



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
دائرة البحث والتطوير



استراتيجية تسويق النتائج العلمية

أولاً: المقدمة

لطالما تعرض المجتمع الاكاديمي في العراق لانتقادات تتعلق بمصير النتائج العلمية التي يقوم بها الباحثين و المبتكرين و العلماء في الجامعات والهيئات والمعاهد العراقية ، و مدى الاستفادة منها و ربطها بمشكلات المجتمع ومساهمتها الحقيقية في حلها ، وكذلك مدى الاخذ بفوائدها وتوصياتها الاقتصادية او العلمية فيما يخدم خطة النهوض بالبلد.

وعلى الرغم من قيام دائرة البحث والتطوير بتسويق النتائج العلمية الا ان ذلك لازال ضمن سياقات عمل رتيبه ، لذا فأن المجتمع الاكاديمي يطمح بتطوير جذري للاليات التي تهدف الى الربط الحقيقي للنتائج العلمية بمشكلات المجتمع الحالية والمساهمة في حلها ، وخصوصا ان الهيكلة الجديدة لدائرة البحث والتطوير تضم تشكيلات متخصصة في هذا الغرض.

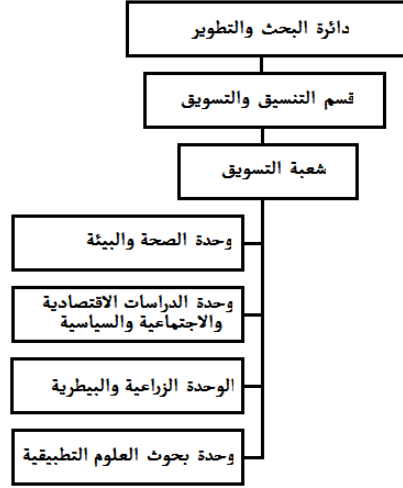
لقد تم اعداد هذه الدراسة في ضوء توجيه السيد مدير عام دائرة البحث والتطوير خلال الاجتماع المنعقد في 2012/12/3 مع مدراء الاقسام بضرورة التخلص من الامور التقليدية ودراسة ماهية الاجراءات الادارية التي من شأنها تخفيف الثقل على الدائرة من حيث الاجراءات ووضع الخطط الجديدة للعمل ، وقد تم ايضا مراعاة القوانين النافذة في الوزارة وسياقات العمل المتبعة حالياً في تسويق النتائج العلمية لاعداد هذه الدراسة لتكون دراسة قابلة للتنفيذ بعد استحصال الموافقات الاصولية عليها.

ثانياً: الهدف من الدراسة

تهدف هذه الدراسة لوضع استراتيجية عمل (شعبة التسويق) في قسم التنسيق والتسويق والتي تهدف دورها في الاساس للتسويق الامثل للنتائج العلمية المرتبطة بمشكلات المجتمع والتي تساهم في حلها او تقديم ما يخدم خطة النهوض بالبلد.

ثالثاً: شعبة التسويق (جهة التسويق)

تأسست شعبة التسويق في عام 2012 وفق الهيكلية الجديدة لدائرة البحث والتطوير، حيث ترتبط شعبة التسويق بقسم (التنسيق والتسويق)، وتضم هذه الشعبة اربعة وحدات هي (وحدة الصحة والبيئة، وحدة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الوحدة الزراعية والبيطرية، ووحدة بحوث العلوم التطبيقية).



تهدف شعبة التسويق (والتي تمثل جهة التسويق) وكافة الوحدات المرتبطة بها الى تسويق النتاجات العلمية كل حسب تخصصه من خلال اىصال النتاجات العلمية التي تنتجها كافة التشكيلات التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي (جهات المنشأ) الى المجتمع (الجهات المستفيدة)، ليتم ربط البحث العلمي بمشكلات المجتمع والعمل على المساهمة في حلها. وتعمل شعبة التسويق ضمن خطة عمل سنوية.

رابعاً: مهام عمل شعبة التسويق

تتعلق كافة مهام شعبة التسويق بعملية تسويق النتاجات العلمية، وكما يلي:

1. اعداد استمارة خاصة لترميز جهات المنشأ للنتاجات العلمية (المرفق رقم 1).
2. اعداد استمارة خاصة لطلب تسويق النتاج العلمي (المرفق رقم 2)، وتوزيعها على جهات المنشأ، وتحديثها وفق الحاجة.
3. اعداد استمارة تقييم تسويق النتاج العلمي (المرفق رقم 3)، وتوزيعها على الجهات المستفيدة، وتحديثها وفق الحاجة.
4. التحديث الدوري لصيغة العقد الاستثماري للنتاج العلمي (المرفق رقم 4)، وحسب المستجدات.
5. اعداد الخطة السنوية لعمل الشعبة (المرفق رقم 5).

6. استلام الاحتياجات الفعلية من الجهات المستفيدة ، وتوحيدها وارسالها الى جهات المنشأ والتي تقوم بدورها لما يلزم لانتاج النواتج العلمية ذات العلاقة بتلك الاحتياجات.
7. استلام النواتج العلمية وفق استمارة التسويق ، وتوحيدها وتصنيفها من اجل تسويقها الى الجهات المستفيدة.
8. ارسال النواتج العلمية بشكل مباشرة الى الجهات المستفيدة / المستهدفة ، ومتابعة الاستفادة منها.
9. تنظيم وانجاز العقود الاستثمارية للنواتج العلمية بين الجهة المستفيدة و صاحب النتاج العلمي.
10. اقامة معرض سنوي عام للنواتج العلمية ، ودعوة كافة الجهات المستفيدة ، ومتابعة الاستفادة منها.
11. متابعة اقامة المعارض التخصصية للنواتج العلمية التي تقيمها تشكيلات الوزارة ، ومتابعة الاستفادة منها.
12. اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني للجهات المستفيدة.
13. اعداد كراس دوري خاص بالنواتج العلمية وتوزيعه ونشرة على الانترنت.
14. تزويد قسم الاعلام بملخص عن النواتج العلمية بشكل دوري ومستمر ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة.
15. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنواتج العلمية بشكل دوري ومستمر ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية.
16. انشاء قاعدة بيانات خاصة للنواتج العلمية ونشرها على الموقع الالكتروني للدائرة على الانترنت.
17. اقامة ورش العمل التعريفية والتثقيفية التي تهدف الى تقييم والارتقاء بمستوى عملية تسويق المنتجات العلمية.
18. تحديث الصفحة الالكترونية الخاصة بالشعبة على الموقع الالكتروني لدائرة البحث والتطوير على الانترنت.

