

المؤشرات السوقية لآفاق التعاون بين الجامعات السعودية ومجتمع الأعمال

بمنطقة تبوك - المملكة العربية السعودية

دراسة تطبيقية على جامعة تبوك

أحمد عبد القادر محمد عبد القادر

المخلص

تتناول هذه الدراسة العملية العلاقة التعاونية بين مجتمع الاعمال السعودي من جهة وبين الجامعات السعودية من جهة اخرى في اطار الشراكة الاستراتيجية ومجالاتها المقترحة بالتطبيق على منطقة تبوك. تهدف الدراسة الى توصيف سمات مجتمع الأعمال بمنطقة تبوك واستقراء ادراكه وتوقعاته عن علاقات التعاون والشراكة مع الجامعة. في هذا السياق اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المكتبي والميداني للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها حيث تم الرجوع الى المصادر والدراسات السابقة ذات الصلة، بالإضافة الى تطوير قائمة استقصاء لخدمة أهداف الدراسة واختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من ٢٠٠ مفردة من مؤسسات الأعمال المسجلة لدى غرفة التجارة والصناعة بمنطقة تبوك. خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج والتوصيات منها التأكيد على أهمية الشراكة الاستراتيجية بين الجامعات ومجتمع الأعمال بشرط أن يعي كل طرف احتياجات وتوقعات الطرف الاخر، ان مجالات الشراكة والتعاون بين جامعة تبوك ومجتمع الأعمال خلال الخمسة أعوام الماضية قد اتسمت بالمحدودية وعدم التنظيم مما جعل نتائجها محدودة الأثر، وأخيراً، لدى مجتمع الأعمال قناعة بأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الجامعة في خدمة الاحتياجات المختلفة لمجتمع الاعمال.

Abstract

This empirical study examines the nature of the cooperative and strategic relationship between the Saudi business community and Saudi Universities with empirical emphasis on Tabuk university and its local business community. The study aimed to explore the strategic partnership opportunities and to identify the nature of demand for universities' services from the perspective of business community. Based on the results of surveying 200 enterprises comprising a convenient random sample, the study concluded that the business community perceived the strategic partnership with the University of Tabuk to be important and rewarding for both parties. The study also found that the nature of cooperation in the past five years was limited and un-organized. Finally, the result emphasized the mutual benefits on both parties of the relationship.

جدول رقم (١)

مقارنة بين منطق الإدارة التقليدي، والمنطق الاستراتيجي

م	المنطق التقليدي القديم	الرؤية المستقبلية المقترحة
١	الأسواق الحالية	أفاق الفرص المستقبلية
٢	تحديد مجالات النشاط الحالية	خلق مجالات تنافسية جديدة
٣	الشركة محفظة أنشطة	الشركة محفظة للقدرات المركزة على المصدقية
٤	التبعية للعميل	قيادة العميل
٥	تسويق المنتج	الفعالية التسويقية
٦	تعظيم معدل الإنجاز	تعظيم عملية التعلم
٧	استثمار الالتزام	استمرار الالتزام

Source: Gray, etal., (1999)

- وقد شهدت بيئة الأعمال - مع بداية القرن الحادي والعشرين - مجموعة من التحديات، والتغيرات العالمية لعل من أبرزها ما يلي (عبد القادر، ٢٠٠١):
١. التوجه نحو "عولمة الاقتصاد" أو "النكامل الاقتصادي العالمي" حيث أصبحت العلاقات الاقتصادية العالمية محل تركيز الشركات في كافة أنحاء العالم.
 ٢. إبراز الطبيعة التنافسية والتكاملية للسوق العالمية، وإدخال العديد من المنتجات ضمن قواعد التجارة العالمية مثل: الخدمات التجارية، والمنتجات غير الملموسة، وبرامج حماية الملكية الفكرية.
 ٣. الاستثمار الكثيف في مجالات التكنولوجيا، وما أدت إليه من إبداعات في مجالات الاتصالات، وتحسين وسائل وصناعة النقل، مما مكن من القدرة على الاتصال بأسواق العالم.
 ٤. تسارع معدلات النمو في الدول الفقيرة بمعدلات أعلى مما هو عليه في الدول الأغنى.
 ٥. سقوط نظام السيطرة والرقابة على الأسواق لصالح سيطرة نظم السوق الحرة على كل مناطق العالم تقريبا - ما عدا كوبا وكوريا الشمالية - بعد انهيار الاتحاد السوفيتي القديم.
 ٦. التحول من النظام الاجتماعي القائم على الموارد الاقتصادية الرئيسة (المواد الخام والقوى العاملة - ورأس المال) إلى نظام مجتمع المعرفة.

ومن المنفق عليه أن نجاح استراتيجيات الشراكة يتوقف - إلى حد بعيد - على مدى توافقها مع مواصفات الشركاء الذين تجمعهم، وطبيعة الحاجات والرغبات الشائعة بينهم. والملاحظ أن مكتبة الأدبيات العربية تعاني من ندرة وجود الدراسات العلمية التي تتضمن مسوحاً ميدانية توضح السمات الرئيسية لمجتمع الأعمال، وحاجاته وتوقعاته من الشراكة مع الجامعات ومؤسسات التعليم العالي.

الدراسات السابقة والإطار المفاهيمي

تعد الجامعات هي المؤسسة الاجتماعية الكبرى المنوط بها إعداد العلماء والباحثين وقادة الأمة للخروج بها من كافة المشكلات، وتذليل العقبات، والمضي بها قدماً حتى تحظى بمكان متميز وسط هذا التصارع نحو الأرقى والأقوى في عالم متغير الأنماط والقوى. وقد أدركت الدول القوية دور الجامعات وأهميتها، فاهتمت منظمات المجتمع بالجامعات ومراكز البحوث والإبداع لتوفر لها المناخ المواتي للإبداع والابتكار. ونظرة بسيطة إلى الولايات المتحدة الأمريكية تشير إلى أن القطاع الصناعي يضطلع بتمويل (٧٣%) من الأنشطة الجامعية في مجال ربط الجامعة بقطاعات الإنتاج، بينما تتولى الحكومة الفيدرالية (١٢%)، وتحمل الكليات والجامعات (١٢%)، وتختص المؤسسات غير الهادفة للربح بالبقية الباقية.

وفي سياق الدول العربية كان إنشاء جامعة الملك فهد للبترول والمعادن منذ ما يزيد على أربعة عقود دليلاً على تنبه الحكومة السعودية إلى أهمية أن تكون الجامعة في خدمة القطاعات الإنتاجية بالاقتصاد الوطني. وفي عام ١٩٧٠ تم تأسيس الجمعية العلمية الملكية الأردنية مؤسسة للبحث والتطوير في المجالات المرتبطة بالتنمية في المملكة الأردنية. كما تمثل حاضنات الأعمال والتكنولوجيا والمشروعات الصغيرة أحدث مشاريع ارتباط البحث العلمي بالصناعة في جمهورية مصر العربية. وهناك العديد من التجارب الأخرى في كل من المغرب، وسوريا، ولبنان، والجزائر، وتونس.

