



مركز الأستاذ الدكتور/ احمد المنشاوى  
للنشر العلمى والتميز البحثى  
مجلة كلية التربية

---

---

## استثمار الإنتاج المعرفى الأكاديمى لأعضاء هيئة التدريس مدخل لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة بنها (تصور مقترح)

إعداد

**أ.م.د/ ولاء محمود عبد الله محمود**

أستاذ أصول التربية المساعد  
كلية التربية - جامعة بنها

**drwalaamahmoud@gmail.com**

«المجلد الأربعون- العدد الخامس- مايو ٢٠٢٤ م»

[http://www.aun.edu.eg/faculty\\_education/arabic](http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic)

## مستخلص البحث:

إن الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الركيزة الأساسية لامتلاك الجامعات الميزة التنافسية، حيث أصبحت الكفاءات البشرية الأكاديمية المؤهلة للإبداع والتجديد المعرفي – وما تملكه من معرفة – مصدرًا جديدًا لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات، فمؤسسات التعليم الجامعي لا تختلف عن بعضها من حيث ما تمتلكه من إمكانات مادية وبشرية؛ فالسياسات الحاكمة واحدة، ولكنها تختلف في كيفية امتلاك ميزة تنافسية عبر المرتكزات التي يمكن من خلالها الاستثمار في الإنتاج المعرفي لأعضاء هيئة التدريس، وهي: تسويق الإنتاج المعرفي، والشركات البحثية مع القطاعات المجتمعية، ورسملة الموارد البشرية الأكاديمية. ومن ثم هدف البحث الحالي إلى استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس؛ لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية، ولتحقيق ذلك استخدم البحث المنهج الوصفي لتشخيص واقع استثمار جامعة بنها لإنتاجها المعرفي، وبيان موقعها في التصنيفات العالمية، والذي أوضح انخفاض مكانة جامعة بنها في التصنيفات العالمية، وفي الاستثمار في الإنتاج المعرفي، ومن ثم انتهى البحث بوضع تصور مقترح لاستثمار جامعة بنها الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية.

**الكلمات المفتاحية:** الإنتاج المعرفي الأكاديمي، الميزة التنافسية، التصنيفات العالمية.

## **Investing in the academic knowledge production of faculty members for Competitive Advantage to Benha University**

**(a proposed Perspective)**

**Walaa Mahmoud Abdullah Mahmoud**

**Assistant Professor of Education**

**Faculty of Education - Benha University**

Investing in the academic knowledge production of faculty members in universities is the basic foundation for universities to have a competitive advantage, as academic human competencies qualified for creativity and cognitive renewal and the knowledge they possess have become a new source for achieving a competitive advantage for universities. University education institutions do not differ from each other in terms of the knowledge they possess. Material and human capabilities; The governing policies are the same, but they differ in the way in which a competitive advantage is achieved through the foundations through which investment can be made in the knowledge production of faculty members, which are: marketing knowledge production, research companies with societal sectors, capitalization of academic human resources, Hence, the current research aimed to invest in the academic knowledge production of faculty members to achieve competitive advantage in Egyptian universities. To achieve this, the research used the descriptive approach to diagnose the reality of Benha University's investment in its knowledge production and to indicate its position in international classifications, which explained the low position of Benha University in international classifications and in investment in Knowledge production, and then the research ended by developing a proposed scenario for Benha University to invest in the academic knowledge production of faculty members to achieve competitive advantage.

**Keywords:** academic knowledge production, competitive advantage, international classifications

## مقدمة:

شهد العالم منذ مطلع الألفية الثالثة موجة من التغيرات والتحولات الشاملة والمتلاحقة في شتى الميادين الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية والتكنولوجية التي تركت آثارها الواضحة على التعليم عامة، والتعليم الجامعي بصفة خاصة، ومن أبرز هذه التغيرات: التقدم العلمي والتكنولوجي، وثورة المعرفة والاتصالات، وهيمنة النظام العالمي الجديد، والتغيرات الاقتصادية، والتحول نحو اقتصاد المعرفة، الأمر الذي يؤدي إلى ضرورة إعادة النظر في دور الجامعة في الإنتاج المعرفي، حيث تعتمد قدرة المجتمعات على مواجهة تلك التحديات بصفة أساسية على فكر الإنسان ومعارفه المتطورة، وخاصة في ميدان البحث العلمي، كما يتوقف ذلك إلى حدٍ كبير على قدرة الجامعات على أداء وظيفتها في التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع.

فللجامعة دور كبير في استكمال رسالتها ومسئوليتها الكبيرة في دعم النهضة الحديثة والتقدم التكنولوجي بالمجتمعات من خلال وظائفها الثلاثة، المتمثلة في: التدريس، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع، واهتمام الجامعة بأحدهما على حساب الآخر، واقتصار دورها على منح الشهادات يؤثر سلبيًا على باقي وظائفها، وقد يؤدي بها إلى طريق التدهور والضعف، فالبحث العلمي ليس عملية خدمية، ولكنه عملية إنتاجية تعطي مخرجات معرفية لها مردود إيجابي على مستويات الحياة كافة، فلا قوة اقتصادية ولا مشاركة عالمية، ولا وجود في الأسواق الخارجية والقدرة على المنافسة إلا من خلال التقدم العلمي (خضر، ٢٠١١، ٧) المعتمد على المخرجات المعرفية للجامعات، والقدرة على تنفيذها ووضعها موضع التطبيق.

ومن ثم تفرض تحديات المستقبل حتمية تطوير دور الجامعة في إنتاج المعرفة الأكاديمية، واستثمارها لمواجهة المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية؛ فهو كوظيفة من وظائف الجامعة في حاجة إلى مراجعة شاملة لكل مقوماته، بحيث يراعي تجديد أنماط المعرفة الأكثر استحقاقًا للمجتمع، وكيفية استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات؛ لتحقيق طموحات المجتمع في التنمية الشاملة في جميع المجالات (القصبي، ٢٠٠٣، ١٠).

فقد أصبحت المعرفة الأكاديمية المتمثلة في البحوث العلمية من السلع المعرفية المهمة التي تتنافس الدول في الإنفاق عليها؛ حيث تسهم في تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة للمجتمعات، إذا ما تم تحويل نتائج البحوث إلى سلع إنتاجية يمكن تسويقها واستثمارها، أي تحويل الأفكار إلى منتجات تسويقية تخدم المجتمع (الخليفة، ٢٠١٤، ١٦).

حيث يؤدي الاستثمار في الإنتاج المعرفي البحثي بالجامعات دورًا كبيرًا في حياة الأمم والشعوب، مما يجعل نظرة المجتمع للمؤسسات والهيئات البحثية نظرة تقدير واحترام في المجتمعات المتقدمة، إيمانًا منها بأن هذه المؤسسات الأكاديمية هي التي تحدد مستقبل تلك المجتمعات؛ حيث يعتمد عليها في العديد من الدراسات والبحوث العلمية المختلفة، فلا تستطيع المجتمعات مواصلة نشاطها وبرامجها العلمية والأكاديمية بدون البحث العلمي الذي هو عماد الحياة الحديثة في مسيرة الركب الحضاري العالمي والإسهام في تقدم البشرية (القحطاني، ٢٠٠٨، ٣٥).

ويعد إنتاج المعرفة الأكاديمية حكرًا على الجامعات ومن أهم الأدوار المنوطة بها؛ حيث تضم الجامعات في أكنافها عددًا لا بأس به من الباحثين والأكاديميين الذين يقومون بإنتاج المعرفة الأكاديمية، وعلى الرغم من ذلك يظل هذا الإنتاج المعرفي الأكاديمي حكرًا على منتجيه إذا ما لم يتم استثماره بالطريقة المناسبة التي تضمن تسويقه وتطبيقه بأساليب فعالة تضمن تحقيق الميزة التنافسية للجامعات.

وذلك انطلاقًا من أن الجامعات مؤسسات إبداع علمي ومعرفي، ووسيلة أساسية لتقدم المجتمعات ورفقيها، فقد أشارت دراسة (الدمنهوري، ٢٠٠٨، ٨-٩) إلى أن الجامعات هي طلائع أي مجتمع يسعى نحو التقدم، فهي ذات تأثيرات عميقة في مجتمعاتها؛ إذ أنها تقود عمليات التطوير والتغيير من خلال إنتاجها المعرفي، لذا يجب أن تتسم بالتطوير والتحديث المستمر؛ حتى تجدد أدوارها، وتزيد من فاعلية إسهاماتها في خدمة المجتمع من خلال التطوير المعرفي لأفكارها.

وعليه قد أكدت دراسة (مقرى، ٢٠١٥، ٥٤) أن للجامعة دورًا مجتمعيًا مرتبطًا بربط نتائج إنتاجها المعرفي البحثي باحتياجات مجتمعها الخارجي، إذ تسهم بشكل مباشر وغير مباشر في إحداث التنمية المجتمعية، فالجامعة هي المجتمع العلمي المناسب لصقل المهارات والقدرات لطلابها وباحثيها من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، ولا يمكن إغفال أن مجتمع الأعمال يمارس نشاطه الاقتصادي المحقق للربحية، من خلال تطبيق واستثمار نتائج أبحاث أكاديمية سابقة، أعدت واختبرت وطبقت على مستوى القطاعات الاقتصادية، ورسخت جدواها بشكل يؤكد عدم إمكانية الفصل بينها وبين الجامعة.

وفى إطار متصل، أشارت دراسة (عسيري، ٢٠١٧، ٢) إلى أن الجامعة مؤسسة منتجة، تعمل على زيادة رصيد المعرفة والاستفادة من التراث العلمي والإنتاج الفكري، وذلك من خلال البحث العلمي من أجل تنمية الثروة البشرية، ورفع كفاءتها الإنتاجية وبناء مجتمع المعرفة، وتسعى إلى زيادة إنتاجيتها، وتهيئة الفرص للنمو الاقتصادي داخلها من خلال العمل في مشاريع بحثية إنتاجية، والمشاركة في التطوير التقني والانفتاح على المجتمع، وتكوين علاقات متبادلة مع المؤسسات الخارجية المحيطة بها، وكذلك تعد مؤسسة لتسويق المعارف والبرامج والأبحاث المرتبطة بالسوق.

ولذا فإن الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات يمثل موضوعًا حيويًا لأعضاء هيئة التدريس والباحثين على حدٍ سواء؛ وذلك لكونها مدخلا لزيادة القدرة الإبداعية للموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات، وتعزيز وضعها التنافسي من خلال تقديم المزيد من الخدمات التعليمية والبحثية والاستشارية المتطورة والجديدة، التي تعمل على تحسين قدرتها التنافسية (مصطفى، ٢٠٠٤، ١٦).

ومن هذا المنطلق، أكدت دراسة (طلبة، ٢٠١٦، ٣٣٣) أن الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات من المعايير الرئيسة التي يتم الاعتماد عليها في التصنيفات العالمية للجامعات، والتي تهتم بالبحث العلمي كعيار رئيس للمفاضلة بين الجامعات، الأمر الذي دفع العديد من الجامعات نحو الاهتمام بالمخرجات البحثية للأكاديميين، والحرص على وضع خطط استراتيجية في مجال البحث العلمي؛ لتتمكن الجامعات من إحراز مراكز متقدمة وفق التصنيفات الأشهر على المستوى العالمي.

وعليه أشارت دراسة (محمود، ٢٠١٨، ٤٧) إلى أن عملية الإنتاج المعرفي الأكاديمي من العمليات المهمة التي يتم من خلالها تنمية رأس المال الفكري في ضوء مدخل المعرفة، حيث تتعدى مرحلة اكتساب المعارف وتشخيصها إلى مرحلة توليد المعارف وإنتاج معارف جديدة لم تكن من قبل؛ من أجل إثراء المعرفة العلمية وتحقيق الإبداع المعرفي في عصر المعلوماتية كمصدر لتحقيق ميزة تنافسية بالجامعات المصرية.

كما أكدت دراسة (Jalal, 2020,6) وجود علاقة ارتباطية بين الإنتاجية المعرفية الأكاديمية لأعضاء هيئة التدريس وتصنيف الجامعات، حيث تعد إنتاجية البحث مؤشراً رئيساً في زيادة التصنيف المهني لهم، مما يؤثر على ترتيب الجامعات بالتصنيفات العالمية؛ حيث إن الأساتذة ذوي الكفاءة الكاملة لديهم في الغالب إنتاجية بحثية أكبر من غيرهم.

فمستوى الإنتاجية للبحوث الأكاديمية متطلبًا مهمًا من متطلبات الاعتماد، وضمان الجودة بالجامعات؛ حيث تعد الإنتاجية المعرفية للأكاديميين بالجامعات مؤثرًا حقيقيًا لمدى فاعلية المؤسسة التعليمية، بحيث تستطيع المنافسة على المستوى المحلي والعالمي من خلال تفعيل الإنتاجية البحثية لأعضاء هيئة التدريس بشقيها الكمي والمعرفي لتحقيق التميز والقدرة على المنافسة في ظل التقدم العلمي والمعرفي اللامحدود.

ولكن على الرغم من ذلك، فقد أكدت دراسة (محمد، ٢٠١٥، ٣٣) أن هناك قصورًا واضحًا في قدرة الجامعات على تحقيق ميزة تنافسية من خلال إنتاجها المعرفي الأكاديمي؛ نتيجة الافتقار إلى تخصيص ميزانية مستقلة للبحوث العلمية، إضافة إلى صعوبة إجراءات الحصول على المنح البحثية، مع قلة الجهات المانحة، علاوة على أن الغالبية العظمى من أساتذة الجامعات يركزون على النشاط التدريسي أكثر من النشاط البحثي، وعند إجراء النشاط البحثي من قبل أعضاء هيئة التدريس فهي بحوث فردية بغرض الترقى، دون الاهتمام بكفاءتها، بحيث تصبح ميزة تنافسية للجامعة.

وفي نفس السياق أكدت (بسطويسى، ٢٠١٧، ٣٩١) أن هناك قصورًا واضحًا في قدرة الجامعات على تحقيق ميزة تنافسية، من خلال الاهتمام بدورها البحثي والإنتاجي للمعارف الأكاديمية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، نتيجة ضعف الاستفادة من إنتاجهم البحثي بصورة حقيقية، نظرًا لضعف الثقة فيها من قبل متخذي القرار، والاعتماد على الخبرات الخارجية، وضعف التمويل المقدم لتطبيق تلك الأبحاث لخدمة التنمية المجتمعية.

وفي إطار متصل أكدت دراسة (حسانين، ٢٠٢١، ٢-٣) أن التعليم الجامعي يعاني من معوقات تحول دون وصوله للتنافسية في التصنيفات العالمية، حيث إن الأهمية لا تكمن في مجرد امتلاك رأس مال بشري معرفي فحسب، وإنما في الكيفية التي يمكن من خلالها استثمار الإنتاج المعرفي، وتطبيق المعارف والأفكار؛ لتكون بمثابة الإطار الذي يمكن الجامعات من البقاء في البيئة شديدة التنافسية.

مما سبق يتضح أن قدرة الجامعات على صناعة المستقبل وصياغته، مرهونة بالتركيز على عملية الإبداع والتنافسية في المجال البحثي، والاتجاه نحو الجودة، ومن ثم يتضح أن الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الركيزة الأساسية التي يمكن من خلالها تحقيق التنمية في المجتمع، ومن أهم العوامل المسؤولة عن امتلاك الجامعات للميزة التنافسية، حيث أصبحت الكفاءات البشرية الأكاديمية المؤهلة للإبداع والتجديد المعرفي وما تملكه من معرفة، مصدرًا جديدًا لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات، فمؤسسات

التعليم الجامعي لا تختلف عن بعضها من حيث ما تمتلكه من إمكانات مادية وبشرية، فالسياسات الحاكمة واحدة، ولكنها تختلف في الكيفية التي يتم من خلالها امتلاك ميزة تنافسية، من خلال الإنتاج المعرفي لأعضاء هيئة التدريس.

### مشكلة الدراسة:

يعد الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات الركيزة الأساسية التي يمكن من خلالها تحقيق التنمية في المجتمع، فالبحث العلمي لم يعد درسًا نظريًا، بل وسيلة لتحقيق القوة الاقتصادية للمجتمع، وذلك من خلال الربط بين البحث العلمي في الجامعات ومشروعات التنمية، وتسويق نتائجه بالجامعات إلى كل قطاعات ومؤسسات المجتمع، مما يعد مرحلة الانطلاق لزيادة القدرة الإنتاجية وتطوير وسائل الإنتاج.

ولكن تواجه الجامعات المصرية – ومن بينها جامعة بنها – العديد من المشكلات التي تواجه الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية لها، حيث تشير دراسة (عبدالمطلب، ٢٠١٦، ٢٥٥) إلى ضعف الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها؛ نتيجة لضعف العملية البحثية بها، وقلة الاهتمام بالتخطيط للبحوث العلمية وتوفير المخصصات المالية اللازمة لها، علاوة على الافتقار إلى وجود شراكات حقيقية بين الجامعة ومؤسسات المجتمع لتسويق المخرجات البحثية، ومن ثم تنمية القدرة التنافسية لجامعة بنها.

وفي إطار متصل تؤكد دراسة (محمد، ٢٠١٩، ٢٤٤) ضعف الجهود الاستثمارية للأنشطة البحثية بجامعة بنها، متمثلة في ضعف الجهود التسويقية، والافتقار إلى وجود خطة استراتيجية لتسويق المخرجات البحثية، الأمر الذي أدى إلى ضعف المركز التنافسي لجامعة بنها في التصنيفات العالمية للجامعات.

كما تشير دراسة (إبراهيم، ٢٠٢٣، ٣٦٧-٣٧٦) إلى أن هناك معوقات تحول دون الميزة التنافسية لجامعة بنها وتحقيق ترتيب معين في التصنيفات العالمية للجامعات، ومن بينها غياب التسويق السليم للمخرجات البحثية، وقلة الإمكانيات المادية، ومعوقات ذات صلة ببيئة العمل الداخلية، وغياب الحوافز المادية والمعنوية، ومن ثم تواجه جامعة بنها تحديات غير مسبوقة نتيجة للتغيرات التي حدثت على الصعيدين المحلي والعالمي، في مجال التطور المعرفي غير المسبوق وزيادة حدة المنافسة؛ مما يدفع جامعة بنها إلى ضرورة التوجه نحو إرساء الأسلوب العلمي في التخطيط لأنشطة البحث العلمي، وتشجيع الابتكار، ودعم براءات الاختراع، والتعاون البحثي مع الجامعات المناظرة والقطاعات المجتمعية.



ومن ثم فهناك حاجة ملحة إلى توجه جامعة بنها نحو الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي، وذلك من خلال تسويق هذا الإنتاج، والشراكات البحثية مع القطاعات الإنتاجية، ورسملة الموارد البشرية الأكاديمية، بما يضمن استثمار نتائجه، وتوجيهها للقطاعات الإنتاجية، وتوظيفها لخدمة التنمية الاقتصادية، خاصة مع التوجه العالمي نحو اقتصاد المعرفة.

وبناءً على ما سبق، يمكن بلورة مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي:

كيف يمكن استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة بنها؟

وقد تفرع منه مجموعة من الأسئلة الفرعية، هي كما يلي:

١. ما الإطار النظري لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس؟
٢. ما الإطار الفكري للميزة التنافسية بالجامعات المصرية؟
٣. ما مرتكزات الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية؟
٤. ما واقع الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها؟
٥. ما التصور المقترح للاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة بنها؟

#### أهداف البحث:

تمثل الهدف الرئيس البحث الحالي في:

استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية، وقد استلزم ذلك التوجه نحو مجموعة من الأهداف الفرعية التي تمثلت فيما يلي:

١. تحديد الإطار النظري لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس.
٢. استجلاء الإطار الفكري للميزة التنافسية بالجامعات المصرية.
٣. تبيان مرتكزات الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية.
٤. تحليل واقع الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها.
٥. وضع تصور مقترح للاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة بنها.

## أهمية البحث:

نبعت أهمية البحث مما يلي:

١. دعم الميزة التنافسية بالجامعات المصرية من خلال الاهتمام بمنظومة الإنتاج المعرفى وحسن استثمارها وإدارتها بكفاءة وفاعلية؛ لتصبح إنتاجية عالية الجودة ومتميزة، قادرة على رفع مكانة الجامعات المصرية في التصنيفات العالمية للحصول على مكانة متميزة بين الجامعات المنافسة.
٢. أهمية الاستثمار في الإنتاج المعرفى للأكاديميين بالجامعات، والتي توتى ثمارها المرجوة منها من خلال اتباع السياسات التي تضمن وجود ترابط قوي بين الجامعات والمجتمع الصناعي؛ بهدف الاستفادة المثلى من نتائج البحوث العلمية والمعرفة المنتجة من قبل الجامعات في تنمية المجتمع.
٣. توجيه الدور الحكومى نحو تأسيس الروابط بين الجامعات والقطاعات المجتمعية؛ من أجل الاستثمار المعرفى للبحوث الأكاديمية المحلية في تطوير الصناعات؛ بدلاً من الاعتماد على استيراد المعارف والتكنولوجيا من الخارج، ومن ثم تقليل تكلفة المنتجات الصناعية، مما يعود بالنفع على تنمية المجتمع.
٤. تزويد صانعي القرار والسياسات التعليمية الجامعية بجامعة بنها بآليات الاستثمار في الإنتاج المعرفى الأكاديمى لأعضاء هيئة التدريس بالجامعة، حتى تتمكن من دعم العملية البحثية؛ من أجل الوصول إلى مسارات مستقبلية متوقعة لهذا الإنتاج، للوصول بجامعة بنها لتحقيق ميزة تنافسية، تمكنها من التفوق على نظيراتها على المستويين المحلى والإقليمى.

## منهج البحث:

لتحقيق أهداف البحث الحالى، فإنه قد اعتمد على المنهج الوصفى Descriptive ” Analysis” الذى يعد من أكثر المناهج ملاءمةً لطبيعة هذا البحث؛ فهو لا يقف عند مجرد الوصف، بل يمتد لتحليل البيانات وتفسيرها، واستخلاص دلالات ذات مغزى (عبدالحميد وكاظم، ٢٠١١، ١٣٤)؛ وذلك من خلال تحليل الإطار المفاهيمى للإنتاج المعرفى الأكاديمى بالجامعات وتحديد المرتكزات المهمة للاستثمار في الإنتاج المعرفى، لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات، والتي تمثلت في: تسويق الإنتاج المعرفى الأكاديمى، والشراكات البحثية مع القطاعات المجتمعية، ورسملة الموارد البشرية الأكاديمية، وتشخيص واقع جامعة بنها في الاستثمار لإنتاجها المعرفى وكذلك مكانتها في التصنيفات العالمية، ووضع تصور مقترح للاستثمار في الإنتاج المعرفى الأكاديمى لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة بنها.

## حدود البحث:

اقتصر البحث الحالي على:

- الحد الموضوعي: الذي اقتصر على توضيح الإطار المفاهيمي لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات، وتوضيح الإطار الفلسفي للميزة التنافسية، وتحديد مرتكزات الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات.
- الحد المكاني: قد اقتصر الحد المكاني على جامعة بنها.

## مصطلحات البحث:

ارتكز البحث الحالي على المصطلحات الآتية:

### (١) استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي: (Investing in the academic knowledge production)

يقصد باستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي: تلك الجهود المبذولة من قبل الجامعات لمساعدة عضو هيئة التدريس في نشر إنتاجه العلمي والبحثي، سواء الأبحاث الأكاديمية، أو المقالات العلمية، أو الكتب المؤلفة، أو الحصول على براءات اختراع، وكذلك الإشراف على الأبحاث العلمية والرسائل وتحكيمها؛ بهدف تطوير وتنمية المجتمع المحيط بالجامعة لتحقيق الميزة التنافسية للجامعة في مختلف المجالات العلمية على المستوى المحلي أو العالمي (بسطويسي، ٢٠١٧، ٣٢٧).

ووفقاً للبحث الحالي، يعرف استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بأنه: العملية التي تتضمن مجموعة من الجهود الموجهة للاستفادة من الإنتاج المعرفي لأعضاء هيئة التدريس، والمتمثلة في: مجمل البحوث العلمية وأوراق العمل المنشورة في المؤتمرات المحلية والدولية، وكذلك المنشورة في المجالات العلمية المحكمة، والمشاركة في تحكيم البحوث العلمية للباحثين، والإشراف على طلاب الدراسات العليا، وعدد الاستشهادات المرجعية، وبراءات الاختراع التي يحصل عليها، والمشاركة في المشروعات البحثية، والمساهمة في تحويل ذلك الإنتاج العلمي لمنتجات ذات قيمة تعود بالنفع على المجتمع والعملية التنموية.

### (٢) الميزة التنافسية (Competitive Advantage):

تعرف الميزة التنافسية على أنها: الأشياء التي تميز المنظمة عن المنافسين في السوق، والنتيجة عن المواهب النادرة للعاملين، بما يضمن تحقيق المرونة والإبداع والأداء المتفوق والإنتاجية العالية، كما تشتمل على المجال الذي تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من قدرة منافسيها في استغلال الموارد البشرية والمادية بالمنظمة؛ بهدف إيجاد ميزة فريدة بالمقارنة مع المنافسين الآخرين (الربيعاوي، وعباس، ٢٠١٥، ٥٦١).

ووفقاً للبحث الحالي تعرف الميزة التنافسية بأنها: القدرة التي تمتلكها الجامعة في استخدام مواردها المعرفية والبشرية بشكل أكثر كفاءة من منافسيها، وتتضمن المهارات والكفاءات والإنتاج المعرفي الأكاديمي الذي يميز الجامعة عن غيرها من المنافسين، والقدرات التي تمكن الجامعة من استثمار إنتاجها العلمي بفاعلية أكبر من المنافسين.

### خطوات البحث:

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

**الخطوة الأولى:** تحديد الإطار النظري لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس.

**الخطوة الثانية:** استجلاء الإطار الفكري للميزة التنافسية بالجامعات المصرية.

**الخطوة الثالثة:** تبيان مرتكزات الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية.

**الخطوة الرابعة:** تحليل واقع استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها.

**الخطوة الخامسة:** وضع التصور المقترح للاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة بنها.

**ولتنفيذ خطوات البحث، فقد انتظمت محاوره كما يلي:**

**المحور الأول:** الإطار النظري لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس:

**أولاً:** الإطار المفاهيمي للإنتاج المعرفي الأكاديمي:

ظهر مفهوم الإنتاجية في المؤسسات الصناعية والتجارية، ويشير إلى نسبة المدخلات ونسبة المخرجات، وتتمثل المدخلات في تكاليف الآلات، وتكاليف الإنتاج، وأجور العمل، بينما تتضمن المخرجات: العائد المادي، ونسبة المبيعات، وقد انتقل مفهوم الإنتاجية إلى مجال التعليم؛ لقياس الجانبين الكيفي والكمي لما يقوم به عضو هيئة التدريس من أعمال في قطاعات البحث العلمي، والتدريس، وخدمة المجتمع (البدوي، ٢٠١٩، ٣١٢).

وقد حظي مفهوم الإنتاج المعرفي الأكاديمي باهتمام العديد من الباحثين والمؤسسات في سائر دول العالم المتقدم والنامي على حدٍ سواء، وخاصة في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين، حيث قام العديد من الهيئات والمؤسسات الدولية بتدعيم البحوث والدراسات في هذا الميدان، وإن كانت ركزت على الإنتاجية الخاصة بالجامعات والمؤسسات البحثية في المجتمع، بصورة تفوق تركيزها على الإنتاجية الفردية للباحثين (مصطفى، ٢٠١١، ٣٩٦-٣٧٠).

وتعد الدراسات المتصلة بالإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات من الدراسات الحديثة نسبياً، حيث بدأ العلماء في إجراء دراسات عن الإنتاجية العلمية في ضوء الإنتاج الفكري منذ بداية أربعينيات القرن العشرين، وقد تعرضت تلك الدراسات في بداياتها لإنتاجية الفريثيين، وعلماء الاجتماع، والمبدعين في الدراسات الإنسانية، وهناك عاملان أساسيان لازدهار الدراسات التي تناولت الإنتاجية المعرفية، هما: إجراء معظم الأكاديميين عدداً قليلاً من البحوث، والقياس غير الموضوعي للإنتاج المعرفي الذي يعتمد إلى احتساب الإنتاج الفكري على إنه متناسو من حيث القيمة والكيف؛ مما يعكس عدم المعيارية عند مقارنة البحوث موضوعياً (محمد، ٢٠١٥، ٢٦).

هذا، ولم يعد مفهوم الإنتاجية مرتبطاً بالفكر الاقتصادي، بل تجاوزه لتصبح الإنتاجية تمثل مضامين ومعاني مختلفة، بين أيولوجية واقتصادية واجتماعية وسيكولوجية وإدارية وعلمية، لذا يعرف الإنتاج المعرفي الأكاديمي بمجموع الأنشطة العلمية الأكاديمية التي يقوم بها عضو هيئة التدريس خلال فترة زمنية معينة، ويتضمن البحوث العلمية وأوراق العمل في المؤتمرات المحلية والدولية، والمجلات العلمية المحكمة، كما يشتمل على الكتب العلمية المؤلفة أو التي يتم ترجمتها، والإشراف على رسائل الماجستير والدكتوراه، وتحكيم البحوث، والمشاركة في المشروعات البحثية، ومدى إسهام هذا الإنتاج المعرفي في إثراء المعرفة العلمية وتنمية المجتمع (تهامي، ٢٠١٤، ٧٠).

وفي نفس الإطار يعرف الإنتاج المعرفي الأكاديمي بأنه: جملة ما يبذله عضو هيئة التدريس من جهد بحثي متمثلاً في نشر بحوث ودراسات علمية أو كتب متخصصة، أو نشر مقالات عامة أو تخصصية، أو براءات اختراع، وذلك عن طريق نقل وتبادل المعلومات والأفكار بواسطة الاتصالات الشخصية بين الزملاء، والمراسلات الفردية عبر الهاتف والمناقشات الحرة، وكذلك عن طريق الزيارات العلمية، وحضور الاجتماعات العلمية المتمثلة في: (المؤتمرات – الندوات- الحلقات العلمية)، والإشراف على الرسائل العلمية (إبراهيم، ٢٠٠٩، ٤٢-٤٣)، ويلاحظ أن هذا التعريف يركز على الإنتاجية العلمية وطرق الاتصال الأكاديمي المتنوعة سواء الفردية أو الجماعية.

