

الاحتياجات التدريبية وأثرها على تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة (بالتطبيق على جامعة المجمعة)

عبدالعزیز بن عبدالرحمن التویجری*

الملخص. يهدف هذا البحث إلى التعرف على درجة العلاقة بين متغيرات الدراسة الثلاثة وهي إدارة المعرفة، والاحتياجات التدريبية، وتسويق جودة الخدمة التعليمية، وقد تكونت عينة البحث من (189) عضوة هيئة تدريس و(126) من الإداريين، ولجمع البيانات تم استخدام أسلوب الاستقصاء (الاستبيان)، وقد بينت نتائج التحليل الإحصائي توفر إدارة المعرفة في الجامعة ولكنها بنسب قليلة، كما تم ترتيب البرامج التدريبية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والإداريين، وأيضاً أظهرت الدراسة ضعفاً في تسويق جودة الخدمة التعليمية.

الاحتياجات التدريبية وأثرها على تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة (بالتطبيق على جامعة المجمع)

1. المقدمة

الاحتياجات التدريبية على الأكاديميين بل تمتد إلى الإداريين في الجامعة. نظراً لأهمية الدور الذي تقوم به الهيئة الإدارية في الجامعة في سبيل تحقيق أهدافها، فهي الجهة المناط بها تنفيذ جزء مهم من سياسة وخطط الجامعة، فكان من الضروري الاهتمام بالاحتياج التدريبي للهيئة الإدارية بالجامعة، وذلك من خلال تحديد البرامج التدريبية المطورة لأفراد الهيئة الإدارية. ولا شك أن الاهتمام بتدريب الهيئة الإدارية يعد أمراً ضرورياً وحيوياً، مما يعود بتوفير البيئة التعليمية المناسبة للأكاديميين وللطلاب والزائرين، ومما يؤدي إلى مخرج تعليمي متميز. وبذلك تبرز لدينا المشكلة الأساسية للبحث بالتساؤلات التالية:

أ. أسئلة الدراسة

1. ما الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس؟

2. ما الاحتياجات التدريبية للإداريين؟

3. ما مدى توفر إدارة المعرفة بالجامعة؟

4. ما مدى توفر تسويق جودة الخدمة التعليمية بالجامعة؟

ب. أهمية الدراسة

وتكمن أهمية البحث في كونه يتناول موضوعاً جديداً ومهماً وهو تسويق جودة الخدمة التعليمية، وربطه بكل من إدارة المعرفة والاحتياجات التدريبية، كما يحظى هذا الموضوع باهتمام بعض الباحثين والجامعات العربية لإمكانية تحقيق الميزة التنافسية من خلال العلاقات المتبادلة في هذا البحث، كما يُعد إضافة للمكتبة العربية.

ج. أهداف الدراسة

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الاحتياجات التدريبية بالجامعة وترتيبها حسب الأهمية وتوفر تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة، ويمكن تقسيم هذا الهدف إلى الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس.

2. التعرف على الاحتياجات التدريبية للإداريين.

3. التعرف على مدى وجود إدارة المعرفة بالجامعة.

4. التعرف على مدى وجود تسويق جودة الخدمة التعليمية بالجامعة.

د. مصطلحات الدراسة

5. إدارة المعرفة: هي عملية خلق أو ممارسة، من أجل اكتساب وتخزين ومشاركة واستعمال المعرفة أينما وجدت، وذلك بغية تحسين التعلم والأداء في المنظمات.

6. التدريب: هو النشاط الفعال الذي يسهم في زيادة مهارة الموارد البشرية في أداء أعمالهم لتنفيذ خططها وبرامجها الآتية والمستقبلية وذلك على أسس علمية وعملية بهدف رفع كفاءات المنظمة وفعاليتها.

7. الاحتياجات التدريبية: هي مجموع التغيرات والتطورات المطلوب إحداثها في معرفة وخبرات ومهارات واتجاهات وسلوك العاملين، بهدف التغلب على المشاكل التي تحول دون تحقيق النتائج المرجوة أو لرفع معدلات الأداء أو لإعداد العاملين لمقابلة التغيير والتطور.

8. جودة الخدمة التعليمية: أنها قدرة هذه الخدمة التعليمية على

يتجه العالم اليوم نحو ما يعرف بالاقتصاد المعرفي، والذي يمثل ثورة تنظيمية واجتماعية واقتصادية كبرى، ويعتمد على الاستخدام الكثيف لتكنولوجيا المعلومات بصفة عامة والإنترنت بصفة خاصة؛ وفي ظل هذا الاقتصاد المعرفي انتقل التركيز من المعلومات إلى المعرفة، وانتقلت المنظمات الحديثة في الدول المتقدمة من المنظمات المرتكزة على المعلومات إلى المنظمات المرتكزة على المعرفة.

والمنظمات الحديثة لم تعد تهتم في الوقت الحاضر بالمعلومات كهدف في حد ذاته، بل تهتم بها باعتبارها وسيلة تمكّنها من الوصول للمعرفة، إذ أن المنظمات المتطورة لا تبحث عن المعلومات بوصفها معلومات ولكنها تأخذها وتنظمها وتحللها وتفسرها، لتحصل من خلالها على استنتاجات، ولتعرف وتتعلم شيئاً جديداً، ولقد انعكس ما سبق على زيادة الأبحاث التي تناولت إدارة المعرفة.

وتقوم الهيئة الإدارية والأكاديمية بالجامعات بمهام أساسية في تنظيم العملية التعليمية والعمل داخل الحرم الجامعي وخارجه، باعتبارها ركنا من أركان الجامعة الرئيسة، بدءاً من الهيئة الإدارية والأكاديمية المرتبطة بمكتب مدير الجامعة، ومروراً بالعمادات والكليات والأقسام بالكليات إلى العاملين في الوحدات الإدارية المساندة بالجامعة، فكل منهم له دوره الذي لا يمكن إغفاله في انتظام العمل والعملية التعليمية بالجامعة لوصول الجامعة إلى الهدف المنشود منها.

2. مشكلة الدراسة

أدرت المنظمات أن الميزة التنافسية التي تحصل عليها من جراء اعتمادها على التكنولوجيا فقط، إنما هي ميزة غير حقيقية، وأن الميزة التنافسية الحقيقية إنما تعتمد وتُبنى على موظفي المنظمة أنفسهم، بما يملكونه من خبرات ومعارف، ولذلك فإن استخدام مفهوم المشاركة بالمعرفة واستخدام المعرفة التنظيمية من أسس النجاح لمواجهة أي أزمات تحيط بها بشكل عام أو بالجامعات بشكل خاص، وأن مفهوم المشاركة بالمعرفة أساس امتلاك المعلومات والمعرفة المناسبة ونظم الاتصال الجيد بين الإدارات والعمادات والكليات المختلفة في الجامعات لتنظيم تدفق المعرفة.

ومهما يكن موقف المنظمات من التدريب؛ فإنه يعد وفقاً لهذا المفهوم سلوكاً تنموياً إنسانياً يخلق أشخاصاً قادرين على التفكير الواعي لحل المشكلات، ومهتمين بتطوير مجالات جذبت اهتمامهم، ولذلك يعد التدريب أحد مفاتيح النجاح للمنظمات بشكل عام وللجامعات بشكل خاص لأنها دائماً تسعى لتطوير الخدمة التعليمية بما يجلب الفائدة الكبيرة للطلاب وللمجتمع الموجودة به تلك الجامعات، كما أنه يمكن للجامعة تحقيق ميزة تنافسية تميزها عن غيرها من الجامعات.

ويعد اكتساب المعرفة للطلاب والطالبات والمجتمع المحلي الذي تعمل به الجامعة من خلال تحقيق معايير جودة عالية في خدماتها، من أهم المزايا التنافسية التي تسعى إليها الجامعات، حيث لا تقتصر

المعرفة، كما أشارت بعض الدراسات السابقة إلى أن مفهوم إدارة المعرفة قد نشأ فعلياً، بسبب اثنتين من النقلات النوعية اللتين ساهمتا في خلق هذا المفهوم، وهي: الاتجاه نحو تصغير حجم المنظمات Downsizing، والتطور التقني Technological Development وهي كالتالي: منصور [7] نقلاً عن سليمان [8].

1. الاتجاه نحو التصغير:

ظهر في فترة الثمانينيات مفهوم التصغير، وكان الهدف من هذا المفهوم بشكل أساس هو تقليل التكلفة وتعظيم الربح قدر الإمكان، إلا أن الأمر الذي رافق تلك السياسة (ولم تتنبه له المنظمات إلا في وقت متأخر) أن التصغير كان يفقد المنظمة جزءاً من معرفتها، فبرحيل الموظفين كانت المعرفة التي تراكمت لديهم خلال سنوات العمل ترحل معهم والتي أطلق عليها فقدان المواهب المهمة.

