

Applied Research Marketing and Employment for Community Service at Applied and Scientific Colleges in King Saud University: A Field Study

Zainab Ibrahim Al-Khudairi ^{ib}

Department of Self-Development Skills, First Common Year,
King Saud University, Kingdom of Saudi Arabia

تسويق البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية بجامعة الملك سعود: دراسة ميدانية

زينب ابراهيم الخضير ^{ib}

قسم مهارات تطوير الذات، السنة الأولى المشتركة، جامعة الملك سعود،
المملكة العربية السعودية

	DOI https://doi.org/10.37575/h/edu/22002	RECEIVED الاستلام 2024/02/07	Edit التعديل 2024/06/10	ACCEPTED القبول 2024/08/26
	NO. OF PAGES عدد الصفحات 28	YEAR سنة العدد 2024	VOLUME رقم المجلد 1	ISSUE رقم العدد 13

Abstract:

The study aimed to recognize the reality of marketing applied scientific researches at applied and scientific colleges in King Saud University and employing them to serve and develop the community to achieve the aims of the study. The study adopted the analytical descriptive approach. The population of study comprised all the employees in the field of applied researches at applied and scientific colleges in King Saud University whose number was (2315). The sample of study is represented by a random sample including (329) individuals. The researcher used the questionnaire as a tool of the study. The main concluded results were as follows: The reality of marketing research projects and employing them to serve the community at applied and scientific colleges in King Saud University was at a high degree, as the general mean of the dimension was (3.99), with an "agree" degree, and a standard deviation that equaled (0.69), in addition to the extent to which applied and scientific colleges in King Saud University are interested in marketing applied researches and employing them to serve the community that was also at a high degree, as the general mean of the dimension was (3.80), with an "agree" degree, and a standard deviation that equaled (0.71), the nonexistence of statistically significant differences due to gender, on the extent of interest of applied and scientific colleges in King Saud University in marketing applied research projects and employing them to serve the community, and the proposed conception for marketing applied researches at applied and scientific colleges in King Saud University that was at a very high degree, as the general mean of the dimension was (4.26), with a "strongly agree" degree and a standard deviation that equaled (0.71). The study recommended specifying the wages and rewards of researchers who belong to the teaching staff members at the university, according to the university systems and regulations, and the nature and quality of the required applied researches for the benefited sectors of the community.

Keywords: Applied Research Marketing – Universities - King Saud – Community Service.

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تسويق البحوث العلمية التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود وتوظيفها لخدمة المجتمع وتمييزه، من أجل تحقيق أهداف الدراسة؛ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بأداة التحليل. وشمل مجتمعها جميع العاملين في مجال البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية بجامعة الملك سعود البالغ عددهم (2315) بعينة عشوائية مكونة من (329) فرداً؛ باستخدام الاستبانة أداة للدراسة، وتوصلت إلى نتائج أبرزها ما يأتي: واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (3.99)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (0.69)، ومدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع جاء بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (3.80)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (0.71)، مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للنوع، و التصور المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية جداً، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (4.26)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، بانحراف معياري بلغ (0.71). وأوصت الدراسة بتحديد أجور الباحثين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة ومكافأتهم وفقاً لنظم ولوائح الجامعة، وطبيعة ونوعية البحوث التطبيقية المطلوبة للجهات المستفيدة من المجتمع.

الكلمات المفتاحية: تسويق البحوث التطبيقية – الجامعات – الملك سعود – خدمة المجتمع.

مقدمة

شهد العالم في الآونة الأخيرة العديد من التحديات، كان أبرزها التحديات الاقتصادية التي تمثلت في ظهور التكتلات الاقتصادية، وتبني آليات السوق الحر، وتحرير التجارة الدولية. ومع تقادم هذه التحديات، أصبح القصور في تطبيق نتائج البحوث العلمية وتوظيفها إحدى أهم السبلات المؤثرة على جهود البحث العلمي. لذا، تطلب الأمر اهتمام الجامعات السعودية بالبحث العلمي، الذي يعد قاطرة التنمية الشاملة، خاصة في العصر الحالي.

يُعدّ البحث العلمي أحد الوظائف الأساسية للجامعات، ويأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بعد التعليم الأكاديمي، ويلعب البحث العلمي دورًا حيويًا في حياة الجامعات كمؤسسات علمية وفكرية، إذ يُعدّ أحد أهم المؤشرات التي تدل على الدور الريادي للجامعات في المجالات العلمية والمعرفية. وترتبط سمعة الجامعات ومكانتها بشكل كبير بالأبحاث العلمية التي تُنتجها وتنتشرها، ومدى إسهامها في خدمة وتنمية المجتمع (الدھشان، ٢٠١٠).

ويشير حمدي (٢٠١٥) إلى أن البحث العلمي - من أجل التنمية - لا يأتي وليد فكر ذاتي، وإنما يجب أن ينبع من حاجة المجتمع، ولا بد للجامعة أن تعمل جاهدة على أن تتبنى إستراتيجية البحث العلمي؛ لدفع عجلة التنمية في مجتمعاتها، والاعتماد على تفكير المجتمع العلمي ذاته في حل المشاكل الخاصة به لتنمية المجتمع وخدمته، ولكي تتمكن الجامعة من القيام بدورها في هذا الاتجاه فإنه لا بد من خلق مجال اتصال مباشر بينها وبين المستفيد وبينها وبين المستويات الأعلى للتخطيط والبحث، مثل: مراكز البحوث وأجهزة الإنتاج والخدمات على مستوى إقليمها.

وتعزيز قدرة الجامعات على استثمار إنتاجها البحثي لخدمة الجامعة والمجتمع، وتعزيز علاقتها البحثية مع مؤسسات المجتمع المستفيدة من هذه البحوث، يتطلب اتباع أساليب وآليات حديثة ومتطورة لتسويق فعال لمشاريع البحوث التطبيقية بما يتناسب مع احتياجات تلك المؤسسات ومتطلباتها.

لم يعد التسويق اليوم مقتصرًا على منظمات الأعمال الصناعية والتجارية، بل أصبح مجالاً مهمًا لمؤسسات التعليم العالي أيضًا. وفقًا لتقرير صادر عن مؤسسة هانوفر للأبحاث (Hanover Research, 2016)، وتعمل الجامعات اليوم في بيئة شديدة التغير؛ نتيجة للتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكنولوجيا التعليم والبحث العلمي، بالإضافة إلى ازدياد أعداد المؤسسات التعليمية والبحثية، وتطور احتياجات سوق العمل. وأصبح عديد من الجامعات العالمية تسوّق لنفسها كعلامة تجارية (Brand) متميزة في مجالات علمية وبحثية محددة، حيث تستعين بعض هذه الجامعات بخبراء ومتخصصين في مجال التسويق لمساعدتها في تعزيز علامتها التجارية ونشرها، ووضع خطط إستراتيجية، وتبني أساليب فعالة لتسويق برامجها ونتائجها من البحوث العلمية والتطبيقية.

ويعد تسويق البحوث التطبيقية أحد الاتجاهات الحديثة لاستثمار الجامعات طاقاتها المعرفية ودعم العلاقة بينها وبين المؤسسات المختلفة في المجتمع، فمن خلال التسويق يتم استثمار البحوث العلمية لأعضاء هيئة التدريس ونقلها إلى المجتمع، وذلك في ضوء احتياجات الجهات المستفيدة من القطاعات المختلفة (جاء الله، ٢٠٢٢).

لتسويق فعال للبحوث العلمية بما يتناسب مع احتياجات ومتطلبات تلك المؤسسات (جاد الله، ٢٠٢٢).

وتخصصت الحكومة الفيدرالية في دعم البحوث العلمية للسماح للصناعة بأخذ زمام المبادرة في البحوث التطبيقية وتحقيق التنمية التكنولوجية وتهيمن الولايات المتحدة في مجال تسويق وتوظيف البحوث التطبيقية باستثمارات تبلغ حوالي ٢٨٪ من إجمالي الاستثمارات العالمية واحتلت الصين المركز الثاني بنسبة ٢٠٪ متقدمة على الاتحاد الأوروبي واليابان ومنذ عام ٢٠١١ م تفوقت الصين (١٩.١) على الولايات المتحدة (١٦.٧٪) (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ٢٠١٥).

ويؤكد الناييف (٢٠٢٣) على أن الجامعات والمعاهد الأجنبية تطرح سنويًا آلاف من البحوث العلمية التي تجد طريقها للتطبيق الفعلي بفضل السياسة التسويقية المحكمة لها، التي تتولاها مؤسسات متخصصة تكون تابعة - في العادة - للمؤسسات البحثية نفسها كما تعمل الحاضنات التكنولوجية في الولايات المتحدة الأمريكية على تعزيز تسويق البحوث الجامعية.

كما ذكر داود (٢٠١٦) أن كثيرًا من الجامعات اهتمت بعملية تسويق البحوث التطبيقية، نظرًا لتأثير المعرفة العلمية والتكنولوجية على المجالات المختلفة، وامتداد دور الجامعات ليشمل تطوير العمل في القطاعات المختلفة للدول، بهدف مساعدتها على مواجهة المنافسة المحلية والعالمية.

ويرى الحريري والمخلافي (٢٠١٧) أن تعزيز قدرة الجامعات في استثمار إنتاجها البحثي لخدمة الجامعة والمجتمع، وتعزيز علاقاتها البحثية بمؤسسات المجتمع المستفيدة من هذه البحوث يتطلب اتباع أساليب وآليات متطورة في التسويق الفعال للبحوث العلمية؛ لتلائم

يشير مسلم (٢٠١٥) إلى أن تسويق البحوث العلمية له أهمية كبيرة لما يحققه من فوائد مشتركة لجميع الأطراف، سواء كانت داخل الجامعة أو من مؤسسات المجتمع المختلفة، بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع. يسهم تسويق البحوث العلمية في سد الفجوة بين الإنتاج والاستهلاك، من خلال أداء الأنشطة اللازمة لضمان وصول الخدمات من المنتجين إلى المستفيدين، مما يحقق النتائج والأهداف المرجوة. كما يلبي حاجات المستفيدين، ومن ثم تزدهر المنظمات حال نجاحها في تلبية هذه الحاجات من خلال ممارسة أنشطة التسويق بشكل صحيح.

