



كلية التربية

إدارة: البحوث والنشر العلمي ( المجلة العلمية )

=====

## تسويق البحوث العلمية مدخل لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت (دراسة تحليلية مقارنة)

إعداد

**الأستاذ الدكتور**

**حنان صلاح الدين محمد الطواني**

أستاذ أصول التربية المساعد  
كلية التربية - جامعة أسيوط

**الأستاذ الدكتور**

**عبد التواب عبد الاله عبد التواب**

أستاذ أصول التربية والتخطيط التربوي المتفرغ  
عميد كلية التربية الأسبق - جامعة أسيوط  
والمشرف على الهيئة القومية لضمان جودة التعليم  
والاعتماد فرع أسيوط

**أ/عبد الله عوض مسفر الرشيدى**

(وافد من دولة الكويت)

مدير مدرسة الشّدادية المتوسطة للبنين بمنطقة الفروانية التعليمية

**Aar.2000@hotmail.com**

﴿المجلد التاسع والثلاثون - العدد السابع - يوليو ٢٠٢٣ م﴾

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

## مستخلص الدراسة

هدفت الدراسة التوصل إلى التعرف على الإطار الفكري لتسويق البحوث العلمية والقدرة التنافسية للجامعات في الأدبيات الإدارية المعاصرة، والتعرف على التحليل الثقافي لخبرة بعض الدول في تسويق البحوث العلمية والتطبيقية وعلاقتها بزيادة القدرة التنافسية للجامعات.

استخدم الباحث المنهج المقارن، والمنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة؛ حيث يعد المنهج المقارن من أنسب المناهج المستخدمة، وأكثرها دلالة على التربية المقارنة، وأكثرها شمولاً للمناهج الفرعية المستخدمة فيها حيث يهدف المنهج المقارن؛ إلى تحديد أوجه الشبه والاختلاف بين النماذج الاجتماعية والنظم القانونية، وإثراء الجوانب الإيجابية، وبالتالي يساعد الباحث في تفسير النظم التعليمية في ضوء الإطار الثقافي للمجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** تسويق البحوث العلمية ، القدرة التنافسية- جامعة الكويت.

## Study Abstract

The Study aimed to come up with a proposed vision to activate the mechanisms of marketing scientific and applied research to enhance the competitiveness of Kuwait University, by identifying the intellectual framework for marketing scientific research and the competitiveness of universities in contemporary administrative literature, to identify the cultural analysis of the experience of some countries

The researcher used the comparative approach and the descriptive analytical approach to achieve the objectives of the study. Where the comparative approach is one of the most appropriate curricula used, the most indicative of comparative education, and the most comprehensive of the sub-curricula used in it. The comparative approach aims; To identify the similarities and differences between social models and legal systems, and enrich the positive aspects, and thus helps the researcher in interpreting educational systems in light of the cultural framework of society.

**Keywords:** Marketing of Scientific Research– Enhance the Competitiveness– Kuwait University.

## مُقدِّمة:

يُعد البحث العلمي قاطرة التَّمية المُتكاملة في أي مُجتمع ويصفه خاصية في القرن الحادي والعشرين ، فكلُّ مُشكلة قابلة للحلّ، وذلك عن طريق توظيف البحث العلمي واستثماره الاستثمار الأمثل وتطبيق نتائجه، ودور الجامعة الرئيس هو الإسهام في تلقي المُتعلمين تعليمًا مُفيدًا يُنير عُقولهم، ويفتح مداركهم على النِّقافات المُختلفة، ويُنمي مهارات البحث والتفكير لديهم(أحمد إسماعيل حجي، حسام حمدي عبد الحميد، ٢٠١٢م، ص١٢).

لذا سعت دولة الكويت إلى الاهتمام بالتَّعليم وتطويره وتحسين مُستواه حتى يكون مُلائمًا لظُرُوف المُجتمع الكويتي واحتياجات الأفراد، وأن يكون التَّعليم حقًا من حُقوق المواطنين، ثم إنَّه يُحقِّق عائداً للدولة والمُجتمع، كما يُحقِّق تقدُّمًا في النِّواحِي الاجتماعية والاقتصادية.

كما أنَّ للتَّعليم في دولة الكويت دورًا مهمًا في إعداد المُواطن إعدادًا سليمًا والمُحافظة على التُّراث والقيم والاتجاهات السَّائدة في المُجتمع الكويتي، كما أنَّ السِّياسات والمُمارسات التي تزيد من الاستثمار الوطني في التَّعليم والتَّدريب تُتيح المزيد من الفرص الاقتصادية.

وتُولي دولة الكويت حاليًا أهمِّية فُصوى للبحوث العلمية، فركَّزت على الاهتمام بجودة التَّعليم والمُتضمنة تعزيز وتطوير البنية التَّحتية للبحوث العلمية بجامعة الكويت، ودعم نشاط الأبحاث والتَّطوير في الجامعات الخاصة، وكذلك تنافسية دولة الكويت في المُؤشرات الدَّولية (بشاير سُعود الرندي، ٢٠١٥، ص١٨١) .

ولقد أصبحت طُرُق البحوث العلمية من الأمور المُسلم بها في المُؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث، وتتولى عمادات البحث العلمي في الجامعات مسؤولية إدارة البحوث العلمية، من حيث دعم وتمويل المشاريع والبحوث العلمية التي يقوم بها أعضاء هيئة التَّدريس، ونشر البحوث بعد تقييمها من قبل مُختصين في مجالات علمية مُحكَّمة.

والدُّول المُتقدِّمة المدركة لقيمة البحث العلمي ترفض أي تقصير نحوه على اعتبار أنَّه الدُّعامة الأساسية لتطور الاقتصاد وبلوغ التَّمية الشَّاملة.

وتُعد البحوث العلمية هي مصدر نُمو وازدهار معرفي، تُسهم في العديد من نواحي التَّمية التي قادت العديد من الدُّول إلى توجيه إنتاج الجامعات إلى التنافسية، كما يُعد تسويق البحوث العلمية واحدًا من أهم الأدوار لعضو هيئة التَّدريس بالجامعة، وأحد أهم المُؤشرات المُستخدمة في تقييم أداء الجامعات وتعزيز قُدرتها التنافسية.

ومن هذا المنطلق تتسابق مختلف الشركات الكبرى في الدول المتقدمة على شراء نتائج البحوث العلمية، وتحويلها إلى منتجات و سلع تجارية ذات مردود كبير، لذا يُعدّ القصور في تطبيق نتائج البحوث العلمية إحدى أهم السّلبات المؤثرة على تسويق تلك البحوث، خاصةً بالنسبة للدول النامية محدودة الموارد المالية والقوى البشرية المُدربة.

وذلك انطلاقاً من أنّ البحوث العلمية تُعدّ السبيل الأمثل إلى الرّقي والتّقدّم، فالفرق بين الدول المتقدمة والدول النامية هو اهتمام الدول المتقدمة بالبحوث العلمية وتطبيقاتها والدليل على ذلك أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية واليابان حيثُ أصبحت الولايات المتحدة قوةً عظمى في العالم بفضل اهتمامها بالعلماء والبحوث العلمية، فكُلّما أهملت الدولة علماءها وعُقول مُفكرها تدهورت وتلاشت (أحمد نزار النوري، ثامر البكري، ٢٠٠٩، ص٢٨).

كما ظهر في الدول المتقدمة ما يُسمى بجامعات السوق التي اتجهت إلى مُمارسة دورها بأسلوب السوق ووضع استراتيجياتها تحت ضغط قوى السوق.

وعلى مدى ثلاثة عُقود منذ تطبيق سياسة الإصلاح والانفتاح الاقتصادي حافظت الصّين على مُعدل نمو اقتصادي سنوي بمعدل (١٠%)، وقد تمّ العمل على تنفيذ برنامج التطوير التكنولوجي "TORCH" على المُستويين المركزي وعلى مُستوى كلّ إقليم في الصّين، ويهدف هذا البرنامج إلى رفع كفاءة الجامعات ووضعها في مكانة رائدة ومُتقدمة داخلياً في الصّين، وعلى المُستوى العالمي خارجياً.

كما تعمل الحاضنات التكنولوجية في الولايات المتحدة الأمريكية على تعزيز تسويق البحوث الجامعية، ونشر التكنولوجيا عبر ظهور مجموعة من الشركات المُستعدة لتقديم ابتكارات مُهمة في تلك المهارات التي تهدف إلى استثمار الفرص المُتاحة.

كما إنّ تعزيز القدرة التنافسية للجامعات على المُستوى المحلي أو على المُستوى العالمي يتطلب ضرورة الاستقرار المالي للجامعات، وتعدّد مصادر التّمويل بها؛ بما يعني عدم الاعتماد على ميزانية الدولة وحدها كمورد مالي للجامعات، وذلك لأنّ الاعتماد علي ميزانية الدولة وحدها كمورد مالي للجامعات أمرًا يكتنفه تذبذبات قد تُؤثّر على الاستقرار المالي للجامعة الذي يُساعدها على تحقيق التنافسية على المُستوى العالمي وبالأحرى على المُستوى المحلي.

كما يتطلب تعزيز القدرة التنافسية أن تكون الجامعات ذات طبيعة عالمية في برامجها وخطتها المستقبلية وأنشطتها بحيث يكون لها فروع في البلدان الأخرى المختلفة ويكون لديها طلاب ينتمون إلى العديد من الجنسيات، فقد أثبتت التصنيفات العالمية للجامعات أن الجامعات التي تحتل المراتب الأولى في التصنيفات هي تلك الجامعات التي تتصف بالعالمية في برامجها، لذا فقد باتت من أهم مهام الجامعات التي ترغب في التنافس بجدارة أن تكون لديها برامج جيدة على مستوى عالمي، وفروع أخرى في جميع أنحاء العالم (أنس عبد الباسط عباس، جمال ناصر الكميم، ٢٠١١، ص ٨٢).

ومن الجدير بالذكر أن تسويق البحوث العلمية له دور كبير في نجاح وبناء المؤسسات مهما اختلفت أحجامها وتباينت طبيعة أنشطتها، لذا يُطلق على هذا العصر عصر التسويق Marketing Age، ورغم ذلك فإن أهمية التسويق ودوره في نجاح المؤسسات وتحقيق أهدافها لم يتم إدراكه إلا حديثاً من قبل بعض الدول النامية، في حين أن المؤسسات التي لا تهدف إلى الربح كالقوات المسلحة والمستشفيات والجامعات بالولايات المتحدة الأمريكية تهتم بتطبيق المفاهيم التسويقية مما أدى إلى رفع كفاءة الأداء في مختلف أنشطتها، وتمكنت من تحقيق أهدافها، لذا أدخلت بعض الجامعات بالولايات المتحدة الأمريكية منصب جديد (Baylor Univ) وهو منصب نائب رئيس الجامعة للتسويق "Vice President for Marketing" ويقوم بالعديد من المهام منها: وضع آلية تنافسية للمنتج أو الخدمة، وتطوير الحملات الإعلامية، وعقد المؤتمرات والندوات، وجمع المعلومات من البيئة التسويقية والمنافسين والسوق المستهدفة واتجاهات وسلوك المستهلكين، لذا يتضح أهمية تكثيف الجهود في تسويق البحوث العلمية لما كشف واقعه من مشكلات يعانيها مُمثلة في مشكلات مرتبطة بالتمويل، نقص الكفاءة والخبرة، التوزيع، الترويج، التسعير، الإعلان (مصطفى عبدالعظيم الطيب، ٢٠١٨، ص ٣٢).

