



## **متطلبات إنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل**

### **إعداد**

**أ/ أحمد متولي سعد عيسى**

**مدرس مساعد بقسم أصول التربية كلية التربية بالدقهلية  
جامعة الأزهر**

**أ.د/ السيد محمد عبد الله خلف**

**أستاذ ورئيس قسم أصول التربية السابق كلية التربية بالقاهرة  
جامعة الأزهر**

**د/ محمد إبراهيم عبده السيد**

**أستاذ أصول التربية المساعد ورئيس قسم أصول التربية  
كلية التربية بالدقهلية جامعة الأزهر**

## متطلبات إنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل

أحمد متولي سعد عيسى<sup>1</sup>، السيد محمد عبد الله خلف، محمد إبراهيم عبده السيد.

قسم أصول التربية كلية التربية بالدقهلية، جامعة الأزهر

<sup>1</sup> البريد الإلكتروني للباحث الرئيس: [ahmedessa.26@azhar.edu.eg](mailto:ahmedessa.26@azhar.edu.eg)

### المستخلص:

استهدف البحث التعرف على الأسس الفلسفية لجامعات الشركات، والكشف عن واقع الاحتياجات الكمية والكيفية لسوق العمل المصري، ومن ثم التوصل إلى مجموعة من المتطلبات اللازمة للمساهمة في إنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل بمصر، واستخدم البحث المنهج الوصفي لتحقيق أهدافه، وتوصل إلى مجموعة من المتطلبات اللازمة لإنشاء جامعة الشركات في مصر، سواء متطلبات سياسية، أو تشريعية، أو اقتصادية، أو مجتمعية، أو تقنية، أو أكاديمية، أو متطلبات خاصة بالشركات المصرية، أو خاصة بسوق العمل، وكان من أهمها: ضرورة قبول المجتمع المصري، ومؤسسات التعليم الجامعي، ومنظمات الأعمال والشركات بتطبيق ممارسات جامعات الشركات، والسعي نحو إنشائها، علاوة على إيمانهم بأهميتها للمجتمع وللإقتصاد الوطني وللأفراد، مع ضرورة عمل دراسات ميدانية ومقابلات مع أصحاب الشركات ورجال الأعمال لمعرفة متطلباتهم واحتياجاتهم، ومعرفة أهم المجالات والتخصصات التي يتطلبها سوق العمل، للمساهمة في إنشاء الجامعة وفقاً لاحتياجات ومتطلبات السوق، وختاماً أوصى البحث بمجموعة من التوصيات والمقترحات التي قد تساعد في سد احتياجات سوق العمل بمصر، وذلك من خلال إنشاء نمط جامعة الشركات.

*الكلمات المفتاحية:* متطلبات- جامعة الشركات- احتياجات- سوق العمل.



## Requirements of Establishing an Egyptian Corporate University in Light of the Labor Market Needs

Ahmed Metwally Saad Essa<sup>1</sup>, Alsayed Muhammad Abdullah Khalaf, Muhammad Ibrahim Abdo Alsayed

<sup>1</sup>Department of Fundamentals of Education, Faculty of Education in Cairo, Al-Azhar University.

<sup>1</sup>Corresponding author E-mail: [ahmedessa.26@azhar.edu.eg](mailto:ahmedessa.26@azhar.edu.eg)

### ABSTRACT

The research aimed to identify the philosophical foundations of corporate universities, and reveal the status-quo of the quantitative and qualitative needs of the Egyptian labor market. It also seeks to set a number of necessary requirements to contribute to the establishment of an Egyptian corporate university in light of the needs of the labor market in Egypt. The research used the descriptive approach to achieve its objectives. The research indicated a set of requirements necessary to establish a corporate university in Egypt, whether political, legislative, economic, societal, technical, academic, or special requirements for the Egyptian companies, or for the labor market. The research confirmed the necessity of accepting the Egyptian society and educational institutions university, business organizations and companies by applying the practices of corporate universities, and striving towards their establishment, believing in their importance to society, the national economy and individuals. The research confirmed the necessity of conducting field studies and interviews with company owners and businessmen to know their requirements and needs, and to know the most important fields and specializations required by the labor market, to contribute to the establishment of the university according to the needs and requirements of the market. The research also recommended a set of recommendations and suggestions that may help meet the needs of the labor market in Egypt, through the establishment of a corporate university pattern.

*Keywords:* Requirements, Corporate University, Needs, Labor Market.

## أولاً: الإطار العام للبحث:

### مقدمة البحث:

يعد التعليم الجامعي وسيلة الدول لإعداد القوى البشرية القادرة على تحقيق النهضة الاقتصادية؛ حيث لم تعد قضية الإنتاج هي قضية أعداد وإنما قضية نوعية، فلا بد من إعداد الخريجين من خلال نظام تعليمي يربط بين المناهج الدراسية وآليات واحتياجات سوق العمل، وذلك من خلال ارتباطها ارتباطاً وثيقاً بالمؤسسات المختلفة في المجتمع؛ حيث إن الجامعة لم تعد قادرة على مواجهة تحديات هذا العصر بمفردها دون مشاركة مؤسسات المجتمع المختلفة -ولاسيما مؤسسات العمل والإنتاج- وفق متطلبات العصر ومتغيرات سوق العمل في الحاضر والمستقبل.

وفي ذات السياق، قامت العديد من الدول المتقدمة على المستوى العالمي بتطوير وإصلاح الممارسات التعليمية بمؤسسات التعليم العالي والجامعي من خلال تبني وتطبيق صيغ وأنماط جديدة للتعليم الجامعي، مثل: الجامعات المنتجة، والجامعات المقاولاتية، وجامعات الشركات، وغيرهم، والتي تنصب ممارساتهم على رأس المال البشري، وتطبق ممارسات تعليمية تلبي احتياجات سوق العمل، وتعمل على دعم المقدمين الجدد للتعليم الجامعي؛ بهدف تحسين مخرجاته، الأمر الذي ترتب عليه تحقيق التنمية الاقتصادية ودفع عجلة الاقتصاد من خلال وجود قوى عاملة مؤهلة تأهيلاً تطبيقياً ومهنيًا، وعلى درجة عالية من المهارة والمعرفة والقدرة على الإبداع (ضاحي، 2005، 157).

وبناءً على ما سبق، قامت العديد من دول العالم المتقدم والنامي بإنشاء وتطبيق نمط جامعة الشركات، والتي تُعرف بـ **Corporate University**، والتي تعد من أكثر الصيغ انتشاراً وتطبيقاً، وأحد أنماط التعليم العالي المعاصرة التي تنتقل من خلالها مسئولية التعليم من الأوساط الأكاديمية إلى قطاع الأعمال، ويتميز هذا النمط من الجامعات عن النمط التقليدي بمواكبته لاحتياجات سوق العمل، واعتماده على مبدأ التعليم مدى الحياة، واشتقاق مناهجه من قوانين السوق وتصميمها بطريقة يتم من خلالها المحافظة على القوى العاملة الخبيرة والماهرة، وتساعد جامعات الشركات قطاعات الأعمال على التمكن من الاستجابة للتغيرات السريعة والمتلاحقة في مجال المعلومات والتكنولوجيا التي يتميز بها العالم في العصر الراهن (Karen, 2005, 519)، وفي هذا الصدد أنشأت الآلاف من تلك الجامعات، وكانت بدايات تلك الفكرة في الولايات المتحدة الأمريكية ثم في معظم دول العالم، وعلى سبيل المثال لا الحصر، توجد شركات (كيترينج، وأبل) في الولايات المتحدة، و(أناند) في الهند، و(سبيرينك) في روسيا، و(بتروبراس) في البرازيل، و(بتروناس) في ماليزيا، و(دايملركرايسلر) في ألمانيا (Jarvis, 2009, 96).

وفي نفس الإطار بُدلت العديد من الجهود المصرية لتفعيل الشراكة بين التعليم الجامعي ومؤسسات العمل والإنتاج وذلك بإنشاء الجامعات الخاصة، إلا أنها لم ترتقي إلى مستوى جامعات الشركات، كما أنه لا يزال هناك نقص شديد في بعض التخصصات التي يحتاجها السوق، ومن ثم يستلزم على المجتمع أن يقيم مؤسسات جامعية متخصصة مستفيدة من الاتجاهات العالمية الحديثة، وأصبح من الضروري أن تقوم الجامعة بسد احتياجات السوق المتغيرة، ومن هنا طالب وزير التعليم العالي في اجتماعه بالمجلس الأعلى للجامعات بجلسته المنعقدة في مايو 2017م بضرورة تأسيس جامعات جديدة بما يتناسب مع سوق العمل،

وتحديد احتياجات مصر من التخصصات العلمية المختلفة وفق احتياجات هذا السوق، وضرورة إعداد دراسة جدوى لكل جامعة أو كلية جديدة أو تخصص جديد وذلك في ضوء احتياجات السوق بمصر، ومن ثم فإن الأخذ بنموذج جامعات الشركات يمكن أن يساهم في سد احتياجات سوق العمل.

### مشكلة البحث وأسئلته:

تواجه الجامعات المصرية اليوم العديد من التحديات والمشكلات والتي تجعلها عاجزة عن القيام بالأدوار المنوطة بها كما ينبغي، حيث تعاني من نقص في التمويل، وضعف مستوى الخريجين، ونقص القدرة على مواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي، وضعف مواكبتها لاحتياجات سوق العمل كماً وكيفاً، كما أن سوق العمل يعاني من قلة كفاءة العاملين به ونقص البرامج التي تؤهلهم للعمل به، ونقص في البحوث التي تساهم في تطويره وتساعد في حل مشكلاته، ومن ثم فهو يريد من الجامعة قوة عاملة قادرة على التعامل مع متطلباته واحتياجاته ومتغيرات العصر، وحل مشكلاته وتطوير أدواته، وتقديم خدمات بحثية وفنية واستشارية؛ مما يؤدي إلى البحث عن آليات لتفعيل التعاون بين الجامعة وسوق العمل، وذلك لإحداث تكامل بينهما مما يساهم في تلبية احتياجات ومتطلبات كل طرف، ويمكن أن يتأتى ذلك من خلال نمط جديد من الجامعات - أثبت نجاحه على المستوى العالمي - يقدم تخصصات تخدم سوق العمل وتلبي احتياجاته، ويحقق التنمية المجتمعية الشاملة، وهذا النمط هو "جامعة الشركات" موضوع البحث الحالي، والذي أوصت العديد من الدراسات بتطبيقه وإنشائه في مصر واقترحتة كموضوع بحثي.

وفي ضوء ما سبق جاءت فكرة البحث الحالي والتي تلقي الضوء على أهمية إنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل، ومن ثم يمكن تحديد مشكلة البحث في الأسئلة التالية:

- 1- ما الإطار الفكري لجامعة الشركات؟
- 2- ما واقع الاحتياجات الفعلية لسوق العمل في مصر؟
- 3- ما دور جامعة الشركات في تلبية احتياجات سوق العمل في مصر؟
- 4- ما المتطلبات اللازمة لإنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل؟

### أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد معالم الإطار الفكري لجامعة الشركات في الفكر التربوي.
- 2- التعرف على واقع الاحتياجات الفعلية لسوق العمل في مصر.
- 3- التعرف على الأدوار التي يمكن لجامعة الشركات من خلالها تلبية احتياجات سوق العمل.

4- التوصل إلى المتطلبات اللازمة لإنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء احتياجات سوق العمل.

### أهمية البحث:

من المتوقع أن يكون هذا البحث مفيداً، وذلك من خلال عدة أمور ومنها: تناوله قضية من أبرز القضايا الملحة وهي تلبية مخرجات النظام التعليمي لمتطلبات سوق العمل، كما أنه قد يزود صانعي القرار والسياسات ببعض الآليات والحلول العلمية والعملية والتي من الممكن أن تسهم في تلبية احتياجات سوق العمل في مصر، كذلك يلقي البحث الضوء على الدور الذي تلعبه جامعات الشركات في حل بعض جوانب القصور في التعليم الجامعي التقليدي الحكومي والخاص، كما أن البحث قد يساعد في الحد من مشكلة البطالة، وقد يساعد في مساندة الشركات وقطاعات الأعمال المصرية في تحقيق استراتيجيتها بنجاح، ويساعدها في تحقيق النجاح والريادة في مجال عملها.

### منهج البحث:

استخدم البحث الحالي المنهج الوصفي، والذي لا يقتصر على وصف ما هو كائن وجمع بيانات ومعلومات فقط، بل يتعدى ذلك إلى تنظيم البيانات وتصنيفها بصورة دقيقة، وتحليلها بعمق في محاولة للتعرف على الأطار الفكري لجامعة الشركات؛ وعلى الاحتياجات الكمية والكيفية لسوق العمل المصري، وذلك للتوصل إلى متطلبات إنشاء جامعة شركات مصرية، والتي قد تساعد في تحقيق الربط بين التعليم الجامعي واحتياجات سوق العمل.

### مصطلحات البحث:

\* جامعة الشركات **Corporate University**: يعرف البحث الحالي "جامعة الشركات" إجرائياً بأنها: إحدى الصيغ الحديثة للتعليم العالي تُنشأ من قِبَل شركة أو عدة شركات، وترتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجية عمل هذه الشركات، وتهدف إلى تطوير وتحسين مهارات الطلاب وإكسابهم كل جديد في مجال العمل، وتمنحهم شهادات تعادل الشهادات الجامعية، كما تهدف إلى تطوير التعليم العالي من خلال مجموعة من الممارسات للارتقاء بمخرجاته لتلبية احتياجات سوق العمل.

\* احتياجات سوق العمل **Labor market needs**: يعرف البحث "احتياجات سوق العمل" إجرائياً بأنها: كل ما يلزم سوق العمل من قوى بشرية في كافة التخصصات من حيث الكم والكيف، وتكون قادرة على تلبية ما يحتاجه أرباب العمل من قدرات ومهارات وبذلك تتوفر لهم فرص عمل في الأسواق.

