



جامعة المنصورة
كلية التربية



تصور مقترح لتطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء بعض الخبرات العالمية

إعداد

هدير محمد خالد أحمد واكد
معيدة بقسم أصول التربية

إشراف

أ.د/ مجدي صلاح طه المهدي
أستاذ ورئيس قسم أصول التربية
كلية التربية _ جامعة المنصورة

أ.د/ مهني محمد إبراهيم غنايم
أستاذ أصول التربية المتفرغ
كلية التربية _ جامعة المنصورة

مجلة كلية التربية – جامعة المنصورة

العدد ١١٢ – أكتوبر ٢٠٢٠

تصور مقترح لتطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء
بعض الخبرات العالمية

هدير محمد خالد أحمد واكد

معيدة بقسم أصول التربية

ملخص الدراسة

هدف البحث الحالي إلى تقديم تصور مقترح لتطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء بعض الخبرات العالمية. واستخدم البحث لتحقيق هدفه المنهج الوصفي. وتضمن البحث ثلاثة محاور، حيث تناول المحور الأول الإطار الفكري لجامعات الشركات من حيث مفهومها، وفلسفتها، ونشأة وتطورها، وأهميتها، وأهدافها، والمحور الثاني أبرز الخبرات العالمية المتميزة بمجال جامعات الشركات، بينما تناول المحور الثالث التصور مقترحاً متضمناً فلسفته، ومنطلقاته، وأهدافه، ومتطلبات تنفيذه.

الكلمات المفتاحية: جامعات الشركات المصرية، الخبرات العالمية

Abstract

The current research aimed to present a proposed vision for the development of Egyptian corporate universities in light of some international experiences. The research used the descriptive method. The research indicated three points. The first point dealt with the intellectual framework of corporate universities in terms of their concept, philosophy, origin and development, importance, objectives. The second point dealt with the most distinguished international experiences in the field of corporate universities. while the third point dealt with presenting a proposed vision, which included its philosophy, principles, objectives, and the requirements to implement.

Key words: Egyptian corporate universities, International Experiences.

مقدمة

يعد تطوير التعليم بصفة عامة والتعليم الجامعي بصفة خاصة قضية دائمة الحيوية، بل هي نواة كل قضايا المجتمع باعتبارها الركيزة الأساسية لتحقيق التقدم؛ لأنها قضية إعداد الإنسان الذي يعد المحور الأساسي لعملية التنمية بكافة جوانبها الإقتصادية والعلمية والتكنولوجية التي تشهدها الألفية الحالية من تغيرات مستمرة في طبيعة المهن والوظائف لتلبية متطلبات سوق العمل المحلي والعالمية.

ولهذا تمثل الجامعة قمة الهرم التعليمي في المجتمع لما لها من دور بالغ الأهمية في تنمية الثروة الحقيقية للمجتمع من خلال إعداد الطاقات البشرية، وأصبحت تحرص بدورها علي توطيد علاقاتها بمجتمعاتها؛ ليصبح هدفها الأول هو تطوير المجتمع والنهوض به إلي أعلى مستوى من

الكفاءة والفعالية؛ ولذا فهي تعتبر الطاقة الكامنة في المجتمعات القادرة علي إحداث التغيرات الإجتماعية بصورة ملحوظة(العيدروس، ٣١٣، ٢٠١٥).

ولكن واقع التعليم الجامعي في مصر يشير إلى العديد من التحديات التي تضعف من علاقة التعاون بينه وبين سوق العمل، والتي من بينها:

١. معاناة الجامعات المصرية من حالة انفصال كبيرة بينها وبين القطاعات التنموية والمجالات التطبيقية (الريدي، ٢٠٠٩، ٣٠٥)، الأمر الذي جعلها لا تليق بالشكل الكافي لتكون بيوتاً للخبرة تستعين بها المؤسسات الخدمية والصناعية (الحسانين، ٢٠٠٩، ٩٣).

٢. التزايد المستمر في نسبة البطالة بين خريجي الجامعات والمعاهد العليا نتيجة لانخفاض مستواهم المعرفي والمهني، وقلة ملاءمة إمكانياتهم للخصائص التي يتطلبها سوق العمل، وبالتالي فإن تلك المهارات لا تؤهلهم للانخراط فيه، ولا من تحقيق معدلات مرتفعة من الإنتاجية، الأمر الذي أدى إلى عدم تمكين قطاعات العمل والإنتاج المصرية من تحقيق التنافسية والريادة (البهنساوي، ٢٠١٨، ٣٥).

٣. قصور في تأثير الجامعة عن حركة التغيير الاجتماعي، فلقد حصرت الجامعة نفسها في وظيفة واحدة، وهي وظيفة التدريس وكانت نتيجة ذلك تهمش الجامعة اجتماعياً وظهور الإبداع العلمي والتكنولوجي من خارجها(محمود، ٢٥، ٢٠٠٤).

٤. ضعف قدرة الجامعة على توجيه النشاط داخل مجالات العمل والإنتاج مكثفية بتخريج آلاف الخريجين فقط دون مراعاة للاحتياجات الفعلية التي يتطلبها سوق العمل(سالم، ٢٠١٣، ٣٩)، واحتدام المنافسة بينهما، الأمر الذي تمثل في اتجاه رجال الأعمال إلى مؤسسات تلبى احتياجاتهم على النحو الأمثل خاصة وأن معظم الكليات والجامعات تسير بخطوات بطيئة نحو التغيير(راولي وشيرمان، ٢٠٠٦، ٤٩).

فلقد كان لجميع تلك التحديات دورها البارز في ضرورة تحقيق التعاون بين الجامعة وسوق العمل؛ فمثل هذه الشراكة هو السبيل الأمثل لتحقيق التفاعل والاتصال بينهما؛ فلقد توصلت دراسة الشثري(٢٠١٤)، دراسة داميا وآخرين(Damia et al, 2014)، ودراسة القطب(٢٠١٨) إلى أن الشراكة تمكن الجامعات من زيادة قدرتها التنافسية، وتحسين العملية التعليمية، وتنمية مهارات وقدرات الخريجين، بالإضافة إلى ضمان توافر التمويل المستمر، وتعزيز تدفق المعرفة من الجامعة للشركات، واستدامة الشراكات بين الجامعات وأصحاب الأعمال، وسوف يتحقق ذلك بوجود مؤسسة تعليمية ذات طابع خاص لديها من الكفاءة والفعالية ما يؤهلها للعمل على تحسين وزيادة قيمة رأس

المال البشري، وتوفير ميزة تنافسية مستدامة لمؤسساتها، ويتم عن طريقها تحديد المعرفة المرتبطة بصورة مباشرة وذات صلة باحتياجات ومتطلبات سوق العمل وتوصيلها للعاملين، وزيادة نسبة الاتصالات الداخلية، فكان توجه الكثير من دول العالم المتقدم والنامي استحداث أنماط جديدة للتعليم الجامعي سُمي "بجامعات الشركات" (CU) (Corporate Universities).

وتعد جامعات الشركات أهم أنماط جامعات الشراكة الربحية، كما وأنها أحد أنماط التعليم الجامعي الحديث والمعاصر الذي لا تنحصر فيه مسؤولية التعليم إلي الأوساط الأكاديمية فقط، بل تنتقل إلى قطاع الأعمال تحقيقًا للمشاركة بينهما، وأن أهم ما يميز هذا النمط الحديث عن غيره التقليدي هو مواكبته لاحتياجات سوق العمل (Gould, 2005, 519)، إضافة إلى كونه يقلل من العبء الملقى على الدولة في تمويل التعليم؛ لذلك فإن الواقع الحالي يتطلب ضرورة البحث عن مصادر تمويل غير تقليدية للجامعات (سيد، ٢٠١٦، ٢٠١٦)؛ ولذا أكدت دراسة القحطاني (٢٠٠٥) وصالح (٢٠٠٦)، وعلى أن الشراكة بين الجامعات وبين مؤسسات الأعمال والإنتاج أحد الوسائل الهامة لزيادة موارد الجامعة المالية.

وهذا النهج تركز عليه جامعات عديدة على مستوى العالم، ومنها جامعات الشركات المعروفة بالولايات المتحدة الأمريكية التي انتشرت في الآونة الأخيرة كجامعة هامبورغ Hamburger University والتي ترعاها شركة ماكدونالدز McDonald's Corporation في شيكاغو، وجامعات كيترنج Kettering وجامعة موتورولا Motorola التابعة لشركة موتورولا، وجامعة ديزني Disney التابعة لشركة Disney (سالم، ٢٠١٣، ٦).

كما أن التعليم بألمانيا يجمع بين التعلم في المدرسة والتعلم في سوق العمل في كثير من جوانبه، فإن ذلك يؤكد على التعاون بين تلك المؤسسات التعليمية ومراكز التعليم التابعة للشركات التي تقدم عروضًا من أجل التكيف مع الظروف التقنية والإدارة المستمرة التي يتطلبها سوق العمل؛ لذلك تُعد جامعات الشركات الألمانية من أهم النماذج الناجحة التي تتبنى ذلك النمط من التعليم، فهي من الدول المتقدمة المصدرة أيضًا للصناعات الثقيلة والتي منها صناعة السيارات (المهدي، ٢٠١٧، ١٨١).

وسوق العمل المصري ليس بمعزل عن ما يحدث في السوق العالمي الذي يتميز بطفرة هائلة ودينامية شديدة التغير في مختلف التخصصات، وفي نوع المعرفة والخبرة المطلوبة في سوق العمل، وكل ذلك نتيجة للتطور المذهل في عالم المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يمكن القول بأن ٦٠% من تلك المهارات المتواجدة بالسوق اليوم لم تكن معلومة لوقت قريب، وقد

أدى ذلك إلى اختفاء واندثار عديد من المهن والتخصصات لصالح مهارات وتخصصات مستجدة في الوقت الحالي، الأمر الذي أدى إلى تقلص احتمالات التوظيف الدائم ومنه إلى ضرورة التعلم المستمر مدى الحياة؛ ولذا فليس من الغريب أن تتفق معظم مؤسسات الدول الصناعية الكبرى أكثر من ١٥% لصالح التعليم والتدريب المستمر لموظفيها؛ فالجيل الصاعد سيتعرض لتبديل وظيفته بمعدل ٦:٤ مرات طيلة حياته المهنية (زايد، ٢٠٢٠، ١٣٠)، حيث أكدت دراسة فيرنانديز (Fernandez, 2014) بأن نموذج جامعات الشركات هو نموذج مرن متكيف مع مختلف أنماط العمل بالسوق.

وفي هذا الإطار، تبنت مصر نموذج جامعات الشركات، فعلى سبيل المثال المعهد المصرفي المصري الذي تم تأسيسه بواسطة البنك المركزي عام ١٩٩١ (المعهد المصرفي المصري، ٢٠١٥، ٤)، وأكاديمية أخبار اليوم التي تم إنشاؤها بقرار من وزارة التعليم العالي رقم (٥٣٠) بتاريخ ١٩٩٩/٥ لتكون مركزًا للتعليم والتدريب في مختلف مجالات العلوم الإنسانية والطبيعية والهندسية والتطبيقية بمصر والعالم العربي (أكاديمية أخبار اليوم، ٢٠١٥، ٤).

