سامانه «جان» امکان سیاستگذاری و سفارشی‌سازی فناوری تولیدات دانش‌بنیان را فراهم می‌کند

پارک‌های علم و فناوری جان می‌گیرند

فاطمه طاری‌بخش
خبرنگار گروه دانشگاه

سامانه جان (سامانه جریان اقتصادی نوین) که روزهای آزمایشی خود را می‌گذراند، بازار فروش برای محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان پارک‌ها محسوب می‌شود یا به عبارتی دقیق‌تر، پارک‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان را به مجموعه‌های اقتصادی متصل می‌کند. طبق آخرین آمار، پنج هزار و دو محصول فناورانه از هزار و ۹۸۱ شرکت در این سامانه ثبت شده و اگر بتواند به‌خوبی مراحل آزمایشی خود را پشت سر بگذارد، این پتانسیل را دارد تا به پاتوق فعالان علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع بزرگ کشور تبدیل شود. مدیرکل دفتر پشتیبانی امور فناوری و نوآوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با همراهی مدیرکل سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و توسعه فناوری وزارت علوم در اجلاس معاونان پژوهشی و فناوری دانشگاه‌ها جزئیات نحوه شکل‌گیری و فعالیت این سامانه را تشریح کرده‌اند که در ادامه می‌خوانید.

راه‌اندازی «جان» در راستای ایجاد شبکه کسب و کار دیجیتال

علیرضا زراسوندی، مدیرکل دفتر پشتیبانی امور فناوری و نوآوری وزارت علوم،تحقیقات‌وفناوری: سه سامانه مربوط به حوزه‌های فناوری و نوآوری در اسناد بالادستی وجود دارد. یکی دیگر از سامانه‌ها نیز سامانه «نان» بود. سامانه دیگری که به صورت اختصاصی مربوط به حوزه پارک‌ها بوده، سامانه «جان» (جریان اقتصادی نوین) است. متولی این سامانه، معاونت فناوری و نوآوری وزارت عتف (علوم، تحقیقات و فناوری) است. با توجه به حجم کار و شرایط مورد نیاز سامانه، در نهایت راهبری سامانه به «سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران» واگذار شد. حدود یک سال است که ما روی این سامانه کار می‌کنیم. خوشبختانه اکنون سامانه آماده است. یک تئوری پشت سامانه جان است. طبیعتا هر کاری انجام می‌دهیم باید یک منطق و تئوری پشت خود داشته باشد.

تمرکز خود را روی فشار فناوری گذاشته‌ایم

در حوزه سیاستگذاری و در بحث علم و فناوری، تقریبا تمام تمرکز خود را روی فشار فناوری گذاشته‌ایم. سیاستگذاری، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌هایی که داریم در این حوزه بوده، ولی چندان به سمت کشش بازار نرفتیم. البته حرفم به این معنا نیست که اصلا به سوی کشش بازار حرکت نکردیم، ولی به حد زیادی نبوده است. در راستای ایجاد یک شبکه کسب و کار دیجیتال یا الکترونیکی روی سامانه جان کار کردیم. زمانی که آقای دکتر سرپرست معاونت بود، به سازمان پژوهش‌ها ابلاغ شد. «structure» (ساختار) آن را هم توانستیم با استفاده از نظر خبرگان و نخبگان تهیه کنیم. در نهایت این سامانه با اهداف مشخص شروع به کار کرد. ایجاد بازار الکترونیکی برای محصولات فناورانه پارک‌های علم و فناوری بسیار مهم است. اینجا معمولا یک سوال پیش می‌آید. در این ایام از ما خیلی سوال پرسیده‌اند: فن بازار هم دارید؟ پلتفرم‌های دیگری نیز در این حوزه وجود دارند؟ افرادی که در این حوزه فعال هستند، می‌دانند تقریبا تمام پلتفرم‌هایی که برای محصولات دانش‌بنیان در کشورمان وجود دارند یا واحدهای فناور که در حوزه دیجیتال فعالیت می‌کنند عمدتا مربوط به ارائه محصول هستند. ادامه مسیری وجود ندارد. داد و ستد، کارشناسی و ارزش‌گذاری فناوری دیده نشده است.

