

أهمية دعم الإبداع في الجزائر من خلال الشراكة بين الجامعة والصناعة

The Importance of Supporting Innovation in Algeria through the Partnership between University and Industry

دحماني عزيز

أستاذ محاضر أ

جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر

زيان أمنة

طالبة السنة الثالثة دكتوراه

جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر

الملخص:

ارتبط دعم الإبداع في الجزائر بالجهود والإمكانات المالية والبشرية التي تسخر لخدمة عملية الإبداع في المؤسسات الاقتصادية للرفع من تنافسيتها، حيث تعتبر الجامعة دعامة أساسية لعملية الإبداع من خلال تامين نتائج البحث العلمي وجعلها في خدمة المؤسسات الاقتصادية والصناعية بالأخص، ولتحقيق الاستفادة في هذا المجال أجريت اتفاقيات شراكة بين الجامعات والمؤسسات القطاع الصناعي، تهدف من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع هذه الشراكة في الجزائر، حيث كانت نسبة الشراكة بين القطاع الصناعي والجامعات منخفضة في الجزائر خلال الفترة (2012-2016) ووافقته انخفاض في معدل الإبداع العالمي بها، كما أنه منعدم مع القطاع الخاص مما جعل الجزائر في المؤخرة من حيث عدد براءات الاختراع.

الكلمات المفتاحية: إبداع، جامعات، شراكة، صناعة، براءات اختراع

Abstract:

The support of innovation in Algeria was linked to the financial and human efforts that serve the innovation process in the business organizations to increase their competitiveness. Universities are considered as a cornerstone to innovation process by valuing the results of scientific research and making them available for business organization and especially the industrial ones. For this, they conducted partnership agreements between universities and industrial organizations in the field of scientific research. This study aims to determine the reality of this collaboration in Algeria. Statistics show that it is low during the period (2012-2016) accompanied by decrease in the global rate of innovation making Algeria in the back of the arrangement in terms of the number of patents.

Key Words : Industry, Innovation, Partnership, Patents, Universities.

تمهيد:

في أطروحته الشهيرة والمعنونة "التخلف الاقتصادي في منظور تاريخي" طرح الكسندر جيرشنيكرون سؤاله: ما الذي يحتاجه بلد متخلف وتابع لكي يأخذ بالتصنيع ويلحق بمن سبقه من البلدان؟، وكانت إجابة جيرشنيكرون تلزمه القدرة على اجتياز فجوة المعرفة التي تفصل الاقتصاد المتخلف عن الاقتصاد المتقدم.

إن العلوم والتكنولوجيا هي المحرك الأساسي للتنمية الصناعية والاقتصادية والاجتماعية كما أن التعاون بين الجامعات والصناعة يعتبر أمراً أساسياً في هذه العملية. وقد أنشأت اليونسكو برنامج التشارك بين الجامعة والصناعة والعلوم (UNISPAR) في عام 1993 من أجل الارتقاء بالجامعات في البلدان النامية وتشجيعها على زيادة مشاركتها في عملية التصنيع في بلدانها، فقد أصبح الإبداع هاجس العالم الجديد، والعامل الأول في المنافسة بين المؤسسات والصناعات لارتباطه بالدرجة الأولى بالجامعة باعتبارها القاعدة الأساسية لإنتاج المعارف والمهارات.

لقد أثبت الكثير من الدراسات والتقارير الصادرة عن البنك الدولي جدوى التعاون والتكامل بين الجامعات وقطاع الصناعة، إذ إنه من أهم روافد إثراء المنظومة الوطنية للإبداع، حيث تقسم الجامعات إلى ثلاث فئات من حيث توجه الجامعة، فالجامعات التي تركز على البحث العلمي مثل جامعات أوروبا والولايات المتحدة يكون التعاون فيها من خلال تمويل الأبحاث، وكذلك الإشراف المشترك على أبحاث الماجستير والدكتوراه، والفئة الثانية هي الجامعات التي تركز على التدريس، حيث يكون التعاون في صورة مشاركة في وضع وصياغة البرامج الأكاديمية والمناهج، وتدريب أعضاء هيئة التدريس والفئة الثالثة هي الجامعات التي تركز على ريادة الأعمال، حيث يتم الاستثمار في برامج تعزز ريادة الأعمال وتأسيس شركات ناجحة. كم سيكون رائعاً أن تتبنى جامعاتنا العربية هذا الفكر وهذه الممارسات¹.

وعلى الرغم من اقتناع الجامعات بأهمية نتائج البحث العلمي المنجز في مراكز البحوث أو المختبرات الجامعية، ودور ذلك في الإبداعات التكنولوجية، فإنه ليست هناك استراتيجية فاعلة للبحث العلمي، أو سياسة بحثية لربط جهود الجامعات في مجال البحث العلمي بالمتطلبات الاقتصادية والاجتماعية. والملاحظ من خلال تطور النمو الصناعي في البلدان العربية أن هذه البلدان تستورد التقنية من الدول المتقدمة صناعياً، إضافة إلى أن الأبحاث العلمية في مجال التنمية الصناعية تتسم بالتقليد والمحاكاة، وتفترق إلى الإبداع والابتكار، وهو ما أدى إلى عزل أنشطة الجامعة البحثية عن أنشطة القطاعات الصناعية، كما أن ضعف القدرات والبنى التحتية الداخلية في البلدان العربية يحول دون تبني الأنماط الذي ابتكرتها الدول المتقدمة صناعياً، الأمر الذي يجعل البحث العلمي لا يواكب حاجات القطاعات الصناعية ومتطلباتها².

