



موضوع



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن

تجاری سازی فناوری مفاهیم، مدلها، مراحل و ابعاد تجاری سازی

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ارومیه
۲۳ بهمن ماه ۱۳۹۵

URL: www.nicvision.net

Email: info@nicvision.net

دکتر ناصر محمدی

رئیس هیات مدیره شرکت مشاورین ایده ناب

Email: n.mohammadi@nicvision.net



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



ایران باید کشوری عالم شود و
جوانان ما باید با حرکتی جهادی
علم را به فناوری، فناوری را به
صنعت و صنعت را به توسعه کشور
وصل و مرتبط کنند

ما باید بتوانیم علم مان را به ثروت تبدیل کنیم.
ما باید زنجیره علم و فناوری را تکمیل کنیم

چشم انداز علم و فناوری در ایران ۱۴۰۴

سیاست های کلی نظام برای رشد و توسعه علمی و تحقیقاتی کشور در بخش آموزش عالی و مراکز تحقیقاتی

- (1) توسعه متوازن کمی و کیفی نظام آموزش عالی و مراکز تحقیقاتی
- (2) هدایت نظام آموزش عالی و مراکز تحقیقاتی کشور در جهت توسعه علوم پایه و تحقیقات بنیادی، افزایش خلاقیت و روزآمد ساختن دانشگاه ها
- (3) اهتمام به اصل پرورش در کنار آموزش و پژوهش
- (4) ساماندهی به نظام اعتبار سنجی و رتبه بندی دانشگاه ها
- (5) ساماندهی به نظام آمار و اطلاعات علمی و پژوهشی دولتی و غیر دولتی
- (6) تعریف، شناسایی، هدایت، پرورش، جذب و بکارگیری استعدادها درخشان
- (7) برنامه ریزی برای افزایش نقش دانشگاه ها، مراکز تحقیقاتی و فرهنگستانها در ارتقای کارآمدی نظام



چشم انداز علم و فناوری در ایران ۱۴۰۴

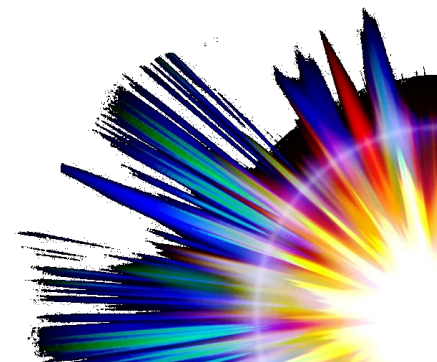
سیاست های کلی نظام برای رشد و توسعه فناوری در کشور

- (1) توسعه فناوری با هدف ارتقای جایگاه ایران در فناوری جهانی، تولید دانش، کسب ثروت و افزایش قدرت ملی
- (2) تقویت زیرساختها و ظرفیت های ملی فناوری در کشور
- (3) تبیین و ترویج مبانی فرهنگی توسعه فناوری
- (4) اهتمام به حفظ ارزشهای فرهنگی، اجتماعی و موازین اسلامی در استفاده از فناوری

دانشگاهها در قرن ۲۱

Key Point

چشم انداز دانشگاه ها در قرن بیست و یکم آن است که نقش کاربردی کردن علم توسط آنها از تولید و انتقال علم مهمتر خواهد بود.



مفاهیم تجاری سازی



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



تجاری سازی چیست؟

• روزانه در سراسر جهان، شرکت های مختلف و حتی افراد عادی، پس از انجام فعالیت های تحقیق و توسعه به اختراع ها و نوآوری هایی دست می یابند که از نظر مفهومی دارای کارکردهای مختلف و متنوعی است و می تواند بخش قابل توجهی از نیاز مشتریان را پوشش داده و حتی باعث بهبود کیفیت محصول و یا خدمات بشود. اما این ایده ها، اختراع و نوآوری ها به خودی خود هیچ گاه نمی توانند مثمر ثمر واقع شوند و باید یک روندی را طی کنند تا به دست مصرف کنندگان در بازار برسند.



• **تجاری سازی** به سلسه فعالیت هایی اطلاق کرد که برای **بهره برداری از ایده ها، اختراع و نوآوری ها** در قالب محصولات و یا خدمات قابل ارائه، جهت فروش در بازار صورت گیرد.

تجاری سازی چیست؟

- تجاری سازی را به مدیریت یک مفهوم تجاری برای **دستیابی به سود و منفعت، توسعه تجاری**، معرفی یک محصول یا خدمت در بازار برای سود، فرآیند تبدیل تکنولوژی به محصولات موفق اقتصادی و **به کارگیری روش های کسب و کار به منظور سود و انجام بهره گیری** معنی کرده اند.
- با تعریف فوق، اجزای اصلی تجاری سازی عبارتند از:
 - یک مفهوم تجاری
 - فرآیند کسب و کار
 - تبدیل ایده به ثروت
 - هدفگذاری سود و منفعت



هدف تجاری سازی از دیدگاه MIT

هدف اصلی از تجاری

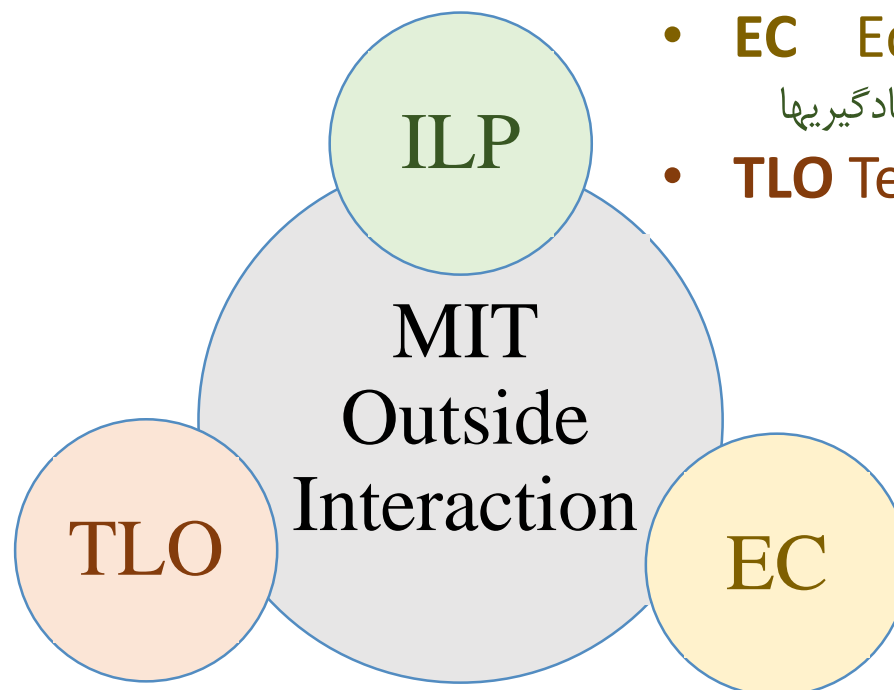
سازی،

انتقال فناوری است نه

حداکثر کردن درآمد

بیانیه دفتر انتقال تکنولوژی دانشگاه

MIT آمریکا



- **ILP** Industrial Liaison Program
برنامه ارتباط با صنعت
- **EC** Edgerton Center
مرکز انتقال تجربیات و مرکز الکترونیکی یادگیریها
- **TLO** Technology Licensing Office
دفتر لایسنس فناوری



گستره تجاری سازی نوآوری

- موضوعی:

- خدمت یا کالای خاص، که برای اولین بار عرضه شده باشد
- خدمت یا کالای موجود، که بخشی از آن برای اولین بار، عرضه میشود و منجر به اثربخشی خاصی گردد.

- جغرافیایی:

- خدمت یا کالایی که در یک منطقه خاص، برای اولین بار عرضه شده باشد

- کاربردی:

- خدمت یا کالایی که قبلا در یک سازمان یا کالای خاص استفاده میشد و کاربرد آن برای یک سازمان دیگر بکار گرفته شود



فناوری از منظرهای مختلف

برخی از دیدگاههای رایج راجع به ماهیت فناوری:

1. فناوری از جنس علم و نوشتنی است. (دانش فنی)
2. فناوری از جنس ابزار است. (تجهیزات و ماشین آلات)
3. فناوری از جنس محصول است.





شرکت مشاورین ایده ناب ویژن

رویکردها در توسعه تجاری سازی

۱ رویکرد مدیریتی به مدلسازی تجاری از ایده تا بازار

۲ رویکرد فرآیندی و اجرایی به مدلسازی تجاری از ایده تا بازار

رویکرد مدیریتی

به

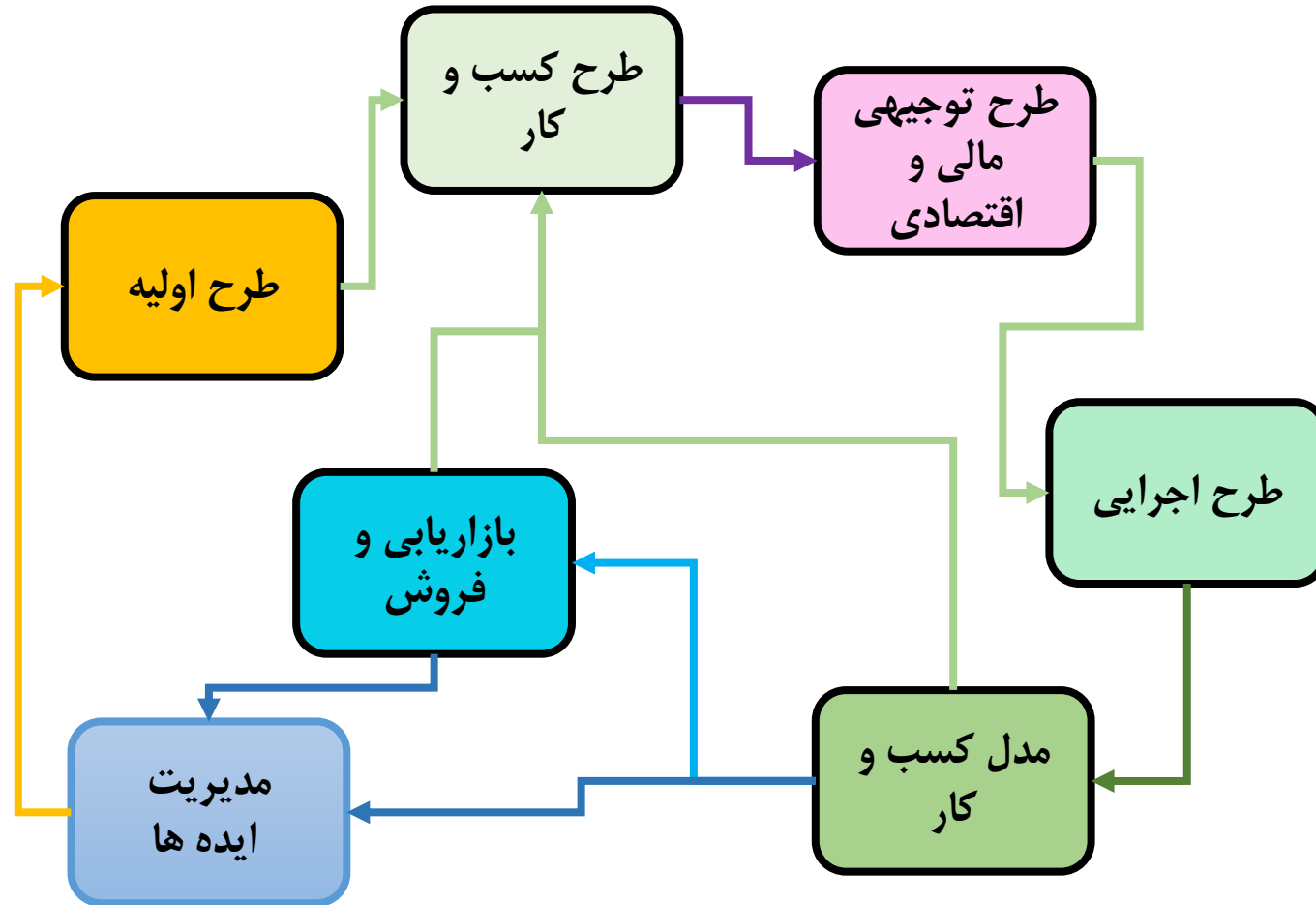
مدلسازی تجاری از ایده تا بازار



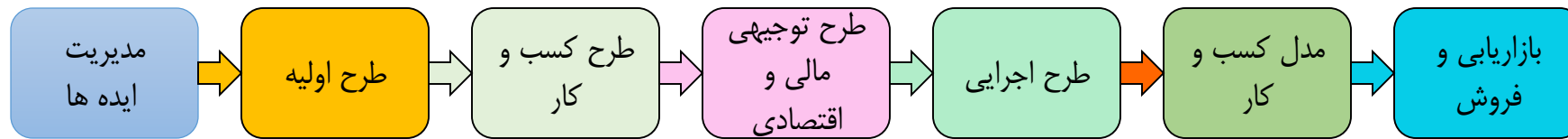
شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی

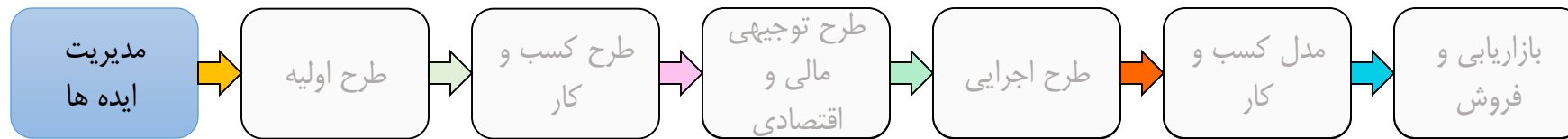


• خدمات کلی:

- ارزیابی و تشخیص ایده (های) قابل تجاری سازی
- کسب دانش و مهارت تجاری سازی خدمت یا محصول
- تحلیل ابعاد فنی، حقوقی و مالی
- برقراری ارتباط کارکردی با صنعت و محیط توسعه نیمه صنعتی دانشگاهی
- تهیه طرح کسب و کار و توجیهی مالی و اقتصادی
- تامین مالی (تسهیلات، حق امتیاز، سرمایه گذاری پرمخاطره)
- نظارت (فنی و اجرایی) بر واحدهای اجرایی پروژه



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



✓ ایده ها عبارتند از نیازها و تقاضاهای پاسخ داده نشده پژوهشگران و فناوران، نیازهای صنعت و اعلام آن بصورت تقاضا، مطالعات بازار و احصای نیازهای حال و آتی و مطالعات پایپ لاین، محصولات تحت پتنت و پروفولیوی شرکت‌های معتبر دارویی و شرکتهای Spin-off

✓ **اقدامات اساسی:**

- ارزیابی ایده
- ارزیابی بازار ایده
- ارزیابی میزان ارزش آفرینی
- آینده نگاری اجمالی آینده

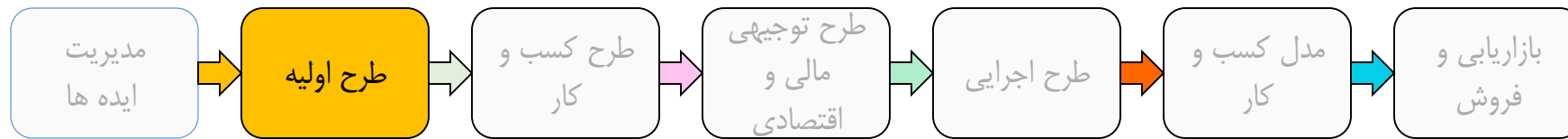




شرکت مشاورین ایده ناب ویژن

مدل تحلیل کسب و کار و استراتژیها

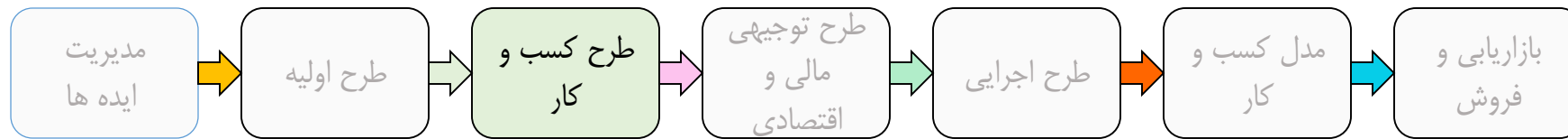
فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



- ارزیابی میزان جذابیت و مزیت های رقابتی
- ارزیابی میزان تناسب و مطلوبیت طرح
- ارزیابی میزان فناورانه بودن طرح
- تهیه طرح اولیه برای معرفی کسب و کار
- جمع آوری اطلاعات کلی بازار



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



✓ طرح کسب و کار * چیست:

- طرح کسب و کار عبارت است از یک برنامه کاری از نوع فعالیتی که تشریح میشود، محیطی که در آن فعالیت صورت می‌گیرد، این برنامه شامل موارد زیر می‌باشد:
- ارزیابی و تعیین بازارهای هدف، تعیین وضعیت رقبا و بازیگران اصلی اعم از تامین کنندگان، خریداران و رقبا، تعیین روند و میزان رشد بازار محصول یا محصولات و خدمات، میزان نفوذ پذیری بازار و سهم‌گیری از بازارهای هدف و جمع‌بندی آن در قالب تبیین اهداف، استراتژیها، زمان‌بندی کلی و میزان سهم‌گیری از بازار در طی بازه زمانی.