وتلعب الجامعات دوراً مهماً في عملية الشراكة مع الحكومات في مبادرات تعليم الكبار من خلال برامج التعليم المستمر، والتعليم المفتوح، والتعليم الإلكتروني (إبراهيم، ٢٠٠٩)، أو من خلال الشراكة مع المؤسسات التجارية والصناعية (University-Industry Alliances) كما أشارت دراسة (Cyert & Goodman,)

(1997; Dooley & Kirk, 2007) وهي الدراسة التي حددت مجموعة من المعوقات لنجاح هذه الشراكة ومنها: (١) اختلاف الثقافات السائدة في كل من الجامعة والمنظمة، (٢) اختلاف طبيعة العمل ونتائج الشراكة عما هو متوقع/مرغوب، (٣) الصدمات (المؤثرات) الخارجية والخارجة عن سيطرة أطراف الشراكة. أما عن استراتيجيات تفعيل وإنجاح الشراكة ما بين الجامعات والمنظمات الصناعية والتجارية فقد اقترحت دراسة (Cyert & Goodman, 1997) تسع خطوات لتحقيق ذلك وهي:

- (١) اختيار موضوع محقق للشراكة،
- (٢) اختيار مشكلة عامة،
- (٣) العمل بروح الفريق ومن خلال فرق عمل،
- (٤) تفعيل آلية للرقابة وإعادة تصميم نظام العمل،
- (٥) بناء أنشطة متعددة،
- (٦) بناء علاقات بين الأفراد العاملين في إطار الشراكة،
- (٧) تفعيل طرق مبتكرة لمشاركة المعلومات،
- (٨) تجديد الهياكل التنظيمية،
- (٩) استخدام نظم المعلومات للحفظ وللنشر.

أما دراسة لورنس دوولي & دايفد كيرك (Dooley & Kirk, 2007) فقد تناولت موضوع التعاون بين الجامعة والمنظمات الصناعية والتجارية (University-industry collaboration) بهدف تحديد الخصائص والسمات التي يجب أن تتوفر في الجامعة حتى تنجح في أنشطة التعاون مع المنظمات الصناعية والتجارية، وكانت أبرز هذه السمات: (١) الكفاءة العلمية، (٢) توافر المعارف النظرية والعملية، (٣) توافر الخبرة الأكاديمية بالمعايير العالمية، (٤) تقديم ميزة تنافسية للمنظمة الصناعية/التجارية لقاء التعاون مع الجامعة، (٥) توفر الباحثين ذوي الخبرة العلمية.

وفي دراسة عبد العزيز الجلال (٢٠٠٥) بعنوان "تفعيل الشراكة بين التعليم العالي والقطاع الخاص" أكد الباحث على وجود عدة توصيات تهدف إلى رفع

مستوى خريجي الجامعات بما يشبع احتياجات سوق العمل ومؤسساته المختلفة وكانت أبرز هذه التوصيات:

أولاً: ضرورة إشراك جهات التوظيف في القطاعين العام والخاص في تقويم برامج التعليم العالي،

ثانياً: الاستفادة من برامج ووسائل التعليم الإلكتروني والتدريب التفاعلي للمسجلين على رأس العمل في القطاع العام والخاص،

ثالثاً: الوعي بالتوجهات القوية نحو إقليمية سوق العمل وعالميته والإمكانيات المختلفة للدول في اقتناص هذه الفرص.

وفي دراسة لمعهد البحوث والاستشارات بجامعة الملك عبد العزيز السعودية صدرت عام (٢٠٠٥) عن الشراكة بين القطاع الخاص والجامعات في مجال المشروعات البحثية أشارت الدراسة إلى أن أهم المثالب والمساوئ لهذا النوع من الشراكة كانت:

- مرونة التزام الباحثين والجامعة باتفاقيات الأسرار الصناعية أو التجارية؛ واحتمال إصرار القطاع الخاص على الالتزام الحرفي بنصوص هذه الاتفاقيات،
- التهديدات برفع الدعاوى القضائية من القطاع الخاص على الجامعة والباحثين إذا تسربت بخصوصيات البحوث إلى المنافسين، أو عند عدم الالتزام بالجدول الزمني المحدد للبحث،
- الاضطرار لسحب المؤلفات العلمية، أو منع نشر نتائج الأبحاث إذا تعارضت مع مصالح الشركات الممولة،
- احتمال طرد الباحثين بغتة إذا تغيرت أولويات الشركة الداعمة للبحث أو قررت وقف الدعم، أو الاستغناء عن خدماتهم،
- صدور أوامر بالكتمان والامتناع عن التعليق على نتائج الأبحاث،
- عدم وجود أي نوع من التضامن أو المؤازرة لأعضاء هيئة التدريس من جانب إدارات الجامعة.
- التضارب في المصالح.

تري دراسة معهد البحوث والاستشارات بجامعة الملك عبد العزيز أنا لفوائد العائدة من التعاون بين الجامعات والشركات الخاصة أكثر بكثير من المخاطر الناجمة عن ذلك، خاصة لو حرصت الجامعات على من عايناء من

التيرتك بها الباحثون من جراءموالاتهم للشركات الداعمة. فمن واجب الجامعات الحرص على ألا تكون الأبحاث موجهة بالمصالح التجارية، وأن تكون لها صبغة تجارية.

وقد تناول محمد & كمال (٢٠٠٦) الشراكة بين مؤسسات التعليم الجامعي والمجتمع في دراسة ميدانية على محافظة أسوان المصرية ويخلص الباحثان إلى أن الشراكة (Partnership) تعتبر إحدى الآليات الهامة التي تعكس عملية إعادة صياغة العلاقة بين الأطراف المعنية بالعملية التعليمية في المرحلة الجامعية، وهي رؤية جديدة لتحديد الأدوار بين المؤسسات التعليمية، والمؤسسات المجتمعية المختلفة التجارية منها والصناعية. أيضاً يتضمن مفهوم الشراكة عقد اتفاق مقنن من خلال الحوار الحر الذي تتوافر فيه إدارتين أو أكثر للاشتراك في مشروع أو الاضطلاع بنشاط أو عمل يتم من خلاله التكامل بين هذه الأطراف، ويسعى الشركاء غالباً لصياغة أهداف جديدة مشتركة مبنية على أساس الفهم المشترك، كما أن الشراكة عملية ديناميكية تبدأ خطأها الأولى عندما يتم تصميمها بشكل كلي واطعة في اعتبارها كل الالتزامات وتوقعات الشركاء. وتصنف دراسة محمد & كمال (٢٠٠٦) اتفاقيات الشراكة بين مؤسسات التعليم العالي والمجتمع إلى نوعين/نمطين أساسيين:

١- النمط الرسمي للشراكة: وفيه تتخذ الشراكة شكلاً قانونياً رسمياً من خلال وثائق رسمية مكتوبة بهدف تحديد الأهداف والأنشطة وتوزيع المسؤوليات على كل طرف من أطراف الشراكة.

