

CHALLENGES OF SCIENTIFIC RESEARCH MARKETING AT SULTAN QABOOS UNIVERSITY IN LIGHT OF OMAN VISION 2040

Maitha Juma Mubarak ALSIYABI¹

Researcher, Sultan Qaboos University, Sultanate of Oman

Abstract

The study aims to disclose its challenges of scientific research marketing at Sultan Qaboos University in light of Oman Vision 2040. In order to achieve this study's objectives, the researcher opts for the descriptive methodology through the utilization of qualitative method. The data was collected via two tools: Interviews and Documents Analysis: the intentional study sample includes (13) decision-making individuals and specialists whose realm is marketing and scientific research at SQU. The study finds out that SQU faces a number of challenges related scientific research marketing. For example, not having a specialized centre for scientific research marketing, procedures at SQU are taking long time, lack of specialized human resources in the scientific research marketing, heavy administrative and academic burden of academics, not having sufficient funding for scientific research and companies do not have confidence in the scientific research that it is able to resolve their issues.

Key words: Scientific Research Marketing, Sultan Qaboos University.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.16.5>

¹  maitha278@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8935-7572>

تحديات تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040

ميثاء بنت جمعة بن مبارك السيابية

الباحثة، جامعة سلطان قابوس، سلطنة عمان

عمر هاشم إسماعيل

خلف مرهون العبري

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040، وتحدياته. ولتحقيق أهداف الدراسة؛ استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وذلك من خلال أسلوب البحث النوعي، حيث تم جمع البيانات من خلال أداتين هما: تحليل الوثائق والمقابلة، وشملت عينة الدراسة القصدية على (13) فرداً من أصحاب القرار والمختصين في مجال التسويق والبحث العلمي بالجامعة. وقد توصلت الدراسة إلى أن هنالك مجموعة من التحديات التي تواجه الجامعة في العملية التسويقية للبحوث العلمية منها: عدم وجود مركز متخصص لتسويق البحوث العلمية، وطول الإجراءات والأنظمة بالجامعة، وغياب الكوادر البشرية المتخصصة في مجال تسويق البحوث العلمية، بالإضافة إلى المتطلبات الأكاديمية والأعباء الإدارية للأكاديميين، وعدم كفاية التمويل المخصص للبحث العلمي، فضلاً عن عدم ثقة الشركات بقدرة نتاجات البحث العلمي على حل مشكلاتها.

الكلمات المفتاحية: تسويق البحوث العلمية، جامعة السلطان قابوس.

المقدمة

يمثل التسويق أحد الوظائف الرئيسية المهمة لنجاح وتفوق أي مؤسسة، فهو الموجه العام للمؤسسة نحو الأفضل على كافة المستويات المحلية والإقليمية والعالمية، حيث يعمل على التحليل البيئي لعوامل البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف)، والبيئة الخارجية (الفرص، والتهديدات، والتحديات) لأجل صياغة استراتيجية تسويقية تعتبر أداة لتنفيذ هذا التوجه وتحقيق أهداف المؤسسات.

ولكي تحقق الجامعات وظائفها التعليمية والبحثية والاجتماعية في القرن الواحد والعشرين وتلبى بنجاح، عليها أن تكون قادرة على الاستجابة بفعالية للاحتياجات والمتطلبات التعليمية والبحثية والمجتمعية المتطورة والمتنامية، والأشكال التنافس، ولتكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتغيرة (عبد العلي وآخرون، 2019).

حيث تسعى مؤسسات التعليم العالي في السلطنة عُمان إلى تسويق قدراتها وإمكانياتها البحثية محلياً وإقليمياً ودولياً، وذلك من خلال وحصولها على الاعتمادات الأكاديمية والمهنية والإعتراف بمؤهلاتها على الصعيد الإقليمي والدولي، كما تسعى إلى استقطاب الكوادر الأكاديمية والبحثية المتميزة، وأيضاً استقطاب الطلبة الدوليين، وهي إحدى الاستراتيجيات المهمة لتعزيز التعليم العالي وتنشيط الحركة الاقتصادية وتنظيم مؤشر استدامة مصادر التمويل في مؤسسات التعليم العالي (الشكيلية، 2018).

وتأتي أهمية كل ما سبق في ضوء رؤية عُمان 2040 التي أعلنتها سلطنة عُمان، والتي تستهدف تحول السلطنة نحو المنافسة العالمية والريادة في مختلف المجالات، وبناء اقتصاد قوي يقوم في الأساس على الإهتمام بالعنصر البشري من خلال الإرتقاء بجودة التعليم، وخصوصاً التعليم الجامعي الذي ينبغي وفقاً للرؤية أن يعمل على سد الفجوة بين المخرجات التي يقدمها ومتطلبات سوق العمل، وتحقيق إسهامات تدفع بعجلة التنمية الاقتصادية ودعم الاقتصاد الوطني والتأكيد على ضرورة الاستثمار الأمثل في التعليم العالي (جريدة الوطن، 2020).

كما أوضحت الرؤية إيمانها الشديد بدور مؤسسات التعليم العالي ومخرجاتها في تنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأحد أهم هذه المخرجات التي تتفرد بها مؤسسات التعليم العالي هي البحث العلمي، حيث جاء البحث العلمي في سلم الأولويات الوطنية التي أكدها عليها رؤية عُمان 2040، حيث تسعى للإيجاد منظومة وطنية فاعلة للبحث العلمي والإبداع والإبتكار تسهم في بناء اقتصاد المعرفة ومجتمعها، وأيضاً مصادر تمويل متنوعة ومستدامة للبحث العلمي (المجلس الأعلى للتخطيط، 2019).

حيث تؤكد الرؤية على أهمية ربط مخرجات البحث العلمي بقطاع الإنتاج، وضرورة أشراك القطاعات المختلفة بالمجتمع في دعم وتعزيز وتمويل البحوث العلمية ومنها القطاع الخاص، وتسعى إلى تعزيز قدرات الباحثين وتعضيد بحوث طلبة الدراسات العليا وربطها بالأولويات الوطنية للبحث والتطوير، بالإضافة إلى بناء قاعدة بيانات متكاملة للبحوث العلمية، ولا يتم ذلك إلا عن طريق تسويق مؤسسات التعليم العالي لبحوثها العلمية، حيث أكدت معالي الدكتورة رايحة البوسعيدية، وزيرة التعليم العالي سابقاً على أهمية تسويق البحوث العلمية والدور الكبير الذي يلعبه في قولها: "أن تسويق البحث العلمي يجب أن يأخذ أولوية قصوى في سياسات الدولة المالية ولدينا تحدٍ كبير في توظيف مخرجات التعليم العالي، مسح الخريجين أخرج نتائج مهمة استفادت منها مؤسسات القطاع الخاص والتعليم العالي الأهم لدى الطالب اللغة وقابلية التعليم والإبداع" (البوسعيدية، 2019).

وفي هذا الإطار أولت جامعة السلطان قابوس الكثير من الإهتمام بالبحث العلمي وتسويقه، حيث قامت بإنشاء مجلس النشر العلمي الذي يشرف على عملية النشر العلمي بالجامعة، حيث يقوم المجلس بنشر جميع أنواع المطبوعات وترجمتها وتوثيقها، بالإضافة إلى المخطوطات والمقالات ونتائج البحوث العلمية المقدمة إلى المجلات باللغتين العربية والأجنبية، كما قامت بإنشاء دائرة النشر العلمي والتواصل لتعمل على إبراز دور جامعة السلطان قابوس عالمياً في مجال البحث العلمي من خلال نشر البحوث والكتب العلمية والأدبية الرصينة، وإنتاج الوسائل السمعية والبصرية (جامعة السلطان قابوس، 2020).

وفي هذا السياق تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن التحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040.

