



كلية التربية
المجلة التربوية



جامعة سوهاج

جامعات الشركات كمدخل لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة (تصور مقترح)

إعداد

د/ علاء أحمد جاد الكريم حسانين

دكتوراه الفلسفة في التربية

تخصص اصول تربية

كلية البنات - جامعة عين شمس

تاريخ استلام البحث : ٥ فبراير ٢٠٢٣ م - تاريخ قبول النشر: ٢ مارس ٢٠٢٣ م

DOI: 10.12816/EDUSOHAG.2023.

مستخلص الدراسة

هدفت الدراسة التعرف على الاطار المفاهيمي والفكري لجامعات الشركات، وعلاقة جامعات الشركات باقتصاد المعرفة، وتحديد مستوى موافقة الخبراء على مدى امكانية إنشاء جامعة شركة مصرية، ووضع تصور مقترح لإنشاء جامعات الشركات بمصر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي تحقيقاً لأهدافها، وتم تصميم استبانة طبقت على عينه قوامها (٣٩) من الخبراء بالجامعات المصرية

وأشارت الدراسة الميدانية الي أن الخبراء موافقون بدرجة كبيرة على إنشاء جامعات شركات مصرية، وفي الختام قدم الباحث تصور مقترح لذلك، وأوصت الدراسة بإمكانية تحويل بعض الجامعات المصرية الي جامعات شركات، بحيث تخصص كل جامعه في تخصصات بعينها تمنحها القدرة على المنافسة في الاسواق المحلية والعالمية وتحسين مخرجاتها.

الكلمات المفتاحية

جامعات الشركات - اقتصاد المعرفة - الجامعات المصرية

Corporate universities as an input to improve the outputs of Egyptian university education in the light of the requirements of the knowledge economy (a proposed scenario)

Abstract

The study aimed to identify the conceptual and intellectual framework of corporate universities, and the relationship of corporate universities to the knowledge economy, and to determine the level of expert approval on the possibility of establishing an Egyptian corporate university, and to develop a proposed vision for the establishment of corporate universities in Egypt. (39) Among the experts in Egyptian universities The field study indicated that the experts agree to a large extent on the establishment of Egyptian corporate universities. In conclusion, the researcher presented a suggested vision for that. its outputs

key words: Corporate universities - knowledge economy - Egyptian universities

مقدمة

يشهد العالم اليوم تحولات وثورات هائلة تمتد آثارها لتعم جوانب الحياة، حيث أصبحت المعرفة جوهر التنمية والاقتصاد والانتاج وأهم محدد للميزة التنافسية للأفراد والمؤسسات علي حدٍ سواء ، وزيادة التحول الى مجتمع المعلومات واقتصاد المعرفة، والسوق التنافسية والرقمنة، هذه التحولات التي أدت الى تغييرات بيئة العمل والانتاج، وشكلت بأنظمتها المختلفة دوراً جديداً للمنظمات الانتاجية .

وتزامناً مع العديد من التحديات والتغيرات التي أنتجتها الألفية الثالثة وتواجهها الجامعات المصرية، والتي تتمثل في الثورة العلمية والتكنولوجية والانفجار المعرفي والتغيرات الاقتصادية، والتي تحد من قدرة الجامعات علي تلبية احتياجات سوق العمل، وانخفاض كفاءة مخرجاتها، وعدم ملاءمتها لسوق العمل، وزيادة وتيرة المنافسة مع الجامعات العالمية والاقليمية . من هنا بدأت تلك الشركات والمؤسسات الإنتاجية في البحث عن حلول، فبدأت بإنشاء مؤسسات خاصة بها لإعداد وتدريب قوى عاملة لمؤسساتها ظهرت في شكل جامعات الشركات .

لذا كان لزاماً علي مؤسسات الاعمال - في ظل الثورة الصناعية الرابعة- بمختلف أنواعها وأنشطتها المتعددة أن تثبت وجودها وكفاءتها علي الساحة الدولية والاقليمية من خلال تطبيق المعايير العالمية للجودة ، وأنها تمتلك موارد بشرية متميزة سوف تسهم بشكل كبير في تحقيق أهدافها، ومن ثم الاهتمام باستثمارها إلي أقصى حد ممكن، في ظل تطبيق وانتشار سياسات العولمة بكل أشكالها، ولتحقيق الميزة التنافسية وإنجاز هذا الهدف سعت العديد من هذه الشركات والمؤسسات للبحث عن أنماط تعليمية جامعية جديدة .

فقد ظهرت الحاجة لتحول المنظمات الانتاجية لامتلاك العمال المهرة القادرين علي تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركات وزيادة كفاءتها في معالجة مشكلاتها المتواترة، والتسارع الي التغيير، والمشاركة في انتاج وابتكار الأفكار، وتشكيل القيم المشتركة للمنظمة، والاستمرار في اكتساب الكفاءات المهنية ، والقدرة علي مواكبة التغيرات السريعة للتقدم العلمي والتكنولوجي، وابتكار أساليب وتقنيات تعليمية جديدة، لذا لم تعد برامج التعليم في مكان العمل أو أقسام التدريب كافية لتمكين الأفراد من تلك المهارات ، لذا فإن بعض الشركات أسست وحدات عمل استراتيجية منفصلة ومشاريع تعليمية جديدة لتحسين كفاءة

العاملين وادارتهم من خلال جامعة الشركات (Corporat university) أو اكاديميات ومعاهد ومدارس الشركات (Castrillon,M.,2019,35).

وخلال النصف الثاني من القرن العشرين أخذت جامعات الشركات في التزايد المتسارع والمستمر، لتستغرق العديد من الشركات في عمليات تعليم وتعلم وتدريب مستمر لأعضائها لتحقيق الاحتياجات التنموية والاهداف التعليمية بالنسبة لها، وسعيًا لبناء وتعزيز ثقافة التعليم المستمر من خلال تبني نماذج متعددة التخصصات، والتأكيد على أهمية انتاج المعرفة وتوليدها بصفه قيمة دائمة الربح وليست عملية انتاج للسلع والخدمات فحسب (Ashcroft,2013,9).

مشكلة الدراسة

يُشير واقع الجامعات المصرية بأنها لازالت تعاني العديد من المعوقات والصعوبات التي تؤثر بدورها في تهيئة بيئات التعلم والتعليم الجيدة والفعالة، مما يقلل من جودة أداء خريجي تلك الجامعات وضعف مستواهم وعجزهم عن الالتحاق بفرص عمل ملائمة، واختلال التوازن في أعداد الخريجين مقارنة بسوق العمل بما لا يخدم عملية التنمية في مصر، فأصبحت الجامعات في حاجة ملحة لتمكين طلابها وخريجها من قدرات ومهارات الحصول علي المعرفة والتعليم المستمر وليس مجرد تحصيل المعرفة فحسب(عبد الهادي، ٢٠٢١، ٢٩٤) .

فقد أشارت بعض الدراسات(ناصف،٢٠١٨، ١٧٤-١٧٥) أن خريجوا الجامعات المصرية يتمتعون بمهارات غير ملائمة للوظائف التي، يتقدمون لشغلها ، واختلال التوازن في أعداد الخريجين مقارنة باحتياجات سوق العمل، فهناك زيادة مفرطة في عدد خريجي الجامعات المصرية وبخاصة في العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية بما لا يخدم عملية التنمية في مصر، والافتقار الي التدريب علي المهارات العلمية والافراط في التركيز علي المحتوى المعتمد على المعرفة فقط، وعدم اتصال المناهج بسوق العمل .

وأكدت دراسة (أحمد،٢٠١٦، ١١٦) بأن جامعات الشركات المصرية الحالية لا تختلف عن الجامعات التقليدية في أهدافها وبرامجها ونظم التعليم والتدريب بها، فهي لا تقوم بعملية الربط بين مناهجها ومتطلبات سوق العمل، فهي لا تُعد كونها مؤسسات تعليمية خاصة تسعى للربح أكثر من سعيها لتطوير العمليات التدريبية والبحثية بها .

بينما أكدت دراسة هيراياما (Hirayama,2004) الى تفوق جامعات الشركات بشكل كبير علي الجامعات التقليدية، لما تمتلكه من أنظمة متقدمة للتعليم عن بعد، واتاحتها لمجموعة واسعة من البرامج والمحتويات للاختيار من بينها، في محاولة لتحسين التعليم والتدريب فضلاً عن تركيزها القوي على الفاعلية والكفاءة، وبذلك نصبح جامعة الشركات آلية مهمة للتعليم المستمر والتطوير، وتعزيز القدرات المهنية، التي تُفضي بدورها الي قدرات تنافسية، كما يمكنها كذلك من المشاركة في التطوير المهني المستمر للمجتمع الأوسع .

فقد باتت الجامعات المصرية عاجزة عن ملاحقة التطورات المتسارعة في ظل التعلم الرقمي، حيث ارتفاع معدلات البطالة بين خريجي الجامعات ، وعجز سوق العمل عن توفير فرص عمل ملائمة لهم ، وأصبحت الشهادة الجامعية لم تعد وحدها كفيلة لدخول سوق العمل والانتاج، وخاصةً من خلال نموذج جامعة الشركات الذي يؤهل الجامعات للمشاركة الفعالة في تبادل هيئة التدريس أو التعاون في برامج التدريب أو اقتراح اجراءات البحث والتطوير والابتكار المستندة الى المعرفة التكنولوجية (عبد الهادي، ٢٠٢١، ٢٩٩) .

لذا اتجهت العديد من الشركات المصرية في الاتجاه نحو توفير موارد بشرية مؤهلة وتنميتها لتحقيق متطلبات سوق العمل، من خلال انشاء جامعات خاصة بها ومن أمثلة ذلك المعهد المصرفي المصري، وأكاديمية أخبار اليوم التابعة لمؤسسة أخبار اليوم ، جامعة الاهرام الكندية والتابعة لمؤسسة الاهرام، المعهد القومي للاتصالات التابع لوزارة الاتصالات ، وجامعة هليوبولس التابعة لشركة سيكم للأدوية (سالم، ٢٠٣١، ٢٨٥) .

وقد أكدت دراسة الياس (illyas,2017,8) أن جامعة الشركات من أهم النماذج القادرة علي تزويد المنظمات بالقوى العاملة المؤهلة معرفياً ومهارياً وأدائياً لتوجيه مسارات التنمية المستدامة من خلال تبنيها لثقافة التعليم المستمر وادارة المعرفة والتعلم التنظيمي، مما يؤدي الى تنمية رأسمالها الفكري، ومن ثم تحسين انتاجية أفرادها وتوليد مصادر جديدة للدخل من جهة، واستقطاب خريجي الجامعات وتأهيلهم من جهة أخرى، مما يقلل بدوره من معدلات البطالة ويدعم المؤسسات الجامعية من جهة أخرى .

وأشارت دراسة بابوريكر (Baporikar,2005) علي أن الشراكة بين مؤسسات العمل وقطاعات التعليم من خلال نموذج جامعة الشركات تزداد أهميه في ظل المزايا التنافسية التي تُتيحها للجامعات العلمية والاكاديمية، وجدواها في التغلب على الكثير من مشكلات

البيئة التعليمية والتجاوب مع بيئة الأعمال، وإيجاد طرق مبتكرة وفعالة لزيادة قيمة رأس المال البشري للشركات، وتأسيس ثقافة الإدارة المنفتحة على تقبل الأخطاء وتحويلها فرصاً للتعلم ، وبناء ثقافة وتأسيس قيم التعلم المستمر، فالشراكة تقدم أفضل ما لديها، خاصةً في ظل التطور المستمر لجامعات الشركات كنتيجة حتمية للبحث عن طرق تعلم وتدريب جديدة.

وفي الوقت الذي يسير فيه نظام التعليم العالي والجامعي ببطء نحو متطلبات واحتياجات سوق العمل فإن التغيير في متطلبات سوق العمل وطبيعة المهن يسير بشكل سريع جداً لإدخال الأدوات التكنولوجية والذكاء الاصطناعي في مجالات العمل والانتاج ، مما يؤدي الى تردي أوضاع سوق العمل في مصر، وارتفاع معدل البطالة عاماً بعد عام .

ويرجع ذلك لعدم التوافق بين المهارات التي تعلموها من ناحية ومتطلبات سوق العمل وأصحاب المؤسسات الانتاجية من جهة أخرى، في ظل ظهور أنماط جديدة من العمل ونوعيات من وظائف لم تكن موجودة في ساحة العمل من قبل ، لذا أصبحت الحاجة ماسة وضرورية لإيجاد خبرات جديدة وملكات معينة لم تكن موضع الاهتمام فيما سبق، ونتج عن ذلك وجود فجوة بين مخرجات التعليم العالي ومتطلبات سوق العمل (مجلس الوزراء ، أغسطس ٢٠١١ ، ٩) .

وفي ظل تلك التحديات وغيرها سعت الجامعات لتفعيل الشراكة بينها وبين المؤسسات الانتاجية والخدمية المختلفة ، بما يحقق العديد من الفوائد لكل منهما ، وذلك تمشياً مع توجهات خطط التنمية بكافة أنواعها ، ومتطلبات سوق العمل، حيث أصبحت قضية الشراكة بين المؤسسات والنقابات وبين التعليم هي أساس نجاح برامج التعليم لملاءمة احتياجات سوق العمل ، والأساس لقدرة الدولة على الوصول الى اقتصاد قوي وتنمية مستدامة (المجالس القومية المتخصصة، ١٩٩٩ ، ٢٠٥) .

وفي ضوء ما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي
كيف يمكن أن يساهم نمط جامعات شركات مصرية كمدخل لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة ؟

أسئلة الدراسة

- ١- مالاطار المفاهيمي والفكري لجامعات الشركات؟
- ٢- ما علاقة جامعات الشركات باقتصاد المعرفة؟
- ٣- ما مدي إمكانية إنشاء جامعات الشركات بمصر لتحسن مخرجات التعليم الجامعي؟
- ٤- ما ملامح التصور المقترح لجامعات الشركات المصرية لتحسين مخرجات التعليم الجامعي؟

أهداف الدراسة

- يسعى البحث الحالي الى تحقيق مجموعه من الاهداف أهمها
- ١- التأسيس الفكري والمفاهيمي لجامعات الشركات.
 - ٢- الوقوف على علاقة جامعات الشركات بمتطلبات اقتصاد المعرفة.
 - ٣- تحديد مدى إمكانية إنشاء جامعة شركات مصرية من وجهة نظر الخبراء.
 - ٤- تقديم تصور مقترح لجامعات شركات مصرية لتحسين مخرجات التعليم الجامعي.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية موضوع الدراسة تتمثل في النقاط الآتية

الأهمية النظرية

- ١- يحظى موضوع جامعات الشركات كنمط جديد من أنماط التعليم العالي باهتمام كبير في المجتمعات المتقدمة، لدورها الهام في تلبية متطلبات سوق العمل من خريجين مؤهلين

..

- ٢- يكتسب البحث أهميته من أهمية المرحلة موضوع البحث، ألا وهي مرحلة التعليم التي يتم من خلالها تهيئة الأفراد للدخول لسوق العمل الذي يشهد حالة من التغيير غير مسبوقة، تستوجب اتخاذ تدابير جديدة وداعمة للتعليم الجامعي المصري.

- ٣- يحاول البحث إبراز الدور الذي تلعبه جامعات الشركات في محاولة ربط التعليم العالي والجامعي بسوق العمل ودورها المهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والبشرية والتربوية علي حدٍ سواء.

٤- تساعد القائمين علي عملية صنع السياسة التعليمية واتخاذ القرار في المنظومة الجامعية المصرية علي السير وفقاً لخطوات علمية مدروسة، وذلك أثناء قيامهم بالتخطيط لإنشاء جامعات شركات جديدة أو تطوير المؤسسات الموجودة بالفعل .

الأهمية التطبيقية

١- تلبية متطلبات سوق العمل ويتحقق ذلك من خلال تحسين العلاقة بين التعليم الجامعي وسوق العمل، وتعد هذه العلاقة من القضايا المهمة، ومن المشكلات الكبرى التي تُورق القيادات السياسية والتعليمية ، نتيجة ازدياد معدلات البطالة بين خريجي الجامعات المصرية .

٢- يستمد البحث أهميته من خلال التركيز علي أهم آليات تفعيل الشراكة بين الجامعات الاكاديمية ومؤسسات العمل والانتاج، وهي جامعات الشركات.

٣- توضيح الدور الذي يمكن أن تقوم به المؤسسات الاقتصادية والخدمية في مجال التعليم العالي والجامعي، وتنمية الموارد البشرية وتفعيل التعليم المستمر في ضوء اقتصاد المعرفة.

٤- استجابةً للدراسات السابقة وتنفيذاً لتوصياتها نحو التحول للجودة الانتاجية العالية عن طريق تفعيل الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية للحصول علي الاستثمار البحثي والإعداد البشري للكوادر الجامعية بما يتلاءم مع متطلبات سوق العمل.

الأهمية العلمية

١- قد تساعد نتائج البحث في مساعدة رجال الاقتصاد والاعمال القائمين علي التعليم الجامعي في ايجاد وتبني أنماط جديدة من التعليم والتدريب المستمر لتلبية احتياجات التنمية الاقتصادية، باعتبار أن القوي العاملة والمعرفة من أهم الدعامات الأساسية لاقتصاد أي دولة ومسئولة عن تعظيم الانتاج ودفع عجلة التقدم .

٢- طرح بعض الحلول العلمية والعملية التي قد تسهم في توثيق الروابط بين الجامعات وسوق العمل وتلبية متطلباته، حتي يتثنى للقيادات التعليمية والمسئولين ،اتخاذ القرارات الصائبة بناءً علي تلك المقترحات ومدى ملائمتها للتنفيذ .

٣- لقاء الضوء علي نمط جديد من أنماط التعليم العالي الذي يهدف الي تلبية متطلبات المؤسسات المختلفة، وبتالي متطلبات سوق العمل من خريجين مؤهلين .

منهج الدراسة

- اعتمد البحث علي المنهج الوصفي وذلك من خلال تحليل الابحاث المرتبطة بمفهوم جامعات الشركات، واستعراض خصائصها ،وأبرز التحولات التي استدعت الأخذ بها،
- اعتمدت الدراسة علي أحد أهم أدوات المنهج الوصفي، الاستبانة لمعرفة اراء عينة من أعضاء هيئة التدريس حول امكانية انشاء جامعات الشركات المصرية حيث تم إعدادها وتطبيقها علي عينة من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتجارة والعلوم والحاسبات والمعلومات ببعض الجامعات المصرية.

مجتمع وعينة الدراسة

- يتكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات التجارة والتربية والحاسبات والمعلومات ببعض الجامعات الحكومية المصرية وهي جامعات (العريش -الازهر - سوهاج - أسيوط - عين شمس) .

حدود الدراسة

- الحد الموضوعي : اقتصرت الدراسة علي تقديم تصور مقترح لإنشاء جامعات الشركات لتحسين مخرجات التعليم الجامعي.
- الحد المكاني: كليات التربية والتجارة والحاسبات والمعلومات بخمس جامعات مصرية (العريش الازهر - - سوهاج - أسيوط - عين شمس)
- الحد البشري : عينة ممثلة من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتجارة والحاسبات والمعلومات بالجامعات سألقة الذكر .

مصطلحات الدراسة

تتناول الدراسة المفاهيم المختلفة لإظهارها النظري فيما يلي

جامعات الشركات Corporate Universities

من خلال استقراء الادبيات السابقة يلاحظ أنه لا يوجد تعريف موحد حول مفهوم جامعات الشركات، فكل جامعة هي فريدة من نوعها باعتبار أنها تخدم الشركة التي أنشئت من أجلها، وليس هناك اتفاق علي تعريف واحد يناسب الجميع .

عرفها (Allen) بأنها أي كيان تعليمي يُعد بمثابة أداة استراتيجية تهدف الي مساعدة المؤسسة الأم في تحقيق أهدافها من خلال اجراء الأنشطة التي تعزز التعليم الفردي والتنظيمي والمعرفة والحكمة (2010,52).

وعرفها البعض بأنها: "مؤسسة تعليمية مصممة بغرض التعليم، أو الرقابة أو كليهما معاً ، وتعلم الطلاب في كثير من فروع المعرفة المتقدمة، وتمنح درجات لمختلف الكليات، وغالباً ما تمثل الكليات والمؤسسات المتشابهة (Christopher,2005,17).

ويعرفها (Musielk & Newhouse) بأنها : وظيفة المؤسسة أو القسم أو البرنامج التي ترتبط بشكل وثيق باستراتيجية المنظمة، وتوفر القيادة الداعمة للأفراد والعمليات، من خلال توفير التعليم المستمر والاستراتيجي، بهدف تحقيق الحد الأدنى من مردود إيجابي طويل الأمد (2019,7) .

وتُعرف أيضاً بأنها: مؤسسة تعليمية تقوم علي تدعيم الشراكة بين الجامعات الحكومية والشركات بهدف التنمية المهنية للعاملين بالشركة، وتدريب طلاب الجامعة وتطوير الانتاج بالشركة وتمنح الطلاب شهادات تعادل الشهادات الجامعية (الشترى، ٢٠١٤، ٢٢).

ويُعرف البحث جامعات الشركات إجرائياً : مؤسسة تعليمية أو كيان تعليمي تقوم بإنشائها وادارتها شركة أو مؤسسة إنتاجية بهدف تقديم خدمات تعليمية وبحثية وتدريبية لطلابها ، وتحسين مهاراتهم في المجالات المختلفة لمواكبة مستحدثات العصر، وفقاً لمتطلبات سوق العمل المحلي والعالمي، مستفيدة في ذلك بخبرات واستشارات الجامعات الاكاديمية من خلال ابرام الشراكة معها، وما يستلزم ذلك من تدعيم القدرة التنافسية للمؤسسات الانتاجية من جهة وتطوير التعليم الجامعي من جهة أخرى، وتمنح الطلاب شهادات تعادل الشهادة الجامعية.

اقتصاد المعرفة

استخدمت مصطلحات كثيرة ومتعددة للتأكيد علي جوانب مختلفة لاقتصاد المعرفة تتداخل في أغلب الاحيان ومن أكثرها شيوعاً مصطلح مجتمع المعرفة فكل منهما جزء لا يتجزأ من الآخر فلا اقتصاد بدون مجتمع ولا مجتمع بدون اقتصاد ويتضح ذلك فيما يلي

يُعرف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي اقتصاد المعرفة بأنه: نشر المعرفة ونتاجها وتوظيفها بكفاية في جميع مجالات النشاط المجتمعي الاقتصادي ، والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة وصولاً لترقية الحالة الانسانية بإطرار (يوخاري ٢٠١٨ ، ٢٢٨).
وتعرفه منظمة اليونسكو بأنه: تلك المعرفة المحددة التي تقود مرحلة من التطور الرأسمالي، حيث تحل المعرفة - في هذه المرحلة - محل تراكم رأس المال المادي، الذي تميزت به المرحلة السابقة، وأصبح يُنظر الي المعرفة كعملية اتخذت مكاناً لها في نظريات القوي العاملة، ويؤكد اقتصاد المعرفة علي التكامل التنظيمي والتكنولوجي بين الامكانيات المتنوعة لتدوين المعرفة وتخزينها ونقلها من خلال التكنولوجيات الجديدة) (UNESCO,2005,46).

ويُعرف اقتصاد المعرفة بأنه: نمط معين من المعرفة المتطورة والمرقمنة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والبرمجيات الذكية ويهدف علم اقتصاد المعرفة الي انتاجها وتنظيمها وتوظيفها ، وادارتها واستثمارها في مجالات التنمية البشرية والاقتصادية والبيئية (عيشور، ٢٠٢٠، ١١٢) .

وأشار (Alnafrah &Mouselli) الي اقتصاد المعرفة بأنه: الاقتصاد الذي يمثل به توليد المعرفة واستغلالها للدور السائد في تكوين الثروة، لا يتعلق الأمر ببساطة بدفع حدود المعرفة الي الخلف، كما أنها تتعلق بالاستخدام والاستغلال الاكثر فعالية لجميع أنواع المعرفة في جميع أنواع النشاط الاقتصادي (2019,207) .

ويُعرف البحث اقتصاد المعرفة إجرائياً بأنه: هو الاقتصاد القائم علي الاستثمار في رأس المال الفكري من خلال انتاج ونشر وتوظيف المعرفة في منظومة التعليم الجامعي، من خلال توظيف التكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، واستخدام العقل البشري كرأس مال معرفي بهدف تنفيذ النشاطات المعرفية داخل الجامعة أو خارجها وتلبية هذا النوع من الاقتصاد لتحقيق التقدم والتطور المرجو من التعليم الجامعي.

الدراسات السابقة

بعد الاطلاع علي الدراسات والبحوث التي تناولت جامعات الشركات واقتصاد المعرفة سيتم عرض تلك الدراسات وفق محورين رئيسين وهما

المحور الأول : يتضمن دراسات تناولت جامعات الشركات والمحور الثاني دراسات تناولت اقتصاد المعرفة ، وفيما يلي عرض لبعض الدراسات السابقة التي توصل اليها الباحث -العربية والاجنبية- المرتبطة بالمحورين موضوع البحث مع مراعاة ترتيبها ترتيباً زمنياً من الاقدم الي الأحدث

أولاً: الدراسات التي تناولت جامعات الشركات

١-دراسة : Judy & Marilyn, 2002

هدفت الدراسة للتعرف علي الاسباب التي أدت الي النمو والانتشار السريع لجامعات الشركات، والوقوف علي الآثار والتحديات المترتبة علي ذلك بالنسبة للجامعات التقليدية، وكذلك الوقوف علي امكانية الشراكة بين جامعات الشركات والجامعات التقليدية ومجالات هذه الشراكة، والتوصل الي مجموعة من المقترحات الغير تقليدية للجامعات التقليدية وجامعات الشركات لمساعدتها في تقديم تعليم وتدريب أفضل للشركات والعاملين بها ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتوصلت الراسة الي عدة نتائج من أهمها

- تواجه الجامعات التقليدية منافسة شديدة من جانب جامعات الشركات والجامعات الهافة للربح وشركات التدريب والاستشارات، نتيجة تقدمها دورات وبرامج غير مسايرة لمتطلبات العصر التكنولوجي.

- تدخل جامعات الشركات في تحالفات وشراكات مع الجامعات ومؤسسات التعليم العالي التقليدية وذلك لإضفاء الشرعية علي البرامج التي تقدمها، وتحقيق المصداقية، وتلبية احتياجات العاملين وتوفير المعرفة والخبرة اللازمة، وكذلك الحصول علي شهادات الاعتماد الجامعي

- التعليم الالكتروني أصبح أكثر الطرق المستخدمة لتقديم البرامج والخدمات في جامعات الشركات

٢- دراسة (Pamela Ashcrot,2013)

هدفت الدراسة الي التعرف علي ماهية التعلم أثناء العمل وما مفهوم جامعة الشركات من خلال دراسة حالة لثلاث جامعات للشركات وهم

GE,S Grotonville&Formes Group of insurance& caterpillar co.

وتمت المقارنة بينهم من حيث الدافعية والعمليات الأساسية والأهداف والأساس في نجاح كل شركة وأظهرت الدراسة أن الثلاث شركات تتفق في أن هدفها من الانشاء هو تعزيز التعليم المؤسسي بين الأجيال المساهمة في إعلاء قيمة العلامة التجارية وانشاء قيادة قوية، وأوضحت الدراسة بأن هناك ثلاث عمليات أساسية لهذه الجامعات - تختلف عن الجامعات الحكومية- وهي التفويض والقياس والتفافة التنظيمية ،واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، واسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها: أهمية تحديد الكيفية التي سيتم بها قياس نجاح المنظمة قبل أن يتم بناء الهيكل والبنية التحتية لجامعات الشركات، فضلاً عن تجديد ثقافة الشركات ، التركيز علي القياس المستمر والواضح لنواتج جامعات الشركات حتي يكون هناك أهداف واضحة بين الاستثمار في جامعة الشركات والمنافع الخاصة بالمنظمة .

٣- دراسة المهدي (٢٠١٣).

هدفت الدراسة الي وضع مخطط مقترح لجامعة شركه مصرية في ضوء الخبرات الاجنبية، ودور جامعة الشركات في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية بما يتفق مع ظروف المجتمع المصري، وذلك بالوقوف علي خبرات جامعتي كيتربينج بالولايات المتحدة الامريكية ، وبتروبراس بالبرازيل

وقد اعتمد البحث في تحقيق أهدافه علي المنهج المقارن ، وتوصل الي عدة نتائج منها، البدء في انشاء جامعة شركه مصرية تساعد في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية التي ينشدها المجتمع المصري بعد ثورة يناير ٢٠١١م، وإعداد وتأهيل العامل المصري الذي يمتلك المعرفة والمهارة والخبرة في مجال عمل الشركة في سياق الاقتصاد العالمي القائم علي المعرفة، الاستثمار في رأس المال البشري باعتباره قوام الشركة في تحقيق استراتيجياتها والدخول الي ميدان المنافسة العالمية .

٤- دراسة Louis&Mickale,2015 التحديات التي تواجه جامعات الشركات في التعامل مع الابتكار المفتوح

هدفت الدراسة الي توضيح أسباب الزيادة السريعة في انتشار شعبية جامعات الشركات منذ ١٩٩٠م خاصة نمو وبقاء الشركات مرهون بإدارة المعرفة لمعظم الصناعات، وتتمثل في الاجابة علي الاسئلة التالية ، لماذا الاستثمار في جامعات الشركات، ما التحديات الرئيسية التي تواجه جامعات الشركات، واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي ، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها ، هناك عدد قليل من جامعات الشركات لها دور استراتيجي حقيقي حقق الكثير من المزايا التنافسية، واوصت الدراسة بضرورة قيام الادارة العليا بتوفير موارد كثيرة ، ووضع خطط مستقبلية لبناء مناهج لجامعات الشركات.

٥- دراسة (Rheume&Gardoni,2015)

هدفت الدراسة للتعرف علي الأسس النظرية لجامعة الشركات ، وتحديد أسباب النمو السريع لها منذ التسعينيات، كذلك أهم الأسباب الاستثمار في جامعة الشركات، وأهم التحديات التي تواجه جامعة الشركات عند تبني الابتكار المفتوح ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها: أن اتباع نهج الابتكار المفتوح يساعد جامعات الشركات علي تعزيز قدرتها التنافسية علي المستوى العالمي، كما أن جامعة الشركات يمكن أن تصبح منظمات تعلم ومصدراً هاماً للابتكار.

٦- دراسة (Crocco George &Hemma Pattawe,2017)

هدفت الدراسة للتعرف علي الأسس النظرية لجامعة الشركات والشراكة بين الجامعات والشركات من خلال تناول نموذج لجامعة الشركات في تايلاند ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها : أن جامعات الشركات حققت العديد من المزايا للشركات لتابعة لها، ومن أهمها زيادة الانتاج وتخفيف الاعباء علي مؤسسات التعليم العالي التقليدية في تايلاند ، وتؤكد علي تنمية الموارد البشرية بالإضافة الي تعزيز القدرة علي احداث ثورة في التعليم العالي بتايلاند لدفع المجتمع نحو مستقبل أكثر استدامه.

٧- دراسة (Pedron 2018)

هدفت الدراسة علي التعرف الأساس النظري لجامعات الشركات ومراحل تطورها وأبعادها، والمستجدات الحديثة في تعلم جامعات الشركات، وأفضل الممارسات في إقامة شراكة مع الشركات الصناعية ومؤسسات التعليم العالي، واعتمدت الدراسة علي منهج دراسة الحالة، لجامعة تكسترون بنيويورك، وتوصلت الدراسة الي أن جامعات الشركات تقر العديد من المزايا للشركة الأم من خلال تحقيق التنمية المستدامة وزيادة الانتاجية وإمداد الشركات بأفضل الموارد البشرية لمواكبة التطورات المتغيرة في العصر الحديث.

٨- دراسة (Chin,yang,zhang yu&cao,2019)

هدفت الدراسة للتعرف علي الأسس النظرية للابتكار العلمي للشركات وجامعات الشركات، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها : أن جامعات الشركات تُعد استراتيجيية فعالة وعملية للشركات الصينية لتطوير المجتمع بشكل مشترك وتعزيز الابتكار، وتعزيز العاملين بالشركة وتعميق الشعور بالولاء تجاهها ومشاركتهم في برنامج الجامعة من خلال ابتكاراتهم، وأوصت الدراسة باقتراح آليات الابتكار الاجتماعي من خلال التعاون بين الشركات والجامعة.

٩- دراسة (رياض ٢٠٢٠م)

هدفت الدراسة التعرف علي الاطار الفكري والمفاهيمي لاقتصاد المعرفة وجامعة الشركات، والتعرف علي تجريتي البرازيل وإندونيسيا في مجال تطوير جامعات الشركات في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة بما يتوافق مع أوضاع المجتمع المصري، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة الي وضع تصور مقترح يمكن أن يسهم في تطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة، وضورة مساهمة هذه الشركات في تقديم تخصصات تخدم سوق العمل وتحقيق التنمية المجتمعية في شتي المجالات .

١٠- دراسة (واكد ٢٠٢١)

هدفت الدراسة للتعرف علي واقع جامعات الشركات في كل من الولايات المتحدة وألمانيا في ضوء القوي والعوامل المؤثرة علي كل منها، للاستفادة منها في الارتقاء بجامعات الشركات المصرية لتحقيق التوازن بين خريجها وسوق العمل، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها، مدي ملائمة ما تقدمه هذه الجامعات لطبيعة

سوق العمل المعاصر، ومدي اتفاق مخرجات جامعات الشركات وفق بعدي الكم والكيف ، وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من خبرات الدولتين الأجنبيتين لتطوير جامعات الشركات المصرية علي الصورة الأمثل .

