

اطلاعیه اصلاح «آیین نامه جامع پژوهانه» با تأکید بر فعالیت‌های کارآفرینی و نوآوری

(به همراه پیوست تعاریف واژه ها)

به استحضار اعضای محترم هیأت علمی دانشگاه کاشان می‌رساند در راستای سیاست‌های کلان دانشگاه در زمینه تقویت زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی، ایجاد پیوند مؤثرتر میان فعالیت‌های پژوهشی و نیازهای جامعه و صنعت و حمایت هدفمند از اعضای هیأت علمی فعال در حوزه‌های کارآفرینی و نوآوری، آیین نامه جامع پژوهانه دانشگاه مورد بازنگری قرار گرفت. بر اساس این بازنگری، بندهای جدیدی در فصل مرتبط با امتیازات پژوهانه، با تمرکز بر فعالیت‌های کارآفرینانه، نوآورانه و فناورانه به آیین نامه اضافه شده و در قالب مواد ۲-۲۱ تا ۲-۲۶ و تبصره ذیل آن‌ها به تصویب رسیده و از تاریخ ۱۴۰۵/۰۱/۰۱ لازم‌الاجرا شده است.

متن کامل این مواد و تبصره به شرح زیر است :

ماده ۲-۲۱ : به عضوی که موفق به ثبت اختراع ملی با مالکیت دانشگاه (مطابق شیوه نامه مالکیت فکری دانشگاه) شود، در صورت تایید معاونت نوآوری و اقتصاد مبنی بر رعایت شیوه نامه مالکیت فکری دانشگاه، معادل g1 برابر پژوهانه تشویقی تعلق می‌گیرد.

ماده ۲-۲۲ : به عضوی که موفق به ثبت اختراع بین‌المللی با مالکیت دانشگاه (مطابق شیوه نامه مالکیت فکری دانشگاه) شود، در صورت تایید معاونت نوآوری و اقتصاد مبنی بر رعایت شیوه نامه مالکیت فکری دانشگاه، معادل g2 برابر پژوهانه تشویقی تعلق می‌گیرد.

ماده ۲-۲۳ : به عضوی که موفق به ایجاد هسته کارآفرینی، ایجاد هر شرکت دانشگاهی، کمک به ایجاد هر شرکت توسط دانش‌آموختگان، ایجاد شرکت فناور و ایجاد شرکت دانش‌بنیان شود، در صورت تایید معاونت نوآوری و اقتصادی، به ترتیب g6، g5، g4، g3 و g7 برابر پژوهانه تشویقی تعلق می‌گیرد.

ماده ۲-۲۴ : به عضوی که موفق به ایجاد محصول آماده برای ارائه به بازار شود، در صورت تایید معاونت نوآوری و اقتصاد مبنی بر رعایت شیوه نامه مالکیت معنوی دانشگاه، معادل g8 برابر پژوهانه تشویقی تعلق می‌گیرد.

ماده ۲-۲۵ : به عضوی که موفق به تجاری سازی محصول یا فرآیند در بازار با سطح TRL حداقل برابر ۶ (با سهم حداقل بیست (۲۰) درصد مشارکت) می‌شود، در صورت تایید معاونت نوآوری و اقتصاد مبنی بر رعایت شیوه نامه مالکیت معنوی دانشگاه، معادل g9 برابر پژوهانه تشویقی تعلق می‌گیرد.

ماده ۲۶-۲: به عضوی که راهبری تخصصی و عمومی (Coaching and mentoring) در مرکز

نوآوری برای مجموعه های مرتبط با دانشگاه انجام دهد، در صورت تایید معاونت نوآوری و اقتصاد، معادل 10 برابر پژوهانه تشویقی تعلق می گیرد.

تبصره ۳: مقدار عددی کلیه ضرایب تعریف شده در این ماده، به صورت سالانه پس از پیشنهاد

شورای پژوهشی موسسه، توسط هیات رئیسه موسسه مشخص خواهد شد.

در کنار این اصلاحات، ردیف ۲۳ از جدول موارد قابل هزینه کرد در دستورالعمل جامع

پژوهانه نیز به تصویب رسید؛ که براساس آن حمایت مالی در حوزه توسعه محصولات و هزینه های مربوط به ایجاد هسته های کارآفرینی و تجاری سازی محصولات در بازار، بدون سقف و با تایید معاونت نوآوری و اقتصاد دانشگاه امکان پذیر خواهد بود. این اقدام به منظور فراهم سازی مسیر عملی برای توسعه طرح های فناورانه و تسهیل ورود محصولات دانشگاهی به بازار صورت گرفته است.