مشكلة الدراسة

أولت مؤسسات التعليم العالي بالسلطنة ومن بينها جامعة السلطان قابوس الكثير من الإهتمام بالبحث العلمي وتسويقه حيث أشار التقرير السنوي لجامعة السلطان قابوس (2018) إلى الإنجازات التي قامت بها الجامعة في مجال التسويق الإعلامي للبحوث العلمية من خلال قيامها بإصدار 3 أعداد من مجلة "تواصل علمي" وهي نشرة علمية تصدر باللغتين العربية والإنجليزية بالتعاون مع جريدة عمان والأوبزيرفر، وإنتاج 8 أفلام علمية وبحثية قصيرة بالإضافة إلى نشر أكثر من 13 خبراً عن الأنشطة البحثية في الصحف الورقية والإلكترونية (جامعة السلطان قابوس، 2018).

وعلى الرغم من الجهود المبذولة أعلاه من قبل جامعة السلطان قابوس في تسويق نتائج البحث العلمي إلا أن التقييم العام للجامعة ضمن تصنيف شنغهاي العالمي للجامعات في عام 2020 كان دون الطموحات حيث خرجت جامعة السلطان قابوس من قائمة أفضل ألف جامعة في العالم، بينما جاءت عام 2019 في الفئة 801 – 900 (Academic Ranking of World Universities, 2020)، ويوجه تصنيف شنغهاي بشده نحو جودة الأبحاث من خلال النشر في مجلات عالمية مميزة، ويعطي أهمية أكبر من 80% من الدرجة الإجمالية للعلامة للجامعة للجودة العالية للبحث الأكاديمي وواعية النشر الذي تنتجه الجامعة وعدد الجوائز العالمية التي فاز بها أعضاء الهيئة التدريسية (عالم عربي، 2020).

كما أشارت دراسة الحجي وعبد الحميد (2016) إلى أبرز المعوقات التي تواجه البحث العلمي بكليات العلوم الإنسانية بجامعة السلطان قابوس والتي كان من بينها ضعف الإمكانيات الموفرة للبحث كالمصادر العلمية والبرامج المستخدمة في إعداد البحوث وإدارتها، وضعف الحوافز التشجيعية بالإضافة إلى نقص المجلات العربية وعدم انتظام صدور بعضها، والتي تعد جميعها من متطلبات نجاح تسويق البحوث العلمية. وكذلك دراسة الجبرية (2016) التي أشارت إلى أن التسهيلات الإدارية والمالية والبشرية والتقنية، التي تسهم في استمرار المجلات العلمية المحكمة التي تصدر في السلطنة محدودة وغير كافية، الأمر الذي ينعكس بدوره على العملية التسويقية للبحوث العلمية ويقف أمام تطورها وانتشارها.

ولتقصي مشكلة الدراسة، قامت الباحثة بدراسة إستطلاعية من خلال إجراء مقابلة مع مدير دائرة البرامج بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي والإبتكار، حيث اشتملت المقابلة الحديث عن عدة محاور منها: البحث العلمي والإبتكار والتسويق في السلطنة بشكل عام وجامعة السلطان قابوس بشكل خاص والجهات الإدارية المتوفرة بالجامعة لخدمة هذا القطاع بالإضافة إلى الآليات المتبعة لتعزيز البحث العلمي وتسويقه بالجامعة، وتبين من خلال المقابلة بأن تسويق البحوث العلمية في السلطنة تواجهه العديد من التحديات والصعوبات، ومن أبرزها عدم وضوح إجراءات التسويق وآلياته التي تعين الباحث على تسويق بحثه، بالإضافة إلى تعدد وتداخل الأعمال بين الجهات المشرفة على عمليات تسويق البحوث، أيضاً قلة

الكوادر المتخصصة في عملية التسويق حيث أن أغلب الكوادر التي تعمل في الجهات التسويقية في مؤسسات التعليم العالي هم من الأكاديميين، بالإضافة إلى ذلك صعوبة عمل تغذية راجعة للعمليات التسويقية، وعليه تستنتج الباحثة بأن هنالك ضرورة ملحة لتعرف على واقع تسويق البحوث العلمية بالجامعة للوقوف على نقاط الضعف والعمل على إيجاد آليات التغلب عليها ونقاط القوة والعمل على تعزيزها وترسيخ دعائمها في ضوء التوجهات الحديثة للسلطنة في مجال البحث العلمي والرؤى المستقبلية التي تتطلع السلطنة إلى بلوغها في ذات المجال (AB، اتصال شخصي، 22/ سبتمبر / 2020). وبناءً على ذلك ظهرت مشكلة الدراسة للكشف عن التحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بأحد مؤسسات التعليم العالي البارزة في السلطنة جامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040.

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن السؤال التالي:

ما التحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040؟

هدف الدراسة

الكشف عن التحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040.

مصطلحات الدراسة

التسويق

يعرف التسويق بأنه: " النشاط الخاص بتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات والأفكار التي تسعى إلى إشباع رغبات الأفراد والمنشآت" (عبد الحميد، 2013، ص.18)

ويعرفه آخرون على أنه تحقيق الأهداف المختلفة للمؤسسات بالاعتماد على تحديد الاحتياجات ورغبات السوق المستهدف وتوريدها بكفاءة وفعالية أكبر من المؤسسات المنافسة (Ukaj&Fatos,2010). وتعرف الدراسة الحالية التسويق إجرائياً بأنه حزمة من العمليات والأنشطة لتحديد أهداف وإمكانيات المؤسسات ورغبات عملائها من السلع والخدمات، بما يضمن أشبع وإرضاء عملائها وتحقيق أهدافها المرسومة خلال فترة زمنية معينة (تعريف إجرائي).

البحوث العلمية

عملية فكرية يقوم بها الباحث وفق موضوع بحث معين، يتبع خلالها منهجاً واضحاً بقصد الحصول على نتائج قابلة للتنمين (شابي، 2019).

تسويق البحوث العلمية

مجموعة من الأنشطة والآليات التسويقية التي تهدف من خلالها الجامعات والكليات العلمية والتطبيقية إلى التخطيط وتطوير وتمويل البحوث العلمية، وتحديد تكاليفها وأساليب توزيعها وترويجها، وفقاً للاحتياجات ومتطلبات الجهات المستفيدة منها في المجتمع (الحريري، 2017).

وتعرف الدراسة الحالية تسويق البحوث العلمية بأنه مجموعة من العمليات التي تقوم بها مؤسسات التعليم العالي، من أجل إبراز جهودها وقدراتها التنافسية في مجال البحث العلمي على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وربطها بواقع واحتياجات التنمية الاجتماعية والإقتصادية وبناء برامج اتصال وتواصل مع المحيط، لتعزيز وتطوير منظومة البحث العلمي وتحقيق أهدافها المرسومة (تعريف إجرائي).

هي بوابة السلطنة لعبور التحديات، ومواكبة المتغيرات الإقليمية والعالمية، واستثمار الفرص المتاحة وتوليد الجديد منها، من أجل تعزيز التنافسية الاقتصادية، والرفاه الاجتماعي، وتحفيز النمو والثقة في العلاقات الاقتصادية والاجتماعية وتنموية في كافة محافظات السلطنة (المجلس الأعلى للتخطيط، 2019).

منهجية الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتحديد أسلوب البحث النوعي، حيث يعد هذا المنهج من أكثر مناهج البحث العلمي ملائمة لمثل هذا النوع من الدراسات، لأنه الأسلوب الأمثل لوصف ظاهرة تسويق البحوث العلمية في جامعة السلطان قابوس ويساعد على فهمها بصورة شاملة ومتكاملة، حيث تستند طريقة البحث النوعي إلى جمع، وتحليل، وتفسير البيانات للتوصل إلى فهم أعمق لمشكلة الدراسة (علام، 2012). وذكر قنديلجي والسامرائي (2010) أن البحث النوعي هو " الدراسة التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بنائها من خلال وجهات نظر الأفراد والجماعات المشاركة في البحث".

مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بجامعة السلطان قابوس في مجال التسويق والبحث العلمي، وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة القصدية (Purposive Samples) من مجتمع الدراسة الأصلي، بحيث يختار الباحث عينة بحثه على نحو متعمد لتعينه على فهم الظاهرة موضع البحث على أن يكون معيار اختياره لها ثراء المعلومات التي تقدمها له (زيتون، 2006)، ويوضح الخياط (2010) أن العينة القصدية هي التي يختار فيها الباحث الأفراد الغنيين بالبيانات والمعلومات بشكل مقصود، وقد بلغ عدد عينة الدراسة (13) فرداً من أصحاب القرار والمختصين في مجال التسويق والبحث العلمي بالجامعة ويوضح الجدول (6) الوصف الكلي لعينة الدراسة.

جدول (6)

التوزيع العددي لعينة الدراسة وفقاً للمقر الوظيفي

العدد	المقر الوظيفي
1	دائرة النشر العلمي والتواصل
1	الإبتكار ونقل التكنولوجيا
2	مكتب متابعة تنفيذ رؤية عُمان 2040
1	دائرة البحث العلمي
1	مكتب التعاون الدولي
1	قسم التواصل العلمي
1	قسم النشر العلمي
1	قسم شؤون المؤتمرات
4	الكليات
13	المجموع الكلي

أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، وجمع البيانات الدقيقة والمتعمقة لموضوع الدراسة، تم الاعتماد على أداتين هما: تحليل الوثائق والمقابلات، وعليه فقد قامت الباحثة بذلك كالآتي:

1- تحليل الوثائق

لقد أصبح دراسة الوثائق علماً عُرف بأنه علم استخدام المعلومات المتخصصة المدونة، وذلك عن طريق تقديمها ونسخها ونشرها وجمعها وتخزينها وتحليلها التحليل الموضوعي وتضمينها واسترجاعها في الوقت المناسب لاستخدامها في كشف حقيقة أو دعم حق من الحقوق أو البرهنة على رأي، والاستدلال على حالة من الحالات (الخياط، 2010).

وترى حوئل (2017) أن " التحليل النوعي للوثائق يدفع الباحثين إلى تركيز الانتباه على موضوعات فريدة من نوعها، تسعى إلى توضيح نطاق معاني الظاهرة، بدلاً من الدلالة الإحصائية".
وكذلك يبين أبو علام (2013) أن الوثائق تتكون من السجلات العامة والخاصة التي يحصل عليها الباحث في الدراسات النوعية عن الموقع الذي يجري فيه الدراسة أو المشاركين في البحث.
وتعتبر الوثائق مهمة للباحث ويستطيع من خلال دراستها فهم الظواهر بشكل مفصل ومتعمق، وعليه فقد قامت الباحثة باستخدام مجموعة من الوثائق المختلفة منها وثائق عامة كالخطة الاستراتيجية لجامعة السلطان قابوس 2016 – 2040 ووثيقة رؤية عُمان 2040 وذلك بهدف دراستها وتحليلها للتوصل إلى نتائج مفيدة في التعرف على واقع تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040، ويوضح الجدول (7) الوثائق التي تم تحليلها وتوظيفها في فصل النتائج.

جدول (7)

وثائق تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040

م	الوثائق	المصدر
1	الخطة الاستراتيجية لجامعة السلطان قابوس 2016-2040.	مكتب متابعة تنفيذ
2	مواصلة الخطة الاستراتيجية لجامعة السلطان قابوس 2016-2040 مع وثيقة رؤية عمان 2040.	رؤية عمان 2040
3	التقرير السنوي لجامعة السلطان قابوس 2018.	موقع جامعة
4	التقرير السنوي لجامعة السلطان قابوس 2019.	السلطان قابوس

تابع جدول (7)

وثائق تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040

م	الوثائق	المصدر
5	التقرير السنوي لعمادة الدراسات العليا 2018.	
6	التقرير السنوي 2019 لدائرة التخطيط والإحصاء.	
7	التقرير السنوي لكلية الاقتصاد والعلوم السياسية 2017 – 2018.	
8	التقرير السنوي لكلية الهندسة 2018.	
9	التقرير السنوي لكلية العلوم الزراعية والبحرية 2014 .	
10	التقرير السنوي لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية 2015-2014.	
11	التقرير السنوي لكلية تربية 2016.	
12	التقرير السنوي لكلية الحقوق 2019-2018.	
13	التقرير السنوي لكلية العلوم 2018	
14	التقرير السنوي لكلية الهندسة 2018.	
15	مجلة التواصل العلمي مايو 2020.	موقع جامعة
16	المجلة الطبية لجامعة السلطان قابوس مايو 2020.	السلطان قابوس
17	المجلة البحوث العلوم الزراعية والبحرية 2020.	
18	المجلة البحوث الهندسية ديسمبر 2020.	
19	المجلة جامعة السلطان قابوس للعلوم يونيو 2020.	
20	المجلة الآداب والعلوم الاجتماعية نوفمبر 2020.	
21	المجلة الدراسات التربوية والنفسية يوليو 2020.	
22	قواعد النشر العلمي.	
23	دليل تقديم تقارير البحوث الممولة الجارية واعتمادها.	
24	دليل آلية الصرف في البحوث.	

قواعد وإرشادات البحوث.	25
دليل موازنة البحوث الممولة.	26
سياسة تمويل البحوث.	27
برنامج مجلس البحث العلمي لتمويل البحوث المبني على الكفاءة.	28
رؤية عُمان 2040	29
وثيقة الخطة التنموية الخمسية العاشرة 2021-2025 (الخطة)	30
التنفيذية الأولى لرؤية عُمان (2040).	
دليل المواطن لخطة التنمية الخمسية العاشرة 2021-2025.	31

ويتضح من الجدول (7) الخاص بوثائق تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس في ضوء رؤية عُمان 2040 أن العدد الكلي لعينة الوثائق قد بلغ (31) وثيقة، تم الحصول عليها من مصادر مختلفة كـمكتب متابعة تنفيذ رؤية عُمان 2040، والموقع الإلكتروني لجامعة السلطان قابوس، بالإضافة إلى البوابة الإعلامية لوزارة الإعلام بالسلطنة، وذلك بهدف دعم النتائج التي يتم التوصل إليها بالإحصائيات التي تثبت التحقيقات العديدة للموضوع الدراسة. فالوثائق التي تتضمن الحقائق والمعلومات الأصلية المتعلقة بالموضوع هي مراجع ذات قيمة في الرسائل العلمية، ولذلك وجب الاعتماد عليها والرجوع إليها (الخياط، 2010).

ولتحديد الوثائق المتوفرة والمرتبطة بموضع الدراسة ومصادر الحصول عليها قامت الباحثة بالتواصل مع كل من دائرة التواصل والنشر العلمي ودائرة الابتكار ونقل التكنولوجيا وعمادة البحث العلمي وقسم التعاون الدولي بالجامعة إضافة إلى عدد من الأكاديميين، وفي أثناء هذه المرحلة أيضاً أجرت الباحثة عدد من المقابلات البسيطة مع أفراد ذوي الاختصاص والموظفين في هذي الجهات وتمكن خلال ذلك من الحصول على بعض المعلومات والبيانات المفيدة التي يمكن الاستفادة منها لتقديم تفسيرات تدعم النتائج التي تم التوصل إليها.

وبعد تحديد الوثائق التي يمكن أن تمد الباحثة بالمعلومات اللازمة وتسهم في الإجابة عن أسئلة الدراسة بدأت الباحثة في مرحلة جمع الوثائق وذلك بتاريخ 25 يناير 2021.