ويقصد بالإنتاج المعرفي أنه نواتج الجهود التي يؤديها عضو هيئة التدريس لتطوير العلوم الطبيعية والإنسانية والاجتماعية، من خلال مجموعة المنشورات العلمية التي ينشرها، سواء تمثلت في إعداد البحوث والدراسات العلمية أو إجراء التجارب في المعمل بهدف إجراء البحوث، أو الحصول على براءات اختراع، أو تأليف الكتب المتخصصة، أو نشر مقالات عامة وتخصصية، علاوة على الإشراف على رسائل الماجستير والدكتوراه (محمد، ٢٠١٥، ٢٤).

وفي نفس الإطار، يعرف الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بأنه مجمل الأنشطة العلمية الأكاديمية التي يقوم بها أساتذة الجامعات خلال فترة زمنية معينة، وتتضمن البحوث العلمية وأوراق العمل المنشورة في المؤتمرات المحلية والدولية، وكذلك المنشورة في المجلات العلمية المحكمة، والمشاركة في تحكيم البحوث العلمية للباحثين، وعدد الاستشهادات المرجعية، والمشاركة في المشروعات البحثية وجميع الأنشطة العلمية التي تسهم في إثراء المعرفة وتطوير المجتمع (السماحي وآخرون، ٢٠٢٢، ٣٣٣).

وبالنسبة للإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، يلاحظ أن هناك اتجاهين رئيسيين لتحديد الإنتاجية العلمية لعضو هيئة التدريس (مصطفى، ٢٠١١، ٣٧٥):

**الاتجاه الأول: إنتاجية عضو هيئة التدريس، من خلال وظائف الجامعة الثلاث:** ويرى أن الإنتاجية العلمية تعني الجهود التي يبذلها عضو هيئة التدريس في مجالات (التدريس- البحث العلمي- خدمة المجتمع)، والتي يمكن بواسطتها الاستدلال على ما يقرره عضو هيئة التدريس نفسه، من خلال ما يؤديه بالفعل في هذه المجالات، وقد يختلف حجم وكفاءة الجهود التي يقوم بها من نشاط لآخر، وتتكامل محصلة هذه الأنشطة لتبين مدى فاعلية عضو هيئة التدريس في المجتمع الجامعي.

**الاتجاه الثاني: إنتاجية عضو هيئة التدريس كمرادف لأدائه في المجال البحثي:** وينظر هذا الاتجاه للبحث العلمي على أنه أساس الإنتاج المعرفي الأكاديمي، من خلال ما يقدمه أعضاء هيئة التدريس للمجتمع من نظريات وأفكار علمية يتوصل إليها بذاته، وتسهم في حل مشكلات المجتمع، ويرى هذا الاتجاه أن اكتفاء الأستاذ الجامعي بالتدريس دون القيام بالبحث العلمي، يعد تجميداً لفكره وقدراته المعرفية، وتكون وظيفته مقتصرة على إلقاء المعلومات دون نمو علمي.

ووفقاً للبحث الحالي، يعرف استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بأنه: العملية التي تتضمن مجموعة من الجهود يتم من خلالها الاستفادة من الإنتاج المعرفي لأعضاء هيئة التدريس، والمتمثلة في: مجمل البحوث العلمية وأوراق العمل المنشورة في المؤتمرات المحلية والدولية، وكذلك المنشورة في المجلات العلمية المحكمة، والمشاركة في تحكيم البحوث العلمية

للباحثين، والإشراف على طلاب الدراسات العليا، وعدد الاستشهادات المرجعية، وبراءات الاختراع التي يحصل عليها، والمشاركة في المشروعات البحثية، والمساهمة في تحويل ذلك الإنتاج العلمي لمنتجات ذات قيمة تعود بالنفع على المجتمع والعملية التنموية.

### ثانياً: أهمية الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

تعد الجامعات المصدر الرئيس لإنتاج المعرفة الأكاديمية، كونها تضم في كنفها الباحثين والأكاديميين الذين يعدون بمثابة منتجين للمعرفة البحثية الأكاديمية المتجددة في عصر أصبحت تقاس فيه الأمم بمدى قدرتها على توليد المعرفة الجديدة وتوظيفها لخدمة الأغراض الأكاديمية، ومن ثم تتمثل أهمية الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي فيما يلي:

- أنه يعد أحد مظاهر اليقظة المعلوماتية والمصدر الحقيقي للنمو الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية وتحقيق التحسن في المستوى المعيشي للبلدان، حيث تتسابق الدول لتحقيق التقدم بالمحافظة على استمرارية معدلات نمو متزايدة في إنتاجيتها العلمية، وذلك بإدخال التحسينات المستمرة على المنظومة البحثية بالجامعات. (السماحي وآخرون، ٢٠٢٢، ٢٤٤).
- أنه يسهم في دفع عملية النمو الاقتصادي للمجتمع، فبعد أن اقتصرَت الرسالة التقليدية للجامعة على تعليم الطلاب في الجامعات وإجراء البحوث العلمية، امتدت رسالتها إلى خدمة المجتمع عبر وظيفتها الثالثة، من خلال استثمار البحوث الأكاديمية في المساهمة المباشرة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، وتنظيم المشاريع والأنشطة البحثية التجارية الخاصة بها، والتي تسهم في الارتقاء بالأنشطة الجامعية. (Odei, 2017, 750)
- أنه يمكن من إيجاد علاقات تواصل بينها وبين المؤسسات الإنتاجية والخدمية في المجتمع، من خلال ما يقدمه كل طرف للآخر، ويعد استجابة لحاجة المجتمع من الخدمات البحثية للجامعات ومنها البحوث العلمية، ويرتبط استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالمستفيدين منه؛ حيث يركز بشكل كبير على إشباع حاجاتهم ورغباتهم، فيبدأ قبل إنتاج البحوث ويمتد إلى ما بعد الاستفادة منها، مما يسهم في تطوير وتحسين خدمات البحوث العلمية وتعظيم العائد الاقتصادي والاجتماعي منها (عسيري، ٢٠١٧، ٣).
- أنه يحفز أعضاء هيئة التدريس على تنمية القدرات البحثية بشكل يمكنهم من التطبيق التجاري للمعرفة، وتحقيق الربح للمنظومة الجامعية، والذي يعتمد إلى حدٍ كبير على تحقيق استثمارات معقولة في البحوث التطبيقية وتطويرها من خلال نقل المعرفة وتبادلها، وتسويق حقوق الملكية الفكرية؛ مما يحقق الريادة والتميز للجامعات؛ لتتمكن من خوض التنافسية مع الجامعات العالمية (يوسف، درباله، ٢٠١٩، ١١٧).

### ثالثاً: طرق قياس الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

إن الهدف من قياس الإنتاجية المعرفية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات ليس هدفاً في حد ذاته، بل هو وسيلة هامة تتمكن من خلالها الجامعات من تحسين الإنتاجية البحثية لباحثيها وتمكينهم من الوصول إلى مراكز متقدمة يمكن للجامعة من خلالها الوصول إلى مراتب عالية في التصنيفات العالمية، وقد يكون من الصعب في كثير من الأحيان تقييم الإنتاجية المعرفية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، ولكن هذه الإجراءات مهمة بالنسبة للمؤسسات الجامعية؛ من أجل تخصيص مصادر التمويل اللازمة للحكم على الموارد العلمية المحدودة اللازمة للإنتاج المعرفي.

وقد تم استخدام أساليب مختلفة لقياس إنتاجية البحوث، ولكن لا يمكن تطبيق أي منها بشكل منفصل، حيث إن قياس إنتاجية البحث ليس دقيقاً في جميع الأحوال، كما أنه ليس بالمهمة السهلة؛ حيث يقوم معظم مؤسسات التعليم العالي بقياس الأبحاث الإنتاجية وفقاً للعمل المنشور، والأموال الممنوحة، والاستشهادات التي تحتوي عليها الأبحاث المنشورة، وتعد أفضل طريقة لقياس إنتاجية البحث هي من خلال النظر إلى نوعية وكمية البحوث والمنشورات (مقالات المجلات أو الكتب أو الفصول أو أوراق المؤتمرات أو المقترحات البحثية) المقدمة، المقبولة (في الصحافة) أو المنشورة، فعندما ينشر أحد الباحثين ورقة بحثية، قد يستخدم باحثون آخرون نتائج البحث لأوراقهم الخاصة، ويستشهدون بها كمرجع في مقالاتهم اللاحقة، حيث يعد عدد الاستشهادات لمقالة معينة مؤشراً واضحاً على تأثيرها في المجال العلمي (Jalal, 2020,4)، ومن ثم فإن هناك اتجاهين رئيسيين في قياس الإنتاجية المعرفية الأكاديمية، هما:

**الاتجاه الأول: القياس المادي:** يتوجه هذا القياس إلى مساواة الإنتاجية العلمية للأكاديميين بالجامعات بجميع المنتجات الصناعية، ويخضع إلى التعاملات المالية في المناخ التجاري، إذ أن كل شيء يخضع لنظرية المدخلات والمخرجات؛ حيث يعتمد القياس على تحديد الكيفية التي ينفق بها الباحث وقته (أي عدد الساعات في الأسبوع أو الشهر)، ثم يقسم عدد الساعات وتقاس مالياً مثل (حضور مؤتمر أو ندوة علمية، العمل بالمعمل، كتابة مقال أو كتاب)، ويوضع مقابل مالي في جانب المدخلات، ثم تكون المخرجات هي حجم الإنتاج الفكري الذي أنتجه الباحث (Middaugh, 2001, 140- 141).

**الاتجاه الثاني: القياس غير المادي:** ويعتمد هذا التوجه على قياس عدد الأبحاث التي أنجزها الباحث، بغض النظر عن المدخلات التي تم صرفها مادياً على هذه الأبحاث، ويختلف عدد هذه الأبحاث من مجال علمي لآخر، ويمكن إضافة بعض المعادلات الإحصائية إلى هذا الأسلوب غير المادي، بحيث تضاف إلى جانب الإحصاء الكمي جودة ونوعية الإنتاج المعرفي، ومن ثم تنشأ علاقة إيجابية بين الكم والكيف (Middaugh, 2001, 192- 193).



وهناك العديد من التحديات التي تواجه قياس الإنتاجية المعرفية في التخصصات المختلفة داخل المؤسسات الجامعية، فهناك مجموعة متنوعة من الطرق التي يتم من خلالها الحصول على البيانات الخاصة بالإنتاج المعرفي البحثي للأكاديميين، فعلى سبيل المثال: التقرير الذاتي للأكاديميين، أو الإحصاءات المنشورة بواسطة أنواع مختلفة من المقاييس، مثل أعداد النشر على مدى عمر الباحث أو خلال فترة معينة، واستخدام الاستشهادات المرجعية، وأنواع المنشورات التي يتم حسابها، وكيفية التعامل مع التأليف المزدوج، أضف إلى ذلك مشكلة مقارنة النتائج عبر التخصصات أو عبر البلدان؛ نظرًا لاختلاف ممارسات النشر التخصصية والوطنية (Brew & et al, 2015, 4).

ومما سبق يتضح أنه لا يمكن الاعتماد على أسلوب واحد في قياس الإنتاجية المعرفية لأعضاء هيئة التدريس؛ فلا يمكن للقياس المادي أو غير المادي أن يعطي معيارًا دقيقًا للإنتاجية المعرفية، بل لا بد من تكامل الاتجاهين؛ حيث إنه يمكن أن تتحدد جودة الإنتاجية المعرفية على عدد الأعمال العلمية التي أنتجها عضو هيئة التدريس، بل لا بد من وجود معايير يمكن من خلالها الحكم كميًا على مدى جودة تلك الأبحاث، وإضافتها في المجال العلمي للباحث، ومدى مساهمتها في حل مشكلات المجتمع.

#### رابعًا: العوامل المؤثرة على الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

إن العديد من العوامل تتصل بأعضاء هيئة التدريس، فالإنتاجية العلمية للأكاديميين يقع على عاتقها تحقيق الميزة التنافسية للجامعات؛ حيث تمتلك رأس المال المعرفي المتمثل في أعضاء هيئة التدريس، القادرين على الإبداع والابتكار وإيجاد قيمة مضافة لإنتاجيتهم المعرفية، وهناك العديد من العوامل التي تؤثر على الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات، هي كما يلي:

(١) البيئة البحثية: تعد البيئة البحثية الداعمة للأكاديميين بالجامعات من العوامل المؤثرة على إنتاجية أعضاء هيئة التدريس، حيث تساعد الباحث في تقديم أفضل ما لديه من ابتكارات واختراعات كنتاج بحثي قابل للتطبيق على الواقع المجتمعي، مما يمكنه من إحراز تقدم ملموس في بحثه (الهامشية، والهنائي، ٢٠٠٧، ٣٥)، فالمناخ الداعم الحافز للإنتاج المعرفي الأكاديمي يشجع الأكاديميين على خوض غمار البحث العلمي، والتبحر في آفاقه، وسبر أغوار جديدة في مجالهم البحثي؛ مما يدعم تحقيق الجامعة ميزة تنافسية تتفوق بها على نظيراتها.

(٢) تصورات الأكاديميين للأدوار المنوطة منهم: رغم أن العوامل المؤسسية والديموغرافية، والهيكل الاجتماعية التي يعمل فيها الأكاديميون توفر سياقًا لتطوير البحث والإنتاج المعرفي، فإن هناك رسائل ضمنية وصريحة داخل الجامعات حول البحث والتدريس والإدارة وخدمة المجتمع؛ ما الذي يجب على الأكاديميين متابعتة؟، وكيف يجب أن يضعوا أنفسهم كأكاديميين؟. علاوة على الكيفية التي يفسر بها الأكاديميون الأدوار المنوطة منهم؛ بحيث يتمكنون من تطوير إنتاجيتهم المعرفية أو يحافظون عليها، حيث تعتمد الأفكار التي يعلقها الأكاديميون على إنتاجيتهم المعرفية (وكذلك التدريس، والإدارة، وخدمة المجتمع) على مدى استجاباتهم المختلفة للمواقف المختلفة التي يجدون أنفسهم فيها. وتعتمد استجاباتهم أيضًا على الأفكار التي تتيحها هذه السياقات وكيفية استجابتهم لها، وبالتالي وضع أنفسهم كباحثين أو معلمين، فهناك علاقة وثيقة بين مستويات إنتاجية البحث وتحديد هويتهم كباحثين أكاديميين من ناحية، وكيفية تفكيرهم في عملية إنتاج المعرفة ونظرتهم إليها من ناحية أخرى (Brew & et al, 2015, 4).

(٣) الدوافع (الداخلية - الخارجية): يعد الدافع الداخلي من العوامل المؤثرة على الإنتاج المعرفي لأعضاء هيئة التدريس والتي بمثابة مؤثرات محفزة لرضاهم عن نشاطهم البحثي، فهو ضروري لاستمرارية حالة التعلم واكتساب المزيد من المهارات والمعارف، من خلال التدريب، وورش العمل في مجال البحث العلمي الذي ينتمي إليه الباحث، مما يدفع أعضاء هيئة التدريس إلى المزيد من الإنتاجية المعرفية، وهناك ستة عوامل للدوافع الداخلية، ولكل منها دور رئيس في الإنتاجية المعرفية للأكاديميين، وهذه العوامل هي: تحقيق الاعتراف بهم بين الأقران، وكسب احترام الطلاب، وإشباع حاجة الشخص للمساهمة في هذا المجال، وإشباع حاجة الشخص للإبداع أو الفضول، وإشباع حاجة الشخص للتعاون مع الآخرين، وإشباع حاجة الشخص للبقاء في الميدان، أما الدوافع الخارجية فمرتبطة بالتأثيرات الخارجية، والتي هي في الغالب مالية بطبيعتها، هذا النوع من الدوافع يحفز أعضاء هيئة التدريس في زيادة نوعية وكمية أبحاثهم في المجال العلمي، وتشجع الدوافع الخارجية أعضاء هيئة التدريس على إكمال أبحاثهم من أجل الحصول على المكافأة، وقد تمثل الدوافع الداخلية الاختلافات الفريدة بين أعضاء هيئة التدريس كأفراد، بينما الدوافع الخارجية ترتبط بخصائص البيئة والقيادة (Jalal, 2020,5).

(٤) **الثقافة المؤسسية:** إن ثقافة مؤسسات التعليم العالي عاملا رئيسا في التحقق من الإنتاجية البحثية لأعضاء هيئة التدريس. فالثقافة التي تركز على البحث سوف توجه وتلهم وتحفز أعضاء هيئة التدريس لتحقيق إنتاجية بحثية عالية، وبذلك يعد تضمين السياق الثقافي المؤسسي الذي يتم خلاله إنجاز الإنتاج المعرفي الأكاديمي من العوامل الرئيسية التي لها تأثير كبير على إنتاجية البحث، وتتضمن الثقافة المؤسسية الداعمة تخفيف العبء التدريسي، وتشجيع التدريب على المهارات البحثية من خلال ورش العمل والندوات، وتقديم الحوافز المالية لإجراء البحوث، وتمويلها، وتقديم العون والمساعدة من قبل القيادة الأكاديمية، علاوة على دعم التسويق الأكاديمي، وتخصيص الموارد لوظيفة البحث الجامعي (Jalal, 2020,7)

(٥) **التلمذة البحثية:** هو نوع من العلاقات الشخصية، حيث يعمل الفرد الأكثر خبرة كدليل ونموذج يحتذى به ومعلم لمن هم أقل خبرة، مما سيوفر أيضا الدعم اللازم لمتابعة المتطلبات اللازمة للمهنة، وقد أصبحت برامج التوجيه شائعة بشكل متزايد في الأوساط الأكاديمية، حيث يساهم التعاون بين المرشد والمتدرب في تحسين إنتاجية النشر للمتدرب، وتتضمن عملية التلمذة البحثية التوجيه المهني البحثي لأعضاء هيئة التدريس، من خلال تطوير مهارات البحث التخصصية، ومواءمة توقعات المجتمع من الإنتاجية المعرفية للأكاديميين، والتحفيز، وتسهيل فعالية التكيف، وتعزيز المساواة والشمول، وتعزيز التطوير المهني (Ocampo & et al, 2022, 5).

(٦) **ديناميات الحياة المهنية:** في العديد من البلدان، تخصص المؤسسات قدرًا كبيرًا من الموارد للتدريب على البحث والتطوير المصمم، لتزويد الأكاديميين بالمهارات والكفاءات اللازمة لزيادة إنتاجية عملهم الأكاديمي، وتشمل هذه الفاعليات ورش العمل البحثية، والدروس التمهيديّة، والندوات، والدورات القصيرة، وخاصة للباحثين في بداية حياتهم المهنية، الأمر الذي ينعكس بشكل إيجابي على الأكاديميين في صورة نتائج عمل مرغوبة، ومع ذلك فإن ممارسات التدريب والتطوير لا تؤثر بشكل مباشر فقط على التطوير المهني في ظل التطورات المعرفية المتلاحقة، ولكن تعتمد أيضًا على الكفاءة الذاتية للأكاديميين، حيث إن ممارسات التدريب والتطوير تزيد من الكفاءة الذاتية للأكاديميين، من خلال زيادة ثقتهم الأكاديمية في إنتاجهم المعرفي، علاوة على أن الكفاءة الذاتية للأكاديميين تؤدي إلى المزيد من التعاون البحثي، وتمكنهم من إدارة اتجاهاتهم البحثية، وتسهل مناخًا تنظيميًا إيجابيًا (Ocampo & et al, 2022, 5).

ومما سبق يتضح أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر على الإنتاج المعرفى الأكاديمى لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، فالبيئة البحثية التي يتم فيها البحث العلمي، وما توفره من إمكانيات مادية ومالية، وكذلك الثقافة الداعمة للعملية البحثية، والدوافع الداخلية النابعة من الفرد، وكذلك الخارجية التي تدفعه للإنتاج العلمي، ونموذج التلمذة البحثية التي يوجه الباحثين في إنتاجهم العلمي، وتبني منهجيات محددة، كل ذلك يؤثر على شكل وحجم الإنتاج المعرفى ومدى فاعليته في خدمة المؤسسة الجامعية والمجتمع الذي ينتمي إليه.

## المحور الثاني: الإطار الفكرى للميزة التنافسية بالجامعات المصرية.

### أولاً: مفهوم الميزة التنافسية:

ظهر الاهتمام بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينيات من القرن العشرين، كنتاج للنظام الاقتصادي العالمى وعولمة السوق، وتمثل التنافسية تحدياً لا يقتصر تأثيره على المؤسسات فى قطاع الأعمال، بل امتد ليؤثر على المؤسسات التعليمية ومن بينها الجامعات، لذا فقد تعامل الفكر الإدارى المعاصر مع قضية التنافسية من خلال تحفيز المؤسسات على استثمار ما لديها من قدرات لإيجاد ميزة تنافسية، عبر تقديم منتجات ذات طبيعة مختلفة عما تقدمه المؤسسات المنافسة لها فى نفس المجال (Srtvastava & et al, 2013, 48)

ومن ثم يعد مفهوم التنافسية لنظام التعليم العالى مفهوماً معقداً (متعدد المستويات)، ويشير إلى الفرص الحالية والواعدة لاحتلال أفضل مراكز التنافسية إقليمياً وعالمياً، من خلال تسويق الخدمات التعليمية والبحثية جنباً إلى جنب مع الاستجابة للتحديات الحالية والمحتملة للديناميكية فى البيئة الداخلية والخارجية، ويعتمد هذا المفهوم على الحصول على المزايا التي تمثل الخصائص التي تسمح للجامعات بتحقيق ما يلي: (Djakona & et al, 2021, 13)

- أداء المهام الرئيسة (تأهيل الأفراد تأهيلاً عالياً من خلال التدريب، وتنفيذ الأنشطة البحثية، وتنفيذ الوظائف الاقتصادية والاجتماعية، ... وما إلى ذلك).
- أن تكون أنشطتها التعليمية والبحثية بمثابة عنصر فعال فى النظام الاقتصادى الجديد، وعاملاً حقيقياً فى التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- المنافسة بجدارة على تسويق خدماتها التعليمية والبحثية على المستوى العالمى.
- تنفيذ وتكثيف الأنشطة ذات الطبيعة الابتكارية فى الاقتصاد الوطنى فى مؤسسات التعليم العالى.

وينقسم مصطلح الميزة التنافسية لغويًا إلى مصطلح الميزة (Advantage) والذي يعرف بأنه التفوق في حالة ما من أجل تحقيق بعض الإجراءات، ومصطلح (Competitive) الذي يعرف على أنه الاتصاف بأمرٍ ما يجعل المؤسسة قادرة على المنافسة، من خلال تقديم خدمات تتعلق بالنطاق الذي تتواجد فيه، ومن ثم تعرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة الجامعية على تحقيق التميز والتفوق في تقديم خدماتها بجميع المجالات، سواء التعليمية أو البحثية أو المجتمعية بجودة عالية؛ حتى تتمكن من تحسين جودة مخرجاتها، وذلك من خلال الإدارة الاستراتيجية للموارد والقدرات البشرية، بما ينعكس على تقديم خدمات للمجتمع وفق تطلعات المستفيدين منها، بما يحقق للجامعات تفوقًا وتميزًا على غيرها من الجامعات على المستويين المحلي والعالمي (بسطويسي، ٢٠١٧، ٣٢٧-٣٢٨).

كما تعرف الميزة التنافسية بقدرة الجامعة على تحقيق التفوق المستمر في أدائها، وتحقيق نتائج متميزة وإنجازات على المستويين الفردي والمؤسسي، من خلال إيجاد تنظيم فعال قائم على الإبداع والابتكار والمبادأة والمنافسة في تطوير مهارات وقدرات الأفراد لدعم التميز المؤسسي للجامعة (المفطرى، ومقبل، ٢٠٢٢، ٣٦٥).

ووفقًا للبحث الحالي تعرف الميزة التنافسية بأنها: القدرة التي تمتلكها الجامعة في استخدام مواردها المعرفية والبشرية بشكل أكثر كفاءة من منافسيها، وتتضمن المهارات والكفاءات والإنتاج المعرفي الأكاديمي الذي يميز الجامعة عن منافسيها، والقدرات التي تمكن الجامعة من استثمار إنتاجها العلمي بفاعلية أكبر من المنافسين.

### ثانيًا: أهمية الميزة التنافسية في الجامعات:

يدخل معظم المنظمات في شكل من أشكال المنافسة، للحصول على الموارد النادرة؛ من أجل زيادة قدرتها التنافسية في ظل عولمة السوق، بما في ذلك قطاع التعليم العالي، فمعظم الجامعات تمتلك ملفات تعريف مماثلة، حيث تمتلك نفس الخصائص أو المنتجات أو الخدمات، كما هو الحال في مؤسسات التعليم العالي، ومن ثم فهناك حاجة ماسة لأن تمتلك الجامعات مزايا تنافسية تمكنها من التنافس مباشرة مع غيرها من الجامعات، وذلك من خلال الاعتماد على إستراتيجيات مبتكرة ومتقنة بهدف الاكتساب والاحتفاظ بالعملاء، لضمان أو توسيع مشاركتها في السوق (Mainardes & et al, 2011, 146- 147)، ومن ثم تتحدد أهمية الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي من خلال ما يلي:

- كونها مؤشراً إيجابياً على أن الجامعات في موقع قوي في السوق المحيط، من خلال حصولها على حصة سوقية أكبر من منافسيها من الجامعات في نفس المجال، مما يعني قدرتها على تلبية احتياجات المستفيدين من خدماتها المختلفة.
- كونها تمثل معياراً مهماً للجامعات الناجحة؛ لأنها هي التي توجد نماذج جديدة منفردة لا يمكن تقليدها، تحقق الميزة التنافسية لها في مختلف أنشطتها التعليمية، والبحثية، والخدمية بشكل مستمر، حيث أصبحت النماذج التقليدية القديمة لها معروفة ومتاحة بشكل واسع للمنافسين، مما يجعلها دائماً في الصدارة.
- أنها تعد عاملاً جوهرياً لتحقيق التميز للجامعات؛ لأنها الأساس الذي تصاغ حوله الأهداف والاستراتيجيات الخاصة بها، وإجراءات العمل اللازمة للمحافظة على الميزة التنافسية واستدامتها، حيث تتفاعل سائر العوامل المنظومية للجامعات لدعم الميزة التنافسية.
- كونها سلاحاً تنافسياً أساسياً للجامعات، يمكّنها من مواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة، وذلك من خلال قيامها بتنمية إنتاجها المعرفي، بحيث يصبح ميزة تنافسية قائمة على احتياجات المستفيدين المستقبلية منها، وإيجاد التقنيات والمهارات الإنتاجية في صورة قدرات تمكنها من التكيف مع الفرص المتغيرة في سوق الخدمات (الربيعاوي وآخرون، ٢٠١٥، ٥٦١-٥٦٢).
- أنها تسهم في توثيق العلاقات بين الجامعات والقطاع الصناعي، من خلال الأبحاث والمشروعات المعرفية المشتركة، والتي يتم من خلالها رعاية المبدعين بما يحقق التقدم الصناعي والفائدة العلمية والمادية للجامعات.
- أنها تمكن الجامعات من تطوير وبناء نظم للمعلومات، تضم معلومات عن البيئة الداخلية للجامعة، ومعلومات عن البيئة الخارجية ومتطلباتها، مما يساعد الجامعة في معرفة منافسيها وتحديد نقاط القوة والضعف لديهم، واستغلالها في إيجاد ميزة تنافسية مختلفة (حسانين، ٢٠٢١، ١٩).
- ومما سبق يتضح أهمية الميزة التنافسية في تحديد الوضع التنافسي للجامعات، وتمكينها من تبني نماذج ذات طبيعة ابتكارية وتجديدية، تمكن الجامعة من امتلاك القدرات التنافسية لمواجهة البيئة شديدة التنافسية والتغير، وسهولة التكيف مع المستجدات في احتياجات المستثمرين والعملاء بشكل أكثر كفاءة وفاعلية.

### ثالثاً: مصادر الميزة التنافسية بالجامعات:

تتحقق الميزة التنافسية بالجامعات من خلال الاستثمار الأمثل للموارد البشرية والمادية والتنظيمية التي تمتلكها الجامعة، علاوة على الكفاءات والقدرات والمعرفة، وغيرها من الإمكانيات الخاصة بها، والتي تمكنها من المنافسة (أبو بكر، ٢٠٠٤، ١٣)، وتتحدد مصادر الميزة التنافسية في الجامعات فيما يلي:

#### (١) الاستراتيجيات:

تمثل الاستراتيجيات التي تتبناها الجامعة أحد مصادر تحقيق الميزة التنافسية، وينبغي على الجامعة أن تتبنى استراتيجيات فاعلة، تمكنها من تطوير مواردها وقدراتها التنافسية، ويتطلب ذلك مجهوداً ثنائي الاتجاه، من خلال سعي الجامعة وراء الاستراتيجيات التي تساعد في دعم مواردها وقدراتها، بالإضافة إلى الاستراتيجيات التي تساعد في بناء موارد وقدرات إضافية (هل، وجونز، ٢٠٠١، ٢١٣-٢١٤)، وهي الاستراتيجيات التسويقية والتنافسية الناجحة التي يمكن للجامعة أن تتبنى إحداها أو تدمج أكثر من استراتيجية معاً؛ من أجل تدعيم وتطوير الكفاءات المتميزة لتحقيق الميزة التنافسية (محمد، ٢٠١٩، ١٢٦).

#### (٢) الموارد:

وتتمثل في الإمكانيات المالية والمادية والبشرية والمعلومات والمعارف التي تمتلكها المنظمة، وتعد مصدراً مهماً وأساسياً لتحقيق الميزة التنافسية للجامعة، ويجب أن تتسم موارد الجامعة – لتحقيق ميزة تنافسية لها – بالقدرة على توليد وتحقيق التميز، وأن تكون غير قابلة للإحلال، وأن تكون هذه الموارد نادرة وذات قيمة بالنسبة للجامعة ومجتمعها المحيط (عبداللطيف، ٢٠٢١، ٦٦٢).