وقد قامت مجموعة سيكم SEKEM للاستدامة وتنمية المجتمع في عام ٢٠٠٩ بإنشاء جامعة هليوبوليس، والتي تعد أول جامعة للتنمية المستدامة في مصر بعد صدور قرار رئيس الجمهورية رقم (٢٩٨) لسنة ٢٠٠٩ بشأن إنشاء جامعة خاصة باسم "جامعة هليوبوليس" وفق شعار متجدد يجمع بين التدريس والتعلم والبحث والممارسة (Heliopolis University, 2016, 4).

وجامعة الأهرام الكندية (ACU) التي تم تأسيسها وفقًا للقرار الجمهوري رقم (٣٩٣) لسنة ٢٠٠٤ متبعةً بذلك أفضل الطرق والأساليب والمعايير الدولية عن طريف الاستعانة بخبرات الجامعات الكندية المتميزة التي تعمل على التأهيل الجيد لطلابها وذلك من أجل الحصول على فرص عمل أفضل في سوق العمل، والتأكيد على الدور المطلوب الذي تقوم به من خدمة المجتمع وتنمية البيئة (جورج، ٢٠٠٩، ٤٢).

مشكلة البحث

على الرغم من كافة الجهود المستمرة التي تقوم بها الحكومة المصرية، والاهتمام بالتعليم وجعله أولوية قومية، إلا أن عملية الدمج بين التعليم والتدريب مازالت تعاني من انخفاض الجودة، والمركزية الشديدة، وعدم كفاية التمويل، وغياب التنسيق بين المؤسسات المجتمعية، بالإضافة إلى ضعف موازنة مخرجات التعليم الجامعي مع المتطلبات والاحتياجات الفعلية لسوق

العمل(سالم، ٢٠١٣، ٢٨١) بالإضافة إلى عدم وضوح استراتيجية تحدد ملامح ومعالم هذا الدور وطبيعة الحوافز التي تمنحها الحكومة، وكذلك الأطر المؤسسية والقوانين الحاكمة للتعليم الجامعي الخاص(مجلس الوزراء، ٢٠٠٥، ٧).

فلقد أثبتت العديد من الدراسات كدراسة الحربي (٢٠٠٩) وسالم(٢٠١٣) إلى أن الأزمة التي تمر بها الكثير من الجامعات ناتجة عن ضعف العلاقة بين مؤسسات التعليم الجامعي وعمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، أو تجاهلها بالرغم من أهميتها، بالإضافة إلى أنها تقوم بتقديم برامج أكاديمية تقليدية يمتلئ بها سوق العمل بخريجها شأنها بذلك شأن برامج الجامعات التقليدية وكذلك دراسة زيتون(٢٠١٢) على عدم قدرة مؤسسات التعليم الجامعي على زيادة الطلب الاجتماعي على التعليم العالي بصورة جيدة؛ مما أحدث تكديسًا طلابيًا في ظل غياب الارتباط بسوق العمل.

كما أوصت دراسة يونس(٢٠٠٢) ودراسة زايد (٢٠٢٠) على ضرورة الإسهام في زيادة فاعلية الجامعة في تحقيق الملاءمة بين الخريجين وسوق العمل من خلال ربط تطوير المناهج التعليمية بسوق العمل، وضرورة الربط بين خطط التعليم وخطط التنمية؛ ودراسة العزب ومرسي (٢٠٠١) ودراسة سيد(٢٠١٦) على ضرورة الاهتمام بالتوازن بين عدد الخريجين وسوق العمل وتحقيق التوازن في الإنجاز العلمي بين مختلف التخصصات الأكاديمية.

وبناء على ذلك، فلقد توصلت دراسة ريان وآخرين (Ryan et al, 2015) ودراسة إلياس (Ilyas, 2017) إلى أن نموذج جامعة الشركة يتم من خلال دعم البيئة الجامعية لمؤسسات التعليم الجامعي، وأن هذا النموذج مسؤول عن إدارة المعرفة في البيئتين الداخلية والخارجية كحل مضمون لمشكلة البطالة الكلية والجزئية، كما أنه تركز على إحداث المواءمة بين الشركات والأهداف الاستراتيجية للمنظمة التي تنشؤها آخذةً التدريب والتطوير لكافة المستويات الوظيفية والقيادية بعين الاعتبار محولةً بذلك الشركة إلى مركز للتعليم؛ ولهذا أوصت دراسة الدياسطي (٢٠١٧) على ضرورة عقد دراسة مقارنة بين الجامعات التقليدية، والمنتجة، وجامعات الشركات، والجامعات الاستثمارية، ودراسة وزير(٢٠١٩) التي أوصت بضرورة تبني نموذج جامعات الشركات كإحدى الصيغ الحديثة في التعليم الجامعي.

مما سبق يمكن القول بأن جامعات الشركات هي نموذج حديث من نماذج التعليم الجامعي يعمل على إمداده بالكوادر المؤهلة والمدربة، ويقدم تخصصات تخدم سوق العمل وتحقق التنمية

المجتمعية في كافة المجالات ويؤكد في الوقت ذاته على التنمية المستدامة والتعلم مدى الحياة، وهذا النمط هو "جامعات الشركات" موضوع الدراسة الحالية.

وبناءً على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما معالم التصور المقترح لتطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء بعض الخبرات العالمية؟.

وفي سبيل الإجابة على هذا التساؤل الرئيس تسعى الدراسة الحالية للإجابة علي التساؤلات الفرعية التالية:

١- ما الإطار الفكري لجامعات الشركات؟

٢- ما أهم الخبرات العالمية في مجال جامعات الشركات ؟

٣- ما أهم المتطلبات اللازمة لتطوير جامعات الشركات المصرية ؟

أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيس للبحث في تقديم تصور مقترح من أجل الارتقاء بجامعات الشركات المصرية في ضوء بعض الخبرات العالمية، وذلك من خلال:

١. عرض الإطار الفكري لجامعات الشركات.

٢. إلقاء الضوء على أهم الخبرات العالمية في مجال جامعات الشركات.

٣. تحديد أهم المتطلبات اللازمة لتطوير جامعات الشركات المصرية.

أهمية البحث

١- يستمد هذا البحث أهميته من أهمية موضوعه والذي سيتناول إبراز الإطار الفكري لجامعات الشركات دورها في تحقيق متطلبات سوق العمل، وذلك من خلال الاستفادة من بعض الخبرات العالمية في ذلك المجال.

٢- إلقاء الضوء على نمط جديد من أنماط التعليم الجامعي يهدف إلى تلبية متطلبات المؤسسات المختلفة من خريجين لديهم مهارات تمكنهم من الالتحاق بسوق العمل.

٣- محاولة تقديم عدد من الحلول العلمية لمشكلة خريجي الجامعات المصرية القابلة للتطبيق علي أرض الواقع من خلال الاطلاع على النماذج العالمية المناسبة والملائمة لظروف المجتمع المصري.

٤- يقدم البحث للمهتمين الاطلاع على خبرات الدول المتقدمة في مجال التعليم الجامعي بصفة عامة، وجامعات الشركات بصفة خاصة.

منهج البحث

في ضوء طبيعة البحث وأهدافه، استخدم البحث الحالي المنهج الوصفي الذي يعد أنسب المناهج المستخدمة لهذا البحث من أجل استقراء الأدبيات والدراسات السابقة وما توصلت إليها من نتائج لتحقيق هدف البحث.
حدود البحث

تمثلت حدود البحث في الدول المختارة (الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا) نظرًا لوجود جامعات الشركات بها بالصورة التي تؤدي الغرض المستهدف من البحث، وهو تطوير جامعات الشركات في مصر لتحقيق لون من التوازن بين الخريج المصري ومستقبله العملي، كما أن اختيار هذه الدول جاء ممثلًا لتصنيفات الدول من حيث التقدم الذي تشهده الحضارة المعاصرة مؤكدًا بذلك على التقدم الذي تحدته هذه الدول بجامعاتها التي تحتل مراكز متقدمة في التصنيفات العالمية.
مصطلحات البحث

- جامعات الشركات (CUs) (Corporate Universities)

وتعرف الدراسة الحالية جامعات الشركات بأنها مؤسسة تعليمية قد تُنشأ الشركة أو المؤسسة الإنتاجية بمفردها، أو من خلال الشراكة بينها وبين جهات أخرى وقد تقع داخل الشركة أو خارجها؛ من أجل تحقيق التوازن بين خريجها وسوق العمل استجابة لمتطلبات التنمية من ناحية، والإبقاء عليها في دائرة التنافسية من ناحية ثانية.
الدراسات السابقة
أولاً: الدراسات العربية

١) دراسة ناس (٢٠٠٩) بعنوان "الشراكة بين التعليم والتدريب وسوق العمل: دراسة للواقع المصري في ضوء الخبرة الكورية". هدفت الدراسة التعرف على الواقع الفعلي لسوق العمل المصري، والتعرف على طبيعة الشراكة بين التعليم والتدريب وسوق العمل في مصر، وتقديم بعض المقترحات التي تسهم في تفعيل الشراكة بين التعليم والتدريب وسوق العمل لخدمة متطلبات التنمية بالمجتمع المصري، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة ربط المدرسة الثانوية الفنية بالشركات الإنتاجية العاملة التابعة لكل إقليم على حدة تبعًا لنوع النشاط السائد، والتأكيد على أهمية إشراك القطاع الخاص في توفير الدعم المطلوب في زيادة فعالية هذه الشراكة.

٢) دراسة حشمت (٢٠١١) بعنوان "الخصخصة في التعليم الجامعي ومتطلبات سوق العمل". هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين مخرجات الجامعات الخاصة وسوق العمل في مصر، وذلك من خلال مقارنة مخرجات الجامعات الحكومية، واستخدمت

الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى بُعد الربط بين مخرجات التعليم الجامعي واحتياجات المجتمع بقطاعاته الخاصة والعامة، وأن أسباب ضعف ذلك الربط تعود إلى عدم توافر معلومات دقيقة عن الاحتياجات الفعلية لسوق العمل وسرعة تغير تلك الاحتياجات، وبطء استجابة مؤسسات التعليم الجامعي لهذا التغير.

٣) دراسة سالم (٢٠١٣ أ) بعنوان : "جامعات الشراكة الربحية: دراسة مقارنة لبعض الخبرات الأجنبية و إمكانية الاستفادة منها في جمهورية مصر العربية". هدفت الدراسة إلى وضع مخطط مقترح لجامعة شركة مصرية في ضوء الخبرات الأجنبية المختارة، والوقوف على الواقع الراهن للجهود المصرية في مجال ربط التعليم العالي والجامعي بسوق العمل، وخبرات جامعات الشركات الأجنبية، واستخدمت الدراسة مدخل المشكلة Problem Approach لبراين هولمز، وتوصلت الدراسة إلى وضع مخطط مقترح لجامعة شركة مصرية .

٤) دراسة سالم (٢٠١٣ ب) بعنوان : "جامعات الشركات وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين: دراسة مقارنة بين جامعتي كيترنج وبتروبراس وإمكانية الاستفادة منها في مصر". هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسس النظرية لجامعات الشركات ودورها في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية، والوقوف على خبرتي الولايات المتحدة(جامعة كيترنج)، والبرازيل (جامعة بتروبراس)، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى العديد من الدروس المستفادة التي يمكن من خلالها البدء في إنشاء جامعة شركة مصرية يمكن أن تساعد في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية التي ينشدها المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير.

