

مقدمة الدراسة :

تعد الجامعة مؤسسة اجتماعية، تتأثر بالمجتمع الذى توجد به، وتؤثر فيه، وذلك أنها من صنع المجتمع من ناحية، وأداته فى صنع قياداته العلمية والفنية والمهنية والسياسية من ناحية أخرى، وهى المسئولة عن إحداث التغيير والتقدم للمجتمع فى جميع مجالاته .

ولهذا لم تعد وظيفة الجامعة هى التدريس والبحث فقط -كما كانت فى بداية عصورها- بل جاءت وظيفة ثالثة، وهى خدمة المجتمع . وتعد هذه الوظيفة الجديدة هى الوظيفة الكبرى للجامعة، خاصة وأن التحام الجامعة بالمجتمع أصبح ضرورة ملحة؛ لأن الجامعة وليدة احتياجات الإقليم أو البيئة التى توجد فيها، ولهذا فلا بد من خدمتها للمجتمع وتلبية احتياجات أفرادها وحل مشكلاته .

والجامعات يجب ألا تقتصر خدماتها على أبنائها فقط، بل يجب أن تفتح أبوابها لأبناء المجتمع جميعاً من غير طلابها النظاميين؛ ليجدوا فى رحابها العلم والثقافة والمعالجة العلمية لمشكلاتهم الاجتماعية . ولهذا فإن على الجامعة أن تتحسس آمال المجتمع لتكون معبرة عنها، واعية بها، مستجيبة لها، ومتعاطفة معها^(١) .

وذلك بحكم ما تملكه الجامعة من خبرات ومواهب نادرة قادرة على تقديم العديد من الحلول والبدائل للمشكلات والقضايا المجتمعية الاقتصادية والعلمية والتربوية وغيرها، فهى تستطيع أن تجرى البحوث المختلفة وتدريب الكوادر الفنية

(١) أميمة عبد القادر أحمد الجينى : دور الجامعة فى خدمة المجتمع، دراسة ميدانية مطبقة على جامعة المنيا ومجتمع المنيا المحلى، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنيا، ٢٠٠١م،

وتعد البرامج التنموية، كما أنها تنقد وتقوم العادات الاجتماعية السائدة التي تعوق عملية التنمية^(١).

وانطلاقاً من هذه الصلة الوثيقة بين الجامعة والمجتمع فإن على الجامعة أن تُحدّث دائماً في بنيتها، ووظائفها، وبرامجها، وبحوثها تغييرات تتناسب مع التغيرات التي تحدث في المجتمع المحيط بها، وكلما كانت الجامعة أكثر التحاماً بمجتمعها كانت أكثر قدرة على تحقيق وظائفها والاستجابة لمطالب المجتمع منها^(٢).

ولتوثيق علاقة الجامعة بالمجتمع، لابد من عمل شراكة بين الجامعة ومؤسسات الإنتاج والخدمات، ولهذا عقد المجلس الأعلى للجامعات أكثر من مؤتمر تناول "الجامعة والمجتمع"^(٣)، "الجامعة والصناعة"^(٤)، "الجامعة والتنمية الزراعية"^(٥) وغيرها، وأصدرت هذه المؤتمرات عدداً من التوصيات المرتبطة بتدعيم الترابط بين الجامعة وقطاعات الإنتاج والخدمات، وكذلك أوصت بإنشاء مراكز ووحدات تابعة للجامعات لتأكيد هذا الترابط.

(١) صلاح الدين محمد توفيق : الفكر التربوي عند أحمد لطفي السيد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة بنها، ١٩٨٦م، ص ص ١٥٧-١٦٠ .

(٢) أحمد ربيع عبد الحميد : دور الجامعة في مجال خدمة المجتمع "دراسة مطبقة على جامعة المنصورة"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد ٥٨، ١٩٩٦م، ص ص ١٨٥-٢٤٦ .

(٣) المجلس الأعلى للجامعات : مؤتمر الجامعة والمجتمع، المنعقد في جامعة القاهرة في الفترة من (١٥-١٧) مايو ١٩٩٠م.

(٤) المجلس الأعلى للجامعات : المؤتمر السنوي الأول للجامعات، الجامعة والصناعة "أعماله ووقائعه" المنعقد في جامعة القاهرة في الفترة من (٢٢-٢٤) مايو، ١٩٩٠م.

(٥) المجلس الأعلى للجامعات : المؤتمر السنوي الثاني "الجامعات والتنمية الزراعية"، المنعقد في جامعة القاهرة في الفترة من (٢-٥) نوفمبر، ١٩٩١م.

وهذا هو ما أشارت إليه دراسة راشد القصبي^(١) حيث هدفت إلى وضع تصور لدور الجامعة في تطوير واستثمار البحث العلمي في مصر، وانتهت إلى عدة نتائج من أبرزها: ضرورة ربط الجامعات المصرية بمؤسسات الإنتاج، وتوفير قاعدة بيانات بكل جامعة للمراكز البحثية والأنشطة العلمية؛ حتى يمكن إيجاد الترابط بين الجامعات والمؤسسات المختلفة.

كما أكدت دراسة أسامة محمود قرني^(٢) التي هدفت إلى التخطيط لإنشاء وحدة متخصصة في خدمة المجتمع المحلي ببنى سويف وذلك لرصد طبيعة العلاقة بين الجامعة والمجتمع المحلي والإفادة من مجالات عمل الجامعة في خدمة هذا المجتمع، وتمثلت أهم نتائجها في ضرورة وجود تنظيم يتولى إشباع الاحتياجات المختلفة للمجتمع من خلال إنشاء وحدة ذات طابع خاص.

