

تسويق البحث العلمي بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة
من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس العاملين بهاخيرية محمد شبيش¹، هاجر أحمد الشريف²، سارة محمود الكامل فسيخه³¹قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة مصراتة، مصراتة، ليبيا K.shabash@eps.misuratau.edu.ly²قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة مصراتة، مصراتة، ليبيا hajer.alshref@eps.misuratau.edu.ly³طالبة بقسم التسويق، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة مصراتة، مصراتة، ليبيا

ملخص البحث

الكلمات المفتاحية

البحث العلمي، تسويق البحث العلمي،
معوقات تسويق البحث العلمي

الملخص

هدف البحث إلى التعرف على واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية. مصراتة، وكذلك معرفة المعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية- مصراتة، ولقد تكون مجتمع البحث من جميع أعضاء هيئة التدريس القارين بالأكاديمية. مصراتة والبالغ عددهم (45) عضواً وتم استخدام المنهج الوصفي ومن خلال الاستبانة تم تجميع بيانات البحث. وأظهرت نتائج البحث وجود تدهور في تسويق البحوث العلمية في الأكاديمية الليبية فرع مصراتة، وكذلك وجود معوقات تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة.

Abstract

Libyan The research aimed to identify the reality of marketing scientific research at the Academy. Misurata , as well as knowledge of the obstacles facing the marketing of scientific research in - the Libyan Academy- Misrata , and the research community consisted of all members of the teaching staff affiliated with the Academy- Misurata , and their number reached (45) members, and the descriptive approach was used, and through the questionnaire , the research data was collected

of the research showed that there is a decline in the marketing of scientific research in the Libyan Academy, the Misurata branch , as well as c and d obstacles facing the marketing of scientific . research in the Libyan Academy, the Misurata branch

Keywords

Scientific research, scientific research marketing, scientific research marketing obstacles

1- المقدمة :

حيث أشارت دراسة الشريف (2019) بضعف الإمكانيات البحثية إضافة إلى تدمير الأسرة الجامعية من الواقع التعليمي الحالي و التباطؤ في تحسن البيئة الجامعية مع ضعف من يقدمون الخدمة فضلاً عن ضعف ثقافة الجودة ، و بينت دراسة المجيدل و شماس (2010) أن هناك قصوراً في نشاط البحث العلمي في المجال التربوي و الاجتماعي لكليات التربية، حيث يواجه أعضاء هيئة التدريس معوقات عديدة للبحث العلمي، ومن جهة أخرى أظهرت دراسة عبد الجمل (2019) أن البحث العلمي يعد موجهاً لأغراض الترقية و نادراً ما يتوجه إلى معالجة مشكلات الاجتماعية.

3. تساؤلات البحث:

يضم البحث مجموعة من التساؤلات متمثلة في الآتي:

1. ما واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة؟
2. ما هي المعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة؟

4. أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة.
2. معرفة المعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة.

5. أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في كونه يساهم في التحول من حفظ المعرفة إلى انتشارها في التنمية الاقتصادية، حيث أصبح البحث العلمي يشارك في حل مشكلات المجتمع وركيزة الاقتصاد في الدول المتقدمة. ويساهم في بناء ثقافة بحثية لدى أعضاء هيئة التدريس

تعد البحوث العلمية الركيزة الأساسية في التعليم للحصول على أكبر قدر من المعرفة والتوصل للحلول للمشكلات، أو الإجابة عن تساؤلات معينة باستخدام أساليب علمية، وبالرغم من أهميتها إلا أنها لازالت دون مستوى الطموحات، حيث أن أغلب مؤسسات التعليم تهتم بالتعلم أكثر من اهتمامها بمشكلات المجتمع.

ولكي تساهم البحوث العلمية في حل مشاكل المجتمع المختلفة تحتاج إلى تسويقها، حيث أن التسويق يمكن من إيجاد علاقة التواصل بين مؤسسات المجتمع، وتعد استجابة حاجة المجتمع من الخدمات التعليمية والتي منها البحوث العلمية باعتبار أن تسويق البحوث العلمية يرتبط بالمستفيدين منها، بحيث يركز على إشباع حاجاتهم ورغباتهم المختلفة. فتعزيز قدرة المؤسسات التعليمية في استثمار إنتاجها البحثي لخدمة المجتمع وربط علاقتها بمؤسسات المجتمع يتطلب أساليب متطورة في تسويق البحوث العلمية لتلبية احتياجات مؤسسات المجتمع، وكون أن التسويق لم يعد محتكر على المنظمات الصناعية بل أصبح مجالاً مهم في مؤسسات التعليم العالي. ويعد تسويق البحوث العلمية من وسائل نقل ونشر نتائج البحوث العلمية واستثمارها، حيث أن هذه البحوث يجربها الباحثون ويتم نقلها إلى المجتمع، سواء كانت بحوث نظرية أو تطبيقية ومن خلال تحديد احتياجات الجهات المستفيدة من مختلف القطاعات.

2. مشكلة البحث:

يعد البحث العلمي أحد الوظائف لمؤسسات التعليم العالي، وأهدافه الأساسية في نشر المعرفة بين أفراد المجتمع، بالتالي فإن تسويق البحوث العلمية يساهم في نشر المعرفة والاستفادة من البحوث العلمية ونتائجها في حل مشاكل المجتمع.

