

قضايا بحثية

سارة مشعي الدوسري

ملخص تنفيذي لمشروع بحثي

تسويق الخدمات التعليمية لجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل في ضوء خبرات بعض الجامعات العالمية

رسالة مقدمة إلى قسم أصول التربية استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير
أصول التربية

إعداد:

فهد بن مشعي بن بريكان الدوسري

إشراف:

د. عبد الله بن أحمد العوامله

أستاذ أصول التربية المشارك

كلية التربية - جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل

1443هـ / 2022م

مقدمة:

التعليم الجامعي يواجه أزمة في تمويل برامجه، نظرًا لارتفاع تكاليف التعليم عمومًا، وانخفاض الدعم الحكومي، أدى ذلك لأن تقوم الجامعات بتبني اقتصاديات السوق، لتتمكن من أداء الدور الذي تقوم به في تقدم المجتمعات وتنميتها والرقى بها إلى أعلى المستويات، من خلال استثمارها في رأس المال البشري.

وتعاني معظم الدول العربية من مشاكل اقتصادية، انعكست بشكل سلبي في قدرتها على توفير الموارد المالية اللازمة، لاحتياجات التعليم الجامعي ومتطلباته، وتشير الإحصاءات الخاصة بالتعليم الجامعي إلى أن معظم الدول العربية، يتوفر لديها رأس المال البشري من حيث الكم في مؤسساتها الجامعية، إلا أنها ما زالت تحتاج إلى الموارد المالية الكافية في جميع مؤسساتها الجامعية (الفريجات، 2013، ص. 42).

وحيث إن التعليم الجامعي أهم مراحل التعليم التي تحتاج إلى التمويل اللازم لتطويره وأصلاحه، لأنه يغذي المجتمع بالكفاءات العلمية اللازمة لمواجهة المتغيرات المعاصرة، فالتمويل يعد شريان الحياة بالنسبة للجامعة للقيام بوظائفها وتحمل مسؤولياتها تجاه المجتمع (عبدربه، 2013، ص. 16).

ونظرًا للتحول في معايير الجودة من المعايير المحلية إلى المعايير العالمية التي تضعها منظمات دولية متخصصة، جعل مؤسسات التعليم العالي أمام تحد لا بد لها أن تتخطاه، للوصول إلى مستوى المنافسة محليًا ودوليًا، مما يجعلها تسعى إلى رفع الحصة السوقية، لذا يبدو من الواضح

المقدمة والأهداف:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف متطلبات تسويق الخدمات التعليمية في جامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.

تأتي أهمية الدراسة في ملء الفجوة البحثية حول هذا الموضوع في السياق السعودي، حيث تم تحديد ندرة الدراسات السابقة التي تناولت هذا الجانب في الجامعات السعودية.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى:

1- التعرف إلى واقع تسويق الخدمات التعليمية لجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل.

2- الكشف عن معوقات ومتطلبات تسويق الخدمات التعليمية لجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل.

3- استعراض أهم خبرات الجامعات العالمية في مجال تسويق الخدمات التعليمية.

الفصل الثالث: منهج الدراسة وإجراءاتها

يتناول الفصل الحالي الإجراءات والطرق العملية التي استخدمت لبناء منهجية الدراسة والمتمثلة في المنهج المستخدم في الدراسة، وكذلك مجتمع الدراسة وعينتها، ووصفًا لأداة الدراسة، وطرق التحقق من صدقها وثباتها، إضافة إلى إجراءات تطبيق الدراسة، وأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

أولاً: منهج الدراسة:

للإجابة عن السؤال الرئيس للدراسة، والمتمثل بمعرفة واقع تسويق الخدمات التعليمية لجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل في ضوء خبرات بعض الجامعات العالمية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم مع طبيعة الدراسة حيث يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، ويقوم بوصفها وصفًا دقيقًا ويوضح خصائصها من خلال جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، ثم يقدم النتائج في ضوءها.

ثانيًا: مجتمع الدراسة وعينتها:

أ. مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس بجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل؛ البالغ عددهم (1502) عضو هيئة تدريس، وفقًا لإحصائية عمادة البحث العلمي بالجامعة للعام الدراسي 1441/1442 هـ ملحق (1)، والجدول الآتي يصف مجتمع الدراسة:

منهجية الدراسة :

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية من أعضاء هيئة التدريس في جامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل.

تم التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

ثانيًا: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها:

والذي نصه: "ما واقع تسويق الخدمات التعليمية لجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل من

وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟"، وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لترتيب فقرات بعد واقع تسويق الخدمات التعليمية لجامعة الإمام

عبدالرحمن بن فيصل، والجدول (10) يوضح ذلك:

جدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات بعد

واقع تسويق الخدمات التعليمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة الإمام

عبدالرحمن بن فيصل مرتبة تنازليًا حسب المتوسطات الحسابية.

رقم الفقرة	رتبة الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الموافقة
15	1	تقدم الجامعة برامج لإكمال الدراسات العليا في مختلف التخصصات	3.70	0.989	0.740	عالية
8	2	استخدام الجامعة للتقنيات الحديثة لتسويق خدماتها التعليمية	3.21	1.039	0.642	متوسطة

النتائج الرئيسية :

كشفت النتائج عن درجة متوسطة لتوافر متطلبات تسويق الخدمات التعليمية في الجامعة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.

تم تحديد أبرز المتطلبات في المجالات التالية:

البنية التحتية التسويقية، والتخطيط والتنظيم التسويقي، والتركيز على احتياجات المستفيدين، والترويج والاتصالات التسويقية.

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أعضاء هيئة التدريس تعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية.

التوصيات و المساهمات العلمية :

قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات العملية لتطوير متطلبات تسويق الخدمات التعليمية في الجامعة، مثل تطوير الخطط التسويقية وتحسين البنية التحتية والتركيز على احتياجات المستفيدين.

تمثل هذه الدراسة مساهمة علمية في ملء الفجوة البحثية حول تسويق الخدمات التعليمية في السياق السعودي، وتقديم رؤى جديدة لتطوير هذا الجانب في الجامعات.

شکرا