

رؤية مقترحة لتعزيز مرتكزات الثقة وتسويق الإنتاج العلمي في الجامعات لتنمية مجتمع المعرفة

A proposed vision to strengthen the foundations of trust and commercialize scientific production in universities to develop the knowledge society

د. محمود عبد المجيد عساف

أستاذ الإدارة والتخطيط التربوي المساعد (فلسطين)، Massaf1000@hotmail.com

تاريخ النشر: 2019/12/26

تاريخ القبول: 2019/12/02

تاريخ الاستلام: 2019/10/06

ملخص:

هدفت الدراسة إلى تحديد تداعيات مجتمع المعرفة على أدوار الجامعات، ومرتكزات تحقيق الثقة في هذه الأدوار، تحديد آليات تسويق الإنتاج العلمي والبحثي في مجتمع المعرفة، ومن ثم وضع رؤية مقترحة لتعزيز الثقة وتسويق الإنتاج العلمي لتنمية مجتمع المعرفة. ولتحقيق ذلك اتبع الباحث المنهج الوصفي البنائي، معتمداً على نتائج الدراسات السابقة، والأدب التربوي، وقد توصلت الدراسة إلى:

- لم يتم العثور في الأدبيات على معلومات تظهر تجربة عربية في مجال تسويق نتائج البحث العلمي بصفة عامة.
- ضعف التنسيق بين الجامعات الداخلية من أجل تقليل التكرار والتكاليف في الأبحاث المتشابهة وإيجاد الصيغ الناجحة للعمل المشترك.
- غياب برنامج وطني يوضح الملامح لمخرجات الجهد البحثي وتعزيز الثقة في فلسطين للاسترشاد به في المؤسسات الحكومية والجامعات.
- الافتقار إلى مؤسسات وطنية مهتمة فقط بتمويل الأنشطة البحثية وتطوير سبل التمويل للجامعات أو مؤسسات استشارية لتوظيف نتائج البحث وتحويلها إلى مشاريع إنتاجية. ومن ثم خرجت الدراسة برؤية استندت على مجموعة من المنطلقات، ومخطط العمل والمعوقات. الكلمات المفتاحية: مرتكزات الثقة، تسويق الإنتاج العلمي، مجتمع المعرفة

Abstract:

The study aimed to determine the implications of the knowledge society on the roles of universities, foundations and achieve confidence in these roles, determine marketing and

scientific research production mechanisms in the knowledge society, and then develop a vision proposed to boost confidence and marketing of scientific production for the development of a knowledge society. To achieve this, follow the constructivist researcher descriptive approach, relying on the results of previous studies, educational literature, The study found:

- Is not found in the literature on information showing the Arab experience in the field of marketing research in general results
- Lack of coordination between the Interior universities in order to reduce duplication and costs in similar research and the creation of successful joint action formulas.
- The absence of a national program demonstrates the features of the output of research effort and to enhance confidence in Palestine for guidance in government institutions and universities.
- Lack of national institutions only interested in funding research activities and develop ways of funding for universities or advisory institutions to employ the search results and turn them into productive projects. And then came the proposed vision based on a set of starting points, and the outline of the work.

Keywords: The foundations of trust - Scientific marketing and production, and a knowledge-based society.

مقدمة:

من المشهور أنه رغم جهود الحكومات العربية والجامعات فيها، لتغيير نظرة المجتمع حول الأدوار التقليدية لها، وزيادة الثقة فيها، وفي مدى قدرتها على مواثمة التقدم العلمي والتكنولوجي، إلا أن إستراتيجية البحث العلمي فيها لا تزال غير واضحة الملامح، أو محددة في إطار علاقاتها بالمجتمع المحلي والقطاع الخاص، فهي لا تزال في طور الانهيار لا التعاون والتبادل المشترك.

فالمساهمة في إثراء المعرفة في إثراء المعرفة والمشاركة فيها في المجتمع يمر عن طريق تعظيم دور العلم وتمكينه، وتسويق نتائجه بصورة تليق به عن طريق تشجيع التجديد والإبداع والابتكار وتوظيف الاكتشافات والاختراعات لتحقيق الرفاه الإنساني.

(بن أحمد، 2006: 606)

لكن في الحقيقة ليس من العدل تحميل الجامعة الفلسطينية بشكل عام والمراكز البحثية شبه التقليدية جل مسؤولية إخفاق البحث والإنتاج العلمي في تحقيق تنمية مجتمع المعرفة، أو ضعف التواصل بين الجامعات والقطاع الخاص، فالإبداع العلمي هو حصيلة النشاط المؤسسي في بيئة علمية صحيحة تتسم بثقة المجتمع في أدوار الجامعات، ونشاطها في المجال الثقافي والمعرفي والاجتماعي.

وكرد فعل دفاعي للتغيرات الحديثة في مفهوم المجتمعات واقتصاداتها، ظهرت أنواع جديدة من المنافسة في السوق العالمية، ربطت التقدم الاقتصادي بنمو المعرفة، وأصبح يقاس مدى تقدم المجتمعات بمدى قدرتها على إتباع آليات ديناميكية لإنتاج المعرفة، مما ترتب عليه زيادة الطلب على الجامعات في إنتاج المعرفة، وتحقيق مزيد من التماسك الاجتماعي بين الجامعة والمجتمع والقطاع الخاص، حيث أصبحت الجامعات تمتلك دوراً هاماً في تطوير مجتمع الخبرة، والمنافسة الاقتصادية. (Risto,2009: 184)

ورغم ظهور مجموعة من التحولات في عصر المعرفة عن العصور السابقة لها، إلا أن المتتبع لواقع الجامعات الفلسطينية، يجد أنها دخلت نطاق التوسع من أجل الاستقطاب والاستثمار الضيق، وليس من باب الارتقاء بالمسؤولية الاجتماعية، والاقتصادية، وهذا ما أثبتته دراسة (هللو، 2013) من أن دور الجامعات لم يرتقي إلى المستوى المطلوب في هذا المجال حيث كانت نسبة تدير عينتها أقل من 60%، وأوصت بضرورة تفعيل الشراكة بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص والمؤسسات الاجتماعية الإنتاجية، كما أثبتت دراسة (صبح، 2013) انخفاض دور الجامعات في تنمية رأس المال البشري، ودراسة (الشيخ خليل، 2014)، (اعبيان، 2012) التي أثبتت تدني مستوى تمويل الجامعات للبحث العلمي وتسويقه، ودراسة (قبطة، 2013) التي أثبتت ضعف برامج الدراسات العليا في هذه الجامعات في إنتاج مخرجات قادرة على تلبية احتياجات سوق العمل، ودراسة (الجدبة، 2010) التي أثبتت غياب ملامح التفكير والتطوير والتعاون في التنمية الاقتصادية للجامعات.

وعطفاً على ما سبق، وللخروج من هذه الهوة وجب البحث في مجموعة من الإجراءات التي تربط البحث العلمي والباحثين المبدعين مع القطاع الخاص وصناع القرار، وإيجاد علاقات تواصل بين مؤسسات البحث والمؤسسات الإنتاجية من خلال التسويق الذي أساسه تحقيق الفائدة والتنافسية، لا الترويج والانهمار.

مشكلة الدراسة، وتساؤلاتها:

تشير التقارير الدولية إلى أن العلم في عصرنا الراهن بلغ حداً من القوة يفوق في أهميته قوة رأس المال أو المصادر الأولية اللازمة للتنمية في أي بلد، وهذا يقودنا حتماً إلى تأكيد أهمية اعتماد استراتيجيات واضحة للتنمية العلمية في مجال البحث العلمي وفق سلم أولويات واضح ومحدد في كل مرحلة من المراحل التي يمر بها المجتمع مراعين ذلك جدواها العلمية والاقتصادية .

ومن المشهور أن العالم العربي قد فشل لدرجة كبيرة في تكوين مجتمع العلماء على مدى سنوات القرن العشرين وذلك لضعف الفهم الدقيق والجاد لوظيفة الجامعات، ولأسباب ثقافية تتعلق بالانتقال من استهلاك المعرفة الجاهزة إلى الإسهام في العلم، وتسويق مخرجاته .

وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- 1- ما تداعيات مجتمع المعرفة على أدوار الجامعات؟
- 2- ما مرتكزات تحقيق الثقة في أدوار الجامعات؟
- 3- ما آليات تسويق الإنتاج العلمي والبحثي في مجتمع المعرفة؟
- 4- ما الرؤية المقترحة لتعزيز الثقة وتسويق الإنتاج العلمي لتنمية مجتمع المعرفة؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- تحديد تداعيات مجتمع المعرفة على أدوار الجامعات.
- تحديد مرتكزات تحقيق الثقة في أدوار الجامعات.