بارگذاری بیش از ۴ هزار محصول در سامانه جان

یک پایگاه داده قابل اتکا در معرفی محصولات فناوری الکترونیکی نیز شکل می‌دهیم. وقتی به لایه‌های مختلف این سامانه نگاه می‌کنیم، برای ما جالب است که می‌بینیم نزدیک به دو هزار شرکت از سوی شما بارگذاری شده است. اگر اشتباه نکنم حدود چهار هزار و اندی محصول هم بارگذاری شده؛ با آقای دکتر رضایی‌فر در این باره صحبت می‌کنیم. در حال حاضر پلتفرمی نداریم یا کمتر داریم که برای عرضه و تقاضای محصول در کشور، بتوان تا این تعداد محصول را بارگذاری کرد. بله، بدون واسطه. چهار هزار و اندی محصول داشته‌ایم. آینده خوبی در حوزه کسب و کار الکترونیکی می‌توان داشت. همچنین پایگاه داده خیلی خوبی هم از شرکت‌ها و واحدهای فناور داریم. از طرفی با توجه به اینکه ما نیز در حوزه حاکمیت و وزارت عتف، همواره با مقداری کمبود داده و مشکل دیتاگردانی مواجه هستیم؛ این سامانه می‌تواند در این حوزه نیز به ما کمک کند. یکی از کارهایی که در ادامه از سامانه جان می‌خواهیم تکمیل زنجیره‌های ارزش در استان‌های مختلف و سطح کشور است. با وجود مباحث جدید در حوزه زنجیره ارزش، این سامانه اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. بستر همکاری بین پارک‌های کشور را فراهم می‌کند. زمینه شناسایی محصولات دارای آمادگی صادراتی به ما می‌دهد؛ چراکه آیکون‌هایی را دارد و می‌تواند محصول را بر اساس شاخص‌های صادراتی مشخص کند.

سامانه «عمق ساخت» از واردات محصولات مشابه تولید داخل جلوگیری می‌کند

اتفاق دیگری هم افتاده که ما روی آن تاکید داریم و قرار است سامانه با حضور وزیر صمت افتتاح شود، اتصال سامانه جان به سامانه عمق ساخت است. اکنون سازمان پژوهش‌های علمی صنعتی ایران روی دو سه شاخه از مهم‌ترین تجهیزات پزشکی، گواهی عمق ساخت ارائه می‌کند. با عمق ساخت آشنایی دارید و می‌دانید محصولی مشخص می‌شود و به «توانیران» می‌رود و آنجا «فریز» می‌شود. همچنین از واردات این محصول جلوگیری می‌شود که اتفاق بزرگی در حوزه کسب و کارهای فناور و شرکت‌های دانش‌بنیان است. این اتفاق رخ داده و فکر می‌کنم که توانسته‌ایم به ۱۰ شرکت به صورت تمرینی در سامانه، گواهی عمق ساخت دهیم. به آنها گفته‌ایم برونـد ثبت نام کنند، کارگزار بررسی کند، فیش عمق ساخت در سامانه جان صادر و وارد سامانه توانیران شده تا بتوانند بحث گمرکی، معافیت‌ها، واردات و صادرات را از طریق وزارت عتف پیگیری کنند. این اهدافی است که سامانه دنبال می‌کند.

این سامانه چگونه شکل گرفت؟ موضوع سامانه در معاونت فناوری و نوآوری طرح شد. برای آن بهره‌بردار در نظر گرفته شده؛ چه کسی است؟ واحدهای فناور هستند. این سامانه فقط ارائه محصول نیست و خدمات هم در آن می‌تواند ارائه شود. تیم طراح را از شرکتی دارای صلاحیت در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی انتخاب کردیم. مالکیت و حقوق سامانه هم طبیعتا در اختیار وزارت علوم است. مجری هم پارک علم و فناوری بین‌المللی جمهوری اسلامی است. کاربران نیز در پارک‌های علم و فناوری کشور و شرکت‌های فناور مستقر در پارک‌ها به عنوان فروشنده کالا و خدمات هستند. این زنجیره در حال حاضر تکمیل شده و کارها در حال انجام است.

۸۷ درصد زیست‌بوم پارک‌ها در سامانه جان حضور دارند

طبیعتا این همکاری در حوزه تخصصی شما، یعنی معاونان محترم فناوری پارک‌ها فعالیت می‌کند. نیرویی مشخص و به ما معرفی کردید. اینجا هم در واقع دبیرخانه سامانه را به عهده مهندس خسروی در پارک علم و فناوری بین‌المللی گذاشتیم. از جمع پنج پارک دستگاهی ما دو پارک در سامانه فعال است. از ۲۹ پارک منطقه‌ای، صددرصد درگیر هستند. از پارک‌های دانشگاهی، فقط یک پارک هنوز فعال نشده و در مجموع ۸۷ درصد زیست‌بوم ما در حوزه پارک‌ها در این سامانه حضور دارند. واقعیت این است که در این بازه زمانی، مقداری فراتر از انتظار خودمان هم بوده؛ اتفاق خوبی است و جا دارد از شما بابت این کار تشکر کنیم.