ومن هذه المنطلقات نبعث مشكلة الدراسة التي تمثلت في خدمة المختبرات الجامعية للقطاع الصناعي، ومساهمتها في الكثافة الإبداعية لهذا القطاع، ووفقاً لهذا يمكن طرح التساؤل الآتي: ما مدى مساهمة الشراكة بين الصناعة والجامعة في دعم الإبداع في الجزائر؟

الهدف من الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية الكبيرة للشراكة بين الجامعات والصناعة ودرورها في دعم الإبداع، في ظل التطور التقني والتكنولوجي، ويمكن حصر أهمية البحث في النقاط التالية:

- يعد موضوع الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الصناعية مطلباً بالنظر لأهميته ودوره في دعم الإبداع، الذي يعتبر المؤشر الحديث للتنافسية بين اقتصاديات الدول.
- أثبتت تجارب الأمم المتقدمة اقتصادياً وصناعياً أهمية توظيف نتائج البحث العلمي في النهوض بالصناعة، فإن أهمية هذه الدراسة تأتي من بناء علاقة شراكة فعالة بين الجامعة والصناعة تعود بشمارها على كلا الطرفين.

أهداف الدراسة:

- إن الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو بحث السبل والوسائل المناسبة لإقامة علاقة شراكة حقيقية بين الجامعات ومؤسسات القطاع الصناعي بالجزائر، وتحديد الدور الذي أن تسهم به هذه الشراكة في دعم الإبداع، وذلك من خلال:
 - تقييم الإبداع على المستوى الجزئي والكلبي.
 - تحديد طبيعة وأهمية الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الصناعية.
 - تحديد جوانب الاستفادة من هذه الشراكة.
 - التعرف على أبرز العراقيل والمعوقات التي تحول دون إقامة هذه الشراكة.
 - تحديد مساهمة هذه الشراكة في دعم الإبداع.
 - اقتراح حلول لتحقيق شراكة فعالة داعمة للإبداع.
- ولمعالجة الإشكالية قسمنا البحث إلى ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول: الإبداع

المحور الثاني: الشراكة بين الصناعة والجامعة

المحور الثالث: مساهمة الشراكة بين الصناعة والجامعة في دعم الإبداع في الجزائر

أولاً: الإبداع

1. مفهوم الإبداع:

يصنف أرنولد تويني الأفراد المبدعين بأنهم المصادر الأساسية للمجتمع، كما يؤيد ألبرت أينشتاين الحاجة إلى علماء مبدعين من أولئك الذين لا يقدمون إضافات إلى حجم المعرفة الإنسانية بالطريقة المعتادة فحسب، بل ممن يطوعون أيضاً المعرفة للتطبيق ويستطيعون النفاذ ببصيرتهم للاستخدامات غير الواضحة لأعمالهم³.

يمكن تعريف الإبداع "بأنه أفكار جديدة ومفيدة متصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة، ولا يقتصر الإبداع على الجانب التقني لأنه لا يشمل تطوير السلع والعمليات المتعلقة بها وإعداد السوق

فحسب، بل يتعدى أيضا الآلات والمعدات وطرق التصنيع والتحسينات في التنظيم نفسه، ونتائج التدريب والرضى عن العمل بما يؤديه إلى زيادة إنتاجية⁴.

تعرف الموسوعة العربية الفلسفية الإبداع أنه إنتاج شيء جديد أو صياغة عناصر موجودة بصورة جديدة في أحد المجالات كالعلوم والفنون والآداب، أما الموسوعة البريطانية الجديدة فتعرف الإبداع أنه القدرة على إيجاد شيء جديد كحل لمشكلة ما، أداة جديدة أو أثر فني أو أسلوب جديد⁵.

وينسب مصطلح الإبداع إلى النمساوي "Joseph Schumpeter" منذ 1912 الذي يعد المنظر الأول للإبداع، حيث يعرفه بأنه: النتيجة الناجمة من إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في لإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه⁶، وعرفه "Peter Drucker" بأنه: تغيير في ناتج الموارد، وتغيير في القيمة والرضا الناتج عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك⁷.

اختلف المفكرين حول الإبداع فب كونه فكرة جديدة لم تسرد من قبل أم أسلوب يختلف عن المعتاد، من خلال ما سبق ذكره يمكن اعتبار الإبداع فكرة جديدة تم تجسيدها على أرض الواقع، وهنا نفرق بين الابتكار والإبداع باعتبار الأول هو طرح لفكرة جديدة لم يتطرق لها من قبل، أما الثاني فهو تجسيد لهذه الفكرة على أرض الواقع.