* Business Plan



مزیت های رقابتی کالا در مقایسه با رقبا و کالاها

معیارها									مزیت های رقابتی								
قوت			ضعف														
۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱									
									هزینه قیمت تمام شده								
									کیفیت محصولات								
									کیفیت خدمات نصب و پس از فروش								
									سطح فناوری								
									دانش بازاریابی								
									مدیریت چابک و خردورز								
									مزیت های کارخانه از نظر محل و موقعیت و اعتبار								
									منابع مالی								
									انحصاری بودن و علامت تجاری خاص داشتن								
									ظرفیت مازاد								
									ارزیابی کلی و تعداد موارد در هر امتیاز								



میانگین کلی مزیت
رقابتی :



معیارها

مزیت های رقابتی

قوت

ضعف

۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱

ارزیابی کلی و تعداد موارد در هر امتیاز

معیارها

معیارهای ارزیابی بازار

مثبت

منفی

۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱

ارزیابی کلی و تعداد موارد در هر امتیاز

استراتژیهای شرکت

			زیاد	جذابیت بازار
			متوسط	
			کم	
زیاد ۹ تا ۷	متوسط ۶ تا ۴	کم ۳ تا ۱	مزیت رقابتی شرکت	



استراتژیهای شرکت

			زیاد ۱ تا ۳	جذابیت بازار
			متوسط ۴ تا ۶	
			کم ۷ تا ۹	
	زیاد	متوسط	کم	
مزیت رقابتی شرکت				



استراتژیهای شرکت

• استراتژی کلان Corporate Strategy

• استراتژی های کلان شرکت یا موسسه، عبارت است از مجموعه جهت گیریها و خط مشی هایی که شیوه اداره کل سازمان را مشخص می سازد. بطور مثال، اتخاذ استراتژی مشارکت در توسعه محصول و بازار

• استراتژیک کسب و کار Business Unit Strategy

• در استراتژیک کسب و کار، بازای هر کدام از واحدهای کسب و کار، استراتژی های مناسب و متناسب با اهداف و ماموریتهای واحد توسعه تعیین می گردد. بطور مثال: مشارکت در توسعه فنی محصول یا محصولات

• استراتژی عملیاتی Operational Strategy

• در استراتژی عملیاتی و در زیر مجموعه های واحدهای استراتژیک کسب و کار، استراتژیهای اجرایی بخشهای مختلف بیان می شود. بطور مثال: جذب نیروی انسانی بصورت پروژه ای



استراتژیهای شرکت

افزایش سرمایه گذاری	سرمایه گذاری انتخابی	تمرکز	زیاد	جذابیت بازار
سرمایه گذاری انتخابی	توسعه تدریجی	مشارکت	متوسط	
تنوع	مشارکت	واگذاری، کاهش سرمایه گذاری و خروج	کم	
زیاد	متوسط	کم	کدام استراتژی با کسب و کار شما مطابقت دارد؟	
مزیت رقابتی شرکت				



استراتژیهای شرکت

افزایش سرمایه گذاری			زیاد	جذابیت بازار
این استراتژی گویای توسعه سرمایه گذاری بمنظور توسعه صنعت بوده و لازم است از نظر جغرافیائی و هم از نظر مشتریان توسعه لازم صورت پذیرد. در این منطقه، شرکت از سرمایه گذاری تهاجمی و نفوذی استفاده میکند. توسعه خط، خرید سهام تامین کنندگان خرید زنجیره ارزش و توزیع و حتی خرده فروشی ها اقدام میکند			متوسط	
			کم	
	زیاد	متوسط	کم	
مزیت رقابتی شرکت				



استراتژیهای شرکت

<p>این استراتژی به تقویت نقاط قوت پرداخته و توسعه صرفاً در زمینه توانمندیهای موجود خواهد بود. در این استراتژی، تاکتیکهای کاهش هزینه، ارتقای کیفیت، فناوری نو در محصولات موجود، مورد توجه قرار میگیرد.</p>			زیاد	<p>جذابیت بازار</p>
			متوسط	
			کم	
زیاد	متوسط	کم	<p>مزیت رقابتی شرکت</p>	



استراتژیهای شرکت

<p>تمرکز فعالیتها فقط در بخشی که دارای مزیت رقابتی قابل قبول می باشد صورت گرفته و از انجام فعالیتهای متنوع بویژه در زمینه های ضعیف جلوگیری صورت میگیرد</p>	تمرکز	زیاد	<p>جذابیت بازار</p>	
		متوسط		
		کم		
	زیاد	متوسط	کم	<p>مزیت رقابتی شرکت</p>



استراتژیهای شرکت



در این استراتژی، از طریق اصلاحات مستمر و افزایش فعالیتهای سازمان یافته و موجبات تقویت سازمانی را فراهم ساخته و با رشد تدریجی در بازارهای با جذابیت بیشتر زمینه توسعه تدریجی را فراهم ساخت

<div style="background-color: #008000; width: 100%; height: 100%;"></div>			زیاد	جذابیت بازار		
			توسعه تدریجی		متوسط	
					کم	
زیاد	متوسط	کم				
مزیت رقابتی شرکت						



استراتژیهای شرکت



<p>این استراتژی بر تمرکز به کسب و کار موجود ولی با ایجاد تنوع همگون دلالت دارد بدین ترتیب که محصولات و خدمات مرتبط را برای مشتریان موجود و یا جدید فراهم می سازیم</p>			زیاد	<p>جذابیت بازار</p>
			متوسط	
			کم	
تنوع	زیاد	متوسط	کم	<p>مزیت رقابتی شرکت</p>

استراتژیهای شرکت



<p>این استراتژی بدنبال ایجاد همکاری و مشارکت عملی با شرکتهای قویتر مرتبط می باشد که بدین ترتیب تبدیل به قطب بودن را دنبال می کند و همراهی شدن با شرکتهای مشابه و با توان برتر زمینه را برای رشد و توسعه و بهره گیری از توانمندی های مشترک فراهم می سازد</p>			زیاد	<p>جذابیت بازار</p>	
			مشارکت		متوسط
			مشارکت		کم
زیاد	متوسط	کم	<p>مزیت رقابتی شرکت</p>		

استراتژیهای شرکت



<p>کسب این چنین موقعیت استراتژیکی بجز ریسک بالا و غیر قابل قبول نداشته و شرکت بدنبال کوچک شدن، رهاسازی خدمات، واگذاری و یا به تعبیر بهتر استراتژی تدافعی را دنبال میکند و حتی احتمال دارد سازمان کسب و کار را کاملا عوض نماید</p>			زیاد	<p>جذابیت بازار</p>
			متوسط	
			کم	
<p>واگذاری، کاهش سرمایه گذاری و خروج</p>				
زیاد	متوسط	کم		
<p>مزیت رقابتی شرکت</p>				

چند نکته در تفکر استراتژیک شرکت

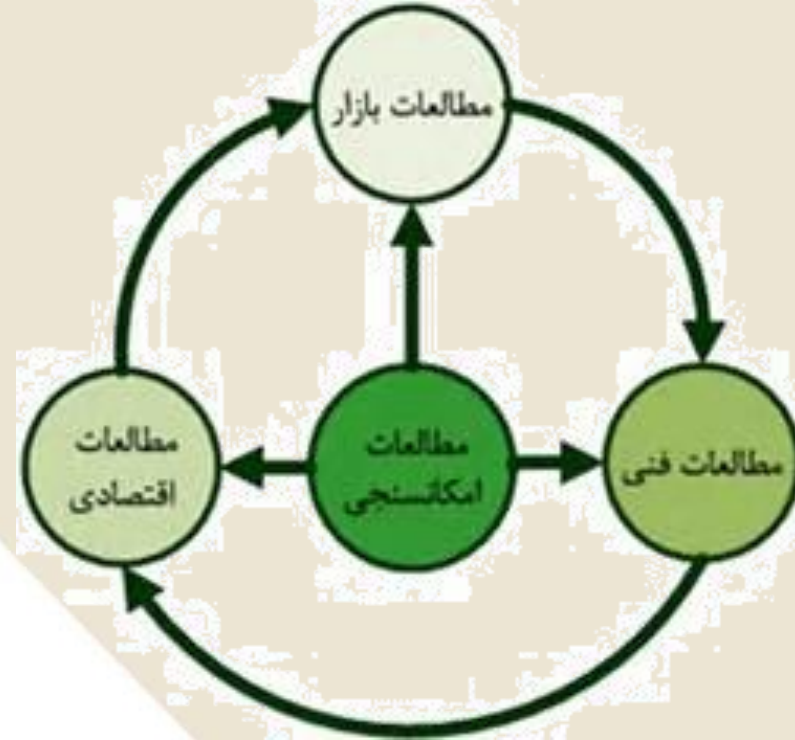
- چارچوب ارائه شده فقط یک راهنماست راهنمای اینکه چگونه بیندیشید
- از هر گونه پارادایم فلج کننده ذهنی بپرهیزید
- استراتژی های انتخاب شده در چارچوب، می تواند در هر موقعیتی قابل تصور باشد در عین قدرت خروج پیدا کنید یا شراکت کنید
- در انتخاب گزینه استراتژیک، به عوامل تحلیل شده در جذابیت و مزیت های رقابتی دقت شود چرا که خیلی از عوامل قابل اصلاحند و می توان موقعیت استراتژیک را تغییر داد از فلج موقعیت دوری کنید
- در یک پارادوکس ذهنی، همزمان با رویاپردازی و چشم انداز هیجان انگیز، در اجرا واقع گرا باشید و برنامه زمان بندی را درست تنظیم کنید
- باور ذهنی، استفاده از ابزارهای صحیح و پشتکار فراوان، مشورت باید در همه مراحل همراه باشد



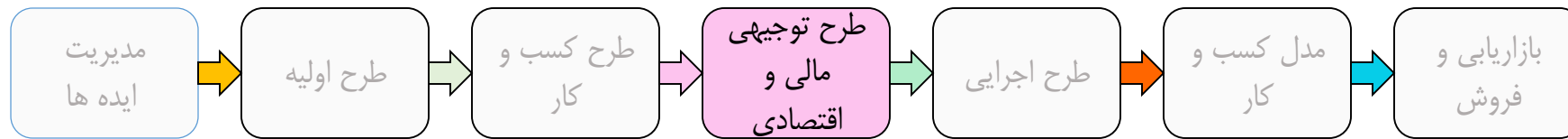
طرح توجیهی مالی و اقتصادی (امکانسنجی)



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



✓ طرح توجیه مالی و اقتصادی * چیست؟

○ طرح توجیه مالی و اقتصادی عبارت است از طرحی که مشخص میکند با چه میزان منابع و با چه ترکیبی از تامین آن، چه پروژه ای را می توان در چه بازه زمانی اجرا کرد و میزان بازگشت سرمایه و سودآوری هر کدام از سرمایه گذاران یا تامین کنندگان سرمایه چقدر خواهد بود؟

* Feasibility study



COMFAR III Expert

فری مال



اهداف امکانسنجی

- امکانسنجی بازار
- امکانسنجی فنی
- امکانسنجی مالی
- تحلیل اقتصادی
- تحلیل ریسک



COMFAR III Expert

فری مال



اهداف امکانسنجی

- امکانسنجی بازار:
 - مطالعه سبد محصولات یا خدمات
 - تحلیل سبد محصولات
 - مطالعه همگنی و همسانی سبد محصولات
 - همسان سازی فنی سبد
 - هدف گذاری کمی
 - زمان بندی تحقق اهداف بازار



COMFAR III Expert

فری مال



اهداف امکانسنجی

• امکانسنجی فنی:

- مطالعه مربوط به خرید دانش فنی و فناوری تولید یا مستندات فنی
- مطالعه تجهیزات، ماشین آلات و همه مصالح سرمایه ای
- مطالعه مواد مصرفی و ملزومات مورد نیاز در دوره ساخت و دوره بهره برداری
- برآورد هزینه نیروی انسانی در دوره ساخت و دوره بهره برداری
- بررسی زیرساختهای مورد نیاز و قابلیت تامین آنها در دوره ساخت، بعد از بهره برداری شامل زمین، اقدامات بر روی زمین، ساخت ساختمان، تسهیلات آب، برق، گاز، تلفن و سایر الزامات زیر ساختی
- هزینه های مربوط به اخذ مجوزها و گواهینامه های مورد نیاز بر اساس نوع فناوری
- هزینه ثبت اختراع یا پتنت



COMFAR III Expert

فنی مال



اهداف امکانسنجی

• امکانسنجی مالی:

- مطالعه منابع مالی مورد نیاز،
- زمان مناسب برای تامین مالی
- ترکیب منابع مالی از دید تامین سهامدار، اخذ تسهیلات
- تهیه صورتهای مالی شامل نقدینگی (منابع و مصارف)، سود و زیان و ترازنامه پروژه
- محاسبه دقیق سرمایه مورد نیاز ثابت، سرمایه در گردش و هزینه های اجرایی قبل از بهره برداری
- محاسبه دقیق نقدینگی و سرمایه مورد نیاز در گردش و زمان و میزان آن در دوره بهره برداری



COMFAR III Expert

فیری مال



اهداف امکانسنجی

• تحلیل اقتصادی:

- بازگشت سرمایه، نرخ بازگشت سرمایه در دید کلی طرح، از دیدگاه سهامدار، شاخصهای مطلوب بازگشت سرمایه، نرخ بازگشت در سناریوهای مختلف اقتصادی
- سودآوری سرمایه، و محاسبه سود و زیان پروژه
- تحلیل حساسیت، و تعیین حدود تحمل پذیری پروژه بویژه از دیدگاه سرمایه گذاری ثابت، فروش محصول و هزینه های اداری و تشکیلاتی
- تحلیل نرخ بازگشت و ارزش فعلی و آتی سرمایه گذاری مبتنی بر سناریوهای ریسک

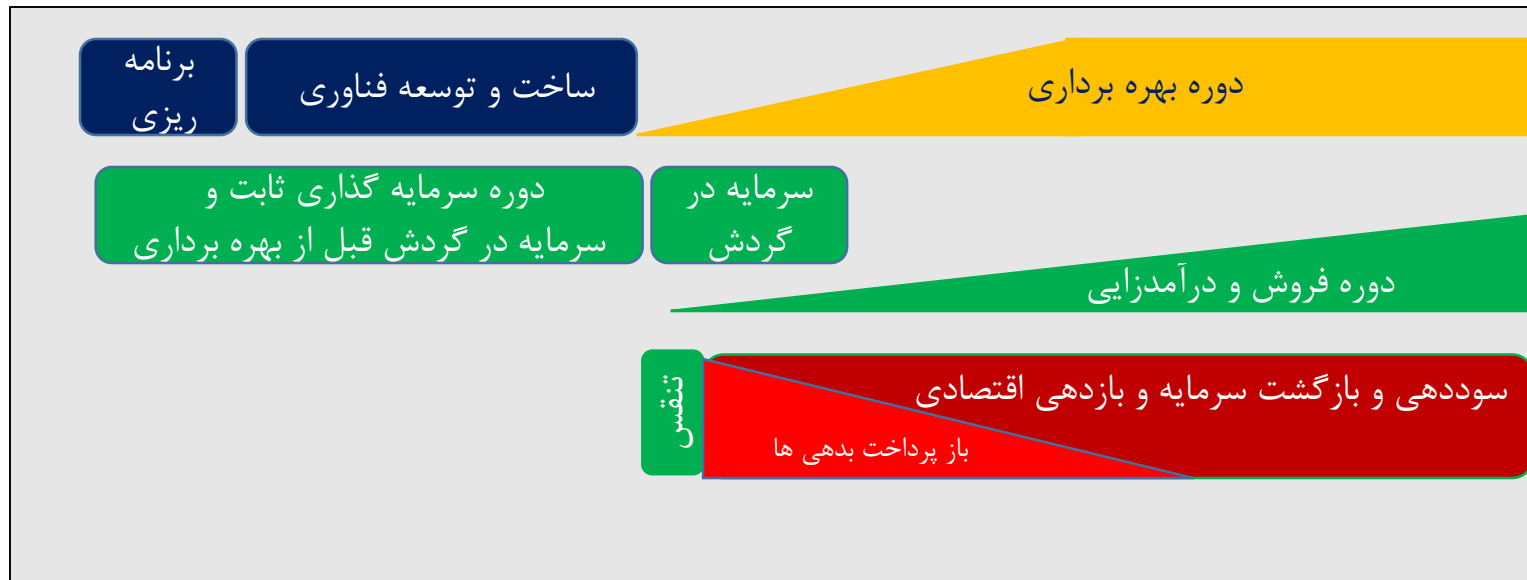
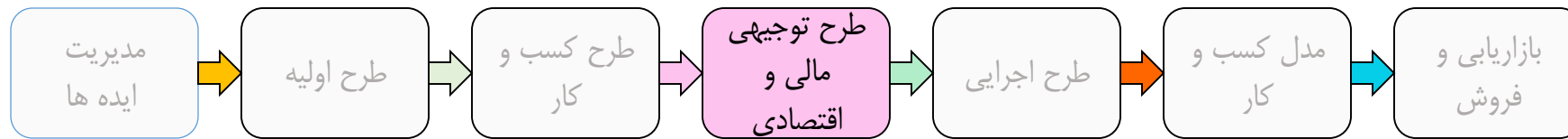


COMFAR III Expert

فری مال



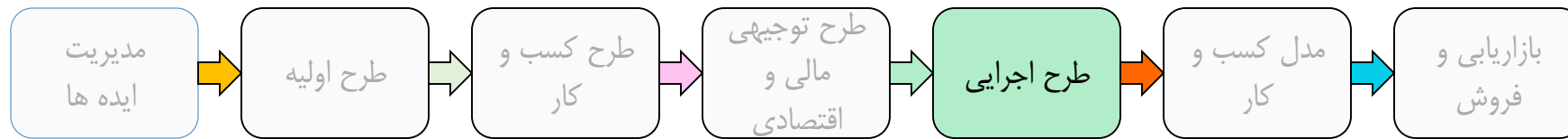
فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



IRR	نرخ بازگشت سرمایه
IRRe	نرخ بازگشت سهامداران
NPV	ارزش خالص روز
NPVe	ارزش خالص روز سهامدار
WACC	نرخ بازگشت سرمایه با محاسبه ریسک پروژه



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی

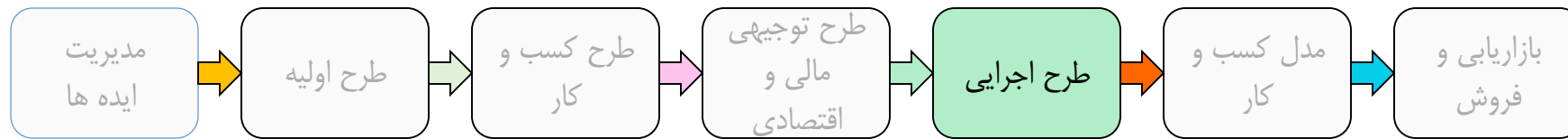


✓ طرح اجرایی چیست؟

- طرح اجرایی عبارت است که تهیه نقشه های جامع اجرایی با مشخصات دقیق و کامل، با دقت فنی و قابل استناد بنحوی که امکان واگذاری یا برونسپاری اجرایی آن بصورت کامل فراهم باشد.
- در طرح اجرایی کامل، نقشه های مفهومی که جریان کلی تولید محصول را نشان میدهد، نقشه پایه که جزئیات تجهیزات و ماشین و آلات و هم چنین گردش مواد و نیروی انسانی و مشخصات کامل خط تولید مبتنی بر دانش فنی شکل میگیرد و بالاخره در نقشه های اجرایی و جزئی، زمان بندی و توالی اقدامات و مسیربحرانی کامل مشخص میشود



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



✓ نقشه مفهومی

○ نقشه مفهومی عبارت است از ترسیم فرآیند تولید محصول و تصویر سازی خط تولید

✓ نقشه پایه

○ نقشه پایه عبارت است از ترسیم نقشه های دقیق تولید شامل جریان مواد از ورود مواد اولیه مورد نیاز تا جریان یافتن آن، جریان حرکتی نیروی انسانی از ورود به خط تولید تا خروج آن، تعیین احجام کامل، چیدمان تجهیزات و ماشین آلات و برقراری ارتباط منطقی بین آنها

✓ نقشه اجرایی

○ نقشه اجرایی عبارت است از مهندسی اجرایی پروژه و تعیین زمان بندی مشخص اجرایی سازی همه در قالب مدیریت پروژه



تهیه نقشه های مفهومی Conceptual design
تهیه نقشه های پایه Basic design
تهیه نقشه های اجرایی Detail design

مدیریت جامع ریسک



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



مدیریت ریسک

- مدیریت ریسک عبارت است از شناسایی مخاطرات فراروی پروژه و مدیریت بهینه آن با هدف کاهش مخاطرات و افزایش بازدهی
- مدیریت ریسک شامل چهار مرحله می باشد
 - اندازه گیری
 - ارزیابی
 - ارزشگذاری
 - کنترل کردن و رفع مخاطرات



تحلیل ریسک

- ریسک های **فنی** ریسک های مشتمل بر توسعه یا دست یابی دانش فنی، تولید نیمه صنعتی و صنعتی
- ریسک های **مالی** مشتمل بر تامین پذیری منابع مالی، ریسک های ناشی از نوسانات تورمی و تغییرات نرخ ارز
- ریسک های **قانونی** مشتمل بر تغییر در قوانین و مقررات، وضعیت قوانین حمایتی یا محدود کننده، سیاستهای حمایتی یا تنظیمی، مقررات حاکم بر کسب و کار و مخاطرات آن



تحلیل ریسک

- ریسک های **بازار** مشتمل بر ریسک های ناشی از رفتار و قدرت و شیوه کارکردی رقبا، تامین کنندگان و خریداران، تازه واردین و کالاهای جایگزین
- ریسک های **اجتماعی** مشتمل بر ریسک های ناشی از باورها و رفتارها و نگرش و عملکردهای اجتماعی جامعه هدف
- ریسک های **توانمندی تیم مجری** مشتمل بر توانمندی در توسعه محصول هم چنین، تیم و جامعیت آن، حضور اعضای فنی، پشتیبانی و حقوقی متناسب با نوع فناوری در ترکیب تیمی و سوابق اجرایی، قدرت ریسک پذیری و توانمندی تیم در مدیریت ریسک و بازار - **مهم ترین ریسک پروژه ها**



تحليل ريسك

• ريسك هاي مجري

- توانايي و انطباق ذهني-شخصيتي با كسب و كار محوري
 - Brain Mapping
 - Brain Empowerment
- توانايي مديريتي شامل دانش و مهارت هاي تخصصي كسب و كار
 - Capacity analysis & Building



میزان تحمل ریسک چقدر است؟

- ریسک تجاری سازی، عبارت است از وجود عواملی که مانع از تحقق هدف و مأموریت یک پروژه تجاری سازی می گردد
- برای محاسبه ریسک، میزان احتمال وقوع ریسک و شدت تاثیر آن در نظر گرفته میشود
- ریسک یک پروژه تجاری سازی عبارت است از میزان خطر برای عدم تحقق هدف آن
- میزان تحمل ریسک عبارت است که در شکست پروژه، تا چه میزان از سرمایه گذاری در یک پروژه تجاری سازی، برای مالکان آن قابل تحمل بوده و منجر به شرایط فاجعه بار نمی شود



برنامه ریزی برای کنترل ریسک

- شناسایی عوامل ریسک با اهمیت و شدت اثر بالا
- تحلیل مداخلات مورد نظر
- انجام خدمات پیشگیرانه
 - پیشگیری ابتدایی: از بین بردن عوامل و مخاطرات قابل حذف در جریان پروژه
 - پیشگیری اولیه: مصون سازی پروژه از تضمین و کنترل کیفیت
 - پیشگیری ثانویه: شناسایی به موقع مخاطرات حین اجرا و اتخاذ تدابیر مناسب از جمله بهره گیری از گزینه های جایگزین
 - پیشگیری ثالثیه: مدیریت بازتوانی و توانبخشی براساس تحلیل های صورت گرفته