٢- النمط غير الرسمي للشراكة: وفيه تتخذ الشراكة شكلاً لأنشطة أو ترتيبات غير رسمية أو علاقات عمل أخرى قصيرة الأمد دون أن تتضمن وثائق مكتوبة لذا فإن هذا النمط من الشراكة يبدو أقل رسمية من النمط الأول وفي بعض الأحيان يتضمن تقريراً يعتبر دليلاً لأطراف الشراكة.

أما دراسة القحطاني (٢٠٠٨) عن آليات تفعيل الشراكة بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص في مجال البحوث والاستشارات فقد استعرضت العديد من التجارب لدول اجنبية (السويد، بريطانيا، أمريكا) ودول عربية (الكويت، الأردن، السعودية) وكانت أبرز توصيات الدراسة ما يلي:

- إعطاء أولوية من قبل الجامعات لتسويق برامجها البحثية وخدماتها الاستشارية،
- وضع خطة مشتركة طويلة الأجل بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص لتشجيع البحوث التطبيقية،
- تعزيز الوعي الاجتماعي تجاه البحوث العلمية والخدمات الاستشارية لدى مؤسسات القطاع الخاص،
- تعزيز دور الأستاذ الجامعي للإبداع في تقديم البحوث العلمية والخدمات الاستشارية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- أ. توصيف سمات وملامح مجتمع الأعمال بمنطقة تبوك.
- ب. تحديد توقعات مجتمع الأعمال بمنطقة تبوك من مجالات التعاون مع جامعة تبوك.
- ج. اقتراح استراتيجيات الشراكة ومجالاتها المناسبة.

مشكلة الدراسة

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- أ. ما هي ملامح الطلب على مجالات التعاون بين جامعة تبوك ومجتمع الأعمال بمنطقة تبوك؟
- ب. هل تختلف طبيعة الطلب على مجالات التعاون المتوقعة تبعاً لاختلاف مواصفات منظمات الأعمال بمنطقة تبوك فيما يتعلق: بطبيعة النشاط، وشكل الملكية، وحجم العمالة، ومدة ممارسة النشاط؟

فروض الدراسة

- بناء على الأهداف المخططة لهذه الدراسة، وأسئلة المشكلة التي تحاول الإجابة عليها، فإن هذه الدراسة تقوم على اختبار فرضين رئيسيين هما:
- (1) لا يوجد اختلاف في طبيعة الطلب على مجالات التعاون المقترحة في منطقة تبوك بين الجامعة ومجتمع الأعمال من حيث:
 - (1-1) معدل الطلب على هذه المجالات،
 - (2-1) نوع مجالات التعاون،

(٣-١) مستويات رضا مجتمع الأعمال عن التعاون الحالي.

(٢) لا يوجد اختلاف في طبيعة الطلب على مجالات التعاون المقترح في منطقة تبوك بين الجامعة ومجتمع الأعمال تبعاً لاختلاف خصائص مجتمع الأعمال بتبوك من حيث:

(١-٢) طبيعة النشاط،

(٢-٢) شكل الملكية،

(٣-٢) حجم العمالة،

(٤-٢) مدة ممارسة النشاط.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تطبيق عملي لمحور ربط الجامعة بالمجتمع لخدمته، وتلبية احتياجاته، وتوفير سبل وبرامج التنمية المستدامة لمنظّماته، فضلاً عن أنها محاولة علمية لتوصيف وتحديد معالم مجتمع الأعمال بمنطقة تبوك، وكذا حاجاته ورغباته وتوقعاته من التعاون والشراكة الاستراتيجية مع جامعة تبوك. ويمكن تلخيص أهم جوانب هذه الأهمية فيما يلي:

- (١) أنها تأتي تلبية لحاجة مشتركة ملحة لدى المسؤولين في الجامعة، والمسؤولين في الغرفة التجارية الصناعية بتبوك لبناء شراكة استراتيجية بينهما تعظم منفعة التعاون بينهما إزاء التحديات التي تكتنف بيئة الأعمال في عالم اليوم،
- (٢) أنها تمثل لبنة هامة في مجال تتدر فيه الدراسات العلمية المتخصصة،
- (٣) أنها تمثل معيناً أساسياً لمتخذ القرارات في الجهتين، بحيث ترشد القرارات، وتفتح آفاق الشراكة، وتلبي حاجات ورغبات كلاهما وفق توقعات كل طرف من الطرف الآخر.

(٤) ومما يزيد من أهميتها أنها تأتي مواكبة لأحدث المفاهيم التي يتم تبنيها الآن من جانب المنظمات في المجتمعات المتقدمة.

مجتمع الدراسة:

بلغ عدد المنظمات - على اختلاف أنواعها - المنتسبة للغرفة التجارية الصناعية بتبوك حتى العام ٢٠١٤ ما يفوق ٤٥٠٠ منظمة، وتعتبر أي من هذه المنظمات مفردة من مفردات البحث. وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغ

حجمها ٢٠٠ مفردة (جبر، ١٩٩٨). وقد تم تجميع البيانات الأولية للدراسة باستخدام قائمة استقصاء أعدت لهذا الغرض موجهة لمدراء هذه المؤسسات، وقام بتجميع البيانات فريق من طلاب قسم التسويق بجامعة تبوك. وفي ظل محددات الوقت والجهد فقد تم استيفاء ١٣٨ استمارة بنسبة ٦٩% من حجم العينة، تم استبعاد ١٠ استمارات لعدم اكتمال الإجابة بها، وبالتالي أصبحت نسبة الاستمارات الصحيحة التي تم تجميعها ٦٤% وهي نسبة مقبولة في هذه النوعية من البحوث (جبر، ١٩٩٨).

أساليب التحليل الإحصائي:

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تناسب أهداف الدراسة، والفروض المطلوب اختبار صحتها، وأهم هذه الأساليب: النسب، والمتوسطات، والانحراف المعياري لتوصيف مجتمع الأعمال بتبوك واختبار (كا^٢) لاختبار معنوية الفروق، وكذلك دراسة الارتباط بين بعض العوامل. وقد روعي شروط استخدام هذه الأساليب من حيث طبيعة البيانات، ونوع الاختبار المطلوب ... وغيرها من شروط استخدام هذه الأساليب (توفيق، ١٩٨٥، جبر، ١٩٩٨).

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على كل من: الأسلوب المكتبي، والأسلوب الميداني في الدراسة، حيث تم الرجوع للمصادر والمراجع والدراسات السابقة الخاصة بدراسة السوق، والتنبؤ بالطلب على المنتجات - مجالات الشراكة - والعوامل المؤثرة فيها. كما تم إجراء دراسة ميدانية استهدفت الحصول على البيانات الأولية الخاصة بالدراسة من خلال قائمة الاستقصاء التي أعدت لهذا الغرض.

هيكل الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث نقاط رئيسية على النحو التالي:
أولاً: ملامح الشراكة الحالية بين جامعة تبوك ومجتمع الأعمال بالمنطقة،
ثانياً: الملامح المستقبلية للشراكة المقترحة.
ثالثاً: ملخص النتائج والتوصيات.