2. نماذج الإبداع في المنظمات:

قدمت عدة نماذج من شأها تنشيط التفكير الإبداعي في ظروف مناخ تنظيمي مهياً وملائم لعملية الإبداع من حيث القدرة على تدعيم كفاءات التنظيم وبناء نظم حوافز غير تقليدية وإشاعة ثقافة الإبداع في المؤسسة ومن هذه النماذج نذكر ما يلي:

1.2. نموذج Griffin & Hauser: طبقاً لهذا النموذج يتم التركيز على تنسيق نشاطات البحث والتطوير مع نشاطات الأقسام الأخرى كالعلاقات والتسويق، ويتضمن هذا النموذج تكوين مجموعة عمل لتطوير المنتج الجديد، أعضاؤها هم من العاملين في التسويق والإنتاج والهندسة ويعملون بشكل أساسي من بداية المشروع إلى نهايته من دون التأثير بالمشاريع الأخرى.

2.2. نموذج Utterback model: هو نموذج ديناميكي للإبداع في مجال عمليات الإنتاج، حيث يفترض هذا النموذج أن معدل الإبداع للمنتج و العمليات يتبع نماذج عامة مع مرور الوقت و أن النوعين من الإبداع يشتركان بعلاقة مهمة، حيث أن معدل إبداع المنتج يكون عاليا في السنوات التشغيلية الأولى والتي يسميها هذا النموذج باسم المرحلة الإنسيابية Flwid phase و فيها تحدث المزيد من التجارب و تصاميم المنتج و العملية الإنتاجية أما المرحلة الأخرى فهي المرحلة الانتقالية transitional phase و التي يتباطأ فيها معدل إبداع المنتج و يتسارع فيها معدل إبداع العملية، حيث في هذه المرحلة يثبت بعض المنتجات في السوق لأنها تحقق أفضل إشباع لرغبات المستهلك، و في بعض الصناعات تدخل مرحلة خاصة Specific phase والتي يتضاءل فيها معدل الإبداع لكل من المنتج و العملية، حيث تركز هذه الصناعات على التكلفة، الحجم و السعة و لا يظهر فيها الإبداع إلا بخطوات صغيرة.

3.2. نموذج شركة **Thoistrup** الدانمركية: أشار الأستاذ Grunert إلى النموذج الذي اتبعته الشركة المذكورة بإعتمادها الأفكار التي قدمتها مجموعة تطوير المنتج (Product Development Group (PDG) التي تأخذ على عاتقها ضمان نمو الشركة بالإبداع المستمر و التي تتألف من

- مدير الإدارة.

- مدير المبيعات و التسويق.

- مدير تطوير المنتج.

- مدير الإنتاج.

يركز هذا النموذج على الحدس والخبرة لأعضاء مجموعة PDG و ذلك بعد أن تنجز مجموعة من دراسات الجدوى الاقتصادية واختبارات السوق وتحديد فترة مراقبة لـ PDG لفترة تمتد من شهرين إلى ثلاثة شهور و هي بمثابة سمحات لإجراء تحسينات على المنتج و بعد ذلك يتم تحويل الفكرة إلى مشروع تطوير المنتج بشكل رسمي، و بموجب هذا النموذج تعتبر عملية تطوير العملية من مستلزمات إبداع المنتج رغم أن هنالك مشاريع مستقلة لتطوير العملية.

4.2. نموذج التطوير عبر قنوات المراحل :حيث قدم هذا النموذج من قبل الأساتذة (Lark & Wheel Wright) بمثابة حل للمشاكل التي كان يقع فيها متخذي القرار في إدارة وتمويل مشاريع إبداعية وتطويرية في آن واحد، حيث يحدث التشتت للجهود ولا يحقق أي هدف مما تقدم.

إن هذا النموذج يلزم المديرين على الجهود الإبداعية والتطويرية للمنتجات الجديدة وعمل خيارات بين المشاريع والمفاضلة بينها من خلال مراحل وبوابات.

5.2. نماذج الشركات اليابانية: لقد تبنت الشركات اليابانية ثلاثة مسارات لتنفيذ العمل الإبداعي وتطوير المنتجات هي: أولا: المسار الذي حدده أستاذ الجودة (Kaizen) حيث يرتبط هذا المسار بالتحسين المستمر وفق أهداف محددة مثل إختزال التكاليف والأداء الأفضل.

ثانيا: مسار القفز Leaping وهو يعني تطوير منتج جديد يكون مختلف عن القديم و ذلك وفق تطورات معينة.

ثالثا: مسار الإبداع الفني (Tchnovation) وهو المسار الذي يركز على تحقيق الإبداعات ضمن تكنولوجيا معينة أو العمل على تطوير تكنولوجيا هجينة.

وطبقا لهذا النموذج فإن المؤسسة في الوقت الذي تطور فيه منتجا جديدا وتقدمه للسوق، تقوم في نفس الوقت بذاتها بتحديد الفترة الزمنية لسحبه أو التخلي عنه، وذلك لإدراكها بأنها إذا لم تعمل على اختزال دورة حياة منتجاتها بنفسها، فإن منافسيها سيفعلون ذلك ومن ثم سوف لن تخسر الأرباح فحسب، بل تخسر السوق أيضا.