ولذلك جاءت الدراسة الحالية لتتناول متطلبات تسويق البحوث العلمية بجامعة الكويت نظراً لضعف الأساليب المتبعة في تسويق البحوث العلمية، لذا تسعى الدراسة الحالية لوضع آليات لتسويق البحوث العلمية بجامعة الكويت لتعزيز قدرتها التنافسية.

## مُشكلة الدِّراسة:

تُواجه القطاعات الإنتاجية والصِّناعية وكذلك المؤسسات التَّعليمية العديد من المُشكلات التي تتطلب حُلُولاً جذرية، وبالرَّغم من ذلك فإنَّ الحُلُول قد تكون موجودة، ولكن في باطن الأبحاث العلمية، ومن ثمَّ يجب تطبيق استراتيجية فعَّالة لتسويقها.

وتُواجه جامعة الكويت العديد من المُشكلات التي تتعلق بتسويق البُحوث العلمية، وهذا ما أكَّد عليه التَّصنيف العالمي للجامعات في تدني جامعة الكويت في التَّرتيب العالمي، وتراجعها من (٦٥١) عالمياً في العام ٢٠١٨م إلى (٨٠١) في العام ٢٠٢١م، وهو ما يُظهر مدى الفجوة في هُبوب تصنيف الجامعة بشكلٍ مُتسارع في كلِّ عام عن السَّابق ممَّا يُؤدِّي إلى ضعف التَّنافسية لجامعة الكويت (مُصطفى عبدالعظيم الطَّيِّب، ٢٠١٨، ص ١٠٢).

كما أنَّ هُناك ضعف في جودة البحث العلمي بجامعة الكويت حسب الإحصائيات لقواعد البيانات الدَّولية، ويعزى ذلك إلى ضعف تسهيل عملية النُّشر للأبحاث العلمية، وقلة المؤتمرات التي تُقام بجامعة الكويت، وكثرة المُعوقات التي تعيق عملية البُحوث العلمية بجامعة الكويت، منها ضعف القُدرة التَّنافسية، وقلة الدَّوريات العلمية المُحكمة، وضعف الإمكانيات، كما أنَّ هُناك حاجة إلى توفير المكتبات ومصادر المعرفة والمعلومات، والإمكانيات المادية لتحسين جودة البُحوث العلمية بجامعة الكويت، هذا بالإضافة إلى ضعف تنظيم اللقاءات والندوات البحثية لتطوير التَّنافسية في جودة البحث العلمي، وندرة وجود خُطط مُستقبلية لأن تكون الكويت مدينة للمعرفة، وضعف الهيكل التَّنظيمي بتسويق البُحوث العلمية (مريم شعبان الصَّليبي، ٢٠١٨، ص ٥٥٢).

وبالتَّالي تكمن مُشكلة الدِّراسة الحالية في وجود العديد من المُشكلات المُرتبطة بتسويق البُحوث العلمية بجامعة الكويت لتعزيز القُدرة التَّنافسية، ولذلك تسعى الدِّراسة إلى تحقيقها للهُوض بتسويق البُحوث العلمية بجامعة الكويت لتعزيز القُدرة التَّنافسية.

## أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التوصل إلى تصور مقترح لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتطبيقية لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت ، وهذا من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على الإطار الفكري لتسويق البحوث العلمية في الأدبيات الإدارية المعاصرة.
2. التعرف على الإطار الفكري للقدرة التنافسية للجامعات في الأدبيات الإدارية المعاصرة.
3. التعرف على التحليل الثقافي لخبرات بعض الدول في تسويق البحوث العلمية والتطبيقية وعلاقتها بزيادة القدرة التنافسية للجامعات.
4. التوصل إلى تصور مقترح لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتطبيقية لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت

## أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى قسمين، هما:

- أ- الأهمية النظرية، ويتمثل في:
  1. معالجة الدراسة لموضوع على قدر من الأهمية، حيث إنها دراسة لتحقيق تسويق البحوث العلمية والتطبيقية بجامعة الكويت لتعزيز القدرة التنافسية.
  2. ترجع أهمية الدراسة إلى تركيزها على التعليم الجامعي الذي هو قاطرة التقدم في المجتمعات، والذي تسهم مخرجاته في تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة للمجتمع الكويتي في كافة مجالاتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والثقافية.
  3. تناولت موضوعاً بالغ الأهمية وهو تسويق البحوث العلمية لتعزيز القدرة التنافسية لجامعة الكويت، والذي يتماشى مع قيمة العلم وأهمية البحث العلمي في معالجة مشكلات المجتمعات والتحديات العالمية في ظلّ العولمة والاقتصاد القائم على المعرفة.
  4. إمكانية إفادة القائمين على التعليم الجامعي في الكويت في التعرف على آليات جديدة لتطوير التعليم الجامعي، من خلال تعزيز القدرة التنافسية للجامعات، والتي تُعد أحد المدخل الحديثة للتطوير الجامعي.



٥. لفت انتباه المسؤولين بجامعة الكويت إلى أهمية تسويق البحوث العلمية، وبما يمكن أن يسهم به في تنمية المجتمع.

٦. قد تُسهم الدراسة الحالية في تطوير تسويق البحوث العلمية بجامعة الكويت، والتغلب على الكثير من المشكلات التي تُواجهها، وذلك من خلال ما تقدمه للمهتمين بشئون البحوث العلمية من تصور مُقترح يمكن الاستفادة منه في تسويق البحوث العلمية.

٧. تحاول الدراسة تشخيص جوانب القوة والضعف في عملية تسويق البحوث العلمية بجامعة الكويت، وذلك للوقوف على الوضع الحالي لعملية تسويق تلك البحوث العلمية.

#### ب- الأهمية التطبيقية، وتتمثل في:

١. البحث عن مصادر تمويل ذاتية لجامعة الكويت بحيث يكون التمويل الحكومي في صورة منحة تمثل جزء من إجمالي ميزانية الجامعة.

٢. الرّبط بين جهود الباحثين والمؤسسات الإنتاجية والصناعية من أجل التّهُوض بالصّناعة والاقتصاد الكويتي ممّا يعود بالفائدة على الدّولة ويؤدّي إلى زيادة الدخل القومي وكذلك دخل الفرد.

٣. زيادة العائد المادي بالنسبة للباحثين ممّا يؤدّي إلى اهتمام الباحثين بنشر أبحاثهم.

٤. تحقيق أقصى استفادة مُمكنة من البحوث والدراسات التي تجرى في المجالات المُختلفة.

٥. رفع تصنيف الجامعة في التصنيفات الدّولية.

#### أسئلة الدراسة:

يُمكن بلورة أسئلة الدراسة في السّؤال الرئيسي التّالي: إلى أي مدى يُحقّق البحث العلمي

القُدرات التنافسية بجامعة الكويت؟ ويتفرع من هذا السّؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التّالية:

١. ما الإطار الفكري لتسويق البحوث العلمية في الأدبيات الإدارية المُعاصرة؟

٢. ما الإطار الفكري للقُدرة التنافسية للجامعات في الأدبيات الإدارية المُعاصرة؟

٣. ما التحليل الثّقافي لخبرات بعض الدول في تسويق البحوث العلمية والتّطبيقية وعلاقتها بزيادة القُدرة التنافسية للجامعات؟

٤. ما التّصور المُقترح لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتّطبيقية لتعزيز القُدرة التنافسية بجامعة الكويت؟

## حدود الدراسة:

تتمثل حُدود الدراسة الحالية في الحدود التالية:

١. الحدود الموضوعية: اقتصر الباحث في دراسته الحالية على دراسة تسويق البحوث العلمية والتطبيقية في كلٍّ من الولايات المتحدة الأمريكية والصين ومدى الاستفادة منها لتعزيز القدرة التنافسية لجامعة الكويت.

٢. الحدود المكانية: اقتصر الباحث على دراسة تسويق البحوث العلمية والتطبيقية في كلٍّ من الولايات المتحدة الأمريكية والصين.

## منهج الدراسة:

١. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المُقارن، والمنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة؛ حيث يُعد المنهج المُقارن من أنسب المناهج المُستخدمة، وأكثرها دلالة على التَّربية المُقارنة، وأكثرها شمولاً للمناهج الفرعية المُستخدمة فيها، حيث يهدف المنهج المُقارن؛ إلى تحديد أوجه الشَّبه والاختلاف بين النُّماذج الاجتماعية والنُّظُم القانونية، ويسمح بتحديد مُستوى الاحتكاك والانتفاع الحضاري، كما يسمح بمعرفة الإيجابيات والسلبيات في الظواهر والنُّماذج المدروسة، يُؤدِّي إلى وضع البرامج العلمية المركزة لسد الثغرات وإثراء الجوانب الإيجابية وبالتالي يُساعد الباحث في تفسير النُّظُم التَّعليمية في ضوء الإطار الثقافي للمُجتمع.

## المصطلحات الإجرائية للدراسة:

ارتكزت الدراسة على المُصطلحات الآتية:

### ١. التَّسويق Marketing

يمكن تعريف التَّسويق إجرائياً بأنه عملية تحديد الطَّلب على المُنتج لتحقيق الاشباع النَّهائي لرغبات وحاجات العملاء من خلال الإعلان عن المُنتج والتَّرويج له وتوزيعه وتسعييره.

### ٢. البحث العلمي: Scientific Research

يمكن تعريف البحث العلمي إجرائياً بأنه طريقة أو محاولة لاكتشاف المعرفة، والبحث عنها، وتنميتها، وفحصها وتحقيقتها بتقصٍ دقيق، ونقد عميق، ثمَّ عرضها عرضاً كاملاً بذكاءٍ وإدراكٍ للتَّوصل إلى حُلُول لمُختلف المُشكلات التي تُواجهها البشرية، وتثير قلق الإنسان وحيرته، على كافة المُستويات، وفي كلِّ المجالات.

### ٣. تسويق البحث العلمي: Scientific Research Marketing

يُمكن تعريفه إجرائياً بأنه تلبية حاجات وطُمُوحات القطاعات الإنتاجية والاقتصادية ومُحاولة إشباعها من قبل أجهزة ومؤسسات البحث العلمي، وذلك بهدف الاستفادة من نتائج البُحوث والدراسات التي تُجرى في المجالات المُختلفة وربطها بخُطُط التنمية الشاملة للمُجتمع.