٥) دراسة علوان (٢٠١٦) بعنوان: " جامعات الشركات وتلبية متطلبات سوق العمل في كل من الهند وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في مصر". هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتفعيل العلاقة بين الجامعات المصرية وسوق العمل، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى وضع تصور مقترح يمكن في ضوئه تفعيل العلاقة بين الجامعات المصرية وسوق العمل.

٦) دراسة عبد الله (٢٠١٩) بعنوان " دور التعليم الجامعي في تلبية متطلبات اقتصاد المعرفة" الواقع والمأمول" " دراسة ميدانية على جامعة الزقازيق". هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح من أجل تفعيل دور التعليم الجامعي في تلبية متطلبات اقتصاد المعرفة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة ضرورة تفعيل دور التعليم الجامعي في تلبية

متطلبات اقتصاد المعرفة، وضرورة تطوير الأسس الاقتصادية والاجتماعية، والاستثمار في رأس المال البشري، الدمج بين التعليم والتدريب بصورة تضمن للعاملين مواكبة التطورات بميادين المعرفة، والتعاون مع بيئة الأعمال والشركات، ومراعاة المناهج الجامعية لمتطلبات المجتمع المحلي وسوق العمل الحالي، وربط الأنشطة الطلابية بقضايا المجتمع ومشكلاته.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

(١) دراسة (Winter et al,2006) بعنوان : "الشراكة بين الجامعة والمجتمع في استراليا: الممارسة، والسياسة، والصالح العام". هدفت الدراسة إلى معرفة واقع جامعات الشركات في استراليا، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن ظهور حركة الشراكة علي ساحة التعليم العالي في استراليا قد ألفت بمسؤولية إضافية علي الجامعات الأسترالية، منها العمل كمراكز لدعم وتنمية قيم المواطنة لدى أبناء المجتمع الاسترالي، ولكي تحقق الجامعة ذلك الدور عليها أن تسهم بفاعلية في تطوير البنية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع، وأن تحقق ذلك سوف يؤدي إلى توسيع نطاق الخدمات التي تقدمها الجامعة من مجرد خدمات محدودة إلى شراكة شاملة تقود المجتمع للنمو والتطور وذلك هو الهدف من تلك الشراكة.

(٢) دراسة (Andreson &Lichtenberger,2007) بعنوان: "واقع جامعات الشركات في ألمانيا". هدفت الدراسة إلى عرض لمحة عامة عن جامعات الشركات في ألمانيا مقارنة بالجامعات الموجودة بالولايات المتحدة الأمريكية، وعرض مخطط التنمية في ألمانيا خلال ال ١٥ سنة الماضية، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى بعض الفروق بين واقع الجامعتين، والتي تعلقت بالمستوى التعليمي، والفئات المستهدفة، والتوجهات الاستراتيجية، والشراكات، والتحالفات مع المجتمع الخارجي، وأخيراً أن التوجه الاستراتيجي في ألمانيا هو الأقوى في جامعات الشركات في ألمانيا، ووضع نموذج مقترح، وهو عبارة عن تحالف تعليمي كحل ممكن تطبيقه لبعض التحديات الكبرى التي تواجه جامعات الشركات في ألمانيا.

(٣) دراسة (Allen, 2010) بعنوان: "جامعات الشركات عام 2010 العولمة، والتطور العظيم".هدفت هذه الدراسة إلى فحص الوضع الحالي لجامعات الشركات بجميع أنحاء العالم، إضافة إلى استكشاف موضوعات عالمية حديثة كالعولمة واستخدام التكنولوجيا وتقييم تلك الجامعات، واستخدامها لتوفير النفوذ الاستراتيجي من خلال مراجعة الأدبيات ومتابعة

البحوث الأولية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى وضع إطار مستقبلي لأهم الاتجاهات التي سوف تشكل مستقبل جامعات الشركات.

٤) دراسة (Schmitt,2012) بعنوان: "جامعات الشركات منظور تاريخي تحليل ومقارنة بين نماذج متطورة في أدبيات البحث و الممارسة ". هدفت الدراسة إلى التعرف على بداية وتاريخ تعليم القوى العاملة، عرض نماذج لجامعات الشركات متطورة من الأدبيات والدراسات السابقة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتوصلت الدراسة إلى ظهور جامعات الشركات المتطورة التي ازدهرت في نهاية القرن العشرين ويرجع هذا إلى ما يُسمى (بالاقتصاد العالمي) وانتشار التكنولوجيا والتقنيات المتطورة، وبروز أزمة في بعض المواهب والمهارات والقدرات التي فرضتها طبيعة العصر، واختتمت الدراسة بتقييم التطور الحادث لجامعات الشركات .

٥) دراسة (Vakhitova & Coupe, 2014) بعنوان: " العلاقة بين التعليم والفرص المتاحة بسوق العمل دراسة حالة بأوكرانيا". هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التعليم في أوكرانيا ودوره في توفير أفضل الفرص للعاملين بالسوق، وإبراز مدى مساهمة التعليم في تحسين مهارات العاملين في أماكن عملهم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن التعليم أداة قوية لإعداد العاملين وفقاً لمتطلبات سوق العمل المتسارعة والمتغيرة باستمرار، وضرورة عقد دورات تدريبية لهم أثناء عملهم لزيادة إنتاجيتهم، وتدعيم مبدأ التعليم مدى الحياة تحقيقاً للاستدامة وزيادة قدرة المؤسسة على المنافسة محلياً ودولياً، هذا إلى جانب مدى مساهمة التعليم الأكاديمي والمهني في الحصول على أفضل الفرص المتوفرة بسوق العمل.

٦) دراسة (Patrucco et al,2017) بعنوان: "التخطيط لإنشاء جامعات الشركات وفق مدخل أصحاب المصلحة". هدفت الدراسة إلى التعرف على عملية التخطيط لإنشاء جامعات الشركات فيما يخص استراتيجية الشركة خاصة وأن تصميم وتطوير ذلك النمط نادر في نوعه، حيث أن كل خطوة تتطلب أدواراً، وطرقاً، واستراتيجيات محددة، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى أن عملية تصميم وإنشاء جامعات الشركات يتم تقسيمها إلى خطوتين؛ الأولى هي التطوير والإدارة، والثانية هي المرونة وإمكانية إعادة التدوير .

بقراءة الدراسات السابقة يتضح مايلي:

-
١. إن الدراسات التي تم طرحها سابقاً تؤكد على ضرورة تبني نموذج جامعات الشركات كحل لتطوير العلاقة بين الجامعات المصرية وسوق العمل، أو على الأقل تحقيق مدى ملاءمة خريجي الجامعة مع المؤسسات الإنتاجية التي سوف يعملون بها.
٢. إن الدراسات أكدت على أن جامعات الشركات تأخذ في التزايد المستمر، حتى أصبحت تنافس الجامعات التقليدية؛ وذلك نظراً لما تحققه من فوائد عديدة للمؤسسات الإنتاجية، وكذلك الأفراد الذين يلتحقون بتلك الجامعات، كما وتعدى كونها مجرد نمط جديد من أنماط التعليم الجامعي، باعتبارها أداة من أدوات المعرفة.
٣. يتشابه البحث الحالي مع دراسة (Winter et al, 2006) ، (Allen, 2010) ، (Schmitt, 2012)، وناس(٢٠٠٩)، وحشمت(٢٠١١)، وعبد الله (٢٠١٩) في استخدام المنهج الوصفي.
٤. يختلف البحث الحالي مع الدراسات السابقة في الهدف العام؛ حيث يهدف البحث الحالي إلى تطوير جامعات الشركات المصرية، بينما معظم الدراسات السابقة تهدف إلى دراسة نشأة وتطور جامعات الشركات بصفة عامة.
- ثانياً: الإطار النظري للبحث
- يتناول الإطار النظري للبحث المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار الفكري لجامعات الشركات

(١) مفهوم جامعات الشركات

إن محاولة الوصول إلى تعريف محدد لجامعات الشركات Corporate Universities (CUs) هو أمر في غاية الصعوبة؛ نظراً لجدّة المفهوم ووجود عديد من الأشكال والأنماط لمفهوم الجامعة؛ فلا يوجد تعريف موحد لها، ولكن مهما اختلفت تلك التعريفات فهي في النهاية تنظر إلى جامعة الشركة بأنها وسيلة المؤسسة الأم في تحسين قدرات الموارد البشرية المتواجدة بها.

إن أول من عرف مصطلح جامعات الشركات هو تعريف ميستر (Meister, 1998) (4) بأنها "المظلة الاستراتيجية التي تهدف إلى تعليم وتطوير وتثقيف العاملين والعملاء والموردين من أجل تحقيق أهداف واستراتيجيات للمنظمة الراعية لتلك الجامعة استجابة لمتطلبات سوق العمل".

وكما عرفها مارك ألين (3, 2002, Mark Allen) أحد رواد جامعات الشركات بأنها "هي كيان تعليمي، وهذا الكيان هو أداة استراتيجية صُممت لمساعدة الشركة الأم في تحقيق رسالتها عن طريق اتباع العديد من الأنشطة التي تجمع بين التعلم الفردي والتنظيمي، والمعرفة، والحكمة، والتحول إلى المنظمة المتعلمة"، ويعد هذا التعريف من أهم المداخل الشاملة لمفهوم جامعة الشركة؛ لأنه تضمن المفاتيح الثلاثة لأوجه التنمية والتطوير وهي، **التعلم** وهو يشير إلى التغيرات في سلوك الأفراد وكذلك المنظمة ككل، و**المعرفة** تشير إلى الحقائق، والاجراءات، والمهارات الخاصة التي يمتلكها الأفراد أو المنظمات، و**الحكمة** تشير إلى القدرة على تطبيق المعرفة بفاعلية تجاه أهداف المنظمة (Rothwell,2012,144).

ووفقاً لتعريف إلياس (85, 2017, Ilyas) فإنها نموذج حديث يُستخدم في تلبية الاحتياجات التدريبية التي يتطلبها سوق العمل، وهذا النموذج يضيف قيمة العائد والربح للمنظمة بالإضافة إلى تقليل التكلفة، وتنمية الموظفين وإكسابهم كل جديد من مهارات العمل للتكيف مع متغيرات العصر، الأمر الذي يتطلب المزيد من برامج التمكين الإداري ومفاهيم وأساليب الإدارة القائمة على الثقة، وإيجاد الارتباط القوي بين رسالة وقيم المؤسسة من جهة، والقيم الشخصية للعاملين بها من جهة أخرى.

وهذه الجامعات لها عدة أنماط عديدة، ووفقاً لباتون وآخرون (14- 2005, Paton et al) (15) أنه يتم تصنيفها كالآتي:

١. جامعات التدريب التقليدية The Classic Training School

٢. جامعات التدريب القائمة على استخدام الحاسب الآلي Computer- Based Training (CBT)

٣. خبرة شاتو Chateau أو المنزل الريفي Country house

٤. المجتمعات الشبكية Networked Communities

(٢) فلسفة جامعات الشركات

تتضح فلسفة جامعات الشركات من عدة أبعاد أولها فلسفة الاستثمار، حيث شهد التطور والتحول في إدارة الموارد البشرية في بداية التسعينات مرحلة جديدة من التغير باعتبارها مدخلاً استراتيجياً للمؤسسات الحديثة والمعاصرة، حيث إدراك قيمة العمل الإنساني المتمثل بصفة رئيسية في استثمار الطاقات الإبداعية للعاملين بالمؤسسة، وتنمية العلاقات الوظيفية القائمة على الولاء للمؤسسة، و الدليل على ذلك ما توصلت إليه دراسة خليل (٢٠١٨) بأن العديد من المؤسسات

التعليمية ومنها جامعات الشركات يمكنها الوصول للتنافسية بعدة طرق منها الاستثمار في الموارد، والتخطيط الاستراتيجي، والتنمية المهنية المستدامة للموارد البشرية من حيث الهيئة التدريسية، والقدرة على الاستجابة للمتغيرات، والابتكار التنظيمي والإداري، استخدام التكنولوجيا.

