

پارک علم و فناوری چیست؟!

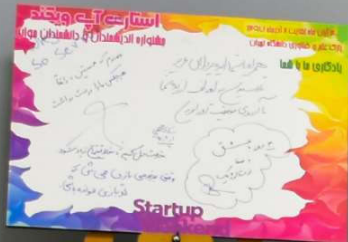
تحقیقات علمی به عنوان یکی از اصلی ترین و مهم ترین راه های رسیدن به حقایق جهان هستی و کشف منابع و راه کارهای جدید برای پاسخ گویی به مسائل و مشکلات، نیازها و خواسته های انسان و جامعه محسوب می شود. پارک های علم و فناوری به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی، که ساختاری حمایتی دارد و توسط متخصصین حرفه ای به وجود آمده اند، برای رسیدن به اهداف گفته شده نقش بسیار اثرگذاری دارند. این مراکز، دانش و فناوری را میان دانشگاه ها، مؤسسات تحقیق و توسعه، شرکت های خصوصی و بازار به حرکت می اندازد و با راه اندازی مراکز رشد، سازمان های نوآور را تقویت می کند. مأموریت پارک های علم و فناوری، حمایت از ایجاد و توسعه مؤسسات دانش بنیان و کمک به تبدیل ایده به محصول در جهت توسعه علمی و اقتصادی منطقه است.



پارک علم و فناوری

چند پارک علم و فناوری ایران و جهان

- پارک علم و فناوری دانشگاه تهران
- پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف
- پارک علم و فناوری پردیس
- پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس
- پارک علم و فناوری منچستر
- پارک علم و فناوری کمبریج
- پارک علم و فناوری آریزونا





پارک علم و فناوری دانشگاه تهران



پس از مختصر آشنایی با پارک‌های علم و فناوری و اهمیت و کارکرد آن‌ها نوبت به معرفی یکی از مطرح‌ترین پارک‌های وابسته به یکی از بهترین دانشگاه‌های کشور، یعنی پارک علم و فناوری دانشگاه تهران می‌رسد. پارک علم و فناوری دانشگاه تهران به دنبال ایجاد نظام کامل نوآوری از دانشگاه تا بازارهای محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی و تمهید سامانه لازم برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان زایشی در دانشگاه است. ثروت‌آفرینی برای دانشگاه از طریق ثروت تولیدشده از طریق شرکت‌های زایشی، تربیت نسل جدیدی از صنعت‌گران و فناوران با اخلاق و متعهد به کیفیت و توسعه فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، محورهای اصلی فعالیت پارک علم و فناوری دانشگاه تهران است.

هرچند خدمات متعددی از جمله برگزاری دوره‌های آموزشی مسائل کسب‌وکار، سلسله رویدادهای متعدد حوزه کارآفرینی، فضای کار اشتراکی و غیره جزء خدمات پارک علم و فناوری دانشگاه تهران هستند؛ اما در اینجا ما به دلیل اجتناب از طولانی شدن بحث، صرفاً به معرفی برنامه‌های حمایتی پارک علم و فناوری می‌پردازیم و اطلاعات بیشتر را به سایت پارک علم و فناوری ارجاع می‌دهیم.

✓ آدرس وبسایت پارک علم و فناوری دانشگاه تهران:

www.utstpark.ir

با افتتاح پارک علم و فناوری در ۱۴ اسفندماه سال ۱۳۸۴ فعالیت این مجموعه به‌طور رسمی آغاز شد. از سال ۱۳۹۳ پارک علم و فناوری دانشگاه تهران با بازنگری کلی فعالیت‌های خود و طراحی جدید، موضوع حرکت در راستای تحول دانشگاه تهران به دانشگاه کارآفرین را سرلوحه مأموریت‌های خود قرار داده است و از طریق طراحی سازوکارهای لازم سعی دارد زمینه‌ساز تحقق اهداف بلند دانشگاه تهران در راستای برنامه مقاوم‌سازی اقتصاد ملی و عینیت‌بخشی به فرامین مقام معظم رهبری شود.

ایده تأسیس پارک علم و فناوری دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۰ مطرح شد و در اولین گام اجرایی تأسیس آن، مرکز رشد واحدهای فناور در سال ۱۳۸۲ با کسب مجوز از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، فعالیت خود را آغاز نمود. هم‌زمان با اولین فراخوان پذیرش و استقرار واحدهای فناور در مرکز رشد، فعالیت‌های پارک شکل جدی‌تری به خود گرفت و سرانجام در مردادماه ۱۳۸۴، دانشگاه تهران موافقت اصولی تأسیس پارک علم و فناوری را از وزارت متبوع دریافت کرد و به دنبال آن مرکز کارآفرینی با مصوبه هیئت‌رئیس دانشگاه به پارک ملحق شد.

