

---

**مستقبل جامعات الشركات في مصر ... إلى أين؟! (ورقة سياسات)**

**إعداد**

**أ.د. الهلالي الشرييني الهلالي**

**أستاذ التخطيط التربوي والإدارة التعليمية بجامعة المنصورة  
وزير التربية والتعليم والتعليم الفني السابق**

**مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة  
عدد (٦٦) - إبريل ٢٠٢٢**

---



## مستقبل جامعات الشركات في مصر ... إلى أين؟!

(ورقة سياسات)

إعداد

أ. د. الهلال الشرييني الهلال\*

نحن نعيش منذ نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي في ظل نظام عالمي جديد يعتمد بشكل متزايد على رأس المال البشري باعتباره مفتاحاً للنمو وتمايز الأعمال، إنه نظام ديناميكي متغير، لا شيء فيه ثابت أو دائم، مما يحتم ضرورة تجديد المعرفة وتطويرها وإعادة تعديلها بشكل مستمر يسمح بابتكار معارف ومهارات جديدة واستيعابها وتوظيفها؛ إنه نظام صنعته ثورات تكنولوجية ومعلوماتية غير مسبوقة جعلت للمعرفة والمعلومات دوراً كبيراً في الاقتصاد، فبات يفرض للبعض مكاسب هائلة وللبيعض الآخر آزمات طاحنة وتحديات متنوعة؛ حيث باتت المعرفة هي المحرك الجوهري للميزة التنافسية في اقتصاديات معظم الدول، ومن هنا فقد فرض التحول إلى اقتصاد المعرفة عديداً من التحديات على المؤسسات التعليمية عامة ومؤسسات التعليم الجامعي خاصة، تمثلت في ضرورة التوظيف المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول من استهلاك المعرفة إلى إنتاجها ونقلها وتطويرها واستثمارها.

**ويمكن إجمال التحديات التي أفرزها النظام العالمي الجديد وتركت انعكاسات جد خطيرة**

**على مؤسسات التعليم بصفة عامة - ومؤسسات التعليم الجامعي بصفة خاصة- فيما يلي: (١)**

- تطور عالمي علمي وتكنولوجي ومعلوماتي هائل، وإنتاج رأسمالي ضخم، وترسخ لمفهوم العولمة، واقتصاد المعرفة.
- عدم قدرة كثير من مؤسسات التعليم الجامعي على مواكبة ما يحدث في العالم من تطورات علمية وبحثية وتكنولوجية واقتصادية غاية في الأهمية.
- تصاعد حركة التنافسية الدولية، وصدور تقاريرها بشكل منتظم، والاعتداد بنتائجها من قبل القوى التي تقود حركة الاقتصاد والعولمة والهيمنة والسيطرة في العالم، وضعف تنافسية كثير من الجامعات في السوق العالمي بسبب ضعف المخرجات الناتجة عنها.
- تطور دور التكنولوجيا في عمل المؤسسات التعليمية، حتى أنه لم يعد يقتصر على تسجيل البيانات، وتحليل المعلومات، وتنفيذ العمليات، وإنما صار يدير المؤسسة إدارة شبه كاملة.

\* أستاذ التخطيط التربوي والإدارة التعليمية بجامعة المنصورة وزير التربية والتعليم والتعليم الفني السابق