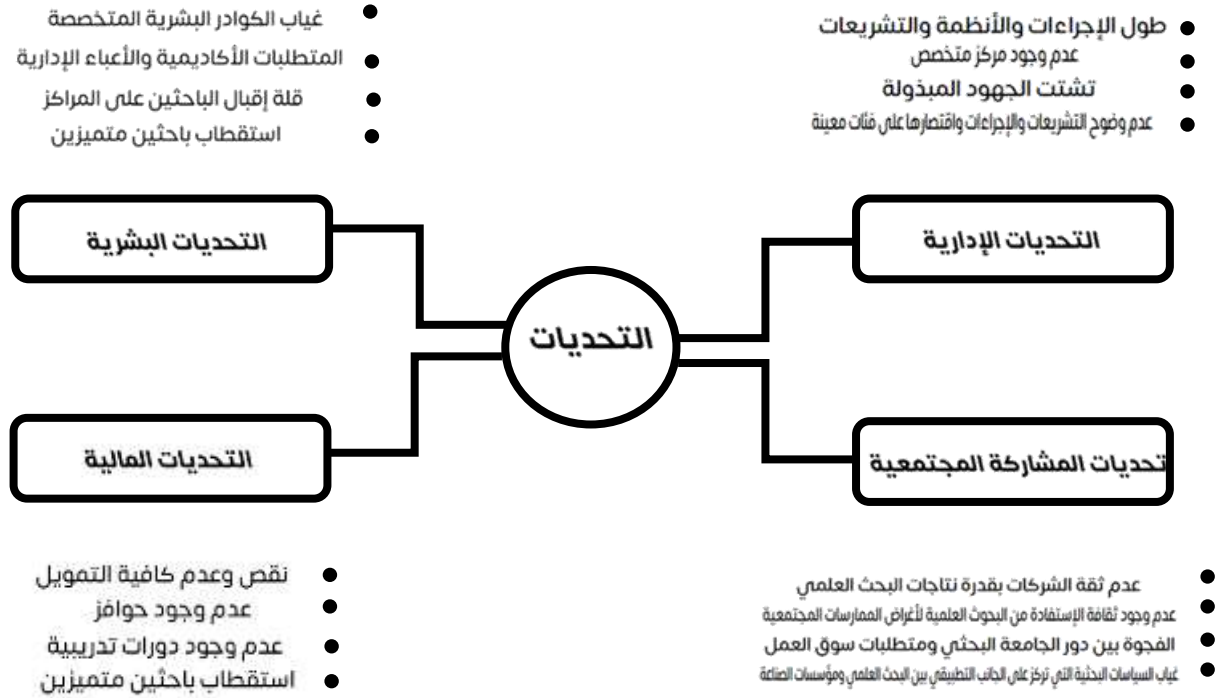
2- المقابلة

تعتبر المقابلة من الطرق الرئيسية لجمع المعلومات في البحث النوعي، فهي "محادثة موجهة بين الباحث وفرد أو أفراد آخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة لموقف أو مشكلة أو ظاهرة ما يسعى الباحث للتعرف عليها من أجل تحقيق أهداف دراسته" (الخياط، 2010).

وعليه فقد اعتمدت الباحثة المقابلة كأحد أدوات الدراسة لجمع البيانات الصحيحة والقيمة من مصدرها الأساسي، وذلك نظراً للإطار الكيفي النوعي الذي يشملها والذي يتطلب معلومات كثيرة ومعقدة يتعذر الحصول عليها كاملة باستخدام الأدوات الأخرى كالاستبانة والملاحظة وهذا ما أكده زيتون (2006). إضافة إلى كون المقابلة الأداة الأنسب للإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيقاً لأهدافها، حيث تتيح طرح مجموعة من الأسئلة المفتوحة تسمح بتعددية الاستجابات، وتعبير المبحوثين عن خبراتهم حول واقع تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس، وأرائهم بالتحديات والمقترحات.

عرض نتائج ومناقشتها:

نص السؤال على " ما التحديات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس؟". للإجابة عن التساؤل الثاني قامت الباحثة بتحليل المقابلات لأفراد عينتها القصديّة المكونة (13) فرداً من أصحاب القرار والمختصين في مجال التسويق والبحث العلمي بجامعة السلطان قابوس، بالإضافة إلى تحليل الوثائق، وبعد إجراء التحليل الموضوعي تم تصنيف تلك التحديات إلى: تحديات إدارية، وتحديات بشرية، وتحديات مالية، والموضحة في الشكل رقم (2)، وفيما يلي عرض نتائج استجابات المبحوثين وفقاً لكل صنف من التحديات.



شكل رقم (2)

تحديات تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس

أولاً: التحديات الإدارية

يحتاج تسويق البحث العلمي في الجامعات والمراكز البحثية إلى إستراتيجية علمية واضحة المعالم، وقابلة للتطبيق وقبل ذلك إدارة سياسية داعمة، تؤمن بأهمية البحث العلمي في تقدم وتطوير الدول والمجتمعات، كما يحتاج إلى إدارات مؤهلة أكاديمياً وقيادياً، ويحتاج أيضاً إلى خدمات إدارية مساندة، فبهذه الشروط تمكنت البحوث العلمية في جامعات الغرب من إدخال تغييرات جذرية على برامجها التعليمية، ونظمها الإدارية والاقتصادية والاجتماعية (الرويلي، 2012).

وقد أشار المبحوثين إلى عدد من التحديات الإدارية التي تواجه تسويق البحوث العلمية في جامعة السلطان قابوس، حيث ذكر كل من (FK،SHK،MY،AR،GG، MA،RA،NSH،SB) إحدى هذه التحديات وهي عدم وجود جهة أو مركز متخصص في مجال تسويق البحوث العلمية تعني بالتنسيق والربط بين مختلف الجهات العاملة في مجال البحث العلمي بالجامعة، الأمر الذي أدى من وجهة نظرهم إلى ظهور جهود مشتتة ونتائج تسويقية لا ترتقي إلى المستوى المطلوب، فعلى سبيل المثال قال (MY): "لا توجد جهة أو مركز مختص أو مسؤول عن التسويق بشكل عام في الجامعة، فعلى الرغم من أن النتائج البحثية ضخمة في جامعة السلطان قابوس، وتوجد العديد من الجهات التي تختص في مجال

البحث العلمي، وتعمل جهود ومساعي مضنيه لتسويق نتاجاتها من البحوث العلمية، إلا أن الإشكالية تكمن في أن هذه الجهود مشتتة ولا توجد مظلة واحدة تجمع هذه الجهود وتنظمها".

وكذلك أوضح (FK): "نحتاج إلى جهة خاصة بالتسويق في الجامعة، يكون بها موظفين متخصصين، بحيث تعمل على تنظيم وتنسيق الجهود المبذولة في هذا المجال، فالجهود الآن مبعثرة ما بين الكليات و عمادة البحث العلمي و عمادة الدراسات العليا وغيرها من الدوائر التي ترتبط بهذا المجال، نحن نحتاج إلى تعزيز هذه الجهود بتنسيقها والربط فيما بينها". وعلى صعيد المؤتمرات والتي تعد من الآليات المهمة في عملية تسويق البحوث العلمية وتتماشى مع الطرق الرائدة في النشر العلمي أضاف (RA): "تعدد الجهات التي تنظم المؤتمرات أو تنظم حضورها بالجامعة، وعدم وجود قسم واحد يضم جميع المؤتمرات الداخلية والخارجية على حد سواء في الجامعة؛ الأمر الذي أدى إلى تلقينا العديد من الاستفسارات، وعليه نتمنى أن يكون هنالك مظلة واحدة تنظم كل ما يخص المؤتمرات وبذلك نستطيع التطور أكثر والتوسع في مهام".

