

**تفعيل الوظيفة الثالثة للجامعات المصرية في ضوء فلسفة
جامعة الشركات "رؤية استشرافية"**

إعداد

أ.م.د/ ولاء محمود عبدالله محمود

أستاذ أصول التربية المساعد
كلية التربية جامعة بنها

مستخلص البحث:

تعد الجامعة مؤسسة اجتماعية، أنشأها المجتمع لخدمة أغراضه التنموية، باعتبارها تؤثر في المجتمع من خلال ما تقوم به من وظائف متعددة، وكلما كانت الجامعة أكثر التزامًا بمجتمعها من خلال وظيفتها الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع، كانت أكثر قدرة على تحقيق وظائفها في الاستجابة لمطالب المجتمع، والمساهمة في تطويره، ولكن لم تعد الجامعات قادرة على خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه بالقدر الكافي، ومن ثم تبحث الجامعات عن نماذج تساعد في تحسين أدائها التنافسي، وأداء أعمالها بكفاءة وفاعلية، والاستفادة من نموذج جامعة الشركات في تأهيل الجامعات المصرية للمشاركة الفاعلة في تفعيل وظيفتها في خدمة المجتمع، وتلبية احتياجات مؤسسات العمل والإنتاج، حيث يقدم نموذج الجامعة للشركات بنية تعليمية إستراتيجية، يمكنها ربط العمليات الإستراتيجية والتعلم التنظيمي مع بعضها البعض؛ لتحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات، ومن هذا المنطلق، يمكن أن تساعد جامعة الشركات الجامعات التقليدية على تخطي الصعوبات ومواجهة التحديات التي تواجهها، خاصة فيما يتعلق بوظيفة خدمة المجتمع، وانطلاقاً من ذلك، استهدف البحث الحالي تعرّف واقع تحقيق جامعة منها لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات ، وهي: التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشركات المجتمعية، وذلك من خلال استبانة موجهة لأعضاء هيئة التدريس بجامعة منها، وتوصل البحث إلى ضعف تحقيق الجامعة لبعدها نقل التقنية والابتكار، في حين جاء واقع تحقيق بعدي التعليم المستمر والشركات المجتمعية بدرجة متوسطة؛ وذلك طبقاً لآراء أفراد العينة، لينتهي البحث بوضع سيناريوهات لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة الثالثة، خدمة المجتمع، جامعة الشركات، التعليم المستمر، نقل التقنية، الشركات المجتمعية.

Abstract:

The university is a social institution established by the community to serve its developmental purposes, as it influences the community through the multiple functions it performs. And contribute to its development, but universities are no longer able to serve society and achieve its goals sufficiently, and then universities search for models that help improve their competitive performance and perform their work efficiently and effectively and benefit from the corporate university model in qualifying Egyptian universities to participate actively in activating their function in community service and meeting Business and production needs, Where the university model provides companies with a strategic educational structure that can link the processes of strategy and organizational learning with each other to activate the dimensions of the third function of universities. The higher research aimed to identify the reality of the university's achievement of the dimensions of the third job in the light of the philosophy of the corporate university, which are: continuous education, technology transfer and innovation, community companies, through a questionnaire directed to faculty members at Benha University, on a sample of 276 faculty members, The research concluded that the university's achievement of the dimension of technology transfer and innovation was weak, while the reality of the achievement of the dimensions of continuing education and community companies came to a moderate degree. According to the opinions of the sample members, the research ends with setting scenarios to activate the dimensions of the third function of the university in the light of the corporate university philosophy.

Keywords: the third job, community service, corporate university, continuous education, technology transfer and innovation, community companies.

مقدمة:

لم تعد الجامعات معقلاً لتزويد المجتمع بالكفاءات البشرية والفكرية، القادرة على صناعة مستقبل المجتمع وفق متطلبات التنمية المستدامة، بما يتلاءم مع التغيرات والتحديات المتلاحقة، من خلال القيام بوظائفها الأساسية، المتمثلة في التعليم، والبحث العلمي، بل أصبحت من أهم المؤسسات التعليمية التي تؤثر في تطوير وتنمية مجتمعها المحيط بها، وذلك من خلال وظيفتها الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع، والتي تمثل بعداً مهماً لوظائف الجامعات.

فالجامعة مؤسسة اجتماعية، أنشأها المجتمع لخدمة أغراضه التنموية، باعتبارها تؤثر في المجتمع من خلال ما تقوم به من وظائف متعددة، وكلما كانت الجامعة أكثر التحاماً بمجتمعها كانت أكثر قدرة على تحقيق وظائفها، والاستجابة لمطالب المجتمع منها، بحيث يصبح من أهم أهدافها تطوير المجتمع والنهوض به في مختلف المجالات.

وعلى الرغم من أن وظيفة خدمة المجتمع تحتل المرتبة الثالثة بين وظائف الجامعة، فإن لها أهمية خاصة، وتمثل ركيزة أساسية في تحقيق وظائف الجامعة، بحيث يستهدف التدريس خدمة المجتمع، ويكون البحث العلمي موجهاً لخدمة المجتمع التنموية، ولذلك يجب على الجامعات أن تبحث عن تكوين قنوات اتصال مشتركة مع المؤسسات الإنتاجية والخدمية بالمجتمع؛ لتقديم نتائج البحوث العلمية واستشاراتها الفنية المتخصصة، لتطوير المجتمع والارتقاء به (بسطويسي، ٢٠١٢، ٣٥٦).

وعليه، تؤكد دراسة (بسطويسي، ٢٠١٨، ٣٦١) أن الجامعات تعد من أكثر المؤسسات تحملاً لتحقيق الأغراض التنموية للمجتمع، باعتبارها أداة المجتمع الرئيسة في إمداده وتزويده بالكفاءات البشرية المؤهلة فكرياً وعملياً، القادرة على تغيير وصياغة مستقبل المجتمع، بما يتلاءم مع التغيرات والتحديات المعاصرة لقيادة المجتمع، وتوجيهه نحو تحقيق التنمية المستدامة، من خلال أداء وظيفتها في خدمة المجتمع.

وانطلاقاً من أهمية الوظيفة الثالثة للجامعة، والمتمثلة في خدمة المجتمع، وهي لا تقل أهمية عن وظيفتيها الرئيسيتين (التعليم، والبحث العلمي) فإن الحداثة النسبية لانشغال الجامعة والمجتمع بهذه الوظيفة الثالثة، قد أدت إلى تواضع دور الجامعات في تحقيقها، وفي ضوء ذلك يواجه المجتمع

المصري العديد من التحديات، الأمر الذي يجعل من غير المقبول علميًا واجتماعيًا تباطؤ الجامعات المصرية في أداء دورها في هذا الشأن (الخميسي، ٢٠٠٦، ٦١٥).

وفى هذا السياق، تؤكد العديد من الدراسات أن أداء الجامعات لتلك الوظيفة لا زال يعترضه كثير من أوجه القصور؛ حيث لا تزال الأنشطة التي تقوم بها الجامعة في هذا المجال محدودة، ولا ترقى لتحقيق أهداف الجامعة في خدمة المجتمع المحلي، وهي في ذات الوقت لا تتكامل مع وظيفتي التعليم والبحث العلمي، حيث يواجه نظام التعليم الجامعي العديد من التحديات، والتي من أهمها ضعف ارتباط الجامعات بحاجات المجتمع ومتطلباته، إضافة إلى ضعف التخطيط العلمي والمدرّس لتحقيق ربط الجامعات بمتطلبات الحاضر والمستقبل التنموية.

وهذا ما أكدته دراسة (عمار، ٢٠٠٦، ٥٦) حيث أشارت إلى أن وظيفة خدمة المجتمع من قبل الجامعات المصرية يعترضها الغموض؛ وأنها لا تقوم بالدور المنوط بها تجاه المجتمع، فالجامعات المصرية تحتاج إلى أن تكون أكثر تفاعلاً مع مجتمعيها، وأكثر اهتماماً بقضاياها المختلفة.

وفي هذا الإطار أكدت دراسة (الزكي، ٢٠٠٧، ١٦٠) ضعف قيام الجامعات المصرية بدورها في خدمة المجتمع المحلي والعمل على تنميته، وتدني هذا الدور، رغم الإمكانيات العديدة التي تتوافر بالجامعات، كما يتضح أن علاقة الجامعات بالمجتمع لا تزال محدودة وغير مؤثرة أو فعالة، وليست على المستوى المطلوب الذي يتناسب مع إمكانيات الجامعة واحتياجات المجتمع في الوقت ذاته.

كما أشارت دراسة (عمار، ٢٠٠٩، ٤٤) أيضاً إلى أنه رغم التطور الذي حدث في وظائف الجامعة فإن وظيفة خدمة المجتمع قاصرة وهامشية، حيث لا توجد سياسات مخططة إجرائياً وتطبيقياً لفترات زمنية لممارسة أعمال الخدمة في المجتمع والبيئة، برؤية واقعية، ووفق ممارسات جادة، علاوة على انخفاض توفر آليات التنسيق والتعاون بين الجامعات ومؤسسات المجتمع المتعددة.

كما أوضحت دراسة (حسن، ٢٠١٦، ٤٤) ضعف أداء وظيفة خدمة المجتمع بالجامعات المصرية، نظراً لحدائثة القطاع القائم على أدائها ووجود مشكلات وأوجه قصور تتمثل في ضعف المخصصات المالية المتاحة للجامعة في مجال خدمة المجتمع، ضعف في ثقافة التعاون بين الجامعات ومنظمات الأعمال.

وفي نفس السياق أكدت دراسة (العاصمي، ٢٠٢٠، ٢٣) أنه رغم تزايد اهتمام الجامعات بخدمة المجتمع وتنمية البيئة، فإنه لا يزال غير واضح المعالم، بالإضافة إلى غياب الرؤى والخطط الإستراتيجية التي تحدد أدوار الجامعات في هذا المجال، مع تنامي مسؤوليتها تجاه خدمة المجتمع وتنمية البيئة، والتي تؤهلها لمواجهة التطورات والتغيرات الحادثة بالمجتمع، وفي ذات الوقت تمكنها من تحقيق تنمية حقيقية للبيئة المحيطة.

هذا، وتتسم الجامعات بالثبات النسبي في برامجها وأنشطتها المختلفة، في حين تموج بيئة العمل والإنتاج بالزخم الوفير من التحولات المستمرة في بيئة العمل التي تعجز الجامعات بأوضاعها الحالية عن مسايرتها (خاصة فيما يتعلق بتحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات)، الأمر الذي يعد منطلقاً للتغلب على قصور الجامعات في أداء وظيفتها نحو المجتمع، حيث ارتفاع معدلات البطالة بين خريجي الجامعات، وعجز الجامعات على تأهيلهم لبيئة العمل المتغيرة.

وإذا كان الأمر كذلك، فإن جامعة الشركات من أنسب النماذج التي تفعل دور الجامعات في تحقيق الوظيفة الثالثة، من خلال الاستفادة من المزايا التي توفرها تلك الجامعة في التواصل مع المجتمع الخارجي، عن طريق تزويد الموارد البشرية بالمهارات الجديدة التي يتطلبها سوق العمل، فضلاً عن تبني الأفكار الابتكارية والإبداعية، وتبني فلسفة التدريب والتعليم المستمر، وإبرام الشراكات مع مؤسسات العمل والإنتاج.

ومن هذا المنطلق، يمكن أن تساعد جامعة الشركات الجامعات التقليدية على تخطي الصعوبات، ومواجهة التحديات التي تعرقل أداءها لوظائفها، وخاصة فيما يتعلق بوظيفة خدمة المجتمع، حيث أكدت دراسة (Baporikar, 2015, 31) ضرورة تضيق الحدود بين الجامعات التقليدية وجامعات الشركات، لتمكين الأولى من الاستفادة من المزايا التي توفرها الثانية، مثل التدريب والتعلم الجماعي، كبديل أكثر فاعلية للدورات التدريبية القائمة على المحاضرات، حيث تقوم فلسفة جامعة الشركات على ضرورة تطبيق ما يتم تعلمه، ومن ثم فإنه من المفيد دمج الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات في الجامعات التقليدية.

وقد أكدت دراسة (Corocco & Cseh, 2017, 21) أن جامعة الشركات ظهرت نظراً لحاجة المنظمات المختلفة إلى التعليم والتدريب معاً، وكذلك أكدت وجود فجوة بين أهداف الشركات وما

توفره الجامعات التقليدية من برامج تعليمية وتدريبية؛ لذلك عرّفت جامعة الشركات بأنها مؤسسات لدعم التعليم العالي؛ بهدف سد الفجوة التدريبية لدى الشركات، فكل شركة تحتاج إلى نوعية مخصصة من التدريب لا تقوم الجامعات التقليدية بتوفيرها، ومن ثم فإن جامعة الشركات ليس الهدف منها التنافس مع مؤسسات التعليم العالي التقليدية، ولكن تلبية احتياجات الشركات، مع التركيز على مبدأ التعليم المستمر مدى الحياة، وإيجاد علاقة تكاملية - وليست تنافسية - مع الجامعات التقليدية.

وفي سياق متصل، أكدت دراسة (رياض، ٢٠٢٠، ٤) ضرورة توجه الجامعات نحو تبني أنماط جديدة للتعليم الجامعي، تتمثل في جامعة الشركات، لتمكينها من توفير رأس المال الفكري اللازم لتنميتها، ورفع قدرتها لتحقيق ما تسعى إليه من إستراتيجيات، خاصة بعدما عجزت الجامعات التقليدية عن توفير متطلبات تنمية رأس المال الفكري ومواكبة التغييرات والتحويلات المتسارعة والمستمرة في سوق العمل.

وفي ذات السياق أكدت دراسة (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٢٩٥) تأثير بيئات العمل في قطاعات العمل والإنتاج بالمستجدات التكنولوجية، الأمر الذي أدى إلى ضرورة تمكين العاملين وتنمية قدراتهم، بما يؤهلهم للتكيف السريع والمستمر مع المستجدات والتحويلات، لتمتكن الجامعات من البقاء والاستمرار في عالم شديد التنافسية، ومن ثم توفر جامعة الشركات تعليماً بديلاً مؤهلاً للعاملين، والاستفادة من الخبرات الأكاديمية في مجال التخصص، من خلال إبرام عقود شراكة مع الجامعات ومؤسسات التعليم العالي التي رحبت بذلك، ولا سيما في ظل المشكلات والصعوبات التي تواجهها الجامعات، والتي تتحدد في قلة المخصصات الحكومية الداعمة للبحث العلمي، واستغراق الكثير منها في التأسيس النظري البعيد كلياً عن بيئات العمل والإنتاج أو مواكبة مستجداتها وممارساتها التقدمية.

ومن هذا المنطلق، تعد جامعة الشركات كياناً تعليمياً يمثل أداة إستراتيجية، مصممة لمساعدة المنظمة الأم في تحقيق أهدافها، من خلال إجراء الأنشطة التي تعزز التعلم والمعرفة سواء على المستوى الفردي أو المؤسسي، وعلى النقيض من ذلك، فإن الجامعة التقليدية هي مؤسسة تعليمية تمنح درجات البكالوريوس والدراسات العليا في مجموعة متنوعة من الموضوعات، فضلاً عن إجراء

بحث علمي رصين، وعلى الرغم من ذلك، فإنه عادةً ما تقيد الجامعة المؤسسية نطاقها في توفير تدريب خاص بالوظيفة للموظفين الإداريين العاملين بها، ومن جهة أخرى لا تقتصر جامعة الشركات على تقديم التعليم والتدريب الفعال للموظفين، ولكنها تساعد أيضًا المؤسسات للاحتفاظ بالموظفين الأساسيين وترقيتهم (ليصبحوا عمال معرفة)، كما تهتم جامعات الشركات بخدمة المجتمع من خلال الشراكات مع القطاعات الصناعية لتحقيق المكاسب الاقتصادية (Baporikar, 2015, 30-31).

ومن ثم تعد جامعة الشركات - كما تشير دراسة (Gould, 2005, 519) - أحد أنماط التعليم المعاصرة التي يتم من خلالها نقل مسئولية التعليم من الأوساط الأكاديمية إلى قطاع الأعمال، حيث يتميز هذا النمط التعليمي بمواكبته لاحتياجات سوق العمل، واعتماده على مبدأ التعلم المستمر مدى الحياة، كما تشقق مناهجه من القوانين المشكّلة لسوق العمل، علاوة على تصميمها بطريقة تسمح بالمحافظة على القوى العاملة الخبيرة والماهرة.

وقد أثبت الصعود السريع لجامعات الشركات منذ أوائل التسعينيات كما أوضحت دراسة (Rademakers, 2005, 130-135) أنها أكثر من مجرد أسلوب للإدارة، فقد تطورت من كونها مجرد أقسام للتدريب إلى وسائل لنقل المعرفة المتكاملة وتبادلها، وتحقيق الابتكار المعرفي ليس داخل المنظمات فحسب، بل تمتد إلى المجتمع الخارجي، خاصة في ظل تحول التركيز إلى المعرفة؛ باعتبارها محركًا رئيسًا للاقتصاد، حيث تركز جامعة الشركات على تعظيم التعامل مع المعرفة على أنها قضية تجارية مهمة، فينظر إلى الموظفين على أنهم عمال للمعرفة، ينقلون المعرفة ويستخدمونها كمورد ثمين، وكذلك الاهتمام بتدريب الموارد البشرية بحيث يشاركون في البحث والتطوير الخاص بجامعة الشركات، باعتبارهم أدوات للابتكار المعرفي الإستراتيجي داخل المنظمات وفيما بينها، فالنجاح المستدام لجامعة الشركات لا يعتمد فقط على القدرة على جعل إستراتيجية الشركة تعمل من خلال استغلال المعرفة، ولكن أيضًا على تغذية الإستراتيجية من خلال الابتكار المعرفي.

كما تشير دراسة (Baporikar, 2015, 31) إلى أن جامعات الشركات تركز على ربط الجانب التطبيقي بالجانب النظري؛ أي التركيز على التدريب والتعليم في نفس الوقت، الأمر الذي يجعل

جامعات الشركات مختلفة عن الجامعات التقليدية؛ حيث تفتقد الجامعات التقليدية دورها في التركيز على الجوانب التطبيقية أكثر من النظرية، فهي تركز على الجانب النظري وتهمل العملية التدريبية، بينما تعمل جامعة الشركات على التركيز على التدريب المستمر ضمن برامجها التعليمية، مستندة إلى أسس معرفية ترتبط بالتدريب.

وبناء على ما سبق، يتضح أن الجامعات المصرية ما زالت تواجه العديد من التحديات والمشكلات التي تجعلها عاجزة عن أداء أدوارها المجتمعية بفاعلية؛ فهي تعاني من ضعف القدرة على مواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي، ونقص التمويل، وضعف قدرتها على تلبية احتياجات ومتطلبات القطاعات الإنتاجية في المجتمع، إضافة إلى ضعف مستويات الخريجين وقلة امتلاكهم المهارات المتجددة التي يتطلبها سوق العمل، ومن ثم تعاني الجامعات المصرية من ضعف تحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة، الأمر الذي يتطلب ضرورة الاستفادة من نموذج جامعة الشركات، كنموذج جديد أثبت نجاحه في تلبية احتياجات سوق العمل والقطاعات الخدمية الإنتاجية، ويسهم في تحقيق التنمية المجتمعية الشاملة، فتعد جامعة الشركات آلية يمكن من خلالها تحقيق الشراكة بين الجامعات التقليدية والقطاعات الإنتاجية.

مشكلة البحث:

تعاني الجامعات في الوقت الحاضر ضعفاً في تحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة، حيث تواجه تحديات الحاجة للتعليم مدى الحياة؛ بسبب التدفق المستمر للتغيير في المجتمع، والنتائج عن الابتكارات التكنولوجية لزيادة ديناميكيات السوق من خلال تحرير التنظيم والعولمة. حيث تعد المعرفة رصيذاً مهماً، ويمثل التعلم عملية إستراتيجية، فضلاً عن أن مؤسسات التعليم الجامعي هي جامعات تقليدية، تعاني من ضعف قدرتها على ربط ممارساتها التعليمية باحتياجات سوق العمل، حيث تتسم ممارساتها بضعف المرونة والتجديد في ضوء توجهات الاقتصاد الحديث، فهي لا تعدو كونها مجرد مؤسسات تعليمية تقليدية، لا تسعى إلى تطوير العمليات التعليمية والتدريبية والبحثية وفق المتطلبات المجتمعية التي تفرضها التغيرات العالمية والمحلية المتلاحقة.

وتشير دراسة (دياب وكمال، ٢٠١٣، ٨٢٠ - ٨٢١) إلى أن هناك قصوراً واضحاً في أداء الجامعات لوظيفة خدمة المجتمع، وأن أداءها لتلك الوظيفة لا يتكامل مع أدائها للوظائف الأخرى،

الأمر الذي يفرض ضرورة وجود قنوات اتصال واضحة وفاعلة بين الجامعة والمجتمع؛ للمواءمة بين مخرجات التعليم واحتياجات المجتمع.

ومن هذا المنطلق، تؤكد دراسة (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٢٩٩) أن الجامعات المصرية عاجزة عن مواكبة التحولات المتسارعة في المجتمع؛ حيث ارتفع معدلات البطالة بين خريجي الجامعات، وعجز سوق العمل عن توفير فرص العمل المناسبة لهم، كما أن الشهادة الجامعية لم تعد وحدها كافية لدخول سوق العمل وعالم الإنتاج، وهو ما نتج عنه تعالي الأصوات المنادية بضرورة عقد التحالفات والشراكات مع مؤسسات العمل والإنتاج من خلال نموذج جامعة الشركات، وهو ما يؤهل الجامعات التقليدية لتبادل هيئة التدريس، أو التعاون في برامج التدريب، أو اقتراح إجراءات البحث والتطوير والابتكار المستندة إلى المعرفة التكنولوجية.

أي أن الجامعات لم تعد قادرة على خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه، الأمر الذي يتطلب ضرورة إبرام الشراكات والتحالفات الإستراتيجية مع المؤسسات الإنتاجية، ومن ثم تبحث الجامعات عن نماذج تساعد في تحسين أدائها التنافسي وأداء أعمالها بكفاءة وفاعلية، والاستفادة من نموذج جامعة الشركات في تأهيل الجامعات المصرية للمشاركة الفاعلة في تفعيل وظيفتها في خدمة المجتمع وتلبية احتياجات مؤسسات العمل والإنتاج، حيث يقدم نموذج الجامعة للشركات بنية تعليمية إستراتيجية، يمكنها ربط عمليات الإستراتيجية والتعلم التنظيمي مع بعضها البعض؛ لتحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات، وعلى ذلك يمكن صياغة مشكلة البحث الحالي في السؤال الرئيس الآتي:

كيف يمكن تفعيل الوظيفة الثالثة للجامعات المصرية في ضوء فلسفة جامعة الشركات؟

ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية على النحو الآتي:

١. ما الإطار الفكري للوظيفة الثالثة للجامعات المصرية؟
٢. ما الإطار الفلسفي لجامعة الشركات؟
٣. ما أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات؟
٤. ما واقع تحقيق جامعة بنها لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات؟

٥. ما السيناريوهات المقترحة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة

الشركات؟

أهداف البحث:

استهدف البحث الحالي تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات المصرية في ضوء فلسفة جامعة

الشركات، وقد استلزم ذلك التوجه نحو مجموعة من الأهداف الفرعية التي تمثلت فيما يلي:

- استجلاء الإطار الفكري للوظيفة الثالثة للجامعات.
- تحليل الإطار الفلسفي لجامعة الشركات.
- الكشف عن أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.
- رصد واقع تحقيق جامعة بنها لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.
- وضع سيناريوهات مقترحة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

أهمية البحث:

تتضح أهمية البحث الحالي فيما يلي:

١. توجيه القائمين على السياسات التعليمية والمخططين إلى الاستفادة من فلسفة جامعة الشركات في تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات المصرية؛ باعتبارها نمطاً جديداً يمكن الاستفادة منه في ربط الجامعة بقطاعات العمل والإنتاج في المجتمع المصري لتحقيق ميزة تنافسية للجامعات.
٢. تبصير مخططي السياسات التعليمية في التعليم الجامعي، بأهمية دور الجامعات في خدمة المجتمع، من خلال دعم وتعزيز دور القطاعات الجامعية، خاصة قطاع خدمة المجتمع وتنمية البيئة، ومن ثم الإسهام في وضع رؤية علمية لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات في ضوء فلسفة جامعات الشركات، لتحسين الأداء الحالي والمستقبلي لها، الأمر الذي ينتج عنه رفع القدرات التنافسية للجامعات.

٣. مواكبة التوجهات الحديثة للدولة نحو دعم وتعزيز دور الجامعات المصرية بمختلف قطاعاتها، خاصة قطاع خدمة المجتمع وتنمية البيئة، في تحقيق التنمية المجتمعية؛ لما تمثله من مصدر للإبداع والتجديد داخل جميع قطاعات المجتمع، وإعادة النظر في تفعيل الأبعاد المتصلة بخدمة المجتمع بالجامعات في ضوء الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات، وما تتمتع به من خصائص تجعلها في اندماج مع متطلبات التنمية المجتمعية.

منهج البحث وأداته:

سعيًا لتحقيق أهداف البحث الحالي، فإنه قد اعتمد على التكامل بين منهجين بحثيين، هما:

(١) **المنهج الوصفي "Descriptive Analysis"** : والذي يعد من أكثر المناهج ملاءمةً لطبيعة هذا البحث؛ لأنه لا يقف عند مجرد الوصف، بل يمتد لتحليل البيانات وتفسيرها، واستخلاص دلالات ذات مغزى (عبدالحميد وكاظم، ٢٠١١، ١٣٤)؛ بهدف تحليل الإطار الفكري لماهية جامعة الشركات من حيث المفهوم والخصائص والفلسفة الخاصة بها، والتحقق من واقع تحقيق الجامعات المصرية للأبعاد الخاصة بالوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وذلك من خلال الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات التي تغطي محاور البحث.

(٢) **منهج التحليل المستقبلي "Prospective Analysis"** : والذي يتم من خلاله استشراف المستقبل، ويستند هذا المنهج على أسلوب السيناريوهات، وهو أحد أهم الأساليب المنهجية في الدراسات المستقبلية، والذي يتم من خلاله وصف وضع مستقبلي ممكن أو محتمل أو مرغوب فيه، مع توضيح ملامح المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى الوضع المستقبلي؛ وذلك انطلاقًا من الوضع الراهن (حافظ وبحيري، ٢٠٠٦، ١٦٨ - ١٦٩).

حدود البحث:

اقتصر البحث الحالي على الحدود الآتية:

- **الحد الموضوعي:** وتمثل في دراسة الأبعاد الخاصة لوظيفة خدمة المجتمع في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وهي (التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشراكات المجتمعية)، ووضع سيناريوهات مستقبلية لتفعيل تلك الأبعاد في ضوء فلسفة جامعة الشركات.
- **الحد المكاني:** اقتصر على جامعة بنها كنموذج للجامعات المصرية، لتوافقها في خصائصها وفلسفتها مع غيرها من الجامعات المصرية، ومن ثم يمكن تعميم نتائج الدراسة ومقترحاتها بناءً على المشاهد الخاصة بالسيناريو الابتكاري.
- **الحد البشري:** ويتمثل في أعضاء هيئة التدريس جامعة بنها (مدرس، أستاذ مساعد، أستاذ) بكليات الجامعة، وقد اقتصر البحث على عينة عشوائية قوامها ٢٧٦ عضو هيئة تدريس، والتي مثلت أكثر من (١٠%) من المجتمع الأصل الذي بلغ قوامه (٢٦١٠) عضو هيئة تدريس.
- **الحد الزمني:** تم البدء في إجراءات الدراسة الميدانية مع بداية العام ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣، واستمر حتى الانتهاء من تلك الإجراءات.

مصطلحات البحث:

ارتكز البحث الحالي على المصطلحات الآتية:

(١) جامعة الشركات (Corporate University):

تعرف جامعة الشركات على أنها "كيان تعليمي، يمثل أداة إستراتيجية مصممة لمساعدة المنظمة الأم في تحقيق رسالتها، من خلال القيام بأنشطة تنمي التعلم الفردي والتنظيمي والمعرفة والحكمة، وتستخدم تلك الجامعات مناهج مبتكرة لتطوير الأفراد وتوسيع القدرات التنظيمية، وتتضمن جهودًا تعليمية تتجاوز نطاق التدريب التقليدي من خلال أنشطة التدريب التنفيذي، وبرامج التسويق خارجيًا،

وإدارة المعرفة والابتكار المعرفي، كما تركز على إنشاء ثقافة التعلم الخاصة بالمنظمة، وتطوير قدرتها بشكل إستراتيجي لتلبية مطالبها الحالية والمستقبلية" (Tong, 2018, 18-24) . ويمكن تعريف جامعات الشركات إجرائياً بأنها "كيانات تعليمية، تطورت من كونها كيانات تجارية إلى تكوين نفسها كمنتج للمعرفة، وتعد مواردها البشرية هي الأطراف الفاعلة في هذه العملية، وتصبح المصدر الرئيس للميزة التنافسية، وترتبط جامعة الشركات بشكل أكثر وضوحاً بإستراتيجية العمل للمؤسسة، وتهدف إلى تعزيز فرص التعليم المستمر لأعضائها، والربط بين التعليم والتدريب، ونقل التقنية والابتكار من خلال الانتقال بالبحث العلمي من المعمل إلى موقع السوق، وإبرام الشراكات مع المؤسسات الفاعلة في المجتمع؛ لدعم قدرتها التنافسية في مجال خدمة المجتمع".

(٢) الوظيفة الثالثة للجامعة Third Mission

يتم تعريف الوظيفة الثالثة TM على أنها الخدمة (الخدمات) المقدمة من الجامعة إلى المجتمع، بما يتجاوز التدريس والبحث، وهو جهد متعدد من جانب الجهات الفاعلة في الجامعة؛ لنشر الشعور بالمشاركة المجتمعية المتبادلة لمعالجة القضايا ذات الصلة بالمجتمع، والمساهمة في الابتكار والتغيير الاجتماعي، وهي وظيفة غير منفصلة عن وظيفتي التعليم والبحث، بل يجب النظر إليها على أنها وظيفة مكملة للتعليم والبحث العلمي (Compagnuccia & Spigarelli, 2020, 6).

كما تعرف الوظيفة الثالثة للجامعة بأنها " الخدمات والأنشطة والبرامج التي تقدمها الجامعة لخدمة أفراد المجتمع وتنظيماته ومختلف مؤسساته، بحيث يُستفاد منها في عملية التنمية الشاملة، من أجل تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وحل المشكلات التي يعاني منها، وذلك من خلال التوعية والتثقيف وإجراء البحوث التطبيقية والتدريب والتعليم المستمر والاستفادة من الخدمات والاستشارات العلمية (مهناوي، ٢٠١٦، ١١).

ويمكن تعريف الوظيفة الثالثة إجرائياً بأنها " تلك العملية التي تقدم خلالها جامعة بناها الخدمات إلى المجتمع، بما يتجاوز عمليتي التدريس والبحث العلمي، والتي يتم خلالها تمكين أفراد المجتمع ومختلف مؤسساته وقطاعاته من تحقيق أقصى استفادة من الخدمات المتعددة التي تقدمها الجامعة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل والأساليب التي تتناسب مع الظروف الخاصة بالمستفيدين وحاجتهم الفعلية".

(٣) رؤية الإستشراافية: Prospective Vision

ويقصد بها "التصورات أو التوجهات التي يتم من خلالها تقديم عدة صور للمستقبل وفق القواعد العلمية والبيانات والإحصاءات، وتهدف إلى تحديد العوامل الكامنة التي تسهم في تشكيل المستقبل، والكيفية التي يمكن من خلالها التدخل لتوجيه تلك العوامل لتحقيق الأهداف المنشودة التي تم وضعها سلفاً" (عبدالعظيم، ٢٠١٨، ١٧٩).

خطوات البحث:

سعيًا لتحقيق أهداف البحث الحالي، فقد سارت خطواته على النحو الآتي:

الخطوة الأولى: استجلاء الإطار الفكري للوظيفة الثالثة للجامعات.

الخطوة الثانية: تحليل الإطار الفلسفي لجامعة الشركات.

الخطوة الثالثة: الكشف عن أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

الخطوة الرابعة: تقصي واقع تحقيق جامعة بناها لأبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

الخطوة الخامسة: وضع سيناريوهات مقترحة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

ولتنفيذ خطوات البحث، فقد انتظمت محاوره كما يلي:

المحور الأول: الإطار الفكري للوظيفة الثالثة للجامعات:

إن التعليم الجامعي الفعال هو الذي يستطيع الالتحام بحياة المجتمع وأفراده، والقادر على استشعار مشكلاتهم وإحداث التنمية المجتمعية الشاملة، فهو تعليم غير منعزل عن المجتمع ومشكلاته المتجددة في ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية المتسارعة، بل إنه ذو صلة وثيقة بقضاياها الآنية والمستقبلية، وعليه فإن دور الجامعات الفعالة يتحدد في استكشاف مواطن الخلل في المجتمع، والسعي لتقديم العلاج الفعال، وذلك من خلال وظيفتها الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع، والتي تعد مؤشراً لفاعلية الجامعة في تنمية مجتمعيها.

أولاً: الوظيفة الثالثة (النشأة والتطور):

إن خدمة المجتمع من التوجهات الرئيسية التي تسعى الجامعات إلى تحقيقها، فلم تعد تقتصر وظيفة الجامعة على إنتاج المعارف الأكاديمية والثقافية، أو مجرد إجراء البحوث الفلسفية والنظرية فحسب، بل أصبحت تتعدى ذلك، وتتطلع لتطوير أنشطتها؛ بهدف الاستفادة مما تنتجه من معارف خارج الإطار الجامعي، وذلك لتطوير المجتمع المحيط، ومن ثم جعل المجتمع محوراً أساسياً لوظيفيتها في التدريس والبحث العلمي (محمود، ٢٠٠٩، ١٨٢).