#### (٣) القدرات:

وتتمثل في مهارة الجامعة في تنسيق مواردها، ووضعها قيد الاستخدام الإنتاجي، وتلك المهارة تكمن في الطريقة التي تعتمد عليها الجامعة في اتخاذ القرارات وإدارة عملياتها الداخلية والخارجية؛ من أجل تحقيق الأهداف المنشودة، كما تتمثل في قدرة الجامعة على فهم العوامل التي تؤدي إلى الكفاءة، فقد تمتلك الجامعة موارد متفردة ذات قيمة، ولكنها لا تمتلك القدرة على استغلال الموارد بفاعلية، ومن ثم تخفق في تحقيق الميزة التنافسية (هل، وجونز، ٢٠٠١، ٢١٢-٢١٣).

#### (٤) الكفاءات المتميزة:

تعد الكفاءات المتميزة أحد أهم مصادر تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات، وهي وليدة كلِّ من الموارد والقدرات، وتكون الكفاءات المتميزة للجامعة في أفضل حالاتها عندما يتوافر لدى الجامعة الموارد المتفردة والمتميزة ذات القيمة العالية، بالإضافة إلى القدرة على إدارة تلك الموارد لتحقيق الميزة التنافسية للجامعة (محمد، ٢٠١٩، ١٣٠).

مما سبق يتضح تعدد مصادر تحقيق الميزة التنافسية، فالاستراتيجيات الفعالة والموارد، والقدرات والكفاءات المتميزة هي مصادر لتحقيق الميزة التنافسية لا يمكن الفصل بينها أو الاعتماد على أحدها، بل لا بد من التكامل بينها، فلا بد من توافر الموارد المادية والبشرية والمعرفية، وكذلك القدرات اللازمة لإدارة تلك الموارد، وتبني استراتيجيات كفؤة لتلك الإدارة، وبذلك تتحول الموارد إلى كفاءات جوهرية للمؤسسة الجامعية، يمكن استغلالها لتحقيق الميزة التنافسية المتفردة لها عن باقي المؤسسات الجامعية.

#### رابعاً: مؤشرات قياس الميزة التنافسية وفقاً للتصنيفات العالمية للجامعات:

تواجه الجامعات العديد من التحديات التي يفرضها الواقع الدولي والتحول العالمية الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية والمعرفية، ومن ثم عليها مواكبة التطورات العالمية واللاحق بركب التقدم والتنمية؛ للتغلب على نقاط الضعف والقصور بداخلها، مقارنةً بالمعايير العالمية، من أجل ذلك وجدت التنافسية بين جامعات العالم فيما يعرف بالتصنيف الدولي للجامعات، وتعد التصنيفات العالمية للجامعات أداة قيمة لبيان ما يحدث من تطورات وتغيرات، وكذلك لتعرف مستوى جودة أداء المؤسسة التعليمية، وتحديد جوانب النقص والقصور التي تحتاج إلى تطوير (سيد، ٢٠١٧، ١٦).

ومن ثم تعد التصنيفات العالمية للجامعات من أبرز المؤشرات التي يمكن من خلالها الاستدلال على وجود الجامعة وتطورها ومدى كفاءتها وتميزها، وتحديد موقعها بين الجامعات العالمية (محمد، ٢٠٢٤، ١٠١٢)، وبذلك تمد التصنيفات العالمية للجامعات بمؤشر عن موقعها بين الجامعات العالمية، وفق مجموعة من المعايير التي بنيت عليها، مثل تلك التصنيفات المتصلة بتحسين البيئة التعليمية، أو تمكين الطلاب من الإجابة في جميع المجالات والمسابقات الدولية، وتحسين أداء أعضاء هيئة التدريس (شعبان، ٢٠٢٢، ٥٩٩).



وتتعدد أنظمة التصنيفات العالمية للجامعات وتتنوع على حسب أهدافها وشمولية معاييرها، ومن ثم تعرف التصنيفات العالمية للجامعات بأنها نظام لترتيب الجامعات ومؤسسات التعليم العالي وتصنيفها عالمياً، وذلك من خلال الاعتماد على مجموعة من المنهجيات التي تعتمد على القياس الكمي لمجموعة محددة والمعايير والمؤشرات، والتي تصدر عن هيئات وجهات مستقلة، وذلك في صورة تقارير سنوية دورية (سيد، ٢٠١٧، ٢٥).

وتكمن أهمية التصنيفات العالمية للجامعات في أنها مؤشر للميزة التنافسية التي تمتلكها الجامعة، حيث يمكن من خلاله تعرّف المركز التنافسي الذي تشغله في ترتيب الجامعات، سواء على المستوى المحلي أو العالمي، في ضوء مجموعة من المعايير والمؤشرات المرتبطة بأداء الجامعة في مختلف أنشطتها التعليمية، والبحثية، والمجتمعية (محمد وآخرون، ٢٠٢٠، ٥٠٠).

وتتعدد التصنيفات المعتمدة عالمياً لتصنيف الجامعات والمؤسسات التعليمية، والتي تعتمد على عدد كبير من المعايير المختلفة، بعد أن يتم وضع وزن معين لكل معيار أو مؤشر، وعليه يتم التصنيف في ضوء الجامعات التي تحصل على أعلى درجة لمجموع المعايير المستخدمة (بخيت، ٢٠١١، ١٠)، ويوجد نوعان من تصنيفات الجامعات، هما كما يلي: (مغاوري، ٢٠١٦، ٣٥٦)

• تصنيفات دولية: تختص بترتيب الجامعات على المستوى العالمي.

• تصنيفات محلية: تختص بترتيب الجامعات محلياً داخل الدولة فقط.

ويتضح من ذلك أن تصنيف الجامعات وتحديد الميزة التنافسية لها، يتم في ضوء عدة تصنيفات عالمية، وأخرى محلية، وسيركز البحث الحالي على التصنيفات العالمية التي تسعى لتحقيق الميزة التنافسية من خلال البحث العلمي؛ وذلك نظراً لأهمية البحث العلمي بالجامعات، وما يتضمنه من إنتاج معرفي بحثي للأكاديميين بالجامعات، ونظراً لأنه محور البحث الحالي، فإنه سيتم عرض المؤشرات الخاصة بالبحث العلمي، ومن أشهرها في هذا المجال:

### (١) تصنيف ويبومتر كس للجامعات (Webometrics):

يعتمد هذا التصنيف على قياس أداء الجامعات من خلال مواقعها الإلكترونية، حيث يهدف إلى تشجيع نشر الأبحاث العلمية مجاناً على الإنترنت، من خلال تقييم مدى توفر نتائج الأبحاث العلمية على صفحة كل جامعة، وتصنيف الجامعات وفقاً لهذا المعيار تحديداً؛ فالهدف من التصنيف ليس تقييم الجامعات حسب الجودة أو المكانة العلمية، بل هو مؤشر تنافسي للالتزام الجامعة بالاستفادة من شبكة الإنترنت في عرض ما لديها من إنتاج بحثي، وما تقدمه تلك الجامعات من خدمات بحثية عبر مواقعها الإلكترونية (صانع، ٢٠١١، ٢٦ - ٢٧).

وتعتمد منهجية تصنيف ويبوميتركس العالمي للجامعات على أربعة مؤشرات أساسية لقياس الميزة التنافسية للجامعات، وهى كالاتى (جامعة بنها (ب)، ٢٠٢٣، ٨-٩)، (محمد، ٢٠١٩، ١٨٠):

• **معيار الحضور Presence:** من حيث عدد الصفحات الموجودة في نطاق الويب الرئيس للجامعة، ويتم حسابها باستخدام محركات البحث، ومشاركة نطاق الويب، وعدد الملفات في المواقع بجميع أنواعها، وتم توقف العمل بهذا المؤشر في ٢٠٢١.

• **معيار الشفافية (الانفتاح) Transparent (Openness):** ويتمثل في قدرة الجامعة على الانفتاح على العالم الخارجي ومدى مشاركتها في المكتبة الإلكترونية لمحرك البحث الشهير جوجل سكولار Google Scholar Citation، وعدد الاستشهادات المرجعية لأفضل ٣١٠ مؤلفات (باستثناء أول ٣٠ مؤلفاً).

• **معيار التميز Excellence:** ويعتمد على عدد الأوراق البحثية المتميزة المنشورة في المجالات العلمية المرموقة في تخصصات العلوم المختلفة بين أعلى ١٠ % تم الاستشهاد بها في كل مجال من التخصصات الـ ٢٧ لقاعدة البيانات الكاملة، وتجميع تلك البيانات خلال خمس سنوات، وتعتمد فيها على محرك بحث سيماجو.

• **معيار التأثير Imact:** ويقصد به الروابط الخارجية التي تشير إلى موقع الجامعة أو أي من النطاقات الفرعية التابعة له، ويعتمد على تعرّف تأثير جودة المحتويات الخاصة بموقع الجامعة، من خلال حساب الروابط الخارجية التي يستقبلها من مواقع أخرى، وتعتمد على Ahrefs و Majestic في جمع البيانات.

## (٢) تصنيف كيو أس للجامعات QS:

تصدر QS تقريراً سنوياً تصنف فيه أكثر من ٣٠ ألف جامعة حول العالم، مرتبةً حسب معايير أكاديمية وعلمية. كما تقوم بعمل مقارنة لأكثر من ٥٠٠ جامعة في إصدار دليل للجامعات، وذلك من خلال الاعتماد على معايير تقييم تتناول الهيكلية البنوية لكل من هذه الجامعات، وما يميز هذا التصنيف أنه لا يتناول مؤشرات سطحية قد تخفي أكثر مما تبدي من الأوضاع المركبة داخل كل جامعة، حيث يتعمق في تناوله تحليل مقومات هذه الجامعات إلى تقييم مستوى التعليم الذي تقدمه الجامعات المصنفة، وجودة بحوثها الأساسية والتطبيقية التعليمية الأساسية والعليا، بالإضافة أيضاً إلى موقعها الدولي، وفي سبيل وضع هذه المعايير في شكل متغيرات يمكن قياس مؤشراتهما، وتعتمد منهجية التصنيف على عدة معايير (جامعة بنها (ب)، ٢٠٢٣، ١٢-١٤)، (محمد، ٢٠١٩، ١٧٢-١٧٣):

- **السمعة الأكاديمية Academic reputation:** حيث يتم سؤال الأساتذة والأكاديميين حول العالم عن آرائهم بالجامعات التي تنجز أفضل الأبحاث في مجالهم، ويتم التواصل مع الأساتذة من خلال قوائم بريدية واستبانات يقومون بالإجابة عنها، وقد نشرت QS التوزيع الجغرافي والمسميات الوظيفية للمشاركين، ويخصص له وزن نسبي قدره ٤٠%.
- **نسبة أعضاء هيئة التدريس إلى الطلاب Faculty / Student Ratio:** حيث يتم سؤال الأساتذة والأكاديميين حول العالم عن آرائهم بالجامعات التي تنجز أفضل الأبحاث في مجالهم، ويتم التواصل مع الأساتذة من خلال قوائم بريدية واستبانات يقومون بالإجابة عنها، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
- **الافتباس في المنشورات العلمية Citations per faculty:** تستعين QS بشركة متخصصة لتجميع كل المرات التي ذكرت فيها أبحاث الجامعة كمراجع في أبحاث أخرى، ويتم الحصول على جميع البيانات والاستشهادات باستخدام قاعدة Elsevier Scopus Database، أكبر مستودع في العالم لبيانات المجلات الأكاديمية، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
- **استطلاع آراء جهات التوظيف عن خريجي الجامعة Employer reputation:** تم طرح هذا المسح عام ٢٠٠٥ انطلاقاً من أن أرباب العمل يتبعون جودة التعليم للدراسات العليا، مما يجعله مقياساً لجودة التعليم، وهو أمر يختلف عليه لكنه يعد ذا أهمية في عالم اليوم، الذي تعتمد فيه أهمية الشهادة الجامعية على قدرتها على تأمين توظيف جيد لحاملها، وتخصص له نسبة ١٠%.
- **نسبة الطلاب الدوليين International Student ratio:** حيث يدرس هذا المعيار النسبة التي تتيحها الجامعة للطلاب الأجانب عالمياً، ويخصص له وزن نسبي قدره ٥%.
- **نسبة أعضاء هيئة التدريس الدوليين International Faculty ratio:** ويعتمد على قدرة الجامعة على جذب أعضاء هيئة التدريس من جميع أنحاء العالم، مما يوحي بأن الجامعة تمتلك علامة تجارية عالمية قوية، ويخصص له وزن نسبي قدره ٥%.

### (٣) تصنيف التايمز البريطاني (THE):

هو تصنيف سنوي للجامعات على مستوى العالم، يصدر من مجلة التايمز منذ عام ٢٠٠٤، ويغطي المجالات الرئيسية الثلاثة للنشاط الجامعي: البحث العلمي، والتأثير، والتدريس، حيث يصدر تصنيف التايمز البريطاني العالمي للجامعات قائمة بأفضل الجامعات في العالم في ضوء منهجية متوازنة وشاملة، ويقوم هذا التصنيف على منهجية واضحة تقوم بدورها على ١٣ مؤشراً تحت خمس فئات، هي: الاستشهادات العملية، والأبحاث، والبيئة التعليمية (التدريس)، والنظرة العالمية، والدخل، ويختلف الوزن النسبي لكل محور كما يلي: (جامعة بنها (ب)، (٢٢-٢٣، ١٧-٢٢)

١- الاستشهادات العلمية Citations Research Influence: وهو دلالة على التأثير البحثي للجامعة، والذي يشغل تقيلاً في التصنيف بنسبة تبلغ ٣٠%، حيث يتم من خلال هذا المؤشر حساب العدد الكلي للاستشهادات الخاصة في أبحاث الجامعة المنشورة والموثقة، وتحديد مجالات تلك الأبحاث لتكوين صورة شمولية عن نوعية الأبحاث الأكثر استشهاداً من قبل الباحثين في العالم.

٢- الأبحاث (العدد، السمعة، الدخل المتأتي منها) Research (Volume, Income, Reputation): ويشغل هذا المؤشر بجزئياته ما نسبته ٣٠% من مجموع المؤشرات، ويضم التقييم على النحو التالي:

- العدد: يتم من خلال هذا المؤشر قياس إنتاجية الجامعة البحثية كماً، وفق معادلة حسابية مدروسة، تتضمن عدد الأبحاث العلمية المنشورة في مجالات عالمية محكمة، وعدد أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعة، بالإضافة لمجالات البحث، ويشكل هذا المؤشر نسبة ٦٦% من المجموع الكلي للنقاط.

- السمعة: يتم قياس هذا المؤشر الفرعي من خلال عمل استبانات سنوية، بما يفوق ٢٠٠٠٠٠ استبانة، يتم من خلالها استقصاء السمعة الأكاديمية للجامعة مقارنةً بمثيلاتها من الجامعات العالمية، وتخصص لها ما نسبته ١٨% من مجموع النقاط الكلي.

- الدخل: ويقصد به الدخل السنوي المتأتي للجامعة، من خلال الأبحاث العلمية التي تُجرى فيها، ويشكل هذا المؤشر ما نسبته ٦% من مجموع النقاط الكلي، ويقاس نسبة الدخل البحثي وفق معادلة رياضية تشمل عدة متغيرات، أهمها: عدد أعضاء هيئة التدريس في الجامعة، والوضع الاقتصادي والدخل القومي للدولة، والقوة الشرائية، ومجال البحث؛ حيث إن الدعم المالي يتفاوت بين الحقول المختلفة، إذ يرتفع مستوى الدعم المقدم للبحوث العلمية مقارنةً بالبحوث الأدبية والاجتماعية والفنية.

٣- البيئة التعليمية Teaching : The Learning Environment : ويتم من خلالها تقييم واقع البيئة الجامعية باستخدام عدة مؤشرات فرعية بنسبة ٣٠% من نقاط التصنيف، وتأتي على النحو التالي:

- نتائج استبانات شركة ثومبسون رويترز لقياس السمعة البحثية والتعليمية للجامعات، والتي تشكل ما نسبته ١٥% من نسبة التقييم، ويتم حسابها بجمع نتاج استبانات بحثية عالمية، يشارك بها علماء وباحثون من كل أنحاء العالم بما يفوق ٢٠٠٠٠٠ استبانة.

- عدد شهادات الدكتوراه الممنوحة من قبل الجامعة، مع الأخذ بعين الاعتبار عدد أعضاء الهيئة التدريسية، إضافة لتنوع التخصصات في الجامعة، من خلال معادلة رياضية تراعي تلك المتغيرات، ليشغل هذا المؤشر نسبة ٦% من التصنيف.
- نسبة أعضاء هيئة التدريس إلى الطلبة، والتي تشكل نسبة ٤.٥%.
- نسبة طلبة الدراسات العليا إلى طلبة البكالوريوس والتي تعكس نشاط البيئة البحثية في الجامعة، حيث وجد أن العلاقة طردية بين عدد طلبة الدراسات العليا والنشاط البحثي في الجامعة، ويشكل هذا المؤشر ما نسبته ٢.٢٥% من مجموع نقاط التصنيف الكلي.
- دخل الجامعة وميزانيتها بما نسبته ٢.٢٥% من مجموع نقاط التصنيف، مقارنة بعدد أعضاء هيئة التدريس الكلي، مع مراعاة القوة الشرائية في كل دولة ووضعها الاقتصادي.
- ٤- **النظرة العالمية للجامعة International Outlook:** يشكل هذا المؤشر ما نسبته ٧.٥% من مجموع النقاط الكلي للتصنيف، ويحدد كفاءة الجامعة في استقطاب الطلبة والباحثين والمدرسين الأجانب وفقاً للتفصيل التالي:
- ٢.٥% من النقاط تحدها نسبة الطلبة المحليين للطلبة الأجانب، وهو معيار يتم من خلاله قياس كفاءة الجامعة في استقطاب الطلبة من شتى دول العالم.
- ٢.٥% من النقاط تحدها نسبة أعضاء هيئة التدريس الأجانب إلى المواطنين، للدلالة على قدرة الجامعة على استقطاب الكفاءات العلمية عالمياً.
- ٢.٥% من النقاط يتم حسابها وفق معادلة رياضية لقياس نسبة وجود باحثين من جامعات عالمية ضمن الأبحاث المنشورة من قبل أعضاء هيئة التدريس في مجالات عالمية علمية محكمة.
- ٥- **الدخل المالي الناتج عن التعاون مع القطاع الصناعي Industry Income:** ويشكل ما نسبته ٢.٥% من مجموع النقاط الكلي للتصنيف، ويحمل هذا المؤشر مدلولات مهمة حول نشاط وفاعلية نقل المعلومات في الجامعة، وتوافر عناصر الربط مع الصناعة؛ مما يعزز رغبة الجهات الصناعية في الدولة في استقاء المعرفة من الجامعة، ومقدرتها على استقطاب الدعم المادي من القطاع الصناعي، ويتم حساب هذا المؤشر من خلال معادلة تدخل فيها نسبة دخل الجامعة من الدخل الصناعي إلى عدد أعضاء هيئة التدريس فيها، ويوجد عدد من التصنيفات الفرعية تتبع نفس معايير التصنيف العالمي للجامعات، ولكنها تختلف وفقاً للتخصص والفئة.

(٤) تصنيف يو إس نيوز (U.S news):

هو تصنيف يصدر من قبل مجلة يو إس نيوز أند وورد ريبورت بشكل سنوي للجامعات العالمية، بداية من عام ٢٠١٤م، ويعتمد هذا التصنيف على ١٣ مؤشرا تقيس أداء البحوث الأكاديمية وسمعتها العالمية والإقليمية، ويعد من التصنيفات التي تعتمد على البيانات البيبليومترية والمعايير البحثية المقدمة من سكوبوس Scopus ، والتي هي جزء من مؤسسة آل سفير للبحوث Elsevier Research Intelligence حيث تركز على مخرجات وأداء البحث الأكاديمي للمؤسسة، وليس برامجها المنفصلة الخاصة بالكالوريوس (جامعة بنها (ب)، ٢٠٢٣، ٣١-٣٣):

مؤشرات تصنيف يو إس نيوز والوزن والنسبي لها

النسبة	مؤشر التصنيف
٣٠	المنشورات
٥	المنشورات المستشهد بها
٥	الاقتباسات
٢٠	النسبة المئوية للمنشورات التي تم اقتباسها
١٠	تأثير الاقتباس الموزون على المجال
٥	عدد المنشورات التي تم اقتباسها بكثرة في أعلى ١٠ في المائة.
٥	النسبة المئوية لإجمالي المنشورات في أعلى ١٠ في المائة
١٠	عدد المنشورات التي تم اقتباسها بكثرة في أعلى ٢٥ في المائة.
١٠	النسبة المئوية لإجمالي المنشورات في أعلى ٢٥ في المائة.

(٥) تصنيف شنغهاي للموضوعات (Shanghai Ranking):

يعتمد هذا التصنيف على معدل الإنتاج العلمي للجامعة، ويستند إلى مؤشرات الاستشهادات والاقتباسات العلمية بنسبة ٢٠%، وكذلك عدد المقالات المنشورة للجامعة في مجلتي نينشر Nature وساينس Science العلميتين الشهيرتين بنسبة تقييم ٢٠%، بالإضافة إلى وجود أساتذة بالجامعة تم الاستشهاد بأبحاثهم ضمن أعلى ١٠٠ عالم، وهذا المؤشر يعطي ٢٠% لدرجات تقييم الجامعة، ثم حصول أحد خريجي الجامعة على جائزة نوبل (١٠%)، وحصول أحد باحثي الجامعة على جائزة نوبل (جامعة بنها (ب)، ٢٠٢٣، ٤٧)، ويعتمد التصنيف على أربعة معايير رئيسية، هي كما يلي: (صانغ، ٢٠١١، ٣٠)

- المعيار النوعي للتعليم (جودة التعليم): ويحتسب من خلال عدد خريجي الجامعة الذين فازوا بجائزة نوبل، أو ميداليات وجوائز مرموقة، ويخصص له وزن نسبي ١٠%.

- **المعيار النوعي لأعضاء هيئة التدريس:** ويشتمل على مؤشرين، هما:
    - **الأول:** يتمثل في الأعداد الحالية لأعضاء هيئة التدريس، ممن فازوا بجوائز نوبل أو ميداليات تميز، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
    - **الثاني:** ويتمثل في عدد البحوث الأكثر استشهاداً بها في إحدى وعشرين قاعدة أبحاث علمية، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
  - **معيار المخرجات البحثية:** ويشتمل على مؤشرين، هما:
    - **الأول:** ويتم تحديده من مجمل عدد الأبحاث المنشورة في دوريات العلوم والطبيعة، والواردة في دليل النشر العلمي وفق آخر خمس سنوات تسبق سنة التصنيف، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
    - **الثاني:** ويتم تحديده وفق أكثر البحوث استشهاداً بها في عدد من القواعد في التخصصات العلمية، وفي تخصصات العلوم الاجتماعية وفق السنة التي تسبق التصنيف، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
  - **معيار الأداء العام للجامعة:** ويحتسب من خلال الدرجات التي تحصل عليها الجامعة في المعايير الثلاثة الأولى نسبة إلى عدد الكوادر الأكاديمية في الجامعة والإنفاق على البحث العلمي، ويخصص له وزن نسبي قدره ٢٠%.
- مما سبق تتضح أهمية التصنيفات العالمية في قياس الميزة التنافسية للجامعات في جميع المجالات التعليمية والبحثية والمجتمعية، وقد ركز البحث الحالي على التصنيفات التي اهتمت بقياس الأنشطة البحثية والإنتاجية المعرفية والاستشهادات المرجعية، باعتبارها مؤشرات للعملية البحثية، مما يسهم في تحسين الأداء التنافسي للجامعات في هذا المجال.
- المحور الثالث: مرتكزات الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية.**

أولاً: تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

(١) مفهوم تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

يعرف تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي بأنه العملية التي يتم من خلالها تحويل نتائج الأبحاث العلمية في القطاع الأكاديمي إلى منتجات وخدمات وعمليات مناسبة للسوق، حيث يتم تطويرها إلى منتجات وتقنيات جديدة يمكن بيعها في جميع أنحاء العالم، وهو عملية إنتاج المعرفة في الجامعات، حيث يتم تطويرها في العمليات الصناعية إلى منتجات يمكن للسوق الاستفادة منها، ويتطلب تعاوناً جاداً بين الجامعات والشركات الصناعية والمستثمرين

من رجال الأعمال، وتتضمن عملية تسويق نتائج البحوث العلمية الإفصاح عن نتائج البحوث، وتقييم هذه النتائج، والأمن القومي لها، وتسويقها، ثم الحفاظ على الأنشطة التسويقية (Maktabi& Pazhakh, 2010,1-2).

ويقصد بتسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي أنه العملية التي يتم من خلالها مساهمة الجامعات بطريقة مباشرة في التنمية الاقتصادية للمجتمع، من خلال الأبحاث الأكاديمية التي يجريها أعضاء هيئة التدريس، وذلك من منطلق أنه يجب على الجامعات كمؤسسات بحثية أن تنشر المعرفة المنتجة داخل الحرم الجامعي؛ لتوسيع نطاق التغطية التي تمتد لخدمة المجتمع، وليس الاقتصار على إنتاج المعرفة في البيئة الأكاديمية فقط (Odei, 2017, 751).

كما يعرف تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي بأنه عملية متعددة المستويات، تنطوي على التفاعلات التي تتم بين أعضاء هيئة التدريس والباحثين بالجامعات والبيئة الخارجية، ويمكن التمييز بين نوعين من التفاعلات، هما: الوضع المؤسسي الذي يتمثل في التفاعل بين الجامعة وأصحاب المصلحة في النظام الإيكولوجي (الصناعة، الحكومة، المستثمرين غير الربحيين)، والتفاعل التعاقدية الشخصي، وهو تعاون رسمي أو غير رسمي بين أصحاب المصلحة في النظام الإيكولوجي والعلماء، دون تدخل مباشر من الجامعة (Belitski & et al, 2019,2).

ولا شك أن تعزيز قدرة الجامعات على استثمار إنتاجها المعرفي الأكاديمي لخدمة الجامعة والمجتمع، وتعزيز علاقتها البحثية بمؤسسات المجتمع المستفيدة من هذه البحوث، يتطلب اتباع أساليب وآليات حديثة ومتطورة في التسويق الفعال لمشاريع البحوث؛ حتى تلأئم احتياجات ومتطلبات مؤسسات المجتمع المستفيدة منها، فالتسويق اليوم لم يعد حكراً على منظمات الأعمال الصناعية والتجارية، بل أصبح مجالاً مهماً للجامعات، فهي تعمل في بيئة شديدة التغيير بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكنولوجيا التعليم والبحث العلمي، وتنامي أعداد المؤسسات العلمية والبحثية، وتطور احتياجات ومتطلبات سوق العمل، وأصبحت الجامعات العالمية تسوق لنفسها كعلامة (Brand) في مجال التسويق؛ لمساعدتها في تعزيز ونشر علامتها، ووضع خطط استراتيجية، وتبني أساليب فعالة لتسويق نتائجها من البحوث العلمية (الحريري، والمخلافي، ٢٠١٧، ١٤٨).

وينطوي تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات على المشاركة الأكاديمية التي يتم بموجبها نقل المعرفة الأكاديمية التي يتم إجراؤها من خلال البحوث الجامعية، وجعلها متاحة للاستخدام في المجال الصناعي، وبذلك يتجسد الاندماج بين الأكاديميين ومنظمات الأعمال والتفاعل والتعاون بينهم، والذي يعد بمثابة جسر يربط بين الجامعات والشركات الاقتصادية



يمكن الأوساط الأكاديمية بالجامعات من تبادل معارفهم مع الصناعة والعالم غير الأكاديمي، وبذلك يتم توسيع نطاق التعاون بينهم، وإعطاء نظرة أكثر شمولية لمشكلات المجتمع (Odei, 2017, 751).

## (٢) طرق تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

على الرغم من أن عملية تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي ونتائجه، تشترك مع عملية تسويق السلع الاستهلاكية بشكل عام في بعض المبادئ الأساسية، فإن لها خصوصيتها التي ينبغي مراعاتها بدقة، ومن هذه الخصوصيات أن البحث العلمي مكلف، وقد يكون باهظ التكاليف في بعض الأحيان، وليس سلعة بالمعنى المتعارف عليه للسلع الاستهلاكية التي تباع وتشتري فتحقق الربح أو الخسارة خلال مدة زمنية قصيرة نوعًا ما، كما أنه قد يحتاج إظهار المردود الإيجابي للتوصيات التي يطرحها البحث العلمي إلى استثمارات مالية إضافية (عساف، ٢٠١٦، ٩).

وتستند الجامعات إلى مجموعة من الطرائق والأساليب المختلفة للحفاظ على العملاء الحاليين، وجذب أكبر عدد ممكن من العملاء الجدد؛ لذا ينبغي على الجامعة معرفة الطريقة المناسبة واختيارها؛ لكي تتم عملية تسويق البحوث العلمية الأكاديمية على نحو فعال، ومن هذه الطرق: (نايل، ٢٠١٥، ٣٢٩-٣٣٠)

### (أ) الدعاية التقليدية:

وهي تتم عن طريق الجامعات، من أجل بناء الوعي بالعلامة التجارية للجامعة، فتصبح المنافسة في تسويق البحث العلمي أقوى عامًا بعد عام، ويرجع ذلك إلى اتجاه الجامعات نحو العولمة، وتتنوع الدعاية التقليدية لتشمل وسائل الإعلام العامة مثل الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات والمعارض المهنية التي تتبناها الجامعات؛ بهدف زيادة الوعي القومي بالجامعة، وتكوين صورة إيجابية تؤثر على اختيار العملاء وأصحاب المصالح لها.

### (ب) التسويق بالعلاقات:

ويقوم على مبدأ العلاقات بين البشر داخل الجامعة، كالإدارة وأعضاء هيئة التدريس والعاملين، والعلاقات خارج الجامعة كالعلاء والمستفيدين من الخدمة، ويتم من خلاله بناء علاقات قوية وصلات وطيدة بين الجامعة وجمهور عملائها، وتهتم الجامعات بطريقة التسويق بالعلاقات لأنه يمكن الجامعة من أن تمنع سوء الفهم المؤدي إلى تراجع الرضا، مثل تلبية احتياجات العملاء من المعلومات، وعليه ينبغي أن يبدأ من خلال عملية جذب العملاء واستمرار الحفاظ عليهم، وينتهي بانتهاء الخدمة المقدمة؛ من أجل جذب المزيد من العملاء المحتملين.