ولقد توجهت معظم جامعات دول العالم نحو تسويق البحوث العلمية لتحقيق المزيد من التلاحم بين الجامعة والمجتمع. من خلال تسويق البحوث العلمية، يمكن للجامعات إدراك احتياجات القطاعات المجتمعية المختلفة ورغباتها ومحاولة إرضائها، من خلال الاستفادة من نتائج البحوث العلمية (الركبان، ٢٠٢٤).

فبدأت الجامعات المتقدمة في اختراق الأسواق الدولية، وتنمية الطلب على خدماتها الجامعية، سواء كانت تعليمية أو بحثية أو مجتمعية، في تلك الأسواق. شهدت هذه الجامعات تطورات ملحوظة في توجهاتها في مجال الأعمال، وزيادة حدة المنافسة بين الكليات العلمية والتطبيقية ومعاهد إدارة الأعمال لجذب الطلاب في الأسواق الدولية، خصوصًا في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وبعض الدول في آسيا. إن تعزيز قدرة الجامعات على استثمار إنتاجها البحثي لخدمة المجتمع، وتعزيز علاقتها البحثية مع مؤسسات المجتمع المستفيدة من هذه البحوث، يتطلب اتباع أساليب وآليات حديثة ومتطورة

ولأهمية تسويق البحوث التطبيقية ودوره في خدمة المجتمع ومؤسساته، وإسهامه في توفير موارد مالية للجامعات، فقد دعا مؤتمر دور الجامعات - في تفعيل رؤية ٢٠٣٠- إلى تشجيع الجامعات السعودية على تحسين ممارساتها في مجال تسويق خدماتها البحثية، بما يعين على تنمية مواردها المالية الذاتية (الركبان، ٢٠٢٤).

مما سبق يتبين أنّ عملية تسويق البحوث التطبيقية فلسفة إدارية تساعد جامعة الملك سعود بكلياتها العلمية والتطبيقية في إيجاد قنوات أصل بينها وبين المؤسسات الصناعية والإنتاجية والخدمية في المجتمع السعودي من خلال ما تقدمه الجامعة من البحوث التطبيقية التي تمثل استجابة لحاجة المجتمع من الخدمات الجامعية كالبحوث التطبيقية الذي يرتبط تسويقها بالمستفيدين منها؛ لإشباع حاجاتهم ورغباتهم سواء في الجهات الحكومية والخاصة، إذ تبدأ عملية تسويق البحوث التطبيقية عند إنتاجها، ويمتد إلى ما بعد الاستفادة منها مما يسهم في تطوير البحوث وتحسينها وتحقيق القدرة التنافسية لجامعة الملك سعود وتعزيز دورها الحقيقي.

مشكلة الدراسة

مع نفاق التحديات الاقتصادية التي تمثلت في ظهور التكتلات الاقتصادية، وتبني آليات السوق الحر وتحرير التجارة الدولية، أصبح القصور في تطبيق وتوظيف نتائج البحوث العلمية إحدى أهم السلبات المؤثرة على جهود البحث العلمي. لذا، يتطلب الأمر اهتمام الجامعات السعودية بالبحث العلمي، الذي يعد قاطرة التنمية الشاملة، خاصة في العصر الحالي. إذ تؤكد مسلمات وشواهد مجالات التنمية أن البحوث التطبيقية حققت العديد من الإنجازات في مختلف المجالات من خلال

احتياجات مؤسسات المجتمع المستفيدة منها ومتطلباتها، فالسويق اليوم لم يعد حكراً على منظمات الأعمال الصناعية والتجارية، بل أصبح مجالاً مهماً للجامعات وأن تسويق البحوث العلمية أصبح مطلباً أساسياً لجميع المؤسسات البحثية؛ وذلك لأهميته الكبيرة وتحقيقه كثيراً من الميزات؛ منها الاستجابة لتنوع حاجات ورغبات العملاء وتطوير المنتجات وتتميتها ويمكنها من مواجهة المنافسة.

وقد حرصت المملكة العربية السعودية على تطوير تعليمها، وتحديثه باستمرار، وذلك لمواكبة المستجدات، ومواجهة التحديات، ومن بين تلك التحديات: إطلاق المملكة العربية السعودية لرؤية ٢٠٣٠ لتكون منهجاً و خارطة طريق، ولتحقيق تلك الرؤية تمت إعادة هيكلة وزارة التعليم بما يتوافق مع الاتجاه التنموي في المملكة وانسجاماً مع متطلبات هذه المرحلة وبما يحقق الكفاية والفاعلية في ممارسة مهامها واختصاصاتها على أكمل وجه، وللتعامل مع هذه المتغيرات والتحديات التي تعيشها المملكة لابد من وجود خطط مستقبلية لتطوير التعليم العالي والبحث العلمي (النايف، ٢٠٢٣).

ولأهمية الشراكة البحثية مع القطاع الخاص، والاستفادة من نتائج البحث العلمي بما يخدم مؤسسات القطاع الخاص ذلك فقد تضمنت خطة التنمية العاشرة توجهات المملكة نحو استثمار نتائج البحوث العلمية في معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية، وتحويل المعرفة إلى ثروة، كما بينت سعي المملكة نحو تحفيز الجامعات على الاستثمار في مجال البحوث إدراكاً منها للدور الكبير الذي يقع على عاتق الجامعات السعودية الحكومية منها أو الأهلية في الاستثمار في مجال البحوث العلمية وزارة الاقتصاد والتخطيط، ٢٠١٥م، ٣٩).

نتائج الدراسات السابقة التي بينت وجود تحديات تواجه تفعيل تسويق البحوث العلمية في الجامعات السعودية، نستعرض بعض هذه الدراسات:

دراسة أحمد (٢٠١٧) أشارت إلى أن تسويق البحوث التطبيقية يعد من آليات تنفيذ الشراكة المجتمعية مع الجهات الحكومية والقطاع الخاص. تشمل أشكال هذه الشراكة البحوث المدعومة والتعاقدية، والخدمات الاستشارية، والتضامن والترخيص، وتأسيس الشركات، والمنح والتبرعات المخصصة للكراسي البحثية.

دراسة الغامدي (٢٠١٧) أكدت على وجود عدد من المعوقات التي تواجه الجامعات السعودية في مجال تسويق الأبحاث، منها زيادة الأعباء التدريسية لأعضاء هيئة التدريس التي تشغلهم عن التفاعل مع المراكز البحثية العالمية، وضعف قناعة رجال الأعمال بجذوى إسهام البحوث العلمية للجامعات في معالجة مشكلاتهم القائمة.

دراسة درع (٢٠١٩) أشارت إلى أهمية وضع آليات واضحة لتحويل الخدمات البحثية التي تقدمها الجامعة إلى منتجات، وعقد ندوات واجتماعات دورية بين الجامعة والجهات المستفيدة لزيادة فرص التعاون.

دراسة حسنين (٢٠٢٠) أبرزت أهمية التوعية بفوائد تسويق البحوث العلمية، ودور القيادات الجامعية في إنشاء أشكال مختلفة للشراكة واتفاقات بين الجامعات والجهات المستفيدة، مثل: إنشاء مراكز بحثية من قبل المؤسسات داخل الجامعات.

دراسة النايف (٢٠٢٣) أكدت على أهمية تبني الإدارة العليا في الجامعات السعودية لتطوير تسويق البحوث العلمية، وتفويض الصلاحيات المناسبة لرؤساء الأقسام الأكاديمية لممارسة تسويق البحوث. أوصت الدراسة -

إجراء البحوث التطبيقية، وتوظيفها واستغلالها الاستغلال الأمثل، وتطبيق نتائجها لحل المشكلات المجتمعية.

هذا الاهتمام يساعد الجامعة على تهيئة فرص النمو الاقتصادي من خلال العمل على مشاريع بحوث تطبيقية إنتاجية، والمشاركة في التطوير والانفتاح على المجتمع، وتكوين علاقات متبادلة مع المؤسسات المختلفة. كما تُعدّ الجامعة مؤسسة لتسويق المعارف والبرامج والأبحاث المرتبطة بقضايا المجتمع في السوق.

فقد توصلت دراسة الخضير (٢٠٢٣) إلى أن واقع تسويق البحوث العلمية في الجامعات الأهلية بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية يعاني من العديد من المعوقات، منها قلة الموارد البشرية والتقنية، والتنظيمات والتشريعات التعليمية، وبيئة العمل المادية. يتطلب هذا الوضع وضع إستراتيجية واضحة المعالم؛ لتسويق البحوث العلمية في الجامعات الأهلية، تشارك في وضعها جميع الأطراف المعنية، وذات الصلة.

كما شددت الدراسة على ضرورة إنشاء وحدة لتسويق البحوث العلمية ضمن الهيكل التنظيمي لكل جامعة، يُشرف عليها أعضاء الهيئة التدريسية بالتعاون مع فرق عمل متخصصة، وتوفير التمويل الكافي لدعم خطة التسويق للبحوث العلمية بالجامعة، واستثمار موارد الجامعة المختلفة وتطويرها.

وانطلاقاً من أهمية تفعيل تسويق البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع في المملكة العربية السعودية، لما له من دور في تبادل الخبرات بين الجامعات السعودية وخاصة جامعة الملك سعود والمؤسسات الصناعية في مختلف مجالات المجتمع المستفيدة من أبحاثها، وتنوع مصادر تمويل جامعة الملك سعود ودعم انفتاحها على القضايا المختلفة للمجتمع، واستناداً إلى

وخاصة في المجتمع التي يمكن أن تستفيد من مخرجات هذه البحوث في تطوير أدائها، وحل مشكلاتها المتعددة بأسلوب علمي دقيق فإن العلاقة بين جامعة الملك سعود ومؤسسات المجتمع المستفيدة منها ما تزال ضعيفة ودون المستوى المطلوب، لا سيما في مجال البحوث التطبيقية، ووفقاً لما سبق فإن المشكلة التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها تكمن في تسويق البحوث التطبيقية في جامعة الملك سعود لما يحقق فوائد ومنافع متبادلة بين الجامعة ومؤسسات المجتمع المستفيدة من أبحاثها، فمن خلاله تستثمر الجامعة معارف ومهارات وقدرات الباحثين، وأعضاء هيئة تدريسيها، مما يوفر مصادر تمويل إضافية، في حين ينعكس أثره على المؤسسات المستفيدة في تزويدها بأحدث الأساليب والاتجاهات التي تسهم في تطوير أدائها وتحسينه، وإيجاد حلول للمشكلات التي تواجهها.