وترجع نشأة الوظيفة الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع إلى الجامعات البريطانية في القرن الثامن عشر، حيث تم تقديم محاضرات للميكانيكيين والحرفيين بمعهد جلاسكو بجامعة أندرسون، وقد لاقت الفكرة تطوراً كبيراً، فأدى هذا إلى إنشاء أول معهد للعمال الميكانيكيين، وانتشرت تلك المعاهد بعد ذلك، فكانت ثمرة تعاون الجامعة مع المجتمع، ثم تطورت هذه المعاهد وتحولت إلى جامعات تكنولوجية في القرن العشرين، وأخذت خدمة المجتمع أشكالاً متعددة، منها: المحاضرات خارج الحرم الجامعي عن طريق المقابلات، وبرامج تعليم الكبار، وبرامج المراسلة (عمار، ٢٠٠٦، ٥٣ - ٥٤). هذا، ومع زيادة الطلب الاجتماعي على التعليم الجامعي، ونمو رغبة المجتمع وأفراده في الحصول على خدماته، وإدراك الجامعات العلاقة المصيرية بينها وبين المجتمع المحيط بها، ظهرت المهمة الجديدة الثالثة للجامعة، والتي لم يكن معترفاً بها في بادئ الأمر، ولكنها كانت ضمنية في نشاطاتها التعليمية والبحثية، هذه المهمة الجديدة للجامعات هي خدمة المجتمع، والتي برزت بجانب وظيفة التدريس وإعداد فئات المهنيين ووظيفة البحث العلمي وتوسيع نطاق المعرفة البشرية، وأضحت الجامعات تقدم بصورة متزايدة أنشطة للخدمة العامة لمختلف الجامعات المتخصصة وغير المتخصصة، وذلك في صورة برامج مهنية قصيرة أو طويلة، إضافة إلى البرامج الثقافية (الزكي، ٢٠٠٧، ١٧٤).

وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من البلاد الرائدة في هذا المجال؛ حيث ظهرت المعاهد الميكانيكية مع نظيراتها في إنجلترا، ففي منتصف القرن التاسع عشر بدأت الجامعات الأمريكية تؤكد الدور الخدمي للجامعات، وأن هذا الدور يجب أن يكون متداولاً داخل كل الجامعات بالولايات المتحدة الأمريكية، وأصبحت الجامعات تقدم دورات تدريبية، وبرامج قصيرة في مجالات عديدة،

وبدأت تنغمس في المشكلات الحياتية والبيئية، وأخذت تعترف بفكرة الخدمات الممتدة للجامعات، وأصبح لهذا المفهوم سمة مميزة، تهدف إلى تحقيق الترابط والتعاون والمشاركة بينهما، بل أصبحت جزءاً من ثقافة المجتمع الأمريكي (التل وآخرون، ١٩٩٧، ٥٦١).

هذا، وفي عقدي الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين، شهدت الجامعات في العديد من الدول ضغوطاً شديدة لإحداث التغيير والتطوير من قبل مصادر مختلفة، أهمها الحكومات، ومؤسسات الإنتاج، وقد ترتب على هذه الضغوط تنوعات جديدة في البنى والهيكل الجامعية، فظهرت جامعات مثل جامعة البيئة، والجامعة المفتوحة، والجامعة الشاملة وغيرها، كما تمثلت هذه الضغوط في زيادة الإقبال على التعليم الجامعي بصورة متزايدة تفوق قدرة الجامعات على استيعابها، إضافة إلى رغبة المؤسسات الصناعية في توجيه السياسات الخاصة بالبحث العلمي بالجامعات نحو سد احتياجاتها من التكنولوجيا المتقدمة، وتوفير القوى العاملة المدربة (ربيع، ١٩٩٦، ٢٠٠).

ولم يكن المجتمع المصري بمعزل عن هذا؛ فقد جاءت ثورة يوليو ١٩٥٢ فدعت هذا الاتجاه، وتحركت الجامعة من هامش الحياة الاجتماعية المصرية إلى بؤرتها، فقد شهدت هذه الفترة ظهور الجامعات خارج حدود القاهرة والإسكندرية، وصدور القانون رقم ٨٤ لسنة ١٩٥٨ لتنظيم الجامعات في الجمهورية العربية المتحدة بعد إعلان الوحدة بين مصر وسوريا، وأصبح الهدف من الجامعة - كما نص عليه التشريع المذكور - أن الجامعات في الجمهورية العربية المتحدة هيئات علمية، تختص بكل ما يتعلق بالتعليم العالي الذي تقوم به كلياتها ومعاهدها، وتعمل على تزويد البلاد بالمختصين والفنيين والخبراء في مختلف الميادين، وتعنى أيضاً بإجراء البحوث العلمية وخدمة المجتمع والأهداف القومية (ناس ومحمود، ٢٠٠٣، ٥١-٥٧).

والواقع أن وظيفة خدمة الجامعة للمجتمع بدأت في مصر عام ١٩٢٤، عندما أنشأت الجامعة الأمريكية قسم الدراسات الممتدة، باعتباره وحدة ثالثة في الجامعة، تسهم في تحقيق الرفاهية القومية عن طريق تنوير الرأي العام وحل المشكلات الاجتماعية القائمة (عمار، ٢٠٠٩، ٥٨)، ويمكن القول إن عملية خدمة الجامعة للمجتمع كوظيفة ثالثة للجامعة في المجتمع المصري وردت أول مرة في القانون رقم ٣٤٥ سنة ١٩٥٦، وهو أول نص تشريعي في قوانين الجامعة المصرية يجعل خدمة

المجتمع من وظائف التعليم الجامعي، حيث نص في مادته الأولى على أن يختص التعليم الجامعي بخدمة المجتمع والأهداف القومية (وزارة التعليم العالي، ١٩٥٦، ١)، كما تشير المادة الأولى في القانون رقم ٤٩ ١٩٧٢ بشأن تنظيم الجامعات إلى اختصاص الجامعات بكل ما يتعلق بالتعليم الجامعي والبحث العلمي الذي تقوم به كلياتها أو معاهدها في سبيل خدمة المجتمع والارتقاء به حضارياً (وزارة التعليم العالي، ١٩٧٢، ٥).

وقد عقد المجلس الأعلى لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة مجموعة من الاجتماعات خلال العامين ١٩٩٥ - ١٩٩٦، والتي أسفرت عن مجموعة من النتائج المهمة التي تؤكد أهمية ربط الجامعة بالمجتمع في مصر في فترة التسعينيات، ومن أهم النتائج (مجد، ٢٠٠٢، ٧٥ - ٧٦):

- أن الجامعات المصرية لديها الإمكانيات لتصبح بيوت خبرة وطنية لقطاعات المجتمع المختلفة.

- إنشاء مراكز لتسويق الخدمات الجامعية على مستوى الجامعات.
- زيادة الالتحاق والالتحاق بالسوق وقطاعات الصناعة والزراعة والخدمات وغيرها.
- تعظيم دور الجامعات من خلال مجلسها الأعلى لخدمة المجتمع في تعمير سيناء.
- الاهتمام بالوحدات ذات الطابع الخاص وتوجيه مسارها لخدمة المجتمع في جميع المجالات.

- تأكيد اتصال العاملين بمواقع الإنتاج مع أعضاء هيئة التدريس بالجامعات.

وبصدور تلك القوانين بدأت تخطو الجامعات خطواتها الأولى نحو خدمة المجتمع، من خلال إنشاء مراكز خاصة ووحدات متعددة لخدمة المجتمع، لكي تحقق الجامعة وظيفتها الثالثة المستحدثة، بحيث تصبح الجامعات بمثابة ردار للكشف عن مشكلات المجتمع وقضاياها المختلفة، وتسهم في إيجاد الحلول لها، ومن ثم لم تكن الجامعات المصرية بمنأى عن التطور الحادث في وظيفة الجامعة.

ثانياً: مفهوم الوظيفة الثالثة (خدمة المجتمع):

تعد الوظيفة الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع ووظيفة مستحدثة بالنسبة للجامعات، حيث تلت الوظيفتين التقليديتين: التعليم، والبحث العلمي، فقد أنشأ المجتمع الجامعات في الأصل من أجل الوفاء بحاجاته ومتطلباته، والإسهام في حل مشكلاته المتعددة، ومن ثم أصبحت خدمة المجتمع جزءاً لا يتجزأ من بنية الجامعة الحديثة، بحيث لا تعيش في معزل عن المجتمع المحيط بها.

وهناك العديد من التحديات غير المسبوقة التي ساهمت إلى حد كبير في إعادة تصميم وتوسيع مهام الجامعات، مثل اقتصاد المعرفة، والأزمات المالية، والبيئية، وتعد مهمة التعليم والتدريس من المهام الأولى للجامعات، والتي يعود تاريخها إلى أرسطو في عام ٣٣٥ ق. م ، حيث تم التركيز على حفظ المعرفة ونقلها من خلال التدريس، والتي كانت تعد أيضاً المهمة الأساسية في وقت مبكر للجامعات في العصور الوسطى، وفي أوائل القرن التاسع عشر حدث تغيير جذري في نظام التعليم العالي خلال الثورة الأكاديمية الأولى، حيث بدأت جامعة برلين تربط التدريس بالبحث العلمي، وتديجياً بدأت الجامعات في الاضطلاع بالدور المزدوج المتمثل في التعليم والبحث، ثم حدثت ثورة أكاديمية ثانية، بدأت أواخر الثمانينيات؛ حيث تحول دور الجامعات من الاقتصار على تقديم المعرفة إلى ترجمتها حتى يمكن استغلالها من الناحية العملية، ومن ثم تعزيز الفوائد الأكاديمية، وإسهام الجامعات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتعزيز التفاعل بين الجامعات والمجتمع ككل، والآن في القرن الحادي والعشرين، أصبحت الجامعات جهات فاعلة رئيسية في النمو الثقافي والاقتصادي، حيث تطورت أدوار الجامعات لتلبي المطالب المتغيرة للمجتمع، من الناحيتين الاقتصادية والثقافية، ومن هنا نشأ مفهوم الوظيفة الثالثة (TM)، كمجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى ربط الجامعة بالبيئة المحيطة بها، وعادة ما يتم استخدام مصطلح خدمة المجتمع كمرادف للوظيفة الثالثة (4 - 3، Compagnuccia & Spigarelli, 2020)، وفيما يلي عرض لأهم التعريفات الخاصة بخدمة المجتمع:

فتعرف موسوعة التربية خدمة الجامعة للمجتمع بأنها الخدمات والأنشطة التي تقدمها الجامعة للمجتمع المحيط، بحيث يتحقق منها الاستفادة لكل المستفيدين من الخدمات التي تقدمها في الوقت والمكان المناسب، ويستفيد من جميع الإمكانيات الفيزيقية للجامعة، وما تتضمنه من مكتبات

ومعامل، وغيرها من الإمكانيات البشرية من أعضاء هيئة التدريس والطلاب والإداريين (Lee, 1971, 3335)، ويتضح من هذا التعريف أن خدمة الجامعة للمجتمع تتحقق من خلال التلاحم بين الجامعات والمجتمع، بحيث تصبح إمكانياتها المادية والبشرية جزءاً رئيساً من عمليات التنمية والمجتمعية.

ويعرف قاموس التربية خدمة المجتمع على أنها "تلك الأنشطة والخدمات التي يقوم بها الأفراد والمؤسسات والمجتمع عامة، بغرض تحسين الأحوال أو الظروف الاجتماعية المرغوبة في البيئة" (Good, 1973, 120).

وتعرف خدمة المجتمع على أنها من الوظائف الرئيسة للجامعة، والتي تهتم باستثمار موارد الجامعات لخدمة المجتمع الخارجي بشكل غير ربحي، من خلال نوعين من الأنشطة، الأول: الأنشطة غير المباشرة الموجهة لطلابها للوفاء باحتياجات البيئة المحيطة من التخصصات المختلفة، أي توفير احتياجات سوق العمل من القوى البشرية المؤهلة والمدربة، والثاني: الأنشطة المباشرة التي توجه إلى غير طلابها النظاميين، وتتمثل في برامج التعليم المستمر، وإجراء البحوث التطبيقية لحل ما يواجهه المجتمع المحلي من مشكلات، وتقديم الاستشارات العلمية لمؤسسات المجتمع المختلفة (عمار، ٢٠٠٩، ٥٣).

وفي نفس الإطار، تعرف خدمة المجتمع بأنها قدرة الجامعات بمختلف كلياتها من توظيف جميع الإمكانيات البشرية والمادية لخدمة المجتمع والبيئة المحيطة بها، من خلال توعية جميع منتسبيها في جميع المجالات؛ التعليمية، الاجتماعية، التثقيفية، البحثية والخدمية، بتعديل بعض الجوانب غير المرغوب فيها داخل المجتمع والبيئة المحيطة بها (العاصمي، ٢٠٢٠، ٢٧)، ويلاحظ هنا أن هذا التعريف يركز على استخدام الموارد التي تمتلكها الجامعة كافة، سواء كانت بشرية أو مادية، وتوظيفها في خدمة المجتمع المحيط وإيجاد حلول لمشكلاته.

وفي سياق متصل، يتضح أن الجامعات مسئولة عن تطوير المجتمع وتنمية ثورته البشرية، فتحولت من جامعات حصرت دورها في تخريج المختصين في مختلف فروع المعرفة الإنسانية وإعداد البحوث إلى جامعات تهتم بمطالب وحاجات مجتمعها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويتضح ذلك من المراحل التاريخية لعلاقة الجامعة بالمجتمع فيما يلي (الشريف، ٢٠١٦، ١٧٧):

(١) المرحلة الأولى: الجامعات تكاد تكون منعزلة تمامًا عن المجتمع المحيط بها.

(٢) المرحلة الثانية: وهنا بدأت الجامعات في عصر النهضة الاهتمام بالبحث في العلوم.

(٣) المرحلة الثالثة: تحولت الجامعات نتيجة للثورة الصناعية والتكنولوجية من جامعات تعنى بالفكر الحر إلى جامعات تهتم بإعداد الشباب للمهن الرفيعة المختلفة.

(٤) المرحلة الرابعة: أصبح المجتمع يواجه مجموعة من الحاجات الجديدة التي تتعلق بمشاكل البيئة وقطاعات الإنتاج والخدمات، وهنا أصبحت العلاقة بين الجامعات والمجتمع علاقة وطيدة، بحيث تمتد خدماتها خارج أسوارها لتتداخل في المجتمع.

ومما سبق يتضح أن دور الجامعات لم يعد يقتصر على التعليم وإعداد القوى البشرية وإجراء البحث العلمي، بل أصبحت معنية بخدمة المجتمع، فلم يعد على الجامعات أن تصبح منعزلة عن مجتمعاتها في ظل الثورة الصناعية والاقتصاد القائم على المعرفة، الأمر الذي يحتم عليها ضرورة البحث عن احتياجات ومتطلبات المجتمع، وانفتاحها للسعي نحو حل مشكلاته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

ثالثاً: مجالات الجامعة في خدمة المجتمع:

تتعدد المجالات الخاصة بالخدمات التي تقدمها الجامعة لمجتمعها وفقاً لظروفها وإمكاناتها الخاصة، وما تمتلكه من إمكانات مادية وبشرية، علاوة على الظروف المتغيرة للمجتمع الذي تتواجد به، ومن ثم تم تصنيف تلك المجالات التي تقدمها الجامعة بهدف خدمة المجتمع المحيط إلى عدة مجالات هي:

(١) التعليم المستمر: وتتضمن ما يمكن أن تقدمه الجامعة من برامج تعليمية لأفراد المجتمع ومؤسساته، علاوة على ما تقدمه من ندوات ومؤتمرات علمية بغرض خدمة المجتمع الخارجي المحيط بها (خارج جدران الجامعة) (عمار، ٢٠٠٩، ٦١)، ويتضمن التعليم المستمر تنفيذ الجامعة مجموعة من البرامج التدريبية والتأهيلية لأفراد المجتمع في المجالات المختلفة، بما يحقق مبدأ التربية المستمرة، وما يتبعه من نمو مهني مستدام (الضبياني وآخرون، ٢٠١٨، ١٢٤).

(٢) **إعداد العنصر البشري:** حيث يتم إعداد القوى العاملة القادرة على إحداث التنمية المجتمعية كما وكيفا لمواجهة الثورة العلمية والتكنولوجية في العالم المعاصر، علاوة على تلبية حاجات المشاريع الاقتصادية والاجتماعية التي تتطلبها خطط التنمية (عزب، ٢٠١١، ٣١).

(٣) **البحوث العلمية:** حيث تقوم الجامعة بالبحوث التي يتم من خلالها مواجهة المشكلات وتلبية الاحتياجات التي تتطلبها المجتمعات المحلية، ويتم من خلاله تطوير الموارد الجامعية، واستثمارها لمقابلة احتياجات واهتمامات الأفراد (عامر، ٢٠٠٧، ١٣)، ومن ثم الاهتمام بتطبيق البحوث العلمية الموجهة لخدمة المجتمع وحل قضاياها.

(٤) **الاستشارات العلمية:** وهي خدمات يقدمها أعضاء هيئة التدريس بالجامعات لمؤسسات المجتمع الحكومية والخاصة والأفراد داخل المجتمع وفق تخصصاتهم العلمية، حيث يقدمون الاستشارات للهيئات والأفراد في المجالات المختلفة، من خلال المحاضرات والندوات وتوزيع المنشورات، وغيرها (بسطويس، ٢٠١٨، ٣٨٨).

(٥) **الشراكة المجتمعية:** تسعى الجامعات لتوطيد العلاقة بينها وبين قطاعات العمل الخدمية في المجتمع، وتتزايد الحاجة إلى هذه النوعية من الشراكات بتعدد المعرفة، وتزايد حجم المنافسة على المستوى المحلي والعالمي، والتغير المستمر في المجالات كافة، وتتيح الشركات ترجمة الجهود العلمية إلى واقع إنتاجي ملموس، علاوة على تحقيق التمويل الذاتي للجامعات، وتوفير فرص عمل للطلاب، واحتضان أفكارهم الإبداعية (عبواج وأجعيم، ٢٠١٦، ١٥٦).

ومما سبق يتضح أن الوظيفة الثالثة للجامعة تجاوزت الاقتصاد على التعليم والبحث العلمي، وامتدت لتقديم العون للمستفيدين من خدماتها، وتلبية متطلبات مجتمعها المحيط بها، من خلال تقديم أنشطة التعليم المستمر لأفراد المجتمع، وتقديم الخدمات التدريبية لتطوير الموارد البشرية والارتقاء بها لتواكب التطورات المجتمعية والعالمية، إضافة إلى توجيه البحوث لحل المشكلات المجتمعية، وإقامة الشراكات مع القطاعات الخدمية، الأمر الذي تتسع معه المجالات التي تقدمها الجامعة لخدمة مجتمعها.

رابعاً: آليات الجامعة في خدمة المجتمع:

تعد وظيفة خدمة المجتمع من أهم وظائف الجامعة، حيث تعمل على كسر عزلة الجامعة، وتحقق انفتاحها على المجتمع المحيط بها، فخدمة الجامعة للمجتمع تعد ترجمة حقيقية للأهداف التي تسعى لتحقيقها، ولكي تتجح الجامعة في تحقيق الأهداف الخاصة بخدمة الجامعة للمجتمع، عليها استخدام الآليات الآتية (عمار، ٢٠٠٩، ٦٢)، (العصامي، ٢٠٢٠، ٣٨):

(١) الكوادر العلمية والبحثية: وتتضمن القوى البشرية التي توجد بالجامعات، وتتمثل في

أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة والخريجين والإداريين، والذين يعمل كلٌ منهم في إطار خدمة المجتمع، سواء كان ذلك عن طريق المساهمة في رفع الوعي الثقافي أو البيئي، أو إعداد البحوث الأكاديمية، أو خدمة أفراد المجتمع خارج نطاق الحرم الجامعي.

(٢) مراكز البحوث: وهي المراكز التي يقع على عاتقها مهمة إعداد المشروعات البحثية

التطبيقية التي يتم من خلالها حل المشكلات التي تواجه البيئة، وإقامة الندوات والمؤتمرات العلمية والثقافية التي تعالج تلك المشكلات وتسهم في حلها.

(٣) إدارة التدريب: وهي الوحدات التي تتعامل مع مراكز الخدمة العامة، ومع الأفراد والهيئات

والمصالح الحكومية، والتي لديها الرغبة في تنمية وتطوير مواردها البشرية، من خلال العملية التدريبية الموجهة في شتى مجالات المعرفة المختلفة.

(٤) الوحدات ذات الطابع الخاص: وهي الوحدات التي يتم إنشاؤها بغرض خدمات التعليم

والتدريب والبحث العلمي وخدمة المجتمع والبيئة، علاوة على توفير العائد المادي الذي يساعد في استمرارية هذه الوحدات في أداء مهامها المنوطة منها، حيث تتمتع بالاستقلال

الفني والإداري والمالي، حتى تتمكن من تحقيق أهدافها.

يتضح مما سبق تعدد الآليات التي يمكن من خلالها تحقيق الجامعة لوظيفتها الثالثة، المتمثلة في خدمة المجتمع، والتي أهمها الكوادر العلمية المؤهلة، وأيضاً مراكز البحث العلمي التي تأخذ على عاتقها تحويل البحوث العلمية إلى منتجات تطبيقية ذات نفع للمجتمع، إضافة إلى الإدارات

التدريبية التي يتم من خلالها رفع قدرات ومهارات الموارد البشرية، وكذلك الوحدات ذات الطابع الخاص، والتي تؤدي جميعاً أدواراً مهمة في خدمة المجتمع وتنمية البيئة.

خامساً: مبررات الاهتمام بالوظيفة الثالثة (خدمة المجتمع):

إن العلاقة بين الجامعة والمجتمع هي علاقة عضوية تبادلية، فأى تغيير يطرأ على المجتمع يصاحبه تغير في وظائف الجامعة، ومن ثم لا تنفصل الجامعة عن مجتمعها المحيط، ولا تصبح منعزلة عنه، فعلاقة الجامعة بمجتمعها هي علاقة الجزء بالكل، ومن ثم أصبح على الجامعة أن تتخبط وتتدمج مع المجتمع المحيط، مقدّمة خدماتها إليه، وهناك العديد من مبررات اهتمام الجامعة بخدمة المجتمع، أبرزها ما يلي:

- (١) حداثة وظيفة خدمة الجامعة للمجتمع مقارنة بالوظيفتين الأولى والثانية، مما أدى إلى ضعف التوعية على مستوى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والعاملين بالجامعة أو على مستوى الطلاب، الأمر الذي يترتب عليه ضعف إيمانهم بأهمية هذا الدور، واعتباره من الأدوار الثانوية للجامعة، على الرغم من أهميته، ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل قد يمتد ليشمل أعضاء المجتمع الخارجي؛ حيث إن ضعف وعيهم بهذا الدور ينتج عنه انخفاض الطلب المجتمعي على نتائج البحوث العلمية والخدمات الجامعية.
- (٢) غياب فلسفة واضحة لوظيفة خدمة المجتمع، وقصور وجود خطط عمل واضحة المعالم يمكن أن تسترشد بها الجامعات في قيامها بهذا الدور، ومن ثم فإن الأنشطة الجامعية في هذا المجال لا تعدو كونها اجتهادات فردية ورؤى شخصية للعاملين في هذا القطاع، ومن ثم تأتي الجهود مبعثرة، إضافة إلى غياب المعايير التي يتم في ضوئها الحكم على إنجازات الجامعات في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة (الزنفلي، ٢٠١٢، ٤٦٢).
- (٣) ضعف التنسيق والاتصال المتبادل بين الجامعة والمؤسسات الإنتاجية والصناعية بالمجتمع، الأمر الذي ينتج عنه عزلة الجامعة عن مجتمعها وصعوبة الحصر الشامل لمشكلات المجتمع، وغيبية التكامل بين قطاعات الجامعة، بحيث يتم حصر المشكلات التي يعاني منها المجتمع، علاوة على ضعف وجود خطط بحثية ملزمة للأقسام العلمية،

بحيث تعمل في ضوءها لدراسة مشكلات المجتمع، وبالتالي ضعف ارتباط البحوث العلمية الأكاديمية بالمجتمع (مجاهد، ١٩٩٦، ٤٧٢ - ٤٧٤)، ومن ثم فهناك حاجة ملحة لتوجيه مخرجات البحوث العلمية بالجامعات نحو المجتمع ومشكلاته، وضرورة ارتباطها بالعملية التنموية بالمجتمع، بحيث يحدث تناغم بين الجامعة ومجتمعها الخارجي.

(٤) أزمة التمويل الدائمة للتعليم العالي التي تدفع الجامعة المعاصرة نحو الانخراط في الأنشطة الخدمية التي تقدمها للمجتمع؛ بهدف استقطاب المزيد من الموارد التمويلية، في ظل عجز التمويل الذي تعاني منه الجامعات، علاوة على التوجه الحكومي نحو تقليص الموارد المقدمة للجامعة، ومن هنا تتعاظم أهمية وظيفة خدمة المجتمع، بحيث تكون بديلاً مناسباً لتوفير التمويل الذاتي، من خلال ما تقدمه من خدمات مدفوعة الأجر للمجتمع أفراداً ومؤسسات (دياب وكمال، ٢٠١٣، ٨١٦).

(٥) أهمية دور الجامعات المتزايد للنجاح الاقتصادي الوطني والاستقرار الاجتماعي وتحقيق النهوض والرفاهية الاقتصادية، من خلال إقامة صلة بين البحث الجامعي والابتكار التجاري، الأمر الذي ينتج عنه توقع لتوسع لا نهاية له في البحث العلمي، من خلال توليد إيرادات جديدة من قواعد أصولها الحالية عن طريق زيادة أنشطة التسويق (براءات الاختراع والفوائد العرضية) والأنشطة المدرة للدخل مثل الاستشارات.

(٦) انطلاق الوظيفة الثالثة للجامعة والمتمثلة في خدمة المجتمع من تحديد احتياجات الأفراد والمؤسسات في المجتمع، ووضع البرامج والأنشطة التي تلبي تلك الاحتياجات، وذلك من خلال الأنشطة التعليمية التي تقوم بجذب الأفراد من خارج الجامعة عبر نشر المعرفة خارج أسوارها، بهدف إحداث تغييرات سلوكية وتنموية في البيئة المحيطة بالجامعة ووحداتها الإنتاجية والاجتماعية المختلفة، وإشاعة الفكر العلمي الخاص بالبيئة الأكاديمية، وتبصير المجتمع وأفراده ومؤسساته بما يجري في حقل التعليم من حيث الفكر والممارسة، ومن ثم تقديم البدائل والحلول لقضايا المجتمع ومشكلاته (مهناوي، ٢٠١٦، ٢٧).

(٧) الثورة المعرفية والنمو المعرفي، مما فرض على الجامعات ضرورة الإسهام في تحديث الأساليب والأدوات التي تسهم في الحصول على المعرفة وتخزينها واسترجاعها وتحليلها، الأمر الذي جعل قوة الجامعة وكفاءة أعضاء هيئة التدريس بها ومستوى طلابها، هو المحور الأساسي لدرجة التقدم الاجتماعي وتحقيق التنمية الشاملة، بما تقدمه الجامعات من إمكانات وخبرات للتعليم والتدريب المستمر؛ بحيث يصبح الهدف الأول للتعليم بالجامعات هو تطوير المجتمع، والنهوض به إلى أفضل المستويات التقنية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية (بوريعين، عطار، ٢٠١٦، ٢٣٣).

(٨) صعود الليبرالية الجديدة بمبادئها المزدوجة، والمتمثلة في تحرير القطاع الخاص، وإعادة تنظيم القطاع العام، حيث تم التركيز بشكل كبير على إدخال أساليب القطاع الخاص في القطاع العام، سعياً لتحفيز الابتكار والإصلاح، من خلال إيجاد الأسواق وآليات المنافسة، وفي الوقت نفسه حاولت الدولة فرض المنافسة من خلال زيادة تنظيم الخدمات العامة، وإيجاد أسواق في مناطق يمكن اعتبارها احتكارات طبيعية، حيث ظهرت فلسفة "الإدارة العامة الجديدة" التي تسعى إلى تقليص الخدمات المجانية التي تقدمها الجامعات، ومن ثم حددت الجامعات أولويات مهامها التي تعتمد على قدرة العملاء على الدفع مقابل خدماتهم، وحققت استقلالية أكبر في ظل الضغوط المالية التي سبق ذكرها، ومن ثم تحفيز الجامعات على تلبية مطالب الهيئات الخارجية القادرة على الدفع مباشرة مقابل خدماتها، بما في ذلك قطاع الأعمال (Zomer & Benneworth, 2011, 83 - 84).

مما سبق يتضح ضرورة الاعتراف بـ "الوظيفة الثالثة" للجامعات التي تقدم فوائد للمجتمعات المحيطة بها. حيث تم تعريفها على أنها أنشطة اجتماعية وجريئة وابتكارية، تقوم بها الجامعات جنباً إلى جنب مع أنشطتها التعليمية والبحثية، بحيث يتم إضافة مزايا أخرى للمجتمع، لذلك يمكن اعتبار ظهور الرسالة الثالثة كمحاولة من قبل الجامعات لتأمين الموارد الضرورية من قبل صانعي السياسات؛ لتحفيز الجامعات على دعم الرفاه الاقتصادي الاستراتيجي. وقد اجتمع هذان الاتجاهان معاً لتوجيه الجامعات لاستثمارات إستراتيجية، مع إدارة مالية قوية تدعم أنشطة وظيفتها الثالثة.

سادسًا: أبعاد الوظيفة الثالثة (خدمة المجتمع):

تعد خدمة المجتمع من أهم الوظائف المنوطة بالجامعة، وهي وظيفة ذات طابع خاص، تتبع من مسؤوليتها الاجتماعية، حيث يتم من خلالها توسيع نطاق الخدمات الجامعية لتمتد إلى المجتمع الخارجي، بحيث يتحقق للمجتمع التقدم والازدهار، وذلك من خلال تلبية حاجاته ودعم قضايا التنمية، ومن ثم تتحدد أبعاد أداء الجامعة دورها في خدمة مجتمعها في ثلاثة أبعاد رئيسة، وهي كما يلي:

(١) **البعد الجغرافي:** ويطلق على هذا البعد في بعض الأحيان التعليم الإرشادي، أو التعليم

بغرض خدمة المجتمع المحيط بالجامعة، أو التعليم خارج جدران الجامعة، ويقصد به تقديم المناهج النظامية التي يتم من خلالها الحصول على الدرجات الجامعية للأفراد الذين لا يستطيعون الحضور إلى الجامعة، وذلك بعقد الجامعة فصولاً دراسية نهائية أو مسائية خارج جدران الجامعة، أو عن طريق الدراسة بالمراسلة.

(٢) **البعد الزمني:** ويسمى هذا البعد بالتعليم المستمر، أو التعليم العالي للكبار، ويقصد به

توفير فرص الدراسة العالية للكبار الذين أتموا تعليمهم الرسمي بالمدارس؛ بهدف تحسين مستوى الفرد، وزيادة قدرته وكفاءته المهنية كمواطن، وذلك عن طريق الفصول الدراسية والمحاضرات التي تتم عن طريق المراسلة، وعقد ندوات البحث، وغير ذلك من أشكال التعليم المستمر.

(٣) **البعد الوظيفي والخدمي:** ويشمل هذا النوع ما يسمى بالخدمات التعليمية والأبحاث

التطبيقية، ويتمثل في تطوير الموارد الجامعية واستغلالها؛ بهدف تلبية احتياجات واهتمامات الأفراد غير الجامعيين والكبار، بغض النظر عن السن أو الجنس أو الخبرات التعليمية السابقة لهم، إضافة إلى تقديم الاستشارات للهيئات والأفراد في مختلف المجالات (عامر، ٢٠٠٧، ٣).

وتشير دراسة (Mihaela-Cornelia, 2012, 50) إلى أن الوظيفة الثالثة للجامعات تركز على تعزيز سبل التعاون بين مؤسسات التعليم العالي والصناعة والسلطات والمجتمع، وبالعودة إلى دور الجامعات في الاقتصاد الحديث، يتأكد اتساع الوظائف المنوطة بالجامعات من التدريس والبحث (المهمتان الأولى والثانية) إلى مهمة ثالثة "تسويق الخدمات التي تقدمها الجامعة للمجتمع" وذلك من خلال ثلاثة أبعاد، هي كالتالي:

(١) البعد الاجتماعي **The Social Third Mission**: تقدم الجامعة خدمات بدون فائدة

مالية، وتعمل هذه الخدمات على تحسين صورة الجامعة، بتقديمها مساهمات للمجتمع المحيط بها، مثل خدمات كبير الموظفين المتقاعدين، ونشر نتائج البحث، والشبكات الاجتماعية.

(٢) البعد الريادي **The Enterprising Third Mission**: ويتعلق هذا البعد بالخدمات

التي تقدمها الجامعة للمجتمع الخارجي بهدف زيادة الدخل، كتقديم الاستشارات الصناعية، وبراءات الاختراع، والتسجيل، والتعاقد، والتعاون البحثي بين الجامعات ومجتمع الصناعة، وتصبح الجامعات ممولة للقطاع العام، من أجل تحقيق الربح.

(٣) البعد الابتكاري **The Innovative Third Mission**: ويتعلق هذا البعد بالجانب

الابتكاري للجامعات من خلال أنشطة البحث عن رأس المال الاستثماري، وتقديم الاستشارات للحكومات، والتطوير والابتكار في الصناعات، وتعطي الأعمال التجارية للجامعات إمكانية الارتباط بـ "العالم الحقيقي"، بحيث تصبح الجامعات جهات اقتصادية فاعلة في المجتمع.

ويتضح مما سبق أن الجامعات أصبحت تقوم بدورٍ مهم في النشاط الاقتصادي، فدورها يتراوح بين تقديم الخدمات دون انتظار الربحية، إلى السعي نحو تحقيق الربح بهدف زيادة الدخل، أي أنها تقوم بتسويق خدماتها للعالم الخارجي المتمثل في الشركات وأرباب العمل ودافعي الضرائب، كما تعرض المنتجات والخدمات على المهتمين بالتسويق والبحث عن العملاء، ومن ثم يجب أن تفكر

الجامعة في المستقبل، من خلال إظهار مهارات ريادة الأعمال، والانتقال من إنتاج المعرفة إلى تسويقها وتبادل المعلومات.

المحور الثاني: الإطار الفلسفي لجامعة الشركات:

تعد جامعة الشركات منظومة إستراتيجية شاملة لتعليم الأفراد وتطويرهم بالمنظومات، من أجل الوفاء باحتياجاتها، حيث تهدف إلى تبني نمط جديد في التعليم والتدريب، يسهم في تحقيق التنمية المهنية للأفراد، فضلاً عن تقديمها العديد من الأنشطة التي تدعم فرص التعليم الرسمي وغير الرسمي، بما ينمي التعلم الفردي والتنظيمي، وكذلك تحقيق النمو المهني للأفراد داخل المؤسسة، في مناخ تنظيمي إيجابي داعم، يسوده الاحترام.

أولاً: جامعة الشركات (النشأة والمفهوم):

يشير الأساس المنطقي المقبول لظهور جامعة الشركات إلى فترة من التاريخ كانت فيها الجامعات التقليدية متخلفة عن التغيرات السريعة التي تحدث في عالم الأعمال والصناعات (Musielak, 2019,9)، ومن ثم ظهر اتجاه جامعة الشركات في المقام الأول كنتيجة لعاملين، هما: تلاشي الفجوة بين التعليم والتدريب، وظهور الفجوة بين أهداف الهيئات التعليمية وتحركات الجامعات، حيث تعد جامعات الشركات جزءاً من التعليم العالي الذي طورته الشركة لسد الفجوات الخاصة بضعف تلبية الطلب على التدريب والتطوير الخاص بالشركة، من خلال توفير التعليم النابع من الرعاية العامة، حيث تواجه جامعة الشركات ضغوطاً متزايدة اليوم لتطوير رأس مال بشري متميز، ومن ثم بدأت الجامعات الخاصة بالشركات في أواخر الخمسينات من القرن الماضي بجامعات داخلية، في شركات مثل جنرال موتورز وماكدونالدز، وتوسعت في الثمانينات مع منظمات مثل Disney و Motorola (Corocco & Cseh, 2017, 19)، واستمرت شعبيتها في الازدياد حول العالم، وقد شهد هذا المفهوم تبنياً ونموً هائلين في أواخر القرن العشرين (Musielak, 2019, 6).