### (ج) التسويق الإلكتروني:

ويتم من خلال استخدام شبكة الإنترنت، حيث يعتمد التسويق الإلكتروني على البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي التي لديها إمكانية إنشاء تأثير إيجابي عندما تتواصل الجامعات مع جمهورها، ومن ثم جذب عملاء جدد غير تقليديين، حيث يريد العملاء مرونة في الحصول على الخدمات، فهم يطلبون الحصول عليها عن بعد، أو عن طريق الإنترنت لتلبية رغباتهم، ومن ثم يتيح التسويق الإلكتروني الوصول إلى الأسواق العالمية؛ حيث لا توجد حدود جغرافية تقيد حركة المعلومات.

ويتضح مما سبق أنه لا يوجد طريقة واحدة يمكن أن تعتمد عليها الجامعات في تسويق إنتاجها المعرفي الأكاديمي، ولكنها تتعدد وفق احتياجات العملاء والخدمات المقدمة من الجامعة، فلا توجد طريقة أفضل من الأخرى ولكن يمكن للجامعات أن تدمج أكثر من طريقة معاً، من أجل جذب المزيد من العملاء، ومن ثم توتي طريقة التسويق ثمارها المرجوة.

كما يتطلب تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات ونتائجه أسلوبًا خاصًا، حيث لا يوجد نمط واحد في مجال تطبيق نتائج البحث العلمي في حقول العمل والإنتاج، سواء من خلال التعاقد بين طرفين لإنجاز بحث محدد، أو من خلال تسويق نتائج البحث العلمي غير المتعاقد عليه مسبقًا، ومن الأساليب المتبعة في تسويق البحث العلمي بالجامعات:

- أسلوب التعاقد بين الجامعة والهيئة المستفيدة، على أن تقوم الجهة المستفيدة بتمويل إجراء البحث، وبالتالي متابعة إنجازاته وتطبيق نتائجه.
- القيام بمشاريع بحوث مشتركة بين الجامعات وقطاعات الإنتاج، وقد يكون موقع إجراء البحث لأغراض هذه المشاريع في المؤسسات الإنتاجية أو البحثية أو كليهما، وذلك حسب توافر الأجهزة والمستلزمات التي تتطلبها الأبحاث.
- استثمار المكاتب العلمية الملحقة بالكليات، لا سيما في مجال الاستشارات العلمية وتقديم الخبرات المتخصصة.
- التعاقد المباشر مع واحد أو أكثر من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، لإجراء بحوث محددة وفق تخصصه (عساف، ٢٠١٦، ١٠).
- نموذج الحلزون الثلاثي، وهو شكل آخر للتعاون، حيث الحاجة إلى التعاون بين الحكومة والقطاع الصناعي والجامعة؛ من أجل إنجاز أهداف استراتيجية محددة للمجتمع، تتدخل من خلاله الحكومة لتعزيز تسويق البحث الأكاديمي عبر برامج التنمية التي أطلقتها الحكومة (Houweling 2017, 1).

وبذلك فإن نقل المعرفة الناتجة عن البحوث العلمية بالجامعات إلى الممارسة والتطبيق يأخذ أشكالاً مختلفة، حيث يمكن إدخال الأبحاث مباشرة إلى السوق من خلال العروض التي تقدمها الجامعات للشركات الإنتاجية، أو من خلال الاستشارات والتراخيص التي تقدمها الجامعة للمستفيدين من خدماتها، كما أن تسويق البحوث العلمية بالجامعات قد يتخذ الطابع الفردي عبر التعاقدات الفردية مع باحثين في تخصصات معينة لإجراء أبحاث أكاديمية حول نقاط محددة، أو تكون في شكل تعاقدات بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية والصناعية في المجتمع، أو تتخذ الطابع الرسمي الذي تتدخل من خلاله الحكومة من أجل إنجاز خطط التنمية بالمجتمع.

### (٣) مراحل تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

إن قطاع الجامعة كمركز للإنتاج المعرفي له دور مهم في تطوير المجتمعات، حيث يهتم برفع كفاءة البحث العلمي عن طريق تحسين جودة البحوث الأكاديمية المنتجة بواسطة أعضاء هيئة التدريس والباحثين بالجامعات، ومن ثم القدرة على تسويق المعارف المنتجة على نطاق أوسع داخل المجتمع في القطاعين الاجتماعي والاقتصادي بوجه عام والقطاع الصناعي بوجه خاص، وذلك من منطلق أن تسويق البحث العلمي ونتائجه يقدم الحلول المناسبة للتحديات والمشكلات التي تواجه المجتمع، وتتم عملية تسويق البحوث الجامعية على عدة مراحل.

وتتضمن عملية تسويق نتائج البحوث العلمية بالجامعات ثلاث مراحل، الأولى هي مرحلة تنفيذ البحوث وفق احتياجات العملاء والمستفيدين، والثانية مرحلة التحول التي يتم من خلالها تحويل نتائج البحوث إلى تطبيقات عملية، وتشتمل على تقييم القدرة على تسويق تلك النتائج، وتقييم القدرة على تسجيل النتائج والحفاظ عليها من الناحية القانونية، وتعرف المنتجات والعمليات الجديدة، وتقدير حالة السوق ومدى استيعابه لنتائج البحوث العلمية، ونقل النتائج إلى السوق للاستفادة منها، والثالثة هي مرحلة تطبيق نتائج البحوث العلمية والعلاقة التبادلية بين الجامعات والسوق الصناعي، وهي مراحل تسلسلية وذات تأثير متبادل، تعتمد كل منها على الأخرى (Maktabi & Pazhakh, 2010, 3-4).

وهناك نموذج ثنائي المستوى للتسويق البحثي بالجامعات، يربط هذا النموذج بسلوك العلماء، والهيكل التنظيمية وعوامل النظام البيئي، ويركز المستوى الأول منه (النظام البيئي) على الأعمال والبيئة الاجتماعية والاقتصادية وأنشطة الابتكار الوطني والملكية الفكرية والإصلاحات المؤسسية والدور الذي يمكن أن يقوم به صناع القرار في تسويق الأنشطة الجامعية، مما يوجد روابط قوية بين العلماء والجامعة، حيث يتم تسويق أبحاثهم في المجال الصناعي، أما المستوى الثاني فيركز على الجامعة والهيكل الإداري بداخلها في دعم تسويق البحوث الأكاديمية، ويوضح هذا المستوى الجهود التي تبذلها الجامعة للبحث عن سبل جديدة لتسويق البحوث، من خلال تيسير التقييم المبكر لاستراتيجيات حقوق الملكية الفكرية، واستغلال البنية التحتية، وتحفيز المبادرات والمشاريع الناجحة التي تسهم في دعم نتائج البحوث وتنظيم المشاريع الأكاديمية عالية الجودة (Maksim & et al, 2018,2).

ويعد المزيج التسويقي أساسًا لتسويق للبحوث الجامعية، وهو يشتمل على أربعة عناصر أساسية لوضع الاستراتيجيات التسويقية موضع التنفيذ، هي: المنتج، والتسعير، والتوزيع، والترويج، وهذه العناصر مترابطة مع بعضها، ويمكن التحكم فيها؛ بهدف إشباع حاجات العملاء ورغباتهم، وتتمثل عناصر المزيج التسويقي في الآتي:

#### (أ) المنتج:

إن المنتج في تسويق البحوث الجامعية عبارة عن البحوث التي تقدمها الجامعات للجهات المستفيدة، كخدمة من خدماتها بعد تحديد احتياجات ومشكلات المستفيدين، ثم تنفيذ البحوث والوصول إلى نتائج تسهم في تحقيق الاحتياجات وحل المشكلات (عسيري، ٢٠١٧، ٥٢).

#### (ب) التسعير:

يعد تسعير البحث العلمي من العناصر المهمة في المزيج التسويقي، وهو يعني ما يدفعه المستفيد مقابل نتائج البحوث الأكاديمية، والتسعير هو أصعب عمليات التسويق في المؤسسات البحثية؛ نظرًا لصعوبة تقدير قيمة نتائج البحث العلمي؛ بسبب طبيعته والجهد المبذول فيه (القصيبي، ٢٠٠٩، ١٢٣).

(ج) الترويج:

يهدف الترويج في البحث العلمي بالجامعات إلى تزويد المستفيدين بمعلومات عن البحوث العلمية والإمكانات البشرية المتمثلة في الباحثين الموجودين بالجامعة، ويتم الترويج للبحوث الأكاديمية من خلال الاتصال المباشر مع المستفيدين، والإعلان من خلال المعارض والمؤتمرات واللقاءات، وإصدار نشرات علمية تعريفية بالبحوث الجامعية (عسيري، ٢٠١٧، ٥٥).

(د) التوزيع:

يعد توزيع نتائج البحث العلمي الطريقة التي يتم من خلالها إيصال الناتج من المؤسسات البحثية إلى المستفيد، وهو الهدف النهائي للجامعات، ويتم إما بالتوزيع المباشر دون تدخل الوسيط، ومن مميزاته سرعة توصيل نتائج البحث العلمي وانخفاض تكاليفه، أما التوزيع غير المباشر فيتم من خلال الوسطاء أو بنقل الملكية إلى شركات، ثم بيع نتائج البحث في السوق لتحقيق الربح، ويتميز هذا النوع بالتخصص في النشاط البحثي، كما أنه يخفف العبء عن المؤسسة البحثية، ويسهل الحصول على المردود المالي، ويحقق التفرغ للنشاط البحثي (القصبى، ٢٠٠٩، ١٢٤).

ويتضح مما سبق أن عملية تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات ليست بالعملية اليسيرة، ولكنها تتم على عدة مراحل، تبدأ بعملية إنتاج البحوث الأكاديمية لها مواصفات محددة، أهمها أن تكون تلك النتائج مرتبطة بواقع المجتمع ومشكلاته، وأن تكون قابلة للقياس والتطبيق، وأن تتسم بالجودة والكفاءة، ثم مرحلة التحويل التي يتم فيها الحكم على مدى جودة تلك النتائج البحثية وقابليتها للتطبيق في القطاعات الإنتاجية وفي المجتمع، ثم المرحلة الأخيرة التي يتم فيها تطبيق النتائج في قطاعات المجتمع المناسبة، والتي يترتب عليها تطوير المجتمع ومساهمة القطاع الأكاديمي في الجامعات في دفع عملية التنمية بالمجتمع.

(٤) أهمية تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي في تحقيق ميزة تنافسية للجامعات:

يعد تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات من الأمور الضرورية لأي مجتمع، والتي تشير إلى العلاقة بين الجامعات كمؤسسات أكاديمية والقطاع الإنتاجي للمجتمع، والدور الذي يمكن أن تقوم به الجامعات في توسيع نطاق المعرفة بالمجتمعات، وتوضح أهمية تسويق البحوث الجامعية في أنه:

- (أ) يعد حلقة الوصل بين الجامعة والمجتمع المحيط بها، حيث امتد دور الجامعات ليشمل تطوير العمل في القطاعات المختلفة بالدولة؛ بهدف مساعدتها في مواجهة المنافسة المحلية والعالمية (داود، ٢٠١٦، ١٠٩).
- (ب) يساعد في تحقيق الاستقلال الذاتي للجامعة والحصول على مصادر جديدة للتمويل، من خلال الاستجابة لتطلعات المستفيدين من خدماتها كعوائد من تسويق نتائج البحوث العلمية (داود، ٢٠١٦، ١٠٩) ومن ثم زيادة تدفق الموارد المالية للجامعة.
- (ج) يوفر الحافز لكليات الجامعات لتوسيع مجالات البحوث التي تجريها، مما يسهم في تعزيز وتقوية سمعة الجامعة ومكانتها، ويساعد في تقديم المعلومات الموثوق بها لأصحاب الأعمال التي يتم اختبارها من خلال البحوث العلمية التي تجريها الجامعة، ومن ثم المساهمة في تطوير القطاع الإنتاجي وفق أسس علمية.
- (د) يربط خطط البحث العلمي والتطوير التكنولوجي وبرامجها بخطط التنمية وحاجات المجتمع، ويوثق التعاون مع القطاع الخاص؛ مما يسهم في تنمية الموارد المالية اللازمة لدعم البحث العلمي والتطوير التكنولوجي بالجامعة (مقرى، ٢٠١٥، ٧١).
- (هـ) تأتي أهميته من أهمية الاتجاه العالمي لرسالة الجامعات اليوم نحو الخروج من نطاق التركيز على حفظ المعرفة ونشرها عن طريق التدريس والبحوث الأكاديمية، إلى مجال أرحب يتيح للبحث العلمي بالجامعات المشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع (الحريري؛ والمخلافي، ٢٠١٧، ١٤٩).
- (و) يساعد الجامعة في توفير إلى مدخل لبناء قدرات تسويقية تضم المعرفة التراكمية للتسويق، وكذلك ينمي مهارات وموارد الجامعة من أجل الاستجابة لمتطلبات السوق، مما ينعكس على إيجاد قيمة مضافة للأبحاث الجامعية، وبالتالي حصول الجامعة على ميزة تنافسية تمكنها من زيادة قدرتها على مواجهة التهديدات التنافسية (قنديل، ٢٠٠٩، ١٥٠).
- (ز) يسهم في تحقيق الشراكة البحثية بين الجامعات والقطاع الخاص، والتي تعود بالعديد من المنافع والفوائد المشتركة لأطرافها، فالجامعات تستفيد من الشراكة في توفير موارد مالية إضافية لتمويل مشروعاتها البحثية، وتسويق خدماتها ونتائج بحوثها، وربط برامجها وأبحاثها باحتياجات المجتمع ومتطلباته، وفي ذات الوقت يستفيد القطاع الخاص من نتائج البحوث العلمية في تطوير منتجاته وحل مشكلاته، والحصول على المعرفة والتقنية التي يحتاج إليها (محمد، ٢٠١٧، ٢٤٣).

مما سبق يتضح أن تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي الذي تنتجه الجامعات له دور مهم في النهوض بالمجتمع وزيادة قدرتها التنافسية، وذلك من خلال قدرتها على تحويل المعارف الأكاديمية المتمثلة في المخرجات البحثية لأعضاء هيئة التدريس إلى منتجات قائمة على المعرفة، ومن ثم التوجه نحو مجتمع المعرفة الذي يعتمد على المعلومات كقاعدة أساسية للانطلاق نحو التقدم والتطور في مختلف المجالات الصناعية والإنتاجية، حيث إن ربط نتائج البحوث الأكاديمية ببرامج وخطط التنمية، يعد الأساس لتحقيق التقدم العلمي والتكنولوجي بالمجتمع.

### ثانيًا: الشراكات البحثية مع القطاعات المجتمعية:

تعد الشراكات البحثية هي الطريقة الأكثر أهمية التي تستفيد بها الشركات من الخبرة الجامعية، حيث تستفيد الشركات من الخبرة الموجودة في الجامعات بعدة طرق، بما في ذلك استشارات أعضاء هيئة التدريس وعقود الخدمات، والعقود الاستشارية التي يتم إنشاؤها مباشرة بين عضو هيئة تدريس وشركة ما، عندما لا تكون هناك حاجة إلى معدات ومختبرات وموارد جامعية، وعقود الخدمة التي يتم استخدامها عندما تريد شركة ما من موظفي الجامعة القيام بأداء متخصص عن طريق استخدام أحدث المعدات في الجامعة.

### (١) مفهوم الشراكات البحثية:

بدأت الشراكة كأحد المفاهيم التربوية في الظهور منذ نهاية الستينيات من القرن العشرين، وذلك تحت مسميات عديدة، كالتشارك، والتعاون، والمقاسمة، وتبادل المصالح، حيث تمثل صيغًا جديدة لأشكال التعاون والتفاعل بين مختلف المؤسسات على كل المستويات؛ بغرض الاستغلال الأمثل للإمكانات والموارد المتاحة، وتعظيم الفوائد المشتركة لكلٍ منها (معنوق، السويح، ٢٠٢٢، ٤٨٦).

ويتداخل مفهوم المشاركة مع مفهوم الشراكة، حيث يتفقان في أنهما يقومان على الإسهامات والمبادرات التطوعية، إلا أن المشاركة لا تحمل جانب الالتزام بأداء العمل مثلما ينطوي مفهوم الشراكة، فالشراكة هي الخطوة التالية للمشاركة، وهي أقوى تأثيرًا، وعوائدها النفعية أكبر من المشاركة، من حيث الاستفادة التي تعود على الشركاء من خلال العمل التشاركي (عمار، ٢٠٠٦، ٩٤).

كما أن هناك فرقاً بين الشراكة والتحالف، فالشراكة عملية مؤقتة ومحددة بمدى زمني قصير، وتركز على قضايا آنية وملحة، أما التحالف فيعد نوعاً من الارتباط الذي يعبر عن التعاون لمدى زمني طويل، ويركز على قضايا مستقبلية تعود بالنفع على طرفي العلاقة معاً (محمد، ٢٠١٧، ٢٥١).

ومن ثم يقصد بالشراكات البحثية الجهود المتضافرة لصياغة أنواع جديدة ومختلفة من العلاقات بين الباحثين والممارسين؛ لتطوير نوع جديد من الشراكة مع الباحثين وقطاعات الأعمال في المجال البحثي، وتعد الشراكات البحثية تعاوناً طويل الأمد، يتم تنظيمه لتحقيق العديد من الأهداف لكلا الطرفين، وتنتج الشراكات البحثية أبحاثاً وابتكارات علمية في مجال بحثي معين. (Coburn & et al, 2013, 1).

كما تعرف الشراكة البحثية بين الجامعات والمؤسسات البحثية في البلدان المتقدمة والنامية بأنها العلاقات التعاونية التبادلية لتوليد المعرفة المفيدة، حيث تتفق المؤسسات المختلفة للعمل معاً، لدراسة مجموعة من القضايا من خلال إجراء البحوث المشتركة، وقد تنطوي الشراكات البحثية على مؤسستين توافقان على التصرف في بحث مشترك في بلد واحد، أو قد تشمل العديد من المؤسسات في عدة بلدان، وقد تركز على تخصص أكاديمي واحد أو تشمل مختلف التخصصات، وتشمل الأنشطة البحوث المشتركة، وتبادل الموظفين والطلاب، والتدريب، وإقامة الشبكات والمؤتمرات (2- 1, Mundy, & Hirschbühl, 2014).

وفي نفس السياق يقصد بالشراكات البحثية مشاريع بحثية تعاونية بين الباحثين الأكاديميين ومقدمي الخدمات وصانعي السياسات والمستثمرين؛ بغرض الترويج لها، وتحسين البحث وتطوير الممارسات، وتعتمد العناصر الأساسية في الشراكة البحثية على مشاركة العديد من أصحاب المصلحة في تحمل المسؤولية المشتركة تجاه الأفكار والعمليات والنتائج الخاصة بالبحوث، بحيث تخدم أهدافهم المشتركة، وتقوم العلاقة غير الهرمية بين أصحاب المصلحة والأكاديميين بالجامعات على مجموعة من الأسس، هي: عمق المشاركة، وديناميكية القوة الفاعلة بين أصحاب المصلحة والأكاديميين في إنجاح الشراكات البحثية (1, Numans & et al, 2019).

كما تعرف الشراكات البحثية الفعالة بأنها عملية تعاونية ديناميكية بين المؤسسات التعليمية (الجامعات) التي تحقق فوائد متبادلة، وإن لم تكن بالضرورة متكافئة بالنسبة للأطراف المشاركة، وفي إطارها يتقاسم الشركاء ملكية المشاريع والأدوار المنوطة بكل طرف، وتقوم العلاقة بين أطراف الشراكة على الاحترام والثقة والشفافية والمعاملة بالمثل، مع الفهم الواضح



للبيئة الثقافية والعملية التي يتم في نطاقها العمل، علاوة على اتخاذ القرارات بشكل مشترك بعد مفاوضات حقيقية تتم بين الشركاء، بالإضافة إلى فهم كل شريك بشكل واضح للتوقعات المطلوبة منه لإنجاح الشراكة، وتميل الشراكات البحثية الناجحة إلى التغيير والتطور مع مرور الوقت، وفق تحديات بيئة العمل (Wanni & et al, 2010, 18).

ويشار إلى الشراكات البحثية بأنها علاقات تعاونية مقصودة، تتسم بالتنظيم والتخطيط في مجال البحث العلمي، وتتم بين المؤسسات الجامعية (كبيوت خبرة)، وبين مؤسسات القطاع الخاص في إطار تعاقدية يتحقق من خلاله فوائد ومنافع مشتركة للطرفين، ومن ثم تقوم الشركات البحثية على عدة أسس، هي كما يلي: (محمد، ٢٠١٧، ٢٥٠ - ٢٥٢)

- **التعاون:** فهي علاقة تعاونية بين طرفين أو أكثر، تهدف إلى تحقيق أهداف مشتركة لكلٍ منهم.
- **التعاقدية:** أي أنها تتم من خلال عقود رسمية مكتوبة، ووثائق تحدد الأدوار المنوطة منهم لإنجاح الشراكة البحثية.
- **التفاعلية:** حيث يشترك أطراف في الشراكة في تحمل المخاطر وتقاسم الفوائد، ويتم ذلك من خلال تنظيم شبكة عمل تفاعلية.
- **الشفافية والمحاسبية:** حيث تتسم العلاقة بين أطراف الشراكة البحثية بالوضوح والشفافية، والمحاسبية لمن يخالف العقود والوثائق.

## (٢) أهداف الشركات البحثية:

### تهدف الشراكات البحثية إلى:

- (أ) استثمار الشركات في الأبحاث في إحدى الجامعات لحل المشكلات المعقدة، من خلال الاستفادة من الخبرات والمرافق الموجودة في الجامعات ومن ثم يتحقق الاستثمار في البحوث الأساسية (الإنتاج المعرفي الأكاديمي) التي يقوم بها أعضاء هيئة التدريس بالجامعات.
- (ب) تطوير المنتجات والخدمات الرائدة بالقطاع الصناعي، حيث يقوم أعضاء هيئة التدريس الرواد بالجامعة بإجراء أبحاث أساسية، وغالبًا ما تكون هذه الأبحاث في مرحلة مبكرة وليست جاهزة عادة للاستخدام التجاري. يمكن للشركات استخدام الشراكات البحثية لتحويل تلك الأبحاث إلى منتجات رائدة.

(ج) تقديم الفرص للشركات لتطوير منتج جديد، من خلال الحصول على الخبراء الأكاديميين بالجامعات، والذين يجرون البحوث التطويرية للمنتجات وفق تطورات العملاء والمستثمرين، الأمر الذي يؤدي لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي للخبراء الأكاديميين، وحصول الجامعة التي ينتمون إليها على ميزة تنافسية. (Business Higher Education, 2021, 7)

(د) التغلب على هجرة العقول، والسعي نحو استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، والبحث عن آليات مناسبة تمكنهم من إجراء بحوث هادفة تعود عليهم بالنفع المادي، وتوفير الدعم المناسب والبيئة المواتية لإجراء البحوث العلمية، وفي نفي الوقت مساعدة المجتمع وقطاعاته الحيوية المتعددة في معالجة مشاكله الاقتصادية، وإكسابه القدرة على مواجهة التحديات الاجتماعية والبيئية (Mundy, & Hirschbühl, 2014, 3).

(هـ) تجديد المعرفة بما يتناسب مع الميدان، حيث يتم إتاحة الفرص لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات لإعادة تأهيلهم، من خلال عملية تبادل الخبرات بين أطراف الشراكة البحثية، وتحسين معرفتهم العلمية التي تتم داخل أسوار الجامعة، لتتخطاها إلى ميدان التطبيق الفعلي، فقد يقوم الأساتذة بالجامعات بتقديم مناهج واتباع أساليب لا تتناسب مع طبيعة الميدان بشكل متقن (يوسف، ٢٠٢٠، ١٢١).

(و) تحقيق التعاون من أجل تنفيذ مشروعات التعاون البحثي التي تتبناها تلك الشراكات، وتشمل العديد من المجالات البحثية ذات الاهتمام العالمي المشترك، انطلاقاً من أن البحوث العلمية تمثل نشاطاً عالمياً مشتركاً، بحيث يتحقق النجاح والانتشار لها، وتصبح ذات قيمة تنافسية، فضلاً عن إجراء البحوث التطبيقية التي تخدم الأغراض المحلية والعالمية (نقادي، ٢٠١٤، ٣٧-٣٨)، فلكي تحقق الشراكات البحثية مزايا تنافسية للجامعات التي تنتمي إليها، يجب أن تتضمن البعد العالمي إلى الجانب البعد المحلي، بحيث تصبح ذات طابع إنساني عالمي لا يقف عند حدود الدولة القومية، ويصبح الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات ذا بعد عالمي.

مما سبق يتضح أن الجامعات تدخل في شراكات بحثية، سواء على مستوى الأفراد أو الأقسام الأكاديمية (Micro Level)، أو على مستوى الكليات والمؤسسة (Macro Level)، لتحقيق العديد من الفوائد، منها: (عبدالمجدي، ٢٠٢١، ٥٧٣)

- **فوائد تعود على مجتمع الباحثين:** توفر الشراكات البحثية لمجتمع الباحثين المعلومات والمعارف التي تزيد من خبراتهم البحثية، ويمثل ذلك الفائدة المعرفية للشراكات البحثية، علاوة على أنها تقوي العلاقات الاجتماعية بين الباحثين، كما تمكنهم من توفير دخل إضافي يساعدهم في تطبيق بحوثهم بصورة عملية، خاصة في حالة التعاون مع المؤسسات الإنتاجية.
- **فوائد تعود على الجامعة:** وذلك من خلال الاستثمار الأمثل للموارد المتاحة بها، وتوفير مصادر تمويل بديلة تزيد من كفاءتها في إنجاز أهدافها، علاوة على الاستفادة من موارد الشركاء في تطوير العملية البحثية والارتقاء بجودتها، وزيادة فاعليتها في خدمة المجتمع، من خلال توجيه البحث العلمي لحل مشكلاته، مما يزيد من القدرة التنافسية للجامعة ورفع تصنيفاتها بين الجامعات الأخرى.
- **فوائد تعود على المجتمع:** وذلك من خلال زيادة مجالات التطوير المجتمعية، والمساهمة في حل مشكلات القطاعات الإنتاجية، علاوة على تطوير منتجات تسهم في تخفيف جزء من العبء التمويلي على المجتمع، مما يسهم في تطوير العملية التنموية بالمجتمع.

### (٣) مقومات بناء الشركات البحثية:

(أ) **أهداف مشتركة:** تعد الأهداف المشتركة بين الأطراف في الشركات البحثية أمرًا مهمًا لتحقيق العمل التعاوني، وبناء الثقة المتبادلة بين الشركاء الذين قد يكونون مختلفين تمامًا، ومن ثم فالأهداف المشتركة تحفز قدرة الشركاء على العمل التعاوني البحثي من أجل تنفيذها.

(ب) **التجارب الإيجابية:** تعزز التجارب الإيجابية في الماضي الثقة بين الشركاء في المجال البحثي؛ لذلك يعد الاتصال مرة أخرى مع العاملين في مجال البحوث والمؤسسات البحثية والهيئات الحكومية والمجتمعات التي كان التعاون السابق معها ناجحًا فكرة جيدة؛ حيث يساعد هذا على تجنب التقييمات الخطأ والتوقعات المبالغ فيها، ويسهل من عملية اتخاذ الإجراءات بسرعة؛ لتجنب العواقب السلبية.

(ج) **الاتصال الفعال:** يعد نظام الاتصال الذي يعمل بشكل جيد أمرًا حاسمًا لتحقيق تعاون مرضٍ بين الشركاء الذين غالبًا ما يكونون متباعدين جغرافيًا، فمن المهم جدًا أن تكون قادرًا على تبادل المعلومات بشكل منتظم وشامل – لإنشاء «شبكة» فاعلة، ولكن بالإضافة إلى ذلك، قد تكون هناك «فجوة ثقافية» كبيرة بين الشركاء، لذا فمن الضروري أن يكون هناك مستوى مماثل من المعلومات والمعرفة حول الأنشطة البحثية المشتركة والبيئة التي يتم تنفيذها، حتى يتم التنسيق بينهم بشكل فعال. (Swiss Commission for Research Partnership

with Developing Countries, 1998. 11- 12)

(د)التبادلية: تعد التبادلية أمراً مهماً؛ لأنها تساعد في التوفيق بين اختلاف وجهات نظر الممارسين ووجهات نظر الباحثين، مما يسهم في تحديد محور العمل الذي تقوم عليه الشراكات البحثية وكذلك الممارسات التي تقوم عليها، بحيث تشترك جميع الأطراف في التعلم من بعضها البعض من خلال الاشتراك بشكل وثيق في العمل البحثي، مما يثمر مخرجات بحثية جادة تسهم في تنفيذ السياسات والبرامج البحثية. ( Coburn & et al, 2013, 3)

(ه)الثقة: تعد الثقة مبدأً مهماً لتحقيق الشراكات البحثية، لا سيما خلال المرحلة الأولى من بناء الشراكة، والتي يسعى خلالها كل طرفٍ إلى التأكد من مدى جدارة واستحقاق الطرف الآخر للثقة، وتزداد الثقة تدريجياً من خلال مراحل الشراكة البحثية، وتقوم القيادة بدورٍ مهم في تعزيز الثقة بين الأطراف المشتركة في الشراكة، وتقليل أسباب فقدانها التي يمكن أن تسهم في تهديد الشراكة.

(و)القيادة: تعد القيادة أحد المقومات الرئيسة لنجاح الشراكات البحثية، فالممارسات القيادية الواعية تعزز من درجة الثقة بين الأطراف المتشاركة، علاوة على قدرتها على بناء اتصالات فعالة، وتخصيص الموارد المتاحة، وتوجيه الأطراف نحو الأهداف المشتركة، من خلال توفير البيئة والمناخ المواتي لتحقيق ذلك (عبدالمجلى وآخرون، ٢٠٢١، ٥٧٣).