- التحول نحو التعليم الرقمي وما فرضه على مؤسسات التعليم من تحديات، ربما يكون أهمها ما يتعلق بتأهيل المعلمين، وإكسابهم القدرات والمهارات التي تمكنهم من استيعاب تكنولوجيا التعليم الرقمي في ظل انتشار الأمية الرقمية .
- زيادة التوجه نحو خصخصة مؤسسات التعليم، ومن ثم تحول التعليم إلى سوق مفتوح لدخول منافسين وموردين جدد محليين ودوليين، الأمر الذي أدى إلى احتدام المنافسة بين مؤسسات التعليم الحكومي والدولي والخاص على المستوى المحلي والمستوى الإقليمي والمستوى الدولي.
- تنامي دور رأس المال الفكري والمعرفي في تعزيز القدرة الاقتصادية للدول، الأمر الذي دفع بالكثير منها إلى تبني مدخل اقتصاد المعرفة سعياً إلى تحقيق نمو اقتصادي مستدام والدخول في معترك التنافسية الدولية، وذلك من خلال امتلاك أفضل المختبرات والاستحواد على أفضل العلماء والباحثين والمبتكرين.
- تحرير تجارة الخدمات بعد صدور الاتفاق العام بشأن تجارة الخدمات المعروف اختصاراً باتفاقية الجاتس ( GATS )، وسريان مفعوله ابتداءً من يناير ١٩٩٥؛ حيث أدت هذه الاتفاقية إلى ظهور مناخ عالمي جديد يسمح بحرية انتقال العمالة وتبادل البرامج والخبرات بين الدول والمجتمعات، الأمر الذي جعل لزاماً على مؤسسات التعليم بصفة عامة ومؤسسات التعليم الجامعي والعالي بصفة خاصة - باعتبارها من ركائز التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في أي مجتمع من المجتمعات - أن تسعى في كثير من دول العالم وبصفة خاصة دول العالم الثالث إلى ابتكار أنماط من التعليم تتسم بالدولية وبالقدرة على استيعاب عناصر ومكونات الثقافات المختلفة وتقديمها للطلاب كي تكون بمثابة المعبر الآمن للدخول في العولمة دون الدوبان فيها .
- وفي ظل الوضع الذي أوجدته الاتفاقية المشار إليها أصبح التعليم قضية من القضايا التي تختص بها تلك الاتفاقية ، وتأسيساً على ذلك أصبحت الخدمات التعليمية تتداول في الأسواق الحرة ، وأصبحت هناك معارض دولية تعقد بشكل منتظم في كثير من الدول لهذا الغرض ، كما أصبح هناك موردون للتعليم بكل مستوياته عبر الحدود الدولية لتلبية احتياجات الدول الأخرى ، وتعددت نماذج توريد الخدمات التعليمية ؛ حيث أصبحت تشمل البرامج الدراسية الجديدة ، وفروع الجامعات، والمناهج ، وبرامج التدريب ، وبنوك الامتحانات والتقييم، ودراسة الطلاب بالخارج، وتبادل الأساتذة، والمشروعات المشتركة، والجامعات الافتراضية ، وغير ذلك من خدمات تشمل تمكين طالب الخدمة من الاطلاع على عروض الدراسة في مختلف الجامعات العالمية، ومعرفة تكلفة الدراسة، وكيفية السفر والإقامة، هذا بالإضافة إلى سوق العمل بالنسبة لكل تخصص من التخصصات المختلفة، مما يعطيه الفرصة للمقارنة والانتقاء قبل الالتحاق بأى منها (٢: صص ٥- ٩).
- وعلى الرغم من الجهود الكبيرة التي بذلت في السنوات القليلة الماضية في مصر من أجل تطوير التعليم الجامعي وتوفير الخريجين المؤهلين للوفاء باحتياجات سوق العمل المحلي والإقليمي والدولي، إلا أن كثيراً من التحديات مازالت تواجه هذا التطوير وتحد من انطلاقه، نذكر منها:

- زيادة معدل الطلب على الالتحاق بالجامعات وعدم قدرتها بصيغها التقليدية الحالية على مواجهة هذا الطلب المتزايد بما يتوافق مع الخصائص والمهارات التي يتطلبها سوق العمل. (3: ص 394)
- وجود خلل في قانون العرض والطلب بسوق العمل بسبب وجود وفرة في الخريجين من تخصصات معينة، مع وجود عجز شديد في تخصصات أخرى جديدة أفرزتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وياتت تتحكم في توجهات سوق العمل وتحقيق ميزات تنافسية للمؤسسات التي تمتلك القوى العاملة المؤهلة والقادرة على تشغيلها وإدارتها.
- تركيز معظم مؤسسات التعليم الجامعي على الجوانب النظرية وأساليب التلقين دون التدريب والنواحي التطبيقية والعملية، وحصر دور الطالب في الحفظ والتذكر دون التعمق في فهم مضمون التعلم. (٤: ص ٢٨٠)
- اعتماد كثير من الجامعات بشكل جوهري على التمويل الحكومي فقط، الأمر الذي يحد من قدرتها على تحقيق أهدافها المستقبلية المرجوة بكفاءة وفعالية. (٥: ص ١١٠)
- وقد أدت هذه التحديات وغيرها إلى انخفاض كفاءة مخرجات الجامعات المصرية والحد من قدرتها على تلبية احتياجات سوق العمل الجديدة والمتجددة التي أفرزتها متغيرات العصر من انفجار معرفي وثورات علمية وتكنولوجية وتغيرات اقتصادية، وزيادة في حدة المنافسة مع الجامعات الإقليمية والعالمية. ولمواجهة هذه الظاهرة بات من الضروري تطوير مؤسسة التعليم الجامعي والعالي الموجودة أو ابتكار أنماط جديدة تحقق كفاءة عالية وقدرة على تلبية احتياجات سوق العمل، وتقوي الاقتصاد، وتزيد من القيمة المضافة التي يحققها رأس المال البشري، وذلك من خلال تحويل ما تمتلكه هذه المؤسسات من قدرات تنافسية إلى ميزات تنافسية.
- وفي هذا السياق توجهت كثير من دول العالم المتقدم إلى استحداث ما يسمى بجامعات الشركات، وكانت بدايات هذه الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية ومن بعدها اليابان وانجلترا وفرنسا وألمانيا والصين والبرازيل وماليزيا وجنوب أفريقيا، ثم انتشرت بعد ذلك في كل دول العالم، وصار لها منظمات تسهم في تطويرها وتقوية الصلة بينها وبين سوق العمل مثل الرابطة العالمية لجامعات الشركات، والمجلس العالمي لجامعات الشركات.
- وغالباً ما يُنظر إلي هذا النموذج من الجامعات على أنه جاء ليحل محل أقسام التدريب والتعليم في الشركات، إلا أن الواقع يؤكد أنه يمثل تحولاً جوهرياً عن المنهج التقليدي المتبع في التعليم والتدريب، من منطلق أن جامعة الشركة من المفترض أنها تمتلك بعداً استراتيجياً يرتبط باستراتيجية الشركة الأم ويتوافق مع احتياجاتها ويعمل على تحقيق أهدافها، وبالإضافة إلى ذلك لا يقتصر دورها على دعم التعلم داخل الشركة، وإنما يعمل على توسعته ليشمل تثقيف الآخرين ضمن سلسلة القيمة للشركة. (٦: ص ١٦٨)
- وإذا كان واقع جامعات الشركات على المستوى الدولي يوضح أنها تمثل أحد أنماط التعليم الجامعي المعاصرة التي تسعى إلى مساعدة المجتمعات ومؤسسات الأعمال على الاستجابة