كما أدركت المنظمات فيما بعد، أنها خسرت الكثير من سنوات الخبرة الهامة والقيمة، ورأت أنه لا بد لها أن تحمي نفسها ضد تلك الخسارة لكيلا تقع في نفس الخطأ مرة أخرى، الأمر الذي دفع العديد من المنظمات فيما بعد إلى تبني سياسة إدارة المعرفة فكرياً وتطبيقاً، وذلك من أجل الحصول على المعرفة التي يكتسبها موظفوها خلال ممارستهم لأعمالهم لتخزينها وترتيبها والحفاظ عليها.

2. التطور التقني:

كان للتطور التقني دور كبير في الأهمية المتزايدة التي اكتسبها مفهوم إدارة المعرفة، وذلك من خلال اتجاهين أساسيين وهما:

• الانفجار الهائل والسريع في نمو مصادر المعلومات؛ فالتطور التقني المتسارع قد أثر في حياة الأفراد والمنظمات، حيث أن التدفق المستمر للمعلومات جعلنا نشعر أننا غير قادرين على السيطرة عليها، مما نتج عنه حالة من عدم الاستقرار والخوف من فقدان المعلومات وضياح التفاصيل، وبذلك فإن إدارة المعرفة هي محاولة للسيطرة على انفجار المعلومات، من أجل تجميعها، واستخدامها في زيادة معرفة الأفراد الموجودين في مكان العمل، بالإضافة إلى ذلك فقد ساعد التطور التكنولوجي على تقاسم وتبادل المعرفة والمعلومات ليس داخل المنظمة فحسب، وإنما بين المنظمات الأخرى سواء في النطاق المحلي أو على الصعيد العالمي، كما أن تخزين وتجميع خبرات المنظمة في قاعدة بيانات وقواعد معرفة يمكن أن يساعد المنظمات أن تستغل المعرفة بطريقة منظمة ومبرمجة، وأكثر كفاءة.

• تسارع الخطى في التغيرات التكنولوجية: فالتطور المستقبلي لإدارة المعرفة وتطورها سوف يكون في اتجاه الابتكارات السريعة وظهور المزيد من برامجها الشاملة والمتكيفة اجتماعياً، فضلاً عن إعادة التفكير في كيفية مساهمة المعرفة ذاتها في تسويق الأعمال والفهم التام لمبادئ اقتصاد المعرفة وتبني المزيد من تكامل المفاهيم الشاملة لإدارة المعرفة أي بناء منظمة المعرفة، وكذلك حساب رأس المال الفكري في المنظمات.

ب. الدراسات السابقة المتعلقة بالاحتیاجات التدريبية:

يكاد المتخصصون يجمعون على أن التدريب هو النشاط الخاص بإكساب الفرد المعرفة والمهارات اللازمة لأداء عمل معين، وتحسين هذه المعارف والمهارات بشكل مستمر، حيث تسعى العملية التدريبية إلى اكساب الفرد مهارة ومعرفة جديدتين بالنسبة له، أو تنميتهما وإتقانها

تأهيل الطلبة في الجامعات السعودية، وتزويدهم بالمعرفة والمهارات والخبرات اللازمة أثناء جلوسهم على مقاعد الدراسة الجامعية.

هـ. حدود الدراسة

1. الحدود المكانية: تتجسد الحدود المكانية لهذا البحث في جامعة المجمعة بالمملكة العربية السعودية.

2. الحدود الزمانية: تم تنفيذ هذا البحث خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 1436/1437هـ، 2016/2015.

3. الإطار النظري والدراسات السابقة

تم تقسيم أدبيات البحث إلى ثلاثة أقسام وهي:

أ. الدراسات السابقة المتعلقة بإدارة المعرفة:

يرى Ross [1] أن مفهوم إدارة المعرفة أو رأس المال الفكري يرتكز على أساسين اثنين، الأول يعتمد على فهم عملية خلق واستخدام المعرفة، والثاني يعنى بالتركيز على خلق نظم معلومات جديدة قادرة على قياس البيانات غير المالية، بالإضافة إلى قدرتها على التعامل مع البيانات المالية التقليدية. وبناءً عليه فإن إدارة المعرفة تعد جزءاً متكاملًا من المفهوم الأوسع والأشمل وهو رأس المال الفكري (Intellectual Capital)

أما Loermans [2] فيرى أنها "عملية خلق أو ممارسة، من أجل اكتساب وتخزين ومشاركة واستعمال المعرفة أينما وجدت، وذلك بغية تحسين التعلم والأداء في المنظمات"، فكل المنظمات تمتلك معرفة، وهذه المعرفة متحدة في شخص موظفيها، وإجراءاتها التنظيمية، وهي معرفة بدائية، وضمنية، أكثر منها معرفةً صريحة، وندراً ما تكون تلك المعرفة مفصلة بشكل كافٍ لكي تكون ذات قيمة حقيقية، إن مثل تلك المعرفة غالباً ما تضيع عندما يغادر أحدهم المنظمة، وهذا ما يؤكد [3] Bruce, et al, عندما يقول "توجد المعرفة في الغالب بشكل وجهات نظر مختلفة، باختلاف أشخاصها، بدلاً من كونها تجميع منظم للأفكار"، كما يُعرف Danskin, et al [4] المعرفة بأنها مزيج من الخبرات والقيم المهمة والمعلومات الصحيحة والحكمة الخبيرة التي تزود هيكل المنظمة بالقيمة المضافة والتكامل مع الخبرات والمعلومات الجديدة.

أما دراسة وليم [5] فقد استهدفت تحديد مدى تأثير كل من المقومات الاستراتيجية، والتكنولوجية، والتنظيمية، والبشرية، والثقافية على عمليات إدارة المعرفة (إنتاج وتوليد، وترتيب وتنظيم، ونقل وتقاسم واستخدام المعرفة) وانعكاس ذلك على جودة الخدمات، وقد توصلت النتائج إلى وجود تباين بين غالبية العاملين فيما يتعلق بمدى إدراكهم للمعرفة من جانب، وتباين تأثير المعرفة على جودة الخدمة من جانب آخر، واتضح وجود تأثير معنوي لمقومات تطبيق منهجي لإدارة المعرفة (المقومات الاستراتيجية، التكنولوجية، التنظيمية، البشرية، الثقافية) على عمليات إدارة المعرفة (إنتاج وتوليد، ترتيب وتنظيم، نقل وتقاسم واستخدام المعرفة بالمنظمة، واتضح أهمية الدور المحوري الذي تلعبه المقومات باعتبارها المحفز الأول لعمليات الإدارة والمعرفة.

كما تبنت دراسة الشربيني [6] أهمية إدارة المعرفة وكيف لإدارة المعرفة أن تنجح بتبني الإدارة العليا لها وتعريف العاملين بأهميتها، وأكدت الدراسة على أهمية التكنولوجيا والثقافة كبعدين لإدارة

العلمي، وتم تصنيفها في أربعة مجالات رئيسية تتعلق بالطلاب والمؤسسة التعليمية والمجتمع المحلي ودوره تجاه نفسه، وكذلك أشارت نتائج الدراسة أن التطوير المهني لأعضاء الهيئات التدريسية مطلب أساس منذ زمن بعيد وازداد التركيز عليه، بحيث تم انشاء مراكز تطوير مهني في الجامعات لهذا الغرض خصوصاً عندما بدأت الجامعات باعتماد جودة النوعية في التعليم العالي، وقد شملت مجالات تطوير الهيئات التدريسية في العديد من جامعات العالم موضوعات مثل طرق التدريس وجودة التعليم وأساليب التقويم والحاسوب والانترنت والتحليل الاحصائي والتأليف والترجمة وإرشاد الطلاب وتوجيههم واستخدام تقنيات التعليم وتوظيفها، والبحث العلمي وتقويم الأبحاث بالإضافة إلى موضوعات إدارية متعلقة بأدوار أعضاء هيئة التدريس.

كما أجرى باعوين [15] دراسة هدفت إلى التعرف على الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس في الكليات التقنية في سلطنة عمان، وكشفت الدراسة أن مجال استخدام التكنولوجيا وتوظيفها جاء في المرتبة الأولى ثم التقويم واستثارة الدافعية والتخطيط والعرض والنواصل والأسئلة، وكشفت الدراسة عن عدم وجود فروق دالة في الاحتياجات التدريبية تعزى للمؤهل العلمي لعضو هيئة التدريس.