#### (٤) مستويات الشراكة البحثية بين الجامعة وقطاع الأعمال:

يتم استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات على عدة مستويات، وتتمثل هذه المستويات في المشاريع البحثية المشتركة، والبحوث التعاقدية، والدعم المادي المقدم من قبل القطاع الخاص مقابل الخدمات الاستشارية التي تقدمها الجامعات، وتبادل الخبراء، ويتم توضيح ذلك في الجدول التالي (يوسف، ٢٠٢٠، ١١٨ - ١١٩):

#### جدول (١)

#### مستويات الشراكة البحثية بين الجامعات وقطاع الأعمال

م	المستوى	الاشكال	العمليات
١	مستوى عال	بحوث الشراكة الخدمات البحثية	<ul style="list-style-type: none"> <li>عمليات الشراكة بين الجامعة وقطاع الصناعة في المجال البحثي.</li> <li>تسويق الخدمات البحثية بما فيها العقود البحثية والاستشارات إلى القطاع الصناعي.</li> </ul>
٢	مستوى متوسط	الريادة الأكاديمية	<ul style="list-style-type: none"> <li>ترتيبات مشتركة تعاونية بين الجامعات والمؤسسات الصناعية لمتابعة العمليات البحثية.</li> <li>الاستغلال التجاري للتكنولوجيا التي ينتجها المخترعون من خلال شركات يمتلكونها جزئياً.</li> </ul>
٣	مستوى منخفض	التفاعلات غير الرسمية	<ul style="list-style-type: none"> <li>تدريب العاملين في المجال الصناعي على المستجدات في المجال البحثي بما يخدم تطوير الصناعات.</li> <li>تدريب الخريجين في المنشآت الصناعية على متطلبات العمل في تلك المنشآت.</li> <li>تكوين العلاقات الإنسانية الاجتماعية بين الخبراء في الجامعات والمستثمرين في المجال الصناعي عن طريق الندوات والمؤتمرات.</li> <li>نقل الملكية الفكرية المتولدة في المؤسسات الجامعية، مثل: براءات الاختراع إلى الشركات في المجال الصناعي، من خلال التراخيص والبحوث التعاقدية.</li> <li>استخدام القطاع الصناعي للإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات.</li> </ul>

المصدر: (يوسف، ٢٠٢٠، ١١٩)

ويتضح من الجدول السابق أن هناك عدة مستويات لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات من خلال الشراكات البحثية مع قطاع الأعمال حيث تمثل التفاعلات غير الرسمية، وتسويق حقوق الملكية الفكرية والمنشورات العلمية أدنى مستوى، وتمثل الريادة الأكاديمية وتدريب العناصر البشرية المستوى المتوسط منها، بينما تمثل بحوث الشراكة والخدمات البحثية أعلى مستويات الشراكة في المجال البحثي.

#### (٥) أهمية الشراكات البحثية في تحقيق ميزة تنافسية للجامعات:

في ظل التحولات المختلفة التي يشهدها العالم، أصبحت الجامعات تواجه العديد من التحديات المرتبطة بشدة المنافسة، من أجل البقاء على الساحة العلمية على المستوى العالمي، ومن ثم تقدم الشراكات البحثية مع قطاع الأعمال الفرص للجامعات لتحقيق مزايا تنافسية في المجال البحثي، ويمكن توضيح ذلك في النقاط التالية: (إبراهيم، ٢٠١٨، ٣٨٧)

(أ) تحسين البيئة التعليمية بالجامعات، من خلال توفير البيئة التقنية المتطورة القائمة على التكنولوجيات الحديثة.

(ب) ربط البحوث التطبيقية التي يجريها الأكاديميون بالجامعات بالمشكلات المتعددة التي تواجه المجتمع في المجالات المختلفة.

(ج) تطوير المجتمع والارتقاء بالعملية التنموية، من خلال زيادة قدرة الجامعات على إنتاج المعرفة الأكاديمية المتطورة والموجهة نحو مجتمعها المحلي.

(د) مساعد قطاع الأعمال والقطاعات الإنتاجية في الحصول على الاستشارات البحثية والعلمية في معالجة مشكلات العمل والإنتاج.

(هـ) تحقيق أعلى معدلات النشر العلمي للبحوث العلمية في المجالات والدوريات العالمية، مما يسهم في وصول الجامعات للتنافسية على المستوى العالمي.

(و) تحسين الأداء الأكاديمي والبحثي لأعضاء هيئة التدريس، ودفعهم نحو الابتكار والإبداع لتعزيز المركز التنافسي للجامعات التي ينتمون إليها.

(ز) الارتقاء بسمعة الجامعة في الأوساط الجامعية العالمية في المجالات العلمية المختلفة، مما يسهم في تطوير البحوث العلمية في إطار نظم الابتكار الوطنية.

(ح) استثمار الشراكات البحثية في تعزيز التقدم التقني الذي يمكن من خلاله تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية، مما يعزز الدور التنافسي للجامعة في المجال الخدمي.

(ط) تعزيز وصول الجامعة إلى الشبكات الجامعية، من خلال الروابط مع الجامعات والمراكز البحثية، والعلاقات مع كبار الأكاديميين في التخصصات العلمية؛ مما يعزز الوضع الأكاديمي للجامعة.

يتضح مما سبق أن الشراكات البحثية بين الجامعات وقطاع الأعمال والقطاعات الخدمية، تمكن الجامعة من الحصول على العديد من المزايا التنافسية، من خلال النقل الفعال للتكنولوجيا الناتجة عن التطبيقات البحثية بين القطاعات الأكاديمية والقطاع الصناعي، كما يساعد الجامعة في الحصول على مزيد من الدعم الذي يهيئ الفرص أمام الجامعة لتطوير بنيتها التحتية لتنفيذ البحوث العلمية بصورة أكثر دقة، مما ينتج عنه مخرجات بحثية عالية التميز، تمكن الأكاديميين من دعم ابتكاراتهم البحثية.

#### ثالثاً: رسملة الموارد البشرية الأكاديمية:

إن عملية الرسملة في الجامعات تمثل قيمة رأس المال الذي تدعو الضرورة إلى امتلاكه، بما يدر دخلاً على المؤسسة الجامعية، وبالتالي فإن المورد البشري الأكاديمي بالجامعات – المتمثل في أعضاء هيئة التدريس – له قدرة كبيرة على توليد المعارف والمعلومات التي تؤدي إلى زيادة كفاءتهم؛ من أجل مواكبة الاقتصاد المعرفي، حيث يعد الأكاديميون بالجامعات بمثابة العنصر الإيجابي بين عناصر الإنتاج الأخرى من أموال وأدوات، فهو المسئول عن تطوير التكنولوجيا التي تحتاجها، مما يستوجب اعتباره رأس مال غير ملموس معتمداً على معارفهم وأفكارهم، ومن ثم يجب الاهتمام بهم وتوفير الفرص المواتية للإنتاج المعرفي الأكاديمي لهم (عنصر، ٢٠١٨، ٢٩).

#### • مفهوم رسملة الموارد البشرية الأكاديمية:

تعرف الرسملة بأنها العملية التي تهدف إلى تشكيل رأس المال من خلال المعلومات والمعارف المتاحة في المؤسسة الجامعية، وجعلها في متناول الجهات المهتمة بها بغرض الاستفادة منها، بحيث لا تقتصر الخبرة الشخصية على الفرد فقط، وإنما تكون في صالح الجماعة في بيئة تشجع على تقاسم المعرفة، مما يضيفي جانب المشاركة في عملية تطويرها عن طريق الاحتفاظ بها، ونقلها بما يسهل تطبيق المشاريع وقيادة الأنشطة الجديدة (عنصر، ٢٠١٨، ٢٩).

وتتمثل عملية رسملة المورد البشري في مختلف العمليات التي يمكن القيام بها؛ من أجل تكوين رأس المال الذي يتمثل في المهارات والمواهب والكفاءات والمعارف المخزونة لدى الأفراد، وفي ذات الوقت يمكن تقاسمها بين مختلف الأفراد من أجل العمل على تحقيق الأهداف الخاصة بالمنظومة الجامعية (زهري، ٢٠٢٢، ٢٢).

ويتضمن مصطلح رسملة المورد البشري المهارات والخبرات والقدرات التي لا تتأثر إلا من خلال المعرفة، ومن ثم فهي عامل أساسي في تكوين رأس المال البشري، ومن ثم تتمثل رسملة الموارد البشرية في مختلف العمليات التي يتم القيام بها من أجل تكوين رأس مال يتمثل في مخزون المهارات والكفاءات التي يتم تقاسمها بين مختلف الأفراد من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بالمنظمة (عنصر، ٢٠١٨، ٣٣).

وتتضمن رسملة الموارد البشرية الأكاديمية عملية تحديد وقياس البيانات المتعلقة بالموارد البشرية الأكاديمية، وتوصيل هذه المعلومات للأطراف المعنية، وتشير محاسبة الموارد البشرية إلى العملية التي يتم من خلالها القياس الكمي وقياس وإعداد التقارير للموارد البشرية في المنظمة، والهدف هو تسهيل فعالية وكفاءة إدارة الموارد البشرية الأكاديمية، وتتضمن محاسبة الموارد البشرية محاسبة النفقات المتعلقة بالموارد البشرية كأصول، بدلاً من المحاسبة التقليدية التي تتعامل مع هذه التكاليف على أنها نفقات تقلل الربح، لذا عرفت محاسبة الموارد البشرية بأنها تحديد وتراكم ونشر المعلومات عن المورد البشري؛ للحكم من خلالها على التغيرات الحادثة في الاستثمارات التي تمت في الموارد البشرية، وتقديم تقارير بهذه المعلومات إلى مديري التشغيل؛ لمساعدتهم في اتخاذ قرارات أفضل مما كانوا سيتخذونها بدون هذه المعلومات الإضافية عن الموارد البشرية (Adeyinka & et al, 2019, 16).

#### • أهمية رسملة الموارد البشرية الأكاديمية:

تتمثل أهمية رسملة الموارد البشرية الأكاديمية في الجامعات فيما يلي:

(أ) تعد الجامعات منذ نشأتها مؤسسات تعليمية بحثية، يقع على عاتقها مهمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛ لكونها مستودعاً للموارد البشرية الأكاديمية المؤهلة لتوليد المعرفة وإنتاجها، ومن ثم فالجامعات مؤسسات منتجة بطبيعتها، ولكن تحتم الاقتصاديات الحديثة الاستثمار الأمثل لمواردها البشرية الأكاديمية، وتحفيزهم للإنتاج المعرفي البحثي لتعزيز قدرتها التنافسية، وإكسابها ميزة تنافسية من خلال استثمار إنتاجيتهم المعرفية وتحويلها إلى عوائد تفوق المعتاد.

(ب) تحقق رسملة الموارد البشرية الأكاديمية الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، باعتباره الوسيلة التي يمكن بواسطتها تحويل المعلومات إلى معرفة مفيدة قابلة للاستخدام، وعادة ما يتم الخلط بين مصطلح المعرفة ومصطلحين آخرين، هما (البيانات، والمعلومات)، فالبيانات تستخدم للتعبير عن الحقائق المجردة عن الأحداث أو الظواهر، بينما تستخدم المعلومات للتعبير عن الرسالة المستفادة من الحقائق المجردة، أي أن المعلومات تحلل البيانات، وتستخرج معاني أكثر وضوحًا مما تعرضه البيانات المجردة، أما المعرفة فهي تحويل المعلومات إلى خبرة عملية أو معيار، وبالتالي يمكن استخدامها في توجيه من تصل إليه للقيام بعمل معين أو تفاديه (السلمي، ٢٠٠٢، ٢٠٩).

(ج) تطوير النشاط البحثي للأكاديميين بالجامعات؛ حيث يعتمد النشاط البحثي على إنتاج معرفة جديدة، فالنشاط البحثي هو عملية إنتاج تتكون فيها المدخلات الملموسة التي تتمثل في (الأدوات العلمية، والمواد، ... وغيرها)، وغير الملموسة التي تتمثل (المعرفة المترابطة، وأس المال الفكري)، ومن ثم تكون المخرجات في صورة المعرفة الجديدة لها طابع معقد ذو طبيعة ملموسة (المنشورات، براءات الاختراع، العروض التقديمية في المؤتمرات، قواعد البيانات، وما إلى ذلك) وطبيعة غير ملموسة (المعرفة الضمنية، والنشاط الاستشاري، وما إلى ذلك)، وبالتالي فإن وظيفة إنتاج المعرفة لها طابع متعدد المدخلات ومتعدد المخرجات (Lewis, 2014, 417- 419).

(د) إدارة الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات، حيث يقع على عاتق الجامعة ضرورة تنمية رأس مالها الفكري من خلال مدخل إدارة المعرفة، ومن ثم فهي مسؤولة عن تنمية رأس مالها المعرفي، وكذلك القدرات الفكرية للأكاديميين باعتبارهم منتجين للمعرفة؛ حتى يتمكنوا من إنتاج الأفكار الجديدة وتطوير الموجودة منها، بما يضمن تحقيق الجامعة لأهدافها، ورفع مستوى الأداء بها، والوصول إلى نواتج تعلم عالية لدى خريجها، وهذا يعكس قيمة وأهمية احتضان الجامعات لرأس مالها الفكري، فتتميته أصبحت من الأولويات التي تبني الأمم وتحقق تقدمها (محمود، ٢٠١٨، ٨).

(هـ) تعد رسملة الموارد البشرية مصدرًا رئيسًا للميزة التنافسية في بيئة الأعمال الحالية، حيث تنظر المؤسسات الجامعية إلى مواردها البشرية الأكاديمية كمورد مهم؛ فتكمن قيمة الموارد البشرية في الإبلاغ عن رأس المال البشري بشكل كافٍ لأصحاب المصلحة والمعنيين بالخدمات الجامعية، ومن ثم تمكن عملية رسملة الموارد البشرية بالجامعات من الاعتراف بالموارد البشرية الأكاديمية كأصول مهمة للمؤسسة، تعود بالنفع عليها وتحقق ربحية لها، وذلك بدلًا من المعايير التي لا تسمح بالاعتراف بالأصول غير الملموسة، على الرغم من



أن الموارد البشرية الأكاديمية هي الجزء الأكثر حيوية في أي منظومة جامعية، فهي المحرك الذي يصهر الموارد المالية وجميع العناصر المادية الأخرى، بغرض تحقيق الأهداف والغايات التنظيمية، ومن ثم يؤثر التصنيف الخطأ لقيمة الموارد البشرية على الأرباح الخاصة بالمنظمة. (Adeyinka & et al, 2019, 15)

### (٣) العمليات الخاصة برسملة الموارد البشرية الأكاديمية:

يعد مصطلح رسملة المورد البشري من المصطلحات الحديثة لتسيير الموارد البشرية، والتي تتطلب تطبيق مجموعة من العمليات والإجراءات الأكثر فاعلية، من خلال تبني الجامعات لمجموعة من العمليات التي تقوم بدورٍ مهم في تنميتها وتطويرها واستمراريتها، وفيما يلي توضيح لتلك العمليات:

(أ) **تمكين الموارد البشرية الأكاديمية:** وتعني تطوير قدرة الموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات على حل المشكلات المتعلقة بالعمل، أو اتخاذ قرارات محددة، فهي عملية تهدف إلى تنمية قدرات الأفراد وإشباع حاجاتهم النفسية وتحسين أدائهم، بما يتفق وأهداف الجامعة والسياسات التي ترنو إلى تحقيقها، ويتحقق تمكين الموارد البشرية الأكاديمية من خلال تكوين فرق العمل في المجال الأكاديمي، وتوفير المعلومات، والتدريب، والاتصال مع الشركاء في نفس المجال، علاوة على توفير بنية تحتية تمكن من تنمية رأس المال البشري وتعزيز أدائه (عنصر، ٢٠١٨، ١٨٩).

(ب) **التنظيمي:** وتتمثل في جميع المعارف والأفكار والممارسات التي تهدف إلى تحسين أداء الموارد البشرية الأكاديمية، من خلال نشر الثقافة التنظيمية الداعمة للتعليم، وتهيئة المناخ المناسب لنشر المعرفة الأكاديمية وتطوير العمليات والأنشطة والإجراءات التي تتبعها الجامعة حتى تتمكن الموارد البشرية الأكاديمية من العمل في فريق وتبادل المعرفة فيما بينهم وعلى كافة المستويات التنظيمية داخل الجامعة (حباكة، ٢٠٢٠، ٤١٥).

(ج) **التدريب:** يتم رسملة الموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات من خلال التدريب الذي يمكّن الجامعة من زيادة إنتاجيتها المعرفية، من خلال تحسين مهارات ومعارف العنصر البشري؛ بما يعزز قدراتهم على العمل بكامل قدراتهم، والتكيف مع المستجدات في المجال العلمي والبيئة الخارجية للمؤسسة الجامعية، لضمان الوصول إلى الاحترافية في الأداء الأكاديمي خاصة فيما يتعلق بالإنتاجية المعرفية (عبدالمنعم وآخرون، ٢٠١٩، ١٨٧)، ويتضمن التدريب هنا التدريب على المستجدات في المجال المعرفي الذي تنتمي إليه الموارد البشرية الأكاديمية، والتدريب على الممارسات التجارية التي تؤهلهم لتحويل إنتاجيتهم المعرفية لمنتجات تطبيقية يمكن الانتفاع بها في تطوير المجتمع وقطاعاته المتعددة.

(د) السلامة المهنية: وتعني حماية الموارد البشرية الأكاديمية من جميع المخاطر التي قد يتعرضون لها أثناء العمل، وتهدف السلامة المهنية إلى تطوير الجامعات، وتوفير التسهيلات المادية الداعمة التي تؤمن حياة الأكاديميين من التهديدات أثناء العمل، وذلك وفق الاتفاقيات الدولية الخاصة بتشريعات العمل، وتجسيد مختلف مرتكزاتها وأهدافها التي تسعى بشكلٍ أساسي إلى تنمية رأس المال البشري الأكاديمي (عنصر، ٢٠١٨، ١٩٠).

مما سبق يتضح أن رسمة الموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات تتضمن مجموعة من العمليات، هي: عملية تمكين أعضاء هيئة التدريس في مجالهم المعرفي؛ الأمر الذي ينعكس على زيادة إنتاجيتهم العلمية وتميزها، ويساعدهم على اتخاذ قرارات رشيدة تتعلق بعملهم البحثي، وعملية التعلم التنظيمي التي تساعد أعضاء هيئة التدريس على التشارك المعرفي المستدام ليكونوا معارف جديدة تثري إنتاجيتهم البحثية، وعملية التدريب التي تطور من المهارات البحثية للأكاديميين، علاوة على تدريبهم على ممارسات التسويق التجاري لإنتاجهم المعرفي مما يعظم من قيمته، وعملية السلامة المهنية؛ فلكي يطور أعضاء هيئة التدريس إنتاجهم المعرفي الأكاديمي، لابد من توافر البيئة المواتية لذلك، والتي تحميهم من مخاطر بيئة العمل والتهديدات التي تؤثر على رضاهم الوظيفي عن عملهم.

#### (٤) الأبعاد الخاصة برسمة الموارد البشرية الأكاديمية:

إن عملية رسمة الموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات تتطلب الاستفادة من الإمكانيات البشرية، كعامل حاسم في تطوير الابتكار بالجامعة، من خلال الاستثمار الفعال في المعرفة والمهارات والقيم، والقدرات التي تتراكم مع مرور الوقت أثناء تأدية العمل الأكاديمي، وتتم عملية الرسمة في: الإمكانيات البشرية، والإمكانيات العلمية، والإمكانيات الإبداعية، والإمكانيات الفكرية، والإمكانيات الريادية، وإمكانيات الابتكار، ومن ثم فإنها مرتكز مهم في الاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات، يقوم على الأبعاد التالية: رسمة المعرفة الأكاديمية، وإدارة رأس المال البشري الأكاديمي، وإدارة الإبداع والابتكار، وسيتم تناولها فيما يلي:

#### (أ) رسمة المعرفة الأكاديمية:

يعد مصطلح رسمة الموارد البشرية أكثر شمولية من مصطلح رسمة المعرفة التي تعرف بأنها عملية تنظيم وترتيب وتطوير المعارف من خلال إدارتها، وتحويلها من مجموعة مهارات فردية متواجدة في المنظومة الجامعية التي تحتوي على خبرات ومواهب مميزة، إلى رأس مال من المهارات والقدرات التي يمكن مشاركتها من خلال دمج المعارف في أدوات معلوماتية، وتصنيفها وتجهيزها للاستخدام لاحقاً، وبالتالي فهي عملية استخراج وتنظيم المعارف المتحصل عليها من الممارسات اليومية للأنشطة المختلفة داخل الجامعة، والاحتفاظ بها (عنصر، ٢٠١٨، ٣١).

ومن هذا المنطلق وجب على الجامعات التوجه نحو رسمة المعرفة وإدارتها؛ من أجل تحقيق ميزة تنافسية للجامعة، فالتوجه نحو رسمة المعرفة يؤدي إلى الاستفادة من الأفكار المبتكرة والمعارف الإبداعية التي يمتلكها الأكاديميون بالجامعات، بحيث تستطيع الجامعة استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لديها؛ بما يحقق لها عوائد مالية ومعنوية ضخمة، تنعكس على أدائها العام بين الجامعات، حيث تعد مؤسسات التعليم الجامعي أحد أهم مؤسسات المجتمع التي تمتلك رأس مال معرفياً ضخماً، يفوق ما هو موجود في منظمات الأعمال (الزهراني، الشريف، ٢٠١٦، ٥٩٢-٥٩٣).

هذا؛ وتتضمن عملية رسمة المعرفة استخدام المعرفة الأكاديمية بالجامعات، وتوظيفها في تنمية المجتمع، والتي أصبحت أكثر أهمية في بيئة العولمة التنافسية؛ فسابقاً، لم تهتم سياسات الحكومات وجهودها الاجتماعية إلا بابتكار المعرفة وإنتاجها، ولكن الزيادة الكمية في إنتاج المعرفة لا يرافقها النمو النوعي والنفعي للمعرفة، ومن ثم فإن إنتاج معرفة مفيدة وفهم سياق رسمة المعرفة من أجل تنمية المجتمع، أصبح أكثر أهمية من الاقتصار على إنتاجها، وبذلك أصبحت العلاقات بين الجامعات والصناعات والحكومات ضرورية لحساب رسمة المعرفة، وكذلك "نموذج الحلزون الثلاثي" من خلال التركيز على ديناميات وفائدة المعرفة في المجتمع القائم على المعرفة بجانب المهام التقليدية مثل التعليم والبحث، فتستطيع الجامعات الآن تنظيم نقل التكنولوجيا وأنشطة ريادة من خلال نموذج الحلزون الثلاثي الذي يوفر إطاراً مرناً لتوجيه الجهود من أجل الهدف المشترك المتمثل في تحفيز التنمية الاقتصادية القائمة على المعرفة (Lee & Ngo, 2011, 161).

وعليه، فإن الانفتاح الاقتصادي والتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات، أثر بشكل كبير في الدور الذي يمكن أن تقوم به المعرفة الأكاديمية المنتجة في توليد الثروة ورفع معدلات النمو للجامعة في إطار اقتصاد المعرفة، والذي يركز على القدرات الفكرية لدى الأفراد، بوصفهم منتجين للمعرفة الأكاديمية، التي تعد مورداً رئيساً للجامعات ومصدراً للميزة التنافسية، فرسمة المعرفة تهيئ الفرص للجامعات في الكشف عن المعرفة واستثمارها لتحقيق أهدافها، وضمان البقاء في بيئة تمتاز بالمنافسة القوية (بوران، ٢٠١٦، ١٥).

وهنا تتضح أهمية إدارة المعرفة في بناء رأس المال المعرفي غير الملموس، واستثماره من قبل الجامعات لتوفير الموارد المالية الملموسة، ومن ثم يتم تحويل رأس المال المعرفي في رؤوس الأكاديميين إلى إنتاج معرفي أكاديمي متمثل في البحوث العلمية والاستشارات والتراخيص، وبذلك تكتسب المعرفة العلمية المنتجة أهمية كبيرة في تلبية المتطلبات الإبداعية

للجامعة، والتي تسهم في دعم نظم الابتكار وتحقيق أهدافها الاستراتيجية لمواكبة المستجدات العلمية وتلبية الحاجة المتزايدة نحو الاستثمار في الموارد البشرية الأكاديمية من خلال رسمة المعرفة.

#### (ب) إدارة رأس المال البشري الأكاديمي:

تشير التيارات المحدثة في الفكر الاقتصادي على أهمية رأس المال البشري الأكاديمي في التنمية الاقتصادية، حيث يحتل مكانة مهمة بين عناصر الإنتاج، ويقوم بدور أساسي في بناء القدرة الكبيرة على إنتاج الثروات، وتطبيق نتائج البحث العلمي الموجه نحو مشكلات الإنتاج، ومشكلات تنظيم المشروعات الاقتصادية، ومن ثم تتضح أهمية إدارة رأس المال البشري الأكاديمي لتكوين الطاقات الفكرية الخلاقة (العبادي، الطائي، ٢٠١٤، ٤١).

ويتمثل رأس المال البشري في رصيد المعرفة الضمنية المتواجدة في عقول الموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات، والمتولد من المقدرّة العقلية البشرية، تلك المقدرّة التي تكونها محفظة متفاعلة من الموجودات اللا ملموسة المتمثلة في (المعارف، الخبرات، المهارات، التعليم، الإرث التاريخي) التي يمكن استثمارها؛ لأن منحى الإنتاج المعرفي الأكاديمي يتزايد بتقدم العمر، ولا يخضع لقانون الغلة المتناقصة، فضلاً عن الاستخدام المتعدد والمتزامن لها، على العكس من الموجودات الأخرى، ومن ثم فإن الاستثمار يحول المعرفة الضمنية إلى منتجات واقعية للانفاج منها، مما يحقق الميزة التنافسية للجامعات من خلال تطوير الأفكار الإبداعية، ومن ثم يتحقق الاستثمار الكفء في رأس المال البشري الأكاديمي، من خلال إدارة رأس المال البشري، التي تعد منهجية فكرية ذات مقاصد استراتيجية للاستثمار، تتضمن عمليات تحليل ضرورات الاستثمار، وتشخيص العوامل الطاردة له (صالح، ٢٠١٨، ١٦ - ١٧).

ومن ثم تعرف إدارة رأس المال البشري الأكاديمي بأنها مدخل إداري، تعتمد عليه مؤسسات التعليم الجامعي في صياغة استراتيجية مناسبة؛ بقصد إدارة رأس المال البشري بطريقة إيجابية وفعالة، من خلال مجموعة من الجهود والأنشطة والعمليات المخطط لها (سلمى، ٢٠١٧، ٣٥٤) بما يسهم في تحقيق الأهداف التي تسعى المؤسسات الجامعية لتحقيقها، فضلاً عن المساهمة في النمو الاقتصادي، وتعزيز التنمية البشرية؛ من خلال الاستثمار في الطاقات الفكرية والذهنية التي تمثل القيمة السوقية للجامعات، إذا ما تم استثمارها بفاعلية، بما ينسجم مع التطورات والتحديات المستقبلية.

فالاستثمار في رأس المال البشري بإدارته بشكل كفؤ، يمكن الجامعة من الحصول على الميزة التنافسية، حيث إن الاستثمار في العنصر البشري يفوق جميع عمليات الاستثمار في العناصر الإنتاجية الأخرى إذا ما تم بشكل جيد، ويتكون رأس المال البشري الأكاديمي بالجامعات من أربعة مكونات مهمة، يمكن تحديدها فيما يلي: (الطويل، واليونس، ٢٠٢٣، ٤٠-٤٣)

- **المعلومات:** وهي التي يحصل عليها أعضاء هيئة التدريس من خلال الاطلاع والقراءة على الإنتاج الفكري والمعرفي، سواء في مجال التخصص أو خارجه، وتمكنهم من أداء عملهم والوصول إلى مراتب إبداعية في تحقيقه.
  - **المعارف:** وتتمثل في مزيج من المعلومات والأفكار والقيم، فضلاً عن قدرات الحدس والتخيل التي تساعد العقل البشري الأكاديمي في اتخاذ قرارات مهمة فيما يتعلق بعمله في المجال البحثي، أو اكتشاف أساليب جديدة في حل المشكلات.
  - **الخبرات:** وهي المعلومات والمعارف المتراكمة، نتيجة تكرار العمل أو العمل لفترة طويلة نسبياً، وهناك تناسب طردي بين زيادة مدة العمل وزيادة الخبرات لدى الموارد البشرية الأكاديمية التي تمكنهم من أداء العمل البحثي بسهولة ويسر.
  - **المهارات:** تساعد الخبرات المتراكمة في نمو المهارات المكتسبة لدى الفرد في أداء العمل الأكاديمي، ومن ثم فالمهارة تعبر عن معرفة أسلوب أو طريقة أداء العمل في المجال البحثي بكفاءة، وبأسرع وقت ممكن، وبأقل جهد وكلفة.
- (ج) إدارة الابتكار والإبداع:

تعد الجامعات أكثر المؤسسات احتضاناً لرأس المال البشري المعرفي؛ فهي مؤسسات معرفية تزخر بما تضمه من أعضاء هيئة تدريس وباحثين، وبذلك تعد مخازن ضخمة للمهارات والقدرات الكامنة، حيث تكمن القيمة الحقيقية للجامعات في مقدرتها على إدارة الإبداع والابتكار للموارد البشرية الأكاديمية، من خلال توليد أفكار جديدة تتمتع بمستوى عالٍ من الجودة، والقدرة على توظيف أفكارهم بتحويلها إلى منتجات وخدمات ذات قيمة، بحيث تؤدي إلى تحقيق مركز تنافسي جيد للجامعة، فرأس المال الفكري من أهم الموارد التي يمكن أن تحقق للجامعات الميزة التنافسية المطلوبة (اليوبي وآخرون، ٢٠١٩، ٢٦).

ولا تتوقف عملية إدارة الابتكار بالجامعات عند حد النشر العلمي لنتائج المخرجات البحثية، بل تدعم الباحثين لحماية مبتكراتهم، ووضعها في المسار الصحيح للتسويق التجاري، بما يمكّن الأكاديميين المبتكرين من تطبيق إنتاجهم المعرفي الأكاديمي، ومن ثم تتميز عملية

إدارة الابتكار بالجامعات بنقل نواتج الأبحاث العلمية من المختبرات نحو التطبيق والتسويق؛ من خلال إضافة المزيد من القيمة للابتكار عبر فهم متطلبات السوق، وتحليل الملكية الفكرية، وربطها بالاحتياجات الصناعية؛ من أجل التحول نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، وبناء ثقافة الأعمال المعتمدة على المعرفة، وجذب الشركات الصناعية لدعم البحوث الأكاديمية (السلامي، والقحطاني، ٢٠١٩، ٤٩-٥٠).