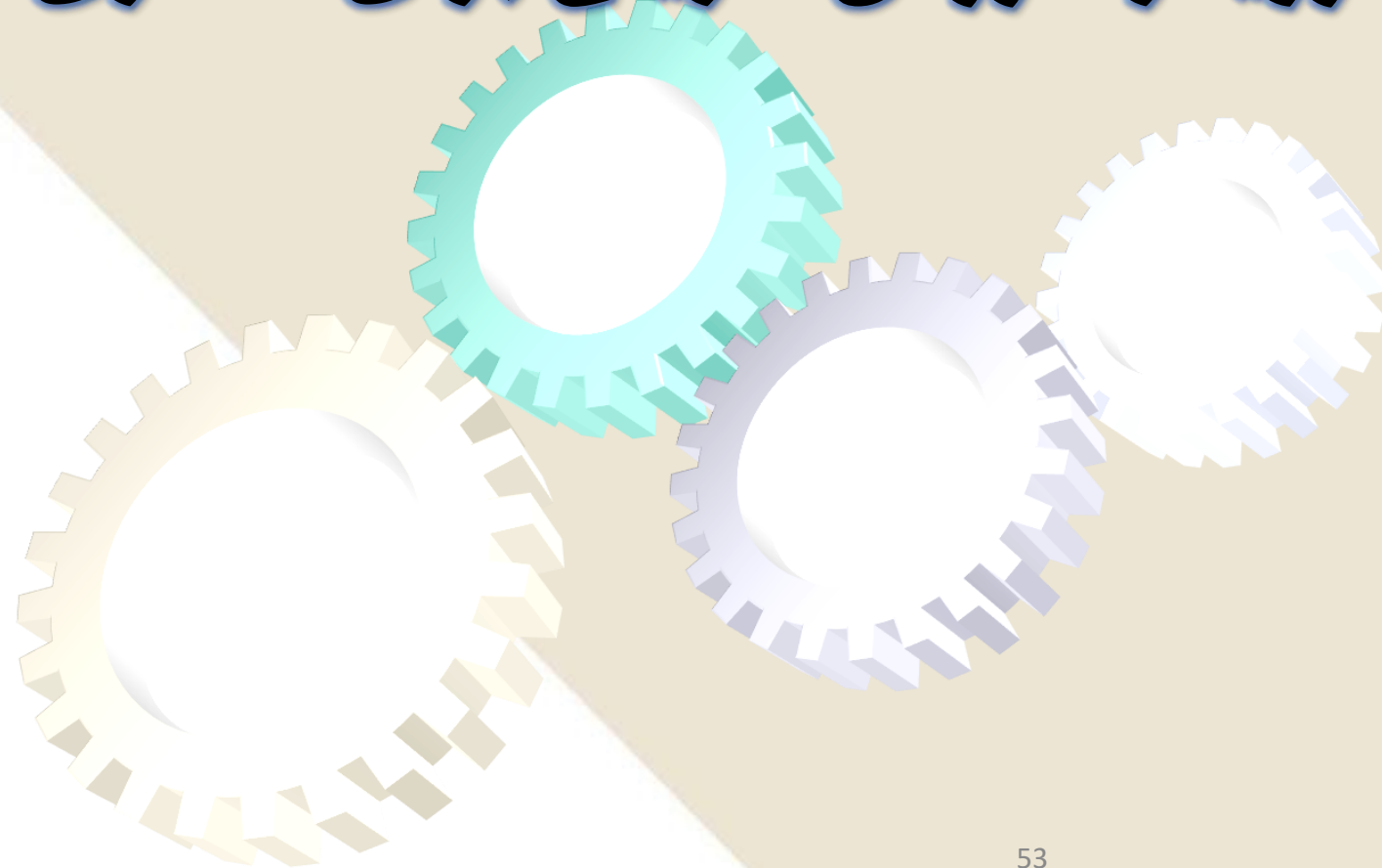


مدلسازی کسب و کار

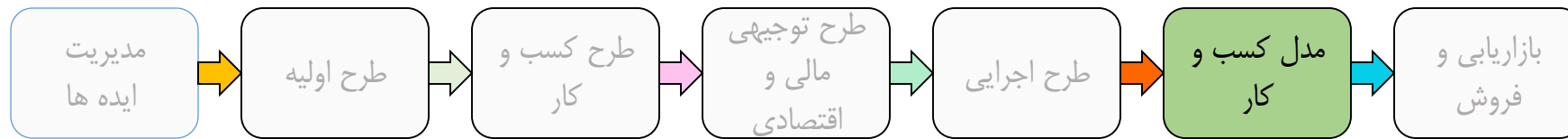
با رویکرد ارزش آفرینی برای مشتری



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



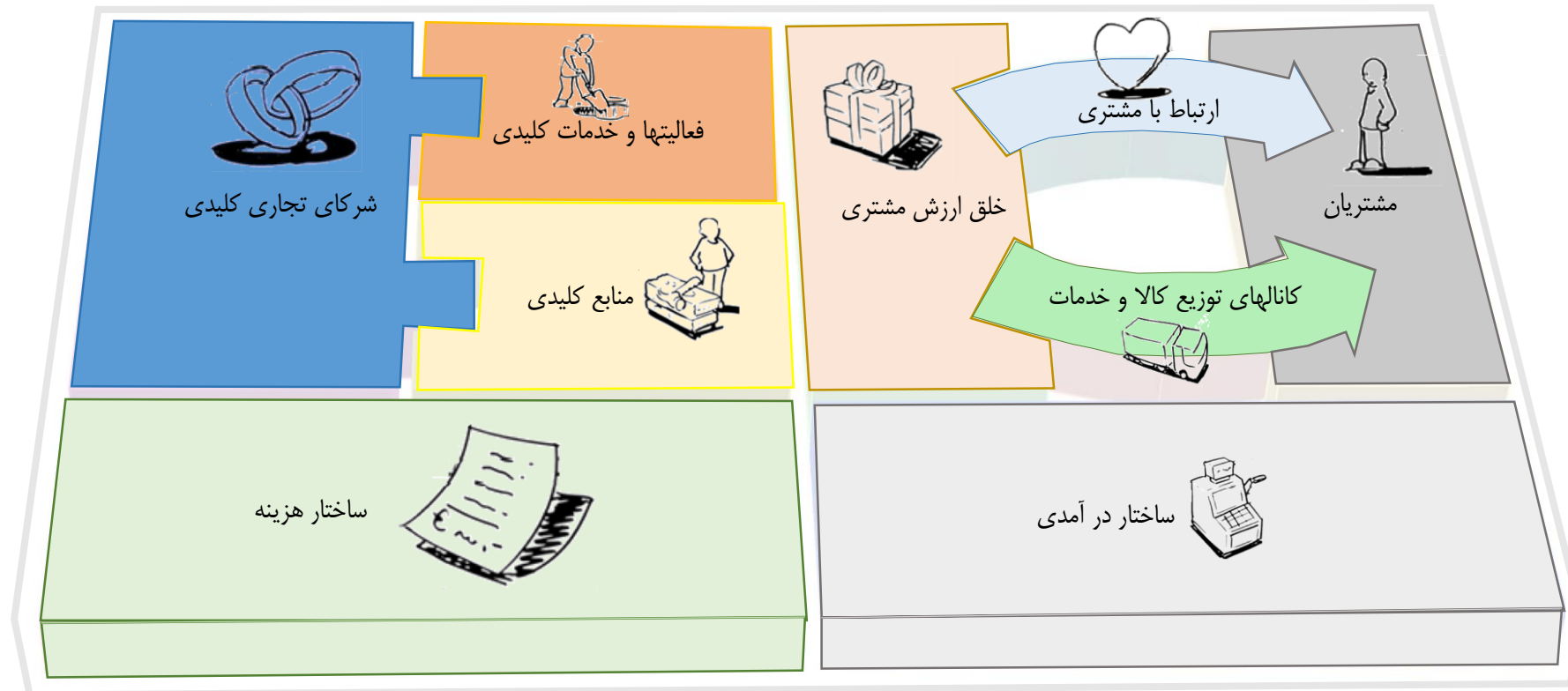
✓ مدل کسب و کار* چیست؟

- شیوه ای که شرکت، بنگاه یا سازمان برای تولید سود و سرپا نگه داشتن خود انتخاب می کند. مدل کسب و کار بیان می کند که چگونه سازمان برای تولید محصول یا ارائه خدمت ایجاد ارزش افزوده میکند. (value chain)
- مدل کسب و کار (Shogian, 2008) به بیان ساده عبارت از متدی است که شرکت در فعالیتهای تجاری در پیش گرفته و با کسب درآمد ثبات خود را حفظ می نماید. در این مدل با توجه به منابع در دسترس و نیاز مشتری، پیشنهادی برای عرضه ارزش مورد نظر مشتری ارائه شده و منافع و درآمد نصیب شرکت می سازد. به تعبیری دیگر \مدل کسب و کار چگونه کسب درآمد توسط بنگاه را با مشخص کردن جایگاه آن در زنجیره ارزش مشتری تشریح می کند

* Business Model



ساختار مدل کسب و کار - کانواس- رویکرد مشتری محور

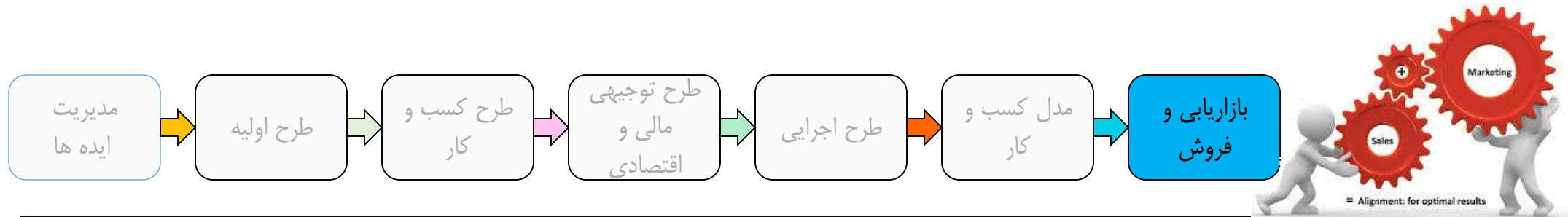


تحلیل تناسب مدل کسب و کار



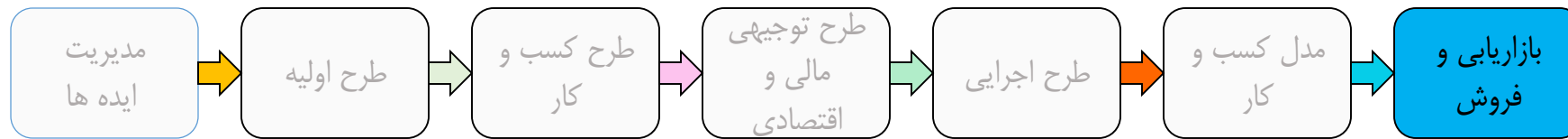
- یک مدل کسب و کار متناسب و کارآمد دارای سه ویژگی مهم می باشد:
- تناسب مشکل و راه حل - در روی کاغذ
 - بررسی شواهد و مستندات موجود
- تناسب محصول و بازار - در بازار
 - بررسی میزان منطقی بودن و ارزش آفرین بودن محصول و خدمت برای مشتری
- تناسب مدل کسب و کار از دید مالی و اقتصادی - در نزد سهامداران، سرمایه گذاران و سایر تامین کنندگان مالی
 - بررسی شواهد از صحت و سقم سرمایه گذاری، فروش و سودآوری محصولات
 - ریسک مدیریت شده

فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



- تهیه برنامه استراتژیک و برنامه بازاریابی و ترویج براساس مدل مارکت میکس 15P و مدل مشتری محوری
- طراحی ساختار بازاریابی و فروش
- ساماندهی کانالهای توزیع و فروش
- ممیزی بازار
- راه اندازی سامانه مدیریت جامع ارتباط با مشتری CRM (Customer Relationship Management)

فرآیند خدمات جامع تجاری سازی

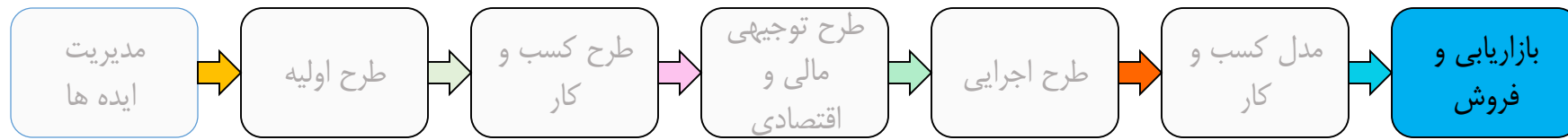


✓ Marketing mix :

- ✓ Classic : **4P's** (**Price** / **Product** / **Placement** / **Promotion**)
- ✓ Service Marketing : **7p's** (Extended Marketing Mix)
 - ✓ **People**: For most services, people are a vital element of the marketing mix.
 - ✓ **Process**: A service firm of processes for marketing and operations
 - ✓ **Physical Environment**: Because of the intangible nature of a service

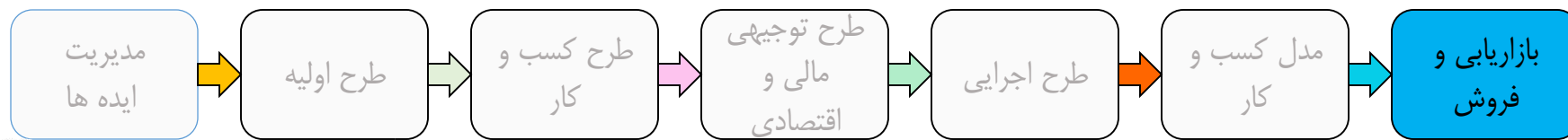


فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



- محصول
- اثربخشی، کیفیت، بسته بندی، خدمات در حین فروش و بعد از فروش، برندینگ
- ترویج
- تبلیغات، بهره گیری از رسانه ها و بویژه بسته های چند رسانه ای، عمومی سازی، ویزیت
- مکان
- مکان عرضه محصول، کانالهای توزیع به منطقه، سیستم های پشتیبانی،
- قیمت
- قیمت، تخفیفات، FOC، دسته بندی محصول مبتنی بر مشتریان و قیمت گذاری گروهی

فرآیند خدمات جامع تجاری سازی

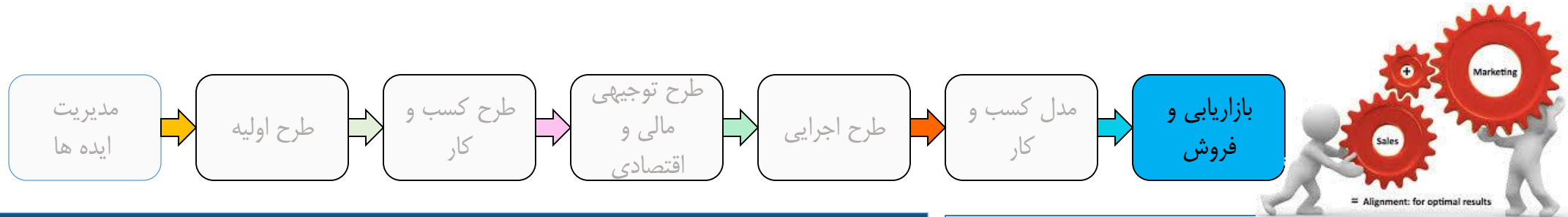


7 P's Marketing Mix



- مردم
- بازیگران اصلی از مجوز دهندگان، تسهیل گران، توزیع کنندگان، مشتریان واسط تا مصرف کنندگان نهایی
- فرآیند
- فرآیند اجرایی سازی فعالیتهای بازار، بازاریابی و فروش
- محیط فیزیکی
- شرایط محیطی از نظر فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و سیاسی

فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



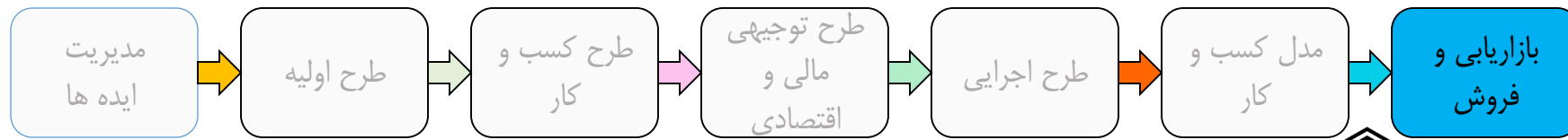
✓ Marketing mix :

- ✓ Classic : **4P's** (Price / Product / Placement / Promotion)
- ✓ Service Marketing : **7p's** (Extended Marketing Mix)
 - ✓ **People**: For most services, people are a vital element of the marketing mix.
 - ✓ **Process**: A service firm of processes for marketing and operations
 - ✓ **Physical Environment**: Because of the intangible nature of a service

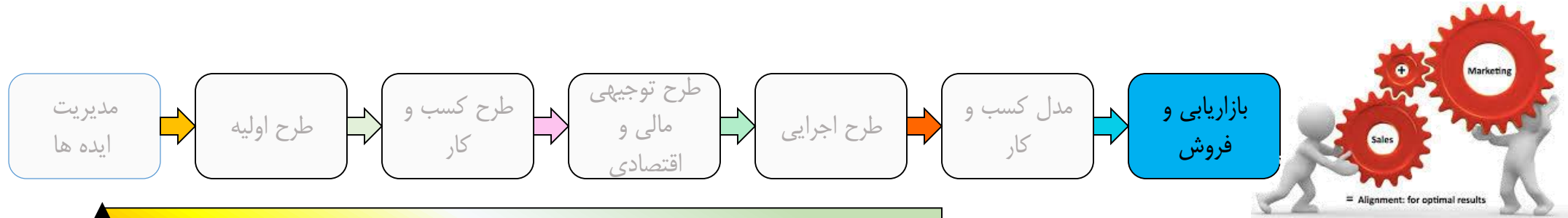
Other 8Ps

8. Privacy
9. Personal Interest
10. Personal Social Networks
11. Public Commentary
12. Personalization
13. Participation
14. Peer to Peer
15. Predictive Modeling

فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



رابطه کنترل و مالکیت

مالکیت و سرمایه گذاری



رویکرد فرآیندی و اجرایی

به

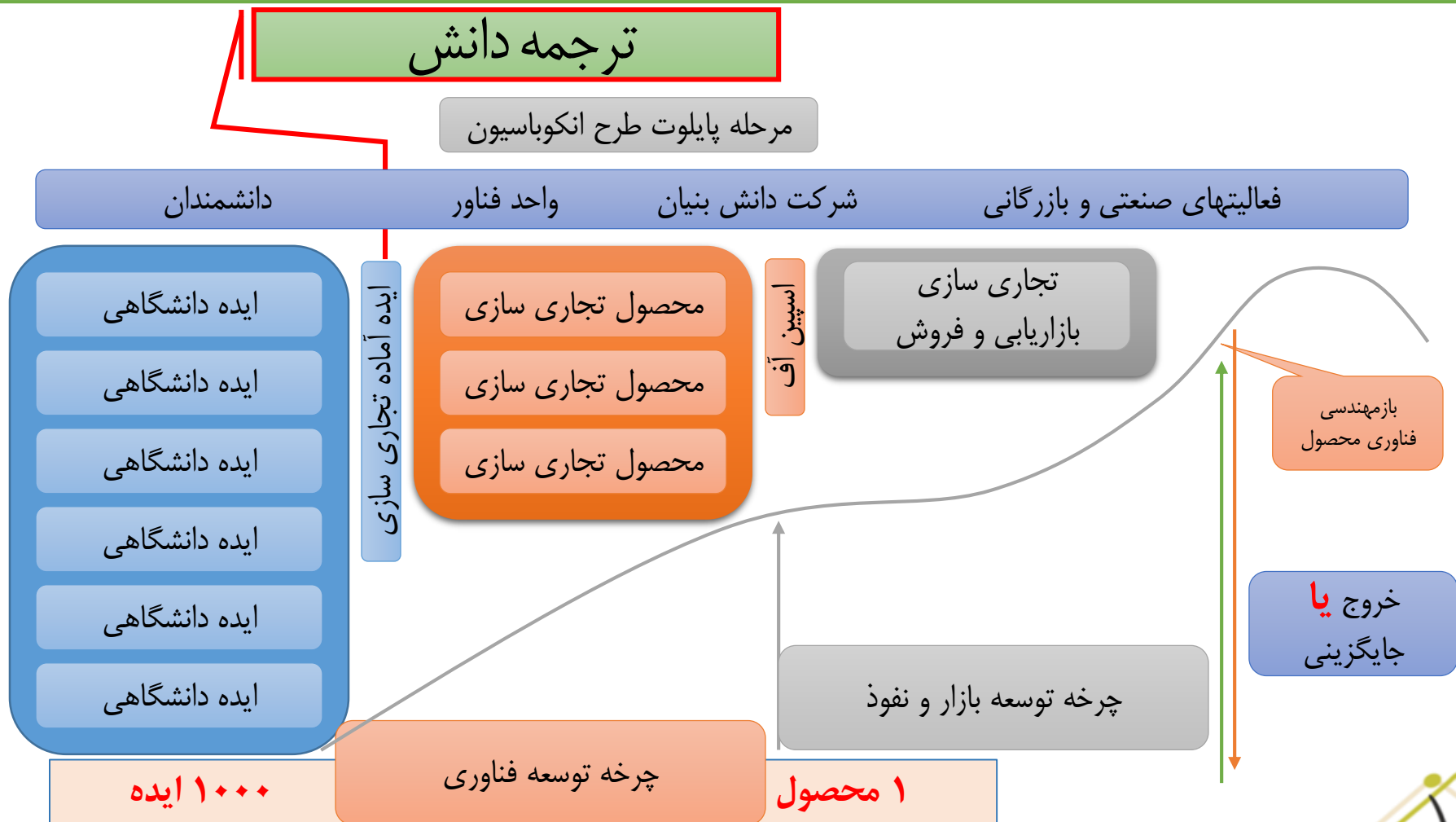
مدلسازی تجاری از ایده تا بازار



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



الگوی کلی اجرایی سازی طرح تجاری سازی





زنجیره ارزش

- زنجیره ی ارزش از ایجاد مفهوم که نتیجه ی تحقیق است، شروع و با توسعه و نوآوری به فروش و خدمات محصول ختم می گردد. برای تجاری سازی فناوری و ایجاد ثروت، طی تمامی مراحل زنجیره لازم است.
- قوت یک زنجیر به ضعیف ترین حلقه ی آن وابسته است؛ پس برای تولید ثروت لازم است که تمامی حلقه ها از قوت لازم برخوردار باشند وگرنه زنجیره بدون سود است و ثروتی تولید نخواهد کرد.



مراحل تجاری سازی فناوری در دو فرانس مختلف

- ❖ مرحله تشخیص
- ❖ فرصت مرحله خلق ایده و ارزیابی آن
- ❖ مرحله توسعه مفهوم محصول جدید
- ❖ مرحله توسعه محصول جدید
- ❖ مرحله آزمون های بازار
- ❖ مرحله انبوه سازی و
- ❖ عرضه محصول جدید به بازار
- ❖ تحقیق و توسعه
- ❖ پژوهش در بازار
- ❖ طراحی، مهندسی
- ❖ تولید آزمایشی
- ❖ آزمایش و اصلاح
- ❖ آماده ساختن بازار برای پذیرش تکنولوژی



چارچوب تجاری سازی



توسعه و انتخاب ایده (نقشه مفهومی)

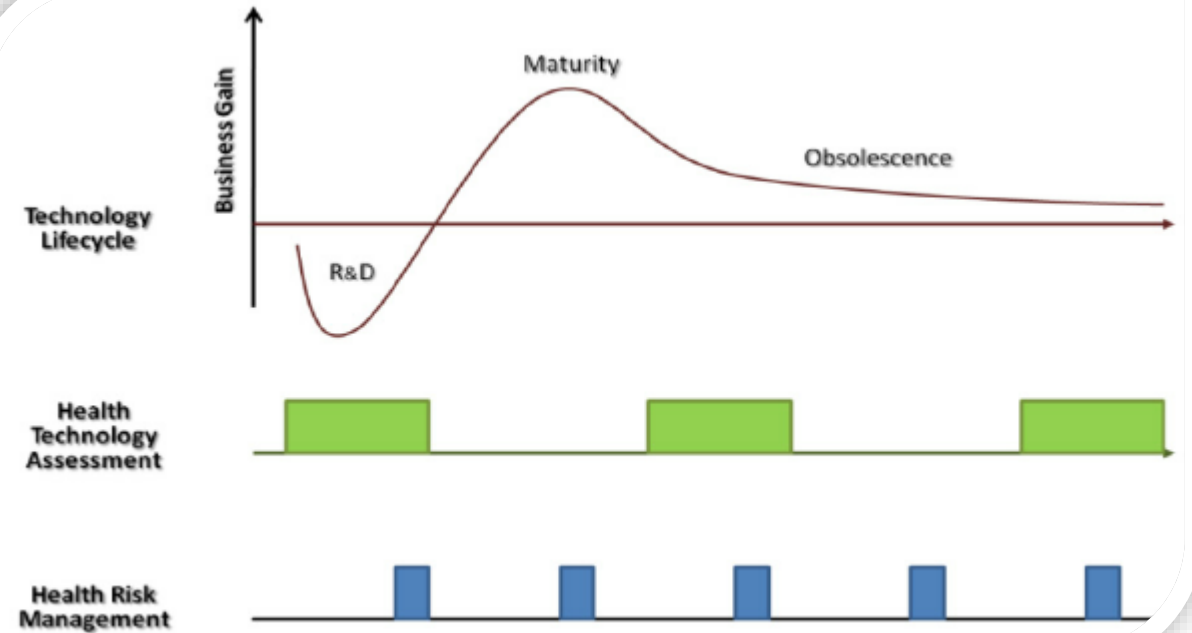
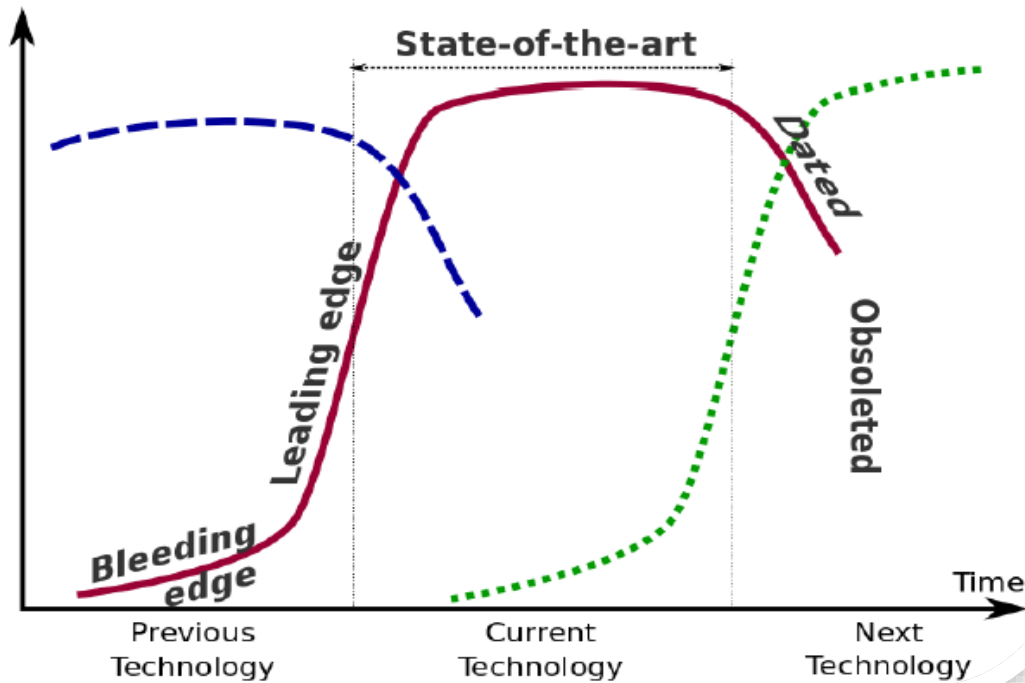
توسعه آزمایشگاهی (پروتوتایپ اولیه)

تولید نیمه صنعتی (پروتوتایپ نیمه صنعتی)

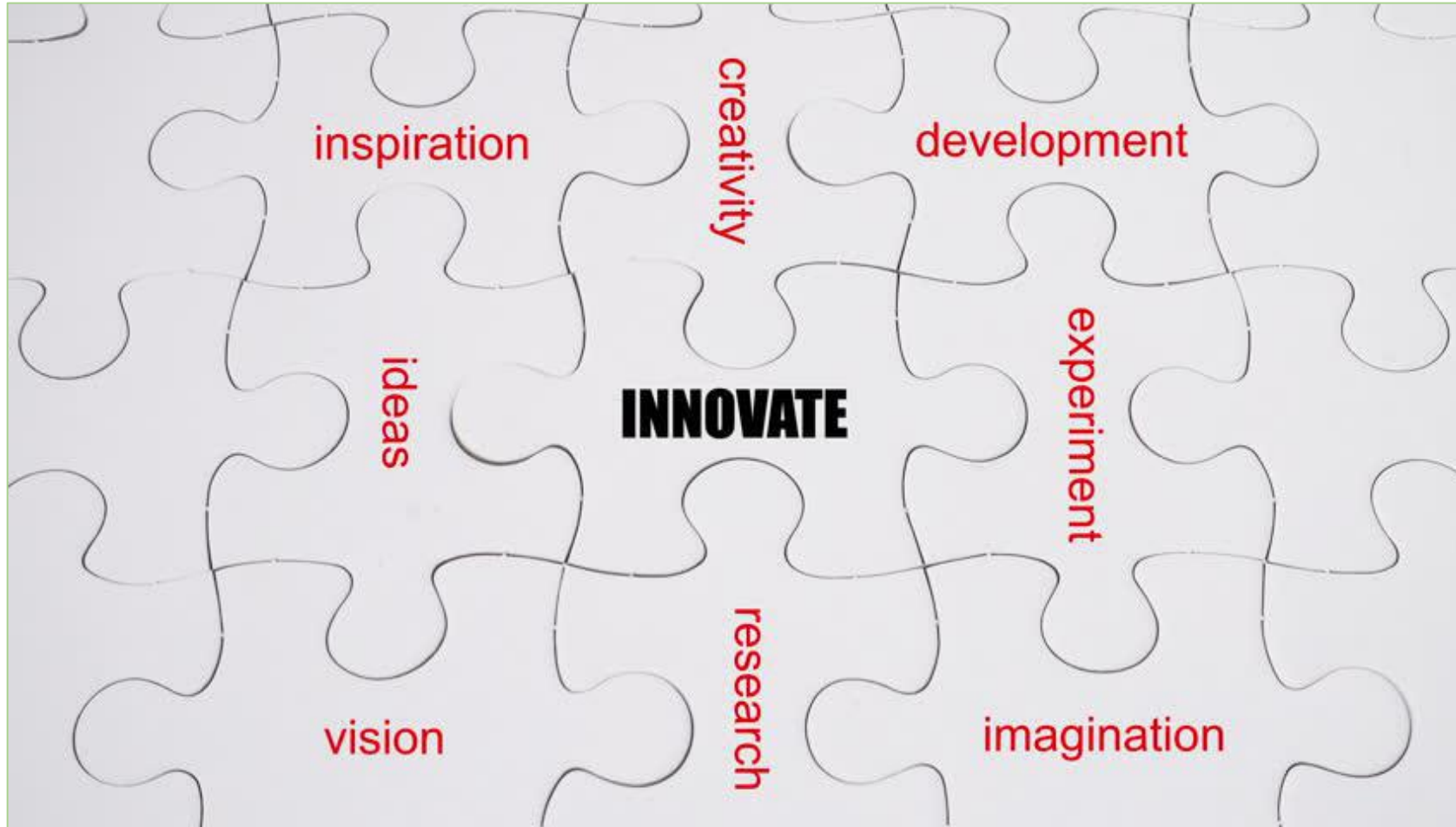
تولید صنعتی (نمونه صنعتی)

فروش به بازار

Technology-Life Cycle



مدل مفهومی نوآوری





شرکت مشاورین ایده ناب ویژن

چارچوبهای مالی و حسابداری توسعه و تجاری سازی فناوری

گزارشات رسمی مدیریتی در سیستم مالی

- تراز مالی شرکت
- تراز مالی عبارت است از نمایش لحظه ای از وضعیت دارایی، سرمایه و بدهی های شرکت
- گردش نقدینگی شرکت
- گردش نقدینگی نشان میدهد در هر مقطع زمانی، وضعیت منابع (دخل) و مصارف (خرج) شرکت چگونه است و چگونه باید باشد
- صورت سود و زیان
- گزارش حساب سود و زیان نشان میدهد که شرکت درآمدها و هزینه های خود را در طی یک مدت مشخص چگونه مدیریت کرده است



تراز مالی شرکت

- تراز مالی شرکت آینه تمام نمای وضعیت مالی شرکت است
- همیشه داراییها = بدهی ها و حقوق صاحبان سهام
- شاخصها و نسبت ها در این جدول نشان میدهد به شرکت چقدر می توان امیدوار بود
- پیش بینی تراز مالی شرکت، می تواند در ساختار تصمیم گیری تاثیرگذاری اساسی داشته باشد

