

أولاً- تمثّل كليات إدارة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاد الوطني ومصدر من مصادر فخره وأداة المجتمع الفاعلة في تحقيق أهدافه التنموية على شتى الأصعدة. وعادة ما تنعكس لمحة من هذه الجوانب في بياناتها رسائلها. بعد دراسة رسائل جميع كليات إدارة الأعمال في المملكة العربية السعودية ومقارنتها بالعديد من كليات إدارة الأعمال من جميع أنحاء

العالـم، تظهـر هـذه الدراسـة انقطاعًـا بيـن التحـولات التجاريـة والاقتصاديـة المعاصـرة فـي المملكـة العربيـة السـعودية وبيـن رسـائل (مهـام) كليـات إدارة الأعمـال. باسـتثناء واحـدة فقـط مـن 27 كليـة إدارة أعمـال، فـإن بيـان الرسـالة (المهمـة) لـم يتنـاول أي جهـود فـي دعـم أحـدث رؤيـة اقتصاديـة فـي المجتمـع السـعودي- تـم الإعـلان عـن الرؤيـة السـعودية 2030 فـي عـام 2016 –والتـي، حتـى بعـد سـنوات عديـدة، لـم تنعكـس فـي أي منطلقـات فـي رسـائل كليـات إدارة الأعمـال باعتبارهـا الاهـداف الاسـتراتيجية النهائيـة. كليـات إدارة الأعمـال مطالبـة بتسـخير الكثيـر مـن جهودهـا فـي تحقيـق طموحـات تلـك الرؤيـة البـارزة للقيـام بدورهـا كمحـرك رئيـس لتحويـل الأعمـال فـي المملكـة العربيـة السـعودية. (الفـلاح، 2020).

ثانيًـا- تحتـاج كليـات إدارة الأعمـال السـعودية إلـى فهـم دورهـا في عمليـة التحـول الاقتصادي الـذي تعيشـه المملكـة العربيـة السـعودية ويجـب أن ينعكـس ذلـك فـي بيانـات مهمتهـا. علـى سـبيل المثـال، لا تـزال كليـات إدارة الأعمـال تعتبـر "تلبيـة احتياجـات سـوق العمـل" (الجـدول 6) مهمتهـا الرئيسـة. بينمـا أكـدت الرؤيـة السـعودية 2030 علـى "ريـادة الأعمـال" كرسـالة أساسـية للشـباب والاجيـال القادمـة وفـي ضـوء ذلـك يجـب علـى هـذه الكليـات العمـل علـى إثـارة زوايـا تتعلـق بالابتـكار وتنميـة الأعمـال أي إلـى "خلـق فـرص عمـل" و / أو "توسـيع عقليـة سـوق العمـل" جنبـا الـى جنـب مـع الفكـر التقليـدي السـائد ب "تلبيـة احتياجـات سـوق العمـل" .

ثالثًـا- تجاهلـت رسـائل كليـات الأعمـال السـعودية وبشـكل صـارخ مصطلحـات مثـل "بحـث" و "عالمـي" والـذي يشـير إلـى عـدم وجـود الأنشـطة البحثيـة كأولويـة فـي فكـر إدارة وتشـغيل هذه الكليـات الفائقـة الأهميـة فـي دورة العالـم الاقتصـادي الـذي يعتمـد بشـكل رئيـس علـى الأبحـاث فـي تقديـم الابتـكارات الإنتاجيـة فـي كل القطاعـات. ويشـير كذلـك إلـى تقوقـع هـذه الكليـات عـن التفاعـل مـع متطلبـات التعليـم العالـي الدوليـة والعالميـة ومسـتجداته واقتصـار حراكهـا علـى السـاحة المحليـة، الشـيء الـذي سـيلقي بظلالـه علـى إدراك ومهـارة خريجيهـا ونجاحاتهـم فـي أسـواق العمـل.

رابعـا- اسـتنادا إلـى النظـام الجديـد لحوكمـة الجامعـات السـعودية، سـيتم منـح جميـع جامعات القطـاع العـام الاسـتقلال المالـي وسـيُطلب منهـا توفيـر مـوارد تعـزز التنميـة المسـتدامة لوظائفهـا المتنوعـة ومشـاركة الالتزامـات الماليـة للجامعـات مـع وزارة التعليـم. وحيـث ان العديـد مـن كليـات إدارة الأعمـال السـعودية حاليـاً تقـوم بانتهـاج مطّـرد للكثيـر مـن أنشـطة الاسـتثمار وتوليـد الأمـوال والعوائـد فـي أشـكال وصيـغ متباينـة مثـل التدريـب والاستشـارات والأبحـاث التسـويقية

مما يشكل موردا استثماريا لها ولجامعاتها، غير أن هذه الأنشطة -البالغة التأثير- لا تنعكس في بيانات رسائلهم مما يشكّل إهمالاً غير مبرر لهذا الجانب التنافسي الأكثر مصداقية في توضيح الدور الحساس الذي تقوم به هذه الكليات في خدمة جامعاتها ومن ثم مجتمعاتها بما يكفل الرفاه الاقتصادي لمواطنيها.