أما دراسة Maria & Rafael [16] التي أجريت في مدريد بإسبانيا فقد هدفت إلى التعرف على أهم توجهات الأقسام في الجامعات الأوروبية للاحتياجات التدريبية القادرة على مواجهة تحديات التعليم العالي الأوروبي. وشملت العينة 251 أستاذاً جامعياً في عشر جامعات، وتكمن أهمية هذه الدراسة في إيجاد مساحة جغرافية تتكون من الترابط والمقارنة بين أنظمة التعليم العالي الأوروبي، وإيجاد مثل هذه المساحة هو تحد بحد ذاته للتعليم العالي الأوروبي في تطوير الأقسام والتدريب في شتى أنحاء أوروبا، وبينت النتائج أن فريق العمل بين الاحتياجات التدريبية التي وضعها أساتذة الجامعات للتطوير المهني وكيفية المناهج لذلك التطوير، ودرجة الجهل بما يتعلق بالتغيرات بالتعليم العالي الأوروبي والأخذ بعين الاعتبار عمليات التغيير وتبنيها والصفات المهمة لهذا التبي، وأظهرت النتائج أيضاً الحاجة الواضحة للإرشاد إذ أنهم كانوا يريدون إيجاد نماذج تدريبية مناسبة تساعدهم على فهم استراتيجيات عملهم في التعليم العالي.

ويمكن تحديد ثلاثة مناهج يمكن استخدامها لتحديد احتياجات التدريب وهي:

1. المنهج العاطفي: حيث يمارس النشاط التدريبي على أساس التقليد أو المسيرة لما تقوم به المنظمات الأخرى أو تماشياً مع اتجاه "المودة" أو مجرد القيام به لاستخدامه كهدف إعلامي أو إعلاني دون اهتمام بالمضمون.
 2. المنهج الموضوعي: حيث تقوم الإدارة بتحليل نتائج الأعمال وحصص الثغرات واقتراح وسائل التدريب والتنمية اعتماداً على كوادرات بالمنظمة.
 3. المنهج العلمي: الذي يعتمد على البحث العلمي الهادف، والاستفادة من المتخصصين في مجالات التدريب بهدف التعرف على الاحتياجات التدريبية وتصميم وسائل التدريب وتنفيذها ورقابها، كما يهتم بالتكامل التخصصي داخل المنشأة أو المنظمة.
- أما معايير الاحتياجات التدريبية فيتم تصنيفها إلى عدة أصناف وذلك

إذا كانتا موجودتين، وهذا ينطبق على الأفراد العاملين المعينين حديثاً والقدامى، وكذا عندما يكون هنالك توجه لاعتماد تكنولوجيا حديثة أو أساليب إنتاج غير معروفة بالنسبة للعاملين في المنظمة.

كما يسعى التدريب إلى زيادة معرفة ومهارة أفراد لديهم معارف ومهارات سابقة، حيث قد تشمل الزيادة تعميق ما هو متوفر لديهم في مجال معين أو خلق معارف ومهارات جديدة إضافية لديهم في مجال جديد بالنسبة لهم تضاف إلى ما يمتلكونه سابقاً [9]، وتشكل المعرفة إحدى المجالات التي يسعى التدريب لتحقيقها، والمقصود بالمعرفة هي المعلومات والحقائق التي يعرفها الفرد أو يستوعبها عن عمل معين، أما المجال الآخر الذي يسعى التدريب إلى تحقيقه فهو المجال المهاري؛ ويقصد به القابلية لأداء الواجب أو العمل بالمستويات المطلوبة من الكفاءة وبأقل ما يمكن من الطاقة والجهد غير الضروري [10].

ويمكن تعريف التدريب بأنه النشاط الفعال الذي يسهم في زيادة مهارة الموارد البشرية في أداء أعمالهم لتنفيذ خططها وبرامجها الآنية والمستقبلية وذلك على أسس علمية وعملية بهدف رفع كفاءات المنظمة وفعاليتها [11]، ويركز هذا التعريف على جانب المهارة وعلى كيفية زيادتها لدى الأفراد العاملين لتمكينهم من أداء الأعمال الحالية وحتى الأعمال المتوقع تكليف هؤلاء الأفراد بها مستقبلاً أخذاً بعين الاعتبار احتمالات التطوير والتغير في الأعمال وفي التكنولوجيا المعتمدة، وتدرك الدول المتقدمة أهمية التدريب، وأن الانفاق عليه يعتبر استثماراً له عوائده التي تفوق تكاليفه، والسبب أن تلك الدول تنظر إلى التدريب باعتباره ركيزة الإدارة، وأنه أداة طبيعية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية، كما تنظر إلى التدريب مع التعليم كشريكين يقومان ببناء الحياة ويصنعان التقدم، وإذا كان التدريب يشكل ضرورة ملحة لجميع الوظائف والأعمال التي تتطلب نمواً مستمرا في عناصرها البشرية حتى يمكنها مواكبة التغيرات السريعة والمتطورة في مجال عملها، فإنه يشكل في الجامعات ضرورة أكثر إلحاحاً وأشد مطلباً نظراً لأهمية الدور الذي تلعبه الجامعات، فهي معقل العلم والفكر الإنساني في أرفع مستوياته، ومصدر لاستثمار وتنمية أهم ثروات المجتمع وأغلاها وهي الثروة البشرية.

إن عدم الاهتمام بالاحتياجات التدريبية سواء كانت من ناحية التعرف عليها أم من ناحية حصرها وتجميعها غالباً ما يؤدي إلى ضياع الجهد والوقت والمال، بينما يساعد تحديد الاحتياجات التدريبية على وفق أسس ومعايير موضوعية تستند إلى حقائق علمية في ضوء واقع مشكلات العمل والعاملين في معالجة المشكلات المستقبلية، لأن ذلك يعد مقياساً وقائياً للحماية من تلك المشكلات، فعدم وجود تحديد للاحتياجات التدريبية بشكل واقعي ودقيق نسبياً يمكن أن يجعل الفعاليات التدريبية المنفذة محدودة الجدوى والفائدة للمتدربين وللمؤسسة، ومضيعة للجهد والوقت والمال، وعليه يجب أن يسبق تصميم أي برنامج تدريبي تحديد دقيق لاحتياجات المتدربين، حتى يحقق البرنامج التدريبي الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها [13].

كما قد أجرى شاهين [14] دراسة أوضحت أن أدوار عضو هيئة التدريس تنحصر بشكل عام في التدريس والتقويم والإرشاد والتوعية والتوجيه والتأليف والترجمة والتطوير المهني وخدمة المجتمع والبحث

الاحتياجات التدريبية وأثرها على تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة

عبدالعزیز التوجیری

أن يكون، وبالتالي فهي لا تعد شيئاً في حد ذاتها، وإنما استدلال مأخوذ من فحص الحالة الحاضرة، ومقارنتها بتصور الحالة في المستقبل.

2. توجد علاقة وطيدة بين مشاركة أعضاء هيئة التدريس في تحديد احتياجاتهم التدريبية وبين فعالية هذه البرامج، وبالتالي ظهور نتائجها في نجاح هؤلاء الأعضاء في القيام بأعمالهم الإدارية على الوجه المطلوب.

3. عملية تحديد الاحتياجات التدريبية بصورة علمية مقننة تساهم - إلى حد بعيد- في تحديد مشكلات العمل الجامعي، خاصة ما يتعلق بعمليات الإدارة الجامعية وفعاليتها ومدى كفايتها.

4. يتوقف نجاح البرامج التدريبية لأعضاء هيئة التدريس -إلى حد كبير- على نجاح عملية التخطيط للتدريب بكل مكوناتها وعناصرها.

5. وجود بعض الضعف في عمليات التقويم والمتابعة للبرامج التدريبية المقدمة لأعضاء هيئة التدريس، ودراسات تحقيق العائد من التدريب.

6. حدد أعضاء هيئة التدريس بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة الاحتياجات التدريبية الفعلية التي يرغبون في التدريب عليها في الفترة المستقبلية القادمة، ووضع البحث الحالي أهم (20) برنامجاً تدريبياً منها بحسب اختيار أفراد العينة كما يلي:

أولاً: في مجال المهارات التخصصية في التدريس:

وفقاً للمعايير التالية:

1. الضيق والشمول: فقد تأخذ عملية تحديد الاحتياجات التدريبية طابعاً ضيقاً فتمثل موظفاً واحداً أو تتوسع لتشمل أعداداً كبيرة من الموظفين.

2. التوجيه والتركيز: تكون الاحتياجات اعتيادية منتظمة مثل تدريب العاملين الجدد وقد تكون احتياجات تطويرية ابداعية ذات توجه مستقبلي تتعلق بنمو الفرد وفاعليته.

3. المدى الزمني: وهنا قد تكون الاحتياجات التدريبية قصيرة المدى الحالية، وقد تكون ذات أهداف بعيدة المدى.

4. مدى التكميم: فالاحتياجات التدريبية قد تكون احتياجات نوعية يصعب وضعها في عبارات يمكن قياسها، وقد تكون احتياجات كمية يعبر عنها بعدد من الوظائف.

