

«شیوه نامه برگزاری فستیوال‌های بازار دارایی فکری»

مقدمه:

با عنایت به تاکید بند «د» ماده 17 قانون برنامه پنجم توسعه کشور، دولت می‌تواند به منظور توسعه و انتشار فناوری و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان اقداماتی را در دستور قرار دهد که یکی از آنها «حمایت مالی از ایجاد و توسعه بورس ایده و بازار فناوری به منظور استفاده از ظرفیت‌های علمی در جهت پاسخگویی به نیاز بخش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات» می‌باشد.

در این راستا **بازار دارایی فکری** با هدف رونق بخشیدن به فضای تبادل فناوری کشور در حوزه مصادیق مالکیت فکری از جمله گواهینامه‌های ثبت اختراع، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری در خردادماه 1393 افتتاح شد. با افتتاح بازار و شروع فرآیندهای اجرایی آن، کمیته ویژه بازار دارایی فکری با هدف بحث و بررسی اقدامات لازم جهت توسعه و تسهیل فرآیندهای این بازار تشکیل شد. الزامات فرآیند بازاریابی در بازار دارایی فکری، کمیته ویژه را بر آن داشت تا با بررسی راهکارهای جدید برای توسعه تقاضای بازار و جلب سرمایه‌گذاران و صنعتگران، اجرای فعالیت‌های جدید را در دستور کار قرار دهد. از جمله این فعالیت‌ها، اجرا و برگزاری رویداد معارفه عمومی و تخصصی اختراعات عرضه شده در بازار دارایی فکری با عنوان **فستیوال بازار دارایی فکری** در نظر گرفته شد.

به همین منظور «فستیوال‌های بازار دارایی فکری» با حضور طرفین عرضه و تقاضا تعریف شده و در چارچوب شیوه‌نامه حاضر برگزار خواهد شد.

ماده ۱- تعاریف

- **معاونت:** معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری .
- **بورس:** سازمان بورس و اوراق بهادار کشور.
- **فرا بورس:** شرکت فرا بورس ایران.
- **پارک:** پارک فناوری پردیس.
- **بازار دارایی فکری:** بازاری جدید و قانونی که به عنوان یکی از بازارهای رسمی شرکت فرا بورس ایران تشکیل شده است.
- **فستیوال:** فستیوال بازار دارایی فکری.

ماده ۲- ارکان فستیوال

1. **مجری:** نهاد یا سازمانی است که برگزاری رویداد را بر عهده دارد و مسئولیت صحت برگزاری رویداد و انجام امور اجرایی بر طبق چارچوب این شیوه نامه را بر عهده دارد. پارک به عنوان دبیرخانه دائمی فستیوال‌های بازار دارایی فکری تعیین شده است. امکان برون‌سپاری امورات اجرایی به شخص ثالث وجود دارد لیکن این موضوع سلب‌کننده مسئولیت مجری اصلی نخواهد بود.
2. **واسط نوآوری:** شخص حقوقی یا حقیقی است که نقش بازاریابی برای اختراع یا طرح صنعتی را دارد و در قالب وظایف مشخص شده در این شیوه‌نامه، درخصوص فستیوال فعالیت می‌کند. واسطان نوآوری در دستورالعمل بازار دارایی فکری تعریف شده‌اند.
3. **فروشنده:** مالک اختراع/طراح طرح صنعتی است که در فستیوال به ارائه ابعاد فنی، کاربردی و مالی اختراع/طرح خود و پاسخ به ابهامات خریداران و سرمایه‌گذاران بالقوه می‌پردازد.
4. **خریدار:** سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی، صاحبین صنایع و سایر افرادی هستند که مشتری بالقوه اختراع یا طرح صنعتی هستند.

