



سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

آئین نامه تجاری سازی نتایج تحقیقات

تهیه و تدوین:

دفتر مرکزی ارتباط با صنعت و تجاری سازی

شهریور 1387

آئین نامه تجاری سازی نتایج تحقیقات

فهرست:

مقدمه

ماده 1- تعاریف

ماده 2- اهداف

ماده 3- سیاستها و برنامه ها

ماده 4- ساختار اجرایی

ماده 5- کلیات روش ها و ضوابط عمومی

ماده 6- بازاریابی نتایج تحقیق و فناوری ها

ماده 7- سایر موارد

مقدمه

این آیین نامه با توجه به سند چشم انداز 20 ساله کشور و در راستای مواد 45 و 47 قانون برنامه چهارم توسعه کشور مبنی بر ایجاد علم و فناوری با هدف گسترش بازار محصولات دانایی محور و توسعه شرکت های دانش بنیان و بندهای 5 تا 10 لایحه تغییر ساختار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس ماده 2 اساسنامه سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران تدوین شده است.

ماده 1 - تعاریف

سازمان: سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران.
پژوهشگاه: پژوهشگاه فناوریهای نوین.
پژوهشکده: پژوهشکده های تابعه پژوهشگاه.
شورای مرکزی: شورای مرکزی ارزیابی و تصویب طرحها.
دفتر ارتباط با صنعت: دفتر مرکزی ارتباط با صنعت و تجاری سازی سازمان
گروه تجاری سازی: گروه تجاری سازی نتایج تحقیق وابسته به دفتر ارتباط با صنعت
دبیرخانه شورای مرکزی: این دبیرخانه در مدیریت دفتر حمایت از پژوهش و فناوری مستقر می باشد.
تجاری سازی: فرآیند واگذاری نتایج تحقیق به بنگاههای اقتصادی و سرمایه گذاران حقیقی و حقوقی.
تحقیق: بخشی از تحقیقات علمی و کاربردی است که نتیجه آن به ایجاد روش، مهارت، دانش فنی، کشف یا اختراع و دارایی فکری یا پتنت منتهی می گردد.
محقق: فرد حقیقی یا حقوقی انجام دهنده تحقیق.
اظهاری نامه: کلیه حقایق ابراز شده از طرف محقق در رابطه با نتیجه تحقیق است که محقق در قالب تکمیل فرم مربوطه ارائه دهد.
اختراع¹: محصول یا فرآیندی است که راه نوینی را برای انجام بهینه کاری ارائه می دهد یا راه حل فنی جدیدی را برای حل مشکلی پیشنهاد می کند.
نوآوری²: بهره برداری موفقیت آمیز از ایده های نو.
پتنت³: یک مدرک قانونی دولتی است که به موجب آن مخترع می تواند در دوره زمانی مشخص دیگران را از بکارگیری بدون مجوز اختراع خود، در محدوده مکانی مشخص منع نماید.
بازاریابی: فرآیند برنامه ریزی و اجرا به منظور قیمت گذاری، تبلیغ و ترویج ایده ها، پژوهش ها و فناوری ها در راستای انجام معامله ها برای واگذاری نتایج تحقیقات به منظور رسیدن به اهداف تجاری سازی.
مالکیت فکری: حقوق قانونی حاصل از فعالیت ذهنی و فکری در زمینه های علمی و صنعتی، ادبی و هنری مانند حق انحصار اثر⁴

¹ Invention
² Innovation
³ Patent
⁴ Copyright

حق الامتیاز/حق التالیف/حق الاختراع⁵. درصدی از درآمد حاصل از فروش محصولات بوجود آمده یا توسعه یافته منتج از بکارگیری یک ایده، اختراع، نوآوری یا خلاقیت که به ایجاد کننده آن ایده، اختراع و ... تعلق می گیرد.