ومن هذا المنطلق، تؤثر البيئة الاجتماعية والثقافية المحيطة بالجامعات على إدارة الابتكار بالجامعات، من خلال توجيه قدراتهم الابتكارية للأكاديميين بها، وهناك العديد من النماذج التي توضح تلك العلاقة بين الأكاديميين بالجامعات والقطاعات المجتمعية، والتي تؤثر على إنتاجيتهم المعرفية الأكاديمية، بحيث تصبح ذات طبيعة مبتكرة، ومنها:

• **النموذج الخطي:** الذي يشير إلى أن الابتكار يحدث نتيجة التفاعل بين قاعدة العلم والمعرفة في الجامعات، والتي تشكل قاعدة أساسية للابتكار، والتطور التكنولوجي في المجتمع، وكذلك الحاجات والرغبات الموجودة في سوق معين، وهناك نوعان من النماذج الخطية، هما: (عبير، ٢٠١٩، ٤٠-٤١)

- **نموذج الدفع التكنولوجي:** حيث يحصل العلماء على الاكتشافات غير المتوقعة، ويقوم علماء التكنولوجيا بالجامعات بتطبيقها من أجل تطوير منتجات جديدة، ثم يقوم مهندسو الإنتاج باختبار المنتج الجديد، ثم يتم تصنيعه وتسويقه إلى العملاء المحتملين في السوق.

- **النموذج الابتكار المدفوع بالطلب:** ويركز هنا على الفرص المتاحة في السوق وعلى احتياجات العملاء، فأساس الابتكار هنا هو احتياجات السوق، ثم يتم توجيه النشاطات البحثية لتحقيق ذلك.

• **النموذج المفتوح:** ويتم فيه تقاسم الملكية الفكرية بين الشركات ومختبرات الابتكار (الجامعات)، فوفق هذا النموذج تتمكن الجامعات من استخدام الأفكار الداخلية والخارجية، وكذلك المسارات الداخلية والخارجية للسوق، حيث تتطلع إلى تحقيق الابتكار من خلال تطوير تقنياتها، والوصول إلى أسواق لم تكن معروفة من قبل، علاوة على إنشاء أسواق جديدة، ومن ثم يسمح الابتكار المفتوح بتلبية احتياجات شبكات أصحاب المصالح المتعددين (غياشي وآخرون، ٢٠٢١، ٤٥).

• **النموذج الاجتماعي:** يركز هذا النموذج على أن الابتكارات ليس لها وجه ثقافي أو اقتصادي فحسب، بل لها وجه اجتماعي، فالابتكار يندمج في محيط الأفكار، بحيث يهدف إلى حل مشكلات اجتماعية قائمة، كما يعتمد النموذج الاجتماعي على وظيفتين، الأولى تفويمية للمشكلات القائمة، والثانية توليدية تمكّن من تجويد عملية الابتكار بالممارسة، فالابتكار لا يكون ذا فائدة إذا لم يتم تبنيه من قبل المجتمع (غباشي وآخرون، ٢٠٢١، ٤٥)

وتهتم الجامعات المبتكرة بتأسيس الشركات الناشئة (Starts – ups) التي توفر التسهيلات اللازمة لإدارة الابتكار، مما يجعل أعضاء هيئة التدريس بها روادًا للأعمال، بحيث تساعدهم في تطبيق ابتكاراتهم، من خلال التركيز على البحث العلمي، وتوفير الخدمات اللازمة للابتكار، والمساعدة في رعاية وتنمية الابتكار والتنافسية في المجال الصناعي، علاوة على توفير الفرص للأفراد الذين يتمتعون بالكفاءة والتميز في تحويل إنتاجهم المعرفي إلى منتجات ذات قيمة تطبيقية في مجالات الأعمال ذات التقنيات العالية (اليوبي وآخرون، ٢٠١٩، ٣٦).

مما سبق يتضح أن إدارة الابتكار عملية مهمة في دعم رسملة الموارد البشرية الأكاديمية، حيث تساعد الأكاديميين بالجامعات في تطبيق إنتاجهم المعرفي الأكاديمي المبتكر، بدلاً من الاقتصار على نشره، وتتم عملية إدارة الابتكار من خلال العلاقة الوطيدة والتكاملية بالمؤسسات الصناعية، وتلبية متطلباتهم من المخرجات البحثية، بحيث يقوم البحث العلمي بالجامعات على قاعدة مهمة، هي التوجه بالابتكار نحو المجتمع ومشكلاته، وتطوير منتجاته النابعة من احتياجات المستفيدين؛ لتحقيق التناغم مع متطلبات عصر العولمة التي تفرض تغييراً في وظائف الجامعة، وخاصة البحثية منها، فإدارة الابتكار تمكّن الجامعات من تحسين الوضع التنافسي لها على المستويين المحلي والعالمي.

#### (٥) رسملة الموارد البشرية الأكاديمية وتحقيق الميزة التنافسية:

يشهد العالم المعاصر العديد من التحولات والتغيرات في مختلف مجالات الحياة، الأمر الذي انعكس على الجامعات بوجه خاص، ومن ثم ألقى العبء عليها لرسملة مواردها البشرية الأكاديمية، والحفاظ على الأصول المعرفية بداخلها لتحقيق الميزة التنافسية، ويتضح ذلك من خلال ما يلي: (مركز الدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢، ٦٣ - ١٢٩)

• تسهم رسملة الموارد البشرية الأكاديمية في الجامعات في بناء وتعظيم القيمة المعرفية لرأس مالها الفكري، سواء (الضمنية أو الظاهرة) مما ينعكس على نواتج البحث العلمي.

- أن رسمة الموارد البشرية الأكاديمية هي المحرك الأساسي للابتكار بالجامعات، من خلال إنتاج المعرفة وتطبيقها وبناء رأس مالها البشري، في إطار التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.
  - تساعد رسمة الموارد البشرية الأكاديمية في حماية حقوق الملكية للابتكارات، وتحويلها إلى التطبيق التجاري؛ مما يسهم في زيادة الموارد المالية للجامعة.
  - تمكّن رسمة الموارد البشرية الأكاديمية الجامعة من إدارة وقياس رأس مالها البشري؛ مما يساعدها في صياغة استراتيجيات فاعلة تحقق أهدافها الاستراتيجية.
  - تتضمن رسمة الموارد البشرية الأكاديمية رسمة المعرفة التي تجعل من المعرفة أهم عناصر العملية الإنتاجية، وأحد عوامل التنمية، مما يؤثر على النمو الاقتصادي.
  - تسهم عملية رسمة المعرفة الأكاديمية في التوسع في إنتاج الأفكار الابتكارية التي تستطيع من خلالها الجامعة أن توسع حصتها في السوق، وتمكنها من اقتناص الفرص المنافسة.
  - توجه عملية رسمة المعرفة الأكاديمية الجامعات نحو الاستجابة لاحتياجات العملاء والمستثمرين والمستفيدين من خدماتها البحثية، حيث تضعها ضمن أولوياتها.
  - تمكّن إدارة الإبداع والابتكار بالجامعات الأكاديميين ذوي المعرفة العقلية والقدرات المتميزة من تحقيق أعمالهم البحثية، وتحويل رؤاهم المستقبلية لواقع فعلي.
  - تسهم إدارة الإبداع والابتكار بالجامعات الأكاديميين في تطوير الموجودات المعرفية التنافسية المعتمدة على الابتكار والتجديد، وهو ما يعد مفتاح البقاء في بيئة العمل سريعة التغير.
- مما سبق يتضح أن عملية الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، تركز على عملية رسمة الموارد البشرية الأكاديمية؛ باعتبارهم عمال للمعرفة، والتي تسهم في تطوير معارفهم الضمنية والظاهرة وتعظيم قيمتها، بالتوجه من الاقتصاد على إنتاج المعارف البحثية إلى تحويلها إلى منتجات ملموسة مادية، تسهم في عملية التطوير الاقتصادي، في ظل محيط يتسم بالتغير السريع والمنافسة الشديدة، فقد تغيرت النظرة للاستثمار في رأس المال البشري من النظرة الاستهلاكية، إلى كونه استثمارًا يعود بمنافع اقتصادية كبيرة، من خلال العائد الذي يوجده للمؤسسة الجامعية، الأمر الذي يسهم في زيادة القدرة التنافسية للجامعات.



**المحور الرابع: واقع استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها:**

تعد جامعة بنها أحد أهم الجامعات المصرية الحكومية وأقدمها، وترجع جذور إنشائها لعام ١٩١١ ، وهو تاريخ إنشاء أول كيان علمي بمحافظة القليوبية، متمثل في المدرسة الزراعية بمشتهر التي تطورت بمرور السنوات، لتصبح كلية الزراعة بمشتهر بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٤٣ بتاريخ ١٩٧٦/١١/٢٥ بضم الكلية لجامعة الزقازيق/ فرع بنها، ويمكن توضيح التطور التاريخي لنشأة جامعة بنها فيما يلي: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٢٠-٢١)

• قد بدأ ظهور جامعة بنها ككيان جامعي وفرع لجامعة الزقازيق منذ عام ١٩٧٦م؛ حيث صدر القرار الجمهوري رقم (١١٤٢) بتاريخ ١٩٧٦/١١/٢٥ بإنشاء فرع لجامعة الزقازيق ببنها، والذي ضم خمس كليات، هي: الهندسة بشبرا، والزراعة بمشتهر، والتجارة، والطب البشري، والتربية ببنها.

• وفي عام ١٩٨١ صدر القرار الوزاري رقم (٢٧٨) بإنشاء كليتي العلوم والآداب ببنها، والطب البيطري بمشتهر.

• بتاريخ ١٩٨٨/٤/٢٣م صدر القرار الوزاري رقم (٣٣٤) بإنشاء المعهد العالي للتكنولوجيا ببنها، وكان تابعًا لوزارة التعليم العالي حتى صدور القرار الجمهوري رقم (٨٣) بتاريخ ٢٠٠٦/٣/٧ بضمه لجامعة بنها، ثم تغير مسماه إلى كلية الهندسة ببنها بقرار المجلس العسكري رقم (١٦) لسنة ٢٠١١ بتاريخ ٢٠١١/٣/١٦م.

• في عام ١٩٩٠م تم إنشاء كلية الحقوق كفرع لكلية الحقوق جامعة الزقازيق، ثم صدر القرار الوزاري رقم (٢٨٧) لسنة ١٩٩٤م بضم كلية الحقوق لفرع بنها.

• تم إنشاء كلية التربية النوعية ببنها بموجب القرار الوزاري رقم (٨٨٤) في ١٩٩٠/٨/١١م وكانت تابعة لوزارة التعليم العالي، ثم صدر القرار الوزاري رقم (٣٢٩) بتاريخ ١٩٩٨/١٠/١ بضمها لفرع بنها.

• تم إنشاء المعهد العالي للتمريض ببنها بموجب القرار الوزاري رقم (٣٠١) لسنة ١٩٩٢م، وتم تحويله بعد ذلك إلى كلية التمريض ببنها عام ١٩٩٦م.

• صدر القرار الوزاري رقم (٤١٩) لسنة ١٩٩٥ بإنشاء كلية التربية الرياضية (بنين) ببنها، وبتاريخ ٢٠٠٢/١/١٤م اعتمد المجلس الأعلى للجامعات تعديل اسم الكلية إلى كلية التربية الرياضية جامعة بنها، وإنشاء شعبة للنبات بكلية التربية الرياضية بدلاً من كلية التربية الرياضية للنبات، وبدأت الدراسة بالمقر الجديد للكلية بكفر سعد بداية من العام ٢٠٢٠/٢/٢١م.

- في عام ٢٠٠٥ صدر القرار الجمهوري رقم (٨٤) بتاريخ ٢٠٠٥/٨/١م باستقلال جامعة بنها عن جامعة الزقازيق.
  - في عام ٢٠٠٦ تم إنشاء كلية الحاسبات والمعلومات بموجب القرار الجمهورية رقم (٢٦٧) بتاريخ ٢٠٠٦/٧/٢٠م.
  - في عام ٢٠١١ تم إنشاء كلية الفنون التطبيقية بموجب قرار المجلس العسكري رقم (١٠٤) في ٢٠١١/٦/٢م.
  - في عام ٢٠١٨ تم إنشاء كلية العلاج الطبيعي بموجب القرار الجمهوري (٢٧٩) بتاريخ ٢٠١٨/١١/٢م.
- وسيتناول هذا المحور الواقع الخاص باستثمار جامعة بنها للإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بها؛ وذلك من خلال تعرّف المؤشرات الخاصة بالاستثمار بجامعة بنها، وتحديد موقع جامعة بنها من التصنيفات العالمية.

أولاً: المؤشرات الخاصة باستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بجامعة بنها:

- (١) أعداد رسائل الماجستير والدكتوراه التي تمت مناقشتها بمرحلة الدراسات العليا:
- تعد أعداد رسائل الماجستير والدكتوراه التي يتم الإشراف عليها ومناقشتها من قبل أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، من المؤشرات الدالة على الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعة، حيث يتضمن الإنتاج العلمي لعضو هيئة التدريس الرسائل العلمية التي يشرف عليها ويشارك في مناقشتها.

## جدول (٢)

جملة رسائل الماجستير والدكتوراه الممنوحة بجامعة بنها

الإجمالي	دكتوراه	ماجستير	العام الجامعي
١٥٦٦	٤٤٦	١١٢٠	٢٠١٨/٢٠١٧
١٣٦٣	٤٠٨	٩٥٥	٢٠١٩/٢٠١٨
١٤٤٣	٤٢٢	١٠٢١	٢٠٢٠/٢٠١٩
١٣٤٥	٣٦٤	٨٩١	٢٠٢١/٢٠٢٠
٧٩٧	٣٣٧	٦٤٠	٢٠٢٢/٢٠٢١م
٦٦١٤	١٩٨٧	٤٦٢٧	الإجمالي

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، (٣١)

يتضح من جدول (٢) السابق، الانخفاض المتتالي لأعداد رسائل الماجستير والدكتوراه الممنوحة بجامعة بنها من عام ٢٠١٧ - ٢٠٢٢، مما يؤثر على الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة

التدريس بالجامعة، ويدل على ضعف إقبال طلاب الدراسات العليا على التسجيل بها، وقد يرجع الأمر إلى زيادة مصروفات التسجيل للدراسات العليا؛ مما يدفع الطلاب إلى الإحجام عنها.

## (٢) النشر الدولي:

اكتسب النشر الدولي أهمية كبرى؛ حيث أصبح ركيزة وأساساً لتصنيف الجامعات عالمياً، كما أصبح تمويل المشروعات البحثية في معظم أنحاء العالم يعتمد أيضاً على عدد الأبحاث الدولية المنشورة للباحثين والمجموعات البحثية، ومجالات النشر الدولي، وجوائز النشر الدولي.

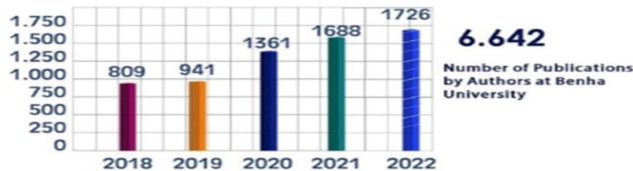
١/٢

### Scholarly Output



السنو  
خلال  
المنش  
خلال  
المجا  
الفئة

### Scholarly Output



## شكل (١)

عدد البحوث المنشورة دولياً في الفترة من ٢٠١٧ - ٢٠٢٢

يتضح مما سبق زيادة أعداد الأبحاث المنشورة دوليًا، الأمر الذي يعد مؤشرًا مهمًا على معدل الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، وحرصهم على النشر الدولي؛ مما يؤثر على الوضع التصنيفي لجامعة بنها، وقد يرجع ذلك ليس لاهتمام الجامعة بهذا، ولكن للجهود الفردية لأعضاء هيئة التدريس، ولرغبتهم في الارتقاء بأدائهم البحثي للحصول على درجات عليا في الترقية مما يؤثر على مستقبلهم المهني.

## ٢/٢ مجالات النشر الدولي في الفترة من ٢٠١٧/٢٢/٢٠٢٢:

يأتي في مقدمة النشر الدولي للجامعة تخصصات قطاع العلوم الأساسية، وقطاع العلوم الهندسية والتكنولوجية، وقطاع علوم الحاسب، وقطاع علوم الحياة، وفي الوقت نفسه ارتفع معامل تأثير الاستشهادات المرجعية على مستوى التخصص *Field weight citation impact* ليصل إلى ٢.٠١ هذا العام مقابل ١.٤٧ خلال عام ٢٠٢٠، في حين وصل معامل جودة مخرجات البحث العلمي إلى (٤٨ *h5 index*) خلال ٥ سنوات، ووصل عدد الاستشهادات المرجعية لجامعة بنها إلى ٢٧٣٤٢ استشهادا خلال تلك الفترة (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٣٤).



## شكل (٢)

### النشر العلمي الدولي طبقاً للتخصصات بجامعة بنها

يتضح مما سبق اقتصر مجالات النشر الدولي على المجالات العلمية التطبيقية، وقلة النشر الدولي في التخصصات النظرية، وقد يرجع ذلك إلى أن طبيعة العلوم التطبيقية تتطلب التوافق مع المستجدات العلمية في المجال العلمي الذي ينتمي إليه الباحث؛ مما يؤثر على الكيفية التي تكون عليها إنتاجه العلمي، أما التخصصات النظرية فمعظم باحثيها ليسوا على علم ودراية بمتطلبات النشر الدولي وأهميته.

٣/٢ جوائز النشر الدولي في الفترة من ٢٠١٧/٢٠٢٢:

اتجهت جامعة بنها منذ عدة سنوات إلى تحفيز باحثيها وعلمائها للنشر الدولي، بمنحهم جوائز مالية تعتمد على تصنيف الدوريات العلمية، ومعامل تأثير impact factor كل مجلة، وعدد الاستشهادات المرجعية لإجمالي عدد البحوث المنشورة طبقاً للحسابات المعلنة من جوجل اسكولر Google scholar، مما أدى إلى زيادة واضحة في معدل النشر الدولي للباحثين بالجامعة، وتحسين مؤشر البحث العلمي بها، وبلغ ما اعتمدته الجامعة لتحفيز أعضاء هيئة التدريس والباحثين على النشر الدولي إلى أكثر من ١٨ مليون جنيه خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٢ على النحو التالي: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٤٠)

### جدول (٣)

بيان بمكافآت النشر الدولي والاستشهادات من يناير ٢٠١٧ حتى يوليو ٢٠٢٢

الدورة	عدد البحوث المنشورة دولياً في Impacted Journals	مكافأة النشر الدولي للأبحاث بالجنيه Impacted Journals	مكافأة الاستشهادات المرجعية بالجنيه Citations
يناير ٢٠١٧	١٥٠	٢٤١.٧٤٩	٢١٠٣٤
يوليو ٢٠١٧	١٨١	٣٣٧.٦٣٠	١٩٨٢٤
يناير ٢٠١٨	٢١٤	١.١١٣.٠٠١	٧٦٧٥٠
يوليو ٢٠١٨	١٢١	٦٤٩.٨٣٤	٥٢٠٠٠
يناير ٢٠١٩	٣١٦	١.٠٠٠.٩٠٤	٣٤٢٥٠
يوليو ٢٠١٩	٣٤٢	١.٦١١.١٤٥	٥٧٢٥٠
يناير ٢٠٢٠	٣٣٣	١.٥٣٤.٥٦٤	٥٨٠٠٠
يوليو ٢٠٢٠	٣٩١	١.٨٠٩.٦٦٦	١٢٩٠٠٠
يناير ٢٠٢١	٣٩٩	٢.٠١٥.٠٠٠	٤٨٠٠٠
يوليو ٢٠٢١	٤٦٤	٢.٠٣٧.٤٠٠	٩٦٠٠٠
يناير ٢٠٢٢	٥٠٤	٢.٥٨٠.٢٣٦	٩٦٧٥٠
يوليو ٢٠٢٢	٥٣٧	٢.٧٣٦.٣٤٨	١٣٠٠٠٠
الإجمالي	٣٩٥٢	١.٦٦٧.٤٧٧	٨١٨٨٥٨

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٤٠)

يتضح من جدول (٣) السابق اهتمام جامعة بنها بتحفيز أعضاء هيئة التدريس على النشر الدولي في المجلات العالمية، وقد يرجع ذلك لرغبة جامعة بنها في الحصول على ترتيب أعلى في التصنيفات الدولية، مما يعزز سمعتها الأكاديمية، ويجعلها تحقق ميزة تنافسية.

## ٤/٢ تطور المجالات العلمية التي تصدرها جامعة بنها وكلياتها:

يعد تصنيف المجالات العلمية التي تصدرها جامعة بنها من المؤشرات المهمة على التصنيف الجيد لها، والذي يدفع الباحثين من مختلف الجهات إلى النشر بها؛ نظرًا لحصول معظم مجالاتها على تصنيفات عالية، مما يدل على حجم الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس، والمسجل في قواعد البيانات العالمية (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٦٤).

### جدول (٤)

تصنيف المجالات العلمية التي تصدرها جامعة بنها طبقاً لتقييم المجلس الأعلى للجامعات في الفترة من ٢٠٢٠-٢٠٢٢م

٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٠	القطاع	المجلة
٧.٠	٧.٠	٧.٠	الدراسات الأدبية	مجلة كلية الآداب
٦.٥	٦.٥	٤.٥	الدراسات التجارية	مجلة الدراسات والبحوث المحاسبية
٦.٠	٦.٠	-	الدراسات التجارية	الدراسات والبحوث التجارية
٥.٠	٥.٠	٣.٥	الدراسات التربوية	مجلة كلية التربية
٧.٠	٧.٠	٦.٥	التربية الرياضية	المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة
٧.٠	٦.٥	٦.٥	التربية الرياضية	مجلة علوم وبحوث التربية البدنية والرياضية ٣٠
٦.٥	٦.٥	٦.٥	التربية النوعية والاقتصاد المنزلي	المجلة العلمية للدراسات والبحوث التربوية والنوعية
٥.٥	٣.٥	٢.٠	الدراسات القانونية	مجلة الفكر القانوني والاقتصادي
٧.٠	٥.٥	٤.٠	التمريض	Journal of Nursing Science
٦.٥	٦.٥	٥.٥	الدراسات الزراعية	Annals of Agricultural Science
٦.٠	٤.٠	-	العلوم الأساسية	Benha Journal of Applied Sciences
٣.٥	٣.٥	٣.٥	العلوم الأساسية	Journal of Basic and Environmental Sciences
٧.٠	٦.٥	٥.٥	الدراسات الطبية	Benha Medical Journal
٦.٥	٥.٥	٥.٥	الدراسات الهندسية	Engineering Research Journal (shoubra)
٧.٠	٧.٠	٧.٠	الطب البيطري	Banha Veterinary Medical Journal
-	-	-	الدراسات الإنسانية	مجلة بنها للعلوم الإنسانية

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٦٤)

مما سبق يتضح تطور تصنيف المجالات العلمية الخاصة بجامعة بنها، وحصولها على درجات أعلى - خاصة في عام ٢٠٢٢، مما يدل على استكمال معظم المجالات للمتطلبات الخاصة للحصول على هذه الدرجات، كأن يكون للجامعة موقع إلكتروني، إلى غير ذلك؛ مما يسهل عملية النشر للإنتاج العلمي لأعضاء هيئة التدريس، سواء داخل جامعة بنها أو خارجها، مما يجذب المزيد من البحوث المتميزة لها، ويؤثر على استثمار الجامعة للإنتاج المعرفى الأكاديمي.

(٣) براءات الاختراع:

اهتمت جامعة بنها بدعم المبتكرين والنوابغ من طلاب الدراسات العليا والباحثين من هيئة التدريس، وشجعت على تسجيل براءات الاختراع كأحد المؤشرات المهمة في تصنيف الجامعة، وربط البحث العلمي بالصناعة ومشاكل المجتمع، وتوطين ثقافة ريادة الأعمال في مجال البحث العلمي، وقد تم إيداع طلبات لعدد ٨ براءات اختراع بالشراكة مع جامعة بنها، هي كالاتي: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٤١)

جدول (٥)

عدد طلبات إيداع براءات الاختراع في الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٢ بالمكتب المصري لحقوق الملكية الفكرية

م	اسم البراءة	رقم الطلب	تاريخ تقديم الطلب	الكلية
١	PCR. Components 14-with labeled TKY microsattelites primermix for genotyping of horses	٢٠١٩٠٨١٣٤٤	٢٠١٩/٨/٢٥	الطب البيطري
٢	جهاز محلل رياضات المضرب	٢٠٢٠/١١٩١	٢٠٢٠/٨/١٦م	التربية الرياضية
٣	حواصة تعمل بالنظامين الجوي والارضي	٢٠٢٠/١٠٠٧	٢٠٢٠/٧/١٢م	الهندسة
٤	Fatty acids binding protein 1 In alcoholic fatty liver.	٢٠١٩/١٩٥٥ ٢٠١٩/١٩٥٦	٢٠١٩/١٢/٨ إضافة جامعة بنها ٢٠٢٠/٣/١١	الطب البشري
٥	المجموعة الهرمية المتكاملة للأشعة تحت الحمراء	٢٠١٧/١٥٢٠	٢٠١٧/٩/٢٨ إضافة جامعة بنها ٢٠٢٠/١٢/٢٢	الفنون التطبيقية
٦	ابتكار كرات بروتين أنتوسيانين وظيفية وغنية بالطاقة	٢٠٢٠/١٨٩٤	٢٠٢٠/١١/٢٩	الزراعة
٧	نظام ذكي لعلاج مرضى الصدمات الحرارية/ الشمسية	٢٠٢٢/١٦٣٠م	٢٠٢٢/١١/٨	الهندسة الطبية
٧	اكتشاف البكتيريا المسؤولة عن عدم استجابة مرضى فيروس سي للعلاج (١٦ إيس أران إيه جين)	1955L2019		الطب البشري

المصدر: (جامعة بنها، ٢٠٢٣، ٤١)

يتضح من خلال جدول (٥) قلة عدد براءات الاختراع بجامعة بنها، على الرغم من أنها تعبر عن النشاط الابتكاري في الجامعة، الأمر الذي يتضح معه ضعف جامعة بنها في تطوير إنتاجها المعرفي الأكاديمي ليرتبط بالعملية التنموية في المجتمع، ليدل على قدرة المنظومة البحثية بجامعة بنها على الابتكار والتجديد.

#### (٤) المشروعات البحثية الممولة:

بلغ عدد المشروعات البحثية الممولة خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٢ (٦٣) مشروعا بحثيا، موزعين تبعًا لجهات تمويل مختلفة منها (٣٤) مشروعا بحثيا ممولا من صندوق حساب البحوث العامة بالجامعة، والذي يهدف إلى بناء قدرات شباب الباحثين بالجامعة في التخصصات المختلفة و(١٧) مشروعا ممولا من هيئة والتكنولوجيا والابتكار (STDF) ، و(١١) مشروعا ممولا من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، ومشروع واحد ممول من مكتبة الإسكندرية وبيان ذلك على النحو التالي: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٥٥)

#### جدول (٦)

عدد المشروعات البحثية الممولة وجهات تمويلها وقيمة التمويل

م	الجهة الممولة	عدد المشروعات	قيمة التمويل بالجنيه
١	صندوق حساب البحوث العلمية بالجامعة	عدد (٣٤) مشروعا	٥.٥٦٥.٨٣١
٢	هيئة العلوم والتكنولوجيا والابتكار (STDF)	عدد (١٧) مشروعا	٤١.٤١٦.٠١٩
٣	أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا	عدد (١١) مشروعا	٢٤.١٣٠.٠٠٠
٤	مشروعات ممولة من جهات أخرى	عدد (١) مشروع	٢٥٠.٠٠٠
٥	مشروعات تطوير التعليم العالى	عدد (٢١) مشروعا	٢٥٠٠٤.٤٢٥
	الإجمالى	٨٤	٩٦.٣٦٦.٢٧٥

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٥٥)

يتضح من جدول (٦) السابق أن عدد المشروعات البحثية التي حظيت على اعتماد مالي من الجامعة والهيئات الأخرى لتمويلها واستكمالها من قبل أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها عدد مقبول، وهو من المؤشرات الدالة على الكفاءة النسبية للأداء البحثي للأكاديميين بالجامعة، كمنتجات مهمة للعملية البحثية.

#### (٥) التعاون الدولي في النشر العلمي:

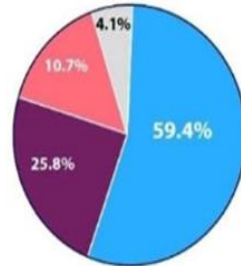
إن ٥٩.٤% من إجمالي الإنتاج الفكري المنشور لجامعة بنها في الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٢ ناتج عن التعاون الدولي بين الجامعة وغيرها من الجامعات حول العالم، وقد تمكن أعضاء هيئة التدريس والباحثون بالجامعة من نشر ١٦٣٤ بحثا علميا بالمجلات المصنفة دوليًا، بالتعاون مع باحثين آخرين حول العالم (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٧١).



تطور التعاون في النشر العلمي دولياً

Research  
Collaboration

البحوث	عدد الاستشهادات	معامل التأثير على مستوى التخصص العلمي
2,830	20,678	2.03
1,230	6,330	1.23
508	1,545	0.71
196	649	0.70



شكل (٣)

تطور التعاون الدولي في النشر العلمي

مما سبق يتضح تطور التعاون في النشر العلمي الدولي من قبل أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، حيث حظي النشر الدولي بنسبة ٥٩.٤% من إجمالي الإنتاج الفكري المنشور للجامعة في الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٢، مما يدل على تطور الشراكات البحثية بين أعضاء هيئة التدريس جامعة بنها مع نظرائهم في الجامعات العالمية؛ وهو ما يؤثر على جودة الإنتاجية العلمية ومستوى كفاءة الأداء البحثي، الأمر الذي ينعكس على ترتيب جامعة بنها في التصنيفات العالمية.