خامسًا- لم تتم الاشارة في أي من هذه الكليات إلى أهمية العناية بمستوى ونوع العلاقة بخريجيها في بيانات رسائلها، مع العلم بأن العديد من هذه الكليات تستحوذ على إرثٍ يمتد لأعوام بل عقود من الزمن وبيانات غنيّة حول شبكات الخريجين من تخصصاتها وفي وضع جيد للغاية يمكّنها وبشكل متوازن من زيادة معدّل توظيف مخرجاتها وصياغة تأثيرها وفاعليتها على أسواق العمل وتمكينها من الاستجابة والتعامل مع التغيير.

سادساً- على عكس مؤسسات التعليم العالي المهنية الأخرى والتي قد تمتلك أصولا استثمارية مثل المختبرات أو المعدات او التقنيات باهظة الثمن، يبرز عضو هيئة التدريس بكليات إدارة الأعمال كأكثر الأصول ثقلا في معادلة النجاح. ولكن ومرة أخرى، لا ينعكس أي اهتمام - تقريبا والى حد كبير في جميع بيانات رسائل الكليات التي اشتملت دراستها في هذا البحث.

سابعاً- في هذا العصر المتسارع يتم وضع خرائط للمنظمات على أساس التقدم التقني ومع الأخذ في الاعتبار أن المملكة العربية السعودية أصبحت تحتل مركزًا عالميا في العديد من المجالات بما في ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما وأنها تلعب دورًا حيويًا في تعزيز (التقنية) في جميع أعمال الأنشطة التنموية التجارية والحكومية وتنتهج - وبشكل مبرمج - التحول الرقمي كمظهر رئيس في رؤية 2030، كل ذلك جعل اخفاق مصطلح "التقنية" في الظهور كمكون رئيس في العبارات التي شملتها الدراسة من المفارقات المحبطة والتي كان من الواجب رصدها وبخط عريض وبارز في رسائل كليات إدارة الأعمال .

ثامناً- اشتهرت كليات إدارة الأعمال -دائمًا- بدورها الجوهري القيادي في شتّى أنشطة المجتمعات الاقتصادية الحديثة (Cunliffe & Wilson, 2017; Bolton, 1996). رصدت الدراسة الغياب التام لتنمية الجوانب والمهارات القيادية –أو حتى الإشارة اليها - في بيانات رسائل كليات إدارة الأعمال السعودية والذي يعتبر قوتها الأساسية ودورها الرئيس وخصوصيتها الواضحة مقارنة بالكليات المتخصصة الأخرى.

تاسعاً- برز جانب "الاهتمام بالمسؤولية البيئية" باعتباره الحلقة الأضعف في بيانات رسائل كليات إدارة الأعمال. ففي الوقت الذي يدرك فيه السياسيون وقادة المنظمات أن موضوع "الأعمال الخضراء" يكتسب مزيدا من الأنصار حول العالم من الناحية الاستراتيجية، فقد أصبح لزاما على المنظمات- أكثر من أي وقت مضى- أن تثبت لعملائها وأصحاب المصلحة (المستفيدين) توافقها مع معايير الاستدامة وأن جهودها الخضراء تعتبر جوهرية في جميع أنشطتها، الشيء الذي يساعد على خلق تميّزها عن المنافسين. تشارك كليات إدارة الأعمال في تشكيل قادة الأعمال في المستقبل وبالتالي أصبح من مسؤوليتها المهنية تضمين المسؤولية البيئية في كل ممارستها ومناهجها الدراسية. (Schaper, 2002) إنه الوقت المناسب لقادة كليات إدارة الأعمال في جميع أنحاء العالم لتحمل هذه المسؤولية وتضمينها كجزء من رسالتها لممارسة أنشطة مسؤولة بيئيًا وتثقيف طلابها ومنسوبيها ومجتمعاتها.

أخيرًا- تقدم هذه الورقة أيضًا توصيات للدراسات المستقبلية حول الرسالة (المهمة). وهذا يضمن أيضًا تطوير معايير منفصلة لتقييم بيانات الرسالة والرؤية للمؤسسات التعليمية. على سبيل المثال، يجب أن يتضمن محتوى بيانات الرسالة (المهمة)، (1) الطلاب والخريجين وأرباب العمل وأولياء الأمور وأعضاء هيئة التدريس والموظفين باعتبارهم "عملاء" ، (2) برامج المرحلة الجامعية والدراسات العليا الماجستير والدكتوراة والدبلوم والشهادات باعتبارها "خدمات تعليمية" ؛ (3) التدريب والاستشارات والأبحاث التسويقية مثل "خدمات الشركات" ؛ (4) المحلية والإقليمية والدولية تحت مفهوم "مواقع السوق" .