ولهذا تعد الوحدات ذات الطابع الخاص، التي أكد على إنشائها القانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٢ لتنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية، تعبيراً عملياً عن دور الجامعة في خدمة المجتمع وقطاعات الإنتاج والخدمات، وقد بلغ عددها الآن أكثر من ٦١٥ وحدة، بعد ما كان عددها ١٦ وحدة عام ١٩٨١، وقد أسهمت هذه المراكز والوحدات في حل العديد من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والزراعية والهندسية والطبية والإدارية .. وغيرها، في مصانع ومؤسسات وشركات وأجهزة حكومية، وذلك بما تقدمه من خدمات استشارية متكاملة^(٣).

(١) راشد القصبي : "استثمار وتسويق البحث العلمي في الجامعة"، مجلة مستقبل التربية العربية، مجلد ٩، العدد ٢٨، يناير ٢٠٠٣م، ص ٣٩-٩.

(٢) أسامة محمود قرني : التخطيط لوحدة جامعية متخصصة في خدمة المجتمع بمحافظة بنى سويف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية بنى سويف، جامعة القاهرة، ١٩٩٩م.

(٣) المجلس الأعلى للجامعات : مركز بحوث تطوير التعليم العالى، إدارة الإحصاء، بيان بالمراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعات ج.م.ع، ٢٠٠٢م.

وقد أعطى القانون لهذه الوحدات استقلالاً مادياً وإدارياً وفنياً، لتتمكن من معاونة الجامعة، كما رصد لها حساباً فى البنك تأتى إحدى موارده فى مقابل الخدمات التى تؤديها الجامعة للغير^(١). أى أن لهذه الوحدات وظيفة تسويقية لخدماتها، وترى الباحثة أنه يمكن أن تساعد الوحدات بوظيفتها التسويقية فى دعم ميزانية الجامعة، والتى لم تعد تكفى فى ظل تزايد أعداد الطلاب الملتحقين بالجامعة عاماً بعد عام، ومصروفاتهم التى لا تفى باحتياجاتهم خلال سنوات الدراسة، وهى بهذا تساعد الجامعة على استقلالها مادياً.

وهذا هو ما أكدت عليه دراسة محمد شمس الدين^(٢) حيث كان من أحد أهدافها التعرف على دور الوحدات ذات الطابع الخاص كمصدر من مصادر تمويل الجامعة، وانتهت إلى عدة نتائج منها : أن هناك وحدات ذات طابع خدمى تعمل على تنمية المجتمع المحلى، وتقدم بعض التمويل للجامعة من خلال بعض منشأتها، وأن هذه الوحدات ذات الطابع الخاص تعاني من بعض المشكلات والمعوقات، واقترحت بعض التوصيات للتقليل من هذه المعوقات، وزيادة اعتمادها على التمويل الذاتى.

ومما يؤكد ما سبق أننا نعيش الآن مجموعة من المتغيرات العالمية. مثل : العولمة، تسارع التقدم العلمى والتكنولوجى، التكتلات الاقتصادية، التحول إلى الاقتصاد الحر (اقتصاد السوق)، التغير فى بنية العمل، التقدم فى مجال

(١) جمهورية مصر العربية : قانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٢ بشأن تنظيم الجامعات المصرية ولائحته التنفيذية مادة (١)، ط ١٤ المعدلة، القاهرة، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، ١٩٩٨م، ص ٢٢٥.

(٢) محمد شمس الدين زين العابدين : "دور حملات جمع التبرعات والهيئات والوحدات ذات الطابع الخاص كمصدرين لتمويل الجامعة دراسة تحليلية ميدانية"، مجلة البحث فى التربية وعلم النفس، كلية التربية جامعة المنيا، مجلد ١٥، ع ٣، يناير ٢٠٠٢م، ص ص ٩٦-١٦٨.

الاتصالات، ثورة المعلوماتية وغيرها، بل تعد العولمة من أبرز هذه المتغيرات، التي أثرت بصورة كبيرة في المجتمعات، ومن أبرز آليات العولمة، التأثيرات الاقتصادية، حيث اتجه العالم إلى الاتجاه الرأسمالي، وهو الاتجاه الذي أدى إلى الأخذ بالاقتصاد الحر "اقتصاد السوق"، بدلاً من الاقتصاد الموجه، الأمر الذي أدى إلى بروز "الخصخصة" كاتجاه عام في المجتمع العالمي بصفة عامة، والمجتمع المصري بصفة خاصة^(١).

وتعد الخصخصة اتجاهاً اقتصادياً مرغوباً فيه تشجعه وتتبناه الدول الآن، يعبر عن الحرية الاقتصادية التي تسمح للقطاع الرأسمالي الخاص بإدارة وتمويل المشروعات الاقتصادية الإنتاجية والخدمية وغيرها، واستثمار رأس المال الخاص بعيداً عن سيطرة أو تدخل الحكومات، وبما يتوافق مع آليات ومتطلبات السوق، وخدمة المستهلك كما ونوعاً^(٢).