خامساً: خطة عمل شعبة التسويق

الجدول ادناه يمثل خطة العمل العامة لشعبة التسويق:

حالة استمرارية العمل	النشاط
محدد	1. اعداد قائمة لترميز جهات المنشأ
محدد	2. اعداد استمارة خاصة لطلب تسويق النتاج العلمي
محدد	3. اعداد استمارة خاصة للاستثمار النتاج العلمي
مستمر	4. استلام الاحتياجات الفعلية من الجهات المستفيدة
مستمر	5. توحيد احتياجات الجهات المستفيدة وارسالها الى جهات المنشأ
مستمر	6. استلام النواتج العلمية القابلة للتسويق
مستمر	7. توحيد وتصنيف النواتج العلمية
مستمر	8. ارسال النواتج العلمية بشكل مباشرة الى الجهات المستفيدة

مستمر	9. متابعة الاستفادة من النتاجات العلمية لدى الجهات المستفيدة
حالة استثمارية العمل	النشاط
مستمر	10. تنظيم وانجاز العقود الاستثمارية للنتاجات العلمية بين الجهة المستفيدة و صاحب النتاج العلمي
سنوي	11. اقامة معرض سنوي عام للنتاجات العلمية
مستمر	12. متابعة اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية التي تقيمها تشكيلات الوزارة كافة
مستمر	13. اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني للجهات المستفيدة
مستمر	14. اعداد كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعه ونشرة على الانترنت
مستمر	15. تزويد قسم الاعلام بملخص عن النتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة
مستمر	16. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية
الانشاء محدد و التحديث مستمر	17. انشاء قاعدة بيانات خاصة للنتاجات العلمية ونشرها على الموقع الالكتروني للدائرة على الانترنت وتحديثه
مستمر	18. اقامة ورش العمل التعريفية والتثقيفية التي تهدف الى التعريف والتقييم والارتقاء بمستوى عملية تسويق المنتاجات العلمية

اما خطة عمل شعبة التسويق المفصلة للعام 2013 قد تم ادراجها في الملحق رقم (5).

سادساً: النتاج العلمي القابل للتسويق

توصف النتاجات العلمية الجامعية والتي تشمل (نتائج البحوث العلمية ، براءات الاختراع ، اطاريح الدكتوراة ، رسائل الماجستير ، مشاريع التخرج لطلبة الصفوف المنتهية ، مخرجات المشاريع الريادية ، مخرجات يوم العلم ، ومخرجات الجوائز المتنوعة ، مخرجات توصيات المؤتمرات والندوات) بأنها (النتاج العلمي) المراد تسويقه الى الجهات المستفيدة. وتصنف النتاجات العلمية بشكل عام الى نتاجات (الصحة والبيئة ، الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ، الزراعية والبيطرية ، والعلوم التطبيقية).

ليس جميع النتاجات العلمية تكون نتاجات علمية قابلة للتسويق ، حيث يجب ان يتسم النتاج العلمي القابل للتسويق بالمعايير التسويقية التالية:

1. ان يكون النتاج العلمي قابل للتطبيق في الظروف الحالية.
2. ان يساهم النتاج العلمي بحل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع.
3. ان يتضمن النتاج العلمي قيمة علمية مضافة (تطبيقية و/او نظرية).
4. ان يعود النتاج العلمي بفائدة اقتصادية او علمية تخدم خطة النهوض بالبلد.

5. ان يكون النتاج العلمي غير مطبق او مستثمر سابقا لدى دوائر ومؤسسات الدولة.

يتم اعطاء الرمز التسلسلي لكل نتاج علمي قابل للتسويق من قبل شعبة التسويق قبل ارساله الى الجهات المستفيدة ، حيث ان الرمز التسلسلي سيكون مفيد جدا في الاجراءات الاحصائية والمتابعة والبحث وغيرها ، ويكون الرمز التسلسلي كالتالي :

(مرتبتين لرمز جهة المنشأ / مرتبة لرمز صنف النتاج العلمي / مرتبة لرمز نوع النتاج العلمي / مرتبة لرمز حالة النتاج العلمي / اربعة مراتب لسنة التسويق / ستة مراتب لتسلسل النتاج المسوق)

مثال: الرمز التسلسلي (000001/2012/1/03/1/02)

المعنى (يقراً من اليمين الى اليسار):

01 : يمثل رمز لجهة المنشأ ، وكأن تكون جامعة بغداد (وهو رمز مكون من مرتبتين). حيث يتم اعطاء رمز لكل جامعة ، مثلا (بغداد/02) ، (المستنصرية/03) ، وهكذا لكافة التشكيلات الاخرى للوزارة. المرفق رقم (1) يتضمن قائمة باسمااء ورموز جهات المنشأ.

1 : يمثل رمز لصنف النتاج العلمي ، وكأن يكون العلوم التطبيقية (وهو رمز مكون من مرتبة واحدة). حيث يتم اعطاء رمز لكل صنف النتاج العلمي ، مثلا (1/الصحة والبيئة) ، (2/الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية) ، (3/الزراعية والبيطرية) ، (4/بحوث العلوم التطبيقية) ، (5/اخرى).