ثانياً : الدراسات التي تناولت اقتصاد المعرفة

١-دراسة (Sabbah, Naser&Awajneh,2016)

هدفت الدراسة الي التعرف علي أدوار المعلم في ضوء اقتصاد المعرفة من وجهة نظر المشرفين التربويين في فلسطين ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج منها : حاجة المعلمين الي مواكبة متطلبات القرن الحادي والعشرين " عصر الاقتصاد والمعرفة" فيما يتعلق بالسيادة العلمية واستخدام التكنولوجيا والابداع والتميز والتفكير النقدي والبحث العلمي، من خلال بعض التدريب حول هذه الأدوار، والحاجة الي تطوير آلية التقييم بين المشرفين .

٢-تقرير التنمية الانسانية العربية (٢٠٠٣)

هدف التقرير الي معرفة حال البلدان العربية ومدي قدرتها علي إقامة مجتمع المعرفة ، وتوصلت نتائج التقرير الي ضعف منظومة المعرفة في البلاد العربية، ويرجع ذلك الي العديد من المعوقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، وتوصل التقرير الي أن المنظومة التعليمية في العالم العربي بأنواعها المختلفة غير قادرة علي الوفاء بمتطلبات مجتمع المعرفة، ووضع التقرير رؤية استراتيجية لإقرار مجتمع المعرفة في البلدان العربية.

٣- دراسة عبد العزيز (٢٠١٠)

هدفت الدراسة الي توضيح ملامح مجتمع المعرفة وخصائصه ومتطلباته، ورصد أهم التداعيات علي الجامعات المصرية ، وما الأدوار الجديدة للجامعات المصرية لتحقيق متطلبات مجتمع المعرفة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي ، وقدمت الدراسة مجموعة من السيناريوهات محاولة في كل منها تحقيق هذه الرؤية الاستراتيجية بقدر إمكاناتها، السيناريو الأول الدولة والمجتمع والتي تقدم فيه الدولة الدور الذي تلعبه من خلال وزارتها المختلفة ، السيناريو الثاني ، الجامعات والمجتمع والتي توضح فيه الأنشطة البحثية والخدمية التي من المفترض أن تقدمها الجامعة للمجتمع والتي من خلالها تكتسب مصادر تمويل مختلفة .

٤- دراسة الرفاعي وآخرون (٢٠١٩) .

استهدفت الدراسة تحليل دور التعليم الجامعي المصري في بناء اقتصاد المعرفة باعتباره المورد الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة بمختلف المجتمعات خاصة المجتمع المصري، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج منها: ضعف قدرة وكفاءة التعليم الجامعي لتلبية متطلبات بناء اقتصاد المعرفة ، ووجود معوقات تحول دون قيام التعليم الجامعي بدورة في بناء اقتصاد المعرفة ، وتنوع هذه المعوقات داخل المنظومة الجامعية ومعوقات خارجها

٥- دراسة (Parveen, Mahmood, Chuadhry & Iqbal 2019)

استهدفت الدراسة التعرف علي المشكلات التي تواجه المؤسسات التعليمية في خلق اقتصاد المعرفة بباكستان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي ، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج منها: أن المشكلات التي تعوق عملية خلق المعرفة بالمؤسسات التعليمية تتمثل في صعوبة الوصول الي المعرفة، والبنية التحتية والأموال والحواجز، والبحث والتطوير ، ورأس المال البشري المتطور .

٦- دراسة (issa 2019)

هدفت الدراسة الي بناء قائمة ممارسات التدريس لمعلمي التربية البدنية في ضوء اقتصاد المعرفة بالمدارس المتوسطة والمعاهد الازهرية التابعة لمنطقة الواسطي بمنطقة المنوفية الازهرية ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج من أهمها: أن مستوى ممارسات التدريس لمعلمي التربية الرياضية في ضوء اتجاهات الاقتصاد القائم علي المعرفة منخفض وعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى ممارسات التدريس ، وفقاً لمتغيرات الدراسة.

٧- دراسة رجب (٢٠٢٠)

استهدفت الدراسة التعرف علي أهم التحديات التي تواجه التعليم الجامعي المصري في ضوء اقتصاد المعرفة وتوضيح مفهومة ودعائمه، ومن ثم عرضت الدراسة بعض المبررات والدواعي الجوهرية التي تقتضي ضرورة التوجه نحو الجامعة المنتجة لمواكبة عصر اقتصاد المعرفة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأسفرت عن عدة نتائج منها : لا تزال الجامعات المصرية منخفضة في إنتاجية المعرفة، حيث تم العثور علي عدد قليل من

الجامعات المصرية في التصنيف الدولي ولكن بترتيب متدني جداً ، ولم يتم العثور علي جامعة مصرية من بين أفضل ١٠٠ جامعة في أي تصنيف عالمي .
٨- دراسة عبد الحميد (٢٠٢١) .

استهدفت الدراسة التعرف علي الأسس النظرية والمفاهيمية لرأس المال الفكري، ودور التعليم الجامعي في استثمار رأس المال الفكري، ومتطلبات استثماره، وفوائد التحول نحو اقتصاد المعرفة، ومؤشرات قيامه ومتطلباته ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج منها: أن استثمار رأس المال الفكري يتطلب المسؤولية المشتركة بين القطاع الحكومي ومؤسسات المجتمع المدني، وأن نشر المعرفة في الأوساط المعرفية يلعب دوراً مهماً في تنمية رأس المال الفكري.

المحور الأول : الاطار المفاهيمي والفكري لجامعات الشركات

تعتبر جامعات الشركات أحد أهم التوجهات العالمية الداعمة للشراكة بين الجامعات والمؤسسات الانتاجية، وزادت أهميتها مع سعي الشركات لتوجيه البحوث العلمية للجامعات، وليس مجرد الاشراف عليها، واستدامة المشروعات التعاونية المؤسسية وليست الفردية، وتوسيع دائرة الاستفادة من الخبرات الجامعية وعدم الاقتصار علي مجرد عدد محدود من الجامعات، فضلاً عن تدعيم الثقة بين كلا الطرفين من خلال تطوير مهام كل منهما، ويسعي هذا البحث الي تأصيل مفهوم جامعات الشركات وتحديد دواعي الاهتمام بها، وخصائصها وأهدافها وسوف يتم عرض ذلك فيما يلي

أولاً: نشأة جامعات الشركات وتطورها

إنه لمن الصعوبة بمكان تتبع تاريخ نشأة جامعات الشركات نتيجةً لأن العديد من الشركات كانت توفر عمليتي التعليم والتدريب لموظفيها داخل الشركات نفسها، قبل اطلاق مسمي جامعات الشركات، وعلي الرغم من ذلك هناك تباين حول تاريخ ونشأة جامعات الشركات يتضح ذلك فيما يلي :

هناك اتفاقيات بين الاديبيات التي تناولت جامعات الشركات بأن نشأة هذا النمط من الجامعات آتي في الوقت الذي حثت فيه أربعة تطورات رئيسية في الصناعة والتعليم والمجتمع، حيث يأتي موقع جامعة الشركات عند التقاء هذه الاتجاهات الاربعة في عصر

القوة في الاقتصاد المعاصر ، وتمثل الاربع تطورات فيما يلي Shenton et (al,2005,6,paton et al,2005,14)

١- ظهور اقتصاد المعرفة Knowledge Economy والمنظمة المتعلمة Learning Organization كأسس رئيسية في قطاعات العمل والانتاج.

٢- زيادة تنوع النظم التعليمية : وتمثل في الانتقال من المناهج المركزة علي دور العامل ،ومن الحرم الجامعي القائم علي التعلم الموزع، ومن مرحلة ما قبل المهنية الي التنمية المستمرة في الوقت المناسب، ومن الفردية وطريقة التقدم المعيارية الي تعدد الطرق والأساليب.

٣- تواتر وسرعة إعادة هيكلة الشركات، الأمر الذي يؤدي الي اتجاه المديرين الي التركيز علي المبادئ والممارسات العامة للشركة للحفاظ علي بعض مميزات الشركة.

٤- انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها وفعاليتها في مجال التعليم والتدريب والتنمية

ويعود تاريخ جامعات الشركات الي منتصف القرن التاسع عشر ، حيث بداية الثورة الصناعية وتعاضم دورها في زيادة الناتج القومي المحلي علي حساب الزراعة، ووقتها كانت الآلات بسيطة وسهلة التشغيل وتتطلب مهارات وقدرات بسيطة بالنسبة للقوي العاملة، فقد كانوا يتحصلون عليها من خلال الخبرة والمعرفة الضمنية للزملاء أو عن طريق برامج تدريبية بسيطة ومؤقتة، وتتم بصورة غير رسمية داخل المؤسسات الانتاجية، ولقد اكتسب التعليم مكانة كبيرة في ظل تطور النظريات التنظيمية التي ربطت زيادة الانتاجية بالتعليم والتدريب من جهة ، وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من جهة أخرى (Shape,R,2001,32).

ثم بعد ذلك قامت الشركات نفسها بإنشاء برامج خاصة بها مثل AT,T مركز تاتا للتدريب الاداري Tata Management Training Center شركات الطيران الكبرى، شركات الخدمات المهنية العالمية، وذلك خلال الفترة من ١٩٥٠ - ١٩٦٠. (Peter Milk,2011,1)

ومن ثم أخذت الشركات علي عاتقها مسؤولية تعلم العاملين وإدارة الأصول المعرفية بها، وأوجدت نموذج تعليمي يقوم علي أساس تطوير المناهج باعتبارها المحركة للسوق ، وأن

الطلاب هم العاملون المحليون والمحتملون، وفي هذا النموذج يرتبط تعليم العامل ارتباطاً وثيقاً بأهداف العمل واستراتيجية الشركة (Karen E,2005,508). من هنا تستطيع الشركات من خلال هذه الجامعات القيام بعمليات التعليم والتدريب والبحث والتطوير التي تحتاج إليها بدل من إرسال العاملين بها الي الجامعات التقليدية ، وتحمل الكثير من النفقات، والعائد في النهاية يكون أقل بكثير مما هو متوقع (Nacer,2005,1).

وقد كانت البداية الاولي لهذه الحركة في الشركات ذات التكنولوجيا الفائقة من خلال قادة المنظمات الصناعية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية مثل جنرال موتورز، وجنرال اليكتريك، وديزني، ومكدونالدز، أبدوا استيائهم عندما وجدوا أن موظفي الحكومة المعينين من خريجي المدارس والجامعات الحكومية يفتقرون الي مهارات وممارسات العمل المطلوبة في سوق العمل، مما جعلتهم يبحثون عن موظفين من خارج النظام التعليمي ، للولاية، ومن ثم بدأ التفكير في ضرورة تمكينهم من بعض مهارات التدريب والتطوير ، وقد ظهرت هذه المؤسسات عام ١٩٨٠م لمنح الدرجات العلمية (Paton et al ,2005,4).

ولسد هذا العجز عمل معهد جنرال اليكتريك في كروتونفيل بنيوجرسي الي انشاء أول جامعة شركة عام ١٩٥٥م، في البداية كانت المنظمات الامريكية تهتم بالمهارات المهنية للموظفين، وكان هو الهدف الرئيسي من إنشائها عام ١٩٨٠م، وعندما دخلت التكنولوجيا في الشركات بدأ التوجه نحو التنمية والتمويل والميزانية، ثم ظهرت مرحلة جديدة بعد إنشاء شركة موتورولا عام ١٩٨١م جامعة لها، تم بدأ انتشارها بسرعة في العديد من الشركات الامريكية (Prince&Beaver,2005,20)

ومع بداية العقد الثامن من القرن العشرين بدأ الانتشار السريع لجامعات الشركات فقد وصل عددها الي ٤٠٠ جامعة في الولايات المتحدة الامريكية فقط، وتتابع ذلك النمو بطريقة ملحوظه خلال فترة التسعينيات فارتفع عددها الي ١٦٠٠ جامعة، وقدر عدد جامعات الشركات حول العالم في نهاية القرن العشرين بنحو ٢٤٠٠ جامعة وأطلق عليا مصطلح الجيل الأول Frist Generation وهذا ما رصدته جامعة Corporate Xchange التي برزت باعتبارها منصة رئيسيه لبحوث جامعات الشركات وتتبع أعدادها حول العالم، فضلاً عن وضع المعايير وتقديم الاستشارات الداعمة لبناء جامعات الشركات، والتي تأسست بدورها في عام ١٩٩٧م ومقرها ولاية نيويورك (Nixon,J,& Helms,M,2002,p144).

وقد أدى الانتشار الواسع لجامعات الشركات حول العالم -حتى وصل عددها في الولايات المتحدة الأمريكية فقط الي ٤٠٠ جامعة عام ٢٠١٠م - الي ظهور منظمات تراعي هذه الجامعات وتقدم لها المساعدة للشركات التي تسعى الي انشاء جامعة لها مثل رابطة جامعات الشركات ، والمجلس العالمي لجامعات الشركات **Global council of corporate Universities** فضلاً عن احداث العديد من التحولات والتطورات في آليات عمل هذه الجامعات، وكذلك تبدل استراتيجيات التعليم ونماذج التنمية بشكل ملحوظ، وأطلق عليها في مطلع الألفية الثالثة الجيل الثاني **Second Generation** ومع تملك تكنولوجيا المعلومات زمام المشهد التعليمي في بعض الجامعات التقليدية ، ازداد الاهتمام بإنشاء جامعات افتراضية للشركات وقد أطلق عليها الجيل الثالث **Third Generation** أو الجيل القادم **Next Generation** ويمكن توضيح اجمال الفروق الأساسية الثلاثة من خلال الجدول التالي (Schmitt,c,2012,18, 19).

جدول رقم (١)

يوضح الفرق بين الاجيال الثلاثة لجامعات الشركات

الجيل	الهدف	استراتيجية التعلم	أمثلة
الاول تعزيز وادامة السلوك	تنمية مهارات وقدرات العاملين ، وتعزيز قدرتهم علي التفكير الناقد والابتكاري دونما اهتمام كبير بثقافة الشركة وقيمها	الانشطة القائمة علي الفصول الدراسية، وحدات التدريب الخاصة بالمنظمة)	جامعة ديزني ، جامعة همبورجر، ماكدونالدز
الثاني ادارة التغيير	تشكيل سلوكيات جديدة للعمل ، وهي بذلك تتعدى التركيز الضيق للجيل الأول ، حيث أنها تمتد لمجموعة واسعة من الانشطة علي جميع المستويات التنظيمية، وكذلك الشركاء	نُظمت المناهج لمعالجة المهارات الوظيفية والقضايا الثقافية والتعليم العلاجي	جامعة موتورولا
الثالث القيادة وتشكيل المنظمة	تهدف جامعات الشركات في هذه المرحلة الي المشاركة الفعالة في عمليات القيادة من خلال التركيز علي العمليات أكثر من مكان	نطاق أوسع لتطبيق المزيد من المفاهيم التقدمية وانتاج المعرفة واستخدام التكنولوجيا في عمليات التعلم، واعتماد هيكل المنظمات الافتراضية	جامعة الفضاء البريطانية الافتراضية

Sources: (Schmitt,c,2012,18& Musielk,l.&Newhouse,M.,2019,14)

ويتضح من الجدول السابق أن جامعات الشركات استندت خلال مراحلها الثلاث في الأساس الي أجندة التعليم الاستراتيجية وإن اختلفت فيما بينها في آليات تحقيق التعليم المنشود.

لذا أصبحت المعرفة مصدر مهم للميزة التنافسية للاقتصاد الجديد، والتي تتطلب بدورها زيادة الاستثمارات في مجال التدريب والتعليم وتعزيز القدرة الابتكارية لأعضاء المؤسسة، فأهمية رأس المال البشري لا تقل أهمية عن رأس المال المادي، فكان لزاماً علي الشركات انتاج ونقل ودمج واستغلال المعرفة العلمية وتوجيهها لإيجاد قيمة مضافة للشركات، ويستدعي ذلك تخصيص وحدة داخلية للقيام بتلك المهام و مع التركيز علي الابداع والابتكار والتغيير الاستراتيجي.

ثانياً: نشأة جامعات الشركات في مصر

تشير الادبيات السابقة أن نشأة دخول الشركات المصرية في مجال انشاء جامعات أو مؤسسات للتعليم العالي بحيث تخدم أهدافها وتكون تابعة لها، بدأ منذ عام ١٩٩١م، فقد أسس المعهد المصرفي المصري بواسطة البنك المركزي المصري، ومنذ إنشائه فإن المعهد يعمل باعتباره مؤسسه غير هادفة للربح طبقاً للتوجهات الاستراتيجية للبنك المركزي المصري، ويقدم المعهد المصرفي خدماته للمصرفيين والممولين بالقاهرة، وبورسعيد، الإسكندرية، (المعهد المصرفي المصري، ٢٠١٥، ٤) .

كما تم انشاء اكااديمية أخبار اليوم عام ١٩٩٩م، وهي عبارة عن معهد علمي تابع لجمعية الخدمات التعليمية والاجتماعية بأخبار اليوم، ومن خلال ذلك تسعى الاكاديمية لتكون مركزاً للتعليم والتدريب في مختلف ميادين العلوم الانسانية والطبيعية الهندسية والتطبيقية في مصر والعالم العربي(أكاديمية أخبار اليوم، ٢٠١٥، ٤) .

وفي عام ٢٠٠٩م، قامت مجموعة سيكم للاستدامة وتنمية المجتمع ، بإنشاء جامعة هليوبليس ، وتعتبر أول جامعة للتنمية المستدامة في مصر ، وهي جامعة رائدة في مجال التنمية المستدامة من خلال تبنيها الجمع بين التدريس والتعلم والبحث والممارسة، والدمج بين النظرية واحتياجات سوق العمل ، وتهدف الي تطوير المشروعات الاجتماعية التي تتبناها وينفق عليها رجال الاعمال القادرين لمواجهة تحديات الغد والتغلب عليها من خلال الابتكار والتعاون والتكنولوجيا، ويعمل طلاب الجامعة خلال دراستهم علي مشروعات مع

الشركة الشريكة باستخدام أسلوب حل المشكلات) Sekem& Heliopolis (University,2014,6).

ثالثاً: مفهوم جامعات الشركات

الاتفاق علي تعريف محدد لمصطلح جامعات الشركات يعتبر أمراً في غاية الصعوبة لأنها أخذت العديد من الانماط والصيغ المختلفة منذ نشأتها ولها أهداف متعددة تختلف باختلاف الشركات، إضافة الى التنوع في الالفاظ، ومن ثم يعرض البحث مجموعة من التعريفات التي تناولتها الادبيات والدراسات السابقة وصولاً الي التعريف الاجرائي

عرفها قاموس مصطلحات التدريب والتعلم الوظيفي البريطاني Uk Training Occupational Learning Teams بأنها: بنية داخلية مصممه لتحسين الأداء الفردي والمؤسسي من خلال التأكيد علي أن تعلم الشركة ومعرفتها يرتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجية العمل الخاصة بها . (Jeffrret,2000,26,27)

ويُعرفها Pedron بأنها: أي وحدة تنظيمية تتمثل وظيفتها الأساسية في تطوير أصول المعرفة البشرية للمنظمة (2018,12).

وعُرفت بأنها: منظمة تعليمية تنشأ وتدار من قبل شركة ما، وترتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجية الشركة الأم، وتعمل علي تحقيق التميز المؤسسي لكي يتماشى مع الأهداف التجارية للشركة ، فمن خلال خلق قيمة من أصولها الفكرية ، تساعد جامعة الشركات علي التعرف علي الموظفين الموهوبين والاحتفاظ بهم وتطويرهم ، بالإضافة الي تزويد جميع القوي العاملة بفرص التعلم والتطوير الوظيفي ذات الصلة بالشركة الأم (رياض ٢٠٢٠، ١٠٠) .

وعرفت أيضاً بأنها: أداة اداره مصممة لمساعدة المؤسسات علي تحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال القيام بأنشطة تُعزز التعلم والمعرفة الفرية والتنظيمية (Scarso,E.,2017,539).

وعرفتها Lytovchenko بأنها: " وحدات أعمال استراتيجية منفصلة للشركات بهدف تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة، وضمان قدرتها التنافسية، وتُسهم في عملية التحسين المستمر لإدارة الشركة وتطويرها ككل" .

ويتضح من التعريفات السابقة أن جامعات الشركات تنشأ وتُدار من قبل الشركة ما، وأن الجامعات ليست هدفاً في حد ذاتها، وإنما هي عبارة عن وسيلة تساعد الشركة الأم في تحقيق رسالتها وأهدافها والبقاء في دائرة المنافسة .

ومن خلال استقراء التعريفات السابقة للجامعات الشركات - بالرغم من تعددها واختلاف الرؤي حولها - يتبين ما يلي

١- أن جامعات الشركات ركزت علي عنصرين رئيسيين هما الفرد والمؤسسة، كما أن لتلك الجامعات عدة مواصفات ومجالات ومسئوليات واسعة يُنظر إليها من عدة أوجه، وتجتمع جميعها علي أن جامعات الشركات ينبغي أن تتنبأ باحتياجات المؤسسة وسوق العمل.

٢- أن جامعات الشركات ليست كياناً مستقلاً قائماً بذاته، وإنما هي جزء لا يتجزأ من الشركة الأم ، نشأت من أجل مساعدة الشركة في انجاز رسالتها ، ومن ثم فإن الجامعة ليست هدفاً في حد ذاتها، وإنما هي وسيلة تساعد الشركة الأم لتحقيق أهدافها ورسالتها والميزة التنافسية لها.

٣- ينحصر اهتمام الأقسام والبرامج التدريبية أثناء العمل علي تنمية قدرات العاملين بها لزيادة انتاجيتهم، أما جامعة الشركات فتتعدى ذلك بالسعي الي تحقيق رؤي الشركات وأهدافها الاستراتيجية.

٤- تتولي الشركات الانتاجية مسؤولية تأسيس جامعات خاصة بها وتمويلها وتعتبر جزءاً تكوينياً داعماً لتنافسها وبقائها علي الساحة الدولية.

٥- تسعى جامعات الشركات لمواءمة جهود التعلم لدعم الاتجاه الاستراتيجي للشركات، ورسالتها وثقافتها وزيادة قدراتها ، وكفاءتها بالطرق التي تساعد الشركة لإضافة وتعزيز قيمة منتجاتها ، وخدمة عملائها.

٦- تعتبر جامعات الشركات صيغة متقدمة للتعليم في الشركات تجسد التقارب بين بيئة الاعمال والتعليم الجامعي.

وتتبنى الدراسة الحالية تعريف جامعات الشركات اجرائياً بأنها: مؤسسة تعليمية أو كيان تعليمي تقوم بإنشائها وادارتها شركة أو مؤسسة إنتاجية بهدف تقديم خدمات تعليمية وبحثية وتدريبية لطلابها ، وتحسين مهاراتهم في المجالات المختلفة لمواكبة مستحدثات العصر، وفقاً لمتطلبات سوق العمل المحلي والعالمي، مستفيدة في ذلك بخبرات واستشارات

الجامعات الأكاديمية من خلال إبرام الشراكة معها، وما يستلزم ذلك من تدعيم القدرة التنافسية للمؤسسات الانتاجية من جهة وتطوير التعليم الجامعي من جهة أخرى، وتتمح الطلاب شهادات تعادل الشهادة الجامعية.

رابعاً : فلسفة وأهداف جامعات الشركات

من خلال عرض نشأة جامعات الشركات يمكن القول بأن فلسفة جامعات الشركات تنطلق من خلال تركيز أنشطتها ومبادراتها حول تعليم موظفيها وتعزيز علاقتها مع منظومة التعليم الجامعي، وأن فلسفة النشأة نابعة من أنها محاولة لتطوير التعليم المنهجي وعملية التنمية المهنية للموارد البشرية، وبالفعل قامت تلك الجامعات بدورها في تنمية الموارد البشرية في تلك الشركات المعاصرة وبشكل واضح للجميع في النتائج الملموسة والمرئية.

وتعتبر جامعات الشركات أفضل الممارسات الحالية لبناء منهجية رأس المال البشري باعتبارها مفتاح المنظمات الحالية، فلم يعد مفهوم تنمية رأس المال البشري مقصوراً على الدورات التدريبية أو البرامج المهنية فحسب، بل يمتد ليشمل أنشطة التعليم علي أوسع نطاق، ف نموذج جامعات الشركات يستهدف أيضاً تعزيز إبرام الشراكة المستمرة بين الشركات والجامعات، فيمكن للوحدات الجامعية أن تشارك بإنتاج ونقل المعارف الجديدة، أما الشركات الصناعية فيمكنها تطبيق تلك المعارف (Antonelli,G&Cappiello G&) . (Perdini,G.,2013,p,40

وقد أشارت دراسة (علوان ٢٠١٦ ، ٢٤٨ ، Sham,2007,7) الي العديد من المبادئ التي تستند إليها فلسفة جامعات الشركات من أهمها .

١-إدارة المعرفة: تعتبر ادارة المعرفة (KM) هي عملية أو ممارسة اكتساب المعارف والحصول عليها واكتسابها وتبادلها لتعزيز التعليم والاداء في المنظمات ويعتبر هذا هو لب عمل جامعات الشركات.

٢-التعليم التنظيمي : هو أحد أساليب التعليم المستمر، فهو عبارة عن عملية متكاملة تهدف لإحداث تغييرات للفرد من خلال: التصورات والتفكير، والسلوك والمواقف والمعتقدات والقيم والاستراتيجيات والسياسات والنظم والاجراءات، وكان هذا هو الاتجاه الاستراتيجي والثقافة المؤسسية للشركات منذ ظهورها ، ولكي يتحقق ذلك أكدت الشركات علي أن

التعليم التنظيمي جزء لا يتجزأ من العمليات الثقافية للشركات ، ويتم ذلك من خلال التفاعل والانشطة بين الأفراد.

٣- الاستثمار في التدريب: ويكون الهدف من ذلك تطوير وتحسين مهارات الأفراد في جميع مجالات العمل باختلاف أنواعها بالمؤسسة، بصفة مستمرة مدي الحياة، وذلك من خلال اكسابهم مهارات التعلم الذاتي وتزويدهم بمهارات العمل الجديدة، وتدريبهم علي كل ما هو مستجد، ليصبح لديهم قوى بشرية مدربة ومؤهلة وقادرة على مواكبة التطورات السريعة في مجال العمل، ويعتبر هذا هو لب فلسفة ونشأة تلك الجامعات .

وبناءً علي ما سبق فإن فلسفة جامعات الشركات نابعة من مبدأ التعلم الذاتي والمستمر ، وأنها نابعة من أنها محاولة للتطوير وتنمية الموارد البشرية داخل تلك الجامعات، والذي انطلق من داخل المؤسسات الربحية فيما يُسمى بمنظمة التعلم، لتحقيق أهداف المؤسسة التي قامت بإنشائها ،أو المؤسسات التي شاركت في قيامها، ومن أهم تلك الاهداف تحسين الاداء للعاملين بها من خلال تزويدهم بمهارات العمل الجديدة، واكسابهم مهارات التعلم الذاتي والمستمر، وتدريبهم علي كل ما هو مستجد ، وذلك لملائمة متطلبات سوق العمل، ومواكبة مستحدثات العصر، وتحقيق الميز التنافسية في مجال عملها .

خامسا : مبررات (أسباب) ظهور جامعات الشركات وأنواعها

تناول العديد من الباحثين ظهور ونشأة جامعات الشركات (Hearn,2018 رياض، ٢٠٢٠، ١١٢، السيد ، ٢٠٢١ ، ٣٨) .

١- انتشار فاعلية استخدام تكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقها في التدريب والتطوير
٢- فشل الجامعات التقليدية في توفير القوى العاملة المدربة والمؤهلة لتلبية متطلبات واحتياجات سوق العمل .

٣- ظهور اقتصاد المعرفة وتنظيم التعليم وإدارته، وضرورة توفير تعليم للأفراد، مع التطوير لتلبية الاحتياجات المتغيرة والمستمرة لسوق العمل ، من أجل تعزيز النجاح المستمر للشركة.

٤- عدم رضا المؤسسات الانتاجية والشركات عن المؤهلات التي يحملها خريجو الجامعات .

٥- التركيز الضيق والمحدود علي التدريب القائم علي تنمية مهارات الموظف.

- ٦- حاجة الشركات والمؤسسات الانتاجية الي قوى بشريه لديها مهارات جديدة تتطلبها نماذج الاعمال الجديدة والتكنولوجيا الجديدة.
- ٧- تزود جامعات الشركات خريجها بالمهارات المطلوبة لسوق العمل ومن ثم قدرتها على القضاء علي مشكلة البطالة بالنسبة لطلابها .
- ٨- سرعة وتيرة نظام إعادة الهيكلة للشركات، مع ظهور الشركات العالمية التي تبحث عن التركيز علي مبادئها وثقافتها ما بين تلك الشركات المشتركة وفروعها.
- إضافةً الي العوامل السابقة توجد مجموعة من التحديات الداخلية والخارجية التي واجهت الشركات، مما ساعد علي انتشار هذه الجامعات، ومن أهم هذه التحديات ما يلي
- ١-انتشار الشيوخوخة بين القوي العاملة حالياً ونقص التعليم وتناقص عددها، بالإضافة الي التقاعد المتأخر للكثير من العمال، وهجرة الكفاءات العلمية، وانتشار ظاهرة اهمال حقوق العمال، والقصور في العديد من المهارات الأساسية للعمالة كمهارة اتصال.
- ٢- الاستعداد الديموجرافي،فهو تحدد داخل المنظمات نفسها تعاني منه في تطوير وانسجام واستبقاء الموظفين الموهوبين، بسبب التغير المستمر لسوق العمل في كافة أنحاء العالم، فيبحث المناخ الاقتصادي الحالي عن العمالة الماهرة والموهوبة ، وليس أمام المنظمات غير البحث واستبقاء تلك الفئة من العمالة والتي تتطلب مهارات وممارسات بعينها ، كالمشاركة ، القيادة لفعاله، التطوير التنظيمي، التمكين ، ثقافة تنظيمية خاصة
- بمكان العمل (Towers Watson,2011) .
- ٣- تعرض بعض الشركات لمشكلات قانونية وفقدان حصتها في الأسواق، إضافة لتحدي عمليات الدمج والاستحواذ ، بالإضافة الي الأوضاع المؤسسية داخل الشركة نتيجة لظهور مشكلات خاصة تتعلق بالمؤسسة والافراد، فيما يخص التوظيف والتقاعد ومسئوليات الموظفين الجدد، وكيفية إدارة المواهب (Kimberly,et al.,2014,10).
- ٤- ارتفاع تكلفة عملية التدريب للعاملين والموظفين خارج المؤسسة أو الشركة .
- وبناءً علي ما سبق يمكن القول ، أن من أهم العوامل التي ساعدت علي الانتشار السريع لجامعات الشركات هو فشل الجامعات التقليدية في توفير القوي العاملة والمؤهلة والمدربة لتلبية متطلبات سوق العمل، مما أدى الي نجاح جامعات الشركات، بل ساعدها علي الانتشار والتطور والمنافسة في الاسواق العالمية .

سادساً: أنماط جامعات الشركات

اختلفت وجهات النظر حول مراحل تطور هذه الجامعات، وقد ظهرت عدة محاولات من قبل الأكاديميين لوضع تصنيف موحد لتطور تلك الجامعات، فهناك ثلاث أنماط اتفق عليها معظم الباحثين - يتم عرضها كما يلي

- التصنيف من حيث مراحل التطور

عبارة عن المراحل التطورية التي مرت بها جامعات الشركات، والتي قُسمت الى أربع مراحل كالتالي

١- بدأت جامعات الشركات تركز علي المكان والعمليات التنفيذية الاجرائية للتدريس والتدريب نفسه، وبناء العلاقات مع المؤسسات الاكاديمية ، وذلك من خلال توجيه الدعوة الي أعضاء هيئة التدريس للاستفادة من خبراتهم التدريسية والاكاديمية .

٢- بدأت فيها بتنظيم وظيفة جامعات الشركات، وكانت بمعزل عن المؤسسات الاكاديمية .

٣- أصبحت تلك الجامعات تتبني أفضل الخبرات والممارسات المعروفة، والتعاون مع المؤسسات الاكاديمية للحصول علي الاعتماد، وذلك من خلال التبادل لأعضاء هيئة التدريس، ووضع وتقديم برامج متخصصة مما يساعد علي التنمية المهنية المتبادلة ما بين الطرفين (Rob paton,et al,2005,p7)

٤- الاعتماد علي برامج تدريبية تخصصية ، وكذلك الاعتماد علي استراتيجيات أكثر تخصصية

التصنيف من حيث مراحل التطور

ويري آخرون أن هذا التصنيف يعتمد علي مراحل التطور التي مرت بها جامعات الشركات، وهي أربع مراحل كالتالي (Maybar Plaxe, Allen& Renaud,2014,9)

المرحلة الأولى: اقتصت بتنظيم وظيفة جامعات الشركات ، وكانت منعزلة عن المؤسسات الأكاديمية .

المرحلة الثانية : بدأت في بناء العلاقات مع المؤسسات الاكاديمية من خلال دعوة أعضاء هيئة التدريس للاستفادة من خبراتهم التدريسية والاكاديمية في التدريس والتدريب للأفراد .