### ٤. القدرة التنافسية The Competitive Ability

إجرائياً يمكن تعريف القدرة التنافسية بالنسبة للجامعات بأنها توافر مجموعة من الموارد المادية والبشرية والمهارات التقنية؛ يمكن للجامعات استخدامها واستثمارها في تكوين وتأهيل وتخريج كوار علمية، ومن ثم تُلبي احتياجات الأسواق المحلية والعالمية، وتُحقق منافع أكثر من الجامعات المُنافسة لها، مما يُؤدِّي إلى ارتفاع مُتوسط نصيب الفرد من الدَّخل القومي.

### الدراسات والبحوث السابقة:

يُمكن تصنيف الدِّراسات السابقة إلى دراساتٍ عربية وأخرى أجنبية على النحو التَّالي:

### أولاً: الدراسات والبحوث العربية

#### أ- الدِّراسات والبحوث الخاصة بتسويق البحوث العلمية:

##### ١. دراسة (أميمة حلمي مصطفى، ٢٠٢٠م):

هدفت الدِّراسة إلى دراسة الخبرة الأمريكية في مجال تسويق التُّكنولوجيا الجامعية، واستعراض نماذج لبعض الجامعات الأمريكية في هذا المجال، وذلك بهدف الإفادة منها في التَّوصل إلى آليات مُقترحة يُمكن اتباعها بالجامعات المصرية في ضوء ظُروفها وإمكاناتها لتحسين مُمارساتها في هذا الاطار، واعتمد البحث على المنهج المُقارن من خلال الاستعانة بأسلوب دراسة الحالة، وتوصَّلت الدراسة إلى مجموعة من الآليات التي من شأنها أن تُسهم في تفعيل أنشطة تسويق التُّكنولوجيا الجامعية في مصر منها: تبني التَّسويق بشكلٍ رسمي باعتباره جزءاً رئيسياً من أنشطة الجامعة، نشر وتعزيز ثقافة داعمة للابتكار بالجامعات المصرية زيادة الدِّعم من قبل الإدارة الجامعية العليا.

##### ٢. دراسة (وفاء زكي بدروس، ٢٠١٧م):

هدفت الدِّراسة بناء وتكوين إطار نظري يُساعد على تفهم الأطر النَّظرية والفكرية والمعيارية لعملية تسويق الخدمات التَّعليمية بالجامعات والوقوف على مدى مُلائمة بيئة الجامعات المصرية لممارسة التَّسويق كوظيفة إدارية يُمكن أن تُمارسها في المُستقبل بالإضافة إلى وضع سيناريوهات بديلة لمُستقبل تسويق الخدمات التَّعليمية بالجامعات المصرية، استخدم

الباحث المنهج الوصفي كما استعان الباحث بأسلوب السيناريو كأسلوب من الأساليب المستخدمة في الدراسات المستقبلية وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استطلاع رأي لمجموعة من الخبراء في المجال للتعرف على آرائهم ومقترحاتهم بشأن مجموعة السيناريوهات المقترحة، وتوصلت الدراسة إلى وضع سيناريو مرجعي، وسيناريو إصلاحي وآخر ابتكاري.

### ٣. دراسة (عبدالعزیز أحمد مُحَمَّد نصر داود، ٢٠١٦م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسس النظرية لتسويق الخدمات التعليمية في الجامعات، وكذلك التعرف على بعض الخبرات الأجنبية لتسويق الخدمات التعليمية في الجامعات، وأيضًا الوقوف على واقع تسويق الخدمات التعليمية في الجامعات المصرية، والتوصل إلى تصور مقترح لتسويق الخدمات التعليمية في الجامعات المصرية و اعتمد البحث على المنهج المقارن بمدخله الوصفي؛ وخلصت الدراسة إلى بعض التوصيات، من أهمها:

- تبادل النشرات العلمية بين الجامعات والمؤسسات حول نتائج البحوث بقصد تسويق البحث العلمي في الجامعات.

- إنشاء مراكز لتسويق البحوث العلمية والخدمات الاستشارية في الجامعات التي لا يوجد بها مثل هذه المراكز، على أن يتوافر لديها آلية الاتصال بالقطاعات الإنتاجية بشكل فعال.

### ٤. دراسة (مُحَمَّد أحمد عبد العظيم ٢٠١٦م):

هدفت الدراسة التوصل إلى رؤية مستقبلية لتوظيف الجامعة في التنمية الاقتصادية في مصر من خلال الاستفادة من الآليات التي تتبناها الاتجاهات العالمية: الجامعة البحثية، وحاضنات الأعمال الجامعية، وجامعة المشروعات الاستثمارية، وتحليل نموذج لكل اتجاه جامعة تورنتو، وحاضنة جامعة تكساس في أوستن، وجامعة سنغافورة الوطنية، استخدم الباحث المنهج المقارن ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أن الاتجاهات العالمية اشتركت في أهدافها نحو تحقيق التنمية الاقتصادية المحلية والإقليمية، من خلال تقديم خدمات تعليمية متميزة والاستثمار في رأس المال البشري، توفير البنية المعلوماتية التي تسهم في إنتاج البحث العلمي المتميز.

٥.دراسة (نصر مصطفى نصر، ٢٠١٥م):

هدفت الدراسة التعرف على المتطلبات التشريعية والأكاديمية والإدارية الخاصة بتسويق الأبحاث العلمية في الجامعة، وكذلك التعرف على خبرات بعض الدول في مجال تسويق الأبحاث العلمية الخاصة، استخدم الباحث المنهج المقارن، وكان من بين النتائج التي أسفرت عنها الدراسة ما يلي:

- نتائج خاصة بالمتطلبات التشريعية، ومنها: وضع نص تشريعي في قانون تنظيم الجامعات المصرية يتضمن اهتمام الجامعات بتسويق الأبحاث، وكذلك وجود تشريعات لتفعيل العلاقة بين الجامعات والجهات المستفيدة من الأبحاث.
- نتائج خاصة بالمتطلبات الأكاديمية، ومنها: تسويق رسائل الماجستير والدكتوراه لحلّ مشكلات القطاعات الإنتاجية والصناعية، بالإضافة إلى تنظيم المؤتمرات والندوات العلمية لعرض نتائج الأبحاث التي يحتاجها السوق.

ب- الدراسات والبحوث الخاصة بالبحث العلمي:

١.دراسة (بشرى إسماعيل أحمد أرنوط ، ٢٠٢٠م):

هدفت الدراسة الكشف عن معايير جودة البحث العلمية ومتطلباتها ومُعوقاتها والإجراءات التطويرية لمستوى جودة البحوث من وجهة نظر الباحثين، استخدمت الباحثة المنهج النوعي نهج النظرية المجردة باستخدام التصميم المنبثق لـ (جليزر، ١٩٩٢) لتحليل البيانات النوعية التي جمعت من خلال مقابلة (٢٠) باحث بدرجة أستاذ مساعد وما أعلاه، وأسفرت نتائج التحليل النوعي للبيانات التي جمعت من خلال المقابلة المتعمقة للمشاركين في البحث بعد جدولتها وتصنيفها، والمقارنة المستمرة للبيانات بالترميز وللبيانات بالفئات؛ أنه يمكن ترميز هذه البيانات، في أربعة تصنيفات، هي: معايير جودة البحث العلمي، متطلبات جودة البحث العلمي، مُعوقات جودة البحث العلمي.

٢.دراسة (مصطفى عبد العظيم الطيب، ٢٠١٨م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع البحث العلمي في الوطن العربي في الوضع الراهن، وتحليل أهم المشكلات التي تعترضه، كما هدفت أيضاً التعرف على آلية تحسين جودة البحث العلمي من خلال استطلاع آراء أعضاء هيئة التدريس الجامعي حول ثلاثة أبعاد تُسهم بشكلٍ فعّال في تطوير البحث العلمي في الوطن العربي وهي: (الجانب التعليمي الذي يختص بالباحث والمؤسسة البحثية، والإتفاق على البحث العلمي، والجانب السياسي)، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، من أبرزها:

- التركيز على الباحث العربي والمؤسسة البحثية.
  - الاهتمام التمويل أو الإنفاق لضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي.
  - التركيز على الاستقرار السياسي للدول العربية.
٣. دراسة (مريم شعبان الصليبي، ٢٠١٨م):

هدفت الدراسة الكشف عن التحديات التي يواجهها البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية والتربوية في دولة الكويت من وجهة نظر مُتغيرات: النوع- سنوات الخبرة- الرتبة- الأكاديمية، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة الدراسة الاستبانة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أبرزها: ارتباط البحث العلمي بالترقية الأكاديمية للباحث، وضعف الاستفادة من البحوث العلمية من قبل أصحاب القرار، وضعف الإنفاق على البحث العلمي، وقلة الوعي بأهمية البحث العلمي، وضعف مساهمة القطاع الخاص في مجال البحث العلمي، وضعف استقطاب الكفاءة العلمية المختصة بالبحث العلمي، وضعف اعتماد المؤسسات الوطنية على البحث العلمي، ووجود بيروقراطية إدارية في مؤسسات البحث العلمي.

٤. دراسة (منصور لخضاري، ٢٠١٦م):

هدفت الدراسة التعرف على تأثير التكنولوجيا الرقمية على جودة البحث العلمي، ومدى انعكاس استخدام التكنولوجيا الرقمية في مجال البحث العلمي على جودة البحث العلمي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، من أبرزها:

- قلة انتشار المكتبات الرقمية وقواعد البيانات، رقمنة تسيير المكتبات.
  - إن استخدام التكنولوجيا الرقمية في البحث العلمي سلاح ذو حدين، فبقدر ما تقدمه من فائدة للباحثين، وما تتعكس من إيجاب على البحث العلمي، فإنها قد تنصف بمصادقية المنتج العلمي في حال ما أسيء استخدامها.
  - ضعف تطور برمجيات الكتابة البحثية.
٥. دراسة (منى حميدة الدسوقي، ٢٠١٥م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على مشكلات البحث العلمي بكليات التربية النوعية بمصر حيث وجد أنهم يعانون من مشكلات تتعلق بعدم توافر التمويل المالي اللازم، ويظهر ذلك من خلال النقص الواضح في المواد التي يحتاجها الباحث من المختبرات والأجهزة وغيرها بالإضافة إلى عدم وجود مكتبات بالمعنى العلمي المعاصر بالإضافة إلى النقص الواضح في المراجع والدوريات، واستخدمت الباحثة المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى تصور مقترح لعلاج تلك

المشكلات، تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تركيزها على المعوقات التي تواجه البحوث العلمية بدولة الكويت مما يفيد الدراسة في الإطار النظري بينما تختلف الدراسة الحالية من حيث تركيزها على آليات تسويق البحث العلمي، وفي المنهج المستخدم.