ماده 2 - اهداف

- 1-2- ارتقاء نقش سازمان در حمایت از محققان/نوآوران عضو و غیر عضو سازمان از طریق کمک به رسیدن نتایج تحقیق به بازار
- 2-2- ارتقاء نقش حمایتی سازمان در توسعه فنآوری و تولید ثروت دانش محور از طریق کمک به ایجاد توسعه شرکت های دانش بنیان
- 3-2- گسترش بازار محصولات دانایی محور
- 4-2- کمک به ایجاد فرهنگ و تعمیق اهمیت و نقش تجاری شدن نتایج تحقیقات در سطح سازمان و جامعه

ماده 3 - سیاستها و برنامه ها

- 1-3- هماهنگ سازی و هدفمند کردن تلاش ها و فعالیتهای تحقیقاتی سازمان، سرمایه گذاران و محققان در تجاری سازی.
- 2-3- حمایت سازمان در تسهیل و سرعت بخشیدن به رسیدن نتیجه تحقیق به بازار و صنعت از طریق تحت لیسانس قراردادن نتایج تحقیق/فناوریها.
- 3-3- ایجاد بسترهای لازم برای واگذاری نتایج تحقیق در هر مرحله و سطح.
- 4-3- بهینه سازی فرآیند تجاری سازی از طریق ارتباط فعال با مراکز علمی، پژوهشی و اجرایی کشور.
- 5-3- ایجاد بستر لازم جهت تعریف و اجرای طرح های تحقیقاتی منطبق بر معیارهای تجاری سازی.
- 6-3- جذب حمایت های مالی در راستای برنامه های تجاری سازی.
- 7-3- تشویق مدیران صنایع و صاحبان سرمایه برای مشارکت در برنامه های تجاری سازی.
- 8-3- ایجاد زمینه های لازم در سازمان برای رفع نیازمندی های تحقیق و توسعه ای شرکت ها و صنایع در حال فعالیت یا در حال احداث.
- 9-3- پیگیری برای تسهیل و اصلاح قوانین تجاری سازی (پیشنهاد قوانین جدید).
- 10-3- ایجاد بستر لازم برای اجرای دوره های آموزشی تجاری سازی.

ماده 4 - ساختار اجرایی

- 1-4- شورای سازمان مرجع تعیین سیاست های تجاری سازی نتیجه طرح های تحقیقاتی می باشد.
- 2-4- تصمیم گیری درباره هر یک از طرحها بر عهده شورای مرکزی است.

⁵ Royalty

- 3-4- دفتر ارتباط با صنعت مسئول بررسی قابلیت تجاری شدن نتایج طرحهای تحقیقاتی، تعیین ارزش تجاری طرح ها، مدیریت تدوین دانش فنی و پیگیری و اجرای فرآیند تجاری سازی می باشد.
- 4-4- معاونت توسعه فنآوری نظارت بر حسن انجام فرآیند تجاری سازی ارائه گزارش شش ماهه به شورای سازمان را بر عهده دارد.

ماده 5 - کلیات روش ها و ضوابط عمومی

به منظور افزایش احتمال تجاری شدن نتایج تحقیق لازم است شرایط و ضوابطی در بدو تعریف و تصویب طرح، در حین تحقیق و نهایتاً پس از اختتام و حصول نتایج طرح تدوین و عملیاتی گردد. برخی از این شرایط و روش ها عبارتند از:

- 5-1- در نظر داشتن توان بالقوه تجاری شدن موضوع تحقیق در مرحله پیشنهاد طرح و ارائه دلایل مستند مبنی بر قابلیت تجاری سازی پس از اتمام تحقیق، ضروری است.
- 5-2- از آنجایی که تخصص محقق در افزایش ضریب نفوذ نتایج تحقیق در تجاری سازی تأثیر بسزایی دارد، ضروری است تناسب تخصص محقق و موضوع تحقیق به عنوان شاخص مورد ارزیابی قرار گیرد.
- 5-3- بررسی و اظهار نظر در خصوص پتانسیل تجاری شدن طرحهای تحقیقاتی پیشنهادی در دفتر ارتباط با صنعت انجام و نتیجه برای طرح موضوع و تصمیم گیری نهایی در شورای مرکزی به دبیرخانه این شورا ارسال می شود.

تبصره 1: بررسی پتانسیل تجاری شدن بر سه محور فنی، اقتصادی و بازار انجام می شود.

تبصره 2: زمان لازم برای انجام این بررسی حداکثر 2 ماه می باشد.