ماده ۳- نحوه برگزاری فستیوال

1. فستیوال‌ها می‌تواند به 2 صورت عمومی یا تخصصی برگزار شود. در فستیوال عمومی، امکان عرضه اختراعات/طرح‌های صنعتی از چندین حوزه فناوری یا کاربردی فراهم است؛ لیکن در فستیوال تخصصی، صرفاً در یک حوزه از فناوری یا کاربرد عرضه انجام می‌شود.
2. اختراعات حداقل 45 روز قبل از زمان برگزاری فستیوال تعیین شوند.
3. شرایط اختراعات برای حضور در فستیوال به این شرح می‌باشد:

3.1. وجود نمونه فیزیکی برای اختراعاتی که در قالب محصول هستند؛

3.2. داشتن مستندات معرفی اختراع مبسوط و یا طرح کسب و کار؛

3.3. تعیین قیمت پایه با توجه به مستندات بند قبل.

تبصره 1: در صورتیکه تعداد متقاضیان کم یا زیاد باشد، کمیته فنی فستیوال در خصوص انتخاب اختراعات برای عرضه در روز فستیوال ارزیابی و تصمیم‌گیری می‌نماید.

4. اطلاع‌رسانی هر فستیوال به خریداران، توسط مجری و واسط‌های نوآوری انجام خواهد شد. هر واسط نوآوری می‌بایست نسبت به شناسایی خریداران اختراعات/طرح‌های صنعتی مرتبط با خود و اطلاع‌رسانی و جلب تمایل آنها اقدام نماید.

تبصره 2: فروشندگان می‌توانند خریداران احتمالی اختراع/طرح صنعتی خود را به کارگزار معرفی نمایند و واسط می‌بایست همکاری لازم را درخصوص دعوت از ایشان بعمل آورد.

تبصره 3: سازمان‌های عضو کمیته بازار با توجه به ارتباطات و تعاملات خود با شرکت‌ها و سازمان‌هایی که پتانسیل خرید اختراعات را دارند، نسبت به ارتباط‌گیری و دعوت از ایشان به فستیوال اقدام نمایند.

5. ثبت نام از خریداران، توسط واسط‌های نوآوری صورت خواهد گرفت و هر خریدار، علاقه‌مندی خود را بر طبق فرمی که به پیوست شماره 1 می‌باشد، به واسط نوآوری اعلام خواهد کرد.

6. حداقل تعداد اختراعات/طرح‌های صنعتی لازم برای برگزاری یک فستیوال، 4 و حداکثر آنها 7 می‌باشد.

7. حداقل سرمایه‌گذارانی که در فستیوال شرکت می‌کنند 2 نفر (حقیقی یا حقوقی) باید باشد.

تبصره 4: ثبت نام نکردن سرمایه‌گذاران به معنی برگزار نشدن فستیوال تلقی خواهد شد.

8. هر فروشنده (مخترع یا صاحب طرح صنعتی) حداکثر 8 دقیقه برای ارائه اختراع/طرح خود زمان دارد. این ارائه درخصوص ابعاد فنی، کاربردی و مالی بوده و طبق سرفصل‌های مندرج در پیوست شماره 2 این شیوه‌نامه است.

9. بلافاصله پس از هر ارائه، حداکثر 7 دقیقه برای پرسش و پاسخ اختصاص داده خواهد شد.

10. اولویت پرسیدن سوال، با خریدارانی است که کارت سوال مربوط به اختراع/طرح را داشته باشند. در صورت وجود زمان، سایر خریداران نیز می‌توانند پرسش کنند.

11. لزوم صدور کارت سوال به تشخیص مجری برنامه خواهد بود.

تبصره 5: کارت سوال، با توجه به اعلام علاقه‌مندی هر خریدار در فرم ثبت نام (مذکور در بند 3 این ماده)، توسط کارگزار مربوطه قبل از شروع فستیوال تحویل خریدار خواهد شد.