03 : يمثل رمز لنوع النتاج العلمي ، وكأن يكون براءة اختراع (وهو رمز مكون من مرتبتين). حيث يتم اعطاء رمز لكل نوع نتاج علمي ، مثلا (01/بحث عملي) ، (02/براءة اختراع) ، (03/اطروحة دكتوراه) ، (04/رسالة ماجستير) ، (05/مشروع تخرج) ، (06/نتاج مشروع ريادي) ، (07/نتاج ليوم العلم) ، (08/نتاج لجوائز اخرى).

1 : يمثل رمز حالة النتاج العلمي ، وكأن يكون تطبيقي (وهو رمز مكون من مرتبة واحدة). حيث يتم اعطاء رمز لكل حالة نتاج علمي ، مثلا (1/تطبيقي) ، (2/اكاديمي).

2012: يمثل سنة تسويق النتاج العلمي.

00000001 : يمثل رمز تسلسل النتاج المسوق

حيث يتم اعطاء رمز يبدأ من الرقم 1 وعوداً لكل نتاج علمي جاهز للتسويق.

سابعا: جهة المنشأ

توصف كافة التشكيلات التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بأنها (جهات المنشأ) التي تقوم بأننتاج النتاجات العلمية المتنوعة. وتضم جهة المنشأ كافة الجامعات والهيئات والمراكز والوحدات البحثية بالإضافة الى التشكيلات التابعة لمقر الوزارة. تقوم جهة المنشأ بتقديم النتاج العلمي بغية تسويقه وفق الاستمارة الموضحة في المرفق رقم (2).

و من اجل الارتقاء بمستوى تنظيم العمل يتطلب تشكيل (شعبة التسويق) لدى كافة جهات المنشأ (الجامعات والهيئات) ترتبط هيكلياً وتنظيمياً بمكتب مساعد رئيس الجامعة للشؤون العلمية.

ثامناً: الجهة المستفيدة

يوصف المجتمع (الجامعات، القطاع العام، القطاع الخاص والمختلط، والخارج) بكونه (الجهة المستفيدة)، وتصنف الجهة المستفيدة على اساس كونها اما (الجهة المستهدفة) (حيث تكون اهداف ونتائج النتائج العلمية موجهة بالاصل الى هذه الجهات) او (الجهة المحتملة) (حيث يمكن لجزء او كامل اهداف ونتائج النتائج العلمية ان تخدم هذه الجهات بشكل مباشر او غير مباشر). ويكون التواصل بين الجهات المستفيدة (المستهدفة و المحتملة) وجهات المنشأ من خلال شعبة التسويق التي تنظم العملية التسويقية بين الجهتين وتضمن حقوق كافة الاطراف.

تاسعاً: اليات تسويق النتائج العلمية

توصف عملية تسويق النتائج العلمية بأنها (ايصال النتائج العلمية من جهات المنشأ الى الجهات المستفيدة) ليتم ربط البحث العلمي بمشكلات المجتمع والمساهمة في حلها.

تصنف عملية تسويق النتائج العلمي الى اليتان للعمل:

الالية الاولى: اوصول النتائج العلمي الى الجهة المستفيدة /المستهدفة:

يتم من خلال ارسال النتائج العلمي الى الجهات المستفيدة /المستهدفة مباشرة. ويتم ذلك من خلال الوسائل التالية (ارسال النتائج العلمي بشكل مباشر الى الجهة المستفيدة /المستهدفة، عقد لقاءات مباشرة مع الجهات المستفيدة /المستهدفة لبيان ما تبحث عنه من احتياجات فعلية، استلام الاحتياجات الفعلية من الجهة المستفيدة /المستهدفة) بالاضافة الى (اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني، اقامة المعارض التخصصية للنتائج العلمية بحضور او بالتعاون مع الجهات المستفيدة /المستهدفة، اصدار كراس دوري خاص بالنتائج العلمية وتوزيعه ونشره على الانترنت).

الالية الثانية: استقطاب الجهة المستفيدة /المحملة للنتائج العلمي:

يتم من خلال صياغة صورة واقعية لجهة المنشأ، وابرار جودة نتاجها العلمي، وطرح الملائم من النتائج العلمية والترويج عنه، بالاضافة الى استطلاع ما تبحث عنه الجهة المستفيدة /المحملة واحتياجاتها الفعلية. ويتم ذلك من خلال الوسائل التالية (النشر في وسائل الاعلام، اجراء اللقاءات في القنوات الفضائية، اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني، اقامة معارض عامة للنتائج العلمية، اقامة المعارض التخصصية للنتائج العلمية على هامش المؤتمرات والندوات المتنوعة التي تقيمها جهات المنشأ، اصدار كراس دوري خاص بالنتائج العلمية وتوزيعه ونشره على الانترنت).

المقارنة بين اليات التسويق:

الالية الاولى (اليه الارسال المباشر)	الالية الثانية (اليه الاستقطاب)
الجهة المستفيدة معروفة ، لذلك يتم ارسال النتائج العلمي الى الجهات المستفيدة / المستهدفة مباشرة.	الجهة المستفيدة غير معروفة ، لذلك يتم استقطاب الجهة المستفيدة /المحتملة للنتاج العلمي.
عقد لقاءات مباشرة مع الجهات المستفيدة/المستهدفة لبيان ما تبحث عنه من احتياجات فعلية.	النشر في وسائل الاعلام و اجراء اللقاءات في القنوات الفضائية ليتم صياغة صورة واقعية لجهة المنشأ ، و ابراز جودة نتاجها العلمي ، وطرح الملائم من النتاجات العلمية والترويج عنه.
استلام الاحتياجات الفعلية من الجهة المستفيدة/المستهدفة.	استطلاع ما تبحث عنه الجهة المستفيدة/المحتملة واحتياجاتها الفعلية.
اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية بحضور او بالتعاون مع الجهات المستفيدة/المستهدفة.	اقامة معارض عامة للنتاجات العلمية والمعارض التخصصية للنتاجات العلمية على هامش المؤتمرات والندوات المتنوعة التي تقيمها جهات المنشأ.
اصدار نشرة تسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني.	
اصدار كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعه ونشره على الانترنت.	