افزودن این مواد، گامی موثر و عملی در جهت به رسمیت شناختن و امتیازدهی شفاف به فعالیت های

کارآفرینی، نوآوری و توسعه فناوری در کنار فعالیت های پژوهشی است. انتظار می رود این اصلاحات، ضمن ایجاد انگیزه مضاعف برای اعضای هیأت علمی در توسعه فعالیت های نوآورانه، به تجاری سازی دستاوردهای علمی و ارتقای جایگاه دانشگاه کاشان در عرصه های ملی و بین المللی کمک شایانی بنماید. از تمامی اعضای محترم هیأت علمی دانشگاه دعوت می شود با فعال تر شدن در حوزه های کارآفرینی، نوآوری، تأسیس و توسعه شرکت های دانش بنیان و فناور، توسعه فناوری های مورد نیاز کشور، و مشارکت در اکوسیستم نوآوری دانشگاه، از ظرفیت های ایجاد شده در دستورالعمل جدید بهره مند شوند.

در همین راستا، تأثیر امتیازات فعالیت های کارآفرینی و نوآوری در آیین نامه های ترفیع سالیانه، ارتقا و

پایه های تشویقی نیز در حال پیگیری است.

معاونت نوآوری و اقتصاد دانشگاه کاشان

تعاریف رسمی واژه ها در متن اطلاعیه

هسته کارآفرینی، شرکت های دانشگاهی، نوآوری، کارآفرینی، فناوری، اختراع، شرکت دانش بنیان، شرکت فناور، تجاری سازی محصول و راهبری تخصصی (Coaching @ Mentoring)

نوآوری (Innovation) طبق تعریف OECD در راهنمای ۱ سلو (Oslo Manual): نوآوری عبارت

است از پیاده سازی یک محصول (کالا یا خدمت) یا فرایند جدید یا بهبود یافته، یا یک روش جدید بازاریابی، یا یک روش جدید سازمانی در رویه های کسب و کار، سازمان دهی محل کار یا روابط خارجی

نکات کلیدی: نوآوری صرفاً وجود یک "ایده" نیست بلکه ایده باید پیاده سازی شده و ارزش ایجاد کند. نوآوری شامل نوآوری در محصولات، فرایندها، بازاریابی و سازمان می شود.

کارآفرینی (Entrepreneurship) طبق تعریف Global Entrepreneurship Monitor:

کارآفرینی هر تلاشی برای ایجاد یک کسب و کار یا فعالیت اقتصادی جدید است، مانند خوداشتغالی، ایجاد سازمان جدید یا توسعه یک کسب و کار موجود توسط فرد، تیمی از افراد یا یک شرکت؛ Joseph Schumpeter اقتصاددان برجسته کارآفرینی را اینگونه توصیف می کند: فرآیند ایجاد ترکیبات جدید (نوآوری) که می تواند شامل معرفی محصول جدید، روش تولید جدید، بازار جدید یا ساختار جدید صنعتی باشد.

نکات کلیدی: کارآفرینی با خلق ارزش اقتصادی و اغلب با نوآوری همراه است و شامل شناسایی فرصت و پذیرش ریسک است.

فناوری (Technology) طبق تعریف UNESCO: فناوری مجموعه ای از دانش، مهارت ها، روش ها

و فرایندهایی است که در تولید کالاها یا ارائه خدمات و حل مسائل به کار گرفته می شود.»

نکات کلیدی: فناوری فقط ابزار یا ماشین نیست؛ شامل دانش فنی و مهارت انسانی هم هست. و می تواند سخت (ماشین آلات) یا نرم (نرم افزار و روش ها) باشد.

اختراع (Invention): در بسیاری از نظام های ثبت اختراع، اختراع نتیجه فکر فرد یا افراد است که

برای اولین بار یک فرآیند یا فرآورده خاص را ارائه می کند و مشکلی فنی را حل می نماید. طبق تعریف سازمان جهانی مالکیت فکری (World Intellectual Property Organization) و بر اساس استانداردهای بین المللی از جمله موافقت نامه (TRIPS Agreement) یک اختراع برای ثبت باید سه شرط اصلی داشته باشد:

۱- جدید بودن (Novelty) یعنی قبلاً در هیچ جای دنیا افشا یا منتشر نشده باشد.

۲- گام ابتکاری (Inventive Step) به معنی اینکه برای یک فرد متخصص در آن حوزه، بدیهی نباشد.

۳- کاربرد صنعتی (Industrial Applicability) به مفهوم قابلیت ساخت یا استفاده در صنعت؛

نکات کلیدی: اختراع حتماً باید ماهیت فنی داشته باشد. (ایده‌های صرف یا نظریه‌های علمی اختراع محسوب نمی‌شوند) همچنین اختراع با نوآوری متفاوت است، هر اختراعی نوآوری است اما هر نوآوری الزاماً اختراع نیست. برای برخورداری از حقوق قانونی، باید ثبت رسمی (Patent) انجام شود.

هسته کارآفرین (تیم کارآفرینی): هسته کارآفرین یک گروه غیررسمی متشکل از حداقل دو عضو حقیقی است که با تمرکز بر یک ایده یا فناوری خاص و با هدف تجاری‌سازی آن، فعالیت می‌کند و هنوز به ثبت قانونی به عنوان شرکت نرسیده است.

