دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	منظومة التعليم بكليات التجارة والعلوم الإدارية: الواقع الحالي والتوجهات الحديثة
المصدر:	المؤتمر القومي السنوي الثامن عشر : تطوير منظومة الأداء في الجامعات العربية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة
الناشر:	جامعة عين شمس - مركز تطوير التعليم الجامعي وجامعة الدول العربية
المؤلف الرئيسي:	أبو قحف، عبدالسلام محمود
المجلد/العدد:	ع26
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2014
مكان انعقاد المؤتمر:	القاهرة
رقم المؤتمر:	18
الهيئة المسؤولة:	جامعة عين شمس . مركز تطوير التعليم الجامعي
الشهر:	أغسطس
الصفحات:	53 - 70
رقم MD:	675589
نوع المحتوى:	بحوث المؤتمرات
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	المنظومة التعليمية، التعليم الجامعي، العلوم الإدارية، استشراف المستقبل، تكنولوجيا التعليم، الجوانب الاقتصادية، اقتصاد المعرفة
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/675589

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

منظومة التعليم بكليات التجارة والعلوم الإدارية:
الواقع الحالي والتوجهات الحديثة

أ. د/ عبد السلام محمود أبو قحف

أستاذ إدارة الأعمال الدولية

مدير المركز الإقليمي للجامعة الأفريقية – بان أفريكا

كلية التجارة– جامعة الإسكندرية

مقدمات أساسية

أن أزمة التنمية أو التقدم المتقطع أو غير المستدام في الدول النامية بملامحها المتباينة جاءت كناتج نهائي للخلل في برامج التعليم الموجهة بالتغيير المنهجي والتطوير. وإذا كان التقدم يحمل في بعض مضامينه التحرك الفاعل للأمام وامتلاك القدرة علي التنافس، والاحتكام إلي المعرفة في إدارة هذا التقدم فإن فشل خطط الدول النامية في هذا الخصوص يرجع في جزيئاته إلي عدم القدرة علي إدارة المستقبل المعرفي بالدرجة الأولي، وغياب أدوات وعناصر ومتطلبات الابداع المعرفي المستدام باعتبار الأخير أحد أدوات أو عناصر تحقيق التنمية المستدامة.

فالتقدم صناعة تنطوي على مكونات تشمل مدخلات التقدم، وعملياته، ونواتجه والسوق الذي يشكل الحكم النهائي للنجاح أو الفشل . ففي حالة عدم اتساق النواتج مع متطلبات السوق (محلي/ دولي) تصبح صناعته ليست فقط عديمة القيمة بل عبئا علي المجتمع بأكمله. وفي هذا الخصوص يمكن الإشارة إلى الآتي:

أولا: أن الاستثمار في رأس المال المعرفي Intellectual capital investment يمثل أحد أقوي حلقات سلسلة صناعة التقدم (باعتبار المعرفة أسلوب حياة وأساس الكينونة وقاعدة العمل والممارسة والتقدم .... وغير ذلك).

ثانيا: أن الثروة والموارد الطبيعية في الوقت الراهن لم تعد الأساس الوحيد لتنافس الدول محليا وكونيا.

فمستوى جودة التعليم ومهارات القوي العاملة أصبحت سلاحا حاسما في معادلة الصراع للبقاء الفاعل. ويأتي المنهج التقني والتطوير كمتغيرات مكملة لمصادر التميز الاستراتيجي للدول.

ثالثا: أن بناء منظومة التعليم الجامعي علي أساس التوجه بمتطلبات السوق أو التنمية هي بمثابة آلية أكثر فعالية لتشكيل قاعدة التنافس المشار إليها، فالاستثمار في المستقبل أن كان يمثل رؤية وقاعدة

لمن سيبقي في القرن الحالي، فإن هذا النوع من الاستثمار يشمل في مكوناته وجود بنية أساسية من البشر عالية المهارة، علي أن تكون موجهة عند تكوينها بحركية السوق –سوق العمل– ومتطلبات التنمية الشاملة. ولا يخطئ من يتصور إن التعليم وبناء المهارات سلطة مجانية يمكنها تحريك الاقتصاد بشموليته في اتجاه التنمية المستهدفة.

رابعا: في ظل مجتمع المعرفة أصبح التعليم المحدد بالمكان (الجامعة)، والزمن (مراحل العمر). والنطاق (التخصص) نوعا من الفلكلور. فالتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدت إلي ظهور فضاء تعلمي غير محدد بالزمن والمكان والنطاق. ويدعم هذا ظهور الجامعات المفتوحة، جامعات الهواء الطلق، مدارس بلا أسوار، جامعات بلا جدران، وجامعات العمر الثالث وقرى التعلم وغيرها، ومن ثم فإن تبني أقصي درجات الجدية والتميز والنظرة بعيدة المدى عند صياغة أي منهجية أو منظومة للتعليم تمثل ضرورة ملحة– خاصة أن التعلم الآن لا يعنى مزيدا من المدارس أو الجامعات أو الشهادات ولكن التعلم طبقا لمتطلبات السوق والتنمية المستدامة.