عاشراً: التحديات التي تواجه تسويق النتاجات العلمية والحلول المقترحة

تعرض عملية تسويق النتاجات العلمية لعدة تحديات يمكن تشخيص ابرزها مع ادراج الحلول القابلة للتطبيق حالياً:

- التحدي: تحديد الملائم من النتاجات العلمية والتي يمكن تسويقها.
الحل المقترح: يمكن للجان العلمية في الكليات من القيام بهذه المهمة وفق الاستمارة الموضحة في المرفق رقم (2) و المعدة لهذا الغرض.
- التحدي: تحديد الاحتياجات الفعلية التي تبحث عنها الجهة المستفيدة.
الحل المقترح: يمكن للقاءات المباشرة مع الجهات المستفيدة لبيان ما تبحث عنه من احتياجات فعلية او من خلال استلام الاحتياجات الفعلية من الجهة المستفيدة ، ويمكن القيام بذلك من خلال مايلي:
1- قيام المجالس التنسيقية بين وزارتنا والوزارات الاخرى والجهات غير المرتبطة بوزارة بدور فعال و اساسي في هذا المجال.
2- القيام بأستضافة ممثلي الوزارات المعنية في اجتماعات هيئة الرأي واجتماعات هيئة البحث العلمي وحسب المواضيع المطروحة في الاجتماع ، واستضافة ممثلي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لدى اجتماعات مجالس الوزارات المعنية وحسب المواضيع المطروحة في جداول هذه الاجتماعات.

3- القيام جهات المنشأ بفعاليات استطلاعية او متابعات ميدانية لرصد حاجة المجتمع لنتائج البحث العلمي.

- التحدي: تحديد مقومات قبول النتاج العلمي لدى الجهة المستفيدة.
الحل المقترح: يمكن للدراسات التقويمية والندوات وورش العمل التخصصية تناول ذلك وتقديم التوصيات والحلول اللازمة.
- التحدي: تحديد كيفية الدفاع عن النتاج العلمي في حال تعرضه للتحدي وعدم القبول بعد تسويقة للجهة المستفيدة.
الحل المقترح: يمكن للدراسات التقويمية والندوات وورش العمل التخصصية تناول ذلك وتقديم التوصيات والحلول اللازمة.

احد عشر: عقد استثمار النتاج العلمي

يهدف (عقد استثمار النتاج العلمي) الى تنظيم عملية استثمار النتاجات العلمية من قبل الجهات المستفيدة و الى ضمان حقوق اصحاب النتاجات العلمية ، يتضمن عقد استثمار النتاج العلمي على عدة بنود تنظم الاطار التعاقدى بين "صاحب النتاج العلمي" و "الجهة المستفيدة" و بمصادقة دائرة البحث والتطوير في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كونها الجهة المسوقة والراعية للجانب لتنفيذ النتاج العلمي لدى الجهة المستفيدة من الجانب العلمي.

المرفق رقم (4) يتضمن صيغة عقد استثمار النتاج العلمي ، مع الاشارة الى ان صيغة هذا العقد مستندة على موافقة قسم العقود الحكومية/ دائرة الاعمار والمشاريع والمبلغه الينا بالكتاب ذي العدد ع ق/ 9448 في 2012/12/3 مع مراعاة تطبيق تعليمات الية تعاون تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع الوزارات والجهات غير المرتبطة بوزارة رقم (160) لسنة 2009 ، ومراعاة ان تكون صيغة العقد منسجمة مع موضوع استثمار النتاج العلمي. ويجدر الاشارة الى انه قد تم الانتهاء من تنظيم عقد "استثمار براءة الاختراع" منذ منتصف اذار/ 2010 ، وفق الصيغة المعدلة والمبلغه الينا من قبل قسم العقود الحكومية/ دائرة الاعمار والمشاريع بالكتاب ذي العدد ع/ 1672 في 2010/3/16 ، الا انه لم يتم توقيع اي عقد استثماري لغاية الان.

اثنا عشر: النظام الالكتروني لادارة العلمية التسويقية

ان النظام الالكتروني لادارة العلمية التسويقية ، هو نظام الكتروني يعمل على ادارة جميع الانشطة والفعاليات الخاصة بالعملية التسويقية لدى كل من الجهات الثلاثة (جهة المنشأ – الوزارة – الجهة المستفيدة) ، حيث يتضمن النظام:

1. نظام سير العمل - Workflow.
2. قاعدة بيانات متكاملة خاصة بالنتاجات العلمية.

3. موقع الكتروني للنتائج العلمية ضمن الموقع الرسمي لدائرة البحث والتطوير.
4. تطبيق iApplication لجعل النظام يعمل على اجهزة iPhone و iPad.

ويكون العمل لدى كل من (شعبة التسويق في دائرة البحث والتطوير) و (كافة شعب التسويق في الجامعات والهيئات والبالغ عددهم (24) شعبة) بأستخدام اجهزة iPhone و iPad بدلاً عن الحاسبات (او بجانبها عند الرغبة)، بالإضافة الى اجهزة الارشفة السريعة (High Speed Scanners)، وبالاعتماد على شبكة الانترنت وشبكة الانترنت.