أهداف الدراسة:

- ١- تحديد الآليات والممارسات المتبعة في تسويق مشاريع البحوث التطبيقية في مجالات الصحة والبيئة والتنمية المستدامة في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود.
- ٢- مقارنة مستوى اهتمام منسوبي الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وفقاً لمتغيرات (النوع - الدرجة العلمية - الكلية).
- ٣- تحليل التحديات والصعوبات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها.

أيضاً- بإنشاء وحدات بحثية بالمملكة وفقاً لتخطيط عام وشامل مرتبط بإحداث التنمية الشاملة للمجتمع المحيط بالجامعات السعودية، وزيادة حجم الشراكة المجتمعية والمحلية والشعبية في تمويل البحوث العلمية وتسويقها، وتحقيق التعاون بين الجامعات والقطاع الإنتاجي والصناعي سواء كان عامًا أو خاصًا.

كما أوصت دراسة عوض (٢٠٢٢) إلى أهمية تعدد مصادر تمويل البحوث التطبيقية وتنوعها كما هو الحال في البحوث الطبية بالولايات المتحدة الأمريكية، إدارة الحقائق عملية مشتركة بين الجامعة والحيقة، وتعدد مهام فريق الإدارة بالحدائق العلمية بالولايات المتحدة حيث إنه مسؤول عن إدارة مهام متعددة، مثل: التنسيق والتواصل بين مختلف أصحاب المصلحة، والبحث، والتطوير، والمواهب، ورأس المال، والبنية التحتية وغيرها من الأنشطة وأعمال البناء، وقد ساعدت السياسة اللامركزية المتبعة بالولايات المتحدة ساعدت على إقامة شراكة بين الجامعة والصناعة، وأوصت دراسة الركبان (٢٠٢٣) بضرورة إعداد سياسات المنظمة للشراكة البحثية بين الجامعة ومؤسسات المجتمع قطاع خاص، وقطاع حكومي)، وإعداد دليل إرشادي تقدمه الجامعة للباحثين من أعضاء هيئة التدريس حول إجراء التعاقدات البحثية مع مؤسسات المجتمع المختلفة، ودعم نظام الحوافز والمكافآت المقدمة للباحثين الناميين، ومن يسوق منهم لنتائج البحثي، واستحداث أمانة البحوث العلمية، التي تتولى تنفيذ أنشطة المزيج التسويقي، وتوفير مخصصات مالية كافية لدعم تسويق البحوث العلمية.

وبالرغم من تنامي البحوث التطبيقية في جامعة الملك سعود التي يمكن أن ترفد المجتمع بعديد من البحوث العلمية والتطبيقية، وتنامي عدد المؤسسات العامة

الجامعة من أعضاء هيئة التدريس والقيادات الجامعية في الكليات العلمية في جامعة الملك سعود بمدينة الرياض بالمملكة العربية السُّعُودِيَّة.

مصطلحات الدراسة:

١. البحث العلمي:

عرّفه غنيمه (٢٠١٢، ٣٢) بأنه "جهد عقلي عملي موجه نحو مشكلة أو قضية ما؛ لإيجاد حل له، باستخدام منهج علمي محدد أو أكثر للخروج بنتائج تثري رصيد المعرفة العلمية".

التعريف الإجرائي: هو عملية فكرية منظمة يقوم بها الباحث في جامعة الملك سعود من أجل تقصي الحقائق بشأن مسألة أو مشكلة معينة، باتباع طريقة علمية منظمة، بغية الوصول إلى حلول ملائمة، أو نتائج صالحة للتعميم على المشكلات المماثلة.

٢. **تسويق البحوث التطبيقية** عرّفه مصطفى (٢٠٢٠) بأنه العملية المسؤولة عن نقل مخرجات البحوث العلمية المتمثلة في الملكية الفكرية براءات الاختراع، أو نتائج البحوث المبنية على الابتكار، الناتجة عن أنشطة البحث والتطوير التي تتم بالجامعات في مجال العلوم التطبيقية إلى الصناعة، لتحويلها إلى منتجات تجد طريقها إلى السوق.

التعريف الإجرائي: يقصد بعملية تسويق البحوث التطبيقية في الدراسة الحالية مجموعة من الممارسات التي تقوم بها جامعة الملك سعود في الكليات العلمية والتطبيقية بهدف تنظيم عملية نشر المعرفة البحثية، ونتائجها، وتطويرها، وتحويلها إلى منتجات أو مخترعات أو خدمات أو غيرها؛ لتحقيق منفعة متبادلة بين الباحثين والمؤسسات الجامعية والبحثية، والمؤسسات المجتمعية كافة، وتوظيفها لخدمة المجتمع.

٤ - اقتراح حلول وإستراتيجيات لتحسين تسويق مشاريع البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بناءً على أفضل الممارسات المحلية والدولية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تركز على تسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود، حيث التوجه العالمي نحو الاستفادة من البحوث العلمية كمصدر إضافي للدخل، أيضاً تأتي أهمية الدراسة في كونها تواكب أهداف التوجهات الوطنية ورؤية المملكة ٢٠٣٠ التي ركزت على أهمية تطوير قدرات الجامعات واستثمارها من أجل دعم اقتصاد المعرفة؛ لأن البحث العلمي هو الركيزة الأساسية في التطوير والتغيير في المجتمع، جاءت هذه الدراسة لتعزيز دور جامعة الملك سعود في كلياتها التطبيقية وقدرتها على استثمار وتوظيف نتائج بحوثها التطبيقية لخدمة وتنمية المجتمع.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة في حدودها الموضوعية على موضوع تسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود.

الحدود الزمنية: طبقت أداة الدراسة خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 1445 - 1446هـ.

الحدود المكانية: شملت الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود (الهندسة - الطب - العلوم الصحية - العلوم التطبيقية - الحاسب - الزراعة - العلوم الإدارية) بالإضافة إلى مراكز البحوث وخدمة المجتمع التابعة لهذه الكليات.

الحدود البشرية: شمل تطبيق الدراسة الحالية من خلال أداة (الاستبانة)، وهي موجهة لعينة من بعض منسوبي

الإطار النظري:**أهمية تسويق البحوث العلمية وتوظيفها لخدمة المجتمع:**

إنَّ البحث العلمي هو الأساس الذي تقوم عليه المجتمعات المتقدمة في عصر التقدم والتطورات المتلاحقة والمتسارعة؛ حيث إنها هي التي قدمت للبشرية حلول لمشكلاتها، وإنجازات علمية وتكنولوجية غير مسبوقة سواء في المجال الاقتصادي والاجتماعي والتنمية البشرية، وحيث إن حجر الأساس هو المعرفة كان صنع المعرفة من أهم الأدوار التي تقوم بها الجامعات من خلال التركيز على البحوث العلمية والتطبيقية وتطويرها وتسويقها، حيث تتسابق الدول المتقدمة على شراء نتائج البحوث العلمية؛ لتحويلها إلى منتجات وسلع صناعية ذات جدوى وعوائد اقتصادية، وفي المقابل فإن القصور في تسويق نتائج البحث العلمي وتطبيقها يهدر الإمكانيات المادية والبشرية، ويسبب ضياعها، وعدم الاستفادة منها، ويعد من التحديات المؤثرة - بشكل كبير - على جهود البحث؛ لذا فإن تبني آليات تسويقية مناسبة تضمن توجيه نتائج البحوث العلمية للجهات المستفيدة بنجاح عبر مؤسسات متخصصة وسياسات تسويقية محكمة يُعد غاية - في حد ذاته - تسهم في تحقيق البحث العلمي لأهدافه (عوض وآخرون، ٢٠٢٢)؛ حيث إن البحث يعد منتجًا تسعى الجامعات إلى تطويره وتسويقه من خلال التخطيط له، وتحديد عناصره وتكليفه، وربطه بالجهات المستفيدة؛ لتحقيق أقصى فائدة منه. وتشير دراسة غبور (٢٠٢٢) إلى أن تسويق البحث العلمي بالجامعات يؤدي إلى رفع إنتاجية الجامعات وتوسُّعها واستمرار بقائها في المنافسة. وتأتي أهمية البحوث التطبيقية التي تُعنى بدراسة المشكلات العلمية، وإيجاد الحلول لها بعد

الكليات التطبيقية: (كليات المجتمع سابقًا): هي إحدى وحدات الجامعة التعليمية، تقدم البرامج والدورات التدريبية والتعليمية التطبيقية للمرحلة التي تلي مرحلة الثانوية العامة وتسبق مرحلة البكالوريوس، بالشراكة مع القطاع العام والقطاع الخاص والقطاع غير الربحي، وترتبط مناهجها وخططها الدراسية بسوق العمل الحالي والمستقبلي، مناطقياً ووطنياً، ويكون لها آليات اعتماد خطط دراسية ومناهج وطريقة إدارة وحوكمة خاصة بها وفقاً لأحكام اللائحة (مجلس شؤون الجامعات، ٢٠٢٢، ص١).

التعريف الإجرائي: هي إحدى وحدات جامعة الملك سعود، تقدم البرامج والدورات التدريبية والتعليمية التطبيقية للمرحلة التي تلي مرحلة الثانوية العامة وتسبق مرحلة البكالوريوس، بالشراكة مع القطاع العام والقطاع الخاص والقطاع غير الربحي، وترتبط مناهجها وخططها الدراسية بسوق العمل الحالي والمستقبلي، وتقوم بتسويق البحوث التطبيقية وفقاً لأحكام اللائحة.