(٦) الاتفاقيات وبروتوكولات التعاون بين جامعة بنها وبعض الجامعات الدولية:

تعد الشراكات البحثية من المرتكزات المهمة التي تؤثر على قدرة الجامعة في الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بها، وقد سعت جامعة بنها إلى عقد العديد من اتفاقيات التعاون مع الجامعات الدولية في إطار تطوير الشراكات البحثية مع الجامعات العالمية (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٧٣-٧٢) وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (٧)

الاتفاقيات وبروتوكولات التعاون بين جامعة بنها وبعض الجامعات الدولية

م	الجامعة/ المؤسسة	الدولة	تاريخ موافقة مجلس الجامعة
١	نينغشيا	الصين	٢٠١٧/١١/٢٣م
٢	معهد ويتورث للتكنولوجيا	أمريكا	٢٠١٨/٣/٢٠م
٣	جامعة ووهان للتكنولوجيا	الصين	٢٠١٨/٦/٢٦م
٤	مركز الدراسات الأفريقية – جامعة ووهان	الصين	٢٠١٨/٦/٢٦م
٥	جامعة كاجوشيما	اليابان	٢٠١٨/٨/٧م
٦	كلية علوم النبات والتكنولوجيا – جامعة وسط الصين الزراعية	الصين	٢٠١٨/١١/٢٥م
٧	كلية العلوم الصحية – جامعة ووهان	الصين	٢٠١٩/٦/٢٦م
٨	جامعة رأس الخيمة للطب والعلوم الصحية	الإمارات	٢٠١٩/٩/٢٦م
٩	كلية الهندسة الميكانيكية – جامعة ووهان للتكنولوجيا	الصين	٢٠١٩/٧/٣١ والممتدة حتى ٢٠١٩/٧/١٧م
١٠	جامعة بكين للغابات (سلامة الغذاء)	الصين	٢٠١٩/٧/٣١ والممتدة حتى ٢٠١٩/٧/١٧م
١١	جامعة ليفربول	إنجلترا	٢٠٢٠/١/٨م
١٢	جامعة بريستول	إنجلترا	٢٠٢٠/٦/٧م
١٣	جامعة فارنا	بلغاريا	٢٠٢٠/٦/٣٠م
١٤	جامعة موسكو الحكومية	روسيا	٢٠٢٠/٧/٢٢م
١٥	المركز الدولي للأسماك World Fish	ماليزيا	٢٠٢٠/١٠/٢٨م
١٦	جامعة Shri Venkateshwara	الهند	٢٠٢٠/١/٢٧م
١٧	جامعة (Wyzsza Szkoła Bankowa School of Banking) WSB	بولندا	٢٠٢٠/١/٢٧م
١٨	جامعة ووهان للتكنولوجيا (٤ برامج علمية مزدوجة) : ١-الهندسة المدنية. ٢-التجارة الدولية والاقتصاديات. ٣-إدارة الأعمال. ٤- علوم الحاسب والتكنولوجيا.	الصين	٢٠٢١/٤/٦م
١٩	اتفاقية تحالف في مجال العلوم التقنية -جامعة ووهان للتكنولوجيا. - الجامعة التكنولوجية. - المعهد الوطنى للعلوم والتقنية - جامعة إسطنبول التقنية.	الصين ماليزيا المكسيك تركيا	٢٠٢١/٧/٢٨م
٢٠	جامعة كيل	إنجلترا	٢٠٢١/٢٩/٩م
٢١	اجمعة بانونيا Pannonia	المجر	٢٠٢١/١٢/٢٩م
٢٢	اتفاقية تحالف مع جامعة لويز فيل وجامعة العلمين	أمريكا	٢٠٢٢/٢/٢م
٢٣	جامعة Saint – Petersubr Electrotechnical University EU (ETI)	روسيا	٢٠٢٢/٦/٢٨م

يتضح من جدول (٧) السابق عقد جامعة بنها عددًا مقبولًا من الشراكات البحثية مع العديد من الجامعات العالمية في دول مختلفة، مما يثري العملية البحثية بها، ويرتقي بالإنتاج المعرفي الأكاديمي، ويحسن الأداء البحثي لأعضاء هيئة التدريس بها، ويدفعهم نحو الابتكار والتجديد في المجال البحثي الذي ينتمون إليه، حيث ينتج عنها تدعيم المشروعات والبرامج البحثية المشتركة، وتحقيق أعلى معدلات للنشر العلمي للمخرجات البحثية في المجالات العالمية.

#### (٧) تسويق المخرجات البحثية:

اتخذت جامعة بنها عددًا من الإجراءات للمساهمة في تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس المنتسبين إليها، وذلك كما يلي:

#### (أ) إنشاء وحدة تسويق البحوث العلمية:

فقد وافق مجلس جامعة بنها على إنشاء وحدة لتسويق البحوث العلمية بناءً على قرار المجلس رقم (٨٨٩) بتاريخ ٢٧/٢/٢٠١٨م (جامعة بنها، ٢٠١٨)، ومن أهم أنشطة الوحدة: (الموقع الإلكتروني لجامعة بنها، ٢٠٢٣، [https://bu.edu.eg/e-services/SMR\\_Unit.php](https://bu.edu.eg/e-services/SMR_Unit.php))

- تنشيط البحث العلمي التطبيقي؛ لربط البحث العلمي بالصناعة.
- تسويق البحوث التطبيقية في جهات الاستخدام المختلفة.
- تنشيط بحوث الابتكار والاختراعات وتسجيلها.
- تسويق إمكانات معامل كليات الجامعة، من خلال عرضها والإعلان عنها تجاريًا.
- تسويق إمكانات الوحدات ذات الطابع الخاص بالكليات لتحقيق عائد مادي.
- التنسيق بين وزارة التعليم العالي ووزارة الصناعة وأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا في خطط البحوث بالجامعات.

#### (ب) إنشاء مكتب دعم الابتكار ونقل وتسويق التكنولوجيا (التايكو):

وهو أحد مشروعات التعاون بين جامعة بنها وأكاديمية البحث العلمي، ويهدف إلى تشجيع روح ريادة الأعمال والابتكار بين طلاب الجامعة وأعضاء هيئة التدريس والمجتمع

المحلي، ويقدم "تايكو" دعمًا شاملاً لأفكار الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، بما في ذلك الدعم المالي والتقني والتدريب والإرشاد وحماية حقوق الملكية الفكرية وتسجيل براءات الاختراع، ويقوم بتسويق المنتجات والخدمات المبتكرة، ويساعد في تحول الأفكار إلى منتجات ناجحة، وينظم فعاليات وورش عمل لتعزيز الروح الريادية والابتكارية، ويمثل "تايكو" مصدرًا مهمًا لدعم روح الابتكار والتفكير الريادي بين طلاب الجامعة وأعضاء هيئة التدريس والمجتمع المحلي، ويتكون تياكو جامعة بنها من عدة مكونات مختلفة، تعمل على تحقيق هذه الأهداف الرئيسية: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٥٢):

١- مكتب تسويق التكنولوجيا: يهدف إلى تحويل الأبحاث والاختراعات والتقنيات الجديدة إلى منتجات تجارية ناجحة، يتم ذلك من خلال توفير الدعم والإرشاد للطلاب وأعضاء هيئة التدريس في مجالات التسويق والتصميم والتطوير.

٢- مكتب الملكية الفكرية وبراءات الاختراع: يهدف إلى حماية حقوق الملكية الفكرية والحفاظ على الاختراعات والابتكارات التي تم تطويرها، ويتم ذلك من خلال تقديم النصح والإرشاد بشأن حقوق الملكية الفكرية، وتقديم الدعم في تسجيل البراءات وحماية الاختراعات والأفكار الابتكارية.

٣- مكتب المنح والتعاون الدولي: يهدف إلى تعزيز التعاون الدولي وتحقيق التبادل الثقافي والأكاديمي بين جامعة بنها والجامعات الأخرى في العالم، ويتم ذلك من خلال تنظيم الزيارات الأكاديمية وتبادل الطلاب والأساتذة، وتوفير الدعم المالي والإرشاد للطلاب وأعضاء هيئة التدريس في مجالات التعاون الدولي والمنح الدراسية.

٤- نادي ريادة الأعمال: يهدف إلى تشجيع الطلاب على تطوير مهارات الريادة والابتكار وتعرّف أساسيات إنشاء وإدارة الأعمال، ويتم تنظيم فعاليات وورش عمل وتدريبات لأعضائه؛ بهدف تحسين قدراتهم على تحليل الفرص التجارية وتطوير المفاهيم الابتكارية.

(ج) ربط البحث العلمي بالصناعة واحتياجات المجتمع:

قامت جامعة بنها بإنشاء حاضنات تكنولوجية، باعتبار أن الحاضنات أحد أهم الأدوات الداعمة للتنمية المستدامة، حيث تهدف إلى تقديم خدمات الأعمال والتسهيلات الداعمة الفنية والعلمية لمشروعات البحث العلمي؛ بغرض تسويقها والوصول بمخرجات البحث العلمي إلى نماذج أولية قابلة للتصنيع التجاري، من خلال تحويل الأفكار الإبداعية إلى مشاريع صناعية وإنتاجية ناجحة، ولجامعة بنها حاضنتان تكنولوجيتان، هما: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٥٠، ٥١)

• **حاضنة جامعة بنها للتكنولوجيا الحيوية:** وتهدف إلى دعم ورعاية الشركات القائمة على تطبيق استخدام التكنولوجيا الحيوية في المجالات المختلفة، بهدف توفير فرص عمل، وتسويق نتائج البحوث العلمية، وتعزيز استغلال الموارد المحلية، وتحقيق التنمية، وتسعى الحاضنة إلى استضافة عدد من الأفكار التي تنتهي بتأسيس شركات ناشئة.

• **حاضنة جامعة بنها لتصنيع الأجهزة الطبية والمعملية (ميدتيك):** وتهدف إلى احتضان الأفكار الجديدة والمبتكرة في مجال تصنيع الأجهزة الطبية والمعملية، وتسعى لاحتضان ٥ شركات ناشئة في مجال عمل الحاضنة.

مما سبق يتضح أن جامعة بنها اتخذت العديد من الإجراءات المهمة في إطار اهتمامها بتسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي، حيث أنشأت وحدة تسويق البحوث العلمية، ومكتب دعم الابتكار ونقل وتسويق التكنولوجيا (التايكو)، وعدد من الحاضنات التكنولوجية؛ في سبيل الربط بين الجامعة ومخرجاتها البحثية والقطاعات المجتمعية، بحيث لا تنعزل جامعة بنها عن المجتمع المحلي المحيط بها، وهي في ذات الوقت تهتم بالبعد الدولي في تسويق الأبحاث.

**ثانيًا: موقع جامعة بنها من التصنيفات العالمية:**

تعد التصنيفات العالمية للجامعات من أبرز المؤشرات التي يمكن الاستدلال بها على جودة الخدمات التي يتم تقديمها في التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع ومدى تطورها، لذا تسعى جامعة بنها كغيرها من الجامعات إلى الوصول إلى ترتيب متقدم في التصنيفات العالمية الأكثر شهرة للجامعات؛ والتي تعد حاليًا من ضمن المعايير المهمة التي يُعتمد عليها في إعطاء

مؤشرات عن ترتيب الجامعة بين الجامعات العالمية، لذلك أصبح السعي وراء تحقيق مركز مرموق ضمن هذه التصنيفات هدفًا أساسيا لكل جامعة وليس جامعة بنها فقط.

(١) ترتيب جامعة بنها في تصنيف ويبومترس للجامعات (Webometrics):

جدول (٨)

ترتيب جامعة بنها في تصنيف ويبومترس للجامعات

التصنيف				الإصدار
عالمياً	إفريقيًا	الوطن العربي	محليًا	
١٨٥٧	٢٢	٢١	٧	٢٠١٧
١٧٥٩	٢٥	١٨	٦	٢٠١٨
١٧٢٨	٢٧	٢١	٦	٢٠١٩
١٦١٣	٢٥	٢٢	٧	٢٠٢٠
١٤٥٠	٢٦	٢٣	٨	٢٠٢١
١٢٢٥	٢٢	٢٣	٧	٢٠٢٢
١١٤١	٢١	٢٢	٧	٢٠٢٣

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٧٥)

(٢) ترتيب جامعة بنها في تصنيف QS للمنطقة العربية في الفترة من ٢٠١٧-٢٠٢٣:

جدول (٩)

ترتيب جامعة بنها بتصنيف QS للمنطقة العربية في الفترة من ٢٠١٧-٢٠٢٣ م

مصر	العالم العربي	العام
١٤	٩٠-١٨	٢٠١٧
١٢	٩٠-١٨	٢٠١٨
١٣	٩٠-١٨	٢٠١٩
١٥	١٠٠-٩١	٢٠٢٠
١٢	١٠٠-٩١	٢٠٢١
١١	١١٠-١٠١	٢٠٢٢
١١	١١٠-١٠١	٢٠٢٣

المصدر: [www.topuniversities.com](http://www.topuniversities.com)

(٣) ترتيب جامعة بنها بتصنيف التايمز البريطاني (THE):

جدول (١٠)

ترتيب جامعة بنها بتصنيف التايمز البريطاني

العالم	محليًا	عالميًا
٢٠١٧	—	—
٢٠١٨	—	—
٢٠١٩	١	٨٠٠-٦٠١
٢٠٢٠	٤	١٠٠٠-٨٠١
٢٠٢١	٤	١٠٠٠-٨٠١
٢٠٢٢	٤	١٠٠٠-٨٠١
٢٠٢٣	٣	٨٠٠-٦٠١

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٧٧)

(٤) تصنيف يو أس نيوز (U.S news):

جدول (١١)

ترتيب جامعة بنها بتصنيف يو أس نيوز (U.S news)

العالم	محليًا	إفريقيًا	عالميًا
٢٠١٧	—	—	—
٢٠١٨	—	—	—
٢٠١٩	—	—	—
٢٠٢٠	١٢	٣٧	١١٦٢
٢٠٢١	١٣	٤١	١١٨٢
٢٠٢٢	١٣	٣٩	١٠٦٨
٢٠٢٣	١٢	٣٦	٩٤٣

المصدر : [www.usnews.com](http://www.usnews.com)

(٥) تصنيف شنغهاي للموضوعات (Shanghai Ranking):

جدول (١٢)

ترتيب جامعة بنها في تصنيف شنغهاي للعلوم البيطرية، والطاقة والهندسة والعلوم الزراعية  
• تخصص العلوم البيطرية:

العالم	عالمي	مصر
٢٠١٧	—	—
٢٠١٨	—	—
٢٠١٩	٢٠٠-١٥١	٢
٢٠٢٠	٣٠٠-٢٠١	٣
٢٠٢٢	٢٠٠-١٥١	٣

• تخصص الطاقة والهندسة والعلوم الزراعية:

الطاقة والهندسة		العلوم الزراعية		العام
عالمي	مصر	عالمي	مصر	
٤٠٠-٣٠١	٢	٥٠٠-٤٠١	٤	٢٠٢٢

المصدر: (جامعة بنها (أ)، ٢٠٢٣، ٨٥)

وتأسيساً على ما سبق يتضح ما يلى:

- ظهور جامعة بنها لأول مرة في تصنيف ويبوميتركس العالمي للجامعات، وتحسن ترتيبها لتحصل على المركز السابع محلياً عام ٢٠٢٣، وتأخرها عربياً لتحصل على المركز ٢٢ لعام ٢٠٢٣ بعد أن كانت في المركز ١٨ في عام ٢٠١٨، وتحسن ترتيبها إلى ١١٤١ عالمياً لعام ٢٠٢٣ بعد أن كانت ١٨٢٥ في عام ٢٠١٧ ولكنها لا زالت متأخرة، وقد يرجع ذلك إلى قلة اهتمامها بالنشر العلمي على قواعد البيانات العالمية، وقلة توافر معلومات عن نتائج الأبحاث العلمية على صفحة الجامعة، وذلك كما أكدت دراسة (محمد، ٢٠١٩، ٢٠٤).
- تأرجح المركز التنافسي لجامعة بنها في التصنيفات العالمية، مثل تصنيف QS للمنطقة العربية، حيث حصلت على المركز ١٠١-١١٠ مما يدل على ضعفها في جذب الطلاب والأساتذة الدوليين إليها، وقلة الاستشهاد بالإنتاج البحثي لها.
- ثبات جامعة بنها النسبي في تصنيفات (U.S news) على المستوى المحلي والإقليمي، وخروجها من هذا التصنيف للأعوام ٢٠١٧، ٢٠١٨، ٢٠١٩ على التوالي، مما يدل على قلة النشر العالمي، وضعف التعاون الدولي، وضعف المخرجات البحثية للجامعة.
- أن جامعة بنها حصلت على مراتب متأخرة في التصنيفات العالمية للجامعات، بل غابت نهائياً في بعض السنوات عن التصنيف العالمي، مثل تصنيف التايمز البريطاني (THE)، حيث غابت عنه عامي ٢٠١٧ و٢٠١٨، وحازت على تصنيف ما بين ٦٠١-٨٠٠ عالمياً، مما يدل على تدني الوضع التنافسي لجامعة بنها، وضعف مؤشرات ومعاييرها التنافسية.
- لم تدخل جامعة بنها تصنيف شنغهاي لعامي ٢٠١٧، ٢٠١٨ على التوالي، وحصولها على المركز ٤٠١ - ٥٠٠ في تخصص العلوم الزراعية، والمركز ٣٠١-٤٠٠ في تخصص الطاقة والهندسة، مما يدل على تدني المركز التنافسي لها بين نظيراتها على المستوى العالمي.



## المحور الخامس: التصور المقترح للاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية.

انطلاقاً من نتائج الدراسة النظرية التي تضمنت تحليلاً نظرياً لاستثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس، من حيث المفهوم، والأهمية، وطرق القياس، والعوامل المؤثرة في الإنتاج المعرفي الأكاديمي، وتحديد الإطار الفلسفي للميزة التنافسية، وأهم مرتكزات الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لتحقيق الميزة التنافسية، واستناداً إلى الوضع الراهن الذي تم التوصل إليه من خلال توضيح واقع جامعة بنها في الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بها، وتدني مكانتها في التصنيفات العالمية، يمكن وضع تصور مقترح للاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس، كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية وفقاً للخطوات التالية:

### أولاً: أهداف التصور المقترح:

هدف التصور المقترح إلى الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس؛ لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة بنها من خلال مجموعة من المرتكزات، هي كما يلي:

- (١) تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها.
- (٢) تحقيق الشراكات البحثية بين جامعة بنها والقطاعات المجتمعية.
- (٣) رسملة الموارد البشرية الأكاديمية بجامعة بنها.

### ثانياً: منطلقات التصور المقترح:

انطلق التصور المقترح من عدة منطلقات، هي كما يلي:

(١) أن الجامعة هي مصنع الإنتاج المعرفي الأكاديمي، لما تمتلكه من أفراد المعرفة (المفكرين والمبدعين الأكاديميين) الذين يمثلون منتجي المعرفة وصانعيها؛ وذلك بفضل ما تمتلكه من رأس مال معرفي مخزون في عقول أفرادها، كما أن الجامعة بإسهاماتها الفكرية والمعرفية تتجاوز في حدودها المدى الضيق للجامعة، ليصل مداها إلى المجتمع الخارجي، فيسهم في تقدمه وتحقيق غاياته، فعلى الرغم من أن الجامعات أنشئت في البداية من أجل التدريس ونقل المعرفة فحسب، فإن هذه العملية التعليمية بما تتضمنه من تأهيل معرفي للإنسان، لم تعد المهمة الوحيدة للجامعة، بل هناك مهمة أخرى لا تقل أهمية عن ذلك، وهي مهمة مكملتها لها ومتفاعلة معها، هي مهمة توليد وإنتاج المعرفة العلمية الأكاديمية.

(٢) إن الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات المصرية يمكن الجامعات من الاستفادة من عوائد تسويق مخرجاتها البحثية بما يزيد من عوائدها الاستثمارية، وتوفير مصادر بديلة تمكّنها من القيام بأنشطتها المختلفة بكفاءة وفاعلية، مما يعزز المكانة الاستراتيجية للجامعات، ويثبت قدرتها على ممارسة دورها التنافسي في عمليات التنمية المجتمعية.

(٣) التغييرات الحادثة والتحديات المتسارعة التي تلقى بظلالها على الجامعات؛ من خلال ربط عملية التقدم الاقتصادي بنمو المعرفة، حيث يقاس تقدم المجتمعات بقدرتها على اتباع آليات ديناميكية في عملية إنتاج المعرفة الأكاديمية، وتحقيق الربط بين الجامعة والمجتمع الصناعي؛ حيث أضحت للجامعات دور مهم في تطوير مجتمع المعرفة والمنافسة الاقتصادية.

(٤) زيادة القيود على الأدوار التي تقوم بها الجامعات؛ حيث فرض مجتمع المعرفة قيوداً جديدة على أدوارها، خاصة بعد الانتقال من الجامعات التقليدية إلى الاستثمارية التي تعلي من قيمة المخرجات البحثية والاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لتجويد أدائها، مما يزيد من قدرتها التنافسية على المستويات كافة.

### ثالثاً: أسس التصور المقترح:

تحدد أسس التصور المقترح فيما يلي:

(١) إثراء المعرفة والمشاركة في تعظيم قيمتها، من خلال الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات، وتشجيع الإبداع والابتكار في المجال البحثي، بحيث تصبح المعرفة التي تمتلكها الجامعات مصدراً لميزتها التنافسية التي تستطيع من خلالها التفوق على نظيراتها على المستويين المحلي والعالمي.

(٢) زيادة مكانة الجامعة التنافسية باعتبارها المسؤولة عن بناء رأس مال المعرفي بكل مكوناته المادية الملموسة وغير الملموسة، وتحقيق الاستثمار في أنشطتها البحثية لرفع مستوى الأداء في مؤشرات الجودة التعليمية، والبحثية، والخدمية.

(٣) الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات هو ركيزة أساسية للتقدم، ومن أهم مقومات نجاح الجامعة في تحويل خلاصة جهود الأكاديميين إلى مشروعات ترتبط نتائجها بالنواحي العملية والتطبيقية التي يجب أن تثمر مشاريع ربحية مطلوبة من الناحية الاجتماعية والاقتصادية.

## رابعاً: محاور التصور المقترح:

انطلاقاً من فلسفة التصور المقترح وأسسها، وفي ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج بشقيها النظري والتحليلي لواقع جامعة بنها في الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بها، يقدم البحث الحالي بعض الآليات المقترحة التي يمكن من خلالها الاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، وذلك في المرتكزات التالية:

### (١) تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي:

- إنشاء برنامج للبحث في مخرجات البحث العلمي بالجامعات المصرية، واحتضان الواعد منها ودعمها؛ للوصول إلى مرحلة التطبيق بالتعاون مع الشريك الصناعي المناسب.
- إنشاء وحدة للبحوث داخل الجامعة تكون مسؤولة عن عقد اتفاقات مع قطاع الأعمال لتطبيق البحوث وتسويقها، وإبرام العقود مع الشركات المختلفة، وتعهده براءات الاختراع، ومنح التراخيص.
- توسيع نطاق مجالات الأبحاث العلمية التي تحظى حالياً بأهمية تجارية أو منافع اجتماعية عالية، والإعلان عنها لدى المستفيدين، وتسويقها للقطاعات المجتمعية.
- عقد الجامعة ندوات وملتقيات ومؤتمرات علمية تعاونية مع قطاعات الإنتاج ورجال الأعمال، لمناقشة المجالات البحثية المرغوبة والمستجدات، فيما يخص احتياجاتهم من البحوث الجامعية.
- تدريب الجامعة أعضاء هيئة التدريس على المهارات الخاصة بالتسويق التجاري لمخرجاتهم البحثية، وكيفية كتابة العقود والتراخيص والانخراط في الأنشطة التسويقية.
- تفعيل الوحدات المتخصصة في تسويق الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس (التايكو)، بحيث يتضمن تسويق المخرجات البحثية إلى جانب التكنولوجيا.
- إنشاء الجامعة قواعد بيانات تُحدَّث بصفة مستمرة، تتضمن بيانات عن الأنشطة البحثية الخاصة بأعضاء هيئة التدريس؛ لتسهيل عملية تسويقها للقطاعات المجتمعية.
- استخدام جميع وسائل الإعلام، والاهتمام بالمواقع الإلكترونية للجامعة والكليات، للإعلان بصفة دورية عن كل ما يستجد من مشروعات بحثية جديدة للمستفيدين.
- إجراء الجامعة الدراسات الأساسية لتحديد الجدوى الاقتصادية لمخرجاتها البحثية؛ تمهيداً لتسويقها للقطاعات المجتمعية والاستثمارية.

- تفعيل الجامعة للحاضنات البحثية الموجودة بها، سواء على مستوى الكليات العملية أو النظرية، والتي تمثل نهجًا فعالًا لتسويق التكنولوجيا الجديدة.
  - تحفيز الجامعة لأعضاء هيئة التدريس على تسويق مخرجاتهم البحثية ونقلها إلى القطاعين الصناعي والتجاري، ووضع نظام للحوافز المادية نظير تلك الجهود.
  - تشكيل الجامعة لجنة من المتخصصين والخبراء، تقوم بمتابعة المخرجات البحثية لأعضاء هيئة التدريس، وإخضاعها للتقويم في مراحلها المختلفة؛ وصولاً إلى مرحلة التسويق.
  - إنشاء الجامعة نظامًا للمعلومات التسويقية، تتضمن الإجراءات المنظمة لتزويد الإدارة الجامعية بمعلومات عن دقيقة عن البيئتين الداخلية والخارجية للجامعة.
  - وضع الجامعة خرائط بحثية لكل مجال علمي وفقاً للأولويات والمشكلات المجتمعية الأنوية، ومطابقة النتائج البحثية لمواصفات الجودة المعمول بها في المؤسسات البحثية العالمية؛ لزيادة فرصها التسويقية.
- (٢) الشراكات البحثية مع القطاعات المجتمعية:

- نشر ثقافة المشاركة لدى المستثمرين من رجال الأعمال في تمويل البرامج البحثية التي تعود عليهم بالنفع في تطوير مشروعاتهم الإنتاجية.
- نشر الوعي بين أعضاء هيئة التدريس بأهمية الشراكة البحثية بين الجامعات وقطاع الأعمال في تحسين مخرجاتهم البحثية.
- سعى الجامعة لزيادة ثقة المؤسسات الاستثمارية في قدرة المخرجات البحثية على معالجة وحل مشكلاتهم، من خلال تطوير الاتصالات والشراكات البحثية بين علماء الجامعة والشريك الخارجي، لتشمل أصحاب المصلحة في جميع أنحاء العالم.
- وضع الجامعة خطتها الاستراتيجية وتحديد أهدافها وفقاً لاحتياجات القطاعات الإنتاجية، بحيث تعبر عن فلسفتها في التوجه نحو تطبيق وتفعيل الشراكة البحثية مع مؤسسات قطاع الأعمال.
- اعتماد سياسة الجامعة على تطوير العلاقات مع القطاعات المجتمعية، ليس بهدف مجرد البحث عن مصادر التمويل البحثي، بل أيضاً استمرارية واستدامة الشراكة البحثية.
- اطلاع الخبراء بالجامعات على تجارب الجامعات العالمية في تحديد الإجراءات الرئيسية التي تطلبها عملية إعادة هندسة الشراكات البحثية، بما يزيد من القدرة التنافسية لجامعة بنها.
- إنشاء الجامعة مراكز وإدارات للبحوث، تختص بإجراءات الشراكة البحثية بين الجامعة وقطاع الأعمال، ووضع الشروط والأحكام الخاصة بها.
- دعم الجامعة للمبادرات والجهود الداعمة للتواصل والشراكة البحثية الفعالة لاستثمار المعرفة البحثية، وتحويلها إلى منتجات وسلع تُسهم في التنمية الاقتصادية للمجتمع المصري.

- عقد جلسات توجيهية إرشادية تضم ممثلين من الجامعة ومن رجال الأعمال ومن شركات قطاع الأعمال، يتم خلالها تحديد الأهداف لكلا الطرفين، وبيان كيفية صياغتها بطريقة إجرائية مما يعود بالنفع على كلا الطرفين.
  - أن تعزز الجامعة قنوات التواصل وسبل التعاون الرقمي بينها وبين القطاعات الإنتاجية لتبادل المعلومات وقواعد البيانات وإقامة صلات تعاون بين الباحثين وممثلي الشركات.
  - وضع آليات لاستمرارية التعاون والشراكة البحثية بين الجامعات ومؤسسات الإنتاج، وذلك من أجل الاستفادة من الطاقات العلمية في مختلف التخصصات والخبرات التطبيقية ومصادر المعلومات المتاحة.
  - منح الجامعة الوحدات الخاصة بالشراكات البحثية صلاحيات واسعة في التعاقد مع الشركاء في مجال قطاع الأعمال.
  - عقد الجامعة لجاناً ومجالس تضم ممثلين من القطاعات المجتمعية كافة؛ لتفعيل آليات الشراكة البحثية بين الجامعات والقطاع الخاص لتحقيق أقصى استفادة منها.
  - إنشاء الجامعة شبكات اتصال دولية عبر شبكة الإنترنت؛ تهدف إلى تحقيق التعاون الدولي من خلال الشراكات البحثية مع الشركات العربية والعالمية.
  - تنظيم الجامعة ورش عمل تفاعلية مع ممثلي قطاع الأعمال في البيئة المحيطة؛ لتحديد احتياجاتهم من الجامعات، وتحديد مجالات الشراكة معهم.
- (٣) رسمة الموارد البشرية الأكاديمية:

- بناء ثقافة الابتكار والإبداع في البحوث التطبيقية التي تعزز القدرة التنافسية للجامعات المصرية من خلال رسمة الموارد البشرية الأكاديمية.
- اهتمام الجامعة بتطبيق التعلم التنظيمي باعتباره من العمليات المهمة التي تسهم في رسمة الموارد البشرية الأكاديمية، وتحفيز تبادل ومشاركة الأفكار ونقل المعرفة والاحتفاظ بها.
- تنظيم الجامعة دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس وفقاً لتخصصهم العلمي واحتياجاتهم التدريبية؛ مما يسهم في رسمة الموارد البشرية الأكاديمية.
- إنشاء صناديق لدعم البحوث لمساعدة الأكاديميين بالجامعة على تحويل رأس مالهم المعرفي إلى أعمال لتحقيق فائدة تجارية لتأمين المزيد من الاستثمارات فيه.
- تهيئة الجامعة لبيئة محفزة وداعمة للتميز والابتكار في البحث العلمي، بما يؤسس لتنمية مجتمعية شاملة وإنتاج معرفة جديدة تحقق ريادة دولية.
- دعم التميز البحثي للموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات المصرية من خلال العديد من الممارسات والمبادرات وتسهيل إجراءات تسجيل براءات الاختراع.