### ج- الدراسات والبحوث الخاصة بالقدرة التنافسية:

١. دراسة (رضا بخيت مصطفى، ٢٠٢٠م):

هدفت الدراسة استقراء وتحليل أهم المتطلبات والمداخل والإستراتيجيات اللازم توافرها داخل الجامعة لتدويل التعليم وتحسين القدرة على التنافس، واستقراء أهم التجارب والخبرات الدولية المعاصرة في تطبيق تدويل التعليم الجامعي، والتي تمكنت من تحقيق التنافسية العالمية من خلاله، وتحليل ودراسة مدى توفر متطلبات تدويل التعليم الجامعي التي يمكن أن تساهم في تحسين القدرة التنافسية للجامعات المصرية ووضعها في مصاف الدول المتقدمة عالمياً بل ومُنافستها، وتوصلت الدراسة لمجموعة من المتطلبات لتدويل الخدمات الجامعية وأهميتها على النحو التالي:

- البيئة الداخلية: غموض الفلسفة والرؤية الجامعية المرتبطة بالتدويل، وضعف تمويل أنشطة التدويل، وضعف مشروعات ووحدات التقنية، وضعف البنية التنظيمية المرتبطة بالتدويل، وقلة المشروعات التعليمية، وإهمال تدويل المناهج البرامج الأكاديمية.

- البيئة الخارجية: ضعف النشر الدولي ومعامل التأثير العربي، وضعف تدويل خدمة المجتمع، وإهمال الشراكات والتحالفات الإستراتيجية، وضعف الحراك الدولي للطلاب ولأعضاء هيئة التدريس، وندرة التسويق الدولي للخدمات الجامعية.

٢. دراسة (عائشة عبد الفتاح مغاوري الدجج، ٢٠١٨م):

هدفت الدراسة إلى تعريف الإطار النظري والمفاهيمي للقدرة التنافسية للجامعات والوقوف على واقع القدرة التنافسية للجامعات المصرية في مجال البحث العلمي، وأيضاً تعريف واقع الجامعات الخاصة في مصر والبحث العلمي بها مع محاولة التوصل لمجموعة من التوصيات والمقترحات لتعزيز التعاون بين الجامعات المصرية والحكومية والخاصة، والتي من شأنها تحسين القدرة التنافسية للجامعات المصرية في مجال البحث العلمي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لملاعته لطبيعة الدراسة، واعتمدت الباحثة على هذا المنهج في وصف مقومات القدرة التنافسية للجامعات المصرية، وتوصلت الدراسة لمجموعة من المقترحات والتوصيات تشمل العناصر الأساسية في منظومة الجامعات الخاصة بهدف تطويرها وتفعيل الدور البحثي لها، من أجل تعزيز التعاون بينها وبين الجامعات الحكومية في مجال البحث العلمي؛ لتحسين القدرة التنافسية للجامعات المصرية.

### ٣. دراسة (أحمد محمد نبوي حسب النبي، ٢٠١٧م):

هدفت الدراسة صياغة تصور مُقترح يُسهم في تحقيق جودة التعلّم الابتدائي، ويُحقّق في الوقت ذاته التنافسية في المجتمع المصري، وللوصول إلى هذه الغاية، قام الباحث بتحليل علاقة التعلّم الأساسي بمفهوم التنافسية في المجتمع الماليزي، إضافةً إلى ذلك درس الباحث الآليات التي طبقتها وزارة التربية والتعلّم الماليزية لتحسين جودة التعلّم الابتدائي، وقد استخدم أداة دراسة الحالة Case Study، وأداة المقارنة المرجعية Bench Marking، وقد أكّد البحث على أهميّة رفع المستوى المُتدني لجودة التعلّم الحكومي في مصر، وخُص إلى أن تحسين جودة التعلّم هو السبيل لتحسين القدرة التنافسية للدولة المصرية.

### ٤. دراسة (عبد الله بن حمد بن إبراهيم العباد، ٢٠١٧م):

هدفت الدراسة تحديد مُتطلبات رفع القدرة التنافسية لجامعة الملك سُعود في ضوء معايير التّصنيفات العالمية للجامعات، كما هدفت تحديد مُعوقات رفع القدرة التنافسية لجامعة الملك سُعود، وإلى صياغة نموذج مُقترح لزيادة القدرة التنافسية لجامعة الملك سُعود في ضوء معايير التّصنيفات العالمية للجامعات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وفي نهاية الدراسة تمّ تقديم نموذج مُقترح لرفع القدرة التنافسية لجامعة الملك سُعود في ضوء خبرات وتجارب الدول المُتقدّمة.

### ٥. دراسة (أسماء إسماعيل عبد اللاه، ٢٠١٦م):

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أهم المفاهيم المُتعلقة بالقدرة التنافسية للجامعات الخاصة في ضوء الأدبيات التربوية المُعاصرة، والتّعرف على أوجه القوّة والضعف في نُظُم القبول بالجامعات الخاصة في مصر، والوقوف على خبرات بعض الدول المُتقدّمة في مجال القبول بالجامعات الخاصة ودورها في تحسين قدرتها التنافسية في كلّ من الولايات المُتحدة الأمريكية وإنجلترا واليابان، استخدمت الدراسة المنهج المُقارن، وتوصّلت إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها:

- ضعف القدرة التنافسية للجامعات الخاصة المصرية، وتراجع مكانتها في قائمة التّصنيفات الدّولية للجامعات، وقد جاء هذا الأمر نتيجة طبيعية لانخفاض مؤشرات تلك الجامعات، التي يتم الاعتماد عليها في تقويم الجامعات، والتي منها نُظُم القبول والبحث العلمي ومُعدل أستاذ إلى طالب، والتمويل المُقدم للجامعات .... وغيرها.
- قُصور في قدرات الخريجين بعد تعيينهم في الوظائف وقد أسهم هذا القُصور في غياب مهارات التنافسية في الأسواق العالمية لخريجي الجامعات وتدهور إنتاجيتهم.



## ثانياً: الدراسات والبحوث الأجنبية:

أ- الدراسات والبحوث الخاصة بتسويق البحوث العلمية:

### ١. دراسة (Kenzhaliyev O. B., Ilmaliyev Zh. B, et al, 2020):

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تسويق نتائج البحث والتطوير في كازاخستان والبلدان البعيدة في الخارج، المؤسسات التي لها دورٌ في عملية التمويل، وخلق وتعزيز نتائج البحث العلمي في السوق، وتحليل مقارن لطرق تسويق المنتجات العلمية والتقنية، وتحديد المشكلات التي تعيق عمليات التنمية في مجال تسويق المنتجات العلمية والتقنية، واستخدمت الدراسة التحليل الكمي لبيانات المحتوى التي تم جمعها من المصادر المفتوحة كوثائق قانونية، وتوصلت الدراسة إلى استنتاج مفاده أنه من أجل التسويق الفعال للمنتجات العلمية والتقنية، يجب إيلاء اهتمام كبير لاختيار طريقة التسويق، حيث إنها تُحدّد حجم التأثير الناتج عن المطور في المستقبل.

### ٢. دراسة (Samuel Amponsah Odei., 2017):

هدفت الدراسة إلى تقييم إلى أي مدى تقوم الجامعات الألمانية بتسويق أنشطتها الأكاديمية وتعاونها مع الصناعة من خلال إنشاء برامج فرعية، وظف البحث تحليل الانحدار الخطي للوصول إلى الهدف من هذا البحث، ويُشير الاختبار ونمط الأهمية الإحصائية ونتائج معاملات الانحدار إلى أن توافر التمويل لتسويق أبحاث الجامعات له تأثير إيجابي في الحصول على براءات الاختراع وهو عنصر حيوي لتسويق عملية البحث الأكاديمي في ألمانيا.

### ٣. دراسة (Roya et. Al., 2016):

هدفت الدراسة إلى دراسة وتحديد المكونات الفعالة لتسويق التعليم العالي وتوفير نموذج تسويقي لمؤسسات القطاع الخاص للتعليم العالي في إيران، وهذه الدراسة عبارة عن بحث نوعي، كما تم استخدام التحليل الموضوعي عن طريق تجميع كل المعلومات المرتبطة بالتسويق الجامعي، كشفت نتائج التحليل الموضوعي أن هناك موضوعين مسيطرين، (١٣) موضوعاً عالمياً، (١٤٠) موضوعاً تنظيمياً، (٥٠٣) موضوعات أساسية تتعلق بتسويق التعليم العالي، كما أن العلاقة بين هذه المواضيع تُشكّل نموذج تسويقي للمؤسسات التعليمية العليا في القطاع الخاص الإيراني.

## ب- الدراسات والبحوث الخاصة بالبحث العلمي:

### ١. دراسة (Selin, Inag, Cenberci., 2018):

هدفت الدراسة تحديد مدى فعالية منهج طرق البحث العلمي من الناحية الأخلاقية، حيث تم استخدام المنهج الوصفي لتحديد ووصف الوضع الحالي، كما تم استخدام نموذج الفحص العام، وتكون مجتمع الدراسة من مُتدربي مادة الرياضيات الذين درسوا في كليات التربية بالجامعات الحكومية خلال فصل الخريف عام ٢٠١٧/٢٠١٨م، وتوصلت الدراسة إلى أن مُتدربي مادة الرياضيات الذين يتابعون الدروس يلتزمون بالقواعد الأخلاقية أكثر دلالة على أن دورة أساليب البحث العلمي قد ساهمت في تجنب سلوكيات عدم الأمانة الأكاديمية للمُتدربين في الرياضيات، كما أشارت الدراسة إلى ضرورة التأكيد على القضايا الأخلاقية من قبل المُحاضرين بشكل أكبر وإعلام المُتدربين بالعقوبات التي ستفرض نتيجة لانتحال.

### ٢. دراسة (Nicolas Rainstorm, 2015):

هدفت هذه الدراسة إلى تعليم المُعلمين التنافسية من أجل تنافسية الأمم، وهي دراسة نظرية تحليلية، كما هدفت إلى مناقشة مدى ما تحقَّقه السويد في الاستثمار في التعليم وتدريب المُعلمين من أجل الاستجابة للعولمة الدولية والتعامل معها، ولتحقيق ذلك أكدت الدراسة على ضرورة إصلاح نُظم إعداد المُعلم في السويد أولاً، حتى يُمكن الدُخول في مُنافسة حقيقية عالمية مع الأمم والدُول المُختلفة.

### ٣. دراسة (Nord, J., & Koohang, K., 2014):

هدفت الدراسة التعرف إلى أثر استخدام التكنولوجيا في تحقيق القدرة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي والمنظمات في بولندا، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (٦) جامعات شملتها الدراسة، وتم رصد درجة استخدام الجامعات للتكنولوجيا، ودرجة تحقيقها للقدرة التنافسية مقارنةً بنظيراتها، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية ما بين استخدام التكنولوجيا وتحقيق القدرة التنافسية، وأهم عناصر القدرة التنافسية المُحققة لدى الجامعات التي تستخدم التكنولوجيا بشكلٍ واسع هي جودة الخدمات التعليمية.