الاستنتاجات:

تقوم كليات إدارة الأعمال في المملكة العربية السعودية بمراجعة رسائلها بعد كل بضع سنوات مثلها مثل جميع المنظمات التجارية وغير التجارية الأخرى، وقد أظهر البحث أوجه قصور في بيانات الرسالة التي قدمتها هذه الكليات وهذا هو الوقت المناسب للقيام بقفزة نوعية في تحديث بيانات رسائلها (مهامها) والتمشي مع وجهة نظر أصحاب المصلحة الشاملة والمستقبلية. وجود برنامج بطموح وتركيز (رؤية 2030) سيفسح المجال أمام هذه الجهود لمواكبة التطلعات الحكومية والمجتمعية وخصوصا في ظل ارتفاع حدة المنافسة في قطاعات التعليم العالمية.

محددات الدراسة:

تشمل القيود المفروضة على هذا البحث استنتاجات يتم استخلاصها على أساس المحتوى الموجود على المواقع الإلكترونية الرسمية المتاحة للجمهور والخاصة بالجامعات الحكومية، حيث لم يتم التطرق الى أي جامعات أهلية وذلك لوجود تباين واضح في مصادر التمويل والمستهدف من تقديم الخدمات التعليمية لكلا القطاعين. وقد تم استخدام تحليل المحتوى كأسلوب تحليل رئيسي انتقدته الدراسات السابقة باعتباره ذات طبيعة ذاتية للغاية. غير أن ذلك يفتح المجال أمام دراسات أعمق وأكثر شمولية في رصد تنامي أهمية المحاور الاستراتيجية لدى إدارات الجامعات السعودية والأدوار المناطة بها لتحقيق رفاهية مجتمعها وصقل الصورة العلمية والبحثية اللائقة بالمؤسسات التعليمية السعودية.

الملحق (أ): قائمة كليات الأعمال بالجامعات الحكومية السعودية

رقم	اسم الجامعة	اسم الكلية
1	**جامعة الامام عبد الرحمن بن فيصل**	كلية إدارة الأعمال
2	**جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية**	كلية إدارة الأعمال
3	**جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن**	كلية إدارة الأعمال
4	**جامعة الباحة**	كلية إدارة الأعمال
5	**جامعة الجوف**	كلية إدارة الأعمال
6	**جامعة الحدود الشمالية**	كلية إدارة الأعمال
7	**جامعة السعودية الإلكترونية**	كلية إدارة الأعمال
8	**جامعة الطائف**	كلية إدارة الأعمال
9	**جامعة القصيم**	كلية إدارة الأعمال
10	**جامعة المجمعة**	كلية إدارة الأعمال
11	**جامعة الملك خالد**	كلية إدارة الأعمال
12	**جامعة الملك سعود**	كلية إدارة الأعمال
13	**جامعة الملك عبد العزيز**	كلية الاقتصاد والإدارة
14	**جامعة الملك فهد للبترول والمعادن**	كلية الإدارة الصناعية
15	**جامعة الملك فيصل**	كلية إدارة الأعمال
16	**جامعة أم القرى**	كلية إدارة الأعمال

17	**جامعة بيشة**	كلية إدارة الأعمال
18	**جامعة تبوك**	كلية إدارة الأعمال
19	**جامعة جازان**	كلية إدارة الأعمال
20	**جامعة جدة**	كلية إدارة الأعمال
21	**جامعة حائل**	كلية إدارة الأعمال
22	**جامعة حفر الباطن**	كلية إدارة الأعمال
23	**جامعة شقراء**	كلية إدارة الأعمال
24	**جامعة طيبة**	كلية إدارة الأعمال
25	**جامعة نايف للعلوم الأمنية**	كلية إدارة الأعمال
26	**جامعة نجران**	كلية إدارة الأعمال
27	**جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز**	كلية إدارة الأعمال