المرحلة الثالثة: في هذه المرحلة بدأت جامعات الشركات الاعتماد علي برامج تدريبية تخصصية مع المؤسسات الاكاديمية، والاعتماد على استراتيجيات أكثر تخصصية.

المرحلة الرابعة : في هذه المرحلة تبنت جامعات الشركات أفضل الممارسات والخبرات المعروفة والتعاون مع المؤسسات الاكاديمية للحصول على الاعتماد ، بالإضافة الي تبادل أعضاء هيئة التدريس لتحقيق التنمية المهنية فيما بين الطرفين.

ومن خلال هذا التصنيف يتضح أن جامعات الشركات مرت بأربع مراحل مختلفة، كانت بداية الانطلاق من تدريب موظفين تلك المؤسسة ، ثم تطورت الي تنمية بعض القدرات الاضافية التي يحتاجها سوق العمل ، ثم اتسعت علاقتها مع الأوساط الاكاديمية لرغبتها في التطوير والتحديث لمحتوى وأساليب التدريس، ومع التقدم العلمي والتكنولوجي لثورة المعلومات وما فرضته من تحديات ومتطلبات جديدة للعاملين بتلك الجامعات، انتقلت جامعات الشركات لمرحلة جديدة لتلبية متطلبات سوق العمل.

- التصنيف من حيث المكان

يرى هذا التصنيف أن البيئة والجغرافيا تؤثر على أنشطة هذه الجامعات ، فمثلاً شركة التعدين العلمية قد تعرضت لمشكلة عندما اكتشفت أن هناك أقسام ومجالات فارغة من الموظفين المناسبين والمؤهلين لشغل هذة الاماكن، فقامت بسد العجز عن طريق انشاء مدارس مجتمعية خصصياً ، لشغل هذه الاماكن ودعمهم بالخبرات والمهارات المطلوبة لشغل تلك الوظائف من مصدر عمالة محلي (Kimberly,2014,7-8)

ومن الملاحظ ارتباط هذا التصنيف بالتنظيم المكاني لجامعات الشركات ، وهو إما ن يكون داخل منشأة معينة تشبه الحرم الجامعي يلزم فيها الحضور ، أو يتم الاعتماد على وسائل إعلامية وتكنولوجية أو كلاهما معاً عن طريق مراكز التعلم الشبكي (الافتراضي).

- التصنيف من حيث الهدف

يرتبط هذا التصنيف بطبيعة التعلم، حيث يعتمد علي التدريب التقليدي الذي يركز علي نقل المعلومات وتطوير مهارات محددة، ويتم ذلك من خلال أشكال متعددة للتعلم والتنمية المهنية متضمنة، التنشئة الاجتماعية والقيم التنظيمية، والممارسات، هناك أشكال للبحوث مرتبطة بالمستوى التدريبي والتعليمي ويتم فيها نقل المعرفة والمعلومات على مراحل مقننه (

(Robet ,etal,2005,11,13

ويتضح من ذلك أن الهدف من انشاء تلك الجامعات يتراوح ما بين كونه مركزاً للتدريب وتعزيز المهارات وكونه مساحةً للتعلم التطبيقي العلمي، والتدريب علي بعض الاستراتيجيات العملية، واعطاء الاولوية لفرق التعلم، لكي يتمكنوا من فهم وأبعاد وثقافة ونشأة شركاتهم، وهناك من ركز علي الجودة في العمل ومدى ارتباطها بتلبية احتياجات سوق العمل الفعلية.

سابعاً : أهداف جامعات الشركات

تسعي جامعات الشركات باختلاف صيغها وأشكالها لتحقيق مجموعة واسعة من الأهداف بما يُمكنها من تحقيق العديد من الفوائد للشركة الأم، وتختلف فوائد تلك الجامعات التي تعمل علي تحقيقها من فوائد قليلة جداً الي عائدات عالية وملموسة علي الاستثمار وتتضح تلك الاهداف فيما يلي (علوان، ٢٠١٦، ٢٥٠، عبد العزيز، ٢٠١٦، ١٢٥) .

١- تقديم برامج عالية الجودة بتكلفة قليلة، من خلال ادارة موارد التعليم المخصصة للمشروع وتطويرها بشكل مناسب .

٢- المساعدة علي تخطي أهداف الأداء التنظيمي من خلال تزويد الموظفين وقادة المستقبل بفرص تكون مناسبة للتطوير والتقدم العلمي والتكنولوجي .

٣- تركيز برامج التعلم علي حاجات العمل من خلال تقديم نموذج تربوي وأسلوب تعلم فريد .

٤- تركيز مناهج تلك الجامعات على توفير برامج لتعليم وتدريب وتنمية القيادات علي المستوى التنفيذي .

٥- أن تتناسب المهارات المطلوبة في الأسواق مع استراتيجية الجامعة التدريبية .

ويرى آخرون أن هناك أهداف متعددة تسعي اليها جامعات الشركات وفيما يلي عرض لأهم هذه الأهداف

١- ربط التطور الوظيفي بنواتج التعلم

ويكون ذلك من خلال تبني جامعات الشركات نظم لإدارة التعلم يتم من خلالها تحديد المهارات والكفاءات المطلوبة لكل وظيفة، وعمل سجلات للموظفين موضح بها إنجازهم في التعليم والتطوير في كل من المهارات الفنية والقيادية، واتخاذها كمييار أساسي عند ترقيتهم للمستويات العليا، ويعتبر ذلك تحولاً تنظيمياً في بيئة الشركات يزيد من دافعية أعضائها للتعلم والتعليم المستمر (Ryan, I & prince, c & Turner, 2015,170).

٢- نتائج المعارف الجديدة

بحيث تتضمن أنشطة متنوعة ، فعلي سبيل المثال هناك نموذج (٧٠-٢٠-١٠) ويُشير هذا النموذج الى أن جامعات الشركات تُوجه ٧٠% من وقتها وأنشطتها وبرنامجها لحل المشكلات التي تطرأ على بيئة العمل، ٢٠% للتعلم في مكان العمل تحت إشراف زميل من ذوي الخبرة، من خلال التدريب والتوجيه المهني والدروس الخصوصية، أما باقي ١٠% فتكون خاصة بالتدريب في الفصول الدراسية، والدورات التدريبية وحلقات العمل وغيرها ، ويسمح ذلك البرنامج بمساحة أوسع للتفاعل الاجتماعي وتبادل الأفكار بشأن استراتيجية الشركة والقضايا الوظيفية فهنا تتولد المعارف الجديدة (Cross,J,2011,167).

٣- بناء وتعزيز ثقافة مشاركة المعرفة Knowledge Sharing

تركز جامعات الشركات على دعم الثقة بين العاملين في مقابل ثقافة اكتناز المعرفة، وذلك من خلال بناء شبكات اجتماعية وتشجيع الاعضاء علي الاندماج فيها، ومكافأة تبادل المعلومات وذلك من منطلق أن التعليم عملية اجتماعية وليست فردية، ويتم التعليم من خلال ثلاث مجالات رئيسيه ، الأول يتمركز حول بيئة التعلم والتدريب التقليدية من خلال ورش العمل ومجموعات التعليم ، وتلعب البيئة الاجتماعية دوراً مهماً في ذلك، والمجال الثاني يتم من خلال التعلم الافتراضي واستخدام الشبكات في كلا من التعليم والتقييم، وبالنسبة للمجال الثالث فيرتبط بالتعلم الذاتي والذي يتم تصميمه من قبل المتعلمين أنفسهم () .

Zimmermann,v ,2008,418

٤- تهيئة وتأسيس مجتمعات وبيئات داعمة للتعلم والتنمية الشخصية

تنطلق جامعات الشركات من حقيقة مفادها أن الأداءات التنظيمية الصحيحة لأي منظمة لا بد وأن يسبقها نماذج ذهنية صحيحة لدي أعضائها، ولكي يتحقق ذلك يمكن الاستعانة ببعض المداخل (كمدخل نموذج المنظمة الذكية، The Intelligent

(Organization Model Approach

ويتمركز أساساً حول القدرات الفكرية القادرة علي توجيه ممارسات العمل التنظيمية ، وينألف ذلك النموذج من تتابع ثلاث مكونات تحكمها علاقة دائرية مستمرة، ويركز المكون الأول علي الغرض الفكري للشركة Intellectual Purpose ويعبر الثاني عن الخصائص الفكرية Intellectual properties أما المكون الثالث فيركز علي الممارسات الفكرية

Intellectual Practices التي توجه لتطوير برامج المنظمة، وهذه المكونات الثلاث تعمل في تدفق تكراري يدمج كل إمكانيات وقدرات المنظمة مما يُعزز إجراءات التفكير وتشكيل العقل الجمعي، ويتم إعادة بلورة الأنشطة التنظيمية في ضوء نتائج تلك العمليات الفكرية () Dealtry,2005,66, 67.

٥- استباق التغيير في بيئة العمل

تركز جامعات الشركات علي تبني تنفيذ التعليم أثناء العمل وتدعم التفاعل بين أولئك الذين يعملون والذين يتعلمون، وتُعد بذلك شكلاً من أشكال التدريب الإضافي للعاملين يتم بطريقة مهنية مخططة تستهدف تحسين المعرفة والتطوير المهني للموظفين، وزيادة كفاءتهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية المشتركة للشركة، والتجهيز للتغيرات المستقبلية المحتملة التي تفترض مسبقاً مشاركة العاملين في عمليات ابتكار أساليب مواجهتها، للتوصل لمحتوي وأساليب تدريبية استباقية تضمن لها ملاحقة واستباق التغيير، ومن ثم زيادة القدرة التنافسية للشركة (Lytovchenko,I,2016,36).

٦- موائمة احتياجات العمل مع برامج التعلم

وذلك لبناء كفاءات مهنية يُمكنها أن تدعم تنافسية الشركة فيما يتعلق بالأداء والتعلم، مما يُقلل الوقت اللازم للوصول لمستوى الكفاءة المطلوب للأداء ، لأنها تعتمد في المقام الأول علي دمج التعلم في مهام العمل اليومية، ووضع آليات لإدارة العمليات التجارية وعمليات التعلم والتعليم، فضلاً عن تنويع عمليات التعلم غير الرسمية سواء من خلال دورات عبر الانترنت، أو برامج التعلم المختلط، أو مجتمعات التعلم، والتحول من التعليم الرسمي الذي لا يغطي غير ٢٠% فقط من احتياجات التعلم اليومية الي المزيد من التعليم غير الرسمي .

٧- تحقيق رؤية ورسالة المنظمة الأم ، أو ربط الاستثمار في التعليم باستراتيجيات عمل الشركة الأم

وجود جامعات الشركات مرتبطة باستراتيجية المنظمة ورسالتها، وما التدريب إلا أحد وظائفها- على عكس أقسام التدريب التقليدية الموجهة فقط لدعم قدرات العمالي على انجاز الاعمال اليومية على نحو صحيح - فوظائف الجيل الثاني لجامعات الشركات تتعدد وتمتد الي : تقييم الاحتياجات التدريبية، وتقديم وتصميم وتقييم البرامج التدريبية، وتقديم برامج التعلم

الإلكتروني، وإدارة الشركات الجامعية، وإدارة المعرفة، والتغيير الاستراتيجي، والحفاظ على التراث الثقافي للمنظمة سواءً مكتوباً أو شفهيًا ، وإدارة المعرفة، فتختلف جامعات الشركات كثيراً فيما بينها، حيث يركز كل منها على عدد من هذه الوظائف دون غيرها (Allen,M,2009,124 .

ثامناً: أهمية جامعات الشركات

لكي تحقق جامعات الشركات أهدافها، فإنها تحقق العديد من الفوائد للشركة الام من

أهمها (Cux,2012,Clifford,2009,2,3Meiste,1998,65)

- تركيز برامج التعلم على احتياجات العمل، وذلك من خلال ادارة موارد التعلم على نطاق الشركة في اطار من التنسيق واستخدام عمليات مدروسة ، لمراجعة واختيار ادارة هذه البرامج

- تجهيز العاملين وقادة المستقبل بفرص التعليم والتنمية لملائمه، وذلك للمساعدة في تحقيق أهداف الشركة.

- الفهم الواضح للعلاقة بين كفاءة العامل وأدائه وبين الناتج العام للشركة، والذي يساعد في تطوير أفضل الممارسات لكل عامل في الشركة على حدة، والتنفيذ المستمر للتغيرات ذات العلاقة ، للاستجابة المثلى الاستراتيجية الشركة عالمياً، لتنمية الموارد البشرية التي تحتاج إليها الشركة .

- توفير برامج عالية الجودة وبأقل تكلفة، وذلك من خلال ادارة موارد التعلم على نطاق الشركة في اطار من التنسيق واستخدام عمليات مدروسة، لإدارة هذه البرامج ومراجعتها واختيارها.

وبناءً على ما سبق فإن هذه الجامعات تدعم الشركات في التغلب على مشكلاتها الصناعية أو الانتاجية التي تواجهها، لكي يتم التغلب عليها بأسلوب علمي، وتقدم أيضاً منتجات جديدة ومتطورة، كما أن هذه الجامعات تحقق فوائد متعددة للشركات أو المؤسسات الانتاجية، فهي تسهم بفاعلية في التنمية المهنية للعاملين بالشركة، من خلال رفع كفاءتهم وقدرتهم المهنية، والحصول على المؤهل الجامعي وفقاً لاحتياجاتهم المتنوعة والمختلفة (Zimmeremann,v,2008 .

تاسعاً: خصائص جامعات الشركات

تتميز جامعات الشركات بمجموعه من السمات والخصائص التي تتميز بها عن الجامعات التقليدية وتتمثل تلك الخصائص فيما يلي
 Sammarra,A.,Mormino,S.,Innocenti,L.&Profili,s.,2017,98,Paton,R.,
 et al,2005,8,& Lytovchenkol,I.,201637,38)

١- التركيز علي الأهداف والأولويات التنظيمية

تتميز جامعات الشركات بالتركيز علي الأهداف والأولويات التنظيمية بالنسبة لها، فتقوم بدعم فرص التعلم الفردي والتنظيمي، بعكس البرامج التقليدية التي تكون موجه في الأساس لتلبية الاحتياجات الوظيفية للأفراد، فيُنظر لهذه المؤسسات علي أنها مُيسر للعمليات التنظيمية وليست مجرد كيانات مادية.

٢ - الاستباقية لمحتوي التعلم والتدريب وابتكار أساليب جديدة للتعليم والتعلم

تتميز جامعات الشركات بتوجهها المستقبلي وتوقع الاحداث وليس مجرد معالجة المشكلات الحالية فقط، وتقرير المهام التكتيكية وتخزين ونقل الخبرة كما كان مُتبع في أقسام التدريب والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ،مستحدثه في ذلك العديد من التقنيات والأساليب العلمية والتعليمية، وهنا يكمن الهدف الرئيس لجامعات الشركات في تزويد العاملين بفرص التعلم المستمر من خلال تهيئة بيئة داعمة للتعلم التنظيمي ، وتراكم المعرفة وتوجيه أنشطتها لتحقيق استراتيجية المنظمة.

٣- تحقيق التوافق المستمر بين العاملين واستراتيجية الشركة

بما أن الدافع الأساسي خلف تأسيس تلك الكيانات هو توجيه الأنشطة والبرامج التدريبية والتطويرية بما يتوافق والأولويات الاستراتيجية لكل شركة، والتي تختلف باستمرار وراء طبيعة البيئة التنافسية ، هنا يتم إعادة فحص البرامج وتطويرها باستمرار بغية تحقيق التوجهات الاستراتيجية للشركة، ويعني ذلك أن جميع ممارسات جامعات الشركات مؤقته بعكس الجامعات التقليدية التي تتسم غالباً بالاستقرار النسبي في كثير من الأوقات.

٤- التوجه بشكل مباشر وعلمي نحو تحقيق متطلبات واحتياجات الشركات

تعتبر جامعات الشركات نموذج تعليمي مبتكر يدمج تطوير الموظفين مع تطوير الشركة، فهي تمثل أحد أشكال التدريب والتطوير مع استراتيجيات العمل بها، وذلك من خلال توفير فرص التعليم المستمر لجميع أعضائها، وتبني عملية التعليم العلاجي، وتخفيف العبء علي الدولة، وتعزيز التعاون بين القطاع الصناعي والأوساط العلمية مما يدعم استقلالية الشركة وريادتها ، فضلاً عن مساعدة المرشحين للمناصب الادارية في استيعاب فلسفة الشركة .

٥- تُعد جامعات الشركات مبادرة تعليمية شديدة التعقيد تختلف من شركة لأخرى

لا يقتصر اهتمام جامعات الشركات علي مجرد تزويد العاملين بالمهارات التخصصية فقط، بل تسعى لتعزيز اتساق الشركات مع البرامج والمناهج الدراسية بالجامعات، وتأصيل قيم مشتركة بين العاملين، فقد يتم تأسيس جامعة الشركة في الشركة أو بالقرب من مقرها، وتوجه للتدريب والتطوير والمساهمة في صنع القرار وتحقيق القيمة المضافة للشركة، لذا فقد يختلف هذا المحتوى بين الشركات بعضها البعض ، بل قد يختلف في الشركة الواحدة مع مرور الوقت .

٦- تصميم برامج مبتكرة

يضع القائمون علي جامعات الشركات المعايير والتوقعات للبرامج التدريبية من خلال تصميم العديد من البرامج المبتكرة، وبرامج التعلم الالكتروني المختلط، واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، لكي تواكب المجتمع في عصر اقتصاد المعرفة، ، وإعادة هيكلة المؤسسات، ودعم عمليات تحسين جودة التعليم، والاندماج بفاعلية في المجتمع الالكتروني.

ويري آخرون أن من أهم خصائص جامعات الشركات التي تميزها عن غيرها من

الجامعات التقليدية تتمثل فيما يلي (عبد العزيز، ٢٠١٦، 36، Lytovchenko, 2016).

١- تنمية رؤية مشتركة للشركة كهدف أساسي .

٢- التدريب لرأس المال البشري المبني علي نماذج الكفاءات المتطورة.

٣- تصميم وتحويل التعلم الفردي الي معرفة مؤسسية.

٤- القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في المجتمع والعلوم والتكنولوجيا.

- ٥- الاستمرارية في اكتساب الكفاءات المهنية والحفاظ عليها.
- ٦- تشكيل القيم المشتركة لدي كافة مستويات الشركة.
- ٧- أنها كيان تعليمي يعمل علي تنمية الموارد البشرية
- ٨- الابتكار في أشكال وأساليب وتقنيات التعليم.
- ٩- التوجه العلمي وفقاً لمتطلبات واحتياجات الشركة.
- ١٠- تعتمد علي التكنولوجيا الحديثة من أجل تسهيل التعليم.

ويتضح مما سبق أن جامعات الشركات تتميز بخصائص عن غيرها من الجامعات التقليدية فمنها علي سبيل المثال قدرتها علي تلبية واحتياجات متطلبات الشركات علي اختلاف مجالاتها ، مما ينعكس ذلك علي تعزيز قدرتها علي المنافسة العالمية ، من خلال قدرتها علي تنمية رأس المال البشري وزيادة قدرتهم علي التكيف مع التطورات السريعة للمجتمع في عصر اقتصاد المعرفة، مما يجعل جامعات الشركات قادرة علي تلبية متطلبات سوق العمل وتحسين مخرجات التعليم الجامعي بها ، ويلقي البحث الحالي المزيد من الضوء علي أهم الفروق بين جامعات الشركات والجامعات التقليدية من خلال الجدول التالي

جدول رقم (٢)
يوضح الفرق بين الجامعات التقليدية وجامعات الشركات

وجه المقارنة	الجامعات العامة	جامعات الشركات
النشأة التاريخية	تطورت خلال القرنين ١٧-١٩ وتوسعت بصورة شاملة في القرن العشرين وتُمثل امتداداً للمجتمع الدراسي في المراحل السابقة	تطورت من التدريب في المنزل وأقسام التعليم وتهتم بنقل الثقافة، وتوسعت في خدماتها لتشمل التطوير والابداع والبحث
الأهداف	إتاحة تعليم ليبرالي متخصص بمستويات عليا للجمهور	مصممة لتوسيع قاعدة المعرفة للموظفين عن شركاتهم، بغرض التغيير التنظيمي وزيادة التنافسية
المخرجات	المؤهلات (درجات ، التاهيل المهني) والبحث	أفاق عالية لما يمكن تحقيقه، وتنقل الأخلاقيات والقيم وتاريخ الشركة
مستوى التعليم	المرحلة الجامعية الأولى، والدراسات العليا والدكتوراه	من المستوى المتدني للتدريب الوظيفي حتي الدراسات العليا من خلال الشركات
التنوع الطلابي	أي عضو من الجمهور العالمي الذي يفي بمتطلبات الدخول	كل موظف في المنظمة وبضمان حد أدني من التدريب كل عام
توليد المعرفة	يتم توليد المعرفة بطريقتين، الأولى تتمثل في البحث العلمي، والثانية تتمثل في ترتيبات الشراكة مع الصناعة	يتم إنتاج المعرفة من خلال البحث المشترك مع المنظمات الشريكة، والتطبيقات الداخلية
الملكية والتحكم	من حيث الملكية فهي مملوكة من قبل الدولة التي تمولها ، لذا فهي مسنولة أمام الحكومة، والتحكم محدود تطبيقاً لمفهوم الحرية الاكاديمية	تخضع ملكيتها للشركة، وهناك تنوع كبير في درجات التحكم تبعاً لطبيعة اللامركزية، وعادة ما تكون متبوعة بمبررات مالية
الروابط مع الجامعات	التعاون الأساسي موجود في المشروعات البحثية	ترتبط العلاقات بنقل الدورات المعتمدة، وبعض نتائج البحث

Source : Blass,2001,168

ويتضح من الجدول السابق أن الجامعات العامة ترتكز حول مهام التدريس لكل من الطلاب الجامعيين وطلاب البحث العلمي الاكاديمي، وخدمة المجتمع الحاضر لها، بحيث يستفيد المجتمع بكامل أفراده من مخرجاتها التعليمية والخدمية والبحثية بخلاف جامعات الشركات التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجية الشركة واهدافها ، كما توجد هناك شراكات وروابط مع الجامعات التقليدية ، خاصة في ظل التحولات المتلاحقة لبيئة العمل والانتاج .
من هنا فأهمية الشراكة بين جامعات الشركات والجامعات العامة يتضح فيما يلي

- ١- تعتبر الشراكة بين جامعات الشركات والجامعات العامة إحدى آليات تكافؤ الفرص التعليمية حيث أنها تهيئ فرص التعليم العالي لمن لم تُتَح لهم تلك الفرصة من قبل .
- ٢- تضمن الشراكة بين الجامعات العامة وجامعات الشركات مساندة الجامعات العامة للقضايا المستحدثة علي الساحة والتي تعترض بيئة العمل والانتاج، فيسعى الأفراد للالتحاق ببرامج جامعية ذات موثوقية عالية ويكون لها الصدى في الواقع العملي وخاصة في ظل التطورات المتلاحقة، والتي أُلقت بدورها بضرورة الاهتمام بجامعات الشركات.
- ٣- تعمل هذه الشراكة علي الاعتراف بجامعات الشركات كمؤسسة للتدريب والتأهيل ، ومن ثم الاعتراف بالشهادات التي تمنحها في مجالات إدارة الاعمال، والقيادة والهندسة والمحاسبة والتقنية وغيرها، فمصطلح الجامعة يُضفي علي برامج الشركة مزيداً من المصداقية والجودة، مما يزداد معه معدلات الطلب عليها، ومن ثم اكسابها الصفة العالمية شيئاً فشيئاً.
- ٤- يكمن دور الجامعات في تزويد جامعات الشركات بنتائج البحوث العلمية وخاصةً الاجرائية والابتكارية، وذلك عندما تسعى كل شركة أن تنفرد ببعض الامور والفنيات التي تمنحها الميزة التنافسية.
- ٥- يمكن أن تُمد الجامعات العامة جامعات الشركات بالأسس والمبادئ النظرية الداعمة لممارستها العملية، فضلاً عن خبرتها في تنظيم المناهج التعليمية وتطويرها في ضوء مستجدات كل تخصص.
- ٦- تتيح الشراكة بين جامعات الشركات والجامعات التقليدية فرص التكامل بين الأكاديميين بمعارفهم النظرية والمهنيين بخبراتهم العلمية، فيعملون سوياً لتقديم دورات تدريبية ضمن برامج جامعات الشركات ، مما يجعل الدورات أكثر صلة بالشركة فضلاً عن توفير الأساس النظري السليم لاتخاذ القرار.
- ٧- تبرز أهمية الشراكة بين الطرفين، فمن ناحية جامعات الشركات يكمن تزويد القوي العاملة بالمهارات الجديدة التي يتطلبها سوق العمل المتغير باستمرار، وتبني الأفكار الابتكارية وتغيير ثقافة العاملين بالمنظمة، مما يؤدي الي رفع القدرات الانتاجية وتحقيق مزايا تنافسيه للشركة، ومن ناحية أخرى تسهم تلك الشركة في توفير مصادر تمويل خارجية للجامعات من خلال اجراء البحوث والدورات القصيرة والمشاريع الاستشارية ، كما

يمكن أن توجه لتحسين العمليات البحثية والخدمية والتدريبية خاصةً في ظل خفض لميزانية الحكومية الخاصة بكل جامعه.

٨- هذه الشراكة تسهم في تنمية وتطوير مهارات قادة الشركات علي أسس علمية رصينة، مما يؤهلهم لإعادة هيكلتها وفق المستجدات الطارئة علي البيئة التنافسية، فضلاً عن التعليم المستمر، لموظفيها لتطوير مهاراتهم ، تحقيق أعلى معدلات في الانتاج .

٩- تنظيم العديد من المؤتمرات والندوات التي تقوم بها الجامعات العامة ، وتوجيه الدعوة لمتخصصين وعلماء بارزين حول العالم، حتي يتثنى للشركة الاستفادة من خبراتهم في تطوير أداؤها وعملياتها ومنتجاتها.

ويستعرض البحث الحالي أهم الفروق بين برامج التدريب بالشركات وجامعات الشركات (Baporikar,N,2014,137)

منذ نشأة جامعات الشركات وهي تتميز بتنوع أهدافها وأنماطها وعملياتها وإن كانت تسعى جميعها للدمج بين التعليم والعمل معاً في مكان واحد، وذلك ما كان يتم بالفعل في الوحدات التدريبية لكل شركة، ويتضح ذلك فيما يلي

١- جامعات الشركات تستهدف قطاعات عديدة قد تمتد خارج نطاق الشركات ذاتها، من خلال فتح أبوابها للموردين والعملاء وإتاحة برامجها التدريبية لمن يرغب فيها وكذا الشراكة مع الجامعات التقليدية.

٢- برامج التدريب التقليدية تركز علي تمكين العاملين من بعض المعلومات والمهارات التي تستوجبها بيئة العمل والانتاج، في حين أن جامعات الشركات تعمل علي تأصيل قيم التعليم والتعلم المستمرين في ثقافة المنظمة فهي تسعى لتحقيق أهدافها وتعكس فلسفتها ، من هنا أصبح نجاح المنظمات مرهوناً بمدى إدراك أعضائها لهذه القيم التنظيمية والعمل بموجبها

ومما أدى الي ضرورة البحث عن نمط جديد للتدريب يستوعب ثقافة المنظمة ورؤيتها الاستراتيجية، فلا يقتصر ذلك على مجرد تنمية المهارات وقدرات العاملين، لذلك فقد أنتشر استخدام مصطلح جامعة كدليل علي تنوع مهامها وأنشطتها .

٣- تسعى جامعات الشركات لبلورة سياسة تعليمية وتهيئة ظروف ايجابية داعمة للتعلم في مكان العمل ،وتوطيد علاقتها بالجامعات الاكاديمية ،والتأكيد علي ادارة الأفراد وادارة

المعرفة من أجل تحقيق الميزة التنافسية ، وتأكيد أهمية التعلم في جميع المستويات التنظيمية لتحقيق تكاملية المعرفة، وما يتبع ذلك من ابتكار معارف جديدة وتطبيقها من خلال ممارسات تنظيمية ضمن سياق مجتمعي أوسع ، بينما لا تعني برامج تدريب العاملين بتوليد المعرفة وانتاجها علي الاطلاق (Baporikar,N,2014,137). وتتضح مجموعة الفروق بين الوظيفة التقليدية للتدريب وجامعة الشركات من خلال ما لخصه Prdron موضحاً في الجدول التالي

جدول رقم (٣)

الفروق بين الوظيفة التقليدية للتدريب وجامعات الشركات

وجه المقارنة	الوظيفة التقليدية للتدريب	جامعة الشركات
نوع التعليم	تعليم علي المستوى الكلي Macro	تعليم علي المستويين الكلي Macro والجزئي Micro
المستهدفين	الاعضاء الداخليين للمنظمة	أعضاء المنظمة وكذلك العملاء وشركاء العمل
الوصول والمكان	التدريب الرسمي في قاعات الدراسة وبتوقيت محدد	تدريب رسمي وكذلك غير رسمي الكتروني في أي وقت وأي مكان
التكرار	يحدث التعليم مرة واحدة فقط	عملية التعليم مستمرة
المشاركة	يرتبط محتوى التدريب بالاحتياجات الحالية وليس بمتطلبات التنمية	ترتبط المناهج الدراسية بالوظائف واحتياجات التنمية
المنهجية	التعلم من خلال الاستماع	التعلم النشط
المحتوي	متزامن في الموقع والمحتوي	غير متزامن عبر LMS أو الهاتف المحمول
التوقيت	إعادة التنشيط	استباقي
الهدف	تنمية مهارات محددة	تحسين الاداء الوظيفي وحل مشكلات العمل الحقيقية
تأثير العمل	محدود بسبب قيود الزمان والمكان	كبير بسبب الاتاحة وسهولة الوصول
المخرجات	يُنظر اليه كتكلفة علي الشركة	تحسن ملموس في مؤشرات الاداء والايرادات
العمليات	عادة ما ترتبط بالنفقات العامة للأعضاء الوظيفية	تعمل كوحدة منفصلة مع قدرة عالية علي توليد الايرادات
الايرادات	تغيير طفيف في توليد الايرادات	تغير كبير في توليد الايرادات بسبب توفر الانترنت

source: pedron,2 2018,16

يتضح من الجدول ا لسابق اختلاف واضح بين منهجية التعلم، في كلا النظامين تعتبر جامعات الشركات نوع من الاستثمار في رأس المال الفكري والبشري، ويتبعه غالباً تحسن ملحوظ في مؤشرات الأداء والايرادات فضلاً عن قدرة جامعات الشركات استباق التغيير

، مما يؤدي الي جلب العديد من المزايا التنافسية للشركة ، وأن التدريب التقليدي علي فجوات الأداء ، بينما تسعى جامعات الشركات الي تهيئة بيئة داعمه لمواكبة الأفراد للتغيرات السريعة في بيئة العمل وتضمينها في الخطط الاستراتيجية للشركات .

عاشراً : مخطط مقترح لنموذج جامعات الشركات بمصر

١- رؤية جامعات الشركات المصرية

تُعد الرؤية أحد مكونات الخطة الاستراتيجية التي تعتبر بمثابة خارطة طريق للجامعة، وتمهد الرؤية الطريق للمستقبل الذي تسعى الجامعة الي تحقيقه، ويقوم أعضاء مجلس ادارة جامعات الشركات عند وضع الرؤية للجامعة بتطوير صورة المستقبل، بحيث تكون من السهل توصيلها وجعلها مطبوعة في وجدان أصحاب المصلحة كافة، وفي الواقع تمثل هذه الرؤية مجموعة من صور النجاح التي تساعد علي توضيح الاتجاه الذي يتعين علي جامعات الشركات فيه ،ومن ثم الوصول اليه .لذا تُعد الرؤية بمثابة الدليل الذي ينير كافة دروب الجامعة من الداخل، كما أنها تسلط الضوء علي مسالك الطريق من الخارج ، وتُعد الرؤية منظوراً مستقبلياً للإدارة والعاملين فيها ،كما أنها مصدر الشعور بالانتماء والولاء للجامعة بكافة نشاطاتها، فهي رؤية إنسانية وجماعية ومستقبلية تتبلور وتنظم عمل الجميع باتجاه الهدف الذي تتمركز حوله كل الجهود (بن حبتور ،٢٠٠٧، ١٩٩) .

فيتضح من ذلك أن عملية وضع الرؤية ليس فردياً وإنما هو جهد تعاوني، وتؤكد علي ضرورة أن تتطور رؤية الجامعة لتواكب متغيرات العصر والثورات الصناعية المتلاحقة وتحولات التقدم العلمي والتكنولوجي في المجال الذي تعمل فيه الشركات .

ولا بد من عدة أمور يجب مراعاتها عند صياغة رؤية جامعات الشركات، وهي أن تكون الرؤية واضحة المعالم وواقعية وصادقة وملهمه ومصاغة بطريقة جيدة وسهلة الفهم ومناسبة وتتماشى مع التغيير وتتوافق مع رؤية وقيم وأهداف استراتيجية الشركة الأم (رياض، ٢٠٢٠، ١٣٢) .

وضرورة أن تضمن رؤية جامعات الشركات خصائصها المتميزة وتحقيق التميز والريادة للشركة الام والجامعة سواء علي المستوى المحلي أو الاقليمي أو الدولي ، اضافة الي تنظيم برامج تدريبه للعاملين وتحقيق التنمية البشرية المستدامة لهم وتحقيق الميزة التنافسية علي المستوى العالمي (عبد العزيز، ٢٠١٦، ٢٦٩) .