كما وتعكس هذه الشركات فلسفة التعليم المستمر، فلقد أكدت دراسة نيكسون وهلمز (Nixon and Helms, 2002) بأن الهدف الرئيس لجامعات الشركات هو إيضاح قيمة التعلم المتواصل والمستمع للموظفين ومساعدتهم لإيجاد المدخل المناسب لهذا التعلم. وأن هذا التعلم يهدف بشكل أساسي لنقل المعرفة اللازمة لتحفيز ودعم وتطوير نموذج الأعمال لتلبية متطلبات سوق العمل الحالي.

ليس هذا فحسب، بل إن جامعات الشركات تقوم على فلسفة الشراكة فهناك العديد من الركائز التي تقوم عليها فلسفة جامعات الشركات ومن أهمها تبني فكرة الشراكة بين الجامعات التقليدية والمؤسسات الإنتاجية والصناعية ومنظمات الأعمال الكبرى أوردتها (الدهشان ولاشين، ٢٠١٧، ١٨٨) كالتالي:

١. إنشاء مشروعات إنتاجية مشتركة يُخصص عائدها لزيادة الموارد المالية للجامعات.
٢. تفعيل الاتصال مع المؤسسات الإنتاجية الشريكة، ورفع المشكلات التي تواجهها إلى الجامعات من أجل إجراء دراسات وبحوث تعالج تلك المشكلات.
٣. تطبيق نظام التعليم التعاوني، وهو تعليم يتم من خلال مؤسستين الأولى تعليمية، والثانية مؤسسة إنتاجية أو منشأة صناعية كبرى من خلال فتح معاملها للطلاب للتدريب بها.
٤. قيام الجامعات بعقد دورات تدريبية للعاملين بالشركات مقابل رسوم مالية يخصص عائدها للجامعات.
٥. تشجيع المصانع والشركات على إنشاء جامعات أو معاهد تعليمية لتدريب وتعليم منتسبيها لدعم التنمية المهنية لموظفيها والعاملين بها.

نشأة وتطور جامعات الشركات يمكن تتبع جذور الحركة المعاصرة لجامعة الشركة Corporate University من خلال تتبع وضع المنظمات الصناعية الأمريكية. فقد كان هناك قلق متزايد من جانب مديري الشركات الصناعية فيما يتعلق بالنظام التعليمي القائم آنذاك، وكيف أنه لم يتم بتوفير النوع الجيد من الأفراد المناسبين الذين يمتلكون المعارف والمهارات والخبرات اللازمة للعمل في شركاتهم التي تتوسع بصورة هائلة، بالإضافة إلى قصر عمر خبرة العامل نتيجة للتطور السريع في سوق العمل، وعجز الجامعات التقليدية وعدم قدرتها على إعادة التعلم السريع للقوى

العاملة في الشركات استجابة لمتطلبات التنمية الاقتصادية والوفاء بمتطلبات المعرفة والمهارة الجديدة، وبالتالي ظهرت الحاجة لدى العديد من الشركات إلى ربط استراتيجياتها في التعليم والتدريب والتنمية باستراتيجية العمل الخاصة بها (Paton et al,2005,4).

وقامت الشركات بعد ذلك بإنشاء برامج خاصة لنفسها. وكانت تلك البرامج تركز على التدريب الإداري والتنمية الأكاديمية والمهنية والتخصصية لموظفيها وعامليها وذلك من خلال عقد دورات تدريبية لتطوير قدراتهم التنظيمية، ولكن مع ظهور ضغوط وتحديات جديدة لقوى بشرية مؤهلة ومدربة، ولكن مع زيادة النمو والتعقيد ظهرت محاولات جادة من قبل تلك الشركات بإنشاء جامعات بهدف إدارة وتنظيم وتعليم أفرادها وفاءً بمتطلبات واحتياجات سوق العمل المتجددة (Allen,2010,48-49).

وفي هذا الصدد، قد تم إنشاء الجامعات والكليات، حيث بدأ أصحاب الشركات ورجال الأعمال يطالبون بضرورة الانضباط تجاه تلك المؤسسات، وعلى سبيل المثال بدأت فرنسا في عام 1819 بإنشاء كلية إدارة الأعمال في باريس ESCP، كما تم إنشاء كليات لإدارة الأعمال في وارتنون عام 1881، كما قامت جامعة هارفارد بعمل برنامجًا للماجستير في إدارة الأعمال (MBA) عام 1908، ولكن بعد ذلك وُجد أن تلك الجهود وحدها لا تلبى احتياجات الشركات ومتطلبات سوق العمل في ذلك الوقت، وخاصة في مجالات الخبرة الإدارية في الوقت الذي ظهرت فيه الشركات المتعددة الجنسيات والعبارة للقارات. (McAtter & Pino, 2011, 4-5)

وبحلول منتصف القرن العشرين، بدأ مديرو الشركات الكبيرة (مثل ديزني Disney، وماكدونالدز McDonald's وموتورولا Motorola) مرة أخرى يجدون أن الموظفين المعينين من قبل نظام التعليم الحكومي يفتقرون إلى الصفات المطلوبة للعمل بشركاتهم، ومن ثم ظهرت الحاجة إلى توفير العمالة الماهرة للعمل في هذه الشركات وتحقيق التنمية والتدريب النوعي اللازم في هذه الشركات (Paton et al,2005,4)، والعديد من جامعات الشركات عرفت بأنها مراكز تدريب وتنمية احترافية، فعلى سبيل المثال جامعة ديزني التي أنشأتها شركة والت ديزني، وجامعة موتورولا التي أنشأتها شركة موتورولا هما أفضل دليل على نجاح نموذج جامعة الشركة، حيث أصبحت هذه الجامعات أهم رموز التميز في مجال التنمية والتدريب، وفي كثير من الأحيان يمكن الفصل بين صور تلك الجامعات عن صور شركاتها الراحية. وقد وُجد أن الشركات التي لديها جامعات تتفق 2,5% من أرباحها على التعليم أي ما يعادل ضعف المتوسط القومي (Rothwell,2012,145)

ومن ثم أخذت الشركات على عاتقها مسؤولية تعليم العاملين وإدارة أصولها المعرفية، وأوجدت لنفسها نموذجًا تعليميًا يقوم على وضع المناهج المأخوذة من السوق، وأن الطلاب هم الموظفون الحاليون والمحتملون، ووفقاً لهذا النموذج فإن تعليم الموظف يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأهداف العمل واستراتيجية الشركة، وعن طريق نموذج جامعة الشركة تستطيع الشركات من خلال هذه الجامعات القيام بعمليات التعليم والتدريب والبحث والتطوير التي تحتاج إليها بدلاً من إرسال عاملها وموظفيها إلى الجامعات التقليدية، وتحمل العديد من التكاليف والنفقات، والعائد في النهاية يكون أقل بكثير مما هو متوقع، وكان أول ظهور لجامعات الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية منذ عقدين تقريباً (Gould, 2005,508).

وتوالى بعد ذلك انتشار جامعات الشركات في جميع أنحاء العالم، فأوروبا أصبح لديها العديد من جامعات الشركات، والتي يطلق عليها "أكاديميات" أو "معاهد" منذ أكثر من عقد من الزمان، وكان هناك أعداد متزايدة منها في الصين، وفي بلدان آسيوية أخرى، وأستراليا، وأمريكا الجنوبية، وأجزاء من أفريقيا. حيث يتكون المجلس الاستشاري العالمي لجامعات الشركات من أعضاء يمثلونها من مختلف دول العالم (كالولايات المتحدة، وكندا، والأرجنتين، وفرنسا، وأسبانيا، وسويسرا، وروسيا، الإمارات العربية المتحدة، والصين، وسنغافورة، والهند، وأستراليا، وجنوب أفريقيا، Allen, 2010) (48).

كما قدمت دراسة ألين (Allen, 2002) أربعة مستويات مرت بها جامعات الشركات أثناء مراحل تطورها وهي:

- **المستوى الأول:** ركزت فيه الجامعات فقط على التدريب.
- **المستوى الثاني:** بجانب التدريب تضمن العمل الإدارة والتنمية والتطوير والأداء التشغيلي في برامجها.
- **المستوى الثالث:** توصلت فيه جامعات الشركات لدرجة تمكنها من تقديم شهادات ودرجات علمية جامعية.
- **المستوى الرابع:** استثمار جامعات الشركات التكنولوجية استثماراً واسعاً بطريقة تؤهلها للسعي للحصول على الجودة والاعتماد واتسام برامجها بالمصداقية.

(٣) ضرورات الأخذ بنموذج جامعات الشركات

وتجتمع الضرورات الكامنة وراء الأخذ بجامعات الشركات في عدد من الضرورات المهمة، والتي تجتمع فيما يلي:

- جامعات الشركات ضرورة لمواكبة التحول في سوق العمل

بنهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، أدى تطور التكنولوجيا إلى اندثار مهن قديمة وظهور مهن جديدة، عندما انخفض عدد الوظائف في الشركات الكبيرة مع التحول الصناعي إلى الاقتصاد المعرفي، وأصبحت الأعمال الدقيقة هي محركات الاقتصاد والاعتماد على الأيدي العاملة المؤهلة والمدربة، وهي ما تقوم به نماذج الجامعات الجديدة في تعليم وتدريب القوى العاملة المستقبلية والمتخصصة؛ تقوية للاقتصاد وتلبية لمتطلبات سوق العمل المتسارعة. وكان لتطور وسائل الاتصال أيضاً دوره في استقطاب الشركات الكبرى للكفاءات البشرية المدربة من جميع أنحاء العالم، حيث أصبح في إمكانية الفرد أن يعمل في وطنه لحساب شركة أو مؤسسة تقع في مكان آخر (زاهر وآخرون، ٢٠١٣، ٣٩).

ونظراً لأن المواءمة بين التعليم الجامعي وسوق العمل ذات أهمية كبيرة في العالم، فقد سنحت الفرصة لجامعات الشركات أن يكون لها دوراً فعالاً في معالجة أوجه القصور في سوق العمل، بل ومعالجة تبعاته كما يلي أوردتها (حامد، ٢٠١١، ٣٠٦) كما يلي:

- اشتقاق المناهج التي يتم تدريسها داخل جامعة الشركة من قوانين السوق، بحيث تلبي احتياجات الدارسين من المهارات الأساسية التي يحتاجونها في ممارسة المهنة.
- ربط مناهج التعليم الخاصة بها وبرامج التدري بقطاعات العمل المناظرة عن طريق تطبيق " التعليم المتبادل" حيث يتردد المتعلم بين المؤسسة التعليمية وبين مؤسسات العمل.
- استخدام الموارد البشرية الاستخدام الأمثل، والتوجيه للباحثين عن عمل أو الأفراد العاملين الراغبين في تغيير مسارهم الوظيفي الباحثين عن التنمية المهنية المستمرة.
- ربط البحث العلمي بالمؤسسات التعليمية، وبمؤسسات العمل والإنتاج.
- توفير عديد من الأقسام والتخصصات الجديدة التي تتلاءم مع متطلبات المجتمع واحتياجات سوق العمل فيه.