للتغيرات التكنولوجية والاقتصادية المتلاحقة من خلال ربط التعليم بالعمل عبر الجمع بين تدريس الخبرات النظرية وإكساب المهارات العملية والتطبيقية والاعتماد على مبدأ التعلم مدى الحياة، فإن الواقع يؤكد أن هناك صعوبة في تحديد مفهوم قاطع لهذه النوعية من الجامعات نظراً لتعدد الأنماط التي تتخذها والتعريفات التي تتناولها، الأمر الذي دفع بكثير من الباحثين إلى الإشارة إليها من خلال المفهوم الموجود في قاموس أكسفورد والذي يعرفها على أنها مؤسسة تعليمية للطلاب يتم تصميمها بغرض التعليم أو الرقابة أو كليهما معاً في كثير من فروع المعرفة المتقدمة، ومنح درجات علمية لمختلف الكليات والمؤسسات المشابهة.

وإجمالاً يمكن القول بأن جامعات الشركات تعتمد في برامجها على سياق المهارات واحتياجات العمل المحددة وعلى التوجه الاستراتيجي للشركة، وهذا يتوقف على المهارات المطلوبة، سواء كانت مهارات عامة، أو بها نوع من الخصوصية، أو مهارات تشغيلية، أو استراتيجية، وتقوم الشركات بمراعاة كل المهارات بشكل متساو، وتعمل على تحقيق التناسق والتوفيق فيما بينها بهدف تحقيق النجاح عن طريق بناء القدرات والمهارة لكافة المستويات الوظيفية بالشركة؛ بحيث تصح مترابطة ومتشابكة فيما بينها. ومن هنا يتضح أن هذه الجامعات تمثل المصدر الرئيس للتغيير بالشركات التي تتبعها لكون جميع برامجها تتمركز حول احتياجات العمل المحددة للشركات ولكونها تركز على نقل المعرفة وممارستها وإدارتها داخل الشركة (٧: ص ٢٧٠)

ويمكن تعريف جامعات الشركات بصفة عامة إجرائياً بأنها مؤسسة تعليمية تنشئها وتديرها إحدى القطاعات أو الشركات التابعة للقطاع الحكومي أو الخاص أو حتى الجامعات الحكومية، بهدف تنفيذ استراتيجية الشركة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية وإكسابها ميزة تنافسية، من خلال نشر المعرفة القائمة وابتكار معارف جديدة وتقديم خدمات تعليمية وبحثية وتدريبية لتحسين مهارات منتسبيها من داخل الشركة ومن خارجها في مجالات عمل الشركة المختلفة وفقاً لمتطلبات سوق العمل المحلي والإقليمي والدولي، ومستحدثات العصر التي أفرزتها وما زالت تفرزها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات.