كما تعد الأنظمة والإجراءات والتشريعات التي يفرضها الطابع الإداري في جامعة السلطان قابوس من أسباب ظهور تحديات أخرى في مجال تسويق البحوث العلمية، فقد أوضح (AR2، NSH، SHK، FW) من المبحوثين أن طول الإجراءات الإدارية بالجامعة والبطء في تنفيذها، إضافة إلى عدم وضوحها وعدم شموليتها لجميع الفئات تحدي يحول دون تحقيق الفعالية في التسويق، حيث أشار (NSH): "إن البحوث العلمية لها فترة زمنية محددة، الأمر الذي يجعل الباحث لا يتحمل أي تأخير في الوقت المعين لتنفيذ خطوات البحث، إلا أنه وبسبب البيروقراطية والأعمال الإدارية الخاصة بالبحث، فإن ذلك يؤثر على الخطة الزمنية المرسومة لسير البحث الأمر الذي يشكل عبء كبير على الباحث، وفي جامعة السلطان قابوس توجد لدينا هذه الإدارة البيروقراطية وبكثرة وتؤثر على البحث فتجعل العملية تأخذ وقتاً طويلاً حتى يستطيع الباحث الحصول على طلبه".

وذكر (AR2) أيضاً: "إن هنالك تحدي فيما يخص التشريعات المنظمة لأخلاقيات البحث العلمي، فهي تحتاج إلى تطوير، حيث يوجد بها فجوة، فلا يوجد تشريعات تحدد الأدوار بشكل دقيق، كما آليات مراجعة الأبحاث تكون صعبة، بالإضافة إلى التعقيدات التي توجد في آليات الحصول على الموافقات والتي تتطلب فترات طويلة، أضف إلى ذلك آليات تقييم البحوث غير معرفة بشكل كبير".

وبين (RA): "التشريعات التي تخص البحث العلمي لا تشمل جميع الفئات بالجامعة فهنالك فئة مظلومة من وجهة نظري كالإداريين والفنيين حيث أن بعضهم باحثين نشطين ولكن لا يوفر لهم دعم ولا يسمح لنا النظام بالجامعة بدعمهم، كذلك على سبيل المثال الفنيين الذين يعملون في المختبرات فأحياناً يكونون جزء من البحث وبعضهم يكون هم المؤلف – الكاتب – الرئيسي ولكن ليس لدينا القدرة على دعمهم بسبب أنهم فنيون وإداريون".

ومن خلال العرض السابق لاستجابات المبحوثين فقد تبين أن هنالك عدداً من التحديات الإدارية التي تواجه جامعة السلطان قابوس في عملية تسويق البحوث العلمية تتمثل في عدم وجود مركز متخصص لتسويق البحوث العلمية، بالإضافة إلى تشتت الجهود المبذولة من الجهات المختلفة، وطول الإجراءات والأنظمة والتشريعات بالجامعة، فضلاً عن عدم وضوح التشريعات والإجراءات واقتصرها على فئات معينة دون الأخرى، وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى وجود اللامركزية الإدارية في عملية تسويق البحوث العلمية حيث تعمل الجهات المرتبطة بالبحث العلمي بشكل منفصل، ويوجد بالجامعة عدة جهات تعنى بتسويق البحث العلمي كعمادة البحث العلمي وتحتوي على عدة دوائر منها: (دائرة النشر العلمي والتواصل، دائرة الابتكار ونقل التكنولوجيا، دائرة البحث العلمي)، ومكتب التعاون الدولي، و عمادة الدراسات العليا، بالإضافة إلى السبع الكليات التي تضمها الجامعة وغيرها، حيث تبذل جميع هذه الجهات جهوداً مضنية في مجال تسويق البحوث العلمية بما يناسب مع الصلاحيات المتاحة لها وبما لا يتداخل مع واجبات وصلاحيات الجهات الأخرى، إلا أنه ليس هنالك مظلة واحدة تنظم وتنسق وتربط هذه الجهود التسويقية للبحث العلمي مع بعضها بالجامعة، فتجعلها تُظهر ما تم إنجازه في منظومة واحدة متكاملة.

وتتفق هذه النتائج مع ما جاء في دراسة الهنائية (2019) التي أوضحت أن التحديات التي تؤثر على الحراك البحثي في جامعة السلطان قابوس عدة منها: ضعف الوعي بأهمية البحث العلمي وتشتت الجهود المبذولة في هذا المجال.

وتتفق أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة كل من رضوان والغافري (2010) التي أكدت على وجود البطء في الموافقات على المراسلات الواردة من مؤسسات المجتمع المحلي الداعية لمشاركة أعضاء هيئة التدريس في محاضرات والورش والندوات المختلفة.

ثانياً: التحديات البشرية

يُعد الباحث هو العنصر الأساسي في عملية البحث العلمي؛ فبدونه لا يمكن البدء في هذا المشوار الذي أصبح ضرورة للشعوب والأمم للتطوير والتقدم وخدمة الإنسان على هذه الأرض، لكن هذه الأداة الأساسية في عملية البحث العلمي لا تستطيع المضي قدماً إلا بوجود محفزات داخلية وخارجية تأخذ بيدها نحو التميز والتفرد، وتشجعها على تحويل الأفكار إلى تطبيقات، وترجمتها إلى واقع ملموس، ونظراً لهذه الأهمية التي يحملها الباحث في خدمة البحث العلمي؛ فقد أولته جامعة السلطان قابوس اهتماماً كبيراً، وأعطته الثقة الكاملة، ووفرت له ما يحتاجه وفق الإمكانيات المتاحة؛ ليبقى طريق البحث أمامه سالماً (دائرة النشر العلمي والتواصل، 2018، 3).

وعلى الرغم من جميع الجهود التي بذلتها جامعة السلطان قابوس لتذليل الصعاب أمام الباحث في مسيرته البحثية وتسويقها إلا أن المبحوثين يرون أن هنالك مجموعة من التحديات البشرية التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالجامعة، فكان تحدي عدم وجود كوادر بشرية متخصصة في مجال تسويق البحوث العلمية هو التحدي الذي أجمعت عليه أغلبية المبحوثين فقد أشار إليه كل من (FK,SHK,MY,MA,AR,GG,MA, NSH,SB,FW,SG,YH) حيث ذكر (NSH): "ما زال الكادر البشري لدينا ليس لديه قدرات متخصصة في مجال البحث العلمي وتسويقه، فنحن نحتاج إلى التركيز على دعم بناء القدرات البحثية في الجامعة وبالسلطنة على حد سواء، فبناء القدرات مهم جداً لأنه هذا الباحث سيكون له تأثير مباشر على البحوث وجودتها وعلى القدرة الابتكارية فيها، مما سيؤثر بالتأكيد على القدرة التسويقية لهذه البحوث أيضاً".

وأضاف (AR) و (AR2) أن المتطلبات الأكاديمية والأعباء الإدارية للأكاديميين تشكل تحدي على نتائجهم البحثية وبالتالي على القدرة التسويقية، وأوضح (AR2) ذلك بقوله: "إن الباحث عادة ما يكون أكاديمي لديه العديد من المهام التي يناط به إنجازها كالمهام التدريسية والمهام الإدارية وغيرها مما يجعل الإنتاج البحثي المتوقع من عضو هيئة التدريس غير معرف بشكل دقيق".

وتنفذ جامعة السلطان قابوس العديد من المبادرات التي وضعت الأسس و عملت على رفع مستوى الهياكل التنظيمية ذات الصلة بالبحث العلمي، منها إنشاء عدد من المراكز البحثية (جامعة السلطان قابوس، 2018) بالإضافة إلى إنشاء العديد من الدوائر والمكاتب التي ترتبط بالبحث العلمي وتدخل في العملية التسويقية له، ويبين (RA,GG,SB) بأن هنالك قلة إقبال من الباحثين للإستفادة من الخدمات التي تقدمها هذه المراكز والدوائر على الرغم من توفرها مما يشكل تحدي يجب التركيز عليه، ويقول (GG): "من التحديات التي نواجهها عدم مبادرة الباحثين وعلية فإننا نتمنى أن يكون لدى الباحثين الرغبة في التواصل معنا لكي نستطيع تقديم المساعدة لهم، كما نتمنى أن يكون الباحث أكثر انفتاحاً بحيث يكون قادر على توصيل نتاجاته البحثية والتسويق لها عبر الوسائل الحديثة".