- جامعات الشركات ضرورة لمواجهة تحديات العولمة Globalization

وفي ظل تلك التغيرات العالمية المعاصرة، فإن من أهم الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات العالمية المعاصرة، سواء كانت تعليمية أو منظمات تجارية هي مواكبة تلك التغيرات والعمل للحد من آثارها السلبية، كما أن التغيرات الاقتصادية التي برزت في الأسواق وبيئات الأعمال بها متنافسين جدد على مستوى عال من المهارة وبها أنماط إنتاجية ذات كفاءة عالية، بالإضافة إلى دخول العديد من دول العالم في شراكات اقتصادية، واتساع تكنولوجيا الاتصال كل ذلك أدى إلى إفراس العديد من

التحديات الكبيرة أمام الدول النامية، فترتب عليها ازدياد حدة التنافسية خاصة في الأنماط الإنتاجية ومعايير الكفاءة الإنتاجية، الأمر دعا العديد من الدول أن تعيد النظر في انتاجيتها ومقدرات تخطيطها للموارد البشرية. فالمؤسسات التي تريد البقاء والريادة في محيط يتميز بالتغيرات والتطورات يتطلب منها أن تمتلك قدرات معينة تؤهلها لتحقيق ذلك (خليل، ٢٠١٨، ٢٧).

وفي سبيل قيام جامعات الشركات بتحقيق ما ترنو إليه من أهداف، فإنها تقوم بمجموعة الأدوار والمسؤوليات الرئيسية التي تؤهلها لمواجهة بعض السلبيات الناجمة عن ظاهرة العولمة، فهي الأداة التي تمتلك دورًا قويًا في عملية التغيير التنظيمي والثقافي، وكذلك تقوم بدور أكثر حيوية في تحفيز التفكير الإبداعي المشترك وتطوير الأدوات؛ للوصول إلى منظمة التعلم المرجوة، بالإضافة إلى قيامها بالعديد من المهام المبتكرة كتصميم برامج التدريب وتقديمها، وتصميم برامج التنمية الإدارية والتنفيذية، وتقييم الخيارات التكنولوجية، وتقديم برامج التعلم عن طريق التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد Distance Learning ، وإدارة الإدارة، وإدارة المعرفة وإدارة الحكمة، وبناء وتنمية المهارات، والتخطيط والتطوير التنظيمي، أخيرًا تطوير منظومة العمل (Ewer, 2017, 39).

- جامعات الشركات مدخل لتحقيق التنافسية في التعليم

تعد التنافسية من أهم وأبرز سمات العصر الحديث؛ ولكي تستعد مؤسسات التعليم الجامعي لمواكبة التحديات التي تفرضها المنافسة العالمية التي يشهدها العالم كله، كان لابد وأن تهيئ نفسها للتوائم مع كل المستجدات وتجويد وتجديد أهدافها وخططها ووظائفها كي تتلاءم مع رؤية العصر الحالي ومتطلباته وتخصيص واستخدام الموارد من أجل تعزيز وتحسين مستوى الإنتاجية وجودة الإنتاج؛ من أجل تحسين توفير بيئة الاقتصاد الكلي والتعليم العالي والتدريب، وفاعلية سوق العمل والسلع، وتطوير حجم السوق وتطور الأعمال وابتكارها (العصفور، ٢٠١٢، ٢)، وطبقًا لما نصت عليه المادة رقم (١١) من قانون التعليم العالي رقم (٨١) لعام ٢٠١٦ فمن إحدى مصادر تنويع وزيادة تمويل البحث العلمي هو "التعاقد على تنفيذ مشروعات بحثية للشركات والهيئات الإنتاجية والخدمية، وامتلاك حصص لديها نظير أعمال البحث والتطوير فيها"، بالإضافة إلى "قبول مساهمة الشركات والهيئات الإنتاجية في تأسيس المعامل البحثية" (قانون التعليم العالي، مادة رقم (١١)، ٢٠١٦، ١٣٢).

وذلك ما تقوم به جامعات الشركات وتسعى إلى تحقيقه من خلال المرتكزات التي تقوم عليها والتي تعد تلك المصادر أيضًا ما تعتمد عليه الميزة التنافسية أيضًا أولها: التفكير الاستراتيجي

ويقصد به اعتماد المؤسسة على احدى الاستراتيجيات العامة للتنافس وهم (التكلفة- التميز- التركيز)، وثانيها تنمية الموارد البشرية (Polyhart, 2012, 67).

جامعات الشركات ضرورة لاستثمار مناخ الخصخصة Privatization of The University Education

بالنسبة لمفهوم خصخصة التعليم Privatization of Education فهي تشير إلى: السياسة التي تهدف إلى جعل التعليم خاصًا وليس حكوميًا، بمعنى أن يُسمح بإنشاء مدارس ومؤسسات تعليمية مملوكة لأفراد أو شركات أو هيئات غير حكومية، لا يكون هدفها الأول التربح ولا يمنع هذا أن يكون لها عائدتها الاقتصادي للقائمين على إنشائها والاستثمار فيها، وأن تستهدف نفس الأهداف التي تستهدفها المؤسسات التعليمية الحكومية، وما يزال يحدث الكثير من التغيرات والتطورات المتوقع حدوثها في التعليم الجامعي المصري والتي تفرضها ظروف المجتمع والتطورات العالمية؛ فلقد كان التحول نحو إنشاء الجامعات الخاصة؛ نتيجة لتراجع دور الدولة في النشاط الاقتصادي وإفساح المجال للقطاع الخاص؛ ليقوم بدور الدولة في الأنشطة الاقتصادية استجابة لتعاظم دور السوق (خليل، ٢٠٠٦، ١٣).

واستجابة لذلك كانت من ضمن تلك المؤسسات التعليمية جامعات الشركات، والتي أُنشئت بسبب ظهور المؤسسات التجارية العامة التي تمتلك وتدير جامعات متعددة الحرم الجامعي، وهذه المؤسسات التجارية والتي منها جامعات الشركات تشارك في المؤسسات التعليمية، ومن الأمثلة على انتعاش تلك المؤسسات في أمريكا مؤسسة ديفري Devry للتكنولوجيا، وجامعة سترير Strayer، وجامعة فونكس Phoenix المملوكة لمجموعة أبوللو Apollo، بالإضافة إلى العديد من مؤسسات التعليم الجامعي الخاصة بالدول النامية التي تهدف للربح، حيث تعتمد في الغالب على أقساط الطلاب كمصدر أساسي لتمويل تلك المؤسسات، وتقديم مناهج دراسية مرتبطة بالسوق، وفي بعض الأحيان يتم إلحاقها بجامعات في الخارج (جورج، ٢٠٠٩، ٤٠).

المحور الثاني: أهم الخبرات العالمية في مجال جامعات الشركات

تحتل قضية ربط التعليم بمؤسسات الإنتاج وبالتالي ربطه بسوق العمل أهمية كبيرة لدى العديد من دول العالم المتقدمة ويتمثل ذلك في قيام المؤسسات الإنتاجية بإعداد وتعليم وتدريب الفئات والكوادر البشرية التي تحتاج إليها على نفقتها في مؤسسات تقيمها أو بالانفاق عليها في مؤسسات تعليمية قائمة بالفعل، وما يؤكد عليه هذا الارتباط هو أن خريجي تلك المؤسسات الذين

تلقوا برامج التحديث وتطوير المهارات سواء في الشركات أو في المؤسسات الإنتاجية يمكنهم مواكبة متطلبات سوق العمل بصورة مباشرة (غنيم، ٢٠٠١، ٨٢).

(١) خبرة الولايات المتحدة الأمريكية

ففي الولايات المتحدة الأمريكية، كان أول ظهور لجامعات الشركات، وتعد جنرال موتورز General Motors أول شركة تقوم بفتح جامعة داخل الشركة عندما قامت بإنشاء معهد جنرال موتورز للهندسة والإدارة General Motors Institute وذلك في عام ١٩٢٧. وكان الهدف الرئيسي من إنشائه آنذاك هو التنمية المهنية للعاملين بالشركة، وذلك من خلال تطوير رأس المال البشري. ولقد تطور المعهد بعد ذلك حتى صار جامعة كيترنج Kettering University التابعة لشركة (GM) في كروتونفيل Crotonville بنيويورك بمنطقة فلنت عام 1956، وتحتل جامعة كيترنج حالياً المرتبة الأولى في مجال الهندسة الصناعية والتصنيع، كما تحتل مكانة رفيعة من ضمن أفضل عشرين كلية في الولايات المتحدة الأمريكية؛ لذلك أصبحت جامعة الشركة واحدة من أهم ستة عشر تياراً عالمياً في مجال تنمية الموارد البشرية (Nixon&Helms, 2002, 144).

وتنتهج جامعة كيترنج الأمريكية لصناعة السيارات سياسة التعلم التعاوني الذي يعد أهم عناصر البرنامج الأكاديمي للجامعة. ويقصد بالتعلم التعاوني هو اتفاق شراكة ثلاثي بين كل من الطالب ورب العمل والجامعة، كما يهدف إلى تزويد الطلاب تدريجياً إلى بالخبرات التعليمية والحياتية والانتاجية بما يتفق مع برنامجها الأكاديمي وأهدافها المهنية. ويستند هذا التعلم التعاوني داخل الجامعة على جدول زمني يقوم على أساس التناوب بين التعليم والعمل؛ بحيث ينتظم الطالب في الدراسة بالجامعة لمدة (١١) أسبوع، ثم يلتحق بعد ذلك ببرنامج عمل في إحدى المؤسسات الشريكة لمدة (١٢) أسبوع بحضور كامل (Kettering University, 2016, 20-21).

واستمر نشاط جامعة الشركة في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال ربط التدريب والتعليم في الشركة مع رؤيتها واستراتيجياتها، وإدراك الشركات بأن تنمية موظفيها وأفرادها العاملين بها لها أولوية قصوى في بيئة التنافسية باعتبارهم أهم مواردها وثروتها الحقيقية فهم تلاميذها الغير تقليديين، وإدراكها بضرورة الحاجة إلى الاستفادة من التكنولوجيا واستثمارها، فكانت بداياتها الأولى في شركات التكنولوجيا الفائقة مثل جنرال اليكتريك، تليها شركات الخدمات المهنية، وشركات الاستشارات، والشركات التي تمتلك قاعدة علمية تكنولوجية قوية (Prince&Beaver, 2005, 19).

وفي عام ١٩٩٠ تم إنشاء ما يقرب من ٤٠٠ جامعة شركة في الولايات المتحدة الأمريكية، ولقد تنبأ العديد من مؤيدي جامعات الشركات أنه بحلول عام ٢٠١٠ سوف يزداد انتشارها ليصل

إلى ٣٧٠٠ جامعة شركة، واليوم فإن أكثر شركات الولايات المتحدة تفخر بأن لديها جامعات شركات، كبرنامج الإدارة المتقدمة بجامعة هارفارد في عام ١٩٤٥، ومركز تاتا TATA للتدريب الإداري في ١٩٦٦، ومركز موتورولا للتعليم والتدريب عام ١٩٨٠، كما أن هناك أكثر من ٤٠٠٠ شركة على مستوى العالم أنشأت جامعات بشركاتها (Allen,2010,49).