### الدراسات السابقة:

- دراسة: نيويل مارشال (Newell Marshall: 2013): بعنوان "جامعة الشركات والتدريب والعائد على الاستثمار"، واستهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين الاستثمار في التعليم والتطوير والتدريب في جامعات الشركات، وتحقيق الربحية لتلك الشركات، بل والحفاظ على الميزة التنافسية مع السوق العالمية، خاصة أن الشركات تسعى لامتلاك كافة وسائل وأدوات المعرفة من خلال تبني هذا النمط من الجامعات، وقد توصلت تلك الدراسة إلى وجود تأثير

إيجابي بين جامعات الشركات وتحقيق ربحية للشركة، وبالتالي توصلت الدراسة إلى أن الاستثمار في تلك الجامعات ممكن ويحقق ربحاً ووضعاً تنافسياً للشركة.

- دراسة: (محمود المهدي: 2013م): بعنوان "جامعات الشراكة الربحية دراسة مقارنة لبعض الخبرات الأجنبية وإمكانية الإفادة منها في جمهورية مصر العربية"، واستهدفت الدراسة عقد مقارنة بين عدد من الجامعات الأجنبية الربحية، وكيفية الاستفادة منها في مصر، وأخذت هذه الجامعات العديد من الأنماط، وهي (الجامعات المركبة، وجامعات التعلم الدائم، والجامعات المقاولاتية، والجامعة المنتجة، وجامعة الشركات)، وذلك في ضوء الخبرات الأجنبية المتمثلة في خبرة (الولايات المتحدة الأمريكية، والبرازيل)، وقد اعتمدت الدراسة على مدخل المشكلة Problem Approach لـ (براين هولمز) في الدراسات التربوية المقارنة. وتوصلت الدراسة إلى عقد مقارنة بين (جامعة كيتيرينج وجامعة بتروبراس)؛ بهدف الوقوف على أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بينهما، للاستفادة منها.

- دراسة: (عبد العزيز ناصر: 2014م): بعنوان "جامعات الشركات كمدخل لتفعيل الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية بالملكة العربية السعودية"، واستهدفت الدراسة التعرف على مدى إسهام تطبيق جامعة الشركات في تحقيق فوائد للجامعات الحكومية والمؤسسات الإنتاجية بالسعودية؛ من أجل تفعيل الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن تفعيل الشراكة بين الجامعات الحكومية والمؤسسات الإنتاجية سيجعل الجامعات على تواصل حقيقي مع التنمية، وسيساعد على افتتاح برامج جديدة بالجامعات وفقاً لاحتياجات المؤسسات الإنتاجية، وأوصت الدراسة بضرورة تطبيق مثل هذه الأنماط في السعودية وفي دول الوطن العربي.

- دراسة: ريان، وآخرون (Ryan & others: 2015): بعنوان "الدور المتغير والمتطور لجامعة الشركات بعد الألفية"، واستهدفت الدراسة تقديم نظرة ثاقبة عما حدث في جامعات الشركات من تغييرات وتطورات، واتجاهات ناشئة كان لها دور واضح في تطورها، وقد قامت الدراسة بدراسة حالتين: واحدة من المملكة المتحدة، والأخرى من أستراليا، والتي تعكس التطورات والاتجاهات في جامعات الشركات في الصناعة المصرفية، وقد توصلت الدراسة إلى أن تطور وانتشار التكنولوجيا الرقمية والافتراضية أثر في نمو وانتشار جامعات الشركات.

- دراسة: لويس وميخائيل (Louis & Mickael: 2015): بعنوان "التحديات التي تواجه جامعات الشركات في التعامل مع الابتكار المفتوح"، واستهدفت الدراسة توضيح أسباب الزيادة السريعة في شعبية جامعات الشركات حالياً، خاصة أن نمو وبقاء الشركات مرهون بإدارة المعرفة لمعظم الصناعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تجميع معلومات من أدبيات عن جامعات الشركات، وقد توصلت الدراسة إلى وجود عدد قليل من جامعات الشركات قد حققت مزايا تنافسية، كما أوصت الدراسة بضرورة قيام دول العالم -سواء المتقدم أو النامي- بتوفير موارد ووضع خطط لإنشاء جامعات الشركات؛ لما لها من أهمية كبرى في عملية التنمية الشاملة.

- دراسة: ليتوفتشينكو إرينا (Lytovchenko Iryna: 2016): بعنوان "جامعة الشركات كشكل من أشكال تدريب وتطوير الموظفين في الشركات الأمريكية"، واستهدفت الدراسة التعرف على

ماهية جامعات الشركات كنمط تعليمي لتدريب العاملين وتنميتهم في الشركات الأمريكية، وأنها تعد عامل أساس لقيادة الشركات وريادتها وتحقيقها الميزة التنافسية والكفاءة والفاعلية في أسواق العمل، واستخدمت الدراسة أسلوب مراجعة الأدبيات، وقد توصلت الدراسة إلى أن جامعات الشركات ساعدت بشكل بارز في تنمية قدرات العاملين بمنظمات الأعمال الأمريكية من خلال تقديم البرامج التدريبية المرتبطة بسياق عمل المنظمة، وتوظيف الوسائط التكنولوجية في تقديمها.

- دراسة: كروكو، وآخرون (Crocco & others: 2017): بعنوان "جامعات الشركات والشراكات بين الشركات والجامعات في تايلاند: استكمال التعليم في التعلم والقيادة والتغيير"، واستهدفت الدراسة التعرف على ماهية جامعات الشركات والشراكة بين الجامعات ومؤسسات العمل والإنتاج من خلال تناول نموذج لجامعات الشركات، ونموذج للشراكة بين الجامعات ومؤسسات الأعمال في تايلاند، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة الكمي، وتوصلت إلى أن جامعة الشركات قد دعمت وعززت كل من تنمية الموارد البشرية والتعليم المستمر وتعليم الكبار، ورفع كفاءة الخريجين بشكل فائق الجودة، كما أكدت الدراسة على أن جامعة الشركات حققت العديد من الفوائد للشركات التابعة لها، وعلى رأسها زيادة الإنتاجية، كما أنها عملت على تخفيف الأعباء على مؤسسات التعليم العالي التقليدية في تايلاند.

- دراسة: تشين، وآخرون (Chin & others: 2019): بعنوان "المشاركة في إنشاء الابتكار الاجتماعي: جامعات الشركات كاستراتيجيات مبتكرة للشركات الصينية للتواصل مع المجتمع"، واستهدفت الدراسة التعرف على ماهية جامعات الشركات، والتحقق من أن مشاركة العاملين في البرامج التدريبية والتعليمية التي تقدمها جامعات الشركات تؤثر بشكل إيجابي على السلوكيات المبتكرة للعاملين بالشركات الصينية، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة على شركة للأدوية تسمى (Zhongheng) والتي تقع في مقاطعة "قوانغشي" في الصين، وقد توصلت الدراسة إلى أن جامعات الشركات تعد استراتيجية فعالة وعملية للشركات الصينية، كما تعزز من ارتباط العاملين بالشركة والشعور بالولاء والانتماء لها.

- دراسة: (أميرة صبري، وآخران: 2020م): بعنوان "جامعات الشركات ودورها في تنمية رأس المال الفكري في مصر على ضوء خبرتي البرازيل واندونيسيا"، واستهدفت الدراسة التعرف على الإطار المفاهيمي لجامعات الشركات، وعرض نماذج لجامعات الشركات في كل من البرازيل واندونيسيا لتنمية رأس المال الفكري. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى أن جامعات الشركات في دول المقارنة استطاعت أن تنمي رأس المال الفكري، من خلال توفير القوى العاملة المؤهلة والمتخصصة القادرة على صناعة المعرفة وتوظيفها، مما انعكس على القدرة التنافسية للجامعة في السوق العالمي، وبالتالي للشركة الأم التابعة لها، وأوصت الدراسة بضرورة تنمية رأس المال الفكري بمصر من خلال اتباع نموذج جامعات الشركات في مصر.

ويتضح من خلال العرض السابق: للدراسات السابقة ما يؤكد على أهمية البحث الحالي؛ حيث: يتضح مما سبق من عرض للدراسات السابقة ندرة الدراسات العربية التي تناولت موضوع جامعات الشركات -في حدود علم الباحث- وربما يرجع ذلك إلى قلة وجود جامعات شركات بالدول العربية، وهذا ما يدعم أهمية البحث في هذا الموضوع، كما يتضح مما سبق من عرض للدراسات السابقة أن بعض هذه الدراسات اقترحت تطبيق نموذج جامعات

الشركات في مصر، وهذا ما يدعم أهمية البحث في الموضوع الحالي، لذا يأمل الباحث أن يكون هذا البحث خطوة في الاتجاه الصحيح في هذا المجال، وأن يلبي الحاجة الماسة لتحسين وتطوير التعليم الجامعي والرقمي بمخرجاته التعليمية، والوصول بالجامعات المصرية إلى مصاف الجامعات المتقدمة في هذا المجال.

### ثانياً: الإطار النظري للبحث:

المحور الأول: الإطار الفكري لجامعة الشركات:

#### 1- مفهوم جامعة الشركات Corporate University:

يوجد العديد من التعريفات التي تناولتها الأدبيات لجامعة الشركات، ومن هذه التعريفات ما يلي:

- يعرفها قاموس (مصطلحات التدريب والتعلم الوظيفي البريطاني UK Training & Occupational Learning Terms) بأنها: مؤسسة وبنية تعليمية مُصمَّمة لتحسين الأداء الفردي للعاملين عن طريق التعليم والتدريب وفق احتياجات العمل ومتطلباته: الأمر الذي يترتب عليه تحسين الأداء المؤسسي، ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية والريادة العالمية للشركة الناشئة للجامعة (Brooks, 2000, 26).
- ويعرفها (كارين Karen) بأنها: أحد أنماط التعليم العالي المعاصرة التي تنتقل من خلالها مسئولية التعليم من الأوساط الأكاديمية إلى قطاع الأعمال، ويتميز بمواكبته لاحتياجات سوق العمل، واعتماده على مبدأ التعليم مدى الحياة، واشتقاق مناهجه من قوانين السوق وتصميمها بطريقة يتم من خلالها المحافظة على القوى العاملة الخبيرة والماهرة (Karen, 2005, 519).
- كذلك يعرفها (إريك شيفيتز Eric cheyfitz) بأنها: عبارة عن مؤسسة تعليمية رسمية تنشئها شركة أو مؤسسة إنتاجية، هدفها تزويد طلابها بمجموعة من المعارف والمهارات المطلوبة، وتعتمد على سياسة قبول مفتوحة دون التقييد بشروط السن، أو المؤهل أو المكان أو الزمان؛ مما يتيح الفرصة لتحقيق التعلم الذاتي المستمر (Eric, 2009, 710).
- كما عرفها (باتون روب Paton Rob) بأنها: المؤسسة المنشأة من قبل شركة ما، وتقدم درجات علمية بعد التعليم الثانوي كدرجات البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، وقد تكون هادفة للربح أو غير هادفة له (Rob, 2005, 310).

وباستقراء التعريفات السابقة لمصطلح جامعة الشركات يتضح أن معظم التعريفات ركزت على عنصرين أساسيين: الأول خاص بالفرد نفسه، والثاني خاص بالمؤسسة. فبالنسبة للفرد ركزت على تنمية رأس المال البشري لتحسين الأداء الفردي للعاملين عن طريق التعليم والتدريب وفق احتياجات العمل ومتطلباته، كذلك إتاحة الفرصة لتحقيق التعلم الذاتي المستمر، أما بالنسبة للمؤسسة فركزت على تحقيق أهداف المؤسسة وتحسين الأداء المؤسسي، ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية والريادة العالمية للمؤسسة الناشئة للجامعة.

## 2- رؤية جامعة الشركات Vision:

تعد الرؤية أحد مكونات الخطة الاستراتيجية، وتمثل المسار المستقبلي الذي تسعى جامعات الشركات إلى الوصول إليه، والمركز التي تسعى إلى تحقيقه، ونوعية القدرات والإمكانات التي تخطط لتنميتها، وتوجد مجموعة من الشروط والمعايير ينبغي مراعاتها عند صياغة الرؤية الخاصة بجامعة الشركات، ومنها: أن تتميز بالمصداقية، وأن تكون موجزة واضحة، وأن تتميز بالإجرائية أي قابليتها للتطبيق (Cady, et al., 2011, 21)، ويوجد العديد من الجامعات التي توفرت في رؤيتها هذه الشروط، ومنها: رؤية جامعة بتروناس التكنولوجية University Teknologi Petronas (UTP) بماليزيا، والتي تنص على الوصول إلى الريادة في التعليم التكنولوجي، وأن تصبح مركزاً للإبداع والابتكار، كذلك رؤية جامعة تناجا Tenaga بماليزيا، والتي تنص على تحقيق الريادة العالمية في مجال الطاقة، والإسهام في تشكيل مستقبل مستدام (Catherine, 2012, 55-80).

وفي ضوء ما سبق، وفي ضوء التوجهات المستقبلية للمجتمع المصري في المجال الاقتصادي والتعليمي يمكن وضع رؤية لجامعة شركات مصرية يقترحها البحث الحالي تتميز بوضوحها وواقعيتها وقابليتها للتطبيق وربطها بمتطلبات سوق العمل، وتتمثل في تحقيق الريادة الإقليمية والعالمية في مجال توفير وتقديم التعليم والتدريب المرتبط ارتباطاً مباشراً بمجال العمل، ومواكبة الاقتصاد المعرفي، والمشاركة في إنجاز استراتيجيات الشركات الناشئة، وتحقيق التنمية الشاملة في مصر.