ووفقاً لما انتهى إليه Tuttle & Young 1969 فإن مفهوم جامعات الشركات ظهر للمرة الأولى في شركة جنرال موتورز في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩١٩، وكان المفهوم يدور حول فكرة إعادة البناء والهيكلة للشركة بالتوازي مع استمرار العمل داخلها في نفس الوقت، وجعل المعرفة قابلة للنقل وتكوين سمعة طيبة تتعلق بالتميز، ومن ثم فإن معهد جنرال موتورز الذي أنشئ في عام ١٩٢٧ يعد أول جامعة شركة (٨: ص ٢٥) إلا أن هذا المصطلح ظل غير معروف حتى تم استخدامه من قبل شركة Motorola، وتأسيس جامعة ديزني ومعهد تطوير الإدارة التابع لشركة جنرال إلكتريك في خمسينيات القرن الماضي، وجامعة همبورجر في الستينيات من ذات القرن، وبعد ذلك انتشرت جامعات الشركات بشكل ملحوظ في تسعينيات القرن الماضي.

ومع تطبيق مبادئ اتفاقية التجارة العالمية على الخدمات وبدء عولمة الاقتصاد عقب انتهاء الحرب الباردة وانهيار الاتحاد السوفيتي السابق، وانتشار الشركات متعددة الجنسيات والعبارة

للقرارات التي تسعى إلى نشر مبادئها وترسيخ ثقافتها بين الشركات المشتركة وفروعها، والسماح بحرية انتقال العمالة بين الدول، تحولت فكرة انتشار جامعات الشركات إلى فكرة عالمية، وأصبح هناك حالياً أكثر من ٤٠٠٠ شركة على مستوى العالم بها جامعات شركات. (٩: صص ٣٠٤ - ٣٠٥)

والواقع أن هناك عوامل أخرى كثيرة ساعدت على ظهور هذه الجامعات وانتشارها وترسخ دورها في تنمية الاقتصاد وتحقيق أهداف وتنافسية الشركات التي أنشأتها، نذكر منها : عدم قدرة الجامعات التقليدية على تخريج قوى عاملة مؤهلة ومدربة تلبى احتياجات سوق العمل المتغيرة، وتركيزها الضيق على التدريب القائم على تنمية مهارات الموظفين بدلاً من توفير تعليم لهم يتطور مع الاحتياجات المتغيرة ويعزز النجاح المستمر للشركة، وظهور اقتصاد المعرفة ، وانحياز التنظيم الهرمي للشركات وتسارع وتيرة إعادة هيكليتها، هذا بالإضافة إلى الزيادة المطردة في استخدام تكنولوجيا الاتصالات وفعالية تطبيقها في التدريب والتطوير، وعدم رضا مؤسسات الإنتاج عن مؤهلات خريجي الجامعات القائمة وحاجتها إلى قوى بشرية تتمتع بمهارات تتطلبها الأعمال الجديدة ، وتستبدل التعليم الذي يتمركز حول المنهج بالتعليم الذي يتمركز حول العمل والأداء والنتائج والابتكارات والجودة ويهتم بالتعليم المهني بمساراته المتعددة. (١٠: ص ٤)

وقد اتخذ مفهوم جامعات الشركات طريقه إلى المجتمع المصري مع إنشاء وتأسيس المعهد المصري بواسطة البنك المركزي المصري في عام ١٩٩١ بالقاهرة، كمؤسسة غير هادفة للربح تقدم خدمات للمصرفيين والموثمين وأصحاب الأعمال، ثم إنشاء أكاديمية أخبار اليوم في عام ١٩٩٩ كمركز للتعليم والتدريب في مختلف ميادين العلوم الإنسانية والطبيعية والهندسية والتطبيقية يتبع جمعية الخدمات التعليمية والاجتماعية بأخبار اليوم، وبعد ذلك إنشاء جامعة هليوبوليس بواسطة مجموعة سيكم للاستدامة وتنمية المجتمع في عام ٢٠٠٩ بهدف الجمع بين التدريس والتعلم والبحث والممارسة باستخدام أسلوب حل المشكلات، والدمج بين النظرية والتطبيق، وتطوير مشروعات اجتماعية يتبناها بعض رجال أعمال من خلال الابتكار والتكنولوجيا والعمل الفريقي. (١١)

وتتخذ جامعات الشركات أشكالاً وأنماطاً متعددة؛ فمنها ما تنشئه شركات تتبع القطاع الخاص ومنها ما تنشئه وزارات أو قطاعات أو شركات حكومية، ومنها ما يخرج من رحم الجامعات الحكومية التقليدية. وتتميز جامعات الشركات التي تنشئها شركات القطاع الخاص بكونها جامعات تنشأ بتمويل من الشركة التي تأسسها بهدف التطوير الذاتي والاستراتيجي للشركة، ويكونها أيضاً جامعات يتولى التعليم والتدريب فيها مدربون من قادة الأعمال والمشروعات من داخل الشركات ومن مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات البحثية ومؤسسات التدريب المهني، هذا بالإضافة إلى أنها لا تهدف إلى التعليم أو التدريب فقط، ولكنها تهتم أيضاً بالبحث عن المواهب البشرية داخل الشركة وتعمل على تنميتها، وتسعى إلى نشر ثقافة الشركة بين الطلاب والعملاء والشركاء الاستراتيجيين مما يؤدي إلى ترسيخ الولاء وإقامة علاقات مستقرة بين كافة الأطراف تساعد على تحقيق تنمية ومزايا تنافسية مستدامة للشركة. (١٢: ١٢٢ - ١٢٤)