أولاً: ملامح الشراكة الحالية بين جامعة تبوك ومجتمع الأعمال بمنطقة تبوك

١- معدل الشراكة بين الطرفين خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية:

يوضح الجدول رقم (٢) أن نحو ٧٢% من مجتمع الأعمال بمنطقة تبوك لم يحصل على أي من الخدمات المجتمعية التي تقدمها جامعة تبوك في مجالات التدريب والاستشارات، بينما سبق لنحو ٢٨% من المجتمع الحصول على خدمات الجامعة خلال السنوات الخمس الماضية. أيضاً هناك نحو ٩% من مجتمع الأعمال قد حصلوا على خدمات تدريبية وخدمات استشارية، بينما بلغت نسبة من حصلوا على خدمات التدريب فقط ٧% من المجتمع، و١٢% حصلوا على خدمات استشارية فقط.

جدول رقم (٢)

طبيعة التعاون بين الجامعة ومجتمع الأعمال خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نوعية التعاون
٠.٢٦	٠.٠٧	١. حصلت منظمتي على خدمات التدريب فقط.
٠.٣٢	٠.١٢	٢. حصلت منظمتي على خدمات الاستشارات فقط.
٠.٢٩	٠.٠٩	٣. حصلت منظمتي على خدمات التدريب والاستشارات.
٠.٤٥	٠.٧٢	٤. لم تحصل منظمتي على أي من خدمات الجامعة.

المصدر: السؤال الأول من قائمة الاستقصاء.

ورغم أن الجدول السابق يشير إلى تدني نسبة من تعاونوا مع الجامعة خلال السنوات المشار إليها، إلا أن هذا الجدول يشير إلى وجود طلب كامن يمثل فرصاً واعدة للشراكة والتعاون بين الجامعة ومنظمات الأعمال بمنطقة تبوك. ولا شك أن ذلك يلقي على عاتق الجامعة مهمة أساسية تتلخص في ضرورة البحث عن أسباب هذا الإحجام من جانب منظمات الأعمال، وكذلك التعرف على العوامل ذات التأثير على المنظمات الساعية إلى التعاون مع الجامعة. وفيما يلي نتناول أهم العوامل التي أثرت في التعاون بين الجامعة ومجتمع الأعمال:

أ. فترة ممارسة النشاط:

يشير تحليل نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم وجود علاقة معنوية بين فترة ممارسة النشاط للمنظمة وحصولها على أي من الخدمات التي تتيحها جامعة تبوك (الجدول رقم ٣)، معنى ذلك أن طول أو قصر فترة ممارسة النشاط لم يكن

لها تأثير معنوي على طبيعة استفادة المنظمة من خدمات الجامعة. كما أشارت نتائج التحليل إلى أنه كلما زاد عمر المنظمة كلما اتجهت لعدم الاستفادة من خدمات الجامعة.

ب. نوعية نشاط المنظمة:

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود اختلاف جوهري في حصول المنظمة على أي من خدمات الجامعة، بسبب اختلاف طبيعة نشاط المنظمة. كما تشير الدراسة أيضا إلى عدم وجود علاقة معنوية بين طبيعة نشاط المنظمة وقرارها بعدم الاستفادة من خدمات الجامعة خلال السنوات الخمس الماضية. (الجدول رقم ٣)،

ج. شكل الملكية:

بينما توضح الدراسة أنه لم يكن هناك اختلاف جوهري في حصول المنظمة على أي من خدمات التدريب أو خدمات الاستشارات بشكل منفرد بسبب اختلاف شكل الملكية، إلا أن الدراسة أوضحت أيضا العلاقة المعنوية بين شكل الملكية واستفادة المنظمة من نوعي الخدمات المقدمة من الجامعة (التدريب - الاستشارات) (الجدول رقم ٣).

د. حجم العمالة:

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة معنوية بين اختلاف حجم العمالة في منظمات الأعمال بمنطقة تبوك وحصول المنظمة على أي من الخدمات التي تقدمها الجامعة سواء في مجالات التدريب أو الاستشارات بشكل مستقل (الجدول رقم ٣). ويوضح الجدول رقم (٣) ملخصا لمدى معنوية العلاقة بين مواصفات مجتمع الأعمال بتبوك وحصوله على خدمات الجامعة من عدمه.

جدول رقم (٣)

ملخص لمدى معنوية العلاقة بين مواصفات مجتمع الأعمال بتبوك وحصوله على خدمات جامعة تبوك

حجم العمالة	شكل الملكية	نوع النشاط	عمر المنظمة	بيان
غير معنوية	غير معنوية	غير معنوية	غير معنوية	الحصول على الخدمات التي تقدمها الجامعة

غير معنوية	غير معنوية	غير معنوية	معنوية	عدم الحصول على أي من الخدمات التي تنتجها الجامعة
------------	------------	------------	--------	--

المصدر: السؤال الأول من قائمة الاستقصاء.

ونخلص مما سبق إلى نتيجتين رئيسيتين هما:

١. أن خصائص مجتمع الأعمال في منطقة تبوك لم تكن هي العوامل المعنوية في حصوله على الخدمات المتاحة من قبل الجامعة خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية.

٢. وأيضاً لم تكن هذه الخصائص (عدا عمر المنظمة) هي العوامل المعنوية في عدم حصول مجتمع الأعمال بتبوك لأي من الخدمات التي أتاحتها الجامعة خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية.

٣. مجالات الشراكة بين الطرفين خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية:

ولعل من المنطقي أن تطرح الدراسة تساؤلاً عن المجالات التي حصلت فيها منظمات الأعمال بمنطقة تبوك على خدمات الجامعة في مجال التدريب. ويوضح الجدول رقم (٤) أهم هذه المجالات. ويبين من الجدول أن خدمات التدريب في الإدارة والتنظيم تشكل المجال الأكبر من مجالات التدريب، ثم تليها مجالات المحاسبة، بينما تأتي مجالات التدريب في الاقتصاد في أقل درجات الخدمة لهذه المنظمات.

جدول رقم (٤)

أهم مجالات التدريب لمجتمع الأعمال بتبوك خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية

أهم مجالات التدريب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مجالات الاقتصاد عامة	٠.٠٧	٠.١٧
المجالات المحاسبية	٠.٢٥	٠.٣١
مجالات الإدارة والتنظيم	٠.٢٩	٠.٣٣
مجالات التسويق وتطوير المنتجات	٠.١٤	٠.٢٤
مجالات الإنتاج	٠.١١	٠.٢١
مجالات الحاسب الآلي وتقنية المعلومات	٠.١٣	٠.٢٣
المجالات الزراعية	٠.٠٠	٠.٠٠

المجالات الطبية	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
المجالات الهندسية	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
المجالات التربوية	٠.٠٠٩	٠.٠٠١
أخرى	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠

المصدر: السؤال الثاني من قائمة الاستقصاء.