6.2. نموذج كوتلر في تبني الإبداع Kotler Innovation Adoption Model:

قدم الإبداع من منظور تسويقي و ذلك وفق ثلاثة مراحل و التي بدورها تقسم إلى مراحل متسلسلة كما يلي :

أ. مرحلة الإدراك Cognitive Stage : و التي يعبر عنها بالوعي (Awerness) و تشير هذه المرحلة إلى أن المستهلك يصبح واعيا بالإبداع و لكن لديه نقص في المعلومات حوله.

ب. مرحلة التأثير Affective Stage: و التي تتضمن خطوتين هما:

- الاهتمام Interest: باعتبار أن الزبون محفز للبحث عن المعلومات حول الإبداع.

- التقويم Evaluation: فيما لو أخذت ملاحظات الزبون بعين الاعتبار.

ج. مرحلة السلوك Behavior Stage: و تشمل هذه المرحلة على خطوتين هما:

- الحكم Trial و هو يعني حكم الزبون على الإبداع.

- التبني Adoption: أي يبدأ تبني السلعة عندما يبدأ الزبون إشباع حاجاته و التعود على شراء المنتج و استعماله المنظم له.

3. تقييم الإبداع على مستوى الكلي:

تدرج المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)، المعهد الأوروبي لإدارة الأعمال (INSEAD) في حساب المعدل العالمي للإبداع لكل دولة سبعة معايير رئيسية، هي المؤسسات من هلال البيئة السياسية، رأس المال البشري والتطوير، البنية التحتية، تطور السوق، تطور بيئة الأعمال التي يدخل من ضمن مؤشرات مؤشر الشراكة بين الجامعة والصناعة، مخرجات المعرفة والتكنولوجيا، المخرجات الإبداعية.

ثانيا :الشراكة بين الصناعة والجامعة

اعتبر المشرع الجزائري في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 03-279 المؤرخ في أوت 2003 أن الجامعة هي مؤسسة عمومية ذات طابع ذات طابع علمي ثقافي ومهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وحدد لها مهامها بوضوح في المادة الرابعة، حيث تتولى مهام التكوين العالي والبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، أي إنتاج المعرفة ثم نشر هذه المعرفة المنتجة، من خلال ما يلي:

- المساهمة في الجهد الوطني للبحث العلمي والتطور التكنولوجي.

- ترقية الثقافة الوطنية ونشرها.

- المشاركة في دعم القدرات العلمية الوطنية.

- تنمين نتائج البحث ونشر الإعلام العلمي والتقني.

- المشاركة ضمن الأسرة العلمية والثقافية الدولية في تبادل المعارف وإثرائها.

تعتبر الجامعة أساس قيام المجتمعات وتنميتها وتطورها، لما لها من تبعات على بيئتها الاقتصادية، الاجتماعية والإدارية محققا أداء أحسن على المستوى الصناعي بتوفير الجودة العالية في المنتجات والخدمات، ولهذا فقد أصبحت مخابر البحث الجامعية أساسا لتوكيد بقاء المؤسسات واستمرارها بشكل عام في تحقيق أهدافها في ظل المنافسة القوية التي يفرضها واقع العولمة، ولقد أدركت الدول المتقدمة هذه الحقيقة، فتنافست في الاستثمار في مجال البحث العلمي ودعمه وتطويره وأسست الأساليب والصيغ المتعددة من أجل تحقيق الاستفادة المثلى من البحث العلمي بشتى أنواعه مع التركيز على الجانب التقني والصناعي، ولذا فقد أنشئت كراسي البحوث وأقيمت حدائق الأبحاث والتقنية والحاضنات ومراكز الابتكار والتميز وأودية البحث والتطوير، فأوجدت بذلك مجالا ومناخا خصبا للإبداع والتطوير من خلال الشراكة بين الجامعات ومراكز البحوث، وهذه الشراكة المتنوعة بدورها ولدت وأنتجت إنجازات عديدة، فقدمت كثيرا من الحلول للمشاكل التي تواجه المجتمع وتطورت من خلالها المنتجات والسلع والخدمات في مختلف المجالات، وقد قامت بعض الدول النامية بالأخذ بهذا المنهج وتطبيقه في بيئتها فنجحت في ذلك مثل الهند والصين وماليزيا وتايوان وكوريا الجنوبية وهونج كونج وغيرها، ولذلك ظهر في الساحة مفهوم الشراكة بين قطاع التعليم وقطاع الأعمال والإنتاج باهتمام عالمي متزايد شمل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وتعددت مصطلحات هذه العلاقة بين القطاعين تبعا لدرجة التفاعل بينهما، فتارة توصف بأنها علاقة تنسيق عندما تكون في بدايتها الأولى، وتارة توصف بأنها علاقة تكامل عندما تزداد وتيرتها، وتارة توصف بأنها علاقة شراكة عندما تتأكد قناعة الجانبين بحتمية العمل المشترك الذي تفرضه المصلحة المتبادلة وتمليه المنفعة المجتمعية⁸.