وعلى الرغم من أن نموذج جامعات الشركات بالمفهوم السابق كان وما زال يتم تطبيقه على نطاق واسع في شركات القطاع الخاص، إلا أن العديد من المؤسسات الحكومية في كثير من دول العالم بدأت في تنفيذه أيضاً على نطاق واسع من خلال شركات جامعية تنشئها القطاعات أو الجامعات الحكومية، ويتمثل هذا النموذج من جامعات الشركات التي تتبناها جهات حكومية في مصر في المعهد القومي للاتصالات التابع لوزارة الاتصالات، والجامعات الأهلية التي أنشئت أخيراً في مدن الجلالة، والعلمين، والمنصورة الجديدة، وجنوب سيناء، وكذلك في الجامعات الأهلية التي بدأت تخرج من رحم جامعات حكومية مثل المنصورة، وحلوان، والقاهرة، وغيرها، وكذلك في الشركات الجامعية التي خرجت من رحم جامعة الملك سعود في الرياض، وجامعة الملك عبد العزيز في جدة، وجامعة الملك فهد في الظهران بالملكة العربية السعودية.

ويسعى هذا النوع من جامعات الشركات إلى الانسحاب الجزئي من الاعتماد بشكل جوهري على التمويل الحكومي، والتحول نحو الاستثمار المعرفي وتحويل ما تمتلكه الشركات من قدرات إلى ميزات تنافسية، وكذلك الاعتماد على القيادة الاستراتيجية والإدارة بالأهداف والنتائج، والتوسع في الأنشطة الجامعية غير المباشرة، والتوجه نحو التعليم والتسويق الدولي، والتعلم عن بعد، وزيادة الأعمال، وأبحاث التقنية متعددة التخصصات.

واستشراً لمستقبل جامعات الشركات التي تخرج من رحم جهات أو جامعات حكومية مصرية؛ فإلغالب أنها ستواجه بعض الصعوبات والتحديات؛ حيث إنها غالباً ما ستقع بين ثقافتين مختلفتين هما الثقافة الأكاديمية التقليدية القائمة، وثقافة الأعمال التي يجب أن تتحول إليها وتصبح مسؤولة عن كل مدخلاتها ومخرجاتها المالية والبشرية وفق آليات عمل الشركات الاحترافي لا بيروقراطية الجامعات التقليدية والمؤسسات العامة، وبالطبع في ظل هذا الوضع قد تظهر هناك مقاومة لطرق التعليم والتدريب والبحث الموجهة بالاقتصاد المعرفي القائم على النموذج التجاري، الأمر الذي يتطلب أن يكون لهذه الجامعات مجالس يغلب عليها تمثيل من رجال الأعمال وخبراء السوق ليشاركوا في رسم سياسات وتوجهات وقرارات تلك المجالس، وإخراجها من البيئة العامة إلى بيئة الأعمال الخاصة، من خلال تحرير الإدارة المالية من قيود اللجان والمجالس والتركيز على تحقيق الأهداف والإنجاز، مع الاحتفاظ بالأهداف والمعايير الموحدة لقياس الأداء، وتخصيص الميزانيات وفق التقدم في تحقيق الأهداف المرجوة. (١٣)

وتسعى جامعات الشركات بصفة عامة إلى تلبية مجموعة من الأهداف، تتمثل في تقديم برامج تعليم وتعلم وتدريب عالية الجودة بتكلفة أقل، من خلال إدارة الموارد التي تمتلكها وتطويعها للقضاء على "الهدر" وتعزيز سلسلة القيمة، وتزويد الموظفين وقادة المستقبل والقيادات العليا والتنفيذية بفرص مناسبة لتطوير حياتهم المهنية والإدارية داخل الشركة، واستخدام استراتيجيات وأساليب تدريس تساعد في توفير المهارات التي تتطلبها أسواق العمل، وغرس قيم وثقافة الشركة ونشرها بين منتسبيها، واكتشاف أصحاب المواهب والمبدعين والعمل على تطويرهم وتنمية قدراتهم، وجعل الشركة أكثر إنتاجية وتميزاً وتنافسية واستجابة للتغيرات التكنولوجية والصناعية،