وقد تم الاعتماد في تحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس على الدراسة التي قام بها سالم [17] بعنوان تحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، حيث تلخصت نتائجها بما يلي:

1. الاحتياجات التدريبية هي الفرق أو الفجوة بين ما هو كائن وما يجب

جدول 1

الترتيب من حيث الأهمية	الى حد ما	مهم	مهم جداً	مسمى البرنامج التدريبي
1	3.7	25.2	71	تشجيع الطلاب على التفكير والقدرة على التعبير
2	7.5	34.6	57.9	استراتيجيات التدريس الحديثة
3	13.1	29	57.9	التوجيه والإرشاد الطلابي
4	7.5	35.5	57	تطوير أساليب تعلم المادة
5	8.4	35.5	56.1	رعاية الموهوبين والمتفوقين

ثانياً: في مجال مهارات الإدارة والقيادة الجامعية:

جدول 2

الترتيب من حيث الأهمية	الى حد ما	مهم	مهم جداً	مسمى البرنامج التدريبي
1	5.6	38.3	56.1	حل المشكلات واتخاذ القرارات
2	8.4	41.1	50.5	مهارات التخطيط وتنظيم العمل
3	13.1	36.4	5.5	القيادة الإدارية الفعالة
4	15	35.5	49.5	الإبداع الإداري
5	16.8	33.6	49.5	السلوك التنظيمي في العمل

ثالثاً: في مجال تنمية الموارد البشرية وإدارة الجودة:

جدول 3

الترتيب من حيث الأهمية	الى حد ما	مهم	مهم جداً	مسمى البرنامج التدريبي
1	13.1	34.6	54.2	إدارة الأزمات
2	13.1	35.5	51.4	كيفية التغلب على سلبيات العمل
3	13.1	35.5	51.4	معايير الجودة الشاملة داخل المؤسسة الجامعية
4	13.1	43	43.9	التخطيط الاستراتيجي التنفيذي
5	15.9	41.1	43	مهارات تقييم الأداء

رابعاً: في مجال المهارات الشخصية:

جدول 4

الترتيب من حيث الأهمية	الى حد ما	مهم	مهم جداً	التدريبي البرنامج مسمى
1	7.5	24.3	68.2	العلمي البحث أخلاقيات
2	8.4	24.3	67.3	والإقناع التأثير فن

3	8.4	24.3	67.3	الوقت إدارة
4	10.3	26.2	63.6	التدريس في الحديثة التكنولوجيا استخدام
5	12.1	24.3	63.6	الذات وتطوير إدارة

عدد العاملين في الجامعة بالشقين الأكاديمي والإداري. ويتم استقطاب أكبر عدد من الطلبة بناءً على قدرة الجامعة في توفير فرص القروض والمنح ومجانبة التعليم أو دفع الطالب لتكاليف التعليم.

2. التسويق: تطور هذا المفهوم مع الزمن وظهرت متغيرات ومستجدات كثيرة مثل مبدأ المنافسة بين الجامعات وزيادة عددها واختلاف أسعار التعليم من جامعة لأخرى حسب التطور الاقتصادي ومدى تحميل الطالب لكل أو جزء من الأقساط الجامعية ومستوى تأثير الخدمات الجامعية المقدمة للطلبة على الالتحاق بالجامعة ومدى تأثير العوامل السابقة معاً وتعاملها بإدارة الجامعة.

لذلك فإن ما نحتاج إليه في تقديم الخدمات التعليمية هو جامعات ذات جودة Quality Universities كما أن قضية تحقيق جودة الخدمات التعليمية ينبغي أن تكون أولى أولويات الجامعة؛ إذ أن مستوى هذه الجودة أصبح العامل الأساس في اختيار الطالب لهذه المؤسسة التعليمية أو تلك (خصوصاً مؤسسات التعليم الجامعي الخاص) إذ أن قرار اختيار المؤسسة التعليمية بات المستوى الأفضل في جودة الخدمات التعليمية الذي ينعكس إيجابياً على مستقبل الطالب بعد تخرجه، كما أن مؤسسات التشغيل تراعي هذا الجانب في عمليات الاختيار والتعيين والتوظيف ويرتبط نجاح الجامعات في تقديم خدماتها التعليمية (والخدمات المرتبطة بها) بعاملين أساسيين هما:

1. تحقيق المستوى المطلوب من الجودة للخدمات التعليمية والخدمات المرتبطة بها.
2. التسويق الناجح لجودة الخدمات التعليمية (والخدمات المرتبطة بها)، إذ لا يكفي أن تقدم الجامعة خدمات تعليمية متميزة بل ينبغي أن يكون المستفيدون على علم بمستوى جودة هذه الخدمات التي تقدمها الجامعة.

4. الطريقة والإجراءات

تم تغطية الجانب النظري من خلال البحث والتقصي في الأدب الإداري والتربوي ممثلاً في الكتب والدراسات التي تتعلق بكل من إدارة المعرفة والاحتياجات التدريبية وتسويق جودة الخدمة التعليمية، أما الجانب الميداني فتم تصميم استمارة (قائمة استقصاء) يُعتمد في بنائها على المقاييس العلمية المعتمدة في العديد من الدراسات. أ. مجتمع الدراسة وعينته

يتكون مجتمع البحث من جميع موظفي جامعة المجمعة في المملكة العربية السعودية للعام الدراسي 1437/1436 هـ، الموافق 2016/2015م وهو العام الذي طُبقت فيه الدراسة، وباستخدام إجراءات العينة العشوائية الطبقية البسيطة تم توزيع حجم كل عينة على الكليات والعمادات المختارة، حيث أن نسبة المفردات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها تساوي 50% (أي 0.5) ومستوى ثقة (Z 95) % المعيارية المناظرة = 1.96) ونسبة الخطأ المقبول $\pm 5\%$ إدرس [20] حيث تم اختيار عينة البحث والتي تكونت من (200) عضوة هيئة تدريس و(150) من الإداريين بعد إسقاط (11) استبانة من ردود

من خلال النتائج السابقة يمكن للبحث عرض مجموعة من التوصيات التي تساهم في نجاح عملية التخطيط لتدريب أعضاء هيئة التدريس على أساس تحديد فاعل لاحتياجاتهم التدريبية، فيوصي البحث بما يأتي:

1. ضرورة أن تتكامل عمليات التخطيط للتدريب في الجامعات مع عمليات إعداد الأستاذ الجامعي لتحقيق أهداف جامعية واحدة.
2. ضرورة توجيه عناية كبيرة بالبرامج التدريبية لأعضاء هيئة التدريس والتي تقوم على التدريبات العملية والورش التعليمية التي تحاكي المشكلات الجامعية الواقعية.
3. الاهتمام بعمليات التقويم والمتابعة للبرامج التدريبية المقدمة لأعضاء هيئة التدريس، وقياس أثرها على المتدربين والإدارة الجامعية بوجه عام.

ج. الدراسات السابقة المتعلقة بتسويق جودة الخدمة التعليمية:

لا تستطيع أية منظمة القيام بأي نشاط دون أن تسوق له، فالتسويق يعتمد على التبادل في إجراء معاملاتها، والجمهور عامة يشترك في تبادل المنتجات الملموسة وغير الملموسة لإشباع حاجات المستهلك المختلفة، وهو ما ينطبق تماماً على الخدمات سواء كانت تعليمية أو ثقافية أو اجتماعية أو صحية أو أية خدمات أخرى، ويمكن القول أن:

- أ. التسويق هو نظام متكامل
- ب. التسويق نشاط ديناميكي له أبعاد اجتماعية واقتصادية.
- ج. التسويق يهدف بالأساس إلى تحقيق أهداف المنظمة.
- د. التسويق عملية مصممة بدقة وموجهة بعناية.
- هـ. التسويق يطبق على السلع المادية والخدمات والأفكار غير الملموسة.
- و. يمكن للمنظمات غير الربحية أن تمارس التسويق جنباً إلى جنب مع المنظمات الربحية.

ومن الجدير بالذكر أن الربحية لا تقتصر فقط على المردود المادي، كما هي الحال في المنظمات الخاصة ولكنها تمتد أيضاً إلى نشر العلم والثقافة، هذا ويشير [18] Kotler & Armstrong إلى إن الإدارة التسويقية تضطلع بمسؤوليتين فيما يتعلق بتحقيق الجودة، وهاتان المسؤوليتان هما:

1. المشاركة في صياغة الاستراتيجيات والسياسات التي تصمم لضمان تحقيق ميزة الجودة الشاملة.
2. تحقيق جودة التسويق تماماً كما يجري تحقيق جودة الإنتاج والعمليات، فالإدارة التسويقية ينبغي أن تؤدي جميع الأنشطة التسويقية مع مراعاة تحقيق أفضل المعايير.

كما أشار Bargh [19] إلى أهمية التوجه التسويقي للجامعات من عدة نواحي؛ وهي:

1. الكثافة الطلابية: ويقصد بها تزايد أعداد الطلبة مع الزمن فزيادة عدد الطلبة يؤدي لوجود حاجة لاستيعابهم بشكل أكبر وهذا يزيد عدد مؤسسات التعليم العالي ويؤدي بالضرورة إلى زيادة وتنوع البرامج التعليمية لاستقطاب أكبر عدد من الطلبة وهذا يؤدي بدوره إلى زيادة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، تم استخدام معامل

(189) عضو/ة هيئة تدريس و(126) من الإداريين.