وقد شملت "الخصخصة" معظم قطاعات المجتمع، ومنها التعليم العالي، حيث ظهر اتجاه جديد لخصخصة التعليم العالي، وهو قيام القطاع الخاص بتمويل وإدارة مؤسسات التعليم العالي، مستثمراً رأس ماله الخاص في مثل هذه المشاريع التعليمية والبحثية، ومستهدفاً تحقيق ربح وعائد مالي من خلال تقديم نوعية

(١) راجع :

-هاني يونس : دراسة تحليلية لأراء النخبة في تطوير التعليم العام المصري في ضوء المتغيرات المجتمعية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة بنها، ٢٠٠١م، ص ص ١٤-٧٥ .

(٢) جابر محمود طلبة : خصخصة التعليم العالي في مصر وإنشاء الجامعات الخاصة (دراسة تحليلية لبعض عوامل الرفض والتأييد)، المؤتمر السنوي التاسع لقسم أصول التربية، "التعليم العالي بين الجهود الحكومية والأهلية"، المنعقد في جامعة المنصورة في الفترة من ٢٢-٢٣ ديسمبر ١٩٩٢م، ص ١١٩ .

تعليمية مطلوبة، وإجراء بحوث تتطلبها المؤسسات الإنتاجية والاجتماعية المختلفة، وذلك وفقاً للقوانين واللوائح المنظمة لذلك، والتي تضعها الحكومات^(١).

وقد أكد على هذا الاتجاه الجديد - تخصصة التعليم العالي - مؤتمر "تخصصة التعليم العالي والجامعي"^(٢) لكلية التربية جامعة السلطان قابوس، والذي أشارت بحوثه من خلال تجارب بعض الدول في تخصصة التعليم العالي - إلى أهمية التخصصة في إيجاد بدائل غير تقليدية لتمويل التعليم العالي، وكذا إلى أهمية الجامعة المنتجة كأحد بدائل تخصصة التعليم الجامعي، وغيرها من الموضوعات التي تؤكد على أهمية ودور التخصصة في التعليم العالي والجامعي.

ومن هنا تظهر أهمية دور الوحدات ذات الطابع الخاص في خدمة مجتمعها كبديل عسري للتمويل، يرفع شعار الاستقلال الذاتي للجامعات، وهذا هو ما أشارت إليه دراسة عبد العزيز الغريب^(٣) والتي هدفت التعرف على واقع استقلال الجامعات، وتلمس ملامح هذا الاستقلال في الواقع، وكذا التعرف على العوامل المؤثرة في استقلال الجامعة، والعوائق التي تعترض ذلك ضماناً لقيام الجامعة بدورها المنوط بها في المجتمع، وتحقيقها لأهدافها على خير ما يرجى، وانتهى إلى عدة نتائج كان من أهمها : ضرورة توفير موارد مالية تتيح للجامعة أداء مهامها، والوفاء بأنشطتها المتعددة خارج التمويل الحكومي لها، وأن أهم

(١) المرجع السابق، ص ١٢٠.

(٢) كلية التربية والعلوم الإسلامية جامعة السلطان قابوس : المؤتمر التربوي الثاني "تخصصة التعليم العالي والجامعي"، المنعقد في مسقط بسلطنة عمان في الفترة من ٢٣ - ٢٥ أكتوبر، المجلد ٢، ٢٠٠٠م.

(٣) عبد العزيز الغريب مجاهد صقر : استقلال الجامعات دراسة للواقع والممكن من خلال آراء أعضاء هيئة التدريس والطلاب، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة طنطا، ١٩٩٢م.

وسيلة للحصول على هذه الموارد المالية هي حصولها على دعم مادي مقابل ما تقدمه من مشورات علمية للشركات والمؤسسات الإنتاجية.

وهنا يجب الإشارة إلى أن هذه الوحدات - خلال عملها في مجال خدمة المجتمع - لم تعد قاصرة على تقديم السلع والمنتجات المادية فقط، بل أصبحت نشاطاً اجتماعياً تقوم عليه الحضارة الإنسانية الحديثة، امتد ليشمل الخدمات والأفكار والقيم والرموز الإنسانية^(١).

وقد أكد هذا الاتجاه الجديد لفلسفة التعليم الجامعي - بحث أكاديمي وضع فلسفة جديدة للجامعات المصرية تقودها نحو العالمية، وكان من ضمن ملامح فلسفته الجديدة للجامعات التوجه بالتسويق المحلي والعربي لجميع منتجات الجامعة (تعليم - معلومات - أبحاث - استفسارات - خدمات - تمويل - استثمارات وغيرها)^(٢).

وهذا ما تؤكد عليه دراسة السيد الحضري^(٣) حيث كان من أهم أهدافها وضع استراتيجية تسويقية ملائمة تقوم على مجموعة من المحاور الأساسية يمتاز اتباعها بالمنظمات البحثية للعمل على تحقيق الاستفادة العظمى من البحوث والدراسات العلمية وذلك من خلال التعرف على نواحي القصور في النشاط التسويقي لخدمات منظمات البحث العلمي؛ التي تشكل الأسباب الأساسية لعدم الاستفادة الحقيقية من البحوث والدراسات العلمية التي تتم بهذه المنظمات؛ وذلك

(١) عبد الحميد بهجت فايد : تسويق البحوث العلمية والتكنولوجية، المصدر المستقبلي للتمويل وربط الجامعات بقضايا المجتمع، مؤتمر جامعة الزقازيق بعنوان الجامعة بين المتطلبات والإمكانيات المحلية والتجارب العالمية، المنعقد في القاهرة في الفترة من ٢٧-٢٩ ديسمبر ٢٠٠١، ص ٥٨.