- تحديد آليات تسويق الإنتاج العلمي والبحثي في مجتمع المعرفة.

- وضع رؤية مقترحة لتعزيز الثقة وتسويق الإنتاج العلمي لتنمية مجتمع المعرفة.

أهمية الدراسة:

الأهمية الموضوعية: تنبثق أهمية من منطلق أن التنمية الإنسانية لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال مشاركة الجميع، أي لا يمكن أن نستغني عن التشبيك الاجتماعي المعرفي، وأن التوسع في التعليم الجامعي في محافظات غزة خلال السنوات الأخيرة أفضى إلى حالة من الغموض في الإنتاج المعرفي لها، في الوقت الذي يزايد فيه الاهتمام بوظائف الجامعات وقدرتها على المنافسة في بيئة عالمية، إضافة إلى تفاقم الفجوة التكنولوجية والبحثية بين مؤسسات البحث والمجتمع المحلي والقيادة السياسية.

الأهمية التطبيقية: قد يستفيد من هذه الدراسة كل من:

1- القيادات الجامعية في تحديد استراتيجيات التعامل مع مؤسسات القطاع الخاص والمجتمع المحلي من حيث التعاون والتشبيك.

2- طلبة الدراسات العليا والباحثين في الاعتماد عليها كأساس لبعض الدراسات المستقبلية ذات العلاقة.

منهج الدراسة:

انطلاقاً من أهداف الدراسة والذي يكمن في وضع رؤية مقترحة لتعزيز الثقة وتسويق الإنتاج العلمي لتنمية مجتمع المعرفة، سيتبع الباحث منهجية مركبة، حيث سيتم تحليل التدايعات والمركزات من خلال مدخل تحليل النظم، ثم استخدام أحد أساليب الدراسات المستقبلية، من خلال وضع مسارات مختلفة لتعزيز الثقة والتسويق.

مصطلحات الدراسة:

1- الرؤية المقترحة:

يعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "تصور مستقبلي ذو أبعاد طويلة المدى يستند إلى منطلقات فكرية وفلسفية، يهدف إلى إحداث تغيرات في طبيعة العلاقة بين المجتمع والجامعة في مجال الثقة والتسويق، بغرض تنمية مجتمع المعرفة".

2- التسويق:

يعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "عملية تبادل ملموسة أو غير ملموسة بين المنتج للمعرفة والمستفيد منها سواء كان على مستوى الأفراد أو المؤسسات، وهذا التبادل لا يشترط أن يكون مادياً بل يمكن أن يكون معنوياً بهدف تحقيق أهداف المؤسسة أو التوصل إلى رضا المستفيد".

3- مجتمع المعرفة:

يعرفه العبد الله (2009: 21) بأنه: " المجتمع الذي تتدفق فيه المعارف والمعلومات بسهولة ويسر وبدون عوائق وصعوبات، بحيث يمكن الوصول إليها بطرق سريعة وبوسائل متعددة خلال وقت قصير وبدون متاعب وتكاليف باهظة، وتكون متاحة للجميع بدون تمييز".

ويعرفه عبد العزيز (2010: 1672) بأنه: " المجتمع القائم على إنتاج المعرفة من خلال المؤسسات المعرفية والبحثية في المجتمع، القادر على توظيف المعرفة بغرض إنتاج أنواع حديثة من التكنولوجيا المتقدمة".

ويعرفه الباحث إجرائياً بأنه: " شكل من أشكال التنمية يؤدي إلى امتلاك وتخزين وتشغيل المعرفة والمعلومات، لتوليد أنماط جديدة ومتطورة من المعرفة التي يمكن استخدامها لرفاهية الإنسان وإشباع احتياجاته وتحقيق رضاه".

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات وجهود السابقين حول موضوع الدراسة الحالية، فمنها ما تعلق بأدوار الجامعات وآليات الشراكة بينها وبين القطاعات المجتمعية المختلفة، ومنها ما تعلق بآليات الوصول إلى مجتمع المعرفة أو تنميته، ومن هذه الدراسات على سبيل المثال، لا الحصر:

- دراسة جيدوري ونجم (2013) والتي هدفت التعرف إلى دور الدراسات العليا في بناء مجتمع المعرفة في الجامعات الفلسطينية من خلال تطبيق استبانته على (195) طالب وطالبة من جامعة الأزهر والإسلامية، والتي أثبتت تدني مستوى الدور في الذكور حيث بلغت النسبة 57.8% وهي دون المستوى المقبول .

- دراسة قيطة (2013) والتي هدفت التعرف إلى دور برامج الدراسات العليا في تلبية احتياجات سوق العمل، من خلال إجراء (20) مقابلة شخصية، مع أعضاء هيئة التدريس وأصحاب مؤسسات عاملة، والتي أثبتت أن هناك فجوة بين برامج الجامعات وسوق العمل.

- دراسة عبد العزيز (2010) التي هدفت تحليل الفجوة بين دور الجامعات في مجتمع المعرفة ، وما تقوم به الجامعات المصرية من أدوار، ومن ثم وضع رؤية إستراتيجية تساعد على تحقيق مرتكزات مجتمعية لمساعدة الجامعة على تنمية مجتمع المعرفة .

- دراسة هللو (2013) هدفت إلى التعرف إلى دور الجامعات الفلسطينية في خدمة المجتمع المحلي في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية، من خلال تطبيق استبانته على (190) عضو هيئة تدريس، والتي أثبتت تدني مستوى الدور والذي لم يرتقي إلى نسبة 65%.

- دراسة قيطة (2011) التي هدفت التعرف إلى درجة قيام الجامعات الفلسطينية في بناء مجتمع المعرفة في الجامعات الفلسطينية، بتطبيق استبانته على (185) عضو هيئة

تدريس، وتوصلت إلى أن الجامعات تقوم بدور جيد في بناء مجتمع المعرفة، لكنه قاصراً على الإنتاج الداخلي، دون تعزيز الشراكة مع المؤسسات المحلية والإقليمية.

- دراسة العاجز وحماد(2011) التي هدفت وضع رؤية جديدة لدور البحث العلمي في المؤسسات والجامعات الفلسطينية لتحقيق شراكة فاعلة مع قطاعات الإنتاج في فلسطين، معتمدة على العوامل المؤثرة على أدوار الجامعات والتي أهمها: (موارد مالية مستقلة، تسويق ناجح وفعال، اتجاه بحثي مؤثر، خطة إستراتيجية واضحة).

- دراسة (عساف وحماد، 2010) هدفت توضيح المنطلقات التي تقوم عليها مجتمع المعرفة وتحديد معوقات إنتاج المعرفة في المجتمع الفلسطيني، والتي توصلت إلى أن أهم معوقات مجتمع المعرفة هو الاعتقاد الخاطئ بإمكانية بناء مجتمع المعرفة من خلال استيراد نتائج العلم دون الاستثمار لها، وأن المخرج أمام المجتمع الفلسطيني لمجتمع المعرفة هو فتح مجال أمام الباحثين الجدد لخوض التجربة في التعبير عن أفكارهم .

- دراسة جوطي (2006) هدفت التعرف إلى تأثير العولمة على مهام التعليم العالي وعلاقتها بالمظاهر الجديد للاقتصاد، ودور الجامعة في إعداد الهيكلية الصناعية ونقل التكنولوجيا مستخدمة في ذلك المنهج الوصفي، وأثبتت ضعف الجامعات العربية على تدعيم الشراكة والتعاون بين أنظمة التعليم والبحث في محيط متميز.

- دراسة دياب وعبد الواحد(2006) هدفت التعرف إلى أهم المسوغات العامة لاستمرار الدولة في دعم التعليم العالي والبحث العلمي في ضوء الاتجاهات العالمية، من خلال بناء مراكز التميز لدعم المشاريع التنافسية والتي أثبتت أن هناك ضعف في مستوى الدعم المجتمعي في بناء منظومات البحث والتطوير.

- دراسة النعيمي والنعيمي (2000) التي هدفت إلى استعراض الواقع الحالي ومشكلات الدول العربية في ميدان البحث العلمي، ومستوى التمويل وآليات التسويق وكذلك وضع إستراتيجية بلامح التسويق لنتائج البحث العلمي، وقد استخدمت الدراسة المنهج

الوصفي البنائي، وأوصت بضرورة إيجاد جهة متخصصة في كل مؤسسة بحثية تتولى مهام تسويق البحث العلمي .