وتحويلها إلى منظمة متعلمة تعمل على تعزيز الأفراد وتنمية قدراتهم ومهاراتهم ، والوصول إلى أنماط جديدة من التفكير ، وإطلاق العنان للطموح الجماعي والعمل الفريقي والتعلم معا ، وتحسين خدمة العملاء والاحتفاظ بهم، وتحسين الإنتاجية، وتقليل التكاليف، والاحتفاظ بالعاملين الموهوبين، وزيادة العوائد والإيرادات، والتعاون مع كافة المؤسسات الإنتاجية والخدمية والبحثية والمنظمات المجتمعية بما يضمن جودة التعليم والتدريب التي تقدمه الجامعة، وتوفير بيئة تعليمية وخدمية وتدريبية وبحثية مشجعة لإكساب الطلاب المعارف والمهارات التي تؤهلهم للتكيف مع التغيرات السريعة في سوق العمل.(١٤)

ولكى تُحقق جامعات الشركات الأهداف سالفة الذكر يتمركز محتوى منهج جامعات الشركات حول سبع وظائف ؛ الأولى منها تركز على التعرف على موضوعات المحتوى التي ترتبط مباشرة بالكفاءات الأساسية للشركة ، والثانية تركز على كيفية التعرف على المشكلات والتعامل معها من خلال معرفة المحتوى، والثالثة تركز على تنمية مهارات التأمل وما وراء المعرفة وتعقب المعرفة الجديدة وإتقانها وجعلها قابلة للتطبيق، والرابعة تركز على اكتساب المهارات الاجتماعية ومهارات التواصل بالآخرين وتجعل مناخ التعلم في بيئة العمل أكثر متعة، والخامسة تركز على اكتساب المهارات الخاصة بتنظيم الدوافع والعواطف حول التعلم، والسادسة تركز على تعزيز الهدوء والاستقرار أثناء التعلم، لتحقيق العمق والتماسك والتكامل والتحسين المستمر في المنتجات والخدمات والعمليات التي تتم، أما السابعة فتركز على تحفيز وتوجيه الاضطرابات الإبداعية التي قد تؤدي إلى حدوث ابتكار جوهري ومختلف. (١٥: ص٤١)

كما يذهب Leandro إلى أن جامعات لشركات لكي تنجح في تحقيق الأهداف سالفة الذكر أيضاً، يجب أن تمر بالخطوات العشر التالية: (١٦: ص١٢٤)

- تحديد المعرفة التي سيتم تطويرها في الجامعة في ضوء تحديد أقسام الأعمال المختلفة في الشركة.
- مشاركة القادة والمدربين في تدريب الموظفين، هذا بالإضافة إلى مسؤولية الموظفين عن تدريب وتطوير أنفسهم من خلال حضور البرامج التي يفضلونها.
- انتظام تدريب وإدارة المواهب، والعمل على تطبيق المعرفة التي يتم اكتسابها.
- مشاركة كبار القادة والمدربين في نقل المعرفة، باستخدام استراتيجية لعب الأدوار في الفصول الدراسية والتدريبات العملية.
- الجمع بين المستهدف وما يمكن القيام به، من خلال إقامة مشاريع تعليمية قصيرة تضم أنشطة، وخطط تدريب جديدة ودعم مهني.
- استخدام صيغ وتقنيات تتناسب مع الفروق الفردية؛ حيث إن كل الموظفين لا يتعلمون بطريقة واحدة ولا تتوافر لديهم نفس الاهتمامات.
- الاستفادة من التقنيات التعليمية الجديدة، مثل المنصات للتغلب على حواجز التعلم التقليدية.

- تطبيق طرق جديدة لقياس البرامج وتقييمها، تكون معروفة على مستوى قطاع الأعمال وعلى المستوى الفردي، مثل، العائد على الاستثمار في التعلم.
- دعم الموظفين عند عودتهم للعمل بعد اعدادهم وتدريبهم، لتطبيق ما حصلوه في حياتهم العملية.
- خلق شبكة للمشاركين في جامعة الشركات، من أجل تشجيع التعلم المستمر، والمساهمة في التنمية المستقبلية والشعور بالانتماء لهذه الجامعات.

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا: هل تتشابه رؤى جامعات الشركات في مصر مع ما يحدث في معظم جامعات الشركات في العالم من حيث الطموح المستقبلي والوضوح والتركيز على: الجمع بين التعليم والتدريب، وتضمين رسالة كل جامعة بشكل صريح أو ضمني، والاهتمام بإجراء البحوث المختلفة في مجال اهتمام الشركة الأم، وتعزيز القدرة التنافسية للدولة، وتبنى أهداف مشتركة تخدم المجتمع المحلي وتعمل على تطويره وحل مشكلاته من خلال برامج التدريب والتعليم المستمر والإرشاد الميداني، والاهتمام باللغة القومية (اللغة العربية)، وتقديم برامج تدريبية متنوعة تتلاءم مع احتياجات الشركة الأم ومجالات عملها واحتياجات سوق العمل، وتنويع الطرق المستخدمة في التدريس والتدريب، وتوفير كافة الخدمات والمرافق الجامعية الموجهة لخدمة الطالب، والتوجه نحو اتباع النمط اللامركزي في الإدارة؟