لذا يجب مشاركة هذه الرؤية مع أصحاب المصلحة من الشركات والشركاء والعملاء الداخليين، ولكي يتحقق ذلك يجب أن يكون هناك قيادة قوية، وتنفيذ هوية واضحة لجامعات الشركات، وتنفيذ نتائج محددة (Meister,2002,182) .

وهناك عدة أمور يجب التركيز عليها عند صياغة رؤية جامعات الشركات المصرية منها

- مواكبة التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والعلمية والمساهمة في احداثها.
- تحقيق الريادة والتميز في مجالها، وذلك من خلال الترابط الوثيق مع استراتيجية الشركة الأم، ودورها في تحقيق هذه الاستراتيجية.
- مراعاة المسؤولية الاجتماعية للجماعة في المجتمع الذي تنتمي اليه وتمارس فيه عملها .
- ربط النظرية بالتطبيق ودور التعليم والتدريب والبحث العلمي والتطبيقي في الابداع والابتكار وقيادة الشركة الأم الى المنافسة العالمية

٢-رسالة جامعات الشركات

تعتبر رسالة جامعات الشركات بمثابة الخصائص الفريدة في الجامعة، أو هي الغاية أو الهدف من وجود الجامعة، فرسالة جامعات الشركات أشبه ما تكون بهويتها الخاصة، التي تميزها عن غيرها من الجامعات المماثلة لها .

ويتضح أهمية رسالة جامعات الشركات من كونها : ترجمة للرؤية التي تسعى الجامعة الي تحقيقها وتُعطي تعريفاً مختصراً أو واضحاً للغرض من وجودها ، وأدوارها ووظائفها ، والمجتمع الذي تسعى الي خدمته، وتحديد مجالات التنافس مع الجامعات الأخرى واستراتيجيات تطبيقها ، والاتجاهات التي تسعى الجامعة الي تحقيقها في المستقبل، وكيفية تخصص الموارد المختلفة وماهية أنماط النمو، وبالنظر الى العديد من الأدبيات فقد أكدت على ضرورة أن تكون الرسالة واضحة ومفهومة، وواقعية ومحدده، ومختصرة، وتعكس القيم والمعتقدات والفلسفة التي تعتنقها، وايضاً الصفات المميزة للجامعة (بن حبتور، ٢٠٠٧، ٨٩) .

لذا يمكن القول بأن هناك مجموعه من المرتكزات يجب مراعاتها عند صياغة رسالة جامعات الشركات المصرية منها .

- استخدام الوسائط تكنولوجية الحديثة والمتطوره في تقديم الخدمة التعليمية والتدريبية .
 - إعداد وتأهيل وتدريب العامل المصري، الذي يمتلك المعرفة والمهارة والخبرة في مجال عمل الشركة في سياق الاقتصاد العالمي القائم علي المعرفة .
 - تحقيق الابداع والابتكار من خلال التدريب والتعليم المتخصص والبحث العلمي ، وقيادة الشركة الأم الي المنافسة والريادة في العالمية في مجالها .
- ٣-وظائف جامعات الشركات

أدي انتشار وتزايد عدد جامعات الشركات حول العالم الي تنوع كبير وتعدد في وظائفها وأدوارها علي مستوى قطاع الصناعة والانتاج والخدمات ، وتتمثل أهم تلك الوظائف في عدة نقاط من أهمها ما يلي

١-تقديم برامج التعليم الالكتروني ومنح الدرجات الاكاديمية

تعمل جامعات الشركات جاهدة لتعظيم أقصى استفادة من كل جديد في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، لتحديد الاحتياجات التدريبية الجيدة للعديد من الشركات، وذلك من خلال اعداد دراسات استطلاعية ، تمهيداً لتصميم البرامج لتدريبه والتعليمية المعترف بها ، وأيضاً تطوير برامج التطوير المهني لتلك الشركات، وكذلك رعاية المهارات العامة التي يتطلبها سوق العمل، بدلاً من التركيز علي احتياجات الشركة الأم، وما تبع ذلك من تحسين كفاءة سلسلة القيمة وديناميتها لهذه الشركات والانخراط في عمليات التعليم والتعلم عبر المنظمات، وقد أكد Stewart على أن جامعات الشركات تُوجه لتحقيق أربعة وظائف رئيسيه تتمثل فيما يلي (Prince & Stewart, 2002, 807).

١-بناء ثقافة التعلم :ينبغي أن تسود ثقافة التعلم بين ربوع المنظمة، اذا كانت عمليات التعليم تنطوي علي برامج التدريب والتعليم .

٢-تحقيق عمليات المعرفة المتنوعة: ضرورة مواكبة التطورات المتسارعة للأدوات وآليات المعتمدة على الحاسوب والمستخدمه في دعم ممارسة التعلم، والتي تُمكن المنظمة من ادارة المعرفة وقواعد البيانات وآليات صنع القرار، واستخدامها بفاعلية.

٣-تمكين الأفراد وإعداد الكوادر ، والخبراء المهنيين : تتضمن اجراءات تنمية الموارد البشرية ودعم الطرق اللازمة لتعلم الأفراد في المنظمات من خلال بناء وتقوية المعني المشترك.

٤- بناء مجتمعات وشبكات التعلم وتداول المعرفة جماعياً: تتضمن تلك الشركات الداعمة للتعلم سواء من خلال دمج الافراد في فرق التعلم داخل المنظمة أو من خلال التواصل مع الخبراء في المجتمع الاكبر، والاستعانة بالمصادر الخارجية للتدريب كلما كان ذلك ممكناً .

٥- التطوير المستدام للشركة وضمان بقائها واستمراريتها: بالرغم من تنوع الأنشطة والممارسات المهنية لجامعات الشركات إلا أنها ترتبط ارتباطاً كبيراً بعملية التطوير المستدام للشركات، لذا يجب التمييز بين ثلاثة أنواع من الممارسات المهنية التي تحافظ علي استمرارية وبقاء المنظمة منها: فيرتبط النوع الأول بتحقيق التغيير التنظيمي من خلال عمليات التعليم والتعلم الفردية والجماعية الهادفة لتحقيق عملية التغيير التنظيمي ، من خلال تنظيم العديد من المنتديات وورش العمل التي يتم من خلالها تبصير العاملين بمتطلبات التغيير، أما النوع الثاني فهو التأهيل والتعلم الفردي ويتركز حول المتعلم بهدف نقل المعرفة الحاسمة لنجاح الشركة وضمان معايير الجودة، من خلال الحلقات الدراسية والدورات التدريبية ، أما النوع الثالث من الممارسات فيركز علي التجديد الاستراتيجي، ويتم خلاله دمج التعليم وتطوير الأعمال سوياً من خلال الحوارات الاستراتيجية ، لذا تُعد جامعات الشركات في الحالتين الأوليتين أداة لتنفيذ استراتيجية الشركة، أما في النوع الثالث فتعد مكوناً أصيلاً في عملية تطوير الشركة (Nicolai, Hise, H.&A., 2004, 395, 396).

٢- تأسيس مجتمعات التعلم المهنية

تتنوع أنماط شبكات التعلم ما بين رسمية وغير رسمية ،وتتبنى الكثير من جامعات الشركات أفكار التعليم الشبكي مؤكدة على أن نتائجها تفوق التعلم الفردي ،ويدعم ذلك بيئة التعلم المستمر وبناء الرؤية المشتركة للأعضاء وتعزيز التعاون فيما بينهم وإدارة التغيير ،مما يؤدي إلى تنمية قدرات الأفراد وتوسيع القدرات التنظيمية وإيجاد حلول وطرق مبتكرة وفعالة لتنمية رأس المال البشري ،أي أنها تتخذ من التعلم أداة استراتيجية لتمكين المنظمة من القدرات والمزايا التنافسية (Allen , M. , 2010 , p.52).

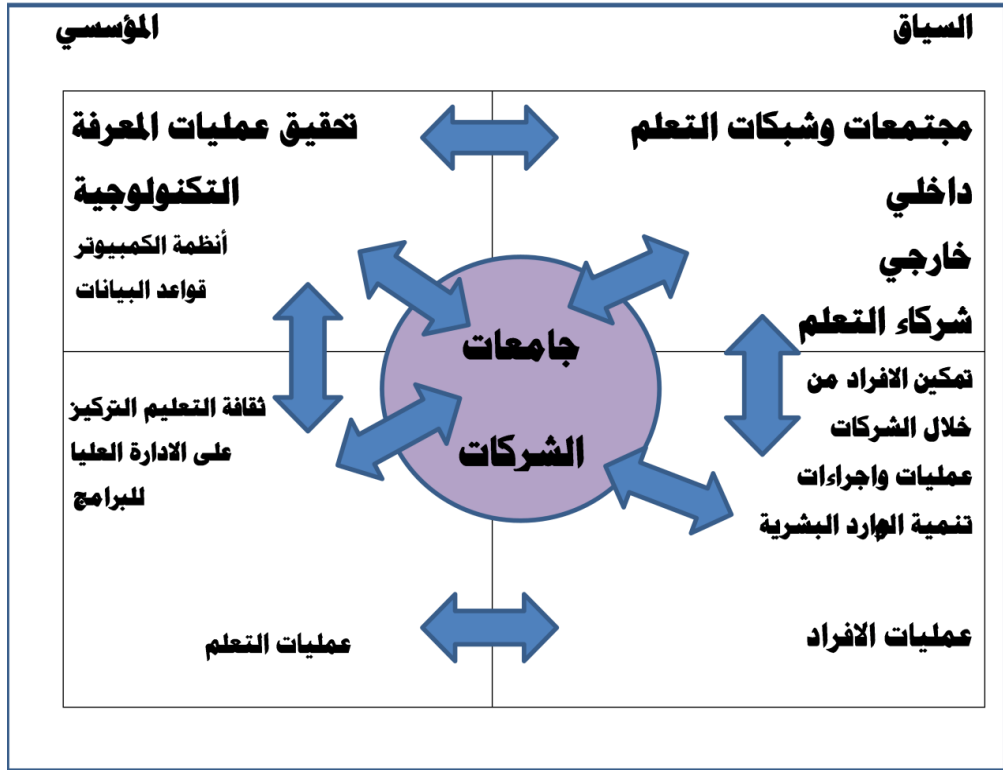
٣- مساعدة المنظمة على تحقيق رؤيتها وأهدافها الاستراتيجية

تسعى جامعات الشركات لإجراء التغييرات وتنفيذ المبادرات الاستراتيجية، ونشر أفضل طرق الممارسات بين وحدات العمل وتطوير المنتجات والعمليات والمبيعات والتسويق، ومن ناحية أخرى تعمل على تنمية الموارد البشرية وتعزيز كفاءات العاملين وفق استراتيجية للتعليم والتعلم، فضلاً عن برنامج تطوير الإدارة والقيادة المتوسطة والعليا كوسيلة لتحقيق الإدارة والمهنية، والتعاون مع جميع الأطراف بما يعزز عملية التعلم والتكامل بين الأكاديميين والممارسين، وكل ما من شأنه تعزيز القدرة التنافسية للشركات التي تمثل بدورها محور رؤية الشركات وأهدافها الاستراتيجية .

Ayuningtias ,H. et al.,2015 ,p202

وحاول **stewart** تضمين هذه الوظائف في نموذج مثالي لجامعات الشركات أطلق عليها عجلة جامعات الشركات **corporate university wheel** موضح في الشكل التالي :

لـ Stewart تضمين هذه الوظائف في نموذج مثالي لجامعات الشركات أطلق عليها عجلة
 ات الشركات corporate university wheel موضح في الشكل التالي :



شكل (١) عجلة جامعات الشركات

Source:prence&stewart.2002,p.805

ويتضح من خلال عرض أهم الوظائف لجامعات الشركات تتأكد العلاقة الوثيقة بين الشركة الأم وجامعات الشركات، فتوجه أنشطتها لتحقيق رؤية الشركة ورسالتها وتطويرها بما يضمن لها البقاء والريادة، فضلاً عن تمحورها حول عمليات المعرفة انتاجاً ومشاركة على أساس أن المعرفة تعتبر المورد الاقتصادي الأساسي في الفترة الأخيرة، مما يفضي إلى تدعيم استفادة الجامعات الأكاديمية من ذلك النموذج في تدعيم قدرات أبنائها على التعليم المستمر، في ظل تنوع مهام ووظائف جامعات الشركات

وبالرغم من أن جميع جامعات الشركات تنطلق - تقريباً - من الرؤى الاستراتيجية لشركاتها أو تسعى لتدعيم تنافسيتها وتميزها بمكانة ريادية بين نظرائها، غير أن معظم جامعات الشركات لا تهتم - كثيراً - بقياس فعاليتها في أداء هذه الوظائف، حيث أكد

Masannat أن ٣٩% من المنظمات تنفق أقل من ١% فقط على قياس وتقييم الأداء رغم أهمية القياس والتقييم لتحسين أداءات وعمليات جامعات الشركات وتحديث برامجها (masannat, J, 2014).

٤- سياسات القبول بجامعات الشركات المصرية

بالنسبة لسياسات القبول لدى جامعات الشركات فهي مختلفة عن الجامعات التقليدية لأنها تتم بواسطة فريق مختص تابع لإحدى اللجان الفرعية لمجلس الأمناء، تتطلب فيه العديد من الوثائق والتقارير التي تتعلق بتعليم المرحلة الثانوية، إضافة إلى الاختبارات الشفهية والتحريرية والتطبيقية، وإتقان لغة الدراسة بالجامعة، واجتياز الطلاب لبعض المناهج التحضيرية المرتبطة بتخصص الجامعة، كما تختلف طبيعة المقررات من جامعة إلى أخرى وفقاً لتخصصها المهني ونشاط الشركة التابعة لها، ولا يتم قبول غير المتفوقين من الطلبة ذوي المهارات العلمية المتميزة .

وبالنسبة للمفاضلة بين الطلاب المتقدمين للجامعة فيجب مراعاة قدراتهم واستعداداتهم وميولهم نحو التخصص الذي يرغبون في دراسته، فدرجات الطالب في الشهادة الثانوية لا تعتبر معياراً صادقاً لكي يلتحق بتخصص معين، ما لم تكن استعداداته وقدراته وميوله تؤهله لذلك، وضرورة إنشاء مكتب تنسيق القبول بجامعات الشركات المصرية يشبه مكتب تنسيق القبول بالمعاهد والجامعات الحكومية المصرية من حيث الأهداف والوظائف، كذلك يراعى في قبول الطلاب بالتخصصات المختلفة داخل هذه المؤسسة احتياجات ومتطلبات المجتمع من القوى البشرية في كل تخصص، وكذلك الطاقة الاستيعابية لكل منها، ووضوح واتساق وسرعة وعدالة تطبيق إجراءات القبول. (عبدالعزيز ٢٠١٦، ٢٧١)

٥- إدارة جامعات الشركات المصرية

تركز جامعات الشركات على الدور الرئيسي للتعلم والمعرفة في إيجاد الميزة التنافسية والحفاظ عليها، لذا فإن التنظيم الإداري لهذه الجامعات لا يتم بطريقة عشوائية، وإنما يتم بشكل محدد ومنظم وفق معايير تصاغ حسب رؤية ورسالة الجامعة وأهدافها لذا يجب الحرص على اتباع أساليب إدارية متطورة تتيح الفرصة لمعظم العاملين بالجامعة للمشاركة في إدارتها وتسيير شؤونها، والعمل على تقليل المستويات الإدارية التي تعوق الاتصال بين الرؤساء والمرووسين، وأن يحدد قانون إنشاء تلك الجامعات عدد من الأعضاء بمجلس

الأمناء في كل منها لضمان حسن سير العمل بتلك المؤسسات، وضرورة وجود مجلس اتحاد طلاب هذه الجامعات وخريجها لدعم مصلحة الطلاب والارتقاء بالجامعة (رياض ٢٠٢٠).

ويجب أن تكون إدارة جامعات الشركات المصرية قادرة على الوقوف على المشكلات التي تعاني منه الجامعة، ومحاولة علاجها والعمل على دعم الاستقلال الإداري لجامعات الشركات عن طريق منحها بعض الصلاحيات والسلطات، وترك الحرية لكل مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي التابعة للشركات المصرية في وضع النمط الإداري الخاص بها بما يناسب فلسفتها وأهدافها وطبيعة التخصصات الموجودة في كل منها (عبد العزيز ٢٠١٦، ٢٧٧).

ويجب منح السلطات والصلاحيات لمجالس أمناء جامعات الشركات والتي تتسم بالتدخل في كافة الشؤون المالية والإدارية والأكاديمية بالجامعة، وإيجاد قنوات اتصال ما بين هذه المؤسسات وكافة المؤسسات الإنتاجية والخدمية والعلمية والبحثية والهيئات والمنظمات المجتمعية، وعدم السماح بإشراك أفراد أو هيئات أجنبية في إدارة وصنع القرار بجامعات الشركات المصرية (Tran & Tian, 2013, 230).

ويتضح مما سبق بأن هناك حاجة ملحة بأن تمتلك إدارة جامعات الشركات المصرية القدرة على تنمية وتوجيه الطاقات والإمكانيات الفكرية والمادية المتاحة لخدمة المجتمع وتطويره، وتلبية احتياجات سوق العمل، ومواكبة ما يحدث حولها من تطورات، وحرصها على توفير المناخ الذي يشجع على العمل

٦- البرامج الدراسية والأنشطة التدريبية لجامعات الشركات

من الجدير بالذكر أن البرامج والأنشطة التدريبية والتعليمية بجامعات الشركات تخضع لعملية تجريب واختيار قبل البدء بتنفيذها بعام على الأقل، لكي تضمن هذه الجامعات أكبر مجموعة من الفوائد التي تعود من تلك البرامج والأنشطة على الطلاب والعاملين بالشركة الأم. وتتنوع البرامج والأنشطة التدريبية من برامج تمهيدية وبرامج وأنشطة متخصصة وبرامج التعليم المستمر التي تهتم بتقديم التعليم والتدريب للعاملين بمنظمات الأعمال خلال فترة حياتهم المهنية والوظيفية، كما تقدم برامج الماجستير والدكتوراه في مجال التخصص لطلاب الدراسات العليا وهم العاملون الحاليين بجامعات الشركات وتستخدم هذه الجامعات الوسائط

التكنولوجية الحديثة المتمثلة في المواقع الإلكترونية والفصول عن بُعد وبرنامج التلقي الافتراضي وذلك لعرض وتقديم البرامج والأنشطة التدريبية (Derek Bok, 2008,42).

وتعمل جامعات الشركات في بيئة ديناميكية، لذلك يجب أن تتسم المناهج والبرامج الدراسية بجامعات الشركات بالمرونة والتنوع والتطوير المستمر وأن تهتم بزيادة نسبة الدراسات البيئية المتنوعة، لإعداد قوى عاملة مدربة ومؤهلة وقادرة على التعامل مع التطورات السريعة والمتلاحقة التي تطرأ على متطلبات سوق العمل، حيث تركز على برامج التعليم المستمر للعاملين والطلاب. (Lytovchenko, 2016, 37).

ويجب أن تحرص هذه الجامعات على التدريبات العملية والعمل داخل الورش والمعامل المختلفة بالجامعة الأم والشركة الأم، والاعتماد على النفس وربط النظرية بالتطبيق، وتوفير كافة المقومات الخاصة بتدريس ودراسة المقررات الموجودة بهذه الجامعات والاهتمام بالإعداد البدني والثقافي للطلاب، وأن تشمل عملية تقويم الطلاب تنفيذ مشروع بالإعداد البدني والثقافي للطلاب لتنفيذ مشروع معين في مجال تخصص الطلاب (عبدالعزیز ٢٠١٦ ، ٢٧٤).

وتتسع دائرة البرامج والأنشطة التدريسية بجامعات الشركات لتشمل برامج وأنشطة تدريبية تهدف إلى تحقيق التنمية المستمرة لأعضاء هيئة التدريس والطلاب والعاملين والمدربين بها من خلال تصميم قاعدة بيانات تحتوي على أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة والعلم الحديث في مجال تخصص الجامعات وعمل منظمة الأعمال التابعة لها، كما تعمل تلك الجامعات في تقديم البرامج والأنشطة التدريبية والتعليمية بالاعتماد على الخبراء والمتخصصين ليس من داخل الجامعات فحسب بل تشمل الخبراء وأعضاء هيئة التدريس من مختلف الجامعات التقليدية الأخرى في مجال تخصصها وعمل المنظمات التابعة لها (Allen, 2010, 87).

المحور الثاني: علاقة جامعات الشركات باقتصاد المعرفة

يمكن تتبع علاقة جامعات الشركات باقتصاد المعرفة ودورها في التعليم والتدريب من خلال تتبع مسار حركة المجتمع الصناعي في الدول المتقدمة خاصة -الولايات المتحدة الأمريكية - كما هو الحال في العديد من المبادرات التعليمية والإدارية الجديدة .

تعتبر جامعات الشركات أحد أهم أنماط التعليم المعاصر، وفي نمط تعليمي يتميز عن غيره من الأنماط التقليدية بمواكبته لمتطلبات سوق العمل واعتماده على مبدأ التعلم مدى الحياة، واشتقاق مناهجه من قوانين سوق العمل، فبعضها أصبح يمنح شهادات علمية معترف بها، بل إن عدداً منها يمتلك رخص بمنح الدرجات العلمية في مستوى الماجستير والدكتوراه، فهي تعمل على مساعدة منظمات الأعمال من الاستجابة السريعة والمتلاحقة في مجال المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات والاقتصاد والقائم على المعرفة التي يتميز بها العالم في الوقت الراهن (Gould , 2005 , 519).

وظهر هذا النمط من التعليم الجامعي نتيجة أربعة تطورات رئيسية في الصناعة والتعليم والمجتمع (سالم ٢٠١٣، ٢٩٢).

- سرعة إعادة هيكلة الشركات
- زيادة تنوع النظم التعليمية
- ظهور اقتصاد المعرفة، والمنظمة المتعلمة كأسس رئيسية في قطاعات العمل والإنتاج
- انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها وفعاليتها في مجال التعلم والتدريب والتنمية، فقد أدى عجز الجامعات التقليدية وعدم قدرتها على إعادة التعلم السريع للقوى العاملة في الشركات للوفاء بمتطلبات المعرفة والمهارات الجديدة، وكذلك التطورات السريعة والمتلاحقة في إنتاج المعرفة والحاجة إلى تطبيقها، فقد نتج ذلك ظهور الحاجة لدى العديد من الشركات لربط استراتيجيتها في التعليم والتدريب والتنمية باستراتيجية العمل الخاص بها، من خلال التنسيق والتدريب والتكامل لتطوير رأس المال البشري والفكري داخل الشركة لمواكبة أهداف الشركة وغاياتها، وقد تم التأكيد على ذلك من خلال اليونسكو بإطلاق تصور مستقبلي للجامعة تحت مصطلح (الجامعة الاستباقية) *proactive university* والتي تهدف لبناء علاقات تعاونية مع المؤسسات الصناعية الخدمية في مجتمعها (عبدالعزيز ٢٠١٦، ٥) فقد تحولت الشركات لمنظمات لإنتاج المعرفة الجديدة، فهي تقوم بتحليل المعلومات الحالية والاستفادة منها، كذلك تقوم ببناء معرفة منظمة لاستخدامها في العمليات والأنشطة التي تقوم بها (Barnett , 2000 , 411-412).

وقد تبلورت عجز الجامعات التقليدية ومؤسسات التعليم العالي عن الوفاء بمتطلبات المعارف والمهارات الجديدة بصورة أكبر مع ظهور وتنامي اقتصاد المعرفة والذي يتصف

بالمواصفات الآتية : Castells ,Cardose ,2005 , 125 &Roberts,2009 , (289).

- ١- العولمة كقوة دافعة للتوسع في الاقتصاد المبني على المعرفة.
 - ٢- زيادة حراك الخدمات والقوى العاملة المؤهلة والمدربة والمتخصصة في التقنيات الجديدة .
 - ٣- تنامي الاهتمام بالمعرفة كمدخل من مدخلات الاقتصاد ، وكذلك المخرجات الاقتصادية .
 - ٤- توظيف تكنولوجيا المعلومات لإنتاج المعرفة ، وتبادلها ، مع ظهور ممارسات إدارة المعرفة.
 - ٥- الحاجة إلى تحديث المهارات وتغييرها طوال الحياة.
 - ٦- الارتباط بالتغيرات في جميع أنحاء المجتمعات العالمية ، والعولمة كقوة دافعة للتوسع في الاقتصاد المبني على المعرفة في ظل كثافة المعلومات والمعرفة.
 - ٧- الاعتماد على تشكيل فرق العمل في التخصصات المتعددة.
 - ٨- صعود عمال المعرفة **knowledge workers** وهم الذين يمثلون رأس المال البشري الذي يشكل القطاع الأكثر نمواً في محيط القوى العاملة ، ويعتبر عمال المعرفة هم موظفين رفيعي المستوى كالعلماء والمهنيين ومصممي نظم المعلومات ، ويتصفون باستخدام المعلومات والتعرض لمواقف العمل الفريدة والإبداعية والاستقلالية واتخاذ القرارات بالاعتماد على الأفكار بدلاً من الأشياء المادية ، وعملهم يتصف بالتميز العقلي بدلاً من القوى البدنية وعدم تكرار المهام ، واستخدام أساليب وتقنيات مختلفة لحل المشكلة ، ولديهم السلطة لاتخاذ القرار لإنجاز المهام الوظيفية المختلفة ، وهذا يعتبر من أبرز سمات اقتصاد المعرفة (الحسيني ٢٠١٣ ، ص ١٢٤).
- لذا فقد قررت العديد من الشركات العالمية الاتجاه نحو إنشاء جامعات خاصة بها من أجل القيام بعمليات التعليم والتدريب والبحث والتطوير التي تحتاجها ، بدلاً من إرسال العاملين بها إلى المعاهد والجامعات التقليدية وتحمل الكثير من النفقات أو العائد في النهاية أقل بكثير مما هو متوقع ، فقد كانت البداية الأولى لهذا الاتجاه في الشركات ذات التكنولوجيا الفائقة ، ثم تبعتها شركات الخدمات المهنية ، والشركات الاستثمارية ، ثم تطور الأمر ليشمل قطاعات الأعمال كافة (Richard) Dealtry,2002,171 .

أولاً: متطلبات الاقتصاد المعرفي

التحول من الاقتصاد المادي إلى الاقتصاد اللامادي ،يقضي تبني استراتيجية معينة ،وهي الزيادة في مصدر إنتاج ونقل المعرفة على المدى الطويل -كالتعليم والبحث العلمي والتطوير- ويقوم أيضاً على رأس المال البشري هذا من جهة ، ومن جهة أخرى ظهور الحدث التكنولوجي "يتمثل ذلك في تكنولوجيا المعلومات والاتصال " وبمعنى آخر يتطلب الإقلاع المعرفي (knowledge take off) شرطين أساسيين هما الاستثمار في رأس المال البشري ، وإقامة بنية تكنولوجية (بن دنقل ، ٢٠١٦ ، ٦).

فقد تعمل التقنيات الحديثة على زيادة القيمة المضافة ، واستيعاب العمالة الزائدة وسد العجز في الميزان التجاري ، وزيادة الصادرات الصناعية ، ولن يتأتى ذلك إلا عن طريق تبني استراتيجية تخدم التحول نحو اقتصاد المعرفة كعنصر هام لزيادة التنافسية (منصور ٢٠١٣ ، ٩). ولقد فرض ذلك على المؤسسات الحكومية التغيير في رؤية ورسالة الأنظمة التعليمية بما يواكب تحديات العصر ومتطلباته ، وتطوير وتحديث المناهج لتقوم على إنتاج المعرفة وتحليلها وتطبيقها وتنميتها ، وزيادة المردود المادي للأفراد وتحسين المجتمعات ليكون ناتج هذه العملية أفراد منتجين للمعرفة وليسوا مستهلكين فقط (الناشري ، ٢٠١٤ ، ٣٣) .ولخصوصية اقتصاد المعرفة وما يتضمنه من معطيات مميزة فإن له متطلبات متعددة تتضح

فيما يلي

١-متطلبات تعليمية

يعتبر التعليم هو العنصر الرئيسي والأساسي للتحول لعصر اقتصاد المعرفة ،لأنه يشكل المنظومة الرئيسية لنشر المعرفة في المجتمعات ،ويتم من خلاله تنمية رأس المال البشري والذي يعد محور العملية التعليمية ،وأكد ذلك دراسة نشرها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالاشتراك مع اليونسكو والبنك الدولي بعنوان الاستثمار في المستقبل تحديد الأولويات التعليمية في العالم النامي عام ١٩٩٢م أو التي ركزت على أن التعليم يعتبر أهم العوامل المؤدية إلى التنمية البشرية فهو عامل ضروري لتحسين الصحة والتغذية ،وللمحافظة على البيئة عالية المستوى ،والتوسيع وتحسين مصادر الأيدي العاملة ،وتقوية المسؤولية الاقتصادية والسياسية ،لذا فالدول تعلق أهمية كبرى على التعليم للإسراع بخطى التنمية (الشهراني ٢٠١٧ ، ٣٦٩) .لذا يجب على القائمين على المنظومة التعليمية وعملية صنع

القرار، إعادة صياغة منظومة التعليم الحالية بما يلبي احتياجات التحول العالمي في بناء مجتمع اقتصادي معرفي متكامل يجعل العملية التعليمية أكثر إبداعاً وفاعلية .

٢-متطلبات تكنولوجياية

تعتبر ثورة التقدم العلمي والتكنولوجي من أهم الآليات التي أدت إلى ظهور النظام العالمي الجديد القائم على المعرفة، فهي تمثل أداة فعالة لتعزيز النمو والتنمية المستدامة، وفي عام ٢٠٠٤ م، تم الاعتراف من قبل البنك الدولي " WORLD BANK2004 " بأن البيئة المعلوماتية والتكنولوجية هي العمود الفقري لاقتصاد المعرفة .

وجاء تقرير المعرفة العربي الأول بعنوان "حو تواصل معرفي منتج" ليؤكد على أن تقنية المعلومات والتكنولوجيا هي من أهم الدعائم الأساسية لإقامة مجتمع واقتصاد المعرفة، فهي الأداة التي تساعد في نشر المعرفة، وتطوير ودعم البحث العلمي على أوسع نطاق، كما تدخل في عملية إعداد العنصر البشري تعليماً وتدريباً (المكتب الإقليمي للدول العربية، ٢٠٠٩، ١٢٧)

فقد فرضت ثورة التقدم العلمي والتكنولوجي على الجامعات ضرورة تعديل نظم الميزة التنافسية بداخلها، وذلك عن طريق وضع سياسات وبرامج يكون الهدف منها بناء قدرات المعرفة، ودعم البحث العلمي لكي تستطيع الجامعات القيام بهذا الدور والإسهام في عملية الإنتاج والانتشار المعرفي والثقافي .

٣-متطلبات بشرية

أشار تقرير البنك الدولي ٢٠١٩ م أن رأس المال البشري يُعد محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي ويلعب دوراً مهماً في دفع المجتمعات للنهوض والإصلاح واتضح ذلك من خلال مشروع رأس المال البشري التابع له، والذي يهدف إلى تقديم تعليم حقيقي في المؤسسات التعليمية لبناء المهارات اللازمة التي تمكنهم من المنافسة في الاقتصاد العالمي الآخذ في التحول نحو الرقمنة (البنك الدولي، ٢٠١٩، ١٥٢)

كما أن اقتصاد المعرفة يتطلب موارد بشرية تتصف بمزايا رئيسية من أهمها ما يلي :

(احمد، ٢٠١٣، ٨٣).

- تتميز بالتنمية المهنية المستمرة وإعادة التدريب وفق المستجدات المعرفية الجديدة .

- إتقان التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوظيف هذه التقنيات في أي مجال من مجالات العمل.

- تتميز بمستوى عال من التعليم والتدريب.

- الحرص على النمو المهني والتعليم الذاتي المستمر.

- إتقان أكثر من لغة لكي يتمكن من العمل في بيئة عمل عالية.

- القدرة على التعاون والعمل ضمن فريق إتقان مهارات الاتصال اللفظي والكتاب الإلكتروني.

- القدرة على التواصل والإبداع وحل المشكلات واتخاذ القرار.

٤-متطلبات اقتصادية

من المسلمات أهمية الموارد البشرية المتعلمة في التحول نحو اقتصاد المعرفة، فقد أصبح من الضروري على الحكومات ضرورة الالتفات نحو هذه الموارد، والعمل على تنميتها وصقلها بالمهارات الابتكارية والإبداعية بما يتوافق مع متطلبات واحتياجات سوق العمل، ولا يتم ذلك إلا من خلال إعادة هيكلة الإنفاق العام وترشيده وإجراء زيادة حاسمة في الإنفاق المخصص لتعزيز المعرفة، ابتداءً من المرحلة الابتدائية وصولاً إلى المرحلة الجامعية، والعمل على إدراك المستثمرين والمؤسسات المجتمعية المختلفة بأهمية تدريب وتعليم العاملين لديهم، وتخصيص جزء من استثماراتها للبحث العلمي فوجود نظام اقتصادي ومؤسسي يوفر السبل المحفزة من أجل كفاءة استخدام المعرفة الموجودة والجديدة من خلال: (عابدين ٢٠١٧ ، ٩٣).

- تشجيع المشروعات التي تربط بين المؤسسات العلمية والبحثية ومؤسسات الأعمال .