- دراسة تشن وآخرون (2009) Chen & Others التي هدفت لتحديد العوامل المؤثرة على تبادل المعرفة وتسويقها من وجهة نظر مجموعة من طلبة الماجستير، وذلك باختيار عدد من الفرضيات، منها: ارتباط الشبكات المجتمعية واتجاه المعلمين لتبادل المعرفة وتسويقها، المعايير الموضوعية الذاتية المتعلقة بتبادل المعرفة والتي تؤدي إلى سلوك فعال في بيئة التعلم الافتراضية، وأثبتت النتائج أن الاتجاه والمعايير الذاتية، والويب الذاتي وشبكة العلاقات الاجتماعية مؤشرات جيدة للتنبؤ بتقاسم المعرفة وتسويقها والمشاركة في بنائها.

- دراسة فيركس (2003) Virkus نقلا عن (جيدوري ونجم ، 2013) التي هدفت مناقشة دور الجامعات في إطار مجتمع المعرفة في أوروبا، والتعرف إلى الظروف التي تسهم في أداء دورها بفاعلية مستخدماً المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل إلى التأكيد على أهمية الجامعات الأوروبية في التنمية المستدامة من خلال الانفتاح على الخارج وزيادة مستوى التسويق والجدابية، وترسيخ مجال البحث العلمي من خلال الربط الشبكي .
التعقيب على الدراسات السابقة :-

من خلال العرض البسيط لبعض الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، نجد أن في معظمها تناولت دور الجامعة أو تحليل دورها في مجتمع المعرفة أو في دعم البحث العلمي لهذا الغرض، ومن هذه الدراسات، دراسة (هلولو، 2013)، (قيطة، 2011)، (Virkus, 2003)، بينما بحث بعضها في دراسة العلاقة بين الجامعات والمجتمع ومستوى الشراكة بينهما مثل دراسة (قيطة ، 2013)، (العاجز وحماد، 2011)، (حسن، 2007) كما بحث بعضها في مسوغات دور الدولة في دعم نشاط الجامعة لتنمية مجتمع المعرفة وتأثير العوامل الخارجية على دور الجامعة مثل دراسة (جوطي، 2006)، (دياب، وعبد الواحد، 2006)، (عبد العزيز، 2010). ونجد من خلال العرض السابق أن جميع

الدراسات أجمعت على ضعف العلاقة بين الجامعة ومستوى التشبيك مع المجتمع سواء كان على مستوى البحث العلمي أو الدراسات العليا أو إنتاج المعرفة، وهذا يمثل مبرراً للدراسة الحالية ويميزها عن غيرها من سابقتها .

محاور الدراسة :

أولاً/ تداعيات مجتمع المعرفة على أدوار الجامعات :

يعد مجتمع المعرفة مرحلة جديدة من مراحل التطور أعقبت المرحلة الصناعية وهو ما يطلق عليها اسم (الموجة الثالثة) باعتبار أن البشرية قد عرفت في تاريخها حضارتين سابقتين هما: موجة عصر الزراعة، وموجة عصر الصناعة .

فمجتمع المعرفة هو مجتمع يتعرف بالدور الحاسم للمعرفة في تشكيل ثروة المجتمع وتكريس رفاهيته، حيث يمر العالم حالياً بتحولات نشأت كنتيجة مباشرة للتقدم التقني في مجال المعلومات والاتصالات، والذي تجسد بما يسمى بالثورة المعرفية التي تفجرت بفعل التقدم العلمي، واتخذت طابعاً كوكبياً شاملاً، وقد شكلت هذه المرحلة نقلة نوعية في تطور المجتمعات البشرية لما أحدثته وسوف تحدثه من تغيرات ربما تكون جذرية على مستقبل الاقتصاد العالمي وعلى الثقافات الإنسانية قاطبة (:Toffler, 1990 11). وحسب (تقرير التنمية الإنسانية العربية، 2003: 44) فإن مجتمع المعرفة يقوم على خمس أركان أساسية، هي :

- إطلاق حرية الرأي والتعبير دعماً للديمقراطية .
- النشر الكامل للتعليم الراقى، مع إعطاء عناية خاصة للاتصال والتعليم المستمر مدى الحياة .
- توطين العلم وبناء القدرات الذاتية في البحث والتطور التقني .
- التحول الحثيث نحو نمط إنتاج المعرفة في البنية الاقتصادية والاجتماعية .
- تأسيس نموذج معرفي عام منفتح ، ذو خصوصية ثقافية .

ولهذا المجتمع ملامح خاصة، فرضت نفسها بقوة على الواقع بشكل عام ، وعلى مؤسسات التعليم العالي والجامعات بشكل خاص، ومن هذه الملامح :-

1- تعقد المعرفة : حيث تعددت التخصصات البينية (Interdisciplinary) والتخصصات العابرة (المجاوزة) كأحد منهجيات القرن الحادي والعشرين، وتميزت المعرفة بالتداخل وسرعة الإحلال وعدم اليقين، وغابت الصروح الفلسفية، ونتيجة ذلك ظهرت اكتشافات تكنولوجية حديثة مثل الكيمياء الحيوية والبيولوجيا الإحصائية والتكنولوجيا فائقة الصغر، Nano technology، والذكاء الصناعي التي أضفت قدرات للإنسان وإمكانات هائلة في عدة مجالات خاصة في الطب وزراعة الأعضاء.(علي،2004: 42)

2- تضاعف المعرفة : إن إنتاج المعلومات بوتيرة مذهلة : فالقارئ الذي يملك القدرة على قراءة (1000) كلمة في الدقيقة، خلال ثمان ساعات في اليوم ، سيحتاج إلى شهر ونصف لقراءة إنتاج يوم واحد. (جوطي، 2006: 324)

كما أن المعرفة تنمو بمتتالية هندسية ، فبع أن كانت المعرفة البشرية تتضاعف مرة كل عشر سنوات، أصبحت تتضاعف كل ثمانية عشر شهراً في بدايات القرن الحادي والعشرون ، وتشير التنبؤات المستقبلية أنها سوف تتضاعف كل 72 يوم بحلول عام 2020 ، وأن الأفراد سوف يستخدمون 1% من المعرفة الحالية بحلول عام 2050. (البيلاوي وحسين، 2007: 16)

3- الاهتمام برأس المال الفكري والبشري : حيث زاد الاهتمام برأس المال الفكري في مجتمع المعرفة والمتمثل في معرفة تحول المواد الخام وزيادة قيمتها، والمواد الخام قد تكون مادية وقد تكون معنوية وغير ملموسة مثل المعلومات ، كما أصبح من المتعارف عليه أن رأس المال الفكري للمؤسسة هو مجموع رأس مالها البشري (الموهبة) ورأس مالها الهيكلية (الملكية الفكرية، المنهجيات، البرمجيات، الوثائق وغيرها) ورأس مالها من العملاء (العلاقات بالعملاء). (زاهر، 2000 : 16)

وعلى الصعيد المحلي والجامعات الفلسطينية أثبتت دراسة (صبح، 2013) أن الجامعات الفلسطينية تقوم بدور متوسط في تنمية رأس المال البشري ، كما أثبتت دراسة (صبيح وأبو شعبان، 2013) أن برامج الدراسات العليا أيضاً تقوم بدور متوسط في تنمية رأس المال الفكري.

4- تغير نمط الاقتصاد القائم: وهو ما عرف باسم (النموذج التكنو- اقتصادي الجديد) والذي يتميز بالتوفيق بين بنية دائمة وهندسة متغيرة، والذي ارتكز على زيادة المميزات التنافسية للمعرفة، من خلال زيادة الابتكارات التقنية. فقد أحدث التقدم السريع في الالكترونيات والاتصالات البعيدة والتكنولوجيا الساتلية (Satellite Technologies) أتاح نقلاً فائقاً للبيانات بكلفة منخفضة جداً، مما أدى إلى تحييد دور المسافة المادية باعتبارها حاجزاً أمام الاتصال وعاملاً في التنافس الاقتصادي (علي، 2004: 39) وعطفاً على ما سبق فإن هذه الملامح، وتأثيرها على دواليب الاقتصاد، وضع الجامعات أمام تحد مزدوج، ويتمثل في :-

- المساهمة في التحديث الاجتماعي، وذلك بالإنكباب على تكوين مواطن بكفاءات جديدة، منفتح على العالم وعلى التطور العلمي .