ويشير الواقع الدولي أن جامعات الشركات قد أنشئت في الدول المتقدمة بغرض دفع عجلة النمو والنجاح بالشركات التي أنشأتها من خلال تدريب وتثقيف موظفيها على أحدث المهارات المطلوبة في سوق العمل؛ ويتجلى ذلك بوضوح في معظم جامعات الشركات التي أنشئت بالولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وماليزيا وإندونيسيا وفرنسا والهند وروسيا واليابان؛ حيث إن معظمها - إن لم يكن كلها- تعمل على تلبية متطلبات سوق العمل من خلال الربط بين التعليم والتدريب وبرامج التعليم المستمر وتنمية رأس المال البشري، وتوفير ميزة تنافسية للشركة الأم، وبالتبعية تقوية اقتصاد الدولة مما يقلل من معدل البطالة، إلا أن الواقع المصري يشير إلى أن جامعات الشركات التي أنشئت في مصر قد نشأت بهدف الاستثمار ولم تنشأ بهدف مساعدة المؤسسة الأم على تحقيق التميز والريادة في مجال عملها.

ويؤكد الواقع المصري أن معظم مؤسسات التعليم العالي التي أنشئت تحت مسمى جامعات شركات لا تختلف كثيراً عن الجامعات والمعاهد الخاصة التقليدية لا في أهدافها ولا في برامجها ونظم التعليم والتدريب بها، هذا بالإضافة إلى الانفصال شبه التام بينها وبين استراتيجية عمل القطاع أو المؤسسة الاقتصادية الأم التي أنشأتها، ونمطية وتقليدية معظم التخصصات الموجودة بها ووجود معظمها بالجامعات الخاصة والحكومية التقليدية، وبالتالي فمعظم هذه المؤسسات في ضوء الفلسفة التي تقوم عليها جامعات الشركات على المستوى الدولي لا تختلف عن باقي الجامعات والمعاهد التقليدية؛ وتعاني من ضعف ممارساتها التعليمية، وعدم مواكبة مخرجاتها لاحتياجات سوق العمل التي أفرزتها وما زالت تفرزها المستحدثات التكنولوجية والتغيرات العالمية والتطورات

الإقليمية والمحلية المتلاحقة، ولا تعدو أكثر من مجرد مؤسسات تعليمية تسعى إلى الربح أكثر من سعيها إلى تطوير العمليات التعليمية والتدريبية والبحثية بها (١٧: ٣٠٢).

وفى ضوء ما تقدم ولكي تحافظ جامعات الشركات المصرية على وجودها واستمرارها يجب أن توجه تركيزها نحو اقتصاد المعرفة، وأهداف الشركة التي تخدمها، وتوفير فرص للموظفين للتعبير عن أنفسهم وإشراك المديرين في تقييمهم والتعرف عليهم، وكذا نحو إقامة علاقات مفتوحة مع العالم الخارجي والتعرف على احتياجات سوق العمل المتغيرة لخلق وتهيئة الظروف اللازمة للتعلم والتطوير والبحث والابتكار، هذا بالإضافة إلى تكييف عملها مع وظائف المستقبل واحتياجات الأجيال الجديدة، والكشف عن المواهب لخلق مجتمعات جديدة من القادة،

ولتفعيل الشراكة بين هذه جامعات الشركات والمؤسسات الإنتاجية من الضروري أن تكون هذه الجامعات على تواصل حقيقي مع المجتمع، بما يساعد على تقديم برامج جديدة وفقاً لاحتياجات المؤسسات الإنتاجية، ويعمل على تهيئة الموظفين الجدد وإكسابهم الكفايات والمهارات اللازمة، وتوفير المناخ التنظيمي الداعم لتحقيق الأهداف المشتركة بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية، ونشر ثقافة الشراكة بين الجامعة والمجتمع المحيط بمؤسساته الإنتاجية والخدمية، ويحقق أهداف الجامعات والمؤسسات في التحول من العمل على تخريج مهنيين فقط إلى تخريج مواطنين منتجين، وتوفير البنية التحتية المتقدمة المبنية على تكنولوجيا المعلومات التي تربط النظرية بالتطبيق وتساعد على تحقيق الإبداع والابتكار، ولكي يتحقق ذلك لابد من وضع قواعد وأسس معيارية مصرية ودولية محددة ومعتمدة لإنشاء جامعات الشركات في مصر، والسعى للحصول على اعتماد أكاديمي على المستوى المحلي والدولي للبرامج التي تمنحها، وإنشاء صناديق خاصة بتمويل هذه الجامعات تكون مصادرها متمثلة في الشركة الأم المؤسسة والشركاء الراغبين في دعم وتنمية الجامعة.