- 5-4- ضوابط و خط مشی مالکیت فکری سازمان بصورت تدوین شده در دسترس محققان قرار می گیرد.
- 5-5- ارتباط مستمر گروه تجاری سازی با مراحل مختلف پیشرفت طرح ضروری است.
- 5-6- محقق در حین تحقیق نباید بدون هماهنگی با سازمان، اظهار نامه عمومی تهیه نماید و لازم است جزئیات مستند و ثبت شده از مراحل توسعه فنآوری مربوطه را محفوظ نگاه دارد.
- 5-7- سازمان شرایط و زمینه لازم برای ارائه خدمات مشاوره ای در رابطه با صدور امتیاز فنآوری و ثبت مالکیت فکری را فراهم می نماید.

5-8- فرآیند تجاری سازی نتیجه یک تحقیق با ارائه اظهارنامه نتیجه تحقیق از طرف محقق آغاز می گردد.

5-9- حوزه های مختلف سازمان موظف به حفظ اسرار محقق در خصوص اطلاعات محرمانه ارائه شده در قالب اظهار نامه می باشند.

5-10- اجرای فرآیند تجاری سازی پس از ارزیابی کارشناسی و بازاریابی ابتدایی آغاز می شود.

5-11- ارزیابی و بازاریابی ابتدایی به طور همزمان و بر مبنای شاخص های ذیل انجام می شود:

الف- ارزش فنی و اقتصادی (دارا بودن توجیه فنی و اقتصادی)

ب- ارزش مالکیت فکری از نظر ثبت و اجرایی شدن

ج- ارزیابی بازار از نظر میزان و پایداری تقاضا

تبصره 3: ارزیابی و جمع بندی موارد سه گانه فوق بر عهده دفتر ارتباط با صنعت بوده و در این رابطه از همکاری متخصصین عضو و غیر عضو سازمان جهت ارزیابی علمی و فنی و دفتر مالکیت فکری سازمان در رابطه با موضوع ثبت مالکیت فکری استفاده می شود.

تبصره 4: زمان لازم برای این مرحله حداکثر 3 ماه پیش بینی می‌گردد.

ماده 6 - بازاریابی نتایج تحقیق و فناوری ها

6-1- به منظور حصول بیشترین بازده و تسریع در رسیدن نتیجه تحقیق به بازار، دفتر ارتباط با صنعت زمینه لازم برای بازار یابی و صدور امتیاز را به ویژه از طریق تعامل نزدیک با محقق برای شناسایی کاربردهای تجاری نتیجه تحقیق انجام داده و در نهایت بهترین گزینه از بین متقاضیان معرفی می‌گردد.
تبصره 5: انواع مختلف تفاهم نامه های انتقال دانش فنی/نتیجه تحقیق در دستورالعمل اجرایی این آئین نامه ذکر می‌شود.

6-2- دفتر ارتباط با صنعت با ایجاد و توسعه فن بازار به دو صورت مجازی و حقیقی بستر لازم را برای عرضه و تقاضای فناوری مهیا می‌نماید.

6-3- از طریق حضور در نمایشگاههای داخلی و خارجی برای بازاریابی فناوری های در اختیار سازمان تلاش می‌شود.

6-4- ایجاد ارتباط با نهادهای صنعتی و فناوری مرتبط جهت معرفی و بازاریابی فناوریه‌ها انجام می‌شود.

ماده 7 - سایر موارد

7-1- در راستای افزایش احتمال موفقیت در تجاری سازی نتایج تحقیقات، حسب مورد، سازمان به منظور بررسی بازار و لحاظ نمودن بازخوردهای بازار در ارتقاء دانش فنی، با تصویب شورای مرکزی مکانیزم های حمایتی و امکانات لازم برای تولید نتیجه تحقیق را با مشارکت بخش خصوصی فراهم می‌نماید. جزئیات روش اجرایی در آئین نامه مربوطه لحاظ می‌شود.

7-2- سازمان طی توافق نامه ای با یک شرکت در حال تأسیس در قبال معاوضه حقوق امتیاز با مالکیت فکری در تأسیس شرکت مشارکت می‌نماید. سهم شراکت سازمان در این شرکت ها با مصوبه هیات امنای سازمان و طبق مقررات تعیین می‌شود.

7-3- محققان عضو سازمان می‌توانند با استقرار در مرکز رشد واحدهای فناوری سازمان، نسبت به توسعه و کاربردی کردن نتیجه طرح خاتمه یافته خود اقدام نمایند.

این آئین نامه در 7 ماده و 4 تبصره در تاریخ _____ به تصویب هیئت رئیسه سازمان رسید.