(٢) فريد النجار : فلسفة التعليم الجامعي من المحلية للعالمية، مؤتمر تطوير التعليم الجامعي "رؤية الجامعة للمستقبل"، المنعقد في جامعة القاهرة في الفترة من ٢٢-٢٤ مايو ١٩٩٩، الجزء الأول، ص ٧٤.

(٣) السيد الحضري أحمد : تصميم استراتيجية تسويقية للاستفادة من البحوث العلمية بجمهورية مصر العربية (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير، كلية التجارة بسوهاج، جامعة جنوب الوادي، ١٩٩٥م.

لتوصيف سياسة تسويقية لهذه المنظمات؛ وتمثلت أهم نتائجها فى ضرورة إنشاء وحدة تنظيمية بكل منظمة بحثية (كلية/ مركز بحثى) يكون اختصاصها تسويق نتائج البحوث والدراسات العلمية التى تتم فى المنظمة البحثية، كما يجب ضرورة الاهتمام باتصال المنظمات البحثية بالمجتمع، ومحاولة تضمين بحوثها لمشكلات المجتمع وتوصيل نتائج هذه البحوث للجهات المستفيدة.

ورغم أهمية دور الجامعة فى خدمة المجتمع، إلا أن المؤتمر القومى للتعليم العالى^(١) . وضح أن هناك مجموعة من الأزمات تعاني منها الجامعة الآن تعوقها عن أداء دورها المنوط بها تجاه المجتمع وقطاعات الإنتاج والخدمات، وقد اقترح المؤتمر (٢٥) مشروعاً لعمل خطة استراتيجية للتطوير وحل هذه الأزمات، وقد ركز على مشروعات بعينها لربط الجامعة بالمجتمع، وهى المشروعات التى تقضى بـ :

- ١- تعميق ترابط مؤسسات التعليم العالى بقطاعات الإنتاج والخدمات .
 - ٢- إنشاء مركز دراسات ومتابعة توظيف خريجي مؤسسات التعليم العالى .
 - ٣- تنمية مصادر إضافية متعددة لتمويل التعليم العالى .
- وباستطلاع الدراسات السابقة فى المجال نجد أن هناك قصوراً فى دور الوحدات ذات الطابع الخاص فى خدمة المجتمع .

فقد أشارت دراسة وضيئة أبو سعدة (١٩٨٢)^(٢) والتى طبقت على إحدى الوحدات ذات الطابع الخاص بعين شمس (مركز الخدمة العامة)، إلى أن هذا المركز يعاني من مجموعة من أوجه القصور تعوقه عن القيام بدوره جيداً، حيث

(١) وزارة التعليم العالى : المؤتمر القومى للتعليم العالى، المنعقد فى القاهرة فى الفترة من ١٣-١٤

فبراير ٢٠٠٢م .

(٢) وضيئة محمد أبو سعدة : الخدمات الممتدة للجامعة، دراسة فى مجال التعليم اللانظامى، رسالة

دكتوراه غير منشورة، كلية البنات، جامعة عين شمس، ١٩٨٢م .

إن أهدافه غير واضحة، والبرامج الدراسية لا تنمى احتياجات الدارسين، كما يوجد معوقات فى إجراءات القبول بالمركز، وفى أداء المعلم، وتقويم الدارسين، وطرق التعليم وأساليبه، والوسائل التعليمية، وقد قامت الباحثة بتقويم كل جوانب القصور بالمركز، ووضعت نظرة مستقبلية عن دور الجامعات فى خدمة المجتمع وتعليم الكبار.

كما أشارت دراسة حسين مصيلحى (١٩٩٤)^(١)، والتي طبقت على الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة القاهرة، أن هذه الوحدات تعاني من ضعف فى نظام معلومات التمويل الذاتى فى الوحدات، وأن الإدارة العامة للوحدات بالجامعة لديها ضآلة فى المعلومات المالية الخاصة بالنشاط المالى لتلك الوحدات؛ ولهذا قدم الباحث اقتراحاً لنظام معلومات للتمويل الذاتى بحيث يضمن توافر المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات التمويلية فى الوقت المناسب وبالجودة المناسبة، ومن ثم ترشيد قرارات وسياسات التمويل الذاتى بما يحقق أهداف هذه الوحدات.

كما أكدت دراسة زينب عبد النبى أحمد (١٩٩٦)^(٢)، والتي طبقت على (٥) وحدات ذات طابع خاص بجامعة قناة السويس، أن واقع جامعة قناة السويس فى مجال خدمة المجتمع يعانى ضعفاً فى :
- الدور الذى تقوم به وحدات الجامعة فى مجال خدمة المجتمع .
- مصادر التمويل الكافى لوضع الخطط وتنفيذ البرامج .

(١) حسين مصيلحى سيد أحمد : نحو نظام معلومات مقترح للتمويل الذاتى فى الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعات المصرية (دراسة تطبيقية على جامعة القاهرة) رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، فرع بورسعيد، ١٩٩٤م.

(٢) زينب عبد النبى أحمد : دور جامعة قناة السويس فى خدمة المجتمع المحلى، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، ١٩٩٦م.

-الجدوى فى البرامج والأنشطة التى تقدمها وحدات الجامعة .
 -عدم توافر خطط وبرامج تستند إلى الاحتياجات الفعلية لأفراد المجتمع
 ومؤسساته وأولوياتها المقترحة .
 -قنوات الاتصال والتواصل بين الجامعة، ومؤسسات المجتمع المحلى التى تحيط
 بها .