جدول رقم (1) الدراسات السابقة

الباحث	عنوان البحث	نتائج البحث
الشريف 2019	جودة البحث العلمي في الجامعات الليبية: معالم الواقع والتحديات المستقبل	ضعف الأداء الوظيفي والتسيب الإداري و ضعف دعم البحث العلمي
خيرة 2019	أخلاقيات البحث العلمي في الدراسات الإعلامية	بينت النتائج ان نسبة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي متوسطة
عبد الجمل 2019	الصعوبات التي تواجه الأكاديميين في إعداد البحوث العلمية	أشارت نتائج البحث بأن الصعوبات التي تواجه الأكاديميين في إعداد البحوث العلمية كانت مرتفعة بشكل عام و منها الصعوبات المالية و الإدارية و الحصول على المعلومات و النشر و التوزيع
همشري 2017	صعوبات البحث العلمي لدى طلبة الدراسات العليا	اظهرت النتائج ان درجة الصعوبات كانت متوسطة و من هذه الصعوبات الصعوبة في تجميع المعلومات وفي تحديد أهمية البحث و الصعوبة في تحديد الدراسات السابقة
شيهوب 2017	مشكلات البحث العلمي في الجامعات الليبية و سبل حلولها	بينت النتائج وجود مشاكل تعرقل البحث العلمي ومنها الإمكانيات المادية، والتي بوجودها يمكن رصد الميزانيات المطلوبة وتخفيف الأعباء التدريسية، أو تفرغ أعضاء هيئة تدريس للبحث العلمي،

وطلاب الدراسات العليا. وتقديم جميع الخدمات لتيسير عمل الباحثين وتشجيعهم.

كما أن تسويق البحوث العلمية يساهم في تعزيز دور التعليم في استثمار نتائج بحوثه لخدمة المجتمع، وتحسين جودة البحوث العلمية وربطها بمشاكل المجتمع.

6. منهجية البحث:

انطلاقاً من مشكلة البحث وأهدافه تم إتباع المنهج الوصفي، نظراً لكونه المنهج الأكثر استخداماً في دراسة الظاهرة بصورة نوعية أو كمية، فهو يساعد في التعرف على ظاهرة البحث ووضعها في إطارها الصحيح وتفسير الظروف المحيطة بها، ويعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج التي تتعلق بالبحث، وبلورة الحلول التي تتمثل في التوصيات. ويوضح الرفاعي (2009) أن المنهج الوصفي يقدم في البحث العلمي عديد الفوائد التي تساعد على فهم الظواهر الاجتماعية فهو يتيح الطرق أمام الباحث ويستطيع من خلاله استخدام أكثر من أسلوب ويساعد في دراسة العلاقات بين الظواهر المختلفة.

7. مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في أعضاء هيئة التدريس القارين بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة وعددهم (45) عضو هيئة تدريس، وتم أخذ هذه الأعداد من مكتب شؤون أعضاء هيئة التدريس الأكاديمية الليبية فرع مصراتة، وتم أخذهم وفق المسح الشامل.

8. الدراسات السابقة:

تتمثل الدراسات السابقة حول موضوع البحث في جدول رقم (1) في التالي:

محمد 2003	تقييم الباحثين الأكاديميين لمدى الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في مجال الدراسات الإعلامية	أكدت النتائج ان الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي كانت متوسطة
-----------	---	---

المصدر: إعداد الباحثات بناء على المراجع أعلاه

9. الأدب النظري والدراسات السابقة:

يعد البحث العلمي من أهم المهام التي تقوم بها الجامعات و التعليم العالي و كذلك يعتبر أحد المهارات المستقبلية التي تفتح أفقاً واسعة لاكتساب المعرفة واكتشاف البدائل المستقبلية التي تضيف للبناء العلمي و الفكري لمختلف التخصصات الجامعية ، و يعد الحجر الأساسي في بناء القدرات البشرية و تأهيلها وإعدادها، ولكي تكتسب البحوث العلمية أهمية يتطلب من الجهات المعنية نشرها للاستفادة من نتائجها، وبالتالي يعد تسويق البحوث العلمية من الوسائل الحديثة و المتطورة لنقل و إيصال و نشر نتائج البحوث العلمية إلى الجهات المستفيدة للمساهمة في حل مشاكل المجتمع .

وتختلف التعريفات الخاصة بالبحث العلمي باختلاف اتجاهات الباحث، فعرفه عبد الفتاح(2014)، بأنه وسيلة معينة للدراسة يمكن من خلالها الوصول إلى حلول تخص مشكلة معينة ويعتمد ذلك على التقصي الشامل والدقيق لكافة الدلالات التي يمكن إثباتها والتي ترتبط بالمشكلة، وينظر كذلك إلى البحث العلمي على أنه التحري لحل المشكلات الاجتماعية والسياسية باستخدام الأساليب العلمية. وعرفه الجبار (2017) البحث العلمي بأنه محاولة علمية منظمة تقوم على توظيف المنهج العلمي في معالجة المشكلات التي تواجه المجتمع، وإيجاد حلول مناسبة لها، وتحسين مستوى المعيشة، وإثراء الرصيد المعرفي.