يعد السبب الرئيس لنجاح الجامعات في الغرب هو الشراكات الحقيقية والفعالة بين الجامعة وبقية المؤسسات. وتعكس الجامعة نبض المجتمع وتوجهات الدولة ككل، ففي العقود الأخيرة أصبحت الجامعات ومراكز البحث العلمي هي مرجعية للحكومات لإيجاد حلول للمشكلات المستعصية، خصوصا مع تزايد الاهتمام بالإبداع والابتكار. وحتى يكتمل دور الجامعة وتحقق رسالتها لابد من وجود شراكة حقيقية مع بقية المؤسسات، ففي بريطانيا مثلا يوجد 159 جامعة تضيف للاقتصاد سنويا ما يفوق 73 مليار جنيه إسترليني، ولا شك أن هذا لم يأت من فراغ، فحتى تتمكن الجامعات من الإسهام في نهضة الاقتصاد لابد أن تتوافر لها الأموال اللازمة من القطاع الخاص والحكومي للإنفاق على البحث، إذ إن ذلك هو الاستثمار الحقيقي. إن تمويل الأبحاث والإبداع في بريطانيا يتم بمنتهى السهولة، فيكفي تقديم عرض فني ومالي للجهات المانحة للحصول على الميزانية المطلوبة، ففي إحدى المحاضرات عن الإبداع في القطاع الصحي كان المحاضر يتحدث بكل بساطة عن حصوله على مبلغ أكثر من سبعة ملايين جنيه إسترليني لتنفيذ أبحاثه بالشراكة مع أحد المصانع، والمبهر في الموضوع أن يتم منح أحد أعضاء هيئة التدريس مثل هذا المبلغ إيمانا بفكرة قد ترى النور كمنتج وقد لا ترى النور أبداً.

فجامعة كامبريدج تم فيها تطوير ستة أدوية من أكثر 10 أدوية مبيعا في العالم، وفي العام الماضي فاقت أرباحها من اختراعات باحثيها 60 مليون جنيه إسترليني، ولولا أن الجامعة تحصل على تمويل من مؤسسات القطاع الخاص والحكومة لما استطاعت الجامعة تمويل تلك الاختراعات، ولا شك أن النتيجة مبهرة، فأكثر من 90 عضو هيئة تدريس بهذه الجامعة فقط حصلوا على جائزة نوبل⁹.

1. مستويات الشراكة بين الجامعة والصناعة:

شراكة قوية	الشراكة البحثية	اتحادات مشتركة بين المنظمات للتعاون في مجال البحث والتطوير، بما في ذلك الفرق البحثية المشتركة للمشاريع.
	الخدمات البحثية	التكفل بتكاليف البحوث للجامعيين من طرف عملاء الصناعة، بما في ذلك عقود البحث التشاركية، مراقبة الجودة، الاختبار، الشهادات، الاستشارات، تطوير النماذج الأولية.
	تشارك البنية التحتية	استخدام مخابر ومعدات الجامعة من قبل الشركات، حاضنات الأعمال، الحدائق التكنولوجية داخل الجامعات.
شراكة متوسطة	ريادة الأعمال الأكاديمية	التطوير والاستغلال التجاري للتكنولوجيات التي يتبناها المخترعون الأكاديميون جزئيا او كليا.
	نقل وتدريب الموارد البشرية	تدريب موظفي الصناعة، برنامج التدريب الداخلي، تدريب طلبة الدراسات العليا في الصناعة، إعارة أعضاء هيئة التدريس والباحثين للمخابر الصناعية، الشراكة بين الباحثين وأعضاء هيئة التدريس والشركات الصناعية.
شراكة ضعيفة	تسويق الملكية الفكرية	نقل الملكية الفكرية مثل براءات الاختراع من الجامعة إلى الشركات من خلال الترخيص
	المنشورات العلمية	استخدام المعرفة العلمية المقننة في الصناعة
	التفاعل الرسمي	تكوين العلاقات الاجتماعية من خلال المؤتمرات، الاجتماعات والشبكات الاجتماعية

Source: Adapted from Perkmann and Walsh 2007, Tables 2 and 3.

2. معوقات الشراكة بين الجامعات والمؤسسات:

مما لا شك فيه أن هناك بعض العقبات والصعوبات التي تقف حائلا أمام تحقيق التعاون المأمول بين الجامعات والمؤسسات، وتجدر الإشارة إلى أن هناك وجهتي نظر في هذا الخصوص، الأولى يتبناها رجال التعليم وتتلخص في ضعف الإعلام وتقديره في تقديم الخدمات الاستشارية أو البرامج التدريبية أو برامج الأبحاث التي تساهم الجامعات فيها أو تنظيمها، ضعف رغبة المؤسسات الصناعية في المشاركة في تكاليف المشاريع البحثية، ضعف العلاقة بين الجامعات والقطاعات الإنتاجية، حيث يرى رجال التعليم أن المؤسسات الصناعية لا تثق كثيرا في الأبحاث والدراسات العلمية، ولا تقتنع بفائدتها لمؤسساتهم، ضعف الثقة في الإمكانيات والخبرات الوطنية.