وظهرت بعد ذلك مرحلة جديدة من جامعات الشركات بعد إنشاء شركة موتورولا Motorola جامعة لها عام ١٩٨٩، وكان الهدف منها التوجه السريع للتنمية خاصة بعد دخول التكنولوجيا لهذه الشركات، ومنذ ذلك الحين بدأ النمط الجديد من الشركات في الانتشار، وعلاوة على ذلك، فلقد تزايد اهتمام الشركات العالمية بفتح فروع لجامعاتها في جميع أنحاء العالم بدلاً من جلب الأفراد للتعلم بالشركة الأم. فمنذ عدة سنوات أنشأت شركة موتورولا جامعة لها في الصين، وكذلك الحال بفتح شركة ماكدونالدز McDonald's لجامعة هامبورغ في الصين أيضاً؛ لتحقيق مفردات مشتركة بين كافة العاملين على مستوى الدولة، وحتى فروعها خارج البلاد (Allen,2010,48).

ونتيجة لهذا الانتشار فقد أنشئت العديد من المنظمات الدولية التي أسهمت - وما زالت - تسهم في تطويرها، كالرابطة العالمية لجامعات الشركات والأكاديميات Global Association of Corporate Universities and Academies والمجلس العالمي لجامعات الشركات Global Council of Corporate Universities (Global CCU) (Cote&Allahar,2011,127).

(٢) خبرة ألمانيا

فلقد ظهرت أول جامعة شركة في ألمانيا عام ١٩٩٨ من قبل شركة الطيران لوفتهانزا Lufthansa airline Company، ومن ثم بدأ نمط جامعات الشركات الألمانية في الانتشار، وتعددت صورته أيضاً يُذكر منها على سبيل المثال جامعة برتلسمان Bertelsmann University، وأكاديمية باهن الألمانية Deutsche Bahn Akademie، وجامعة إنفينيون Infineon University، وكلية لوفتهانزا لإدارة الأعمال Lufthansa School of Business، وجامعة ميرك Merck University، وأكاديمية الإعلام Print Media Academy، وأكاديمية E.ON Academy، وجامعة شركة دايملر كرايسلر DaimlerChrysler Corporate University، وجامعة فولكس فاجن المتخصصتان بمجال السيارات Volks Wagen Auto University.

وينصب التركيز الرئيسي لجامعات الشركات في ألمانيا على المستويات العليا والمتوسطة للموظفين على مستوى الإدارة، بالإضافة إلى بعض البرامج التدريبية الأخرى التي يتم تقديمها لباقي الموظفين، ولا تقتصر تلك البرامج على متعلمي ألمانيا فقط، بل تمتد لباقي أفرع الشركة في أية دولة

بالعالم؛ فموظفو الشركة هم أدواتها في البناء، وفي تعزيز فعاليتها الشاملة؛ ولذا تهدف جامعة الشركة الألمانية إلى تحقيق رؤية ورسالة واستراتيجيات الشركة الناشئة من خلال موظفيها الأكفاء. ولجامعة الشركة الألمانية مكانة رئيسية في إدارة المعرفة (Knowledge Management (KM، فإن (٨٠%) من تلك الجامعات يركز على تحقيق مفهوم إدارة المعرفة (Pedrini, 2011, 13).

ولهذا تمكنت جامعات الشركات الألمانية من تبوء مكانة كبيرة في المجتمع الألماني نظراً لأهميتها كمؤسسة تعليمية، لديها من الأهداف الكثير لتحقيقه داخل المجتمع؛ ولهذا تعددت تصنيفاتها إلى أنواع مختلفة، ويرجع ذلك في الغالب إلى اختلاف ثقافات الشركات المقيمة للجامعات، الأمر الذي يحتم التركيز على خاصية معينة، وهذه الخاصية هي التي توجه تصميم جامعة الشركة أو أياً كان نوع المؤسسة التعليمية التي تنشئها الشركة؛ فهناك نموذج التعزيز والاستدامة (التطور)، ونموذج إدارة التغيير (الثورة)، ونموذج القيادة والتشكيل (الرؤية) (Hechtfisher & Sachse 2006, 27-28).

المحور الثالث: التصور المقترح

لتحقيق هدف البحث وهو صياغة تصور مقترح لتطوير جامعات الشركات المصرية في ضوء بعض الخبرات العالمية، سوف يتم السير في التصور المقترح كالتالي:

أولاً: فلسفة التصور المقترح، وتتحدد ملامحه في عدة أبعاد وهي:

١. بُعد الإنتاجية المرغوبة من هذه الجامعات فيما يُسمى بالجامعات المنتجة Productive Universities والذي يتطلب أن تكون مخرجات هذه الجامعات متواكبة مع متطلبات سوق العمل.

٢. بُعد الربحية For-Profit Universities في كل برامجها باعتبارها جامعات استثمارية تسعى إلى تحقيق الربح؛ حيث يُنظر إليها من المنظور الاقتصادي بأنها جامعة لا تكتفي بالتعليم والإعداد والتأهيل فقط، ولكنها جامعة تجعل من نشاطها وبحوثها العلمية والتطبيقية بحوثاً ذات أهمية اقتصادية يمكن استثمار مواردها البشرية استثماراً عملياً في تطوير نشاطها الجامعي، وتطوير الأدوار الموكولة إليها والمتمثلة في التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، مع تحقيق بعض الموارد المالية الإضافية من خلال اتباع طرق وأساليب متعددة كالتعليم الممول ذاتياً.

٣. وضماناً لاستمرار جودة تلك المخرجات التعليمية، وتحقيقاً للتوازن بينها وبين سوق العمل تنطلق هذه الجامعات من البعد الثالث وهو بُعد الشراكات Partnerships مع المجتمع

الخارجي من أجل تدريبهم على ما أحدث ما توصلت إليه المجالات التسويقية لتبادل الخبرات والاستفادة من مساهمات رجال الأعمال في تطوير المنظومة التعليمية من خلال ما يقدمونه من ممارسة عملية تنقسم فيها فترة الدراسة الجامعية بين الجامعة والسوق بمؤسساته المختلفة.

ثانيًا: منطلقات التصور المقترح، وينطلق من عدة نقاط كالتالي:

١. ربط التعليم بمتطلبات سوق العمل أمر تفرضه التطورات التي يمر بها المجتمع، وتحسين الوضع الاقتصادي للدولة من خلال إمداده بالكوادر البشرية المؤهلة التي يحتاجها بمختلف مجالات التنمية.

٢. جامعات الشركات حقيقة واقعة، ونموذج مثالي في جميع أنحاء العالم.

٣. جامعات الشركات تختلف باختلاف السياق الثقافي التي تتواجد فيه.

٤. جامعات الشركات لها دور كبير في تحقيق متطلبات سوق العمل، وهي نمط مخصص للتعليم يعتمد على مبدأ التعلم المستمر، والتعلم مدى الحياة؛ فهي نموذج تعليمي يوظف تكنولوجيا التعليم، ويستثمر التدفق المعلوماتي الذي يتميز به العصر الحالي.

ثالثًا: أهداف التصور المقترح

١. تحسين جودة المخرج التعليمي المصري؛ لكي يتمكن من منافسة نظيره الأجنبي عن طريق تحقيق التوازن بين خريجي جامعات الشركات المصرية بصورة تتناسب مع متطلبات سوق العمل.

٢. جعل جامعة الشركة المصرية جامعة مؤثرة في المحيط الاجتماعي والاقتصادي، وذلك من خلال تكيفها لتلبية احتياجات المجتمع بمعنى وضع سياسة جامعية نابعة من عمق المجتمع المصري تعكس واقعه الفعلي، وفي الوقت ذاته تتكيف مع متطلبات العصر الحالي.

٣. تحسين موقف الاقتصاد المصري بصورة تمكنه من تحقيق المنافسة الإقليمية والعالمية.

٤. كسب ثقة أصحاب المصلحة وبيئات الأعمال لتطوير الشراكات بينهم وبين جامعات الشركات والأوساط الأكاديمية.

رابعًا: متطلبات تنفيذ التصور المقترح

(١) متطلب الجوانب الإدارية والتنظيمية بجامعات الشركات المصرية، ويمكن تنفيذه من خلال

الآليات التالية:

١. توفير كافة الصلاحيات لجامعة الشركة للاتصال ببيئات الأعمال وسوق العمل من أجل تسويق أبحاثها، وعرض إنتاجها العلمي بهدف حل مشكلات السوق ومؤسساته الصناعية

-
- والتجارية، والاعتراف الكامل من قبل كافة الأوساط الأكاديمية بالشهادة العلمية أو الدرجة العلمية الحاصل عليها خريجي جامعات الشركات المصرية.
٢. إنشاء قاعدة معلومات معرفية Data Base لحفظ كل ما يتم التحصل عليه من معلومات وبيانات حول الجوانب الإدارية المختلفة بجامعة الشركة لتيسير الحصول عليها، وتطويرها فيما بعد، وتطوير نظام إدارة إلكتروني فعال لتيسير التعامل مع البيانات الشخصية والتعليمية خاص بالطلاب.
٣. الحرص على تكوين مجلس إدارة جامعات الشركات المصرية من قيادات تعليمية، وقيادات إدارية، ونسبة ممثلة من رجال الأعمال لنقل الصورة الواضحة عن طبيعة سوق العمل المصري، وموقفه الاقتصادي بالتحديد من أجل تطوير الاستثمار وتحسين الكفاءة الخدمية والإنتاجية.
٤. التنسيق بين أنظمة الجامعة وبيئتها الخارجية لتبادل الخبرات، وتحقيق التكامل لمهام الجامعة الثلاث فيما يتعلق بالأدوار التعليمية والبحثية وخدمة المجتمع من خلال تدعيم الشراكة المجتمعية مع مختلف هيئات ووزارات الدولة، وتسهيل الإجراءات الإدارية الخاصة بإنشاء جامعات الشركات في مصر مادام الهدف منها هو تحسين جودة المخرج المصري بصورة تتلاءم مع متطلبات سوق العمل.
٥. العمل على تخصيص موازنة مناسبة غير تقليدية في إدارة الموارد المالية لضبط المواقف المالية بين الجامعة والشركة الناشئة أو المؤسسة الصناعية والإنتاجية المشاركة لتحديد الدور المطلوب لكل منها على حدة، وتنوع مصادر التمويل.
- (٢) متطلب الموارد البشرية بجامعات الشركات المصرية، ويمكن تنفيذه من خلال الآليات التالية:**
١. ربط الجامعة بالقطاعات الخدمية والإنتاجية، الأمر الذي يتطلب حتمية مشاركة فعالة من قبل عددًا من أعضاء مجلس الجامعة والمشاركين من رجال الأعمال لتحقيق أقصى استفادة للأطراف الشريكة.
٢. توفير بيئة عمل مناسبة لعضو هيئة التدريس تمكنه من تطوير مهاراته وقدراته البحثية، ورفع مستوى أدائه.
٣. تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس بجامعات الشركات بصفة مستمرة من خلال عقد الدورات التدريبية وورش العمل والندوات التي تدعم ثقافة التنمية المهنية المستدامة للتأكيد على ثقافة

التدريب وثقافة العمل الجماعي، وتقوية مهاراته الأساسية في كيفية استخدام الانترنت والحاسب الآلي، واكتساب مهارات العمل الجماعي وتبادل الأفكار، وحسن تنظيم أنشطة العمل الذي يقوم به.