## 3- رسالة جامعة الشركات Mission:

تعرف رسالة جامعات الشركات بأنها الغاية أو الهدف من وجود الجامعة، كما تعد بمثابة الخصائص الفريدة التي تميز الجامعة عن غيرها من الجامعات المماثلة لها، ومن ثم فإن رسالة جامعة الشركات أشبه ما تكون بهويتها الخاصة التي تميزها عن الآخرين، وقد أكدت الأدبيات على ضرورة أن تكون الرسالة واضحة ومحددة، ومختصرة، وواقعية، وتسعى جامعة الشركات في رسالتها إلى ربط التعليم بالعمل، فهي تسهم في تنمية شخصية الطالب وإعداده بصورة متوازنة، فالتعليم من منظورها استثمار له عوائده المباشرة وغير المباشرة، وليس خدمة استهلاكية، وهي تساهم في تشجيع الأجيال القادمة على اقتحام عالم اليوم بإقدام وفكر علمي، وعملي متطور (Spitzer-Hanks, 2016, 386-400)، وقد ترجمت جامعة تناجا Tenaga الماليزية رسالتها إلى: السعي إلى النهوض بالمعرفة، وعمل البحوث التي ستسهم في خدمة المجتمع، أما رسالة جامعة شركة أبل Apple الأمريكية فقد نصت على: إرساء ثقافة الشركة في عقول وقلوب موظفيها من خلال تشجيعهم المستمر على استخدام ذكائهم وخيالهم رغبة في تحقيق ما هو أفضل للشركة (Osei-Kofi, 2012, 229-244).

وفي ضوء ما سبق، وفي ضوء السياق المستقبلي للمجتمع المصري في المجال الاقتصادي والتعليمي، وفي ضوء الرؤية المقترحة من البحث الحالي يمكن وضع رسالة لجامعة شركات مصرية يقترحها البحث الحالي، وتتمثل في: إعداد العامل المصري العصري المؤهل أكاديمياً ومهارياً ووجدانياً في سياق سوق العمل العالمي وتنميته، من خلال توفير برامج التعليم والتدريب المستمر المتخصص بعمل الشركات الناشئة، باستخدام الوسائط التكنولوجية

المختلفة، وكذلك إنتاج المعرفة وتطبيقها وتبادلها؛ من خلال البحوث التطبيقية لتحقيق الإبداع والابتكار وإنجاز استراتيجيات الشركة والمساهمة في تطوير المجال الذي تعمل به.

#### 4- أهداف جامعة الشركات:

تلي جامعات الشركات مجموعة واسعة من الأهداف، وتحتاج هذه الأهداف أن تكون واضحة المعالم، وقد تم تصنيفها كالآتي (Phillips, 2004, 13-25):

- الأهداف التشغيلية: وهي الخطوات الإدارية التي ينطبق عليها تحقيق أهداف الجامعات وهي (التنظيم، والإشراف، والرقابة، والتخطيط) ويتم ذلك من خلال: وظيفة الموارد البشرية، ووظيفة المجلس التنفيذي، وفيهما يتم تقديم تعلم مناسب للموظفين، وكيفية إدارتهم وتوظيفهم، وزرع قيم الشركة لدى العاملين، وممارسة الشركة السلطة والقيادة لتلك الجامعات التابعة لها.

- الأهداف الاستراتيجية: وهي التي تتعلق برؤية ورسالة الشركة فيما يتعلق بخطوات (التنظيم، والإشراف، والرقابة، والتخطيط)، وبالتالي تسعى من خلالها لدمج الجامعات داخل ثقافة الشركة، ودعم عمليات التغيير والتحول التنظيمي، وذلك لتلبية المستجدات العالمية المحيطة بالشركة، وهذا النوع يحتاج إلى وقت طويل في التنفيذ.

كما تقدم جامعات الشركات العديد من الفوائد، والأهداف بالنسبة للأفراد، والشركات، والحكومات، والجامعات والمعاهد البحثية، والمجتمع المحلي، وكذلك المجتمع الدولي، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي (Homan, & Macpherson, 2005, 75-90):

- بالنسبة للأفراد (العاملين): تعمل جامعات الشركات على تعزيز كافة الفرص التي تساعد على تنميتهم وإكسابهم المعارف والمهارات، والقيم التي تمكنهم من أداء الأعمال في سياق الشركة بكفاءة وفعالية.

- بالنسبة للشركة: تعمل جامعات الشركات على المساعدة في تحقيق أهداف الشركة، وتوفير برامج عالية الجودة وبأقل تكلفة، كذلك تعمل على توفير كافة الفرص التي تعمل على تطوير القدرات البشرية والمادية والمالية والتكنولوجية التي تملكها الشركة؛ من أجل العمل على إكسابها ميزة تنافسية، تمكنها من التواجد في السوق بكافة مستوياته.

- بالنسبة للحكومات: تساعد جامعات الشركات على التغلب على إخفاقات السوق، وتعزيز تحقيق التنمية المحلية والإقليمية، وتوليد فرص العمل الجديدة، ومن ثم تساعد الحكومات على حل مشكلة البطالة بين الشباب والخريجين، كذلك سد احتياجات سوق العمل.

- بالنسبة للجامعات: تعمل جامعات الشركات على تقوية التفاعلات مع المؤسسات والقطاعات الإنتاجية، وتسويق نتائج البحوث، ومنح الطلاب والخريجين، والباحثين، وأعضاء هيئة التدريس الفرصة للاستفادة من قدراتهم بشكل أفضل، بالإضافة إلى ربط التعليم الجامعي بسوق العمل وقطاعات الصناعة، كذلك هي مصدر مهم من مصادر التمويل.

- بالنسبة للمجتمع المحلي والدولي: تعمل جامعات الشركات على خلق الثقة بين المشروعات المتخرجة منها وبين المجتمع المحلي، وتوفير الوظائف، ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية، أما على النطاق الدولي فتوفر فرص التجارة الدولية، وتسهيل تبادل الخبرات مع المجتمعات الأخرى.

وفي ضوء ما سبق، وفي ضوء الرؤية والرسالة المقترحة من البحث الحالي يمكن بلورة مجموعة من الأهداف لجامعة شركات مصرية يقترحها البحث، وتتمثل فيما يلي:

- إعداد وتأهيل المواطن المصري إعدادًا وتأهيلاً متكاملًا؛ لديه القدرة على الابتكار والإبداع ومواكبة التغيرات التي تطرأ على سوق العمل.
- إنشاء مؤسسة لعملية التعليم والتدريب في الشركة، والانتقال بها نحو مفهوم المنظمة المتعلمة.
- إنشاء مؤسسة تعليمية تتيح للطلاب التعلم من فروع المعرفة المختلفة، والتي تساعدهم في الحصول على الوظائف الملائمة.
- الاستثمار في رأس المال البشري وتنمية القدرة التنافسية لديهم؛ باعتبارهم قوام الشركة في تحقيق استراتيجياتها والدخول إلى ميدان المنافسة العالمية.
- رفع كفاءة الجامعة من خلال تحسين جودة البرامج التعليمية والأكاديمية التي تقدم للطلاب.
- منح الدرجات العلمية المختلفة في التخصصات المختلفة.
- تنمية المهارات والاستعدادات القيادية لمواجهة تحديات سوق العمل العالمي.
- إجراء البحوث والدراسات التطبيقية في التخصصات المختلفة في مجال عمل الشركات الناشئة؛ بما يساعد في تطوير منتجاتهم وخدماتهم.
- تفعيل الشراكة بين التعليم الجامعي وبين مؤسسات العمل والإنتاج.
- مواكبة التطورات المحلية والإقليمية والعالمية في مجال عمل الشركات الناشئة.
- المشاركة في تحقيق التنمية المستدامة وخدمة المجتمع والبيئة المصرية.

#### 5- وظائف جامعة الشركات:

تسعى جامعة الشركات إلى تحقيق وظائف الجامعة التقليدية والمتمثلة في التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، مما يمكن أن نطلق عليها لفظ "جامعة"، كما يوجد مجموعة من الوظائف، والتي تمنح جامعات الشركات الصبغة العملية، مع ضرورة الأخذ في الاعتبار ديناميكية وتكامل هذه الوظائف، وهي:

- البعد القيادي الاستراتيجي: لقد أصبح الاهتمام بالقيادة الاستراتيجية للجامعات يزداد ويتوسع في الآونة الأخيرة؛ وذلك لأنها تعد مدخلًا حيويًا لتحقيق التفوق والتميز في عالم يزداد تنافسية، ولا يمكن تصور نجاح تطبيق مفردات هذا المدخل بدون الاهتمام بالقيادة الاستراتيجية الجامعية، والتي تمثل القدرة على التنبؤ والتصور، والمحافظة على المرونة، وتمكين

هيئة التدريس والطلاب، وإحداث التغيير الاستراتيجي عند الضرورة، وتطبيق الفكر الاستراتيجي في صورة استراتيجيات تمويلية واستثمارية فاعلة، والقيادة الاستراتيجية هنا تعني: عملية تشكيل رؤية للمستقبل، ووصلها بالمرؤوسين، وتحفيز التابعين، ودمج ذلك في استراتيجية داعمة للتغيير مع الرؤساء والمرؤوسين (Roth, & Magee, 2002, 18-20).

- البعد البحثي: على الرغم من أن هذا البعد من الوظائف التقليدية إلا أنه يعد من أهم وظائف جامعات الشركات، فتقوم بتصميم البحوث والمشروعات البحثية الموجهة لمعالجة الاحتياجات في المجتمع والصناعة- ما بين بحوث مختبرية، وبحوث تربية- أو استحداث برامج وتطبيقات جديدة تتناسب مع العالم المتغير؛ ليصبح هذا البعد جزءاً مهماً من محفظة جامعة الشركات (Frazee, 2002, 22).

- البعد الريادي/ريادة الأعمال: يرتبط هذا البعد بالبعد السابق ويرتكز عليه، فهو عملية تعهد والتزام بتكوين قيمة معروفة من قبل العميل/المستفيد، من خلال الابتكار واستغلال موارد خارجة عن السيطرة، ويتضح من ذلك أن ريادة الأعمال في جامعة الشركات وسيلة للوصول نحو النهاية، وهي الفوائد مقابل التكاليف، ويتم تقدير الفوائد بطرق مختلفة، فهي للشركة أو لرجل الأعمال تكمن في القيمة التسويقية، وحجم الاستفادة المالية، أما الفائدة للأكاديميين فتقاس بعدد المنح، أو البرامج أو الدورات الجديدة التي نفذت وحقت عوائد ملموسة، أو تحسين مخرجات التعلم (Viltard, 2014, 581-597).

- البعد التشاركي: يؤكد هذا البعد على إقامة الشراكات الاستراتيجية طويلة المدى بين الجامعة والصناعة؛ والتي تسمح للصناعة بأن تفعل شيئاً لا تستطيع أن تفعله بمفردها، كذلك يؤكد هذا البعد على إقامة الشراكة بين جامعة الشركات ومنظمات التعلم ومراكز التدريب العالمية المتميزة، والجامعات العالمية؛ وهنا يتضح أهمية هذا البعد لتنمية المهارات (التعليم والتدريب)، وتوليد المعارف واكتسابها واعتمادها على الابتكار ونقل التكنولوجيا (Nixon, & Helms, 2002, 144-150).

- البعد التسويقي: يشكل البعد التسويقي الجانب الاستثماري للأبعاد السابقة، خاصة بعدي البحث العلمي والشراكة؛ إذ لا بد أن تكون الجامعة مخزناً للأفكار ومضخة لها، أي تقوم الجامعة بتسويق أفكارها وخدماتها في الميدان وفي مؤسسات الأعمال وفي المؤسسات الحكومية والأهلية، وبشتى وسائل وتقنيات السوق، ولعل من التجارب الناجحة في هذا السياق الجامعات الصينية؛ حيث يتم التعامل مع الجامعات على أنها كيانات أكثر ملاءمة وتقبلاً للسوق واحتياجاته ومتطلباته (Eccles, 2004, 410-418).

وإضافةً لتلك الأدوار والوظائف السابقة، ثمة مجموعة أخرى من الأدوار الجديدة والمبتكرة والتي تقوم بها جامعات الشركات، ومنها ما يلي (Kolo, et al., 2013, 7-8):

- وظيفة الجامعة كمركز للتدريب المهني: أي أنها تقدم التدريب المهني للعاملين الحاليين ولجميع المستفيدين من خارج الجامعة، وذلك في إطار برامج تدريبية تعتمد على التدريب داخل وحدات العمل.

-وظيفة الجامعة كشبكة تعلم: أي تقوم بوظيفة المصمم والمنتج لثقافة التعلم وفرص التعلم المستمرة، وتقوم بتقديم البرامج لبناء المهارات، فتنوع البرامج وشموليتها وتعدد طرق تقديمها يجعل الجامعة كشبكة تعلم لكافة الأفراد في التخصص المهني.

-وظيفة قيادة وتشكيل الشركة الأم: أي تساهم بشكل كبير من خلال برامجها المرتبطة بسياق عمل الشركة الأم، بقيادة الشركة وريادتها وتوفير القوى العاملة المؤهلة لها من أجل تحقيق استراتيجية الشركة.

-وظيفة غرس السلوك التنظيمي: أي غرسه في نفوس الطلاب من خلال ما تقدمه الجامعة من خبرات.

ومما سبق يتضح أن جامعة الشركات تعمل في ضوء مجموعة من الأدوار والوظائف المحددة لها، حيث إن تلك الوظائف تتبلور وترتكز بشكل رئيس على الطلاب وبرامج تنمية قدراتهم التطبيقية من جانب، والشركات وعلاقاتها بمتطلبات سوق العمل من جانب آخر، الأمر الذي يمكن أن يسهم في تقديمها أفضل المخرجات التي تميزها عن الجامعات التقليدية، كما يتضح مما سبق أن التنوع في أدوار ووظائف جامعة الشركات يكسبها المرونة في الاستجابة لمتطلبات سوق العمل وحاجات المجتمع به، وإحداث التغييرات المطلوبة تزامناً مع أي مستحدثات ذات العلاقة بمجال عملها.