- ربط التعليم والتدريب بالحاجات الاقتصادية والاجتماعية، والتحضير المستمر للمستقبل.

- تفعيل التشريعات الخاصة بمسائل حماية الملكية الفكرية، والعمل على تغيير ثقافة العمل في المنظمات للتأقلم مع الاقتصاد الجديد.

فالتوجه العالمي الحديث لاقتصاد المعرفة يتطلب مجموعة من المعايير والظروف المناسبة لتحقيقه منها ما يرتبط بإعداد القوى البشرية المؤهلة علمياً ومهنياً بكفاءة ومهارة عالية، وتوفير المناخ المناسب للمعرفة، وتعزيز قدرة الأفراد على البحث، وبناء مهارات البحث والاكتشاف لديهم وتوفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما يجب مساهمة

الشركات الاقتصادية والصناعية في دعم الاقتصاد المعرفي، من خلال تخصيص جزء من ميزانيتها للتعليم والتدريب لموظفيها.

وتعتبر الجامعات أحد أهم أسس ودعائم اقتصاد المعرفة، من خلال مخرجاتها التعليمية في التخصصات المختلفة، وما تقوم به من بحث علمي تطبيقي ونظري، كما أن الجامعات تلعب دوراً مهماً في عملية التحول إلى اقتصاد المعرفة من خلال ما يعمل بها من كفاءات علمية متميزة، ويقومون بدورهم في إنتاج ونشر المعرفة بين الطلاب الذين يمثلون أمل المجتمع في تطوره ونهضته.

ثانياً: خصائص اقتصاد المعرفة

يختلف اقتصاد المعرفة في الكثير من سماته عن الاقتصاد التقليدي، ويعني في جوهره تحول المعلومات إلى سلعة في المجتمع، بحيث يتم تحويل المعارف العلمية إلى الشكل الرقمي، فأصبح معه تنظيم المعلومات وخدمات المعلومات أهم العناصر الأساسية في الاقتصاد المعرفي، ومن أهم الخصائص التي تميز الاقتصاد المعرفي ما يلي:

- اقتصاد المعرفة يعني في جوهره أن قيمة المعرفة تزداد عندما تدخل في حيز التشغيل والاستخدام، بينما تفقد قيمتها حينما تظل حبيسة عقول أصحابها على عكس الأصول المادية التي تتسم بالثبات النسبي (النجار، ٢٠١٥، ٣٤٢).

- الارتباط بالتقنية الرقمية التي مكنت من توسيع ونقل وتخزين ومعالجة المعلومات، وسرعة توزيعها وتسويقها واستهلاكها، بغض النظر عن من أنتجها، ومن يتفاعل معها دون قيود لغوية وثقافات محلية، مما يجعل اقتصاديات دول العالم في حالة تشارك واعتماد متبادل من جهة وتعمل معاً على المستوى الكلي أو الجزئي (الحاج، ٢٠٠٩، ٢٥).

- المعرفة كسلعة لا يمكن أن تنتهي أو تتلاشي بسبب استخدامها كما هو الحال في الاستهلاك في الكثير من السلع أو المواد الأولية بل أنه كلما ازداد استخدام المعرفة وإعمال العقل في التفكير وفيها نتج عن ذلك معرفة جديدة مما زاد من عوائده (عبدالله، ٢٠١٣، ٢٩١-٢٩٢).

- ارتباطه بالذكاء والقدرة الابتكارية والخيال والوعي الإدراكي بأهمية الاختراع والابتكار والمبادرة الذاتية والجماعية لتحقيق ما هو أفضل، وتفعيل ذلك كله لإنتاج أكبر في الكم وأكثر في جودة الأداء، وأفضل في تحقيق الإشباع (عله، ٢٠١٤).

- قضى اقتصاد المعرفة على الندرة التي سادت الاقتصاد التقليدي، وقام على أساسها علم الاقتصاد، بتحوله إلى اقتصاد الوفرة، وذلك باعتماده على أصول إنتاجية (معرفة) لا تستهلك بالاستخدام، ولا تخضع للمبادلة كما في الاقتصاد التقليدي، وإنما تزداد أهمية وقيمة، كلما تزايد استخدامها وتنوع من يستخدمها (أبو العلا، ٢٠١٣، ٥٧).

وقد أضاف الاقتصاد المعرفي عنصراً أساسياً وهو عنصر المعرفة بجانب العناصر الثلاثة التقليدية للإنتاج والتي تتمثل في الأيدي العاملة، والموارد الطبيعية ورأس المال، كما أن أهم ما يميز هذا العصر أن الوحدة البنائية له هي رأس المال البشري، والذي يعتمد بشكل أساسي على التعليم والتدريب والبحث العلمي كمحرك للتغيير والتنمية وريادة الأعمال.

ويشهد التعليم الجامعي المصري -حالياً- العديد من التحديات التي تحد من قدرته على مواكبة عصر اقتصاد المعرفة وعجزه عن التواجد في صدارة سباق المنافسة الإقليمية والعالمية، وباستقراء واقع التعليم الجامعي المصري هناك أهم التحديات التي تواجه مخرجات التعليم الجامعي يمكن توضيحها فيما يلي :

- تحديات مخرجات التعليم الجامعي

تتجلى تحديات مخرجات التعليم الجامعي في تدني مستوى مخرجاته وعدم ملائمتها لمتطلبات سوق العمل والقطاعات الإنتاجية، وأن العمالة المصرية غير قادرة على الوفاء بمتطلبات سوق العمل، مما يقف عائقاً حاسماً أمام نمو قطاع الإنتاج وقدرته على التنافسية، لوجود عجز في التخصصات الحديثة، والافتقار إلى مهارات التدريب العلمي (Handoussa, 41, 2010). ونتج عن ذلك ضعف المهارات الإنتاجية المطلوبة لقطاعات العمل والإنتاج، مما أدى إلى الاستعانة بعمالة أجنبية مدربة ذات مهارات عالية، ويعود ذلك لعدم التوافق بين المهارات التي يكتسبها الطلاب في الجامعات المصرية من ناحية وبين متطلبات سوق العمل وأصحاب المؤسسات الإنتاجية والشركات من ناحية أخرى، لذا أصبحت الحاجة ماسة إلى وجود خبرات جديدة ومهارات معينة تتواءم مع متطلبات سوق العمل (علوان، ٢٠١٦، ٢١٨).

وقد أضافت دراسة (ناصر، ٢٠١٨، ١٧٤-١٧٥) أن خريجوا الجامعات المصرية يتمتعون بمهارات غير ملائمة للوظائف التي يتقدمون لشغلها، واختلال التوازن في أعداد الخريجين مقارنة باحتياجات سوق العمل، فهناك زيادة مفرطة في عدد خريجي الجامعات المصرية خاصة في مجال العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية بما لا يخدم عملية التنمية في

مصر، والافتقار إلى التدريب على المهارات العلمية والإفراط في التركيز على المحتوى المعتمد المعرفة فقط وعدم اتصال المناهج بسوق العمل .

من هنا بدأ البحث عن حلول لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري ومواجهة ظاهرة البطالة والتغلب عليها، فبدأت الجامعات بإنشاء مؤسسات خاصة بالشركات والمؤسسات الإنتاجية لإعداد وتدريب قوى عاملة لمؤسستها ظهرت في شكل ما يُسمى بجامعات الشركات وبذلك تصبح جامعات الشركات قادرة على تحسين مخرجات التعليم الجامعي، وقادرة على تلبية متطلبات سوق العمل المحلي والعالمي والقدرة على الحد من تفاقم ظاهرة انتشار البطالة لدى خريجها، علاوة على ذلك يجب على الحكومة التعاون والشراكة مع القطاع الخاص لتخريج طلاب مدربين مهنيًا وتقنيًا يتمتعون بالمهارات الضرورية في سوق العمل من خلال توفير مختصين من القطاع الخاص بمقدورهم تحضير الخريجين بشكل أفضل لدخول سوق العمل، ومحاوية الاعتقاد بأن التعليم الجامعي التقليدي هو السبيل الوحيد لضمان الحركة الاجتماعية والأمن الوظيفي (عبد الغفار ٢٠١٦، ٧). لذا ينبغي إصلاح نموذج الجامعات التقليدية بتحويلها من مصنع شهادات إلى مؤسسات تعتمد على التدريب المهني والتقني والبحثي لكي تصبح قادرة على المنافسة العالمية وهو ما يطلق عليه جامعات الشركات.

ثالثاً: فوائد التحول نحو اقتصاد المعرفة

إن اقتصاد المعرفة مفهوم حديث نسبياً يقوم على فهم عميق لدور المعرفة في تطور المجتمعات، حيث يتسع مع الاستثمار في تكوين رأس المال الفكري فقد أدركت الكثير من الدول أن الاستثمار الحقيقي للمعرفة أصبح من الأساسيات لقدرتها التنافسية على المستوى العالمي (همشري، ٢٠١٢، ١٨٦) ومما لا شك فيه أن التحول من الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد المعرفة يحقق للمؤسسات عديد من الفوائد تتمثل فيما يلي (خلف، ٢٠٠٨، ٢٢، ٢٥، مدفوني، ٢٠١٧، ٤٤).

- يسهم في توفير فرص عمل جديدة ومتنوعة في مجالات واسعة، خصوصاً في مجال التكنولوجيا المتقدمة، والتي تتطلب قدرات معرفية ومهارات عالية التخصص.

- يسهم اقتصاد المعرفة في تحسين الأداء، وزيادة الإنتاجية وزيادة الدخل القومي ودخول الأفراد

- المعرفة العلمية المتطورة التي يعتمد عليها اقتصاد المعرفة أصبحت العامل الأساسي في تكوين الثروة الاقتصادية، والمحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي لكافة الدول.
- يحقق الاستمرارية في الأنشطة الاقتصادية بكافة أنواعها، وبالتالي تحقيق الاستمرارية في النمو الاقتصادي.
- يساهم في تحويل توجهات المنظمات المعاصرة إلى مفهوم المنظمة المكثفة معرفياً أو المنظمة المتعلمة (Learning organization) لتدرك المنظمات أهمية المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية والقدرة على البقاء.
- يحقق فوائد جديدة للأفراد لأنهم هم من يمتلكون المعرفة، ويشجعهم على إنتاج المعرفة والابتكار وتطوير الذات، والارتقاء بدافعية الإنجاز لديهم إلى أقصى درجة .
- يشجع تفعيل عمليات البحث في مختلف المجالات المعرفية كمحرك أساسي للتنمية ويجب الإشارة إلى الفروق الجوهرية بين اقتصاد المعرفة والاقتصاد التقليدي للتعرف على فوائد التحول نحو اقتصاد المعرفة، ومن خلال الجدول التالي يمكن تلخيص هذه الفروق

جدول رقم (٤)

الفرق بين اقتصاد المعرفة والاقتصاد التقليدي

الاقتصاد التقليدي	اقتصاد المعرفة	وجه المقارنة	الخصائص
مشكلة ندرة الموارد	يتسم بوفرة الموارد	الظاهرة الاقتصادية	الخصائص الاقتصادية الأساسية
منافسة محلية	منافسة عالمية	نطاق المنافسة	
استاتيكية	ديناميكية	طبيعة الأسواق	
الأرض والعمالة ورأس المال	الإبداع، الذكاء، رأس المال البشري	أساس الثروة	
نمو خطي	نمو إلى أعلى	طبيعة النمو الاقتصادي	
شبكة	هيكل تنظيمي بيروقراطي	طبيعة المؤسسات	
العمالة ورأس المال	المعرفة والابتكار	القوى المحركة للنمو	بيئة الأعمال
تحقيق الأرباح دون الاهتمام بالمستهلك	حاجات المستهلك	الاهتمام الأساسي	
علاقة تنافسية	علاقات تعاون واندماج	طبيعة العلاقة	
منخفضة أو متوسطة	عالية	أهمية البحث والابتكار	
التوظيف	رفع الأجور والدخل	هدف السياسة	سوق العمل
مهارات تخصصية حسب طبيعة العمل	مهارات عالية المستوى	طبيعة المهارات	
تعليم محدود	تعليم متواصل مدى الحياة	التعليم المطلوب	
فرض الرقابة والسيطرة	تحفيز فرص النمو	العلاقة بين الحكومة والمنظمات	أدوار الحكومات
أوامر مباشرة	إطار مرن	الإطار التنظيمي	
خفض التضخم وحل مشكلة البطالة	التحول نحو اقتصاد المعرفة	نطاق تركيز السياسات	
سياسات مالية ونقدية	الاهتمام بالقوى العاملة وتدريبها، تشجيع البحث العلمي والتقني		

الجدول من إعداد الباحث بتصريف من المصادر التالية

Kauffman 2007, The 2007 state new Economy Index

حاتم (٢٠٠٥) الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية.

يتضح من الجدول السابق وجود فروق جوهرية بين الاقتصاد القائم على المعرفة والاقتصاد التقليدي، وفي ظل التحولات العالمية يصعب على المؤسسات التعليمية البقاء معتمدة على الاقتصاد التقليدي لأنه يفقدها القدرة على المنافسة، وإنما أصبح التحول نحو اقتصاد المعرفة ضرورة تفرضها كل مستجدات العصر التكنولوجي.

المحور الثالث : الدراسة الميدانية

استهدفت الدراسة في اطارها الميداني التعرف علي مدي امكانية إنشاء جامعة شركة مصرية، وذلك من خلال استطلاع آراء الخبراء من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتجارة والحاسبات والمعلومات، ويتضمن الاطار الميداني للدراسة بناء أداة الدراسة واختيار العينة، والاساليب الاحصائية المستخدمة وعرض النتائج وتفسيرها ويتضح ذلك فيما يلي أولاً : بناء أداة الدراسة

قام الباحث بإعداد استبانة لتحديد مستوي موافقة الخبراء علي جامعات الشركات كمدخل لتحسين مخرجات التعليم الجامعي في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة ، وتحديد موافقة الخبراء وتم اعداد الاستبانة بالخطوات الآتية

- أعد الباحث الاستبانة اعتماداً على الاطار النظري والدراسات السابقة.
- صياغة المحور : امكانية انشاء جامعات الشركات المصرية كمدخل لتحسين مخرجات العليم الجامعي المصري حيث بلغت عدد العبارات (٤٥) عبارة تضمنت خمسة أبعاد وهي (رؤية جامعات الشركات المصرية، أهداف جامعات الشركات المصرية، سياسات القبول بجامعات الشركات المصرية، المناهج والبرامج بجامعات الشركات المصرية، ادارة جامعات الشركات المصرية)
- صدق الاستبانة: تم التحقق من صدق الاستبانة من خلال صدق المحكمين ، حيث قام الباحث بعرض الاداة في صورتها الأولية علي مجموعة من اعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية بلغ عددهم ١٥ خبيراً للتعرف على آرائهم وملاحظاتهم.
- للتحقق من صدق المحتوى internal consistency validity تم حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد الذي تنتمي له باستخدام معامل ارتباط بيرسون person correlation وذلك يعد تطبيق الاستبانة على ٣٩ فرداً من أفراد مجتمع الدراسة

البعد الأول: (رؤية جامعات الشركات ورسالتها)

ويوضح الجدول رقم (٥) نتائج حساب معامل ارتباط بيرسون بين عبارات البعد الأول من الاستبانة وبين المجموع الكلي للبعد

معامل الارتباط	العبرة
** ٠,٩٥	١
** ٠,٩١	٢
** ٠,٨٤	٣
** ٠,٨٦	٤
** ٠,٩٥	٥
** ٠,٨٨	٦
** ٠,٩٢	٧
** ٠,٩٥	٨
** ٠,٩٥	٩

يتضح من الجدول رقم (٥) السابق أن جميع عبارات البعد الأول من الاستبانة الخاص برؤية جامعات الشركات المصرية ورسالتها ترتبط بالبعد الذي تنتمي له بمعامل ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) وهو ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي للبعد الأول من الاستبانة.

البعد الثاني: أهداف جامعات الشركات

ويوضح الجدول رقم (٦) نتائج حساب معامل ارتباط بيرسون بين عبارات البعد الأول من الاستبانة وبين المجموع الكلي للبعد

جدول رقم (٦)

معامل ارتباط بيرسون بين عبارات البعد الثاني من الاستبانة وبين المجموع الكلي له

العبارة	معامل الارتباط
١	** ٠,٩٢
٢	** ٠,٩٦
٣	** ٠,٩٧
٤	** ٠,٩٤
٥	** ٠,٩١
٦	** ٠,٩٥
٧	** ٠,٩٢
٨	** ٠,٨٦
٩	** ٠,٩٥

يتضح من الجدول رقم (٦) أن قيمة معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات البعد الثاني والمجموع الكلي له تراوحت بين ٠,٩٧ - ٠,٨٦ قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دالة (٠,٠١) وهو ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي للبعد الثاني من الاستبانة.

البعد الثالث: سياسات القبول بجامعة الشركات المصرية

جدول رقم (٧)

معامل ارتباط بيرسون بين عبارات البعد الثالث من الاستبانة وبين المجموع الكلي له

العبارة	معامل الارتباط
١	** ٠,٩١
٢	** ٠,٩٢
٣	** ٠,٩٦
٤	** ٠,٩٧
٥	** ٠,٩٠
٦	** ٠,٩٧
٧	** ٠,٩٥
٨	** ٠,٨٦
٩	** ٠,٩٤

يتضح من الجدول السابق رقم (٧) أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات البعد الثالث ترتبط بالبعد الذي تنتمي إليه بمعامل ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دالة (٠,٠١)

البعد: الرابع : المناهج والبرامج الأكاديمية بجامعة الشركات

جدول رقم (٨)

معامل الارتباط	العبرة
** ٠,٨٨	١
** ٠,٩١	٢
** ٠,٨٦	٣
** ٠,٩٥	٤
** ٠,٨٤	٥
** ٠,٩٢	٦
** ٠,٩٧	٧
** ٠,٩٤	٨
** ٠,٩٠	٩

البعد الخامس: ادارة جامعات الشركات

جدول رقم (٩)

معامل ارتباط بيرسون بين عبارات البعد الخامس وبين المجموع الكلي للبعد

معامل ارتباط بيرسون	العبرة
** ٠,٧٩	١
** ٠,٩٠	٢
** ٠,٨٨	٣
** ٠,٩٥	٤
** ٠,٨٦	٥
** ٠,٩٧	٦
** ٠,٨٥	٧
** ٠,٩٣	٨
** ٠,٩١	٩
** ٠,٩٦	١٠

يتضح من الجدول السابق (٩) أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات البعد الخامس ترتبط بالبعد الذي تنتمي إليه، وتراوح قيمة معامل الارتباط بين ٠,٧٩ - ٠,٩٧، وهم قيم دالة احصائياً بما يعني صدق هذا المحور وبالتالي تمتع الاستبانة عامة بالصدق.

جدول (١٠)
معامل ارتباط بيرسون بين اجمالي ابعاد الاستبانة

المحاور والأبعاد	رؤية جامعات الشركات المصرية ورسالتها	أهداف الجامعات المصرية	سياسات القبول بالجامعات المصرية	المناهج والبرامج بجامعات الشركات	إدارة جامعات الشركات	إجمالي البعد الأول	إجمالي البعد الثاني	إجمالي البعد الثالث	إجمالي البعد الرابع	إجمالي البعد الخامس	إجمالي الاستبانة
رؤية ورسالة الشركات	١	٠,٩٨	٠,٩٥**	٠,٩٩	٠,٨٧**	٠,٩٩	٠,٧٧**	٠,٧٥**	٠,٩٨**	٠,٩٠	٠,٩٢
أهداف جامعات الشركات		١	٠,٩٦	٠,٩٩	٠,٧٤	٠,٧٦	٠,٨٤	٠,٧٩	٠,٨١	٠,٧٨	٠,٩٤
سياسات القبول			١		٠,٨٤	٠,٧٨	٠,٦٤	٠,٨٨	٠,٨٢	٠,٧٥	٠,٩١
المناهج والبرامج				١	٠,٩٠	٠,٨٩	٠,٧٨	٠,٨٤	٠,٩٨	٠,٨٥	٠,٩٠
إدارة جامعات الشركات					١	٠,٨٨	٠,٩٥	٠,٩٠	٠,٩١	٠,٨٩	٠,٩٥
إجمالي البعد الأول						١	٠,٦٤	٠,٧٥	٠,٩٢	٠,٩٧	٠,٩٤
إجمالي البعد الثاني							١	٠,٩٨	٠,٨١	٠,٨٤	٠,٩٣
إجمالي البعد الثالث								١	٠,٩٣	٠,٨٩	٠,٩٥
إجمالي البعد الرابع									١	٠,٦٤	٠,٦٦
إجمالي البعد الخامس										١	٠,٩٢
إجمالي الاستبانة											١

(**) قيمة معامل الارتباط دالة عند ٠,٠١

ينضح من الجدول السابق رقم (١٠) أن قيمة معامل الارتباط بين إجمالي أبعاد الاستبانة تراوحت بين ٠,٩٥ - ٠,٦٤ وهي قيم مقبولة إحصائياً بما يعني صدق إجمالي أبعاد الاستبانة وارتباطها ببعض وبالتالي تتمتع الاستبانة عامة بالصدق في البناء.

- ثبات الاستبانة: للتحقق من ثبات الاستبانة Reliability استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ Alpha (Cornbach) (Johnson & Larry, 2013, 17). وذلك بعد تطبيق

الاستبانة على العينة المشار إليها ، يمكن أيضاً لحساب الثبات بأخذ الجذر التربيعي للثبات)
(Sarise et al.,204,275) كما هو موضح في الجدول (١١) كالاتي

جدول رقم (١١)
معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ

م	الابعاد	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ	درجة الصدق	مستوي الثبات والصدق
١	رؤية جامعات الشركات المصرية	٨	٠,٩٦	٠,٩٨١	مرتفع
٢	اهداف جامعات الشركات المصرية	٩	٠,٩٨	٠,٩٩٠	
٣	سياسات القبول بجامعات الشركات المصرية	٩	٠,٩٨	٠,٩٨٨	
٤	المناهج والبرامج الاكاديمية بجامعات الشركات المصرية	٩	٠,٩٨	٠,٩١٦	
٥	ادارة جامعات الشركات المصرية	١٠	٠,٩٥	٠,٩٧١	
	الاستبانة ككل	٤٥	٠,٩٦	٠,٩٨١	

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات لكل بُعد من أبعاد الاستبانة مرتفع حيث تراوحت فيما بين (٠,٨٤ - ٠,٩٨) ويدل ذلك على امكانية ثبات النتائج التي ستسفر عنها الدراسة الحالية ، بالتالي الثقة في نتائجها وسلامة البناء عليها، حيث إن معامل الثبات إذا تراوحت قيمته من (٠,٦٠ - ٠,٧٠) يكون مرتفعاً (ابو سمرة ، والطيطي ، ٢٠٢٠ ، ٧٠) .
ثانياً : عينة الدراسة

تم اختيار عينة عمدية غرضية تعبر عن المجتمع الأصلي لعينة الدراسة تتكون من ٣٩ خبيراً من خبراء المتخصصين من كليات التجارة والتربية والحاسبات والمعلومات والعلوم بالجامعات المصرية

جدول (١٢)
توزيع أفراد العينة حسب التخصص

م	الجامعة	الكلية	التخصص	العدد
١	عين شمس	كلية البنات للآداب والعلوم والتربية	أصول تربية	٥
٢	الازهر	التربية بالدقهلية	تكنولوجيا التعليم	٥
٣	العريش	التجارة	إدارة أعمال	٦
٤	العريش	حاسبات ومعلومات	نظم وتكنولوجيا المعلومات	٥
٥	العريش	العلوم	الحاسب الآلي	٦
٦	العريش	التربية	أصول التربية	٤
٧	الازهر	التربية بالدقهلية	الإدارة والتخطيط والدراسات والمقارنة	٦
٨	عين شمس	كلية التربية	أصول تربية	٢
	الإجمالي			٣٩

ويبين جدول (١٢) خصائص الدراسة حسب متغيري الدرجة العلمية والخبرة التدريسية.

جدول (١٣)

توزيع أفراد العينة حسب متغيري الدرجة العلمية والخبرة التدريسية في الجامعة

الدرجة العلمية	التكرار	النسب المئوية	الخبرة التدريسية في الجامعة	التكرار	النسب المئوية
استاذ	٦	١٥%	من سنة الي أقل من ٥ سنوات	١٥	٣٩%
استاذ مساعد	١٨	٤٧%	من ٥ سنوات الي أقل من ١٠ سنوات	١٨	٤٦%
مدرس	١٥	٣٨%	من ١٠ سنوات فأكثر	٦	١٥%
المجموع	٣٩	١٠٠%	المجموع	٣٩	١٠٠%

يتضح من الجدول (١٢) أن (١٨) من عينة الدراسة يمثلون ما نسبته ٤٧% من الاساتذة المساعدين وهم الفئة الأكبر من عينة الدراسة بما يشير الي حصول غالبية العينة علي درجات علمية بعد الدكتوراه ، بالتالي امتلاكهم لمهارات وقدرات عالية ، في حين أن (٦) من عينة الدراسة يمثلون ما نسبته ١٥% من الاساتذة وهم الفئة الأقل عدداً في عينة الدراسة ، ويتضح أيضاً من الجدول السابق أن (١٨) من عينة الدراسة يمثلون ٤٦% من

ذوي الخبرة من خمس سنوات الي أقل من عشر سنوات ، وهم الفئة الكبرى في عينة الدراسة ، في حين أن (٦) من عينة الدراسة يمثلون ما نسبته ١٥% من ذوي الخبرة من ١٠ سنوات فأكثر وهم الفئة الأقل عدداً في عينة الدراسة .

ثالثاً: الأساليب الاحصائية المستخدمة

تم استخدام الأساليب الاحصائية التي تناسب طبيعة الدراسة الحالية للتعرف على خصائص عينة الدراسة وحساب صدق وثبات الأداة، وذلك علي النحو التالي
-معامل ألفا كرونباخ: استخدمه البحث لقياس الثبات الكلي للاستبانة .

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson) بالحساب صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة .
- المتوسط الحسابي: لمعرفة مدي ارتفاع أو انخفاض آراء العينة علي كل عبارة من عبارات أداة الدراسة الي جانب الأبعاد والمحاور الرئيسية، وكذلك لترتيب العبارات من حيث درجة الاستجابة حسب أعلى متوسط حسابي، ومن ثم تحديد مستوى الموافقة علي عبارات وأبعاد ومحاور الاداة.

- الانحراف المعياري (Standard Deviation) وذلك للتعرف على مدى انحراف آراء العينة لكل عبارة من عبارات أداة الدراسة ، ولكل بُعد ومحور من الأبعاد والمحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، حيث يوضح الانحراف المعياري التشتت في آراء أفراد العينة.

- تم تحليل النتائج باستخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف باسم (Statistical Package of Social Sciences (SPSS الاصدار العشرون لام ٢٠١٣ م.

رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

تناولت الدراسة بداية في هذا المحور أجمالي استجابات أفراد عينة الدراسة من الخبراء التربويين بكليات لتربية والتجارة والحاسبات والمعلومات علي محاور استبانة جامعات الشركات كمدخل لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة. والتعرف علي آراءهم حول مدي امكانية انشاء جامعة شركة مصرية لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري، وقد تم التوصل الي النتائج التالية .

١- النتائج الاجمالية الخاصة بمستوى موافقة الخبراء علي انشاء جامعة شركة مصرية

جدول (١٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب ودرجة الموافقة لاستجابات أفراد العينة حول خمسة أبعاد الاستبانة ككل

م	الابعاد	عدد العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
١	رؤية ورسالة جامعة الشركات المصرية	٨	٢,٧٧	٠,٣٥٠	٢	كبيرة
٢	أهداف جامعات الشركات المصرية	٩	٢,٧٨	٠,٣٦٨	١	كبيرة
٣	سياسات القبول بجامعات الشركات المصرية	٩	٢,٥٧	٠,٣٢٢	٥	كبيرة
٤	المناهج والبرامج الاكاديمية بجامعات الشركات المصرية	٩	٢,٦٩	٠,٤٥٥	٣	كبيرة
٥	ادارة جامعات الشركات المصرية	١٠	٢,٦٤	٠,٤٠١	٤	كبيرة
	الاستبانة ككل	٤٥	٢,٦٩	٠,٣٤٤		كبيرة

يتبين من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقون بدرجة كبيرة علي انشاء جامعة شركات مصرية لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري ، وذلك لحاجة سوق العمل الي تطوير وتحسين مهارات خريجي الجامعات المصري، واكسابهم كل ما هو جديد لتلبية احتياجات سوق العمل، وضرورة السعي الي انشاء جامعات الشركات باعتبارها أحد أنماط التعليم الجامعي المعاصر التي تنقل الخدمة التعليمية من الأوساط التعليمية التقليدية الي قطاع العمل والانتاج، للربط بين ما يتم تدريسه داخل الجامعة مع احتياجات سوق العمل .

وبالنظر الي كل بُعد من الابعاد علي حده، يُلاحظ أن عينة الدراسة تري ان البعد الثاني الخاص بأهداف جامعات الشركات المصرية جاء في المرتبة الاولى بدرجة موافقة كبيرة للعينة ومتوسط بلغ مقداره (٢,٧٨) فينبغي علي جامعات الشركات أن تمتلك أهدافاً واضحة واستباقية واستشرافية لتحقيق التنمية المستدامة ، والريادة والتميز للشركة الأم،

- بينما جاءت رؤية جامعات الشركات ورسالتها في المرتبة الثانية بدرجة موافقة كبيرة للعينة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٧٧) بحيث تعبر الرؤية عن الاحتياجات الفعلية من الكوادر البشرية وأن تكون مرتبطة باستراتيجية مخرجاتها التعليمية واعدادهم بمواصفات تتناسب مع احتياجات سوق العمل.

-بينما جاءت المناهج والبرامج الاكاديمية بجامعات الشركات المصرية في الترتيب الثالث بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٩) ويرجع ذلك الي وعي أفراد العينة بأن تلك البرامج تهتم بالمرونة والتنوع والتطوير لإعداد قوي عاملة ومدربه ومؤهلة قادرة علي التعامل مع التغييرات المستحدثة علي سوق العمل.

- وجاءت في المرتبة الرابعة إدارة جامعات الشركات المصرية بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٩) وبدرجة موافقة كبيرة للعينه، لذا يجب الحرص علي اتباع أساليب إدارية متطورة تتيح الفرصة لمعظم العاملين بالجامعة للمشاركة في ادارتها وتيسير شئونها، والقدرة علي الوقوف علي المشكلات التي تُعاني منها الجامعة، ومحاولة علاجها.

البعد الأول : استجابات أفراد العينة حول رؤية جامعات الشركات المصرية ورسالتها
جدول (١٥)

م	العبرة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك				
١	تعكس الخصائص المميزة للجامعة ومدى واقعيتها	١٧	%٤٤	١٧	%٤٤	٥	١٣	٢,٣١	٠,٦٩	٧	ضعيفة
٢	تكون واضحة ومعلنة لطلاب الجامعة والعمليين بها	٢٥	%٦٤	١٢	%٣١	٢	%٥	٢,٥٩	٠,٥٩	٦	كبيرة
٣	تهتم بإعداد الكوادر البشرية المؤهلة لمواكبة مستجدات سوق العمل	١٠	%٢٦	١٤	%٣٦	١٥	٣٨	١,٨٧	٠,٨٠	٨	متوسطة
٤	تعد باحثين قادرين على تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمع	٢٩	%٧٤	٩	%٢٣	١	%٣	٢,٧٢	٠,٥١	٢	كبيرة
٥	ترتبط مخرجات الجامعة بمجال عمل الشركات واستراتيجياتها	٢٦	%٦٧	١٢	%٣١	١	%٣	٢,٦٤	٠,٥٤	٤	كبيرة
٦	تراجع بشكل دوري لمواكبة احتياجات سوق العمل المتغيرة	٣٠	%٧٧	٨	%٢١	١	%٣	٢,٧٤	٠,٥	١	كبيرة
٧	تحقق التميز والريادة للجامعة والشركة الأم علي المستوى المحلي والاقليمي العالمي	٢٨	%٧٢	٩	%٢٣	٢	%٥	٢,٦٧	٠,٥٨	٣	كبيرة
٨	يتم تبنيها من قبل المجالس المختلفة بالجامعة	٢٥	%٦٤	١٣	%٣٣	١	%٣	٢,٦٢	٠,٥٤	٥	كبيرة

- جاءت العبارة رقم (٦) الخاصة ب" تراجع بشكل دوري لمواكبة احتياجات سوق العمل المتغيرة " في المرتبة الاولى بمتوسط بلغ مقداره (٢,٧٤) وذلك بأن مراجعة الرؤية والرسالة

لجامعات الشركات بصفة مستمرة لملاحقة التغيرات السريعة والطارئة علي سوق العمل ومواكبة ذلك.

- وجاءت الاستجابة علي العبارة رقم (٤) الخاصة " تُعد باحثين قادرين علي تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمع" في المرتبة الثانية بمتوسط بلغ مقداره (٢,٧٢) وذلك للنهوض بالمجتمع اقتصادياً ، ومن ثم تحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري ومواجهة ظاهرة البطالة بين الخريجين.

- أما العبارة رقم (٧) الخاصة ب" تحقيق الريادة للجامعة الأم علي المستوي المحلي والإقليمي والعالمي" فقد جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٧) لأن الغرض من انشاء تلك الجامعات هو تحقيق الميزة التنافسية، وأيضاً تحقيق الريادة والتميز علي المستويات الدولية والاقليمية والدولية.