٣. خدمة المجتمع

يعرف المجتمع بأنه: البيئة التي يعيش فيها أفراد ويشتركون معاً في الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية السياسية ويكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية يشعرون بالانتماء إليها" (شلدان وصايمه وبرهوم، ٢٠١١، ٦).

التعريف الإجرائي: هو مجموعة من الأفراد يعيشون بمنطقة الرياض ويشتركون معاً في الأنشطة المختلفة، ويكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات تميز ذاتي تسودها قيم عامّة.

في قطاعات الإنتاج، بل في توجيه البحوث منذ البداية إلى خدمة هذه القطاعات، ويقترح -في هذا الشأن- زيادة الاهتمام بالبحوث التطبيقية ذات العائد الاقتصادي والاجتماعي المباشر، وإنشاء هيئة لتسويق الاختراعات والابتكارات ومشاريع البحوث التطبيقية تركز على استخدام الأساليب التسويقية الحديثة والفعالة في هذا المجال. فالبحوث التطبيقية نتائجها تطويرات وحلول تطبّق من أجل تحسين عمليات الإنتاج، ورفع المنافسة، وزيادة الإنتاجية. وتتمثل أبرز الأسباب والفوائد وراء تسويق البحوث التطبيقية في: تحقيق التمويل الذاتي للجامعات من خلال تسويق خدماتها البحثية، والتعاقد مع الشركات أو المصانع والجهات المستفيدة لإجراء البحوث التطبيقية التي يحتاجون إليها؛ كذلك رفع القدرة التنافسية للجامعة لتقديم خدمات أكاديمية وبحثية عالية الجودة تسهم في حماية سمعة الجامعة بين الجامعات الأخرى من خلال التسويق الذي يعد الطريقة الأكثر فاعلية للتأثير في العملاء والمستفيدين وجذبهم، كما أن تسويق البحوث العلمية والتطبيقية يُعدّ -من قبل الجامعة- مساهمة في مساهمة للتجاهات العالمية، واتجاه التسويق القائم على ربط الجامعة بقطاعات الصناعات والأعمال، ويُستخلص مما سبق أن تسويق البحوث التطبيقية يوفر مصدرًا إضافيًا من مصادر الدخل للجامعة، ويعزز من حضور الجامعة في المجتمع، ويقوي علاقتها به، ويسهم في حل المشكلات وزيادة عدد براءات الاختراع، ويكون مصدر دخل لأعضاء هيئة التدريس، كذلك تسويق البحوث التطبيقية يسهم في جعل مرتبة الجامعة متقدمة بين الجامعات.

التجربة؛ حيث تعتمد البحوث التطبيقية على الأدلة التجريبية؛ إذ يقدم البحث العلمي التطبيقي في الجامعات معارف وطرقًا وأفكارًا جديدة يمكن توظيفها والاستفادة منها في خدمة وتنمية المجتمع، فقد يعطي منتجًا جديدًا أو متجددًا أو قد يستنبط خدمة جديدة أو متجددة، بحيث يحقق ذلك المنتج أو تلك الخدمة قيمة متميزة في السوق المحلية والدولية تؤدي إلى توظيف اليد العاملة واجتلاء الأرباح، وتعزيز التنمية، وتحقيق استدامتها، ومن خلال خبرة توليد المعرفة عبر البحوث الأساسية والبحوث التطبيقية تستطيع الجامعات أن تستجيب لمتطلبات المؤسسات الصناعية منها والخدمية، وأن تقدم لها المشورة التي تحتاج إليها، وتحل لها مشكلاتها، وتزيد من عطائها (خضر ٢٠١١).

وقد كانت تجربة جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل في إنشاء وحدة تسويق للبحوث العلمية في بداية عام ٢٠٢٠م وبدعم وإشراف من قبل عمادة البحث العلمي من التجارب الرائدة في جامعات المملكة العربية السعودية، حيث تؤكد هذه التجربة على أهمية تسويق البحوث ونشرها للاستفادة من البحوث العلمية والتطبيقية في المجتمع بما يتواءم مع رؤية ٢٠٣٠م، فأهمية تسويق البحوث التطبيقية تتركز في تلبية احتياجات العملاء والمُسهِمة في طرح أفكار جديدة، وحل المشكلات بطريقة علمية، وتطبيق المعرفة النظرية، وحل مشكلات ومسائل عملية في الواقع؛ إذ يجب أن يوجد تعاون ما بين الجامعات ممثلة في مراكزها البحثية والقطاعات الإنتاجية في المجتمع، ويؤكد الهندي (٢٠١١) أن تعزيز الشراكة البحثية بين الجامعات أو الكليات العلمية والتطبيقية والمؤسسات الإنتاجية في المجتمع يتطلب ابتكار الآلية المناسبة والفاعلة للاستفادة من مخرجات البحوث العلمية

العوائق والتحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية والتطبيقية في الجامعات

معوقات خاصة بالجامعات إدارية وتنظيمية:

- ١- انخفاض الوعي والقناعة لدى القيادات نحو الربح العائد من البحوث الجامعية، وانشغال أعضاء هيئة التدريس بكثير من الأعباء، وقلة الحوافز والمكافآت المقدمة للباحثين المميزين (جاد الله، ٢٠٢٢).
- ٢- تواجه مراكز البحث العلمي مشكلة عدم الاستفادة من نتائج البحوث العلمية التي يجربها الباحثون والمتخصصون في الجامعات؛ وذلك بسبب عدم وجود آليات تسويقية يمكن من خلالها الوصول إلى المستفيد من البحوث من الشركات والمصانع والمؤسسات ذات العلاقة (التركستاني، ٢٠٠٢).
- ٣- قلة البرامج والخطط المحددة في ضوء الاحتياجات الفعلية للجهات المستفيدة.
- ٤- ضعف التنسيق بين مراكز البحث العلمي والجهات المستفيدة (خضر، ٢٠١١، ص ٢٢).
- ٥- صعوبة الحصول على المعلومات المطلوبة للبحث من بعض الجهات المستفيدة.
- ٦- قلة الإدراك والوعي بمنافع الإنفاق على أنشطة البحث. (الغنبوصى، ٢٠١٥، ص ٤٥٢).
- ٧- القصور في وجود خطط تسويقية لتسويق البحوث العلمية.
- ٨- عدم وجود إدارة مسؤولة عن تسويق البحوث العلمية.
- ٩- قلة الأنظمة التي تحدد آليات تسويق البحوث العملية (٢٠١٦، ٨، Ansari, et).

معوقات مرتبطة بالجهات المستفيدة:

- ترى عسيري (٢٠١٧) أن المعوقات المرتبطة بالجهات المستفيدة تتمثل في الآتي:
- ١- ضعف الثقة بمؤسسات التعليم العالي، كالمؤسسات المجتمعية الأخرى، كذلك مركزية القرارات والأنظمة كاللوائح المتعلقة بإقامة شراكة بينهما .
 - ٢- وجود انطباعات سلبية لدى عديد من الجهات المستفيدة بأن الجامعات بعيدة عن البحث العلمي الذي تتطلبه.
 - ٣- اهتمام الجهات المستفيدة بالدراسات، كالبحوث القصيرة المدى، التي تنجز حالاً، ولمشكلات بسيطة، ولا تهتم بإجراء البحوث الطويلة المدى، التي قد ينتج منها براءات اختراع، أو ابتكارات علمية جديدة.
- الإضافة التي أضافتها الدراسة وتميزت بها عن الدراسات السابقة جميعها:**
- التركيز على تسويق البحوث التطبيقية - بشكل خاص - في مجالات الصحة والبيئة والتنمية المستدامة، وهي مجالات ذات أهمية قصوى وتأثير مباشر في حياة المجتمع وتنميته، ولم تركز أي دراسة سابقة - بشكل خاص - على هذه المجالات.
 - تطبيق الدراسة على جامعة الملك سعود باعتبارها إحدى الجامعات الرائدة في المملكة، والتي تسعى لتحقيق رؤية ٢٠٣٠، ولم تطبق أي دراسة سابقة على هذه الجامعة بشكل خاص.
 - استخدام مقياس اتجاهات لدراسة اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تسويق البحوث التطبيقية، مما يعطي بُعداً جديداً لم يتناوله أحد من قبل.

١- النوع:

جدول رقم (١) توزيع أفراد الدراسة وفق النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	197	59.9
أنثى	132	40.1
المجموع	329	100%

يتضح من الجدول أن نسبة (٥٩.٩%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من الذكور، ونسبة (٤٠.١%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من الإناث.

٢- العمر:

جدول رقم (٢) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من ٣٠ سنة	35	10.6
من ٣٠ إلى ٤٥ سنة	233	70.8
أكثر من ٤٥ سنة	61	18.5
المجموع	329	100%

يتضح من الجدول أن نسبة (٧٠.٨%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من ٣٠ إلى ٤٥ سنة، ونسبة (١٨.٥%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم أكثر من ٤٥ سنة، ونسبة (١٠.٦%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم أقل من ٣٠ سنة.

٣- الدرجة العلمية:

جدول رقم (٣) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الدرجة العلمية

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة
محاضر	34	10.3
أستاذ مساعد	162	49.2
أستاذ مشارك	83	25.2
أستاذ	44	13.4

إجراء مقابلات مع أعضاء هيئة التدريس للحصول على بيانات نوعية غنية حول واقع تسويق البحوث التطبيقية، والتحديات التي تواجهها.

استخدام التحليل الموضوعي لتحليل البيانات النوعية، واستخلاص النتائج والتوصيات بشكل منهجي دقيق.

الاستفادة من خبراء تربويين في بناء أدوات الدراسة والتحقق من صدقها وثباتها، مما يميزها عن الدراسات السابقة.

شمولية الدراسة، وتناولها جميع جوانب موضوع تسويق البحوث التطبيقية بعمق وتفصيل لم تتناوله الدراسات السابقة.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة؛ اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ويُعرف المنهج الوصفي بأنه: "ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث، أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة، من حيث طبيعتها، ودرجة وجودها فقط" (العساف، ١٤٣٣هـ، ص ١٧٩).