الفجوة الرقمية: المفهوم والنطاق والتداعيات

اختلف التنمويون ونشطاء حقوق الإنسان، والمستقبليون والفلاسفة ومناهضو العولمة، والسياسيون والاقتصاديون وغيرهم كثر، حول مفهوم الفجوة الرقمية. فمن ناحية نجد أن الفجوة الرقمية تشير إلي عدم القدرة علي اللحاق بركب اقتصاد المعرفة واستغلال موارد المعلومات لتوليد قيمة مضافة. أما الفجوة من قبل التربويون فهي قضية تعليمية بالمقام الأول ومظهر لعدم المساواة في النفاذ إلى فرص التعليم. ومن ناحية أخرى نجد رجال السياسة يرون أنها نتيجة القصور في مأسسة المتغير المعلوماتي. ويقف فريق آخر علي رؤية الفجوة الرقمية باعتبارها فرعا من فروع خطاب امبريالية التكنولوجيا، وما هي إلا نوعا من التضليل لموردي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفى هذا الخصوص من الممكن التفرقة بين ثلاثة تعريفات للفجوة الرقمية:

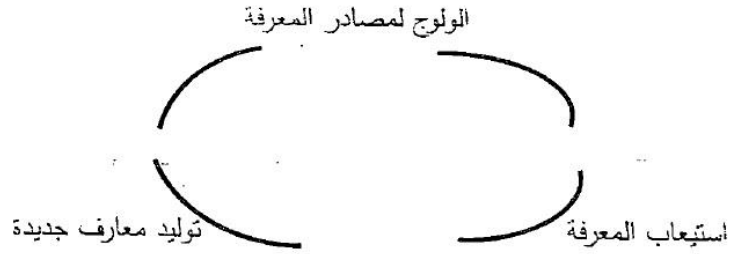
الأول: يحصر مفهوم الفجوة في صعوبة النفاذ إلي مصادر المعرفة من حيث توفر البني التحية اللازمة للحصول علي المعلومات والمعرفة والتواصل البشرى.

الثاني: بجانب النفاذ إلي مصادر المعرفة بطرق وأساليب وإمكانيات استيعابها من خلال التوعية والتعليم والتدريب وكذلك توظيفها اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا.

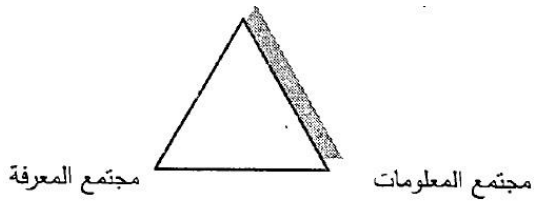
الثالث: يغطي هذا التعريف الدورة الكاملة لاكتساب المعرفة ليشمل أيضا توليد المعرفة الجديدة.

وإذا كانت الفجوة الرقمية يمكن أن تشمل المراحل الأربعة لدورة المعرفة أو إحدى هذه المراحل على النحو الموضح بالشكل رقم (1) يمكن القول بأن حضارة ما وراء السوق تفرض أيضا التفرقة بين ثلاثة أنواع من المجتمعات تتداخل مع بعضها البعض الآخر يوضحها الشكل رقم (2).

شكل رقم (1) مراحل دور المعرفة



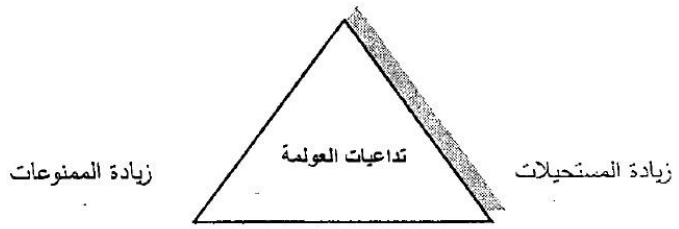
شكل رقم (2) المجتمعات الثلاث



مجتمع المعلومات: وهو نتاج الطوفان الهائل من المعلومات، ومجتمع المعرفة القائم علي استغلال المعرفة كأهم مورد إنتاجي، ومجتمع التعلم والذي يشكل ذروة الارتقاء المجتمعي ويغلب عليه الذكاء الجمعي والذاكرة الجمعية والإبداع الجمعي المعرفي وغير ذلك.