پایان عملکرد واقعی منتهی به ۱۳۹۴/۰۳/۳۱	پایان عملکرد واقعی منتهی به ۱۳۹۴/۰۳/۳۱	شرح	پایان سال مالی قبل ۱۳۹۳/۱۲/۲۹	پایان عملکرد واقعی منتهی به ۱۳۹۴/۰۳/۳۱	شرح
		بدهیها			داراییها
		بدهی های جاری	۶,۰۷۱,۷۷۵	۱۱,۶۶۸,۹۰۶	موجودی نقد
۳,۹۳۷,۳۴۴	۴,۴۸۳,۷۳۵	حسابها و اسناد پرداختی تجاری	۰	۰	سرمایه گذارینهای کوتاه مدت
۰	۰	بدهی به شرکتهای گروه و وابسته	۸,۸۱۱,۵۱۸	۶,۲۱۸,۵۱۸	حسابها و اسناد دریافتی تجاری
۲,۵۴۸,۰۷۸	۲,۵۸۱,۹۷۹	سایر حسابها و اسناد پرداختی	۰	۰	طلب از شرکتهای گروه و وابسته
۱,۴۸۱,۰۹۰	۱,۳۲۸,۹۷۲	پیش دریافتها	۷,۰۰۸,۹۹۵	۱۰,۷۰۱,۶۵۴	سایر حسابها و اسناد دریافتی
۷۴,۶۵۷	۷۴,۶۵۷	ذخیره مالیات	۳,۹۰۲,۴۰۴	۵,۰۱۵,۱۵۸	موجودی مواد و کالا
۰	۲۹,۲۱۱,۲۶۲	سود سهام پرداختی	۰	۰	سفارشات
۰	۰	تسهیلات مالی دریافتی	۶۰۱,۵۲۶	۷۳۲,۳۸۸	پیش پرداختها
۸,۰۴۱,۱۶۹	۳۷,۶۸۰,۶۰۵	جمع بدهیهای جاری	۲۶,۳۹۶,۲۱۸	۳۴,۳۳۶,۶۲۴	جمع داراییهای جاری
		بدهی های غیر جاری			دارایی های غیرجاری
۱۸۶,۴۸۶	۱۸۶,۴۸۶	حسابها و اسناد پرداختی بلند مدت	۰	۰	حسابها و اسناد دریافتی بلند مدت
۰	۲,۰۰۰,۰۰۰	تسهیلات مالی دریافتی بلند مدت	۸,۶۶۴,۵۰۵	۹,۳۴۲,۲۸۶	سرمایه گذارینهای بلند مدت
۲۵۲,۶۲۶	۲۵۲,۴۰۲	ذخیره مزایای پایان خدمت کارکنان	۷,۷۸۲,۲۷۶	۷,۶۰۱,۵۷۰	داراییهای ثابت مشهود
۳۳۹,۱۱۲	۲,۴۳۸,۸۸۸	جمع بدهیهای غیر جاری	۰	۰	داراییهای نامشهود
۸,۴۸۰,۲۸۱	۴۰,۱۱۹,۴۹۳	جمع بدهی ها	۴۰۷,۴۵۵	۳۴۷,۶۹۱	سایر داراییها
		حقوق صاحبان سهام	۱۶,۸۵۴,۲۳۶	۱۷,۲۹۱,۵۴۷	جمع داراییهای غیر جاری
۴,۰۰۰,۰۰۰	۴,۰۰۰,۰۰۰	سرمایه			
۰	۰	صرف سهام			
۰	۰	دریافتی بابت افزایش سرمایه			
۴۰۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰	اندوخته قانونی			
۰	۰	سایر اندوخته ها			
۳۰,۳۷۰,۱۷۳	۷,۱۰۸,۶۷۸	سود (زیان) انباشته			
۳۴,۷۷۰,۱۷۳	۱۱,۵۰۸,۶۷۸	جمع حقوق صاحبان سهام			
۴۳,۶۲۵,۰۴۵	۵۱,۶۲۸,۱۷۱	جمع بدهیها و حقوق صاحبان سهام	۴۳,۶۲۵,۰۴۵	۵۱,۶۲۸,۱۷۱	جمع داراییها



صورت سود و زیان شرکت

پیش بینی ۱۳۹۳	سال مالی ۱۳۹۲	سال مالی ۱۳۹۱	صورت سود و زیان
۲,۲۴۱,۴۰۷	۱,۶۵۷,۶۳۱	۱,۱۸۱,۷۱۷	فروش
۲,۰۵۷,۳۸۳-	۱,۴۸۷,۸۸۶-	۱,۰۶۸,۳۰۱-	بهای تمام شده
۱۸۴,۰۲۴	۱۶۹,۷۴۵	۱۱۳,۴۱۶	سود ناخالص
۸۴,۲۳۳-	۷۷,۷۴۱-	۴۶,۷۸۵-	هزینه های فروش و اداری و عمومی
۹,۱۴۲	۱,۵۰۴	۷۳۶	خالص سایر درآمدها و هزینه های عملیاتی
۱۰۸,۹۳۳	۹۳,۵۰۸	۶۷,۳۶۷	سود(زیان) عملیاتی (EBIT)
۲۲,۳۶۵-	۱۶,۵۹۱-	۱۲,۵۵۱-	هزینه های مالی اداری
۶۴۰	۲۴۲	-	درآمد حاصل از سرمایه گذاری ها
۱,۸۷۷	۱۰,۲۴۵	۶,۵۸۷	خالص سایر درآمدها و هزینه های متفرقه
۸۹,۰۸۵	۸۷,۴۰۴	۶۱,۴۰۳	سود(زیان) خالص قبل مالیات
۲۰,۰۴۴-	۱۶,۲۱۱-	۱۰,۴۶۴-	مالیات
۶۹,۰۴۱	۷۱,۱۹۳	۵۰,۹۳۹	سود(زیان) خالص
۸۱,۱۸۰	۸۱,۱۸۰	۸۱,۱۸۰	سرمایه
۸۵۰	۸۷۷	۶۲۷	سود هر سهم

- صورت سود و زیان نشان میدهد که مدیریت تولید محصول یا عرضه خدمت چگونه اداره میشود
- هزینه های سرباری شرکت چگونه است
- بدهی و تسهیلات تا چه حدی بر شرکت تاثیر گذار است
- خالص سود شرکت چقدر است
- بازای هر واحد سهم، به سهامداران چقدر سود عاید میشود



صورت گردش نقدینگی شرکت

- مجموعه منابع و شیوه یا محل تامین منابع در این جدول نشان داده میشود
- مجموعه مصارف عمده شرکت را نشان میدهد
- تراز مالی شرکت را در طی دو سال گذشته و مقاطع مختلف در آینده به تصویر می کشد
- گردش نقدینگی برای تصمیم گیری شرکت استراتژیک است

جریانات نقدی به منظور برنامه ریزی مالی - کل میلیون ریال						
بهره برداری	بهره برداری	بهره برداری	بهره برداری	بهره برداری	ساخت	
100	99	98	97	96	6/95-12/95	
30,000.00	30,000.00	30,005.62	24,000.00	31,242.28	4,347.00	کل جریانات نقدی ورودی
0.00	0.00	5.62	0.00	13,242.28	4,347.00	جریانات ورودی وجوه
30,000.00	30,000.00	30,000.00	24,000.00	18,000.00	0.00	جریانات ورودی عملیاتی
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	سایر درآمدها
20,929.33	22,726.82	26,422.76	22,707.12	31,242.28	4,347.00	کل جریانات نقدی خروجی
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,628.00	افزایش در داراییهای ثابت
0.00	0.00	1,596.47	27.02	11,243.49	719.00	افزایش در داراییهای جاری
15,733.00	15,733.00	15,733.00	13,576.00	14,306.30	0.00	هزینه های عملیاتی
2,250.00	2,250.00	2,250.00	2,700.00	2,375.00	0.00	هزینه های بازاریابی
2,946.32	2,912.44	2,776.89	1,568.10	0.00	0.00	مالیات بر درآمد (شرکت)
0.00	135.55	677.73	1,219.92	1,623.16	0.00	هزینه های تامین مالی
0.00	1,695.83	3,388.67	3,616.08	1,694.33	0.00	بازپرداخت وام
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	سود سهام
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	استرداد حقوق صاحبان سهام
9,070.67	7,273.18	3,582.86	1,292.88	-0.00	0.00	وجوه اضافی (کسری)
21,219.60	12,148.92	4,875.74	1,292.88	-0.00	0.00	مانده وجوه نقد تجمعی
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	وجوه اضافی (کسری) خارجی
9,070.67	7,273.18	3,582.86	1,292.88	-0.00	0.00	وجوه اضافی (کسری) داخلی
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	مانده وجوه نقد تجمعی خارجی
21,219.60	12,148.92	4,875.74	1,292.88	-0.00	0.00	مانده وجوه نقد تجمعی داخلی
0.00	-1,831.38	-4,060.78	-4,836.00	9,924.79	4,347.00	خالص گردش وجوه





شرکت مشاورین ایده ناب ویژن

تامین سرمایه و مشارکت

مدلهای مشارکت در تجاری سازی فناوری



	اعطای تسهیلات	BOT ساخت کامل و تحویل	لایسنس کردن پتنت	تولید تحت لیسانس	واگذاری پروانه
		مشارکت سرمایه گذاری	؟	مشارکت فنی در تجاری سازی	پروانه مشترک
			سرمایه گذاری جسورانه	؟	انتقال دانش فنی و فناوری
				مشارکت در توسعه بازار	حق امتیاز فروش



مدلهای مشارکت و تامین سرمایه

- تهیه و فروش دانش فنی
- واگذاری دانش فنی و اخذ حق امتیاز از فروش (رویالیتی)
- اخذ تسهیلات (وام) با بهره مشخص و قابل توجیه
- سرمایه گذاری خطر پذیر VC (Venture Capital)
- در این سرمایه گذاری خروج سرمایه گذار در زمان مشخص، ضروری است
- سرمایه گذاری مشترک JV (Joint Venture)
- در این مدل، سرمایه گذاری دائمی است اگر چه در هر زمانی هر کدام از طرفین تمایل داشتند می توانند از شرکت خارج شوند



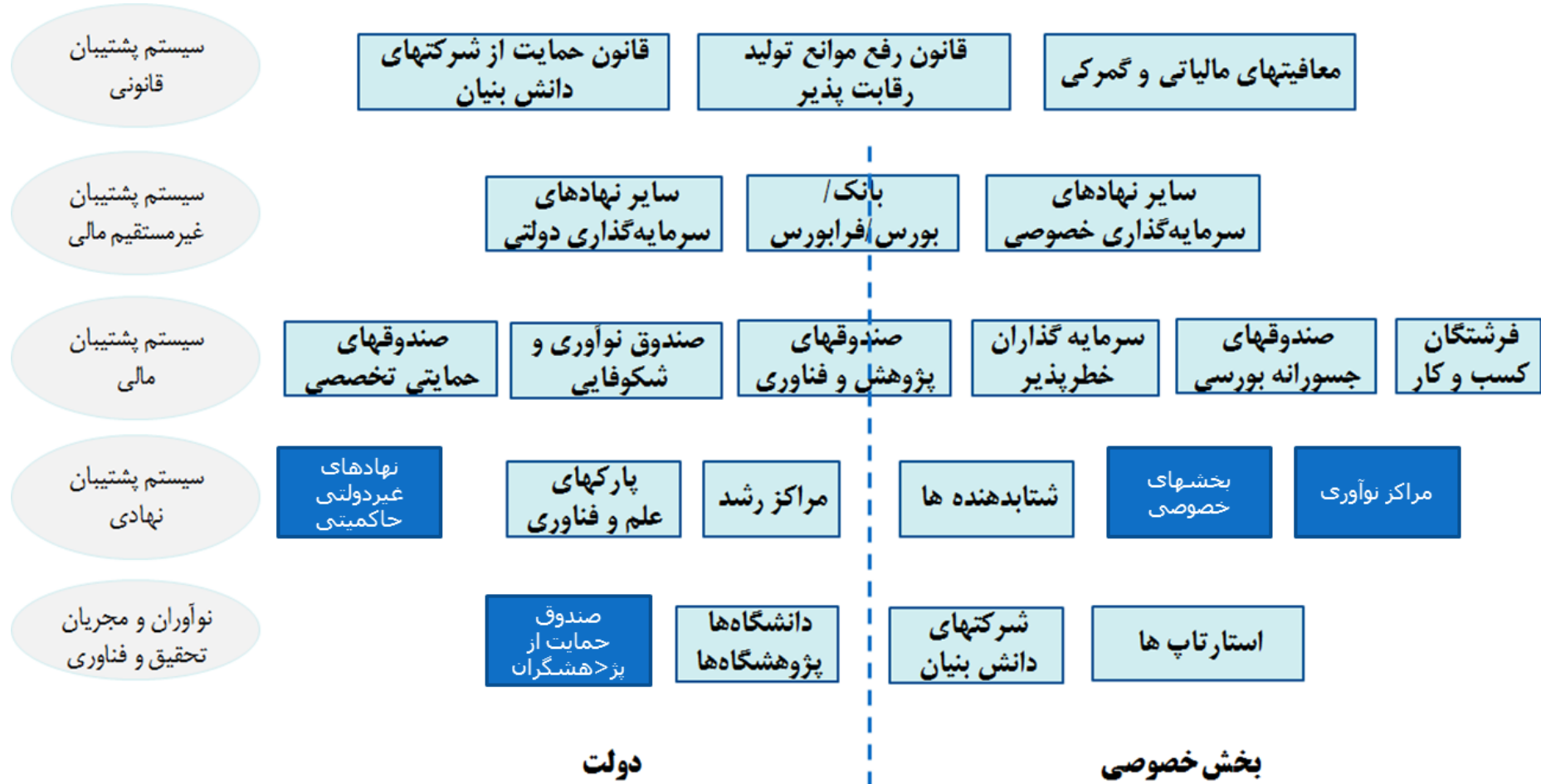
مدلهای شراکت فناوران- سرمایه گذاران

آورده گروه سرمایه گذار	آورده صاحبان دانش فنی
<ul style="list-style-type: none">• تامین زیرساختهای اداری و فنی تخصصی• خدمات فنی، تخصصی، مشاوره ای و مدیریتی• سرمایه گذاری ثابت و در گردش• حمایتهای قانونی و حقوقی• توسعه بازار ملی و بین المللی در قالب فن بازار	<ul style="list-style-type: none">• دانش فنی• فناوری• امکانات و زیرساختهای موجود• مجوزهای اخذ شده• پروانه های تولید

انواع مشارکت:

1. مشارکت از نوع حق امتیاز در مالکیت معنوی و تجاری (فناور از مرکز یا برعکس)
2. مشارکت از نوع سرمایه گذاری پرمخاطره VC- با رویکرد خروج تدریجی
3. مشارکت از نوع سرمایه گذاری پرمخاطره VC- با رویکرد خروج در زمان مقرر
4. مشارکت از نوع سرمایه گذاری مشترک JV

نقش نهاد های پشتیبان در تبدیل ایده نوآورانه به محصول



پیشنادهایی برای شکل‌گیری اکوسیستم VC

سرفصل	راهکار	از طریق
قانونی	قانون مستقل VC (شامل مشوق‌ها و زیرساخت‌های حقوقی)	مجلس و دولت
	بهره برداری از ظرفیت‌های قانون دانش‌بنیان	مجلس و دولت
	مشوق‌های دولتی برای پوشش ریسک VC	بهره برداری از ظرفیت‌های قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان
نهادی	شرکت‌ها و هلدینگ‌ها (ایجاد CVC)	بخش خصوصی
فرهنگسازی	فرهنگسازی مشارکت (قبول تعهدات سهام بجای وثیقه)	اصلاح برخی آیین‌نامه‌ها
تعاملات بین‌الملل	الگوسازی تجربیات موفق بین‌المللی در حوزه VC	بهبود فضای قانونی و ساختاری
	شبکه‌سازی برای انتقال تجربیات و مشاوره	ایجاد Fund مشترک



نقش VC در تامین مالی ایده های نوآورانه

خصوصیات	توضیح	مدل های تامین مالی فاقد این خصوصیت
واسطه گر مالی	به این معنا که سرمایه‌ی سرمایه‌گذاران دیگر را جمع‌آوری کرده و خود به طور مستقیم بر روی سبدهی از بنگاه‌های اقتصادی سرمایه‌گذاری می‌کند.	فرشتگان کسب و کار
سرمایه‌گذاری در شرکت‌های خصوصی صورت می‌گیرد	تا مدتی معین پس از سرمایه‌گذاری، این شرکت‌های خصوصی قابلیت عرضه عمومی و یا فروش و انتقال سهام خود را ندارند.	بورس / فرابورس عرضه عمومی اوراق قرضه
نقش فعال در اداره و مساعدت شرکت‌ها	این نقش مهمترین ویژگی متمایز کننده صندوق‌ها محسوب می‌شود. کمک آنها محدود به تامین مالی نیست. آنها با بهره‌گیری از شبکه همکاری‌های خود به شرکت‌های نوپا کمک می‌کنند	این خصوصیت تنها مختص VC ها و فرشتگان کسب و کار است
VC از طریق خروج از شرکت کسب سود می‌کند	هدف اصلی یک VC حداکثر کردن نرخ بازگشت سرمایه‌ی خود از طریق فروش سهام شرکت‌ها در هنگام عرضه اولیه عمومی سهام (IPO) است.	سرمایه‌گذاران استراتژیک سرمایه‌گذاران کوتاه مدت
سرمایه‌گذاری به منظور رشد داخلی شرکت‌ها	VC به منظور رشد داخلی شرکت‌ها و گسترش آنها سرمایه‌گذاری می‌نماید، به این معنا که سرمایه‌گذاری برای کسب سود از افزایش ارزش شرکت در اثر پدیده‌های دیگر همچون نوسانات گوناگون نیست.	بازی با بازار مسکن بورس / فرابورس بانک