- الانخراط في التطور الاقتصادي، والعلمي والتكنولوجي، بالمساهمة في تطوير النسيج الاقتصادي، والإعلاء من قيمة مميزاتها التنافسية، وتشجيع البحث العلمي أياً كان مجاله .

تداعيات مجتمع المعرفة على الجامعات :

في ضوء ملامح مجتمع المعرفة تطورت أهدافها وتنوعت لتشمل نقل المعرفة وإنتاجها والحفاظ عليها وتوسيع قنوات خدمة المجتمع ومؤسساته خاصة الصناعية منها، وزيادة مرونة القبول زمنياً، وتعميق التداخل بين التخصصات ضمن مسار تطوير المناهج ، والتوسع في الجانب التقني وإعادة هيكلة وتنظيم البنية الجامعية والتوجه نحو اقتصاديات المعرفة والإدارة المعرفية.(الخشاب، والأشعب، 2006: 38)

وتأسيساً على ما سبق فإن هناك مجموعة من التدايعات لمجتمع المعرفة على الجامعات ودورها، وهي :

1- التغيير الكوبرنيقي في أوضاع الجامعات: حيث أصبحت الجامعات في الدول المتقدمة تعتمد على أدائها التدريسي والبحثي والخدمي لتوفير التمويل الكافي لتجويد أدائها، وأصبحت تحمل أسماء جديدة مثل: (الجامعة المنتجة، جامعة البحث)، فزاد التنافس بينها في اجتذاب الطلاب وتجويد البحوث وتدعيم علاقاتها بالمؤسسات التنموية.

(The world Bank,2009:9).

2- زيادة القيود على الجامعات : فرض مجتمع المعرفة أدواراً جديدة على الجامعات خاصة بعد الانتقال من الجامعات التقليدية إلى الجامعات الاستثمار، تختزل هذه الأدوار في المساهمة في تحسين تكافؤ الفرص والعدالة الاجتماعية والمساهمة في الإشعاع العلمي والثقافي، وهذا ما يتطلب: (جوطي، 2006: 335)

- إحصاء للحاجيات التي تعبر عنها الفاعلون الاقتصاديون والاجتماعيون، والمؤسسات العمومية لبحث .

- إعلاء قيمة أعمال البحث من خلال النشر الواسع لنتائجها .

- توجيه المجهود العمومي نحو دعم المشاريع الصغيرة والباحثين الجدد .

- المشاركة في أنشطة التعاون العلمي المتعدد الأطراف التي تسمح لباحثين من جنسيات مختلفة العمل سوية .

3- زيادة تنافسية الجامعات في إنتاج المعرفة : حيث فقدت سيادتها على إنتاج المعرفة وتوزيعها فظهرت المراكز البحثية وأصبحت المعرفة تباع وتشتري ، وتصدر وتستورد ، مثلها مثل أي سلعة أخرى وبذلك أظهرت الشراكة بين المؤسسات التجارية والجامعات ، مما أوجب على الجامعات إعادة بناء الأنشطة البحثية ، ودعمها وتمويلها من باب الاستثمار طويل المدى .(عبد العزيز،2010: 1684) ولعل الواقع الفلسطيني يفتقر إلى مثل هذه الأمور، فقد أثبتت دراسة (علي، 2013) ضعف دور

البحث العلمي والدراسات العليا في تحقيق التنمية المستدامة، وأثبتت دراسة (اعبيان، 2012) ضعف دور الجامعات في دعم البحث العلمي والأنشطة البحثية.

4- المفاهيم الدولية وتدويل التعليم العالي: حيث فرض مجتمع المعرفة على الجامعات مجموعة من القيم من أهمها التفاهم الدولي وتعميق التواصل بين الشعوب، فمن خلال الندوات والمؤتمرات الدولية ولقاءات الخبراء في السنوات الثلاث الأخيرة، تبنت منظمة التربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) استراتيجية تدويل التعليم العالي والبحث العلمي، حيث تم إقرار التوجهات المهمة بهذا الخصوص والتي أهمها: (خورشيد، 2006:143).

- أن هناك ضرورة لأن يتحقق تدويل العملية التعليمية والبحثية من خلال توجه استراتيجي ينبع من أهداف محددة، ويتضمن إيجاد وسائل لتحقيقه وإطار متكامل لمتابعة تقدمه، لأنه ليس بمثابة رد فعل للتطورات العلمية، ولكن من وجوب إنجازها في إطار التحول الداخلي نحو التدويل.

- يتعين على مؤسسات التعليم العالي أن تعيد هيكلة أنشطتها البحثية لكي تواءم توجهات التدويل.

- أكدت الدراسات الإحصائية المسحية التي قام بها الاتحاد الدولي للجامعات (IAU) International Association of Universities التي أجريت حول مدى تبني الجامعات لإستراتيجية تدويل البحث العلمي والتعليم العالي وأشكاله، على عدد من التوجهات يمكن تلخيصها في النقاط التالية: (البيلاوي وحسين، 2007: 26).

- المشروعات البحثية المشتركة: وهي مشروعات بحثية تشارك فيها جامعة أو أكثر مع جامعة دولية وهذا ما يتبناه الاتحاد الأوروبي في دول حوض البحر المتوسط.

- حركة البحوث عبر الحدود: حيث تمت هذه النوعية من تدويل العملية البحثية بشكل كبير خلال العشر سنوات الأولى من الألفية الثالثة، وهي مهمات علمية يقوم بها

الباحث في دول أجنبية متقدمة لإعداد بحث في مجال علمي أو للمشاركة في جهود بحثية، وهذا ما يجب أن يستفيد منه شباب الباحثين.

- المؤتمرات العلمية وورش العمل البحثية.

- اتحاد الجامعات على المستوى الإقليمي والعالمي.

5- زيادة مكانة الجامعة: حيث زاد الاهتمام باعتبارها المسؤول الرئيس في بناء رأس

المال الفكري بكل مكوناته المادية الملموسة وغير الملموسة، ولم تقتصر أدوارها على

(التدريس، البحث، خدمة المجتمع) وإنما اعتبرت رائدة التغيير في المجتمع من

خلال إعداد القوى البشرية المؤهلة.

المحور الثاني/ مرتكزات تحقيق الثقة في أدوار الجامعات:

كل ما سبق من تداعيات دفع الجامعات إلى اعتماد أدوار جديدة تتمثل في رفع

الكفاءة والأداء، وتحقيق مؤشرات الجودة (التعليمية، البحثية، الخدمية)، وتحقيق

الاستثمار داخلياً وخارجياً.

ولما كان مجتمع المعرفة يقتضي تغيير الدور التقليدي للجامعة ومدخلاتها، وجب

على الجامعات العربية تغيير سياساتها، وعلى المستوى المحلي نجد الجامعات الفلسطينية

تتوسع كمياً بشكل يثير الدهشة في بقعة جغرافية صغيرة، وذلك لعدة اعتبارات منها ما

هو وطني ومنها ما هو استثماري، مما يستلزم البحث في مرتكزات تحقيق الثقة في أدوارها،

ومن هذه المرتكزات:

1- الجودة:

جودة التدريس/ وتتمثل في إكساب الطلاب قدرات حل المشكلات، والتفكير الاستراتيجي، والاتصال والتفاعل الجيد مع الآخرين، وتحمل المسؤولية، والانتماء والمبادرة، كما يتطلب إيجاد سياسة فعالة للإرشاد الأكاديمي، ومساعدة الطلاب في اتخاذ القرارات المتعلقة بمساراتهم الوظيفية، وفي البحث

جودة البرامج والخطط الدراسية/ بحيث تصبح مؤسسات متفاعلة ذات ارتباط وثيق بالظروف المهمة، ومتطلبات سوق العمل الإنتاجية، والخدمية والاهتمامات المجتمعية للتنمية الشاملة، وان يكون لها مشاركة عالية من حيث تقدم المعرفة والحضور المسهم في الحوزة العالمية. (السلطين، 2014: 37)