- توجه جامعة بنها نحو رسمة المعرفة الأكاديمية من خلال الارتقاء بمستوى الإنتاجية البحثية لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، وتحفيزهم على إجراء البحوث القابلة للتطبيق والتحول إلى منتجات وسلع تسهم في التنمية الاقتصادية.
  - سعي الجامعة للحصول على ميزة تنافسية، من خلال الابتكار والإبداع المستمر في الأبحاث التي تجذب المستثمرين وشركاء الصناعة، بما يضمن التمويل المستدام للأبحاث.
  - إنشاء الجامعة مراكز لأنشطة التعاون البحثي بين الجامعات المصرية وقطاع الأعمال تضم مكاتب التراخيص وإبرام الاتفاقيات وعقد الشراكة وتسجيل براءات الاختراع والملكية الفكرية.
  - وضع الجامعة إجراءات لتقييم تأثير المخرجات البحثية على القطاعات المجتمعية، وتحديد العائد من الاستثمار في أنشطة الابتكار والبحث العلمي؛ لتقييم التأثير البحثي في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة.
  - وضع تصور لمنظومة الإبداع والابتكار بجامعة بنها، من خلال الاستفادة من الإنتاج المعرفي المتميز لزيادة القدرة التنافسية لها، باعتبارها أحد معايير التصنيفات العالمية للجامعات.
  - تفعيل الجامعة لمراكز الإبداع والابتكار والتميز، وكذلك الحاضنات البحثية؛ للمساهمة في الاستثمار في رأس المال البشري الأكاديمي وزيادة معدل إنتاجيته المعرفية.
  - تعزيز الجامعة وجود الدافعية وثقافة المخاطرة لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها؛ لتمكينهم من سبر أغوار الموضوعات ذات الطبيعة الابتكارية.
- خامساً: معوقات تحقيق التصور المقترح وسبل التغلب عليها:**

تتمثل معوقات تحقيق التصور المقترح فيما يلي:

- (١) ضعف قدرة الجامعات على تسويق إنتاجها المعرفي الأكاديمي للجهات المستفيدة، الأمر الذي يؤثر على القدرة التنافسية للجامعات.
- (٢) غياب الآليات المنظمة للعلاقة بين العملية البحثية بالجامعات والمجتمع؛ نتيجة لضعف الشراكات البحثية بين الجامعات والقطاعات المجتمعية المختلفة.
- (٣) ضعف الإعلام عن الخدمات البحثية التي تقدمها الجامعات وبرامج البحث التي تنظمها الجامعات، مما يؤثر على استثمارها بفاعلية.
- (٤) الافتقار إلى البيئة البحثية الجاذبة؛ نتيجة ضعف البنية التحتية والتسهيلات المادية الداعمة لإجراء البحوث العلمية، وما تتطلبه من الاستثمار في نتائجها لتحقيق الميزة التنافسية.
- (٥) قلة وعي المستثمرين ورجال الأعمال بقيمة المخرجات المعرفية الأكاديمية ودورها في تطوير صناعاتهم من خلال بحوث التطوير.

(٦) الافتقار إلى الاستثمارات التجارية في الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات؛ نتيجة ضعف ثقافة التطبيق التجاري للمعرفة لدى المجتمع.

(٧) محدودية التنسيق بين كليات الجامعة والمكاتب الاستشارية لتنفيذ مخرجات بحثية تكون ذات قابلية للتطبيق في المجتمع الصناعي.

**وللتغلب على هذه المعوقات وغيرها يجب مراعاة الآتي:**

(١) توجيه نتائج المخرجات البحثية للجهات المستفيدة من خلال سياسات تسويقية محكمة، تسعى الجامعات من خلالها إلى الاستثمار في البحث العلمي كمنتج.

(٢) بناء خارطة بحثية للأولويات الخاصة بالإنتاج المعرفي الأكاديمي، بحيث يرتبط برؤية مصر ٢٠٣٠ حتى يمكن استثماره بالطريقة التي تعود بالنفع على المجتمع.

(٣) تقدم الجامعات المصرية في التصنيفات العالمية ومؤشر المعرفة والتقارير الخاصة بالتنافسية، بحيث تحصل على مراكز متقدمة.

(٤) توفير الدعم المالي اللازم للاستثمار في الإنتاج المعرفي الأكاديمي، وتهيئة الإمكانيات اللازمة لتجويد الممارسات البحثية بالجامعات.

(٥) تحديد العراقل التي تحول دون نسج روابط هادفة ومثمرة بين المخرجات البحثية الأكاديمية والقطاعات التنموية الحكومية.

(٦) خروج الجامعة من نطاق التركيز على حفظ المعرفة إلى إنتاجها والاستثمار فيها من قبل قطاع الأعمال بما يعود بالنفع على الجامعة في تحسين قدرتها التنافسية.

(٧) إيجاد قنوات اتصال مباشرة بين القطاع البحثي بالجامعة والقطاع الإنتاجي؛ لتعظيم الاستثمار في مخرجاتها المعرفية في تلك القطاعات بما يدعم ميزتها التنافسية.

(٨) إنشاء لجنة إعلامية بالجامعات تختص بإعداد نشرات دورية بموضوعات الماجستير والدكتوراه والأبحاث الأكاديمية، ونشرها عبر الوسائل التقليدية والتقنية.

(٩) إصدار الجامعات مجلات علمية محكمة مصنفة دوليًا، بحيث ترقى للمجلات العالمية؛ مما يسهم في ارتقائها في التصنيفات العالمية.

(١٠) عقد اللقاءات والندوات والمؤتمرات العلمية ودعوة المستثمرين إليها؛ لجذب الطلب الاقتصادي على المخرجات المعرفية الأكاديمية بالجامعات.

**سابعًا: ضمانات نجاح التصور المقترح:**

• استقطاب الجامعات للباحثين المميزين محليًا وعالميًا في الإشراف الأكاديمي على رسائل الماجستير والدكتوراه، مما يرفع من قيمة المخرج المعرفي لبرامج الدراسات العليا.

- الاهتمام بالتشريعات القانونية التي تنظم عملية استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي بالجامعات، وتوجيهه نحو المجتمع.
  - توفير المصادر التمويلية الذاتية من الصناديق الخاصة بالجامعة للاستثمار في البحوث المميزة، والتي لها قيمة استثمارية تعود بالنفع على الجامعة.
  - رصد الدولة الجوائز التشجيعية والمكافآت المالية لدعم المبدعين والمبتكرين في مجال البحث العلمي.
  - إنشاء صندوق مشترك يمول من القطاعين العام والخاص، بحيث يتم استثمار الأفكار والاختراعات التقنية المتميزة التي يمكن تحويلها إلى منتجات ذات ربحية اقتصادية.
  - توفير إدارة الجامعة الإمكانيات المادية اللازمة لتمكين أعضاء هيئة التدريس من تحسين إنتاجهم المعرفي الأكاديمي، والتوجه نحو استثمارها بكفاءة.
  - توظيف الخبرات المعرفية لأعضاء هيئة التدريس المبتعثين، والاستفادة منها في إيجاد ميزة تنافسية معرفية للجامعة بين نظيراتها.
  - ارتكاز سياسة جامعة بنها على تجميع المعرفة واستثمارها، سعياً لامتلاك معارف جديدة تتسم بالابتكارية، وصولاً للتميز المعرفي في المجال البحثي.
  - تحديد الجامعة قائمة الاحتياجات المهنية والبحثية لأعضاء هيئة التدريس، والتي تمكنهم من استثمار إنتاجهم المعرفي، بحيث يصبح ذا قيمة مجتمعية.
- الخاتمة:**

تعد الموارد البشرية الأكاديمية بالجامعات والمتمثلة في أعضاء هيئة التدريس بها، من أهم عناصر الإنتاج الدائمة التي لا تنضب بالمنظومة الجامعية، على عكس عناصر الإنتاج المادية الأخرى، وذلك إذا ما تم استغلال قدراتهم البشرية، وتوجيههم نحو الاستثمار الفاعل في إنتاجهم المعرفي الأكاديمي، حيث تركز عملية التنمية في أي مجتمع على رأس مالها البشري الذي يمتلك المعارف والقدرات التي ينبغي النظر إليها على أنها سلعة ذات منفعة، يمكن تحويلها إلى منتجات ذات قيمة تدعم الاقتصاديات والعمليات التنموية بالمجتمع، الأمر الذي يسهم في تعظيم الإنتاج العلمي وجعله مصدراً لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات.



## المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

١. إبراهيم، إلهام محمود مرسى (٢٠٠٩): دور الاتصال العلمي في الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بنها.
٢. إبراهيم، فاطمة أحمد زكى (٢٠٢٢): بناء العلامة التجارية لجامعة بنها ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في ضوء النموذج البريطاني: دراسة حالة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، كلية التربية، جامعة الفيوم، العدد (١٦)، الجزء (١).
٣. إبراهيم، هالة أحمد إبراهيم (٢٠١٨): تفعيل دور الشراكة البحثية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات المصرية، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، المجلد (٣٣)، العدد (٤).
٤. أبو بكر، مصطفى محمود (٢٠٠٤): إدارة الموارد البشرية: مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
٥. بخيت، حيدر نعمة (٢٠١١): التصنيفات العالمية للجامعات وموقع الجامعات العربية والعراقية منها، مجلة الغرى للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، العدد (٢٠).
٦. البدوى، محمد جابر أحمد محمد (٢٠١٩): معوقات الإنتاجية العلمية وأثرها على الاغتراب الوظيفى لدى أعضاء هيئة التدريس: دراسة تطبيقية بجامعة الإسكندرية، مجلة الإدارة التربوية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، السنة (٦)، العدد (٢١).

٧. بسطويسى، نشوة سعد محمد (٢٠١٧): متطلبات تحسين الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية، مجلة التربية، جامعة الأزهر، كلية التربية، العدد (١٧٤)، الجزء (٣).
٨. بوران، سمية بن عامر (٢٠١٦): إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة، مركز الكتاب الأكاديمى، عمان.
٩. تهامى، جمعة سعيد (٢٠١٤): استراتيجيات تفعيل دور الجامعات المصرية في دعم الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس، مجلة دراسات في التعليم الجامعى، جامعة عين شمس، كلية التربية، مركز تطوير التعليم الجامعى، العدد (٢٨).
١٠. جامعة بنها (٢٠١٨): قرار رقم ٨٨٩ لسنة ٢٠١٨، تشكيل وحدة تسويق البحوث العلمية بجامعة بنها.
١١. جامعة بنها (أ) (٢٠٢٣): الخطة البحثية لجامعة بنها ٢٠٢٣-٢٠٣٠، قطاع الدراسات العليا والبحوث.
١٢. جامعة بنها (ب) (٢٠٢٣): تصنيفات جامعة بنها العالمية، قطاع الدراسات العليا التربوية.
١٣. حباكة، أمل سعيد محمد محمد (٢٠٢٠): دور التعلم التنظيمى في تحويل الجامعات لمنظمات تعلم: دراسة مقارنة لبعض الجامعات الأجنبية وإمكانية الإفادة منها في جامعة المجمعة، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية والإدارية، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية، المجلد (٢١)، العدد (٢).
١٤. الحريرى، خالد، والمخلافى، افتهان (٢٠١٧): تصور مقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية بالجامعات اليمنية وتوظيفها لخدمة المجتمع وتنميته، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعى، جامعة العلوم للتكنولوجيا، اليمن، المجلد (١٠)، العدد (٣١).

١٥. حسنين، علاء أحمد جاد الكريم (٢٠٢١): تصور مقترح لتنمية رأس المال الفكرى لدى القيادات بالجامعات المصرية لتحقيق الميزة التنافسية، مجلة البحث العلمى في التربية، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، العدد (٢٢)، الجزء (١١).

١٦. خضر، جميل أحمد محمود (٢٠١١): تسويق مخرجات البحث العلمى كمتطلب رئيسى من متطلبات الجودة والشراكة المجتمعية، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربى الدولى الأول لضمان جودة التعليم العالى، جامعة الزرقاء الخاصة، المملكة الأردنية الهاشمية، فى الفترة من ٩-١٣ مايو.

١٧. الخليفة، عبد العزيز على (٢٠١٤): رؤية تطويرية لمنظومة البحث العلمى فى الجامعات السعودية فى ضوء التنافسية العالمية، المجلة السعودية للتعليم العالى، مركز البحوث والدراسات، وزارة التعليم العالى، المملكة العربية السعودية، العدد (١٢).

١٨. داود، عبد العزيز أحمد محمد (٢٠١٦): تسويق الخدمات التعليمية بالجامعات المصرية فى ضوء بعض الخبرات الأجنبية، مجلة مستقبل التربية العربى، المركز العربى للتعليم والتنمية، القاهرة، المجلد (٢٣)، العدد (١٠١).

١٩. الدمنهورى، زهير عبد الله (٢٠٠٨): توجهات التطوير المستقبلية لإعادة هيكلة وتنظيم وكالة الجامعة للتطوير على ضوء الخطة الاستراتيجية للجامعة والاتجاهات الحديثة لتطوير التعليم العالى، وكالة الجامعة للتطوير، جامعة الملك عبد العزيز، وزارة التعليم العالى، المملكة العربية السعودية.

٢٠. الريبعاوى، سعدون حمود جثير، وعباس، حسين وليد حسين ، العامرى، سارة على سعيد، والزبيدى، سماء على عبدالحسين (٢٠١٥): إدارة التسويق – أسس ومفاهيم معاصرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان.

٢١. الزهرانى، فاطمة عبدالله، والشريف، هند إسماعيل (٢٠١٦): متطلبات استثمار الأفكار العلمية في الأبحاث العلمية بالمؤتمرات العلمية "رؤية مقترحة لتسويق البحوث العلمية المقدمة بالمؤتمرات العلمية لطلبة التعليم الجامعى بالمملكة العربية السعودية"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد (١٦٩)، الجزء (٢).

٢٢. زهرى، منال (٢٠٢٢): أثر رسملة الموارد البشرية وفق نموذج التكلفة التاريخية على المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة شركة التوزيع الكهرباء والغاز بولاية الوادى، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادى، الجزائر.

٢٣. السلامى، موسى بن بروجى شامى، والقحطانى، منصور بن عوض صالح (٢٠١٩): إدارة الابتكارات بالجامعات السعودية كمدخل لتعزيز مصادر تمويلها: تصور مقترح، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية.

٢٤. سلمى، أحمد إبراهيم (٢٠١٧): تصور مقترح لإدارة رأس المال البشرى في مؤسسات التعليم العالى بشمال سيناء في ضوء متطلبات تنميتها، مجلة الإدارة التربوية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، العدد (١٥).

٢٥. السلمى، على (٢٠٠٢): إدارة التميز: نماذج وتقنيات الإدارة في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، القاهرة.

٢٦. السماحى، محمد السيد عبدالرحمن يوسف، وحسن، رجب عليوه على، وإسماعيل، طلعت حسيني (٢٠٢٢): العوامل المؤثرة في الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس ومعوقاتهما "دراسة تحليلية"، مجلة دراسات تربوية ونفسية، مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، العدد (١١٧).
٢٧. سيد، سماح محمد (٢٠١٧): التصنيفات العالمية للجامعات "نماذج نظرية وتطبيقية، دار العربى للنشر والتوزيع، القاهرة.
٢٨. شعبان، رشا عبدالقادر محمد الهندي (٢٣٠٢٢): رؤية مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة بنها في ضوء التصنيفات العالمية للجامعات، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، المجلد (٣٧)، العدد (١).
٢٩. صالح، أحمد على (٢٠١٨): إدارة رأس المال البشرى- مطارحات استراتيجية في تنشيط الاستثمار ومواجهته، دار اليازورى، عمان.
٣٠. طلبية، نداء مصطفى (٢٠١٦): الإنتاج الفكرى لأعضاء هيئة التدريس بجامعة قناة السويس: دراسة تحليلية للمخرجات البحثية المتاحة في قواعد البيانات العالمية وموقع الجامعة من التصنيفات العالمية، مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، مركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، كلية الآداب، جامعة القاهرة، العدد (١٧).
٣١. الطويل، أكرم أحمد رضا، واليونس، صباح أنور يعقوب (٢٠٢٣): رأس المال الفكرى وإدارة الجودة الشاملة وأداء العمليات، دار اليازورى عمان.
٣٢. العبادى، هاشم فوزى دباس، والطائى، يوسف حجيم سلطان (٢٠١٤): التعليم الجامعى من منظور إدارى قراءات وبحوث، دار اليازورى العلمية، عمان.
٣٣. عبدالحميد، جابر، وكاظم، أحمد خيرى (٢٠١١): مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار النهضة العربية، القاهرة.

٣٤. عبدالرحمن بن أحمد بن محمد (٢٠١١): التصنيفات الدولية للجامعات: تجربة الجامعات السعودية، المجلة السعودية للتعليم العالى، وزارة التعليم، مركز البحوث والدراسات في التعليم العالى، المملكة العربية السعودية، العدد (٥).
٣٥. عبدالمنعم، غدى رجائى، ومصطفى، يوسف عبدالمعطى، ومحمد، عبير أحمد (٢٠١٩): معوقات إدارة الموارد البشرية بجامعة الفيوم، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد (١٣)، الجزء (٢).
٣٦. عبداللطيف، عماد عبداللطيف محمود (٢٠٢١): دور التشارك المعرفى في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية بجامعة سوهاج، مجلة كلية التربية، جامعة بنى سويف، المجلد (١٨)، العدد (١٠٧).
٣٧. عبدالمتجلى، محمد على محمد، ونصر، محمد يوسف مرسى، وأحمد، محمود مصطفى أحمد (٢٠٢١): الشراكة البحثية آلية لتحقيق الجامعة المنتجة بجامعة الأزهر في ضوء خبرة جامعة أكسفورد، مجلة التربية، جامعة الأزهر، كلية التربية بالقاهرة، العدد (١٩٢)، الجزء (١).
٣٨. عبدالمطلب، أحمد عابد إبراهيم (٢٠١٦): التخطيط الاستراتيجى لجامعة بنها في ضوء متطلبات التنافسية، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة بنها.
٣٩. عبير، سماتى (٢٠١٩): دور البحث العلمى في تشجيع الابتكار في قطاع التعليم العالى- دراسة حالة جامعة بسكرة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
٤٠. عساف، محمود عبد المجيد رشيد (٢٠١٦): نحو جامعات البحث (الاستثمار وآليات التسويق): الصين نموذجاً، مجلة عالم التربية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، القاهرة، السنة (١٧)، العدد (٥٤).

٤١. عسيري، زهرة محمد أحمد (٢٠١٧): تسويق البحوث العلمية في الجامعات السعودية من منظور اقتصاد المعرفة "دراسة تطبيقية بجامعة الملك خالد"، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية.
٤٢. عمار، هالة محمد السيد صالح (٢٠٠٦): دراسة تحليلية للشراكة بين الجامعة والمجتمع في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بنها.
٤٣. عنصر أحلام (٢٠١٨): الاقتصاد المعرفي ورسملة المورد البشري – دراسة حالة مؤسسة تيرصام للعربات الصناعية، رسالة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر.
٤٤. غباشي، شيماء حمدي زين، وكمال، نادية يوسف، والسعيد، فاطمة علي (٢٠٢١): تنمية الابتكار بالجامعات المصرية على ضوء خبرة جامعة سنغافورة الوطنية، مجلة العلوم التربوية، العدد (٢)، الجزء (٢).
٤٥. القحطاني، منصور عوض صالح (٢٠٠٨): آليات تفعيل الشراكة بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص في مجال البحوث والاستشارات، مجلة حولية كلية المعلمين في أبها، كلية المعلمين، مركز البحوث التربوية، العدد (١٣).
٤٦. القصبي، راشد (٢٠٠٣): استثمار وتسويق البحث العلمي في الجامعة، مجلة مستقبل التربية العربية، المركز العربي للتعليم والتنمية، القاهرة، المجلد (٩)، العدد (٢٨).
٤٧. القصبي، راشد صبرى (٢٠٠٩): نحو تطوير التعليم الجامعي، دار فرحة للنشر والتوزيع، المنيا.
٤٨. قنديل، نهلة احمد محمد (٢٠٠٩): العلاقة بين القدرات التسويقية المؤسسية وتعظيم قيمة البحوث الجامعية لدى المستفيد بالتطبيق على جامعة قناة السويس، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، كلية التجارة، جامعة سوهاج، المجلد (٢٣)، العدد (٠١).

٤٩. محمد، أحمد حسين عبدالمعطى (٢٠١٥): استراتيجية مقترحة لتطوير الإنتاجية العلمية البحثية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية في ضوء المعايير العالمية لتصنيف الجامعات: دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية بأسبوط، المجلد (٣١)، العدد (٣).

٥٠. محمد، سحر محمد أبو راضى (٢٠٢٤): تعزيز السمعة الأكاديمية لجامعة بنها بين حتمية التسويق الدولى للخدمات التعليمية وضرورة تنمية الجدارات الرقمية لأعضاء هيئة التدريس: دراسة ميدانية، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، الجزء (١١٧).

٥١. محمد، سمر مصطفى محمد (٢٠١٩): استراتيجية مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات المصرية باستخدام مدخل إدارة تسويق الخدمات البحثية "دراسة حالة على جامعة بنها"، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة بنها.

٥٢. محمد، سمر مصطفى محمد، وزكى، فاطمة أحمد، وحسين، سلامة عبدالعظيم (٢٠٢٠): التصنيفات العالمية وموقع الجامعات المصرية منها، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، المجلد (٣١)، العدد (١٢٤).

٥٣. محمد، ماهر أحمد حسن (٢٠١٧): تفعيل الشراكة البحثية بين الجامعات المصرية والقطاع الخاص في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة، المجلة الدولية للبحوث التربوية، جامعة الإمارات، المجلد (٤١)، العدد (٢).

٥٤. محمد، ماهر أحمد حسن (٢٠١٧): تفعيل الشراكة البحثية بين الجامعات المصرية والقطاع الخاص في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدم، المجلة الدولية للبحوث التربوية، جامعة الامارات، العدد (٢)، المجلد (٤١).



٥٥. محمود، ولاء محمود عبدالله (٢٠١٨): تصور مقترح لتنمية رأس المال الفكرى بالجامعات المصرية في ضوء مدخل إدارة المعرفة، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، المجلد (٢٩)، العدد (١١٦).

٥٦. مركز الدراسات الاستراتيجية (٢٠١٢): الموارد البشرية الفكرية الثروة الحقيقية لمجتمعات المعرفة، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، جامعة الملك عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية.

٥٧. مصطفى، أحمد سيد (٢٠٠٤): إدارة الموارد البشرية الإدارة العصرية لرأس المال الفكرى، دار المعادى الجديدة، القاهرة.

٥٨. مصطفى، أميمة حلمى عبدالحميد (٢٠١١): تحسين الإنتاجية العلمية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية باستخدام مدخل إدارة المعرفة، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، العدد (٤٤)، المجلد (١).

٥٩. معتوق، طارق أبو شعله، والسويح، عماد الدين سالم (٢٠٢٢): واقع الشراكة البحثية بين المؤسسات الجامعي ومنظمات القطاع الخاص: دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بجامعة طرابلس، مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، جامعة مصراتة، الجماهيرية الليبية، إصدار خاص بالمؤتمر الدولى لمخرجات التعليم العالى ومتطلبات سوق العمل الليبى "رهانات الحاضر وأفاق المستقبل"، ٢٩ يناير.

٦٠. مغاورى، عائشة عبدالفتاح (٢٠١٦): تصور مقترح لتدويل التعليم الجامعى في ضوء المعايير العالمية لتصنيف الجامعات، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، العدد (١٠٨)، الجزء (٢).

٦١. المفطرى، سامية غالب سيف ثابت، ومقبل، بشرى عبد (٢٠٢٢): أثر تنمية الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على الجامعات الخاصة بمدينة تعز، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، جامعة تعز فرع التربية، العدد (٢٧).
٦٢. مقرى، زكية؛ وشنة، آسية (٢٠١٥): إطار مقترح لتسويق مخرجات البحث العلمى كآلية لدفع المشاريع الريادية في الجزائر، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعى، جامعة العلوم للتكنولوجيا، اليمن، المجلد (٨)، العدد (٢٢).
٦٣. نايل، سحر حسنى أحمد السيد (٢٠١٥): دراسة تقويمية لتسويق الخدمات الجامعية في ضوء إدارة الجودة الشاملة بالجامعات المصرية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب، العدد الحادى والستين، الجزء الثانى.
٦٤. نقادى، أحمد بن حامد (٢٠١٤): دور الشراكة الجامعية في بناء اقتصاد المعرفة بالتطبيق على الاقتصاد السعودى، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، المجلد (٣٦)، العدد (١).
٦٥. الهامشية، هند بنت عبدالله بن السيد، والهناى، حارث بن ناصر (٢٠٠٧): البيئة البحثية وأهميتها في زيادة الإنتاجية بمؤسسات التعليم العالى البحث العلمى وعلاقته بالتنمية الاجتماعية، تواصل، اللجنة الوطنية العمانية للتربية والثقافة والعلوم، عمان، العدد (٦).
٦٦. هل، شارلز، وجونز، جاريت (٢٠٠١): الإدارة الاستراتيجية "مدخل متكامل": ترجمة ومراجعة رفاعى، رفاعى محمد، وعبدالمتعال، محمد سيد أحمد، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية.

٦٧. البيوي، عبدالرحمن بن عبيد، و زاهد، عدنان بن حمزة، وحجازي، أحمد أبو سريع، ونحاس، محمود نديم (٢٠١٩): الجامعات العالمية الرائدة في مجال الابتكار، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، جامعة الملك عبدالعزيز- مركز النشر العلمي، جدة، المملكة العربية السعودية.
٦٨. يوسف، داليا طه محمود، ودرباله، رقية عيد محمد (٢٠١٩): الشراكة البحثية بين الجامعات الأجنبية وقطاع الأعمال وإمكانية الإفادة منها في مصر- جامعة المنيا نموذجًا- دراسة مقارنة، مجلة دراسة تربوية واجتماعية، كلية التربية، جامعة حلوان، المجلد (٢٧)، الجزء (٣).
٦٩. يوسف، غادة سعد محمود (٢٠٢٠): نموذج مقترح لجامعة بحثية مصرية على ضوء خبرة بعض الجامعات الأمريكية واليابانية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بنها.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

70. Adeyinka, A. J., Kayode, O. J., Akinmulegun, O. S. (2019): Effect of Capitalizing Human Resource Cost on Corporate Profitability in Ondo State, Nigeria, International Journal of Shari'ah and Corporate Governance Research, Centre for Research on Islamic Banking & Finance and Business, USA, Vol (2), No (1).
71. Belitski, M., Aginkaja, A., Marozau, R.& et al (2019): Commercializing university research in transition economies: Technology Transfer Offices or Direct Industrial Funding?, Research Policy, journal homepage: [www.elsevier.com/locate/respol](http://www.elsevier.com/locate/respol).
72. Brew, A., Boud, D., Namgung, S. U., Lucas, L., Crawford, K. (2015): Research productivity and academics' conceptions of research, Article in Higher Education, publication at:
73. <https://www.researchgate.net/publication/282599881>.
74. Business Higher Education (2021): Guide to Research Partnerships with Canada's Universities, Groupe of Canadian Research Universities.

75. Coburn, C.E., Penuel, W.R., & Geil, K.E. (January 2013). Research-Practice Partnerships: A Strategy for Leveraging Research for Educational Improvement in School Districts. William T. Grant Foundation, New York, NY.
76. Djakona, A., Obushna, N., Iegorov, B., Tkachuk, I., Ostrovska, N., Popova, LM (2021): Development of Competitive Advantages of the National Higher Education System in the Digitalization Conditions, IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL (21), No (10).
77. Houweling, V. (2017): Commercialization of Academic Research, Doctor Degree, University of Siegen, Germany.
78. Jalal, A. (2020): Research Productivity in Higher Education Environment, Journal of Higher Education Service Science and Management. 2020. Volume (3), Issue (1).
79. Lee, S. J. & Ngo, T. H. (2011): Riccardo Viale and Henry Etzkowitz (eds): The Capitalization of Knowledge: A Triple Helix of University-Industry-Government, Springer Science+ Business Media B.V.
80. Lewis, J. M. (2014): Research productivity and research system attitudes, PUBLIC MONEY & MANAGEMEN, at: <https://www.researchgate.net/publication/266082396>.

81. Mainardes, E.W., Ferreira, J.M. and Tontini, G. (2011): Creating a competitive advantage in Higher Education Institutions: proposal and test of a conceptual model, Int. J. Management in Education, Inderscience Enterprises Ltd, Vol (5), Nos (2/3).
82. Maktabi, H, Pazhakh, A. (2010): "Recognition Of Elements In Research Results Commercialization And Prioritizing Them Using Ahp Technique," International Conference on Business and Economic Research (ICBER 2010) Proceeding 2010-064, Conference Master Resources.
83. Middaugh, M. F. (2001): Understanding Faculty Productivity: Standards and Benchmarks for Colleges and Universities, The Jossey- Bass Higher Education and Adult Education Series, Higher Education, U. S, California.
84. Mundy, P. & Hirschbühl, T.: (2013): Research partnerships: the benefits of North–South collaboration, NCCR North-South Centre for Development and Environment (CDE) University of Bern, Hallerstrasse 103012 Bern Switzerland, [www.north-south.unibe.ch](http://www.north-south.unibe.ch)

85. Numans, W., Regenmortel T.V., Schalk, R. (2019): Partnership Research: A Pathway to Realize Multistakeholder Participation, International Journal of Qualitative Methods, Vol (18), DOI: 10.1177/1609406919884149.
86. Ocampo, L, Aro, J. L., Evangelista, S. S., Maturan, F. (2022): Research Productivity for Augmenting the Innovation Potential of Higher Education Institutions: An Interpretive Structural Modeling Approach and MICMAC Analysis, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, J. Open Innov. Technol. Mark. Complex, 8, 148. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030148>.
87. Odei, S. A. (2017): Commercialization of Academic Research: Assessing the Enabling Conditions for German Universities, ECIE 2017 12th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, At Paris.
88. Partnerships, Canada's Universities. Swiss Commission for Research Partnership with Developing Countries (1998): Guidelines for Research in Partnership with Developing Countries, Center of Developing Research, Swiss Tropical Institute, Basel.

89. [https://www.zef.de/fileadmin/webfiles/downloads/conferences/VW\\_WS\\_Swiss\\_Guidelines.pdf](https://www.zef.de/fileadmin/webfiles/downloads/conferences/VW_WS_Swiss_Guidelines.pdf).
90. Srivastava, M., Franklin, A., Martinette, L. (2013): Building a Sustainable Competitive Advantage, Journal of Technology Management & Innovation, Vol (8), Issue (2).
91. Wann, N., Hinz, S., Day, R. (2010): Good Practices in Educational Partnerships Guide UK-Africa Higher & Further Education Partnerships, Trident Printing Ltd [www.tridentprinting.co.uk](http://www.tridentprinting.co.uk), he Africa Unit.