### ج- الدراسات والبحوث الخاصة بالقدرة التنافسية:

#### ١. دراسة (Nicolas Rainstorm, 2015):

هدفت هذه الدراسة إلى تعليم المعلمين التنافسية من أجل تنافسية الأمم، وهي دراسة نظرية تحليلية، كما هدفت إلى مناقشة مدى ما تحقّقه السويد في الاستثمار في التعليم وتدريب المعلمين من أجل الاستجابة للعولمة الدولية والتعامل معها، ولتحقيق ذلك أكّدت الدراسة على ضرورة إصلاح نُظُم إعداد المعلم في السويد أولاً، حتى يُمكن الدُخول في مُنافسة حقيقية عالمية مع الأمم والدُول المُختلفة.

#### ٢. دراسة (Nord, J., & Koohang, K., 2014):

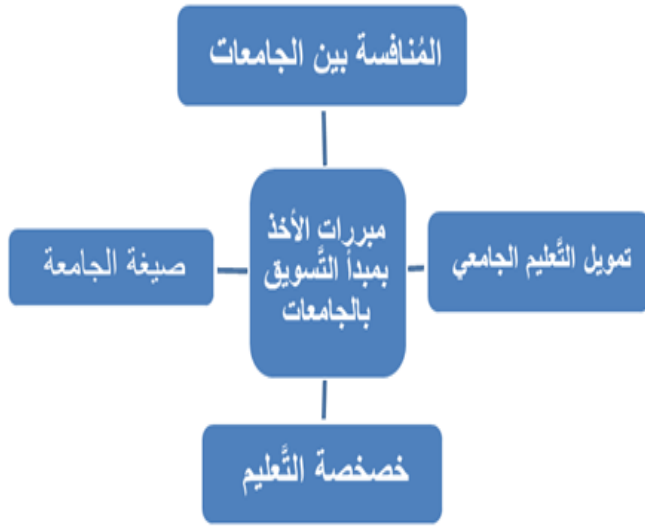
هدفت الدراسة التّعرف إلى أثر استخدام التكنُولُوجيا في تحقيق القدرة التنافسية في مؤسسات التّعليم العّالي والمُنظمات في بولندا، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (٦) جامعات شملتها الدراسة، وتمّ رصد درجة استخدام الجامعات للتكنُولُوجيا، ودرجة تحقيقها للقدرة التنافسية مقارنةً بنظيراتها، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية ما بين استخدام التكنُولُوجيا وتحقيق القدرة التنافسية، وأهم عناصر القدرة التنافسية المُحقّقة لدى الجامعات التي تستخدم التكنُولُوجيا بشكلٍ واسع هي جودة الخدمات التّعليمية.

#### ٣. دراسة (Christopher Patrick, 2012):

هدفت الدراسة تقديم نموذج أو تصور مُقترح لكيفية الوصول بالتّعليم إلى المُنافسة العالمية، فقد تناولت الدراسة مفهوم المُنافسة العالمية، وتناولت مفهوم المُحاسبية في التّعليم كمدخل للوصول إلى المُنافسة العالمية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصّلت الدراسة إلى تصوراً مُقترحاً يُمكن من خلاله الدُخول إلى المُنافسة العالمية لنُظُم التّعليم في الولايات المُتحدة الأمريكية.

#### مُبررات الأخذ بمبدأ التّسويق بالجامعات:

تتمثل الأسباب التي تُؤكّد ضرورة اتجاه الجامعات لتسويق خدماتها والتي نركز منها على البحث العلمي في تمويل التّعليم الجامعي، المُنافسة بين الجامعات، صيغة الجامعة، خصخصة التّعليم (طارق طه، محمد فريد الصحن، ٢٠٠٧م).



الشكل رقم (١) يوضح مبررات الأخذ بمبدأ التسويق بالجامعات

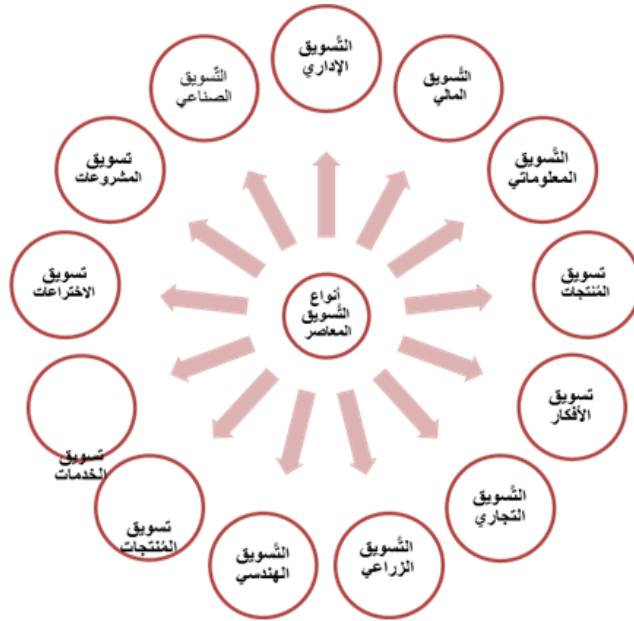
### مراحل الاهتمام بتسويق البحوث العلمية:

تطورت نُظْمُ التَّسْوِيقِ مِنْ قَدِيمِ الزَّمَنِ وَحَتَّى الْآنَ فِي الْبِيئَةِ الْعَرَبِيَّةِ نَمَتْ خِبْرَاتُ كَثِيرَةٍ فِي مَجَالِ فَتْحِ الْأَسْوَاقِ الدُّوَلِيَّةِ فِي الشَّرْقِ الْأَدْنَى وَأُورُوبَا وَأَفْرِيْقِيَا، كَمَا تَطَوَّرَتْ الْأَسْوَاقُ الْعَرَبِيَّةُ ذَاتَهَا فِي الْقَاهِرَةِ وَبَغْدَادَ وَمَكَّةَ وَبِلَادِ الشَّامِ وَانْتَشَرَتْ حَتَّى وَصَلَتْ الْأَسْوَاقَ الْأَفْرِيْقِيَّةَ وَتَشْمَلُ مَرَاهِلَ الْإِهْتِمَامِ بِالتَّسْوِيقِ مَا يَلِي (زكريا أحمد عزام وآخرون، ٢٠١٨):

- أ- مرحلة الاهتمام بالإنتاج
- ب- مرحلة الاهتمام بالمبيعات
- ج- مرحلة المبيعات المكثفة
- د- مرحلة المبدأ التسويقي
- هـ- مرحلة الشركة التسويقية
- و- مرحلة الرقابة التسويقية
- ز- مرحلة التسويق كنظام متكامل

## الاتجاهات الحديثة المعاصرة في تسويق البحوث العلمية:

يُعد التسويق المفتاح لتحقيق أهداف المؤسسة ويشمل التسويق: تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة، والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين، كما تقوم الجامعات بمراجعة خطوط المنتجات من حيث الإضافة أو الحذف، ومن حيث اقتراح تطوير مستمر في خدماتها ومنتجاتها وفق البحوث والتكنولوجيا العالمية، ويمكن توضيح أنواع التسويق من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (٢) يوضح محاور التسويق المعاصر

## متطلبات تسويق البحوث العلمية بجامعة الكويت:

تسعى الجامعة الكويتية إلى تحسين أدائها بصورة مستمرة؛ وذلك رغبةً في التميّز وأن يتصدر اسمها قوائم تصنيف الجامعات على المستوى العالمي، وبالنظر إلى طبيعة جودة البحث العلمي في العصر الحاضر، وعوامل نموه وتطوره في البلدان التي قطعت شوطاً كبيراً في ميدان البحث، يُلاحظ أنّ البحث العلمي أصبح يركز على مقومات معينة تتمثل في (مصطفى نمر دعمس، ٢٠٠٨):

١. إنشاء مركز قومي للبحوث
٢. توفير المال اللازم
٣. تحديد النصاب والتفرغ للمُشتغلين بالبحث العلمي
٤. توفير المُختبرات والأجهزة
٥. توفير المكتبات، والاشتراك بشبكات الاتصال الدولية (الانترنت)
٦. نشر البحوث
٧. توفير الأمكنة اللازمة
٨. الاهتمام بالدراسات العليا في الجامعات
٩. تحضير الباحث المناسب.

### تصور مقترح لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتطبيقية لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت

وفي ضوء ما تمّ عرضه من ملامح وآليات تسويق البحوث العلمية في دولة الكويت في ضوء الدراسات السابقة والتي تناولت خبرات بعض الدول يتضح أن دولة الكويت تعاني من :

١. ضعف الاهتمام من قبل أعضاء هيئة التدريس بتسويق نتائج أبحاثهم.
٢. محدودية الموارد المالية التي تُؤدّي إلى افتقار الجامعة إلى أحدث المرافق الضرورية للابتكار، وارتفاع تكلفة إجراء البحوث التطبيقية.
٣. نقص الكفاءات الإدارية والتسويقية بأجهزة ومؤسسات البحث العلمي، وقصور في تسويق نتائج البحوث الزراعية.
٤. غالبية منظمات البحث العلمي لا يوجد بها وحدات تنظيمية خاصة بتسويق الأبحاث العلمية وكذلك عدم قيامها بممارسة النشاط الترويجي.
٥. غموض رؤية الجامعة والتي من المفترض أن تتضمن إنتاج القوى العاملة الماهرة اللازمة لاقتصاد قائم على المعرفة.
٦. محدودية الشراكة بين الجامعات والقطاع الخاص (الإنتاجي).

٧. ضعف مستوى الخدمات التي تقدمها الحاضنات للمشروعات أثناء فترة الاحتضان وبشكل أكبر بعد التخرج، وذلك على مستوى الخدمات الإدارية والاستشارية والمالية والتسويقية والفنية، وخدمات السكرتارية والمعلومات، وخدمات تنمية الموارد البشرية.
٨. تراجع قدرة الحاضنات حول تقديم أشكال الدعم التكنولوجي والمعلوماتي للمشروعات الجديدة بعد فترة الاحتضان، وضعف تصميم وتطبيق وتطوير البنية التحتية بالحاضنات الداعمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
٩. تراجع مستوى الخدمات المالية التي تقدمها الحاضنات للمشروعات أثناء فترة الاحتضان وبعدها.
١٠. غموض مفهوم الرؤية لدى بعض المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص، وعدم قدرتها على صياغة رسالتها وتحقيق أهدافها.
١١. أن تكون عملية تمويل البحوث العلمية عملية مشتركة بين الحكومة والمؤسسات الإنتاجية. ومن كل ما سبق يمكن بلورة تصور مقترح لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتطبيقية لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت وفقاً للخطوات التالية:

#### أولاً: أهداف التصور المقترح:

يسعى التصور الحالي الذي تقترحه الدراسة لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتطبيقية لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت .

#### المرتكزات والمنطلقات التي يقوم عليها التصور المقترح.

يرتكز التصور المقترح الذي تقدمه الباحثة على واقع التغيرات المعاصرة التي يتعرض لها العالم من خلال مجموعة من المرتكزات، تتمثل فيما يلي:

١. وجود فلسفة واضحة ومحددة تستند عليها عملية تسويق البحوث العلمية مع مراعاة متغيرات العصر وخاصة في جانبها العلمي والتكنولوجي، والانفجار المعرفي والثقافي والتقدم في وسائل المعرفة والاتصال .
٢. توفير الإمكانيات المادية والبشرية يعد من المتطلبات الأساسية لتطوير تسويق البحوث العلمية، وذلك حتى لا يفاجأ النظام بها في المستقبل.
٣. تطبيق الأساليب العلمية والتكنولوجية المتطورة والاستفادة من تقنيات العصر في مختلف مراحل عملية تسويق البحوث العلمية .
٤. أن لا يكون البحث من أجل البحث نفسه والحصول على درجة علمية فحسب، وإنما من أجل تقديم معرفة جديدة يمكن تطبيقها والاستفادة منها في خدمة البشرية.

٥. إن التطوير والتحديث في البحث العلمي وآليات تسويقه أمر ضروري وحتمي تفرضه التطورات المتلاحقة في مختلف مجالات الحياة.
٦. تنمية القدرات والمهارات البحثية اللازمة للباحثين وأعضاء هيئة التدريس.
٧. يتطلب تحقيق القدرة التنافسية لدى مؤسسات التعليم الجامعي بالكويت في مجال البحث العلمي دعم الإدارة العليا مادياً ومالياً وبشرياً، وهذا يعد المركز الأهم لإنجاح العملية، كما أن الاستقامة ونزاهة القصد والتفهد بأخلاقيات البحث العلمي شروط ضرورية يحتم على فريق العمل الالتزام بها، وقبل ذلك ينبغي توفر رغبة في تقبل الحقائق غير الجيدة عن أداء المؤسسة عند تشخيص مقدار الفجوة التي تخلف بها قياساً بالمؤسسة النموذجية التي تُقارن بها.
٨. تحقيق القدرة التنافسية في مجال البحث العلمي في الوقت الحالي لا تعتبر فرصة في حد ذاتها بقدر ما هي تهديد لأن المؤسسة التعليمية التي تحقق هذا التميز تصبح محل اهتمام كل المنافسين للوصول إليها وتحقيق هذا التميز أو التفوق، وعليه فمؤسسات التعليم الجامعي بحاجة للعمل على التحسين أو التجديد والتطوير المستمر وذلك بغرض امتلاك مزايا تنافسية حقيقية غير قابلة للتقليد والمحاكاة.

### آليات ووسائل تنفيذ التصور المقترح

- لكي يمكن تنفيذ التصور المقترح لتفعيل آليات تسويق البحوث العلمية والتطبيقية لتعزيز القدرة التنافسية بجامعة الكويت لابد من توافر آليات ووسائل لتنفيذه بحيث تتمثل فيما يلي:
١. ضرورة تطوير تسويق البحوث العلمية بما يتناسب مع الاتجاهات الحديثة في التطوير.
  ٢. ضرورة إنشاء صناديق الوقف للبحث العلمي تستند في طبيعة نشاطها على تمويل المشروعات البحثية .
  ٣. تعزيز مشاركة المؤسسات الإنتاجية والصناعية والشركات في المجتمع في عملية تطوير تسويق البحوث العلمية.
  ٤. زيادة الميزانية المحددة للبحث العلمي وذلك لتوفير الاجهزة والمعدات اللازمة.
  ٥. توجيه البحث العلمي لخدمة البيئة والمجتمع والمؤسسات التعليمية.

### مصادر التصور المقترح:

١. الجانب النظري من الدراسة.
٢. نتائج الدراسة الميدانية والتي طبقت أدواتها عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت
٣. واقع البحث العلمي بجامعة الكويت والمتوقع منه ومستقبله.



## خطوات التّصور المُقترح:

يقوم التّصور المُقترح على عدة خطوات، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

### أ- مجال الدعم الأكاديمي للبحث العلمي:

1. وجود خُطة استراتيجية للبحث العلمي وارتباطها بالتّوجهات القومية واحتياجات المُجتمع المحلي.
2. وجود مركز متخصص للبحث العلمي، لنشر وتحكيم الأبحاث والمجالات المتخصصة.
3. وجود دورات تدريبية وورش عمل لأعضاء هيئه التّدرّس للتدريب على مهارات البحث العلمي.

### ب- الدّعم المادي للبحث العلمي:

1. توفير حاضنات تكنولوجية بالجامعة مهمتها تفعيل نتائج البُحوث العلمية إلى ثروة اقتصادية.
2. وجود منح بحثية وبعثات خارجية على نفقة الجامعة.
3. مشاركة الجامعة في مشروعات بحثية ممولة من مؤسسات بحثية محلية وإقليمية وعالمية.
4. إسهام الجامعة في تكاليف نشر الأبحاث و الكتب والرسائل العلمية.
5. مشاركة الجامعة في تمويل المسابقات البحثية بين الجامعات.

### ج- الدعم المُجتمعي للبحث العلمي:

1. الإسهام في تقديم الاستشارات الفنية والمتخصصة للمؤسسات العامة والخاصة من خلال الأبحاث والرسائل العلمية.
2. توفير فرصة للقطاع الخاص للاستثمار في البحث العلمي وتوظيف نتائج البُحوث لخدمة المُجتمع المحلي
3. وجود حملات إعلامية لتوعية وإقناع المُجتمع والقطاع الخاص بأهمية البُحوث وجدواها ودور الجامعات في إنتاجها.

### د- الدعم التكنولوجي والمعلومات للبحث العلمي:

1. توفر المكتبات الإلكترونية المتطورة التي تحتوى على المراجع الحديثة والمترجمة.
2. وجود شبكة معلومات ذات تقنية عالية الجودة لاستخدامات الباحثين.
3. توافر قاعدة بيانات محدثة وفعّالة تربط الباحثين داخل الدولة وخارجها.

### هـ- خُطة إستراتيجية للشراكة بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص:

ويتم في هذه المرحلة تشكيل فريق مشترك من أساتذة الجامعات والمسؤولين بالقطاع الخاص، يختص بدراسة إمكانات الجامعات والاحتياجات الخاصة بالقطاع الخاص، ووضع الخُطة الاستراتيجية للشراكة وتحديد أهدافها بشكلٍ إجرائي ووضعها موضع التنفيذ، مع مراعاة تقسيم الخُطة الاستراتيجية إلى عدة خُطط قصيرة المدى يسهل تنفيذها.

و- تنمية الوعي المجتمعي الداعم للشراكة البحثية بين الجامعات والقطاع الخاص:

يتطلب تحقيق الشراكة البحثية بين الجامعات والقطاع الخاص ضرورة بناء وتكوين ثقافة مجتمعية داعمة لمبدأ الشراكة المُستدامة في مجال البحث العلمي، ويمكن تنمية الوعي المجتمعي الداعم للشراكة البحثية من خلال:

١. نشر ثقافة الشراكة بين القيادات والمسؤولين بالجامعات والقطاع الخاص، ودورها في حل المشكلات المختلفة.

٢. تطوير الثقافة التنظيمية السائدة بالجامعات والقطاع الخاص بما يتلاءم مع تطبيق مدخل الشراكة البحثية.

٣. عقد المؤتمرات والندوات المشتركة بين الجامعات والقطاع الخاص لتعزيز الارتباط بين البحث العلمي والقضايا المجتمعية ذات العلاقة بالقطاع الخاص.

ز- وضع آليات لتفعيل الشراكة البحثية بين الجامعات والقطاع الخاص:

١. تشجيع مؤسسات القطاع الخاص لتخصيص نسبة من أرباحها السنوية لتمويل البحث العلمي بالجامعات.

٢. إنشاء البرامج المتخصصة.

٣. دعم بحوث طلاب الدراسات العليا المرتبطة بمجال عملها.

٤. تشجيع مؤسسات القطاع الخاص ذات النشاط المشترك على تكوين تجمعات لدعم الأبحاث العلمية بالجامعات.

٥. إشراك بعض أساتذة الجامعات في المجالس الإدارية لمؤسسات القطاع الخاص.

ح- تقييم دور البعثات:

١. توثيق الروابط بين الجامعة والجهاز الإداري المسؤول عن تخطيط وتنفيذ البعثات ليكون دور الجامعة هو المنفذ ودور البعثات المتلقي لخطط المرشحين المبعوثين من الجامعة.

٢. زيادة الدعم والتمويل المالي للبعثات لتلبية احتياجات الكليات لتطوير البحث العلمي ومسايرة التقدم العالمي، والتنسيق بين السفارات الكويتية في الخارج والجامعة لحصر الكويتيين المتميزين في الخارج ومراسلتهم لمعرفة أوجه التعاون سواء بتقديم المنح الدراسية لعدد من طلاب الدراسات العليا، أو تزويد الجامعة بالأجهزة العلمية.

٣. التوسع في نظام الإشراف المشترك لما له من فائدة لكل من الأستاذ المشرف والطالب للاحتكاك العلمي والتعرف على الخبرات العلمية وتوسيع التعاون والتبادل العلمي بين جامعة الكويت والجامعات الأجنبية المتقدمة.

ط- الإمكانيات والموارد المالية للبحث العلمي:

١. السعي نحو دعم ميزانية البحوث العلمية في الجامعة من خلال الاقتراح بتخصيص نسبة ١% من صافي أرباح المراكز الإنتاجية لدعم الموارد المالية للبحث العلمي بالكليات وذلك من خلال التنسيق بين مجموعة الشركات لتدعيم كلية أو اثنتين من كليات الجامعة التي في نطاق محيطها الجغرافي لدعم البحوث العلمية لهذه الكليات.
٢. حث رجال الأعمال على تقديم المنح لطلاب الدراسات العليا المتميزين في انتقاء أبحاثهم المرتبطة بحل مشاكل المجتمع وزيادة الإنتاج.
٣. دعم المكتبات بتزويدها بالدوريات العلمية وشبكة الإنترنت والذي يعد العمود الفقري للبحث العلمي.

ي- المؤتمرات والمهام العلمية:

١. تيسير سفر أعضاء هيئة التدريس للمشاركة في المؤتمرات العلمية بالخارج والمهام العلمية دون شروط تحد من إنتاجه العلمي الذي يتناسب مع متطلبات المجتمع وحل مشاكله.
٢. زيادة الاعتمادات المالية لبعثات الأشراف المشترك مع دول العالم المتقدم بحيث يستفيد كل من الباحث والمشرف من التقدم العلمي واكتساب الخبرات العلمية الحديثة.