<p>عن فرص عمل بعد التخرج. (زيدان، 2002: 42)</p>	
<p>جودة الهيئة التدريسية/ وذلك من خلال مجموعة من المعايير ذات العلاقة بجودة عضو هيئة التدريس، والمتمثلة في: (زيدان، 2002: 24)</p> <ul style="list-style-type: none"> - امتلاكه لمهارات التدريس وانجازه العلمي. - النمو المهني ومدى تفاعله وإيجابيته مع زملائه (داخلياً، خارجياً) - معدل قراءته واطلاعه على الجديد في مجال التخصص. - مدى مشاركته في تصميم البرامج والمقررات في مجال تخصصه. - مدى قدرته على طرح أفكار متجددة خلال مناقشاته وحواراته العلمية. <p>وهذا يتطلب وجود سياسات دقيقة لتحديد الأنصبه التدريسية بالبعد عن التزكية والخواطر، وقريبة من الكفاءة والاستحقاق.</p>	<p>جودة البحث/ وهذا يتطلب إعطاء البحث العلمي المكانة التي يستحقها، وضمان النهوض به في جميع التخصصات لجعله أداة لتقدم المعرفة سواء على مستوى الأساتذة أو طلبة الدراسات العليا، من خلال: (آل زاهر، 2005: 647)</p> <ul style="list-style-type: none"> - مراعاة البحوث الجامعية لقضايا المجتمع، واحتياجاته. - وجود برامج بحث معلوماتية قادرة على توقع التطورات في بيئة العمل. - وجود أنظمة بحث معلوماتية متكيفة تساهم في التغييرات السريعة. - وجود قواعد بيانات ديناميكية تسهل عملية البحث. - الاهتمام بطرق قيادة فرق البحث العلمي وإعداد الموازنات الدقيقة. - الاهتمام بطرق إدارة المشروعات البحثية وتسويق نتائجها.
<p>جودة الشراكة مع المجتمع/ حيث تمثل العلاقة بين الجامعة ومؤسسات المجتمع علاقة تبادلية لا يمكن تجاهلها، ولعل ذلك يتطلب مشاركة وثيقة بين الجامعات ومؤسسات المجتمع، فالبرامج والأنشطة التعليمية التي يجري عليها العديد من العمليات تتحول بعد فترة من الزمن إلى قوة عاملة تغذي مؤسسات المجتمع. ولعل التجارب العالمية غنية في هذا المجال ومن أبرزها حالة الجامعة الوطنية في سنغافورة التي تبنت نموذج الجامعة الاستثمارية بالشراكة مع المجتمع المحلي، وكذلك مشروع المعهد الهندي للتكنولوجيا في كل من (بوبي، وكامبور)، وكذلك مشروعات التعاون الأوروبي في فرنسا التي يمول فيها 57% من مجالات البحث والتطوير الجامعي عن طريق المجتمع المحلي والشركات الصناعية. وكذلك المبادرات الوطنية والمحلية (جامعة البحث) لتطوير الاختراعات الجامعية في الصين (يوسف، وبشيما، 2007: 283)</p>	

2- التخطيط الاستراتيجي:

إن تطبيق التخطيط الاستراتيجي في التعليم العالي أصبح من البديهيات في مجتمع المعرفة، وذلك من أجل تحليل دقيق لسوق العمل، ومتطلباته، ويرشد الإدارات العليا في اتخاذ القرارات وزيادة السيطرة على الموارد وترشيدها، وكذلك التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية ووضع الآليات المناسبة للتعامل معها.

وبذلك يتضح لنا مدى الارتباط بين علم التخطيط وعلم الاقتصاد، حيث تتغير نظم التخطيط للجامعات بتغير نظريات الاقتصاد، فقد أصبح التخطيط الاستراتيجي للجامعات قائماً على التحليل الدقيق لسوق العمل، والتركيز على الشروط الاقتصادية والاجتماعية المثالية لحاجات رأس المال البشري المستقبلية. (عبد العزيز، 2010: 1701)

3- اللامركزية (الاستقلال الجامعي):

حيث تعد نقلاً لبعض أشكال السلطة من الحكومات والإدارات المركزية إلى إدارات غير مركزية، وعلى الرغم من اختلاف الدوافع والمبررات الداعية إلى الأخذ بأسلوب اللامركزية، فإن معظم المبررات كانت مبررات سياسية وتنطوي على اعتبارات مالية، ورغم ذلك فإن لا مركزية الجامعات تسهم بدرجة كبيرة في رفع مستوى أدائها وتحقيق جودتها، وإطلاق طاقاتها في خدمة المجتمع. (ضاحي، 2008: 52)

ولعل الجامعات الفلسطينية لا تتمتع بدرجة عالية من اللامركزية لاعتبارات كثيرة، أهمها اختلاف جهة الإشراف وأساس النشأة، فمنها ما هو: (حكومي، خاص، حزبي، شركات) وهذا ما يسبب ارتفاع وتيرة التكرار في البرامج، وسطحية المشاركة المجتمعية، وعدم وجود إستراتيجية تربية عامة .

4- المشاركة:

تتعدد رهانات الشراكة بين الجامعة والمجتمع المدني، حيث تتمثل في :
- الرهان الأول (علمي وثقافي): والمتمثل في إنتاج ونشر معرفة نوعية.

- الرهان الثاني (اقتصادي): من خلال تكوين مهارات ومبتكري مشاريع استجابة للاحتياجات المحلية ومواكبة تطورات السوق.

- الرهان الثالث:(سياسي): حيث أن الإعداد والتكوين يمثل السوق الكبير للعالم. ولعل أوضح صور الشراكة بين الجامعات والمجتمع المدني تتجلى في جمهورية الصين الشعبية حيث نلاحظ الاندماج المثير للصين في الاقتصاد الكوني، التي تشهد صادراتها نمواً يفوق 16% سنوياً، كما تضاعفت الاستثمارات الأجنبية فيها عشرين ضعفاً خلال الفترة ما بين(2010-1993). (عساف، 2014: 4)

ولعل المجتمع الفلسطيني أكثر المجتمعات احتياجاً لترسيخ مبدأ الشراكة بين الجامعات والمجتمع المدني، لما يعانيه من ظروف سياسية واقتصادية تستلزم العمل المشترك والتعاقد، ولكن لكي تكون للشراكة حظوظ للنجاح، لا ينبغي أن يتوافر لها إطار للتشاور فقط، بل ينبغي أيضاً أن يحصل كل طرف على فوائد، منها: (صانع، 2007: 184).

على مستوى أصحاب المشاريع :

1. تخطيط أفضل للموارد البشرية
2. الوصول إلى منابع التشغيل المتجددة باستمرار
3. إعداد استراتيجيات ملائمة للمشاريع بارتباط مع الابتكارات الجامعية.
4. زيادة الإنتاجية.

على مستوى الجامعة:

- تقليص نسبة الفشل.
- تخريج طلبة أكثر تحفيزاً.
- مواكبة أفضل لتطور سوق العمل.
- معرفة أفضل لاحتياجات المنطقة في مجال الإعداد والتكوين

- وصول الطلبة وأعضاء هيئة التدريس إلى تجهيزات متطورة، وامتيازات مهنية أو احترافية أفضل للطلبة.

5- المساءلة أو المحاسبية:

التركيز على الأداء الإداري والنتائج من أهم ما يحفز الثقة في الإدارة العامة، وهو ما يدعو أيضاً مساءلة الانجاز، التي تعني عدم النظر للمساءلة على أنها توزيع اللوم أو العقاب بل النظر إليها كعملية إدارية هادفة لتحقيق مجموعة من الأهداف، تتمثل في : (العتيبي، 2008: 12)

- حماية الصالح العام، والرقابة والتحكم.

- كنوع من الضمان لحسن الالتزام بالقانون واستثمار الموارد.

- كعملية للتحسين المستمر.

وتمثل المحاسبية والمساءلة أهم النتائج أهم النتائج المترتبة على استقلالية الجامعات، حيث لا بد من اتخاذ الإجراءات لتأمين الحكم الذاتي للجامعات، بحيث تعمل الجامعات على الارتقاء بمنتجاتها للتكيف مع متطلبات السوق.

ويمكن زيادة فاعلية المساءلة في الجامعات من خلال: (عبد العزيز، 2010: 1709)

- توضيح الأهداف التي تسعى الجامعة لتحقيقها وتوعية العملاء بأهمية المساءلة من اجل تحقيق أعلى منفعة.

- إجراء بحوث أساسية لتحديد أفضل وأقوى مقاييس المساءلة.

- الاعتراف بأن التحدي أمام الجامعات لا تتم معالجتها عن طريق كتابة التقارير ووضع الخطط، ولكن من خلال الممارسة والتجربة.

6- الشفافية:

تعتمد الشفافية على درجة الإفصاح عن معلومات تخص الجامعة من حيث مواردها وإمكاناتها، ونقطة قوتها وضعفها وأهدافها، بالإضافة إلى النتائج المالية والتشغيلية، وعوامل المخاطرة والمرتبات والمزايا.