وتوفير الأجواء العلمية الملائمة للقيام بأبحاث علمية		
لا يوجد تعاون او تنسيق للتعاون و عمل الخطط البحثية المكتملة بين الجامعات مما يضاعف الجهود و يهدر الإمكانيات	دور الجامعات في دعم البحث العلمي لتعزيز الاقتصاد المعرفي	الجبار 2017
تشير النتائج إلى قصور الجامعة في تسويق البحث العلمي	تسويق البحوث العلمية في الجامعات السعودية من منظور اقتصاد المعرفة	عسير 2017
أن اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو آلية المساهمة في تشجيع البحث العلمي متوسطة	اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو التعليم العالي في تشجيع البحث العلمي لتطوير المجتمع	حوري 2016
أظهرت النتائج موافقة غالبية أعضاء هيئة التدريس على وجود معوقات ادارية	معوقات البحث العلمي في كليات التربية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس	المجيدل و شماس 2010

العلمية و يحقق الميزة التنافسية بين الباحثين و الجامعات ، وكذلك يوفر لها موارد مالية في ظل تراجع الإنفاق الحكومي على البحوث العلمية، ويؤدي إلى التواصل مع المجتمع الخارجي ، وبالتالي يتم الاستثمار الأمثل لمخرجات البحوث العلمية نتائج البحوث العلمية، ويضيف عسيري(2018) أن تسويق البحوث العلمية بين الجامعات والمجتمع يسهم في تبادل الخبرات و إثرائها بين الطرفين، وتعزيز وتقوية دخل الجامعة وسمعتها ووظيفتها وافتتاحها علي قضايا المجتمع، ويتيح فرصة كبيرة لأعضاء هيئة التدريس من ناحية التطبيق الميداني للبحوث، وذلك بتوظيف مهاراتهم ومعارفهم لمواجهة التحديات و القضايا التي تكون محور اهتمام الشركاء خارج نطاق الجامعة، وسد الفجوة المعرفية بين المجتمعات المستهلكة و المستوردة و المجتمعات المتقدمة معرفياً، وتبادل الخبرات.

كما يذكر الحريري و المخلافي (2017) أن تسويق البحوث العلمية يساعد في تبادل الخبرات و إثرائها بين الجامعات و المجتمع و يتيح الفرصة للباحثين بتطبيق بحوثهم ميدانياً، وسد الفجوة المعرفية بين المجتمعات و الباحثين ، كما يحقق العديد من المكاسب الاجتماعية و الاقتصادية المتمثلة في توفير دخل إضافي للجامعات وزيادة في نشر البحوث العلمية و نتائجها، كما تفيد نتائج البحوث العلمية في حل بعض مشاكل المجتمع، إضافة إلى تحسين الوضع المادي للباحثين و المؤسسات البحثية وكذلك تحسين و تطوير البحوث العلمية ، بحيث تصبح ملائمة لاحتياجات و متطلبات الجهات المستفيدة ابتكار وإنتاج طريقة لنقل البحوث العلمية إلى منتجات و نقل نتائجها إلى الجهات المستفيدة للاستفادة منها .

وبالرغم من أهمية تسويق البحوث العلمية إلا أن هناك مجموعة من المعوقات التي يمكن تصنيفها لمعوقات خاصة بالجامعات، وأخرى خاصة بالجهات المستفيدة، إضافة لمعوقات إدارية وتنظيمية.

وأضاف المجيدل وشماس (2010) بأن البحث العلمي هو النشاط الذي يقوم على طريقة منهجية في تقصي حقائق الظواهر بغية تفسير وتحديد العلاقات بينهما وضبطها و التنبؤ بها، وإحداث إضافات أو تعديلات في مختلف ميادين المعرفة. فالبحث العلمي يولد نتيجة لحب الاستطلاع ومعرفة الحقيقة، وتحسين الوسائل التي تعالج مختلف القضايا المجتمع ولكي يتم الاستفادة من البحث العلمي من المهم تسويقه ونشر المعرفة للمساهمة في حل المشكلات وإيجاد الحلول للجهات المستفيدة. وبالتالي تعددت تعريفات تسويق البحوث العلمية، فقد عرف القحطاني (2014) تسويق البحوث العلمية بأنه نقل ونشر نتائج البحوث العلمية بصورة فعالة إلى المجتمع، ويضيف الخليفة (2014) على أن تسويق البحوث العلمية هو عملية استثمار البحوث العلمية التي يجربها أعضاء هيئة التدريس ونقلها إلى المجتمع.

كما يرى زقاي (2015) تسويق البحوث العلمية بأنه محاولة إيصال نتائج البحوث العلمية إلى الجهات المستفيدة وذلك لحل مشاكل المجتمع، وفي نفس السياق وضحته حسنين (2020) بأنه هو عملية لتسويق المعرفة وتحويل نتائج البحوث العلمية إلى منتجات وخدمات وسلع جديدة بأسلوب علمي، ويوضح عسيري (2017) أن تسويق البحوث العلمية يساهم في نشر المعرفة والأفكار الجديدة والتي يمكن توظيفها والاستفادة منها في خدمة وتنمية المجتمع.