استارت کار و ورود پارک‌ها بعد از طراحی خورد. بار اول به صورت پایلوت نزدیک به ۲۰۰ شرکت از پارک علم و فناوری بین‌المللی را خودمان وارد سامانه کردیم. سامانه روی حالت «load» رفت و در انتها باگ‌ها و خطاهایی داشت که استخراج شد. نظرات خبرگان و نخبگان، چه در حوزه فنی و چه حوزه کسب و کار دریافت شد. آقای رضایی‌فر هم نظارت مستقیم روی کار داشت. بعد از نامه‌ای که خدمت شما ارسال کردیم، از ۱۹ مهرماه سال ۱۴۰۲ تا ۳۰ دی‌ماه ۱۴۰۲، روند کنونی را می‌بینیم. ۱۹ مهرماه ثبت‌نام را با ۲۶ پارک شروع کرده و ۳۰ دی‌ماه ۴۶ پارک ثبت‌نام کرده‌اند. تقریبا همه پارک‌های ما اکنون درگیر بوده و در سامانه حضور دارند. تعداد شرکت‌هایی که ۱۹ مهرماه ثبت شدند ۲۱۷ شرکت و در واقع فروشنده بوده‌اند. ۳۰ دی‌ماه تعدادشان به هزار و ۸۸۷ شرکت رسید. ۴۶ پارک فعال مملکت در این حوزه کار می‌کنند. چنانکه گفتم اعتباراتی هم برای بودجه پارک‌ها در نظر گرفته شده است. تعداد محصولی که داریم ۴ هزار و ۲۰۱ مورد است. البته این تعداد به‌جز محصولات پارک علم و فناوری بین‌المللی بوده؛ رتبه‌بندی و امتیازدهی به عملکرد پارک بر اساس خوداظهاری‌هایی است که شما انجام دادید؛ یعنی اظهار کرده‌اید کار چند شرکت را نماینده شما انجام داده است. همچنین اکنون قابلیت دارید اطلاعات چند شرکت را وارد کنید، چند شرکت را وارد کرده‌اید، می‌توانید چند محصول را وارد کرده و چند محصول را وارد کرده‌اید. امتیازاتی را هم اختصاص می‌دهیم.

آبان‌ماه ۱۴۰۲ تعداد ۲۰ پارک فناوری برتر در سامانه جان مشخص شدند. در آذرماه نیز رتبه‌بندی پارک‌های برتر انجام شد. پارک‌ها را به پنج دسته تقسیم کردیم. مثلا سطح A طبق خوداظهاری شما گفته شده می‌توانم ۱۴۰ تا ۱۶۰ محصول را در سامانه جان بارگذاری کنم. بعضی محقق شده و برخی دیگر نیز محقق نشده است. چنانکه گفتم رتبه‌بندی پارک‌ها بر اساس عملکرد است. برخی از پارک‌ها فراتر از انتظار ظاهر شدند. مثلا اظهار کردند تعدادی شرکت و محصول را بارگذاری می‌کنند، ولی کار خیلی بیشتری انجام شده است. پارک استان‌های البرز و مرکزی از جمله این پارک‌ها هستند.

یک‌سری پارک‌ها مانند فارس، هایتک کرمان، گیلان و دانشگاه کاشان نیز عالی بودند. پارک دانشگاه سمنان، قم، کهگیلویه‌وبویراحمد، آذربایجان غربی و گلستان هم طبق آنچه خودشان اظهار کرده‌اند جزء پارک‌های عالی ما هستند. در ادامه پارک‌های خیلی خوب، خوب، متوسط و ضعیف داریم. از آبان ماه تا دی ماه نزدیک به هزار محصول اضافه شد. آخرین وضعیت سامانه جان در روز شنبه ۳۰ دی‌ماه ۱۴۰۲، تعداد پارک‌ها ۴۶ و تعداد محصولات ۴ هزار و یک محصول. تعداد محصولات ثبت‌شده از سوی پارک بین‌المللی هم ۱۳۲ است که باید به آن اضافه کنیم. تعداد کل فروشندگان در سامانه هزار و ۸۸۷ و ۴ هزار و ۲۰۱ محصول نیز در این بازه زمانی بارگذاری شده است. این اتفاق بسیار بزرگ بوده. به عبارتی شما موجی در حوزه کسب و کار دیجیتال شرکت‌ها و واحدهای فناور خودتان ایجاد کرده‌اید.