12. پس از ارائه آخرین اختراع/طرح، جلسات اختصاصی با محوریت واسط‌های نوآوری و با حضور مخترع/صاحب طرح صنعتی و کلیه خریداران برگزار خواهد شد. به این منظور لازم است فضاها برای برگزاری این جلسات از قبل توسط مجری پیش‌بینی شده باشد.
13. در صورت حصول توافق، توافق‌نامه‌ای توسط فروشنده، خریدار و کارگزار امضا خواهد شد. این توافق‌نامه غیر الزام آور بوده و حاوی کلیات مذاکرات و اعلام موافقت طرفین و چارچوب ادامه مذاکرات به منظور انجام معامله است.
14. ترتیب ارائه‌ها با استفاده از قرعه‌کشی تعیین خواهد شد. انجام قرعه‌کشی برعهده مجری خواهد بود و به واسط‌های نوآوری و فروشندگان اعلام خواهد شد.
15. حداکثر تعداد رویدادهایی که هر اختراع/طرح صنعتی می‌تواند در آنها حضور داشته باشد، 3 فستیوال است.
16. در پایان هر فستیوال از شرکت‌کنندگان نظر سنجی بعمل خواهد آمد و بازخورد آن به سازمان‌های متبوع گزارش خواهد شد.

سرفصل‌های ارائه اختراعات در فستیوال

1- معرفی اختراع و ابعاد حقوقی و قانونی

- ◀ حوزه علمی اختراع
- ◀ ویژگی‌های فنی اختراع
- ◀ نحوه کار اختراع
- ◀ تاریخچه شکل‌گیری دارایی فکری
- ◀ تعریف دارایی فکری و تعیین حدود و ثغور قانونی آن
- ◀ حمایت‌های قانونی از دارایی فکری و حقوق مالکان آن
- ◀ تشریفات و الزامات قانونی لازم جهت امکان استفاده از دارایی فکری
- ◀ کاربردهای و کارکردهای دارایی فکری

2- معرفی ابعاد تکنولوژیکی

- ◀ صنایع مرتبط با اختراع
- ◀ حوزه‌های عمومی کاربردی اختراع
- ◀ صنعت مورد فعالیت دارایی فکری
- ◀ جایگاه دارایی فکری در صنعت
- ◀ سطح بلوغ و جایگاه تکنولوژیکی دارایی فکری

- ◀ تعیین و تحلیل درجه مشارکت دارایی فکری در فرآیندهای محتمل قابل استفاده
- ◀ معرفی مشخصات و ویژگی‌های فنی دارایی فکری
- ◀ جریان عملیاتی نقش دارایی فکری در فرآیندهای مورد استفاده
- ◀ ظرفیت‌های تولیدی - خدماتی قابل استفاده از دارایی فکری

3- معرفی شرایط بازار

- ◀ مزیت نسبت به محصولات مشابه داخلی
- ◀ مزیت نسبت به محصولات مشابه خارجی
- ◀ محصولات مکمل، جانشین و رقیب
- ◀ مواد اولیه و تأمین کنندگان اصلی دارایی فکری
- ◀ معرفی بازارهای محل فعالیت و مشتریان دارایی فکری
- ◀ امکان توسعه و گسترش دارایی فکری
- ◀ عوامل کلیدی موثر بر موفقیت یا شکست دارایی فکری

4- معرفی ابعاد مالی و اقتصادی اختراع

- ◀ هزینه‌ها/ مخارج مورد نیاز جهت عملیاتی نمودن دارایی فکری
- ◀ فهرست تفصیلی محصولات ناشی از بکارگیری دارایی فکری همراه با بهای تمام شده و قیمت‌های فروش
- ◀ خلاصه گزارش ارزشگذاری دارایی فکری
- ◀ روش پیشنهادی برای تبادل اختراع
- ◀ امکان تجاری‌سازی دارایی فکری
- ◀ دوره بازگشت سرمایه
- ◀ منافع و عایدات مستقیم و غیر مستقیم اقتصادی آن
- ◀ تحلیل سناریوهای محتمل بر بکارگیری دارایی فکری
- ◀ هم‌افزایی ناشی از بکارگیری دارایی فکری در صنایع مکمل
- ◀ پیش‌بینی عملکرد مالی - اقتصادی بلندمدت و کوتاه‌مدت دارایی فکری در قالب صورتهای مالی اساسی
- ◀ فهرست تفصیلی محصولات ناشی از بکارگیری دارایی فکری در قالب صورتهای مالی اساسی