الثبات "الفا كرونباخ Cronbach's Alfa" لقياس ثبات الإجابات الواردة

2. صدق الأداة:

بالاستبانة التي تحوي على 36 فقرة، حيث بلغ معامل "كرونباخ ألفا"

تم التحقق من صدق أداة الدراسة (الاستبانة) وما تضمنته من

(0.793) للأسئلة الواردة بالاستبانة والذي اعتبرت هذه القيمة مناسبة

فقرات موزعة على محور الدراسة من خلال عرضها بصورتها الأولية

لغايات الدراسة إذ تزيد عن المعامل المرجعي بالجدول الإحصائية

على المحكمين وذلك للحكم على درجة مناسبة الفقرة من حيث ملائمتها

(0.70)، وهو ما يشير إلى ارتفاع درجة الثبات في الإجابات الواردة

للمجال الذي تندرج تحته ومن حيث دقة وسلامة الصياغة اللغوية،

بالاستبانة، حسب ما يوضحه الجدول التالي:

وبعد الاستعانة بأراء المحكمين تم حذف وتعديل بعض الفقرات وإعادة

يوضح الجدول معامل ألفا كرونباخ بالنسبة لفقرات الاستبانة

صياغتها حيث أعتبر إجماع (80 %) من المحكمين كافياً لتعديل أو

حذف الفقرة أو إضافة فقرة جديدة.

جدول 5

المحور	عدد الفقرات	معامل "كرونباخ ألفا"
الاحتیاجات التدريبية وأثرها على تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة (بالتطبيق على جامعة المجمعة)	36	0.793

التدريس محل الدراسة بجامعة المجمعة وفقاً للخصائص المختلفة لهم

4- التحليل الإحصائي لأعضاء هيئة التدريس

كما يلي:

تمثلت الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة من أعضاء هيئة

جدول 6

النسبة	الجنس	الدرجة	السن	عدد سنوات الخبرة	الدخل الشخصي
67.5%	ذكر	درجة التعليم الحاصل عليها	أقل من 30 سنة	من سنة إلى 5 سنوات	أقل من 10000 ريال شهرياً
32.5%	أنثى		من 30 إلى أقل من 40 سنة	من 6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	من 10000 إلى أقل من 20000 ريال شهرياً
31.9%	ماجستير		من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	من 20000 إلى أقل من 30000 ريال شهرياً
45.6%	أستاذ مساعد		50 سنة فأكثر	15 سنة فأكثر	30000 ريال شهرياً فأكثر
21.9%	أستاذ مشارك				
0.6%	أستاذ دكتور (بروفيسور)				
0.0%	أقل من 30 سنة				
41.3%	من 30 إلى أقل من 40 سنة				
58.4%	من 40 إلى أقل من 50 سنة				
0.3%	50 سنة فأكثر				
56.8%	من سنة إلى 5 سنوات				
37.7%	من 6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات				
4.0%	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة				
1.5%	15 سنة فأكثر				
35.8%	أقل من 10000 ريال شهرياً				
56.1%	من 10000 إلى أقل من 20000 ريال شهرياً				
8.1%	من 20000 إلى أقل من 30000 ريال شهرياً				
0.0%	30000 ريال شهرياً فأكثر				

الاستبانة حيث كانت على النحو التالي:

جدول استجابات أفراد العينة من أعضاء هيئة التدريس لفقرات

كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والتباينات لتقديرات أفراد

عينة الدراسة لمحور وأبعاد الاستبانة وأيضاً حساب الوزن النسبي لكل

الاستبانة

فقرة ويتم على أساسه ترتيب الفقرات بداخل فقرات

جدول 7

م	العبارات	نسب ردود استجابات عينة الدراسة	المتوسط	التباين	الوزن النسبي	الترتيب
		غير موافق على الإطلاق	موافق بشدة			
1	أفضل العمل في مجموعة أكثر من العمل منفرداً.	5.5%	28.8%	1.147	82.8	1
		1.8%	30.9%	3.78		
		32.7%				

المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد (6)، العدد (1) – كانون الثاني، 2017

15	65.6	1.5	2.99	8.8%	32.7%	18.2%	27.3%	12.7%	غالباً ما تؤدي المنافسة في العمل إلى الإضرار بسير العمل.	2
34	47.2	1.497	2.16	5.2%	10.9%	16.4%	27.3%	40.0%	يسود في الجامعة مناخ من التعاون والعمل الجماعي.	3
18	64	1.418	2.92	8.8%	25.5%	25.5%	27.3%	12.7%	أراعي تأثير تصرفاتي وأعمالي على باقي أعضاء المجموعة التي أعمل معها.	4
9	70.4	1.422	3.21	16.1%	23.6%	32.7%	18.2%	9.1%	من المهم وجود علاقة من الصداقة وعدم الرسمية بيني وبين رئيسي في العمل.	5
2	78.8	0.84	3.59	14.2%	41.8%	32.7%	9.1%	1.8%	يوجد قدر كبير من المشاركة في اتخاذ القرار بين الرئيس والمرؤوس.	6
30	55.6	1.809	2.53	12.4%	10.9%	20.0%	29.1%	27.3%	هناك قدر كبير من تركيز السلطات في أعلى الهيكل التنظيمي	7
8	70.8	1.396	3.23	16.1%	21.8%	40.0%	10.9%	10.9%	يمكنني بسهولة الحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز عملي.	8
3	74.8	0.837	3.41	12.4%	29.1%	45.5%	10.9%	1.8%	يتوفر في الجامعة مستوى مرتفع من أنشطة البحث والتطوير.	9
6	73.6	1.415	3.36	16.1%	32.7%	30.9%	9.1%	10.9%	يتم تصنيف وتبويب المعلومات المتوفرة في الجامعة بشكل واضح.	10
36	46	1.529	2.10	3.3%	9.1%	30.9%	5.5%	50.9%	أعرف مسبقاً المكان أو الشخص الذي يملك المعلومات التي أحتاجها في عملي.	11
32	50.8	1.551	2.32	5.2%	10.9%	30.9%	14.5%	38.2%	تستفيد كل كلية أو عمادة من المعلومات الموجودة في الكليات والعمادات الأخرى بالجامعة.	12
23	60.4	1.193	2.75	3.3%	18.2%	47.3%	10.9%	20.0%	تعمل إدارة الجامعة على زيادة كمية المعلومات والمعارف وتنظيمها لكي تكون متاحة لكل من يحتاجها لتحقيق أهداف الجامعة.	13
20	63.6	1.988	2.90	14.2%	25.5%	18.2%	18.2%	23.6%	يتم تحديد المعرفة اللازمة لتطوير العمل مستقبلاً في الجامعة والعمل على توفيرها.	14
11	70	0.929	3.19	10.6%	16.4%	60.0%	5.5%	7.3%	يتوفر في الجامعة الكثير من المهارات السلوكية والتقنيات التي تساعد على تحقيق أفضل استخدام للمعرفة المتاحة.	15
4	74.4	1.759	3.39	25.2%	25.5%	21.8%	16.4%	10.9%	أدوات ووسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات متوفرة لكل من يحتاجها في الجامعة.	16
25	59.2	1.255	2.70	3.3%	16.4%	49.1%	7.3%	23.6%	يُسمح لي باستخدام التكنولوجيا التي تمكنني من البحث عن المعرفة مثل الإنترنت وشبكات الاتصال.	17
24	60	19.869	2.74	5.2%	9.1%	29.1%	12.7%	43.6%	تعمل إدارة الجامعة على تحديث التكنولوجيا التي تساعد على تحصيل ونقل واستخدام المعرفة.	18
33	48.8	1.544	2.22	9.1%	5.5%	18.2%	32.4%	34.5%	تعد الخدمات الإدارية المختلفة في الجامعة كافية.	19