معرفی برخی از نهادهای تامین سرمایه و مشارکت

- صندوق نوآوری و شکوفایی.....www.nsfund.ir
- صندوق پیشگامان امین سرمایه گذاری شناسا..... www.shenasavc.ir/fa/
- صندوقهای پژوهش و فناوری (وام و تسهیلات و هم چنین سرمایه گذاری پرمخاطره)
- صندوق پژوهش و فناوری پرشین داروی البرز..... www.pdartf.com
- صندوق پژوهش و فناوری سلامت تهران..... www.spfst.ir
- صندوق پژوهش و فناوری تجهیزات پزشکی..... www.sandoghmed.ir
- صندوق پژوهش و فناوری ثامن..... www.srtf.mums.ac.ir
- صندوق زیست فناوری..... www.biotechfund.ir/
- صندوق حمایت از پژوهشگران..... www.insf.org



انواع تامین سرمایه توسط صندوقهای سرمایه گذاری ایران

- وام و تسهیلات برای سرمایه در گردش
- وام و تسهیلات برای سرمایه ثابت
- سرمایه گذاری جسورانه VC
- سرمایه گذاری مشارکتی JV
- کارگزاری صندوق نوآوری و شکوفایی



<http://www.isti.ir>

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

سندادهای توسعه فناوری | واحدهای همکار | پیوندها | کانون هم‌هنگی دانش، صنعت و بازار

لیزر، فوتونیک و ساختارهای میکرونی	مواد و ساخت پیشرفته	نفت، گاز و ذغال سنگ	بهبود سازی انرژی و محیط زیست
آب، خشکسالی فرسایش و محیط زیست	انرژی های تجدید پذیر	نانو	صنایع دانش بنیان هوایی و هوانوردی
سلول های بنیادی	فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش بنیان	زیست فناوری	شاوری اطلاعات، ارتباطات و میکروالکترونیک
گیاهان دارویی و طب سنتی	علوم و فناوری های شناختی	صنایع دانش بنیان دریایی	نرم و هویت ساز

ما در مرکز شتابدهی نوآوری در پی آن هستیم که شما : کارآفرینان، صاحبان استارتآپ ها، شتابدهنده های نوآوری، سرمایه گذاران خطرپذیر و ... اکوسیستم کارآفرینی ایران را بسازید.

مرکز
شتابدهی
نوآوری



خانه | اخبار | رویدادهای کارآفرینی | شتابدهنده های نوآوری | سرمایه گذاران | درباره مرکز

معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری

- آشنایی با معاونت تجاری سازی
- اهداف، وظایف و برنامه ها
- ضوابط و آیین نامه های تجاری سازی
- مرکز طرح های کلان ملی فناوری
- دفتر تجاری سازی فناوری
- دفتر هم‌هنگی دانش، صنعت و بازار
- تماس با معاونت تجاری سازی

<http://technovation.ir/>

Email: info@nicvision.net

100

URL: www.NicVision.net



جدول اختیارات صندوق نوآوری و شکوفایی در تصویب طرح‌ها (نسخه عمومی)

بازنگری: تیر ۱۳۹۵ (با لحاظ شدن نرخ کاهش یافته)

اعداد مالی به میلیون ریال

ردیف	نوع خدمت	خدمت شماره	ماده آیین نامه	اختیار صندوق		
				سقف مالی (میلیون ریال)	سقف زمانی (ماه)	نرخ ترجیحی
۱	کمتک هزینه فعالیت های تجاری سازی کنسرسیوم ها	۱	۵	۲۰۰۰	-	-
۲	کمتک ۵۰٪ هزینه های تجاری سازی کنسرسیوم ها	۲	۶ مکرر	اختیار ندارد	-	-
۳	کمتک به پرداخت بخشی از سود تسهیلات از نظام بانکی بابت هزینه های تحقیق و توسعه	۳	۶	۱۰۰۰	-	-
۳	کمتک به پرداخت بخشی از سود تسهیلات از نظام بانکی بابت هزینه های تجاری سازی	۳	۶	-----	-	-
۱-۴	قرض الحسنه ثبت اختراع داخلی و بین المللی	۴	۷	۴۰۰	۳۶٪	۴٪
۲-۴	نمونه سازی			-----	۳۶٪	۴٪
۳-۴	کسب فناوری			۵۰۰۰۰	۳۶٪	۴٪
۴-۴	کسب فناوری صنعتی (مشارکت با بانکها)			۲۰۰۰۰۰	۳۶٪	۴٪
۵	قرض الحسنه خدمات تخصصی تجاری سازی (صرفاً شتابدهنده ها، ۵۰ میلیارد ریال)	۵	۸	۵۰۰ و ۵۰۰۰۰۰	۳۶٪	۴٪
۶	تسهیلات میان مدت (قبل از صنعتی)	۶	۹	۱۰۰۰۰۰	۶۰٪	۱۱٪ و بالاتر
۷	تسهیلات بلند مدت (صنعتی) - (در حالت مشارکت با بانکها)	۷	۱۰	۳۰۰۰۰۰	۸۴٪	۱۱٪ و بالاتر
۸	سرمایه در گردش - (در حالت مشارکت با بانکها)	۸	۱۱	۵۰۰۰۰	۲۴٪	۱۱٪ و بالاتر
۹	فروش اقساطی و لیزینگ و پیش خرید (تا سقف ۵۰۰۰۰ میلیون ریال با نرخ ۸٪ و مابقی نرخ ترجیحی صندوق)	۹	۱۲	۵۰۰۰۰۰	۳۶٪	۹٪ و بالاتر
۱۰	وام خرید سهام	۱۰	۱۳	۳۰۰	۱۲٪	۱۱٪ و بالاتر
۱۱	تسهیلات ۱۰۰٪ برای طرح های حائز اهمیت - جهت شروع تولید صنعتی و تامین بخشی از هزینه های تهیه مکان و خرید و نصب ماشین آلات	۱۱	۱۳ مکرر	۳۰۰۰۰۰	۸۴٪	۱۱٪ و بالاتر

ردیف	نوع خدمت	خدمت شماره	ماده آیین نامه	اختیار هیات عامل		
				سقف مالی (میلیون ریال)	سقف زمانی (ماه)	نرخ ترجیحی
۱۱-	تسهیلات ۱۰۰٪ برای طرح های حائز اهمیت - جهت تامین سرمایه در گردش	۱۲	۱۳ مکرر	۵۰۰۰۰۰	۲۴	۱۱٪ و بالاتر
۱۲	پوشش کسر وثیقه ضمانت نامه های اعتباری	۱۳	۱۴	-	-	-
۱۳	پرداخت بخشی از هزینه های صدور ضمانت نامه	۱۴	۱۵	سقف صدور ۳۰۰۰۰۰۰	NA	کاربرد بانک مرکزی
۱۴	ضمانت نامه ریسک دانش فنی	۱۵	۱۶	-	-	-
۱۵	بیمه (صندوق تکلیفی در این بند ندارد)	-	۱۷	-	-	-
۱۶	مشارکت در ایجاد شرکت یا صندوق سرمایه گذاری خطر پذیر	۱۶	۱۸	-	-	-
۱۷	مشارکت در طرح ها	۱۷	۱۸ مکرر	-	-	-
۱۸	تسهیلات به صندوق های پژوهش و فناوری	۱۸	تصدیر ۱ ماده ۵ قانون	-	۴۸	۱۱٪ و بالاتر
۱۹	تامین دفاتر کاری (کمیته اعتباری ساختمان)	۱۹	مصوبه هیات امضاء	-	۶۰ ماه	۱۱٪ و بالاتر
۱۸	تسهیلات توانمندسازی (شرایط براساس دستورالعمل)	-	-	۲۰۰	-	-

صندوق نوآوری و شکوفایی

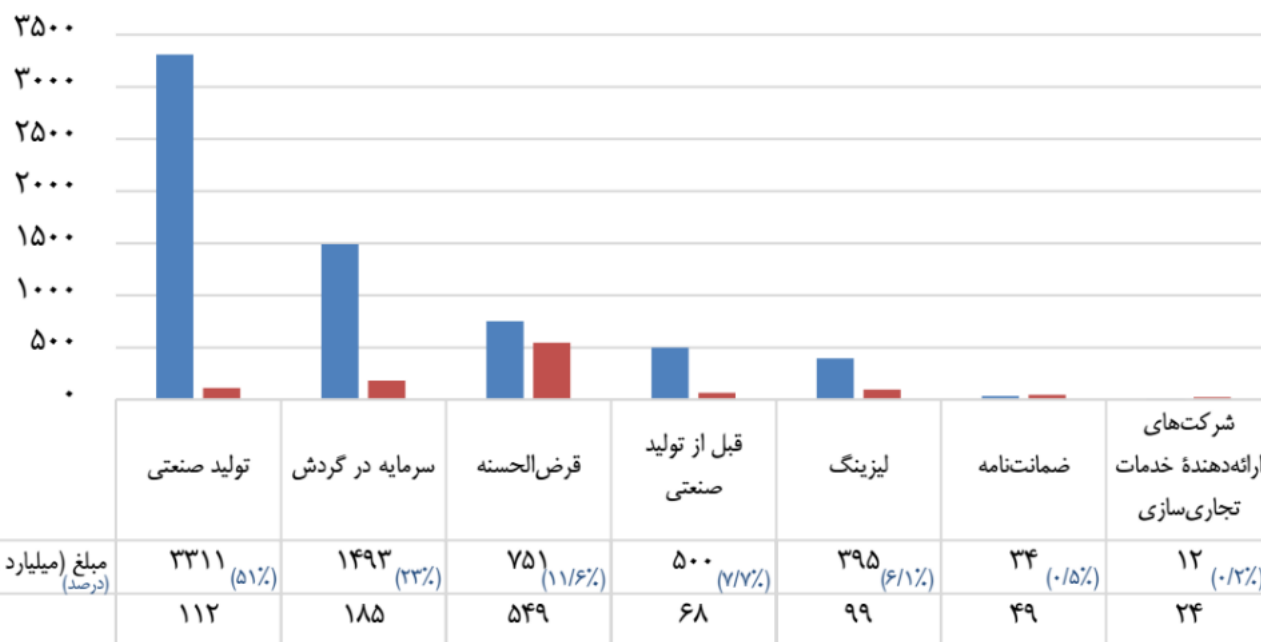
جدول ۲. عملکرد صندوق از منظر تعداد طرح‌ها و مصوبات

تعداد	عنوان
۲۱۵۳	تعداد کل طرح‌های ارائه شده
۱۶۷۹	تعداد طرح‌های تعیین تکلیف شده (۷۸ درصد طرح‌های ارائه شده)
۱۰۸۶	- تعداد طرح‌های مصوب
۵۹۳	- تعداد طرح‌های بازنگری مجدد، رد یا انصرافی
۴۷۴	تعداد طرح‌های در دست بررسی

ب) وضعیت آینده تا انتهای ۹۵ (دریافت اعتبار سرمایه‌ای ۹۵ و پیش‌بینی تقاضاهای آینده):

عنوان	مبلغ (میلیارد تومان)	عنوان	مبلغ (میلیارد تومان)
سرمایه تا انتهای ۹۵ (اضافه می‌شود ۶۰۰)	۲۰۳۳	مصارف و پیش‌بینی مصارف	۵۳۰۷
- باقی‌مانده منابع برای اعطای تسهیلات	۸۷۳	پیش‌بینی مصارف تسهیلاتی*	۲۵۰۰
- باقی‌مانده منابع برای مشارکت و سرمایه‌گذاری (۳۰ درصد از سرمایه)	۶۱۰	پیش‌بینی مصارف مشارکت و سرمایه‌گذاری*	۱۷۸۰

* با توجه به سوابق موجود، حدود نیمی از تقاضاها پس از انجام امور کارشناسی به تصویب می‌رسد.



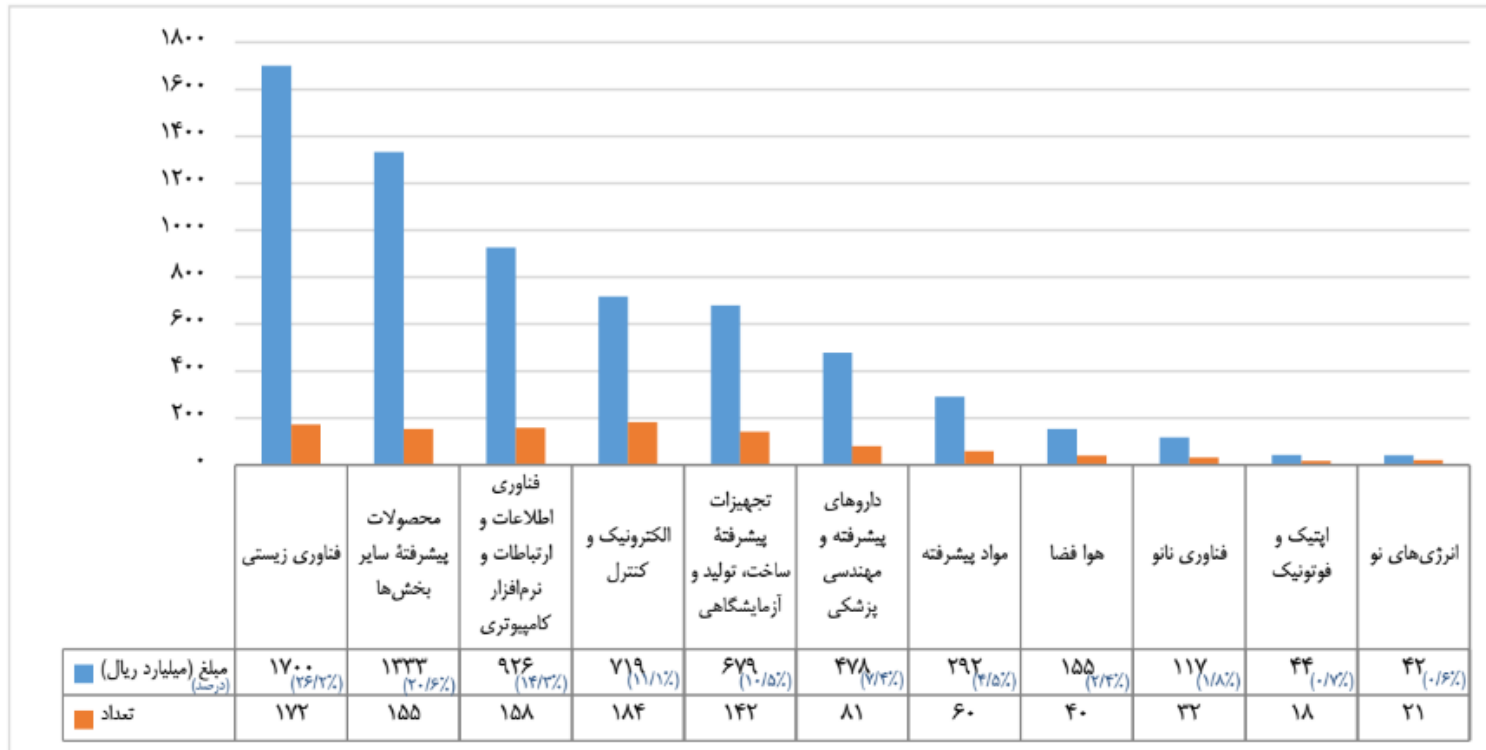
نمودار ۱. تعداد و مبلغ مصوبات صندوق به تفکیک نوع تسهیلات



صندوق نوآوری و شکوفایی

ب - ۳) حوزه‌های دانش‌بنیان

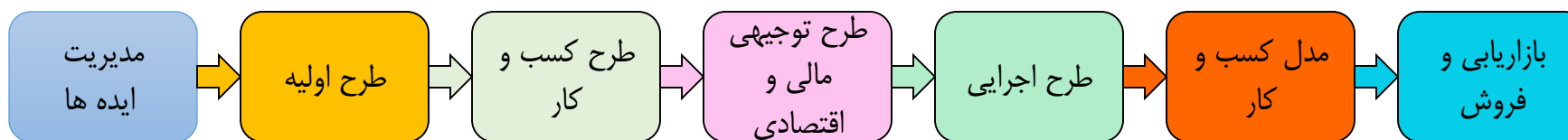
• تعداد و مبلغ تسهیلات حوزه‌های فناوری در نمودار ۳، نشان‌دهنده پتانسیل و وضعیت واقعی کشور در فناوری‌های مختلف است.