مجتمع الدراسة وعينتها: شمل مجتمع الدراسة الحالية جميع العاملين في مجال البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية بجامعة الملك سعود، وعددهم (٢٣١٥)، وتكونت عينتها من عينة عشوائية مكونة من (٣٢٩) فرداً.

خصائص عينة الدراسة:

أولاً: البيانات الديموغرافية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات:

كلية الأغذية والعلوم	
الزراعية	10
كلية العلوم	141
كلية العمارة والتخطيط	9
كلية الهندسة	61
كلية علوم الحاسب	68
المجموع	329
	100%

يُتضح من الجدول أنّ نسبة (٤٢.٩%) من إجمالي أفراد عينة أعضاء هيئة التدريس في كلية العلوم، ونسبة (٢٠.٧%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعضاء هيئة التدريس في كلية علوم الحاسب، ونسبة (١٨.٥%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعضاء هيئة التدريس في كلية الهندسة، ونسبة (١٢.٢%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعضاء هيئة التدريس في كلية إدارة الأعمال، ونسبة (٣%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعضاء هيئة التدريس في كلية الأغذية والعلوم الزراعية، ونسبة (٢.٧%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعضاء هيئة التدريس في كلية العمارة والتخطيط.

أداة الدِّراسة: سوف يتم استخدام الاستبانة أداةً للدراسة الحالية، وذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، ووفق ما ورد بالإطار النظري للدراسة.

بناء أداة الدِّراسة: تمَّ تصميم أداة الدِّراسة بهدف تحديد الآليات والممارسات المتبعة في تسويق مشاريع البحوث التطبيقية في مجالات الصحة، والبيئة، والتنمية المستدامة في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود، ومقارنة مستوى اهتمام منسوبي الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وفقاً لمتغيرات (النوع - العمر

النسبة	التكرار	الدرجة العلمية
1.8	6	أستاذ دكتور
100%	329	المجموع

يُتضح من الجدول أنّ نسبة (٤٩.٢%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة درجتهم العلمية أستاذ مساعد، ونسبة (٢٥.٢%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة درجتهم العلمية أستاذ مشارك، ونسبة (١٣.٤%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة درجتهم العلمية أستاذ، ونسبة (١٠.٣%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة درجتهم العلمية أستاذ محاضر، ونسبة (١.٨%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة درجتهم العلمية أستاذ دكتور.

٤ - سنوات الخبرة:

جدول رقم (٤) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
10.3	34	أقل من ٥ سنوات
57.1	188	من ٥ إلى ١٠ سنوات
32.5	107	أكثر من ١٠ سنوات
100%	329	المجموع

يُتضح من الجدول أنّ نسبة (٥٧.١%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة عدد سنوات خبرتهم من ٥ إلى ١٠ سنوات، ونسبة (٣٢.٥%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة عدد سنوات خبرتهم أكثر من ١٠ سنوات، ونسبة (١٠.٣%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة عدد سنوات خبرتهم أقل من ٥ سنوات.

٤ - الكلية:

جدول رقم (٥) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير الكلية

النسبة	التكرار	الكلية
12.2	40	إدارة أعمال

صدق أداة الدِّراسة: إن صدق الأداة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يُقصد بالصدق "شمول الأداة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (العساف، ١٤٣٣ هـ، ص ٣١٠)، وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق أداة الدِّراسة من خلال القيام بما يأتي:

الصدق الظاهري للأداة (التحكيمي): بعد الانتهاء من بناء أداة الدِّراسة، تمَّ عرضها على عدد من أعضاء هيئة التدريس المتخصّصين؛ وذلك للاسترشاد بأرائهم، وقد طُلب من المحكّمين إبداء الرأي حول مدى وضوح العبارات، ومدى ملاءمتها لما وُضعت لأجله، ومناسبة العبارات للمحور الذي تنتمي إليه، مع وضع التعديلات والاقتراحات التي يمكن من خلالها تطوير الاستبانة، وقد تمَّ الأخذ بملحوظات المحكّمين، واعتماد العبارة التي اتُّفق عليها من قبل المحكّمين.

صدق الاتساق الداخلي:

تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي، وذلك بتنفيذ الأداة على عينة استطلاعية مكونة من (٣٠) فردًا خارج عينة الدراسة، ولهم خصائص عينة الدراسة نفسها، وحساب معامل الارتباط بين إجابات العينة على كل فقرة، والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه باستخدام برنامج (SPSS)، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

- سنوات الخبرة - الدرجة العلمية - الكلية)، وتحليل التحديات والصعوبات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها واقتراح حلول وإستراتيجيات لتحسين تسويق مشاريع البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بناءً على أفضل الممارسات المحليّة والدوليّة، وقد قامت الباحثة بإعداد أداة الدراسة بصورتها المبدئيّة، من خلال مراجعة الأدبيات المتعلّقة بهدف الدراسة، وكذلك بعد الاطلاع على الدِّراسات السَّابقة، ومراجعة أدواتها المتعلقة بموضوع الدِّراسة الحاليّة، وقد تكونت أداة الدراسة مما يأتي:

أولاً: البيانات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة.

ثانياً: محاور الاستبانة، وتشتمل على أربعة محاور رئيسة، هي:

- المحور الأول: واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود، ويتكون من ١٠ (عشر) فقرات.
- المحور الثاني: مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع، ويتكون من ١٠ (عشر) فقرات.

- المحور الثالث: المُعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها، ويتكون من ١٠ (عشر) فقرات.

- المحور الرابع: التَّصوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود، ويتكون من ١٠ فقرات.

جدول (٦) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحاور

معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة						
.787**	31	.588**	21	.573**	11	.608**	1
.676**	32	.736**	22	.699**	12	.557**	2
.579**	33	.732**	23	.871**	13	.613**	3
.771**	34	.807**	24	.750**	14	.753*	4
.722**	35	.751**	25	.660**	15	.711**	5
.735**	36	.776**	26	.624**	16	.866**	6
.744**	37	.646**	27	.531**	17	.745**	7
.682**	38	.642**	28	.724**	18	.714**	8
.696**	39	.705**	29	.645**	19	.830**	9
.647**	40	.711**	30	.556**	20	.748**	10

** دالٌّ عند مستوى دلالة ٠.٠١ * دالٌّ عند مستوى دلالة ٠.٠٥

جدول (٧) معاملات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة

قيمة ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المحور
.884	10	واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود
.843	10	مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع.
.812	10	المُعَوَّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها.
.837	10	التَّصَوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود.
.899	40	الدرجة الكلية للاستبانة

يتَّضح من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة للمحور التابعة له الفقرة جاءت جميعها معاملات جيدة ومقبولة؛ حيث كانت كلها دالَّة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (٠.٠٥).

ثبات أداة الدِّراسة: ثبات أداة الدراسة يعني أن الأداة ستعطي النتائج نفسها تقريبًا عند تطبيقها مرات عديدة على العينة نفسها، ويُقصد به: إلى أيّ درجة تعطي أداة الدراسة قراءات متقاربة عند كل مرة تستخدم فيها، أو يعني التأكد من أن الاستجابة ستكون واحدة تقريبًا لو تكرر تطبيقها على أشخاص مختلفين في أوقات مختلفة، ولقياس مدي ثبات الأداة قامت الباحثة بتطبيق الاستبانة على عينة الدراسة، وتم استخدام معاملات ثبات ألفا كرونباخ (Alpha Chronbach) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، ويوضح الجدول الآتي قيم معاملات الثبات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة:

جدول رقم (٨) درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكرت الخماسي.

مقياس ليكرت	الترميز (الوزن النسبي)	فئة المتوسط		التدرج وفقاً لمقياس ليكرت
		من	إلى	
غير موافق بشدة	١	١	١.٨٠	ضعيفة جداً
غير موافق	٢	١.٨١	٢.٦٠	ضعيفة
محايد	٣	٢.٦١	٣.٤٠	متوسطة
موافق	٤	٣.٤١	٤.٢٠	عالية
موافق بشدة	٥	٤.٢١	٥.٠٠	عالية جداً

ولخدمة أغراض الدراسة، وتحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال أداة الدراسة في الجانب الميداني، استُخدم عدد من الأساليب الإحصائية لمعرفة اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول الأسئلة المطروحة، وذلك باستخدام أساليب المعالجة الإحصائية المناسبة عن طريق برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم استخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية الآتية:

١- التكرارات والنسب المئوية

(Percentage & Frequencies): للتعرف على

الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

٢- المتوسط الحسابي (Mean): لمعرفة مدى

ارتفاع إجابات أفراد عينة الدراسة أو انخفاضها عن

المحاور الرئيسية (متوسط متوسطات العبارات).

٣- الانحراف المعياري (Standard Deviation):

للتعرف على مدى انحراف إجابات

أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ كانت مناسبة لأغراض البحث العلمي لكل محاور الاستبانة؛ إذ كانت جميعها مقبولة علمياً، وتفي بمتطلبات التطبيق، كما أن نتائج الجدول السابق تشير إلى ارتفاع معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ على الدرجة الكلية، حيث بلغت (٠.٨٩٩)، ومما سبق تبين أن الاستبانة تتسم بدرجة عالية من الثبات؛ لذا يمكن اعتمادها أداة للدراسة والوثوق بنتائجها.

أساليب تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة، وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام عديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، التي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS). وذلك بعد ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، وفق الآتي:

أعطيت الإجابة لمقياس ليكرت الخماسي هكذا: (موافق بشدة = ٥ درجات)، (موافق = ٤ درجات)، (محايد = ٣ درجات)، (غير موافق = ٢ درجتين)، (غير موافق بشدة = ١ درجة واحدة)؛ ومن ثم قامت الباحثة بحساب الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة.

ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى $(٥-١=٤)$ ، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح، أي $(٤/٥=٠.٨٠)$ ، بعد ذلك تمت إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس؛ وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يوضحها الجدول الآتي:

الدراسة، وكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، وقد استخدمت الدراسة هذا الأسلوب؛ نظرًا لأن الانحراف المعياري يوضح التشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الإجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

٤- معامل ارتباط بيرسون (Pearson): لقياس الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة (الاستبانة) وكل محور تنتمي إليه.

الإجابة عن أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؟

للتعرف على واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول على النحو الآتي:

٥- معامل الثبات ألفا كرونباخ:

لحساب معامل ثبات أداة الدراسة.

نتائج الدراسة وتفسيرها

يتناول هذا الفصل عرضًا للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، وذلك من خلال عرض استجابات أفراد عينة

جدول (٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات المحور الأول

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
١	تسعى الكليات إلى معرفة مشكلات المجتمع وقضاياها والإسهام في معالجتها من خلال مشاريع البحوث التطبيقية.	4.08	.672	1	موافق
٢	تقوم الكليات بتفعيل الشراكة المجتمعية في البحث العلمي بين الكليات ومؤسسات المجتمع العامة والخاصة.	4.00	.698	٤	موافق
٣	تُسهم الكليات والجامعة في خدمة وتنمية المجتمع.	4.03	.682	٣	موافق
٤	تعمل الكليات على تحسين جودة الأداء وتعزيز القدرة التنافسية للكليات في البحث العلمي.	4.06	.689	٢	موافق
٥	تتبنى الكليات الوسائل والتقنيات الحديثة التي تخدم عملية إعداد مشاريع البحوث العلمية التطبيقية وتطبيقها بالكليات والجامعة.	3.97	.669	٦	موافق
٦	تلبي الكليات حاجات منظمات الأعمال من البحوث التطبيقية المناسبة لها.	3.93	.695	٨	موافق

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
٧	يتم تحسين الصورة الذهنية للجامعة والكليات لدى مؤسسات المجتمع.	3.98	.711	٥	موافق
٨	يعمل تسويق مشاريع البحوث على تنمية مصادر تمويل جديدة ومتعددة للكليات والجامعة.	4.00	.707	٤	موافق
٩	يحسّن تسويق مشاريع البحوث من المستوى المادي والمعيشي لأعضاء هيئة التدريس والباحثين.	3.96	.706	٧	موافق
١٠	تشارك الكليات الفِرَق البحثية في مؤتمرات التعليم لعرض خدمات البحوث العلمية.	3.92	.662	٩	موافق
المتوسط العام		3.99	٠.٦٩		موافق

تحسين جودة الأداء، وتعزيز القدرة التنافسية للكليات في البحث العلمي)، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٠٦)، وانحراف بلغ (٠.٦٨٩)، ثم العبارة رقم (٣): (تُسهم الكليات والجامعة في خدمة وتنمية المجتمع)، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٠٣)، وانحراف معياري بلغ (٠.٦٨٢)، في حين جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (١٠): (تشارك الكليات الفِرَق البحثية في مؤتمرات التعليم لعرض خدمات البحوث العلمية) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٩٢)، وانحراف معياري بلغ (٠.٦٦٢)

وترى الباحثة أن واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية، وهذا يدل على ارتفاع درجة تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؛ حيث تسعى الكليات إلى معرفة مشكلات المجتمع وقضاياها والإسهام في معالجتها من خلال مشاريع البحوث التطبيقية، كما أنها تعمل على تحسين جودة الأداء وتعزيز القدرة التنافسية للكليات في البحث العلمي،

يتبين من الجدول السابق أن واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (٣.٩٩)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (٠.٦٩)، وهي قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود، وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا المحور بين (٠.٧١١ - ٠.٦٦٢)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (١): (تسعى الكليات إلى معرفة مشكلات المجتمع وقضاياها والإسهام في معالجتها من خلال مشاريع البحوث التطبيقية)، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٠٨)، وانحراف معياري بلغ (٠.٦٧٢)، تليها العبارة رقم (٤): (تعمل الكليات على

وتوظيفها لخدمة المجتمع؛ تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني على النحو الآتي:

واختلفت نتائج تلك الدراسة مع دراسة جاد الله (٢٠٢٢) حيث توصلت الدراسة إلى أن واقع تسويق البحوث العلمية يتم بشكل منخفض.

السؤال الثاني: ما مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع؟

للتعرف على مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية

جدول (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات المحور الثاني

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
١	تهتم الكليات بترويج بحوثها التطبيقية ونشرها للاستفادة منها في المجتمع.	3.86	.703	١	موافق
٢	توجد مشاريع بحثية تطبيقية مشتركة بين الكليات ومنظمات أعمال في المجتمع.	3.80	.678	٥	موافق
٣	تمنح الكليات مكافآت وجوائز للبحوث التطبيقية التي تخدم المجتمع.	3.83	.683	٣	موافق
٤	تحفز الكليات الباحثين إلى القيام ببحوث تطبيقية تخدم المجتمع.	3.85	.677	2	موافق
٥	تدعم الكليات مشاريع البحوث التطبيقية الموجهة لحل أو معالجة مشكلات في المجتمع.	3.80	.688	5	موافق
٦	ترتبط الكليات بعلاقات شراكة بحثية مع مؤسسات المجتمع المستفيدة منها.	3.82	.656	4	موافق
٧	توجّه الكليات مشاريع البحوث التطبيقية فيها لخدمة وتنمية المجتمع.	3.80	.707	5	موافق
٨	تضع الكليات خططها ومشاريعها البحثية وفق احتياجات المجتمع ومتطلباته.	3.79	.751	6	موافق
٩	تهتم الكليات بدراسة وتحليل مشكلات واحتياجات المجتمع والمنظمات من البحوث التطبيقية.	3.74	.771	7	موافق
١٠	تتوافر في الكليات جهة مختصة بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية بالكليات للجهات المستفيدة منها في المجتمع.	3.71	.772	8	موافق
	المتوسط العام	3.80	٠.٧١		موافق

التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع جاء بدرجة عالية، وهذا يدل على ارتفاع درجة اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع؛ حيث تهتم الكليات بترويج بحوثها التطبيقية ونشرها للاستفادة منها في المجتمع، كما أن الكليات تحفز الباحثين إلى القيام ببحوث تطبيقية تخدم المجتمع، واتفقت تلك النتائج مع دراسة المطيري (٢٠٢٢) حيث توصلت الدراسة إلى التعرف على واقع الاستثمار في البحوث العلمية بالجامعات السعودية، وتوصلت الدراسة إلى عمل تصوّر مقترح لتفعيل الاستثمار في البحوث العلمية في الجامعات السعودية في ضوء التجارب العالمية.

السؤال الثالث: هل يختلف مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع باختلاف الخصائص الديموغرافية والوظيفية لمفردات العينة (النوع - الدرجة العلمية - الكلية)؟

للتحقق من وجود اختلاف حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع باختلاف الخصائص الديموغرافية والوظيفية لمفردات العينة (النوع - الدرجة العلمية - الكلية) تم اتباع ما يأتي:

التحقق من اعتدالية البيانات:

للتحقق من اعتدالية مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تم استخدام الاختبارات (Kolmogorov-Smirnov- Shapiro-Wilk) وجاءت النتائج على النحو الآتي:

تبين من الجدول السابق أن مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع جاء بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (٣.٨٠)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (٠.٧١)، وهي قيمة منخفضة تدلّ على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع، وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا المحور بين (٠.٧٧٢ - ٠.٦٥٦)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضّح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (١): (تهتم الكليات بترويج بحوثها التطبيقية ونشرها للاستفادة منها في المجتمع)، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٨٦)، وانحراف معياري بلغ (٠.٧٠٣)، تليها العبارة رقم (٤): (تحفز الكليات الباحثين إلى القيام ببحوث تطبيقية تخدم المجتمع)، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٨٥)، وانحراف معياري بلغ (٠.٦٧٧)، ثم العبارة رقم (٣): (تمنح الكليات مكافآت وجوائز للبحوث التطبيقية التي تخدم المجتمع)، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٨٣)، وانحراف معياري بلغ (٠.٦٨٣)، في حين جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (١٠): (تتوافر في الكليات جهة مختصة بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية بالكليات للجهات المستفيدة منها في المجتمع) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٧١)، وانحراف معياري بلغ (٠.٧٧٢)

وترى الباحثة أن مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث

النوع	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	مستوى الدلالة	أداة الإحصاء
ذكر	197	172.14	33911.00		
أنثى	132	154.35	20374.00	.076	-1.772
المجموع	329				

تبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للنوع؛ حيث جاء مستوى الدلالة مساويًا (٠.٠٧٦)، وهي قيمة أكبر من (٠.٠٥)؛ مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للنوع.

ثانيًا: الدرجة العلمية

للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للدرجة العلمية تم استخدام اختبار (Kruskal-Wallis Test)، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (١٣) اختلاف مدى اهتمام الكليات العلمية

والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للدرجة

العلمية:

الدرجة العلمية	العدد	متوسط الرتب	مستوى الدلالة	أداة الإحصاء
محاضر	34	182.03		
أستاذ مساعد	162	177.60	.020	11.726
أستاذ مشارك	83	150.19		

جدول رقم (١١) اعتدالية مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع:

Shapiro-Wilk		Kolmogorov-Smirnova	
عدد مستوي	عدد درجات الحرية	عدد مستوي	عدد درجات الحرية
.000	329	.838	.000

من نتائج الجدول السابق تبين أن بيانات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع جاءت ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥) للاختبارين (Kolmogorov-Smirnov- Shapiro-Wilk)، ومنها نستنتج أن بيانات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع لا تتبع التوزيع الطبيعي المعياري، ومن ثم تمت الاستعانة بالاختبارات اللامعلمية (Non-parametric tests) وفق الاعتبارات:

أولًا: النوع

للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للنوع تم استخدام اختبار (Mann-Whitney Test)، وجاءت النتائج كما يأتي:

جدول رقم (١٢) اختلاف مدى اهتمام الكليات العلمية

والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع

البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للنوع:

أداة الإحصاء	مستوي الدلالة	متوسط الرتب	العدد	الكلية
		147.58	40	إدارة أعمال
		142.10	10	كلية الأغذية والعلوم الزراعية
		168.10	141	كلية العلوم
19.217	.002	231.17	9	كلية العمارة والتخطيط
		192.80	61	كلية الهندسة
		138.51	68	كلية علوم الحاسب
			329	المجموع

تبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للكلية؛ حيث جاء مستوى الدلالة مساوياً (٠.٠٠٢)، وهي قيمة أقل من (٠.٠٠٥)؛ مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للكلية، وكان هذا الفرق لصالح منسوبي كلية العمارة والتخطيط بمتوسط رتب قدره (٢٣١.١٧)، يليهم منسوبو كلية الهندسة بمتوسط رتب قدره (١٩٢.٨٠)، ثم منسوبو كلية العلوم بمتوسط رتب قدره (١٦٨.١٠).