35	47.2	1.497	2.15	3.6%	10.9%	27.0%	12.7%	45.5%	20	خدمات البحث العلمي التي تقدمها الجامعة للباحثين على مستوى الجامعة هي خدمات كافية.
31	53.6	1.176	2.44	5.5%	3.6%	45.2%	20.0%	25.5%	21	الخدمات الداعمة للخدمات التعلیمیة مثل (خدمات المكتبة، والمختبرات، وغيرها) بحاجة إلى تطوير وتحسين.
29	56.4	1.362	2.57	7.3%	9.1%	39.7%	20.0%	23.6%	22	هناك جهود دائمة تبذلها الجامعة من اجل تطوير الخدمات الأكاديمية والتخصصات العلمية.
5	74.4	1.5	3.39	18.2%	34.5%	25.2%	10.9%	10.9%	23	تسعى الجامعة من خلال منشورات وأبحاث هيئة التدريس بها إلى خدمة البحث العلمي.
22	60.8	1.665	2.77	14.5%	10.9%	28.8%	27.3%	18.2%	24	تشجع الجامعة كوادرها على المشاركة في الندوات والمؤتمرات العلمية وورش العمل.
13	66.4	1.722	3.03	18.2%	16.4%	28.8%	21.8%	14.5%	25	تسعى إدارة العلاقات العامة باستمرار الى بناء صورة ايجابية للجامعة في أذهان الجميع.
14	66	1.444	3.01	12.7%	20.0%	34.2%	20.0%	12.7%	26	تصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة للتعريف بالجامعة وكلياتها وعماداتها المختلفة.
27	58	1.976	2.64	14.5%	12.7%	23.3%	20.0%	29.1%	27	تعزز الجامعة علاقاتها مع المجتمع من خلال المعارض والندوات.
12	68.6	0.872	3.13	21.8%	7.3%	47.0%	9.1%	14.5%	28	تطور الجامعة علاقاتها مع المدارس من خلال تنظيم زيارات طلبة المدارس إلى الكليات والعمادات المساندة في الجامعة
10	70.4	1.136	3.21	9.1%	27.3%	47.0%	7.3%	9.1%	29	تبني الجامعة علاقات مهمة مع ضيوفها المهمين من خلال منحهم هدايا تذكارية (دروع وميداليات)
7	72.4	0.793	3.30	14.5%	27.3%	34.2%	20.0%	3.6%	30	تُعرف الجامعة الطلبة الجدد والضيوف على خدماتها ومرافقها المختلفة من خلال وسائل إيضاحية مختلفة مثل (CD وشرائح البور بوينت...الخ)
16	64.8	1.036	2.95	5.5%	10.9%	65.2%	9.1%	9.1%	31	تنظم الجامعة للطلبة الجدد جولات ولقاءات تعريفية خلال الأيام الأولى لقبولهم.
19	65.2	0.751	2.97	9.1%	14.5%	47.0%	21.8%	7.3%	32	تنشر الجامعة إعلانات دعائية وتعريفية بالجامعة باستمرار في وسائل الإعلام المحلية المختلفة مثل (الصحف وشاشات التلفزيون...الخ)
18	64	1.269	2.92	3.6%	12.7%	63.3%	10.9%	9.1%	33	تتوافر بيوت سكنية لمن أراد أن يسكن في محيط الجامعة
26	58.4	1.378	2.66	10.9%	10.9%	50.6%	12.7%	14.5%	34	لا يؤدي تباعد كليات الجامعة عن بعضها إلى تقليل العلاقات بين

21	61.2	1.47	2.79	9.1%	9.1%	39.7%	21.8%	20.0%	أسرة الجامعة. السعة المكانية لمكتبات الجامعة ملائمة لطلبتها.	35
28	57.6	1.611	2.63	10.9%	12.7%	37.9%	20.0%	18.2%	أماكن الخدمات العامة في الجامعة مثل المطاعم والكافيهات وغيرها ملائمة	36

2.89

المتوسط العام للاستبانة

- عبارة: خدمات البحث العلمي التي تقدمها الجامعة للباحثين على مستوى الجامعة هي خدمات كافية وتأتي بالمرتبة رقم 35 من فقرات الاستبانة المكونة من 36 فقرة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (2.15).

- عبارة: أعرف مسبقاً المكان أو الشخص الذي يملك المعلومات التي أحتاجها في عملي. وتأتي بالمرتبة رقم 36 والأخير من فقرات الاستبانة المكونة من 36 فقرة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (2.10).

كما يتضح من الاستبانة رغبة أعضاء هيئة التدريس بالعمل في مجموعة أكثر من العمل منفرداً وفي نفس الوقت يسود في الجامعة مناخ من التعاون والعمل الجماعي بشكل قليل نسبياً لذلك يجب توفير البيئة المناسبة للعمل الجماعي بين منسوبي الجامعة، وفي نفس الوقت يتوفر في الجامعة مستوى مرتفع من أنشطة البحث والتطوير.

وكل ما سبق يثبت وجود ادارة معرفة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بالجامعة لكنها منخفضة نسبياً، كما أن هناك ضرورة لتحسين تسويق جودة الخدمات التعليمية التي تقدمها الجامعة.

5- التحليل الاحصائي لأعضاء للإداريين

تمثلت الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة من الإداريين محل الدراسة بجامعة المجمعة وفقاً للخصائص المختلفة لهم كما يلي:

ويوضح الجدول أعلاه من خلال النتائج وحساب المتوسط الحسابي والوزن النسبي أن المتوسط العام للاستبانة (2.89)، كما جاءت بعض العبارات التي حصلت على المراكز الثلاثة الأولى بين فقرات الاستبانة والتي يمكن ذكرها وذلك حسب الترتيب وفق درجة الوزن النسبي كما يلي:

- عبارة: أفضل العمل في مجموعة أكثر من العمل منفرداً وتأتي بالمرتبة الأولى بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (3.78).

- عبارة: يوجد قدر كبير من المشاركة في اتخاذ القرار بين الرئيس والمرؤوس وتأتي بالمرتبة الثانية بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (3.59).

- عبارة: يتوفر في الجامعة مستوى مرتفع من أنشطة البحث والتطوير وتأتي بالمرتبة الثالثة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (3.41).

بينما جاءت العبارات التي حصلت على أقل المراكز لجميع فقرات الاستبانة والتي يمكن ذكرها وذلك حسب الترتيب وفق درجة الوزن النسبي كما يلي:

- عبارة: يسود في الجامعة مناخ من التعاون والعمل الجماعي وتأتي بالمرتبة رقم 34 من فقرات الاستبانة المكونة من 36 فقرة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (2.16).

جدول 7

النسبة		
71.9%	ذكر	الجنس
28.1%	أنثى	
37.5%	ثانوية عامة	درجة التعليم الحاصل عليها
37.5%	دبلوم	
24.7%	بكالوريوس	
0.3%	ماجستير	
54.7%	أقل من 25 سنة	السن
40.9%	من 25 إلى أقل من 35 سنة	
3.8%	من 35 إلى أقل من 45 سنة	
0.6%	45 سنة فأكثر	
76.6%	من سنة إلى 5 سنوات	عدد سنوات الخبرة
16.3%	من 6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
7.2%	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	
0.0%	15 سنة فأكثر	
33.1%	أقل من 5000 ريال شهرياً	الدخل الشخصي
66.3%	من 5000 إلى أقل من 10000 ريال شهرياً	

الاحتياجات التدريبية وأثرها على تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة

عبدالعزیز التویجری

من 10000 إلى أقل من 20000 ريال شهرياً
من 20000 ريال شهرياً فأكثر

0.6%

0.0%

كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والتباينات لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمحور وأبعاد الاستبانة وأيضاً حساب الوزن النسبي لكل فقرة ويتم على أساسه ترتيب الفقرات بداخل فقرات الاستبانة بالجدول التالي:
جدول استجابات أفراد العينة من الإداريين لفقرات الاستبانة

جدول 8

الترتيب	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نسب ردود استجابات عينة الدراسة				العبارات	
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق		
12	73.80	3.46	20.0%	37.5%	19.7%	14.1%	8.8%	1- أفضّل العمل في مجموعة أكثر من العمل منفرداً.
23	68.33	3.2	15.9%	33.4%	17.5%	21.3%	11.9%	2- غالباً ما تؤدي المنافسة في العمل إلى الإضرار بسير العمل.
25	67.20	3.15	20.6%	25.3%	19.1%	18.4%	16.6%	3- يسود في الجامعة مناخ من التعاون والعمل الجماعي.
27	64.40	3.02	12.5%	29.4%	19.7%	24.4%	14.1%	4- أراي تأثير تصرفاتي وأعمالي على باقي أعضاء المجموعة التي أعمل معها.
13	73.13	3.43	16.6%	37.8%	24.7%	13.8%	7.2%	5- من المهم وجود علاقة من الصداقة وعدم الرسمية بيني وبين رئيسي في العمل.
22	69.20	3.24	21.6%	26.9%	20.6%	16.3%	14.7%	6- يوجد قدر كبير من المشاركة في اتخاذ القرار بين الرئيس والمرؤوس.
17	70.13	3.29	21.3%	28.8%	19.4%	18.8%	11.9%	7- هناك قدر كبير من تركيز السلطات في أعلى الهيكل التنظيمي.
16	71.13	3.33	19.7%	30.3%	24.7%	14.4%	10.9%	8- يمكنني بسهولة الحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز عملي.
18	70.13	3.29	18.4%	31.3%	21.6%	18.1%	10.6%	9- يتوفر في الجامعة مستوى مرتفع من أنشطة البحث والتطوير.
20	69.53	3.26	19.4%	31.6%	18.8%	16.3%	14.1%	10- يتم تصنيف وتبويب المعلومات المتوفرة في الجامعة بشكل واضح.
26	66.93	3.14	18.8%	27.8%	19.1%	17.2%	17.2%	11- أعرف مسبقاً المكان أو الشخص الذي يملك المعلومات التي أحتاجها في عملي.
10	74.13	3.48	20.3%	36.9%	21.3%	13.1%	8.4%	12- تستفيد كل كلية أو عمادة من المعلومات الموجودة في الكليات والعمادات الأخرى بالجامعة.
19	70.00	3.28	15.0%	31.9%	27.8%	16.9%	8.4%	13- تعمل إدارة الجامعة على زيادة كمية المعلومات والمعارف وتنظيمها لكي تكون متاحة لكل من يحتاجها لتحقيق أهداف الجامعة.
15	71.20	3.34	17.8%	31.3%	27.5%	13.8%	9.7%	14- يتم تحديد المعرفة اللازمة لتطوير العمل مستقبلاً في الجامعة والعمل على توفيرها.
4	78.20	3.67	25.0%	37.8%	21.6%	10.0%	5.6%	15- يتوفر في الجامعة الكثير من المهارات السلوكية والتقنيات التي تساعد على تحقيق أفضل استخدام للمعرفة المتاحة.
21	69.47	3.26	19.4%	30.9%	19.7%	15.9%	14.1%	16- أدوات ووسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات متوفرة لكل من يحتاجها في الجامعة.
2	78.73	3.69	26.9%	39.4%	16.9%	9.7%	7.2%	17- يُسمح لي باستخدام التكنولوجيا التي تمكنني من البحث عن المعرفة مثل الإنترنت وشبكات الاتصال.

المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد (6)، العدد (1) – كانون الثاني، 2017

7	75.73	3.55	22.8%	37.5%	18.4%	14.4%	6.9%	18-تعمل إدارة الجامعة على تحديث التكنولوجيا التي تساعد على تحصيل ونقل واستخدام المعرفة.
1	84.87	3.98	38.4%	36.9%	14.4%	4.7%	5.6%	19-تعد الخدمات الإدارية المختلفة في الجامعة كافية.
8	75.07	3.52	25.9%	31.9%	21.3%	10.0%	10.9%	20-خدمات البحث العلمي التي تقدمها الجامعة للباحثين على مستوى الجامعة هي خدمات كافية.
11	74.00	3.47	26.3%	34.1%	11.9%	15.9%	11.9%	21-الخدمات الداعمة للخدمات التعليمية مثل (خدمات المكتبة، والمختبرات، وغيرها) بحاجة إلى تطوير وتحسين.
14	72.33	3.39	20.9%	30.3%	25.9%	12.5%	10.3%	22-هناك جهود دائمة تبذلها الجامعة من أجل تطوير الخدمات الأكاديمية والتخصصات العلمية.
3	78.73	3.68	30.9%	35.3%	15.3%	8.8%	9.7%	23-تسعى الجامعة من خلال منشورات وأبحاث هيئة التدريس بها إلى خدمة البحث العلمي.
24	67.47	3.16	20.6%	26.9%	19.7%	13.8%	19.1%	24-تشجع الجامعة كوادرها على المشاركة في الندوات والمؤتمرات العلمية وورش العمل.
5	77.53	3.63	21.3%	41.6%	23.1%	7.5%	6.6%	25-تسعى إدارة العلاقات العامة باستمرار إلى بناء صورة ايجابية للجامعة في أذهان الجميع.
6	75.87	3.56	24.7%	37.2%	17.2%	10.9%	10.0%	26-تصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة للتعريف بالجامعة وكلياتها وعماداتها المختلفة.
9	74.93	3.51	22.2%	33.8%	25.9%	9.4%	8.8%	27-تعزز الجامعة علاقاتها مع المجتمع من خلال المعارض والندوات.
28	54.00	2.53	11.9%	15.9%	11.9%	34.1%	26.3%	28-تطور الجامعة علاقاتها مع المدارس من خلال تنظيم زيارات طلبة المدارس إلى الكليات والعمادات المساندة في الجامعة
30	49.27	2.31	7.2%	9.7%	16.9%	39.4%	26.9%	29-تبني الجامعة علاقات مهمة مع ضيوفها المهمين من خلال منحهم هدايا تذكارية (دروع وميداليات)
34	41.67	1.95	6.6%	3.1%	12.8%	34.1%	43.4%	30-تُعرف الجامعة الطلبة الجدد والضيوف على خدماتها ومرافقها المختلفة من خلال وسائل إيضاحية مختلفة مثل (CD وشرائح البور بوينت...الخ).
35	39.93	1.87	5.0%	4.4%	13.8%	26.6%	50.3%	31-تنظم الجامعة للطلبة الجدد جولات ولقاءات تعريفية خلال الأيام الأولى لقبولهم.
29	51.87	2.43	11.3%	10.3%	17.8%	31.6%	29.1%	32-تنشر الجامعة إعلانات دعائية وتعريفية بالجامعة باستمرار في وسائل الإعلام المحلية المختلفة مثل (الصحف وشاشات التلفزيون...الخ)
36	39.60	1.86	4.1%	2.8%	10.3%	40.3%	42.5%	33-تتوافر بيوت سكنية لمن أراد أن يسكن في محيط الجامعة
33	41.93	1.97	4.4%	6.3%	13.8%	32.8%	42.8%	34-لا يؤدي تباعد كليات الجامعة عن بعضها إلى تقليل العلاقات بين أسرة الجامعة.
31	46.13	2.16	8.8%	6.6%	17.5%	26.6%	40.6%	35-السعة المكانية لمكتبات الجامعة ملائمة لطلبتها.
32	42.93	2.01	4.4%	4.7%	18.8%	32.2%	40.0%	36-أماكن الخدمات العامة في الجامعة مثل المطاعم والكافيهات وغيرها ملائمة
	3.08							المتوسط العام للاستبانة

الاحتياجات التدريبية وأثرها على تسويق جودة الخدمة التعليمية في ظل إدارة المعرفة

عبدالعزیز التویجری

من 36 فقرة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (1.87).

- عبارة: تتوافر بيوت سكنية لمن أراد أن يسكن في محيط الجامعة. وتأتي بالمرتبة رقم 36 والأخير من فقرات الاستبانة المكونة من 36 فقرة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (1.86).

كما يتضح من الاستبانة كفاية الخدمات الادارية واستخدام التكنولوجيا المختلفة بالجامعة من وجهة نظر الاداريين بها، ومن الملاحظ تدني نسب مجموعة الاسئلة الخاصة بتسويق جودة الخدمة التعليمية، وكل ما سبق يثبت تدني ادارة المعرفة من وجهة نظر الاداريين بالجامعة، كما أن هناك ضرورة لتحسين تسويق جودة الخدمات التعليمية التي تقدمها الجامعة.

5. التوصيات

قام الباحث بتقسيم التوصيات للنقاط التالية:

1- بما أنه يجب أن يسبق تصميم أي برنامج تدريبي تحديد دقيق لاحتياجات المتدربين، حتى يحقق البرنامج التدريبي الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، فقد قامت عمادة تطوير المهارات بالجامعة بتحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعة، ومن ثم وضعت قائمة بالبرامج التدريبية الموجبة لأعضاء هيئة التدريس بجامعة المجمع، وكان ترتيبها حسب الأهمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس كما يلي:

ترتيب البرامج التدريبية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

يوضح الجدول أعلاه من خلال النتائج وحساب المتوسط الحسابي والوزن النسبي أن المتوسط العام للاستبانة (3.08)، كما جاءت بعض العبارات التي حصلت على المراكز الثلاثة الأولى بين فقرات الاستبانة والتي يمكن ذكرها وذلك حسب الترتيب وفق درجة الوزن النسبي كما يلي:

- عبارة: تعد الخدمات الإدارية المختلفة في الجامعة كافية، وتأتي بالمرتبة الأولى بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (3.98).

- عبارة: يُسمح لي باستخدام التكنولوجيا التي تمكنني من البحث عن المعرفة مثل الإنترنت وشبكات الاتصال. وتأتي بالمرتبة الثانية بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (3.69).

- عبارة: تسعى الجامعة من خلال منشورات وأبحاث هيئة التدريس بها إلى خدمة البحث العلمي. وتأتي بالمرتبة الثالثة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (3.68).

بينما جاءت العبارات التي حصلت على أقل المراكز لجميع فقرات الاستبانة والتي يمكن ذكرها وذلك حسب الترتيب وفق درجة الوزن النسبي كما يلي:

- عبارة: تُعرف الجامعة الطلبة الجدد والضيوف على خدماتها ومرافقها المختلفة من خلال وسائل إيضاحية مختلفة مثل CD وشرائح البور بوينت...الخ). وتأتي بالمرتبة رقم 34 من فقرات الاستبانة المكونة من 36 فقرة بعد ترتيب عبارات الاستبانة وفق الوزن النسبي وذلك بدرجة متوسط (1.95).