نمودار ۳. تعداد و مبلغ مصوبات صندوق به تفکیک حوزه‌های فناوری



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



فاز آزمایشگاهی طرح های تجاری سازی

فاز تولید نیمه صنعتی طرح های تجاری سازی

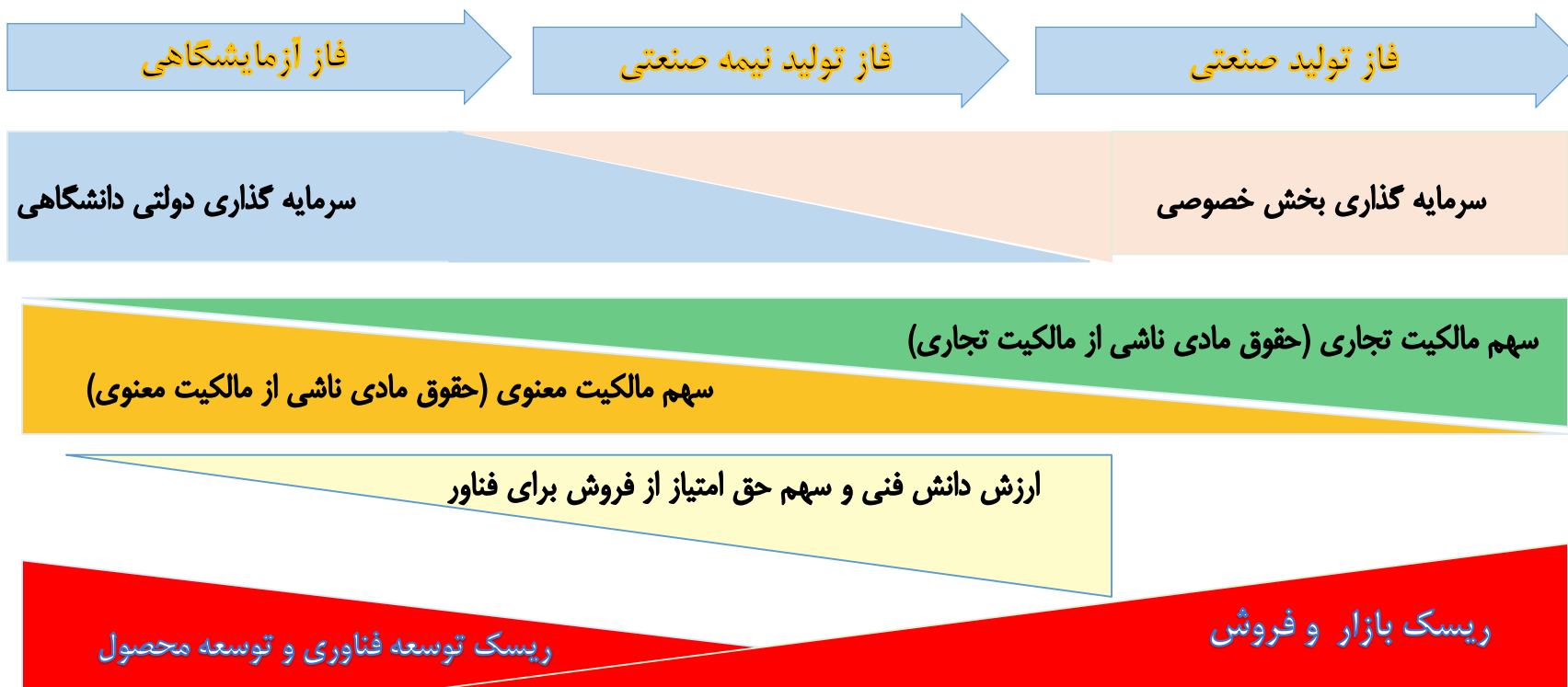
فاز تولید صنعتی طرح های تجاری سازی

سرمایه گذاری دولتی دانشگاهی

سرمایه گذاری بخش خصوصی



فرآیند خدمات جامع تجاری سازی



عوامل تعیین کننده در قیمت گذاری دانش فنی

- ارزشگذاری دانش فنی بصورت تلفیقی از روشهای مختلف موجود صورت میگیرد
 - چرخه عمر محصول – مرحله رشد و تکامل محصول و چرخه عمر آن در بازار
 - هزینه صورت گرفته – هزینه انجام بحال شده
 - ارزش آتی محصول – ارزش گذاری
 - حجم بازار و قدرت سهم گیری و نفوذ در بازار محصول،
 - وضعیت رقابت و
 - حاشیه یا مارژین سود خالص
- مبانی اولیه ارزشگذاری در قرارداد اولیه تعیین تکلیف میشود
- مبنای تصمیم **توافقی** است
- (در فناوریهای نوین و ابداعی) تصمیم گیری نهایی قیمت و شرایط آن در زمان ورود به بازار (بعلت شرایط فناوری، مختصات فناوریهای سلامت و مخاطرات قانونی)



مدل تولیدی پیشنهادی برای شرکتهای دانش بنیان

پیشنهاد به فناوران و سرمایه گذاران	تمایل به مالکیت پروانه	امکانات تولید صنعتی	امکانات پایلوت	امکانات آزمایشگاهی	مدل تجاری سازی
خرید خدمات و اخذ روباتی از فروش					A
خرید خدمات و تولید قراردادی					B
خرید خدمات و تولید در سایت					C
خرید خدمات آزمایشگاهی و تولید					D
توسعه فناوری و تولید در سایت					E

* در هر بخشی که امکانات موجود نباشد و به جنبه محرمانگی آسیب نرساند خرید خدمات توصیه میشود



چالشهای تجاری سازی

• مشکلات دستاوردهای پژوهشی

- عدم تعریف درست پروژه های پژوهشی با هدف تجاری سازی و متناسب با نیاز صنعت و جامعه
- کمبود احساس نیاز بخش تولید و خدمات به نوآوری
- کمبود تجربه و توان تخصصی برای تجاری سازی دستاوردها
- مشخص نبودن نقش پژوهشگران در فرآیند تجاری سازی
- کمبود انگیزه پژوهشگران برای حضور در عرصه تجاری سازی
- اعمال مدیریت کلان بر تجاری سازی یافته های دانشگاهی
- عدم توجه دانشگاه ها به تجاری سازی
- عدم وجود روابط فعال میان سازمان های علمی و تجاری

• موانع روابط صنعت و دانشگاه

- عدم اشراف صاحبان صنایع به ماهیت تحقیق دانشگاهی
- فقدان سرمایه و اعتبار کافی برای پروژه های کوچک با ریسک بالا
- کم اهمیتی به تجاری کردن واحدهای دانشگاهی
- ضعف اهتمام به تجارت در بخش دانشگاهی
- بی اطلاعی از نیازهای صنعت توسط دانشگاه



موانع تسهیل تجاری سازی در ایران

مالکیت فکری و وضعیت ایران

این موضوع باعث محدودیت بیان در ایران شده است. خلاقیت بدون وجود زیر ساخت سودی نخواهد داشت

ضعف قانونی

در بیان ایده شرط اول احتیاط است. میزان حمایت از صاحبان ایده در کشور کم و سوء استفاده از این افراد زیاد است

روند تغییرات مدیریت

بین نوآور ، مخترع، مدیر و سرمایه گذار اختلاف وجود دارد

نبود پشتیبانی صحیح فناوری از کسب و کارهای فناوری

ساز و کار کسب و کاری در ایران دچار مخاطره است



موانع تسهیل تجاری سازی در ایران

جذب منابع سرمایه گذاری

میل سرمایه گذاران خطر پذیر به سرمایه گذاری در حوزه فناوری پیشرفته با گذشت زمان تغییر می کند
ملاک جذب سرمایه، درآمد قابل توجه و افق روشن سرمایه گذاری است
یک سرمایه گذاری خطر پذیر در حوزه های پر خطر سرمایه گذاری می کند
سرمایه گذاران خطر پذیر باید از قابلیت اطمینان فن آوری بنگاه مطمئن شوند
تجربه مدیران در کسب و کار از عوامل بسیار مهم در سرمایه گذاری است

بازار یابی شرکت های فن آور

داشتن برند معتبر، تبلیغ بجا و ... از عوامل کلیدی ورود و حضور پایدار در بازار است

ورشکستگی و ناکامی کسب و کارهای فن آور

نبود سرمایه، نبود بازار، افزایش قیمت ها، بی ثباتی قوانین، ثبات نرخ ارز و ... از عوامل ورشکستگی در بازار است



زیرساختهای توسعه و تجاری سازی فناوری

- مالکیت فکری و حقوقی
- قیمت گذاری دانش فنی
- بازاریابی خدمات
- مدیریت تکنولوژی
- مدیریت تولید
- مدیریت مالی و ارزیابی های اقتصادی
- مدیریت انتقال تکنولوژی
- مدیریت پروژه

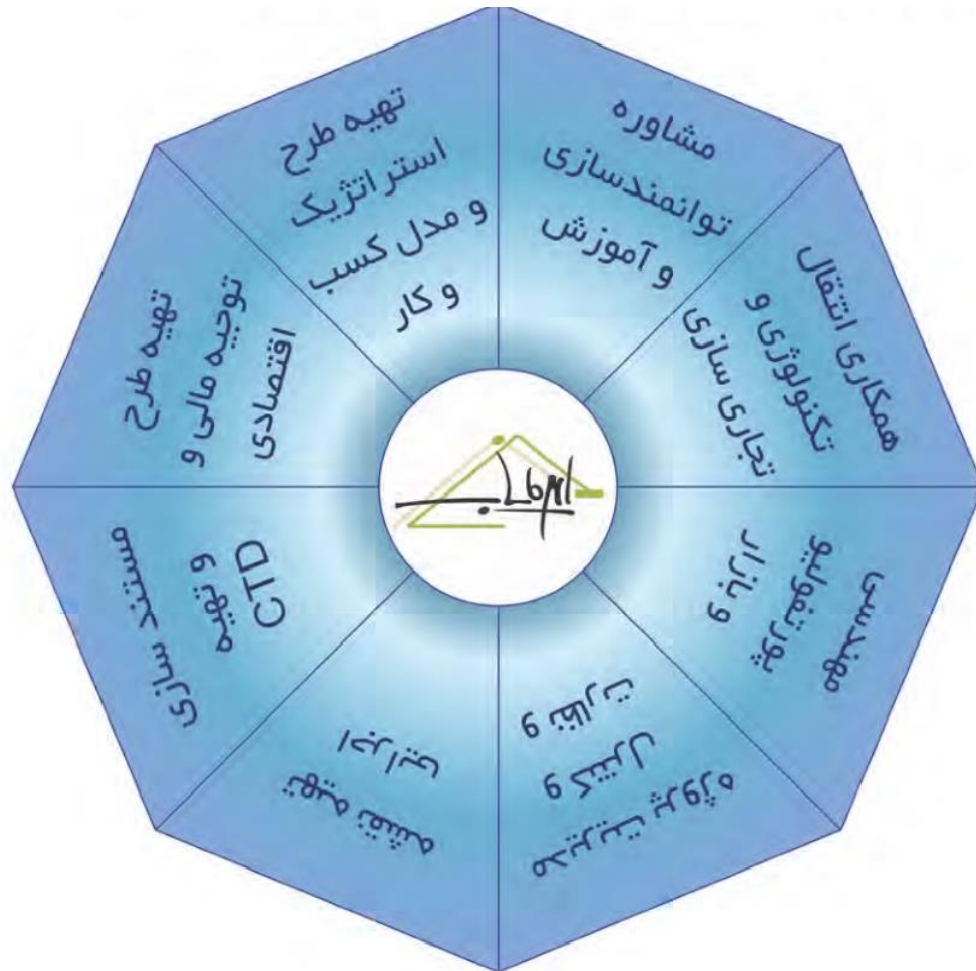


پیشنهادات اساسی شرکت برای موسسات و شرکتهای دانش بنیان:

- شرکت های دانش بنیان، در قالب محصولات و صرفا در مرحله توسعه دانش فنی و عرضه آن و حداکثر تا مرحله تولید مواد اولیه یا فروش دانش فنی یا فناوریها اقدام نمایند
 - بدین ترتیب بجای B2C، مدل B2B برای شرکتهای دانش بنیان ضرورت دارد
 - مدل کسب و کار بعد از تصویب طرح توجیهی الزامی شود
 - مدل سرمایه گذاری در قالب VC با حضور مستقیم در شرکت یا بدون شرکت از طریق اخذ رویالتی و با اعمال نظارت حاکمیتی اجرایی گردد
 - با توجه به ماهیت شرکتهای دانش بنیان و توسعه فناوریها، رویکرد تسهیلات بانکی برای شرکتهای دانش بنیان خطرناک می باشد
 - بهره گیری از ظرفیت های موجود کشور یا امکانات مرکزی و کاهش ریسک سرمایه گذاری
- **B2B** (Business to Business), **B2C** (Business to Customer)



ساختارهای اجرایی سازی کسب و کار شرکت مشاورین ایده ناب ویژن



- مهندسی پورتفولیو و تحلیل بازار
- مشاوره توانمندسازی و آموزش
- دست یابی به دانش فنی و فناوری
- تهیه طرح استراتژیک و مدل کسب و کار
- تهیه طرح توجیه مالی و اقتصادی
- مستند سازی و تهیه CTD و TTD
- تهیه نقشه های اجرایی
- مدیریت پروژه، کنترل و نظارت



شرکت مشاورین ایده ناب ویژن

با تشکر فراوان