#### 6- سياسة القبول في جامعة الشركات:

تعتمد جامعات الشركات على سياسة قبول مفتوحة دون التقيد بشروط السن أو المؤهل أو المكان أو الزمان، والفئة المستهدفة بها أنها تقبل كل الأشخاص وجميع العاملين والموظفين في المؤسسات الأخرى من خارج الشركة الناشئة، وإن كانت هناك جامعات للشركات لا تخدم سوى موظفيها فقط، مثل جامعة ماكديونالدز هامبورجر، ولكن المعظم من جامعات الشركات ليست مقصورة على أشخاص معينين بل تقبل جميع الطلاب المتوفر فيهم متطلبات القبول، سواء كان من أي جامعة أو كلية أو شركة، أو أي دولة، ومثال ذلك جامعات ران ووانج وأرثر وبتروناس... إلخ (Eric, 2009, 710).

ومما سبق يتضح أن جامعات الشركات تستهدف جميع الموظفين والعاملين في المؤسسات الناشئة لهذه الجامعات، بالإضافة إلى جميع الموظفين والعاملين في المؤسسات الأخرى والتي ترغب في الالتحاق بها، وتعتمد هذه الجامعات على سياسة قبول مفتوحة دون التقيد بشروط السن أو المؤهل أو المكان أو الزمان؛ مما يتيح الفرصة لتحقيق التعلم الذاتي المستمر لجميع العاملين بهذه المؤسسات وغيرها، مما يؤهلهم بمتابعة كل ما هو جديد في مجال عملهم وفي مجال احتياجات سوق العمل المتجددة.

#### 7- البرامج الدراسية بجامعة الشركات:

تركز جامعات الشركات في برامجها على مجالين رئيسيين، وهما: المجال الأول، والذي يركز على تزويد الطلاب بثقافة الشركة، وقيمتها، ورؤيتها؛ أي تسعى الجامعة من خلال هذا المجال إلى أن تكون عاملاً من عوامل التغيير للشركة الأم. أما المجال الثاني، فيركز على زيادة وتعزيز المهارات والمعارف والخبرات المتصلة بسوق العمل، وتتبنى العديد من الشركات المجال الثاني والذي يركز على تطوير المهارات والمعارف والقدرات؛ حيث تواجه الشركات حالياً التغيير السريع

في التكنولوجيا، وتوقعات العملاء المتزايدة، والضغط التنافسية المتصاعدة من الداخل والخارج (المهدي، 2013، 149).

وقد أكدت الأدبيات المرتبطة بجامعة الشركات على أن العمال بحاجة إلى التدريب العملي إلى جانب المعرفة النظرية؛ لذا تم تصميم البرامج الدراسية في جامعات الشركات لتؤدي وظائفها مباشرة في الشركة. وبات كل مودبول مصمماً خصيصاً لوظيفة أو إجراء محدد، قائم على التدريب العملي، وهذا تم إيجازه في مبادئ المنهج الثلاثة الآتية (Meister, 2000, 180):

- مبدأ المواطنة تجاه الشركة Corporate Citizenship : ويقصد بها تزويد العاملين بطريقة عمل الشركة، وثقافتها، وتاريخها، وقيمها السائدة، ورؤيتها الحالية والمستقبلية.

- مبدأ إطار العمل والسياق Contextual Framework : ويقصد به إعطاء العاملين المعرفة عن أعمال الشركة، وعملائها، وزبائنهم، ومنافسها، وأفضل ممارساتها.

- مبدأ الكفاءة العملية أو كفاءة مكان العمل الأساسية Core Workplace Competencies : ويقصد بها المعرفة النظرية والعملية للكفاءات التي تقتضيها الوظيفة الجديدة؛ أي تطوير مجموعة من الكفاءات المتخصصة التي تحدد الميزة التنافسية للشركة، وتمثل فيما يلي: مهارات الاتصال والتعاون، مهارات التفكير الإبداعي، ومهارات حل المشكلات، وتطوير القيادة، والإدارة الذاتية للمهنة.

ومما سبق يتضح أن جامعات الشركات تعمد بعد تحديد مجال عملها الرئيس إلى تحديد الفئات المستفيدة منها من داخل الشركة وخارجها والوقوف على احتياجاتهم المختلفة، ثم تحديد سياسة قبول مفتوحة تتيح الفرصة للدارسين مواصلة الدراسة دون التقيد بعامل الزمان أو المكان، ثم البدء في تصميم البرامج التعليمية والتدريبية بما يتناسب مع احتياجات السوق، وتنوع الطرق التي تستخدمها جامعات الشركات في تقديم برامجها وخدماتها للمستفيدين الداخليين والخارجيين ما بين الطرق التقليدية، والحديثة؛ مما يحقق للشركات القدرة على المنافسة العالمية، وكذلك تحقيق زيادة في الإنتاجية وتقديم منتجات جديدة تتميز بالجودة العالمية؛ بما يمكنها من المنافسة المحلية والعالمية.

#### 8- النظام الإداري بجامعة الشركات:

تعتمد إدارة جامعة الشركات على استخدام الأساليب الحديثة في مجال الإدارة، مثل: إدارة الأزمات، وإدارة الجودة الشاملة، ويتنوع النمط الإداري لجامعات الشركات ما بين أربعة أشكال تتمثل في النمط المركزي، واللامركزي، والفيدرالي، والشبكي، ويتوقف اختيار كل نمط على عدة عوامل، ومنها: حجم المنظمة (صغيرة ذات ثقافة واحدة، أم كبيرة ومتنوعة الفروع في مناطق جغرافية متنوعة)، وعلى حجم العاملين (قليل في مكان واحد، أم كبير في مواقع جغرافية مختلفة)، ويتميز كل نمط بمجموعة من المزايا كما يشوبه بعض السلبيات، ويمكن توضيح ذلك كما يلي (Nixon, & Helms, 2002, 144-150):

- النمط الإداري المركزي Centralization Model : يتميز هذا النمط بالسيطرة القوية على جميع جوانب التعليم والتدريب، وبضمان الاتساق في سياق الشركة، إلا أنه يعاني من: عدم

التمكين للمستويات الأدنى، كما أن البرامج المقدمة قد لا تعكس الواقع الحقيقي للعمل - خاصة- في الفروع البعيدة.

- النمط الإداري اللامركزي Decentralization Model : يتميز هذا النمط بالتمكين للفروع والوحدات البعيدة، والبرامج المقدمة معبرة وأكثر ارتباطاً بواقع العمل ومتطلباته، إلا أنه يعاني من: صعوبة ضمان الاتساق بين البرامج المقدمة، ويعمل على تشتيت الجهود والازدواجية فيها.

- النمط الإداري الفيدرالي Federal Model: يتميز هذا النمط بتحقيق التوازن بين السيطرة المحكمة والحرية، والسماح بتحقيق التوازن في الآراء، إلا أنه يعاني من: أنه يستغرق الكثير من الوقت لعمل الشيء بطريقة جيدة، ويتطلب أعضاء على قدر كبير من المهارة.

- النمط الإداري الشبكي Network Model : يتميز هذا النمط بالمرونة، والحرية في الاختيار، ووجود ترتيبات بين وحدات العمل، إلا أنه يعاني من: التغيير المستمر للتحالفات والشركاء، وعدم الاستمرارية.

ويتبين مما سبق وجود تنوع واضح في الأنماط الإدارية لجامعات الشركات، ويبدو أن اختيار البنية التنظيمية المناسبة لأي جامعة من جامعات الشركات يتوقف على الهدف منها، والأدوار والمسؤوليات التي تحددها الشركة الأم، إضافة إلى السياق المجتمعي العام للدولة التي تعمل بها، ومن ثم يقترح البحث الحالي تبني النمط اللامركزي عند إنشاء جامعة شركات مصرية، ويقترح وجود عدد من الاعتبارات ومنها القدرة على تحقيق التوازن بين أهداف الشركة وأهداف العاملين والحفاظ على هذا التوازن، ومعرفة نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تواجه الشركة، وقيادة الجامعة والشركة للريادة.

#### 9- التمويل في جامعة الشركات:

إن تمويل جامعات الشركات يعتمد في الأساس على الدعم المالي الذي توفره الشركة لإقامة الجامعة وتأسيسها وتوفير الإمكانيات المالية والبشرية لتيسير شئون الجامعة، وبعد ذلك تقوم الجامعة بتوفير بعض الموارد الذاتية من خلال الحصول على مصاريف مقابل الدروس لعلماء العمل الداخليين والخارجيين باستخدام استراتيجية "تحصيل مصاريف مقابل الخدمة"، وكذلك تقديم برامجها المانحة للدرجات العلمية وغير المانحة لجميع أفراد المجتمع، كذلك تسجيلها حقوق الملكية للبرامج التدريبية لتقديمها وتسويقها لعلماء خارجيين وممولين؛ بما يعمل على توفير الدعم المالي الذي يسمح للجامعة بالاعتماد على نفسها، وتقليل الدعم من الشركة المؤسسة للجامعة (عبد النبي، 2009، 125).

ومما سبق يتبين أن جامعة الشركات أنشأت لتساهم في حل أزمة التمويل التي تعاني منها الجامعات التقليدية؛ حيث إنها تهدف إلى استفادة كل من الجامعة، ومؤسسات العمل، والمجتمع ككل من الآخر، فهي تقدم للمجتمع بمؤسساته المختلفة كل ما يحتاجه من خدمات ودورات تدريبية واستشارات ومشروعات بحثية وتعليم مستمر وبرامج توعية وغيرها، في مقابل حصولها على تمويل من وراء ذلك من المؤسسات الإنتاجية لتحسين أجهزتها ومرافقها المختلفة، وإن كانت جامعات الشركات تعتمد في الأساس على المؤسسات الإنتاجية، إلا أنها في مراحل لاحقة تعتمد الجامعة على مواردها الذاتية؛ مما يسهم في تخفيض الدعم المالي الذي تقدمه المؤسسة أو الشركة الناشئة للجامعة.

## المحور الثاني: الاحتياجات الفعلية لسوق العمل بمصر:

يتطلب لإحداث ارتباط إيجابي بين التعليم الجامعي وسوق العمل أن يتم الكشف عن الاحتياجات الفعلية لسوق العمل والوقوف عليها؛ لأن آليات السوق أصبحت تحكمها عوامل جديدة فرضتها الأوضاع الاقتصادية الجديدة، فقد ترتب على هذه الأوضاع رصد سمات جديدة لاحتياج سوق العمل من العمالة، والتي تتمثل في تزايد الطلب على استخدام الفنيين المهرة الذين لديهم القدرة على التكيف مع التقنيات الحديثة، والواقع يظهر أن سوق العمل اليوم يحتاج إلى مهن جديدة، مع اختفاء عدد من المهن، وأخرى في طريقها للزوال، ومن ثم يمكن تحديد أهم المهارات والمواصفات المطلوبة في مخرجات التعليم الجامعي، والتي تتمثل في الاحتياجات الكيفية لسوق العمل، وهي كالتالي (قناديلي، 2012، 469)، (خضر، 2018، 503-506)، (شطا، 2011، 125-126)، (مسعود، 2012، 143):

- مهارات شخصية: وتتمثل في القدرة على إدارة الوقت بشكل فعال، والقدرة على معالجة المشاكل بسرعة، والقدرة على إبداء أفكار مبتكرة، والقدرة على اتخاذ القرار بأسلوب علمي، والقدرة على تحمل المسؤولية والتعاون والقدرة على العمل بشكل فعال ضمن فريق عمل.
- مهارات أكاديمية: وتتمثل في المعرفة الواسعة في مجال التخصص، والقدرة على الاطلاع على التطورات العلمية، والاطلاع على دراسات وأبحاث علمية عديدة، ومتابعة الاجتماعات وحلقات النقاش المتعلقة بمجال العمل، والتحدث بطلاقة بلغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية، والقدرة على التعامل مع الحاسوب بمهارة، والقدرة على التفكير والإبداع، والقدرة على التقاط المعلومة وتحويلها إلى معرفة قابلة للاستخدام.
- مهارات مهنية: وتتمثل في القدرة على التناسب بين الوظيفة والاختصاص، والاستفادة من الإعداد الأكاديمي الجامعي في ممارسة المهنة، والعمل بإتقان، والرغبة الذاتية في العمل، والتمسك بأخلاق المهنة، والتكيف والمرونة في العمل، والقدرة على توظيف التكنولوجيا الحديثة، والالتزام بنظام العمل ولوائحه، والقدرة على وضع الخطط وتقييمها، وإدارة الوقت، وإدارة الأزمات.
- مهارات ثقافية: وتتمثل في الاطلاع على مشاكل المجتمع، والمشاركة في الندوات الثقافية، ومتابعة البرامج الثقافية المنشورة في وسائل الإعلام، والاهتمام بالأحداث المحلية والعالمية، والقدرة على التواصل مع الآخرين إلكترونياً، والقدرة على النقاش وتقبل رأي الآخرين.
- مهارات اجتماعية: وتتمثل في امتلاكه العمل الجماعي والقيادة، وامتلاكه مهارة الإلقاء، والقدرة على الحوار وإدارة الوقت، وحل المشكلات بطريقة منهجية علمية، والقدرة على التخطيط الجيد، والقدرة على التزود بمهارات إشرافية قادرة على قيادة مجموعات العمل، وتساير التدرج حسب مستويات العمل.
- مهارات شخصية: وتتمثل في امتلاكه الثقة بالنفس، والطموح، والاستعداد للعمل والتطور، والقدرة على وضع المقترحات وتنفيذها، وتحمل المسؤولية والانضباط في العمل، والقدرة على اتخاذ القرار بأسلوب علمي وليس انفعالي، والمرونة القادرة على التوافق والتكيف، وتقبل النقد.