كما تتمثل أهمية الشفافية في الجامعات، من خلال: (هندي، 2004: 7)

- توفير نوع من المشاركة بين كافة عملاء الجامعات والإدلاء بأرائهم في تطوير العملية التعليمية.
- زيادة جاذبية الجامعات الحقيقية وليس القائمة على الإعلانات المزورة.
- شعور الطلاب بمسؤولياتهم عن طريق منظومة التعليم بالجامعات.
- تحقيق تحسينات وقائية وبنائية وتفاعلية.
- تعالج الشفافية ما يتعلق بمبدأ السرية في معالجة بعض القضايا المصيرية للجامعة، خاصة المالية منها.

ولعل ما سبق يستلزم العدالة والإنصاف والنظرة الشمولية لمصلحة الطالب والتنمية المجتمعية وليس المصلحة الضيقة لبعض المتنفذين، كما يتطلب الفعالية والكفاءة في جميع عمليات الجامعة، خاصة في اعتماد الكفاءة أساس الاستقطاب وليس أي معيار آخر (الشراكة، التمويل، الحزبية، ...)

المحور الثالث/ آليات تسويق الإنتاج العلمي في مجتمع المعرفة:

قبل التفصيل في هذا المحور لابد من التأكيد على أن تسويق نتائج البحث العلمي ليس هو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه الجامعات، بل انه الوسيلة التي من خلالها تصبح الاستفادة من نتائج البحث العلمي ممكنة، وهو كذلك أحد أهم الآليات المتاحة لإيجاد علامات تواصل بين مؤسسات البحث والمؤسسات الإنتاجية في المجتمع. ويعد البحث العلمي الركيزة الأساسية في تحقيق متطلبات التنمية، ويعد الربط بين البحث العلمي في الجامعات ومشروعات التنمية ضرورة يجب تأصيلها وتوفير سبل النجاح لها، فالبحث العلمي مسؤول عن الابتكار والاختراع وحل المشكلات، والجامعة مطالبة بالمساعدة في نقل التكنولوجيا وتسويق نتائج البحث العلمي إلى كل قطاعات ومؤسسات الدولة. (القصيبي، 2009: 120)

ولكن قبل الحديث عن تسويق البحث العلمي وآلياته تجدر الإشارة إلى مدى الإنفاق عليه وتمويله، خاصة في ظل ما أثبتته العديد من الدراسات في ضعف التمويل، وضعف دور الجامعات الفلسطينية في ذلك مثل دراسة (الشيخ خليل، 2014)، ودراسة (اعبيان، 2012)، ودراسة (المقادمة، 2013)

حيث تعدُّ الأموال التي تنفقها الدول على البحث العلمي والتطوير بالنسبة إلى دخلها القومي مؤشراً أساسياً لقياس تقدم هذه الدول وتطورها. وتصنف مستويات الإنفاق على الأبحاث العلمية بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي إلى أربعة أقسام.

1- إذا كانت نسبة الإنفاق أقل من 1% كان أداء البحث ضعيفاً جداً ودون المستوى المطلوب.

2- إذا كانت نسبة الإنفاق بين 1%-1.6% كان البحث في مستوى متوسط.

3- إذا كانت نسبة الإنفاق أكثر من 1.6%-2% كان البحث في مستوى جيد لخدمة التنمية.

4- إذا كانت نسبة الإنفاق أكثر من 2% كان أداء البحث في المستوى المطلوب لتطوير القطاعات وإيجاد تقنيات جديدة. (المقادمة، 2013: 135)

نسبة الإنفاق على البحث العلمي من الناتج القومي في معظم دول العالم 2011م

الدولة	نسبة الإنفاق على البحث العلمي من الناتج القومي	نصيب الفرد (\$)
إسرائيل	4.7%	1272.8
اليابان	3.4%	1153.3
الدول الأوروبية	1.8%	531
أمريكا الشمالية	2.6%	1205,9
الدول العربية	0.2%	14.7
فلسطين	0.3%	2.9

وبلغ إنفاق الدول العربية على البحث العلمي في العام 2011، حوالي 4700000 (مليون دولار)، بينما إسرائيل (8817635) مليون دولار في نفس العام، وارتفع إلى 9.4 مليار دولار عام 2012

الدولة	الإنفاق على البحث العلمي (مليون دولار)	مقارنة مع ما ينفق في إسرائيل
السلطة الفلسطينية	11.4	0.12%
الدول العربية مجتمعة	4700000	53%
إسرائيل	8817635	

الدول الأكثر إنفاقاً على البحث والتطوير للعام 2012

الدولة	الإنفاق على البحث والتطوير (مليار دولار \$) سنوياً	الدولة	الإنفاق على البحث العلمي والتطوير (مليار دولار \$) سنوياً
الولايات المتحدة	405.3	كندا	24.3
الصين	153.7	روسيا	23.1
اليابان	144.1	البرازيل	19.4
ألمانيا	69.5	إيطاليا	19.0
كوريا الجنوبية	44.8	تايوان	19.0
فرنسا	42.2	إسبانيا	17.2
المملكة المتحدة	38.4	أستراليا	15.9
الهند	36.1	السويد	11.9
هولندا	10.8	النمسا	8.3
إسرائيل	9.4	سويسرا	7.5

<http://ar.wikipedia.org/wiki/2012-9-13> موقع ويكيبيديا

وبصدد الموضوع محل الدراسة - في حدود علم الباحث- لم يتم العثور في الأدبيات على معلومات تظهر تجربة عربية في مجال تسويق نتائج البحث العلمي بصفة عامة، لكن ما

تم الحصول عليه من معلومات لا يعدو بعض الإرشادات متعلقة بالكيفية المقترحة للتسويق.

ولذلك فقد تعددت التعريفات حول مفهوم التسويق، لكن في مجملها تدور حول عدة اعتبارات:

1- التنسيق والتكامل بين جميع أنشطة التسويق من إنتاج وإعلان وترويج وتسعير وتوزيع.

2- ارتباط مفهوم التسويق بالمستفيدين منه بدلاً من الإنتاج.

3- يبدأ نشاط التسويق قبل إنتاج السلع والخدمات ويمتد إلى ما بعد استهلاكها. (النعيبي، والنعيبي، 2000: 154)

وحيث إن البحث العلمي مورد وسلعة فلا بد أن تخضع للمفاهيم الاقتصادية، ومن بينها عملي التسويق إلا أن له من الخصوصيات ما تميزه عن غيره، منها:

- أن البحث العلمي مكلف، وقد يكون باهظ التكاليف في بعض الأحيان.
- أنه ليس سلعة بالمعنى المتعارف عليه للسلع الاستهلاكية التي تباع وتشتري فيتحقق الربح أو الخسارة مباشرة أو خلال مدة زمنية قصيرة نوعاً ما.
- قد يحتاج إظهار المردود الايجابي للتوصيات التي يتمخض عنها البحث العلمي استثمارات مالية إضافية وانقضاء مدة زمنية معينة قبل الحصول على النتائج المرغوب فيها. (الطائي، 1998: 75)

ولهذا يقوم المفهوم التسويقي للبحث العلمي ونتائجه على العناصر التالية:

- التركيز على المنتج العلمي والمستهلك والمجتمع، ومدى الحاجة إليه.
- أن هدف المنتج الرئيس إشباع حاجات المستهلك وحل المشكلات القائمة والاكتفاء المحلي والاستغناء عن الأجنبي.
- يسعى المنتج العلمي إلى الجاذبية والفائدة للمستهلك وتوفير المعلومات التي تساعد على الاستعمال السليم لزيادة المنفعة.

وعليه يحتاج التسويق آليات خاصة تختلف عن آليات التسويق المتداولة في مجال السلع والخدمات الأخرى، تتحدد في:

التوزيع	الترويج	التسعير	التحديد
يعني إيصال النتائج إلى المستفيد وهو الهدف النهائي للتسويق وقد يأخذ إحدى الطرق التالية:	وهي طريقة لإعلام المستفيدين الحاليين والمحتملين لمزايا المنتج، وهذا ما يتحكم فيه: (طبيعة السوق، خصائص النتائج، الموارد المتاحة للترويج، سمات المستفيدين من حيث الخبرة والمستوى)	تمثل هذه العملية أصعب آليات التسويق فهي تقرير للسعر، من خلال:	- تحديد طبيعة النشاط البحثي وإبراز نتائجه. - تحديد الأسواق المستهدفة وحجمها وسماتها ونوعيتها (قطاع عام ، قطاع خاص، خدماتي، صناعي...)
- التوزيع المباشر دون وسيط ومن ميزاته سرعة التوصيل وانخفاض التكاليف.	كما يعتمد الترويج على العلاقات العامة والجهود الإدارية المستمرة لتدعيم التفاهم المتبادل بين الجامعة والمستفيدين	- التسعير بغرض استرداد الكلفة. والذي يبني على أساس الاحتكار.	- التسعير بغرض استرداد الكلفة.
- التوزيع غير المباشر وذلك من خلال وسطاء (مؤسسات وطنية، موكلة بالتوزيع، مؤسسات عربية أو إقليمية، تجار يشترون وينقلون الملكية)		- التسعير بغرض استرداد جزء من الكلفة.	