الملحق (ب): رسائل كليات الأعمال بالجامعات السعودية

اسم الجامعة: اسم الكلية	رسالة كلية الأعمال
جامعة الامام عبد الرحمن بن فيصل: كلية إدارة الأعمال	تحقيق الامتياز في التعليم والبحث في مجال الأعمال التجارية من خلال توفير بيئة أكاديمية حيوية تعزز التعلم وتمكّن الطلاب من اكتساب المهارات اللازمة لكي يصبحوا مهنيين رائدين في مجال علم الإدارة
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية إدارة الأعمال	توفير بيئة علمية ومهنية بجودة عالية في تخصصاتها، تستقطب أعلى الكفاءات في مجالات التعليم والتدريب والاستشارة والبحث العلمي، وتؤهل مختصين ومهنيين متميزين بالمعرفة والمهارات الأساسية والرؤية الشرعية من خلال برامج أكاديمية معتمدة تمكنهم من المنافسة في سوق العمل والمساهمة في خدمة المجتمع
جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: كلية إدارة الأعمال	تثقيف وإلهام القيادات النسائية ورائدات الأعمال والباحثات لإحداث تغييرات فعّالة في ممارسة الأعمال التجارية، وإعطاء قيمة إلى الاقتصاد والمجتمع محلياً وعالمياً.
جامعة الباحة: كلية إدارة الأعمال	تقديم تعليم نوعي وبحث علمي رصين في مجال إدارة الأعمال في بيئة اكاديمية محفزة وضمن شراكة مجتمعية فاعلة.

جامعة الجوف: كلية إدارة الأعمال	توفير بيئة أكاديمية وبحثية جاذبة لإعداد كوادر متميزة في مجالات الأعمال المختلفة بما يلبي احتياجات سوق العمل من خلال استقطاب كوادر بشرية كفؤة لتقديم برامج أكاديمية ومهنية تتفق مع رؤية المملكة 2030.
جامعة الحدود الشمالية: كلية إدارة الأعمال	إعداد وتخريج طلبة ذوي قدرات علمية وبحثية مميزة في بيئة أكاديمية محفزة تساهم في التنمية الشاملة وذلك من خلال: * استقطاب أعضاء هيئة تدريس متميزين أكاديميا. * الكوادر الإدارية المؤهلة. * تقديم برامج علمية معتمدة ذات جودة أكاديمية عالية.
جامعة السعودية الالكترونية: كلية إدارة الأعمال	تقدم برامج نوعية عالية الجودة لكافة شرائح المجتمع، باستخدام التعلم المدمج، وتسهم في إنتاج المعرفة وخدمة المجتمع بما يحقق متطلبات التنمية عبر التوظيف الأمثل للتقنية وتفعيل الشراكات المحلية والعالمية.
جامعة الطائف: كلية إدارة الأعمال	إعداد خريج متميز قادر على المنافسة إقليميا ودوليا، وتوفير بيئة بحثية مناسبة لتنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس، والمساهمة الفاعلة في النهوض بالمجتمع.
جامعة القصيم: كلية إدارة الأعمال	تقديم تعليم إداري متطور ومعتمد في إدارة الاعمال لإعداد كفاءات مؤهلة تفي باحتياجات سوق العمل، وتقديم خدمات مجتمعة وأبحاث تطبيقية متميزة، بما يرتقي بالمجتمع المحلي ويسهم في تنمية موارد الكلية واستدامتها.
جامعة المجمعة: كلية إدارة الأعمال	تقديم برامج أكاديمية ذات جودة عالية تحقق الشراكة المستدامة مع المجتمع لتعزيز الولاء والانتماء للوطن.
جامعة الملك خالد: كلية إدارة الأعمال	"توفير بيئة اكاديمية وبحثية جاذبة لإعداد كوادر متميزة ذات معرفة متخصصة في مجال المال والأعمال لتلبية احتياجات سوق العمل وخدمة المجتمع من خلال التوظيف الأمثل للتقنية».
جامعة الملك سعود: كلية إدارة الأعمال	توفير بيئة تعليمية مميزة لإعداد متخصصين وقادة أعمال بمنظور عالمي، وإجراء بحوث تسهم في الإرتقاء بالمعرفة في إدارة الأعمال والتنمية الإقتصادية، وبناء شراكات مجتمعية فاعلة محلياً وعالمياً.