صعوبات تنفيذ التصور المقترح

- هناك بعض الصعوبات التي قد تكون سبباً في عرقلة أو إعاقة تطبيق التصور المقترح، أو التقليل من السرعة المطلوبة لتنفيذه، ومن أهم هذه الصعوبات ما يلي:
١. غياب استراتيجية التنافسية لدى القائمين على إدارة مؤسسات التعليم الجامعي بالكويت.
  ٢. سوء الممارسات الإدارية لمؤسسات التعليم الجامعي .
  ٣. نقص مهارة البحث العلمي وانشغال عضو هيئة التدريس بأعمال خارج المؤسسة.
  ٤. غياب آلية محددة للتنسيق بين مراكز البحث والتطوير والقطاعات الإنتاجية.
  ٥. عدم توفر البنية التحتية اللازمة للبحث العلمي نتيجة لعدم إدراك الجدوى الاقتصادية للبحوث العلمية.
  ٦. أن غالبية منظمات البحث العلمي لا تقوم بممارسة النشاط الترويجي لنتائج البحوث والدراسات العلمية الخاصة بها وغيرها.
  ٧. غياب ثقافة الفكر التسويقي لدى الأساتذة الأكاديميين الاعتقادات الراسخة لديهم بأن المؤسسات الجامعية لا تخضع للقوانين التسويقية التجارية.

## مقترحات للتغلب على معوقات تنفيذ التصور المقترح:

1. ضرورة قيام مؤسسات التعليم الجامعي بوضع خططها الإستراتيجية مع تجنب الروتين الإداري والمالي المُعقد، وتضع برامجها وخطط تنفيذ مشروعاتها وتنسيق أولياتها، ومراحل التنفيذ، والتقويم في ضوء توجهات الاستراتيجية الوطنية للبحث العلمي.
2. وضع مؤسسات التعليم الجامعي إجراءات مُتوازنة من شأنها تخفيف حجم الأعمال الإدارية التي يكلف بها أعضاء هيئة التدريس ليكون هناك مُتنوع من الوقت لإجراء البحوث العلمية.
3. ضرورة تشكيل رابطة تجمع تحت مظلتها مؤسسات التعليم الجامعي بالكويت، وتتبع لسلطة الأمانة العامة لمجلس التعليم العالي بوزارة التربية والتعليم، تكون أحد مهامه تحديد مؤسسات التعليم الجامعي الرائدة في جميع وظائف التعليم الجامعي وبالأخص مجال البحث العلمي، لنقوم كافة مؤسسات التعليم الجامعي بمقارنة نشاطها المختلفة مع نشاطات تلك المؤسسة.

## المتابعة والتقويم

- من أجل التأكد من استمرارية تنفيذ التصور المقترح ومدى فعاليته في تطوير تسويق البحوث العلمية في مصر يجب إتباع الخطوات التالية:
1. إنشاء فريق مركزي على مستوى الوزارة يكلف بالرقابة على تنفيذ كل ما جاء في التصور المقترح، بالإضافة إلى تنظيم ورش عمل لمناقشة نتائج الدراسة وتوصياتها، ومناقشة الحلول العملية التي توصلت إليها.
  2. تكوين هيئة متخصصة في مجال تسويق البحوث العلمية لمتابعة وتقويم خطوات تنفيذ التصور المقترح.
  3. بناء نموذج للمتابعة، يتضمن عناصر التقويم المُستمر من خلال التقويم البنائي والنهائي، حيث يركز التقويم البنائي على تنفيذ البرنامج لأنه يُقدم تغذية مُرتدة عن جودة وفعالية التصور المُطبق، ويتم استخدام أدوات القياس الآتية (الملاحظة- المُقابلة- الاستبيان- مُراجعة التقارير)، أما التقويم النهائي، فيهتم بالتركيز على إنجازات البرنامج، فهو عملية لقياس ما تمّ تنفيذه وما تحقق من خلال الأهداف الموضوعية.
  4. كما ينبغي وضع الخطوط العريضة للسياسة البحثية والتي تتفق مع الأهداف القومية في المُجتمع وتتجاوب مع مُتطلباتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

## المراجع والمصادر

أحمد إسماعيل حجي، حسام حمدي عبد الحميد، الجامعة والتّمية البشرية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢م)، ص ٢٤١.

أحمد حسين الصّغير، التّعليم الجامعي في الوطن العربي، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٥م)، ص ٣٢-٣٣.

أحمد حسين عبد المُعطي، الجامعات الافتراضية والبحثية صيغ استشرافية لتطوير التّعليم الجامعي، (القاهرة: دار السّحاب للنّشر والتّوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٨٦.

أحمد مُحمّد نبوي حسب النّبي، التّعليم والتّنافسية في ماليزيا وإمكانية الإفادة منها في مصر، مجلة العلوم التّربوية، كلية الدّراسات العليا للتّربية، جامعة القاهرة، العدد الأول، المجلد (٢٥)، يناير ٢٠١٧م.

أحمد محي خلف صقر، العوامل الثقافيّة والاجتماعية وتأثيرها على الخطّ الاستراتيجيّة لتشيغيل الشّباب في بعض دول العالم، (الإسكندرية: دار التّعليم الجامعي، ٢٠١٩م)، ص ١٠١-١٠٢.

أسماء إسماعيل عبد اللاه، تطوير نُظُم القبول بالجامعات الخاصة في مصر لتحسين قدرتها التّنافسية في ضوء خبرات بعض الدّول المُتقدّمة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التّربية- جامعة سوهاج، ٢٠١٦م.

أميمة حلمي مُصطفى، الخبرة الأمريكيّة في مجال تسويق التّكنولوجيا الجامعية لدعم الابتكار وخدمة الصّناعة وإمكانية الإفادة منها في مصر، مجلة كلية التّربية- جامعة سوهاج، العدد (٧٦)، الجزء (١)، ٢٠٢٠م، ص ٣٣٥-٤٥٢.

أميمة حلمي مُصطفى، الخبرة الأمريكيّة في مجال تسويق التّكنولوجيا الجامعية لدعم الابتكار وخدمة الصّناعة وإمكانية الإفادة منها في مصر، المجلة التّربوية، الجزء (٧٦)، كلية التّربية- جامعة سوهاج، أغسطس ٢٠٢٠م، ص ٣٠٨.

أ. د/ عبد التواب عبد اللاه عبد التواب  
تسويق البحوث العلمية مدخل لتعزيز القدرة أ.م. د/ حنان صلاح الدين محمد الحلواني  
أ / عبد الله عوض مسفر الرشيدي

بشاير سُعود الرندي، الإنتاج الفكري لأعضاء هيئة التدريس في جامعة الكويت المُسجل في قواعد البيانات الدولية: دراسة تحليلية، مجلة بُحُوث في علم المكتبات والمعلومات، العدد(١٥)، مركز بُحُوث وخدمات المعلومات، جامعة القاهرة، ٢٠١٥م، ص٢٢٩.

بشرى إسماعيل أحمد أرنوط، جودة البحث العلمي: المعايير، المُتطلبات، المُعوقات، الإجراءات التّطويرية من وجهة نظر الباحثين، المجلة التّربوية، كلية التّربية، جامعة سوهاج، العدد(٦٩)، الجزء الأول، يناير ٢٠٢٠م، ص ٢-٢٧.

بيومي مُحمّد ضحاوي، مُحمّد إبراهيم خاطر، نظام التّعليم المصري في مُقدّمة الألفية الثالثة، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٤م)، ص ٢٦٥.

ثابت عبد الرّحمن إدريس وجمال الدّين مُحمّد، التّسويق المُعاصر، (الإسكندرية: الدّار الجامعية، ٢٠٠٥م)، ص٧٥.

جمال علي الدّهشان، العلاقة الإستراتيجية بين البحث العلمي الجامعي والصّناعي: الواقع والآفاق المُستقبلية، ورقة عمل مُقدّمة إلى النّدوة السّابعة لقسم أصول التّربية بعنوان: التّخطيط الإستراتيجي للتّعليم العّالي، جامعة طنطا، ٢٠١٠م، ص٧٣.

حسن شحاته، المرجع في مناهج البحوث التّربوية والنّفسيّة، (القاهرة: مكتبة الدّار العربيّة للكتاب، ٢٠٠٩م)، ص١٣.

حمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م)، ص٢٦.

حمزة دودين، البحث العلمي في العالم العربي واقع وتطلعات، مجلة التّربية، العدد(١٦٢)، المُجلد(٣٨)، ٢٠٠٨م، ص٢٦٧.

داليا خالد صبري، العوامل الحرجة في التَّخطيط الإستراتيجي وأثرها على أداء المُنظمة: دراسة تطبيقية على البُوك التَّجارية الأُردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، إدارة الأعمال، جامعة الشَّرق الأوسط، عمَّان، ٢٠١٠م، ص ٥٣.

دولة الكويت، الخُطة الإنمائية مُتوسطة الأجل لدولة الكويت للعام ٢٠١٥/٢٠١٦م - ٢٠١٩/٢٠٢٠م، مايو ٢٠١٥م، ص ٤١.

راشد صبري القسبي، نحو تطوير التَّعليم الجامعي، (المنيا: دار فرحة للنشر والتَّوزيع، ٢٠٠٩م)، ص ١٢١.

رشا خفاجي وآخرون، تحسين فاعلية مؤسسات التَّعليم العالِي باستخدام التَّكنولوجيا: رؤية مُستقبلية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٣م).

رضا بخيت مُصطفى مُحمَّد، مُتطلبات تمكين الجامعات المصرية من تدويل خدماتها مَدْخلاً لتحسين القُدرة التَّنافسية لها: رؤية إستراتيجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التَّربية، جامعة سوهاج، ٢٠٢٠م.

رمضان مُحمَّد مُحمَّد السُّعودي التَّخطيط الإستراتيجي وجودة تسويق الخدمات الجامعية، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠١٤م)، ص ١٤.

زكريا أحمد عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، ط ٩، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).

سعاد الفريح، وعبد الرزاق والشايجي، المُعوقات التي تُواجه أعضاء هيئة التَّدريس بالكليات النظرية بجامعة الكويت في المشروعات المُمولة للبحث العلمي، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، مجلس النُّشر العلمي بجامعة الكويت، ٢٠١٦م، ص ٢٧.

سعد الدَّين عُكاشة، تمويل البحث العلمي في الوطن العربي وسبل تنميته، (تونس: المُنظمة العربية للتَّربية والتَّحافة والعُلوم، ٢٠١١م)، ص ١٢٠.

سُلطان بلغيث، واقع ثقافة البحث العلمي الإبداعي في جامعات العالم العربي، مجلة الجندول، العدد (٣٠)، المُجلد (٤)، الكويت، ٢٠٠٦م، ص ٢٠.

أ. د/ عبد التواب عبد اللاه عبد التواب  
تسويق البحوث العلمية مدخل لتعزيز القدرة أ.م. د/ حنان صلاح الدين محمد الحلواني  
أ / عبد الله عوض مسفر الرشيدي

طارق طه، محمد فريد الصحن، إدارة التسويق في بيئة العولمة والإنترنت، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٧م).