ولقد ساعد العديد من العوامل في نشأة جامعة الشركات، ومن أهمها العولمة الاقتصادية، والثورة الصناعية التي قامت في أوروبا، والثورة المعلوماتية والتكنولوجية، والتنافس الاقتصادي بين دول العالم، والتوجه نحو ربط التعليم بالاقتصاد من خلال تبني الاقتصاد القائم على المعرفة، وتعد

جامعات الشركات مؤسسات تعليمية قائمة بذاتها، هو محور عملها التعليم والتدريب، كما أن المورد البشري هو العنصر الرئيس في العمليات المختلفة التي تتم بها، وتقوم على مبدأ دمج النظرية والتطبيق، كوسيلة رئيسة لمواكبة التغيرات الفنية والتقنية والتكنولوجية المتسارعة في العالم المعاصر، ويتمثل هدفها في إفادة المجتمع، من خلال دعم البيئة الخارجية وهي المجتمع (الشمري، ٢٠٢١، ٢٦٤).

ومع بدايات القرن العشرين، شهدت قطاعات المجتمع المختلفة العديد من التحولات والتطورات المتسارعة، حيث ساد العديد من المفاهيم والمداخل والفلسفات الحديثة كمدخل إدارية جديدة، مثل اقتصاد المعرفة، وإدارة المعرفة، ومنظمات التعلم، فضلاً عن إعادة الهيكلة المستمرة للشركات، وانتشار تقنيات الاتصالات وتطبيقاتها في العمليات المرتبطة بالتدريب والتطوير، وكذلك التنوع الواسع في نظم التعليم، وعدم الاقتصار على المرحلة الجامعية كمسار نهائي أوجد للتعليم (Paton, 2005, 6). وهنا يتضح أن المعرفة أصبحت أهم مصادر المنافسة في الاقتصاد الجديد، الأمر الذي يتطلب زيادة الاستثمار في مجالي التعليم والتدريب.

فقد أخذت جامعات الشركات في التزايد المتسارع والمستمع خلال النصف الثاني من القرن العشرين، ليستغرق العديد منها في العمليات الخاصة بالتعليم والتدريب المستمر لأعضائها؛ بهدف تحقيق احتياجاتها التنموية وإستراتيجياتها وأهدافها التعليمية، سعياً لبناء وتعزيز ثقافة التعليم المستمر، من خلال تبني نماذج متعددة التخصصات، وتأكيد أهمية إنتاج المعرفة وتوليدها؛ بوصفها قيمة دائمة الربح، وليست عملية إنتاج للسلع والخدمات فحسب (Ashcroft, 2013, 9).

هذا، ويتكون مصطلح جامعة الشركات Corporate University من كلمتين، الأولى هي Corporate (Adjective) أي (شركة)، والثانية هي (Noun) University أي (جامعة)، وعندما تضاف الصفة للاسم فإن ذلك يشير إلى اتصالها الوثيق بالاسم وارتباطها به.

ويعد مفهوم جامعة الشركات من المفاهيم التي حظيت بانتشار واسع، ليس فقط في الدولة المتقدمة، بل أيضاً الدول النامية، وإن كان قد اختلف البعض في تسميتها بين جامعات السوق، وجامعات الأعمال الحرة، وجامعات منظمات الأعمال، والجامعات الاستثمارية، والجامعات التجارية، فإن أكثرها انتشاراً وأصحها ترجمة هي جامعة الشركات؛ ويلاحظ هنا أن وضع التسمية لجامعة

الشركات يتم وفقاً لاسم الشركة المالكة لها، واسم الصناعة أو قطاع العمل الذي قام بإنشائها، وأسلوبها التعليمي (سعد، ٢٠٢١، ٣٤).

ومن ثم فإن وضع تعريف شامل يكون محددًا بدرجة كافية هو مسعى صعب، فمصطلح جامعة الشركات لم يتم اعتماده بالإجماع، ويعرف معجم جرينوود للتربية (The Greenwood Dictionary of Education) جامعة الشركات بأنها مركز أو قسم للتدريب، يتم من خلاله تقديم مجموعة من البرامج التعليمية لموظفي الشركة، وتهدف تلك الجامعة إلى تحقيق التوفيق بين التعليم والتدريب من جهة والأهداف الإستراتيجية للشركة من جهة أخرى؛ حتى يتحقق التغيير التنظيمي والنمو والتطوير، كما يقدم بعض جامعات الشركات مجموعة من البرامج التعليمية لعملاء الشركة ومورديها (Collins & Brien, 2011, 81)، ويلاحظ أن هذا التعريف يركز على دور جامعة الشركات المرتكز على التعليم والتدريب، ويمكن للجامعات التقليدية أن تستفيد من ذلك في الربط بين ما يتم تعليمه بها والتدريب عليه في مواقع الشركات، بحيث لا تنفصل النظرية عن التطبيق، وبذلك تحقق الجامعات التقليدية أهدافها الإستراتيجية في خدمة المجتمع وقطاعاته الإنتاجية بشكل مباشر دون وسيط.

وتعرف جامعة الشركات بأنها: "مظلة إستراتيجية مركزية تعمل على تنمية رأس المال الفكري بالشركة؛ لكي يتماشى مع الأهداف التجارية الخاصة بها، فمن خلال بناء قيمة من أصولها الفكرية، تساعد جامعة الشركات على تحديد الموظفين الموهوبين وتنميتهم وتطويرهم، بالإضافة إلى تزويد جميع القوى العاملة بفرص التعلم والتطوير الوظيفي ذات الصلة بالشركة الأم، ويمكن اعتبارها بمثابة محفز للمعرفة، قادر على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للشركة من خلال ركيزتين أساسيتين، هما: الدور الإستراتيجي، والقدرة على دمج المعرفة من أجل تحقيق الابتكار والتغيير (رياض، ٢٠٢٠، ٩)، ويركز هذا التعريف على تنمية رأس المال الفكري باعتباره ميزة تنافسية أساسية للشركات، يسهم في رفع كفاءة الأداء الكلي للشركات.

كما يقصد بجامعة الشركات أنها "قسم أو برنامج مؤسسي، يتماشى بشكل وثيق مع إستراتيجيات العمل الخاصة بالمؤسسة، والذي يوفر القيادة في دعم الأفراد والعمليات من خلال التعليم المستمر والإستراتيجي والمتسق، لتوفير تأثير إيجابي طويل الأجل (Musielak, 2019, 7)، وهنا يتم

تعريف جامعة الشركات بمعناها الواسع الذي يشمل جميع الأغراض والأنواع والأهداف الممكنة لجامعة مؤسسية، مع الاستمرار في تمييزها عن برامج التدريب والتعلم والتطوير التقليدية. وفي سياق متصل، تعرف جامعة الشركات بأنها " كيان تعليمي وتربوي، تؤسسه إحدى مؤسسات العمل والإنتاج؛ بغية تعزيز فرص التعلم المستمر لأعضائها، وتحسين أدائها بشكل مستمر، مستفيدة في ذلك من خبرات واستشارات وأبحاث الجامعات الأكاديمية، من خلال إبرام شراكة مع إحداهما أو بعضٍ منها، وما يستلزمه ذلك من تدعيم القدرة التنافسية لمؤسسات الإنتاج من جهة، وتطوير التعليم الجامعة من جهة أخرى (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٣٠١).

وفي ذات السياق، يتم تعريف جامعة الشركات بأنها: منظمات يتم إنشاؤها من قبل الشركات الكبرى في المجتمع؛ من أجل دعم عمليات التعليم والتدريب فيها، وتحويلها إلى أنماط تعليمية وتدريبية تقليدية إلى نمط يمكن الشركات المؤسسة من تطوير أدائها، وترتكز جامعة الشركات على رؤية ورسالة واضحتين، يتحدد من خلالهما نمط التعليم والتدريب فيها، بما يتوافق والمفاهيم المرتبطة باقتصاد المعرفة (الشمري، ٢٠٢١، ٢٤٩).

كما تعرف جامعة الشركات بأنها أحد أقسام الشركة التي تنشئها وتديرها؛ بغرض تنمية القاعدة المعرفية لدى موظفيها، فهي تعمل كمظلة إستراتيجية لمتطلبات التعليم الكلية للشركة، أي لجميع الموظفين والعاملين بداخلها، وكذلك سلسلة القيمة المضافة التي تتضمن المستهلكين والموردين والموزعين، علاوة على أنها تقوم ببناء الكفاءات الفردية والمؤسسية التي يمكن استخدامها في رفع الأداء الخاص بالشركة، ومن ثم لا يرتبط مصطلح جامعة الشركات بكونها كياناً مادياً، وإنما يرتبط بالتعلم المنظم الذي يتم بداخلها من أجل صالح المؤسسة (الشتري، ٢٠١٤، ٢٥)، ويؤكد هذا التعريف أن جامعة الشركات ليس مجرد كيان مادي، بل كيان تنظيمي يهتم بتوفير البيئة المناسبة لتحقيق التعلم التنظيمي بشكلٍ فعال، الأمر الذي ينعكس على الأداء الكلي للشركة.

وفيما يتعلق بتعريفات جامعة الشركات، حاول عدد من المؤلفين تصنيف أنواعها، وبيان المراحل التي مرت بها وفقاً لإطار عمل إلى ثلاثة أجيال، كان الجيل الأول من CUS عبارة عن إعادة صياغة لأنشطة التدريب والتطوير التقليدية، مع وحدات تنظيمية محددة، وحضور للفصل الدراسي، وكان تركيز هذا الجيل على تعزيز واكتساب قيم الشركة، في حين يعكس الجيل الثاني إستراتيجية

أوسع نحو التعلم التنظيمي، ولكن لا يزال يميل إلى أن يكون الحرم الجامعي والموقع محددًا؛ بينما يشير الجيل الثالث إلى وجود عنصر افتراضي في عملية التعلم، ويشمل مجموعة واسعة من الإستراتيجيات لتطوير رأس المال الفكري. وقد تم اقتراح إطار عمل من أربعة مستويات لوحدات جامعة الشركات، حيث قدمت CUS من المستوى الأول التدريب فقط، وشارك المستوى الثاني في التدريب بالإضافة إلى التطوير الإداري والتنفيذي، وكانت دورات المستوى الثالث مقدمة للحصول على الانتماء الأكاديمي، أما المستوى الرابع CUS فيؤدي للحصول على درجة أكاديمية (Greg, 2008, 5).

وتهتم جامعات الشركات بمصطلحات مثل: التدريب، والميزة التنافسية، والكفاءات الإستراتيجية، في حين أن الجامعات التقليدية تهتم أكثر بالمنح الدراسية، وثقافة البحث العلمي، وخدمة المجتمع، وبالتالي فإن جامعات الشركات ليست بالضرورة مصممة للتنافس مع مجموعات التعليم العالي التقليدية، ولكنها تستهدف تلبية احتياجات الشركات الأم، مع التركيز بشكل خاص على إدارة التغيير والقيادة والتعلم مدى الحياة (Corocco & Cseh, 2017, 19).

ويمكن تعريف جامعات الشركات إجرائيًا بأنها "كيانات تعليمية، تطورت من كونها كيانات تجارية، إلى تكوين نفسها كمؤسسات منتجة للمعرفة، ومواردها البشرية هي الأطراف الفاعلة في هذه العملية، وتصبح المصدر الرئيس للميزة التنافسية، وترتبط جامعة الشركات بشكل أكثر وضوحًا بإستراتيجية العمل للمؤسسة، وتهدف إلى تعزيز فرص التعليم المستمر لأعضائها، والربط بين التعليم والتدريب، وإبرام الشراكات مع المؤسسات الفاعلة في المجتمع؛ لدعم قدرتها التنافسية في مجال خدمة المجتمع".

ثانيًا: فلسفة جامعة الشركات:

تركز فلسفة جامعة الشركات على تحقيق الوظائف الرئيسية للجامعات الأكاديمية، وهي تدعيم التعليم والتعلم، وتنمية البحث العلمي، وخدمة المجتمع وتنميته، لذا فهي تركز على التعليم القائم على التكنولوجيا، وتجعل التدريب والتعلم مستمرين في أثناء العمل، كما تركز على تقديم الخدمات الاستشارية، الأمر الذي يؤكد الدور الحيوي لجامعة الشركات في المبادرات الوطنية الداعمة لعملية التنمية الشاملة والمستدامة في المجتمع، ومن ثم يمكن تحديد فلسفة جامعة الشركات فيما يلي:

(١) **بناء مجتمعات تعلم مهنية:** تستند فلسفة جامعة الشركات إلى بناء مجتمعات التعلم المهنية التي تجعل التعلم محورًا رئيسًا في العمل، مما يؤدي إلى تحسين قدرات ومهارات العاملين في مجالات العمل المتنوعة، باعتبارهم رأس المال البشري الذي تعتمد عليه المنظمة، ومن ثم تركيز على إكساب أفرادها مهارات التعلم الذاتي والتعلم المستمر، والقدرة على مواكبة التغيير واستباقه وإدارته بشكلٍ مستمر، الأمر الذي يترتب عليه مواجهة التغيرات المحتملة في سوق العمل والتوافق معها.

(٢) **تطوير الموارد البشرية:** تتمحور فلسفة جامعة الشركات في تطوير الموارد البشرية، من خلال تمكين العاملين من المهارات الوظيفية التي تتطلبها بيئة العمل بشكل يتجاوز قدرة الجامعات الأكاديمية، من خلال البرامج التدريبية؛ حيث تركز على ابتكار المعرفة وتيسير تبادل المعلومات، إضافة إلى انتهاج أساليب جديدة للتعليم، ودعم ثقافة التعلم المستمر في السياق المؤسسي على المستويات التنظيمية كافة؛ فهي تتميز ببعدها الإستراتيجي، وتوجهها المستقبلي الهادف لتعزيز القدرة التنافسية للشركة الأم، والمشاركة في عملية التنمية المستدامة (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٣٢٥).

(٣) **إعداد منظمات التعلم:** تعتمد فلسفة جامعة الشركات على إعداد ما يسمى منظمة التعلم، حيث تتركز أدوار الجامعة في إحداث التغيير والتطوير المستمر، لدعم أهداف العمل التجاري؛ وذلك من خلال تزويد العملاء بحلول تعليمية وتدريبية، علاوة على تزويدهم بأنظمة تمكنهم من أن يصبحوا شركاء في تطوير طبقة ذات كفاءة من القوة العاملة، كما تنطلق فلسفة جامعة الشركات من العمل على تشجيع النمو الشخصي للأفراد العاملين بشكلٍ مستمر، وإشباع الحاجات التي تولدها آليات العمل داخل إطار ثقافة المجتمع (سعد، ٢٠٢١، ٤٣).

(٤) **ترسيخ مبدأ التعلم الذاتي المستمر:** تتبع فلسفة جامعة الشركات من مبدأ التعلم الذاتي المستمر، حيث تقوم بتحسين وتطوير مهارات الأفراد في مجالات العمل المختلفة بالمنظمة بشكلٍ مستمر مدى الحياة، ويعد هذا أساس فلسفة نشأة تلك الجامعات؛ حيث تقوم بتحسين أداء العاملين وتزويدهم بمهارات العمل الجديدة ومهارات التعلم الذاتي والتعلم المستمر،

وتدريبهم على كل ما يستجد في المجال، ليصبح الأفراد بمثابة عمالة مدربة ومؤهلة، قادرة على مواكبة التغيرات ومستحدثات العصر وتلبية احتياجات سوق العمل (علوان، ٢٠١٦، ٢٤٩-٢٥٠).

(٥) الشراكات مع القطاعات الخدمية: تركز فلسفة جامعة الشركات على التعاون المستمر مع القطاعات الإنتاجية والمؤسسات الخدمية في مجتمعها المحيط من خلال الشركات الإستراتيجية، الأمر الذي يعود عليها بتحقيق العديد من الفوائد والأهداف المشتركة، وذلك تماشيًا مع الخطط الإستراتيجية للتنمية في المجتمع (الشتري، ٢٠١٤، ١٧).

(٦) نقل التقنية والابتكار: تتحدد فلسفة جامعة الشركات في نقل التقنية والابتكار، بالاستفادة من أنشطة البحث العلمي التي يجريها الباحثون والخريجون بمختلف مجالات العلم والمعرفة بالمنظمة، وتحويلها إلى واقع إنتاجي ملموس يخدم عمليات التنمية بالمجتمع، علاوة على تركيزها على رفع كفاءة الباحثين وقدراتهم البحثية، للمساهمة في تقديم الحلول للقضايا والمشكلات المجتمعية (واكد، ٢٠٢٠، ٢٥-٢٨)، وكذلك إجراء البحوث والدراسات التطبيقية في التخصصات المختلفة في مجال عمل الشركات الناشئة؛ الأمر الذي ينتج عنه تطوير منتجاتهم وخدماتهم (سعد وآخرون، ٢٠٢١، ٧٦٤).

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن فلسفة جامعة الشركات تركز على تحقيق الوظيفة الثالثة للجامعة، من خلال الاعتماد على التعليم المستمر في تحسين قدرات الموارد البشرية في المنظمة، كما تركز على إقامة جسور التعاون مع القطاعات المجتمعية في إطار تبادل المنفعة بين الطرفين، والاستفادة من أنشطة البحث العلمي في دعم عمليات التطوير المجتمعية.

ثالثًا: أهمية جامعة الشركات:

تعد جامعة الشركات مؤسسة تعليمية قائمة بذاتها، وتهتم بالتعليم والتدريب كوسيلة أساسية لتحقيق أهدافها، ومواكبة التغيرات المتسارعة في بيئة العمل، كما تهتم بدعم تنمية رأس المال البشري وتطويره، لتحسين مخرجات التعلم المتمثلة في أفراد قادرين على التوافق مع سوق العمل واحتياجاته المتغيرة، ومن ثم تتضح أهمية جامعة الشركات فيما يلي:

(١) توفر جامعة الشركات الفرص لنشر ثقافة مشتركة عبر المؤسسة، حيث يتم تدريس المهارات الخاصة بالمنظمة لجميع الأفراد، وكذلك توفير هيكل رسمي لتوفير التعلم والتطوير المستمر والموحد، فعلى الرغم من أن الأفراد اليوم يستطيعون الوصول إلى المعلومات حول أي شيء، فإن جامعة الشركات توفر المكان الذي يتم من خلاله تعليم مهمة المنظمة وقيمتها وكفاءاتها باستمرار، والوصول إليها من قبل جميع الموظفين بالمؤسسة (Musielak, 2019, 11).

(٢) تعد جامعة الشركات بمثابة نموذج تعليمي معاصر، انتقلت فيه مسئولية التعليم من الأوساط الأكاديمية إلى قطاع العمل، ويمتاز هذا النموذج الجديد بالقدرة على مواكبة التغيرات الحادثة في بيئة العمل، من خلال إستراتيجيات هيكلية العمالة وفق احتياجات سوق العمل؛ حيث تمنح تلك الجامعات الدرجات الدراسية، فلم يعد ذلك اختصاص المؤسسات التعليمية القائمة فحسب، بل يمكن الحصول على الدرجات الدراسية المعتمدة من الشركات التي أنشأت لها مؤسسات تعليمية مستقلة (Lee & Miozzo, 2019, 1633-1635).

(٣) تمثل جامعات الشركات أدوات قوية للتغلب على العديد من التحديات، ففي ظل تزايد مطالب العولمة الفريدة على القيادة، واتساع فجوات التوظيف المتزايدة في الأسواق الناشئة، تحولت محركات النمو الاقتصادي من رأس المال المادي إلى رأس المال البشري، فبعد أن كانت الأصول المادية كثيفة رأس المال تقود الميزة التنافسية في العديد من قطاعات العالم الصناعي، تغيرت مصادر المزايا اليوم بسرعة من المصانع والآلات إلى الأشخاص الذين يجعلون الأعمال التجارية تعمل بكفاءة وفاعلية في مجتمع ما بعد الصناعة (Kolo & et al, 2013, 6-9).

(٤) تعمل جامعة الشركات على إبقاء المنظمة وأفرادها في حالة تنافسية بشكل مستمر، للاستجابة السريعة للتغيرات المتلاحقة في عالم الأعمال، وسد الثغرات الخاصة بالكفايات المطلوبة من الأفراد، حيث يتم الاعتماد على برامج للتنمية المستمرة، للسماح للموظفين الحاليين بتحسين مهاراتهم، وتحقيق تكيفهم مع التغيرات المتلاحقة (Musielak, 2019, 10).

(٥) تقدم العديد من جامعات الشركات التدريب العملي والتعلم الجماعي، كبديل أكثر فاعلية للدورات التدريبية القائمة على المحاضرات، ويتفق كل جامعات الشركات على أن ما يتم تعلمه يجب تطبيقه بطبيعته، ويجب أن يكون ذا فائدة عالية وقابلًا للتطبيق في بيئة العمل. ومن الملاحظات المهمة هنا أن جامعات الشركات لا يمكن إنشاؤها إلا من قبل الشركات الكبيرة لا الصغيرة أو المتوسطة الحجم (Baporikar, 2015, 31).

(٦) تعد جامعة الشركات مجالاً خصباً لتعزيز عمليات التعليم المستمر، بما يتواءم مع احتياجات ومتطلبات سوق العمل، فقد حوّل نموذج جامعة الشركات الجامعة من نموذج للتربية والتعليم إلى مركز علمي تقدمي للتعليم والتعلم وتنمية القدرات وإكساب المهارات الخاصة بالعمل في المستقبل، مما يساعد في التغلب على الصعوبات والمشكلات الخاصة بالتعليم والتعلم في الجامعات المصرية (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٢٩٩).

(٧) تسعى جامعة الشركات إلى تحقيق رسالتها في تنمية شخصية الطالب بطريقة متوازنة، فالتعليم من منظورها عبارة عن عملية استثمارية لها عوائدها المباشرة وغير المباشرة، وليس فقط مجرد عملية استهلاكية، فهي تشجع الأجيال القادمة على اقتحام عالم العمل بفكر علمي وعملي متطور، ومن ثم تحويل الجامعات إلى حاضنات أعمال لرجال أعمال المستقبل؛ الأمر الذي يسهم في بناء مجتمع من المستثمرين الشباب الذين يمتلكون المهارات والقدرات اللازمة للتعامل مع الاقتصاد العالمي سريع التبدل والتغير (Spitzer- Hanks, 2016, 386- 388).

وبناءً على ما سبق، يتضح أن أهمية جامعة الشركات تنبثق من كونها أحد الأنماط التعليمية التي لها القدرة على تلبية احتياجات المجتمع المتعددة، حيث تربط بين وظائف الجامعة الثلاثة في إطار كلي متكامل غير منفصل، حيث تعد رأس المال البشري بالتعليم والتأهيل، فتكون لديه القدرة على تطبيق ما تعلمه من معارف في بيئة العمل، والتنسيق بين مخرجاتها ومتطلبات سوق العمل، في محاولة لسد العجز في القطاعات الإنتاجية.

رابعاً: أهداف جامعات الشركات:

- تتعدد أهداف جامعة الشركات التي أنشئت من أجلها، حيث يتم استخلاص الهدف والرؤية الخاصة بجامعة الشركات من خلال نطاق النشاط الخاص بالمنظمة، فهي تهدف بشكل رئيس إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية للشركات المؤسسة لها، وفي نفس الوقت تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الخاصة بها، ومن ثم تركز جامعة الشركات على تحقيق عدد من الأهداف، من أهمها:
- (١) إكساب الأفراد داخل منظومة العمل المهارات الجديدة؛ بحيث يكون التدريب نشاطاً مستمراً، يتم من خلاله إضافة قيمة متسقة في عملهم، بحيث يتم الاحتفاظ بالموظفين الموهوبين، وجعل التدريب أقرب إلى عملية الموامة مع إستراتيجية العمل.
- (٢) تعظيم المخرجات الخاصة بمنظومة العمل من خلال الابتكار والكفاءة والإنتاجية، وإعداد عمال المعرفة وتطوير رأس المال الفكري للأفراد داخل المنظمة، من أجل تعزيز مهاراتهم المهنية وتحسين أدائهم الوظيفي.
- (٣) التركيز على تحقيق الموامة بين رأس المال البشري ومتطلبات العمل والرؤية طويلة المدى للمؤسسة، من خلال تبني أفضل الممارسات التدريبية التي تجعل تدريبهم وتعلمهم قائماً على المنافسة، ويركز على الأهداف الإستراتيجية للشركة (Ilyas, 2017, 85-87).
- (٤) تسهيل الممارسات الاجتماعية والتنظيمية والتكنولوجية التي تدعم بناء المعرفة والتعلم، حيث تزود جامعة الشركات المنظمة بأداة فعالة لفرز وتسهيل العمليات التي تدعم ثقافة التعلم داخل المنظمة، ومن ثم فهي مسؤولة عن قيادة المعرفة ومبادرات التعلم في المنظمة (Castrillon, 2019, 32).
- (٥) تهدف جامعة الشركات ككيان تعليمي إلى تنمية الموارد البشرية، من خلال التركيز على جانب التدريب والتطوير لتنمية الموارد البشرية بالمنظمة، وتتنظر إلى التعلم على أنه أمر إستراتيجي يجب إدارته على أعلى مستوى، حتى يمكن توسيع قاعدة المعرفة والقدرة التنافسية لشركاتها (Tong, 2018, 22).

(٦) تزود جامعة الشركات الأفراد بفرص التعلم المستمر، لضمان كفاءة عمل عالية، وتحقيق الأهداف الإستراتيجية للشركة، من خلال إنشاء نظام تراكم فعال للمعرفة، ونظام للتعلم التنظيمي، وفقاً لإستراتيجية التنمية الخاصة بالمنظمة (Ltovchenko, 2016, 37).

(٧) تستهدف جامعة الشركات التركيز على المهارات التكتيكية، من خلال نظم تدريب ذات كفاءة، حيث تهتم سياساتها التعليمية ليس فقط بحل المشكلات الحالية التي تعاني منها المنظمة، بل تتسع لتوقع المشكلات التي يمكن أن تقابلها في المستقبل القريب والبعيد، بهدف تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة (Ltovchenko, 2016, 37).

(٨) تسعى جامعة الشركات كمنظومة تعليمية إلى تحقيق التميز المؤسسي، من خلال تحقيق قيمة مضافة من أصولها الفكرية، وتساعد جامعة الشركات على تحديد الأفراد المميزين والموهوبين والاحتفاظ بهم وتطوير معارفهم ومهاراتهم، إضافة إلى تزويد جميع القوى العاملة بفرص التعلم والتطوير الوظيفي، في ضوء الأهداف الإستراتيجية للمنظومة التي ينتمون إليها (رياض، ٢٠٢٠، ٤).

ومما سبق يتضح أنه لم تعد تقتصر أهداف جامعة الشركات على تصميم التدريب فقط، بل قد توسع دورها ليشمل دعم الإستراتيجية الخاصة بالمنظمة وثقافتها، وتلبية احتياجات جميع الأطراف المعنية، والتي يتم بناءً عليها تحديد الأهداف الإستراتيجية للشركة؛ بغرض تحقيق الأنشطة التعليمية، إضافة إلى أن تطوير المواهب والقيادة هو الهدف الأكثر أهمية، حيث إن بناء ثقافة وهوية مشتركة للشركات أمر بالغ الأهمية في دعم تطوير إستراتيجية جامعة الشركات وربطها بالمجتمع المحيط بها.

خامساً: الأدوار الأساسية لجامعة الشركات:

تؤدي جامعات الشركات بالفعل مجموعة من الأدوار والوظائف الجديدة ذات الصبغة الابتكارية، حيث تميل إلى التركيز على مجموعة من الأدوار الأساسية التي تعتمد على الجمهور المستهدف والأهداف الإستراتيجية التي تسعى المنظمة لتحقيقها، وهي كالاتي (Kolo & et al, 2013, 6-9):

(١) مركز التدريب: توفر جامعة الشركات الفرص لتدريب الموظفين النظاميين وقادة الشركة، وذلك بهدف تحقيق التميز في عمليات التشغيل، والالتزام بمعايير العمل الأصلية، بحيث

يمكن للموظفين الحصول على شهادات اعتماد في مجالات العمل المهمة، وكذلك يوفر الحرم الجامعي للشركة برامج تدريب للموظفين ذوي الإمكانيات البشرية العالية ولكبار التنفيذيين.

(٢) منصة إستراتيجية: حيث يتم ربط عمليات التطوير المهني بالأهداف الإستراتيجية للمنظمة، ودمج عملية التعلم في تطوير الإستراتيجية الخاصة بها، عن طريق التركيز على تقديم محتويات وثيقة الصلة بإستراتيجية المنظمة.

(٣) شبكة تعلم: ويتم من خلالها بناء ثقافة التعلم، وفرص التعلم المستمر خارج الفصول الدراسية؛ عن طريق إنشاء وحدات تمثل القاعدة الأساسية التي يتم من خلالها تعزيز المهارات الوظيفية أو الفنية أو الإدارية بشكل مستمر لرأس المال البشري بالمنظمة.

(٤) مسرع القيادة: حيث يتم استهداف القيادة العليا والمتوسطة من أجل تعزيز ثقافة القيادة في مختلف أنحاء الشركة، وذلك من خلال التركيز على الإدارة العليا، وتقديم محتويات وثيقة الصلة بالإستراتيجية الخاصة بالمنظمة.

(٥) نطاق التأثير: تعمل جامعات الشركات في بيئات ديناميكية، أي أنها تكيف نماذجها باستمرار لتلبية متطلبات الإستراتيجيات وعمليات الاستحواذ الجديدة وتقلبات السوق، ونادرًا ما تظل جامعات الشركات مقيدة بشكل دائم بأي من الأدوار الأساسية الخاصة بها.

ومما سبق يتضح تنوع الأدوار التي تؤديها جامعة الشركات بخلاف الأدوار الأساسية للجامعة، من تعليم، وبحث علمي، وخدمة مجتمع، فهي تقدم البرامج التدريبية للعاملين بها ولجميع المستفيدين من خدماتها، كما تقوم بحفز السياسات الخاصة بالتعليم المستمر لبناء مهارات رأس المال البشري، إضافة إلى وظيفة قيادة المنظمة على مختلف المستويات لتحقيق أهدافها، وكذلك قدرتها على تهيئة بيئة ملائمة لتقلبات سوق العمل، الأمر الذي يجعلها تتميز عن الجامعات التقليدية بالمرونة وسرعة الاستجابة للتحديات والمتغيرات المستجدة في بيئة العمل.

سادساً: خصائص جامعة الشركات:

تتسم جامعة الشركات بمجموعة من الخصائص التي تميزها ككيان تعليمي يبني على التنمية المعرفية والتدريب المستمر، لمواجهة التحديات الآنية والمستقبلية والتطورات الحادثة في اقتصاد قائم على المعرفة، وتتضح تلك الخصائص في النقاط التالية:

(١) تتميز جامعة الشركات بالاهتمام بنقل المعرفة وتطبيقها بدلاً من الاقتصار على إنتاجها، فبينما تقوم الجامعات التقليدية بمهمة البحث وإنتاج المعرفة، فإن جامعة الشركات هي كيان تعليمي يمثل أداة إستراتيجية مصممة لمساعدة المنظمة الأم في تحقيق مهمة تطبيق الأنشطة البحثية (Baporikar, 2015,34).

(٢) تربط جامعة الشركات الجانب النظري بالجانب التطبيقي؛ أي التركيز على الجانب الخاص بالتعليم والتدريب في ذات الوقت، وهذا ما يميز جامعة الشركات عن الجامعة التقليدية، حيث إنها تركز على الجوانب التطبيقية في عملية التدريب أكثر من الجوانب النظرية، ومن ثم تركز جامعة الشركات على التدريب، وبناء برامجها المختلفة استناداً إلى أسس معرفية تركز على الجوانب ذات الأهمية الفعلية لهذا التدريب، فجامعة الشركات هي مؤسسات ربحية موجهة لتحقيق أهداف الشركة المؤسسة لها. (Baporikar, 2015, 3)

(٣) تنشأ جامعة الشركات من قبل شركة ما، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بإستراتيجية الشركة الأم، وتعمل على تحقيق التميز المؤسسي، من خلال تطوير رأس المال الفكري لكي يتماشى مع الأهداف التجارية الرئيسة للشركة الأم، وذلك من خلال بناء قيمة من أصولها الفكرية، حيث تقوم جامعة الشركات بتحديد الموظفين الموهوبين وتمييزهم وتطويرهم، إضافة إلى تزويد جميع القوى العاملة بفرص التعلم والتطوير الوظيفي ذات الصلة بالشركة الأم (رياض، ٢٠٢٠، ٤).

(٤) تركز جامعة الشركات على تحقيق الأهداف والأولويات التنظيمية، بدلاً من مناهج التدريب والتنمية التقليدية التي تقوم على الحاجات الفردية، ومن ثم تطوير أداء الأفراد كفرق، باعتبارهم جزءاً من منظومة العمل لبناء فريق عالي الأداء (Castrillon, 2019, 32)، وبذلك يتضح أن جامعة الشركات هي أداة إدارية مصممة لدعم تنفيذ الإستراتيجيات

العالمية للمنظمات، من خلال أنشطة التدريب على المستويين الفردي والتنظيمي (Matos & Others, 2020, 711).

(٥) ترتبط جامعة الشركات بإدارة المعرفة والتعلم التنظيمي، والتي تؤثر على عمليات تكوين المعرفة كعنصر ضروري لهذه الوظيفة، حيث تمثل المعرفة في جامعة الشركات مصدرًا مهمًا للميزة التنافسية، فالمهمة الرئيسة لجامعة الشركات هي توفير وسيلة لإدارة المعرفة داخل المنظمة، من خلال التأثير والسيطرة على عمليات التعلم وبناء المعرفة لتحسين التعلم والأداء بالمنظمات (Castrillon, 2019, 37-38)، ولا يقصد هنا بالمعرفة تلك المعرفة المجردة المعزولة عن سياق عملها، بل التي تميل إلى أن تكون تخصصية، وفي ذات الوقت يتم تطويرها في تنسيقات مختلفة عن تلك المعرفة الأصلية (Antonelli & et al, 2013, 33)

(٦) تتعامل جامعة الشركات مع المعرفة باعتبارها موردًا اقتصاديًا، نتيجة زيادة الطلب العالمي للشركات على الخدمات التعليمية، حيث تعد إنتاجية التعليم في جامعة الشركات مهمة مثل الإنتاجية في مجال التصنيع والخدمات التجارية، ومن ثم ينظر إلى البنية التحتية وأصول التعليم العالي بشكل متزايد على أنها فرص في السوق (Rutherford, 2005, 305-306)، بحيث يتم ترجمة منتجات العمل الأكاديمي إلى قيمة عملية يمكن استثمارها.