## الهوامش والمراجع:

- ١- الهاللي الشربيني الهاللي (2019). التنافسية الدولية وحتمية تطبيقها في مؤسسات التعليم" قراءة تحليلية لمحور التعليم في تقرير التنافسية الدولية لعام 2017/2018"، المؤتمر الدولي السنوي الحادي عشر للمركز العربي للتعليم والتنمية: مستقبل المكون المعرفي للتنمية المستدامة (التعليم والبحث العلمي نموذجاً)، القاهرة دار الضيافة بجامعة عين شمس، الفترة من 16 - 18 فبراير.
- ٢- مركز الدراسات الاستراتيجية بجامعة الملك عبد العزيز، 2010، ص 5- 9
- ٣- سعيد محمود مرسي عطية (يناير 2013). الجامعة الافتراضية مدخل لتطوير التعليم عن بعد بجامعة الزقازيق (دراسة تحليلية)، مجلة دراسات تربوية ونفسية، كلية التربية بالزقازيق، العدد 78، ص 394.
- ٤- فاروق جعفر عبد الحكيم (2011). تكوين العقل المصري وإشكاليات نجاح ثورة 25 يناير: رؤية تربوية، مؤتمر ثورة 25 يناير ومستقبل التعليم في مصر، الفترة من 13- 14 يوليو، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، ص 280.

- ٥- ثروت عبد الحميد عبد الحافظ، ومحمد فتحي عبد الفتاح حسين (أبريل 2019). "تحقيق الاستدامة المالية بالجامعات المصرية في ضوء تجارب بعض الجامعات الأجنبية: دراسة تحليلية"، مجلة الإدارة التربوية، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، السنة السادسة، العدد 22، ص11.
- 6- Hary Febriansyah, Haifa Labdhagati, and Widi Galih Anggara: "How Is It Different From Conventional Learning?: The Growing Trend of Corporate Universities in Indonesia", **Innovative Management and Business Practices in Asia**. IGI Global, 2020, P 168.
- ٧- سهام أحمد علوان (2016). جامعات الشركات وتلبية متطلبات سوق العمل في كل من الهند وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في مصر، مجلة التربية المقارنة والدولية، العدد الخامس - يونيو 2016، ص270
- 8- Manuel Alfonso Garzón Castrillon: Proposed Model Of Corporate University, Foundation for Business Education Research and Development, Barranquilla, Colombia, South America, Vol.23, No.1, June 2019, P.25.
- 9- Giuseppe Cappielloa b, and Giulio Pedrinib: "The performance evaluation of corporate universities", Tertiary Education and Management, Vol. 23, No. 3, 2017, PP.304-305.
- 10- Rob Paton, Geoff Peters and Paul Quintas: Corporate Education Strategies Corporate Universities in Practice, Paper prepared for the Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Government of Brazil, Brasília, June 2005, P.4.
- ١١- انظر:
- أكاديمية أخبار اليوم (2015)، دليل الطالب، مطابع أخبار اليوم، مدينة 6 أكتوبر، ص 4.
- 12-Sekem & Heliopolis University (2014), Integral University Pioneer: Sekem and Heliopolis University for Sustainable Development, Cairo.p.6
- 13-Dejian Liu et al.: "Smart Learning in Smart Cities", Lecture Notes in Educational Technology (LNET), 2017. P.122-124.
- ١٤- أحمد الشميمري: الشركات الجامعية...نقطة تحول، متاح على : <https://www.aleqt.com/>
- ١٥- انظر:
- عبد العزيز، عبد العاطي حلقان (2016)، دراسة مقارنة لجامعات الشركات في مصر وماليزيا، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد (32)، العدد (3) الجزء الثاني، يوليو، ص 125.
- علوان، سهام أحمد (2016)، جامعات الشركات وتلبية متطلبات سوق العمل في كل من الهند وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في مصر، مجلة التربية المقارنة والدولية، العدد (5)، يونيو، ص 250.

16- Marshall D. Newell: "The Corporate University and Training: Return on Investment", Ph.D. Dissertation, Capella University 2013, P.41.

17- Leandro Adolfo Viltard : " Corporate University : an Implementation Case Analysis, in Argentina", Independent Journal of Management & Production (IJM&P) ,V. 9, N. 4, October - December 2018.. , PP.1244 & 1245.

١٨- ثابت، ثابت حمدي (2018)، جامعات منظمات الأعمال: مدخل لتحسين مخرجات التعليم الجامعي المصري في ضوء خبرات الولايات المتحدة الأمريكية والصين وألمانيا، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية التربية، جامعة أسيوط ص. 302