٤. تحفيز عضو هيئة التدريس على المشاركة في الفعاليات البحثية والمؤتمرات العلمية بالأبحاث وأوراق العمل سواء كانت إقليمية أم دولية لتحقيق مكانة مرموقة بسوق التنافسية العالمية.

٥. تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على إنتاج المعرفة وتقاسمها من خلال تقديم جوائز مالية قيمة لأفضل رسائل الماجستير والدكتوراه، ولأفضل البحوث العلمية التي تهدف إلى حل أبرز القضايا والمشكلات المجتمعية، والمتابعة الدورية من قبل هيئة الجودة والاعتماد لتقييم أداء عضو هيئة التدريس، والتأكد من قدرته على توظيف التكنولوجيا، والتعامل مع متطلبات عصر الرقمنة.

٦. الاستعانة بأفضل خبراء ومتخصصي مجال جامعة الشركة التي يعمل بها عضو هيئة التدريس وتبادل الخبرات بين كل منهما لتطوير الواقع الفعلي لبيئة العمل المصرية، وإطلاع عضو هيئة التدريس على أبرز التوجهات العالمية في مجال عمله لتزويد طلابه بكل ما هو جديد في عالم المعرفة، وتشجيعهم على نشر أبحاثهم بمجلات عالمية.

٧. إعطاء الطلاب المتقدمين المرونة الكافية في اختيار نوعية البرنامج الذي يريدون الالتحاق به سواء كان طالب انتظام في البرنامج، أو طالب مقدم للاستفادة فقط من بعض البرامج وليس بصفة دائمة، أو طالب يرغب في تعلم مهارة معينة لتحسين قدراته بها.

(٣) مطلب تطوير نظام التعليم بجامعة الشركات، ويمكن تنفيذه من خلال الآليات التالية:

١. تطوير أماكن الدراسة وتجهيزها بكافة المستلزمات المطلوبة من أجهزة وأدوات لكي يتم الجمع بين مكان الدراسة ومكان التدريب بنفس المكان في آن واحد، وتطوير البنية التحتية المادية والتكنولوجية لتتلاءم مع الاستجابة لمتطلبات سوق العمل من انترنت، ومواقع إلكترونية، ومكتبات رقمية خاصة بالجامعة.

٢. رفع كافة الأبحاث العلمية التي يتم إنتاجها بالجامعة على موقعها الرسمي لتيسير تقاسم المعرفة، وتحقيق الاستفادة، وتلبية كافة الاحتياجات البحثية، ومن ثم رفع كفاءة الباحثين لتقديم أكبر عدد من الحلول العملية للمشكلات التي يواجهونها عند الالتحاق بسوق العمل.

٣. الاتجاه نحو التعلم الافتراضي باعتباره بديلاً تريبوياً يساعد في تغيير مساقات التعلم التقليدية عن طريق استخدام بيانات التعلم والتعليم الإلكترونية الذي يعد مدخلاً فعالاً في تحقيق الميزة

التنافسية للتعليم الجامعي عامة، ولجامعات الشركات خاصة للسير على نهج جامعات الشركات الأجنبية.

٤. تنظيم عديد من البرامج وورش العمل حول ضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة في سير إجراءات العمل، واستثمارها من خلال دمجها ضمن العمليات التعليمية والتدريبات العملية بشكل يضيف قيمة للتعليم في عصر الرقمنة.

٥. متابعة الجديد بيئات الأعمال من تخصصات ووظائف جديدة، وفتح أقسام مستحدثة تتعلق بمجال الشركة الأم، والتركيز على التخصصات العلمية في اللغة الإنجليزية والحاسب الآلي، والتخصصات الهندسية، والتخصصات الصناعية، وتخصصات إدارة الأعمال، وتخصصات الإدارة المالية والإدارية والتجارية كالتسويق والمبيعات ومن ثم إعداد الخريج وفق تلك البرامج ليكون له مكان بسوق العمل في المستقبل بعد تخرجه، والاهتمام بنوعية مخرجات العملية التعليمية عن طريق ربط المناهج التعليمية بسوق العمل، وإبراز مدى الربط بين خطط التعليم وخطط التنمية من خلال توسيع الشراكات.

٦. الاستعانة ببعض البرامج الأجنبية التي تخدم سوق العمل الحالي، وتوظيف المنهجيات العلمية في الصناعة كمنهجية ستة سيجما Six Sigma كبرامج خدمات التدريب، وإدارة وتطوير الأعمال إلى جانب برامج تطوير القيادة، وطبيعة بيئة الأعمال، وإدارة المعرفة كآلية لتشجيع ثقافة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد.

٧. تقديم بعض المقررات الدراسية باللغات الأجنبية كاللغة الإنجليزية، أو اللغة الألمانية للتعرف على أبرز مستجدات البرامج الدراسية في مجال عمل الشركة الأم.

٨. تطوير برامج الدراسات العليا من الماجستير والدكتوراه من خلال استحداث خطط بحثية جديدة مرتبطة بطبيعة سوق العمل المصري بهدف حل أبرز المشكلات التي تواجهها المؤسسات الصناعية المصرية، وفي المقابل تقدم الجامعة كافة التسهيلات البحثية كتوفير المشرفين، والدعم المادي للحصول على الدرجة العلمية المطلوبة، والاهتمام بالموضوعات المعاصرة، ونشر ثقافة ريادة الأعمال.

(٤) **متطلب ربط الخريجين بسوق العمل بجامعات الشركات، ويمكن تنفيذه من خلال الآليات التالية:**

-
١. إدراج مصطلح " مرشد الخريجين " بالهيكل التنظيمي للجامعة، فهو بدافع خبرته العملية بسوق العمل يمكنه مساعدة الخريجين ومشاركتهم ما تعلمه في الميدان، وتقديم المشورة والاقتراحات حول آليات الدخول لسوق العمل، ولا مانع أن يشترك في ذلك العمل مجموعة من الخريجين لتيسير الأمور على زملائهم حديثي التخرج.
 ٢. الاستفادة من أنشطة البحث العلمي التي يقوم بها الخريجون بمختلف مجالات العلم والمعرفة بالشركة الأم من إنجازات علمية وتكنولوجية، وتحويلها إلى واقع إنتاجي ملموس.
 ٣. افتتاح مكاتب وإدارات للعمل بمقر الجامعة يتلخص دورها في ربط الخريجين بسوق العمل ومن ثم الحصول على فرصة عمل مناسبة بعد تخرجه، كما بإمكانه الرجوع إليها عند مواجهة أية عقبات آنذاك.
 ٤. تدريب الخريجين على تصنيف المعلومات وتفسيرها وتقييمها، وكيفية الإفادة منها في إنتاج معارف ومعلومات مطلوبة للتوافق مع متطلبات سوق العمل.
 ٥. تشجيع ثقافة التعلم الذاتي Self-Study، وذلك من خلال توفير بيئة تعلم تساعد المتعلمين في البحث والتعليم بأنفسهم، وتدريبهم على الكثير من المهارات المتصلة بالتعلم الذاتي التي يحتاجون؛ لكي يستطيع الخريج أن يواكب المتغير والجديد في سوق العمل.
 ٦. تقديم برامج توعية للخريجين عن طريق بعض الأنشطة المرتبطة بالاستدامة وثقافة ريادة الأعمال، وتحفيزهم من أجل إنتاج أفكار إبداعية جديدة تحقيقاً لمبدأ التنمية المهنية المستدامة.
- مراجع البحث
١. أكاديمية أخبار اليوم(2015): التعريف بالأكاديمية، متاح على:
 ٢. <http://www.akhbaracademey.edu.eg/ About Academy-al.htm>، تم الاسترجاع في ١/٨/٢٠١٩.
 ٣. البهنساوي، ليلي كامل عبد الله (٢٠١٨): المواهمة ما بين مخرجات التعليم الجامعي وسوق العمل: دراسة على عينة من الخريجين بالحضر، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، الجزء (١)، المجلد (٧٨)، ص ص ٣٥-٩٧.
 ٤. جمهورية مصر العربية (٢٠١٦): قانون التعليم العالي رقم (٨١) لسنة ٢٠١٦، قرار رئيس جمهورية مصر العربية لسنة ٢٠١٦ بشأن القانون رقم (٨١) لسنة ٢٠١٦.
-

٥. جورج، جورجيت دميان (٢٠٠٩): الجامعات الخاصة ذات التمويل المشترك (مصري/أجنبي) ودورها في تعميق الانتماء الوطني للطلاب، مجلة كلية التربية- جامعة المنصورة، العدد (٦٩)، يناير، ص ص ٢٨-٥١.
٦. حامد، دينا علي (٢٠١١): اتجاهات تمويل التعليم الجامعي في مصر في ضوء بعض التحولات التربوية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة المنصورة.
٧. الحربي، عبد الله مزعل (٢٠٠٩): العوامل والقوى المرتبطة بإنشاء مؤسسات التعليم الأهلي في المملكة العربية السعودية، مجلة الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، جامعة عين شمس، العدد الثامن والثلاثين، مصر، ص ص ٢٣٠-٢٤٣.
٨. الحسانين، يوسف عبد العزيز (٢٠٠٩): مقترحات حول الملامح الأساسية للدراسات العليا في الجامعات المصرية، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر تحسين جودة برامج الدراسات العليا في مؤسسات التعليم العالي: مواجهة التحديات وتوجه نحو المستقبل والتنمية، المنعقد بجامعة المنوفية في الفترة من ٢٥-٢٦ فبراير.
٩. حشمت، أمير محمد (٢٠١١): الخصخصة في التعليم الجامعي ومتطلبات سوق العمل، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
١٠. خليل، سحر عيسى (٢٠١٨): متطلبات تحقيق الميزة التنافسية للتعليم قبل الجامعي في مصر في ضوء معايير تصنيفات الجودة العالمية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة أسوان.
١١. خليل، نبيل سعد (٢٠٠٦): خصخصة التعليم- رؤية مستقبلية-، طنطا، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع.
١٢. الدهشان، جمال علي ولاشين، محمد عبد الحليم (٢٠١٧): اقتصاديات التعليم في عصر المعرفة - الأصول الفكرية والقضايا المعاصرة، السعودية، مكتبة الرشد.
١٣. الدياسطي، مروة بكر مختار (٢٠١٧): التخطيط لإنشاء الحاضنات البحثية بالجامعات المصرية في ضوء بعض الخبرات المحلية والعالمية (جامعة المنصورة نموذجًا)، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة المنصورة.
١٤. راولي، دانييل جيمس وشيرمان، هيربيرت (٢٠٠٦): من التخطيط إلى التغيير، تطبيق الخطة على التعليم العالي، ترجمة ياسين كلاس، السعودية، مكتبة العبيكان.