سامانه جان امکان سیاستگذاری را فراهم می‌کند

امید رضایی‌فر؛ مدیرکل سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و توسعه فناوری وزارت علوم: در مرحله‌ای که اکنون قرار داریم، سامانه به سمتی خواهد رفت که عملا ملاک‌های آن منوط به حضور افراد نخواهد بود. در آینده قطعا ملاک ما حضور بیشتر نیست و این شاخص مثبت تلقی نمی‌شود. شاید حضور بیشتر شاخصی منفی باشد. چگونه؟ اگر حضور بیشتر و فروش کمتر داشته باشید وضع‌تان خیلی خراب است. عملا باید به جایی برسیم که ببینیم در این سیستم هرکسی چقدر فروش دارد. اگر درخصوص فروش، تقسیم‌بندی و رتبه‌بندی بگذاریم، صحبت شما می‌تواند تا حدودی درست باشد چون ظرفیت فروش در یک پارک تهران با پارکی در ایلام کاملا متفاوت است. در واقع سیاستگذاری نکرده‌ایم. اکنون بستری برای سیاستگذاری فراهم شده و امروز هم وقتی درباره فضا صحبت می‌کنیم، شاخص‌گذاری کرده و رتبه‌بندی کرده‌ایم. یکی از اولین پارک‌های ما که از رتبه خیلی ضعیف به خیلی خوب رسید، پارک دانشگاه تربیت مدرس بود. مگر این پارک در تهران قرار ندارد؟ ما برای همان مجموعه پارک تهران یا پارک‌های دیگر، فرآیند توزیع متوازن را در نظر می‌گیریم، ولی هنوز سیاستگذاری نکرده‌ایم. تاکنون فقط یک عملکرد سلسله مراتب اداری بوده است. یک رئیس پارک تا چه اندازه توانسته مدیریت و اتوریته‌ای ایجاد کند که شرکت‌هایش ترغیب شوند حضور پیدا کنند. در حال حاضر اصلا مرحله مهمی نیست. این مرحله صفر است. مرحله فروش برای ما مهم می‌شود. چقدر می‌توانیم فروش ایجاد کنیم؟ آنجا دیگر درصد، نسبت، ظرفیت، بازار و حجم بازار متقاضی اهمیت دارد. ممکن است یک نفر بیاید و درخواست دیگری داشته باشد. بعدا زنجیره ارزش مطرح شده و شاخص‌گذاری می‌شود. در آن زمان حتما صحبت‌های شما لحاظ خواهد شد و ان‌شاءالله مورد دقت قرار می‌گیرد.

زراسوندی: سامانه را حتما دیده‌اید. شرکت‌هایی نیز در سامانه ثبت شده است. نمونه‌ای از محصولات ثبت‌شده و چگونگی نمایش محصول در سامانه را می‌بینید. ما پالایشی انجام دادیم و به همین خاطر محصولات جابه‌جا شد. تقریبا محصولات ۲۰۰ شرکت را عودت دادیم تا عکس و پرزنت بهتری برای محصول خود داشته باشند. یک کلیک تجاری هم ایجاد کردیم. قرار شد لوگوی آن نیز طراحی شود.

در پی سفارشی‌سازی فناوری تولید هستیم

رضایی‌فر: من باید به نکته‌ای اشاره کنم. در یکی، دو سال گذشته به پارک‌ها می‌رفتیم و بحثی داغ بود؛ بخشی از شرکت‌ها می‌گفتند: «ما نمی‌توانیم جایی در پلتفرم‌های فروش پیدا کنیم.» بعضا یک‌سری ضوابط خاص مالی یا مناسبات ویژه دارند یا یک‌سری تامین و تضمین‌های خاص برای حضور می‌خواهند. یکی از ویژگی‌های مهم این است؛ محصولی که شاید برند خیلی خاصی در حوزه تجارت نباشد، کنار برندهای دیگر گم می‌شود. در واقع فضایی ایجاد کرده‌ایم که خود فضا، برند تولید دانش‌بنیان و فناوری است. خودش یک پیش‌تبلیغات محسوب می‌شود تا از فضاهای ارائه فروش کنده شود. نکته مهم‌تر این است؛ اصلا خودتان را با فضاهای پلتفرم فروش مقایسه نکنید. اصلا هدف ما این مجموعه‌ها نیستند.