■ مهارات عقلية: وتتمثل في القدرة على الربط بين الجانب النظري والجانب العملي، والقدرة على توظيف المعرفة، والقدرة على التنبؤ، والقدرة على اقتراح حلول بديلة للمشكلة، والقدرة على استخدام التفكير الناقد، والقدرة على تحليل وتقييم المعلومات، والقدرة على الاستدلال بالأدلة العقلية والعلمية، والقدرة على الابتكار والنظرة المستقبلية والتنبؤ باحتياجات الأسواق، ومسيرة التطور والأذواق.

■ مهارات عامة: وتتمثل في القدرة على الاتصال والتواصل، والقدرة على استخدام الطرق العددية والحسابية والإحصائية، ووسائل تكنولوجيا المعلومات، والقدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية وسوق العمل والوظيفة، والقدرة على بث روح المغامرة والمجازفة والمبادرة، والقدرة على خلق جو من الثقة والتعاون المثمر.

وبناءً على ما سبق من عرض للاحتياجات الكيفية لسوق العمل يجب على مؤسسات التعليم العالي ولاسيما الجامعة أن تنمي هذه المهارات لدى خريجها، وأن يكون هناك تنسيق واضح بين الجامعة ومؤسسات العمل والإنتاج لمعرفة هذه المهارات؛ حتى يتم تخريج أفواج من الشباب ذوي مهارات وقدرات تتوافق مع احتياجات سوق العمل، إلا أنه يتضح أن السوق المصري يعاني من اختلالات بين جانبي العرض والطلب؛ مما يترتب عليه ارتفاع في معدلات البطالة. لذا يستعرض البحث الحالي في الجزء التالي (الاحتياجات الكمية) لسوق العمل، وذلك من خلال التعرف على حجم القوى العاملة، والمشتغلين، والمتعطلين، ومعدل البطالة، ثم عرض لعدد وأهم المهن المطلوبة في سوق العمل المصري، كالآتي:

\* حجم تقديرات العمالة والبطالة في مصر: والقوى العاملة هي: الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 15 سنة إلى أقل من 65 سنة، سواء منهم الذين يساهمون فعلاً بمجهوداتهم الجسدية أو العقلية في أي عمل يتصل بإنتاج السلع والخدمات (المشتغلون)، أو الذين يقدررون على أداء مثل هذا العمل ويرغبون فيه ويبحثون عنه ولكنهم لا يجدونه (المتعطلون)، أما الأفراد خارج قوة العمل فهي: تشمل الأفراد في الفئة العمرية (15- 64 سنة) والقادرين على العمل ولكنهم لا يرغبون فيه ولا يبحثون عنه لأسباب مختلفة (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2008، 49-50). ويمكن توضيح هذه التقديرات من خلال الجدول الآتي (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، 2019، 20):

#### جدول (1)

يوضح قوة العمل والمشتغلين والمتعطلين ومعدل البطالة "الأرقام بالألف".

البيان	الربع الأخير 2018	الربع الأول 2019	الربع الثاني 2019
قوة العمل	29186	27968	28069
المشتغلين	26092	25701	25975
المتعطلين	3094	2267	2094
معدل البطالة	%10,6	%8,1	%7,5

ويتضح من الجدول والتوزيع السابق حدوث تناقص وانخفاض ضئيل في معدل المتعطلين وكذلك معدل البطالة في الفترة من الربع الأخير من عام 2018 إلى الربع الثاني من عام 2019، وربما ذلك يرجع إلى الدور الواضح للقيادة السياسية في عملية الاستقرار السياسي والاقتصادي في مصر في تلك الفترة، ولكن مع هذا الانخفاض إلا أنه مازالت تقديرات المتعطلين والبطالة مرتفعة إلى حد كبير، كذلك تنخفض تقديرات قوة العمل والمشتغلين. وربما يرجع ذلك إلى ضعف إعداد طلاب التعليم الجامعي أو انتشار بعض العادات والقيم الخاطئة عند بعض الخريجين مثل نظرتهم المتدنية إلى بعض المهن واهتمام معظمهم بالعمل في القطاع الحكومي، وإعراض معظمهم عن العمل بالقطاع الخاص، وقد يرجع أيضا إلى ضعف الارتباط بين مخرجات التعليم الجامعي واحتياجات سوق العمل، ومن ثم فهناك ضرورة لإعادة هيكلة التعليم العالي والجامعي، والاستفادة من النماذج العالمية الناجحة في هذا المجال، والتي لها القدرة على الاستجابة للتغيرات الديموغرافية من ناحية، والديناميكية السريعة والمتلاحقة في أسواق العمل المحلية والإقليمية والعالمية من ناحية أخرى.

\* التوزيع العددي والنسبي لأهم المهن المطلوبة لسوق العمل المصري: يشهد سوق العمل في الفترة الحالية متطلبات جديدة غاية في التنوع، وأصبحت مؤسسات العمل والإنتاج تبحث عن خريجين يستطيعون تلبية ما يفرضه الواقع الجديد من متطلبات في معرفتهم الأكاديمية ومهاراتهم العملية، ومن ثم يشير الواقع إلى وجود عجز في الأيدي العاملة لبعض المهن المتعلقة بالمهارات السالفة الذكر، وهذا ما يؤكد عرض الاحتياجات الكمية لسوق العمل في التقرير الدوري لأهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي والخارجي، والصادر عن وزارة القوى العاملة عن الفترة من 2019/1/1م حتى 2019/6/30م؛ حيث يوضح الآتي:

(1) التوزيع العددي والنسبي لأهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي من خلال مصدر النشرة القومية للتشغيل في الفترة من 2019/1/1م حتى 2019/6/30م، طبقاً للنشاط والعدد، ويوضح الجدول الآتي (الإدارة العامة لمعلومات سوق العمل، 2019، 11):

#### جدول (2)

يوضح أهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي من خلال مصدر النشرة القومية للتشغيل طبقاً للنشاط والعدد.

م	أهم المهن	العدد	النسبة المئوية
1	أخصائيين	5460	9,5%
2	أفراد أمن	10795	18,7%
3	مشرفو أمن وضباط أمن	6600	11,4%
4	مسئولو مبيعات	3530	6,1%
5	فنيون إنتاج	7500	13%
6	عمال إنتاج	10385	18%

م	أهم المهن	العدد	النسبة المئوية
7	عمال خياطة	3050	5,3%
8	عمال تعبئة وتغليف	950	1,6%
9	مهندسون	637	1,1%
10	فنيون صيانة	1370	2,4%
11	خدمة عملاء	6150	10,7%
12	سائقين	1250	2,2%
ج	الإجمالي	57677	100%

ويتضح من الجدول والتوزيع السابق أن أهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي هي: مهن الأمن وفنيون وعمال إنتاج احتلت المرتبة الأولى من حيث توفيرها للعدد الأكبر من فرص العمل بنسبة 61% من الإجمالي، يلها مهن الأخصائيين وخدمة العملاء بنسبة 20% من الإجمالي، يلها مهن مسئول مبيعات، وعمال خياطة، وفنيون صيانة، وتعبئة وتغليف، سائقين، ومهندسين، وهذا يدل على أن معظم احتياجات سوق العمل المصري تعتمد على الجانب الفني والعملي، وهذا ما يفتقده معظم خريجي التعليم الجامعي بمصر؛ مما يعد مبرراً لإنشاء نمط جامعة الشركات في ضوء هذه الاحتياجات.

(2) التوزيع العددي والنسبي لأهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي من خلال مصدر الصحف والجرائد الرسمية في الفترة من 2019/1/1م حتى 2019/6/30م، طبقاً للنشاط والعدد، ويوضحه الجدول الآتي (الإدارة العامة لمعلومات سوق العمل، 2019، 15-16):

### جدول (3)

يوضح أهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي من خلال مصدر الصحف والجرائد الرسمية طبقاً للنشاط والعدد.

م	المهنة	العدد	النسبة المئوية
1	مهندسين (اليكترونيات، أوتوكاد، كهرو ميكانيكا، تصميم، مبيعات، إنتاج، إنشائي، مدني، معماري، تخطيط، تنفيذي، كهرباء، ميكانيكا، نظم ومعلومات).	1850	18,2%
2	مديرين (مدير مشروع، مالي، مبيعات، حسابات، إداري، أمن، تخطيط، صيانة، تنفيذي).	1300	12,8%
3	أطباء (طبيب نساء وولادة، قلب، ممارس عام، جراحة	1500	14,8%

م	المهنة	العدد	النسبة المئوية
4	محاسبين (محاسب، محاسب تكاليف، مراجع حسابات، محلل مالي)	1350	13,3%
5	مدرسين (لغة إنجليزية، أخصائين مكتبات، تربية خاصة، لغة عربية، تربية رياضية)	1200	11,8%
6	أخصائين (ميكانيكا، كهرو ميكانيكا، ديكور، اوتوكاد، موقع، مبيعات، صيانة، زراعي، إنشائي، جودة، أمن صناعي، معماري، تخطيط، كهرباء)	950	9,4%
7	حرفيين (عمال مكابس، ريماج، سائقين فورك لفت، نجار موبيليا، وناش، سائقين نقل ثقيل، نحات، براد، خراط، حداد مسلح، مبلط، سباك، سمكري، نقاش)	1100	10,8%
8	فنيين ومساعدو الأخصائين (أخصائي أسنان، علاج طبيعي، جراحة، صيدلي، أشعة، التعذية العلاجية)	900	8,9%
ج	الإجمالي	10150	100%

ويتضح من الجدول والتوزيع السابق أن أعلى نسبة من فرص العمل المطلوبة في سوق العمل الداخلي تتمثل في مهن المهندسين بنسبة 18,2% من الإجمالي، يليها مهن الأطباء بنسبة 14,8% من الإجمالي، ثم مهن المحاسبين، ثم المديرين، ثم المدرسين. ثم الحرفيين، ثم الأخصائين، وأقل نسبة من فرص العمل في مساعدو الأخصائين، وهذا يدل على أن معظم احتياجات سوق العمل من خريجي الكليات والأقسام العملية التطبيقية، إلا أنه من الملاحظ على التعليم الجامعي المصري ضعف نسب الطلاب المقيدون بالكليات والأقسام العملية إذا ما قورنت بنسب الطلاب المقيدون بالكليات النظرية، وهذا يدل على ضعف الموازنة بين مخرجات التعليم الجامعي واحتياجات سوق العمل بمصر، ومن وجهة نظر الباحث يعد ذلك أحد أهم المبررات لإنشاء نمط جامعات الشركات بمصر في ضوء هذه الاحتياجات.

(3) التوزيع العددي والنسبي للمهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي والتي يشغلها الأجانب في الفترة من 2019/1/1م حتى 2019/6/30م، طبقاً للنشاط والعدد، ويوضحه الجدول الآتي (الإدارة العامة لمعلومات سوق العمل، 2019، 20-21).

جدول (4)

يوضح أهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي والتي يشغلها الأجانب طبقاً للنشاط والعدد.

م	النشاط الاقتصادي	العدد	النسبة المئوية
1	فنيون مثل:(الهندسة الكهربائية، والميكانيكية، وهندسة التعدين، ورياضيون محترفون).	2190	28,9%
2	رجال تشريع وكبار مسئولين وخبراء مثل:(خبير مالي، مستشارين في مجال الصحة والبيئة).	2178	28,8%
3	أصحاب مهن علمية مثل:(أعضاء هيئة التدريس في الجامعات، ومهندسون في تخصصات مختلفة).	1689	22,3%
4	عمال تشغيل مصانع مثل:(عمال اللحام والقطع باللهب، عمال حفر آبار، عمال تركيب ماكينات).	799	10,6%
5	حرفيون مثل:(ميكانيكو مركبات آلية، حرفيون معادن ثمينة، ونسيج وجلود).	337	4,5%
6	مزارعون وتربية حيوان مثل:(عاملون في مجال الزراعات المستمرة، ومنتجو ألبان، عاملون في الصيد).	65	0,8%
7	خدمات ومحلات بيع مثل:(مرشدين سياحة، طهاة، مصفوق شعر، خدم بالمنازل).	125	1,7%
8	أعمال كتابية مثل:(كاتب استقبال واستعلامات، كاتب شئون إدارية، سكرتارية).	87	1,1%
9	مهن عادية مثل:(بائعون جائلون، عمال تعبئة باليد، عمال تشييد مبان).	100	1,3%
ج	الإجمالي	7570	100%

ويتضح من الجدول والتوزيع السابق أن إجمالي التراخيص التي منحت للأجانب بلغت 7570 ترخيص، وكان النصيب الأكبر من التراخيص لنشاط الفنيين بنسبة 28,9% من جملة

الأجانب المرخص لهم بالعمل خلال الفترة المبينة، ثم حل ثانيًا رجال التشريع والخبراء، ثم أصحاب المهن العلمية، ثم باقي الأنشطة، وهذا يدل على وجود خلل وضعف في منظومة التعليم الجامعي في توفير العدد المناسب لسوق العمل من هذه المهن مما تضطر المؤسسات المختلفة اللجوء لمنح تراخيص للأجانب لتوفير احتياجاتها وتسيير أعمالها.

ومما سبق من عرض للاحتياجات الكيفية والكمية لسوق العمل يتضح مدى التنوع والاختلاف في تلك الاحتياجات، ويرى البحث الحالي أنه قد يفيد دراسة وفهم هذه الاحتياجات في الدراسة الصحيحة لجانب العمل (العرض والطلب)، وبالتالي قد تساعد في التأثير على جانب الطلب لسوق العمل عن طريق خلق فرص عمل مباشرة من خلال برامج التشغيل العامة، كما يمكن التأثير على جانب العرض من خلال تدريب العاطلين عن العمل لتلبية متطلبات سوق العمل، كما يمكن أن تستخدم لتصحيح أوجه القصور في منظومة التعليم الجامعي، وتوجيه السياسات التعليمية نحو توفير التخصصات المطلوبة لسوق العمل، وكذلك توجيه السياسات التدريبية نحو المهن بحسب المؤهلات والشروط المطلوبة، مما يساعد في إنشاء جامعة شركات مصرية في ضوء هذه الاحتياجات.