كما يذكر (RA) في هذا السياق: "لدينا قلة في عدد طلبات الحضور للمؤتمرات بسبب ظروف الجائحة الحالية، وعلية فقد عملنا على الترويج للمؤتمرات المرئية وذلك عن طريق إرسال تعاميم عبر البريد الإلكتروني لكافة الباحثين والأكاديميين العاملين بالجامعة، ورغم ذلك نلاحظ بأن أغلبهم لا يقومون بفتح التعاميم التي تصلهم عبر البريد الإلكتروني". وأشار (AR2) إلى تحدي استقطاب باحثين مميزين بقوله: "إن العائق أو التحدي الأكبر هو إيجاد آليات لاستقطاب وجذب باحثين متميزين، فتجد في كل كلية عدد محدود من الباحثين والذين يمكن عددهم بأصابع اليد وتكون مستوياتهم متوسطة وفي أحيان أخرى تحت المتوسطة".

ومن خلال العرض السابق للاستجابات فقد أوضح المبحوثين عدداً من التحديات البشرية التي تواجه جامعة السلطان قابوس في عملية تسويق البحوث العلمية تتمثل في غياب الكوادر البشرية المتخصصة في مجال تسويق البحوث العلمية، بالإضافة إلى وجود العديد من المتطلبات الأكاديمية والأعباء الإدارية لدى الأكاديميين والتي تؤثر على الإنتاجية البحثية والقدرة التسويقية لديهم، وقلة إقبال من الباحثين على المراكز والدوائر ذات الصلة بالبحث العلمي وعملية تسويقه للإفادة من خدماتها، فضلاً عن تحدي استقطاب باحثين متميزين، وترى الباحثة أن ما تم التوصل إليه من نتائج قد تكون من أبرز أسبابه هو نقص التركيز على الثقافة التسويقية للبحوث العلمية الأمر الذي ينعكس على أولويات العمل لدى كل من الإداريين والأكاديميين والباحثين على حد سواء، ويؤثر على مستوى الرغبة في الإستفادة من الفرص المتاحة والخدمات المتوفرة ويلقي بثقله على القدرة الإبداعية والابتكارية في مختلف النتائج البحثية في جامعة السلطان قابوس.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة كل من رضوان والغافري (2010) التي أكدت على وجود زيادة في العبء التدريسي لدى أعضاء الهيئة التدريسية بكلية التربية في جامعة السلطان قابوس وما له من تأثير في نقص النشاط البحثي، حيث أنهم مثقلين بالمحاضرات مما لا يوفر لهم الوقت لممارسة أهم أعمال الأساتذة الجامعيين وهو البحث العلمي.

وتتفق أيضاً مع دراسة بيت سعيد وبوعزة (2015) التي بينت أنه من معوقات استخدام أعضاء هيئة التدريس بالكليات الاجتماعية والإنسانية بجامعة السلطان قابوس الشبكات الاجتماعية المهنية في البحث والتواصل العلمي هي كثرة الأعباء الروتينية الملقاة على عاتق عضو هيئة التدريس.

كما تتفق النتائج مع ما جاء في دراسة كاظم والجمالي (2004) والتي أوضحت عدد من معوقات البحث العلمي في جامعة السلطان قابوس في مجال أعباء الباحث فبينت أنها تتركز فيما يقوم به الباحث من أعباء كبيرة في التدريس، والأعمال الإدارية، والإشراف الأكاديمي.

ثالثاً: التحديات المالية

توفر جامعة السلطان قابوس ستة مصادر لتمويل البحث العلمي هي: المنح الداخلية، ومكرمة جلالة السلطان قابوس لدعم البحوث الاستراتيجية، والبحوث المشتركة، والخدمات الاستشارية، والمنح الخارجية، ومنح مجلس البحث العلمي (جامعة السلطان قابوس، 2018، 36). وعلى الرغم من ذلك فقد أشار أغلبية المبحوثين (NSH،SB،AR2،MA،SG،YH،RA،SHK،MY،AR،GG،) إلى نقص وعدم كفاية التمويل المخصص للبحث العلمي كإحدى التحديات التي تواجه جامعة السلطان قابوس في عملية تسويق البحوث العلمية، ويذكر (AR) موضحاً في هذا السياق: "إن الدعم المالي موجود ولكنه بسيط، فنحن كلية كبيرة يوجد بها عدد كبير من الأكاديميين الذين لديهم الرغبة في عمل أبحاث وتتطلب هذه الأبحاث تكلفة كبيرة بعضها قد يصل إلى عشرة آلاف ريال عماني وأخرى تصل إلى عشرين ألف ريال عماني، في حين أن بعضها يصل ثلاثين ألف ريال عماني، وتستغرق بعض هذه الأبحاث مدة طويلة تصل إلى سنتين، كما أن بعضها ليست مرتبطة بالعمانيين، لذلك لا تحصل على دعم من الجهات المختصة على الرغم من أنها أبحاث أساسية ومهمة، والمبلغ الذي يصلنا محدود ولا يكفي لتغطية عدد كبير من هذه الأبحاث".

ويضيف (MY): "إن الدعم المالي غير كافي لإجراء عمليات التسويق للبحوث العلمية، فعلى سبيل المثال عند الرغبة في القيام بتسويق دولي كالمشاركة في مؤتمر خارجي فإن ذلك يتطلب مبالغ مالية كبيرة لتنظيم، سواء لحجز السكن أو توفير الأدوات اللازمة للباحث للمشاركة في المعارض التي غالباً ما تصاحب مثل هذه المؤتمرات".

كما أشار المبحوثين إلى تحديات مالية أخرى تؤثر على العملية التسويقية للبحوث العلمية بالجامعة تتمثل في عدم وجود حوافز وهذا ما أكد عليه كل من (RA،SHK،MY،AR،GG،NSH،SB،FW،MA،YH،) حيث ذكر (GG): "إن عدم وجود حوافز من التحديات التي نواجهها، والتي يمكن أن يؤثر على مستوى الارتياح والرغبة في الإنجاز لدى العاملين، فأتوقع أن الحوافز سواء كانت معنوية أو مادية تؤثر بشكل كبير، سابقاً كان لدينا حوافز ولكن مع ظهور الأزمة أصبح الأمر مختلف تماماً، فعلى سبيل المثال سابقاً كانت تصلنا رسائل شكر وهذا بحد ذاته حافز معنوي".

وأجمع أغلبية المبحوثين (RA،SHK،MY،AR،GG،NSH،SB،FW،MA،YH،) أيضاً على عدم وجود دورات تدريبية تساعدهم على تنمية وتطوير قدراتهم ومهارتهم التسويقية لتتأقلم مع التغيرات المتسارعة في عملية تسويق البحوث العلمية، وذلك ما أشار إليه (YH): "نحن بحاجة إلى حوافز ودورات تدريبية في مجال التسويق للبحوث العلمية، فالأساليب والوسائل التي تستخدم في التسويق اليوم ليست كالتي كانت تستخدم قبل خمس سنين مضت، وعليه لا بد أن يواكب موظفينا هذا التطور المتسارع من خلال تدريبهم وتأهيلهم في هذا المجال، لأن الحافز والتدريب هو الذي يعطي الموظف الشغف لبذل المزيد والاستمرار والتجديد في العمل".

ومن خلال العرض السابق أجمع المبحوثين على عدد من التحديات المالية التي تواجه جامعة السلطان قابوس في مجال تسويق البحوث العلمية تتمثل في: نقص وعدم كفاية التمويل المخصص للبحث العلمي، وعدم وجود حوافز، بالإضافة إلى عدم وجود دورات تدريبية، وتعزوا الباحثة ما تم التوصل إليه من نتائج إلى تداعيات الأزمة الاقتصادية والانتشار السريع لفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) وما رافقه من إجراءات وقائية اتخذتها دول العالم شتى بما فيها سلطنة عمان للحد من تفشي هذه الجائحة وما صاحبها من ركود اقتصادي، الأمر الذي انعكس بدوره على الموازنات العامة للدول، وعلى الموازنة المالية لجامعة السلطان قابوس.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة المعمرى (2020) والتي أكدت على غياب عوامل التشجيع والتحفيز لأجراء البحوث التربوية في مجال المواضيع المرتبطة بالموطنة في كلية التربية بجامعة السلطان قابوس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.