أما وجهة النظر الثانية، فهي وجهة نظر رجال الأعمال الذين يرون معوقات وصعوبات تواجه التعاون بينهم وبين الجامعات تتمثل في انشغال الجامعة بالتدريس، عدم الاهتمام لإجراء أبحاث تطبيقية تعالج مشاكل الإنتاج المحلي، وجود تطور سريع في بعض القطاعات الإنتاجية، المشاكل الناجمة عن تفوق مستوى المساهمة التي يمكن أن تقدمها الجامعات، عدم ارتباط المناهج

التعليمية والتدريبية بالواقع الحالي للقطاعات الإنتاجية وما تواجهه من مشاكل ومعوقات، والاكتفاء بالجانب النظري دون التطبيق في المنهج التعليمي¹⁰.

ثالثا: مساهمة الشراكة بين الصناعة والجامعة في دعم الابداع في للجزائر

الجدول (2) : معدل الشراكة بين الجامعات والصناعة في الجزائر خلال الفترة (2012-2016)

المرتبة عالميا	المرتبة عربيا	معدل الشراكة في صناعة البحث بين الجامعة والمؤسسات	السنوات
128	12	22,2	2012
136	12	14,2	2013
135	12	18,5	2014
129	12	21,1	2015
122	12	21,1	2016

Source: Global Innovation Index (2012,2013,2014,2015,2016)

من الملاحظ في الجدول أعلاه أن معدلات الشراكة بين الجامعات الجزائرية والمؤسسات في مجال صناعة البحث منخفضة جدا حيث شهدت تدبدا خلال الخمس سنوات لتستقر في معدل 21,1% في 2016 محتلة بذلك المركز الثاني والعشرون بعد المائة عالميا وفي أواخر الترتيب العربي الذي تصدره قطر بالمركز الثامن عالميا تليها الإمارات العربية المتحدة والسعودية.

الجدول (3): معدل الابداع العالمي في الجزائر خلال الفترة (2012-2016)

المرتبة عالميا	المرتبة عربيا	معدل الابداع العالمي	السنوات
124	11	24,4	2012
138	12	23,1	2013
133	11	24,2	2014
126	12	24,4	2015
113	11	24,5	2016

Source :Global Innovation Index (2012,2013,2014,2015,2016)

عرف معدل الإبداع العالمي تدبدا خلال الخمس سنوات، حيث لم يشهد ارتفاع يذكر في حجمه، صعد في ترتيبه العالمي ب 12 درجة، أما عربيا فلم يشهد أي صعود باحتلاله المركز الحادي عشر في 2016، فيما عادت المرتبة الأولى للإمارات العربية المتحدة تليها كل من المملكة العربية السعودية والبحرين، حيث حافظت دول الخليج على المراكز الأولى عربيا طوال الخمس سنوات.

الجدول (4): عدد طلبات براءات الاختراع للباحثين الجزائريين (2012-2016)

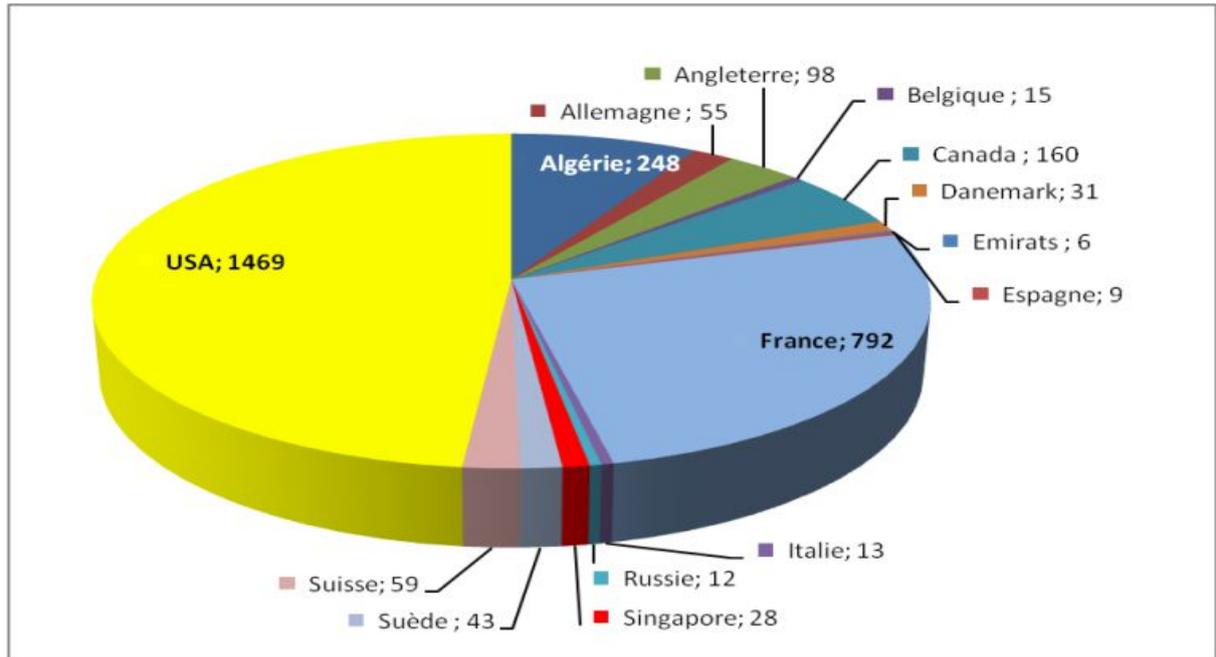
السنة	المقيمين في الجزائر	الغير مقيمين في الجزائر
2012	119	781
2013	118	722
2014	94	719
2015	89	716
2016	106	566