#### المحور الثالث: دور جامعة الشركات في تلبية احتياجات سوق العمل بمصر:

أصبحت هناك حاجة ملحة للمشاركة بين الجامعات ومؤسسات العمل والإنتاج لتقوية العلاقة بينهما؛ لتحقيق أمر حتمي تفرضه المصلحة العامة، والمصالح المشتركة، كما أن تطور هذه العلاقة أصبح ضرورة لا مفر منها لمجتمع واقتصاد المعرفة، وقد أدت التغيرات السريعة والمتلاحقة في أسواق العمل إلى ظهور مجموعة من الأعمال التي تتطلب مهارات مهنية معينة، ومثل هذا التغير في سوق العمل يستلزم تجاوبًا من كافة التنظيمات الاجتماعية والمهنية لتلبية هذه الحاجات الحيوية من التنمية المهنية الفعالة والمستمرة، ولهذا فقد ظهرت توجهات تدعو إلى شراكة فاعلة بين المؤسسات الجامعية والتنظيمات المهنية من أجل ضمان تنمية مهنية مستمرة للقوى البشرية العاملة.

ولما أصبحت هناك حاجة ملحة لتوثيق العلاقة بين الجامعات ومؤسسات العمل والإنتاج أصدرت العديد من الإعلانات والمواثيق الدولية، والتي أكدت على ضرورة التلاؤم بين التعليم العالي وعالم العمل، من خلال الربط بين مؤسسات التعليم الجامعي ومؤسسات العمل المختلفة، ومن ثم فإن إنشاء جامعات الشركات سوف يكون استجابة لمتطلبات التنمية وتلبية لاحتياجات سوق العمل من الكوادر المؤهلة والمدرّبة، فهي تعد منظومة استراتيجية أنشأت بهدف نشر ثقافة المؤسسات الإنتاجية وتنمية المهارات المطلوبة للتفاعل مع سوق العمل، فضلاً عن تنمية مهارات التعلم من أجل القيادة والتفكير الابتكاري وأسلوب حل المشكلات (Larkin, 2020, 1-26)، أي أن جامعات الشركات قد صُممت لتلبية أغراض تعليمية متخصصة تواكب احتياجات سوق العمل، وتقوم على مبدأ التعلم المستمر مدى الحياة، وتكون فيها المناهج مشتقة من قوانين السوق، ومصممة للمحافظة على القوى العاملة الخبيرة الماهرة.

ويمكن إظهار العلاقة بين جامعات الشركات وسوق العمل من خلال دورها الفاعل في تدريب القوى العاملة وتلبية متطلبات سوق العمل، ودورها في تفعيل الإرشاد المهني والأكاديمي للطلاب ومساعدتهم في الحصول على وظيفة، ويمكن توضيح هذه العلاقة من خلال عرض

مجموعة من (النظريات المفسرة لسوق العمل)، وعرض تطبيقات جامعات الشركات لكل نظرية، ويتم تناولها فيما يلي:

1- نظرية رأس المال البشري Human Capital Theory : وتشير هذه النظرية إلى أن الاستثمار في الأفراد يعود بالعديد من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية على الأفراد والمجتمعات، حيث يمثل العنصر البشري عنصراً رئيسياً من عناصر الإنتاج، وقد ركزت النظرية على أهمية التعليم باعتباره استثماراً إنتاجياً، لا استهلاكياً، حيث رأت أن ما ينفق على التعليم يعد استثماراً في المصادر البشرية (علام، وآخرون، 2007، 470)، وتطبيقاً لنظرية رأس المال البشري فإن فلسفة جامعات الشركات تقوم على الاستثمار في الأفراد من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات وتنمية القدرات بما يؤدي إلى الوصول إلى مستويات عالية من الكفاءة العلمية اللازمة للالتحاق بسوق العمل في ظل التغيرات العالمية والتكنولوجية في العصر الحالي.

2- نظرية التطور الوظيفي Career Development Theory : تعمل هذه النظرية كإطار نظري يحلل خدمات توظيف الطلاب المرتبطة ببرامج التعليم التقني والمهني في كل المؤسسات، وهذه النظرية تتعامل مع تقديم التوجيه للطلاب في إيجاد وظائف ومهن ذات مغزى والحفاظ عليها، وتساعد نظرية التطور الوظيفي الطلاب في الحصول على عمل هادف وخلق قيم للمجتمع واقتصاده، ويعتبر النمو الاقتصادي والتغير في سوق العمل والإصلاح التعليمي من العوامل الرئيسية التي ساهمت في ظهور هذه النظرية، فضلاً عن تحسين خدمات التوجيه المهني (Liu, & Belfield, 2020, 133-155)، وتطبيقاً لنظرية التطور الوظيفي فإن جامعات الشركات تقدم العديد من برامج التوجيه المهني للطلاب في تخصصات مختلفة، هذه البرامج تفيد الطلاب في اختيار الوظائف المناسبة لهم في سوق العمل بما يتناسب مع ميولهم وقدراتهم.

3- النظرية الوظيفية المعرفية الاجتماعية Social Cognitive Career Theory : تقوم هذه النظرية على افتراض أن العوامل المعرفية تلعب دوراً مهماً في التنمية الوظيفية وصنع القرار الوظيفي، وتقدم خلفية لدراسة دور اهتمامات الطلاب، كذلك تفترض هذه النظرية أن الكفاءة الذاتية والأهداف الشخصية تؤثر في اختيار الفرد للوظيفة، (Stevens, Kurlaender, & Grosz, 2019, 986-1036)، وتطبيقاً للنظرية الوظيفية المعرفية الاجتماعية فإن جامعات الشركات تزود الأفراد ببرامج ثقافية وتنموية مستمرة –التعلم المستمر- تثري معارفهم وخبراتهم ومهاراتهم، بالإضافة إلى برامج علاجية تساعدهم على فهم الذات وتنميتها، وهذا الاتجاه أصبح مطلباً حديثاً من متطلبات سوق العمل حيث التنمية الذاتية للعمال بما ينعكس على إحداث تنمية مهنية لهم.

وفي ضوء ما سبق عرضه من نظريات يتضح مدى التنوع والاختلاف في تفسير سوق العمل، فلكل نظرية فكرة معينة تسعى لإثباتها ولجامعات الشركات دور واضح في تطبيقها، كما يمكن إظهار دور جامعة الشركات في تلبية احتياجات سوق العمل من خلال مجموعة من العناصر، وتتمثل فيما يلي:

● تتبنى جامعة الشركات مجموعة مبادئ ترتكز عليها وتمكنها من تحقيق أهدافها ووظائفها المنوطة بها، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بسوق العمل، ومن أهم هذه المبادئ ما يلي: التعليم

للعمل، والتعليم للجميع وبالجميع، والتدريب ذو الصيغ المتعددة Holland, & Pyman, (2006, 19-31).

- تسعى جامعة الشركات من خلال رؤيتها ورسالتها إلى ربط التعليم بسوق العمل، فهي تسهم في تنمية شخصية الطالب وإعداده، فالتعليم من منظورها استثمار له عوائده، وليس خدمة استهلاكية، وهي تساهم في تشجيع الأجيال القادمة على اقتحام عالم العمل بإقدام وفكر علمي، وعملي متطور؛ مما يساعد على خلق عمالة تكون لديها المهارات التي تساعدهم على التعامل بذكاء ووعي مع اقتصاد عالمي معقد من أبرز سماته سرعة التبدل والتغير (Spitzer-Hanks, 2016, 386- 400).
- تسعى جامعة الشركات من خلال رؤيتها ورسالتها إلى تفعيل وتطوير عملية الشراكة بين الجامعات ومؤسسات العمل والإنتاج لتنمية قدرات الطلاب والخريجين على مواجهة التغيرات العالمية الجديدة في مجال العمل والإنتاج، بما يحقق الريادة للجامعة وللشركة الأم محلياً وإقليمياً وعالمياً، كذلك تسعى جامعة الشركات إلى تطوير قدرات الطلاب على العمل وقدرتهم على المنافسة في عصر اقتصاد المعرفة لتلبية احتياجات المجتمع من القوى العاملة المؤهلة والمدرّبة، والمساهمة في حل مشكلات العمل والإنتاج (عبد العزيز ناصر، 2014، 75).
- تسعى جامعات الشركات إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والغايات، ومنها: توفير فرص عمل جديدة، إذ تمتاز جامعات الشركات بإيجاد فرص عمل جديدة للراغبين في العمل خارج الشركة الأم، وذلك على الرغم من التطور التكنولوجي الذي أفضى للاستغناء عن كثير من الأيدي العاملة، وذلك من خلال التوسع المستمر لتلك المؤسسات، وأن التعليم فيها لا يقتصر على العاملين بالشركة الأم فقط (Abel, & Li, 2012, 103-128).
- إن جامعة الشركات تسعى إلى تحقيق وظائف الجامعة المتمثلة في التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، كما أنها تعمل على تحقيق التنمية الشاملة لأفرادها، وأفراد المجتمع ككل، وتعد هي الأداة التي تُمكن الشركات من تحقيق استراتيجيتها بنجاح؛ وذلك من خلال توفير ما تحتاجه الشركة من موارد بشرية على درجة عالية من المعرفة والمهارة، وقدرات بحثية وتطويرية تفي باحتياجات سوق العمل (Joseba, 2014, 55).
- إن جامعة الشركات في نظام قبولها -النظام المفتوح- تستهدف جميع خريجي المدارس الثانوية، أو الحاصلين على شهادة التعليم العالي الراغبين في الالتحاق ببرامج التعليم المهني والفني، أو الموظفين والعاملين في المؤسسات الناشئة للجامعة، بالإضافة إلى جميع العاملين في المؤسسات الأخرى والتي ترغب في الالتحاق بها، ومن ثم فهي تعتمد على سياسة قبول مفتوحة (Eric, 2009, 710)؛ مما يتيح الفرصة لتحقيق التعلم الذاتي المستمر للملتحقين بها، مما يؤهلهم بمتابعة كل ما هو جديد في مجال عملهم وفي مجال احتياجات سوق العمل المتجددة.
- تعمل جامعة الشركات على تقديم مناهج دراسية مشتقة من قوانين السوق، نابعة من احتياجات ورغبات المؤسسات التي تنشئها والعاملين بها، حيث تهدف إلى رفع مستوى

العاملين بما يحقق للمؤسسة القدرة على المنافسة العالمية، وتتميز تلك المناهج الدراسية بأنها توفر إطار عمل عام للعاملين، وتزود العاملين بالكفاءات الأساسية اللازمة لمكان العمل، كذلك تقدم الجامعة برامج دراسية متطورة لمواكبة التطورات والتغيرات الحادثة في سوق العمل (Wang, & et.al. 2008, 5-6).

● إن فعالية تقويم جامعة الشركات يتوقف على استخدام طرق تدريس وأساليب متنوعة مبتكرة تؤكد على الابتعاد عن الأنماط التقليدية في التعليم كالحفظ والتلقين، والتوسع في استخدام وسائل تكنولوجيا التعليم؛ من أجل ضمان تحقيق الكفاءة والفعالية والوصول إلى كل المستفيدين بما يتواءم مع احتياجات ومتطلبات سوق العمل، كما تهتم باستحداث أساليب تقويمية تهتم بقياس المعرفة، وتهتم بالتطبيق العملي والميداني لما قد تعلموه (المهدي، 2013، 173-174).

ومن ثم يتضح مما سبق أهمية جامعة الشركات في تحقيق الربط بين مخرجات التعليم الجامعي واحتياجات سوق العمل؛ لذا كانت الحاجة ماسة إلى إنشاء تلك الجامعات في مصر، وفي ضوء ما سبق يمكن توضيح مجموعة من الفوائد الناتجة عن إنشاء جامعات الشركات كمدخل وكنموذج رئيسي في سد احتياجات سوق العمل، ومنها:

- توفير فرص التدريب العملي للطلاب داخل قطاعات الصناعة أثناء فترة دراستهم الجامعية، ومن ثم توفير الوقت والجهد في البحث عن فرص عمل بعد التخرج، تتلاءم مع تخصصاتهم وإعدادهم.
- تعد آلية جديدة لتحقيق الترابط والتواصل بين مخرجات التعليم الجامعي، ومتطلبات سوق العمل والإنتاج، وذلك من خلال إعادة صياغة المحتوى الجامعي الذي يناسب هذه الاحتياجات.
- توفير الاحتياجات الكيفية لسوق العمل؛ وذلك من خلال أنها تكسب خريجها العديد من المواصفات والمهارات المستقبلية المطلوبة والأكثر تأثيراً وأهمية لسوق العمل الحالي، ومنها: المهارات الاجتماعية، والمهارات الشخصية، والمهارات الوظيفية، ومهارات الكفاية... الخ.
- توفير الاحتياجات الكمية لسوق العمل؛ وذلك من خلال فتح كليات وتخصصات وشعب دراسية تعليمية جديدة، تتفق مع متطلبات خطط التنمية، وتلبي احتياجات السوق، ومنها: تكنولوجيا المعلومات، والحاسبات الإلكترونية، والهندسة الوراثية، وهندسة الإلكترونيات، والتصميم، وهندسة المبيعات، وهندسة الكهرو ميكانيكا، والتكنولوجيا الحيوية، إلخ؛ مما يساعد على توفير أيدي عاملة محلية تتناسب مع المهن المطلوبة لسوق العمل المحلي، والذي قد تضطر بعض المؤسسات للجوء لمنح تراخيص للأجانب لتوفير احتياجاتها وتسيير أعمالها، بسبب عدم توافر الأيدي العاملة المحلية.
- تلبية احتياجات المؤسسات الصناعية والإنتاجية من القوى العاملة، ومن نتائج البحوث العلمية.