وقد اشتمل المؤتمر القومى الأول لتسويق الخدمات الجامعية (١٩٩٨)
 (١) على مجموعة أوراق بحثية طبقت على المراكز والوحدات الخاصة ببعض
 الجامعات كالمنصورة، جامعة طنطا فرع كفر الشيخ، المنيا، الزقازيق، وقد
 توصلت هذه البحوث إلى عدة نتائج تؤكد على وجود بعض المعوقات والسلبيات
 تعاني منها هذه الوحدات، وتتمثل فى : أن الوحدات الخاصة بالجامعات المصرية
 تفتقد إلى مفهوم التوجه بالتسويق، حيث لا يتم الإعلان عن خدماتها بشكل كاف،
 وعدم مرونة جهازها الإدارى فى تيسير الإجراءات حيث لا يوجد تنسيق بين
 الوحدات الخاصة على مستوى الجامعة .

أما دراسة جبل حامد على حسن (٢٠٠٠) (٢) -والتي تناولت الوحدات
 الخاصة وصناديق البحوث بجامعة طنطا - فقد أظهرت أن هذه الوحدات تعاني
 من معوقات إدارية فى التخطيط والتنظيم والرقابة، ووضع الباحث فى النهاية
 تصوراً مقترحاً للتغلب على هذه المعوقات .

(١) المجلس الأعلى للجامعات : المؤتمر الأول لتسويق الخدمات الجامعية، المنعقد فى جامعة القاهرة فى

الفترة من ١٨-١٩ مارس ١٩٩٨م، ص ص ١١٧-٣٥٧ .

(٢) جبل حامد على حسن : إدارة مشروعات خدمة المجتمع وتنمية البيئة فى جامعة طنطا، رسالة

ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة طنطا فرع كفر الشيخ، ٢٠٠٠م .

كما أكدت دراسة إيهاب السيد (٢٠٠٢)^(١) - والتي تناولت بعض المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة الأزهر - أن واقع جامعة الأزهر فى مجال خدمة المجتمع يعانى من ضعف فى :

-الإمكانات البشرية .

-البرامج والأنشطة .

-الإمكانات والتجهيزات .

-قلة الحوافز المقدمة للمسؤولين وكثرة الأعباء الملقاه عليهم .

-قلة دراية أبناء المجتمع بطبيعة عمل تلك المراكز؛ وذلك لوجود قصور فى الإعلان عن الأنشطة والخدمات التى تقدمها هذه المراكز والوحدات .

ولم يقتصر تناول الوحدات ذات الطابع الخاص بالدراسة والتحليل على المستوى المحلى، بل إن هناك اتجاهاً عالمياً لأهمية دراسة مثل هذه الوحدات .

فقد تناول مقال -صدر عن جامعة أحفاد للبنات بالسودان - الوحدات ذات الطابع الخاص بالدراسة، ووضع فى الاعتبار -عند الحديث عن تطويرها - خصائص البيئة المحيطة واحتياجات أفرادها، ولهذا تكون لها جمهور من المستفيدين، وأدى ذلك إلى نجاح دورها التى تقوم به تجاه المجتمع^(٢) .

وفى دراسة بروكس وهومونز Brooks & Hommonrs تم مناقشة المدخل التسويقي للتعليم العالى وأنه حتى يكون ناجحاً، لابد أن يسير وفقاً لمبادئ تسويق الخدمات، وشرح الأشكال الفريدة لذلك، وعرض سبع تجارب ناجحة

(١) إيهاب السيد أحمد محمد : دور بعض المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة الأزهر فى خدمة المجتمع (دراسة تقويمية)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر،

Special Units, (1999) Ahfad University for Women, Sudan, Omdurman (٢)

Units. Available Online at : <http://www.ahfad.org/specialunits>.

للتسويق داخل سبع جامعات حتى تسير الجامعات الأخرى على نهجها ولا تستخدم هذا المنهج التسويقي مرة أخرى^(١).

أما دراسة سيهاك Cihak، فقد أكدت على أن المشتغلين بالمعلومات من قبل الجامعة في المكتبة الالكترونية للقانون بكنناكي، يجب أن يقوموا بتسويق الخدمات التي تقدمها المكتبة كي يضمنوا نجاح مكتبهم، وقد وصف الباحث استراتيجيات التسويق ومعوقاته، وكيفية ترويج الخدمات داخل المكتبة^(٢).

وأوضحت دراسة موسر Mosser والتي تناولت أساليب تسويق برامج التعليم التعاوني الخاص بالجامعة والكلية، أن هذا النوع من التعليم يعد طريقة تربوية تقدم فرصا، وفوائد كثيرة للطلاب الموظفين، ومؤسسات التعليم العالي، ولقد قاوم فيها الباحث الصورة التقليدية للتسويق، وأخذ الرؤية الواسعة له، على أنه نشاط رئيسي للمؤسسات الحديثة التي ظهرت كنتيجة لبحثهم؛ كي تخدم بعض مجالات حاجة الإنسان بشكل فعال، والذي يعد أساسا لبقائهم ونجاحهم المستمر^(٣).

وقد أكدت دراسة اليزابيث ورونالد Elizabeth and Ronald على أن هناك مصدرا جديدا للتمويل في التعليم العالي، وذلك عن طريق تسويق خدمات المعلومات المدفوعة الأجر، وهي خدمة - أسستها جامعة هارت فورد - تقدم للعملاء من خارج الجامعة. وقد أصابت هذه الخدمة - بعد مرور عامين من

(^١) Larry Brooks and James Hommons (1993): Has Higher Education Been using the Wrong Marketing Approach? *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol.4, No. 1-2, PP. 27-48.