- جاءت العبارة رقم (٥) الخاصة ب" ترتبط مخرجات الجامعة بمجال عمل الشركات واستراتيجياتها" في الترتيب الرابع بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٤) وذلك لتزويد طلابها بالمهارات والخبرات اللازمة لإيجاد فرص عمل ومواجهة التحديات الحالية والمستقبلية وتوفير كوادر بشرية تسهم في تخفيض معدلات البطالة.

- أما العبارة رقم (٨) الخاصة ب" يتم تبنيها من قبل المجالس المختلفة بالجامعة" في المرتبة الخامسة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) وبدرجة موافقة كبيرة ، ويرجع ذلك الي أهمية المشاركة من قبل المجالس الجامعية وما تضمنه من خبراء تربويين وأكاديميين، ووضع الملاحح التي تميز رسالة ورؤية جامعات الشركات عن غيرها من الجامعات التقليدية حتى يكتب لها النجاح.

- جاءت العبارة رقم (٢) والخاصة ب" تكون واضحة ومعلنة لطلاب الجامعة والعاملين بها " في الترتيب السادس وبمتوسط بلغ مقداره (٢,٥٩) وبدرجة موافقه كبيرة من قبل أفراد العينة، بحيث تكون الرؤية والرسالة واضحة وشاملة ومتكاملة تعكس فلسفة جامعات الشركات المصرية ، والمسار المستقبلي التي تسعى للوصول اليه.

- أما العبارة رقم (١) والخاصة ب" تعكس الخصائص المميزة للجامعة ومدى واقعيته" في المرتبة السابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٣١) بحيث تميز الخصائص التي تتمتع بها

جامعات الشركات المصرية بالواقعية والمشكلات التي تواجه الخريجين عند دخولهم لسوق العمل ، ومحاولة التغلب على هذه المشكلات من خل إعداد الكوادر اللازمة لذلك.

جاءت العبارة رقم (٣) الخاصة ب" تهتم بإعداد الكوادر البشرية المؤهلة لمواكبة مستجدات سوق العمل" في المرتبة الثامنة بمتوسط بلغ مقداره (١,٨٧) بحيث تعبر الرؤية والرسالة عن الاحتياجات الفعلية من الكوادر البشرية عند صياغتها، لتوفير كوادر بشرية مؤهلة للدخول الي سوق العمل والتعامل مع المستجدات الطارئة عليه.

البعد الثاني: استجابات أفراد العينة حول أهداف جامعات الشركات

جدول (١٦)

م م	العبارة	كبير		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك				
١	تعزيز البعد المهارى المقترن بالثورة الصناعية الرابعة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي	%	ك	%	ك	%	ك	٢,٦٢	٠,٥٤	٤	كبيرة
		%٦٤	٢٥	%٣٣	١٣	%٣	١				
٢	تسهم في تنمية المجتمع المصري اقتصادياً وتقنياً ومعرفياً	%٦٩	٢٧	%٢٦	١٠	%٥	٢	٢,٦٣	٠,٥٨	٣	كبيرة
٣	تحقق التنمية المستدامة لطلاب الجامعات وجميع العاملين بها	%٦٧	٢٦	%٣١	١٢	%٣	١	٢,٦٤	٠,٥٤	٢	كبيرة
٤	تتضمن اتاحة فرص عمل أفضل للخريجين لمواجهة ظاهرة البطالة	%٧٢	٢٨	%٢٦	١٠	%٣	١	٢,٦٩	٠,٥٢	١	كبيرة
٥	تدعم الكفايات التعلم المستمر لمواجهة ظاهرة البطالة المتعلمة	%٦٩	٢٧	%٢١	٨	%	٤	٢,٥٩	٠,٦٨	٦	كبيرة
٦	تُعِيد تأهيل لعاطلين وفقاً لمتطلبات سوق العمل	%٦٧	٢٦	%٢٨	١١	%٥	٢	٢,٦٢	٠,٥٩	٥	كبيرة
٧	تتضمن اعداد أفراد لديهم والقدرة على الإبداع والابتكار	%٥٤	٢١	%٣٨	١٥	%٨	٣	٢,٤٦	٠,٦٤	٩	كبيرة
٨	تعليمية وتدرسية وبحثية وفق احتياجات سوق العمل	%٥١	٢٠	%٤٦	١٨	%٣	١	٢,٤٩	٠,٥٦	٨	كبيرة
٩	تناسب تطلعات الشركات الاقتصادية نحو تعزيز قدرتها التنافسية	%٥٩	٢٣	%٣٣	١٣	%٨	٣	٢,٥١	٠,٦٤	٧	كبيرة

يتضح من الجدول السابق بأن هناك نسبة موافقة كبيرة بين أفراد العينة حول أهداف جامعات الشركات المصرية وبتحليل الجدول (١٥) والخاصة ب" يتبين الآتي

- جاءت العبارة رقم (٤) والخاصة ب" تتضمن إتاحة فرص عمل أفضل للخريجين في مواجهة ظاهرة البطالة" في الترتيب الاول ، وبدرجة موافقة كبيرة من العينة وبمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٩

مما يُشير بأن هناك قصوراً في دور الجامعات التقليدية المصرية لتلبية متطلبات احتياجات سوق العمل ، وأن هناك زيادة كبيرة في عرض خريجي الجامعات لا يقابلها طلب علي هذه الفئة العاملة، وبذلك تزايدت أعداد البطالة بصورة كبيرة من خريجي الجامعات المصرية

-أما العبارة رقم (٣) الخاصة ب" تحقق التنمية المستدامة لطلاب الجامعات وجميع العاملين بها" في المرتبة الثانية بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٤) وهذا ما يؤكد على استراتيجية التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، والتي أكدت علي تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية استراتيجية للتعليم العالي وهم ١-تحسين جودة النظام التعليمي بما يتوافق مع النظم العالمية ٢-إتاحة التعليم للجميع دون تمييز، ٣-تحسين تنافسية نظم ومخرجات التعليم.

- جاءت العبارة رقم (٢) والخاصة ب" تسهم في تنمية المجتمع المصري اقتصادياً وتقنياً ومعرفياً في المرتبة الثالثة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٣) لأن تخريج كوادر ذات مهارات تنافسية عالية وإعداد باحثين متميزين ، وإنشاء بيئة أكاديمية وتطبيقية تتفاعل مع مستجدات العصر وتلبي حاجات المجتمع وطموحاته.

-أما العبارة رقم (١) الخاصة ب" تعزيز البعد المهارى المقترن بالثورة الصناعية الرابعة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي" جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) وهذا يؤكد دور الذكاء الاصطناعي وما يمتلكه من إمكانات مذهلة وطرق أسرع وأذكى، وقدرات أكثر كفاءة ، هنا تظهر الحاجة الى استثمار هذه الامكانيات والقدرات في العملية التعليمية لتسهيل تعليم الطلاب.

- جاءت العبارة رقم (٦) الخاصة ب" تُعيد تأهيل العاملين وفقاً لمتطلبات سوق العمل" في المرتبة الخامسة ، بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) وذلك لأن نسبة المخرجات من الجامعات الحكومية بسبب ارتفاع الهدر من ناحية ، وتدني مستوى الكفايات والمهارات لدي

الخريجين ، وعدم ملائمتها لمتطلبات سوق العمل من ناحية أخرى وذلك بسبب الاهتمام بالكم دون الكيف .

- أما العبارة رقم (٥) الخاصة ب" تدعيم كفايات التعليم المستمر لمواجهة ظاهرة البطالة المتعلمة" جاءت في الترتيب السادس بمتوسط بلغ مقداره (٢,٥٩) لأن دلالات واقع الجامعات المصرية التقليدية يَشير الى ،أنها لا تزال تُعاني العديد من الصعوبات والمعوقات مما يقلل جودة أداء خريجي تلك الجامعات ، ومن ثم عجزهم عن الالتحاق ملائمه، لذا أصبحت الجامعات في حاجة ملحة لتمكين أعضائها وخريجياتها من قدرات ومهارات الحصول علي المعرفة والتعليم المستمر ، وليس مجرد تحصيل المعرفة.

- جاءت العبارة رقم (٩) الخاصة ب" تناسب تطلعات الشركات الاقتصادية نحو تعزيز قدرتها التنافسية" في المرتبة السابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٥١) ففي ظل التحولات المعاصرة أصبحت التنافسية بين الجامعات أكثر مما كانت عليه، لأن الميزة التنافسية لا تكمن فيما تمتلكه الجامعات المصرية من عقول بشرية فحسب، بل أصبحت المعرفة هي المصدر الأساسي للميزة التنافسية باعتبارها ممثلاً حقيقياً لقدرة هذه المؤسسات علي المنافسة وتحقيق النجاح في مجتمع المعرفة.

- أما العبارة رقم (٨) الخاصة ب" تعليمية وتدريبية وبحثية وفق احتياجات سوق العمل" فقد جاءت في الترتيب الثامن بمتوسط بلغ مقداره (٢,٤٩) ويمثل هذا النهج لجامعات الشركات كنموذج تقدمي للتعليم المستمر والتنمية المستدامة، القادرة علي تحقيق احتياجات سوق العمل والتدريب والتغلب على مشكلات بيئات التعليم والتعلم ، العمل علي مواجهة تحدياتها.

- وجاءت العبارة رقم (٧) في الترتيب التاسع الخاصة ب" تتضمن إعداد افراد لديهم القدرة على الابداع والابتكار " بمتوسط بلغ مقداره (٢,٤٦) فقد تأثرت بيئات العمل في قطاعات العمل والانتاج بالمستجدات التكنولوجية التي استدعت ضرورة تمكين العاملين وتنمية قدراتهم بما يؤهلهم للتعامل السريع مع تلك المستجدات والتحولات.

البعد الثالث: استجابات أفراد العينة حول سياسات القبول بجامعات الشركات المصرية
جدول (١٧)

م	العبرة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك				
١	انشاء مكتب لتنسيق القبول بهذه الجامعات به لجنة مستقلة لتنظيم وإدارة عملية القبول	٢١	%٥٤	١٦	%٤١	٢	%٥	٢,٤٩	٠,٦٠	٤	كبيرة
٢	تعتمد علي اساليب مبتكرة لاستقطاب الطلاب الموهوبين والمبدعين	٢١	%٥٤	١٧	%٤٤	١	%٣	٢,٥١	٠,٥٦	٣	كبيرة
٣	يخضع أعداد المقبولين بهذه الجامعات للتخطيط المركزي من قبل وزارة التعليم العالي	١٧	%٤٤	١٥	%٣٨	٧	%١٨	٢,٢٦	٠,٧٥	٦	متوسطة
٤	تراعي قبول الطلاب بالتخصصات المختلفة احتياجات ومتطلبات سوق العمل في كل تخصص	٢٥	%٦٤	١٣	%٣٣	١	%٣	٢,٦٢	٠,٥٤	١	كبيرة
٥	توزيع الطلاب على التخصصات المختلفة بالجامعة بناءً على اختيارات تُعقد لهم	٢٥	%٦٤	١٢	%٣١	٢	%٥	٢,٥٩	٠,٦٨	٢	كبيرة
٦	تتسم بالتنوع والشمولية لجميع الفئات المختلفة	٢٠	%٥١	١٦	%٤١	٣	%٨	٢,٤٤	٠,٦٤	٥	كبيرة
٧	تعقد دورات تدريبية تاهليه للالتحاق بهذه الجامعات	٢١	%٥٤	١٥	%٣٨	٣	%٨	٢,٢٠	٠,٦٤	٩	كبيرة
٨	تعتمد علي معايير ثابتة لاختيار الطلاب من خريجي الثانوية العامة	٢٠	%٥١	١٦	%٤١	٣	%٨	٢,٢٤	٠,٦٤	٧	كبيرة
٩	لا يتم التقيد في قبول الطلاب بهذه الجامعات بسنة الحصول علي شهادة الثانوية العامة	٢	%٥١	١٨	%٤٦	١	%٣	٢,٢٢	٠,٥٦	٨	كبيرة

يتضح من الجدول السابق ما يلي

- جاءت العبارة رقم (٤) الخاصة ب"تراعي قبول الطلاب بالتخصصات المختلفة احتياجات ومتطلبات سوق العمل في كل تخصص" في المرتبة الاولى بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) لأن أشد ما تعانيه الجامعات المصرية قلة التخصصات الجديدة التي يحتاجها سوق العمل، واستغراق الكثير منها في التأهيل النظري البعيد كلياً عن طبيعة بيئات العمل والانتاج ومواكبة مستجداتها وممارساتها التقدمية .
- أما العبارة رقم (٥) والخاصة ب"توزيع الطلاب على التخصصات المختلفة بالجامعة بناءً علي اختبارات تُعقد لهم " فقد جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط بلغ مقداره(٢,٥٩) وذلك لتزويد المنظمات بالقوى العاملة المؤهلة معرفياً وادارياً وأدائياً لتوجيه مسارات التنمية المستدامة في جميع المجالات كالاقتصاد وادارة الاعمال والتربية لغدريتها على تعزيز عمليات التعليم المستمر بما يواكب متطلبات سوق العمل.
- جاءت العبارة رقم (٢) الخاصة ب" تعتمد على أساليب مبتكرة لاستقطاب الطلاب الموهوبين والمبدعين " في المرتبة الثالثة بمتوسط بلغ مقداره(٢.٥١) وذلك من خلال ابرام التحالفات والشراكات مع مؤسسات العمل والانتاج، والتعاون في برامج التدريب أو اقتراح اجراءات البحث والتطوير والابتكار المستند الي المعرفة التكنولوجية.
- أما العبارة رقم (١) الخاصة ب" انشاء مكتب لتنسيق القبول بهذه الجامعات به لجنة مستقلة لتنظيم وادارة عملية القبول" جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٤٩) بحيث تفر الحد الأدنى للقبول بتلك الجامعات، وتتخذ الاجراءات اللازمة عند مخالفة أي جامعة الحد الأدنى للقبول الذي تقره للجهات الرسمية.
- جاءت العبارة رقم (٦) الخاصة ب" تتسم بالتنوع والشمولية لجميع الفئات المختلفة " فقد جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط بلغ مقداره (٢,٤٤) وذلك لتوفير تعليم بديل مؤهل للعاملين مع محاولة الاستفادة من الخبرات الاكاديمية في مجال التخصص، وذلك في ظل المشكلات والصعوبات التي تعصف بخطط الجامعات واستراتيجيتها التنفيذية.
- أما العبارة رقم (٣) الخاصة ب" يخضع أعداد المقبولين بهذه الجامعات للتخطيط المركزي من قبل وزارة التعليم العالي" في المرتبة السادسة بمتوسط بلغ مقداره(٢,٢٦) لأن جامعات الشركات تركز على تطوير رأس المال البشري والاحتفاظ بالموظفين ، وتقليل

اثر السلبية لديهم ، وادخال قوى عاملة جديدة، ومواءمة الكفاءات في جميع أنحاء الشركة لإيجاد مزايا تنافسية للشركة.

- جاءت العبارة رقم (٨) الخاصة ب" تعتمد علي معايير ثابتة لاختيار الطلاب من خريجي الثانوية العامة" فقد جاءت في المرتبة السابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٢٤) فيجب وضع معايير يتم علي اساسها اختيار الطلاب بعد حصولهم على شهادة الثانوية العامة ، واختبارات قدرات تؤهل كل طالب للالتحاق بهذه الجامعات .

- أما العبارة رقم (٩) الخاصة ب" لا يتم التقيد في قبول الطلاب بهذه الجامعات بسنة الحصول على شهادة الثانوية العامة" فقد جاءت في الترتيب الثامن بمتوسط بلغ مقداره (٢,٢٢) لأنها تهدف الي اكساب الطلاب خبرات العمل المهني والميداني ، والتعرف على المهن من خلال التدريب المهني وتزويد الشركات بالكوادر البشرية والقوي العاملة المؤهلة تأهيلاً تطبيقياً في مجال التخصص دون التقيد بسنة معينة.

- وجاءت العبارة رقم (٧) الخاصة ب" تعقد دورات تدريبية وتأهليه للالتحاق بهذه الجامعات في المرتبة التاسعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٢٠) وذلك من خلال التوسع في الشراكة مع الجامعات التقليدية لتشمل استقدام البرامج التدريسية والتدريبية وأعضاء هيئة التدريس وإدخال التكنولوجيا الحديثة في التعلم، وبالتالي توفير عمالة مؤهلة ومبدعة ومبتكرة قادرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة من أجا استخدام المعرفة ومشاركتها.

البعد الرابع : استجابات أفراد العينة حول المناهج والبرامج الأكاديمية
جدول (١٨)

م	العبارة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك				
١	تتماشى مع احتياجات سوق العمل المتغيرة	٢٥	%٦٤	١٣	%٣٣	١	%٣	٢,٦٢	٠,٥٤	٥	كبيرة
٢	استحداث تخصصات جديدة وفقاً لاحتياجات سوق العمل	٢٦	%٦٧	١٢	%٣١	١	%٣	٢,٦٤	٠,٥٤	٤	كبيرة
٣	تعتمد على التكنولوجيا المتطورة في التعليم	٢٩	%٧٤	٩	%٢٣	١	%٣	٢,٧٢	٠,٥١	٢	كبيرة
٤	تشتمل على مقررات نظرية وعلمية مع زيادة الاهتمام بالجانب العلمي	٢٨	%٧٢	٩	%٢٣	٢	%٥	٢,٦٧	٠,٥٨	٣	كبيرة
٥	تعتمد على أحدث طرق التقويم المستمر للمناهج والبرامج	١٠	%٢٦	١٤	%٣٦	١٥	%٣٨	١,٨٧	٠,٨٠	٨	متوسطة
٦	تتضمن أبعاد تخدم مجال عمل الشركات	٢٥	%٦٤	١٢	%٣١	٢	%٥	٢,٥٩	٠,٥٩	٦	كبيرة
٧	اجراء البحوث التطبيقية التي يحتاج إليها سوق العمل	١٧	%٤٤	١٧	%٤٤	٥	%١٣	٢,٣١	٠,٦٩	٧	كبيرة
٨	تهتم بالأنشطة المختلفة لإعداد الطالب بدنياً وثقافياً	٢٧	%٦٩	١	%٢٦	٢	%٥	١,٦٤	٠,٥٨	٩	كبيرة
٩	التدريب الميداني في الشركات والمصانع التابعة لهذه الجامعات	٣٠	%٧٧	٨	%٢١	١	%٣	٢,٧٤	٠,٥٠	١	كبيرة

يتضح من الجدول السابق ما يلي

- جاءت العبارة رقم (٩) الخاصة بالتدريب الميداني في الشركات والمصانع التابعة لهذه الجامعات في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ مقداره (٢,٧٤) عندما بدأت الشركات والمؤسسات الانتاجية في البحث عن حلول، فبدأت بإنشاء مؤسسات خاصة بها لإعداد وتدريب قوى عاملة للسعي من توجه الجامعات من أماكن إنتاجية وخدمية إلى أماكن قائمة على التعلم والمعرفة.

- أما العبارة رقم ٣ والخاصة بـ الاعتماد على التكنولوجيا المتطورة في التعليم، فقد جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط بلغ مقداره (٢,٧٢) وذلك لتعظيم الاستفادة من التطبيقات الرقمية الحديثة القائمة على الشبكات وتكنولوجيا الواقع الافتراضي للحصول على خبرات تعليمية أكثر بقاءً وأثراً في نفوس المتعلمين.
- جاءت العبارة رقم (٤) الخاصة بـ تشتمل على مقررات نظرية وعلمية مع زيادة الاهتمام بالجانب العلمي في الترتيب الثالث بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٧) وذلك من خلال تحقيق التعليم والتدريب من خلال قاعات تشتمل وسائط تكنولوجية متقدمة، مع مراعاة تنويع برامج التعلم الإلكتروني وتجويد محتواها في ضوء الخصائص الفكرية للمتعلمين.
- أما العبارة رقم (٢) الخاصة بـ "استحداث تخصصات جديدة وفقاً لاحتياجات سوق العمل" فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٧٢)، وذلك من خلال الاطلاع على نتائج الأبحاث الجديدة والحديثة في بنية المناهج والمقررات التعليمية وتأكيد تواصلهم الدائم مع كل ما هو جديد في تخصصاتهم العلمية .
- جاءت العبارة رقم (١) الخاصة بـ "تتماشى مع احتياجات سوق العمل المتغيرة" في المرتبة الخامسة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) وذلك من خلال تمكين الطلاب من مهارات وأساليب تعليمية جديدة، وقواعد البيانات في تخصصاتهم والتخصصات الأخرى بما يدعم قدرتهم على التعليم المستمر
- أما العبارة رقم (٦) الخاصة بـ "تتضمن أبعاد تخدم مجال عمل الشركات" فقد جاءت في الترتيب السادس بمتوسط بلغ مقداره (٢,٥٩) وذلك للمساهمة في تطوير رأس المال المعرفي للشركة من خلال انتاج المعرفة وتطبيقها وتطويرها، وذلك بالقيام بالدراسات والأبحاث العلمية التطبيقية في مجال عمل الشركة.
- جاءت العبارة رقم (٧) الخاصة بـ "إجراء البحوث التطبيقية التي يحتاجها سوق العمل" في المرتبة السابعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٣١) لأن اقتناع الشركات بأهمية التعليم والتدريب والبحث العلمي التطبيقي في حياة الشركة، ودورها في تحويل الشركة إلى منظمة تعلم، ونتاج المعرفة بدلاً من استيرادها، ومن ثم مواكبة احتياجات سوق العمل والاقتصاد القائم على المعرفة.

- أما العبارة رقم (٥) الخاصة بـ "تعتمد على أحدث طرق التقويم المستمر للمناهج والبرامج الدراسية" فقد جاءت في المرتبة الثامنة بمتوسط بلغ مقداره (١,٨٧) فالحرص على التقويم المستمر للمناهج وأداء الجامعة، وتوفير الآليات المناسبة لذلك يؤكد على جودة خدماتها في سياق الشركة والمجتمع.
- جاءت العبارة رقم (٨) الخاصة بـ "تهتم بالأنشطة المختلفة لإعداد الطالب بديناً وثقافياً" في المرتبة التاسعة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٤) وذلك من خلال تمكين الطلاب من مهارات وأساليب تعليمية جديدة، مثل التعلم التعاوني، والتعلم الفردي، والتعلم الجماعي التفاعلي، وتنمية روح المواصلة ومهارات حل المشكلات وغيرها.

البعد الخامس : استجابات أفراد العينة حول ادارة جامعات الشركات
جدول (١٩)

م	العبارة	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب ب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك				
١	تتصف بهيكل تنظيمي واضح ومرن في خطوط السلطة والمسئولية المقترنة بها	٥٤%	٢١	٣٨%	١٥	٨%	٣	٢,٤٦	٠,٦٤	٩	كبيرة
٢	يتم اختيار القيادات الجامعية على أسس عالية من الكفاءة في المجالات العلمية	٦٩%	٢٧	٢٦%	١٠	٥%	٢	٢,٦٦	٠,٥٨	٣	كبيرة
٣	تزيد من قنوات الاتصال بين الجامعة وكافة المؤسسات الانتاجية والمنظمات المجتمعية	٦٤%	٢٥	٣٣%	١٣	٣%	١	٢,٦٢	٠,٥٤	٤	كبيرة
٤	تمتلك القدرة علي توجيه الطاقات والامكانيات الفكرية والمادية المتاحة لتلبية احتياجات سوق العمل المتغيرة	٧٢%	٢٨	٢٦%	١٠	٣%	١	٢,٦٩	٠,٥٢	١	كبيرة
٥	تستعين برجال الاعمال البارزين كأعضاء في مجلس الجامعة ومجالس كليتها	٥٩%	٢٣	٣٣%	١٣	٨%	٣	٢,٥١	٠,٦٤	٧	متوسطة
٦	تتبنى النمط اللامركزي في ادارة شئون الجامعة	٥١%	٢٠	٤٦%	١٨	٣%	١	٢,٤٩	٠,٥٦	٨	كبيرة
٧	لا تسمح باشتراك افراد أو هيئات من دول اجنبية في ادارة الجامعة	٦٩%	٢٧	٢١%	٨	١%	٤	٢,٥٩	٠,٦٨	٦	كبيرة
٨	اتباع أساليب ادارية متطورة تتيح الفرصة للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات الادارية	٦٧%	٢٦	٣١%	١٢	٣%	١	٢,٦٤	٠,٥٤	٢	كبيرة
٩	وضع الضوابط والقوانين التي تنظم سلوك الطلاب داخل الجامعة	٥٦%	٢٢	٤١%	٦	٣%	١	٢,٤٦	٠,٦٤	٩ مكرر	كبيرة
١٠	يتناسب التنظيم الاداري مع المعايير المحددة التي تتفق مع رؤية ورسالة وأهداف الجامعة	٦٧%	٢٦	٢٨%	١١	٥%	٢	٢,٦٢	٠,٥٩	٥	كبيرة

يتضح من الجدول السابق ما يلي

- جاءت العبارة رقم (٤) الخاصة بـ"تمتلك القدرة على توجيه الطاقات والإمكانيات الفكرية والمادية المتاحة لتلبية احتياجات سوق العمل المتغيرة " في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٩) وذلك من خلال التعرف على مدى ملاءمة مخرجات التعليم الجامعي لاحتياجات سوق العمل من خلال تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التقويم وقياس نواتج التعلم وإدارة اختيارات الطلاب ،خاصة في ظل المزايا التي تُتيحها التكنولوجيا الرقمية .

- أما العبارة رقم (٨) الخاصة بـ"اتباع أساليب إدارية متطورة تتيح الفرصة للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات الإدارية" فقد جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٤) وذلك للحصول على أقصى استفادة من الاستثمار في التعليم وتغيير النظرة إلى التعليم والتدريب من كونه عبئاً مكلفاً إلى اعتبار استثمار ذي عوائد عالية .

- جاءت العبارة رقم (٢) الخاصة بـ"يتم اختيار القيادات الجامعية على أسس عالية من الكفاءة في المجالات العلمية" فقد جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٤) لذا يتطلب على الجامعة أن يكون لها دور القيادة والريادة في الأخذ بعمليات التطوير والتحديث والاستجابة لمقتضيات مجتمع المعرفة مما يؤكد على أهمية اختيار القيادات الجامعية تتمتع بكفاءات ومهارات عالية .

- أما العبارة رقم (٣) الخاصة بـ"تزيد من قنوات الاتصال بين الجامعة وكافة المؤسسات الإنتاجية والمنظمات المجتمعية" فقد جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) فتحقيق الشراكة البحثية مع الجامعة والمؤسسات الأخرى تعمل على استحداث الجامعات لبرامج تعليمية جديدة تلبي احتياجات سوق العمل وطموحاته في ضوء مجموعة من المواصفات لخريجيه

- أما العبارة رقم (١٠) الخاصة بـ"يتناسب التنظيم الإداري مع المعايير المحددة التي تتفق مع رؤية ورسالة وأهداف الجامعة فقد جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٦٢) لضمان الاتساق وعدم الاختلاف في سياق جامعات الشركات ويكون أكثر ارتباطاً بواقع العمل ومتطلباته ، وإتاحة الفرصة لتحقيق الأهداف المطلوبة في الوقت المناسب .

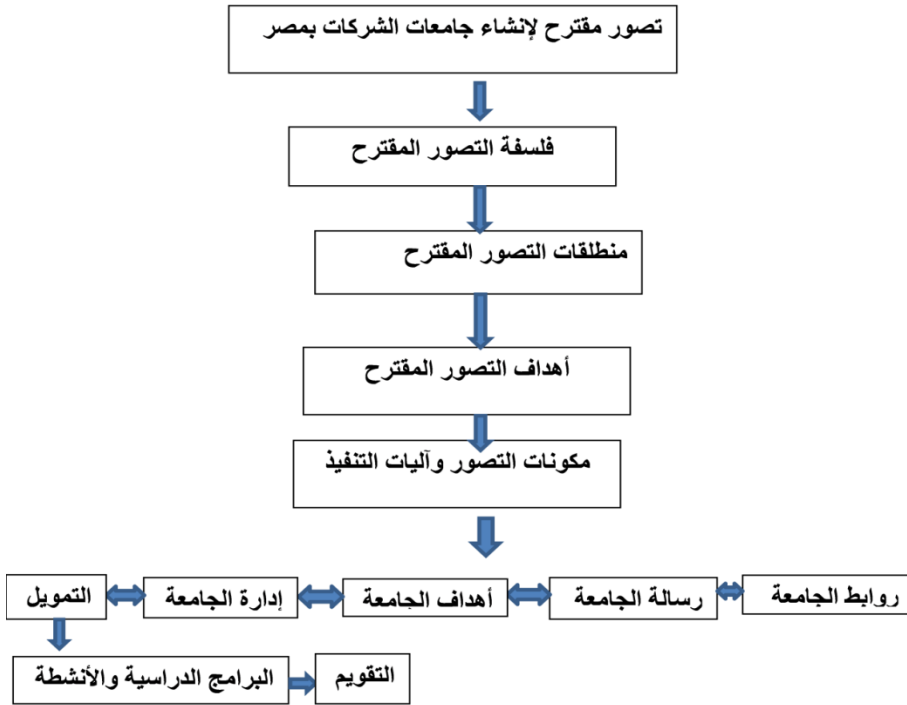
- أما العبارة رقم (٧) الخاصة بـ "لا تسمح باشتراك أفراد أو هيئات من دول أجنبية في إدارة الجامعة" فقد جاءت في الترتيب السادس بمتوسط بلغ مقداره (٢,٥٩) وذلك لدعم الاستقلال الإداري لكل جامعة تابعة للشركات المصرية ومنحها الصلاحيات، وترك الحرية لها في وضع النمط الإداري الخاص بها ، والذي يناسب فلسفة وأهداف وثقافة وطبيعة المجتمع الموجودة فيه ، ومن ثم تنمية المسؤولية الوطنية.
- جاءت العبارة رقم (٥) الخاصة بـ "تستعين برجال الاعمال البارزين كأعضاء في مجلس الجامعة ومجالس كلياتها" فقد جاءت في الترتيب السابع بمتوسط بلغ مقداره (٢,٥١) وذلك لتوفير البنية الأساسية المادية ودعمها، وعقد بروتوكولات تعاون بين الجامعات ومنظمات الاعمال لتدريب الطلاب في مجالات عديدة.
- أما العبارة رقم (٦) الخاصة بـ "تتبنى النمط اللامركزي في ادارة شئون الجامعة" في المرتبة الثامنة بمتوسط بلغ مقداره (٢,٤٩) وذلك لمنح تفويض وصلاحيات أوسع تمكن العاملين في المستويات الادارية الدنيا لإنجاز الاعمال بسرعة ودقة مناسبة ويتحقق بالتخلي عن مركزية القرار.
- جاءت العبارة رقم (١) الخاصة بـ "تتصف بهيكل تنظيمي واضح ومرن في خطوط السلطة والمسئولية المقترنة بها" في الترتيب التاسع بمتوسط بلغ مقداره (٢,٤٦) وجاءت العبارة رقم (٩) الخاصة بـ "وضع الضوابط والقوانين التي تنظم سلوك الطلاب" في نفس الترتيب "مكرر" وبنفس المتوسط، فالهيكل التنظيمي المرن يجب أن يتصف بتدوير الوظائف وتناوب الاعضاء على الاعمال والمهام، بعد اخضاع كل منهم للملاحظة في أعمالهم الأساسية من قبل الاعضاء الجدد، بما يضمن نقل المعرفة الضمنية والتعليم المستمر ، وبالنسبة لوضع القوانين لضبط سلوك الطلاب وذلك لتأسيس بيئة عمل وتعليم وتعلم يسودها الاحترام المتبادل، وتعزز ثقافة حل المشكلات واحترام الرأي والرأي الآخر.

