Spin- off universitaire

* **المفهوم :**

**مفهوم الشركات الناشئة الجامعية:** هي شركات خاصة تُنشأ من أبحاث تُجرى داخل الجامعة، وغالبًا ما تهدف إلى تعزيز نتائج أبحاثها أو ابتكاراتها. هذه الشركة منفصلة عن الجامعة، مع أن الجامعة قد تكون شريكًا أو مساهمًا.

**مفهوم الجامعة الريادية** : يشير مصطلح "الجامعة الريادية" إلى الجامعة التي تشجع وتدعم إنشاء هذه الشركات الناشئة، مما يُسهم في تعزيز البحث العلمي والتنمية الاقتصادية المحلية.

* **دور الجامعة: في تشجيع ودعم المؤسسات الناشئة الجامعية**

يمكن للجامعات أن تلعب أدوارًا مختلفة في إنشاء الشركات الناشئة:

**دعم البحث:** توفر الجامعات البنية التحتية والموارد والخبرة اللازمة لإجراء البحوث التي قد تؤدي إلى إنشاء شركات ناشئة.

**نقل المعرفة**: تساهم في نقل نتائج البحث إلى عالم الأعمال.

**حاضنة الأعمال**: توفر بعض الجامعات مساحات حضانة وتدريبًا ودعمًا لمؤسسي الشركات الناشئة.

الشراكات والاستثمارات: يمكن للجامعة أن تصبح شريكًا أو مساهمًا في الشركة الناشئة، مقدمةً الدعم المالي أو تشارك بمعرفتها.

* **أهداف إنشاء مؤسسات ناشئة جامعية spin off- universitaire**

تهدف الشركات الناشئة عن الجامعات إلى:

* تعزيز البحث العلمي: فهي تُمكّن من تسويق نتائج البحوث الجامعية؛
* تطوير الابتكار: فهي تُساهم في الابتكار من خلال توفير تقنيات أو حلول جديدة؛
* خلق فرص عمل: فهي تُوفر فرص عمل محلية وتُساهم في التنمية الاقتصادية؛
* جذب الاستثمار: فهي تجذب المستثمرين المحتملين بفضل إمكاناتها التكنولوجية والتجارية.
* **محددات إنشاء مؤسسات ناشئة جامعية** spin off- universitaire
* **المحددات التنظيمية :**

من أهم المحددات نجد العوامل التنظيمية مثل مستوى وطبيعة تمويل البحث والتطوير داخل الجامعة. فعدد الشركات الناشئة التي يمكن إنشأها في الجامعات يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بنفقات البحث والتطوير؛ وعدد موظفي نقل التكنولوجيا؛ والإنفاق على حماية الملكية الفكرية؛ وقدرات تطوير الأعمال في الجامعة؛ فالأساتذة الممولين من قبل الصناعة كانوا أكثر إنتاجية تجاريًا (مزيد من طلبات براءات الاختراع والمنتجات الجديدة التي تم تسويقها) من أولئك الذين لم يكونوا كذلك.

كما عقد شراكات ما بين الجامعة و المؤسسات الاقتصادية ؛ حيث تتيح تمويل و الاستثمار في هذه الشركات الشركات الفرعية الجامعية، حيث تمتلك الموارد المالية والخبرة التجارية لنقل التقنيات بنجاح إلى السوق.

كما أن طبيعة البحث الذي تجريه الجامعة تلعب دورًا مهمًا في نقل التكنولوجيا و قبولها في السوق .

كما أن جودة أعضاء هيئة التدريس كعامل مؤثر في نشاط الشركات الناشئة؛ فالعلماء "البارزين" يأتون من مؤسسات أكاديمية عالية الجودة. و يمكنون من إنشاء شركات ناشئة للاستفادة من العائدات الناتجة عن رأس مالها الفكري، وهذا رأس مال ضمني، وبالتالي يصعب على المؤسسات ذات الجودة الأقل تقليده.

أعضاء هيئة التدريس الذين يطورون ابتكارات متطورة قد يسعون إلى تحقيق عائدات اقتصادية من معلومات قيّمة غير متكافئة.

كما تلعب حاضنة الأعمال دورا كبيرا خاصة منها الحاضنات التكنولوجيا في تسريع نقل التكنولوجيا. ولتعزيز الروابط الصناعية والتجارية، حيث تحتفظ بعض الجامعات بمكتب لنقل التكنولوجيا (TTE) لدعم إنشاء الشركات الناشئة ، على سبيل المثال، تُعد ISIS Innovation في جامعة أكسفورد شركة تابعة مملوكة بالكامل للجامعة، وتتمثل مهمتها في تعزيز ودعم تسويق أفكار البحث التي يولدها أكاديميو أكسفورد. و تختار ISIS المشاريع التي تراها جديرة بالدعم، ثم تستخدم شبكتها المؤسسية لجذب الاستثمار في الشركات المنبثقة. ووفقًا لـ Chugh (2004)، يلعب مكتب نقل التكنولوجيا دورًا رئيسيًا في تعزيز ريادة الأعمال الأكاديمية.

ويحقق مكتب نقل التكنولوجيا ذلك من خلال إنشاء شبكات تآزرية بين الأكاديميين ورؤوس الأموال الاستثمارية والمستشارين والمديرين الذين يوفرون الموارد البشرية والمالية اللازمة لإنشاء شركة؛ ومن خلال توفير الخبرة في إنشاء الأعمال.