(^٢) Herb Cihak (1997): *Marketing CD-ROM and Other Electronic Library Services. Computers in Libraries*, Vol.17, No. 6, PP. 73-76.

(^٣) John Mosser (1988): *Marketing College and University co-operative Education Programs*. Michigan: Kalamozoo College.

المشاريع الرائدة - بعض نواحي القصور مثل : عدم إعادة التصميم، ومن ثم فقد تم وقفها حتى قاموا بمراجعة وتحسين وتنمية الخدمة، ووضعوا الدروس المستفادة من ذلك (١).

مشكلة الدراسة :

وفى ضوء تحليل العرض السابق يمكن تحديد أبرز النتائج فيما يتعلق بالوحدات ذات الطابع الخاص، ومن أبرزها وجود بعض جوانب القصور التى تعاني منها الوحدات، والتى منها :

- ١- أن هذه الوحدات فى توجهها للتسويق لا تضع فى اعتبارها خصائص البيئة المحيطة بها .
- ٢- أن هناك وحدات موجودة بالجامعات، ولا تؤدي دورها بفاعلية تجاه المجتمع .
- ٣- أن هذه الوحدات تعاني من معوقات إدارية تعوقها عن أداء دورها وتعدد الإجراءات .
- ٤- أن هذه الوحدات لا يتم الإعلان عنها بشكل كاف وصحيح .
- ٥- أن هذه الوحدات لا يتم لها عمل مراقبة لجودة المنتج وتقويم مستمر له .
- ٦- أن هناك إقبالاً على إنشاء هذه الوحدات دون الاهتمام بكيفية الخدمات التى تقدمها وأهميتها لأفراد المجتمع الذى تخدمه .
- ٧- لا يوجد شبكة عمل مشتركة بين كل الوحدات على مستوى الجامعة .
- ٨- أن هذه الوحدات لا يوجد لها تقارير سنوية تقومها وتعمل على تحديثها .
- ٩- عدم وجود متخصصين لتسويق خدمات هذه الوحدات .

(١) Elizabeth McDaniel and Ronald H. Epp (1995): Fee-Based Information Services : The Promises and Pitfalls of a New Revenue Source in Higher Education. **Cause/Effect**, Vol. 18, No. 2, PP. 33-39. Available Online at : www.educause.edu/ir/library/pdf/cem9527.pdf.

الأمر الذى يدعو إلى ضرورة تناول هذه الوحدات بالبحث والدراسة، وخاصة دور هذه الوحدات فى خدمة المجتمع وتسويق هذه الخدمات، وذلك من خلال وضع تصور مستقبلى لتطوير أداء إحدى هذه الوحدات وهى الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة بنها.

وبناء على ذلك يمكن بلورة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى :
ما التصور المستقبلى لتطوير دور الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة فى خدمة المجتمع وتسويق هذه الخدمات؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسى التساؤلات الفرعية التالية :

- ١- ما المتغيرات والمستجدات العالمية، وما مدى تأثيراتها على وظائف الجامعة؟
- ٢- ما آليات الجامعة لخدمة المجتمع؟
- ٣- ما واقع الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة بنها؟
- ٤- ما مبررات الأخذ بمبدأ تسويق الخدمات الجامعية؟
- ٥- ما الاستراتيجيات المختلفة تسويق الخدمات الجامعية؟
- ٦- ما النماذج العالمية المعاصرة فى تسويق الجامعة لخدماتها للمجتمع؟
- ٧- كيف السبيل نحو بناء تصور مستقبلى لتطوير دور الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة فى خدمة المجتمع والتسويق الفاعل لهذه الخدمات؟

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى :

- ١- التعرف على المتغيرات والمستجدات العالمية، وانعكاساتها على وظائف الجامعة.
- ٢- تحديد أهم آليات الجامعة لخدمة المجتمع.
- ٣- رصد واقع الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة بنها.

- ٤- الوقوف على أهم دواعي الأخذ بمبدأ تسويق الخدمات الجامعية.
- ٥- عرض استراتيجيات تسويق الخدمات الجامعية.
- ٦- الاستفادة من بعض النماذج العالمية المعاصرة في تسويق الجامعة لخدماتها للمجتمع.
- ٧- وضع تصور مستقبلي لتطوير دور الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة في خدمة المجتمع وتسويق هذه الخدمات.

مبررات الدراسة وأهميتها :

ترجع أهمية الدراسة إلى : المساعدة على التخطيط العلمى السليم للوحدات ذات الطابع الخاص لزيادة قدرتها على اتخاذ القرارات الملائمة والتي تساعد على تطويرها بشكل يتفق مع متطلبات وحاجات مجتمع محافظة القليوبية .

منهج الدراسة :

وفقاً لأهداف الدراسة الحالية، وتبعاً لما يقتضيه الأخذ بتقنيات حديثة فى تطوير دور الوحدات الخاصة فى خدمة المجتمع، فإن المنهجية التى سوف تتبناها الدراسة الحالية تتحدد فيما يلى :

أ- منهج التحليل المستقبلى :

وهو منهج مركب، فهو -تحليلي - نقدي- يعتمد على تحليل نسقى أو نظمى للواقع بطريقة تسمح بفهم التغيرات التدريجية فى النظم الفرعية فى ذاتها، وفى علاقاتها بسياقاتها الكلية، ثم نقد هذا الواقع فى محاولة للوصول إلى طرح

تصورات مستقبلية (بدائل) تتناسب مع طبيعة هذه النظم مستعينا في ذلك ببعض تقنيات دراسة المستقبل مثل أسلوب دلفي^(١).