كما تتفق مع ما جاء في دراسة السليمانى (2019) التي أوضحت أنه من ضمن التحديات في تنفيذ الخطط الاستراتيجية لجامعة السلطان قابوس وجود قصور في الفرص التدريبية للموظفين، ونقص في عدد الموظفين، بالإضافة إلى غياب أشكال التحفيز المادي.

العاني ولاشين (2017) التي أوضحت عدد من معوقات ممارسة السياحة الفكرية بجامعة السلطان قابوس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس كان من أبرزها قلة المبالغ المخصصة للمشاركة في المؤتمرات الخارجية، وغياب الحوافز التي تدفع عضو هيئة التدريس للمشاركة في المؤتمرات.

وتتفق أيضاً مع دراسة بيت سعيد ويو عزة (2015) التي بينت أنه من معوقات استخدام أعضاء هيئة التدريس بالكليات الاجتماعية والإنسانية بجامعة السلطان قابوس الشبكات الاجتماعية المهنية في البحث والتواصل العلمي هي غياب الحوافز وفرص التدريب المناسبة.

رابعاً: تحديات المشاركة المجتمعية

أزادت الحاجة إلى تعزيز الروابط بين الجامعات والقطاع الخاص بشكل كبير نتيجة الاهتمام الذي تبذله مختلف دول العالم في سبيل تطوير وضعها الاقتصادي، وزيادة قدراتها التنافسية، والاهتمام بمواكبة التطور التكنولوجي، والابتكارات العلمية؛ لتطوير القدرات التنافسية في ظل العولمة، وحرية التجارة العالمية (Hughes, 2006)، وعليه اتجهت دول العالم المختلفة إلى البحث عن بعض الآليات لتفعيل هذه الوظيفة داخل الجامعات، وتحقيق المزيد من التلاحم بين الجامعة والمجتمع، ومن بين هذه الآليات تبني مدخل الشراكة بين الجامعات ومؤسسات وقطاعات المجتمع المختلفة (المزين، صبيح، 2015).

وهذا ما ركزت عليه أيضاً جامعة السلطان قابوس فهي تعتبر التواصل مع المجتمع -الشراكة المجتمعية- أحد المرتكزات الأساسية لمهامها، حيث دأبت على تقوية قنوات التواصل المجتمعية وذلك من خلال تشكيل عدد من لجان الارتباط مع الوزارات والمؤسسات الخاصة لمناقشة أسس وسبل إسهام الجامعة في البرامج المشتركة والاحتياجات المجتمعية (جامعة السلطان قابوس، 2018، 37، 38). وعلى الرغم من جميع هذه الجهود إلا أن المبحوثين يرون أن هنالك عدد من التحديات التي تواجه جامعة السلطان قابوس في جانب المشاركة المجتمعية لتسويق البحوث العلمية منها: عدم ثقة الشركات بقدرة نتائج البحث العلمي على حل المشكلات التي تواجه أنشطتها وهذا ما أشار إليه (NSH) بقوله: "لا يزال القطاع الخاص لا يؤمن بنتائج البحث العلمي بشكل كبير، الأمور الذي يجعل رغبتهم محدودة في وضع موازناتهم للبحث العلمي، وعليه فنحن بحاجة إلى تغيير فكرة القطاع الخاص حول أهمية البحث العلمي وقدرته على إيجاد حلول للمشكلات التي تواجههم".

بالإضافة إلى تحدي غياب السياسات البحثية التي تركز على الجانب التطبيقي بين البحث العلمي ومؤسسات الصناعة والإنتاج، وذلك ما ذكره (FK) حيث قال: "نحن نحتاج إلى بحوث ذات جودة عالية، وإلى بحوث ذات طابع ابتكار، نحتاج إلى بحوث تطبيقية ترتبط بالمجتمع وتكون ذات أثر كبير عليه بحيث يستطيع المجتمع الاستفادة منها، كما نحتاج إلى تشجيع الهيئة الأكاديمية للقيام بمثل هذه البحوث والسعي إلى إيصالها لكافة الجهات المعنية لتستفيد منها".

وتطرق كل من (YH، FW، SHK) إلى ذكر تحدي آخر في هذا الجانب وهو الفجوة بين دور الجامعة البحثي ومتطلبات سوق العمل، وفي هذا السياق قال (FW): "أنا أعتقد أن البنية التحتية الخاصة بالبحث العلمي في جامعة السلطان قابوس على مستوى عالمي وقد قامت الجامعة بالصرف عليها كثير، إلا أننا نحتاج إلى بحوث موجهة، فمعظم البحوث في الجامعة هي لنشر العلمي؛ لذلك كانت هنالك الكثير من التساؤلات من فئات المجتمع عن تواجدها بالسوق".

وتحدي عدم وجود ثقافة الاستفادة من البحوث العلمية لأغراض الممارسات المجتمعية الذي أشار إليه (SB): "ليس لدينا ثقافة الاستفادة من البحوث للممارسات المجتمعية، فهناك الكثير من الأبحاث التي عملت إلا أن القليل منها رأى النور من الناحية التسويقية أو التطبيقية".

ومن خلال العرض السابق للاستجابات المبحوثين تم ذكر عدد من التحديات التي تواجه جامعة السلطان قابوس في جانب المشاركة المجتمعية لتسويق البحوث العلمية تتمثل في عدم ثقة الشركات بقدرة نتائج البحث العلمي على حل المشكلات التي تواجه أنشطتها، وغياب السياسات البحثية التي تركز على الجانب التطبيقي بين البحث العلمي ومؤسسات الصناعة والإنتاج، بالإضافة إلى الفجوة بين دور الجامعة البحثي ومتطلبات سوق العمل، وعدم وجود ثقافة الاستفادة من البحوث العلمية لأغراض الممارسات المجتمعية، ويمكن أن تفسر الباحثة ما تم التوصل إليه من نتائج إلى حداثة تجربة تسويق البحوث العلمية بجامعة السلطان قابوس، حيث بدأت تتجلى معالمها بصورة واضحة مع قيام الجامعة بإنشاء وتأسيس

عدد من الدوائر والمكاتب والمراكز التي تعنى بالبحث العلمي والعملية التسويقية له، فعلى سبيل المثال تم استحداث مركز الابتكار ونقل التكنولوجيا مؤخراً في عام 2018م، وكذلك بالنسبة لدائرة النشر العلمي والتواصل حيث تم تأسيسها عام 2009م، فضلاً عن أن مكتب التعاون الدولي تم تأسيسه بعام 2002م، وغيرها من هذه الجهات التي يرتبط عملها بتسويق البحث العلمي، حيث بدأت هذه الجهات جهوداً حثيثة لتفعيل عملية التسويق للبحوث العلمية، وإبراز المنجزات البحثية للمجتمع الخارجي إلا أن هذه الجهود لا تزال وليدة تسعى لكي تتطور وتنمو خلال السنوات القادمة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة الغامدي (2014) التي أكدت على محدودية رغبة الشركات المحلية في الاستفادة من نتائج البحوث العلمية، حيث ترى تلك الجهات أن الأبحاث لا تعبر عن حقيقة المشاكل التي تواجه أنشطتها.

وتتفق أيضاً مع دراسة هزايمة (2011) التي أظهرت أنه من ضمن التحديات والمشكلات التي تواجه البحث العلمي في الجامعات الأردنية هي قلة التفاعل بين الجامعات ومؤسسات القطاع الخاص بنسبة مئوية بلغت 80% وبدرجة كبيرة جداً.