وتتباين الأسباب الكامنة وراء ظهور الفجوة الرقمية بمحاورها السابقة. فمن المنظور الاقتصادي، فإن ارتفاع تكلفة توطين تكنولوجيا المعرفة، وحماية الملكية الفكرية، وسطوة الشركات متعددة الجنسيات علي الأسواق، وتكتل الكبار ترتب عليها ثلاثية الرعب العولمية الموضحة في الشكل رقم (3) الآتي:

شكل رقم (3) تداعيات الرعب العولمية



وبسبب العولمة وفي ظل اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية، يصبح من الممنوع التوصل إلي معارف ومنتجات تكون الدول المتقدمة قد وصلت إليها حتى ولو كان التوصل إليها أمرا حتميا من الناحية التقنية. وبزيادة الممنوعات يزداد ثراء الدول المتقدمة وتطور أدوات البحث فيها الأمر الذي يؤدي للوصول إلي مدي يجعل من المستحيل شراء المتقدمة أو استخدامها بواسطة الدول النامية ويترتب علي

زيادة الممنوعات والمستحيلات تحول الدول النامية إلي توابع للدول المتقدمة والسعي لسد احتياجات أسواقها طبقا للنموذج الغربي.

هذا، ولم يقتصر الأمر عند هذا الحد فليس منتج المعرفة هو فقط مصدرها بل أصبح يشكل مستوي فوقي يتحكم فيها ويوجه مساراتها ويضبط جغرافيتها في آن واحد. ومن ثم أصبح الوصول إلي مجتمع المعرفة ومجتمع المعلومات والتعلم والتعايش فيها يمثل مشكلة، حيث تتعارض متطلبات الوصول إلي هذه الثلاثية المجتمعية مع معطيات وديكتاتورية منتج المعرفة ومديرها.

أما بالنسبة للأسباب السياسية فتأتى صعوبة وضع سياسية للتنمية المعلوماتية وسيطرة الدول العظمى على جغرافية المعلوماتية، وسيطرة حكومات الدول النامية خاصة على الإعلام يأتي على رأس القائمة. أما عدم توافر الفرص الكافية للتعليم والجمود التشريعي وغياب الثقافة العملية التقنية وابتسار القدرات المعرفية باللغات الأجنبية فإنها تأتى على رأس قائمة الأسباب الاجتماعية.

أكذوبة الانترنت والانحياز للأقوى

يخطئ من يتصور أن العالم –خاصة النامي– يعيش عصر ديمقراطية المعلومات بآليتها المعروفة "الانترنت". صحيح أن معلومات صحفية، أخبار الفن والفنانين، وغيرها تليفزيونية وتلغرافات علمية وبعض خلاصاتها يمكن أن تكون متاحة حتى بغض النظر عن تكلفتها، إلا أن المنتجات المعلوماتية التي تقدم من خلال هذه الشبكة تقدم بمواصفات غير ذات أهمية بالنسبة لمستخدميها في الدول النامية. كما أن حزم البرامج الجاهزة لا توفر الوسائل التي تمكن المستخدم من تلبية حاجاته وعلية أن يتحمل أعباء إضافية للحصول عليها.

ومع تنامي النزعة الاحتكارية للمعلومات والبرمجيات ووسائل الإعلام ... ستتفاقم حدة الانغلاق التكنولوجي، ومع حماية السر المعرفي ستنمو أكذوبة العولمة وترتفع درجة الانحياز للأقوى. ويكفى القول أيضا بأن من أكبر مظاهر السيطرة الأمريكية معلوماتيا تشبثها بأن تحتكر مؤسسة

ICANN الأمريكية مسؤولية تسيير المهام الأساسية للانترنت ببنيتها التحتية، وتحديد النطاقات وبروتوكولات تبادل المعلومات وامتياز منح المواقع ... حيث رفضت الولايات المتحدة إسناد هذه المهمة إلى منطقة عالمية كالاتحاد العالمي للاتصالات.

أن الغرق في المعلومات القشرية علميا عبر الانترنت من الصعب تجنبه، كما أن السيطرة على الطوفان المعلوماتى عبر الشبكة وإمكانيات السيطرة أو الانتخاب من هذا الطوفان للمعلومات المفيدة فقط غير ممكن، هذا فضلا عن قصر عمر المعلومات عبر الانترنت حيث تتصف بشدة التطاير وبالتالي تستعصى على أساليب الأرشفة الإليكترونية واليدوية.

إضافة إلى ذلك فإن الانترنت هي في حقيقة أمرها أحد قنوات توزيع سلع وخدمات المعلومات. وأخيرا فإن المعرفة ليست بالمجان. أن شعار المعلومات للجميع في أي وقت وأي مكان وبأي نوع هي أكذوبة تؤكدها ارتفاع تكلفة الحصول على المعلومات ذات القيمة (التنموية من ناحية)، وشيوع نظم التشفير والتعمية Encryption والمعاول في سوق حماية الملكية الفكرية من ناحية أخرى.