شرکت دانش‌بنیان: شرکتی خصوصی یا تعاونی است که برای هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالاها/خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر فعالیت می‌کند و این وضعیت توسط کارگروه مربوطه تأیید شده است و ویژگی اصلی آن مالکیت فکری و دانش فنی محصول برای شرکت، با هدف رقابت با فناوری روز دنیا است.

شرکت فناور: در قوانین مدون ایران، شرکت فناور یک نوع طبقه‌بندی مستقل نیست، بلکه زیرمجموعه شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شود. این اصطلاح اغلب در کنار «نوپا» و «نوآور» به کار می‌رود. تعریف آن مبتنی بر شاخص‌های آیین‌نامه است (مانند سطح فناوری بالاتر از تراز کشور، وجود نمونه آزمایشگاهی یا فروش تجاری، و تیم تحقیق و توسعه).

شرکت دانشگاهی: شرکت دانشگاهی یک طبقه‌بندی حقوقی-مالکیتی است، نه یک نوع شرکت مستقل. که به دو دسته تقسیم می‌شود:

الف) شرکت دانشگاهی دولتی: بیش از ۵۰٪ سهام آن متعلق به دانشگاه یا مرکز پژوهشی دولتی باشد.

ب) شرکت دانشگاهی خصوصی: سهم دانشگاه کمتر از ۵۰٪ باشد، اما دانشگاه به عنوان سهامدار در آن حضور دارد.

تجاری‌سازی محصول (Commercialization): تجاری‌سازی عبارت است از فرآیند تبدیل یک ایده، اختراع، دانش فنی یا محصول پژوهشی به یک کالا یا خدمات قابل عرضه در بازار، که شامل تمام

مراحل از تحقیق و توسعه (R&D) تا تولید انبوه و فروش سودآور می شود. بر اساس اسناد بالادستی (مانند سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و قوانین پشتیبانی از شرکت‌های دانش‌بنیان)، تجاری‌سازی موفق مستلزم طیف وسیعی از قابلیت‌هاست که در هفت شاخص اصلی خلاصه می‌شوند:

- فردی (کارآفرینی و مهارت تیم)
- مدیریتی و سازمانی (ساختار و فرآیندهای شرکت)
- فرهنگی-اجتماعی (پذیرش فناوری توسط جامعه)
- قوانین و تأییدیه‌ها (اخذ مجوزهای استاندارد و ثبت مالکیت فکری)
- مالی و اقتصادی (تأمین سرمایه و هزینه‌های تولید)
- توانمندی بازاریابی و فروش (شناخت بازار و توزیع)
- قابلیت‌های فناورانه (زیرساخت و دانش فنی تولید)

مراحل اصلی فرآیند تجاری سازی: شناسایی نیاز/مشکل در بازار، تحقیق و توسعه برای یافتن راه‌حل

فناورانه، تأمین مالی و تولید نمونه اولیه، اخذ تأییدیه‌ها و استانداردها، تولید انبوه و ورود به بازار هدف

منتورینگ (Mentoring): منتورینگ یک رابطه بلندمدت و توسعه‌ای است که در آن یک فرد با

تجربه‌تر (منتور) دانش، تجربیات و بینش‌های حرفه‌ای خود را به فردی با تجربه کمتر (منتی) منتقل می‌کند. هدف اصلی منتور توسعه حرفه‌ای و شخصی بلندمدت، راهنمایی در مسیر شغلی و انتقال فرهنگ سازمانی است و دارای نقش مشاور، راهنما، محافظ و حامی می‌باشد و معمولاً جواب‌های مسائل را با تکیه بر تجربیات گذشته می‌داند. دامنه فعالیت منتور علاوه بر مهارت‌های شغلی، شامل توصیه‌های زندگی، مدیریت سیاسی سازمانی و شبکه‌سازی می‌شود که معمولاً بین ۶ ماه تا چند سال طول می‌کشد.

کوچینگ (Coaching): کوچینگ یک فرآیند کوتاه‌مدت و عملکردهم‌محور است که در آن یک

فرد آموزش دیده (کوچ) به فرد دیگر (کوچ شونده یا مراجع) کمک می‌کند تا با پرسش‌های هدفمند، خودش به راه‌حل‌های خاص برای بهبود عملکرد یا رسیدن به یک هدف مشخص برسد. هدف اصلی کوچینگ بهبود عملکرد خاص، حل مسئله نقطه‌ای یا رسیدن به یک هدف تعیین شده در یک بازه زمانی مشخص است. نقش کوچ تسهیل‌گری، شنونده فعال و پرسشگری است. کوچ فرض می‌کند که مراجع پاسخ سوال خود را می‌داند (یا توانایی یافتن آن را دارد) و صرفاً با پرسش، به او کمک می‌کند تا کشف کند "چطور به هدفش برسد. دامنه فعالیت کوچ تمرکز بر روی مهارت‌های خاص شغلی، افزایش بهره‌وری و دستیابی به اهداف عملیاتی (مثل افزایش فروش، بهبود مدیریت زمان) است که معمولاً طی چند جلسه تا چند ماه انجام می‌شود.