(٧) تشترك جامعة الشركات مع مجموعة واسعة من الكيانات التعليمية، حيث تقوم الشراكات بينها وبين مؤسسات التعليم العالي، وتستخدم جامعة الشركات أحدث التقنيات في تسهيل التعلم، حيث يتم الاعتماد على نظم التعليم الإلكتروني لتقديم برامج التعلم، فتقدم مناهجها التدريبية بأدوات قائمة على الويب، مع دمج بعضها مع الإعدادات التقليدية مثل الفصول الدراسية (Tong, 2018, 18-26).

(٨) تعتمد جامعة الشركات على المساءلة، من خلال أدوات قياس يتم وضعها من قبل المنظمات لتقييم بيئة التعلم الخاصة بهم، وتقييم برامج التدريب الخاصة بالشركات، وتقييم عائد الاستثمار، حيث تمكن المساءلة من تحسين برامج التدريب، الأمر الذي ينعكس

بالإيجاب في تطوير الموارد البشرية، حيث يتم تقييم برامج التدريب من حيث ثلاثة أبعاد، الأول: مدى تحقيق البرنامج لأهدافه المعلنة، والثاني: مدى معالجة البرنامج لقضايا الأداء ذات الأهمية في المنظمة، والثالث: مدى نجاح البرنامج في تحسين نتائج المنظمة (Tong, 2018, 29-31).

وتأسيساً على ما سبق، يتضح أن جامعة الشركات تتميز بالعديد من الخصائص التي يمكن الاستفادة منها في تفعيل الوظيفة الثالثة للجامعات التقليدية، حيث تقوم جامعة الشركات على التعلم التنظيمي الذي يرتبط بالأهداف الإستراتيجية للمنظمة، كما يتميز خريجوها بالقدرات المؤهلة لسوق العمل التي من شأنها أن تسهم في رفع القدرات والميزة التنافسية للجامعات.

سابعاً: نشأة جامعة الشركات في مصر:

كان لمعطيات القرن الحادي والعشرين وتحدياته عظيم الأثر على الشركات في المجتمع المصري، فقد ألفت الظروف الاقتصادية بظلالها على تلك الشركات، وفرضت عليها ضرورة مواجهتها والتكيف معها، من خلال توفير الموارد البشرية والمعرفية والتكنولوجية اللازمة لتحقيق ذلك، الأمر الذي تطلب ضرورة توثيق الصلة بين التعليم العالي وسوق العمل وتلبية متطلباته بأساليب مختلفة، مما دفع بعض الشركات للاهتمام بقطاع التعليم العالي والجامعي والاستثمار فيه، بإنشاء جامعات تابعة لها، تهتم بتقديم خدمات تعليمية وتدريبية وبحثية للعاملين بها، وتمتد تلك الخدمات لكل أفراد المجتمع والمستفيدين من خدماتها (السيد، ٢٠٢١، ٣٦-٣٧).

ومن أمثلة تجارب الدولة المصرية في مجال إنشاء جامعة تابعة للشركات ما يأتي:

(١) المعهد المصرفي المصري:

تشير الأدبيات إلى أن بداية إنشاء الشركات المصرية لجامعات أو مؤسسات تعليمية تابعة لها تسعى لتحقيق أهدافها إلى عام ١٩٩١ م، حيث تم تأسيس المعهد المصرفي المصري بواسطة البنك المركزي المصري؛ ليصبح الذراع التدريبي الرسمي له، برؤية تستهدف أن يصبح المعهد شريكاً في تطوير رأس المال البشري في المنظومة المصرفية في مصر، ومنازة لتطوير القطاع المصرفي بالدول الإستراتيجية عربياً وإفريقياً، وتقديم أفضل الخدمات من خلال نقل أحدث الاتجاهات المصرفية العالمية، وتعد المسؤولية المجتمعية من الأهداف الإستراتيجية للمعهد المصرفي المصري،

حيث يسعى المعهد لتقديم خدمات متميزة لتنمية ورعاية المجتمع المصري بجميع فئاته، خاصة في مجال التثقيف المالي ودعم الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة. (المعهد المصرفي المصري، ٢٠٢٢، <https://ebi.gov.eg/?lang=ar>)، وتتضمن رسالة المعهد المصرفي المصري تقديم مجموعة من البرامج التدريبية التي تهدف في مجملها إلى تحسين المهارات الفنية والإدارية للعاملين بالقطاع المصرفي (المعهد المصرفي المصري، ٢٠٢٢، <https://ebi.gov.eg/partners/?lang=ar>).

(٢) أكاديمية أخبار اليوم:

كما أنشئت أكاديمية أخبار اليوم في عام ١٩٩٩ م بمدينة السادس من أكتوبر، وتأسست وفقاً للقرار الجمهوري رقم (٣٩٣) لعام ٢٠٠٤ وبدأت الدراسة بها في عام ٢٠٠٥، وهي معهد علمي تابع لجمعية الخدمات التعليمية والاجتماعية بأخبار اليوم، وتسعى الأكاديمية إلى أن تكون مركزاً للتعليم والتدريب في مختلف ميادين العلوم الإنسانية والطبيعية والهندسة والتطبيقية في مصر والعالم العربي، وتمنح درجة البكالوريوس المعادلة من المجلس الأعلى للجامعات (أكاديمية أخبار اليوم، ٢٠١٥، ٤).

(٣) جامعة الأهرام الكندية:

تأسست جامعة الأهرام الكندية عام ٢٠٠٥، وهي مؤسسة تعليمية معتمدة غير ربحية، تابعة لمؤسسة الأهرام [جريدة الأهرام المصرية اليومية] بموجب القرار الجمهوري رقم ٣٩٣ (٢٠٠٤). وتقدم البرامج التي تلبي احتياجات المجتمعات الوطنية والإقليمية. كما تقوم بإجراء أبحاث إبداعية ومبتكرة بالتعاون مع المنظمات الإقليمية والدولية، وتضم الجامعة حالياً تسع كليات، هي: الصيدلة، وإدارة الأعمال، وعلوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات، والإعلام، وطب الفم والأسنان، والهندسة، والعلاج الطبيعي، والتصميم والفنون الإبداعية، واللغات والترجمة، وتدير الجامعة أيضاً مراكز متخصصة، بما في ذلك مركز التميز، والمركز التعليمي لطب الأسنان، ومركز الدراسات الإعلامية، ومركز الأبحاث للدراسات الإدارية والاقتصادية، ومركز الأبحاث والاستشارات في تكنولوجيا المعلومات، ومركز الاستشارات في الخدمات الصيدلانية؛ للمساهمة بشكل إيجابي في خدمة المجتمع وإعداد الخريجين للوفاء بمتطلبات وظائفهم في مجالات متنوعة، في ظل مطالب العالم سريع التغيير، لتعزيز الروح التنافسية للطلاب، وتعزيز البحث العلمي المستقل، مع مراعاة المتطلبات

الدولية وكذلك احتياجات المجتمع الوطني، لمواكبة متطلبات سوق العمل ورؤية مصر ٢٠٣٠. (جامعة الأهرام الكندية، ٢٠٢٢، <https://acu.edu.eg/News/471029.aspx>)، وتتبلور رسالة جامعة الأهرام الكندية في تقديم تعليم وبحث وخدمة مجتمعية ممتازة، وخريجين متعلمين ومتحمسين، قادرين على خدمة مجتمعهم والمساهمة في تعزيزه، من خلال توفير بيئة تعليمية داعمة تعزز النزاهة والإبداع وتطوير الذات، وإنشاء برامج مبتكرة تلبي احتياجات الطلاب والمجتمع، وإجراء البحوث الإبداعية بالتعاون مع المنظمات الإقليمية والدولية، وتمنح درجة البكالوريوس بكلياتها المختلفة بنظام الساعات المعتمدة (جامعة الأهرام الكندية، ٢٠٢٢، <https://acu.edu.eg/News/471042.aspx>).

(٤) جامعة هليوبوليس للتنمية المستدامة:

جامعة هليوبوليس جامعة مصرية غير ربحية، تقع في محافظة القاهرة، وهي ذات علاقة بمؤسسة سيكم، وقد بدأت الدراسة بها عام ٢٠١٢، وتهدف إلى إعداد خريجين في مختلف مجالات الحياة، وتوفير بيئة فعالة تلتقي فيه الأفكار الجديدة بأرض خصبة للبحث والابتكار، ويجمع التعليم في جامعة هليوبوليس بين التدريس الأكاديمي والبحث العلمي والممارسة، مع برنامج أساسي إنساني فريد من نوعه، لتطوير عقول مبدعة يمكنها أن تتصرف لتشكيل مستقبل أفضل للمجتمع، مما يوفر فرصاً تطبيقية حقيقية للطلاب لمواجهة المشكلات العملية التي تنطبق على دراساتهم من خلال الشركات الشريكة ضمن مبادرة سيكم للتنمية المستدامة، وتمنح درجات البكالوريوس والماجستير والدكتوراه بنظام الساعات المعتمدة (جامعة هليوبوليس للتنمية المستدامة، ٢٠٢٢، <https://portal.hu.edu.eg>)، وتتعاون جامعة هليوبوليس مع شبكة من الشركاء العاملين في مجال التنمية المستدامة، وتعقد روابط إستراتيجية مع الشركاء في القطاع الصناعي لدعم برامج التدريب، وقد اكتسبت عضوية شبكة "مكان جامعي للإبداع" التي تربط الشركات والجامعات من أجل حل المشكلات الصناعية عبر البحث التطبيقي (جامعة هليوبوليس للتنمية المستدامة، ٢٠٢٢، <https://www.hu.edu.eg/ar/about/partners/>).

ويتضح من خلال العرض السابق لأهم تجارب الدولة المصرية في مجال إنشاء جامعة تابعة لشركات خاصة، أنها لم تكن بمنأى عن التحولات والتغيرات الحادثة في العالم من حولها، فكان

هناك حاجة ماسة لتطوير موارد بشرية مؤهلة ذات كفاءة، متوافقة مع ما يفرضه الواقع من تحديات وتغيرات متتالية في بيئة العمل، ولكن تلك المؤسسات التعليمية التي أنشأتها الشركات المصرية لا تعدو كونها مؤسسات تعليمية خاصة ذات برامج تعليمية تقليدية، لا ترتبط ارتباطاً مباشراً باحتياجات سوق العمل، بل إنها تقتصر على تلبية الأهداف المباشرة للشركات التي تنتمي إليها.

المحور الثالث: أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات:

لقد أسهمت التحولات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية الحادثة في المجتمع، في توجه الجامعات إلى الاستجابة للقضايا والمشكلات المجتمعية، وذلك من خلال وظيفتها الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع، والتي تحددت أبعادها الخاصة بالوظيفة الثالثة في ثلاثة أبعاد رئيسية، هي: التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشركات المجتمعية، وسيتم إلقاء الضوء على كيفية تحقيق تلك الأبعاد في ضوء الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات كما يلي:

أولاً: التعليم المستمر:

يشهد المجتمع العالمي تغييراً كبيراً ومستمرًا في متطلبات سوق العمل والفرص التشغيلية، الأمر الذي يتطلب من الأفراد الاستجابة لتلك التغيرات والتحديات المتوالية، عن طريق برامج التعليم المستمر التي تؤهل الأفراد للاندماج، والتمكن من المتطلبات الجديدة لعالم الأعمال، وامتلاك المعارف والمهارات المؤهلة لسوق العمل الجديد. حيث يقصد بالتعليم المستمر أنه "تلك الأنشطة التي تقوم بها الجامعة في مجال دعم عمليات التعليم المستمر لأعضاء هيئة التدريس والخريجين مدى الحياة، والتركيز على البرامج التدريبية التي تتصف بكونها انعكاسات لحاجات المجتمع وقطاعاته الخدمية".

ومن هذا المنطلق، تعد الجامعة السبيل لتحقيق عمليات التعليم المستمر، وعليها أن تنمي وعي أفرادها بأهمية التعليم المستمر مدى الحياة؛ لأن المعارف والمهارات التي يكتسبها الفرد في أثناء فترة التعليم الجامعي ستقادم سريعاً؛ نظرًا لما يتميز به عصر اقتصاد المعرفة من تغير معرفي؛ فالتعليم المستمر قادر على إحداث حراك للوظائف، بتعليم الأفراد وتدريبهم كجزء أساسي متكامل مع كل برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما أنه قادر على تمكينهم من التكيف مع التغيرات

المجتمعية، وتقديم المعارف والمهارات في تخصصات العمل المختلفة (أبو العلاء، ٢٠١٣، ٢٢٥-٢٢٦).

وعليه، فإنه في ظل تسارع وتيرة التغيير في معظم قطاعات الاقتصاد العالمي، يتحتم على الجامعات ضرورة تجديد وتطوير المعرفة التنظيمية بشكل مستمر، بحيث يصبح جميع الأفراد داخل المنظومة الجامعية في حالة تعلم مستمر، بحيث يصبحون عمالاً للمعرفة، الأمر الذي يتطلب تعلم قدرات أساسية ديناميكية، يتم العمل على تحديثها بشكل دائم، مع إعادة تعديلها واستحداث مهارات ومعارف جديدة بالمنظومة الجامعية، تتناسب مع التغيرات السريعة في عالم الأعمال، علاوة على القدرة على استيعاب المعارف الجديدة، والاستفادة من الدروس المكتسبة من تجارب السابقين لتجنب تكرار الأخطاء، فالقدرة الاستيعابية تتطلب الجهد والقدرة معاً (علوان، ٢٠١٦، ٢١٥).

وفي هذا الإطار تمتد مسؤولية الجامعة لتحقيق التعليم المستمر إلى متابعة الخريجين بعد مغادرتهم الجامعات وبناء جسور الثقة والتعاون بين خريجي كلياتها وبين قطاعات العمل المختلفة، كما تتجسد أيضاً المسؤولية المجتمعية بشكل عملي، من خلال متابعة الخريجين، وتقديم الخدمات لهم، ومتابعة تدريبهم وتأهيلهم، والتواصل معهم بشكل مستمر لإكسابهم الخبرات والمهارات التي تؤهلهم للمنافسة في سوق العمل، ومن ثم مساعدتهم في الحصول على فرص عمل، وربطهم بالمؤسسات المعنية بالتشغيل، الأمر الذي يترتب عليه تلبية احتياجات سوق العمل في عملية تشاركية مع الجميع (بوربعين وعطار، ٢٠١٦، ٢٣٧).

إن التعليم المستمر ليس نظرياً فحسب، ولكنه عملي ومهني، ولما كانت المهن في تغير مستمر لارتباطها بتطورات المجالات العلمية والتقنية؛ فإن هناك حاجة ملحة لاكتساب العلم الجديد والمعارف؛ للمحافظة على الفاعلية المهنية للأفراد (أبو العلاء، ٢٠١٣، ٥٥٣)، ومن ثم يرتبط التعليم المستمر بالبرامج التدريبية التي تهدف إلى الارتقاء بقدرات الأفراد، حيث يعد التدريب بالجامعات في ظل التغير المستمر والتطور السريع سبيلاً لرفع كفاءة العنصر البشري بالجامعات، وتنمية جدارته، بحيث يواكب الأفراد داخل المجتمع الجامعي التغيرات المستمرة والمتلاحقة في عالم العمل، ومن ثم فأنظمة التدريب بالجامعات لم تعد مجرد حلقات دراسية تقليدية، بل هي الأساس الاستثمار في الثروة

البشرية التي تعد عماد التنمية في أي مجتمع، ولا يقتصر التدريب بالجامعات على أعضاء هيئة التدريس، بل يمتد ليشمل الخريجين، بحيث يتم ربطهم بمستجدات عالم العمل. وتقدم جامعات الشركات مجموعة متنوعة من البرامج التدريبية التي تختلف من جامعة لأخرى، وفقاً للهدف من إنشاء تلك الجامعة، والأدوار الإستراتيجية التي تؤديها، ومن أهم البرامج التدريبية الرئيسية للجامعات (علوان، ٢٠١٦، ٢٥٣-٢٥٤) (Greg, 2008, 5):

(١) **برامج تدريبية لبناء وتطوير المهارات:** وهي برامج تدريبية أساسية في كل جامعات الشركات، وتعتمد على أدوات وأساليب تدريبية وتعليمية مختلفة في بناء وتنمية المهارات، كالتعليم الإلكتروني، والتعليم المختلط، بالإضافة للتدريب الأساسي داخل القاعات.

(٢) **برامج تدريبية لتنظيم وتغيير الثقافة:** وهي برامج تكسب الأفراد مهارة الاستجابة للتغيير في المستويات الفردية والتنظيمية، والعمل تحت الضغوط والتحديات التي تتطلب التغيير، الأمر الذي يتطلب من القيادات وجميع العاملين بالجامعة الاستجابة لتلك التحديات ومجاراتها على المستويات التنظيمية كافة.

(٣) **برامج تدريبية لإدارة المعرفة:** وهي برامج تدريبية للحفاظ على الوضع التنافسي للجامعة وسط التحديات المحيطة، بحيث تكون الجامعة وجميع أفرادها على علم ودراية بالمستجدات المعرفية الخاصة بها، وهي الإستراتيجية الأهم في عمل الجامعة.

(٤) **برامج تدريبية للتنمية المهنية:** وتتعلق تلك البرامج التدريبية من مبدأ كون المعرفة متجددة، وأن هناك ضرورة لبناء مهارات التطوير الوظيفي لبناء المعرفة الجديدة وإدارتها، ليس ذلك فقط، بل المشاركة في صنع المعرفة والابتكار والإبداع.

كما تتخذ جامعة الشركات من التعليم المستمر وسيلة لضمان البقاء والاستمرار لأعضائها في عالم سريع التغيير، وتحقيق التميز والتنافسية، حيث يمكن التعليم المستمر الأفراد في تجديد معارفهم

ومهاراتهم بشكلٍ مستمر، لتتلاءم مع التطورات المستجدة في بيئة العمل، ومن ثم ترتكز فلسفة جامعة الشركات في مجال التعليم المستمر على ما يلي:

- التحديث المستمر لبرامجها ومحتوياتها العلمية وفق المستجدات في قطاع الأعمال، مستعينة في ذلك بالتوجهات العالمية ونتائج البحوث العلمية التي تتسم بالإبداع والابتكار، الأمر الذي يكسبها صفة الاستدامة والتنافسية في ذات الوقت، علاوة على تركيزها على مكافأة الإنجاز كداعم رئيس للتعليم المستمر على جميع المستويات التنظيمية (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٣٥١).

- التعلم التنظيمي باعتباره أحد أساليب التعليم المستمر؛ فهو عبارة عن إستراتيجية متكاملة تهدف إلى إحداث تغييرات للفرد من حيث: التصورات، والتفكير، والسلوك، والمواقف، والقيم، والمعتقدات، والنماذج العقلية، والنظم والإستراتيجيات والإجراءات، ولتحقيق ذلك أكدت الشركات كون التعلم التنظيمي جزءاً لا يتجزأ من العمليات الثقافية من خلال التفاعل والأنشطة بين الأفراد، وكذلك دمج المكونات الأربعة للتعلم التنظيمي (استحواذ المعرفة، وتوزيع المعلومات، وتفسير المعلومات، والذاكرة التنظيمية) بقوة في البيئة المنظومية، كجزء لا يتجزأ من الثقافة والمناخ والعمليات بالمنظمة (علوان، ٢٠١٦، ٢٤٩).

- التنمية المستمرة لرأس مالها الفكري بشكلٍ مستدام، وتوفير عمالة مؤهلة ومبدعة قادرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فعمال المعرفة يمتلكون القدرة على التساؤل والربط والابتكار في المجال المعرفي، وهم المنوط بهم البحث عن كل ما هو جديد، والابتكار وإنتاج وتوليد المعارف، واستخدام المعرفة ومشاركتها (رياض، ٢٠٢٠، ٣٤).

- تعزيز عمليات التعليم المستمر بما يواكب احتياجات ومتطلبات سوق العمل، حيث يحول نموذج جامعة الشركات الجامعة من كونها مركزاً للتعليم فقط، إلى مركز علمي تقدمي لتحقيق التعليم والتعلم وتنمية القدرات وإكساب مهارات العمل في المستقبل، مما يعد منطلقاً

تقدمياً للتغلب على الصعوبات والمشكلات الخاصة بالعملية التعليمية بالجامعات المصرية (عبدالهادي، ٢٠٢١، ٢٩٩).

- تميز المحتوى التعليمي لجامعة الشركات بالتنوع والتشويق، لاستثارة دافعية الأفراد لمواصلة التعليم المستمر، مع التركيز على الخبرات السابقة للأفراد داخل الشركة، حيث يتمحور الهدف الرئيس لجامعة الشركات حول مساعدة الأفراد من خلال التعليم المستمر على حل مشكلات العمل، وتطوير الأداء المؤسسي من خلال مشاريع علمية يتم تحديد محتوياتها التعليمية طبقاً لاحتياجات التعلم الحالية والمستقبلية، فالتعليم المستمر يعد بمثابة الإستراتيجية المستقبلية للمؤسسة لتتمكن من ملاحقة التطورات المتلاحقة في عالم العمل (Nixon & Helms, 2002, 148).

- السعي لتحقيق التعليم المستمر من خلال البرامج التدريبية، حيث يتم تدريب الأفراد على المهارات المهنية لتطوير معارفهم ومهاراتهم، حيث إن المعرفة المكتسبة من التعليم العالي لا تلبي احتياجات الواقع الفعلي، وهو ما يفرض أهمية نقل المعرفة من خلال البرامج التدريبية، لربط ما تقوم به الجامعات بالمعايير الصناعية للقطاعات الإنتاجية، ومن ثم يتمكن الأفراد من فهم الإستراتيجيات الخاصة بعالم العمل وتلبية احتياجاتهم المتزايدة للتعلم مدى الحياة (Chen & Others, 2019. 2094)، ومن هذا المنطلق تنشئ جامعات الشركات منصات لتعليم الموظفين وتدريبهم وتبادل المعرفة، وذلك من خلال تصميم المناهج والأنشطة التدريسية ونموذج التعلم وقنوات نشر المعرفة، ولا يقتصر التدريب في جامعة الشركات على موظفي المنظمة التي تنتمي إليها، بل يتسع مداه ليشمل الشركات ذات الصلة في نفس المجال، ومن ثم تستهدف برامج التدريب العملاء والمستفيدين من خدماتها (Chen & Others, 2019. 2088).

وتأسيساً على ما سبق، يمكن للجامعات الاستفادة من نموذج جامعة الشركات في بعد التعليم المستمر، من خلال إتاحة الفرص المستمرة لرأس المال البشري بالجامعات للحصول على الأنشطة

والبرامج التعليمية والتدريبية التي تزيد من قدراتهم، وتمكنهم من الاستمرار في بيئة العمل، وتسهم في سد الفجوة بين نظام التعليم بمؤسسات التعليم الجامعي ومتطلبات القطاعات الإنتاجية بالمجتمع، الأمر الذي يترتب عليه زيادة القدرات التنافسية للجامعات في مجال خدمة المجتمع وتطويره، وذلك من خلال البرامج التعليمية والتدريبية التي ترتبط بإستراتيجية العمل ومتطلباته، ومن ثم إمداد المجتمع بعمال المعرفة المؤهلين لتطوير المجتمع على مختلف الأصعدة، فضلاً عن قدرتها على المنافسة، وقيادتها لعملية التغيير في المجتمع، لتحقيق التنمية الشاملة عبر مخرجاته التي تعد في ذات الوقت مدخلات مهمة للتنمية المجتمعية، ومن ثم تقوم الجامعات بدورها في خدمة المجتمع بصورة أكثر فاعلية.

ثانياً: نقل التقنية والابتكار:

يعد نقل التقنية والابتكار من الموضوعات المهمة، والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرة الجامعات على تحقيق التنمية المجتمعية والرقى الذي تنشده الأمم، فالجامعات فاعل رئيس في الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال قدرتها على نقل وتسويق التكنولوجيا الجامعية وإدارة الابتكار جنباً إلى جنب وظائفها التقليدية، أي أن المعرفة في حد ذاتها لا يمكن أن تعكس أي نتائج اقتصادية واجتماعية ملموسة دون ترجمتها في مجال التطبيق العملي.

وتؤكد الاتجاهات العالمية السائدة العلاقة الوثيقة بين نقل التكنولوجيا والتنمية؛ حيث تعد التكنولوجيا جسراً بين العلم والبحث العلمي من جهة، والعلم والمجتمع من جهة ثانية، فتضفي على البحث العلمي طابع التطبيق، بدلاً من الاقتصار على الطابع النظري، فيصبح البحث العلمي ذا قيمة من الناحية الاجتماعية (حمزاوي، ٢٠١٧، ١٧).

هذا، وتنطلق بداية فكرة خدمة المجتمع كوظيفة ثالثة من الأنشطة البحثية بالجامعات، وذلك عندما تحولت نتائج البحوث العلمية إلى منتجات تسويقية (التسويق لنتائج البحث العلمي وتحولها لمنتجات ذات قيمة من الناحية الاقتصادية)، ثم تحولت الجامعة البحثية إلى الجامعة الريادية، فبعد أن كان التدريس أول وظائف الجامعات في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، أضيفت وظيفة البحث العلمي للجامعات؛ باعتبارها وظيفة أكاديمية، هذا التحول أسس مفهوم الوظيفة الثالثة

للجامعات، وهي الوظيفة التي يبرز دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع (التبالي ومحبي الدين، ٢٠١٨، ١١١) .

ومن ثم فإن التخطيط للأبحاث وبرامج التطوير هو سبيل صياغة مستقبل المجتمعات، وضمان توجيه الموارد العلمية والابتكارات التقنية نحو تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية، وبذلك تؤدي الجامعات وظائف مهمة للمجتمع، من خلال تقديم البحث العلمي المرتبط والموجه نحو القضايا الاجتماعية والاقتصادية لدفع عملية التنمية في المجتمع (محمود ومحمد، ٢٠٢٠، ٥٨٠)، وتسهم البحوث العلمية في نقل وتوطين التقنية، بتطبيق الأفكار الجديدة والاكتشافات، حيث تقدم الجامعة الأفكار الابتكارية من خلال البحوث العلمية، وتتولى الشركات مع المنظمات الحكومية وغير الحكومية تطوير تلك الأفكار وتطبيقها، لتصبح ذات قيمة من الناحية المادية (حباكة، ٢٠١٣، ٢٧٨-٢٨٢)

ومن هذا المنطلق، تتضح أهمية فتح المجال أمام أساتذة الجامعات لمزاولة الأعمال التجارية والصناعية، بشرط ألا يتعارض ذلك مع نشاطهم الأكاديمي بالجامعات، بحيث تتاح لهم الفرص لتحويل أفكارهم العلمية ونتائج بحوثهم الأكاديمية من المعمل البحثي إلى المصنع، من خلال توفير جو خاص يسمح بتوطين التقنية (الزاید، ٢٠٠٥، ٣٥٣)، وذلك عن طريق إيجاد نظام يمثل حلقة مترابطة بين الأفكار والإبداع والإنتاج المتواصل، في ظل حماية فعالة لتلك الأفكار الإبداعية، هو نظام براءة الاختراعات، والذي يوفر الحماية اللازمة لمخرجات التقنية من براءات الاختراع أو حق المعرفة (العقيل، ٢٠٠٥، ٢٢٥-٢٢٦).

كما يتطلب توطين التقنية ضرورة توفير بيئة مناسبة، تتربط فيها جميع التطورات العلمية والتقنية من بدايتها إلى نهايتها في مكان واحد، ويتم خلالها زيادة إنتاج المعرفة ونقلها، وتطوير ابتكارات متواصلة تلبى احتياجات فعلية للصناعة والمجتمع (كيال، ٢٠٠٥، ٢٥)، وتمثل حاضنات التكنولوجيا بيئة مناسبة لتحقيق ذلك، حيث تعد وسيلة ضرورية لدعم النمو الاقتصادي، وتحقيق التنمية الشاملة، وتعزيز التكنولوجيا، وإيجاد فرص عمل جديدة، ففي إطار السعي لإنعاش التنمية الاقتصادية يمكن للحاضنات التكنولوجية أن تقوم بدورٍ فعال في تحويل نتائج البحث العلمي إلى منتجات وخدمات تجارية، فهي أداة لربط الجامعات بالقطاعات الصناعية؛ حيث تسهم في استخدام

البحوث الجامعية لأغراض تجارية، وتسهم في تأسيس الشركات الناشئة في الجامعات، وفي ونقل وتوطين التقنية وتوظيفها لخدمة الاقتصاد الوطني(حمزاوي ، ٢٠١٧، ١٨).

وتقوم فلسفة جامعة الشركات على الاهتمام بنقل التقنية والابتكار، حيث تمتلك تلك الجامعات ثروة بشرية وقدرات فكرية يمكن الاستفادة منها، بتطوير معارفهم ومنتجاتهم البحثية لخدمة مؤسسات المجتمع وقطاعاته المختلفة، وذلك من خلال ما يلي:

- أن وظيفة البحث العلمي من أهم وظائف جامعة الشركات الأساسية، حيث يتم فيه تصميم وتسويق البحوث والمشروعات البحثية في ضوء الاحتياجات الخاصة بالمجتمع والمرتبطة بقطاع الصناعة- ما بين بحوث مختبرية، وبحوث تربوية- أو استحداث برامج وتطبيقات جديدة تتناسب مع التغيرات المستمرة في المجتمع (Frazee, 2002, 22).

- اهتمام جامعة الشركات بإعداد الفرد المؤهل أكاديمياً، وذلك من خلال توفير برامج التدريب المتخصصة بعمل الشركات الناشئة باستخدام الوسائط التكنولوجية المختلفة، والسعي نحو إنتاج المعرفة وتطبيقها وتبادلها؛ من خلال البحوث التطبيقية لتحقيق الإبداع والابتكار وإنجاز إستراتيجية المنظمة، والمساهمة في تطوير المجال الذي تعمل به (سعد، ٢٠٢١، ٤٦).

- سعي جامعة الشركات إلى نقل التقنية والابتكار، من خلال الانتقال بالبحث العلمي من المعمل إلى موقع السوق، بحيث يتم تطبيقه والإفادة منه من الناحية العملية، لذا تهتم جامعة الشركات بالبحوث النابعة من المشكلات والقضايا الخاصة بالمؤسسات والشركات الحكومية والخاصة؛ حيث تستطيع من خلال البحوث العلمية تقديم حلول واقعية مرتبطة باحتياجات سوق العمل ومتطلباته في حدود إمكانياتها المتاحة، ويقوم إجراء البحوث العلمية فرق عمل من المتخصصين في مجال علمي محدد حسب طبيعة المشكلات البحثية (Frazee, 2002, 22).

- تجاوز جامعات الشركات مهمة التدريب والتطوير، لتقديم المزيد من الخدمات المبتكرة التي يتم من خلالها توسيع الميزة التنافسية للشركات، وذلك من خلال تكامل وإنتاج المعارف والأفكار الجديدة أو التعاون بين الصناعة والجامعة والبحث، الأمر الذي يجعلها تقوم بدورٍ أكبر في إدارة المعرفة، حيث تقدم خدمات للأنشطة المعرفية للشركات الأم، تمكنها من تبادل المعرفة ونشرها وتحقيق الابتكار المعرفي وتطبيق المعرفة المجتمعية، وبذلك تتحقق عملية تعزيز بناء المعرفة ونقلها من خلال الاتصال بالبيئة الخارجية، والتي تشمل استيعاب المعرفة وإضفاء الطابع التجاري عليها لخدمة المجتمع. وتعد جامعات الشركات بمثابة مصانع المعرفة للشركات، تقوم بأنشطة إنتاج المعرفة وتطبيقها (Chen & Others, 2019, 2088-2090).
- اعتماد رسالة جامعة الشركات على الربط بين التعليم والعمل، واعتبار التعليم استثماراً له عوائده المباشرة وغير المباشرة، وليس مجرد خدمة استهلاكية، بل تسهم في إعداد الأفراد القادرين على اقتحام عالم الغد، بفكر علمي مستنير وعمل متطور، وتحويل الجامعات إلى حاضنات لرجال الأعمال في المستقبل؛ بما يساعد على تكوين مجتمع من المستثمرين، لديهم القدرات والمهارات التي تساعدهم على التعامل مع اقتصاد عالمي معقد يعتمد على تحويل المعرفة إلى منتجات تطبيقية (Spitzer-Hanks, 2016, 386-338)
- اهتمام جامعة الشركات بنقل التكنولوجيا والتعاون مع المؤسسات الصناعية والتكنولوجية لتقديم الفرص للباحثين لتنفيذ وتسويق أفكارهم وابتكاراتهم، وترجمتها إلى منتجات صناعية ملموسة يمكن الاستفادة منها في التنمية المجتمعية، كما تنظم دورات تدريبية للباحثين في المجالات المختلفة تساعدهم في كيفية إدارة الملكية الفكرية، وإضفاء الطابع التجاري على المبادرات البحثية وبراءات الاختراع، من أجل إعداد جيل مبتكر من الباحثين وفقاً للمعايير العالمية (عبدالعزيز، ٢٠١٦، ٢٣٨).

وتأسيساً على ما سبق، يرتبط نقل التقنية بنقل المعرفة العلمية وتعميم الاستفادة منها، باستخدام نتائج البحث العلمي وتطبيقها في تطوير أساليب الإنتاج والخدمات، ونقل السلع الرأسمالية والتكنولوجيا المادية من خلال المعرفة العلمية، والاستفادة من أساليب التخطيط والتعاقد المتوافرة تجارياً في تطبيقها، فالباحث العلمي من الوظائف الأساسية لجامعة الشركات، ومن ثم يمكن للجامعات الاستفادة من نموذج جامعة الشركات في توجيه البحث العلمي الذي لا يقف عند حل المشكلات، بل يتعدى ذلك إلى التطوير القائم على الأسس والنظريات العلمية، بما يسهم في تشكيل اقتصاد قائم على المعرفة المستدامة، فالبحوث العلمية الموجهة لحل المشكلات المجتمعية هي عنصر أساسي في تحقيق التنمية، حيث يتم بحثها ومعالجتها، كما أنه يقدم حلولاً ابتكارية لتطوير القطاعات الإنتاجية وتحقيق التطبيق العملي للمعرفة والمعلومات والنظرية..

ثالثاً: الشركات المجتمعية:

نظراً لتعدد عملية التعلم في الجامعات؛ فإنها لا تستطيع تحقيق أهدافها الإستراتيجية في خدمة المجتمع وتحقيق دورها في تنفيذ الخطط التنموية المجتمعية دون عقد شراكات وتحالفات إستراتيجية مع وحدات الأعمال والقطاعات الإنتاجية، ففي ظل التحديات العالمية والمحلية على الجامعات أن تسعى لعقد شراكات بينها وبين القطاعات الإنتاجية والخدمية.