السؤال الرابع: ما المَعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها؟ للتعرف على المَعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات

أداة الإحصاء	مستوي الدلالة	متوسط الرتب	العدد	الدرجة العلمية
		138.78	44	أستاذ
		125.50	6	أستاذ دكتور
			329	المجموع

تبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للدرجة العلمية؛ حيث جاء مستوى الدلالة مساوياً (٠.٠٢٠)، وهي قيمة أقل من (٠.٠٠٥)؛ مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للدرجة العلمية، وكان هذا الفرق لصالح فئة المحاضر بمتوسط رتب قدره (١٨٢.٠٣)، فكانت فئة المحاضر هي الفئة الأكثر موافقة حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع.

ثالثاً: الكلية

للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للكلية تم استخدام اختبار (Kruskal-Wallis Test)، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (١٤) اختلاف مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعاً للكلية

العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر
منسوبيها؛ تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعياريّة لفقرات المحور الثالث على النحو الآتي:

جدول (١٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات المحور الثالث

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
١	ضعف دور البرامج البحثية في الكليات في تكوين ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي.	3.84	.835	1	موافق
٢	افتقار الكليات إلى الأساليب الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين.	3.70	.876	٢	موافق
٣	قلّة المخصصات المالية المخصصة للبحوث العلمية بالكليات.	3.52	1.054	٧	موافق
٤	ارتفاع تكاليف إجراء البحوث العلمية.	3.48	1.110	٨	موافق
٥	قلّة اهتمام الجهات المستفيدة بإنشاء وحدات للبحث والتطوير لديها.	3.60	1.022	٦	موافق
٦	ضعف اهتمام الكلية بربط البحث العلمي بقضايا المجتمع ومشكلاته في خططها الإستراتيجية، وبرامجها الأكاديمية.	3.65	.988	٥	موافق
٧	افتقار الكلية إلى وجود معامل بحثية حديثة ومتطورة.	3.44	1.061	٩	موافق
٨	عزوف مؤسسات المجتمع الصناعية والخدمية عن المشاركة في تمويل المشروعات البحثية التطبيقية في الكلية.	3.68	.971	٣	موافق
٩	النقص في أعضاء هيئة التدريس ومساعدى البحث ذوي الكفايات والمهارات البحثية في الكلية.	3.44	1.084	٩	موافق
١٠	ضعف إدراك القيادات الإدارية والأكاديمية في الجامعة والكلية لأهمية تسويق البحوث التطبيقية	3.66	.988	٤	موافق
	المتوسط العام	3.60	١.٠٠٠		موافق

في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها، وتراوحت قيم الانحرافات المعياريّة لفقرات هذا المحور بين (١.١١ - ٠.٨٣٥)، وجاءت الفقرات نوات الأرقام (١ و ٢ و ٦ و ٨ و ١٠) نوات قيم منخفضة؛ مما يوضّح تجانس آراء أفراد عينة الدّراسة حول تلك الفقرات والفقرات نوات الأرقام (٣ و ٤ و ٥ و ٧ و ٩) فكان الانحراف المعياري ذا قيم مرتفعة؛ مما يوضّح تباين آراء أفراد عينة الدّراسة حول تلك الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (١): (ضعف دور البرامج البحثية في الكليات في تكوين ابتكارات الباحثين

تبين من الجدول السابق أن المُعَوَّات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها جاءت بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (٣.٦٠)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (١.٠٠٠)، وهي قيمة مرتفعة تدلّ على تباين آراء أفراد عينة الدّراسة حول المُعَوَّات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع

وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها، مثل: ضعف دور البرامج البحثية في الكليات في تحويل ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي، وافتقار الكليات إلى الأساليب الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين، وانفقت النتائج مع دراسة جاد الله (٢٠٢٢) حيث توصلت الدراسة إلى وجود عوائق في تسويق البحوث العلمية، من حيث عدم قناعة بعض القيادات بجدوى الربح من البحوث العلمية، كذلك عدم وجود حوافز ومكافآت تحفز أعضاء هيئة التدريس إلى الاستثمار في البحث العلمي، كذلك كثرة الأعباء الملغاة على عاتق أعضاء هيئة التدريس.

السؤال الخامس: ما مقترحات تفعيل تسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؟

للتعرف على النَّصُور المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؛ تمَّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث على النحو الآتي:

جدول (١٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات المحور الرابع

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
١	تحديد مجالات البحوث التطبيقية التي يحتاج إليها المجتمع وفق دراسات تسويقية لمختلف قطاعات المجتمع.	4.16	.728	8	موافق
٢	تزويد الكليات والمراكز البحثية والأقسام العملية في الجامعات باحتياجات ومتطلبات المجتمع من البحوث التطبيقية المتعلقة بعملية التنمية الشاملة للمجتمع.	4.12	.754	٩	موافق

إلى واقع تطبيقي)، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٨٤)، وانحراف معياري بلغ (٠.٨٣٥)، تليها العبارة رقم (٢): (افتقار الكليات للأساليب الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين)، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٧)، وانحراف معياري بلغ (٠.٨٧٦)، ثم العبارة رقم (٨): (عزوف مؤسسات المجتمع الصناعية والخدمية عن المشاركة في تمويل المشروعات البحثية التطبيقية في الكلية)، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٨)، وانحراف معياري بلغ (٠.٩٧١)، في حين جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (٩): (النقص في أعضاء هيئة التدريس ومساعدتي البحث ذوي الكفايات والمهارات البحثية في الكلية) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٤٤)، وانحراف معياري بلغ (١.٠٨٤)، والعبارة رقم (٧): (افتقار الكلية إلى وجود معامل بحثية حديثة ومتطورة) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٤٤)، وانحراف معياري بلغ (١.٠٦١).

وترى الباحثة أن المُعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها جاءت بدرجة عالية، وهذا يدل على وجود عديد من المُعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
٣	تفعيل الشراكة المجتمعية بين مؤسسات المجتمع والكليات والمراكز البحثية في جامعة الملك سعود في مجال المشاريع البحثية التطبيقية التي تعود بالفائدة على كلاً الطرفين.	4.22	.691	٧	موافق بشدة
٤	ربط البحث العلمي في الجامعات باحتياجات المجتمع ومتطلباته، وخطط التنمية الشاملة للمجتمع.	4.26	.686	٦	موافق بشدة
٥	التعريف بالإمكانات والقدرات البحثية في الجامعات والترويج لها لدى مؤسسات المجتمع المستهدفة.	4.28	.695	٥	موافق بشدة
٦	إنشاء وحدات خاصة لتسويق المشروعات البحثية التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية والمراكز البحثية التابعة لها في جامعة الملك سعود.	4.28	.686	٥	موافق بشدة
٧	إعداد قاعدة بيانات لأعضاء هيئة التدريس والباحثين بالكليات والمراكز البحثية المهتمين بمجال تسويق المشروعات البحثية التطبيقية.	4.29	.689	٤	موافق بشدة
٨	تحديد المشاريع البحثية القابلة للتسويق، التي تُسهم في خدمة المجتمع وتلبية احتياجاته.	4.31	.695	٢	موافق بشدة
٩	إقامة عديد من ورش العمل التعريفية والتثقيفية التي تطمح إلى تقييم عملية تسويق المشروعات البحثية التطبيقية، والارتقاء بمستواها.	4.30	.728	٣	موافق بشدة
١٠	تحديد أجور ومكافآت الباحثين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة وفقاً لنظم الجامعة ولوائحها، وطبيعة البحوث التطبيقية ونوعيتها المطلوبة للجهات المستفيدة من المجتمع.	4.35	.763	١	موافق بشدة
المتوسط العام		4.26	٠.٧١		موافق بشدة

التَّصوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود، وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا المحور بين (٠.٧٦٣ - ٠.٦٨٦)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضِّح تجانس آراء أفراد عينة الدِّراسة حول جميع الفقرات.

تبين من الجدول السابق أن التَّصوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية جداً، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (٤.٢٦)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، بانحراف معياري بلغ (٠.٧١)، وهي قيمة منخفضة تدلُّ على تجانس آراء أفراد عينة الدِّراسة حول

حيث توصلت الدراسة إلى عمل تَصَوُّر مقترح لتفعيل الاستثمار في البحوث العلمية في الجامعات السُّعُودِيَّة في ضوء التجارب العالمية، وكذلك دراسة الحريري والمخلافي (٢٠١٧) حيث توصلت الدراسة إلى تقديم تَصَوُّر مقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الجامعات اليمنية وتوظيفها لخدمة المجتمع وتميمته يتضمن البحث مجموعة من العناصر والآليات المقترحة.

ملخص نتائج الدراسة وتوصياتها

نتائج الدِّراسة:

- واقع تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (٣.٩٩)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (٠.٦٩)، وهذا يدل على ارتفاع درجة تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؛ حيث تسعى الكليات إلى معرفة مشكلات وقضايا المجتمع والإسهام في معالجتها من خلال مشاريع البحوث التطبيقية، كما أنها تعمل على تحسين جودة الأداء، وتعزيز القدرة التنافسية للكليات في البحث العلمي.

- مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع جاء بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساوياً (٣.٨٠)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (٠.٧١)، وهذا يدل على ارتفاع درجة اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع؛ إذ تهتم الكليات بترويج بحوثها التطبيقية

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (١٠): (تحديد أجور ومكافآت الباحثين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة وفقاً لنظم الجامعة ولوائحها، وطبيعة البحوث التطبيقية ونوعيتها المطلوبة للجهات المستفيدة من المجتمع)، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٣٥)، وانحراف معياري بلغ (٠.٧٦٣)، تليها العبارة رقم (٨): (تحديد المشاريع البحثية القابلة للتسويق، التي تُسهم في خدمة وتلبية احتياجات المجتمع)، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٣١)، وانحراف معياري بلغ (٠.٦٩٥)، ثم العبارة رقم (٩): (إقامة عديد من ورش العمل التعريفية والتثقيفية التي تطمح إلى تقييم عملية تسويق المشروعات البحثية التطبيقية والارتقاء بمستواها)، بمتوسط حسابي بلغ (٤.٣)، وانحراف معياري بلغ (٠.٧٢٨)، في حين جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (٢): (تزويد الكليات والمراكز البحثية والأقسام العملية في الجامعات باحتياجات المجتمع ومتطلباته من البحوث التطبيقية المتعلقة بعملية التنمية الشاملة للمجتمع) بمتوسط حسابي بلغ (٤.١٢)، وانحراف معياري بلغ (٠.٧٥٤).

وترى الباحثة أن التَّصَوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية جداً، وهذا يدل على ارتفاع اتجاه أفراد الدراسة نحو التَّصَوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؛ حيث ضرورة تحديد أجور الباحثين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة ومكافآتهم وفقاً لنظم الجامعة ولوائحها، وطبيعة البحوث التطبيقية ونوعيتها المطلوبة للجهات المستفيدة من المجتمع، وتحديد المشاريع البحثية القابلة للتسويق، التي تُسهم في خدمة المجتمع وتلبية احتياجاته، واتفقت النتائج مع دراسة المطيري (٢٠٢٢)

في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها، مثل: ضعف دور البرامج البحثية في الكليات في تحويل ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي، وافتقار الكليات إلى الأساليب الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين.

• التَّصَوُّرُ المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود جاء بدرجة عالية جدًّا، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويًا (٤.٢٦)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، بانحراف معياري بلغ (٠.٧١)، وهذا يدل على ارتفاع اتجاه أفراد الدراسة نحو التَّصَوُّر المقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود؛ حيث ضرورة تحديد أجور الباحثين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة ومكافآتهم وفقًا لنظم الجامعة ولوائحها، وطبيعة ونوعية البحوث التطبيقية المطلوبة للجهات المستفيدة من المجتمع، وتحديد المشاريع البحثية القابلة للتسويق، التي تُسهم في خدمة المجتمع وتلبية احتياجاته.

توصيات الدِّراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدِّراسة الحاليَّة من نتائج، يمكن للباحثة اقتراح التوصيات الآتية:

- تحديد أجور الباحثين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة ومكافآتهم وفقًا لنظم ولوائح الجامعة، وطبيعة البحوث التطبيقية ونوعيتها المطلوبة للجهات المستفيدة من المجتمع.
- تحديد المشاريع البحثية القابلة للتسويق، التي تُسهم في خدمة المجتمع وتلبية احتياجاته.

ونشرها للاستفادة منها في المجتمع؛ كما أن الكليات تحفز الباحثين إلى القيام ببحوث تطبيقية تخدم المجتمع.

• عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للنوع.

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للدرجة العلمية، وكان هذا الفرق لصالح فئة المحاضر؛ مما يشير إلى أن فئة المحاضر هي الفئة الأكثر موافقة حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع.

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى اهتمام الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود بتسويق مشاريع البحوث التطبيقية وتوظيفها لخدمة المجتمع تبعًا للكلية، وكان هذا الفرق لصالح منسوبي كلية العمارة والتخطيط بمتوسط رتب قدره (٢٣١.١٧)، يليها منسوبو كلية الهندسة بمتوسط رتب قدره (١٩٢.٨٠)، ثم منسوبو كلية العلوم بمتوسط رتب قدره (١٦٨.١٠).

• المُعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع في الكليات العلمية والتطبيقية في جامعة الملك سعود من وجهة نظر منسوبيها جاءت بدرجة عالية، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويًا (٣.٦٠)، ودرجة موافقة (موافق)، بانحراف معياري بلغ (١.٠٠)، وهذا يدل على وجود عديد من المُعَوِّقات التي تواجه تسويق مشاريع البحوث وتوظيفها لخدمة المجتمع

الإسكندرية. مجلة دراسات تربوية ونفسية،
(١٠٧)، ١١٣ - ٢١٤

الخصيري، زينب إبراهيم. (٢٠٢٣). تصور مقترح
لتسويق البحوث العلمية في الجامعات الأهلية
بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية. مجلة
جامعة الملك خالد للعلوم التربوية، ١٠ (١)،
١٧٣-٢٠٥.

الخليفة عبد العزيز. (٢٠١٤). صيغة مقترحة لتفعيل
الشراكة المجتمعية للجامعات السعودية في ضوء
فلسفة محمد بن سعود الإسلامية أمودجًا. مجلة
رسالة التربية وعلم النفس، الجامعة المنتجة
جامعة. جامعة الإمام، (٤٦)، ٩٧-١٢٣.

داود، عبد العزيز. (٢٠١٦) تسويق الخدمات التعليمية
بالجامعات المصرية في ضوء بعض الخبرات
الأجنبية. مجلة مستقبل التربية العربية، ١٠١
(٢٣) ١٩ - ٩٠.

درع، رقية. (٢٠١٩). واقع تسويق البحوث العلمية
بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من
وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس [رسالة
ماجستير]. جامعة الإمام محمد بن سعود
الإسلامية.

شلدان، فايز وصايمه، سمية، وبرهوم، أحمد.
(٢٠١١، أكتوبر - ٣٠ - ٣١). واقع التواصل بين
المدرسة الثانوية والمجتمع المحلي في محافظات
غزة وسبل تحسينه. المؤتمر التربوي الرابع
التواصل والحوار التربوي". الجامعة الإسلامية
غزة.

• إقامة عديد من ورش العمل التعريفية والتثقيفية
التي تطمح إلى تقييم عملية تسويق المشروعات البحثية
التطبيقية والارتقاء بمستواها.

• تفعيل دور البرامج البحثية في الكليات في
تحويل ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي.
• ابتكار الكليات للأساليب الفعالة للتعاقدات
البحثية مع المستثمرين.

• مشاركة مؤسسات المجتمع الصناعية والخدمية
في تمويل المشروعات البحثية التطبيقية في الكلية.

المراجع:

المراجع العربية

أحمد، محمد أحمد. (٢٠١٧). أثر تسويق الخدمات
التعليمية في تحقيق أهداف جامعة شقراء. مجلة
الأكاديمية العربية الأمريكية للعلوم والتكنولوجيا، ٨
(٢٤)، ٣٧٠-٤٢٠.

جاد الله، باسم سليمان صالح. (٢٠٢٢). تصور مقترح
لتسويق البحوث العلمية كمدخل لتحقيق الميزة
التنافسية بجامعة أسيوط. مجلة البحث العلمي
في التربية، جامعة عين شمس، ١ (٢٣)، ٢٣-
٧٨.

الحريري، خالد حسن علي، والمخلافي، إفتهان عبده
فرحان سيف. (٢٠١٧). تصوّر مقترح لتسويق
البحوث التطبيقية في الكليات العملية والتطبيقية
بالجامعات اليمنية وتوظيفها في خدمة المجتمع
وتتميته. المجلة العربية لضمان جودة التعليم
الجامعي، ١٠ (٣١)، ٤٣١ - ٤٩٩.

حسنين، مثال. (٢٠٢٠). تأثير القيادات الجامعية في
دعم ثقافة تسويق البحوث العلمية بجامعة

مصطفى، أميمة. (٢٠٢٠م). الخبرة الأمريكية في مجال تسويق التكنولوجيا الجامعية لدعم الابتكار وخدمة الصناعة وإمكانية الاستفادة منها في مصر. *المجلة التربوية*، (٧٦).

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة. (٢٠١٥). *تقرير اليونسكو للعلوم حتى عام ٢٠٣٠م (العامل يبحث عن إستراتيجية منو فعالة)*. اليونسكو.

النايف، سعود بن عيسى (٢٠٢٣). تسويق البحوث العلمية بالجامعات في جمهورية الصين الشعبية وإمكانية الاستفادة منها في المملكة العربية السعودية. *مجلة العلوم الإنسانية، جامعة حائل*، (١٥)، ٣٩ - ٥٨.

المراجع الأجنبية

Ansari, ET. (2016). Barriers and solutions to commercialization of research finding in schools of agriculture in Iran a qualitative approach. *international journal of technology*, 1, 8.

عوض، محمد أحمد محمد، وعبدالعال، عنتر محمد أحمد، وعبدالله، إيمان عبد الرازق الزاهر. (٢٠٢٢). آليات تسويق البحوث العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية وإمكان الاستفادة منها في مصر. *مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية في كلية التربية جامعة سوهاج*. ١٠ (١٠)، ٨٠١-٨٣٨.

غنيمة، محمد. (٢٠١٢). *تمويل التعليم والبحث العلمي العربي المعاصر أساليب جديدة. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية*.

مجلس شؤون الجامعات (٢٠٢٢). *اللائحة المنظمة للكليات التطبيقية في الجامعات الصادرة بقرار مجلس شؤون الجامعات رقم (١٤٤٤/١٠/١)*. مجلس شؤون الجامعات.

مسلم، عبد الله. (٢٠١٥). *الإدارة التسويقية الحديثة*. دار المعتز.