بحيث تتم ادارة العملية التسويقية الكترونياً بالكامل دون الحاجة لاستخدام الورق (مع امكانية استخدام الورق في اي مرحلة من مراحل العمل "عند الرغبة" بجانب العمل الالكتروني).

ثلاثة عشر: البرنامج الاعلامي

يتضمن البرنامج الاعلامي لتسويق النتائج العلمية على مايلي:

1. اصدار بوسترات علمية حول اهمية النتاج العلمي ، ولصقه في كافة الاقسام العلمية والمراكز والوحدات البحثية.
2. اصدار فولدر تعريفى لتسويق النتاج العلمي، يوزع خلال الندوات وورش العمل ، وعلى الجامعات والهيئات ، والوزارات والجهات المستفيدة.
3. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنتائج العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية.
4. تزويد قسم الاعلام الكترونياً بملخص عن النتائج العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة.
5. اقامة معرض سنوي عام للنتائج العلمية لكافة تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، على ارض معرض بغداد الدولي التنسيق مع الشركة العامة للمعارض والخدمات التجارية العراقية/ وزارة التجارة.
6. اقامة الندوات العلمية التثقيفية(التي تهدف الى الاعلان عن استراتيجية تسويق النتائج العلمية ، التعريف باليات عمل تسويق النتائج العلمية ، تقييم والارتقاء بمستوى عملية تسويق النتائج العلمية ، وكل مايتعلق بعملية التسويق الامثل للنتاج العملي).

ت	النشاط	الهدف	الجهة المدعوة	تاريخ الاقامة	مكان الاقامة
1	ندوة علمية تثقيفية (ندوة الاعلان عن الاستراتيجية)	الاعلان عن استراتيجية تسويق النتائج العلمية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مجالس الجامعات. ▪ مجالس الهيئات. ▪ ممثلي الوزارات. 	بداية شباط 2013/	جامعة بغداد/ قاعة الحكيم
2	ورشة عمل	التعريف باليات العمل	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. 	وسط شباط	مقر الوزارة

ت	النشاط	الهدف	الجهة المدعوة	تاريخ الاقامة	مكان الاقامة
3	ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)	التعريف بعملية تسويق النتائج العلمية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. ▪ المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. 	الاسبوع الاول / اذار / 2013	جامعة النهرين / قاعة السلام
4	ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)	التعريف بعملية تسويق النتائج العلمية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. ▪ المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. 	الاسبوع الثاني / اذار / 2013	جامعة الكوفة
5	ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)	التعريف بعملية تسويق النتائج العلمية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. ▪ المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. 	الاسبوع الثالث / اذار / 2013	جامعة الموصل
6	ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)	التعريف بعملية تسويق النتائج العلمية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. ▪ المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. 	الاسبوع الرابع / اذار / 2013	جامعة البصرة
7	ورشة عمل تخصصية (ورشة عمل تخصصية)	التعريف بنظام التسويق الالكتروني	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. 	2013 / بداية ايار	مقر الوزارة

- المرفق رقم 1 -

قائمة بأسماء ورموز جهات المنشأ

الرمز	جهة المنشأ
01	تشكيلات مقر الوزارة
02	جامعة بغداد
03	الجامعة المستنصرية
04	جامعة البصرة
05	جامعة الموصل
06	الجامعة التكنولوجية
07	جامعة الكوفة
08	جامعة تكريت
09	جامعة القادسية
10	جامعة الانبار
11	الجامعة العراقية
12	جامعة بابل
13	جامعة النهدين
14	جامعة ديالى
15	جامعة كربلاء
16	جامعة ذي قار
17	جامعة كركوك
18	جامعة واسط
19	جامعة ميسان
20	جامعة المثنى
21	جامعة سامراء
22	جامعة القاسم الخضراء
23	هيئة التعليم التقني
24	الهيئة العراقية للحاسوب والمعلوماتية

- المرفق رقم 2 -

مسودة استمارة "طلب تسويق النتاج العلمي"

صورة شخصية

رقم الاستمارة ()

1. جهة المنشأ:
الجامعة/الهيئة:
الكلية/المعهد/المركز:
القسم/الفرع/الوحدة:

2. وسيلة الاتصال بالباحث / رئيس الفريق البحثي:
اسم الباحث / رئيس الفريق البحثي:
رقم الهاتف النقال:
البريد الالكتروني:

3. النتاج العلمي :
اسم النتاج العلمي:
نبذة موجزة عن النتاج العلمي:

4. معلومات ذات صلة:
صنف النتاج العلمي:
() الصحة والبيئة () الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية
() الزراعة والبيطرية () العلوم التطبيقية () اخرى
نوع النتاج العلمي:
() بحث عملي () براءة اختراع () اطروحة دكتوراة () رسالة ماجستير
() مشروع تخرج () نتاج مشروع ريادي () نتاج ليوم العلم () ابداع وابتكار () اخرى
حالة النتاج العلمي:
() تطبيقي () اكاديمي
موقف النتاج العلمي:
() منجز غير منشور () منجز منشور

5. الجهات المستفيدة:
الجهات المستفيدة/ المستهدفة:
اسم الجهة
البريد الالكتروني
رقم الهاتف
الجهات المستفيدة/ المحتملة:
اسم الجهة
البريد الالكتروني
رقم الهاتف

6. المساهمة في حل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع:

المشكلة التي يعاني منها المجتمع:

مدى المساهمة في حل المشكلة:

7. القيمة العلمية المضافة (التطبيقية و/او النظرية):

8. الفائدة الاقتصادية او العلمية التي تخدم خطة النهوض بالبلد:

9. رأي اللجنة العلمية في الكلية/ المعهد/ المركز البحثي / الوحدة البحثية (جهة المنشأ):

بيان الرأي تجاه المعايير التسويقية:

- النتائج العلمي قابل للتطبيق في الظروف الحالية () نعم - () نوعا ما - () لا
- يساهم النتائج العلمي بحل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع () نعم - () نوعا ما - () لا
- النتائج العلمي ذو قيمة علمية مضافة (تطبيقية و/او نظرية) () نعم - () نوعا ما - () لا
- النتائج العلمي يعود بفائدة اقتصادية او علمية تخدم خطة النهوض بالبلد () نعم - () نوعا ما - () لا
- النتائج العلمي غير مطبق او مستثمر سابقا لدى دوائر ومؤسسات الدولة () نعم - () نوعا ما - () لا

بيان الرأي النهائي تجاه تسويق النتائج العلمي:

() النتائج قابل للتسويق.