عائشة عبد الفتاح مغاوري الدجج، تعزيز التعاون بين الجامعات المصرية والحكومية والخاصة لتحسين قدرتها التنافسية في مجال البحث العلمي، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، العدد (١١٤)، المجلد (٢٩)، أبريل، ٢٠١٨م، ص ص ٩٩-١٧٠.

عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، التنظيم القانوني للملكية الفكرية: دراسة مقارنة، (القاهرة: مركز الدراسات العربية، ٢٠١٥م)، ص ٣٩٢.

عبد الغني عبود وآخرون، التربية المقارنة: منهج وتطبيق، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧م)، ص ص ٨٧-٩٠.

عبد الله بن حمد بن إبراهيم، نموذج مقترح لرفع القدرة التنافسية لجامعة الملك سعود في ضوء معايير التصنيفات العالمية للجامعات، المجلة التربية الدولية المتخصصة، العدد (٣)، المجلد (٦)، المجموعة الدولية للاستشارات والتدريب، القاهرة، ٢٠١٧م.

عبد المحسن عايض محسن، تصورات أعضاء هيئة التدريس في الكليات الإنسانية والاجتماعية لبدائل تمويل البحث العلمي خارج جامعة الكويت: دراسة باستخدام أسلوب دلفاي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد (٤١)، جامعة منتوي قسنطينة، ٢٠١٤م، ص ٧٢.

عبدالعزیز أحمد محمد نصر داود، تسويق الخدمات التعليمية بالجامعات المصرية في ضوء بعض الخبرات الأجنبية، مستقبل التربية العربية، العدد (١٠١)، المجلد (٢٣)، أبريل ٢٠١٦م، ص ص ٩٥-١٩٠.



علي السلمي، نموذج قياس الفجوة التنافسية، المؤتمر الأول للجمعية العربية بعنوان: الإدارة الاستراتيجية والقيمة التنافسية لمنشآت الأعمال العربية، المنعقد في

الفترة من ٣٠-٣١ أكتوبر ١٩٩٦م، الإسكندرية، ١٩٩٦م، ص ١١.

فردوس عبد الحميد البهنساوي، منظومة التعليم العالي بالولايات المتحدة الأمريكية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦م)، ص ١٥١-١٥٦.

فردوس عبد الحميد البهنساوي، منظومة التعليم العالي بالولايات المتحدة الأمريكية، مرجع سابق، ص ١٥٦.

فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٨٨م)، ص ٣٤-٣٥.

كاظم مُحَمَّد أبو صالح وآخرون، إستراتيجية مقترحة لتسويق الخدمات الجامعية للمراكز العلمية والبحثية بجامعة الملك فيصل، مجلة كلية التربية، جامعة دمنهور، العدد (٢)، المجلد (٥)، ٢٠١٣م، ص ١٦٠.

مُحَمَّد أحمد عبد العظيم، آليات توظيف الجامعة في التنمية الاقتصادية في مصر على ضوء بعض الاتجاهات العالمية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية-جامعة المنيا، ٢٠١٦م.

مُحَمَّد زيان عمر، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٢م)، ص ١١٤.

مُحَمَّد سيد مُصطفى، تنافسية التعليم الجامعي في القرن الحادي والعشرين: دعوة للتأمل، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر التعليم في مصر بين الجهود الحكومية والخاصة، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية- جامعة عين شمس، المنعقد في الفترة من ٢٥-٢٦ يونيو ٢٠١٢م، ص ٢٧.

مُحَمَّد عشري حسن عبد المهدي، مناهج ومؤشرات القدرة التنافسية للجامعات العربية، مؤتمر القدرة التنافسية للجامعات ومؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي المصرية والعربية في إطار اتفاقيات تحرير التجارة الدولية في الخدمات، مشروعات تطوير وتحديث الجامعة، جامعة حلوان، المنعقد في الفترة من ٧-٩ مايو ٢٠٠٦م، ص ٥٧.

أ. د/ عبد التواب عبد اللاه عبد التواب  
تسويق البحوث العلمية مدخل لتعزيز القدرة أ.م. د/ حنان صلاح الدين محمد الحلواني  
أ / عبد الله عوض مسفر الرشدي

مُحمَّد علي عزب، التَّعليم الجامعي وقضايا التَّمية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية،  
٢٠١١م)، ص ٤١٤.

مريم شعبان الصَّليبي، تحديات البحث العلمي في دولة الكويت من وجهة نظر أعضاء هيئة  
التَّدریس في ضوء المتغيرات، مجلة البحث العلمي في التَّربية،  
العدد (١٩)، المجلد (٧)، كلية البنات للآداب والعلوم والتَّربية، جامعة عين  
شمس، ٢٠١٨م، ص ٥٤٧-٥٦٦.

مُصطفى عبدالعظیم الطَّبيب، ضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي: دراسة تحليلية  
ميدانية، المجلة العربية لضمان جودة التَّعليم الجامعي، العدد (١٣)،  
المجلد (٦)، جامعة العلوم والتَّكنولوجيا، اليمن، ٢٠١٨م، ص ٩٧-  
١١٣.

مُصطفى نمر دمس، منهجية البحث العلمي في التَّربية والعلوم الاجتماعية، (عمَّان: دار  
غيداء للنشر والتَّوزيع، ٢٠٠٨م)، ص ١٢.

منصور لخضاري، تأثير التَّكنولوجيا الرِّقمية على جودة البحث العلمي، أعمال المؤتمر الدولي  
الحادي عشر في عصر التَّكنولوجيا الرِّقمية، مركز جيل البحث العلمي،  
لبنان، ٢٠١٦م، ص ١٦٥-١٧٦.

مُنَى حميدة الدُّسوقي، مُشكلات البحث العلمي في كليات التَّربية النوعية بمصر ومُواجهتها في  
ضوء خبرات بعض الدول المتقدِّمة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية  
التَّربية - جامعة بنها، ٢٠١٥م.

مُنير عبد الله كرادشة، ناصر راشد المعولي، أمل ناصر الهاشمي، المُحدِّدات لأكاديمية للإنتاج  
العلمي في مؤسسات التَّعليم العالی في سلطنة عمَّان: دراسة ميدانية،  
مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد الأول،  
المجلد (١٦)، جامعة الشارقة، يونيو ٢٠١٩م، ص ١٨٨.

نصر مُصطفى نصر، مُتطلبات تسويق الأبحاث العلمية في الجامعة في ضوء الاتجاهات العالمية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية- جامعة المنيا، ٢٠١٥م.

وضيئة مُحَمّد أبو سعدة، مُتطلبات تحقيق القُدرة التَّنافية بالجامعات المصرية: دراسة حالة على جامعة المنصورة، مجلة كلية التربية، العدد (١٠٠)، المُجلد (٢٥)، كلية التربية، جامعة بنها، ٢٠١٤م، ص٧٩.

وفاء زكي بدروس، سيناريوهات مُقترحة لمُستقبل تسويق الخدمات التعلّيمية بالجامعات المصرية في ضوء نماذج بعض الجامعات الأجنبية، المجلة التربوية، جامعة سوهاج، العدد (٤٧)، يناير ٢٠١٧م.

أ. د/ عبد التواب عبد اللاه عبد التواب  
أ.م. د/ حنان صلاح الدين محمد الحلواني  
أ / عبد الله عوض مسفر الرشدي  
تسويق البحوث العلمية مدخل لتعزيز القدرة

Arab British Academy for Higher Education, available at  
[www.abahe.co.uk/marketing.../65716-chinese-experience-of-marketing-research.html](http://www.abahe.co.uk/marketing.../65716-chinese-experience-of-marketing-research.html) تمّ الدخول بتاريخ:  
٢٠٢١/١٢/٢٠ م.

Aris Kaloudis et...al., How Universities Contribute to Innovation: A Literature Review-Based Analysis, **Op.Cit.**, p.52.

Bush Victoria., Marketing the Business School, An Exploratory Investigation, **Journal of Marketing Education**, Vol.(20), No. (1), sage pub, Inc., New York, Spring, 2016, p. 16.

Christopher Patrick, Global Competitiveness Starts Here, **PhD.**, Ohio State University, USA, 2012.

David D. Dill, **University- industry entrepreneurship: the organization and management of American University Technology Transfer Units**, higher Education, Netherlands, 1995, p. 369.

Kenzhaliyev O. B., et al., Commercialization of Research and Development Results as the Economy Growth Factor of the Republic of Kazakhstan, **International Journal of Science and Technology**, Vol. (29), No. (78), 2020, pp. 18-28.

Lombardi, D., & John, Cag, **The Top American Research Universities**, An Occasional paper From The Lombardi program On Measuring University performance, 2008, p.101.

Nicolas Rainstorm, Educating Competitive Teachers for A Competitive Nation?, **Journal indexing**, Vol.(1), No (1), 2015.

Nicolas Rainstorm, Educating Competitive Teachers for A competitive nation?, **Journal Indexing**, Vol.(1), No (1), 2015.

Nord, J., & Koohang, K., Using Social Technologies For Competitive Advantage, **Journal of Computer Information Systems**, Vol.(3), No (1), 2014.

Nord, J., & Koohang, K., Using Social Technologies For Competitive Advantage, **Journal of Computer Information Systems**, Vol.(3), No (1), 2014.

Organization for Economic Co-operation and Development innovation platform, Technology Incubators, OECD Innovation Policy Platform. Available at: <http://www.oecd.org/innovation/policyplatform>

Patthirasinsiri. N, Wioonrat. M, Measuring intellectual Capital of Science park performance for newly established science parks in Thailand, **Kasetsart Journal of Social Sciences**, kasetsart university, November 2017, p. 238.

Paul, D., Higher Education in Competitive Markets: Literature on Organizational Decline and Turnaround, JGE, **The Journal of General Education**, Vol.(54), No.(1), 2017, p. 107.

Robert D. Atkinson, Luke A. Stewart, **University Research Funding: The United States is Behind and Falling, The Information Technology & Innovation Foundation (ITIF)**, MAY 2011, p.1.

Roya Babee kasmaee, et al., Investing Effective Components of Higher Education Marketing and providing A marketing Model for Iranian private Higher Education Institutions, **International Education studies**, Canadian Center of Science and Education, Vol. (9), No. (3), 2016, pp. 104-113.

Samuel Amponsah Odei., **Commercialization of Academic Research: Assessing the Enabling Conditions for German Universities**, ECIE Conference, Chiang Mai University, Paris, September 2017, pp. 550-557.

Selin, Inag., Cenberci., Investing of The Effectiveness of Scientific Research Methods Course in Terms of Academic Dishonesty Tendencies, **Universal Journal of Educational Research**, Vol. (6), No. (11), 2018, pp. 2453-2460.

Sibal, Kapil, **The Road Of Academic Excellence: The Making Of World-Class Research Universities**, 2012.

Zemsky, Robert, et..al., **Remaking the American University: Market-Smart and Mission-Centered**, Rutgers University Press, New Jersey, 2014