بينما يوضح الجدول رقم (٥) أهم مجالات الاستشارات التي حصل عليها المجتمع خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية.

جدول رقم (٥)

أهم مجالات الاستشارات التي حصل عليها المجتمع خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية

أهم مجالات الاستشارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مجالات الاقتصاد عامة	٠.١٥	٠.٢٤
المجالات المحاسبية	٠.١٧	٠.٢٦
مجالات الإدارة والتنظيم	٠.١٧	٠.٢٦
مجالات التسويق وتطوير المنتجات	٠.١٠	٠.١٩
مجالات الإنتاج	٠.١٢	٠.٢١
مجالات الحاسب الآلي وتقنية المعلومات	٠.١٩	٠.٢٧
المجالات الزراعية	٠.٠٨	٠.١٧
المجالات الطبية	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
المجالات الهندسية	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
المجالات التربوية	٠.٠٠٢	٠.٠٠٩
أخرى	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠

المصدر: السؤال الثالث من قائمة الاستقصاء

ويتبين من الجدول السابق أن الاستشارات في مجال الحاسب الآلي وتقنية المعلومات حصلت على أعلى نسبة (١٩%) تلتها مجالات المحاسبة والإدارة ثم

مجالات الاقتصاد. وفي حين تمثل مجالات الإنتاج والتسويق نسبة متوسطة، فإن الاستشارات في المجالات الزراعية أتت في نهاية مجالات الاستشارات.

٢ - مستويات الرضاء عن الشراكة مع الجامعة خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية:

تم سؤال مفردات المجتمع التي حصلت على خدمات الجامعة خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية عن مدى رضائهم عما قدم لهم من خدمات، ويوضح الجدول رقم (٦) مستويات الرضاء عن هذه الخدمات.

جدول رقم (٦)

مستوى رضا مجتمع الأعمال عن مستويات الخدمة المقدمة من الجامعة
خلال السنوات الخمس الماضية

مستوى الرضاء	خدمات التدريب %	خدمات الاستشارات %
راض تماما	40.4	31.3
راض	34.6	41.7
محايد	11.5	18.8
غير راض	5.8	4.2
غير راض إطلاقا	7.7	4.2

المصدر: السؤالين الرابع والخامس من قائمة الاستقصاء.

ويتبين من الجدول السابق أن درجة رضا مجتمع الأعمال عن خدمات التدريب قد بلغت ٧٥% بينما بلغت درجة عدم الرضا ١٣,٥%. وبلغت درجة الرضا عن خدمات الاستشارات حوالي ٧٣%, بينما كانت درجة عدم الرضا ٨,٤%. وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن ما يزيد عن نصف الراضين عن الخدمات المقدمة إليهم كان مستوى رضائهم في الدرجة المتوسطة، فلا شك أن ذلك يفرض على الوحدات المختلفة بجامعة تبوك أن تسعى إلى:

- ١- تحسين مستوى ما تقدمه من خدمات التدريب والاستشارات بحيث تصبح خدمات الجامعة لمجتمع الأعمال هي الأفضل دائما مقارنة بغيرها من جهات تقديم مثل هذه الخدمات،
 - ٢- دراسة الطلب على هذه الخدمات من مختلف جوانبه، لكفاءة تصميم الخدمة المقدمة،
 - ٣- تحليل خصائص مجتمع الأعمال تحليلا علميا مستمرا للوقوف على احتياجاته الفعلية، وتقديم مزيج الخدمات الذي يرفع من مستويات رضائهم. ومن المناسب التعرف على مدى معنوية العلاقة بين مجالات الخدمة التي قدمت لمجتمع الأعمال، وخصائص هذا المجتمع، ويوضح الجدول رقم (٧) ملخصا لمدى معنوية العلاقة اعتمادا على اختبار (كا^٢).
- ويتبين من هذا الجدول - بشكل عام - أن تقديم خدمتي التدريب والاستشارات من قبل الجامعة خلال السنوات الخمس (٢٠٠٩ - ٢٠١٤) الماضية لم يكن متأثرا -

إجمالاً - بالخصائص العامة لمجتمع الأعمال بتبوك والتي خضعت للدراسة وهي: حجم العمالة، شكل الملكية، نوع النشاط، وعمر المنظمة. ومن العرض السابق يتبين ما يلي:

- ١- **عدم صحة الفرض الأول** من فروض الدراسة حيث تبين وجود اختلاف في ملامح الطلب على مجالات التعاون المقترح في منطقة تبوك من حيث:
 - (١-١) معدل الطلب على هذه المجالات. (١-٢) نوع مجالات التعاون
 - (٣-١) مستويات رضا مجتمع الأعمال عن التعاون الحالي.
- ٢- **ثبت صحة الفرض الثاني** حيث تبين عدم وجود اختلاف في طبيعة الطلب على مجالات التعاون المقترح تبعاً لاختلاف خصائص مجتمع الأعمال بتبوك من حيث:

(١-٢) طبيعة النشاط. (٢-٢) شكل الملكية (٣-٢) حجم العمالة (٤-٢) مدة ممارسة النشاط

ثانياً: الملامح المستقبلية للشراكة المقترحة بين جامعة تبوك ومجتمع الأعمال بمنطقة تبوك

١. اتجاهات الطلب على الشراكة بين الجامعة ومجتمع الأعمال:

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن نحو ٨١% من مجتمع الأعمال بتبوك يخطط للشراكة مع الجامعة في السنوات القادمة. ويوضح الجدول رقم (٨) عناصر الطلب المتوقعة.

جدول رقم (٨)

عناصر الطلب المستقبلي المتوقع على خدمات الجامعة

عناصر الطلب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نعم تخطط للحصول على خدمات التدريب فقط	٠.١٨	٠.٣٩
نعم تخطط للحصول على خدمات الاستشارات فقط	٠.٢٢	٠.٤٢
نعم تخطط للحصول على خدمات التدريب والاستشارات	٠.٤١	٠.٤٩
لا أتوقع احتياج منظمي لأي من خدمات الجامعة	٠.١٩	٠.٣٩

المصدر: السؤال السادس من قائمة الاستقصاء.

بينما يوضح الجدول رقم (٩) مجالات الطلب في خدمة التدريب ويتبين من الجدول أن:

- أن مجالات المحاسبة تمثل أعلى مجالات الطلب المتوقع في مجال خدمات التدريب،

- بينما تأتي مجالات التسويق والإدارة التنظيم في المرتبة الثانية،
- بعد ذلك يأتي الحاسب الآلي وتقنية المعلومات في المرتبة الثالثة، وتحتل المجالات الاقتصادية المرتبة الرابعة.