() النتائج غير قابل للتسويق.

اللجنة العلمية في جهة المنشأ

2013 / /

11. مصادقة مدير عام دائرة البحث والتطوير:

أصادق على الرأي النهائي للجنة العلمية في الجامعة/ الهيئة (جهة المنشأ) و رأي شعبة التسويق في دائرتنا (جهة التسويق) فيما يتعلق بتسويق النتائج العلمي الى الجهات المستفيدة.

أ.م.د. محمد عبد عطية السراج
المدير العام لدائرة البحث والتطوير

2013 / /

10. رأي قسم التنسيق والتسويق:

... يكون الرأي فقط فيما يتعلق بوجود نتائج علمية مسوقه سابقاً او تكرار تسويق نفس النتائج العلمي او نتائج علمي مشابهة وغيرها من الامور التسويقية ...

مدير قسم التنسيق والتسويق

2013 / /

- المرفق رقم 3 -

مسودة استمارة " استثمار الناتج العلمي "

رقم الاستمارة ()	رقم الناتج العلمي ()
1. الناتج العلمي :	
اسم الناتج العلمي:	
نبذة موجزة عن الناتج العلمي:	
2. معلومات ذات صلة:	
صنف الناتج العلمي:	
() الصحة والبيئة () الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية () الزراعة والبيطرة () العلوم التطبيقية () اخرى	
نوع الناتج العلمي:	
() بحث عملي () براءة اختراع () اطروحة دكتوراة () رسالة ماجستير () مشروع تخرج () نتاج مشروع ريادي () نتاج ليوم العلم () نتاج لجوائز اخرى () اخرى	
حالة الناتج العلمي:	موقف الناتج العلمي:
() تطبيقي () اكايمي	() منجز غير منشور () منجز منشور
3. المساهمة في حل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع:	
المشكلة التي يعاني منها المجتمع:	
مدى المساهمة في حل المشكلة:	
4. القيمة العلمية المضافة (التطبيقية و/او النظرية):	
5. الفائدة الاقتصادية او العلمية التي تخدم خطة النهوض بالبلد:	

6. رأيا لجهة المستفيدة

بيان الرأي تجاه مدى الاستفادة من النتاج العلمي:

() يمكن استثمار النتاج العلمي.

() لا يمكن استثمار النتاج العلمي ، بيان الاسباب:

--

في حال الحاجة لعقد لقاء تفاوضي من اجل استثمار النتاج العلمي

اسم مخول الجهة المستفيدة:

العنوان الوظيفي للمخول:

وسيلة الاتصال: رقم الهاتف () – البريد الالكتروني ()

الموعد المقترح لعقد اللقاء:

يوم () الموافق (/ / 2013) عند الساعة (صباحا / بعد الظهر)

مكان عقد اللقاء:

() شارع النضال / المجمع التربوي / مبنى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي /

الطابق السادس - دائرة البحث والتطوير / قسم التنسيق والتسويق.

() الجهة المستفيدة (يتم ذكر عنوان مكان الجهة المستفيدة الكامل):

توقيع وختم الجهة المستفيدة:

الجهة المستفيدة

2013 / /

-المرفق رقم 4-

عقد استثمار نتاج علمي

الطرف الاول: الجهة المستثمرة وتتمثل في

الطرف الثاني: صاحب النتاج العلمي / السيد

المنتسب الي:-

الجامعة / الهيئة:

الكلية / المعهد / المركز:

القسم / الفرع / الوحدة:

تم الاتفاق بين الطرفين على ما يأتي:

اولاً: موضوع العقد:

استثمار النتاج العلمي المعنون

من قبل الطرف الاول ، والتي تعود للطرف الثاني ، لغرض

.....

ثانياً: مدة العقد:

تكون مدة العقد تبدأ من تاريخ نفاذيه العقد وقابلة للتجديد باتفاق الطرفين بعد

استحصال الموافقات الاصولية.

ثالثاً: مبلغ العقد وشروط الدفع:

يكون المبلغ الكلي للعقد دينار عراقي يتم تسديده من قبل الطرف الاول

وفقاً للنسب المبينة في ادناه:

أ- يتم تسديد مبلغ مقداره 10% من مبلغ العقد الكلي الى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة

البحث والتطوير باعتبارها الجهة الراعية لتنفيذ المشروع من الناحية العلمية.

ب- يتم تسديد 30% من قيمة العقد للطرف الثاني بعد توقيع العقد.

ج- يتم تسديد 20% من قيمة العقد للطرف الثاني عند انجاز 50% من مشروع استثمار النتاج العلمي.

د- يتم تسديد 20% من قيمة العقد للطرف الثاني عند انجاز 80% من مشروع استثمار النتاج العلمي.

رابعاً: الضمانات المالية والغرامات التأخيرية:

أ- يتم حجز 20% من قيمة العقد لدى الطرف الاول لحين انجاز المشروع استثمار النتاج العلمي ،

ويتم تسديدها للطرف الثاني بعد تسوية الحساب النهائي.