الرؤية المقترحة:

ما الرؤية المقترحة لتعزيز الثقة وتسويق الإنتاج العلمي لتنمية مجتمع المعرفة؟

تنطلق الرؤية من عدة منطلقات:

- 1- أن تحدد الجامعة طبيعة نشاطها البحثي، وتداعيات مجتمع المعرفة عليها مع ضمان إحاطة منتسبها وخاصة متخذي القرار بنتائج النشاط ومعدل تمويله.
- 2- تحديد الموقع التنافسي للجامعة محليا وإقليميا لضمان ثقة المستفيدين.
- 3- تحديد الأسواق المستهدفة وحجمها وسماتها ونوعيتها، سواء كان قطاعا عاما أو خاصاً، قطاعاً تصنيعياً أو خدمياً.

4- الترويج بإعلام المستفيدين الحاليين والمحتملين حول ما تقدم الجامعة من خدمات .

5- التقويم والتغذية الراجعة، من خلال بحوث التسويق والإدارة المجتمعية التي يتم إجراؤها باستمرار وتشمل الجمع المنظم للبيانات.

وفيما يلي مخطط العمل كل حسب ما يقدمه:

<p>- تشكيل مجموعة من المختصين وتكليفها بعملية رصد إمكانات الجامعة وموقعها التنافسي، ومدى ثقة الجمهور بها وتطوير قدرات أفرادها.</p> <p>- تبني إعداد الدراسات حول جدوى الأبحاث العلمية وتعزید بحوث طلبة الدراسات العليا، وتوجيهها.</p> <p>- حث أعضاء هيئة التدريس على تقديم تصوراتهم في كل ما يتعلق بمستوى طلابهم، وإنتاجهم العلمي</p> <p>- دراسة الأنشطة التي تمارسها الجهات المرشحة للاستفادة من نتائج بحوث الجامعة للوقوف على ماهية المعوقات والمشكلات التي تعترض استمرارية أداء عملياتها الإنتاجية.</p> <p>- وضع آلية مشتركة من الجهات المستفيدة لتنفيذ برامج البحث والتطوير لكل حالة حسب خصوصيتها.</p> <p>- إعطاء دور لأعضاء هيئة التدريس للتشبيك مع المؤسسات ذات العلاقة.</p> <p>- إنشاء جهاز متخصص للتقويم داخل الجامعة مرتبط بجهاز على المستوى الوطني، مهامه تلخص في توفير البيانات عن جميع المدخلات، وتقدير الكفاءة ومراقبة المخرجات، مع الأخذ بعين الاعتبار الشمولية وعدم التكرار.</p> <p>- إجراء مسح وطني شامل لتحديد الإمكانيات البشرية المؤهلة بمختلف التخصصات من حملة شهادة الماجستير والدكتوراه بهدف الاستفادة منها في تنمية مجتمع المعرفة .</p> <p>- استطلاع إمكانية الاستفادة من تبادل المتخصصين العرب والأجانب داخل الوطن وخارجه لدعم مجتمع المعرفة.</p>	<p>القيادات العليا</p>
<p>يمكن لهم ممارسة دور كبير لهم ليس فقط في عملية البحث بحد ذاته، بل في عملية زيادة الثقة والتسويق وإن كانت معرفتهم بأساليب التسويق العام محدودة وذلك للاعتبارات التالية:</p> <p>- يتمتعون بكونهم الأكثر إلماماً بالجوانب الفنية والعلمية للبحث الذي ينفذوه.</p>	<p>أعضاء هيئة التدريس والباحثين</p>

<p>- أنهم الأقدر على تقديم سلعتهم إلى المستفيد في أحسن صورة.</p> <p>- الأقدر على إقناع المؤسسات الشريكة بالجدوى الاقتصادية للبحث.</p> <p>ولكن لا يمكن أن تترك عملية التسويق فقط للباحثين وذلك لعدة أمور، أهمها:</p> <p>- نظرتهم إلى عملية البحث على أنها دائما ذات مردود ايجابي، الأمر الذي قد يؤدي إلى المبالغة في تصوير المردود الاقتصادي، وبالتالي يؤثر سلباً على الجهات الشريكة.</p> <p>- قد يصل الأمر نتيجة الثقة المطلقة ببحوثهم إلى فقدان التفاهم بين طرفي التحوار من منتج ومستفيد.</p> <p>- تشجيع نظام الفرق البحثية (Work-teams) في عمليات البحث التربوي، مع ضرورة تضافر جهود الباحثين المتخصصين في الميادين المختلفة للجامعات الفلسطينية</p>	
--	--

معوقات الرؤية المقترحة:

- 1- غياب السياسات العلمية والتقانية وضعف ارتباطها بالسياسة التنموية الشاملة.
- 2- التبديل المستمر للقوانين والأنظمة والتعليمات والهيكلية للجامعات مما يربك العمل، ويؤثر على مستوى الثقة والشراكة.
- 3- تعدد المؤسسات القائمة بإجراء البحوث العلمية وتكرار البرامج في الدراسات العليا مما يقلل مصادر التمويل ويشتت الجهود.
- 4- غياب التنسيق بين الجامعات الداخلية والخارجية من أجل تقليل التكرار والتكاليف في الأبحاث المتشابهة وإيجاد الصيغ الناجحة للعمل المشترك.
- 5- غياب برنامج وطني يوضح الملامح لمخرجات الجهد البحثي في فلسطين للاسترشاد به في المؤسسات الحكومية والجامعات.
- 6- الاعتقاد السائد عند بعض الجامعات بان البحث العلمي هو ترف ثقافي يجوز الإنفاق عليه من أجل المظهر الحضاري العام دون الانغماس في دعمه نظراً لأهمية الأولويات الأخرى.
- 7- الافتقار إلى مؤسسات وطنية مهتمة فقط بتمويل الأنشطة البحثية وبتطوير سبل التمويل للجامعات أو مؤسسات استشارية لتوظيف نتائج البحث وتحويلها إلى مشاريع إنتاجية.

8- عدم وجود أنظمة ضريبية تعطي للشركات والأفراد خصم ضريبي مجزي مقابل تمويل البحث العلمي.

9- ضعف نشاط الترويج الناتج عن عدم وجود جهة مختصة لإدارة هذا النشاط، والغموض في بعض أنظمة الجامعة الداخلية.

التوصيات:

في ضوء استعراض الورقة البحثية السابقة، يوصي الباحث بما يلي:

1- التنسيق بين السياسات العلمية للجامعات لاشتقاق المجالات المشتركة التي تتطلب التعاضد والتكامل.

2- قيام كل جامعة بصياغة إستراتيجية واقعية لعملها البحثي والمعرفي مشتقة من مشروع وطني للتنمية.

3- إشراك أعضاء هيئة التدريس في وضع هذه الإستراتيجية مع ضرورة وضوح موارد الجامعة الحقيقية.

4- تشجيع أعضاء هيئة التدريس على تبني مشاريع بحوث لهم وللدراسات العليا مشتقة من برامجها وتوجهات قطاعات الإنتاج والخدمات في المجتمع.

5- تكوين مجامع بحثية يشترك فيها أعضاء هيئة التدريس من أكثر من جامعة وطنية تكون مهمتها: (الاتصال بالمستفيدين أفراداً وجماعات، الإعلان بوسائل الإعلام المتاحة لقاء كلفة، الإعلام من خلال نشر الأخبار الهامة التي تبرز الانجازات البحثية ومجالات التطبيق، وإقامة المعارض والندوات والحلقات الدراسية والمؤتمرات، وإصدار النشرات العلمية والتعريفية).

6- تبني سياسة تسعيرية مرنة لنتائج البحوث وحسب طبيعة البحث والجهة المستفيدة، وبما يحقق استرداد الكلفة مع هامش من الربح المناسب.