وفي السياق نفسه يشير الحريري و المخلافي (2017) أن تسويق البحوث العلمية يتيح للجهات المستفيدة تغيير و تطوير برامجها و مشاريعها و منتجاتها، وحصولها على مردود علمي وتقني، إضافة لحل المشكلات المستعصية، أو التي تحتاج إلى تعاون وتبادل الأفكار والنظريات المختلفة، وأيضاً يساهم تسويق البحوث العلمية في نشر المعرفة والاهتمام بالبحوث العلمية و نتائجها، و يزيد من الدور الداعم لمركز البحوث

المعوقات التنظيمية لتسويق البحوث العلمية، وكذلك غياب الضوابط والأنظمة التي تحدد آليات تسويق البحوث العلمية والافتقار إلى إدارة مسئولة عن تسويق البحوث العلمية، والقصور في التنسيق والتعاون بين الجامعات البحثية ومؤسسات المجتمع في مجال البحوث العلمية، مما يؤدي إلى ضعف التكامل بين مخرجات الجامعة البحثية وبين مؤسسات المجتمع. كما أن انخفاض الدعم المادي المخصص لتسويق البحوث العلمية وقلة الخبراء والباحثين المدربين على إنتاج بحوث علمية قابلة للتسويق. والقصور في وجود خطة تسويقية واضحة لتسويق نتائج البحوث العلمية تعرقل تسويق البحوث العلمية.

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع تسويق البحوث العلمية، كدراسة حسنين (2020) التي بينت وجود ضعف في اهتمام القيادات الجامعية بتسويق البحوث العلمية، أما دراسة الشريف (2019) أظهرت وجود ضعف في دعم البحث العلمي.

ويؤكد عسيري (2018) على وجود قصور من قبل الجامعة في تسويق البحث العلمي، ويشير الحريري والمخلافي (2017) لضعف اهتمام الكلية العلمية بالجامعة اليمنية بتسويق البحوث العلمية.

كما أشار خيرة (2019) أن نسبة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي متوسطة، أما دراسة العبد الجمل (2019) بينت أن الصعوبات التي تواجه الأكاديميين في إعداد البحوث العلمية كانت مرتفعة بشكل عام، والتي منها الصعوبات المالية والإدارية وكذلك الحصول على المعلومات إضافة إلى النشر. في حين أظهرت دراسة همشري (2017) أن درجة الصعوبات كانت متوسطة ومن هذه الصعوبات، تجميع المعلومات في تحديد أهمية البحث والصعوبة في تحديد الدراسات السابقة.

وضحت دراسة شيهوب (2017) وجود مشاكل تعرقل البحث العلمي، ومنها الإمكانيات المادية والتي بوجودها يمكن

فيعد اهتمام الجامعات بالجوانب التعليمية أكثر من اهتمامها بمشكلات المجتمع إحدى المعوقات المتعلقة بالجامعة، وكذلك النظر للجامعات على أنها مؤسسة قطاع عام تحت إشراف الحكومة وليس كمنظمة مجتمعية منتجة، إضافة إلى تركيز الجامعات على استقطاب أعضاء هيئة تدريس أكفاء بشكل يفوق تركيزها على استقطاب خبراء ومستشارين قادرين على تحويل البحوث والدراسات النظرية إلى واقع تطبيقي يمكن أن تفيد الجهات المستفيدة. وأيضاً القصور في وجود برامج وخطط محددة ومنظمة بمراكز البحوث بالجامعات تقوم على أسس علمية للبحث والتطوير في ضوء الاحتياجات الفعلية للجهات المستفيدة.

إضافة لضعف الثقة بين مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات المجتمعية الأخرى، كذلك مركزية القرارات والأنظمة واللوائح المتعلقة بإقامة شراكة بينهما، ووجود انطباعات سلبية لدى العديد من الجهات المستفيدة بأن الجامعات بعيدة عن البحث العلمي الذي تطلبه، وأيضاً غياب استراتيجيات الشراكة مع مؤسسات المجتمع المختلفة ضمن الخطط الإستراتيجية للجامعات وأيضاً ضعف اهتمام الإدارة العليا لدى الجهات المستفيدة بنشاط البحث والتطوير اهتمام الجهات المستفيدة بالدراسات والبحوث القصيرة المدى التي تنجز حالا و لمشاكل بسيطة، ولا تهتم بإجراء البحوث الطويلة المدى التي قد ينتج عنها براءات اختراع أو ابتكارات علمية جديدة، وصعوبة الحصول على المعلومات المطلوبة لأغراض البحث مع بعض الجهات المستفيدة، حيث تعتبرها من الأسرار الخاصة بها وضعف الوعي والإدراك بمنافع الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير، كل ذلك يعد ضمن المعوقات الخاصة بالجهات المستفيدة.

في نفس السياق يعد ضعف فكرة تسويق بحوث العملية، والقصور في توضيح دور مؤسسات المجتمع في تقدم المعرفة من

جدول رقم (2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية والدرجة الكلية.

واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية		
.517**	معامل الارتباط	يوجد اهتمام من قبل قيادات الأكاديمية بأهمية تسويق البحوث العلمية
.000	مستوى المعنوية	
.769**	معامل الارتباط	تضع الأكاديمية خطط لتسويق البحوث العلمية لمختلف المستفيدين
.000	مستوى المعنوية	
.850**	معامل الارتباط	تشارك الأكاديمية بفرق بحثية في المؤتمرات التعليم لعرض خدمات البحوث العلمية
.000	مستوى المعنوية	
.758**	معامل الارتباط	توفر الأكاديمية الامكانيات لتسويق البحوث العلمية
.000	مستوى المعنوية	

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

المحور الثاني: معوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية
يوضح الجدول رقم (3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور معوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية والدرجة الكلية ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05\alpha \leq$ باستثناء الفقرة (5)، وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

رصد الميزانيات المطلوبة وتخفيف الأعباء التدريسية، أو تفرغ أعضاء هيئة تدريس للبحث العلمي وتوفير الأجواء العلمية الملائمة للقيام بأبحاث علمية. وبينت نتائج دراسة المجيدل وشماس (2010) موافقة غالبية أعضاء هيئة التدريس على وجود معوقات إدارية للبحث العملي. كما وضع الجبار (2017) هناك عرقلة في تعاوناً و تنسيق وعمل الخطط البحثية المكتملة بين الجامعات، مما يضاعف الجهود ويهدر الإمكانيات، ويبيحوري (2016) أن اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو آلية المساهمة في تشجيع البحث العلمي متوسطة، وأكدت دراسة محمد (2003) أن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي جاءت بدرجة متوسطة.

10. أداة البحث:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث، تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث، وتم التأكد من صدق الاستبانة وفق التالي:

أ. الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع البعد الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية للبعد نفسه، بهدف التحقق من مدى صدق الاستبانة ككل.

وفيما يلي عرض للاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة حسب المحاور والفقرات التي تتكون منها:

المحور الأول: واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية

يوضح الجدول رقم (2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية والدرجة الكلية، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05\alpha \leq$ وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

معوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية		
.413**	معامل الارتباط	ضعف دور البرامج البحثية في الأكاديمية في تحويل ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي
.005	مستوى المعنوية	
.498**	معامل الارتباط	افتقار الأكاديمية للأساليب (الترويج) الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين
.000	مستوى المعنوية	
.562**	معامل الارتباط	قلة المخصصات المالية المخصصة للبحوث العلمية
.000	مستوى المعنوية	
.687**	معامل الارتباط	ارتفاع تكاليف اجراء البحوث العلمية
.000	مستوى المعنوية	
.227**	معامل الارتباط	قلة اهتمام الجهات المستفيدة بإنشاء وحدات للبحث والتطوير لديها
.133	مستوى المعنوية	

لتحديد المدى المعتمد في البحث تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (1=5-4) ومن تم قسمته على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (80.=5/4) ومحور ذلك تضاف هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس بداية المقياس هي)

جدول رقم (3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور معوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية والدرجة الكلية.

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS
ب-الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور البحث بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

ويبين جدول (4) أن جميع معاملات الارتباط في جميع محاور الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\leq 0.05\alpha$ وبذلك تعتبر محاور الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه. جدول رقم (4) معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة.

معوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية		
.800*	معامل الارتباط	واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية
.000	مستوى المعنوية	
.424*	معامل الارتباط	معوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية
.004	مستوى المعنوية	

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

ج-المدى المعتمد في البحث:

1- توزيع عينة البحث حسب الجنس:

تم توزيعها وفق التالي:

جدول رقم (6) توزيع عينة البحث حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
20%	9	أنثي
80%	36	ذكر
100%	45	المجموع

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS يتضح من الجدول (6) والمتعلق بتوزيع عينة البحث حسب الجنس بأن النسبة الأعلى كانت للذكور، حيث بلغت (80%)، بينما كانت نسبة الإناث (20%) وهي الأقل، وقد يرجع ارتفاع نسبة الذكور لقدرتهم على تحمل أعباء السفر والقدرة على مواصلة دراستهم بالخارج والحصول على درجة الدكتوراه أكثر من الإناث.

2- توزيع عينة البحث حسب اسم المدرسة:

تم توزيعها وفق التالي:

جدول رقم (7) توزيع عينة البحث حسب اسم المدرسة

النسبة المئوية	التكرار	اسم المدرسة
22.2%	10	العلوم الادارية والمالية
26.7%	12	العلوم الإنسانية
22.2%	10	اللغات
8.9%	4	الدراسات الاستراتيجية والدولية
4.4%	2	علوم الحياة
8.9%	4	العلوم الهندسية والتطبيقية
4.4%	2	الاعلام والفنون
2.2%	1	العلوم السياسية
100%	45	المجموع

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية وفقا للجدول التالي:

جدول رقم (5) يوضح المدى المعتمد في البحث

طول الخلية	مستوى الموافقة
من 1 - 1.80	غير موافق بشدة
أكبر من 1.80 - 2.6	غير موافق
أكبر من 2.6 - 3.4	محايد
أكبر من 3.4 - 4.2	موافق
أكبر من 4.2 - 5	موافق بشدة

المصدر: إعداد الباحثات بناء على الدراسات السابقة.

ولتفسير النتائج والحكم على مستوى الاستجابة تم الاعتماد على ترتيب المتوسط الحسابي على مستوى محور الاستبانة ومستوى الفقرات في المحور، وعلى هذا الأساس تم تحديد مستوى واقع ومعوقات تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة.