المحور الرابع: التصور المقترح لإنشاء جامعات الشركات بمصر

في هذا المحور يتناول البحث التصور المقترح لجامعات الشركات ويختم بمجموعة من التوصيات التي قد تسهم في تطوير التعليم العالي والجامعي التصور المقترح

يتكون التصور المقترح من فلسفة وأسس ومبادئ يستند إليها، ومحاور وإجراءات ويوضح ذلك الرسم التخطيطي التالي :

كون التصور المقترح من فلسفة وأسس ومبادئ يستند إليها، ومحاور وإجراءات ويوضح ذلك رسم التخطيطي التالي :



شكل رقم (٢) رسم تخطيطي يوضح التصور المقترح لإنشاء جامعات الشركات المصرية

شكل رقم (٢) رسم تخطيطي يوضح التصور المقترح لإنشاء جامعات الشركات المصرية

فلسفة التصور

تنطلق فلسفة التصور المقترح من الواقع الحالي للتعليم الجامعي ومدى قدرة الجامعات على إعداد الكفاءات العلمية والمهنية لمواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة للتقدم العلمي والتكنولوجي ، وتزويدهم بالمعلومات والمهارات وربطهم بسوق العمل، وتفعيل العلاقة بين التعليم الجامعي والشركات المصرية ، وتقديم تخصصات تخدم سوق العمل وتحقيق التنمية المستدامة في كافة المجالات ، وتحقيق الريادة للتعليم الجامعي المصري وربطه بسوق العمل على المستويين الاقليمي والعالمي ، وتنبتق ملامح التصور المقترح من عدة نقاط أهمها ما يلي

- يُعد التعاون الجامعي والشركات الاكاديمية من أهم الوسائل الناجحة لتمكين الجامعات من تحسين برامجها التعليمية، وتحديث أساليبها التربوية ، وتطوير مشاريعها البحثية وتفعيل أنظمتها الادارية، ورفع مستوي شهاداتها .
- واقع التعليم الحالي في ضوء المستجدات العالمية وعصر اقتصاد المعرفة. هو المدخل الي تحقيق نظام تعليمي حديث ومتطور يعتمد في المقام الأول على استخدام أحدث الاساليب التكنولوجية الحديثة وربط مخرجات التعليم الجامعي بسوق العمل يكون بمثابة الدرع الواقي ضد الغزو الفكري والثقافي ، ما يترتب عليه من التبعية للدول الكبرى ، يساعد على الاستقلالية ، ويكسب التعليم الجامعي المصري القدرة علي التفاعل والمشاركة والحوار، ويقدم نوع من التعليم يكون له القدرة على مواجهة الكثير من العوائق التي تواجه النظام الحالي ، سواءً كانت اقتصادية أو سياسيه أو جغرافية أو ثقافية لتتخطى الحواجز والحدود .
- تحويل وظيفة الجامعة من التدريس الي تركيزها علي التعليم والبحث العلمي ، والانتاج مع توجيه ذلك لخدمة المجتمع وسوق العمل.
- ضرورة الأخذ بنظم حديثه ومتطورة في التعليم باعتبار ذلك ضرورة من ضرورات هذا العصر لأن الحوار الحقيقي القادم بين دول العالم سيكون هدفه الأساسي تعظيم دور التعليم من خلال الاعداد الجيد للنهوض بالعملية التعليمية .

منطلقات التصور المقترح

يقدم التصور على المنطلقات الآتية :

- التقدم العلمي والتكنولوجي ومستجدات التقنية العالمية وتحدياتها وزيادة التنافس بين المؤسسات التعليمية لمواكبة متطلبات اقتصاد المعرفة وسوق العمل .
- تطوير التعليم أصبح مطلباً أساسياً لأن الارتقاء بالمستوى التعليمي يُعد من أهم الاحتياجات الأساسية للالتحاق بالتقدم والنمو المعرفي في مختلف مجالات الحياة.
- ايجاد حلول لظاهرة البطالة بين خريجي الجامعات المصرية والتي تواجه المجتمع المصري وتزداد عاماً بعد عام ، خاصةً مع عجز الجامعات الحكومية المصرية عن تحقيق دورها التنموي في تأهيل وتنمية رأس المال البشري لتلبية احتياجات ومتطلبات سوق العمل.
- ظهور التكتلات الاقتصادية الضخمة والسباق في الانتاج لكسب المزيد من الأسواق العالمية والاتجاه المتزايد نحو خصصه التعليم الجامعي لتقليص مسؤوليه الدولة في الانفاق علي التعليم
- قدرة خريجي الجامعات علي مسايرة احتياجات التنمية والنمو الاقتصادي من خلال مشاركة قطاع الاعمال في وضع سياسات واستراتيجيات للتعليم الجامعي.
- ظهور مهن وتخصصات جديدة تتناسب مع متطلبات واحتياجات سوق العمل.
- الاتجاه نحو دعم الشركات المصرية خصوصاً ذات الصناعات الواعدة بكافة الوسائل لكي تقوم بدورها في خدمة الاقتصاد وتجويد العملية التعليمية للانطلاق بها نحو المنافسة العالمية.
- إعداد قوى بشرية تكون قارة علي التكيف مع المتغيرات المختلفة والطائرة على الساحة الدولية والايمان بقضايا التغيير .
- تؤكد التقارير الدولية والمؤتمرات على أهمية الربط بين مخرجات التعليم الجامعي وسوق العمل، بهدف تدريب الطلاب علي المهن والوظائف المختلفة ، وإعداد أفراد قادرين علي مواجهة المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.
- التوافق والموائمة بين أهداف العمل واستراتيجيات التعلم والتنمية المهنية ، مما يؤدي الي تحسين الأداء علي المستوى الفردي المؤسسي.

- التطورات العلمية ومستجدات التقنية العالمية وتحدياتها، وزيادة التنافس بين مؤسسات التعليمية لمواكبة احتياجات ومتطلبات سوق العمل.

- الاتجاه المتزايد نحو التعليم الذاتي والمستمر.

أهداف التصور المقترح

يتمثل الهدف الرئيسي للتصور المقترح في تقويته وتفعيل العلاقة بين التعليم الجامعي والشركات المصرية وإيجاد تخصصات تخدم سوق العمل وتحقيق التنمية المستدامة علي كافة المجالات، وتحقيق الميزة التنافسية للتعليم الجامعي ، وربطه بسوق العمل علي المستوى المحلي والإقليمي والدولي وبالتالي تحسين مخرجات التعليم الجامعي ، وحل ظاهرة البطالة ومنع انتشارها بين الخريجين.

مكونات التصور المقترح وآليات التنفيذ

في ضوء ما أسفر عنه البحث من نتائج وفي ضوء أهداف التصور المقترح ومنطلقاته ، وتتضح المكونات الأساسية للتصور المقترح ، وتتمثل في أربعة أبعاد هي

١- رؤية ورسالة جامعات الشركات المصرية

- إعادة بلورة وتنقيح الرؤية الجامعية بحيث تركز علي التعليم المستمر كمصدر للميزة التنافسية والاستدامة ، وتنظيم اجتماعات ولقاءات موسوعة تشمل أعضاء هيئة ممثلين للفئات الوظيفة المختلفة لمدارسه المسودة الأولى لرؤيه الجامعة تمهيداً للاتفاق حول صيغتها النهائية.

- ترتبط مخرجات الجامعة بمجال عمل الشركات واستراتيجيتها.

- يقوم أعضاء مجلس ادارة الجامعة - عند وضع رؤيه للجامعة- بتطوير صورة المستقبل.

- تكون واضحة ومعلنه لطلاب الجامعة والعاملين بها.

- تعبر عن الاحتياجات الفعلية من الكوادر البشرية في مجالات التنمية المختلفة.

تنوع آليات نشر رؤية الجامعة إلكترونياً علي موقع الجامعة وورقياً داخل الكليات ، وتنظيم

لقاءات دوريه تضم أعضاء من الكليات المختلفة يتم خلالها عرض تقارير متابعه

الإنجازات والمعوقات التي تحول دون تحقيق الرؤية الاستراتيجية.

- توفير البنية التحتية الرقمية الحديثة المبنية علي أحدث وسائل التكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل الاتصال الفعال للمعلومات والمعرفة ونشرها، إضافة الي الاهتمام بالبحث العلمي والابداع والابتكار بما يساعد علي توليد المعارف المفيدة.
 - وضوح التطلعات المستقبلية لجامعات الشركات داخل الرؤية.
 - التطبيق الفعلي لنظام لا مركزيه الادارة ، والسماح باستحداث أقسام وشعب جديدة عند ظهور الحاجة دون اللجوء الي اجراءات طويلة قد تحول دون الوفاء بمتطلبات التطور السريع في عصر اقتصاد المعرفة.
 - تعبر عن احتياجات الفعلية من الكوادر البشرية في مجالات التنمية المختلفة.
 - تتفق مع رؤية الرسالة للشركة الأم.
 - أن تهدف الرؤية الي إعداد الخريجين من طلابها بمواصفات يتطلبها سوق العمل الداخلي والخارجي .
 - تساعد على اكساب الطلاب القدرة علي التكيف مع المستجدات الحديثة الطارئة علي سوق العمل بتوفير مناهج مرتبطة بمتطلبات السوق .
- ٢- رسالة الجامعة
- يتم إقرار الرسالة وصياغتها في ضوء رؤية الجامعة التي يتم إقرارها من قبل القيادة بالجامعة، وترتبط الرسالة ارتباطاً وثيقاً برؤية الجامعة لكي تحقق الأهداف الموضوعية وهي مثل الرؤية يتم صياغتها بشكل جماعي وتخضع لعدة صيغ حتى يتم التوصل للصيغة النهائية لها . وتتضمن الآتي
- تؤكد الرسالة علي توسع آفاق المعرفة من خلال الاهتمام بالبحث العلمي والإبداع والابتكار لمواكبة ثورة المعرفة والاستفادة من المخزون المتزايد من المعرفة العالمية واستيعابها وتكيفها مع الاحتياجات المحلية.
 - توفير فرص للتعليم والتدريب المستمر في أي مكان وأي وقت لمواكبة التطورات المتسارعة في مجال المعرفة.
 - التأكيد علي إعداد وتنمية رأس المال البشري، الذي يمتلك المعرفة والمهارة والخبرة في مجال عمل الشركة في سياق الاقتصاد العالمي القائم علي المعرفة .

- ضرورة وضوح رؤية الجامعة ورسالتها لدي جميع العاملين فيها والشركة الأم، علي أن يتم تبنيتها من قبل المجالس المختلفة في المؤسسة ، ومراجعتها بشكل دوري.
- الاهتمام بالتوازن بين العمليات التعليمية الاكاديمية والعلمية والتطبيقي .
- تقديم برامج دراسية تلبي احتياجات التنمية الشاملة للمجتمع .
- أن تكون الرسالة والرؤية التي تتبناها جامعات الشركات معلنة، وتتضمنها المنشورات الصادرة عن الجامعة بما في ذلك دليل المعرفة بالمؤسسة.
- تنظيم وتطوير تعليم ذو معايير عالميه في المجالات التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات.
- تعكس الخصائص المميزة للجامعة ومدى واقعيتها.
- تراجع بشكل دوري لمواكبة احتياجات سوق العمل المتغيرة.
- ترتبط مخرجات الجامعة بمجال عمل الشركات واستراتيجياتها.
- الاسهام الفعال لرسم سياسات التعليم في مصر وتنفيذها علي كافة المستويات المحلية والعالمية .
- إعداد قادة المستقبل للمجتمع العالمي.
- ٣- أهداف الجامعة

- تسعى جامعات الشركات المصرية الي تحقيق أهدافها، فيجب عليها أن تراعي عند صياغة أهدافها لتحسين مخرجاتها التعليمية ما يلي.
- تناسب تطلعات الشركات الاقتصادية نحو تعزيز قدراتها التنافسية.
 - تُعيد تأهيل العاطلين وفقاً لمتطلبات سوق العمل.
 - القيام بشراكات وتحالفات تعليمية مع المؤسسات التعليمية الأخرى.
 - تتفق مع رؤية ورسالة الجامعة.
 - تنمية المهارات والاستعدادات القيادية لمواجهة تحديات سوق العمل العالمي.
 - نقل المعرفة في الموضوعات العلمية والهندسية والثقافية ، وإدارة الأعمال والاقتصاد والتسويق ومجالات المعرفة الانسانية .
 - تسهم في تنمية المجتمع المصري اقتصادياً وتقنياً ومعرفياً .
 - تعزز البعد المهارى المقترن بالثورة الصناعية الرابعة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- تأسيس عقود شراكه بين الجامعات وقطاعات الانتاج ، تتضمن استحداث الجامعات لبرامج تعليمية جديدة تلائم وتلبي طموحات سوق العمل في ضوء مجموعة من المواصفات للخريجين من جهة، والاستفادة من الكادر الجامعي في تقديم الارشادات والاستشارات لتلك الجهات من جهة أخرى.
 - تتضمن اتاحة فرص عمل لشباب الخريجين لمواجهة ظاهرة البطالة لدي الخريجين .
 - تطبيق برنامج co- op program الذي يتضمن اتاحة الفرصة أمام الطلاب الجامعيين لالتحاق ببعض المؤسسات الانتاجية والشركات لفترة من الوقت كنوع من التعليم والتدريب العلمي الداعم للخبرات .
 - رفع كفاءة الجامعة من خلال تحسين جودة البرامج التعليمية والاكاديمية التي تُقدم للطلاب.
 - إجراء العديد من البحوث في شتى المجالات ذات الصلة بالشركة الأم.
 - التوسع في الشراكات مع جامعات الشركات والجامعات الأكاديمية حول العالم.
- البرامج الدراسية
- عند وضع البرامج الدراسية بجامعات الشركات المصرية لتحسين مخرجات التعليم الجامعي يجب مراعاة ما يلي
- تتضمن نتائج الابحاث الحديثة في بنية المناهج والمقررات التعليمية، بما يدعم التعليم المستمر للطلاب، وتأكيد تواصلهم الدائم مع كل جديد في تخصصاتهم العلمية، فضلاً عن تنمية مهارات التفكير العليا لديهم.
 - مرونة البرامج والمناهج الدراسية ، وقابليتها للتغيير المستمر وفقاً للمستجدات المجتمعية وتضمينها الخبرات المرتبطة بالمشكلات الحياتية ودعم الانتاج.
 - تتضمن أبعاد تخدم مجالات العمل لدى الشركات.
 - يتم التدريب الميداني في الشركات والمصانع ذات الصلة بهذه الجامعات.
 - الاستعانة بالخبراء والمختصين وأعضاء هيئة التدريس من الجامعات التقليدية في مجال تخصصها، والشركات التابعة لها في تقديم البرامج والأنشطة التدريبية والتعليمية.
 - تصميم قاعدة بيانات تحتوي على أحدث ما توصل اليه العلم الحديث في مجال تخصص الجامعة.

- تتضمن بعض الخبرات العلمية في بنية المناهج التعليمية ، وتنوع محتوياتها وعرضها بطريقة مشوقة، مما يثير دافعية اطلاب لمواصلة التعليم والتعلم .
- الاهتمام بنوعية المعارف والمعلومات التي يتم تضمينها وتنظيمها بطريقة تستثير عقلية المتعلم للتساؤل والتفكير.
- مواكبة الأنشطة والبرامج التدريبية لمتطلبات سوق العمل العالمي.
- تعتمد علي أحدث طرق التقويم المستمر للمناهج والبرامج الدراسية.
- تأكيد مسئولية الطلاب عن تعلمهم المستمر ، وتدعيم قدراتهم البحثية والتعامل مع المصادر الالكترونية .
- أن تشتمل المقررات على الثقافة العامة، ومهارات التعلم الذاتي، والبحث العلمي والهوايات وتنمية مسئولية وروح المواطنة.
- سياسات القبول بجامعات الشركات المصرية
- مراعاة احتياجات ومتطلبات سوق العمل من القوى البشرية في كل تخصص عند قبول الطلاب.
- لا يتم التقيد في قبول الطلاب بهذه الجامعات بالقدرة المالية.
- تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عند اختبارات وقبول الطلاب، خاصة في ظل المزايا التي تتيحها التكنولوجيا الرقمية، والتفاعل المباشر بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس
- عدم التقيد عند قبول الطلاب بهذه الجامعات بسنة الحصول علي شهادة الثانوية العامة.
- الاعتماد على الأساليب المبتكرة لاستقطاب الطلاب الموهوبين والمبدعين.
- يتم تحديد عدد المقبولين بهذه الجامعات من قبل لتخطيط المركزي من قبل وزارة التعليم العالي.
- انعقاد دورات تأهليه بصفة مستمرة للالتحاق بهذه الجامعات .
- عقد اختبارات قبول للطلاب تقوم علي ما يستطيع القيام به وليس ما يحفظه.
- أن تتسم سياسيات القبول بالتنوع والشمولية لجميع الفئات المختلفة.
- الاعتماد على معايير ثابتة لاختيار الطلاب من خريجي الثانوية العامة.

- رفع الحد الأدنى للقبول بهذه الجامعات لينتفق مع الحد الأدنى للقبول بالجامعات المصرية الحكومية .
- أن تترك الحرية أمام الطلاب لاختيار التخصص، والمقررات المرتبطة به، تأكيداً علي مبدأ الحرية والديمقراطية، بتالي تلبية رغبات الطلاب المختلفة.
- إدارة جامعات الشركات المصرية
- عند وضع نمط اداري لجامعات الشركات يلزم ذلك مجموعة من المقومات تتضح فيما يلي
- أ-متطلبات القيادة والادارة
- تتبنى النمط اللامركزي في ادارة شئون الجامعة.
- أن تشجع القيادات مبادرات التطوير والتميز.
- أن تكون القيادات الجامعية قادرة علي احداث التغيير والتطوير من خلال معرفة وتقديم رؤية استراتيجية خاصة بهم لكيفية ادارة الجامعة.
- يتم اختيار القيادات الجامعية علي أسس عالية من الكفاءة في المجالات العلمية.
- تدريب القيادات علي النظم الحديثة في الادارة.
- أن يتناسب التنظيم الاداري مع المعايير المحددة التي تتفق مع رؤية ورسالة وأهداف الجامعة.
- اتاحة الفرصة للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات الادارية وذلك من خلال الحرص علي أساليب ادارية متطورة.
- عدم السماح باشتراك أفراد أو هيئات من دول أجنبية في ادارة الجامعة.
- متطلبات تنظيمية وتشريعية من خلال ما يلي
- وجود خطة عمل لتوضيح الطرق التي سيتم بها تنفيذ جامعات الشركات من حيث الأهداف والجوانب الادارية والمالية والبحثية والتعليمية والتسويقية.
- اعادة النظر في تنظيم قانون الجامعات ، مع وجود قوانين من الدولة تساعد في تبني صيغة جامعات الشركات وتطبيقها.
- تدوير الوظائف وتناوب الاعضاء على الاعمال والمهام ، بعد اخضاع كل منهم للملاحظة في الاعمال الأساسية من قبل الأعضاء الجدد بما يضمن نقل المعرفة الضمنية والتعليم المستمر، ومن ثم تضاعف الذاكرة التنظيمية للجامعة.

- توفير بنية تشريعية وقانونية توفر المناخ العام ، والاطار القانوني اللازم لإنشاء مثل هذه الجامعات وتنظيمها.

ج - متطلبات عضو هيئة التدريس

- يتم الاختيار بناءً على معايير موضوعية وأخلاقية ومهنية.
- السعي الحثيث نحو تجويد الابحاث العلمية ومراعاة ضرورة مسابرتها للاتجاهات الحديثة في ميزان التخصص من جهة، ومعالجتها للمشكلات الواقعية من جهة أخرى.
- التطوير الذاتي بصفة فردية ، وذلك من خلال سعي أعضاء هيئة التدريس للاستفادة من تطبيقات التكنولوجيا الرقمية، من خلال الانخراط في المنتديات التدريبية والتعليمية على المستوى العالمي، وذلك يجعله على اتصال مباشر بكل جديد في ميزان تخصصه.
- التطوير الذاتي بصفة تشاركية ، ولذلك التطوير آليات متعددة من أهمها: الانخراط في مجتمعات التعلم المهنية بالقسم والكلية والجامعة، والاشتراك الفعلي في الندوات والمؤتمرات الأكاديمية واقعيًا وفترضياً، إضافةً الي الانتساب للجمعيات والهيئات المتخصصة.
- اهتمام أعضاء هيئة التدريس بفلسفة جامعات الشركات كل وفق تخصصه.
- التنمية المهنية الأكاديمية المميزة لعضو هيئة التدريس.
- الاندماج في بحوث متعددة التخصصات. مما يدعم بدوره تكاملية المعرفة وتشاركيته.

د - متطلبات خاصة بالطلاب

- وضع الضوابط والقوانين التي تنظم سلوك الطلاب داخل الجامعة.
- تقديم برامج تعليمية مشتركة مع جامعات الشركات المتميزة والمتقدمة بالخارج .
- تصميم ملف انجاز كل طالب يتضمن الانشطة والتكليفات والمشاريع البحثية التي يكلف بها الطالب علي مدار الفصل الدراسي .
- دعوة المؤسسات الخدمية والانتاجية والأهلية لتقديم منح دراسية.
- تكثيف الزيارات والتدريبات الميدانية لمواقع العمل والانتاج.
- الانخراط في المشاريع التعليمية والبحثية على مستوى الدراسة الجامعية.
- تمكين الطلاب من مهارات التعامل مع المكتبة الرقمية، والموسوعات التعليمية، وقواعد البيانات في تخصصاتهم والتخصصات الأخرى.

- تقديم معارف وتطبيقات ترتبط بمجموعة من التخصصات ، والتخصص الدقيق الذي اختاره الطالب.
- تمكن الطلاب من مهارات واساليب تعليمية جديدة، مثل التعلم الفردي والتعلم التعاوني والتعلم الجماعي التفاعلي، ومهارات حل المشكلات وغيرها.
- هـ- متطلبات خاصة بتنظيم وادارة جامعات الشركات من خلال
 - التزام الهيكل الاداري برسالة ورؤية الجامعة.
 - يتناسب التنظيم الاداري مع المعايير المحددة التي تتفق مع رؤية ورسالة وأهداف الجامعة.
 - إنشاء صندوق الكتروني لتلقي استفسارات الطلاب حول مشكلاتهم التعليمية والرد عليها.
 - تعمل علي تقليل المستويات الادارية التي تعوق الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين.
 - الاستعانة برجال الاعمال البارزين كأعضاء في مجلس الجامعة ومجالس كلياتها.
 - عقد اجتماعات دورية بين قيادات الجامعة والاداريين للتعرف على المشاكل وحلها.
 - الاستعانة بأراء أعضاء هيئة التدريس والموظفين ذوي الصلة عند اتخاذ القرارات الادارية المناسبة.
- توفير ادارات مركزية بالجامعة تكون تابعة لوزارة التعليم العالي
- التأكد من حسن سير العملية التعليمية من خلال حرص ادارة الجامعة على الاشراف المستمر على العاملين.
- التوسع في الشراكات التعليمية والبحثية مع جامعات الشركات المحلية والعالمية كوسيط فاعل لمتابعة تحولات ومستجدات سوق العمل والانتاج والتكنولوجيا ومحاولة الاستفادة من آلياتها العلمية.
- مراجعة جودة المخرجات التعليمية المقدمة للطلاب.
- طلب مشاريع داعمة من الطلاب من فترة الي أخرى لتنمية مهاراتهم البحثية.
- توفير هيكل تنظيمي واداري بالجامعة يساهم في تحقيق أهداف الجامعة ووظائفها.
- توفير الضمانات القانونية والتشريعية اللازمة لتطبيق الجامعة.
- عقد اجتماعات دورية بين القيادات الجامعية والاداريين للتعرف على المشاكل وحلها.
- أن تتصف بهيكل تنظيمي واضح ومرن في خطوط السلطة والمسئولية المقترنة بها.

٥- التمويل

- إعداد برامج تدريبية مثل الجامعات التقليدية والحصول على موارد مقابل التدريس لعملاء العمل الداخليين باستخدام استراتيجية تحصيل الموارد مقبل الخدمة.
- استحداث الجامعات الأكاديمية للمراكز البحثية المتخصصة، ويتم من خلالها تسويق أنشطة الجامعة والبحوث الخاصة بأعضاء هيئة التدريس، مما يوفر مصادر تمويله اضافية للجامعة يُمكن توجيهها لتحسين بيئة التعليم الجامعي.
- تمويل جامعات الشركات يكون تمويلًا ذاتيًا.
- الاهتمام بتسويق البرامج للمجتمع ، واعداد القوى العاملة التي تمتلك الكفاءات والمهارات التي يتطلبها سوق العمل .
- تحصل جامعات الشركات على ٦٥% من تمويلها مما تخصصه الشركات.
- توسع دائرة المستفيدين منها عن طريق قبول طلبات المنظمات الأخرى بفتح أبوابها لأعضائها والعاملين فيها لحضور البرامج التي تقدمها ، وفتح أبوابها أمام أي شخص يرغب في حضور البرامج المقدمة مقابل دفع الرسوم اللازمة.
- ٦- الشراكات مع جامعات الشركات والجامعات الأكاديمية حول العالم
هناك مجموعة من المرتكزات ينبغي عند القيام بالشراكات مراعاتها فيما يلي :
- إقامة شراكات دولية لتبادل الطلاب والعاملين ،من أجل تزويد الطلاب والعاملين بالخبرات الدولية ،بالإضافة إلى إقامة تحالفات استراتيجية ،وذلك لضمان تكامل خبرة الطلاب العملية مع العمل الأكاديمي ،من خلال توفير القوى العاملة المؤهلة والمدرّبة والمتخصصة القادرة على صناعة المعرفة وتوظيفها .
- وجود خطة استراتيجية لتنمية التكنولوجيا الفائقة ودعم جامعات الشركات العالمية في هذا الميدان من خلال التوسع في الشراكات مع جامعات الشركات والجامعات الأكاديمية حول العالم.
- إقامة اتفاقيات تعاون مع المؤسسات التعليمية ومؤسسات الإنتاج ذات الصلة بالجامعات ومعاهد العلوم التكنولوجية ،بهدف توسيع وتبادل المعرفة العلمية والتقنية والتكنولوجية ،وذلك من خلال توفير أماكن للتدريب والعمل ،وتوفير وحدات العمل المخصصة للتدريب المهني أو تزويد الشركات بالكوادر البشرية والقوى العاملة المؤهلة تأهيلاً تطبيقياً .

- توقيع العديد من مذكرات التفاهم وبرامج التحالف والتعاون الداعمة لتوثيق علاقة كل جامعة مصرية مع نظيرتها على المستوى الدولي ممن يشهد لهم بالكفاءة والتميز مما يدفع بدوره حركة التبادل الطلابي وأيضاً أعضاء هيئة التدريس من خلال المنح التعليمية والمشروعات البحثية، فضلاً عن إنشاء برامج مشتركة للدراسات العليا أو القيام ببعض الأبحاث المشتركة .

- تسويق الدورات التدريبية التي تقدمها كل جامعة، وإتاحة الفرصة أمام الراغبين للالتحاق بهذه الدورات من الجامعات الأخرى، مما يدعم بدوره الشراكات الاستراتيجية بين الجامعات المحلية من جهة، وإتاحة فرص أوسع للتعليم من الآخرين، فضلاً عن مساهمتها في زيادة إيرادات الجامعة، ويُمكن توجيهها لتطوير عمليات التعليم والتعلم .

- تحقيق الشراكة العلمية والخدمية والبحثية مع الجامعات ومراكز البحوث الإقليمية والدولية في إطار خطة استراتيجية لتدويل التعليم الجامعي، مما يدعم مستويات عالية من التحفيز والتعليم المستمر .

٧-التقويم

يراعى في التقويم أن يعتمد على

- ضرورة التحول من التقويم الذي يستهدف تحقيق الكفاية إلى التقويم الذي يستهدف تحقيق الجودة والامتياز .

-التقويم المستمر لأداء جامعات الشركات، وتوفير الآليات المناسبة لتوكيد جودة خدماتها في سياق الشراكة والمجتمع.

- التحول من اختبار القدرات المعرفية إلى تقويم قدرات متعددة .

- ضرورة التحول من سياسة الاختبارات إلى سياسة التقويم المتعدد.

آليات وإجراءات تنفيذ التصور المقترح

لتحقيق أهداف التصور المقترح، يتطلب تنفيذ عدداً من الإجراءات المقترحة فيما يلي:

- وضوح التطلعات المستقبلية لجامعات الشركات داخل الرؤية والارتباط الوثيق مع

استراتيجية الشركة الأم، ودورها في التغلب على مشكلة البطالة التي تواجه الخريجين .

- إنشاء هيئة للاعتماد الجامعي تتبنى عملية الترخيص بإنشاء جامعات الشركات .

- التأكد من توافر كافة الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة للعملية التعليمية في هذه الجامعات.
- قيام الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد بتصميم معايير خاصة بجامعات الشركات تتفق مع طبيعتها وفلسفتها.
- مواكبة التطورات التي يشهدها المجتمع المصري في كافة المجالات وتوفير القاعدة الفكرية من أجل مواكبتها.
- التأكيد على أن المعرفة والتقنية والابتكار باعتبارهم أهم الوسائل الضرورية والحاسمة - خاصة في عصر اقتصاد المعرفة - لتحقيق معدلات نمو عالية للاقتصاد الوطني .
- انضمام ممثلي قطاعات الأعمال إلى مجالس جامعات الشركات وكذلك تمثيل أعضاء هيئة التدريس في مجالس إدارة الشركة الأم لرفع مستوى الجودة الإنتاجية بها.
- تدريس مادة اللغة الإنجليزية لجميع الطلاب مع توظيفها بالشكل الذي يخدم كل منهم في تخصصه.
- التأكيد على التعاون والربط فيما بين مراكز البحوث والجامعات من جهة وبين المؤسسات الإنتاجية من جهة أخرى بهدف إيصال البحوث التطبيقية إلى أماكن الاستفادة منها.
- اعتماد برامج دراسية متطورة تتسم بالمرونة والتنوع وتسهم في تحقيق التنمية المهنية للطلاب وتطوير مهاراتهم في مجال عمل الشركة الأم.
- توفير بيئة علمية وبحثية عالية الجودة تعمل على تطوير مهارات الطلاب على المستوى الفردي والجماعي.
- توفير برامج تعليمية وتدريبية تواكب التطورات العلمية والاقتصادية والتكنولوجية وتتلاءم مع احتياجات الشركة الأم ومجالها.

متطلبات تنفيذ التصور المقترح

- هناك مجموعة من المتطلبات ينبغي توافرها لإنشاء جامعة شركة مصرية وتحقيقها لأهدافها بكفاءة عالية، لأن هذه المتطلبات تمثل الدعامات الرئيسية لنجاح تلك الجامعة، وتتمثل هذه المتطلبات فيما يلي
- أ-متطلبات تشريعية

اصدار القوانين والتشريعات اللازمة لإنشاء جامعة شركة مصرية وتنظيمها، وتوفير المناخ العام لها.

ب-متطلبات مجتمعية

دعم ومساندة المؤسسات المجتمعية للشركات للاتجاه نحو الانتاج الكثيف للمعرفة وتطبيقها واستثمارها ، والدخول الي عصر اقتصاد المعرفة والمساهمة في بنائه، وضرورة الاقتناع بأهمية تنمية رأس المال البشري والاستثمار فيه، باعتباره المعيار الذي يُقاس به ثروة الأمم في عصر اقتصاد المعرفة.

ج- متطلبات سياسية

- وعي القيادة السياسية وايمانها بضرورة وجود مثل هذا النمط من الجامعات ودورها في تحقيق التنمية المهنية المستدامة والتغلب على ظاهرة بطالة الخريجين.

- استقرار سياسي قائم على المبادئ الديمقراطية والتعددية السياسية والانتقال السلمي للسلطة ، لتشجيع الاستثمار واقامة بنية اقتصادية وتكنولوجية في مناخ يسوده الطمأنينة.

د-متطلبات اقتصادية

- اصلاحات اقتصادية حقيقية وخطة تنمية شاملة، ودعم الشركات المصرية ذات الصناعات الواعدة بكافة الوسائل لكي تقوم بدورها في خدمة الاقتصاد الوطني ، والانطلاق به نحو الاقليمية العالمية.

- توفير الامكانيات المادية اللازمة من منشآت ومعمل ومعدات ووسائل تكنولوجية .

- نظام اقتصادي قائم على أسس المنافسة الحرة والكفاءة والشفافية.

- توفير الامكانيات البشرية من أعضاء هيئة التدريس والخبراء والباحثين والفنيين والاداريين يقومون على تيسير شئون التدريس والتدريب وإعداد المقررات والبرامج الدراسية.

هـ-متطلبات أكاديمية

- التأكيد على الاستقلالية لجامعات الشركات عن الدولة، وأيضاً عن الشركة الأم إدارياً وتنظيماً، ووضع نظام ملائم للمحاسبة، لكي تؤدي رسالتها بكفاءة وفاعلية.

- اعتراف الاوساط المهنية والاكاديمية بالدرجة العلمية والشهادة التي تمنحها الجامعة المقترحة.

- قيام هيئة الجودة والاعتماد بوضع معايير خاصة بجامعات الشركات تتفق مع طبيعتها وفلسفتها.

ز- متطلبات خاصة بالشركات المصرية

- التأكيد على إتباع التنظيمات الادارية الحديثة في ادارة جامعات الشركات ومنحها الاستقلالية الادارة.

- القناعة لدي الشركات المصرية بأهمية التعليم والتدريب والبحث العلمي التطبيقي في حياة الشركة، ودورها في تحويل الشركة الي منظمة تعلم، ومن ثم الدخول في مرحلة انتاج المعرفة وتطبيقها وتصديرها بدلاً من الاستمرار في الاستيراد، وبالتالي مواكبة الاقتصاد القائم علي المعرفة والمشاركة في تشكيله.

- علي الشركات المصرية القيام بدراسة متأنية وتحديد رؤيتها واهدافها واحتياجاتها في حالة السعي لإنشاء مثل هذه الجامعات، وتوفير الموارد لبشرية والمادية، وأيضاً توفير البنية التحتية المعلوماتية لضمان نجاح الجامعة في أداء رسالتها ومسئولياتها.

ز- متطلبات خاصة بجامعة الشركة المراد إنشائها

- اقامة تحالفات وشراكات قوية مع الجامعات المحلية والأجنبية والمنظمات التعليمية والتدريبية المتخصصة، لإعداد البرامج المطلوبة واختبارها وتقديمها باحترافية عالية.

- التقويم المستمر لأداء الجامعة وتوفير الآليات المناسبة لتوكيد جودة خدماتها في سياق الشركة والمجتمع.

- التأكيد علي إحداث التكامل مع الشركة الأم ومع المؤسسات الصناعية والتنفيذية والخدمية.