جامعة الملك عبد العزيز: كلية الاقتصاد والإدارة	تحقيق موقع الريادة في تأسيس شراكات فاعلة من خلال التميز في التعليم والتعلم الفعّال، البحث العلمي، وبرامج المسؤولية المجتمعية، سعيا نحو المواءمة بين مخرجات الكلية ومتطلبات سوق العمل.
جامعة الملك فهد للبترول والمعادن: كلية الإدارة الصناعية	تخريج الطلاب من ذوي المعرفة والمهارات والإمكانات القيادية التي تجعلهم أكثر من يبحثون عنهم من قبل أصحاب العمل في المنطقة. نحن ننتج أبحاث عالية الجودة تحظى بتقدير كبير من قبل أصحاب الأعمال. نشارك المجتمع في خدمات قيمة ومثيرة.
جامعة الملك فيصل كلية إدارة الأعمال	تقديم برامج تعليمية رائدة وبحوث علمية متميزة ودراسات واستشارات متخصصة في مجال إدارة الأعمال، وإعداد كفاءات بشرية مؤهلة للإبداع والابتكار تتصف بالروح الريادية والقيم الأخلاقية، وتطوير الشراكات المجتمعية المثمرة على المستوى الوطني والإقليمي.
جامعة ام القرى: كلية إدارة الأعمال	خدمة مكة المكرمة وأصحاب المصلحة فيها من خلال تهيئة البيئة المناسبة التي تساعد على تقدم التحصيل العلمي في إدارة الأعمال، من أجل إنتاج قادرين عاملين متمسكين بالقيم الإسلامية؛ المتمثلة في الأمانة والشرف وخدمة المجتمع وضيوف الرحمن. * تتضح رسالة كلية إدارة الأعمال وقيمها الأساسية في برامجها وثقافة المؤسسة التي يتبناها أعضاء هيئة التدريس والموظفون الذين هم قدوة يحتذى بهم.
جامعة بيشة: كلية إدارة الأعمال	تقديم برامج نوعية ذات جودة عالية وإنتاج بحوث تطبيقية وإبداعية تلبي احتياجات سوق العمل والتنمية المستدامة.
جامعة تبوك: كلية إدارة الأعمال	تقديم برامج تعليمية جامعية متميزة لتخريج كوادر بشرية مؤهلة بالمعرفة والقدرات والمهارات وإجراء البحوث العلمية الإبداعية لتقديم خدمة للمجتمع والمشاريع التنموية لمنطقة تبوك.
جامعة جازان: كلية إدارة الأعمال	• إعداد كوادر بشرية محترفة مؤهلة بالعلوم الإدارية الحديثة تجعل منهم قيمة مضافة في الإدارة والأعمال. • دراسة التحديات المحلية والعالمية في مجال الإدارة والأعمال وإيجاد الحلول العلمية • تقديم خدمات تدريبية واستشارية عالية الجودة للمجتمع المحلي.

جامعة جدة: كلية إدارة الأعمال	أن تكـون بيئـة تعليميـة بحثيـة رائـدة لاحتياجـات المجتمـع، داعمـة لاقتصاديـات المعرفـة والأعمـال.
جامعة حائل: كلية إدارة الأعمال	إعـداد وتأهيـل طـلاب وخريجيـن فـي مجـال إدارة الاعمـال والعلـوم الإداريـة وفـق معاييـر الجـودة والاعتمـاد مـن خـلال بيئـة محفـزة وداعمـة وبرامـج أكاديميـة متنوعـة وشـراكة مجتمعـة فاعلـة وإجـراء البحـوث التطبيقيـة بمـا يسـهم فـي سـد احتياجـات سـوق العمـل وتحقيـق التنميـة المسـتدامة.
جامعة حفر الباطن: كلية إدارة الأعمال	تقديـم برامـج تعليميـة وبحثيـة ذات جـودة عاليـة فـي العلـوم الإداريـة، بشـراكات مجتمعيـة، يسـهم خريجوهـا بفاعليـة فـي سـوق العمـل وخدمـة المجتمـع.
جامعة شقراء: كلية إدارة الأعمال	إعـداد خريجيـن قادريـن علـى المنافسـة مـن خـلال برامـج تعليميـة متميـزة تتوافـق مـع متطلبـات سـوق العمـل المحلـي والإقليمـي والدولي.
جامعة طيبة: كلية إدارة الأعمال	إعداد متخصصيـن وقـادة أعمـال يصنعـون فرقـاً بالمملكـة، مـن خـلال بيئـة أكاديميـة متميـزة ومحفـزة للتعليـم المبتكـر والبحـوث العلميـة عاليـة التأثيـر والشـراكة المجتمعيـة الفاعلـة لتعزيـز التنميـة المسـتدامة واقتصـاد المعرفـة.
جامعة نايف للعلوم الأمنية: كلية إدارة الأعمال	إعـداد الكفـاءات والقيـادات المؤهلـة علميـاً ومهنيـاً فـي العلـوم الإداريـة وتمكينهـم مـن النهـوض ببرامـج التحـول الوطنـي وتنفيـذ برامـج التنميـة المسـتدامة وتحقيـق الأمـن الشـامل محليـاً وعربيـاً.
جامعة نجران: كلية إدارة الأعمال	تقديـم المعرفـة العلميـة والعمليـة فـي المجـالات الإداريـة والماليـة، والارتقـاء بالمسـتوى الفكـري للطـلاب والطالبـات مـن خـلال توفيـر كافـة الخدمـات البحثيـة والأكاديميـة وتصميـم البرامـج الدراسـية التـي تتفـق مـع رسـالة الجامعـة فـي أطـار القيـم الإسـلامية.
جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز: كلية إدارة الأعمال	تسـعى لتقديـم كـوادر وروّاد أعمـال علـى مسـتوى عـالٍ مـن الكفـاءة والابتـكار والمهنيـة، مـن خـلال بيئـة أكاديميـة وبحثيـة ذات شـراكة مجتمعيـة، وبمـا يتوافـق مـع المعاييـر الأكاديميـة الوطنيـة والدوليـة