11- تحليل البيانات والإجابة عن تساؤلات البحث

ومناقشتها:

يتم في هذه المرحلة عرض لتحليل البيانات واختبار مقاييس البحث، وذلك من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة وتفسير أبرز نتائج الاستبانة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، والوقوف على البيانات الأولية للمستجيبين التي اشتملت على (الجنس، اسم المدرسة، سنوات الخبرة، الدرجة العلمية) لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة البحث، إذ تم استخدام الحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج البحث.

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة البحث وفق البيانات الأولية:

فيما يلي عرض لخصائص عينة البحث وفق البيانات الأولية:

4- توزيع عينة البحث حسب الدرجة العلمية:

تم توزيعها وفق التالي:

جدول رقم (9) توزيع عينة البحث حسب الدرجة العلمية

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة المئوية
أستاذ مشارك	21	46.7%
أستاذ مساعد	15	33.3%
محاضر	4	8.9%
أستاذ دكتور	3	6.7%
أستاذ	2	4.4%
المجموع	45	100%

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول (9) والمتعلق بتوزيع عينة البحث حسب الدرجة العلمية بأن النسبة الأعلى كانت لدرجة أستاذ مشارك حيث بلغت (46.7%)، ومن ثم تليها نسبة أستاذ مساعد والتي بلغت (33.3%) أما نسبة درجة محاضر فقد بلغت (8.9%)، بينما كانت نسبة درجة أستاذ دكتور (6.7%) في حين نجد أن النسبة الأقل كانت لدرجة أستاذ حيث بلغت (4.4%)، وهذا يدل على تنوع الدرجات العلمية في مجتمع البحث.

ثانياً الإجابة عن تساؤلات البحث ومناقشتها:

لمعرفة الاختبار المناسب للإجابة عن تساؤلات البحث تم تحديد مدى اعتدالية البيانات من خلال اختبار Kolmogorov-Smirnov، وتبين دراسة عيبس (2018) أن قيمة P-value إذا جاءت أقل من مستوى المعنوية 0.5 فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي؛ وبعد إجراء الاختبار المذكور تبين أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي نظراً لأن مستوى المعنوية أقل من 0.05. وفقاً لنتائج الجدول (10).

يتضح من الجدول (7) والمتعلق بتوزيع عينة البحث حسب اسم المدرسة بأن النسبة الذين يدرسون في مدرسة العلوم الإدارية والمالية بلغت (22.2%)، بينما كانت النسبة الأعلى لمدرسة العلوم الإنسانية التي بلغت (26.7%). تليها نسبة مدرسة اللغات وكانت نسبتها (22.2%)، أما مدرسة الدراسات الإستراتيجية والدولية وكذلك مدرسة العلوم الهندسية والتطبيقية فقد بلغت (8.9%)، في حين نجد أن مدرستي علوم الحياة والإعلام والفنون تحصل على نفس النسبة والتي هي (4.4%)، أما النسبة الأقل كانت لمدرسة العلوم السياسية حيث بلغت (2.2%)، وهذا يدل على أن المجتمع يتكون من عدة مدارس مختلفة ومتنوعة في التخصصات.

3- توزيع عينة البحث حسب سنوات الخبرة:

تم توزيعها وفق التالي:

جدول رقم (8) توزيع عينة البحث حسب العمر بالسنوات

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	3	6.7%
من 6 إلى 10 سنوات	11	24.4%
أكثر من 10 سنوات	31	68.9%
المجموع	45	100%

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول (8) والمتعلق بتوزيع عينة البحث حسب سنوات الخبرة بأن نسبة الخبرة أقل من 5 سنوات بلغت (6.7%) وهي الأقل، في حين نجد أن نسبة الخبرة من 6 إلى 10 سنوات قد بلغت (24.4%) تليها النسبة الأعلى لسنوات الخبرة الأكثر من 10 سنوات والتي بلغت (68.9%)، وهذا يدل على أن اغلب أفراد المجتمع ذوي خبرة في المجال العملي.

القرار H1	P- value	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
رفض	1.00	.891	2.97	يوجد اهتمام من قبل قيادات الأكاديمية بأهمية تسويق البحوث العلمية
قبول	.011	.701	2.68	تضع الأكاديمية خطط لتسويق البحوث العلمية لمختلف المستفيدين
رفض	.735	.965	2.97	-تشارك الأكاديمية بفرق بحثية في المؤتمرات التعليم لعرض خدمات البحوث العلمية
رفض	1.00	.916	3.02	توفر الأكاديمية الامكانيات لتسويق البحوث العلمية
رفض	0.429	0.6077	2.91	واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية

جدول رقم (10) نتائج اختبار كولم وجروف

الفقرة	كولم وجراف	مستوي المنوية	القرار
واقع تسويق البحوث العلمية	1.00	0.01	لا تتبع التوزيع الطبيعي
موقوفات التي تواجه تسويق البحوث العلمية	0.011	0.020	لا تتبع التوزيع الطبيعي

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

التساؤل الأول: ما هو واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراته؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار الإشارة والترتيب لمعرفة مستوى واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية.