بعض الإشكاليات - الأمراض

في هذا الخصوص تجدر الإشارة إلى أن الفجوة الرقمية وأسبابها لا يمكن تجاهله في سياق عرض الإشكاليات والأمراض التي تعانى منها كليات التجارة والعلوم الإدارية. فأسباب الفجوة هي من بين أسباب المرض الذي تعانى منه هذه الكليات وتبقى أسباب أخرى متعددة الأوجه والنطاق أفرزت نوعين من الأمراض هما:

الأول: هو الفراغ الاستراتيجي لكليات التجارة والعلوم الإدارية والذي يتمثل في تشتت الجهود أو غياب بؤر التركيز وعدم القدرة على التغيير وندرة المبادرات وغيرها ... أما الثاني: فهو القلق الإستراتيجي ومن أهم مظاهره عشوائية محاولات التطوير وتنافس الأقسام العلمية وغياب الأهداف والصراعات وعدم رعاية المبادرات. وإذا كانت الحكومات تطالب بالتغير والتطوير فإنها تفرض الجمود

وتطالب به في نفس الوقت، فليس من المنطقي إهمال العلماء والمعلمين ومطالبتهم بتقديم أعلى درجات الانجاز المعرفي والمهني. وتتسع الفجوة بين المأمول من كليات التجارة وإدارة الأعمال والأداء الفعلي. كما أن البيروقراطية الرسمية وديكتاتورية سلطان الوظيفة الراسخة أفقدت الصلة بين هذه الكليات والمجتمع من ناحية وبين نواتج الكليات وديمقراطية السوق وتوجهاته من ناحية أخرى. هذا بالرغم من أن الكليات والجامعات دأبت على صياغة القرارات على نحو يميل إلى الابتعاد عن تدخل السلطات الحكومية .... ومع ذلك ما زالت آلياتها بعيدة من متطلبات التنافسية المهنية أو السوقية.

لقد اجتمعت عوامل عديدة لتكريس حالة الجمود لكليات العلوم الإدارية والتجارة والاقتصاد، الأمر الذي يجعل من الصعب تصنيفها منهجيا أو حتى سياقيا في ظل المنظومة المجتمعية بشعابها الاقتصادية والسياسية والثقافية الحالية. كما أن بزنسة Businessizing التعليم في هذه الكليات بل والمجتمع ككل جعل المشكلة أكثر تعقيدا وتراكبا. ويأتي مع هذا أيضا محاولات التطوير التي اتسمت في مجملها أما بالابتسار وعدم التكامل أو الافتقار إلى القراءة المستقبلية، حتى أن الأسس التي بنيت عليها هذه المحاولات كانت بعيدة عن المنهجية العلمية أو ضعيفة المحتوى والتوجه، حيث تمثل بعض هذه الأسس في: الاستنساب، والمحاصصة، وغياب الطرق والمسارات وإستراتيجيات التعليم والتعلم التي تخلق قيمة مضافة عالية نتيجة تقاطع الاختصاصات في المجالات المختلفة، والقدرة التفاوضية للأقسام العلمية طبقا لتوازن المصالح وعدم الاحتكام إلى مرجعية حيادية علمية Benchmark وعدم وجود أي طرق لتكريس دور الكليات في الابتكار والتجديد وقيادة الابتكار. كما أن تنامي ظاهرة التعليم الخفي Underground Education، وتعدد قراصنة البحث العلمي والمراجع العلمية لا يمكن تجاهلها بأي مقياس. وترتب على ذلك أن أي مشروع لبناء رؤية أو تصميم إستراتيجية للتطوير أصبح يحتوى في مضمونه الشعور بالتراجع، خاصة بسبب التركيبة الفكرية المحصنة للحرس القديم ومريديه (من أعضاء هيئة التدريس والمهتمين بالشأن الجامعي)، ونظريتها غير المؤسسية التي تقاوم التغيير.

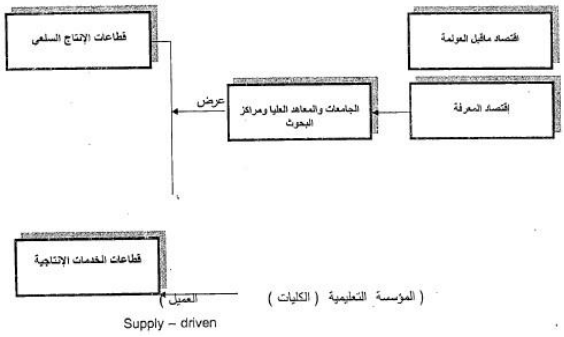
وقد أفرز ذلك فشل كليات التجارة والاقتصاد والعلوم الإدارية في تحقيق الأداء المتوازن من ناحية الجودة والمحتوى لمنظومة التعليم والتعلم، بالإضافة إلى عدم تهيئة مناخ لتبنى رؤية جديدة حتى يمكن إحداث تغيرات في البني التحتية التنظيمية والهيكلية والمنهجية وكذلك المحتوى والجسم التعليمي الأساسي، وكذلك تحقيق تطوير وتنمية مستدامة لهذه المنظومة.

الدور المأمول في التنمية والابتكار

في إطار العلاقة بين الجامعات عموما ومراكز البحوث باقتصاد المعرفة نجد (وبصفة عامة) أن نموذج الدول النامية يختلف جوهريا عن نظيره في الدول المتقدمة. ويمكن إدراك ذلك باختصار في الشكل رقم (4)، والشكل رقم (5).