جدول رقم (٩)

مجالات الطلب المتوقع في خدمة التدريب

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مجالات التدريب المتوقعة
٠.٤٠	٠.٢٠	١. مجالات الاقتصاد عامة
٠.٤٧	٠.٣٣	٢. المجالات المحاسبية
٠.٤٦	٠.٣٠	٣. مجالات الإدارة والتنظيم
٠.٤٦	٠.٣٠	٤. مجالات التسويق وتطوير المنتجات
٠.٣٠	٠.١٠	٥. مجالات الإنتاج
٠.٤٤	٠.٢٦	٦. مجالات الحاسب الآلي وتقنية المعلومات
٠.٢٣	٠.٠٥	٧. المجالات الزراعية
٠.١٧	٠.٠٣	٨. المجالات الطبية
٠.٢٨	٠.٠٩	٩. المجالات الهندسية
٠.١٩	٠.٠٤	١٠. المجالات التربوية
٠.٢٦	٠.٠٩	١١. أخرى

المصدر: السؤال السابع من قائمة الاستقصاء.

أما مجالات الطلب المتوقع في الاستشارات فيوضحها الجدول رقم (١٠) ويتضح منه ما يلي:

تتمثل أبرز مجالات الطلب المتوقع على خدمات الاستشارات في: مجالات الإدارة والتنظيم، يلي ذلك مجالات التسويق والمحاسبة، ثم الاقتصاد، وأخيراً تقنية المعلومات.

جدول رقم (١٠) مجالات الطلب المتوقع في الاستشارات

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مجالات الاستشارات المتوقعة
٠.٤٣	٠.٢٥	١. مجالات الاقتصاد عامة
٠.٤٥	٠.٢٧	٢. المجالات المحاسبية
٠.٤٦	٠.٣٠	٣. مجالات الإدارة والتنظيم
٠.٤٥	٠.٢٧	٤. مجالات التسويق وتطوير المنتجات
٠.٢٧	٠.٠٨	٥. مجالات الإنتاج

٠.٣٩	٠.١٩	٦. مجالات الحاسب الآلي وتقنية المعلومات
٠.٢٧	٠.٠٨	٧. المجالات الزراعية
٠.١٩	٠.٠٤	٨. المجالات الطبية
٠.٢٤	٠.٠٦	٩. المجالات الهندسية
٠.١٩	٠.٠٤	١٠. المجالات التربوية
٠.٢٤	٠.٠٩	١١. أخرى

المصدر: السؤال الثامن من قائمة الاستقصاء.

٢. اتجاهات مجتمع الأعمال نحو الشراكة مع الجامعة:

يوضح الجدول رقم (١١) نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق باتجاهات المجتمع نحو الجامعة.

جدول رقم (١١) اتجاهات مجتمع الأعمال نحو الجامعة

الاعتراف المعياري	الدرجة النسبية	العبارة
١.٢٩	٣.٤٨	١. جامعة تبوك تعيش في عزلة عن مجتمع الأعمال
١.٠٨	٣.١٣	أساتذة الجامعات يعيشون في أبراج عاجية
١.٢٤	٣.٠٨	٢. أساتذة جامعة تبوك تتقصهم الخبرات العملية
١.١٤	٣.٧٠	٣. أثق في قدرات أساتذة جامعة تبوك
١.٠٨	٣.٩٦	٤. لدى الجامعة الموارد والإمكانات التي يمكن أن تساهم في خدمة مجتمع الأعمال
١.٠٢	٣.٩٦	٥. لدى منظماتنا الكثير من المشكلات التي تحتاج لجهود أساتذة الجامعة
١.١٤	٣.٤٧	٦. خبراتي مع أساتذة جامعة تبوك خبرات إيجابية مشجعة.
١.٢٢	٣.١٥	٧. لي علاقات عمل وتعاون مع بعض أساتذة جامعة تبوك
١.٠٧	٣.٥٨	٨. القواعد البيروقراطية الحكومية تعوق التعاون بين منظماتنا والجامعة
٢.٩٧	٣.٦٤	٩. يجب أن تتقاضى الجامعة مقابلاً مناسباً لما يقدمه علماءها من خبرات لمجتمع الأعمال
٠.٨٦	٤.٢٥	١٠. أنا على استعداد للتعاون مع أساتذة جامعة تبوك لحل مشكلات منظمتي
١.٤٥	٢.٧٧	١١. يتعين أن يقتصر دور أساتذة الجامعة على التدريس للطلاب فقط
١.٠٨	٤.٠٤	١٢. أحتاج لخبرات أساتذة الجامعة في مجال تدريب الكوادر البشرية
٠.٩٣	٤.٣١	١٣. يمكن للجامعة المساهمة في بناء خريطة استثمارية لتبوك على الإنترنت
١.٠٠	٣.٩٧	١٤. أحتاج لخبراء الجامعة في دراسة وتقييم الفرص الاستثمارية
١.٢٤	٣.٤٥	١٥. يمكن لمنظمتي تقديم عدد من المنح التدريسية لطلاب مرحلة

		البكالوريوس
١.٠٣	٣.٩٥	١٦. يتعين أن يكون لمجتمع الأعمال رأي في تطوير الخطط الدراسية لكليات الجامعة
١.٠٤	٣.٨٠	١٧. تحتاج منظمتي لخدمات المختبرات والمراكز البحثية والعلمية بالجامعة
١.٠٩	٣.٥٩	١٨. أفضل الحصول على خدمات التدريب للعاملين بمنظمتي من المنظمات الخاصة المتخصصة
١.١٦	٣.٧	١٩. أفضل الحصول على خدمات الاستشارات من المنظمات الخاصة المتخصصة

المصدر: السؤال الثامن من قائمة الاستقصاء.

ويتبين لنا من الجدول السابق أن:

- ١- أن هناك اتجاه إيجابي بين مجتمع الأعمال في تبوك نحو عدم تحوصل أساتذة الجامعة نحو مهامهم الضيقة في مجال التدريس للطلاب فقط.
 - ٢- أن هناك اتجاه إيجابي قوي بين مجتمع الأعمال يؤمن بأهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به أساتذة الجامعة في تنمية مجتمع الأعمال بتبوك وريادته وتطويره.
 - ٣- تشير اتجاهات مجتمع الأعمال بتبوك إلى أهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به أساتذة الجامعة في بناء الخريطة الاستثمارية لمنطقة تبوك.
 - ٤- يؤمن مجتمع تبوك بضرورة وجود قواعد اقتصادية في الشراكة بين الجامعة ومجتمع الأعمال تقوم على ثبات المصالح وتعظيم وتبادل المنافع.
 - ٥- أبدى مجتمع الأعمال استعداداه التام لدعم جهود الجامعة وخبرائها في سبيل تنمية منظمات الأعمال والكوادر البشرية بها.
 - ٦- ورغم ذلك فإن مجتمع الأعمال مازالت تشوبه بعض الاتجاهات السالبة نحو الجامعة وأساتذتها، فينظر إليهم على أنهم يعيشون في أبراج عاجية، وتكبلهم القواعد البيروقراطية، وأن بعضهم تنقصه الخبرة العملية نتيجة تقوقعه مع كتبه ودراساته النظرية فقط.
٣. أهم المشكلات التي تواجه مجتمع الأعمال:
- أوضحت الدراسة الميدانية أنه يمكن تلخيص المشكلات التي تواجه مجتمع الأعمال بتبوك في أربعة مجموعات رئيسية على النحو التالي:
- أولاً: المشكلات التسويقية:

ويوضح الجدول رقم (١٢) أهم أبعاد المشاكل التسويقية التي تواجه منظمات الأعمال بمنطقة تبوك. وتأتي دراسة السوق على قمة مشكلات التسويق لدى منظمات الأعمال بتبوك، يليها المشكلات المتعلقة بالتعرف على الفرص التسويقية، ثم المشكلات المرتبطة بالإعلان، وإعداد دراسات الجدوى.