الجهات المنوطة بتنفيذ التصور المقترح

هناك بعض الجهات التمويلية التي يمكن أن تساهم في تنفيذ التصور المقترح ، مثل وزارة المالية ووزارة الصناعة والتجارة ووزارة الاستثمار والغرف التجارية والمجلس الأعلى للجامعات والجامعات الحكومية بما لديها من موارد بشرية خبيرة، إضافة الي الامكانات الكبيرة والورش وقاعات الدراسة، وعلي الصعيد الداخلي للجامعة يمكن أن يقوم الهيكل التنظيمي الجامعي بالمهام الآتية.

أ - فريق مكون من الجامعة وأعضاء هيئة التدريس والخبراء التربويين والاكاديميين والمسؤولين التنفيذيين بالشركة والمهام التي يجب القيام بها هي

- تحديد أساليب تقييم البرامج التعليمية والتدريبية.
- وضع مصفوفة البرامج التعليمية والتدريبية.
- ب- صاحب الشركة أو مجلس إدارة الشركة والفريق المكلف بتأسيس الجامعة من الفرق النوعية تتمثل مهمتها فيما يلي
 - وضع رؤية ورسالة وهدف الجامعة.
 - الوقوف علي استراتيجية الشركة والتوجهات المستقبلية في المجال الاقتصادي والتعليمي.
 - تحديد أدوار ومسئوليات الجامعة.
 - التعرف علي مجالات عمل الجامعة والصورة المستقبلية المرغوبة لها.
 - نشر ثقافة الشركة وقيمها بين كافة العاملين بها.
 - ج- فريق من الخبراء المخصصين من داخل الشركة وخارجها مهمته تتمثل فيما يلي
 - إقامة شراكات مع الجامعات والمؤسسات البحثية بما يمكنها من تطوير ذاتها وتحقيق أهدافها.
 - بناء قاعدة بحثية في تخصصات الشركة لتحقيق الاهداف بشكل فعال.

معوقات تنفيذ التصور المقترح

- قد يواجه تنفيذ التصور المقترح بعض المعوقات منها
- غياب السياسات والاستراتيجيات العلمية الواضحة، والتي تتضمن تحديد الأهداف والأولويات وتوافر الامكانيات المادية ، وربط حاجات ومتطلبات التنمية بالبحث العلمي وسوق العمل.
 - ارتفاع الانفاق التعليمي، وعدم تنوع مصادر التمويل وضعف المشاركة المجتمعية عامة والقطاع الخاص علي وجه الخصوص .
 - افتقاد الجامعات المصرية للاستقلالية الذاتية والحرية الأكاديمية ، وعدم توافر برامج بحثية ، ونقص الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية العلم والتكنولوجيا.
 - غياب الرؤية القيادية والعمل الاستراتيجي والمؤسسي، وعدم التوازن بين الصلاحيات والمسئوليات الممنوحة لمختلف مستويات الادارة ، والمبالغة والانخراط في المركزية خاصة في عمليات التخطيط والاشراف والتنفيذ وضعف الصلة بين السياسات واللوائح والأنظمة وتطبيقها في الميدان العملي .
 - ندرة فرص التدريس العملي والميداني الجيد وخاصة في مواقع العمل والانتاج.

- نقص توافر الخبراء المتخصصين في مجال الشراكة لإعداد البرامج التدريبية والمتخصصين في ادارة الشركات بين الطرفين.
 - غياب تشجيع المؤسسات التعليمية والبحثية بتقديم حبراتها الاستشارية والبحثية للمؤسسات الانتاجية والاقتصادية مقابل تمويلها نظير هذه الخدمات.
 - الادارة البيروقراطية للحكومة المصرية، وكثرة التعقيدات الادارية ، وقلة الاهتمام بالبرامج التدريبية، وعدم إشراك المرؤوسين في اتخاذ القرارات التي تهمهم.
 - قلة المخصصات المالية المرصودة للبحث العلمي، وتدني المرتبات لأساتذة الجامعات علي الخوض في مجال البحث العالمي.
 - ضعف البرامج والمناهج والمقررات الدراسية ، وعدم مساهمتها للتقدم المعرفي والعلوم الحديثة والمستقبلية.
 - غياب الدراسات الدورية بتوقع احتياجات سوق العمل من الأيدي العاملة.
 - اعتماد نظام القبول للجامعات على درجات الطالب فقط في المرحلة الثانوية العامة دون الأخذ في الاعتبار ميول الطالب ورغبته واستعداداته وقدراته.
 - عدم وجود قوانين تنظم عمليات الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الانتاجية في المجتمع.
 - الاعتماد علي التمويل الحكومي مع محدودية المصادر لبيبة للتمويل.
 - ضعف الامكانيات البشرية من حيث تأهيل واعدادات شاغلي الوظائف التعليمية، وتدني مستوى التجهيزات المادية، وعدم توفير مواصفات الحد الأدنى من المباني الجامعية القادرة علي استقبال التقنيات التعليمية، وبالأخص تقنيات الاتصالات والمعلومات.
 - غياب التشريع القانوني لجامعات الشركات.
- الضمانات الواجب توافرها لنجاح التصور المقترح**
- لمواجهة معوقات تنفيذ التصور المقترح، وضمان نجاحه في تحقيق أهدافه يتطلب مراعاة ما يلي
 - إعادة هيكلة الانفاق العام وزيادة المخصصات المالية المخصصة للبحث والتدريب والتطوير.

- تشكيل لجنة من خبراء التعليم لدراسة الاتجاهات التربوية الحديثة لإنشاء جامعة الشركات ومناقشة أهدافها ومبررات الأخذ بها ومتطلبات تطبيقها وكيفية تنفيذها بما يتناسب مع فلسفة وطبيعة المجتمع المصري .
- توافر القناعة لدى الشركات المصرية بأهمية التعليم والتدريب والبحث العلمي في حياة الشركة ودورها في تحويل الشركة الي منظمة تعلم.
- زيادة التوعية الاعلامية بأهمية الشراكة وعرض الفائدة التي تعود لسوق العمل بمؤسساته.
- عمل دراسة جدوي لتحديد الاحتياجات المطلوبة والامكانيات البشرية والمادية اللازمة لتطبيق هذا الاتجاه.
- دعوة المؤسسات التي تهتم بمجال الشركة ومساهمتها في توفير الامكانيات المادية لجامعات الشركات
- وجود قيادة سياسية واعية تؤمن بضرورة جامعات الشركات ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والتغلب علي ظاهرة البطالة.
- عمل دورات تدريبية لنشر الوعي بأهمية جامعات الشركات وعقد اجتماعات بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب وبين قيادات الجامعة والاداريين للتعرف علي المشاكل وحلها.
- تطوير المناهج التعليمية واعطاء الفرصة لأصحاب الشركات للمشاركة في وضع المناهج التي تسهم في اكتساب الطلاب الخبرات التي يحتاجها سوق العمل.
- اعتراف الاوساط الاكاديمية والمهنية بالشهادات التي تمنحها جامعات الشركات.
- إعادة هيكلة وهندسة منظومة التعليم الجامعي وتطويرها، والتركيز علي البحث العلمي واستثمار وتنمية رأس المال البشري والكفاءات البحثية الموجودة بالجامعة، وتطوير مراكزها البحثية لتقوم بخدمة المجتمع على أكمل وجه وفق متطلبات سوق العمل.
- توفير بنية تحتية مجتمعية داعمة للتطوير والابداع.
- الاهتمام بإعداد الطلاب وخريجي الجامعات المصرية لمواجهة احتياجات النمو الاقتصادي المصري من خلال وضع سياسات وخطط لإصلاح التعليم الجامعي، وتستهدف تطوير قدرات الخريجين لمواجهة تحديات العمل الجديدة.

النتائج المتوقعة من إنشاء جامعة شركات مصرية

- رفع مستوى قدرات ومهارات العاملين وفق متطلبات عصر اقتصاد المعرفة واحتياجات سوق العمل.
- زيادة الانتاجية وتطوير أدوات ووسائل الانتاج.
- ايجاد حلول علمية تطبيقية للمشكلات التي تواجهها الشركات سواء كانت تتعلق بالإنتاج أو الادارة أو الافراد ، تتميز بسرعة التطبيق وقلة التكلفة.
- القدرة علي التطوير والتحديث والمنافسة محلياً وعالمياً، والاستفادة بأعلى درجة ممكنة من التطورات العلمية والتكنولوجية.
- توثيق العلاقة بالمؤسسات العلمية الاكاديمية في مجال البحث العلمي والتدريب والاستشارات والاستفادة منها.
- استحداث منتجات جديدة والعمل علي تطويرها وتميزها بالجودة العالية والقدرة على المنافسة العالمية.

توصيات عامة

- تحويل التصور المقترح لجامعات الشركات الي آلية عمل يقوم المسئولون عن التعليم والقائمين علي عملية صنع القرار وفقاً لاحتياجات سوق العمل.
- تحويل بعض الجامعات الحكومية الي جامعات شركات متخصصة، بحيث تخصص كل جامعة في تخصصات معينة تمنحها ميزة تنافسية في عملياتها ومخرجاتها في الأسواق العلمية والمحلية.
- عقد برتوكولات تعاون بين الجامعات ومنظمات الأعمال لتدريب الطلاب في جميع المجالات المختلفة.
- تشجيع أعضاء هيئة التدريس علي المشاركة في المشروعات الدولية ذات الصلة بالقضايا المجتمعية وسوق العمل.
- وضع خطة للتنسيق بين أجهزة الدولة المختلفة ووزارة التعليم العالي لدعم هذه الاتجاهات الحديثة وتمويلها والاعتراف بها.
- تنمية مهارات التواصل لدي الطلاب مع الثقافات الاخرى دون أن يؤثر ذلك علي هويتهم وعاداتهم وثقافة المجتمع المصري.

-زيادة المنح والمهمات العلمية المقدمة للأساتذة والباحثين لإجراء البحوث والدراسات في جامعات الشركات.

المراجع

- ١- أبو سمرة، محمود أحمد، الطيبي، محمد عبد الاله (٢٠٢٠). مناهج البحث العلمي من التبيين الي التمكين ، دار اليازوردي، عمان.
- ٢- أحمد، عبد العاطي حلفان(٢٠١٦). دراسة مقارنة لجامعات الشركات في مصر وماليزيا، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، مجلد ٣٢، العدد ٣ .
- ٣- البنك الدولي (٢٠١٩). إنهاء الفقر والاستثمار في الفرص، التقرير السنوي.
- ٤- الحاج ،احمد علي(٢٠٠٩). اقتصاد المعرفة ومعوقات تكوينية في اليمن ،مجلة البحوث التربوية، العدد ٩٣ ،مركز الدراسات والبحوث اليمني.
- ٥- الحسيني ،عزة أحمد محمد (٢٠١٣). أبريل ،اقتصاد المعرفة والتعلم مدى الحياة ،دراسة إقليمية لخبرة الاتحاد الأوروبي وإمكانية الإفادة منها في مصر ،مجلة كلية التربية ،جامعة حلوان ،العدد ١٩ ،السنة الثانية.
- ٦- السيد ،سماح السيد محمد (٢٠٢١). جامعات الشركات نموذجاً مقترحاً لمواجهة ظاهرة البطالة بين خريجي الجامعات المصرية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ،مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية ،جامعة الفيوم ،كلية التربية ،العدد ١٥٠ ،مجلد ٨ .
- ٧- الشترى، عبد العزيز بن ناصر بن عبد العزيز(نوفمبر ٢٠١٤). جامعات الشركات كمدخل لتفعيل الشركة بين الجامعات والمؤسسات الانتاجية بالمملكة العربية السعودية ، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد ٣٤ ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، عمادة البحث العلمي.
- ٨- الشمري ،عبد الله عيد (٢٠١٢). التخطيط الاستراتيجي كمدخل لجودة التعليم قبل الجامعي بدولة الكويت ،مجلة كلية التربية ،جامعة طنطا ،العدد ٤٥ .
- ٩- الشهراني ،علي بن معجب (٢٠١٨). الأدوار المستجدة لمؤسسات التعليم المستمر في الوطن العربي في ضوء مجتمع المعرفة ،المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية ،القاهرة ،يناير.
- ١٠- العريزي ،احمد الرفاعي بهجت واخرون(يناير ٢٠١٩). دور التعليم الجامعي في بناء اقتصاد المعرفة في المجتمع المصري ، دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، العدد ١٠٢، الجزء الثاني.
- ١١- المعهد المصرفي المصري (ابريل ٢٠١٣). نشرة المعهد المصرفي، العدد ٢١، ادارة البحوث والتوعية ، القاهرة
- ١٢-المكتب القومي الإقليمي للدول العربية (٢٠٠٩). تقرير المعرفة العربي للعام ٢٠٠٩ م نحو تواصل معرفي منتج.

- ١٣- الناشري ، احمد بن بركوت (٢٠١٤). جودة الأداء التدريسي للدراسات الاجتماعية والوطنية بالمرحلة المتوسطة في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة ،رسالة ماجستير ،كلية التربية ،جامعة أم القرى ،المملكة العربية السعودية .
- ١٤- النجار ،فاطمة رمضان عوض (٢٠١٥). استراتيجية مقترحة لتنمية كفايات البحث العلمي لدى طلاب الدراسات العليا في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة ،مجلة البحوث النفسية والتربوية ،كلية التربية ،جامعة المنوفية ،مجلد ٣٠ ،العدد ٤ ،أكتوبر .
- ١٥ - بن حبتور ،عبد العزيز صالح (٢٠٠٧). الإدارة الاستراتيجية ،إدارة جديدة في عالم متغير ،الطبعة الثانية ،عمان ،دار المسيرة للنشر والطباعة.
- ١٦- بن دقفل ،كمال (٢٠١٦). الموارد البشرية في ظل اقتصاد المعرفة ،المؤتمر العلمي الثاني لعلوم المعلومات بعنوان التحول إلى مجتمع المعرفة رؤى معلوماتية لكلية الآداب جامعة بني سويف .
- ١٧ - بوخاري ، أم هاني (٢٠١٨). حماية الملكية الفكرية وأهميتها في تفعيل اقتصاد المعرفة ، نظرة علي الواقع الجزائري في المجال ،مجلة دراسات لجامعة ثلجي بالأغواط .
- ١٨- تقرير التنمية العربية نحو اقامة مجتمع المعرفة في البلدان العربية ، برنامج الامم المتحدة
<http://www.un.org/arabic/esa/rabas/ahdr2003/cowwwmplete/part2-4pdf>.
- ١٩- ثابت ،ثابت حمدي (٢٠١٨). جامعات منظمات الأعمال :مدخل لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري في ضوء خبرات الولايات المتحدة الأمريكية والصين وألمانيا ،دراسة مقارنة ،رسالة دكتوراه ،كلية التربية جامعة أسيوط.
- ٢٠ - حاتم ،سامي (٢٠٠٥). الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية ،قضايا معاصرة في القضايا الدولية ،الجزء الثالث ،الدار المصرية اللبنانية.
- ٢١- خلف ،فليح حسن (٢٠٠٨). اقتصاد المعرفة ،الأردن ،عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع
- ٢٢- خميس ، بن رجم محمد ،الريميدي ، بسام سمير (٢٠١٩). متطلبات تحول الجامعات المصرية الحكومية نحو اقتصاد المعرفة من وجهة النظر أعضاء هيئة التدريس ،مجلة الاقتصاد والقانون ،جامعة محمد الشريف مساعدي ،سواق أهراس ،الجزائر ،العدد ٤ .
- ٢٣ - رجب ، اسراء محمد احمد محمد (٢٠١٠). واقع التعليم الجامعي في ضوء اقتصاد المعرفة ومبررات التحول نحو الجامعة المنتجة ،مجلة العلوم التربوية وجامعة جنوب الوادي ،كلية التربية بقنا ،العدد ٤٤ ،أغسطس.

- ٢٤- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة (١٩٩٩). تعظيم عائد مخرجات التعليم الجامعي والعالي في المجتمع المعاصر ، تقرير المجلس القومي للتعليم والبحث العلمي التكنولوجيا، الدورة، ١٩٩٨، ١٩٩٩ .
- ٢٥- رياض ،أميره صبري أحمد (٢٠٢٠). تطوير جامعات الشركات بمصر في ضوء اقتصاد المعرفة ،دراسة مقارنة ،رسالة ماجستير ،كلية التربية ،جامعة الفيوم .
- ٢٦- سالم ،محمود محمد المهدي (٢٠١٣). جامعات الشركات وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين ،دراسة مقارنة بين جامعتي كبرينج وبتروبراس وإمكانية الإفادة منها في مصر ،الجمعية المصرية للتربية المقارنة والادارة التعليمية ،مجلد ١٦ ،العدد ٣٩ .
- ٢٧- عابدين ،مجدي محمد مدني(٢٠١٧). تصورات أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر نحو اقتصاد المعرفة ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية بالقاهرة ،جامعة الأزهر .
- ٢٨- عبد الحميد ،وأسماء عبدالفتاح نصر (٢٠٢١). تصور مقترح لاستثمار رأس المال الفكري في الجامعات المصرية في ظل التحول العالمي نحو اقتصاد المعرفة ، المجلة التربوية ،كلية التربية ،جامعة سوهاج ، يناير ٢٠٢١ .
- ٢٩- عبد العزيز ، أحمد محمد محمد (٢٠١٠). مرتكزات الادوار الجديدة للجامعات المصرية لمواكبة مجتمع المعرفة ، رؤية استراتيجية، المؤتمر الدولي الخامس، مستقبل اصلاح التعليم العربي لمجتمع المعرفة ، تجارب ومعايير ورؤى، المركز العربي للتعليم والتنمية، المجلد ٢ ، القاهرة .
- ٣٠- عبد العزيز ،عبد العاطي حلقان (٢٠١٦). دراسة مقارنة لجامعات الشركات في مصر وماليزيا ،المجلة العالمية ،كلية التربية ،جامعة أسيوط،المجلد ٣٢ ،العدد ٣ ،الجزء الثاني .
- ٣١- عبد الغفار ،عادل (٢٠١٦). متعلمون ولكن عاطلون عن العمل ،معضلة الشباب المصري ،مركز بر وكنجز الدوحة ،الدوحة ،قطر .
- ٣٢- عبد الله ،سهير احمد محمد حسن (٢٠١٣). متطلبات التعليم الجامعي للتحول نحو الاقتصاد المعرفي - رؤية استشرافية ،مجلة الطفولة والتربية ،كلية رياض الأطفال ،الاسكندرية ،مجلد ٥ ،العدد ١٤ .
- ٣٣- عبد الهادي ، شيماء السيد محمد عطية(٢٠٢١). جامعة الشركات نموذج تقديمي لتحقيق التعليم المستمر وامكانية الإفادة منه في تحسين التعليم الجامعي المصري، المجلد ٤٥ ،العدد ١،مجلة كلية التربية في العلوم التربوية ،كلية التربية، جامعة عين شمس .
- ٣٤ - عيشور، نادية سعيد(٢٠٢٠). السياق التداولي لاقتصاد المعرفة التحديات الصناعية في العالم، المجلة العربية للآداب والدراسات الانسانية، عدد ١٢ .

- ٣٥- علوان ،سهام احمد (٢٠١٦). جامعات الشركات وتلبية متطلبات سوق العمل في كل من الهند وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية ، وإمكانية الاستفادة منها في مصر ،مجلة التربية المقارنة والدولية ،السنة الثانية ،العدد ٥ .
- ٣٦- مجلس الوزراء ودعم اتخاذ القرار (أغسطس ٢٠١١). بدائل ومقترحات علمية في اطار الخطة القومية لتشغيل الشباب .
- ٣٧- محمد ،سماح زكريا (٢٠١٣) .حاضنات الإبداع العلمي بالجامعات المصرية في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة ، رؤية مقترحة ،دراسات عربية في التربية وعلم النفس ،السعودية ،العدد ٤١ ،المجلد ٣ .
- ٣٨- مراد عله (٢٠١٤) جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة ،دراسة نظرية تحليلية ،كلية العلوم الاقتصادية والتيسير والعلوم التجارية ،جامعة الجلف ،الجزائر .
- ٣٩- منصور ،محمد إبراهيم (٢٠١٣). الاستعداد للمستقبل :تنمية مجتمع المعرفة والابتكار وشروط الانتقال إلى اقتصاد المعرفة في الوطن العربي (مصر دراسة حالة) بحث مقدم إلى الملتقى العلمي حول الرؤى المستقبلية العربية والشركات الدولية ،الخرطوم ،السودان ،في الفترة من ٣ - ٥ فبراير .
- ٤٠- ناصف ،محمد احمد حسين (٢٠١٨).دراسة مقارنة لدور الجامعة في التحول إلى اقتصاد المعرفة في كل من كندا وسنغافورة وإمكانية الاستفادة منها في مصر ،دراسة تربوية ونفسية ،كلية التربية ،جامعة الزقازيق ،العدد ٩٨ .
- ٤١- واكد،هدير محمد خالد (٢٠٢١). جامعات الشركات مدخل لتحقيق التوازن بين خريجها وسوق العمل في بعض الدول ،رسالة ماجستير ، كلية التربية جامعة المنصورة .
- ٤٢- همشري ،عمر احمد(٢٠١٢).إدارة المعرفة ،الطريق إلى التميز والريادة ،عمان ،الأردن ،دار صفاء للنشر والتوزيع .
- 43-Abdel Aziz Nacer(2005). the corporate university A strategic tool , on line : human Investment.
- 44-Allen ,M.(2010 ,April). Corporate universities:globalization and greater sophistication ,The Journal of international management studies ,vol.5 ,No.1 .
- 45-Allen ,M. (2002).the corporate university Hand book ,AMAcOm ,NewYork
- 46-Alnafrah.I.,Mouselli,s.(2019) The Knowledge Society Vis- a vis The Knowledge Economy and Their Potential Development Impacts in Russia.Journal of The Knowledge Economy ,vol, 10 No, 1.

- 47-Antonelli ,G. Cappiello ,G&Pedrini ,G(2013) ,The corporate university , in the European Utility Industries Utilities policy , vol, 25 .
- 48-Ashcroft,p.(2013August)Foundations of Corporate University Integrated Studies Final Project Essay (M Ais700)in Partial Fulfillment of The Requirements For The Degree of Master of Arts-integratedStudies Athabasca,Alberta Retrieved From <http://dtpr-lib-athabascau.co/action/download.php?filena/10/11/2022.me=mais/700/pamashcroft.project.pdf>.
- 49-Ayuningtias ,H. et al (2015) corporate university land scape in Indonesia ,3rd international seminar and conference on learning organization (ISCLO) Atlantis press .
- 50-Baporikar,N.(2014 January) Corporate Universitye Edification in Knowledge Society,International Journal of Strategic Change Management,vol.5,No2,inderscience Enter prises Ltd.125-139D OL,1-1504/IJSCM.2014.060258
- 51-Blass ,E.(2001) what's in aname ? Acomparative study of the traditional pubic university and the corporate university ,Human resource Development international .
- 52-Barnett.R.(2000)university knowledge in an age of super complexity .Higher Education ,vol.40 .
- 53-Castells ,M.&Cardoso C. (2005)The net work society .from knowledge to – policy ,center for transatlantic Relation , Lisbon
- 54-Castrillon,M.(2019,June).A prosed Model of Coroprate University, Vision de Futuro,Ano16,No,23,Vol ,1,Enero.
- 55- Christopger prince and Grabam Beaver(2005) The Rise and Rise of The Corporate University :The Emerging Corporate Earning agenda,The International Journal of Management Education,vol 5,No1.
- 56-Crocco,o.George,M.&Hemmawe,D.(2017) Corporate Universities and Corporation-University Partner Ships in Thailand.Complementing Education in Learning,Leader Shipand Change J ournal of Internationand Comparative Education,(JICE) available at <https://ijie.umiedu/index/php/7/1/2023> JICE article down I-oad
- 57-Chin,t.,Yang,y.,Zhang,p.,yu,x.&Caol(2019) CO-creation of Social in Novation: C orporate Universities,as Innovative Strategies For Chinese Firms to Engage With Society Sustainability,vol 11,No,5,available at <https://www-https://www.export.goy/article?>
- 58-Clifford Brody (December 2009) ,steps to creating an EnterPrise an Training solution Banker's Academy Briefings, Newyork ,Banker's Academy.

- 59-Cross , J.(2011).A. model of work place learning ,<http://www.internetttime.com /2011/03/a - model of - work place - learning>.
- 60-Cux(2004) ,sixth annual bench marking report , Executive summery ,Retrieved from <http://corpucom/storecontent/Exec/15/1/2023 summary 6th final .pdf>.
- 61-Derek Bok ,(2008),Universities in marketplace :the commercialization of Higher Education ,2nd ED , USA : Princeton university press .
- 62-Dealtary , R. (2005) , Achieving integrated performance management with the corporate university , the journal of work place learning , Vol.17 ,No.1.
- 63-Georgek;v(2003) Foreword in Richard Ruch.Higher Ed,Inc: The Rise of The for Profit,I,London The Johns Hoj University Press.
- 64- Gordon Shenton, Peter Clist and Daniel Dirks,(2005) ."Gaining Accreditation for acorporate University ,in Robpaton , Geoff Peters ,John Storey and Scott Taylor "Editors Hand book of corporate University Developmeati managing strategic learning initiatives in puplic and private Domains" Burling toni Gower publishing company .
- 65-Gould.K.E.(2005)the corporate university :Amodel for sustaining an Expert work force in the human services ,Behavior ,Modification ,vol.29 ,No.3 ,May .
- 66-Greg G.Wang and Jud su &JessicaJ.Li&xuejunqiao(2008).Exploing The Corporate University Phenomenon,on line Submission,Paper Presented at The Academy of Human Resource Development International Research Conference in the Americas Panama City,fl,fe20-au.
- 67-Handoussa H. et al (2010) situation Analysis key Development challenges facing Egypt ,Cairo Agenda for action report sponsored and published by UNDP to measure the aid effectiveness of the development partners group DPG to develop a mutual strategy for development cooperation.
- 68-Ilyas,M,(2017).Making of a Corporate University Model:Transition From Tradition to Learning Management System, Journalof Education and Practice,vol.8,No,1585-90.www-iisre.org ISSN2222-1735(paper) issn 2222.
- 69-Issa, E. ,S. ,A. ,A., (2019) ,Evaluation of teaching Practices for physical Applied sports science ,vol,9No, 1.
- 70- JeffreyBrooks"2002" A.Glossary of UK Training & occupational learning Terms , Liver Pool :ITOL.
- 71-Judy c Umm and Marily M.Helms(2002)"Corporate Universities vs Higer Education Institutions ,Industrial and Commercial Traitag ,vol,34,no.4,pp.144-150,The Current issue and full Text Archive of This Journal is avai&bie at <http:// www.emerald insight.com/0019-7858 htm> Accessed.

- 72-Kimberly Maybar –Plaxe , Mark Allen ,and Annick Renaud – Coulon(2014). , minding their business by flexing our minds- A. Guide to corporate university partnerships .
- 73-Lytovchenko , 1 ,(2016) .corporate universities aform of employee training and development in American companies . Advanced Education ,issue ,5.
- 74-Kauffman ,foundation (2007) ,the 2007 state new economy index.
- 75-Kimberly Maybar-Plax,Mark Allenand Annick Renaud-Coulon:Minding Their Business by Flexing our minds-Guide to Corporate University Partherships.
- 76-Masannat ,J.(2014).How should we measure the effectiveness of our corporate university programs ? Retrived (insert data)from cornell university ,ILR school site. <http://digitalcommons.ILR.cornell.edu5/12/2022/student/48>
- 77-Meister ,J. C. (2002). ten steps to creating a corporate university ,the knowledge management year book ,available at TC meister the knowledge management ,year book ,books .google.com.
- 78-Musielak,L&New house,M(May 2019). Corporate Universities Strategic Organizational, Learning, Inspirant, Group, Consutling redefiend.
- 79-Maybarplaxe ,K. Allen ,M. & Renauei , A. (2014),minding ,their business by flexing our minds ,aguide to corporate university partner ships ,areport in traduced to unicon"Executive education consortiuml ,available at <http://www.uniconexed.org30/11/2022/wpcontent/uploads/2014.Pdf>.
- 80-Meister ,J.C. (1998) corporate university: Lessons in Building a world class work force MC Grow ,Hill , New York NY.
- 81-Nixon , J. &Helms , M. (2002) ,corporate universities VS Higher Education institutions industrial and commercial Training ,vol.34 ,No,4.
- 82-Mark Allen (2010)corporate university 2010,Globalizationand greater sophistication ,Journal of international management studies ,vol,5 ,No.1 .
- 83-Pamela Ashcrof.(2013) Foundations of Acorporate University Unpublished Master Thesis Degree of Master,Athabasca University,Athabasca,alberta.
- 84-Parveen ,S. ,Mahmoud ,B. , Chuadhry ,A. ,& Iqbal. M. ,S. (2019) , Impediments faced pre educational instiitutions in creation of knowledge economy , acase study of pun jab Pakistan . Amazonia Investigate , 8 (18) ,164- 174
- 85-Pedron ,Z. ,(2018). September ,the future Role of corporate universities in Developing and Embedding business strategy ,A. Dissertation presented to the faculty of EU Business school in partial fulfillment of the Requirements for the Degree :MBA with major in human Resources management.
- 86-Prince , C & Stewart ,J(2002).corporate universities – an Analytical frame work .Journal of management development ,vol.21 ,No.10 .

- 87-Paton ,R. Peters ,G., story J.& Taylor ,S. ,(January 2005),corporate universities strategic learning initiatives ,in Hand book of corporate university Development : Managing strategic learning initiatives in public and private Domains ,Gower publishing company ,Burlington ,USA.
- 89-Peter Mc Ateer &Milke Pino(2011). "The Business case for creating a corporate University , corporate university x chang,12 September 2011 ,P.1 [https :// www . corpu . com / Business case – for –a-corporate – University – pdf.](https://www.corpu.com/Business%20case%20for%20a%20corporate%20University.pdf)
- 90-Rheume,l.&Gardoni,M.(2015)The Challenges Facing Corporate Universities in Dealing With Open Innovation .Journal of Work Place Learning available at :<https://emerald.com/insight/content/doi>
- 91-Robpaton ,Geoff peters and Paul Quintas(2005). Corporate Education Strategies :corporate universities in practice ,papers prepared for the ministerio do Desenvotvimeate, Austriat comercio Exterior , Governement of Brazil , Brasilia .
- 92-Schmitt,c(december2021) .Corporate Universities: an Historical Perspective Witham Analysis and Comparison of Development Models in The Literature and Practice, A dissertation Submitted to The Graduate School in Partial Fulfillment of The Requirements For The Doctor Degree of Education, No: The Illinois,University,Dekalb,Illinois.
- 93-Sekem&Heliopolis University (2014). Intergral University Pioneer: Sekem and Heliopolis Unversity for Sustainable Devlopment,Cairo
- 94-Pedron ,Z."2018 , September 1. The future Role of corporate universities in Developing and Embedding Business strategy . A Dissertation presented to
- 95-Searso ,E.,(2017).corporate universities as Knowledge management tools ,vi NE Journal of information and knowledge management systems . volum 47,(No 4 , 538-554 available at [https://www .emerlad .com / in sight , contend ,doi , 10.1108, VJik MS- 12.2016 -0074,full,html.](https://www.emerlad.com/in%20sight%20contend%20doi%2010.1108,VJik%20MS-12.2016-0074,full,html)
- 96-Sham , C. (2007).An exploratory study of corporate university in China ,Submitted on this 29th of January 2007 ,for the Partial requirments of the degree of doctor of business administration ,international ,graduate school business division of business , University of south Australia.
- 97-Sairs,E.,et al.(2004).Methods For Teating and Evaulating Survey Questionnaires Hoboken,New Jresey,Johnwiley & S0n,Inc.
- 98-Sammarra ,A., Mormino , S., Innocenti ,L. & Profilies ,(2017 November).corporate universities ,configuration in the Italian context : An Exploratory study , international Journal of Business and management , Vol.12 , No.12, Canadian center of science and Education 97-106 :IssN 1833- 3850 E – issN1833-8119

- 99-Ryan, L. & Prince, C. & Turner, P., June 2015, the changing and Developing Role of the corporate university post- millennium . industry and higher education vol. 29 ,No.3 .
- 100-Roberts .Jeanne (2009) The global knowledge Economy in question ,critical , perspectives on international business ,vol.5 ,No.4.
- 101-Richard Dealtry(2002). ,configuring the corporate university :managing a portfolio of thinking schools , corporate university solutions series, vol.7 .Birmingham :intellectual partnership .
- 102-Rheume,Louis;Gardoni,Mickael(2015). The Challenges Focing Corporate Universities in Dealing With Open Innovation,Journal of Workplace Learning vol 27,no4.
- 103-Ryan,L. (2007).Developing ,aQualitative understanding of university-corporate Education partnerShips management Decision ,vol. 45 ,No.2.
- 104- UNESCO (2005). Towards Knowledge Societies,World Report, Unesco,paris.
- 105-The Faculty of EW Business school in Partial Fulfilment of the Requirements for the degree :MBA with major in human Resources management.
- 106-Tran ,Q ,Tain , Y.(2013).organizational structure influencing factors and impact on a firm American ,journal of industrial and business management ,vol.3 ,No.2 ,PP 229-236 available at <http://www.scrip.org/journal/aijibm/15/12/2022>.
- 107-Zimmeremann , V.(2008).corporate universities – in :Adelsberger H. H. ,kinshuk ,pawlowski J.M. Sampson D.G. ,eds , Handbook on information technologies for Education and training international Hand books on information systems , springer , Berlin , Heidelberg ,2nd edition .