ومن ثم وجب على الجامعات الإيمان العميق بقيمة الشراكات بينها وبين مؤسسات المجتمع، من خلال ترجمة تميزها وإبداعها الخاص إلى واقع ملموس في عالم الصناعة والإدارة لدفع عجلة الإنتاج والتقدم الصناعي، حيث تضمن الشراكات مع مؤسسات المجتمع توفير ما تحتاجه الجامعات من إمكانات مادية وعينية، تساعد على القيام بوظيفتها الاقتصادية، والتي تمكنها من تمويل برامجها العلمية والبحثية (خليل، ٢٠١٣، ٢٣٣-٢٤٥).

ومن هذا المنطلق، تحتاج الجامعة إلى بناء علاقات قوية وشراكات مستمرة مع القطاعات المجتمعية، بهدف عقد شراكات مثمرة قادرة على تحقيق الأهداف القومية، وبتزايد وعي كلا الطرفين بثقافة المشاركة بكل مناحيها المادية والفكرية والتطبيقية، تستطيع الجامعة من الخروج من أسوارها المادية لتخدم المجتمع، ومن هنا تظهر العلاقة التبادلية بين الجامعة والمجتمع، حيث تلبي الجامعة احتياجات المجتمع، وفي الوقت ذاته تسهم القطاعات المجتمعية في مساعدة الجامعة في تحقيق

أهدافها (عطية، ٢٠١٦، ٨٨)، ومن ثم تسهم الشراكات التبادلية في تحقيق التنمية المجتمعية والاقتصادية للمجتمع من جهة، فضلاً عن تكوين صورة ذهنية إيجابية للمجتمع عن الجامعات وبرامجها ومشاريعها وأنشطتها وتحقيق الرضا النفسى لمنسوبيها من جهة أخرى (عرفان وعيسى، ٢٠٢٠، ١١).

ومن ثم وجب على الجامعات التقليدية تبني ثقافة الشراكات مع القطاعات الإنتاجية والخدمية بالمجتمع، حيث أصبحت القطاعات الإنتاجية ليست فقط مراكز صناعية، أو أماكن للعمل والتعليم معاً، بل مركزاً يتم فيه التطبيق العملي للأبحاث الأكاديمية، وقد أخذت آليات الشراكة بين الجامعة وبين مؤسسات الأعمال والإنتاج ثلاثة أشكال رئيسية، هي:

(١) **برامج التعليم العالي التعاوني:** وهي الآلية التي تربط الدراسة النظرية بالممارسة العملية، حيث تعد برامج التعليم التعاوني صيغة تعليمية تعمل على دمج الخبرة العملية الإنتاجية داخل برنامج الدراسة الأكاديمي التعليمي، وتتيح الفرص لأعضاء هيئة التدريس والباحثين بالجامعات لتبادل فترات الدراسة والعمل، ويشرف على تقييم أدائهم كلٌّ من الجامعة والجهة صاحبة العمل (عمار، ٢٠٠٦، ١١٢)

(٢) **الخدمات الاستشارية:** وهي الآلية التي يتم من خلالها تقديم الاستشارات وتوفير المعلومات والمعونة الفنية للأفراد والحكومات والمؤسسات الاجتماعية الواقعة في محيط الجامعة، علاوة على تقديمها للقطاعات الخدمية والإنتاجية؛ بهدف حل المشكلات التي يمكن للجامعة حلها (عطية، ٢٠١٦، ٨٨)، وتتخذ طابعين، طابع رسمي: حيث تقوم الشركات بإبرام عقود استشارات مع الجامعات في مجالات بحثية محددة مقابل أجر متفق عليه سلفاً، وطابع غير رسمي: يتم بصورة فردية بين الباحثين في الجامعات والشركات (جمعة، ٢٠١٨، ١٢٣).

(٣) **تمويل البحث العلمي من خلال مؤسسات الأعمال والإنتاج:** تهدف هذه الآلية إلى إيجاد شراكات لتمويل التعليم العالي من خلال مؤسسات الأعمال والقطاعات الإنتاجية

بالمجتمع، خاصة فيما يتعلق بتمويل البحوث العلمية الأكاديمية التي تنتجها الجامعات، حيث تقوم القطاعات الاقتصادية بتمويل التعليم العالي بصفة عامة وتمويل البحث العلمي بصفة خاصة (عمار، ٢٠٠٦، ١١٤-١١٥).

وتعد جامعة الشركات هي السبيل الأمثل لتحقيق الاتصال والتفاعل بين الجامعة ومؤسسات المجتمع الإنتاجية، بحيث تكون أكثر تلبية لاحتياجات المجتمع وأكثر قرباً من مشكلاته، وفي ذات الوقت تستفيد من خدماته في تحقيق أهدافها المجتمعية، ومن ثم تقوم فلسفة جامعة الشركات في هذا البعد على:

- السعي إلى إقامة شراكات مع القطاعات المجتمعية، خاصة مع منظمات التعلم ومراكز التدريب العالمية المتميزة والجامعات العالمية؛ بهدف الارتقاء بمهارات الأفراد، باعتبارهم العنصر الرئيس في العملية الإنتاجية (Nixon & Helms, 2002, 144)، ومن ثم يكون هناك تنسيق عالي المستوى بين الجامعة ومؤسسات العمل، لتحديد المهارات والقدرات اللازمة التي تتوافق معهم، حتى يتم تخريج أفواج من الخريجين ذوي المهارات المتوافقة مع احتياجات سوق العمل (سعد وآخرون، ٢٠٢١، ٧٧٠).
- التأثير في المحيط الاجتماعي والاقتصادي، بمعنى وضع سياسة جامعية نابعة من عمق المجتمع لتلبية احتياجاته، ومن ثم تنطلق جامعة الشركات لتكوين شراكات مع القطاعات المجتمعية ذات الصلة بتخصص الجامعة لتبادل الخبرات في المجالات التسويقية، إضافة إلى الاستفادة من مساهمات رجال الأعمال في تطوير المنظومة التعليمية، وبما يقدمونه من ممارسات عملية تنقسم فيها فترة الدراسة الجامعية بين الجامعة والسوق بقطاعاته المختلفة (واكد وآخرون، ٢٠٢٠، ٢٣-٢٤).
- إقامة شركات إستراتيجية طويلة المدى بين الجامعة والقطاعات الصناعية؛ عن طريق الربط بين مخرجات التعليم الجامعي واحتياجات سوق العمل، وذلك بتوفير الفرص للطلاب لممارسة التدريب العملي داخل قطاعات الصناعة في أثناء فترة دراستهم

الجامعية، ومن ثم تلبية احتياجات المؤسسات الصناعية والإنتاجية من القوى العاملة (سعد وآخرون، ٢٠٢١، ٧٧٨).

- ضرورة تبني الشركات المجتمعية؛ باعتبارها السبيل الأمثل لتحقيق الاتصال والتفاعل بين الجامعة ومؤسسات المجتمع الإنتاجية، حيث تعد تجميعًا لمجموعة من القدرات والموارد لاثنتين أو أكثر من الشركاء، وتقتضي هذه الشراكة تقاسم مسئولية العمل ومواجهة الأخطار، إضافة إلى أن كل شريك يصبح مسئولًا عن الآخر، وقد أقام العديد من المؤسسات جامعة الشركات كمنظومة إستراتيجية شاملة لتطوير وتعليم الأفراد، للوفاء بأغراض الشركة عبر التنمية المهنية لأفرادها، فضلًا عن توفير مناخ تنظيمي إيجابي داعم لعمليات التعلم بداخلها لتلبية الأهداف الإستراتيجية للشركة الأم التي ترتبط بها (الشترى، ٢٠١٤، ١٦).

- تعزيز التعاون بين القطاع الصناعي والأوساط العلمية، وتحقيق التوافق بين إستراتيجيات التنمية في المجتمع واحتياجات المنظمة، وذلك من خلال فتح قنوات التواصل بينها وبين القطاعات الخدمية، وتحقيق التقارب بين فلسفة المنظمة وإستراتيجيتها الإدارية ومتطلبات التنمية (Ltovchenko, 2016, 38)، فوجب على جامعة الشركات تفعيل المبادرات الإستراتيجية وبناء الشبكات البحثية، عن طريق بناء قاعدة للبحوث الأكاديمية التي لا يمكن معالجتها بشكل فردي، ولكن من خلال فرق بحثية بهدف تطوير شراكات إستراتيجية بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية والصناعية، وتقديم الخدمات الاستشارية، من خلال مساهمة أعضاء هيئة التدريس بالجامعات في تقديم المشورة للقطاعين العام والخاص، من أجل إحداث تأثير مباشر على المجتمع، وربط الأكاديميين بالمجتمع الخارجي (حباكة، ٢٠١٣، ٢٧٨-٢٨٢).

- تطوير المؤسسات الإنتاجية والخدمية، وذلك وفقًا للمتغيرات الخاصة بالسوق المحلية والعالمية، وذلك من خلال توفير مناخ تنظيمي داعم لتحقيق مثل تلك الشراكات، بتوفير

الإمكانات المادية من (ورش ومعامل وتجهيزات ومعدات)، وكذلك الإمكانات البشرية من (خبراء ومتخصصين وفنيين واستشاريين) في مختلف مجالات العمل، وبذلك يتم توفير البيئة الداعمة لتحقيق الشراكات المتبادلة بين الجامعات ومؤسسات العمل، الأمر الذي ينعكس على توثيق علاقة المؤسسات الإنتاجية والاستفادة من المتغيرات التقنية والتطورات البحثية في عملية التطوير، وذلك من خلال الربط بين الجامعات والمؤسسات المجتمعية المختلفة (الشترى، ٢٠١٤، ٦٣-٦٥).

ومما سبق يمكن القول بأهمية الاستفادة من نموذج جامعة الشركات في مجال الشركات مع المجتمع الخارجي؛ حيث تمكن الشراكة الجامعات من زيادة قدرتها التنافسية، من خلال تنمية مهارات وجدارات الخريجين، وفي الوقت ذاته تقوم الجامعات بإمداد الشركات بالمعارف والنظريات العلمية التي يمكن من خلالها تطوير العمل بالشركات، علاوة على قدرتها على تحديد المشكلات التي تواجه تلك القطاعات، والعمل على إيجاد حلول علمية قابلة للتطبيق، الأمر الذي يدعم الشراكة بين الجامعة التقليدية والمؤسسات الإنتاجية والصناعية في المجتمع بما يخدم خطط التنمية، حيث أصبح لزاماً على الجامعات تعزيز العلاقة بينها وبين القطاعات الإنتاجية والخدمية لخدمة الأغراض التنموية، فتطبيق الشركات هو جزء من وظائف الجامعة في خدمة المجتمع، بل أكثرها تلبية لاحتياجات القطاعات التنموية.

المحور الرابع: واقع تحقيق جامعة بنها لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

يتناول هذا الجزء إجراءات الدراسة الميدانية، وأداتها، وكيفية تصميم هذه الأداة، وتوصيف عينة الدراسة، وخطوات تطبيق أداة الدراسة، وأساليب المعالجة الإحصائية، وعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية.

(١) إجراءات الدراسة الميدانية:

تحدد إجراءات الدراسة الميدانية فيما يلي:

(أ) أهداف الدراسة الميدانية:

- استهدف الإطار الميداني للبحث الحالي ما يلي:
- الوقوف على واقع تحقيق جامعة بنها لأبعاد الوظيفة الثالثة (خدمة المجتمع) في ضوء فلسفة جامعة الشركات، من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، والمتمثلة في ثلاثة أبعاد رئيسية، هي: التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشراكات المجتمعية.
 - معرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة من أعضاء هيئة التدريس حول واقع تحقيق الجامعة لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، تبعًا لمتغير نوع التخصص (نظرية- عملية).

(ب) تصميم وإعداد أداة الدراسة الميدانية:

تحقيقًا لأهداف الدراسة الميدانية، تم الاعتماد على استبانة موجهة لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، وذلك لتعريف واقع تحقيق الجامعة لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وقد تم تصميم الاستبانة وفقًا للمراحل التالية:

❖ إعداد الاستبانة في صورتها الأولية:

تم وضع الاستبانة في صورتها المبدئية في ضوء الإطار النظري للبحث الحالي، والاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وتكونت الاستبانة في صورتها الأولية من ثلاثة أبعاد (التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشراكات المجتمعية)، وقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين تمهيدًا لتطبيقها، وبأخذ ملاحظاتهم قامت الباحثة بإعادة بناء الاستبانة، وإعدادها لتكون في صورتها النهائية.

❖ صدق الاستبانة:

تعد الاستبانة صادقة إذا استطاعت قياس ما وضعت لقياسه، أي نجاحها في قياس السمة موضوع الدراسة المراد قياسها، وللصدق أهمية كبيرة في تحديد قيمة الاستبانة ومغزها. وللتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة في الدراسة، تم اتباع الطرق التالية:

• **صدق المحتوى (المحكمين):**

تم اتباع أسلوب صدق المحكمين، حيث عرضت الأداة في صورتها الأولية على مجموعة من أساتذة التربية، بلغ عددهم عشرة خبراء، لتعرف آرائهم وملاحظاتهم حول مدى شمول الأداة لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وكفاية عبارات كل متطلب، ومدى ارتباط كل عبارة بأبعادها، ودرجة دقة ووضوح كل عبارة، الأمر الذي تطلب التعديل أو الحذف أو الإضافة وفق ما يروونه مناسباً من وجهة نظرهم، وقد تم تعديلها في ضوء مقترحاتهم، وبذلك أصبحت الأداة في صورتها النهائية، مكونة من (٣٣) عبارة، توزعت على ثلاثة أبعاد: التعليم المستمر (١١) عبارة، ونقل التقنية والابتكار (١١) عبارة، والشراكات المجتمعية (١١) عبارة، وبعد أن أصبحت الاستبانة في صورتها النهائية تم حساب معامل ثباتها.

• **الصدق الذاتي:**

لحساب صدق الاستبانة تم تطبيقها على عينة استطلاعية بلغ قوامها (٣٠) عضو هيئة تدريس بجامعة بنها، ولمعامل الصدق الذاتي أهمية في أنه يمثل الحد الأعلى لمعامل صدق الاستبانة، ويتم حساب الصدق الذاتي للاستبانة، عن طريق حساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، أي أن:

$$\text{معامل الصدق الذاتي} = \sqrt{\text{معامل الثبات}}$$

وبذلك يكون معامل الصدق الذاتي لكل محور وبعد من محاور وأبعاد الاستبانة، وكذلك للاستبانة ككل كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (١)

معامل الصدق الذاتي للاستبانة (ن = ٣٠)

معامل الصدق	عدد العبارات	البعد
٠.٩٣١	١١	التعليم المستمر
٠.٩٦٤	١١	نقل التقنية والابتكار
٠.٩٣٢	١١	الشراكات المجتمعية
٠.٩٧٦	٣٣	الاستبانة ككل

ويعني ذلك أن ارتباط أبعاد الاستبانة ببعضها قوية، مما يدل على الصدق العالي لعبارات الاستبانة.

صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب:

- معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه.
- معامل الارتباط بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي إليه.
- معامل الارتباط بين كل محور والدرجة الكلية للاستبانة.

جدول (٢)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة
(ن = ٣٠)

الشراكات المجتمعية		نقل التقنية والابتكار		التعليم المستمر	
معامل الارتباط	المفردة	معامل الارتباط	المفردة	معامل الارتباط	المفردة
**٠.٧٥٣	١	**٠.٧٥٨	١	**٠.٥١٧	١
**٠.٦٧٤	٢	**٠.٤٩٣	٢	**٠.٦٢٠	٢
**٠.٧٣١	٣	**٠.٦٩٣	٣	**٠.٥٦٩	٣
**٠.٦٠٢	٤	**٠.٨٣٩	٤	**٠.٦١٩	٤
**٠.٥٧٩	٥	**٠.٨٠٥	٥	**٠.٥٣٨	٥
**٠.٧٣٦	٦	**٠.٧٥٥	٦	**٠.٧٨٣	٦
**٠.٧٣٩	٧	**٠.٨٣٤	٧	**٠.٧٣٨	٧
**٠.٨١٧	٨	**٠.٨٦٣	٨	**٠.٦٧٣	٨
**٠.٥١٠	٩	**٠.٧٩١	٩	**٠.٦٦٦	٩
**٠.٥٠٢	١٠	**٠.٨٠٩	١٠	**٠.٦٨١	١٠
**٠.٦٠٢	١١	**٠.٧٥٣	١١	**٠.٧٩٨	١١

(** قيمة معامل الارتباط دالة عند مستوى ٠.٠١)، (** قيمة معامل الارتباط دالة عند مستوى ٠.٠١)

جدول (٣)

معامل الارتباط بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للاستبانة (ن = ٣٠)

الشراكات المجتمعية	نقل التقنية والابتكار	التعليم المستمر	البعد
**٠.٩٢٨	**٠.٩٣٣	**٠.٨٧٤	معامل الارتباط

(** قيمة معامل الارتباط دالة عند مستوى ٠.٠١)

يتضح من الجداول السابقة (٢)، (٣) أن جميع قيم معاملات الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة ودرجة كل بعد والدرجة الكلية للاستبانة جميعها دالة عند مستوى (٠.٠٥)، (٠.٠١) مما يحقق الصدق التكويني للاستبانة.

❖ ثبات الاستبانة؛

تم حساب معامل الثبات عن طريق معامل ألفا كرونباخ باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ٧.18، وهو كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (٤)

معامل ثبات أبعاد الاستبانة (ن = ٣٠)

معامل الثبات	عدد العبارات	البعد
٠.٨٦٦	١١	التعليم المستمر
٠.٩٢٩	١١	نقل التقنية والابتكار
٠.٨٦٨	١١	الشراكات المجتمعية
٠.٩٥٣	٣٣	الاستبانة ككل

يتضح من الجدول السابق (٤) أن قيم معامل الثبات تتراوح بين (٠.٨٦٦ - ٠.٩٥٣) وهي جميعها قيم مرتفعة، مما يدل على أن معامل ثبات الاستبانة مرتفع.

(ج) مجتمع الدراسة:

اقتصرت الدراسة الحالية على جامعة بنها، والتي أنشئت كفرع لجامعة الزقازيق ١٩٧٦، وفي عام ٢٠٠٥ حدثت نقلة في مسيرة جامعة بنها، حيث تم فصل فرع جامعة الزقازيق بينها، ليصبح جامعة بنها، وتتكون جامعة بنها من ١٦ كلية؛ منها خمس كليات للعلوم النظرية، وإحدى عشر كلية للعلوم العملية.

(د) عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية بطريقة عشوائية من المجتمع الأصلي للدراسة، والمتمثل في السادة أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، وقد تم الفصل بين أعضاء هيئة التدريس من حيث

انتمائهم للكليات النظرية أو العملية؛ لأن هدف الدراسة هو تعرّف واقع تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وتم اختيار العينة من السادة المدرسين والأساتذة المساعدين والأساتذة بجامعة بنها، وقد تم تحديدها طبقاً للخطوات التالية:

- تحديد المجتمع الأصلي الذي تجرى عليه الدراسة، والمتمثل في السادة أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها والبالغ عددهم (٢٦١٠) عضو هيئة تدريس (الإدارة العامة لمركز المعلومات والتوثيق ودعم اتخاذ القرار، ٢٠٢٢-٢٠٢٣).
- سحب عينة ممثلة للمجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، وذلك بما لا يقل عن نسبة (١٠ %) من مجتمع الدراسة؛ بحيث تكون ممثلة له، ونتائجها صادقة يمكن تعميمها، وقد بلغ عددها ٢٧٦ عضو هيئة تدريس، ويوضح جدول (٥) توزيع أفراد العينة حسب نوع التخصص.

جدول (٥)

توزيع أفراد العينة طبقاً لنوع التخصص

النسبة	العدد	التخصص
٣٢.٧%	٩٠	تخصصات عملية
٦٧.٣%	١٨٦	تخصصات نظرية
١٠٠%	٢٧٦	الإجمالي

(هـ) تطبيق أداة الدراسة والمعالجة الإحصائية:

تم تفرغ البيانات وإجراء المعالجة الإحصائية التالية:

- بعد التحقق من صدق الاستبانة وثباتها وصلاحياتها للتطبيق، تم تصميمها على جوجل درايف Google Drive، حيث يتميز هذا البرنامج بالقدرة على تحويل استجابات أفراد

العينة إلى درجات، وإعطاء كل استجابة رقمًا، ثم تفرغها في جداول خاصة، بالإضافة إلى سهولة الوصول لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها.

- تحويل استجابات أفراد العينة إلى درجات، حيث تم إعطاء الدرجات ٣،٢،١ للاستجابات (موافق بدرجة كبيرة، موافق بدرجة متوسطة، موافق بدرجة ضعيفة)، على الترتيب.
- باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية Spss تم حساب التكرارات الخاصة لكل مفردة من مفردات المحاور الأربعة، ثم حساب النسب المئوية للتكرارات؛ حيث تعتبر النسب المئوية أكثر تعبيرًا عن الأرقام الخام.
- اعتمدت الباحثة في التحليل الإحصائي للبيانات على استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V.18) Statistical Package for Social Sciences، بحيث تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:
- حساب معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبانة ككل وكل بعد ومحور من أبعادها ومحاورها.
- حساب معامل الارتباط لبيرسون لحاسب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي للعبارات).
- حساب التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة، حيث إن النسبة المئوية أكثر تعبيرًا عن الدرجات الخام.

$$- \text{التقدير الرقمي} = (ك١ \times ٣) + (ك٢ \times ٢) + (ك٣ \times ١).$$

ك١: مجموعة تكرارات موافق بدرجة كبيرة

ك٢: مجموعة تكرارات موافق بدرجة متوسطة.

ك٣: مجموعة تكرارات موافق بدرجة ضعيفة.

$$\text{الوزن النسبي} = \frac{\text{التقدير الرقمي}}{ن} \times 100$$

حيث (ن) هو عدد أفراد عينة الدراسة، وهو يساوي (٢٧٦) عضو هيئة تدريس - لتحديد نسبة التحقق من درجة الموافقة لدى أفراد العينة بصفة عامة لكل عبارة، تم حساب.

المدى الكلي = أعلى وزن نسبي - أقل وزن نسبي.

$$\text{فرق المدى} = \frac{\text{المدى الكلي}}{٣}$$

- ولتحديد مرتبة عبارات الاستبانة تم الحكم على درجة الموافقة، وذلك لكل عبارة ضمن أداة الدراسة، وفق مقياس ليكرت المفسر لاستجابات عينة البحث، وذلك على النحو التالي:

جدول (٦)

مقياس دلالة المتوسط الحسابي

درجة الموافقة	المتوسط الحسابي	
	الي	من
موافق بدرجة ضعيفة	١.٦٦	١
موافق بدرجة متوسطة	٢.٣٣	١.٦٧
موافق بدرجة كبيرة	٣	٢.٣٤

(٢) تحليل نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها:

استهدفت الاستبانة تعرّف واقع تحقيق الجامعة لأبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، والمتمثلة في ثلاثة أبعاد، هي: التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشراكات المجتمعية، وقد اتضحت نتائج الدراسة الميدانية من

خلال عرض التحليل الإحصائي الذي تم إجراؤه على أبعاد الاستبانة، وفيما يلي عرض لهذه النتائج على ثلاثة مستويات:

المستوى الأول: النتائج الخاصة باستجابات أفراد العينة ككل:

ويتضمن هذا المستوى النتائج الخاصة باستجابات أفراد العينة حول بنود الاستبانة ككل ومحوريها وأبعاد كل محور، والجدول التالي يعرض تلك النتائج كما يلي:

جدول (٧)

درجة الموافقة على الأبعاد إجمالاً والاستبانة ككل (من وجهة نظر عينة الدراسة)

(ن = ٢٧٦)

البعد	عدد العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة التحقق
التعليم المستمر	١١	٢.٠٣	٠.٤٣	٦٧.٦٧%	متوسطة
نقل التقنية والابتكار	١١	١.٦٤	٠.٥٥	٥٤.٦٧%	ضعيفة
الشراكات المجتمعية	١١	١.٨٧	٠.٥٠	٦٢.٣٣%	متوسطة
الاستبانة ككل	٣٣	١.٨٥	٠.٤١	٦١.٦٧%	متوسطة

يتضح من الجدول السابق (٧) ما يلي:

- أن درجة تحقق أبعاد الاستبانة ككل جاءت متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة (١,٨٥) حول الاستبانة ككل، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثانية لمقياس ليكرت الثلاثي (١,٦٧-٢,٣٣) وهي الفئة التي تشير إلى الاستجابة المتوسطة، الأمر الذي يشير إلى أن جامعة بنها تبذل الجهود في تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة المتمثلة في خدمة المجتمع، في ظل التغيرات والتحويلات التي تحتّم على الجامعة الجمع بين وظيفتي التعليم والبحث كوظيفتين تقليديتين، وبين المساهمة في خدمة المجتمع حيث تؤكد دراسة (حجازي، ٢٠١٩، ٣٢٣) أن جامعة بنها تقوم ببعض الجهود في مجال خدمة

المجتمع المحلي وتنمية البيئة خاصة في مجال الاستشارات والخدمات والأنشطة التي تتعلق بمسئوليتها المجتمعية، ولكنها في حاجة إلى بذل المزيد من الجهود في تحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة والاستفادة من فلسفة جامعة الشركات في تطوير تلك الوظيفة وتعزيز الدور الجديد للجامعة.

- أن درجة تحقق بعدي التعليم المستمر والشركات المجتمعية قد جاءت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة لكلٍ منهما على التوالي (٢,٣)، (١,٨٧)، وقد يرجع ذلك إلى تركيز جهود الجامعة في مجال الوظيفة الثالثة على بعدي التعليم المستمر والشركات المجتمعية، حيث تهتم الجامعة بإتاحة الفرص لأفراد المجتمع الجامعي للتعلم مدى الحياة، لتمكينهم من تطوير وتجديد مهاراتهم بشكلٍ مستمر في ظل التنافسية الشديدة في بيئة العمل، أضف إلى ذلك اهتمامها ببناء علاقات شراكة مع القطاعات المجتمعية لخدمة عملائها.

- أن درجة تحقق بعد نقل التقنية والابتكار قد جاءت ضعيفة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة (١,٦٤) وقد يرجع ذلك أن الجامعة لا زالت تحتاج إلى بذل المزيد من الجهود في بعد نقل التقنية والابتكار، وألا تقتصر على المبادرات الفردية لبعض الأساتذة بالجامعة وبشكلٍ غير منظم، بل يجب أن تكون ضمن الرؤية الإستراتيجية للجامعة كما تؤكد دراسة (بونقيب وهباش، ٢٠١٨، ٤٦)

المستوى الثاني: عرض النتائج الخاصة باستجابات أفراد العينة حول كل محور وأبعاده والعبارات المتضمنة فيه:

استهدف هذا المستوى تحليل كل بعد من أبعاد الاستبانة، وقد تم تحليل عبارات كل بعد من هذه الأبعاد بالتفصيل كما يأتي:

بعد تحليل كل بعد من أبعاد الاستبانة إجمالاً، يتم تحليل عبارات كل بعد منها بالتفصيل كما يأتي:

البعد الأول: التعليم المستمر:

هدف هذا البعد تعرّف آراء أفراد العينة حول تحقيق جامعة بنها لبعد التعليم المستمر في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ويندرج تحت هذا البعد (١١) عبارة يوضحها الجدول (٨).

جدول (٨)

التعليم المستمر في ضوء فلسفة جامعة الشركات (ن = ٢٧٦)

م	العبارة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط	الانحراف المعياري	التقدير الرقمي	الوزن النسبي	درجة التحقق	الترتيب حسب الرتبة
		%	ك	%	ك	%	ك						
١	تتمتع الجامعة بثقافة التعلم المستمر بين خريجي الجامعات والتي تحول دورة التعلم إلى السليبي إلى دورة تعلم إيجابية.	١٥٨	٥٧,٢	٩٤	٣٤,١	٢٤	٨,٧	٢,٤٩	٠,٦٥	٦٨٦	٢٤٨,٦	كبيرة	١
٢	تتوفر الجامعة لأعضاء هيئة التدريس والخريجين برامج تدريبية متجددة مرتبطة بالتغير المستمر في سوق العمل.	٦٧	٢٤,٣	١٦٥	٥٩,٨	٤٤	١٥,٩	٢,٠٨	٠,٦٣	٥٧٥	٢٠٨,٣	متوسطة	٦
٣	تمتثل الجامعة البرامج التعليمية التي تحقق الأهداف الجامعية الإستراتيجية في تعرف حاجات القطاعات الخدمية.	٢٤	٨,٧	١٢٩	٤٦,٧	١٢٣	٤٤,٦	١,٦٤	٠,٦٤	٤٥٣	١٦٤,١	ضعيفة	١٠
٤	تقدم الجامعات برامج دراسية منتظمة ومشتقة من فوائدها السوق واحتياجاته ومتماشية مع التطورات الحادثة في سوق العمل.	٩١	٣٣,٠	١٤١	٥١,١	٤٤	١٥,٩	٢,١٧	٠,٦٨	٥٩٩	٢١٧,٠	متوسطة	٢
٥	تحفز الجامعة دمج الجانب النظري بالجوانب التطبيقية بطريقة تكاملية في برامجها التدريبية.	٨٤	٣٠,٤	١٥٢	٥٥,١	٤٠	١٤,٥	٢,١٦	٠,٦٥	٥٩٦	٢١٥,٩	متوسطة	٣

٦	٦٩	٢٥٠	١٤٤	٥٢,٢	٦٣	٢٢,٨	٢,٠٢	٠,٦٩	٥٥٨	٢٠٢,٢	متوسطة	٨	ممكن الجامعة أعضاء هيئة التدريس وخريجيها من مهارات التعلم الفردى والفريقى التفاعلى
٧	٧٤	٢٦,٨	١٤٢	٥١,٤	٦٠	٢١,٧	٢,٠٥	٠,٧٠	٥٦٦	٢٠٥,١	متوسطة	٧	تدوير الجامعة عملات التعليم والتدريس المستمر بداخلها بما يسمح بتحويلها إلى منظمة دائمة التعلم
٨	٢٨	١٠,١	١١٣	٤٠,٩	١٣٥	٤٨,٩	١,٦١	٠,٦٦	٤٤٥	١٦١,٢	ضعيفة	١١	ترتكز فلسفة الجامعة على التعلم المنظم كاستراتيجية متمكنا تهدف إلى تحسينات إيجابية في تعليم الأفراد
٩	٤٨	١٧,٤	١٣٦	٤٩,٣	٩٢	٣٣,٣	١,٨٤	٠,٧٠	٥٠٨	١٨٤,١	متوسطة	٩	تعمير التدريس بالجامعة بأنه استباقي فهو لا يبحث عن المشكلات الأنثوية بل ويكيز على التوقف على المستقبلية التعليمية بفرضها السريع
١٠	٨٦	٣١,٢	١٣٨	٥٠,٠	٥٢	١٨,٨	٢,١٢	٠,٧٠	٥٨٦	٢١٢,٣	متوسطة	٤	توجيه الجامعة برامجها التعليمية والتدريبية لا تحس فقط لا ضمانها بل تتمتع للمستفيدين من خدماتها والصحاب المصلحة
١١	٩٠	٣٢,٦	١٢٩	٤٦,٧	٥٧	٢٠,٧	٢,١٢	٠,٧٢	٥٨٥	٢١٢,٠	متوسطة	٥	تربط الجامعة أنشطتها التدريبية بالمعايير الخاصة بالقطاعات المستفيدة من الخدمات الجامعية

من خلال تحليل البيانات الواردة في جدول (٨) يتضح أنه:

- جاءت العبارة (١) " تنشر الجامعة ثقافة التعلم المستمر بين خريجي الجامعات والتي تحول دورة التعلم السلبي إلى دورة تعلم إيجابية" في المرتبة الأولى من حيث التحقق، حيث

كان المتوسط الحسابي (٢.٤٩)، وهي تتحقق بدرجة كبيرة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجامعة تدرك أهمية دورها في مجال التعليم المستمر، وهذا ما تؤكد دراسة (أبو العلا، ٢٠١٢، ٦٢٠ - ٦٢١) من أن التعليم المستمر من ضمن إطار المسؤوليات الرئيسية للجامعة وذلك من خلال توفير البيئة المواتية لتتحول الجامعات لمنظمات تعلم لملاحقة التطور الهائل في المجال المعرفي.

- جاءت العبارة (٨) " ترتكز فلسفة الجامعة على التعلم التنظيمي كإستراتيجية متكاملة تهدف إلى إحداث تغييرات إيجابية في تعلم الأفراد" في المرتبة الأخيرة من حيث التحقق، حيث كان المتوسط الحسابي (١.٦١)، وهي تتحقق بدرجة ضعيفة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجامعة لا تترك أهمية التعلم التنظيمي وتوجيه أنشطته لتحقيق إستراتيجياتها بفاعلية، حيث أشارت دراسة (طه، ٢٠١٤، ٢٥٧) إلى أهمية التعليم التنظيمي بالجامعات في كسب ميزة تنافسية متعددة، وتحسين جودة الخدمات التعليمية المقدمة وتفعيل العمليات الخاصة بها، خاصة في ظل عصر الانفجار المعرفي وتراكمها، وتزايد المنافسة، الأمر الذي يجعل مهمة الارتقاء بأداء الجامعة ضرورة لا يستهان بها.

البعد الثاني: نقل التقنية والابتكار:

هدف هذا البعد تعرّف آراء أفراد العينة حول تحقيق جامعة بنها لبعد نقل التقنية والابتكار في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ويندرج تحت هذا البعد (١١) عبارة يوضحها الجدول (٩).