وهذا ما يتناسب مع هدف الدراسة الحالية، والذي يتمثل في تحليل واقع الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة بنها في خدمة المجتمع، وتسويق خدماتها، ثم نقد واقع هذه الوحدات للوصول إلى وضع أفضل البدائل الممكنة لتطويرها، مستخدمة في ذلك إحدى أساليب المنهج المستقبلي وهو أسلوب دلفي.

أسلوب دلفي Delphi Technique :

وهو أسلوب نتخلص به من أنشطة اللجنة أو مجموعة الخبراء كنشاط جماعي مباشر نستبدله ببرنامج مصمم بعناية يشمل عددا من الاستبيانات المتتالية يتخللها تغذية مرتجعة مضبوطة، وعن طريق تحليل نتائج هذه الاستبيانات، وإعادتها إلى مجموعة الخبراء مع بيان نقاط الاتفاق والاختلاف، ويمكن أن تصل المجموعة إلى صقل آراء أفرادها، ومن ثم إلى تصور بشأن المشكلة موضوع الدراسة^(٢).

كما تم استخدام الزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية كأدوات لجمع بيانات عن واقع الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة بنها.

(١) ضياء زاهر : علم المستقبل في التربية مفاهيمه وتقنياته، ورقة مقدمة إلى مؤتمر المفاهيم والأساليب الحديثة في التخطيط التربوي، دراسة إقليمية، مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية،

القاهرة : ١٥-١٩ سبتمبر ١٩٩١م.

(٢) محمد سيف الدين فهمي : التخطيط التعليمي - أسسه وأساليبه ومشكلاته، ط٦، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٦م، ص ٢١١.

حدود الدراسة :

أ- الحد الجغرافى :

اقتصرت الدراسة على جامعة بنها، ووحداتها ذات الطابع الخاص بجميع كلياتها وعددها (٣٣) وحدة، ونظرا لأن هذه الجامعة جامعة إقليمية، ولها دور بالغ فى خدمة المجتمع، وبها عدد محدود من الوحدات الخاصة التى تقوم بخدمة المجتمع، تم اختيار عينة عشوائية من الوحدات الخاصة فى بعض كليات جامعة القاهرة وعين شمس والزقازيق للاستفادة من خبراتهم وتم اختيار وحدات جامعة بنها لأنه لم تتناول أى دراسة سابقة هذه الوحدات منذ نشأتها بالجامعة ولأنها محل عمل الباحثة.

ب- الحد البشرى :

اقتصرت الدراسة على عينة عشوائية من عدد من الخبراء والمسؤولين التنفيذيين عن هذه الوحدات، هذا إلى جانب وكلاء الكليات لشئون خدمة المجتمع والبيئة، وعمداء الكليات، ونائب رئيس الجامعة لشئون المجتمع والبيئة.

ج- الحد الزمنى :

استغرقت هذه الدراسة الفترة من نشأة الوحدات الخاصة بالجامعة حتى الآن؛ من أجل التوجه نحو رسم مسارات التحرك المستقبلى لها.

مصطلحات الدراسة :

١-الوحدات ذات الطابع الخاص Special Units :

وهى عبارة عن وحدات تابعة للجامعة، أجاز لها القانون استقلالاً مالياً وفنياً وإدارياً وتنشأ بقرار من المجلس الأعلى للجامعات، وتابعة إدارياً للسيد نائب

رئيس الجامعة لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، ويعمل بها عاملون من داخل الجامعة، ولها مجموعة من الأهداف حددها القانون، منها^(١) :

- ١- معاونة الجامعة فى القيام برسالتها فى التعليم والبحوث .
- ٢- إجراء البحوث العلمية الهادفة لحل مشكلات واقعية فى المجتمع .
- ٣- معاونة النشاط الإنتاجى بالأساليب العلمية مما يترتب عليه وفرة الإنتاج وتحسينه .
- ٤- الإسهام فى تدريب أفراد المجتمع على الأساليب العلمية الحديثة ورفع كفاءتهم الإنتاجية .
- ٥- القيام بالأعمال الإنتاجية للغير .
- ٦- تقديم الخدمات لكافة قطاعات المجتمع المختلفة .

١- خدمة المجتمع Society Service :

يعنى تقديم الجامعة لكل ما يحتاجه المجتمع، أفرادا ومؤسسات من خـارج جدران الجامعة من برامج وأنشطة تعليمية ومشروعات بحثية، وإنتاجية، وتسويقية، واستشارات علمية وفنية لتوجيه جهودهم لتحسين ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بهدف إحداث تغيرات إيجابية فيه تؤدي إلى تقدم المجتمع ونموه، مستعينا فى ذلك بكافة الإمكانيات المتاحة للجامعة عن طريق مراكزها ووحداتها الخاصة .

٢- التسويق Marketing :

تعددت التعريفات الخاصة بمصطلح التسويق، ولكن الباحثة تنبئى المصطلح التالى لفيليب كوتلر وآخرين وهو أن :

(١) جمهورية مصر العربية : قانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٣ بشأن تنظيم الجامعات المصرية ولائحته التنفيذية، مرجع سابق، ص ص ٢٢٥، ٢٢٦ .