- الارتقاء بالمستوى التقني والتأهيل المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن ثم الإسهام في صنع المجتمع المعرفي.
- توفير مصادر لتمويل التعليم الجامعي، وذلك عن طريق الدعم المالي الذي توفره الشركة لإقامة الجامعة وتأسيسها، وتوفير الإمكانيات المالية والبشرية لتيسير شئون الجامعة، مما يمكنها من توفير معظم الاحتياجات الضرورية التي تساعد على إعداد الطلاب إعداداً يتواءم مع احتياجات سوق العمل
- تعد جامعات الشركات آلية مهمة لتوفير فرص عمل لخريجي التعليم الجامعي، أي ضمان عملهم بعد تخرجهم؛ مما يساعد على تحقيق عوائد مالية للجامعة بسبب زيادة إقبال الطلاب عليها.

#### المحور الرابع: المتطلبات اللازمة لإنشاء جامعة الشركات بمصر:

يسعى البحث الحالي إلى تطوير التعليم الجامعي المصري بإدخال نموذج جامعة الشركات فيه، ولكن التطوير يحتاج إلى الفكر المبدع والتخلي عن الأفكار التقليدية والنظم الجامعية الروتينية، والعادات والممارسات التي لم تعد صالحة لمواجهة التغيرات الحالية، وتجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن تطبيق هذا النموذج -جامعة الشركات- إلا من خلال توافر مجموعة من المتطلبات اللازمة لتطبيقها، والتي يمكن تصنيفها كما يلي:

#### 1- متطلبات سياسية: وتمثل هذه المتطلبات في:

- وجود استقرار سياسي قائم على أسس الديمقراطية؛ لتشجيع الاستثمار وإقامة بنية اقتصادية من مناخ سياسي ملائم؛ حتى يساعد ذلك في التعاون والاستفادة من خبرات الدول الرائدة في هذا المجال.
- تعزيز التنسيق والتكامل بين الوزارات المختلفة (كوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، والقوي العاملة، والصناعة، الخ)، وإقرار سياسة تعليمية موحدة للاستفادة من المورد البشري.
- اقتناع وإيمان القيادة السياسية بضرورة وجود هذا النمط من الجامعات، ودورها في وجود مخرجات تعليمية تفي بمتطلبات التنمية الشاملة والتي تسعى الدولة إلى تحقيقها في الحاضر والمستقبل.
- اقتناع القيادة السياسية بالدور الفعال لمشاركة القطاع الخاص في تقديم خدمات التعليم العالي والجامعي وفق معايير وضوابط معترف بها، ووفق احتياجات السوق.

#### 2- متطلبات تشريعية: وتمثل هذه المتطلبات في:

- إعادة النظر في قانون تنظيم الجامعات، مع وضع بنية تشريعية وقانونية توفر المناخ العام والإطار القانوني اللازم لإنشاء هذا النمط من الجامعات في ضوء المعايير والضوابط الأكاديمية.

• اتخاذ كافة الإجراءات القانونية الخاصة باستصدار التراخيص المطلوبة لتأسيس مثل هذه الجامعات، وممارسة أنشطتها، عن طريق تحقيق التعاون مع المؤسسات المنوط بها إصدار مثل هذه التراخيص.

• وضع اللوائح والسياسات الداخلية للجامعة، والتي تتضمن المعايير والشروط المحددة لأولويات قبول الطلاب بها، بحيث يكون لهم جدوى اقتصادية واجتماعية، يتضح أثرهم على الشركة الأم، والجامعة، والمجتمع في آن واحد، كذلك لا بد من تحديد معايير وضوابط تخرج الطلاب من الجامعة، ليتم التأكد من أنها قادرة على الانطلاق إلى سوق العمل.

• ضرورة وضع قواعد محددة للمساءلة والمحاسبية داخل الجامعة في ضوء القوانين واللوائح المنظمة لها، ضماناً لسير وتنظيم العمل بها، وعدم وجود ما يخل بذلك النظام، ومن ثم القضاء على أي انحرافات أو تجاوزات، والعمل على تقييمها وتصحيح مسار عملها، وتقويم أداء الجامعة بشكل جيد، حيث إن غياب الرقابة والمحاسبة يؤدي إلى غياب الشعور بتحمل المسؤولية، ومن ثم عدم تحقيق الأهداف المنشودة.

### -3 متطلبات اقتصادية: وتتمثل هذه المتطلبات في:

• وجود نظام اقتصادي مصري قوي قائم على أسس المنافسة الحرة والكفاءة والشفافية.

• ضرورة وجود إصلاحات اقتصادية حقيقية وخطة تنموية شاملة، والعمل على دعم الشركات المصرية ذات الصناعات الواعدة بكافة الوسائل؛ لتقوم بمسئوليتها تجاه المجتمع، وبدورها في خدمة الاقتصاد المصري ودفعه نحو الإقليمية ثم العالمية.

### -4 متطلبات مجتمعية: وتتمثل هذه المتطلبات في:

• وجود القناعة التامة للمجتمع كافة بأهمية الاستثمار في رأس المال البشري باعتباره المقياس الذي تقاس به ثروة الأمم في هذا العصر، ولا شك أن ذلك يتحقق من خلال الاهتمام بالتعليم والبحث العملي.

• ضرورة قبول المجتمع المصري بوجه عام، ومؤسسات التعليم الجامعي، ومجتمع منظمات الأعمال والشركات بتطبيق ممارسات جامعات الشركات، والعمل على إنشاء تلك الجامعات، علاوة على إيمانهم بأهميتها للمجتمع والاقتصاد الوطني والأفراد.

• ضرورة دعم ومساندة المؤسسات المجتمعية في مصر للشركات للاتجاه نحو الإنتاج الكثيف للمعرفة وتطبيقها واستثمارها؛ للدخول إلى عصر المعرفة والمساهمة في بنائه.

• نشر الوعي بأهمية وفلسفة جامعات الشركات في كافة أنحاء الجامعات والشركات، وتوعية الأفراد العاملين فيها من الطلاب، وأعضاء هيئة التدريس، والموظفين بالأثار الاقتصادية والاجتماعية الإيجابية الناجمة عن إنشاء مثل هذا النمط، ومن ثم توفير بيئة مواتية تساعد في إنشاء ودعم تلك الجامعة.

- جذب الدعم المجتمعي الذي يعمل على تقديم المساعدات التي تسهم في إنشاء هذا النمط في مصر.
  - تعريف المجتمع المصري بثقافة جامعات الشركات ودورها في توفير فرص عمل، ومحاربة البطالة.
  - استخدام الإعلام التربوي في عمل دعاية لهذا النمط من الجامعات، عن طريق عقد الندوات والمؤتمرات التي تهدف إلى تشجيع الرأي العام المصري، وكذلك رجال الأعمال، والمستثمرين، ومؤسسات الإنتاج، على الاهتمام بمثل هذه الجامعات، وإنشائها والتوسع فيها وفقاً للإمكانات المالية والمادية المتاحة.
  - قيام وسائل الإعلام بالمجتمع بعرض لبعض النماذج الناجحة في مجال جامعة الشركات، والتي تبرهن على الدور الفاعل لهذه الجامعات في تلبية احتياجات ومتطلبات المؤسسات الإنتاجية والأكاديمية على حد سواء، ويتم عرض هذه النماذج وكيفية الاستفادة منها في ضوء ظروف المجتمع المصري ومتطلباته، واحتياجات سوقه، والاستفادة منها بما يخدم إنشاء مثل هذه الجامعات.
- 5- متطلبات تقنية: وتمثل هذه المتطلبات في:
- التسلح بكل ما هو حديث في مجال تكنولوجيا المعلومات وتقنية الاتصالات، والتي يمكن الاستفادة منها في إنشاء وإدارة جامعة الشركات.
  - إنشاء قاعدة متطورة من البيانات والمعلومات التكنولوجية الحديثة، والتي يمكن الاعتماد عليها والاسترشاد بها في تأسيس الجامعة وعملها، كما تساعد في تدريب الطلاب على كيفية إدارة مشروعاتهم داخل الجامعة.
  - استخدام الأساليب والتقنيات الحديثة في عمل الجامعة، بما يضمن التطوير المستمر لكافة أنشطتها، ومواكبتها للتحديث والتقدم التكنولوجي.
  - توفير البنية التكنولوجية التي تدعم الجامعة من الأجهزة الإلكترونية والتكنولوجية، وتوفير كافة البرامج الحديثة، وربطها بشبكات الإنترنت، من أجل توظيفها في مساهمة الاتجاهات الحديثة في إدارة الجامعة وضمان نجاحها، ومواكبة خريجها كل ما هو جديد.
- 6- متطلبات أكاديمية: وتمثل هذه المتطلبات في:
- ثقة واعتراف الأوساط الأكاديمية والمهنية بالدرجات العلمية والشهادات التي تمنحها جامعات الشركات، حتى يتم الاقتناع بممارستها وتطبيقها.
  - يمكن على الصعيد المحلي أن تقوم الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد بتصميم معايير خاصة بتلك الجامعات تتفق مع طبيعتها وفلسفتها.

• يمكن على الصعيد الدولي أن يقوم فريق متخصص وعلى قدر عالٍ من الكفاءة في قضايا الاعتماد وضمان الجودة للتعرف على معايير اعتماد جامعات الشركات من قبل الهيئات المتخصصة لاعتمادها.

• التأكيد على استقلال جامعات الشركات عن الدولة وكذلك عن الشركة الأم إدارياً وتنظيمياً، مع وضع نظام ملائم للمحاسبية؛ بحيث تؤدي رسالتها بكفاءة وفعالية.

#### 7- متطلبات خاصة بالشركات المصرية: وتتمثل هذه المتطلبات في:

• تصميم استراتيجية تتضمن أنشطة ومجالات مسئولية الشركات المصرية تجاه المجتمع.

• اقتناع الشركات المصرية بأهمية التعليم والتدريب والبحث العلمي التطبيقي في حياة الشركة، ودورهما في تحويل الشركة إلى منظمة تعلم، ومن ثم دخولها في مرحلة إنتاج المعرفة وتطبيقها وتصديرها.

• الدراسة المتأنية من جانب الشركات المصرية، وتحديد رؤيتها وأهدافها واحتياجاتها في حالة السعي لإنشاء مثل هذه الجامعات.

• الدعم المجتمعي للشركات والمؤسسات العمل والإنتاج وتشجيعها على التعاون مع الجامعات لتبني ممارسات جامعات الشركات، أو تأسيس جامعات تابعة لها، مما يساعد على الإنتاج الكثيف للمعرفة واستثمارها.

• مساعدة الشركات والمؤسسات الإنتاجية في توفير البنية التحتية والمعلوماتية والموارد البشرية اللازمة لإنشاء جامعة شركات، ومساعدتهم لضمان نجاح الجامعة في أداء رسالتها ومسئولياتها.

• تكوين لجان استشارية من الشركات والجامعات تعمل على دراسة آليات الشراكة ووضع خطة العمل اللازمة لإقامة الجامعة المقترحة، وكذلك تحديد الأدوار والمسئوليات المنوطة بأطراف الشراكة، وتحديد الأهداف المراد تحقيقها، ووضع فلسفة للجامعة في ضوء معايير الاعتماد وضمان الجودة.

#### 8- متطلبات خاصة بسوق العمل: وتتمثل هذه المتطلبات في:

• إنشاء نظام معلومات لقوة العمل بهدف متابعة التغيير في قوة العمل، والتغيير في فرص العمل المتاحة والطلب على المهن والتخصصات المختلفة من وقت لآخر على كل من المستوى القومي ومستوى المحافظات، وكذلك رصد ومتابعة مستوى انتشار البطالة بما يساعد على تفهم حجم المشكلة والعوامل المؤثرة في سوق العمل ونوعية الوظائف المتاحة، والخصائص المهنية الجديدة التي يتطلبها سوق العمل.

• مساهمة سوق العمل في إصدار كتاب سنوي إرشادي لتوجيه الطلاب نحو التخصصات المطلوبة التي يحتاج إليها سوق العمل المصري، ومشاركة قطاع الأعمال في وضع السياسات والاستراتيجيات للتعليم الجامعي، ووضع المناهج التعليمية الجامعية، وضرورة تقييم خريجي التعليم الجامعي ومنحهم الوثائق والشهادات.