جدول (٩)

نقل التقنية والابتكار بالجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات (ن = ٢٧٦)

م	العبارة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط	الانحراف المعياري	التقدير الرقمي	الوزن النسبي	درجة التحقق	الترتيب حسب الرتبة
		ك،	%	ك،	%	ك،	%						
١	تقدم الجامعة تسهيلات مادية لاستاذة الجامعات والخريجين التي تشجع تحويل نتائج بحوثهم العلمية إلى منتجات تقنية ذات قيمة للقضايا المجتمعية	٥٤	١٩.٦	٩٣	٣٣.٧	١٢٩	٤٦.٧	١.٧٣	٠.٧٧	٤٧٧	١٧٢.٨	متوسطة	٤
٢	تدريب الجامعة أعضاء هيئة التدريس والخريجين على المهارات	٥٤	١٩.٦	١١٤	٤١.٣	١٠٨	٣٩.١	١.٨٠	٠.٧٤	٤٩٨	١٨٠.٤	متوسطة	٢

												الخاصة بإدارة الملكية الفكرية لمشروعاتهم البحثية المرتبطة بالقطاعات الإنتاجية.	
٧	ضعيفة	١٦١,٢	٤٤٥	٠,٧٣	١,٦١	٥٣,٦	١٤٨	٣١,٥	٨٧	١٤,٩	٤١	ترتبط الجامعة بمرحلات البحوث العلمية بمجال عمل الشركات الناشئة وإستراتيجياتها بما يقودها للمنافسة العالمية والريادة العالمية.	٣
١	متوسطة	١٨١,٥	٥٠١	٠,٧٩	١,٨٢	٤٢,٤	١١٧	٣٣,٧	٩٣	٢٣,٩	٦٦	تركز رسالة الجامعة على الاستثمار في المجال المعرفي والبحثي من خلال البحوث التطبيقية التي تحقق الأبداع والابتكار في مخرجاتها	٤
١٠	ضعيفة	١٥٦,٩	٤٣٣	٠,٧٢	١,٥٧	٥٦,٩	١٥٧	٢٩,٣	٨١	١٣,٨	٣٨	تحتج الجامعة الباحثين والخريجين على إضفاء الطابع التجاري على المبادرات والمشاريع البحثية.	٥
٨	ضعيفة	١٥٨,٣	٤٣٧	٠,٧٠	١,٥٨	٥٤,٠	١٤٩	٣٣,٧	٩٣	١٢,٣	٣٤	تبنى الجامعة إستراتيجية معلنه لتسويق البحوث العلمية وترجمتها الى خطط تسويقية لها أهداف ذات صلة بقطاع العمل.	٦
٩	ضعيفة	١٥٧,٦	٤٣٥	٠,٦٨	١,٥٨	٥٣,٣	١٤٧	٣٥,٩	٩٩	١٠,٩	٣٠	تدعم الجامعة نقل الإبداعات والأختراعات الخاصة بالباحثين عبر آليات النقل المختلفة كالعقود البحثية والترخيص.	٧
٦	ضعيفة	١٦٢,٠	٤٤٧	٠,٧٣	١,٦٢	٥٢,٩	١٤٦	٣٢,٢	٨٩	١٤,٩	٤١	توفر الجامعة الآليات المختلفة لحماية تراخيص الإختراعات أو الملكية الفكرية للبحوث بحالة نقلها للقطاعات الصناعية.	٨
٣	متوسطة	١٧٥,٤	٤٨٤	٠,٧٨	١,٧٥	٤٥,٧	١٢٦	٣٣,٣	٩٢	٢١,٠	٥٨	تهيئ الجامعة بيئة عمل ذات بنية أساسية للمعلومات والاتصالات	٩

												المناسبة لنقل التكنولوجيا إلى القطاع الخدمي.	
١١	ضعيفة	١٣٤.١	٣٧.٠	٠.٦٤	١.٣٤	٧٥.٠	٢.٠٧	١٥.٩	٤٤	٩.١	٢٥	تكلف الجامعة المتخصصين بمتابعة عملية تنفيذ وتوثيق البحوث الأكاديمية للقطاعات الإنتاجية والخدمية.	١٠
٥	متوسطة	١٦٨.٨	٤٦٦	٠.٧٣	١.٦٩	٤٧.١	١٣.٠	٣٧.٠	١٠.٢	١٥.٩	٤٤	تقدم الجامعة التقلبات الرجعية عن القيمة الاستراتيجية للبحوث العلمية في خدمة قطاع الأعمال.	١١

من خلال تحليل البيانات الواردة في جدول (٩) يتضح أنه:

- جاءت العبارة (٤) " تركز رسالة الجامعة على الاستثمار في المجال المعرفي والبحثي من خلال البحوث التطبيقية التي تحقق الإبداع والابتكار في مخرجاتها" في المرتبة الأولى من حيث التحقق، حيث كان المتوسط الحسابي (١.٨٢)، وهي تتحقق بدرجة متوسطة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأهمية دور الجامعة في تحقيق الابتكار لدعم التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال المساهمة في إنتاج المعرفة من خلال البحوث العلمية التي تجرى بها، والتي تتحول إلى براءات اختراع كما تؤكد دراسة (Power & Malmberg, 2008, 240)، وفي الوقت ذاته محدودية مساهمة الجامعات في تحويل المعارف العلمية التي تنتجها الجامعات إلى منتجات قابلة للتطبيق من خلال تسويق مشروعاتها البحثية كما اكدت دراسة (مخلص، ٢٠١٨، ١٣٣-١٣٤).
- جاءت العبارة (١٠) " تكلف الجامعة المتخصصين بمتابعة عملية تسويق البحوث الأكاديمية للقطاعات الإنتاجية والخدمية" في المرتبة الأخيرة من حيث التحقق، حيث كان المتوسط الحسابي (١.٣٤)، وهي تتحقق بدرجة ضعيفة، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الجامعة تواجه العديد من الصعوبات في تحديد الآليات التي تسمح للجامعة بإقامة علاقات فعالة مع القطاعات الصناعية نظرًا لضعف الثقة بين الصناعة والاطراف

الأكاديمية والافتقار إلى وجود آليات منظمة لإدارة العلاقات الرسمية مع الصناعة بشكل صحيح كما أشارت دراسة (مصطفى، ٢٠٢٠، ٤١٨ - ٤١٩).

البعد الثالث: الشراكات المجتمعية:

هدف هذا البعد تعرّف آراء أفراد العينة حول تحقيق جامعة بنها لبعده الشراكات المجتمعية في ضوء فلسفة جامعة الشراكات، ويندرج تحت هذا البعد (١١) عبارة يوضحها الجدول (١٠).

جدول (١٠)

الشراكات المجتمعية في ضوء فلسفة جامعة الشراكات (ن = ٢٧٦)

م	العبارة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط	الانحراف المعياري	التقدير الرقمي	الوزن النسبي	درجة التحقق	الترتيب حسب الرتبة
		%	ك	%	ك	%	ك						
١	تمتسك الجامعة بثقافة الشراكة بين الجامعة والمجتمع من خلال الندوات والجلسات النقائلية المتعددة.	١٣٣	٤٨.٢	١٠.٩	٣٩.٥	٣٤	١٢.٣	٢.٣٦	٠.٦٩	٦٥١	٢٣٥.٩	كبيرة	١
٢	تعقد الجامعة شراكات بحثية مع القطاع الخاص بما يتماشى مع أهداف الخطة التنموية الشاملة للمجتمع.	٦٠	٢١.٧	١٦٢	٥٨.٧	٥٤	١٩.٦	٢.٠٢	٠.٦٤	٥٥٨	٢٠٢.٢	متوسطة	٢
٣	يرسل الجامعة أعضاء هيئة التدريس والخريجون في بعثات الجامعات التي نجحت في تجارب الشراكة مع قطاع العمل.	٣٥	١٢.٧	١٠٤	٣٧.٧	١٣٧	٤٩.٦	١.٦٣	٠.٧٠	٤٥٠	١٦٣.٠	ضعيفة	١٠
٤	تعقد الجامعة دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس على كيفية التواصل الفعال مع قطاع العمل.	٦٤	٢٣.٢	١٤٠	٥٠.٧	٧٢	٢٦.١	١.٩٧	٠.٧٠	٥٤٤	١٩٧.١	متوسطة	٤
٥	توجد الجامعة وسائط الشراكة Broker Partnership بكل كلية يتولى مهمة قيادة فعاليات الشراكة بين الجامعة والقطاعات المجتمعية.	٣٢	١١.٦	١١٦	٤٢.٠	١٢٨	٤٦.٤	١.٦٥	٠.٦٨	٤٥٦	١٦٥.٢	ضعيفة	٩
٦	تؤسس الجامعة قنوات اتصال فعالة بيننا وبين وحدات الأعمال لتتعرف على احتياجات رجال الأعمال والمؤسسات التنموية.	٣٢	١١.٦	١٥٠	٥٤.٣	٩٤	٣٤.١	١.٧٨	٠.٦٤	٤٩٠	١٧٧.٥	متوسطة	٧

٦	متوسطة	١٨٥.٥	٥١٢	٠.٦٦	١.٨٦	٣٠.١	٨٣	٥٤.٣	١٥٠	١٥.٦	٤٣	بضع الجامعة البيات لتسويق الخدمات الجامعية المقدمة من قبل مركز خدمة المجتمع موجهة نحو قطاع العمل.
٨	متوسطة	١٧٥.٧	٤٨٥	٠.٦٩	١.٧٦	٣٨.٨	١٠.٧	٤٦.٧	١٢٩	١٤.٥	٤٠	تشجع الجامعة أعضاء هيئة التدريس على العمل كمستشارين في القطاعات الخدمية.
٣	متوسطة	٢٠٠.٧	٥٥٤	٠.٧٦	٢.٠١	٢٨.٦	٧٩	٤٢.٠	١١٦	٢٩.٣	٨١	تدعم الجامعة انضمام ممثلي القطاعات المجتمعية والخدمية إلى مجالس الجامعات والقطاعات والأقسام.
١١	ضعيفة	١٦٢.٧	٤٤٩	٠.٦٣	١.٦٣	٤٥.٧	١٢٦	٤٦.٠	١٢٧	٨.٣	٢٣	تحفز الجامعة تفعيل أعضاء هيئة التدريس في إدارات الشركات والقطاعات المجتمعية المختلفة.
٥	متوسطة	١٩٠.٦	٥٢٦	٠.٧١	١.٩١	٣٠.٤	٨٤	٤٨.٦	١٣٤	٢١.٠	٥٨	توفر الجامعة المنابر الفعالة التي يدعم الشركاء الإستراتيجية بين الجامعة والقطاعات المجتمعية.

من خلال تحليل البيانات الواردة في جدول (١٠) يتضح أنه:

- جاءت العبارة (١) " تنشر الجامعة ثقافة الشراكة بين الجامعة والمجتمع من خلال الندوات والحلقات النقاشية المتعددة." في المرتبة الأولى من حيث التحقق، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٣٦)، وهي تتحقق بدرجة كبيرة، ويمكن تفسير هذه النتيجة على وعي الجامعة بأهمية الشراكات مع المجتمع وقطاعاته المختلفة وتركيزها على بناء ثقافة اجتماعية بين أفراد المجتمع الجامعة توضح درجة الاعتمادية بين الجامعة والمجتمع وأهمية كل طرف للآخر كما أشارت دراسة (الشريف، ٢٠١٦، ١٩٢).
- جاءت العبارة (١٠) " تحفز الجامعة تمثيل أعضاء هيئة التدريس في إدارات الشركات والقطاعات المجتمعية المختلفة " في المرتبة الأخيرة من حيث التحقق، حيث كان المتوسط الحسابي (١.٦٣)، وهي تتحقق بدرجة ضعيفة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بانفتار الجامعة إلى تكوين رؤية واضحة للكيفية التي يمكن من خلالها مشاركة الجامعة في ربط خدماتها بالقطاعات الاقتصادية؛ بهدف تحقيق تنمية المجتمع، حيث يعد السماح لأعضاء هيئة

التدريس بالعمل في القطاعات الإنتاجية لمدة محددة من الآليات المهمة لدراسة مشكلات واحتياجات تلك القطاعات بصورة أكثر واقعية، بدلاً من الاقتصار على النظريات المجردة، كما أكدت دراسة (بونقيب وهباش، ٢٠١٨، ٤٢).

المستوى الثالث: عرض النتائج الخاصة باختبار دلالة الفروق لمجموعي العينة الممثلة لأعضاء هيئة التدريس (في التخصصات العملية والنظرية):

وتم التحقق من دلالة الفروق بين المجموعتين التخصصيتين (العملية والنظرية) من خلال حساب قيمة (ت) لحساب الفرق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص، في الاستبانة ككل وفي كل بعد من أبعادها، وظهرت النتائج كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول (١١)

دلالة الفرق بين متوسطي رتب استجابات Mann-Whitney Test اختبار مان- ويتني
عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص في الاستبانة ككل وفي كل بعد من أبعادها

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	قيمة (U)	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	التخصص	البعد
٠.٢٦٢ غير دالة	١.١٢٢	٧٦٧٤.٠	٢٦٤٥٧.٠	١٤٢.٢٤	١٨٦	نظرية	التعليم المستمر
			١١٧٦٩.٠	١٣٠.٧٧	٩٠	عملية	
٠.٠١	٣.٧٩٧	٦٠٢٠.٥	٢٣٤١١.٥	١٢٥.٨٧	١٨٦	نظرية	نقل التقنية والابتكار
			١٤٨١٤.٥	١٦٤.٦١	٩٠	عملية	
٠.٩١١ غير دالة	٠.١١١	٨٣٠١.٠	٢٥٨٣٠.٠	١٣٨.٨٧	١٨٦	نظرية	الشراكات المجتمعية
			١٢٣٩٦.٠	١٣٧.٧٣	٩٠	عملية	
٠.١٠٣ غير دالة	١.٦٣٢	٧٣٥٦.٠	٢٤٧٤٧.٠	١٣٣.٠٥	١٨٦	نظرية	الاستبانة ككل
			١٣٤٧٩.٠	١٤٩.٧٧	٩٠	عملية	

يتضح من الجدول السابق (١١) أنه:

• لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطي رتب استجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص في الاستبانة ككل وفي بعديها (التعليم المستمر، الشراكات المجتمعية)، ويمكن تفسير ذلك على اتفاق الآراء بين الكليات النظرية والعملية في تفعيل البعدين حيث يتم بذل المزيد من الجهود في دعم الأنشطة الخاصة ببعيد التعليم المستمر في صورة برامج تعليمية أو تدريبية، وبرامج تحويلية لمهن مطلوبة بالمجتمع ولا يتوافر لدى الأفراد متطلباتها، كما أن المجال مفتوح أمام الكليات النظرية والعملية في مجال الشراكات المجتمعية مع القطاع الخارجى كما تؤكد دراسة (حسن، ٢٠١٦، ٤٤ - ٤٥).

• يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.01$) بين متوسطي رتب استجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص في بعد (نقل التقنية والابتكار) لصالح استجابات أفراد عينة الدراسة في الكليات العملية، ويمكن تفسير ذلك باهتمام الكليات العملية بنقل التقنية والابتكار من خلال بذل الجهود في دعم تسويق البحوث العلمية وتطويرها للوصول إلى ابتكارات هامة كما أشارت دراسة (أبو عبدالله، ٢٠٢١، ٣٢ - ٣٣) حيث أن الابتكارات تعمل على تكوين مراحل حياتية جديدة للمنتجات والخدمات التي تمثل قيمة جديدة للمخرجات البحثية والتي تعزز التنافسية وتوسع نطاق الأسواق، كما يشجع على خلق فرص وظيفية جديدة لأبناء المجتمع وتعزيز النمو الاقتصادي.

المحور الخامس: سيناريوهات مقترحة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

كان الهدف الرئيس من البحث الحالي هو تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وقد كشفت الدراسة الميدانية عن وجود بعض نواحي القصور في تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وأهمية الأخذ بها، ومن ثم ضرورة رسم مجموعة من البدائل والسيناريوهات المحتملة والمستقبلية؛ كمحاولة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

ويعرف السيناريو بأنه وصف لوضع مستقبلي ممكن، أو محتمل، أو مرغوب فيه، مع توضيح الملامح الخاصة بالمسار أو المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى هذا الوضع المتوقع مستقبلياً، وذلك انطلاقاً من الوضع الحالي أو من الوضع الابتدائي المفترض (السيد وهيبة، ٢٠١٨، ٨).

كما يعرف السيناريو بأنه "نظرة واسعة للعلاقات المختلفة، ووصف لمجموعة من الأحداث المحتملة مع توضيح لملامح المسار أو المسارات التي يمكن أن تؤدي إليها، وذلك انطلاقاً من الأوضاع الابتدائية المفترض أنها ستوجه مسار السيناريو". (Bengtsson,2005,13)

وفي ضوء ما سبق يحاول البحث الحالي صياغة ثلاثة سيناريوهات ممكنة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وتتمثل السيناريوهات المقترحة فيما يلي: (توفيق؛ ويونس، ٢٠٠٧، ٦٣)

- **السيناريو الامتدادي:** ويعبر هذا السيناريو عن استمرارية الأوضاع الراهنة، ويطلق عليه (الاستمراري، المرجعي، الاتجاهي، التشاؤمي، الترددي، النمطي، الأندلسي) ويفترض هذا السيناريو استمرار الوضع القائم على ما هو عليه في المستقبل، بل يتوقع حدوث المزيد من الترددي للأوضاع الحالية وتدهورها، وضعف تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.
- **السيناريو الإصلاح:** ويحمل هذا السيناريو بعض مظاهر الإصلاح والتجديد والتحسين، ويطلق عليه (التقدمي)، ويمثل بداية المسار التحويلي، حيث يفترض هذا السيناريو إصلاحاً تدريجياً لتدعيم وتعميق إيجابيات الحاضر وعلاج سلبيات الواقع، مما يمثل الصورة المفترضة والممكنة الحدوث إذا طرأت تعديلات إصلاحية غير جذرية، واستجابة وإحداث بعض التحسينات القائمة التي يمكن من خلالها الاستفادة من الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات في تفعيل الأبعاد الخاصة لوظيفة خدمة الجامعة للمجتمع المحيط.

- **السيناريو الابتكاري:** ويتصور هذا السيناريو دورًا فاعلاً متميزًا، ويطلق عليه (المتفائل، الابتكاري، الإبداعي، التطوري) ، والذي يمثل الصورة المثالية التي يمكن أن يكون عليها التعليم الجامعي في تحقيق أبعاد وظيفته الثالثة نتيجة الاستجابة الكاملة لفلسفة جامعة الشركات التدريس، مما ينعكس إيجابًا على منظومة التعليم بالجامعة، الأمر الذي يؤدي إلى تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة، مما يؤثر على ارتباط الجامعة بالمجتمع المحيط والعمل على تحقيق أهدافه.

وفيما يلي تفصيل لكل سيناريو على النحو التالي:

أولاً: السيناريو الامتدادي:

يفترض هذا السيناريو استمرار الأوضاع الحالية كما هي، حيث تجري مشاهد السيناريو كامتداد لماضي، وما ينطوي عليه من إيجابيات وسلبيات، بل يفترض مزيدًا من تدهور الأوضاع الحالية، وعدم حدوث أي تغيير يذكر، ويمثل وضعًا متشائمًا، حيث ضعف تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، الأمر الذي يؤثر على ارتباط الجامعة بمجتمعها، بل عزلتها عنه وعن متطلباته، حيث يفترض السيناريو عدم الاستجابة للمتطلبات التي يفرضها اقتصاد المعرفة على المنظومة الجامعية، والتي تركز على الإدارة الفاعلة للمعرفة وإكساب الأفراد المهارات اللازمة لسوق العمل، وعليه يفترض هذا السيناريو مجموعة من الفرضيات التي تكون بمثابة القواعد الأساسية التي يبني عليها، وتتمثل تلك الفرضيات في الآتي:

(١) الفرضيات الأساسية للسيناريو الامتدادي:

افتراض هذا السيناريو مجموعة من الفرضيات التي تتمثل فيما يلي:

- تقاوم أزمة الجامعات التقليدية وضعف قدرتها على القيام بمتطلبات وظيفتها في خدمة المجتمع، مما لا يمكنها من المساهمة الفعالة في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية عن طريق الاستفادة من الخصائص التي تتسم بها جامعة الشركات.

- تواضع أداء الجامعة في تكوين الكوادر البشرية المؤهلة التي تتمتع بالمهارات والجدارات التي تمكنها من مواجهة التحديات المستقبلية التي يفرضها عالم الأعمال الجديد، مما لا يؤهلها للمنافسة في ظل التغييرات المستمرة وفق رؤية جامعة الشركات.
- غياب التخطيط بالجامعة كأسلوب مهم وقاعدة أساسية لحل المشكلات التي يعاني منها المجتمع وفق أسس علمية سليمة ومنضبطة، وغلبة العشوائية والارتجال، الأمر الذي يؤدي إلى محاولات عقيمة للإصلاح تنعكس سلبياتها سريعاً على أداء وظيفتها لخدمة المجتمع وفق فلسفة جامعة الشركات.
- الارتباط الضيق للجامعة باحتياجات سوق العمل، واستمرار اتساع الفجوة بين خريجي الجامعات المصرية والمتطلبات المتغيرة لسوق العمل من مهارات وكفاءات وجدارات متطورة، وضعف التوافق بين خريجي الجامعات والمواصفات المطلوبة للعمل.
- تغير نماذج الإنتاج وارتفاع الطلب على العمالة الماهرة والمؤهلة؛ وعلى الجانب الآخر سياسات التعليم الجامعي ومحاولة تطبيق مبدأ الإتاحة للجميع، الأمر الذي يتسبب في زيادة الضغط على الجامعات، ووضع سياسات تتماشى مع الطلب الاجتماعي (قمبر، ٢٠١٣، ٢٢)
- قصور فلسفة الخطة الإستراتيجية للتعليم الجامعي في اعتبار التعليم مدخلاً للتنمية الشاملة ووسيلة لها، وأن له دوراً تنموياً واقتصادياً، ووظيفة خدمية ومجتمعية كما تؤكد فلسفة جامعة الشركات.
- العلاقة غير الفعالة بين الجامعات وقطاعات العمل، واستمرار ضعف انفتاح الجامعة على المجتمع الذي تنتمي إليه أو استثمار مواردها البشرية والمادية لخدمة المجتمع وتحقيق أغراضه التنموية، ومحدودية العلاقة بين التعليم الجامعي والقطاعات الإنتاجية والصناعية.
- سيادة غياب الاتصال بين الجامعة ومختلف القطاعات بالمجتمع، والذي يعد ترجمة حقيقية للوظائف الأخرى للجامعة لمواجهة التحولات المعاصرة التي ألفت بظلالها على الجامعات، مما يجعل التعليم الجامعي غير قادر على تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- قصور الجامعات عن أداء أدوارها في خدمة المجتمع من خلال توجيه البحوث العلمية للإسهام في إحداث التقدم في المجتمع فضلاً عن خدمة المجتمع، حيث تفرض الاقتصاديات الحديثة المبنية على المعرفة الربط بين الإنتاجية والمخرجات البحثية.
- ضعف قدرة الجامعات على الموازنة بين مخرجات التعليم الجامعي ومتطلبات سوق العمل الحالية والمستقبلية، حيث يتم تنمية الكوادر البشرية بمعزل عن خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، دون مراعاة متطلبات القطاعات الإنتاجية.
- ضعف كفاءات خريجي الجامعات المؤهلين للعمل على تلبية متطلبات التنمية الاقتصادية وفقاً للمعطيات التكنولوجية الحديثة والاحتياجات النوعية الراهنة لسوق العمل، إضافة إلى غياب التوازن بين العرض والطلب من خريجي الجامعات.

(٢) الأوضاع المجتمعية الداعمة لهذا السيناريو:

من المتوقع في هذا السيناريو أن تسود الأوضاع المجتمعية التالية:

- استمرار افتقار التعليم الجامعي إلى السياسات التعليمية التي توجه الجامعة نحو أداء وظيفتها في خدمة المجتمع.
- انتشار البطالة نتيجة لاستمرار العزلة بين الجامعات وسوق العمل، خاصة فيما يتعلق بالفجوة بين المعروض من الوظائف والطلب على الخريجين من الجامعات.
- عجز نظام التعليم الجامعي عن ملاحقة الانفجار المعرفي المستمر، الأمر الذي يؤدي إلى القصور في تلبية متطلبات مجتمع المعرفة.
- تدني مستوى كفاءة خريجي الجامعات وافتقارهم للمؤهلات والجدارات اللازمة لسوق العمل سريع التغير.
- افتقار الجامعة إلى وجود خطة موجهة لتوفير رأس المال البشري القادر على الابتكار في ظل التحديات التكنولوجية والاقتصادية المتجددة.
- عجز الحكومات عن الاستجابة للاحتياجات المالية للجامعات والتي تمول الأنشطة والبرامج التي تفتح المجال لربط أنشطة البحث العلمي باحتياجات المجتمع التنموية.

• غياب خطة لفتح قنوات التواصل التي تساعد الجامعة في تعرف الاحتياجات الخاصة بالقطاعات المجتمعية.

اتضح مما سبق أنه في ظل هذه الظروف المجتمعية المتشابكة التي يعيشها التعليم الجامعي المصري، يصعب وضع سياسات تعليمية وتنموية هادفة لتفعيل الوظيفة الثالثة للجامعات في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

(٣) مشاهد السيناريو الامتدادي:

ينطوى هذا السيناريو على مجموعة من المشاهد التي تم بنائها على تصور لما سيؤول إليه وضع الجامعات المصرية في حال ضعف الاستجابة لتفعيل أبعاد وظيفتها الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، وعدم اتخاذ إجراءات عملية لدعم هذا المسار ويمكن تصور تلك المشاهد على النحو التالي:

المشهد الأول: التعليم المستمر:

- ضعف تحول الجامعات إلى منظمات تعلم يكون التعليم المستمر من أولى اهتماماتها، وسيادة سياسات الجامعة التي لا تعزز تكوين مجتمع تعلم يشترك جميع أفرادها في صياغة رؤية ورسالة الجامعة والمشاركة في تحقيق أهداف القطاعات المجتمعية.
- افتقار الجامعة لتأسيس قواعد بيانات متكاملة تضم خبرات وأبحاث أعضاء هيئة التدريس الأكاديمية في شتى مجالات المعرفة لتدعيم تشاركية المعرفة مع قطاع العمل.
- قصور الجامعة في نشر الوعي بأهمية مواصلة التعليم والدافعية للتعلم مدى الحياة، وضعف الاستفادة من الفرص الجديدة التي تفرزها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للوظائف التقليدية.
- ضعف التهيئة الفكرية التي تنمي مهارات التعلم الذاتي في المجال التخصصي، ونشر ثقافة التعلم الفعال المستمر التي لها الدور الرئيس في تحويل دورة التعلم السلبي بالجامعة إلى دورة تعلم إيجابية (أبو العلا، ٢٠١٣، ٦٢١).

- ضعف وجود برامج أكاديمية تخصصية تتصف بالمرونة وقابلة للتغيير حسب الاحتياجات والمتطلبات المتجددة لقطاع العمل.
- افتقار فلسفة التدريب بالجامعات على الاستباقية وتوقع المشكلات المستقبلية المرتبطة بالقطاعات الخدمية بدلاً من التدريب القائم على القضايا السابقة أو الحاضرة دون وجود الرؤية المستقبلية.
- القصور في نشر ثقافة التدريب المستمر المرتكز على متطلبات عالم الأعمال، وافتقار الجامعة لسياسات تحفيز التدريبات التي تدعم المعارف والمهارات المرتبطة بالصناعات العالمية.
- الاستمرارية في ضعف تأمين بنية تحتية دينامية للمعلومات والاتصالات تركز على الأنشطة الاقتصادية القائمة على المعرفة لتسهيل نشر المعلومات والعمل عليها.
- قصور الجامعات في تعزيز عمليات التعلم الذاتي والمساهمة في إعداد عمال المعرفة وتنمية مهاراتهم والاحتفاظ بهم وفق احتياجات سوق العمل.
- محدودية تعزيز البرامج التعليمية في المجالات التخصصية الأكثر التصاقاً وارتباطاً بسوق العمل، لضمان مخرجات أكثر مواكبة لاحتياجات الصناعة وأنشطة الابتكار التكنولوجي.

المشهد الثاني: نقل التقنية والابتكار:

- قصور الجامعة في إرساء ثقافة التحفيز المستمر من خلال إيجاد الحوافز لربط نشاطات الكوادر الجامعية في مجال البحث العلمي بحاجات التطوير الاقتصادي.
- استمرار شيوع ثقافة الجمود المعرفي التي لا تدعم تنفيذ الأفكار الابتكارية والريادية القابلة للتطبيق الصناعي، مع الاستمرارية في المقاومة الشديدة لأي ممارسات تجديدية.
- ندرة قيام الجامعة بدورها في تحمل مسؤولية تسويق المنتجات البحثية منها بصورة تنظيمية ذات طابع مؤسسي من خلال هيكلها التنظيمية.

- قصور الجامعة عن تطبيق البحوث الأكاديمية والمعارف النظرية التي تنتجها وتحويلها إلى منتجات وخدمات موضع التنفيذ التطبيقي، بما يخدم عمليات التنمية المجتمعية.
 - غياب دور الجامعة في تقديم التغذية الراجعة عن القيمة الإستراتيجية للمعارف والبحوث الأكاديمية في خدمة القطاعات الإنتاجية.
 - ضعف مشاركة الجامعة بشكل نشط في أنشطة تسويق التكنولوجيا الجامعية المستمدة من الأنشطة البحثية لأعضاء هيئة التدريس بشكل يمكن من استثمار المعرفة المنتجة بالجامعة بطرق مفيدة اقتصاديًا (مصطفى، ٢٠٢٠، ٣٣٩)
 - افتقار الجامعة لوجود سياسات متماسكة ومعلنة تدعم عملية نقل التكنولوجيا والابتكار بينها وبين القطاع الإنتاجي ضمن خططها الإستراتيجية.
 - ندرة اهتمام الجامعة بتوفير بيئة داعمة للابتكارات العلمية والمشروعات البحثية ذات الصلة بالعملية التنموية للمجتمع ونقلها إلى القطاع التجاري.
 - غياب وجود منظومة شاملة ومحددة بالجامعات للقوانين والتشريعات المحفزة للابتكار والابداع المعرفي.
 - قصور الجامعة في نشر الثقافة الخاصة بالعلوم والتكنولوجيا والابتكار وحقوق الملكية الفكرية وإبرام عقود التراخيص.
- المشهد الثالث: الشركات المجتمعية:**

- غياب وجود جهاز تنظيمي قادر على إيجاد روابط عمل منظمة بين الجامعات والشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما يهيئ بيئة عمل تنافسية.
- افتقار الجامعة لعقد شركات إستراتيجية مع القطاع الخاص بما يتماشى مع أهداف الخطة التنموية الشاملة بالمجتمع؛ الأمر الذي يربط الجامعات مع قطاع الأعمال.
- قصور الجامعة في عقد ندوات ومؤتمرات وحلقات نقاشية حول الشراكة بين الجامعة والمجتمع والتي تسرع من وتيرة التنمية الاقتصادية بالمجتمع.

- غياب الدورات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس والباحثين حول كيفية التواصل الفعال مع الشركات والقطاعات الإنتاجية بالمجتمع.
- قصور الجامعة في فتح قنوات تواصل فعالة بينها وبين القطاعات الإنتاجية والخدمية لتحديد احتياجات رجال الأعمال ومؤسسات الأعمال والإنتاج.
- غياب بناء شركات مجتمعية يتم من خلالها استثمار طاقات الجامعة ومواردها البشرية في تلبية حاجات المجتمع والمشاركة الفاعلة في تنميته وتطويره.
- ضعف الجامعة في وضع آليات تسويقية للخدمات التي تقدمها الجامعة من قبل مراكز خدمة المجتمع موجهة نحو قطاع العمل.
- قصور الجامعة في تنظيم المؤتمرات والحلقات النقاشية التي يُدعا إليها المستفيدون من الخدمات الجامعية لتوسيع العلاقات مع المجتمع المحلي والقطاعات الإنتاجية.
- ندرة وجود نظم اتصالات قوية وفاعلة بين أعضاء هيئة التدريس بالجامعات والقطاعات المجتمعية.
- ضعف تحفيز الجامعة لأعضاء هيئة التدريس للعمل كخبراء ومستشارين في القطاعات الإنتاجية والخدمية.

(٤) تداعيات السيناريو الامتدادي:

- في ضوء الفرضيات والمشاهد السابقة للسيناريو الامتدادي هناك مجموعة من التداعيات المترتبة عليه، وهي كما يلي:
- ضعف الاهتمام بالفلسفة الخاصة بجامعة الشركات في تطوير المنظومة الجامعية، والتي تؤكد الاهتمام بالإبداع والابتكار وتقديم الأفكار الريادية الاستباقية التي من شأنها تطوير أساليب العمل والإنتاج، ودفع الجامعة للمساهمة في المشروعات التنموية.
 - معاناة الجامعات المصرية من ضعف قدرتها على تكوين رأس المال الفكري ومواكبة التطور المعرفي الذي يتسم بها هذا العصر وفق الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات، واقتصار دورها المعرفي على نقل المعارف دون نشرها وتطبيقها والاستفادة منها، سواء

- من جانب الطلاب أو أعضاء هيئة التدريس نتيجة انعزال الجامعة عن واقع المجتمع الذي توجد فيه (محمد، ٢٠١٤، ٥).
- تصور قدرة الجامعات المصرية على امتلاك ميزات تنافسية تساعدها في تحقيق التفوق الإستراتيجي نتيجة ضعفها على استثماره المعرفة بالشكل المطلوب لخدمة المجتمع عن طريق استثمار وتسويق مخرجات البحوث العلمية وتحويلها لمنتجات تكنولوجية كما ترتكز فلسفة جامعة الشركات.
 - استمرار معاناة بيئة التعليم والتدريب من عدم توافر الشروط والمواصفات المناسبة للبيئة التعليمية المناسبة للعملية التدريبية بالجامعات المصرية؛ حيث تظل البرامج المقدمة منفصلة عن سوق العمل والتوجهات الحديثة في مجال الأعمال.
 - استكانة الجامعات المصرية وبعدها عن إحداث أي تطوير أو تغيير يذكر، الأمر الذي يؤدي لانحصار دورها الاقتصادي واستبعادها من المشهد التنموي، خاصة مع ضعف الثقة في الجامعات وقدرتها على إحداث التغيير المنشود في المجتمع وتحقيق متطلباته التنموية.
 - اقتصار دور التعليم في الجامعات المصرية على تقديم المعرفة عن طريق الحفظ والتلقين، وغياب دورها في مجال البحث وخدمة المجتمع، حيث لم يعد دورها أحد القوى المهمة والمؤثرة والموجهة لعملية النمو الاقتصادي والتجاوب مع حاجات المجتمع الآنية والمستقبلية.
 - القصور في التخطيط العام للعملية البحثية بحيث تتم وفق رؤية عامة تحدد ضوابط العرض والطلب، وليس وفق الجهود الفردية ذات الاهتمامات الشخصية، دون توجيه نواتج البحث العلمي لخدمة سوق العمل ومواقع الإنتاج وفق فلسفة جامعة الشركات.
 - ضعف قدرة الجامعات على الاستجابة السريعة للمتغيرات العالمية المتلاحقة، والبطء في الاستجابة للتطورات التي يفرضها التغيير والتطوير المستمر الذي يدعم انطلاقها نحو إلى العالمية، وبالتالي انحصارها في الحيز المحلي وعزلتها عن تحقيق المطالب

المجتمعية، خاصة فيما يختص باستقطاب مصادر المعرفة ومصادر التمويل المتنوعة والتي تعد مطلباً أساسياً للتطوير.