ب- يتم فرض غرامة تأخيرية مقدارها% عن كل يوم تأخير في تنفيذ المشروع يكون الطرف الثاني متسببا فيه ، وتحسب الغرامة وفقا للمعادلة المنصوص عليها في تعليمات تنفيذ العقود الحكومية النافذة في وقت التعاقد.

خامساً: التزامات الطرفين:

1- التزامات الطرف الثاني:

- أ- يلتزم بتقديم تعهد ينص على انه لم يسبق التعاقد مع ايه جهة اخرى لاستثمار النتاج العلمي ، والتعهد بعدم التعاقد على استثماره مستقبلا مع اي جهة اخرى ، سواء اكانت داخل او خارج العراق.
- ب- يلتزم بتقديم كافة المعلومات والاوليات اللازمة لاستثمار النتاج العلمي الى الجهة المستفيدة حصراً.
- ج- يلتزم بتقديم تقريراً مفصلاً عن نوعية الالات والمعدات والاجهزة التي يجب استخدامها في تنفيذ النتاج العلمي.
- د- تكون ملكية المعلومات ونتاج المشروع حصراً للطرف الاول ولايجوز لايه جهة الاستفادة منها الا بالاتفاق معه.
- هـ- يلتزم بالاشراف الكامل على جميع مراحل تنفيذ المشروع.
- و- يتعهد بالتواجد خلال فترة تنفيذ المشروع وبواقع يوم من كل(شهر / اسبوع).
- ز- يتعهد بتقديم المشورة اللازمة التي يحتاج لها العمل بالمشروع والتي من شأنها ان تذلل عوائق العمل.

2- التزامات الطرف الاول:

- أ- يلتزم بتنفيذ المشروع بالكامل وتوفير كافة مستلزماته من معدات والات ومكائن واجهزة وايدي عاملة.
- ب- يلتزم بتهيئة الموقع الملائم لتنفيذ المشروع.
- ج- يلتزم بتسديد مبلغ العقد وفقا للنسب المشار اليها في البند (ثالثا) من العقد.
- د- تقديم كافة التسهيلات اللازمة لحضور الطرف الثاني واشرافه على المشروع من وسائل نقل ومكان للعمل ...الخ.
- هـ- يلتزم بعدم اجراء ايه تعديلات او تغييرات على موضوع النتاج العلمي سواء كان ذلك يتعلق بالمواد او الاجهزة او المعدات او اليه التنفيذ المتفق عليها الا بموافقة الطرف الثاني.
- و- اصدار وثيقة تنص على ان المشروع قد تم بناءً على استثمار النتاج العلمي العائد للطرف الثاني.
- ز- السماح لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير بمتابعة مراحل تنفيذ المشروع وتقديم التقارير الخاصة بمراحل تقدم العمل.

سادساً: احكام عامة:

- أ- في حالة وجود خلاف بين الطرفين المتعاقدين في تفسير بنود العقد او اجراءات تنفيذه ، يتم تشكيل لجنة محايدة من الطرف الاول ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي لحل الاشكالات ، وتكون ملزمة لكلا الطرفين.
- ب- في حالة توقف العمل في المشروع لظروف طارئة او قوة القاهرة خارجة عن ارادة الطرفين ، يتم تنظيم محضر بذلك ، على ان يتم استئناف العمل بعد زوال هذه الظروف ، وبنفس بنود وشروط التعاقد السابقة ، مالم يتم الاتفاق بين الطرفين على تعديل جزء او كل منها.
- ج- في حالة عدم امكانية انجاز مشروع استثمار النتاج العلمي لسبب يعود الى الطرف الثاني او لظروف خارجة عن ارادة الطرفين ، لا ترتب ايه تبعات مالية او قانونية على الطرف الثاني ، ويعتبر العقد منتهيا ، وان الطرف الثاني في حل من الالتزامات التعاقدية تجاه الطرف الاول.
- د- في حالة وفاة الطرف الثاني ، يبقى العمل بالعقد ساريا تحت اشراف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير ، وتؤول الحقوق المالية المترتبة عن هذا العقد الى ورثته الشرعيين.
- هـ- يخضع العقد لكافة الرسوم والضرائب المقررة بموجب القوانين والتعليمات النافذة.
- و- تعتبر جميع المحاضر الموقعة بين الطرفين جزء لا يتجزأ من العقد.

سابعاً: الطرف الثاني غير مسؤول عن الاخطار والاعراض الجانبية الناتجة اثناء تنفيذ المشروع واستثمار النتاج العلمي.

ثامناً: في حالة حاجة المشروع لحضور الطرف الثاني لفترات غير منصوص عليها في الفقرة (و) من البند (سادسا) من العقد ، يكون ذلك لقاء مبالغ مالية اضافية يتم الاتفاق عليها بين الطرفين.

تاسعاً: في حالة توقف العمل بالمشروع لاي سبب كان لمدة تساوي او تزيد على ضعف مدة العقد الاصلية المشار اليها في البند (ثانيا) يعتبر العقد منتهيا ، ويكون الطرف الاول ملزما بتسديد كافة حقوق الطرف الثاني ، مالم يكن الطرف الثاني متسببا جزءا او كلا في التوقف.

حرر هذا العقد بتاريخ / / 201 في بغداد ، ويعتبر نافذاً من تاريخ / / 201.

الطرف الاول

الطرف الثاني

مصادقة دائرة البحث والتطوير

بسم الله الرحمن الرحيم



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
دائرة الأعمار والمشاريع
قسم العقود الحكومية

العدد :- ع ق / ١٤٤٨
التاريخ :- ٢٠١٢ / ١٢ / ٢١

دائرة البحث والتطوير
٢٠١٢
مستوردة

دائرة البحث والتطوير

م / عقد استثمار نتائج علمي

تحية طيبة ...