رقم (11) المتوسط الحسابي واختبار الإشارة- والترتيب لكل فقرة من فقرات "واقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية"

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

يلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن المتوسط الحسابي للفقرة الأولى " يوجد اهتمام من قبل قيادات الأكاديمية بأهمية تسويق البحوث العلمية" يساوي 2.97 ومستوى المنوية p-value يساوي (1.00) وهي أكبر من (0.05) مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية (H0) ورفض الفرضية البديلة (H1)

أما فيما يخص الفقرة الثانية " تضع الأكاديمية خطط لتسويق البحوث العلمية لمختلف المستفيدين" ان المتوسط الحسابي 2.68 ومستوى المنوية p-value يساوي (0.011) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية (H0) وقبول

القرار H1	P- value	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
قبول	.000	0.6704	3.77	ضعف دور البرامج البحثية في الأكاديمية في تكوين ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي
قبول	.000	.80904	3.60	افتقار الأكاديمية الأساليب (الترويج) الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين
قبول	.000	0.586	4.55	قلة المخصصات المالية المخصصة للبحوث العلمية
قبول	.000	1.137	3.57	ارتفاع تكاليف إجراء البحوث العلمية
قبول	.005	0.7634	3.91	قلة اهتمام الجهات المستفيدة بإنشاء وحدات للبحث والتطوير لديها
قبول	.000	0.410	3.88	المحور ككل

المصدر: إعداد الباحثات بناء على مخرجات SPSS

يلاحظ من خلال الجدول رقم (12) أن المتوسط الحسابي للفقرة الأولى " ضعف دور البرامج البحثية في الأكاديمية في تكوين ابتكارات الباحثين إلى واقع تطبيقي " يساوي 3.77 ومستوى المعنوية p- value يساوي (0.000) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية (H0) وقبول الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام حول هذه الفقرة بالموافقة.

أما فيما يخص الفقرة الثانية " افتقار الأكاديمية الأساليب (الترويج) الفعالة للتعاقدات البحثية مع المستثمرين " ان المتوسط الحسابي يساوي 3.60 ومستوى المعنوية p- value يساوي (0.000) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية

الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام حول هذه الفقرة بالحياد.

أما فيما يخص الفقرة الثالثة " تشارك الأكاديمية بفرق بحثية في المؤتمرات التعليم لعرض خدمات البحوث العلمية " ان المتوسط الحسابي يساوي 2.97 ومستوى المعنوية p- value يساوي (0.735) وهي أكبر من (0.05) مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية (H0) ورفض الفرضية البديلة (H1) .

أما فيما يخص الفقرة الرابعة " توفر الأكاديمية الامكانيات لتسويق البحوث العلمية " ان المتوسط الحسابي يساوي 3.02 ومستوى المعنوية p- value يساوي (1.00) وهي أكبر من (0.05) مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية (H0) ورفض الفرضية البديلة (H1) .

أما بالنسبة لواقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراته فإن المتوسط الحسابي لآراء العينة يساوي 2.91 ومستوى المعنوية p- value يساوي (0.429) وهي أكبر من (0.05) مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية (H0) ورفض الفرضية البديلة (H1) مما يعني تدني مستوى البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراته.

التساؤل الثاني: ما هي المعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرع مصراته؟ للإجابة عن هذا التساؤل تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار الإشارة والترتيب لمعرفة مستوى المعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية. جدول رقم (12) المتوسط الحسابي واختبار الإشارة- والترتيب لكل فقرة من فقرات "المعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية"

أظهرت نتائج البحث أن واقع تسويق البحوث العلمية جاء بدرجة الرفض و بمتوسط حسابي بلغ (2.91) و انحراف معياري بلغ (0.607)، حيث حصلت (4) فقرات على درجة الرفض و تراوحت متوسطاتها بين (2.91، 2.97) ، و فقرة واحدة على درجة محايد و متوسطها (2.68) . و تتفق هذه النتيجة مع دراسة العسيري (2017).

ثانياً : النتائج المتعلقة بالمعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرح مصراتة :

أظهرت نتائج البحث أن معوقات تسويق البحوث العلمية جاءت بدرجة موافق و بمتوسط حسابي بلغ (3.88) و انحراف معياري بلغ (0.418) ، و لقد جاءت فقرة من الفقرات بدرجة موافق بشدة ، كان متوسطها (4.55) و (4) فقرات بدرجة موافق و لقد تراوحت متوسطاتها بين (3.77 ، 3.91) ، و من خلال نتائج التحليل تبين أن المعوقات المالية هي أكثر المعوقات التي تعيق تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية مصراتة ، و لقد اتفقت النتائج مع دراسة العسيري (2017) .

13. توصيات البحث

بناء على النتائج التي توصل إليها البحث إلى اهتمام إدارة و قيادات الأكاديمية بتسويق البحوث العلمية و توفير الإمكانيات اللازمة لتسويق هذه البحوث ، كذلك التغلب على المعوقات التي تعيق تسويق البحوث العلمية ، من خلال توفير المخصصات المالية و توعية و اهتمام الجهات دعم البحوث و تشجيعهم في الأكاديمية الليبية للقيام بأبحاث علمية تعالج مشاكل المجتمع المختلفة، إضافة إلى تخصيص جائزة سنوية لأفضل البحوث العلمية التي ساهم في حل مشاكل أو ابتكار تقنية أو إنتاج معرفة معينة تفيد المجتمع .