حيث يتمتع العديد من متخصصي نقل التكنولوجيا بخبرةٍ في تقييم الأسواق، وكتابة خطط الأعمال، وجمع رأس المال الاستثماري، وبناء فرق العمل، وتأمين المساحات والمعدات.

* **المحددات المؤسسية لنشاط الشركات الناشئة في الجامعة**

يتمثل المبدأ الأساسي للمحور البحثي الثالث في أن نشاط الشركات المنبثقَة في الجامعات يعكس السلوك المؤسسي. فالجامعات ذات الثقافة التي تُفضّل التسويق التجاري تُبدي مستوياتٍ أعلى من التسويق التجاري ومعدلات الشركات المنبثقَة.

في المقابل، تشهد البيئات الجامعية التي لا تشجع ريادة الأعمال نشاطًا أقل في الشركات الناشئة. فالمعايير والتوقعات الاجتماعية للجامعة تُعدّ عاملًا رئيسيًا في التسويق التجاري. فمثلا موافقة معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا الضمنية على رواد الأعمال لعبت دورًا رئيسيًا في نجاح ريادة الأعمال الأكاديمية في المعهد، و في المقابل، ثبت أن البيئات الأكاديمية التي لا تشجع ريادة الأعمال تُعيق نشاط الشركات الناشئة.

على وجه التحديد، قد يتفاقم إحجام الأكاديمي عن الانخراط في أنشطة الشركات الناشئة بسبب مواقف وسلوكيات رؤسائه، مثل الأساتذة أو رؤساء الأقسام، أو مدير الجامعة، كما ان

معايير المجموعة المحلية (أساتذة) مهمة في تحديد سلوك المشاركة النشطة في التسويق التجاري، فقد يكون الامتناع او الانخراط بسبب الاختيار الذاتي، الذي يُنتج إجماعًا سلوكيًا، والتنشئة الاجتماعية السلوكية، حيث يتأثر الأفراد بسلوك أقرانهم المباشرين.

كما يعد أحد أسباب افتقار الجامعة إلى ثقافة مؤسسية هو مسألة أنظمة المكافآت والصراع المحتمل بين المكافآت المؤسسية لنشر الأبحاث والفوائد التجارية للملكية.

في بعض الحالات، قد يكون هذا بسبب عدم إدراك المشاركين للإمكانات التجارية لأفكارهم، ولكن غالبًا بسبب التردد في تأخير النشر الناتج عن عملية تسجيل براءات الاختراع والترخيص. سياسات الإجازات التقييدية، التي تُصعّب على الأكاديميين التنقل بين الأوساط الأكاديمية والقطاع الخاص، لها تأثير سلبي مُثبت على نشاط الشركات الناشئة.

 و من أجل تعزيز مناخ ريادة الأعمال داخل المؤسسات الأكاديمية، ينبغي على مسؤولي الجامعات التركيز على خمسة عوامل تنظيمية وإدارية: أنظمة مكافآت نقل التكنولوجيا بين الجامعات والصناعة ،وممارسات التوظيف في مكتب نقل التكنولوجيا؛ وسياسات الجامعة الرامية إلى تسهيل نقل التكنولوجيا؛ وزيادة مستوى الموارد المخصصة ؛ وإزالة الحواجز الثقافية والمعلوماتية التي تعيق العملية .

**المحددات الخارجية لنشاط الشركات الناشئة في الجامعة**

و هي تأثير العوامل الاقتصادية الأوسع على أعضاء هيئة التدريس.

يمكن القول إن ثلاثة عوامل تؤثر على نشاط الشركات الناشئة: الوصول إلى رأس المال الاستثماري، والتنازل القانوني عن الاختراعات، فتوافر رأس المال الاستتثماري يلعب دور محوري في تشجيع إنشاء شركات التكنولوجيا الفائقة، وقد قدمت العديد من الدراسات دعمًا تجريبيًا للموقع الجغرافي لاستثمارات رأس المال الاستثماري.

كما أن احتمالية استثمار شركة رأس مال مغامر في شركة ناشئة تتناقص مع المسافة الجغرافية بين مقرها الرئيسي والشركة الناشئة:

و فيما يتعلق برأس المال التأسيسي، فإن الجامعات التي أنتجت عددًا كبيرًا من الشركات الفرعية تميل إلى منحها وصولاً أفضل إلى مصادر رأس المال التأسيسي مقارنة بالجامعات التي لم تنتج عددًا كبيرًا.

كما أن سن القوانين التي تمنح الاختراعات للمؤسسات الأكاديمية بدلًا من المخترعين الأفراد، ساهم بشكل كبير في إنشاء شركات جامعية فرعية في بعض الدول ، مثل ما هو الحال عليه في إمريكا.

 كما تلعب البنية التحتية للمعرفة في المنطقة كعامل رئيسي في تحديد نشاط الشركات الناشئة الجامعية الفرعية، حيث نشاط الشركات الناشئة يُرجَّح أن يحدث في تجمعات التكنولوجيا المتقدمة نظرًا لسهولة الوصول إلى الخبرات والشبكات والمعرفة النقدية.