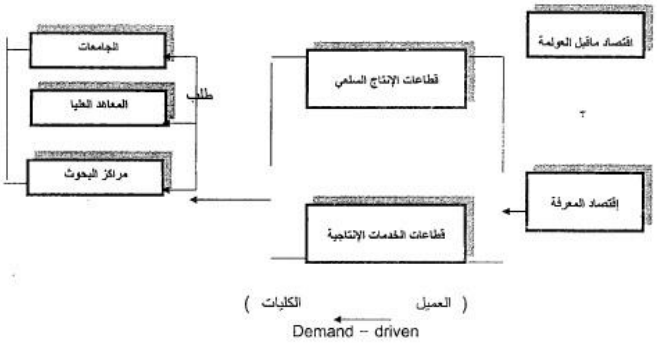
وطبقا للشكل رقم (4) نجد أن الكليات المعنية بالوطن العربي تقوم بعرض نواتجها (متخرجين، بحوث علمية، استشارات، تدريب .... الخ) في السوق أي أنها Supply-driven وفى نفس الوقت لا يوجد لديها خطة لتسوق هده النواتج. هذا بعكس ما يحدث بالدول المتقدمة، فهي في الواقع موجهة بالطلب Demand driven أو بمعنى أخر موجهة بالسوق أو العميل Market/ Customer-based Focus، وهذا يكرس مفهوم وتطبيقات العلم والتقليم التعاقدي وكذلك التعليم التبادلي.

شكل (4) نموذج الدول النامية: الواقع الحالي بالوطن العربي



المصدر : لمزيد من المعلومات: نبيل على، نادية حجازي، الفجوة الرقمية– مرجع سالف الذكر، ص 61- 262.

شكل رقم (5) نموذج الدول المتقدمة



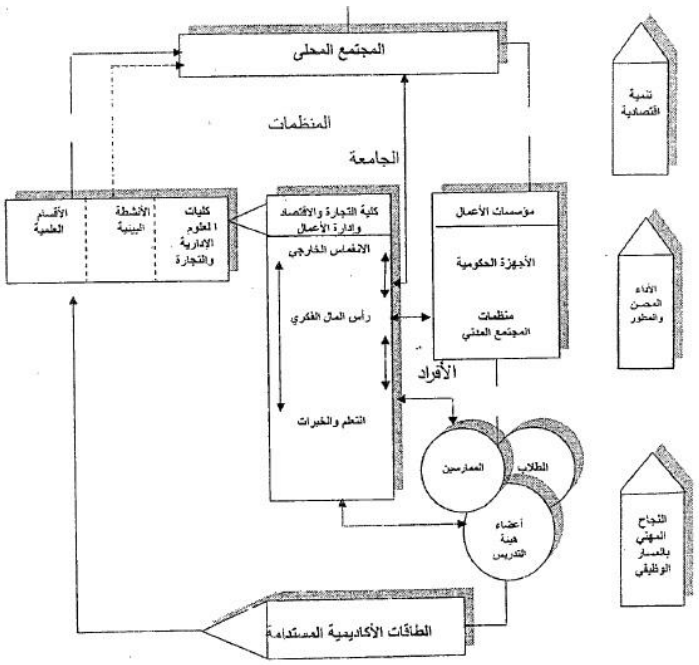
المصدر: المرجع السابق، ص 262.

دور كليات التجارة والعلوم الإدارية في الابتكار

اختلفت الآراء حول دور كليات التجارة والعلوم الإدارية والاقتصاد في صناعة الإبداع أو الابتكار. فمن ناحية يرى البعض أن دور هذه الكليات يقتصر على الإبداع في المقررات الدراسية، بينما يرى البعض الآخر أن الابتكار يتمثل في نوعية المتخرجين. أن دور كليات التجارة والعلوم الإدارية في مجال عملية الابتكار يمكن تصويره باختصار في النموذج أو الشكل رقم (6) الآتي:

شكل رقم (6)

أدوار وأنشطة كليات التجارة والعلوم الإدارية والاقتصاد في عملية الابتكار بمجتمع التعلم



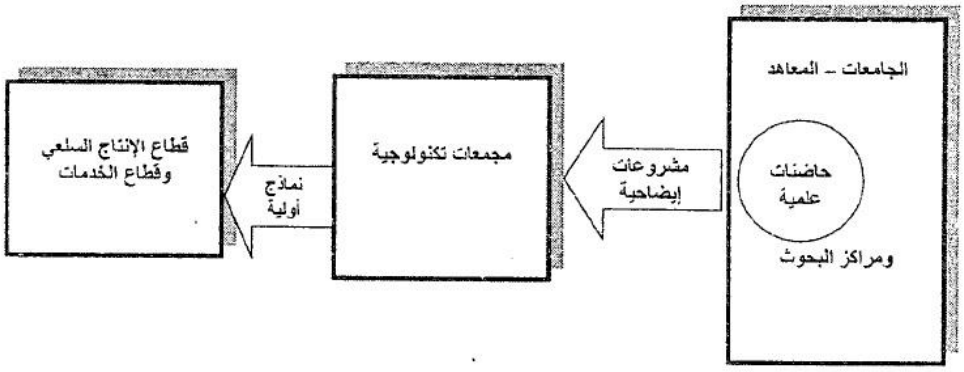
المصدر: بتصرف من:

AACSB

International, Op. cit, p. 1.