التسويق عملية إدارية واجتماعية عن طريقها يتمكن الأفراد من إشباع حاجاتهم، وتلبية رغباتهم، من خلال تبادل المنتجات، والقيم مع الآخرين^(١).

٣- الخدمات الجامعية University Services :

وهي كل ما تقدمه الجامعة من خدمات لأفراد المجتمع، هذه الخدمات نوعان خدمات في صورة سلع مادية قابلة للتخزين، قابلة للانتقال من موقع لآخر وفق الاحتياج السوقى، كما يتحدد سعرها وفقا لقوى السوق مثل : السلع التى تقدمها الوحدات الخاصة التابعة لكليات الزراعة وكليات الهندسة، والنوع الآخر من الخدمات هو ما يطلق عليه السلع غير المنظورة التى تستهلك فى مكلن ووقت إنتاجها مثل : الخدمات الاستشارية المباشرة، خدمات الأبحاث التعاقدية، وخدمات استشارة الرأى لعام، الخدمات التى تقدمها الوحدات ذات الطابع الخاص، وهذا النوع الثانى من الخدمات هو : الغالب لخدمات الجامعة وتستطيع أن تنتجه وتقدمه للمجتمع^(٢).

٤- تسويق الخدمات الجامعية Marketing of University Services :

هو عملية استراتيجية واجتماعية تهدف إلى تحقيق الربح أو الفائض بغرض إعادة منحه للجامعة فى شكل تطوير للخدمة الطلابية من ناحية، وتحسين

(^١)-Philip Kotler and Others : **Principles of Marketing**. The European Edition. New Jersey : Preatic Hall. 1996. P.6.

نقلا عن :

طاهر مرسى عطية : أساسيات التسويق والإعلان، ط٩، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٩٨، ص ١٢

(^٢) إبراهيم صديق على : تسويق الخدمات الجامعية بين عرض المتاح والاستجابة لما هو مطلوب

المؤتمر القومى الأول لتسويق الخدمات الجامعية، والمنعقد فى القاهرة فى الفترة من ١٨-١٩

مارس ١٩٩٨م، ص ١٥٤ .

فى جودة الخدمة المقدمة للمجتمع ومساعدته على تقبل الأفكار الجديدة، وتقبل التغيير، وهى سمة مطلوبة لعملية التنمية والتطوير^(١).

خطوة الدراسة :

لتحقيق أهداف الدراسة الحالية فإنها سارت وفقا للخطوات التالية :

الخطوة الأولى :

وفىها تناولت الباحثة الإطار العام للدراسة، على الوجه الآتى :

- ١- مقدمة الدراسة .
- ٢- مشكلة الدراسة .
- ٣- أهداف دراسة .
- ٤- أهمية الدراسة .
- ٥- منهج الدراسة .
- ٦- حدود الدراسة .
- ٧- مصطلحات الدراسة .
- ٨- خطة الدراسة .

الخطوة الثانية :

وفىها تناولت الباحثة بالدراسة المتغيرات والمستجدات العالمية ومعرفه مدى انعكاساتها على وظائف الجامعة على الوجه الآتى :

- ١- مفهوم الجامعة .
- ٢- أهم المتغيرات العالمية ومدى تأثيرها فى توجهات التعليم الجامعى وهى العولمة - التقدم العلمى والتكنولوجيا - الثورة المعلوماتية - الثورة الاتصالية - التكتلات الاقتصادية - التغيير فى بنية العمل .
- ٣- وظائف الجامعة .

(١) مجدى المسيرى وآخرون : المدخل الاستراتيجى لتسويق الخدمات الجامعية، المؤتمر القومى الأول

لتسويق الخدمات الجامعية، مرجع سابق، ص ٢ .

الخطوة الثالثة :

وفيها تناولت الباحثة بالدراسة آليات الجامعة لخدمة المجتمع على الوجه

الآتى :

- ١- مفهوم خدمة المجتمع .
- ٢- مجالات خدمة جامعة بنها للمجتمع .
- ٣- آليات جامعة بنها فى خدمة المجتمع، وهى (الكوادر العلمية والبحثية - مراكز البحوث - إدارة التدريب - الوحدات ذات الطابع الخاص) وفى الوسيلة الأخيرة -موضوع البحث -تناولت (مفهوم الوحدات - نشأتها - واقعها بجامعة بنها) .

الخطوة الرابعة :

وفيها تناولت الباحثة دراسة تسويق الخدمات الجامعية : الفحوى

والجدوى والتوجهات على الوجه التالى :

- ١- أهمية التسويق الجامعى ودواعيه .
- ٢- الاستراتيجيات التسويقية .
- ٣- النماذج العالمية فى تسويق الجامعة لخدماتها للمجتمع وهنا تناولت الباحثة نموذج (الولايات المتحدة الأمريكية -المملكة المتحدة -استراليا -اليابان) .

الخطوة الخامسة :

وفيها تناولت الباحثة الدراسة الميدانية، وتطبيق استبيانات جولات دلفى

الثلاث بالتوالى، وتفسير نتائج استبيانات هذه الجولات وإجراءاتها .

الخطوة السادسة :

وفيها توصلت الباحثة من خلال جولات دلفى الثلاثة إلى رسم تصور

مستقبلى لتطوير دور الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة فى خدمة المجتمع

وتسويق هذه الخدمات .