مما سبق يتضح أن هذا الوصف للسياريو الامتدادي يعد امتداداً لأخطاء الماضي، ولا يتناسب مع متطلبات التغيير المستقبلي التي تفرضها طبيعة العصر في تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، والتي أضحت ضرورة في ظل اقتصاد المعرفة التي تؤكد ضرورة ربط الجامعات بواقعها المجتمعي.

ثانياً: السيناريو الإصلاحي:

ينطلق هذا السيناريو من تصور حدوث مجموعة من الإصلاحات الجزئية داخل المجتمع، والتي ينعكس أثرها بصورة تدريجية على التعليم الجامعي بصفة عامة وعلى توفير الجامعة لبعض المقومات الأساسية لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، مما ينعكس على تطوير الممارسات الجامعية في هذا المجال، وبذلك تنتهي حالة الجمود المرتبطة بالسيناريو السابق وتبدأ خطوات نحو التطوير، ومن ثم يفترض هذا السيناريو مجموعة من الفرضيات التي تكون بمثابة القواعد الأساسية التي يبنى عليها السيناريو، وتتمثل تلك الفرضيات في الآتي:

(١) الفرضيات الأساسية للسيناريو الإصلاحي:

- افتراض هذا السيناريو مجموعة من الفرضيات، والتي تتمثل فيما يلي:
- استقرار نوعي للأوضاع الاقتصادية في المجتمع المصري، الأمر الذي ينعكس على تحسن أوضاع المنظومة الجامعية، وبالتالي قدرة الجامعة على توفير بعض المتطلبات المادية اللازمة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة وفق فلسفة جامعة الشركات.
- بدء استقرار الأوضاع السياسية العالمية وانعكاس ذلك على المجتمع المصري الذي يبدأ في اتخاذ خطوات معتدلة نحو التطوير المجتمعي، وامتلاك القدرة على اتخاذ قرارات حاسمة بشأن الأوضاع التنظيمية للجامعات.

- زيادة قدرة الجامعات التقليدية على القيام بمتطلبات وظيفتها في خدمة المجتمع، ومن ثم تتمكن من بداية المشاركة البناءة في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية عن طريق الاستفادة من الخصائص التي تتسم بها جامعة الشركات.
- الاستفادة من التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسرعة استخدام الإنترنت في مجالات الحياة المختلفة، ومنها التعليم، وذلك بتنوع مصادر المعرفة لدعم عمليات التعلم المستمر بالجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.
- بداية ظهور وعي مجتمعي عام بأهمية رأس المال البشري (الموارد البشرية) وتنمية جدارته، باعتباره من أعظم الاستثمارات قيمة، فالعقل البشري طاقة لا تنضب بالاستخدام، بل تزدهر وتتمو إذا ما تم إعدادها الإعداد الجيد الذي يمكنها من تنمية المجتمع وتلبية حاجاته (محمود، ٢٠١٨،).
- تزايد حركة النقد المجتمعي التي توجه الممارسات الخاصة بالجامعات، خاصة فيما يتعلق بضعف المسؤولية الاجتماعية، وارتفاع وتزايد الحواجز بين النظم الأكاديمية والنظم السياسية والاجتماعية (عبدالوهاب، ٢٠١٨، ٨٣٣)
- حدوث تطور جزئي بالجامعة في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة، وإحداث تطور موجه تقتضيه جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وزيادة الوعي بمتطلبات سوق العمل، وكذلك بالدور التنموي للجامعات ومسئوليتها المجتمعية.
- وجود خطة إستراتيجية إصلاحية لحل مشكلات المجتمع قائمة على أسس علمية سليمة ومنضبطة، وعلى نظريات الإصلاح الاقتصادية والاجتماعية، بحيث تتكامل فيها جميع جوانب الإصلاح التي تتبع من حاجات المجتمع ومتطلباته.
- زيادة الارتباط بين الجامعة واحتياجات سوق العمل، والعمل على سد الفجوة بين خريجي الجامعات المصرية والمتطلبات المتغيرة لسوق العمل من مهارات وكفاءات وجدارات متطورة، وزيادة التوافق بين خريجي الجامعات والمواصفات المطلوبة للعمل.

(٢) الأوضاع المجتمعية الداعمة لهذا السيناريو:

من المتوقع في هذا السيناريو أن تسود الأوضاع المجتمعية التالية:

- اتجاه التعليم الجامعي إلى تبني بعض السياسات التعليمية الإصلاحية التي توجه الجامعة نحو أداء وظيفتها في خدمة المجتمع.
- محاولة ربط سياسات القبول بالتعليم الجامعي باحتياجات سوق العمل، الأمر الذي يؤدي إلى تقليل الفجوة بين المعروض والطلب على خريجي الجامعات.
- توجه نظام التعليم الجامعي إلى ملاحقة تداعيات الانفجار المعرفي من خلال أنشطة التعليم والتدريب المستمر.
- تطوير في منظومة التدريب لدعم كفاءة خريجي الجامعات وإكسابهم بعض المهارات والجدارات اللازمة لسوق العمل.
- تهئية الجامعة البيئة الداعمة التي تعمل على توفير رأس المال البشري القادر على مواجهة التحديات التكنولوجية والاقتصادية المتجددة.
- زيادة الدعم المالي المقدم لموازنات التعليم الجامعي من الدولة في المرحلة القادمة من أجل تطوير الأنشطة والبرامج التي تربط أنشطة البحث العلمي باحتياجات المجتمع التتموية.
- تقوم الجامعة بتعريف بعض الاحتياجات الخاصة بالقطاعات المجتمعية، وتوفير الفرص لتسويق مخرجاتها البحثية إلى القطاعات المجتمعية.

اتضح مما سبق أنه في ظل هذه الظروف المجتمعية يعيشها التعليم الجامعي المصري، يمكن وضع سياسات تعليمية وتنموية إصلاحية جزئية لتفعيل الوظيفة الثالثة للجامعات في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

(٣) وصف مشاهد السيناريو الإصلاحي:

يفترض هذا السيناريو مجموعة من المشاهد تبنى على تصور لما سيؤول إليه الوضع الخاص بالجامعات التقليدية، إذا ما قامت باتخاذ خطوات إجرائية تركز على الاستجابة الجزئية لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ويمكن تصور تلك المشاهد على النحو التالي:

المشهد الأول: التعليم المستمر:

- تدعم الجامعة بعض السياسات التي تمكن الجامعات للتحويل إلى منظمات تعلم يكون التعليم المستمر من أولى اهتماماتها، وتنتشر الوعي بأهمية مواصلة التعليم المستمر مستفيدة جزئياً من فلسفة جامعة الشركات، ومن الفرص الجديدة التي تفرزها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للوظائف التقليدية.
- تتغلب الجامعات على الجمود الثقافي من خلال الاهتمام بنشر ثقافة مفتوحة التي تقوم على قيم الابتكار والإبداع المعرفي وقبول التشارك المعرفي، وعدم التركيز على الثقافة التلقينية للمعلومات.
- تنتشر الجامعة ثقافة التعلم الفعال المستمر، والتي لها الدور الرئيس في تحويل دورة التعلم السلبي بالجامعة إلى دورة تعلم إيجابية من خلال بعض الندوات واللقاءات التثقيفية (أبو العلا، ٢٠١٣، ٦٢١).
- تقوم فلسفة التدريب بالجامعات على الاستباقية وتوقع المشكلات المستقبلية المرتبطة بالقطاعات الخدمية وفق الرؤية الخاصة بجامعة الشركات، بدلاً من التدريب القائم على القضايا السابقة أو الحاضرة دون وجود الرؤية المستقبلية.
- تنتشر الجامعة ثقافة التدريب المستمر المرتكز على متطلبات عالم الأعمال بين منسوبيها، لضمان إعداد خريجين على مستوى عالٍ من الكفاءة، قادرين على الوفاء بمتطلبات سوق العمل المتجددة.
- تركز الجامعات على تنمية بعض مهارات منسوبيها في مجالات العمل المختلفة وإعدادهم إعداداً مهنيًا يتوافق مع المستجدات المتلاحقة في سوق العمل.
- تنظم الجامعة تدريبات بصورة جزئية لأعضائها فيما يتعلق بدورها في خدمة المجتمع لتحسين قدرتها التنافسية في الاستجابة للتحديات الخاصة بقطاعات المجتمع.
- بروز بعض السياسات الجامعية التي تعزز تكوين مجتمع تعلم يشترك جميع أفرادها في صياغة رؤية ورسالة الجامعة والمشاركة في تحقيق أهداف المجتمع.

- تقدم الجامعة بعض النماذج الرائدة في الابتكار والإبداع في مجال خدمة المجتمع لبناء العقلية المستتيرة القادرة على تقديم الاستشارات العلمية للقطاعات المجتمعية.
- تنظم الجامعة برامج أكاديمية تخصصية تتصف بالمرونة وقابلة للتغيير حسب الاحتياجات والمتطلبات المتجددة للقطاعات المجتمعية.

المشهد الثاني: نقل التقنية والابتكار:

- تبدأ الجامعة في نشر ثقافة التحفيز المستمر من خلال تخصيص بعض الحوافز لربط نشاطات الكوادر الجامعية في مجال البحث العلمي بحاجات التطوير الاقتصادي.
- تهتم الجامعة بنشر ثقافة الإبداع والابتكار بدلاً من ثقافة الجمود المعرفي، بحيث تدعم تنفيذ الأفكار الابتكارية والريادية القابلة للتطبيق الصناعي.
- تتيح الجامعة الفرص لتسويق المنتجات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والباحثين بصورة أكثر تنظيماً، وإضفاء الطابع المؤسسي من خلال هياكلها التنظيمية.
- تهيئ الجامعة الفرص لتطبيق البحوث الأكاديمية والمعارف النظرية التي تنتجها، وتحويلها إلى منتجات وخدمات موضع التنفيذ التطبيقي بما يخدم عمليات التنمية المجتمعية.
- تقدم الجامعة التغذية الراجعة عن القيمة الإستراتيجية للمعارف والبحوث الأكاديمية المنتجة في خدمة القطاعات الإنتاجية.
- تبدأ الجامعة في المشاركة بشكل جزئي في أنشطة تسويق التكنولوجيا الجامعية المستمدة من الأنشطة البحثية لأعضاء هيئة التدريس، بشكل يمكن من استثمار المعرفة المنتجة بالجامعة بطرق مفيدة اقتصادياً (مصطفى، ٢٠٢٠، ٣٣٩)
- تضع الجامعة بعض السياسات المعلنة التي تدعم عملية نقل التكنولوجيا والابتكار بينها وبين القطاع الإنتاجي ضمن خططها الإستراتيجية.
- تهتم الجامعة بتوفير بيئة داعمة للابتكارات العلمية والمشروعات البحثية ذات الصلة بالعملية التنموية للمجتمع ونقلها إلى القطاع التجاري.

- تشكل الجامعة لجاناً تنظيمية تضطلع بمهمة وضع القوانين والتشريعات المحفزة للابتكار والإبداع المعرفي.
- تعقد الجامعة لقاءات تثقيفية لنشر الثقافة الخاصة بالعلوم والتكنولوجيا والابتكار وحقوق الملكية الفكرية وكيفية إبرام عقود التراخيص.

المشهد الثالث: الشراكات المجتمعية:

- تبني الجامعة روابط عمل منظمة بين الجامعات والشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما تهيئه بيئة عمل تنافسية.
- تعقد الجامعة شركات إستراتيجية مع القطاع الخاص بما يتماشى مع أهداف الخطة التنموية الشاملة بالمجتمع؛ الأمر الذي يربط الجامعات بقطاع الأعمال.
- تعقد الجامعة ندوات ومؤتمرات وحلقات نقاشية حول كيفية الشراكة بين الجامعة والمجتمع، مما يسرع من وتيرة التنمية الاقتصادية بالمجتمع.
- تنظم الجامعة دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس والباحثين حول كيفية التواصل الفعال مع الشركات والقطاعات الإنتاجية بالمجتمع.
- تفتح الجامعة قنوات تواصل فعالة بينها وبين القطاعات الإنتاجية والخدمية لتحديد احتياجات رجال الأعمال ومؤسسات الأعمال والإنتاج.
- تضع الجامعة الأسس الخاصة بإنشاء حاضنة تكنولوجية بداخلها، بهدف جذب شركات التكنولوجيا وانتقال الجهود البحثية للجامعة، مما يجعلها تساهم في التنمية المجتمعية.
- توفر الجامعة قاعدة بيانات ومعلومات محدثة عن الشركاء من رجال الأعمال والقطاعات الخدمية لعمل التحالفات معهم.
- تضع الجامعة سياسات واضحة ومعلنة لتنظيم الشركات المجتمعية بينها وبين القطاعات الإنتاجية والتنموية.
- توفر الجامعة المناخ الفعال والدعم المالي لأعضاء هيئة التدريس والباحثين، مما يمكنهم من تنفيذ مهامهم ومشاريعهم البحثية التي تلبى احتياجات مؤسسات العمل والإنتاج.

• تقرر الجامعة نظماً تحفيزية لأعضاء هيئة التدريس، تشجعهم للعمل كخبراء ومستشارين في القطاعات المجتمعية المختلفة.

(٤) تداعيات السيناريو الإصلاحي:

في ضوء الفرضيات والمشاهد السابقة للسيناريو الإصلاحي، هناك مجموعة من التداعيات المترتبة عليه وهي كما يلي:

- تركيز الجامعات المصرية على إعداد وتنمية رأس المال البشري الذي يمتلك المعارف والمهارات والخبرات اللازمة للعمل في ظل السياق الاقتصادي العالمي القائم على المعرفة وفق فلسفة جامعة الشركات، وتوسيع آفاق المعرفة من خلال الاهتمام بالبحث العلمي والإبداع والابتكار لمواكبة ثورة المعرفة، والاستفادة من المخزون المتزايد من المعرفة العالمية وتكييفها مع الاحتياجات المحلية للمجتمع (رياض، ٢٠٢٠، ٥٤).
- وضع رؤية مستقبلية للسياسات الخاصة بالبحث العلمي لدور الدراسات العليا والبحوث بمستقبل التنمية المجتمعية واستثمار الموارد القومية، ومعالجة المشكلات المجتمعية بطريقة جزئية وفق رؤى فردية مبعثرة، ومن ثم ضعف الوقوف على الأبعاد الشاملة والمتكاملة لقضايا المجتمع.
- بدء وجود خطة شاملة للبحث العلمي على مستوى الجامعات كافة، بحيث تكون موجهة للقضايا ذات الأولوية بالنسبة للمجتمع وفق الفلسفة الحاكمة لجامعة الشركات، والاهتمام بتوظيف مخرجات البحوث العلمية الأكاديمية في حل مشكلات المجتمع وتلبية احتياجات التنمية القومية.
- إعادة النظر في التخصصات العلمية بكليات الجامعات، وتطويرها لتتلاءم مع التغيرات المستقبلية التي يترأى حدوثها في سوق العمل بالمجتمع المصري وفق رؤية التنمية التي يستهدفها رؤية مصر ٢٠٣٠، الأمر الذي يتطلب تبني فلسفة جديدة للجامعات وبناء سياسات تعليمية مستحدثة لتحقيق ذلك وفق خصائص جامعة الشركات.

- تطور قدرة الجامعات على أداء أدوارها في خدمة المجتمع من خلال توجيه البحوث العلمية للإسهام في إحداث التقدم في المجتمع فضلاً عن خدمة المجتمع، حيث تفرض الاقتصاديات الحديثة المبنية على المعرفة الربط بين الإنتاجية والمخرجات البحثية.
 - بدء حدوث اندماج بين مؤسسات التعليم الجامعي والقطاعات الإنتاجية والصناعية في المجتمع وفق فلسفة جامعة الشركات، الأمر الذي يترتب عليه متابعة الجامعات للتغيرات المستمر في عالم العمل، وتسليح خريجها بالمهارات اللازمة بحيث يصبحون كفاءات ذات مهارات عالية قادرة على تلبية متطلبات العمل.
 - اجراء إصلاحات جزئية، وإعادة هيكلة نظم التعليم الجامعي فيما يتعلق بسياساتها ومناهجها وتوجيه خريجي الجامعات كمياً ونوعياً وفق احتياجات سوق العمل، بهدف تعزيز فرص العمل لهم بمختلف القطاعات المجتمعية.
 - تطبيق الجامعات لسياسات ضمان الجودة، ومحاولة الربط بين المناهج الجامعية وبين متطلبات التي يفرضها اقتصاد المعرفة، خاصة فيما يتعلق بالكفاءات والمهارات الريادية كهدف أساسي لبرامج التعليم الجامعي (قمبر، ٢٠١٣، ٢٤).
- وفي ضوء ما سبق، يمكن القول بأن هذا السيناريو الاصلاحى يعد خطوة مهمة لإجراء بعض التعديلات الجزئية للأوضاع القائمة؛ بهدف تعميق بعض الجوانب الإيجابية، ومحاولة تعديل بعض الجوانب السلبية منها، ومحاولة تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، أي بمثابة محاولة للإصلاح الجزئي لتوطيد العلاقة بين الجامعة ومجتمعها المحيط.
- ثالثاً: السيناريو الابتكاري:**

يقوم هذا السيناريو على فكرة رئيسة مؤداها حدوث تغيير ثوري شامل للوضع الراهن، من حيث حدوث تغيير شامل متكامل وثنوي على جميع الأصعدة في المنظومة الجامعية، بحيث يتم توفير الجامعة المقومات الأساسية تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ويقوم هذا السيناريو على الاستجابة الشاملة للتغيرات المعرفية والتكنولوجية التي تفرضها طبيعة العصر في ضرورة التواصل المستمر والفعال بين المنظومة الجامعية والمجتمع، ومن ثم يفترض

هذا السيناريو مجموعة من الفرضيات التي تكون بمثابة القواعد الأساسية التي يبني عليها، وتتمثل تلك الفرضيات في الآتي:

(١) الفرضيات الأساسية للسيناريو الابتكاري:

- يفترض هذا السيناريو مجموعة من الفرضيات التي تتمثل فيما يلي:
 - يعد التمييز بين المهارات العامة والخاصة حجر الزاوية في نظرية رأس المال البشري، فعلى الرغم من اعتبار الجامعة هي المكان الأساسي الذي يعد الأفراد لسوق العمل المستقبلي من خلال التعليم الرسمي الذي يعد من الأنشطة الاستثمارية في مجال الموارد البشرية، فإن التغيرات المتجددة في عالم العمل فرضت على خريجي الجامعات ضرورة التدريب في مكان العمل لمواكبة التغيرات السريعة في المهارات اللازمة لسوق العمل وفق فلسفة جامعة الشركات، حيث يتم التعامل معها بشكل مختلف؛ بسبب الاختلاف في سياق المهارة، حيث يتلقى الطلاب تدريباً على المهارات العامة والمعرفة التي يمكن نقلها إلى العديد من أصحاب العمل.
 - تفرض العديد من العوامل ضرورة الاستفادة من نموذج جامعة الشركات في الجامعات التقليدية، وهي العولمة الاقتصادية والثورة الصناعية في المجتمع الأوروبي، والثورة المعلوماتية والتكنولوجية في مختلف المجالات، والتنافس الاقتصادي بين دول العالم، علاوة على التوجه العالمي نحو ربط الاقتصاد بالتعليم والسير نحو تبني فكرة الاقتصاد القائم على المعرفة الذي يركز على الإدارة الفاعلة للمعرفة، وإكساب الأفراد المهارات اللازمة لسوق العمل.
 - أن التعليم والتدريب عنصران أساسيان لا بد للجامعات أن تركز عليهما معاً في ذات الوقت، وأن يصبحا محور عملها، فكما أن العنصر البشري هو المورد اللازم لتحقيق عمليات التعليم والتعلم، فالتدريب هو العملية الأساسية التي يتم من خلالها زيادة كفاءة العنصر البشري، وجعله أكثر فاعلية وإنتاجية لمواكبة التغيرات الفنية والتقنية والتكنولوجية في عالم العمل كما تركز فلسفة جامعة الشركات، ومن ثم يصبح هدف الجامعات هو إفادة المجتمع، من خلال دعم البيئة الخارجية المتمثلة في القطاعات الإنتاجية بالمجتمع.

- التوجه نحو إسقاط الحواجز الفاصلة بين مؤسسات التعليم ومواقع العمل، حيث شهد التعليم الجامعي تحولاً جذرياً في النظم الإدارية الجامعية والثقافة التنظيمية لمواكبة التحديات التي تفرضها العولمة، والتوجه نحو النموذج التجاري للجامعات، حيث انتشرت الجامعات المعتمدة على القيادة الإستراتيجية والإدارة بالأهداف (كمال، ٢٠١٧، ٩٣)، والتوسع في الأنشطة الجامعية التي ترتبط بالمجتمع الخارجي وتلبية متطلبات القطاعات الإنتاجية والصناعية.
 - التحول الكبير في الاقتصاديات الصناعية إلى الاقتصاديات المعرفية على مستوى العالم، والذي أدى إلى التركيز على الاستثمار في التعليم والتدريب، مع ضرورة استقطاب الجامعات للقوى البشرية التي تتميز بالريادة والكفاءة، والتي تعرف بعمال المعرفة، وكذلك التوجه نحو إيجاد معرفة جديدة مبتكرة وإيجاد صيغ تعليمية تواكب ذلك، الأمر الذي يمكن الجامعات من التنافس على المستوى العالمي.
- (٢) الأوضاع المجتمعية الداعمة لهذا السيناريو:

من المتوقع في هذا السيناريو أن تسود الأوضاع المجتمعية التالية:

- تبني التعليم الجامعي السياسات التعليمية التي توجه الجامعة نحو أداء وظيفتها في خدمة المجتمع بفاعلية إلى جانب أنشطتها التعليمية والبحثية.
- ربط سياسات القبول بالتعليم الجامعي باحتياجات سوق العمل المتغيرة، الأمر الذي يؤدي إلى القضاء على البطالة، وتوفير فرص العمل المناسبة للخلفيات المعرفية للخريجين.
- استجابة نظام التعليم الجامعي إلى التغيرات المعرفية من خلال المزيد من أنشطة التعليم والتدريب المستمر التي تدعم بناء مجتمع معرفي.
- بناء منظومة تدريبية قائمة على تحديد الاحتياجات الفعلية لخريجي الجامعات وإكسابهم المهارات والجدارات اللازمة لسوق العمل.
- توفر الجامعة البيئة المواتية والمناخ الداعم الذي يوفر رأس المال البشري القادر على الابتكار المعرفي والتكنولوجي المستدام.

- استقلالية التعليم الجامعي الحكومي في التصرف في الموازنة الخاصة في تطوير الأنشطة والبرامج التي تربط أنشطة البحث العلمي باحتياجات المجتمع التنموية.
- توفر الجامعة قاعدة بيانات عن احتياجات السوق المحلي والقطاعات المجتمعية، ونظم اتصال لتبادل الاستشارات والخبرات العلمية وتسويق أنشطتها البحثية في المجتمع الخارجي.

اتضح مما سبق أنه في ظل هذه الظروف المجتمعية يعيشها التعليم الجامعي المصري، يمكن وضع سياسات تعليمية وتنموية إصلاحية جزئية لتفعيل الوظيفة الثالثة للجامعات في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

(٣) مشاهد السيناريو الابتكاري:

ينطلق هذا السيناريو من تصور انتهاء حالة الجمود والركود التي تعاني منها الجامعات المصرية في السيناريو السابق في مجال خدمة المجتمع، وتصور البدء في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ويمكن تصور تلك المشاهد على النحو التالي:

المشهد الأول: التعليم المستمر:

- تحول الجامعات بشكل كامل إلى منظمات تعلم يكون التعليم المستمر أول اهتماماتها في ضوء فلسفة جامعة الشركات، حيث يتم تيسير نشر البيانات والمعلومات والمعارف بين أفرادها، بما يضمن توفير فرص التعلم المستمر لإعداد المتخصصين والخبراء في شتى المجالات بما يحقق الربط بين أهدافها واحتياجات المجتمع المتنامية، والتركيز على نواتج التعلم بجانب التركيز على المدخلات، وإكساب الأفراد الجدارات المؤهلة للمنافسة على المستويين المحلي والعالمي.
- تعزز الجامعة عمليات التعلم الذاتي والمساهمة في إعداد عمال المعرفة وتنمية مهاراتهم والاحتفاظ بهم، وتضع خططاً ممتدة لرعاية الموهوبين والمبدعين من طلابها وخريجها ودفعهم نحو تحقيق التميز في مجال خدمة المجتمع وفق الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات.

- تتبنى الجامعة رؤية ورسالة قائمة على الفهم المتجدد الذي يجمع بين التدريس والتعلم والبحث والممارسة، والذي يتميز على الدمج ما بين النظرية واحتياجات العمل كما في فلسفة جامعة الشركات.
- تقوم فلسفة الجامعة على الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات في الربط بين التعليم والتدريب المستدام؛ رغبةً منها في توفير فرص التعليم الممتد وتنمية أفرادها مهنيًا ومعرفيًا في ظل نظام عالمي متنامٍ وسريع التغير (عبدالعزیز، ٢٠١٦، ٢٥٦).
- تؤسس الجامعات نظم لقواعد بيانات تضم خبرات وأبحاث أعضاء هيئة التدريس الأكاديمية في شتى مجالات المعرفة لدعيم تشاركية المعرفة مع القطاعات التنموية المختلفة ويتم تحديثها بشكلٍ مستمر.
- تقوم فلسفة برامج التعليم والتدريب بالجامعة بتضمين الرؤية الخاصة بجامعة الشركات في تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية، وإحداث تغييرات تنموية في البيئة المحيطة، بحيث تتبنى الجامعة البرامج التعليمية المميزة المستجدة لضمان التدفق المستمر لمخرجات أكثر مواكبة لتحديات سوق العمل العالمية التنافسية.
- الاهتمام بنواتج التعلم ومدخلات التعليم الجامعي، الأمر الذي يؤدي إلى إعداد أفراد مؤهلين للمنافسة، كما تعزز الجامعة نوعية التعليم في المجالات التخصصية الأكثر التصاقًا وارتباطًا بسوق العمل لضمان مخرجات أكثر توافقًا مع متطلبات المجتمع.
- تركز البرامج التدريبية في الجامعة في إعداد خريجين وكوادر مدربة قادرة على المنافسة بما يفوق توقعات المستفيدين كما تؤكد فلسفة جامعة الشركات، كما تجهز برامج للتدريب الصناعي يمارس الطلاب خلالها العديد من الأنشطة الصناعية في مكان العمل.
- توفر الجامعة برامج تدريبية فاعلة ومستمرة يتم بموجبها إحداث توازن بين الجوانب النظرية والعملية التطبيقية في إطار التعليم الممتد؛ بهدف رفع قدرات ومهارات الطلاب والخريجي بما يتوافق مع فلسفة جامعة الشركات.

- تنشر الجامعة التدريب المستمر المرتكز على متطلبات القطاعات الاقتصادية، بحيث يكون هناك تناغم بين خريجي الجامعات وحاجات القطاعات الإنتاجية، ويتم رفع إنتاجيتهم في مجال خدمة المجتمع وتطويره كما في فلسفة جامعة الشركات.

المشهد الثاني: نقل التقنية والابتكار:

- تنشئ الجامعة مكتب إدارة الملكية الفكرية لحماية حقوق الباحثين في الجامعات من خلال العقود والاتفاقيات مع مختلف الجهات المانحة وفق السياسات الخاصة بجامعة الشركات.
- تركز ثقافة إدارة المعرفة بالجامعة على العقل وإبداعاته من الأفكار بمنظور تنظيمي شمولي، حيث يتم تحويل إبداعات الأفراد بالمجتمع الجامعي إلى تطبيقات عملية وفق عمليات تتم بصورة جماعية (عيد، ٢٠١٥، ٤٠٣) كوسيلة لتطبيق المعرفة من أجل خدمة المجتمع وفق فلسفة جامعة الشركات.
- تضع الجامعة نظم للمعلومات والاتصالات يضم قاعدة بيانات محدثة بشكل مستمر لربط مخرجاتها البحثية بالأنشطة الاقتصادية القطاعات التنموية واحتياجاتها، تمهيداً لتطبيقها في القطاع الصناعي.
- تؤسس الجامعة مكاتب نقل التكنولوجيا والتي تمكن أعضاء المجتمع الجامعي من تنفيذ وتسويق ابتكاراتهم وترجمتها إلى منتجات صناعية ملموسة ذات فائدة للمجتمع، وفق الفلسفة الحاكمة لجامعة الشركات.
- تتبنى الجامعة إستراتيجية معلنة على المستوى القومي لتسويق التكنولوجيا الجامعية ذات أهداف محددة ومتكاملة، يشارك في صياغتها وتنفيذها أطراف الحلزون الثلاثي (الباحثون- صانعو السياسات- وكلاء الصناعة) (مصطفى، ٢٠٢٠، ٤٢٦)
- نشر الجامعة ثقافة داعمة للابتكار المعرفي من خلال عقد الندوات التوعوية وورش العمل التي تهتم بتعزيز دور الجامعة الهام في دعم نقل التقنية وتسويق التكنولوجيا الجامعية، من أجل خدمة القطاعات الخدمية والإنتاجية وفق رؤية جامعة الشركات.

- تنشئ الجامعة وحدة الاتصال البحثي والتسويق، لتتولى مهمة التنسيق بين الجامعة باعتبارها الجهة المنوطة بإنتاج البحوث العلمية، والمؤسسات التنموية باعتبارها الجهة المستفيدة من نتائج البحوث في تنمية المجتمع المحلي (مصطفى، ٢٠٢٠، ٤٢٧).
- زيادة وعي القيادات الجامعية العليا بأن الهدف من تسويق المخرجات البحثية وتطبيقها ليس فقط الحصول على أرباح مادية، بل المساهمة في تحقيق التقدم الاقتصادي للمجتمع ودعم العمليات التنموية ومواجهة مشكلاتها.
- توفر الجامعة جميع أشكال الدعم المؤسسي اللازم لعملية نقل التقنية والابتكار بالجامعة، وذلك بإصدار التشريعات التي تسهل عملية تسويق المخرجات البحثية، وتيسير إجراءات الحصول على براءات الاختراع.
- توفر الجامعة قنوات اتصال فعالة بين الجامعة والقطاعات الإنتاجية، من خلال إنشاء قاعدة بيانات إلكترونية تضم الموضوعات البحثية التي تم إنجازها وتسجيلها في مختلف التخصصات في كليات الجامعة، وإتاحتها للجهات المستفيدة.

المشهد الثالث: الشركات المجتمعية:

- تعقد الجامعة شراكات بحثية مع القطاع الخاص بما يتماشى مع أهداف الخطة التنموية الشاملة للمجتمع، وتستثمر نتائج البحوث التي يتم إجراؤها في خدمة الشركات والمؤسسات الاقتصادية.
- إتاحة الجامعة الفرص للباحثين وأعضاء هيئة التدريس تطبيق مشروعاتهم البحثية الأكاديمية في أماكن العمل الحقيقية لدعم القطاعات الإنتاجية وفق فلسفة جامعة الشركات.
- دخول الجامعة في اتفاقيات شراكة مع العديد من الجامعات ومراكز التدريب والبحوث المحلية والإقليمية والدولية؛ بهدف تحقيق غاياتها بفاعلية في مواجهة تحديات السوق التنافسية كما في فلسفة جامعة الشركات.

- تؤسس الجامعة نظامًا يتم من خلالها إنشاء قنوات اتصال بين الجامعة وكل القطاعات الصناعية والإنتاجية والمنظمات المجتمعية، للوقوف على مشكلاتها وضمان التواصل الفعال المثمر لكليهما.
- تدعم الجامعة انضمام ممثلي المؤسسات الصناعية والخدمية إلى مجالس الجامعات ومجالس كلياتها وأقسامها العلمية، وفي الوقت ذاته يتم تمثيل أعضاء هيئة التدريس في إدارات الشركات والقطاعات الإنتاجية لرفع مستوى الجودة والإنتاجية (عبدالعزیز، ٢٠١٦، ٢٧٨).
- توجد الجامعة وسطاء الشراكة Broker Partnership بكل كلية، ليتولوا مهمة قيادة فاعليات الشراكة بين الجامعة والقطاعات المجتمعية.
- تنشئ الجامعة حاضنة تكنولوجية بداخلها؛ بهدف جذب شركات التكنولوجيا وانتقال الجهود البحثية للجامعة، مما يجعلها تساهم في التنمية المجتمعية.
- تهيئ الجامعة البنية التحتية التكنولوجية الأساسية التي يتم من خلالها توفير سبل الوصول الحر لمصادر المعلومات، وإتاحة البيانات والإحصاءات للمستفيدين، الأمر الذي يخدم إدارة المعرفة وتشاركتها كما في فلسفة جامعة الشركات.
- تنشر الجامعة ثقافة التشارك المعرفي مع القطاعات التنموية بين أعضاء المجتمع الأكاديمي، لتكون أداة تكامل حيوية تسهم في جعل الأفراد داخل المجتمع الجامعي قادرين على تبادل الأفكار والخبرات والممارسات المهنية معها بشكلٍ مستمر (بوطالب ونجمي، ٢٠٢٠، ٢٠).
- تنشئ الجامعة قنوات اتصال أكثر فاعلية تضمن المزيد من الاتصالات واسعة النطاق بين أعضاء هيئة التدريس وأفراد المجتمع الجامعي ونظرائهم بالجامعات المحلية والإقليمية والعالمية في مجال الشراكات المجتمعية.

(٤) تداعيات السيناريو الابتكاري:

- التركيز على إحدى وظائف التعليم الجامعي وهي خدمة المجتمع، والتي أصبحت مطلبًا أساسيًا لا غنى عنه للمساهمة في إحداث تنمية شاملة في كافة القطاعات الإنتاجية في

المجتمع الأمر الذي يتحقق معه إشباع الحاجات المادية الأساسية وتحسين نوعية الحياة للأجيال المستقبلية.

- انفتاح الجامعة على المجتمع الذي تنتمي إليه، واستثمار جميع مواردها البشرية والمادية لخدمة المجتمع وتحقيق أغراضه التنموية من خلال الاتصال الفعال بين الجامعة ومختلف القطاعات بالمجتمع كما تؤكد فلسفة جامعة الشركات، والذي يعد ترجمة حقيقية للوظائف الأخرى للجامعة لمواجهة التحولات المعاصرة والتي ألفت بظلالها على الجامعات، ومن ثم مساعدة الجامعات على أداء أدوارها في إعداد الكوادر البشرية المؤهلة، وتوجيه البحوث العلمية للإسهام في إحداث تقدم المجتمع، فضلاً عن خدمة المجتمع من خلال استحداث مراكز خاصة بهذا النوع من الخدمة.