7- إعادة توجيه وجهه وزارة التعليم العالي نحو العمل البحثي من حيث الدعم والترويج والإعلام، مع ضرورة تكريم العلماء والباحثين بما يليق بمنجزاتهم.

8- استحداث دورات تدريبية عامة ومتخصصة في مجال تسويق نتائج البحوث للقيادات العليا في الجامعات، والتشبيك مع المؤسسات الإنتاجية.

قائمة المراجع:

- اعبيان، هالة. (2012). دور الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة في دعم البحث العلمي وسبل تحسينه، رسالة ماجستير، غزة، الجامعة الإسلامية.
- آل زاهر، علي. (2005). القدرات المطلوبة لتطوير جودة الأداء الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم العالي لمواجهة تحديات عصر العولمة، ورشة عمل طرق تفعيل وثيقة آراء الأمير عبد الله بن عبد العزيز حول التعليم العالي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، 30 يناير- 1 فبراير، الرياض.
- بن أحمد، محمد. (2006). توظيف البحث العلمي لتنمية مجتمع المعرفة، المؤتمر التاسع لوزراء التربية والتعليم والبحث العلمي في الوطن العربي، 15-18/ ديسمبر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، دمشق.
- البيلاوي، حسن وحسين، سلامة (2007). إدارة المعرفة في التعليم، الإسكندرية، دار الوفاء.
- تقرير التنمية الإنسانية العربية (2003)، نحو إقامة مجتمع المعرفة في البلدان العربية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP). <www.un.org/Arabic/esa/rbas/ahdr2003>.
- الجدبة، فوزي. (2010). دور الجامعات العربية في التنمية الاقتصادية، مجلة جامعة الأزهر للعلوم الإنسانية، 12(1)، 239-266.
- جوطي، حفيظ . (2006)، الجامعة وتطور المعرفة والنمو الاقتصادي، المؤتمر التاسع للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي، 15-18/ ديسمبر، دمشق.
- جيدوري، بشار ونجم ، منور. (2013)، دور الدراسات العليا بالجامعات الفلسطينية في بناء مجتمع المعرفة ، مؤتمر الدراسات العليا الثاني (الدراسات العليا بين الواقع وآفاق الإصلاح والتطوير ، الجامعة الإسلامية ، 29-30 / أبريل.
- الخشاب، عبدالله والأشعب، خالص. (2006)، محتوى التعليم العالي لمواكبة مجتمع المعرفة، المؤتمر التاسع للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي، 15-18/ ديسمبر، دمشق.

- خورشيد، معتز. (2006). *خطة جامعة القاهرة للبحث العلمي*، قطاع الدراسات العليا والبحوث العلمية، مصر، جامعة القاهرة.
- دياب، أصف وعبد الواحد ، محمد . (2006). دور الدولة في دعم التعليم العالي والبحث العلمي لتنمية متطلبات الاقتصاد المبني على المعرفة ، *المؤتمر التاسع للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي* ، 15- 18 / ديسمبر، دمشق.
- زاهر، ضياء الدين. (2000)، *جامعاتنا العربية في مطلع الألفية الثالثة*، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
- زيدان، همام. (2002)، *جودة أداء إدارة مؤسسات التعليم العالي*، مؤتمر الجودة الذي نظمته الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، 10-13/مارس، الكويت.
- السلطين، علي. (2014)، *تحقيق الجودة والتميز في مؤسسات التعليم العالي*، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- الشيخ خليل، صفيناز. (2014)، *واقع تمويل البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقته بالإنتاج العلمي لأعضاء هيئة تدريسيها، رسالة ماجستير*، الجامعة الإسلامية، غزة.
- صانغ، عبد الرحمن. (2007)، *التعليم العالي والبحث العلمي لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين*، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس.
- صبح، أحلام . (2013)، *دور الجامعات في تنمية رأس المال البشري من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس*، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
- صبيح، لينا وأبو شعبان، شيماء. (2013)، *دور الدراسات العليا في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة في تنمية رأس المال الفكري*، مؤتمر الدراسات العليا الثاني (الدراسات العليا بين الواقع وآفاق الإصلاح والتطوير)، الجامعة الإسلامية، 29-30/ابريل.
- ضاحي، حاتم . (2008)، *الأدوار المستقبلية للتعليم الجامعي في ضوء تحولات الألفية الثالثة*، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- الطائي، فيصل . (1998)، *تسويق خدمات المعلومات في المكتبات البحثية في العراق*، رسالة دكتوراه، الجامعة المستنصرية، العراق.

العاجز، فؤاد وحمام، حسن. (2011)، رؤية جديدة لدور البحث العلمي في تحقيق الشراكة الفاعلة مع قطاعات الإنتاج من منظور تكاملي، مؤتمر البحث العلمي (مفاهيمه ، أخلاقياته، توظيفه)، الجامعة الإسلامية ، 10-11 مايو .

العبد الله، مي. مكونات البنية الاجتماعية والاقتصادية لإقامة مجتمع المعرفة في الوطن العربي (2009). www.shebacss.com/docs/soasr004-09pdf.

عبد العزيز، أحمد. (2010)، مرتكزات الأدوار الجديدة للجامعات المصرية لمواكبة مجتمع المعرفة، المؤتمر الدولي الخامس للمركز العربي للتعليم والتنمية، 13-15/يوليو، القاهرة، 2010، ص 1666-1727.

العتيبي، راشد. (2008)، أثر المساءلة الإدارية على فعالية الجامعات الحكومية السعودية، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، الأردن.

عساف ، محمود و حماد ، خليل .(2011)، توظيف البحث الفلسطيني في ضوء مقومات مجتمع المعرفة (رؤية مستقبلية) مؤتمر البحث العلمي (مفاهيمه، أخلاقياته، وتوظيفه) ، الجامعة الإسلامية 10-11 / مايو، 2011.

عساف، محمود.(2014)، نحو جامعات البحث (الاستثمار وآليات التسويق)الصين نموذجاً، اليوم الدراسي بعنوان:المؤسسات الأكاديمية والقطاع الخاص (نحو الشراكة والتكامل)، شؤون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية - غزة 10/2/2014م علي، أشرف.(2013)، دور البحث العلمي والدراسات العليا في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

علي، نبيل. (2004)، الجامعة ومجتمع المعرفة، المؤتمر السنوي الأول للمركز العربي للتعليم والتنمية، جامعة عين شمس في 3-5 / مايو، 2004

القصبي، راشد . (2009)، نحو تطوير التعليم الجامعي، دار فرحة للنشر والتوزيع، القاهرة.

قيطة ، نهلة. (2011)، دور الجامعات الفلسطينية في بناء مجتمع المعرفة وسبل تفعيله ، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، غزة.

قيطة، نهلة. (2013)، دور برامج الدراسات العليا في تلبية احتياجات سوق العمل والتكيف مع متطلبات مجتمع المعرفة، مؤتمر الدراسات العليا الثاني (الدراسات العليا بين الواقع وآفاق الإصلاح والتطوير)، الجامعة الإسلامية، 29-30/أبريل، 2013.

المقادمة، يسرى. (2013)، البحث العلمي في جامعات فلسطين: رؤية مستقبلية في ضوء الخبرة الإسرائيلية، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة.

النعيمي، طه والنعيمي، نعمان. (2000)، آليات تسويق نتائج البحث العلمي لخدمة التنمية والمجتمع، المؤتمر السابع للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الرياض، 17-21 إبريل، 2000.

هللو، إسلام. (2013)، دور الجامعات في خدمة المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

هندي، نصر الدين. (2004)، التعديلات الأخيرة في النظام المحاسبي الموحد ومفهوم حوكمة الشركات – دراسة تحليلية، مجلة البحوث التربوية المعاصرة، 8 (2).

يوسف، شهيد وبشيمة، كورنا. (2007)، دور الجامعات في التنمية الاقتصادية، ترجمة: شعبان خليفة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

Chen, I. & Others.(2009), Examining the Factors Influencing Participants Knowledge Sharing Behavior in Virtual Learning Communities, *Educational Technology and Society*, 12.(1), p. 134 – 148.

Risto, Rinne.(2009), The Dilemmas of the Changing University ,In Michael Shattock (ed), *Entrepreneurialism in Universities and the Knowledge Economy*, McGraw-Hill companies, England.

The World Bank.(2002), Constructing Knowledge Societies: New Changes for Tertiary Education , Washington , *The International Bank for Reconstruction and Development*.

Toffler , Admon .(1990), *Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of 21st Century*, Bantam Books , New York .