إن أي محاولة لتطوير الأداء الكلى لكليات التجارة والاقتصاد والعلوم الإدارية يجب أن يتناول المرحل المختلفة لدورة المعرفة التي سبق الإشارة إليها بالإضافة إلى إدارة التوجه المأمول للتنمية على مستوى الدولة (شكل رقم 7).

شكل رقم (7) التوجه المأمول



المصدر: نبيل على ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، الكويت، عالم المعرفة، العدد 2005.

هذا مع ضرورة الأخذ في الاعتبار أن الهدف الإستراتيجي للابتكار يتعدى مجرد تحقيق فائض/ ربح أو تحقيق مستوى متقدم من التنافسية. فالابتكار ينطوي أيضا على بعدين رئيسيين، الأول إداري أما الثاني فهو تكنولوجي، لذلك فإن كليات العلوم الإدارية والاقتصاد والتجارة يجب أن تكون معنية بالدرجة الأولى بتدريس وغرس وبناء المهارات الأساسية التي تساعد في جلب ونقل التكنولوجيا التي يمكن أن تحقق اختراقا للسوق يكون له دلالة وفاعلية. وفى ضوء الأشكال والتوجهات السابقة يمكن القول:

1. أن كليات التجارة والعلوم الإدارية والاقتصادية يجب أن تحدد أهدافها الإبتكارية وأنشطتها المختلفة التي تتلاءم مع، وتساعد في تشكيل وتصميم أنظمة الابتكار الملائمة للمجتمع.
2. ضرورة التركيز وبدرجة عالية على تنمية المهارات ونقل المعرفة.
3. أن الابتكار يحتاج إلى برامج تعليمية متكاملة لتحقيق التكاملية في التفكير.
4. ضرورة القيام بتصميم برامج تعليمية (لا تقود إلى درجة علمية) مساعدة وداعمة للابتكار مثل برامج التعليم المستمر، تنمية مهارات المديرين بالكليات وتدعيم معرفة العاملين وقدراتهم.
5. أن الابتكار يتأثر بدرجة كبير بالتقدم في عمليات التنظير والتطبيق وأساليب تدريس الإدارة لكن الإسهامات الفكرية والمعرفية ليس بالضرورة أن تكون ثورية لدعم الابتكار.
6. أن حاضنات الأعمال تلعب أهم الأدوار المباشر في دعم وتنمية الابتكار خاصة في المجتمع المحلى الذي تقوم بخدمته الكليات.
7. يمكن لكليات التجارة والعلوم الإدارية العمل مع المعاهد والمدارس المختلفة داخل المنظومة لخلق برامج فريدة لدعم وتشجيع ومكافأة الابتكار.
8. يجب على كليات التجارة وإدارة الأعمال عدم تجاهل الأنشطة والأدوار التي تلعبها رابطة الخريجين حيث تساهم هذه المؤسسة وبدرجة كبيرة في دعم الابتكار من خلال تنمية رأس المال

المجتمعي وتحقيق الأهداف الاجتماعية، بالإضافة إلى تبنيها لبرامج ريادة الأعمال Entrepreneurship وتشجيع الطلاب والخريجين للانضمام لها للاستفادة ليس فقط من علاقاتها الخارجية ولكن أيضا من خلال المستشارين بهذه الروابط لتنمية الأفكار الخاصة بمشروعات الأعمال المستقبلية لهم. صحيح يوجد الكثير من التساؤلات يجب طرحها وتحتاج إلى إجابة منها على سبيل المثال:

بأي الطرق يمكن لكليات التجارة وإدارة الأعمال والاقتصاد المساهمة في الابتكار محليا ومناطقيا أو عالميا في ضوء رسالتها الرئيسية ومتطلبات المجتمع المحلى، وكيف يمكن تحقيق تنمية إبتكارية مستدامة؟ ولهذا يجب أن تقوم الكليات المعنية بتقييم دورها وإسهاماتها في المجتمع بصورة دورية الأمر الذي يستلزم ما يلي:

أ. مزج الابتكار مع مجالات أو موضوعات أخرى مثل الاستدامة، النشاطات أو الأسواق الرأسية (الطبابة والرعاية الصحية) القيادة، الأخلاق ... فهذا يساعد على خلق فرص وأفكار ذات قيمة مضافة عالية.

ب. التركيز على المهارات الداعمة للابتكار، وليس فقط على نقل المعرفة.