و كذلك تعزيز الوعي لأهمية البحوث العلمية و دورها لتنمية المجتمع و ايضا الاهتمام بتوفير الموارد و الإمكانيات المالية ،

(H0) و قبول الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام حول هذه الفقرة بالموافقة.

أما فيما يخص الفقرة الثالثة- " قلة المخصصات المالية المخصصة للبحوث العلمية" ان المتوسط الحسابي يساوي 4.55 ومستوى المعنوية p -value يساوي (0.000) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية (H0) و قبول الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام حول هذه الفقرة بالموافقة بشدة.

أما فيما يخص الفقرة الرابعة " ارتفاع تكاليف إجراء البحوث العلمية" ان المتوسط الحسابي يساوي 3.57 ومستوى المعنوية p -value يساوي (0.000) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية (H0) و قبول الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام حول هذه الفقرة بالموافقة.

أما فيما يخص الفقرة الخامسة " قلة اهتمام الجهات المستفيدة بإنشاء وحدات للبحث والتطوير لديها" أن المتوسط الحسابي يساوي 3.91 ومستوى المعنوية p -value يساوي (0.005) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية (H0) و قبول الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام حول هذه الفقرة بالموافقة.

أما بالنسبة للمعوقات التي تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرح مصراتة فقد بلغ المتوسط الحسابي لآراء العينة يساوي 3.88 ومستوى المعنوية p -value يساوي (0.000) وهي أقل من (0.05) مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية (H0) و قبول الفرضية البديلة (H1) مما يعني أن الاتجاه العام بوجود معوقات تواجه تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرح مصراتة. وذلك استناداً إلى المتوسط الحسابي وبالإشارة إلى الجدول (4).

12. نتائج البحث :

أولاً :النتائج المتعلقة بواقع تسويق البحوث العلمية بالأكاديمية الليبية فرح مصراتة

9. حسنين، منال (2020) "تأثير القيادات الجامعية في دعم ثقافة تسويق البحوث العلمية بجامعة الإسكندرية" دراسات تربوية و نفسية .
10. خيرة، الحسين (2019) "أخلاقيات البحث العلمي في الدراسات الإعلامية" رسالة ماجستير لم يتم نشرها.
11. زقاي، حميدي (2015) "تأثير المزيح التسويقي لخدمة التعليم العالي ف رفع مستوي جودتها من وجهة نظر الطلبة في الجامعات الجزائرية" المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 8(21)، 123.101.
12. عبد الجمل، سمير (2019) الصعوبات التي تواجه الأكاديميين في إعداد البحوث العلمية من وجهة نظرهم " ملفات الأبحاث في الاقتصاد و التسيير العدد(7).
13. شيهوب، إيمان (2017) "مشكلات البحث العلمي في الجامعات الليبية و سبل حلها" المجلة الليبية العالمية العدد (15).
14. عيس، سندس (2018) "مقارنة بين بعض الاختبارات المعلمية و اللامعلمية في القطاعات العشوائية الكاملة (دراسة تطبيقية)" جامعة كربلاء - كلية الإدارة والاقتصاد قسم الإحصاء رسالة ماجستير .
15. عسيري، زهرة (2018) "تسويق البحوث العلمية في الجامعات السعودية من منظور اقتصاد المعرفة" رسالة ماجستير
16. محمد، عزة (2003) "تقييم الباحثين الأكاديميين لدى الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في مجال الدراسات الإعلامية" رسالة دكتوراة .

اعتبار البحوث العلمية من كونها تكاليف و استهلاك الى اعتبارها استثمار لصالح المجتمع .

المراجع

1. الحريري، خالد، المخلافي، افتتاح (2017) "تطوير مقترح للتسويق البحوث العلمية التطبيقية في الكليات العلمية و التطبيقية بالجامعات اليمنية و توظيفها لخدمة المجتمع و تنمية"، رسالة دكتوراة لم يتم نشرها .
2. الخليفة، عبد العزيز (2014) "رؤية تطويرية لمنظومة البحث العلمي في الجامعات السعودية في ضوء التنافسية العالمية" مجلة السعودية للتعليم العالي .
3. الرفاعي، احمد (2009) "مناهج البحث العلمي : تطبيقات إدارية و اقتصادية"، دار وائل للنشر و التوزيع، ط 6 .
4. الشريف، مصطفى (2019) "جودة البحث العلمي التطبيقي في الجامعات الليبية" رسالة ماجستير .
5. العبد الجبار، الجوهرة (2017) " دور الجامعات في دعم البحث العلمي لتعزيز الاقتصاد المعرفي .
6. القحطاني، ريم (2014) "تسويق بحوث الجامعات السعودية مدخل استراتيجي لتفعيل الشراكة المجتمعية"، رسالة دكتوراة غير منشورة . جامعة الملك سعود.
7. المجيدل، عبد الله، شماس، سالم (2010) " معوقات البحث العلمي في كليات التربية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية" مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد (1،2).
8. الهمشري، عمر (2017) "صعوبات البحث لدى طلبة لدى الدراسات العليا في جامعة الزرقاء من وجهة نظرهم" مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الإنسانية. مج 17، ع، 3. 2017 .