- أن يكون لدى كل مؤسسة من مؤسسات سوق العمل توصيف وظيفي لكل مهنة من المهن الموجودة لديهم.
  - ضرورة عمل دراسات ميدانية ومقابلات مع أصحاب الأعمال لمعرفة متطلباتهم واحتياجاتهم، ومعرفة أهم المجالات والتخصصات التي يتطلها سوق العمل.
  - توفير الأمن الوظيفي للعاملين داخل مؤسسات سوق العمل بالقطاع الخاص عن طريق وجود نظام للتأمين الصحي والاجتماعي لهم، وإعطائهم مرتبات مجزية؛ مما يؤدي إلى تخفيف الضغط عن القطاع الحكومي.
  - ضرورة تكاتف رجال الأعمال المصريين مع الحكومة من أجل إقامة المشاريع الإنتاجية المتنوعة التي تستوعب أعداداً كبيرة من العاملين، وتُحد من مشكلة البطالة.
- 9- متطلبات خاصة بجامعات الشركات: وتتمثل هذه المتطلبات في:
- قيام جامعات الشركات بعقد بروتوكولات تعاون وتحالفات التعلم والشراكة القوية مع الجامعات المصرية والأجنبية، والمنظمات التعليمية والتدريبية المتخصصة؛ لإعداد البرامج المطلوبة واختبارها وتقديمها باحترافية عالية.
  - تعزيز سبل الشراكة مع مؤسسات التعليم قبل الجامعي -ولاسيما التعليم الفني- ذات الصلة بتخصص الجامعة.
  - تعزيز سبل الشراكة مع المؤسسات الإنتاجية ذات الصلة بتخصص الجامعة، وكذلك الهيئات والمنظمات المجتمعية المختلفة، والتأكيد على دور الجامعة في خدمة المجتمع.
  - دراسة جدوى شاملة لكافة الاحتياجات التي تساعد الجامعة على تنفيذ ممارسات جامعات الشركات من خطط استراتيجية، ومصفوفة للبرامج والوسائط التكنولوجية المستخدمة لتقديمها، والمباني والتجهيزات التي تحتاج إليها الجامعة، ومجالات الشراكة وتحالفات التعلم، ونظام التقويم والاعتماد، في ظل توفر بنية تحتية ومعلوماتية فائقة للغاية.
  - توفير الإمكانيات البشرية للجامعة من أعضاء هيئة التدريس، والخبراء، والفنيين، والإداريين الذين يقومون على تسيير شئون ومهام الجامعة، من تدريس وتدريب، وإعداد مقررات وبرامج دراسية.
  - التأكيد على اتباع التنظيمات الإدارية الحديثة في إدارة جامعة الشركات، ومنحها الاستقلالية الإدارية، مع وجود قيادات إدارية بالجامعة قادرة على إحداث التغيير والتطوير والتميز.
  - التقويم المستمر لأداء الجامعة، وتوفير الآليات المناسبة لتوكيد جودة خدماتها.
- ويتضح من خلال العرض السابق أهمية توفير المتطلبات الخاصة بإنشاء جامعات الشركات بمصر، سواء أكانت متطلبات سياسية، أو تشريعية، أو اقتصادية، أو مجتمعية، أو

تقنية، أو أكاديمية، أو متطلبات خاصة بالشركات أو بسوق العمل المصري، أو متطلبات خاصة بالجامعات ذاتها سواء موارد مالية، أو أجهزة ومعامل وأبنية أو برامج دراسية أو غير ذلك، ومن ثم يتطلب الأمر تكاتف جهود أفراد المجتمع ومؤسساته المختلفة، من أجل العمل معاً على توفير كافة المتطلبات والموارد المادية والمالية، والتي يمكن أن تسهم بفاعلية في إنشاء مثل هذا النمط من الجامعات، بما يحقق التميز في المستوى النوعي لمخرجات التعليم الجامعي، خاصة في ظل ظهور المجالات التكنولوجية الجديدة الحاكمة للتقدم والحاكمة لاحتياجات سوق العمل في المستقبل، والتي تتمثل في (المجالات الإلكترونية الدقيقة، ومجالات التكنولوجيا الحيوية، ومجالات المواد الجديدة والمتجددة، ومجالات صناعة الفضاء والطيران، ومجالات الإنسان الآلي والروبوت، ومجالات الكمبيوتر والصناعات المرتبطة، ومجالات صناعة الاتصالات)، ومن ثم أصبحت هذه المجالات الحاكمة لمعايير التقدم، تحقق أكبر قيمة مضافة إلى الإنتاج، والتي تؤثر بدورها على الإنتاجية، سواء إنتاجية الفرد، أو إنتاجية المجتمع ككل، الأمر الذي يفرض ضرورة استغلال معطيات ذلك التقدم العلمي والتكنولوجي ونواتجه في إنشاء جامعة شركات بمصر.

### المقترحات:

تشجيع الباحثين والدارسين على إجراء المزيد من البحوث والدراسات المختلفة حول تحقيق التميز في التعليم الجامعي؛ وذلك بإنشاء نمط جامعة الشركات؛ وذلك لتحقيق الموازنة بين مخرجات التعليم الجامعي واحتياجات سوق العمل، ومن ثم تحقيق أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، ومن ثم ضرورة العمل على تطوير التعاون بين القطاعات التنموية الإنتاجية وبين مؤسسات التعليم العالي، والسعي نحو تبني مثل هذه الاتجاهات الحديثة في تطوير التعليم الجامعي، وذلك في ضوء طبيعة المجتمع المصري، وفي ضوء احتياجات سوق العمل.

## المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- أحمد، أميرة صبري وآخران (2020). جامعات الشركات ودورها في تنمية رأس المال الفكري في مصر على ضوء خبرتي البرازيل وإندونيسيا، *مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية*، 14 (7).
- أحمد، عزام عبد النبي (2009). آليات تفعيل الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الإنتاجية بمصر في ضوء بعض الاتجاهات العالمية المعاصرة، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة بني سويف.
- جمهورية مصر العربية، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (2019). *النشرة الربع سنوية لبحث القوى العاملة للربع الثاني من عام 2019م*، أغسطس.
- خضر، خضر عواد (2018). درجة توافر المهارات اللازمة لسوق العمل لدى خريجي كلية التربية والآداب بجامعة تبوك من وجهة نظر رؤسائهم في العمل، *مجلة البحث العلمي في التربية*، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، 19 (12).
- شطا، مروة محمد (2011). *التحولات الاجتماعية والاقتصادية وانعكاساتها على سوق العمل "دراسة ميدانية"*، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- ضاحي، حاتم فرغلي (2005). الأدوار المستقبلية للتعليم الجامعي في مصر في ضوء تحديات القرن الحادي والعشرين، دراسة استشرافية، رسالة دكتوراه، كلية التربية بأسوان، جامعة جنوب الوادي.
- عبد العزيز، عبد العزيز ناصر (2014). جامعات الشركات كمدخل لتفعيل الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية بالمملكة العربية السعودية، *مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية*، العلوم الإنسانية والاجتماعية، السعودية، (34).
- علام، اعتماد محمد وآخرون (2007). *قيم العمل الجديدة في المجتمع المصري*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- قناديلي، جواهر (2012). دور عضو هيئة التدريس الجامعي في تحقيق كفاءة خارجية تتلاءم وسوق العمل السعودي، *مجلة كلية التربية*، جامعة عين شمس، 4 (36).
- مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، الإدارة العامة لتحليل المعلومات (2008). *دراسة مقارنة للمنهجيات الدولية في مجال إحصاءات البطالة وقوة العمل بالإشارة إلى التجربة المصرية*.
- مسعود، أمال (2012). دور المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في تلبية احتياجات سوق العمل من خريجي مدارس التعليم الفني. القاهرة: المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.

المهدي، محمود محمد (2013). جامعات الشراكة الربحية دراسة مقارنة لبعض الخبرات الأجنبية وإمكانية الإفادة منها في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة عين شمس.

وزارة القوى العاملة والهجرة، الإدارة العامة لمعلومات سوق العمل (2019). التقرير الدوري لأهم المهن المطلوبة لسوق العمل الداخلي والخارجي للنصف الأول من عام 2019، الإدارة المركزية للتشغيل ومعلومات سوق العمل.

### المراجع العربية مترجمة:

- Ahmed, Amira Sabri & et al. (2020). Corporate universities and their role in developing intellectual capital in Egypt in the light of the experiences of Brazil and Indonesia, *Fayoum University Journal of Educational and Psychological Sciences*, 14 (7).
- Ahmed, Azzam Abd al-Nabi (2009). Mechanisms of activating the partnership between the university and productive institutions in Egypt in light of some contemporary global trends, **PhD Dissertation**, Faculty of Education, Beni Suf University.
- Arab Republic of Egypt, Central Agency for Public Mobilization and Statistics (2019). Quarterly Manpower Research Bulletin for the second quarter of 2019, August.
- Khader, Khader Awad (2018). The degree of availability of skills necessary for the labor market among graduates of the Faculty of Education and Arts at the University of Tabuk from the point of view of their superiors at work, *Journal of Scientific Research in Education*, Girls' College of Arts, Sciences and Education, Ain Shams University, 19 (12).
- Shata, Marwa Mohamed (2011). Social and economic transformations and their repercussions on the labor market, "A field study", **PhD Dissertation**, Faculty of Arts, Helwan University.
- Dahi, Hatem Farghali (2005). The future roles of university education in Egypt in light of the challenges of the twenty-first century, a prospective study, **PhD Dissertation**, Faculty of Education, Aswan, South Valley University.
- Abdel Aziz, Abdel Aziz Nasser (2014). Corporate universities as an entrance to activate the partnership between universities and productive institutions in the Kingdom of Saudi Arabia, *Journal of Imam Muhammad bin Saud Islamic University*, Humanities and Social Sciences, Saudi Arabia, (34).
- Allam, Etimad Muhammad & et al. (2007). **New work values in Egyptian society**. Cairo: Anglo-Egyptian Library.
- Qanadili, Jawaher (2012). The role of a university faculty member in achieving an external competency compatible with the Saudi labor market, *Journal of the Faculty of Education*, Ain Shams University, 4 (36).



- Council of Ministers, Information and Decision Support Center, General Administration for Information Analysis (2008). A comparative study of international methodologies in the field of unemployment and labor force statistics with reference to the Egyptian experience.
- Masoud, Amal (2012). **The role of governmental and non-governmental institutions in meeting the needs of the labor market for graduates of technical education schools.** Cairo: National Center for Educational and Development Research.
- Al-Mahdi, Mahmoud Mohamed (2013). Universities of profit partnership, a comparative study of some foreign experiences and the possibility of benefiting from them in the Arab Republic of Egypt, **PhD Dissertation**, Faculty of Education, Ain Shams University.
- Ministry of Manpower and Immigration, General Administration of Labor Market Information (2019). The periodic report of the most important professions required for the internal and external labor markets for the first half of 2019, the Central Administration for Employment and Labor Market Information.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abel, A. L., & Li, J. (2012). Exploring the Corporate University Phenomenon: Development and Implementation of A Comprehensive Survey. *Human Resource Development Quarterly*, 23(1), Spring.
- Brooks, J. (2000). A Glossary of UK Training and Occupational Learning Terms.(United Kingdom).
- Cady, S. H. & et al. (2011). Mission, vision, and values: what do they say?. *Organization Development Journal*, 29(1).
- Catherine, S. A. (2012). "Corporate Universities: An Historical Perspective With an Analysis and Comparison of Development Models in the Literature and Practice". **Ph.D. Dissertation**, Northern Illinois University.
- Chin, T., Yang, Y., Zhang, P., Yu, X., & Cao, L. (2019). Co-creation of social innovation: corporate universities as innovative strategies for Chinese firms to engage with society. *Sustainability*, 11(5).
- Crocco, O. S., Cseh, M., & Hemmapattawe, D. (2017). Corporate Universities and Corporation-University Partnerships in Thailand: Complementing Education in Learning, Leadership and Change. *Journal of International and Comparative Education* (JICE), 8, Issue 5.

- Eccles, G. (2004). Marketing the corporate university or enterprise academy. *Journal of Workplace Learning*, 16(7).
- Eric, ch. (2009). The corporate university, Academic freedom and American exceptionalism, *south Quarterly*, 108(4).
- Frazee, B. (2002). Corporate universities: A powerful model for learning. Chief Learning Officer Magazine, <http://www.clomedia.com>.
- Holland, P., & Pyman, A. (2006). Corporate universities: a catalyst for strategic human resource development?. *Journal of European Industrial Training*, 30(1).
- Homan, G., & Macpherson, A. (2005). E-learning in the corporate university. *Journal of European Industrial Training*, 29(1).
- Jarvis, P. (2009). **Universities and corporate universities: The higher learning industry in Global society**. London: Kogan page limited, 96.
- Joseba, F. (2014). "Facing the Corporate University: The New Wave Of Student Movements in Europe". *Journal for Critical Education Policy Studies*, 12(1).
- Karen, E. G. (2005). The corporate University: A model for sustaining an Expert workforce in the human services, *Behavior modification journal*, 29(3).
- Kolo, Ph. et al. (2013). corporate university: an Engine for human capital, **Report introduced to the Boston Consulting group**, USA, July 2013.
- Larkin, M. B. (2020). Board gender diversity, corporate reputation and market performance. *International Journal of Banking and Finance*, 9(1).
- Liu, V. Y. T., & Belfield, C. (2020). The labor market returns to for-profit higher education: Evidence for transfer students. *Community College Review*, 48(2).
- Louis, R., Mickael, G. (2015). "The Challenges Facing Corporate Universities in Dealing With Open Innovation". *Journal of Workplace Learning*, 27(4).
- Lytovchenko, I. (2016). Corporate university as a form of employee training and development in American companies. *Advanced Education*, Issue 5.
- Marshall, N. D. (2013). "The Corporate University and Training-Return on Investment". **Ph.D. Dissertation**, Capella University.
- Meister, J. C. (2000). **Ten steps to creating a corporate university**. The knowledge management yearbook, 201.



- Nixon, J. C., & Helms, M. M. (2002). Corporate universities vs higher education institutions. *Industrial and commercial training*, 34(4).
- Osei-Kofi, N. (2012). Junior faculty of color in the corporate university: Implications of neoliberalism and neoconservatism on research, teaching and service. *Critical Studies in Education*, 53(2).
- Phillips, J. J. (2004). Twelve success factors for corporate universities. *Chief Learning Officer*, 2(2).
- Rob, P., & et al. (2005). **Hand book of corporate university development: managing strategic learning initiatives in public and private Domains**. Gower publishing company, Burlington.
- Roth, G., & Magee, C. (2002). Corporate-university alliances and engineering systems research. Massachusetts Institute of Technology. *Engineering Division*, Working Paper Series.
- Ryan, L., Prince, Ch., Turner, P. (2015). "The changing and Developing Role of the Corporate University Post-Millennium", *Industry and Higher Education*, 29(3), June.
- Spitzer-Hanks, D. T. (2016). Process-model feminism in the Corporate University. *Gender and Education*, 28(3).
- Stevens, A. H., Kurlaender, M., & Grosz, M. (2019). Career Technical Education and Labor Market Outcomes Evidence from California Community Colleges. *Journal of Human Resources*, 54(4).
- Viltard, L. A. (2014). Are corporate universities (CU) possible in emerging countries? Arcor University (AU). *Independent Journal of Management & Production*, 5(3).
- Wang, G. G. & et al. (2008). Exploring the Corporate University Phenomenon. Paper presented at the Academy of Human Resource Development. **International Research Conference in the Americas**. Panama City, FL, Feb 20-24.