ج. إعطاء اهتمام لنظام التعليم التبادلي والتعليم المستمر الذي لا يقود إلى درجة علمية.

د. الشراكة مع الكليات والوحدات الأكاديمية والمعاهد العليا الأخرى لتنمية نشاطات خارج كليات التجارة وإدارة الأعمال يكون لها مرود وتأثير مباشر على الطاقات الإبداعية؟ الإبتكارية الملائمة لخدمة المجتمعات المحلية.

هـ. إدراك أو التعرف على اللاعبين الأساسيين الذين يمكنهم دعم نظم الابتكار .. بما لهم من شبكات وعلاقات اتصال لتسهيل ونشر الإبداع والابتكارات.

و. كل كلية مسئولة عن تنمية أساليب لخلق قيمة مضافة على مختلف المستويات، خاصة أن الابتكار يعتبر أحد الوظائف المعقدة والمركبة التي تتداخل فيها التكنولوجيا، والمهارات والمعرفة والعلوم والذكاء الإداري. كما أن عبور أو سد الفجوة المعرفة بين مؤسسات الأعمال والأجهزة الحكومية وبين الكليات تحتاج إلى مدراء لديهم رؤية مميزة.

وختاما لهذا فإن كل كلية يجب أن تقوم ببناء أو تكوين مخزون للجودة الشاملة، وفى هذا الخصوص يمكن عرض مكونات هذا المخزون في الجدول رقم (1) الآتي:

جدول رقم (1) مكونات مخزون الجودة الشاملة

المعايير/ البنود
المعيار الأول– دعم الإدارة العليا والقيادة: • انغماس مديرو الإدارة العليا في الأنشطة التي تعمل على تحسين ورفع مستوى الجودة بجدية وبشكل مباشر. • مشاركة مديرو الإدارة العليا في النشاطات التي تعمل على تحسين ورفع الجودة. • تأييد ودعم مديرو الإدارة العليا لكل النشاطات التي تعمل على تحسين ورفع مستوى الجودة.
المعيار الثاني– التخطيط الإستراتيجي: • وضع أهداف طويلة الأجل لتحسين الجودة كجزء من العملية الخاصة بوضع الخطة الإستراتيجية العامة للكلية. • وضع أهداف طويلة الأجل بغرض تحسين الجودة لكل الإدارات والأقسام بالكلية. • الأهداف العامة للمنظمة يجب أن تحتوى على عناصر لتحسين الجودة بالكلية.
المعيار الثالث– التركيز على أطراف التعامل مع الكلية: • استخدام طرق وأساليب متعددة ومتنوعة لمعرفة رأى كل طرف عن كل وظائف الكلية. • وضع نظم فعالة تستخدمها الكلية لمعرفة رأى كل أطراف التعامل عن الأنشطة الرئيسية التي تقوم بها الكلية. • وجود أنظمة لتسهيل وتبسيط معرفة رأى كل طرف بصورة منتظمة

• حاجات أطراف التعامل مع الكلية يتم تحديدها من خلال استخدام طرق وأساليب منتظمة وعلمية. • ضرورة وجود دليل للاهتمام أو التركيز على حاجات أطراف التعامل.
المعيار الرابع– لتدريب العمالة والاهتمام بهم: • قيام الكلية بتطبيق خطة للتدريب والعناية بالعاملين بشكل منتظم وكجزء من الخطة الإستراتيجية العامة للجودة. • قيام الكلية بتقييم وتحديد مدى حاجة العمل للتدريب والعناية ويتم تقييم النتائج ودراستها دوريا. • وضع خطة للتدريب والرعاية للعاملين. • خطة التدريب والعناية للعامل تكون دائما تحت الإعداد والتطوير الناشط. • تصميم خطط لزيادة الاهتمام بتدريب العاملين ورعايتهم. • وضع خطة بالكلية لضمان استمرارية تدريب العاملين وتطوير مهاراتهم.
المعيار الخامس– تمكين العاملين وفرق العمل (يقصد بتكمين العاملين منحهم كافة الحريات والصلاحيات والقوة اللازمة لتنفيذ العمل، المنوط بهم فضلا عن المشاركة في اتخاذ القرارات والخطط .... الخ. • استخدام الكلية لمداخل وطرق فاعلة لتمكين العاملين وبناء فرق عمل. • جماعات العمل يتم إعطائهم كل الحريات ... أي تمكينهم ليشكلوا فرقا لتحسين الجودة. • مطلوب أن يكون كل أو غالبية المديرين مؤيدون وداعمون فكرة تمكين العاملين وتكوين فرق العمل بالكلية.
المعيار السادس– قياس وتحليل الجودة: • تجميع معلومات وبيانات عن الجودة والتوقيت عن كل الخدمات التعليمية والبحثية من كل أطراف التعامل داخليا وخارجيا وأي من كل طرف يتعامل مع الكلية بصفة مستمرة. • تجميع معلومات وبيانات عن الجودة والتوقيت عن كل الخدمات التعليمية والبحثية من كل أطراف التعامل مع الكلية.