پارک علم و فناوری دانشگاه تهران چه مزایای برجسته‌ای را برای مخاطبان خود به خصوص دانشجویان ارائه می‌دهد؟

یکی از خدمات منحصر به فرد پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، خدمات دفتر انتقال فناوری است. صنایع و سازمان‌ها جهت حفظ بازارهای رو به تحول خود همواره به دنبال فناوری‌های جدید هستند، از سویی پژوهشگران و صاحبان ایده به بستری برای فروش فناوری‌های خود نیاز دارند. فرآیند انتقال فناوری بستری برای عرضه و تقاضای فناوری است. دفتر انتقال فناوری به صاحبان ایده و فناوری کمک می‌کند تا بتوانند با صنایع و سرمایه‌گذاران وارد مذاکره و همکاری شوند، از طرف دیگر فناوری‌های جدید را به صنایع و سرمایه‌گذاران معرفی می‌نماید. هدف از این خدمت، تجاری‌سازی ایده‌ها و فناوری‌های جدید حاصل از فعالیت پژوهشگران و صاحبان ایده است.

اما در ادامه، فرآیند پیش‌روی همراه با پارک علم و فناوری از ایده اولیه تا تبدیل شدن به یک شرکت توانمند را در قالب برنامه‌های حمایتی بیان می‌کنیم. برنامه‌های حمایتی پارک در زنجیره ارزشی به گونه‌ای تعریف شده‌اند که یک کسب‌وکار را از مرحله ایده تا یک شرکت توسعه‌یافته حمایت کنند. مخاطبان این برنامه‌ها نیز، گروه‌های کاری شامل اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان، فارغ‌التحصیلان و صاحبان ایده یا شرکت‌های خصوصی فناور است.

برنامه رویش

هدف: حمایت از تیم‌های کاری دارای ایده بازارپسند

مخاطب: هسته‌های نوآور دارای ایده با سطح آمادگی فناوری کمتر از سه (TRL ۱-۳)

مدت: ۶ تا ۹ ماه

خدمات: تأمین فضای استقرار، حمایت مالی، ارائه خدمات آموزش و مشاوره و راهبری، ارائه خدمات انتقال فناوری، امکان حضور در Demo Day برای عرضه ایده‌ها به مخاطبان مربوطه از جمله سرمایه‌گذاران

خروجی: تیم پیش رشد دارای ایده تثبیت‌شده (POC) که رؤیای تولید نمونه محصول دارد / یا ایده‌ای که مفهوماً اثبات‌شده و قابل فروش است.

برنامه شکوفایی

هدف: حمایت از تیم‌های کاری دارای ایده تثبیت‌شده و بازارپسند

مخاطب: تیم‌های پیش رشد دارای ایده با سطح آمادگی فناوری بین چهار تا شش (TRL ۴-۶)

مدت: ۱۲ تا ۱۸ ماه

خدمات: تأمین فضای استقرار، حمایت مالی، ارائه خدمات آموزش و مشاوره و راهبری، ارائه خدمات انتقال فناوری، امکان حضور در Demo Day برای عرضه ایده‌ها به مخاطبان مربوطه از جمله سرمایه‌گذاران

خروجی: شرکت نوپای در حال تأسیس دارای نمونه اولیه محصول (MVP) که رؤیای ورود به بازار دارد / یا فناوری تولیدشده که قابل فروش است.

برنامه رشد

هدف: حمایت از شرکت‌های نوپای فناور دارای نمونه اولیه محصول که پس از تولید نمونه صنعتی قابلیت فروش در بازار دارند.

مخاطب: شرکت‌های نوپا دارای نمونه محصول با سطح آمادگی فناوری بین هفت تا نه (TRL ۷-۹)

مدت: ۳ تا ۵ سال

خدمات: استقرار و عضویت، حمایت‌های مالی، تأمین نیروی کار دانشی، ارائه خدمات آموزش و مشاوره و راهبری، ارائه خدمات تجاری‌سازی و انتقال فناوری، ارائه خدمات شهروندی، استفاده از مزایای عضویت در شبکه فناوری دانشگاه تهران

خروجی: شرکتی که توانسته با موفقیت محصول خود را در بازار به فروش برساند و هدف توسعه بازار خود را دارد.

برنامه پسا رشد

هدف: حمایت از شرکت‌های فناور در حال توسعه که به دنبال تثبیت حضور خود در بازار هستند

مخاطب: شرکت‌های در حال توسعه با سطح آمادگی تجاری‌سازی نه (CRL ۹)

مدت: ۷ تا ۹ سال

خدمات: تأمین فضای استقرار، حمایت مالی، ارائه خدمات آموزش و مشاوره، ارائه خدمات تجاری‌سازی و انتقال فناوری، ارائه خدمات شهروندی، استفاده از مزایای عضویت در شبکه فناوری دانشگاه تهران

خروجی: شرکتی که توانسته موقعیت خود را در بازار تثبیت کند و هدف توسعه سبد محصولات یا بازار خود را دارد

برنامه توسعه

هدف: حمایت از شرکت‌های فناوری که به بلوغ رسیده‌اند و به دنبال توسعه اقتصادی هستند

مخاطب: شرکت‌های بالغ با سطح آمادگی تجاری‌سازی نه (CRL ۹)

مدت: ۱۰ سال

خدمات: استقرار و عضویت، تأمین نیروی کار دانشی

خروجی: شرکت‌های توسعه یافته که توانایی حمایت از شرکت‌های کوچک یا ایجاد شرکت‌های زایشی را دارند.