- عبارة: تنظم الجامعة للطلبة الجدد جولات ولقاءات تعريفية خلال الأيام الأولى لقبولهم. وتأتي بالمرتبة رقم 35 من فقرات الاستبانة المكونة

جدول 9

م	اسم البرنامج	النسبة	الترتيب حسب الأهمية
1	دمج التقنية في التدريس الجامعي	13.20%	3
2	التدريس الفعال	16.70%	2
3	مهارات الإرشاد الأكاديمي	9.40%	5
4	بناء الخطط الدراسية وتطويرها	7.90%	7
5	تطوير أساليب التقويم في التعليم	17.30%	1
6	التدريس وفق نظرية الذكاءات المتعددة	2.80%	10
7	الذكاء العاطفي	6.10%	8
8	التحكم في ضغوط العمل	8.70%	6
9	توصيف وتقرير المقررات والبرامج	12.10%	4
10	مهارات البحث العلمي	5.80%	9

للطلاب من خلال التدريس الفعال واستخدام التقنية الحديثة في التدريس الجامعي.

أما ترتيب البرامج التدريبية التي وضعتها عمادة تطوير المهارات بالجامعة الموجهة للإداريين من وجهة نظر الاداريين أنفسهم فكانت كما يلي: ترتيب البرامج التدريبية من وجهة نظر الإداريين:

جدول 10

م	اسم البرنامج	النسبة	الترتيب حسب الأهمية
1	فن التعامل مع الآخرين	19.30%	1
2	مهارات الاتصال	7.20%	6

7	%5.90	السكرتارية الاحترافية	3
10	%3.30	مهارات في الاملاء والأخطاء الشائعة	4
3	%14.10	إدارة الوقت	5
4	%12.50	التحكم في ضغوط العمل	6
11	%2.10	اخلاقيات العمل	7
5	%10.90	الايجابية في بيئة العمل	8
9	%4.10	مهارات النزاهة وضبط العمل	9
8	%4.20	تنظيم وإدارة اللجان	10
2	%16.40	مهارات التوجيه والإشراف	11

بمحافظة الدقهلية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، المجلد الحادي والثلاثون، العدد الثاني.

[7] منصور، علي ناجح، نموذج مقترح لتأثير مشاركة العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة علاقات العملاء وقيمة العميل، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2012.

[8] سليمان، هشام، (2010)، " إدارة علاقات العملاء وعلاقتها بالأداء التسويقي"، مجلة آفاق جديدة للدراسات التجارية، العدد الثالث والرابع، يوليو/أكتوبر، يناير، ص 47-102.

[11] النجار، نبيل الحسيني، إدارة الموارد البشرية، مدخل نظري وتطبيقي، مكتبة عيش شمس، القاهرة، 1990م.

[13] حسن، البائع محمد عبد المعطي (2001). برنامج مقترح لتدريب المعيدين والمدرسين بكلية التربية جامعة الإسكندرية على بعض استخدامات شبكة الانترنت وفقا لاحتياجاتهم التدريبية، رسالة ماجستير غير منشور، كلية التربية- جامعة الاسكندرية.

[14] شاهين، محمد عبد الفتاح (2004)، التطور المهني لأعضاء الهيئات التدريسية لتحقيق جودة النوعية في التعليم الجامعي، ورقة علمية أعدت لمؤتمر النوعية في التعليم الجامعي الفلسطيني، جامعة القدس المفتوحة.

[15] باعوين، احمد سلمان سالم (2005). تحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس في كليات التقنية في سلطنة عمان. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك.

[17] سالم، أحمد، (2015)، تحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة: دراسة ميدانية، الثقافة والتنمية - مصر، مجلد 15، العدد 91.

[20] إدريس، ثابت عبد الرحمن، بحوث التسويق أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2005.

ب. المراجع الأجنبية

- [1] Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C, (1997) "Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape", Houndsmills: Macmillan Business, PP: 16-20
- [2] Loermans Jozef "Synergizing the Learning Organization and knowledge Management". Journal of Knowledge Management. Vol.6. No.3. 2002. PP: 285-294.

فعلى مسؤولي برامج التدريب زيادة الاهتمام بالبرامج التدريبية المتعلقة بفن التعامل مع الآخرين والتوجيه وكيفية إدارة الوقت أثناء العمل وكيف يمكن تخفيف الضغط خلال العمل.

2- زيادة الاهتمام بإدارة المعرفة في الجامعة لما لها من فوائد بمقارنتها مع مثيلاتها من الجامعات الأخرى، حيث بدأت الجامعات تدرك أن الميزة التي تحصل عليها من جراء اعتمادها على التكنولوجيا فقط، إنما هي ميزة غير حقيقية، وأن الميزة الحقيقية، تعتمد وتبني على موظفي الجامعة أنفسهم، بما يملكونه من خبرات ومعارف، ولزيادة الاهتمام بإدارة المعرفة نقترح إنشاء شبكة داخلية، لتحديد ونشر أفضل الممارسات بين الأقسام، وخلق معرفة جديدة، لمعالجة التغيرات الجديدة، واعتبار الموظفين خبراء في مجال عملهم، ومحاولة إقامة شبكة للاتصال فيما بينهم.

3- ضرورة زيادة الاهتمام بتسويق جودة الخدمة التعليمية، وتعريف المجتمع المحلي بكافة الخدمات التي تقدمها الجامعة وأهمها جودة الخدمات التعليمية بها، فالتسويق لا يقتصر على المنظمات الربحية بل يمتد لجميع المنظمات ومنها الجامعات التي لا تهدف للربح.

كما أن قضية تحقيق جودة الخدمات التعليمية ينبغي أن تكون أولى أولويات الجامعة إذ إن مستوى هذه الجودة أصبح العامل الأساسي في اختيار الطالب لهذه المؤسسة التعليمية او تلك، إذ إن قرار اختيار المؤسسة التعليمية ذات المستوى الأفضل في جودة الخدمات التعليمية ينعكس ايجابياً على مستقبل الطالب بعد تخرجه، وفي نفس الوقت فإن مؤسسات التشغيل تراعي هذا الجانب في عمليات الاختيار والتعيين والتوظيف ويرتبط نجاح الجامعات في تقديم خدماتها التعليمية والخدمات المرتبطة بها، لذلك فلا بد من التسويق الناجح لجودة الخدمات التعليمية، إذ لا يكفي أن تقدم الجامعة خدمات تعليمية متميزة بل ينبغي أن يكون المستفيدون على علم بمستوى جودة هذه الخدمات التي تقدمها الجامعة.

المراجع

أ. المراجع العربية

- [5] وليم، رأفت (2008)، "مقاومات تطبيق منهجية إدارة المعرفة التسويقية وأثرها على تحسين مستوى جودة الخدمات وإدارة العلاقات مع العملاء في شركات النقل والسياحة: كدخل تطبيقي" المجلة العلمية للإدارة، كلية التجارة، جامعة الزقازيق.
- [6] الشريبي، عزه، (2007)، "إدارة المعرفة كأداة لتحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية على شركات قطاع الأعمال –

- [16] Maria. Fernades Diaz & Rafael. Carballo Santaolalla (2010). Faculty attitudes and training needs to respond new European Higher Education Challenges. Higher Education. Vol.60 issue1.
- [18] Kotler, P. & Armstrong, G. (2002), "Principles of marketing (9th ed.)." Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [19] Bargh, J, (1996), "Can you see the real me? Activation & expression of the "true self" on the Internet", Journal of Social Issues, 58, 1, PP. 33–49.
- [3] Bruce A.Pasternack and Albert J. Viscio, (1998) ,The Centerless Corporation: Transform
- [4] Danskin P., Englis B., Solomon M., Goldsmith M. and Davey J.,(2005). "Knowledge Management as Competitive Advantage: Lessons From the Textile and Apparel Value Chain". Journal of Knowledge Management. Vol. 9. No. 2. PP. 91-102.
- [9] Flippo. E. B (1984). Personal Management. Sixth Ed. Tokyo. McGrow Hill Inc. p.20
- [10] King P.(1999). Training within the organization Fakenherm U.k Cox and Woman

TRAINING NEEDS AND THEIR IMPACT ON EDUCATIONAL SERVICES QUALITY MARKETING IN LIGHT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

ABDULAZIZ ABDULRAHMAN AL-TUWAIJRI

Majmaah University

College of Education

***ABSTRACT:** This research aims to identify the degree of relationship between the three variables of the study, knowledge management, training needs and educational services quality marketing. The research sample consists of (189) faculty members and (126) administrators. To collect data, the survey method (questionnaire) was used. The results of the statistical analysis showed the existence of knowledge management at the university, but with few percentages, as training programs were classified from the faculty members' and administrators' point of view. Thus, the study also showed weakness in educational service quality marketing.*

***KEYWORDS:** the development of skills, intellectual capital, reliability.*