- إبراز دور الجامعة في تحقيق التنمية المجتمعية بجميع أبعادها من خلال الاستفادة من الفلسفة الخاصة بجامعة الشركات، فالجامعة مؤسسة اجتماعية أنشأها المجتمع لخدمة أهدافه التنموية ذات الصلة الوثيقة بالاحتياجات المجتمعية، فتشكل الجامعة قطباً للإشعاع الفكري والمعرفي، ومنبعاً للوي الإنمائي المبشر بتحقيق حياة إنسانية كريمة للأفراد بالمجتمع (عيواج، وجغيم، ٢٠١٦، ١٤٨).

معوقات تنفيذ السيناريو الابتكاري:

هناك مجموعة من المعوقات التي تحيل دون القدرة على تحقيق السيناريو الابتكاري، وهي

كالآتي:

- التحدي التقني الذي يمثل ثورة جديدة تعتمد فيه العمليات الإنتاجية على العقل البشري وقدرته على الإبداع وقلب موازين القوى، فلم تعد الثورة في أي مجتمع تعتمد على الثروات الطبيعية بقدر ما أصبحت تعتمد على القدرة على الابتكار وتوليد المعارف، من خلال رأس المال الفكري التي تملكه الجامعات.

- زيادة التسارع في تغير المتطلبات اللازمة لسوق العمل مع زيادة الطلب الاجتماعي على التعليم الجامعي؛ الأمر الذي سيؤثر على الكفايات والمهارات المؤهلة لسوق العمل، والتي

سيحصل عليها الخريجون، ولجوئهم إلى تغيير مساراتهم المهنية لتلبية التغير في الأوضاع الاقتصادية ومواكبة التطور العالمي في الإنتاج.

- ضعف قدرة الجامعات في بناء المعارف وتكوينها باعتبارها الاستثمار الأكبر لدى أي مجتمع يسعى لتحقيق التقدم والتنافس على المستوى العالمي، والقصور في إنتاج بحوث أكاديمية تخدم القطاعات الإنتاجية ونشر الثقافة المرتبطة بذلك، ومن ثم لا يصبح النشاط البحثي بالجامعات داعماً للتنمية، الأمر الذي يشير إلى أن إنتاج البحوث العلمية بالجامعات لم يصل بعد إلى المرحلة التي يصبح معها عاملاً رئيساً في التنمية المجتمعية.
- ضعف وجود مقاييس موثوقة وثابتة وتتميز بالصدق العالي في قياس الجودة النوعية للجامعات في خدمة المجتمع وتلبية الاحتياجات الخاصة بالقطاعات الإنتاجية وتنفيذ الخطط التنموية، حيث لا تمتلك الجامعات المقومات الأساسية لربط مدخلاتها وعملياتها لتحقيق مخرجات تتسم بالجودة وطاقات فكرية وخبرات وتجارب أكاديمية قادرة على تحقيق المصالح الخاصة بالأطراف المستفيدة من الخدمات الاجتماعية.
- ضعف قدرات الجامعات في مجال التعليم والتدريب المستمر بعد تخرج الأفراد؛ حيث لا تمتلك الجامعات الإمكانات المادية والمالية لتقديم خدمات التدريب في المجالات المختلفة للأعداد الكبيرة من الأفراد في كل عام، لمواكبة التغير الحادث في سوق العمل، وتطوير الأداء لمواكبة المستجدات المعرفية والمهارية في مجال التخصص.
- قصور الجامعات في توفير المناخ الملائم للإبداع والابتكار والتجديد في التخصص العلمي أثناء ممارسة العمل المهني؛ لتحقيق التنافس في الابتكار المهني وتحقيق الإبداع التقني، والتسابق في تقديم أفكار ريادية مبدعة في مجال العمل، فالجامعات لا تدعم خريجها المتميزين، ولا تحفزهم ليصبحوا بمثابة خبراء في مجال العمل بدلاً من الاستعانة بالخبرات الفنية الخارجية.

متطلبات نجاح السيناريو الابتكاري:

- وضع اللوائح والقوانين التي تيسر فتح قنوات الاتصال بين الجامعة والقطاعات الخدمية بالمجتمع، واتباع النمط اللامركزي في الإدارة بالقدر الذي يسمح بتحقيق مزيد من المرونة في تحقيق الشركات التنموية لخدمة المجتمع وتطويره.
- جذب أعضاء هيئة التدريس بجميع التخصصات العلمية المختلفة في كليات الجامعة، للمساهمة في برامج خدمة المجتمع بالجامعة من خلال توفير الحوافز المادية والمعنوية التي تثير دافعيتهم للمشاركة في تلك البرامج.
- توجيه البحوث التي يقوم بها أعضاء هيئة التدريس بالجامعات في مختلف كليات الجامعة نحو حل مشكلات المجتمع وقطاعاته الإنتاجية والخدمية، بحيث تتضمن بحوثاً ذات فائدة تطبيقية يمكن تسويقها لخدمة أغراض التنمية.
- نشر ثقافة الجودة في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة بين أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، وذلك من خلال تنفيذ عدد من اللقاءات والندوات التوعوية بأهمية مشاركتهم في برامج خدمة المجتمع كلٌّ وفق تخصصه.
- تشكيل لجان لمتابعة برامج خدمة المجتمع بالجامعات، تتمثل وظيفتها في مراجعة ما يقدم في مراكز خدمة المجتمع من برامج، والإطلاع على التجارب الرائدة في الجامعات العالمية في ذلك المجال، ومتابعة أهم المداخل المستحدثة لتطوير مجال خدمة المجتمع.
- إنشاء لجنة تنسيقية بالجامعات تختص بتنسيق الأنشطة التنموية والبرامج المقدمة لهذا الغرض، ودراسة الاحتياجات التدريبية لجميع الفئات بالمجتمع، والعمل على تصميم برامج تنموية في ضوء تلك الاحتياجات.
- وضع معايير لتقويم برامج خدمة المجتمع وتنمية البيئة بشكلٍ مستمر بهدف الوقوف على أهم نقاط القوة والضعف في تلك البرامج والعمل على تذليل الصعوبات وحل المشكلات التي تواجهها في تحقيق أهدافها.

- وضع آليات لتسويق الخدمات الجامعية المقدمة من قبل مراكز خدمة المجتمع، والبحث عن آليات ابتكارية أكثر إبداعية، للربط بين الجامعات والمجتمع من خلال دراسة الأوضاع التسويقية ليس فقط المحلية بل الإقليمية والعالمية.
- الاستفادة من التجارب المحلية الناجحة في مجال تقويم أداء الجامعات في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة، وذلك من خلال الاطلاع المعايير والمؤشرات اللازمة لتطوير هذا المجال، وقياس مدى رضا العملاء والمستفيدين من الخدمات الجامعية المقدمة لهم.
- إسناد إدارة مراكز خدمة المجتمع وتنمية البيئة بالجامعات للقيادات التي لها خبرة عالية في ذلك المجال، وتميز بالكفاءة والقدرة على ربط الخدمات الجامعية بالقطاعات المجتمعية، وفتح قنوات اتصال بينهم فعالة.
- ربط متطلبات الترقية الخاصة بأعضاء هيئة التدريس بالجامعات بمدى مشاركتهم في برامج خدمة المجتمع وتنمية البيئة، ومن ثم تصبح هذه البرامج ضمن متطلبات عملهم الخدمية بما يضمن انغماسهم في تلك البرامج التنموية.
- وضع الجامعات برامج تنموية متعددة حسب الفئات المستهدفة والمستفيدة من برامج خدمة المجتمع، مع ضرورة أن تتسم تلك البرامج بالمرونة بحيث تتناسب الاحتياجات المتغيرة للمستفيدين من الخدمات المقدمة في الجامعة.
- إصدار مجلات دورية تخصصية يتم من خلالها نشر الأبحاث الخاصة بأعضاء هيئة التدريس والباحثين في مجال خدمة المجتمع، وعدم الاقتصار على توزيعها داخل كليات الجامعة فقط، بل توزيعها على الجهات المستفيدة.
- تعاون الجامعة مع المراكز والمؤسسات المحلية والعالمية في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة للاطلاع على الأساليب المختلفة والمتعددة، والاستفادة منها في تطوير برامج خدمة المجتمع بما يتوافق مع احتياجات المجتمع.

رابعاً: المفاضلة بين السيناريوهات السابقة واختيار السيناريو البديل:

وباستقراء ما سبق يلاحظ أن السيناريوهات الثلاثة لا يمكن الجزم بأنها حتمية، ولكن هي مجرد بدائل واحتمالات، وكما تم توضيحه فهناك الفرص الحافزة لها، وفي ذات الوقت هناك القيود

والمخاطر التي تحيط بها وتؤثر على تحققها، ويبقى أن تلك السيناريوهات الثلاثة يصعب ترجيح أي منها منفردًا نظرًا للتداخل بينها بدرجة كبيرة، حيث يصعب تبني السيناريو الامتدادي نظرًا لأنه صورة غير مرغوب فيها، ويمثل السيناريو الإصلاحي خطوة نحو الإصلاح ولكنها لا تكفي نظرًا للتغيرات والتحديات المستمرة التي تلقي بظلالها على المنظومة الجامعية، أما السيناريو الابتكاري فهو السيناريو الأمثل التي يرجى تحقيقه، حيث يساعد على تحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ومن خلال عرض البحث للسيناريوهات المطروحة يتضح ما يلي:

- يرسم السيناريو الامتدادي صورة تشاؤمية نتيجة ضعف تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، الأمر الذي يقلل ارتباط الجامعة بمجتمعها، بل عزلتها عنه وعن متطلباته، كنتيجة لثبات الأوضاع، وهو سيناريو جامد قليل الكلفة.
- يمثل السيناريو الإصلاحي رؤية يتم من خلالها طرح لتطور جزئي، يتضح في توفير الجامعة بعض المقومات الأساسية تفعيل أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، مما ينعكس على تطوير الممارسات الجامعية في هذا المجال، وبداية استجابة الجامعات المصرية، وهو سيناريو تفاؤلي إيجابي متوسط الكلفة.
- يمثل السيناريو الابتكاري الحلم الذي يتم من خلاله الاستجابة الكاملة لتحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعة في ضوء فلسفة جامعة الشركات، ولا شك أن هذا السيناريو هو المستقبل المأمول تحقيقه، وهو سيناريو إبداعي بالرغم من الكلفة العالية اللازمة لتحقيقه، وهو السيناريو الذي يتبناه البحث الحالي.
- وتجب الإشارة إلى أن تلك السيناريوهات ليست منقطعة الصلة، ولكن يحمل كل سيناريو في طياته إرهابات الأخر؛ حيث إنه مع تطور الأوضاع المجتمعية ومواجهة التحديات ينقلنا إلى السيناريو التالي، وصولاً إلى السيناريو الابتكاري المأمول حدوثه، والذي يتم من خلاله تحقيق الجامعة لوظيفتها الثالثة في ضوء فلسفة جامعة الشركات.

خاتمة:

لم تعد الجامعات بوضعها الحالي قادرة على خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه، الأمر الذي يتطلب ضرورة إبرام الشراكات والتحالفات الإستراتيجية مع المؤسسات الإنتاجية، ومن ثم وجب على الجامعات البحث عن نماذج تساعد في تحسين أدائها التنافسي، وأداء أعمالها بكفاءة وفاعلية، والاستفادة من نموذج جامعة الشركات في تأهيل الجامعات المصرية للمشاركة الفاعلة في تفعيل وظيفتها في خدمة المجتمع، وتلبية احتياجات مؤسسات العمل والإنتاج، حيث يقدم نموذج الجامعة للشركات بنية تعليمية إستراتيجية يمكنها ربط عمليات الإستراتيجية والتعلم التنظيمي مع بعضها البعض، لتحقيق أبعاد الوظيفة الثالثة للجامعات المتمثلة في التعليم المستمر، ونقل التقنية والابتكار، والشركات المجتمعية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أبو العلا، سهير عبداللطيف (٢٠١٣): دور الجامعة في تفعيل التعليم المستمر في ضوء خصائص اقتصاد المعرفة رؤية مقترحة، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية، المجلد (٦)، العدد (٢).
- أبو عبدالله، ياسمين إبراهيم أحمد (٢٠٢١): دور الجامعة في تطوير البحث العلمي: دراسة ميدانية بجامعة دمايط، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة دمايط، كلية الآداب، المجلد (١٠)، العدد (٤).
- الإدارة العامة لمركز المعلومات والتوثيق جامعة بنها (٢٠٢٣): بيان القوة الفعلية لأعضاء هيئة التدريس جامعة بنها في العام الجامعي ٢٠٢٢/٢٠٢٣.
- أكاديمية أخبار اليوم (٢٠١٥): دليل الطالب، مطابع أخبار اليوم، مدينة ٦ أكتوبر.
- آل فريان، لطيفة حمد (٢٠٢١): أفضل الممارسات في خدمة المجتمع باستخدام التقنيات المعاصرة: دراسة ميدانية بجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب، مصر، العدد (١٣٧).
- بسطويس، نشوة سعد محمد (٢٠١٨): أدوار كلية التربية بمجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة في ضوء متطلبات التنمية المستدامة: رؤية مقترحة، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، كلية التربية، مصر، المجلد (٣٣)، العدد (٤)، الجزء (٢).
- بوريعين، وهيبه وعطار، عبدالمجيد (٢٠١٦): الجامعة وخدمة المجتمع: نحو مقارنة وظيفية في تنمية وتطوير المسؤولية المجتمعية "جامعة تلمسان نموذجاً"، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس، جامعة سيدي محمد بن عبدالله - كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس، المغرب، العدد (٢).
- بوطالب، جهاد؛ نجيمي، عيسى (٢٠٢٠): أثر ثقافة التشارك المعرفي في الإبداع الإداري: دراسة تطبيقية بالشركات الأفريقية للزجاج، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن

- بوعلي الشلف - مخبر تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصناعات المحلية البديلة، الجزائر، المجلد (٦)، العدد (٢).
- بونقيب، أحمد؛ هباش، سامي (٢٠١٨): تعزيز الوظيفة الثالثة للجامعات - تصور مقترح -، مجلة الابتكار والتنمية الاقتصادية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، العدد (١١).
 - التبالى، محمد ناجي محرز ومحي الدين، عارف محمد علي مصلح (٢٠١٨): مدى قيام جامعة إب اليمنية بالأدوار المطلوبة منها في التعليم المستمر وخدمة المجتمع، مجلة العلوم التربوية، جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية، المجلد (٣)، العدد (٢).
 - التل، سعيد وآخرون (١٩٩٧): قواعد الدراسة في الجامعة، دار الفكر العربي، عمان.
 - توفيق، صلاح الدين محمد؛ ويونس، هاني محمد (٢٠٠٧): دور التعلم الإلكتروني في بناء مجتمع المعرفة العربي "دراسة استشرافية"، مجلة البحوث النفسية والتربوية، كلية التربية، جامعة المنوفية، مصر، السنة (٢٢)، العدد (٣).
 - جامعة الأهرام الكندية (٢٠٢٢): رسالة جامعة الأهرام الكندية، متاح على الموقع الرسمي للجامعة <https://acu.edu.eg/News/471029.aspx>.
 - جامعة الأهرام الكندية (٢٠٢٢): تاريخ جامعة الأهرام الكندية، متاح على الموقع الرسمي للجامعة <https://acu.edu.eg/News/471042.aspx>.
 - جامعة هليوبوليس للتنمية المستدامة (٢٠٢٢): تاريخ جامعة هليوبوليس للتنمية المستدامة، متاح على الموقع الرسمي للجامعة <https://portal.hu.edu.eg>.
 - جامعة هليوبوليس للتنمية المستدامة (٢٠٢٢): شراكات جامعة هليوبوليس، <https://www.hu.edu.eg/ar/about/partners/>
 - جمعة، السيد على السيد (٢٠١٨): الشراكة بين الجامعة ومؤسسات المجتمع كاتجاه لتطوير التعليم الجامعي، المجلة الدولية للآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الأكاديمية العربية للعلوم الإنسانية والتطبيقية، لبنان، العدد (١٢).

- حافظ، محمد صبري والبحيري، السيد محمود (٢٠٠٦): تخطيط المؤسسات التعليمية، عالم الكتب، القاهرة.
- حباكة، أمل سعيد محمد (٢٠١٣): دراسة مقارنة للأداء البحثي في بعض الجامعات الأجنبية وإمكانية الإفادة منها في مصر، مجلة التربية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، مصر، المجلد (١٦)، العدد (٤٦).
- حجازي، هناء شحات السيد إبراهيم (٢٠١٩): تصور مقترح لتفعيل المسؤولية المجتمعية للجامعات المصرية: جامعة بنها نموذجًا، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مصر، المجلد (٣٠)، العدد (١٢٠).
- حسن، فاطمة أحمد (٢٠١٦): دور الجامعات في تعزيز المسؤولية المجتمعية بالتطبيق على الحالة المصرية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية - مركز البحوث المالية والمصرفية، الأردن، المجلد (٢٤)، العدد (٢).
- حمزاوي، سهى (٢٠١٧): دور الجامعة الجزائرية في مواكبة التغيير التكنولوجي (الواقع والطموح)، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، العدد (٢).
- خليل، عثمان سيد أحمد (٢٠١٣): تأسيس الشراكات بين الجامعات السودانية ومؤسسات المجتمع خاصة الشركات الخاصة، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، جامعة أم درمان الإسلامية، العدد (٢٣).
- الخميسي، السيد سلامة (٢٠٠٦): دور كليات التربية في خدمة المجتمع والبيئة بين النجاحات والإخفاقات وخيارات المستقبل (دراسة حالة لكلية التربية جامعة الملك سعود)، الجمعية السعودية للعلوم التربوية والنفسية (جستن)، اللقاء السنوي الثالث عشر، كلية التربية، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الدهمش، خالد بن محمد بن عبد الله (٢٠٢٠)، رؤية مقترحة لتطوير فلسفة دبلومات كلية التعليم المستمر وخدمة المجتمع بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠، مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ، كلية التربية، مصر، المجلد (٢٠)، العدد (٤).

- دياب، عبدالباسط محمد وكمال، حنان البدر (٢٠١٣): تصور مقترح لتفعيل دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء الخبرات والتجارب الدولية: حاضنات الجامعة نموذجًا، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية، المجلد (٦)، العدد (٢).
- ربيع، أحمد (١٩٩٦): دور الجامعة في خدمة المجتمع "دراسة مطبقة على جامعة المنصورة"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، العدد (٥٨).
- رياض، أميرة صبري أحمد وآخرون (٢٠٢٠): جامعات الشركات ودورها في تنمية رأس المال الفكري في مصر على ضوء خبرتي البرازيل وإندونيسيا، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، جامعة الفيوم، كلية التربية، مصر، العدد (١٤)، الجزء (١).
- الزيد، ناصر بن صالح (٢٠٠٥): نموذج مقترح للتعاون بين الجامعات والقطاع الخاص بهدف توطين التقنية وفتح مجالات صناعية وتقنية وطنية، مؤتمر الشراكة بين الجامعات والقطاع الخاص في البحث والتطوير، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، في الفترة من ١٠-١٣ إبريل.
- الزكي، أحمد عبدالفتاح (٢٠٠٧): دور التعليم الجامعي في خدمة المجتمع بمحافظة دمياط "رؤية تحليلية"، مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، مصر، العدد (٥٧).
- الزنغلي، أحمد محمود (٢٠١٢): التخطيط الإستراتيجي للتعليم الجامعي - دوره في تلبية متطلبات التنمية المستدامة، سلسلة التربية والمستقبل العربي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- سعد، أحمد متولى (٢٠٢١): جامعة الشركات نموذج مقترح لربط التعليم الجامعي بسوق العمل في مصر، رسالة دكتوراه، كلية التربية بالقاهرة، جامعة الأزهر، مصر.
- السيد، سماح السيد محمد (٢٠٢١): جامعة الشركات نموذجًا مقترحًا لمواجهة ظاهرة البطالة بين خريجي الجامعات المصرية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، جامعة الفيوم، كلية التربية، مصر، العدد (١٥)، الجزء (٨).
- السيد، محمود على أحمد؛ وهيب، زكريا محمد (٢٠١٨): الدراسات المستقبلية في التعليم (السيناريوهات نموذجًا): طرق ومنهجية بنائها، ومعايير جودتها، مجلة العلوم التربوية، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، مصر، مج (٢٦)، ع (٢).

- الشترى، عبدالعزيز ناصر عبدالعزيز (٢٠١٤): جامعات الشركات كمدخل لتفعيل الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية بالمملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمادة البحث العلمي لجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد (٣٤).
- الشريف، طلال بن عبدالله حسين (٢٠١٦): رؤية إستراتيجية لتطوير وظيفة خدمة المجتمع في الجامعات السعودية (أسلوب دلفاي)، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجموعة الدولية للاستشارات والتدريب، الجمعية الأردنية لعلم النفس، الأردن، المجلد (٥)، العدد (٢).
- الشمري، عذراء بنت مران (٢٠٢١): مقترحات لتطوير التعليم والتدريب في جامعات الشركات في المملكة العربية السعودية على ضوء الخبرة اليابانية، المؤتمر الدولي الافتراضي بعنوان التعليم في الوطن العربي: مشكلات وحلول، إثراء المعرفة للمؤتمرات والأبحاث، الرياض، المملكة العربية السعودية، في الفترة من ٢٢-٢٦ يناير
- الضبياني، عامر محمد وآخرون (٢٠١٨): دور جامعة نمار في خدمة المجتمع من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر، العدد (٥٠).
- طه، محمد حسنين السيد (٢٠١٤): محددات ثقافة التعلم التنظيمي بالجامعات المصرية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، كلية التجارة بالإسماعلية، مصر، المجلد (٥)، العدد (٢).
- العاصمي، عبير فوزي عبدالفتاح (٢٠٢٠): أدوار كليات التربية النوعية في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م - كلية التربية جامعة طنطا نموذجًا، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، العدد (٤٤)، الجزء (٤).
- عامر، طارق عبدالرؤف (٢٠٠٧): تصور مقترح لتطوير دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء الاتجاهات العالمية المعاصرة، جامع الكتب الإسلامية، المجلد (١)،

<https://ketabonline.com/ar/books/104002/read?page13&part=1#p->

104002-13-21.

- عامر، طارق عبدالرءوف (٢٠٠٧): تصور مقترح لتطوير دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء الاتجاهات العالمية المعاصرة، جامع الكتب الإسلامية، المجلد (١)،
<https://ketabonline.com/ar/books/104002/read?page3&part=1#p-104002-3-5>.
- عبدالعزيز، عبدالعاطى حلقان أحمد (٢٠١٦): دراسة مقارنة لجامعات الشركات في مصر وماليزيا، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، مصر، المجلد (٣٢)، العدد (٣)، الجزء (٢).
- عبدالعظيم، محمد (٢٠١٨): استخدام أسلوب السيناريوهات في التخطيط التربوي، مجلة المعهد المصري للدراسات، المعهد المصري للدراسات، مصر، العدد (٢٠).
- عبدالهادي، شيماء السيد عطية (٢٠٢١): جامعة الشركات نموذج تقديمي لتحقيق التعليم المستمر وإمكانية الاستفادة منه في تحسين التعليم الجامعي المصري، مجلة كلية التربية، جامعة عن شمس، مصر، العدد (٤٥)، الجزء الأول.
- عبدالوهاب، إيمان جمعة (٢٠١٨): مسارات التحول بمؤسسات التعليم الجامعي المصري نحو صيغة الجامعة الريادية "دراسة استشرافية"، مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ، مصر، المجلد (٢)، العدد (٩٠)، السنة (١٨).
- عرفان، خالد محمود محمد وعيسى، ثروت عبدالحميد عبدالحافظ (٢٠٢٠): وحدة مقترحة للمشاركة المجتمعية بجامعة الأزهر في ضوء بعض التوجهات العالمية المعاصرة، المؤتمر الدولي السادس بعنوان المشاركة المجتمعية وتطوير التعليم - دراسات وتجارب، جامعة الأزهر، كلية التربية للبنين بالقاهرة، مصر، المجلد (١)، في الفترة من ١٣-١٤ أبريل.
- عزب، محمد على (٢٠١١): التعليم الجامعي وقضايا التنمية، سلسلة التربية والمستقبل العربي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- عطية، سحر بهجت محمد (٢٠١٦): دور المشاركة في دعم قدرة الجامعات لخدمة المجتمع: رؤية مستقبلية من منظور طريقة تنظيم المجتمع، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، مصر، العدد (٥٥).

- علوان، سهام أحمد محمد (٢٠١٦): جامعات الشركات وتلبية متطلبات سوق العمل في كلٍ من الهند وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في مصر، مجلة التربية المقارنة والدولية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، مصر، العدد (٥).
- عمار، إيمان حمدي محمد (٢٠٠٩): دور كليات التربية النوعية جامعة المنوفية في خدمة المجتمع المحلي، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، كلية التربية، مركز تطوير التعليم الجامعي، مصر، العدد (٢٠).
- عمار، هالة محمد السيد صالح (٢٠٠٦): دراسة تحليلية للشراكة بين الجامعة والمجتمع في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بنها، مصر.
- عيد، هالة فوزى محمد (٢٠١٥): تصور مقترح لتحقيق القيادة الإبداعية لدى القيادات الإبداعية بالمملكة العربية السعودية، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب، مصر، العدد (٦١).
- عيسى، أحمد متولي سعد وآخرون (٢٠٢١): متطلبات إنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل، مجلة التربية، كلية التربية بالقاهرة، جامعة الأزهر، مصر، العدد (١٩٢)، الجزء (٤).
- عيواج، عذراء وجعيم، الطاهر (٢٠١٦): قراءة تحليلية لدور الجامعة في تحقيق التنمية، مجلة دراسات، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، الجزائر، العدد (٤١).
- قمبر، أمل رضا عبدالمولى (٢٠١٣): التخطيط الإستراتيجي للتعليم الجامعي لتلبية احتياجات سوق العمل في ضوء خبرات بعض الدول الأجنبية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة المنوفية، مصر.
- كمال، حنان البدرى (٢٠١٧): جامعات الشركات ودورها في تحقيق التعليم المستمر في عصر اقتصاد المعرفة، مجلة كلية التربية، جامعة أسوان، مصر، العدد (٣٢).
- كيال، أيمن بن عبد المجيد (٢٠٠٥): دور الجامعات السعودية في تفعيل مناطق التقنية في المملكة العربية السعودية، مؤتمر الشراكة بين الجامعات والقطاع الخاص في البحث والتطوير، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، في الفترة من ١٠-١٣ إبريل.

- مجاهد، محمد إبراهيم عطوة (١٩٩٦): الوظيفة الثالثة للجامعة بين الفكر والتطبيق، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الثالث عشر لقسم أصول التربية بعنوان دور التربية في خدمة المجتمع وتنمية البيئة، كلية التربية، جامعة المنصورة، مصر، في الفترة من ٢٤ - ٢٥ ديسمبر.
- محمد، سماح زكريا (٢٠٠٦): تصور مستقبلي لتطوير دور الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة لخدمة المجتمع، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بنها، مصر.
- محمد، ماهر أحمد حسن (٢٠١٤): استخدام مدخل ستة سيجما (Six Sigma) لتلبية متطلبات اقتصاد المعرفة بالجامعات المصرية، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مصر، المجلد (٢٥)، العدد (١٠٠).
- محمود، ولاء محمود عبد الله (٢٠١٨): مقومات تنمية الموارد البشرية الأكاديمية بجامعة بنها في العصر الرقمي "الواقع وسيناريوهات المستقبل"، مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ، مصر، المجلد (٢)، العدد (٩٠)، السنة (١٨).
- محمود، يوسف سيد (٢٠٠٩): رؤى جديدة لتطوير التعليم الجامعي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- مخلص، محمد محدي محمد (٢٠١٨): تصور مقترح للمتطلبات الهيكلية والتنظيمية بالجامعات المصرية للقيام بمسؤوليتها المجتمعية في ضوء الخبرة الأمريكية، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، مصر، المجلد (٣٣)، العدد (٢).
- مصطفى، أميمة حلمي (٢٠٢٠): الخبرة الأمريكية في مجال تسويق التكنولوجيا الجامعية لدعم الابتكار وخدمة الصناعة وإمكانية الاستفادة منها في مصر، المجلة التربوية، جامعة سوهاج، كلية التربية، مصر، الجزء (٧٦).
- المعهد المصرفي المصري (٢٠٢٢): تاريخ المعهد المصرفي المصري، متاح على الموقع الرسمي للمعهد <https://ebi.gov.eg/?lang=ar>.
- مهناوي، أحمد غنيمي (٢٠١٦): أبعاد الوظيفة الثالثة لكلية التربية بينها في ضوء الخطة الإستراتيجية ٢٠١٢ - ٢٠١٧: دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ، مصر، المجلد (١٦)، العدد (٤).

- محمود، سعيد طه وناس، السيد محمد (٢٠٠٤): قضايا في التعليم العالي والجامعي، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة.
- واكد، هدير محمد خالد أحمد (٢٠٢٠): تصور مقترح لتطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء بعض الخبرات العالمية، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، مصر، العدد (١١٢).
- وزارة التعليم العالي (١٩٥٦): قرار رئيس الجمهورية بشأن القانون رقم ٣٤٥ لسنة ١٩٥٦ بشأن تنظيم الجامعات المصرية، مادة رقم (١)، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.
- وزارة التعليم العالي (١٩٧٢): قرار رئيس جمهورية مصر العربية بالقانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٢ بشأن تنظيم الجامعات، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Antonelli, G. & Others (2013): The Corporate University in the European Utility Industries, Utilities Policy, Vol (25). At <http://dx.doi.org/10.1016/j.jup.2013.02.003>.
- Ashcroft, P. (2013): Foundations of Corporate University, Integrated Studies Final Project Essay (MAID 700), Master Degree, Integrated Studies, Athabasca University, Alberta.
- Baporikar, N. (2015): Role of Corporate Universities in higher Education, International Journal of Applied Management Science and Engineering (UAMSE)M Vol (2), No (1).
<https://www.researchgate.net/publication/276398146>
- Baporikar, N. (2015): Role of Corporate University in Higher Education, International Journal of Applied Management Science and Engineering (UAMSE), Vol (2), No (1).
- Bengtsson, J (2005): Scenario – Based Evaluation of a Method for System Security Assessment, Linkoping Institute of Technology, Linkoping University Electronic Press.
- Castrillon, M. A. (2019): Prposed Model of Corporate University, Vision de Futuro, Vol (23), No (1). At:
<https://www.researchgate.net/publication/33258595>.
- Chen, Y & Others (2019): The Knowledge Management Functions of Corporate University and their Evolution: Case Studies of Two Chinese Corporate Universities, Journal of Knowledge Management, Emerald Publishing Limited, Vol (23), No (10)., DOI10.1108/JKM-04-2018-0228.
- Chen, Y. & Others (2019): The Knowledge Management Functions of Corporate University and their Evolution: Case Study of Tow Chinese Corporate Universities, Journal of Knowledge Management, Vol (23), No (10).

- Collins, J. W., & O'Brien, N. P. (Eds.) (2011): The Greenwood Dictionary of Education. (2 ed.) ABC-CLIO.
- Compagnuccia, L. & Spigarelli, F. (2020): The Third Mission of the university: A systematic literature review on potentials and constraints, ScienceDirect Technological Forecasting & Social Change journal 161, www.elsevier.com/locate/techfore<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120284>.
- Corocco. O. S.& et al (2017): Corporate University and Corporation University Partnership in Thailand: Complementing Education in Learning, Leadership and Change, Journal of International and Comparative Education (JICE), Volume 6, Issue 1.
- Frazee, B. (2002): Corporate University: A Powerful Model for Learning, Chef Learning Officer Magazine. <http://www.clomedia.com>.
- Good, C. V. (1973): Dictionary of Education, the Third Edition, Mc Grow Hill Book, London.
- Gould, K. E. (2005): The Corporate University: A Model for Sustaining an Expert Workforce in the Human Service, Behavior Modification, Vol (29), No (3).
- Greg G. & et al (2008): Exploring the Corporate University Phenomenon, Online Submission, Paper Presented at the Academy of Human Resource Development International Research Conference in the Americas, Panama City.
- Ilyas, M. (2017): Making of a Corporate University Model: Training from Traditional Training to Learning Management System, Journal of Educational and Practice, Vol (8), No (15).
- Kolo, P.& et al (2013): Corporate Universities; An Engine for Human Capital, The Boston Consulting Group, Massachusetts, Boston.

- Lee, D. C. (1971): The Encyclopedia of Education, Vol (1), No (4), New York, the Macmillan Company and Free Press.
- Lee, H. F. & Miozzo, M. (2019): Which Type of Knowledge Intensive Business Services Firms Collaborate with Universities for Innovation?, Research Policy, Vol (48), No (7),
- Ltovchenko, I. (2016): Corporate University as a Form of Employee Training and Development in American Companies, Advanced Education, Issue (5). Doi: 10.20535/2410-8286.62280.
- Matos, C. L.& Others (2020): Organizational Assessment Methodology of Corporate Universities, Centro de Ensino Grou Tecnico, Vol (13), No (4).DOI: 10.5902/19834659 32836.
- Mihaela-Cornelia DAN (2012): The Third Mission of Universities in the Development Strategy of Vienna City, Informatica Economică, Vol (16), No (4).
- Musielak, L. (2019): Corporate Universities: Strategic Organizational Learning, Inspirant Groupe, Consulting Redefined.
- Nixon, J. & Helms, M (2002): Corporate Universities vs Higher Education Institutions, Industrial and Commercial Training, Vol (34), No (4).
- Paton, et al (2005): Corporate Universities as Strategic Learning Initiatives, in Handbook of Corporate University Development: Managing Strategic Learning Initiatives in Public and Private Domains, Gower Publishing Company, Burlington, USA.
- Power, D. & Malmberg (2008): The Contribution of Universities to Innovation and Economic Development: in What Sense a Regional Proplem, Cambridge Journal of Regions, Economy and Society, Vol (1), No (2).
- Powers, B. J. (2003): Commercialization Academic Research: Resourse Effects on Performance of University Technology Transfer, Journal of HAigher Education, Vol (74), No (1).

- Rademakers, M. (2005): Corporate Universities: Driving Force of Knowledge Innovation, The Journal of Workplace Learning, Emerald Group Publishing Limited 1366-5626, Vol (17), No (1/2).
- Rutherford, J. (2005): Cultural Studies in the Corporate University, Cultural Studies, Routledge Taylor & Francis Group Ltd, Vol (19, No (3).at <http://www.tandf.co.uk/journals>.
- Spitzer-Hanks, D. T. (2016): Process Model Feminism in the Corporate University, Gender and Education, Vol (28), No (3).
- Tong, X. (2018): Perception of the Value of Training, Extent of Involvement in Corporate University Programs, Level of Organizational Commitment, and the Accountability of a Corporate University Program as Viewed in China, Doctor Degree, Graduate College of the University of Illinois, Urbana Champaign.
- Zomer, A. & Benneworth, P. (2011): The Rise of the University's Third Mission, By Enders, J & Others, Reform of Higher Education in Europe, SENSE PUBLISHERS Rotterdam/Boston/TAIPE, The Netherlands.