• وضع نظام لقياس وتحليل الجودة بالكلية يجب أن يعمل بشكل مستمر.
المعيار السابع- تأكيد الجودة: • يتم تصميم ومراجعة والتأكد من ومراقبة جميع الخدمات والعمليات التعليمية لإشباع حاجات وتوقعات أطراف التعامل داخليا وخارجيا. • غالبية أو معظم الخدمات يتم تصميمها ومراجعتها والتأكيد عليها وتحليلها لإشباع حاجات وتوقعات أطراف التعامل داخليا. • الخدمات والعمليات الأساسية يتم مراجعتها والتأكيد عليها وتحليلها لإشباع حاجات وتوقعات أطراف التعامل داخليا وخارجيا. • كل الخدمات والعمليات والنشاطات العملية والأكاديمية يتم التأكيد عليها وتحليلها لإشباع حاجات وتوقعات أطراف التعامل داخليا وخارجيا. • الخدمات يتم الرقابة عليها لمقابلة أو طبقا لمتطلبات أو المعايير والاعتبارات الداخلية التي يمكن أن تلبي أو تتماشي مع حاجات أطراف التعامل. • ضرورة وجود نظام لتأكيد الجودة في الكلية.
المعيار الثامن- قياس نتائج تحسين الجودة والإنتاجية: • معظم مؤشرات الأداء الهامة أو ذات الدلالة تثبت التحسن والتطور غير المسبوق في الجودة والإنتاجية خلال الخمس سنوات الماضية على الأقل. • معظم مؤشرات الأداء الهامة أو ذات الدلالة تثبت التحسن والتطور الممتاز في الجودة والإنتاجية خلال الخمس سنوات الماضية على الأقل. • معظم مؤشرات الأداء الهامة أو ذات الدلالة تثبت تحسن الجودة والإنتاجية في مجالات عمل مختلفة أو متنوعة بالكية. • ضرورة وضع أدلة وتوفير تقارير تشير إلى تحسن وتطور الجودة والإنتاجية في أي مجال من مجالات النشاط/ العمل بالكلية أكاديميا وبحثيا ووظيفيا أو إداريا.

المراجع

1. أحمد صقر عاشور وآخرون: الرؤية الإستراتيجية لجامعة الإسكندرية: مقترح بالإطار العام والمحاور الرئيسية– ورقة مبدئية ... جامعة الإسكندرية، مايو 2005.
2. المجلس الأعلى للجامعات المصرية– قطاع الدراسات التجارية، التطوير الشامل لكليات التجارة– ورشة عمل، القاهر– مايو، 2005.
3. الجمعية العربية للإدارة، استراتيجيات تطوير التعليم التجاري الجامعي والعالي لمواجهة متطلبات القرن الحادي والعشرين، الإسكندرية، مايو 1999.
4. بسمان محجوب، إدارة الجامعات المصرية في ضوء المواصفات العالمية، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003.
5. عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، الطبعة الثانية، بيروت، منشورات الحلي الحقوقية، 2003.
6. ـــــــــــ، التحالفات الإستراتيجية بين الشركات العربية/ الآسيوية: الطريق الرابع، مؤتمر العلاقات اللآسيوية العربية نحو مستقبل مشرف، الأردن، الجامعة الأردنية، يونيه 2002.
7. ـــــــــــ، رؤية معمارية جديدة لبحوث إدارة الأعمال الدولية، المجلس الأعلى للجامعات– مؤتمر اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة المساعدين والأساتذة حول الاتجاهات الحديثة في بحوث إدارة الإعمال، القاهرة– جامعة عين شمس 19– 20 يوليو 2009.

8. ـــــــــــــ، حوصلة لورشة العمل الخاصة بالإعداد لمؤتمر البحث العلمي بمصر- أكاديمية البحوث العلمية- كلية التجارة- فرع دمنهور، يونيه 2005.

9. ـــــــــــــ، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، الإسكندرية، مطبعة الإشعاع الفنية، 1999.

10. ـــــــــــــ، الإدارة الإستراتيجية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2003.

11. ـــــــــــــ، تطوير اللوائح بقطاع التعليم التجاري، قطاع التعليم التجاري، المجلس الأعلى للجامعات 2004.

12. كريس أيكل، ورقة عمل لمؤتمر التعليم العالي، اليمن، مايو 2000.

13. محمد عبد الجواد، التعليم والتقدم، مجلة إدارة العصر- الجمعية العربية للإدارة، العدد الثاني أبريل 2005.

14. نبيل على ونادية حجازي، الفجوة الرقمية: رؤية عربية لمجتمع المعرفة، الكويت: عالم المعرفة، العدد 318، أغسطس 2005.

15. Business School On An Innovation Mission: The Role Of Business School In Innovation. Tampa-Florida, 2010. p. 1.