اشارة إلى كتابكم ذي العدد ب ت م / ١٠٩٨٩ / ٣ المؤرخ في ٢٠١٢ / ١١ / ٢١ .
نود اعلامكم عن إمكانية تطبيق نفس صيغة العقد الخاص باستثمار براءة الاختراع على موضوع العقد أعلاه ، مع
مراعاة تطبيق ما جاء بتعليمات آلية تعاون تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع الوزارات والجهات
غير مرتبطة بوزارة رقم (١٦٠) لسنة ٢٠٠٩ والمرفقة طياً نسخة منه ، على أن تكون صيغة العقد منسجمة مع
طبيعة موضوع استثمار النتائج العلمي .

المرفقات :-

- نسخة من الآلية أعلاه .

مع التقدير

د. عبد السلام علي الجماس
مدير عام دائرة الأعمار والمشاريع
٢٠١٢ / ١٢

نسخة منه إلى :-

مكتب الوكيل الأقدم / للتفضل بالاطلاع مع التقدير .
دائرة الأعمار والمشاريع / أقسام الدائرة كافة / للتفضل بالاطلاع مع التقدير .
دائرة الأعمار والمشاريع / قسم العقود الحكومية / الأوليات .
الصادرة .

ابتسام ١١ / ٢٨

www.rpd-mohesr.com
contract@rpd-mohesr.com

الموقع الإلكتروني لدائرة الأعمار والمشاريع
عنوان البريد الإلكتروني لقسم العقود الحكومية

- المرفق رقم 5 -

خطة عمل شعبة التسويق للعام 2013

تم وضع خطة عمل شعبة التسويق للعام 2013 في ضوء خطة العمل العامة الميينة في الفقرات (احد عشر ، اثنا عشر و ثلاثة عشر) لهذه الاستراتيجية .

حالة العمل	مدة العمل	المتطلبات	النشاط
محدد	لغاية 2013/2/28	/	1. اعداد قائمة لترميز جهات المنشأ
محدد	لغاية 2013/2/28	/	2. اعداد استمارة خاصة لطلب تسويق النتاج العلمي
محدد	لغاية 2013/2/28	/	3. اعداد استمارة خاصة للاستثمار النتاج العلمي
مستمر	مستمر	التنسيق الفعال مع الجهات المستفيدة	4. استلام الاحتياجات الفعلية من الجهات المستفيدة
محدد	لغاية	اصدار التوجيهات التي تتعلق بذلك	5. تشكيل (شعبة التسويق) في جميع جهات المنشأ (الجامعات والهيئات)
مستمر	مستمر	تشكيل (شعبة التسويق) في جميع الجامعات والهيئات	6. توحيد احتياجات الجهات المستفيدة وارسالها الى جهات المنشأ
مستمر وبشكل الكتروني	مستمر وبشكل الكتروني	اعداد نظام الكتروني على ان ينجز قبل 2012/4/1	7. استلام النتاجات العلمية القابلة للتسويق
			8. بيان الرأي تجاه قبول التسويق والمصادقة عليه من قبل مدير عام دائرة البحث والتطوير
			9. توحيد وتصنيف النتاجات العلمية
			10. ارسال النتاجات العلمية بشكل مباشرة الى الجهات المستفيدة
			11. متابعة الاستفادة من النتاجات العلمية لدى الجهات المستفيدة
			12. اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني للجهات المستفيدة
			13. اصدار كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعه ونشرة على الانترنت
			14. تزويد قسم الاعلام الكترونياً بملخص عن النتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة
			15. تحديث قاعدة البيانات والموقع الالكتروني الخاصة

		بالتنتاجات العلمية	
سنوي	ايار	التنسيق مع الشركة العامة للمعارض والخدمات التجارية العراقية / وزارة التجارة	16. اقامة معرض سنوي عام للتنتاجات العلمية لكافة تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، على ارض معرض بغداد الدولي
مستمر	مستمر	التنسيق مع الجامعات وتشكيلات الوزارة	17. متابعة اقامة المعارض التخصصية للتنتاجات العلمية التي تقيمها تشكيلات الوزارة كافة
مستمر	مستمر	التنسيق مع ادارة القناة الفضائية الجامعية	18. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالتنتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية
مستمر	مستمر	الاعدا والتهيئة لاقامة الندوات العلمية التثقيفية بالتنسيق مع الجامعات ودعوة الجهات المستفيدة	19. تنفيذ البرنامج الاعلامي لتسويق التنتاجات العلمية (المبين في الفقرة احد عشر لهذه الاستراتيجية)
محدد	لغاية 2103/1/31	طبع البوسترات	19. 1. اصدار بوسترات علمية حول اهمية النتاج العلمي.
محدد	لغاية 2103/1/31	طبع الفولدرات	19. 2. اصدار فولدر تعريفى لتسويق النتاج العلمي.
محدد	بداية شباط 2013/	التهيئة لعقد الندوة	19. 3. ندوة علمية تثقيفية (ندوة الاعلان عن الاستراتيجية)
محدد	وسط شباط 2013/	التهيئة لعقد الورشة	19. 4. ورشة عمل تخصصية (ورشة عمل تخصصية)
محدد	الاسبوع الاول / اذار 2013/	التهيئة لعقد الندوة	19. 5. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)
محدد	الاسبوع الثاني / اذار 2013/	التهيئة لعقد الندوة	19. 6. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)
محدد	الاسبوع الثالث / اذار 2013/	التهيئة لعقد الندوة	19. 7. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)
محدد	الاسبوع الرابع / اذار 2013/	التهيئة لعقد الندوة	19. 8. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية)
محدد	بداية ايار 2013/	التهيئة لعقد الورشة	19. 9. ورشة عمل تخصصية (ورشة عمل تخصصية)