١٥. الريدي، جمال حسين (٢٠٠٩): علاقة الدراسات العليا بالتنمية وبعض الأساليب التطبيقية للنهوض بالدعم المالي من خلالها، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر تحسين جودة برامج الدراسات العليا في مؤسسات التعليم العالي: مواجهة التحديات وتوجه نحو المستقبل و التنمية، المنعقد بجامعة المنوفية في الفترة من ٢٥. ٢٦ فبراير .
١٦. زايد، سمر سامي محمود(٢٠٢٠): جامعة افتراضية لتعليم الكبار لتحقيق متطلبات سوق العمل في مصر على ضوء خبرات بعض الدول (نموذج مقترح)، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس.
١٧. زاهر، ضياء الدين وهيكل، هناء محمد وأبو سعدة، وضيفة محمد (٢٠١٣): صيغة الجامعة المنتجة بالجامعات المصرية: الدواعي والمتطلبات، بحث مقدم لمجلة المعرفة التربوية، الجمعية المصرية لأصول التربية، المجلد الأول، العدد الأول، يناير، ص ص ٣١-٨٠.
١٨. زيتون، أيمن أحمد (٢٠١٢): التعليم العالي في مصر التحديات والبدائل المستقبلية. دراسة حالة للجامعات الخاصة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة دمنهور.
١٩. سالم، محمود محمد المهدي (٢٠١٣أ): جامعات الشراكة الربحية: دراسة مقارنة لبعض الخبرات الأجنبية وإمكانية الإفادة منها في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية، جامعة عين شمس.
٢٠. _____ (٢٠١٣ب): جامعات الشركات وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين: دراسة مقارنة بين جامعتي كيترنج وبتروبراس وإمكانية الإفادة منها في مصر، المجلد السادس عشر، العدد التاسع والثلاثين، ص ص ٢٧٥ - ٣٣٥
٢١. سيد، سماح محمد محمد (٢٠١٦): المتطلبات التربوية للارتقاء بترتيب الجامعات المصرية في التصنيفات العالمية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة المنصورة.
٢٢. الشثري، عبد العزيز بن ناصر بن عبد العزيز(٢٠١٤): جامعات الشركات كمدخل لتفعيل الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الانتاجية بالمملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العلوم الإنسانية والاجتماعية . السعودية، العدد الرابع والثلاثين، ص ص ١٣-٢٤

٢٣. صالح، هالة محمد السيد (٢٠٠٦): دراسة تحليلية للشراكة بين الجامعة والمجتمع في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية، كلية التربية، جامعة بنها.
٢٤. عبد الله، محمد عبد الله محمد (٢٠١٩): دور التعليم الجامعي في تلبية متطلبات اقتصاد المعرفة الواقع والمأمول " دراسة ميدانية على جامعة الزقازيق"، مجلة تطوير الأداء الجامعي، المجلد (٨)، العدد (١)، ص ص ١٣٢-٢٠٩.
٢٥. عزب، محمد علي ومرسي، سعيد محمود (٢٠٠١): علاقة سوق العمل بالتعليم العالي في ظل اقتصاد العولمة، مجلة التربية والتنمية: مجلة صادرة عن المكتب الاستشاري للخدمات التربوية بالقاهرة، السنة التاسعة، العدد الثالث والعشرين، سبتمبر .
٢٦. العصفور، صالح (٢٠١٢): سياسيات التنافسية، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، المجلد ١١، العدد ١١٥.
٢٧. علوان، سهام أحمد محمد (٢٠١٦): جامعات الشركات وتلبية متطلبات سوق العمل في كل من الهند وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الإفادة منها في مصر، مجلة التربية المقارنة والدولية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، مصر، المجلد الثالث، العدد الخامس، ص ص ٢١٣-٣٤٧.
٢٨. العيدروس، أغادير بنت سالم (٢٠١٥): متطلبات الاعتماد الأكاديمي لمعيار (علاقة المؤسسة التعليمية بالمجتمع) في الجامعات السعودية " الواقع والمأمول"، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، كلية التربية، السعودية، المجلد العاشر، العدد الثالث، ص ص ٣١٣-٣٢٧.
٢٩. غنيم، إبراهيم أحمد (٢٠٠١): تجارب عالمية للربط بين التعليم الصناعي والمؤسسات الصناعية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي بقسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة المنصورة، ٣-٤ ابريل.
٣٠. الفرجاني، نادية (٢٠٠٧): التعليم العالي في الدول العربية، تنمية الموارد البشرية واحتياجات سوق العمل، المؤتمر الدولي حول جامعة القرن الحادي والعشرين، مسقط، سلطنة عمان.
٣١. القحطاني، منصور بن عوض (٢٠٠٥): تفعيل روح الشراكة بين الجامعة والقطاع الخاص: الواقع وسبل التطوير، مؤتمر الشراكة بين الجامعات والقطاع الخاص في البحث والتطوير، جامعة الملك سعود، الرياض، ص ص ١٤٥-٢٠٣.

٣٢. القطب، سامية محمد (٢٠١٨): تفعيل الشراكة بين الحكومة ومؤسسات المجتمع المدني كأسلوب لتطوير التعليم المجتمعي بمحافظة الاسكندرية في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية، كلية التربية، جامعة الاسكندرية.
٣٣. مجلس الوزراء (٢٠٠٥): مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.
٣٤. محمود، يوسف سيد (٢٠٠٤): التحالفات والشراكات بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية - مدخل لتطوير التعليم الجامعي، العدد السادس، يونيو، ص ص ٢٤-٥٥.
٣٥. المعهد المصرفي المصري (٢٠١٥): المعهد المصرفي، الملف الشخصي، إدارة تطوير الأعمال، القاهرة.
٣٦. المهدي، مجدي صلاح (٢٠١٧): نظم التعليم في دول الاتحاد الأوروبي، المنصورة، دار اللؤلؤة للنشر والتوزيع.
٣٧. ناس، السيد محمد أحمد (٢٠٠٩): الشراكة بين التعليم والتدريب وسوق العمل: دراسة للواقع المصري في ضوء الخبرة الكورية، مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، الجزء الأول، العدد (٦٥)، ص ص ١٤٥-٢٢٤.
٣٨. وزير، محمد شكري (٢٠١٩): اتجاهات للتميز في البحث العلمي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الثاني (الدولي الأول) بعنوان متطلبات التميز بكليات التربية بالجامعات المصرية في ضوء رؤية ٢٠٣٠ بمقر كلية التربية للبنين، جامعة الأزهر.
٣٩. يونس، مجدي محمد (٢٠٠٢): مدى ملاءمة خريجي الجامعات السعودية لاحتياجات سوق العمل السعودي، مجلة البحوث النفسية والتربوية، كلية التربية، جامعة المنوفية، المجلد السابع عشر، العدد الثاني، ص ص ٤٤-٧٥.
40. Allen, Mark (2010): Corporate Universities 2010: Globalization and Greater Sophistication, The journal of International Management Studies, vol.5, No.1, April. pp 48-53.
41. Andreson, Maïke & Lichtenberger, Biaka (2007): The corporate university landscape in Germany, Journal of Workplace Learning, vol.19, No.2. pp.109-123.
42. Cote, James, E. & Allahar, Anton, L. (2011): Lowering Higher Education: The Rise of Corporate Universities and the Fall of Liberal Education, University of Toronto press, Toronto.
43. Damia, L. et al (2014): University- Business Collaborative Research: Goals, Outcomes and New Assessment Tools, The Yuima

-
- Collaborative Research Project Report, European University Association (EUA).
44. Fernandez, Joseba(2014):Facing the Corporate University – The New Wave of Student Movements in Europe, Journal for Critical Education Policy Studies, vol.12, No.1, Feb. pp191-213.
 45. Gould, E., Karen(2005):The Corporate University: A model for sustaining an Expert work Place in the Human Service " Behavior Modification, Vol.29, No.3, May. Available at:[http // bmo.sagepub.com / cgi/ content, abstract / 29-3-508](http://bmo.sagepub.com/cgi/content/abstract/29-3-508) Accessed 2-8-2019.
 46. Hechtfisher& Sachse, Anja (2006): Vergleich von Corporate Universities ausgewählter Dax – Unternehmen, Diplomarbeit an der Fachhochschule Hof Fachbereich BWL Studiengang Betriebswirtschaftslehre.
 47. Heliopolis University (2016): Heliopolis University For Sustainable Development: Innovation for Development (2016): Available on the official site of Heliopolis University on [https://www.sekem.com/wpcontent/uploads/2016/hu-brochure. pdf/](https://www.sekem.com/wpcontent/uploads/2016/hu-brochure.pdf) Accessed 9/11/2019.
 48. Illyas, Mohammed (2017): Making of a Corporate University Model: Transition from Traditional Training Management System, Journal of Education and Practice, Vol. 8, No.15, pp. 85-90.
 49. Jarvis,peter(2001): Universities and Corporate Universities:The Higher Learning Industry in Global Society, London: Kogan Page
 50. Kettering University, Kettering overview, Available on the official site of Kettering University at: <https://www.kettering.edu/about> accessed 19-3-2020.
 51. Mc Ateer Peter &Pino, Mike(2011):The Business Case for Creating a Corporate University, Corporate university Exchange, 12 September. [https: // www.corpu.com / / Business -Case -for – a- Corporate – University.pdf](https://www.corpu.com/...../Business-Case-for-a-Corporate-University.pdf) Accessed 31-7-2018.
 52. Nixon,Judy,C.& Helms, Marilyn M.(2002): Corporate Universities VS Higher Education Institutions, Industrial and Commercial Taining, vol.34, No.4, pp.144-150.
 53. Paton,R., et al.(2005): Handbook of Corporate University Development: Managing Strategic Learning Initiatives in Public and Private Domains, Gower publishing, USA.

-
54. Patrucco, Andrea et al (2017):The Design Process of Corporate Universities: A Stakeholder Approach,Journal of Workplace Learning,V.29,No.4, pp 304-318.
 55. Pedrini, Giulio (2011): Personnel policies in the European firms: some evidence of the existing model(s) and the potential role of Corporate Universities, International Conference on “Human Capital and Employment in the European and Mediterranean Area” Bologna 10-11 March.
 56. Polyhart, Robert, E. (2012): The Psychology of Competitive Advantage: An Adjacent Possibility, Industrial and Organizational Psychology, vol.5, No.1,February, pp.62-81.
 57. Prince, Christopher & Beaver, Graham (2001): The Rise and Rise of the Corporate University: The Emerging Corporate learning Agenda, The International Journal of Management Education, Vol.1, No.2, pp. 17-26.
 58. Rothwell,William.J(2012):"Corporate University ":The Encyclopedia of Human Resource Management:Short Entries.pp.143- 146.
 59. Ryan, Lindsay&Prince, Christopher& Turner, Paul(2015):The Changing and Developing Role of Corporate University post – Millennium, Industry and Higher Education, vol.29, No.3, June .pp.167-174.
 60. Schmitt,Catherine(2012): Corporate Universities –An Historical Perspective with an Analysis and Comparison of Development Models in the Literature and Practice(Ed.D. Dissertation)Northern Illinois University.
 61. Vakhitova, Hanna & Coupe, Tom (2014): The Relationship Between Education and Labor Market Opportunities: the Case Study of Ukraine, the International Labor Organization in Collaboration with International Organization for Migration and the World Bank in Ukraine and Moldova.
 62. Winter,Alexandra & et al.(2006): University – Community Engagement in Australia:Practice, Policy and Public Good, Education ,Citizenship and Social Justice, vol.3, No.9&10.