الملحق (ج): بيانات رسائل كليات إدارة الأعمال - تحليل الخصائص

اسم الجامعة	عدد الكلمات	مسؤول إجتماعيا	مسؤولة بيئيا	يحسم المصالح بين مختلف أصحاب المصلحة	مستمر	ملهمة	يحدد فائدة منتجات الشركات	<250 كلمة في الطول	سعة النطاق
جامعة الامام عبد الرحمن بن فيصل:	32			√			√	√	√
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	42	√		√	√		√	√	√
جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن	20	√		√	√	√		√	√
جامعة الباحة:	18	√						√	√
جامعة الجوف:	32			√		√		√	√
جامعة الحدود الشمالية:	36	√		√			√	√	√
جامعة السعودية الالكترونية:	29	√			√		√	√	√
جامعة الطائف:	22	√		√				√	√
جامعة القصيم:	31	√		√			√	√	√
جامعة المجمعة:	15	√		√		√		√	√
جامعة الملك خالد:	26	√		√	√		√	√	√
جامعة الملك سعود:	27	√		√	√		√	√	√
جامعة الملك عبد العزيز:	28	√			√		√	√	√
جامعة الملك فهد للبترول والمعادن:	38	√		√	√	√	√	√	√
جامعة الملك فيصل	34	√		√	√		√	√	√
جامعة ام القرى:	60	√		√	√	√	√	√	√
جامعة بيشة:	16						√	√	√
جامعة تبوك:	23	√		√		√	√	√	√
جامعة جازان:	37	√		√				√	√
جامعة جدة:	12						√	√	√
جامعة حائل:	38			√			√	√	√

جامعة حفر الباطن:	20	√		√			√	√	√
جامعة شقراء:	18			√				√	√
جامعة طيبة:	27	√		√		√	√	√	√
جامعة نايف للعلوم الأمنية:	24			√	√	√	√	√	√
جامعة نجران:	32					√		√	√
جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز	31	√		√	√		√	√	√
المجاميع	**768**	**19**	**0**	**21**	**11**	**9**	**19**	**27**	**27**

الملحق (د): بيانات رسائل كليات إدارة الأعمال ـ تحليل المكونات

اسم الكلية والجامعة	عدد الكلمات	الاهتمام بالبقاء والنمو والربحية	الاهتمام بالموظفين	الاهتمام بالصورة العامة	مفهوم الذات	فلسفة	تقنية	الأسواق	المنتجات أو الخدمات	العملاء
جامعة الامام عبد الرحمن بن فيصل: كلية إدارة الأعمال	32		√	√					√	√
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية إدارة الأعمال	42		√	√		√			√	√
جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: كلية إدارة الأعمال	21			√	√	√		√		√
جامعة الباحة: كلية إدارة الأعمال	18			√					√	√
جامعة الجوف: كلية إدارة الأعمال	32		√	√					√	√

جامعة الحدود الشمالية: كلية إدارة الأعمال	36		√					√	√
جامعة السعودية الالكترونية: كلية إدارة الأعمال	29	√		√	√		√	√	√
جامعة الطائف: كلية إدارة الأعمال	22	√	√	√			√		√
جامعة القصيم: كلية إدارة الأعمال	31	√		√				√	√
جامعة المجمعة: كلية إدارة الأعمال	15			√			√	√	
جامعة الملك خالد: كلية إدارة الأعمال	26			√			√	√	√
جامعة الملك سعود: كلية إدارة الأعمال	21			√			√		√
جامعة الملك عبد العزيز: كلية الاقتصاد والإدارة	28			√				√	√
جامعة الملك فهد للبترول والمعادن: كلية الإدارة الصناعية	38			√			√		√
جامعة الملك فيصل كلية إدارة الأعمال	34			√			√	√	√
جامعة ام القرى: كلية إدارة الأعمال	60		√	√	√		√	√	√

جامعة بيشة: كلية إدارة الأعمال	16	√						√		
جامعة تبوك: كلية إدارة الأعمال	23			√				√	√	√
جامعة جازان: كلية إدارة الأعمال	34			√				√	√	√
جامعة جدة: كلية إدارة الأعمال	12			√	√					
جامعة حائل: كلية إدارة الأعمال	36	√		√					√	√
جامعة حفر الباطن: كلية إدارة الأعمال	20			√					√	√
جامعة شقراء: كلية إدارة الأعمال	18							√	√	√
جامعة طيبة: كلية إدارة الأعمال	27	√		√				√	√	√
جامعة نايف للعلوم الأمنية: كلية إدارة الأعمال	24				√			√	√	√
جامعة نجران: كلية إدارة الأعمال	32					√			√	√
جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز: كلية إدارة الأعمال	31			√						√
المتوسط و المجموع	28.4	6	6	22	4	4	2	13	21	24

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً المراجع العربية:

الفلاح، خالد (2020). تحليل وتصنيف تحولات الأعمال. مجلة التجارة والتمويل، 3، جامعة طنطا.