جدول رقم (١٢)

أبعاد المشاكل التسويقية أمام مجتمع الأعمال بتبوك

أبعاد المشاكل التسويقية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١. دراسة السوق	٠.٤١	٠.٤٩
٢. التعرف على الفرص التسويقية	٠.٣٣	٠.٤٧
٣. تسويق المنتجات	٠.٣٢	٠.٤٧
٤. الإعلان والترويج	٠.٢٩	٠.٤٥
٥. إعداد دراسات الجدوى التسويقية	٠.٢٦	٠.٤٤
٦. أخرى	٠.٠٧	٠.٢٥

(المصدر: السؤال العاشر من قائمة الاستقصاء.)

ثانياً: المشاكل التمويلية:

يوضح الجدول رقم (١٣) أهم المشاكل التمويلية لمجتمع الأعمال بتبوك. وتأتي مشكلة الحصول على الائتمان على قمة المشاكل التمويلية التي يواجهها مجتمع الأعمال بتبوك، تليها مشكلة تحديد الاحتياجات التمويلية للمنظمة.

جدول رقم (١٣)

المشاكل التمويلية أمام مجتمع الأعمال بتبوك

أبعاد المشاكل التمويلية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١. تحديد الاحتياجات التمويلية	٠.٢٩	٠.٤٥
٢. تخطيط الهياكل التمويلية	٠.٢١	٠.٤١
٣. الحصول على القروض	٠.٣٤	٠.٤٧

٠.٣١	٠.١١	٤. التعثر في سداد القروض وجدولة الديون
٠.٤١	٠.٢١	٥. القدرة على استعادة رأس المال (معدل الاسترداد)
٠.٢٨	٠.٠٩	٦. أخرى

(المصدر: السؤال العاشر من قائمة الاستقصاء)

ثالثاً: المشكلات الإنتاجية:

ويوضح الجدول رقم (١٤) أهم المشكلات الإنتاجية التي يشكو منها مجتمع الأعمال بتبوك.

جدول رقم (١٤)

مشكلات الإنتاج بمنظمات الأعمال بتبوك

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أبعاد المشكلات الإنتاجية
٠.٣١	٠.١١	١. الحصول على المواد الخام
٠.٤٦	٠.٣٠	٢. مشكلات متعلقة بالاستيراد
٠.٥٠	٠.٤٨	٣. توفير العمالة المدربة الماهرة
٠.٤٥	٠.٢٩	٤. تطوير المنتج
٠.٢٤	٠.٠٦	٥. إغلاق خطوط الإنتاج
٠.٣٧	٠.١٥	٦. مشاكل المخزون الراكد والتالف والمعيب
٠.٤٩	٠.١٨	٧. نظام الضرائب والرسوم الإنتاجية الحالي
٠.٣٧	٠.١٦	٨. الاتفاقيات الدولية وأثرها على العمالة الإنتاجية
٠.٢٨	٠.٠٩	٩. الاتفاقيات الدولية وأثرها على التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج
٠.٢٨	٠.٠٩	١٠. الحصول على شهادة الجودة العالمية (الأيزو)
٠.٢٩	٠.١٠	١١. مطابقة المنتج للبيئة ومواردها
٠.٢٤	٠.٠٨	١٢. أخرى

(المصدر: السؤال العاشر من قائمة الاستقصاء)

من الجدول السابق يتضح أن المشكلات اللوجستية هي أهم المشكلات الإنتاجية فيما يتعلق بتوفير العمالة الماهرة المدربة، ثم المشكلات المتعلقة بالاستيراد، وتأتي المشكلات الإبداعية في المرتبة الثالثة.

رابعاً: المشكلات الإدارية:

ويوضح الجدول رقم (١٥) أهم المشكلات الإدارية أمام منظمات الأعمال بتبوك. يتبين من الجدول أن مشكلات الإدارة إنما ترتبط بعلاقات منظمات الأعمال مع الجهات الحكومية، وطول الإجراءات والروتين الحكومي.

جدول رقم (١٥): أهم المشكلات الإدارية أمام منظمات الأعمال بتبوك

أبعاد المشكلات الإدارية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١. الروتين الحكومي	٠.٤٧	٠.٥٠
٢. طول فترة إجراءات الحصول على الموافقات والترخيص	٠.٤٩	٠.٥١
٣. منازعات مع مصلحة الزكاة والدخل	٠.٢٤	٠.٤٣
٤. سياسة توظيف الوظائف	٠.٣٧	٠.٤٨
٥. أخرى	٠.٠٩	٠.٢٨
٦. رى		

المصدر: السؤال العاشر من قائمة الاستقصاء.

خصائص مجتمع الأعمال بمنطقة تبوك:

نوع النشاط	%	تاريخ التأسيس	%	نوع الملكية	%	عدد العاملين	%
١ زراعي	٠.٨	أقل من سنتين	١٨.٨	منشأة فردية	٦٢.٥	١٠ عمال فأقل	٤٥.٣
٢ صناعي	١٠.٢	من سنتين إلى أقل من ٥ سنوات	٢٢.٧	شركة أشخاص	١٩.٥	٥٠ إلى ١١١ عامل	٢٨.٩
٣ تجاري	٤٩.٢	أكثر من خمس سنوات	٥٨.٦	شركة ذات مسئولية محدودة	١٠.٢	من ٥١ إلى ١٥٠ عامل	٩.٤
٤ خدمات	١٦.٤			شركة مساهمة	٧.٨	من ١٥١ إلى ٣٠٠ عامل	٤.٧
٥ متنوع/مختلط	٢٣.٤					من ٣٠١ إلى ٥٠٠ عامل	٣.٩
						أكثر من ٥٠٠ عامل	٧.٨
المجموع	١٠٠	المجموع	١٠٠	المجموع	١٠٠	المجموع	١٠٠

جدول رقم (١٦): خصائص عينة مجتمع الأعمال بتبوك

(المصدر: أسئلة القسم الثاني من قائمة الاستقصاء)

ثالثاً: النتائج والتوصيات

١ - النتائج:

- تشهد بيئة الأعمال العالمية تغيرات متسارعة تفرض على منظماتنا - في عالم اليوم - التكتل والشراكة الإستراتيجية لمواجهة أهم ظواهر العولمة وهي التنافسية الحادة.
- نجاح استراتيجيات الشراكة يتوقف على أن يعي كل شريك احتياجات شريكه، وأن يسعى لتلبيتها وفق توقعاته، ويسانده في تعظيم منافعه.
- أن التجارب المعاصرة - في العالم من حولنا - تشير إلى العديد من الخبرات التي تتشارك فيه الجامعات - باعتبارها عقل الأمة، وقاطرة تقدمها - مع منظمات الأعمال صانعة التطور والرقى للأمة.
- اتسمت وقائع التعاون بين الجامعة ومجتمع الأعمال بتبوك - خلال السنوات الخمس الماضية - بالمحدودية، وعدم التنظيم، مما جعل من نتائجها محدودة الأثر.
- رغم رضا مجتمع الأعمال عن خبراته في التعاون مع الجامعة، إلا أنه يمكن التأكيد بوجود فرص عالية للتحسين والتطوير ورفع درجة الرضاء.
- هناك فرص للشراكة والتعاون بين الجامعة والمجتمع واعدة ومنتامية ومبشرة.
- لدى مجتمع الأعمال قناعة تامة بأهمية الدور الذي يمكن أن تضطلع به الجامعة بما لديها من وحدات وموارد بشرية متميزة.
- كما يعتقد مجتمع الأعمال بضرورة أن تكون الشراك بينه وبين الجامعة قائمة على أسس اقتصادية رشيدة تعظم المنافع للطرفين، وتحفظ لمصالحهما المشتركة الدوام والاستمرار.
- ومع ذلك فما زال مجتمع الأعمال تكتنفه بعض الاتجاهات السلبية المتمثلة في اعتقاد البعض بانعزالية أساتذة الجامعة في أبراجهم العاجية.

٢ - التوصيات:

- من المهم أن تنشئ الجامعة وحدة متخصصة لتسويق خدمات الجامعة على أسس بناء الشراكة والعلاقات الإستراتيجية مع مجتمع الأعمال.

- بناء آلية إدارية مبسطة بالجامعة تسمح بوجود التعاون بشكل مؤسسي، وبدون تعقيدات بيروقراطية، لا تتحملها طبيعة احتياج مجتمع الأعمال، ولا تتناسب مع مبادرة الشراكة التي نحن بصددتها الآن.
- يتعين على مجتمع الأعمال أن يتقدم بمبادرات إيجابية لرعاية وتشجيع البحث العلمي بما يخدم أغراض مجتمع الأعمال.
- أن تحرص الجامعة - وفي إطار الأسس الاقتصادية للتعاون مع مجتمع الأعمال - أن تكون هناك ميزات تنافسية واضحة لمجتمع الأعمال تحفزه على أن يعتبر الجامعة هي بيت الخبرة الوطني الذي يتبنى مسؤولية التعامل مع حاجات ومشكلات منظمات الأعمال ليجد لها الحلول المناسبة.
- ضرورة تبني الطرفين مبدأ المشاركة والتفاعل وعقد اللقاءات لبناء جسور الثقة والفهم المشترك بينهما.
- يجب تشكيل لجنة للتفعيل وتسيير أنشطة الشراكة بين الطرفين بحيث لا تتحول هذه الفعاليات إلى مجرد شكل مظهري لا يرقى لمستوى الطموحات المعقودة عليه.
- ويؤكد مجتمع الأعمال بتبوك على عمق إيمانه وتقديره للدور البناء الذي تقوم به جامعة تبوك في خدمة قضايا التنمية والتطوير لمجتمعنا العربي السعودي.

الاتجاهات البحثية المستقبلية:

هناك العديد من الأفكار البحثية التي يمكن القيام بها مستقبلاً انطلاقاً من الدراسة الحالية، ومنها:

- ١- دور الثقة الشخصية Personal Trust في بناء العلاقة بين باحثي التسويق ومستخدمي البحوث السوقية.
- ٢- تنفيذ المفهوم التسويقي من خلال العلاقات المباشرة مع العملاء
- ٣- إدارة المعرفة السوقية Market Knowledge Management باستخدام بحوث السوق.

المراجع العربية

- ١- إبراهيم محمد إبراهيم، (٢٠٠٩)، "الشراكة مدخل أساسي وحيوي لتطوير تعليم الكبار في المنطقة العربية"، كلية التربية، جامعة عين شمس.
- ٢- أحمد علي جبر، (١٩٩٨)، "بحوث التسويق: الأسس النظرية والطرق العملية".
- ٣- إيمان محمد أحمد، (٢٠٠٨)، "نموذج للتنبؤ باحتياجات الطلب على العمالة من الأنشطة الاقتصادية في مصر وفقا لمخرجات التعليم العالي"، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط.
- ٤- سجلات الغرفة التجارية الصناعية بتبوك، ٢٠١٤.
- ٥- عبد الجبار توفيق، (١٩٨٥)، "التحليل الإحصائي"، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، الكويت.
- ٦- عبد العزيز عبد الله الجلال (٢٠٠٥)، "تفعيل الشراكة بين التعليم العالي والقطاع الخاص"، مؤسسة الفكر العربي، بيروت.
- ٧- عبد القادر محمد عبد القادر، (٢٠٠١)، "دور التسويق في القرن الحادي والعشرين"، (المجلة المصرية للدراسات التجارية، العدد ٢).
- ٨- محمد عبد الحميد محمد وحنان البديري كمال (٢٠٠٦)، "خبرات عالمية في آليات تفعيل الشراكة بين مؤسسات التعليم العالي التكنولوجي والمجتمع وإمكانية الاستفادة منها في محافظة أسوان: رؤية عالمية"، المؤتمر العلمي الثالث: جودة التعليم في ظل الشراكة بين كليات التربية ووزارة التربية والتعليم.
- ٩- منصور عوض صالح القحطاني، (٢٠٠٨)، "آليات تفعيل الشراكة بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص في مجال البحوث والاستشارات"، حولية كلية المعلمين في أبها، العدد ١٣.

المراجع الأجنبية

- 1- Calton, J., Werhane, P., Hartman, L., and Bevan, D., (2013), "Building partnerships to create social and economic value at the base of the global development pyramid", Journal of Business Ethics, No. 117, pp. 721-733
- 2- Cyert, R., & Goodman, P., (1997), "Creating effective University-Industry alliances: an organizational learning perspective", Organizational Dynamics, Spring.
- 3- Dooley, L., and Kirk, D., (2007), "University-industry collaboration: grafting the entrepreneurial paradigm onto academic structures", European Journal of Innovation Management, Vol. 10, No. 3, pp. 316-332

- 4- Hamel,G., and Prahalad, C. (1991), “Corporate Imagination and Expeditionary Marketing”, Harvard Business Review, Vol. 69, No. 4, pp.91
- 5- Steele, D., and Weitert, L., (2014), “How many business schools does it take to change the world?”, EFMD Global Focus, Vol. 6, Issue 2
- 6- Zerbe, W.,, Dobni, D., & Harel, G., (1998). “Promoting employee service behaviour: the role of perceptions of human resource management practices and service culture”, Canadian Journal of Administrative Sciences, Vol. 15, No.2, pp.165-179