كما تتفق مع ما جاء في دراسة الحريري (Al-Hareri, 2010) والتي بينت نتائجها وجود فجوة بين الجامعات اليمينية وقطاع الأعمال حيث اكتفاء المؤسسات الإنتاجية والخدمية بما لديها من خبراء لحل مشكلات العمل بها.

المراجع:

- أبو علام، رجاء محمود(2013). *مناهج البحث الكمي والنوعي والمختلط*. دار الميسرة للنشر والتوزيع.
- البوسعيدية، روية (17 /سبتمبر/ 2019). *الاستثمار في التعليم التكنولوجي والمهارات الرقمية من أجل زيادة الاعمال على المستوى الإقليمي*. منتدى الابتكار التقني في التعليم بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مسقط، سلطنة عمان. <https://2u.pw/lZvMQ>
- بيت سعيد، سهام بنت عوض بن رجب عجزون، بوعزة، عبد المجيد (2015). *استخدام أعضاء هيئة التدريس بالكليات الاجتماعية والإنسانية بجامعة السلطان قابوس الشبكات الاجتماعية المهنية في التعليم والبحث والتواصل العلمي*. (رقم وثيقة النشر 964105) [رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس]. دار المنظومة.
- جامعة السلطان قابوس (2020). *إدارة البحث العلمي*. تاريخ الاسترجاع: 2/أكتوبر /2020، استرجع من: <https://www.squ.edu.om/research-ar>
- جامعة السلطان قابوس(2018). *التقرير السنوي لجامعة السلطان قابوس 2018*. سلطنة عمان، جامعة السلطان قابوس. <https://bit.ly/3yCiUmh>
- الجبرية، حليلة بنت بدر بن هلال (2016). *المجلات العلمية المحكمة في سلطنة عمان والعوامل المؤثرة على إتاحتها إلكترونياً عبر الوصول الحر [رسالة ماجستير غير منشورة]*. جامعة السلطان قابوس.
- الحجي، أحمد إسماعيل، عبد الحميد، حسام حمدي(2012). *الجامعة والتنمية البشرية اصول نظرية وخبرات عربية واجنبية مقارنة*. عالم الكتب نشر توزيع طباعة.
- الحريري، خالد، المخلافي، افتهان (2017). *تصور مقترح لتسويق البحوث التطبيقية في الكليات العلمية والتطبيقية بالجامعات اليمينية وتوظيفها لخدمة المجتمع وتنميته*. *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي*، 10(31)، 145-170.
- الخياط، ماجد محمد(2010). *أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية*. دار الراجحة للنشر والتوزيع.
- دائرة النشر العلمي والتواصل(2016). *البحث العلمي في ظل الأزمة الاقتصادية أكاديميون يوضحون الآثار السلبية ويقترحون الحلول*. *مجلة تواصل*، 32-1-FCshE. <https://2u.pw/FCshE.1-32>
- رضوان، هند اوي محمد حافظة، الغافري، راشد بن سليمان (2010). *إمكانية تطبيق نظام الاعتماد الأكاديمي بكلية التربية في جامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس*. *الثقافة والتنمية*، 11(35)، 176-244.
- رؤية عمان 2040 خطط ومشاريع مستقبلية تستوعب الواقع الاقتصادي والاجتماعي ومستشرقه لسنوات قادمة من التطور (20 يناير 2020). *جريدة الوطن-سلطنة عمان*. مسترجع من: <http://alwatan.com/details/369469>
- الرويلي، محمد صالح ضبيع(2012). *إدارة البحث العلمي في الوطن العربي*. *مجلة الثقافة والتنمية*، 12(55)، 72-91.
- زيتون، كمال عبد الحميد(2006). *تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونياً*. عالم الكتب نشر وتوزيع وطباعة.

السليمان، فاطمة بنت سليمان بن علي، العوفي، علي سيف، الحجي، خلفان بن زهران بن حمد (2019). *إعداد الخطط وإجراءات تنفيذها في مكتبات جامعة السلطان قابوس*. (رقم وثيقة النشر 1050328) [رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس]. دار المنظومة.

شابي، محمد (2019). البحث العلمي في الجزائر بين ضمان الجودة وتنمين النتائج. مجلة رماح للبحوث والدراسات، ع(31)، 335-342.

الشكيلة، جوخة عبد الله (15 مايو/ 2018). *فرص وتحديات استقطاب الطلبة الدوليين بمؤسسات التعليم العالي في السلطنة* [ورقة عمل]. قضايا التعليم العالي، مسقط سلطنة عمان.

عالم عربي. تاريخ الاسترجاع (2/ أكتوبر / 2020). مسترجع من: <http://alamarabi.com/2020/08/>

العاني، وجيهة ثابت، لاشين، محمد عبد الحميد (2017). ممارسة السياحة الفكرية بجامعة السلطان قابوس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها وعلاقتها ببعض المتغيرات. *المجلة التربوية*، 32(125)، 343-383.

عبد الحميد، طلعت أسعد (2013). *التسويق الفعال كيف تواجه تحديات القرن 21* (18). تنوير للترجمة والنشر والتوزيع.

عبد العلي، أيوب، سهايلية، شكري، سهايلية، رفيق (2019). *إسهامات برامج التعليم العالي في تطوير البحث العلمي لتحقيق التنمية المستدامة*. *مجلة العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية*، 2(1)، 16-100.

الغامدي، علي أحمد رافع (2014). *تصور مقترح لاستراتيجية تسويق الخدمات البحثية بجامعة أم القرى*. *مجلة كلية التربية*، 3(55)، 469-484.

قنديلجي، عامر، السامرائي، إيمان (2010). *البحث العلمي الكمي والنوعي*. دار اليازوري.

كاظم، علي مهدي، الجمالي، فوزية بنت عبد الباقي (2004). *معوقات البحث العلمي في جامعة السلطان قابوس ومقترحات حلها*. *المجلة العربية للتربية*، 24(1)، 45-84.

المجلس الأعلى للتخطيط (2019). *وثيقة رؤية عمان 2040*. مسقط: مكتب الرؤية.

المجلس الأعلى للتخطيط (2019). *وثيقة رؤية عمان 2040*. مسقط: مكتب الرؤية.

المزين، سليمان، صبيح، لينا (2015). *معوقات تفعيل الشراكة المجتمعية في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة وسبل الحد منها*. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية*، 29(9)، 1763-1786.

المعمري، سيف بن ناصر بن علي، الغربية، زينب محمد، السعيد، حميد بن مسلم (2020). *واقع البحوث التربوية في مجال المواطنة وأفاق تنميتها المستقبلية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية جامعة السلطان قابوس*. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي*، 40(4)، 183-207.

هزايمة، فاضل غازي (2011). *أنموذج مقترح لتفعيل دور الإدارة الجامعية في تطوير البحث العلمي*. *مجلة كلية التربية*، 35(2)، 477-509.

الهناينة، خلود بنت محمد بن حمد، العبري، خلف بن مرهون، إسماعيل، عمر هاشم (2019). *أنشطة وتحديات تدويل التعليم العالي في جامعة السلطان قابوس* (رقم وثيقة النشر 1050060) [رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس]. دار المنظومة.

Hughes, A. (2006). *University-industry linkages and UK science and innovation policy*. Cambridge: Centre for Business Research, University of Cambridge. retrieved from: <https://2u.pw/R9V1b>

Ukaj, F. (2010). Marketing Concept as a tool for Development of Tourism in Kosovo. *Journal of Environmental Management and Tourism (JEMT)*, 1(01), 57-62. <https://2u.pw/jBuxu>

Academic Ranking of World Universities. Shanghai Ranking. 1/10/ 2020. Retrieved from : <http://www.shanghairanking.com/ARWU2020.html>

Al-Hareri, K. (2010, October). The relationship between universities and the private sector and its role in achieving the quality of higher education in the Republic of Yemen. In *Scientific Higher Conference towards Sustainable Development, Held* (pp. 11-13).