ثانياً المراجع الأجنبية:

Adam, A.K.(2016). *Strategy and success factors of business schools*. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-14519-4

Baczynska, A. and Korzynski, P. (2017). Leadership competencies among managers. *Central European Management Journal, 25* (2), 6-22 https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.193

Bart, C. K. (1997). Sex, lies and mission statements. *Business horizons*, 9-18. https://doi.org/10.1016/S0007-6813(97)90062-8

Bartkus, B. R., Glassman, M., & McAfee, R. B. (2004). A comparison of the quality of European, Japanese and us mission statements: A content analysis. *European Management Journal*, *22*(4), 393-401. https://doi.org/10.1016/j.emj.2004.06.013

Bolton, A. (1996). The leadership challenge in universities: The case of business schools. *Higher Education, 31*(4), 491-506. https://doi.org/10.1007/BF00137128

Braun, S., Wesche, J. S., Frey, D., Weisweiler, S., & Peus, C. (2012). Effectiveness of mission statements in organizations-A review. *Journal of Management and Organization*, *18*(4), 430. https://doi.org/10.1017/S1833367200000687

Cortés Sánchez, J. D. (2018). Mission statements of universities worldwide: Text mining and visualization. *Intangible Capital*, *14*(4), 584-603. https://doi.org/10.3926/ic.1258

Crawford Barniskis, S. (2016). Deconstructing the mission: A critical content analysis of public library mission statements. *The Library Quarterly*, *86*(2), 135-152. https://doi.org/10.1086/685403

Creamer, E. G., & Ghoston, M. (2013). Using a mixed methods content analysis to analyze mission statements from colleges of engineering. *Journal of Mixed Methods Research*, *7*(2), 110-120. https://doi.org/10.1177/1558689812458976

Cunliffe, A. L., & Wilson, J. (2017). Can Leadership Be Taught?. Storey, J. Hartley, J.-L. Denis, P.'t Hart and Ulrich. D. (Eds.). *The Routledge Companion to Leadership*.

David, F. R. (1989). How companies define their mission. *Long range planning*, *22*(1), 90-97. https://doi.org/10.1016/0024-6301(89)90055-1

David, F. R., & David, F. R. (2003). It's time to redraft your mission statement. *Journal of Business Strategy*, *24*(1), 11-14. https://doi.org/10.1108/02756660310508218

David, F. R., & David, F. R. (2012). *Strategic management: Concepts and cases: A competitive advantage approach*. Pearson.

David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2014). Mission Statement Theory And Practice: A Content Analysis And New Direction. *International Journal of Business, Marketing, & Decision Science*, *7*(1).

Davies, S. W., & Glaister, K. W. (1997). Business school mission statements—the bland leading the bland?. *Long Range Planning*, *30*(4), 481-604. https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)00038-1

Drucker, P. (1973). *Management: Task, responsibilities, practices*. New York: Harper & Row.

Holosko, M. J., Winkel, M., Crandall, C., & Briggs, H. (2015). A content analysis of mission statements of our top 50 schools of social work. *Journal of Social Work Education*, *51*(2), 222-236. https://doi.org/10.1080/10437797.2015.1012922

Holsti, O. R. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading, MA: Addison-Wesley

Hyndman, N., & Eden, R. A. (2001). *The co-ordination of mission statements, objectives and targets in UK executive agencies*. London: Chartered Institute of Management Accountants.

Kemp, S., & Dwyer, L. (2003). Mission statements of international business schools: a content analysis.*Tourism management*,*24*(6), 635-653. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00049-9

King, D. L., Case, C. J., & Premo, K. M. (2014). Does company size affect mission statement content?. *Academy of Strategic Management Journal*, *13*(1), 21.

King, W. R., & Cleland, D. I. (1978). *Strategic planning and policy*. Van Nostrand Reinhold Company.

Kirkpatrick, S. A., Wofford, J. C., & Baum, J. R. (2002). Measuring motive imagery contained in the vision statement. *The Leadership Quarterly*, *13*(2), 139-150. https://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00096-6

Lewkonia, R. M. (2001). The missions of medical schools: The pursuit of health in the service of society. *BMC Medical Education*, *1*(4). Advance online publication. https://doi.org/10.1186/1472-6920-1-4

Lin, Y. H., Ryan, C., Wise, N., & Low, L. W. (2018). A content analysis of airline mission statements: Changing trends and contemporary components. *Tourism management perspectives*, *28*, 156-165. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.005

Mazurek, G., Korzynski, P., Gorska, A., & Palyga, A. (2020). Mission statements in FT ranked European business schools-a content analysis. https://doi.org/10.35808/ersj/1565

Mburu, P., Matenge, T., Amanze, D., & Makgosa, R. (2013). Corporate branding in Botswana: A content analysis of visual brand elements. *Journal of Business Theory and Practice*, *1*(2), 262-284. https://doi.org/10.22158/jbtp.v1n2p262

McKenna, J. F., Cotton, C. C., & Van Auken, S. (1995). Business school emphasis on teaching, research and service to industry. *Journal of Organizational Change Management*. https://doi.org/10.1108/09534819510084319

Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage Publications.