المصدر: احصائيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية

شهد عدد طلبات براءات الاختراع المودعة من الباحثين الجزائريين تناقصا خلال الخمس سنوات، حيث هناك فرق كبير بين طلبات براءات الاختراع المودعة من طرف الجزائريين المقيمين وغير المقيمين، حيث الأخيرة هي أضعاف الأولى بخمس مرات أو أكثر، ويرجع ذلك إلى الامتيازات المادية والمعنوية التي تمنحها الدول الأجنبية لهؤلاء الباحثين مما يشجع على هجرة الأدمغة.

الشكل (1): احصائيات براءات اختراع المسجلة من طرف الباحثين الجزائريين في مختلف دول العالم من 2012 إلى

يناير 2015



Source : Direction Générale de la Recherche Scientifique et du Développement Technologique-2016, p15.

من خلال الشكل يتضح أن عدد براءات الاختراع المسجلة للجزائريين في الولايات المتحدة الأمريكية في المرتبة الأولى ب 1469 براءة اختراع خلال 3 سنوات، تليها فرنسا ب 792 براءة اختراع، بينما لا يتعدى عدد براءات الاختراع في الجزائر خلال نفس الفترة 248 براءة اختراع.

الخلاصة:

تتعرض المؤسسات الصناعية الجزائرية لمنافسة شديدة على المستوى المحلي والعالمي، حيث تواجهها العديد من التحديات التي تحتم عليها استعمال وسائل وآليات، واستراتيجيات حديثة، لكي تتماشى مع الظواهر المستجدات التي أفرزتها العولمة الصناعية وعملية الانفتاح على الأسواق العالمية، علما أن عولمة الصناعة تدفع إلى ضرورة الإبداع والابتكار والتطوير في ظل اشتداد حدة المنافسة، أصبح من الضرورة وجود آلية للتفاعل بين الجامعة والمؤسسات الصناعية، فالجامعة تصنع المعرفة، والمعرفة تولد الأفكار، ولا يمكن للفكرة أن تستمر إن لم تجسد على أرض الواقع من خلال التصنيع،

ومن خلال تطرقنا إلى معدلات الشراكة بين الجامعة وصناعة في الجزائر خلال الخمس سنوات ومساهمتها في معدل الإبداع العالمي، نستخلص ما يلي:

- بتراجع معدل الشراكة بين الجامعة والصناعة يتراجع معدل الإبداع العالمي للجزائر باعتباره من أحد مؤشرات هذا الأخير.
 - انخفاض معدل الشراكة في صناعة البحث بين الجامعات الجزائرية والمؤسسات والتي هي ذات طابع حكومي ممثلة في المستشفيات لتكوين الأطباء أو المؤسسات العمومية لتكوين الطلاب في نهاية المرحلة الدراسية، وانعدامه مع المؤسسات الخاصة، غير أنه مؤخرا دخلت الشراكة الفعلية بين الجامعة والقطاع الاقتصادي مرحلة الجد، وهو ما يتأكد من خلال افتتاح معهد للعلوم والتقنيات التطبيقية في علوم الغذاء بجامعة سعد دحلب بالبلدية، المعهد يندرج ضمن مخطط وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الرامي إلى خلق اندماج بين الجامعة والقطاع الاقتصادي والصناعي، المعهد الذي فتح أبوابه في 2017، يضمن تخصصات محددة في العلوم الغذائية والصناعات التحويلية، وهو واحد من سبعة معاهد متخصصة في فروع عدة موزعة عبر عدد من الولايات، وقد وقعت الهيئة اتفاقات مع هيئات ومؤسسات اقتصادية على غرار منتدى رؤساء المؤسسات، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة وشبكة رافا لسيدات الأعمال.
 - الجزائر في مؤخرة الدول العربية من حيث معدل الإبداع العالمي خلف الجارتين المغرب وتونس، رغم كل ما تتوفر عليه من إمكانات نظرا للمساحة الشاسعة، والموارد الطبيعية والمالية والبشرية.
 - عدد طلبات براءات الاختراع في للجزائريين في الجزائر لا تعبر عن القدرات الفكرية التي يتمتع بها باحثوها، نظرا لعدم الاهتمام بهذه الفئة أو عدم توفير الظروف الملائمة وتشجيعهم على الإبداع، مما انجر عنه هجرة هذه الكفاءات إلى الخارج وهو ما يعبر عنه عدد براءات الاختراع المسجلة للجزائريين هارج الجزائر خصوصا في الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا، نظرا للحوافز المادية والمعنوية التي تقدمها هذه الدول لاستقطاب الكفاءات.
- ولمعالجة هذه الاختلالات التي تم التوصل إليها نقترح مجموعة من الاقتراحات:

✓ وضع اتفاقيات شراكة بين الجامعات الجزائرية والقطاع الخاص لتمويل المخابر الجامعية التي تعاني من نقص في المستلزمات للوصول إلى براءات اختراع تحقق الاستفادة للمؤسسات الخاصة من خلال الأصناف المتبعة في الولايات المتحدة الأمريكية التي تحمي كلا الطرفين، فلن تستطيع الجامعة تحقيق نجاحات دون تمويل القطاع الخاص سواء كان محلي أو أجنبي كما أن المؤسسات الخاصة لن تستطيع الصمود مطولا أمام المنافسين دون مبدعين ومبتكرين وباعتبار الجامعة مصدر لهذه الكفاءات فهما يكملان بعضهما، حيث أكدت ممثلة وزارة الصناعة والمناجم ربيعة خلفي خلال منتدى التجمعات الصناعية للابتكار

والميزة التنافسية في فبراير 2017 ، أن الوزارة أعطت التشجيع لسبع مؤسسات مصغرة مختصة في مجال الصناعات الغذائية والاقتصاد الرقمي، والميكانيك، وستعمل على تسهيل العمل مع البحوث الجامعية واستفادة شركات اقتصادية منها، لجعلها مشروعا مجسدا على أرض الواقع، حيث رحبت بفكرة تشكل مجمع اقتصادي.

- ✓ محاولة تحقيق القيمة المضافة من البحوث الأكاديمية وليس البحث من أجل البحث فقط، أي التركيز على البحوث التطبيقية وتوفير المناخ المناسب للوصول إلى النتائج المرجوة منها.
- ✓ الاستفادة من الأدمغة المهاجرة بتقديم إغراءات مادية ومعنوية لإعادتها إلى أرض الوطن والاستفادة منها محليا.
- ✓ تتمتع الجزائر بمقومات زراعية وصناعية بامتلاكها المساحة الشاسعة والثروات الطبيعية بالإضافة ما يتمتع به العنصر البشري حيث نجد عدد المبدعين والمبتكرين الجزائريين خارج الجزائر والذين وفرت لهم الظروف الملائمة بأعداد هائلة.
- ✓ نهاية الاعتماد على القطاع العمومي في جميع المجالات والبتترول كمصدر دخل وحيد بتنوع الصادرات من خلال الشراكة في مجال البحث العلمي بين الجامعة والقطاع الخاص.
- ✓ أكد التقرير السنوي للمنظمة العالمية الدولية الفكرية (WIPO) الكائن مقرها في جنيف السويسرية أن الجزائر قدمت 672 اختراعا في 2016 وهو رقم أقل من بعض الدول العربية مثل المغرب التي سجلت أكثر من 1303 اختراع في نفس السنة، في حين سجلت مصر 2149 اختراعا، حيث أرجع المتابعون السبب في ذلك إلى ضعف الاقتصاد الجزائري وغياب جامعاتنا عن التصنيف العالمي وحتى غياب التعاملات بين الجامعات والمؤسسات الاقتصادية، الأمر الذي دق له المختصون ناقوس الخطر داعين الدولة إلى الاهتمام بتطوير أداء الاقتصاد وربطه مع الجامعات، لأنه الأمر الكفيل بتحسين الوضع في البلاد.

المراجع:

¹file:///D:/doctorat/article%20/article%20moachir/%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9%20-%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85.html

² العياشي زرار وسفيان بوعطيط، الجامعة والبحث العلمي من أجل التنمية: إشارة إلى الحالة الجزائرية، مجلة المستقبل العربي، العدد 396، فبراير 2012، ص111.

³ خراز الأخضر، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية: دراسة حالة مؤسسة EGTT مركب حمام ربي سعيدة نموذجا، رسالة مجستير، جامعة تلمسان، 2011، ص30.

⁴ جون هونكر، اقتصاد الإبداع، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2010، ص19.

⁵ <http://majles.alukah.net/t467>

⁶ Yan de Kerorguen, Anis Bouayad – La face cachée du management- DUNOD Paris 2004 p 197.

⁷ عبد الرحمان بن عنتر، واقع الإبداع بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الأول، 2008، ص200.

⁸ صائغ عبد الرحمن أحمد ومصطفى محمد متولي (2005)، "واقع العلاقة بين التعليم العالي والعام والقطاع الخاص"، دراسة تم إعدادها بتكليف من مكتب التربية العربي لدول الخليج، ص17.

⁹file:///D:/doctorat/article%202/article%20moachir/%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9%20%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85.html

¹⁰ العياشي زرار وسفيان بوعطيط، مرجع سبق ذكره، ص117.