Organ, J. (2010). Missing missions: Further reflections on institutional pluralism (or its absence). *Journal of Legal Education*, *60*, 157–167.

Orwig, B., & Finney, R. Z. (2007). Analysis of the mission statements of AACSB-accredited schools. *Competitiveness review: An International Business Journal*. https://doi.org/10.1108/10595420710844343

Palmer, T. B., & Short, J. C. (2008). Mission statements in US colleges of business: An empirical examination of their content with linkages to configurations and performance. *Academy of Management Learning & Education*,*7*(4), 454-470. https://doi.org/10.5465/amle.2008.35882187

Pearce, J., & David, F. (1987). The bottom line on corporate mission statements. *Academy of Management Executive*, *1*. https://doi.org/10.5465/ame.1987.4275821

Peyrefitte, J., & David, F. R. (2006). A content analysis of the mission statements of United States firms in four industries. *International Journal of Management*, *23*(2), 296.

Pineno, C. J. (2007). The business school strategy: continuous improvement by implementing the balanced scorecard. *Research in Higher Education Journal*, *1*, 68-77.

Pitt, L., Sattari, S., & Bevelander, D. (2010). Are business school mission statements readable?: Evidence from the top 100. *Journal of Strategic Management Education*, *6*(4), 1-16. https://doi.org/10.1108/13563281111186931

Powers, E. L. (2012). Organizational mission statement guidelines revisited. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, *16*(4), 281-290. https://doi.org/10.19030/ijmis.v16i4.7304

Pucciarelli, F., Kaplan, A.M. (2016). Competition and strategy in higher education: managing complexity and uncertainty. *Business Horizons*, *59*, 311-320. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.003

Saudi Arabia | Ranking Web of Business Schools: https://www.webometrics.info/en/Asia/Saudi%20Arabia%20 [Accessed on 16-June-2019]

Schaper, M. (2002). Environmental concerns among tertiary business school students. *Australian Journal of Environmental Education, 18,* 71-76. https://doi.org/10.1017/S0814062600001142

Soni, S., & Govender, K. (2018). The Relationship between Service Quality Dimensions and Brand Equity: Higher Education Students' Perceptions. *Journal of Management and Business Administration. Central Europe*,*26*(3), 71-87. https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.236

Wintermute, H. E. (2019). Make It So: Mission Statements in Library Technical Services Units. *Technical Services Quarterly*, *36*(2),117-141.https://doi.org/10.1080/07317131.2019.1584987

Romanization Arabic References: الترجمة الصوتية لمصادر ومراجع اللغة العربية:

alfalāaḥu khālida 2020). taḥlīlun wataṣnīfu taḥawwulāti al'a'māli majallatu al-tijārati wa-al-tamwīli 3 ʻjāmi'ata ṭanṭā

Content analysis of the mission statements of Saudi business schools

Khaled Abdul Rahman Alfalah[1]

Abstract:

The purpose of this paper is to analyze the mission statements of Business Schools in Saudi Arabia. Only 27 Saudi governmental Business Schools were selected for analysis given the salient difference between their objectives and funding resources. It is to be noted that their mission statements were collected from their official websites. Content analysis has been used as the major data analysis technique, in addition to applying what is called "words cloud" as another technique. The paper provides many interesting findings; (1) the length of mission statements ranges from 12 to 60 words, which is far below the recommended international level of 250 words; (2) the length of mission statements is bigger than respective vision statements; (3) 'Technology' has emerged as the lowest component to be found; (4)'Customers', 'Products and Services' and 'Concern for Public Image' turned to be the most frequently occurring components of mission statements; (5)Three major recurrent themes were noticed in the data including: 'meeting the labor market needs', 'offering programs' and 'serving the community/society'. The paper also provides numerous recommendations to academia and policy makers. This also warrants development of separate criteria to evaluate the mission statements of academic institutions. The limitations of this research include: conclusions are drawn based on material found in publicly available official websites, and content analysis has been criticized as being highly subjective in nature.

Keywords: Mission statement, Quality Management, Strategic Management, Words Cloud; Content Analysis, Saudi Universities, Business Schools.

(1) College of Business Administration - King Faisal University (Al-Quway'iyah - K.S.A.)
kalfalah@kfu.edu.sa