پیش‌تر به مزیت اول اشاره کردم؛ سامانه «جان» اصلا بر مبنای مدل شبیه به فضاهای پلتفرم فروش نیست. اگر می‌خواهید که بدانید و درست راهنمایی شوید، باید بگویم وقتی خودم نگاه می‌کنم، می‌بینم بعضی از شرکت‌ها ذهنیت و رویکردشان به سمت همین مدل‌های صفحات فروش است. اصلا به دنبال چنین فضایی نیستیم. اگر می‌خواهید بدانید ما می‌خواهیم چه کاری انجام دهیم، «alibaba.com» را «مطالعه» و نه فقط نگاه کنید. نکته‌ای در این میان وجود دارد؛ سه آیتمی که ذکر کرده‌ایم اهداف ما محسوب می‌شوند. اصلا به دنبال فروش نیستیم بلکه در پی سفارشی‌سازی فناوری تولید براساس ایده و خرید سفارشی هستیم؛ کاری که هیچ‌جای دیگر در پلتفرم‌ها امکان انجام آن را نداریم. این مزیت نسبی ویژه‌ای است که فقط شما در پارک‌ها دارید و هیچ‌کس دیگری نمی‌تواند با آن رقابت کند. عملا اینجا فرد می‌تواند به‌عنوان متقاضی فناوری و متقاضی سفارشی‌سازی ورود پیدا کند.

فروش تکنولوژی در جان برای اولین بار

نکته دوم؛ شما می‌توانید خلاف بقیه پلتفرم‌های فروش موردی، فروش تکنولوژی داشته باشید. البته اینجا نیز می‌توانید فروش موردی انجام دهید. فروش تکنولوژی را هیچ‌کس دیگر در پلتفرم‌های ما ندارد. مثلا می‌توانید خط تولید بفروشید یا تکنولوژی را با مدل ارزش‌گذاری فناوری به فروش برسانید؛ هیچ‌کدام از این موارد در مدل‌های پلتفرم‌های فروش مارکتی نیست. دقت کنید ما علاوه‌بر مارکتی بودن، سفارشی‌سازی فناوری، تولید براساس ایده، فروش تکنولوژی و فروش فناوری نیز داریم. این یک فضای کاملا متفاوت است و امکانی را فراهم می‌کند تا شما بر مبنای بازار «B to B» و «B to C» به‌طور همزمان برنامه‌ریزی کنید. تقریبا ۸۰ تا ۹۰ درصد مواردی که گفتم را سایت «alibaba.com» دارد. می‌توان گفت کار جدید و خاصی انجام نداده‌ایم. فقط همان الگو را پیاده کرده‌ایم، چون تاکنون نبوده است. فروش مستقیم «B to C» و فروش عمده «B to B» است. تقریبا «B to B» را در ایران نداریم. فروش فناوری و سفارشی‌سازی فناوری را در نظر گرفته‌ایم تا عملا بتوانیم تولید براساس ایده را نیز مدیریت کنیم. ضمن اینکه برند خود را از حجم برندهای تجاری بازار جدا می‌کنیم. رقابت نابرابر در حوزه فناوری را به فضای برتر تبدیل می‌کنیم. این اهداف ما در سامانه «جان» است. ضمنا بعد از این گام جدی بردارید، چون می‌توانید در فروش سهیم باشید.

با همکاری بانک‌ها فروش اعتباری خواهیم داشت

خاصیت این سامانه مثل پلتفرم فروش کالا نیست که نیازمند بنگاه یا فضای خاصی باشید تا بخواهید کار اقتصادی انجام دهید. اینجا پارک علم و فناوری تعیین‌کننده حضور بوده و شرکت هم محصور در این مجموعه است. از این به بعد سعی می‌کنیم نظامات خرید و فروش اعتباری راه‌اندازی کنیم. چند ارگان بانکی را پای کار می‌آوریم تا بتوانیم فروش اعتباری را پشتوانه قرار دهیم. تلاش می‌کنیم از تسهیلات قانون جهش و فضاهای پشتیبانی فناوری استفاده کنیم.

با رفتار دولتی نمی‌توان بخش خصوصی را راهبری کرد

سیدعلی جعفری، معاون پارک علم و فناوری خلیج‌فارس در بوشهر: آقای دکتر! باید دو نکته را مد نظر داشته باشیم. اول؛ با رفتار دولتی نمی‌توان بخش خصوصی را راهبری کرد. اینکه ما سامانه‌ای را ایجاد کنیم و بدون آماده‌سازی زیرساخت‌های اولیه، عملا به نوعی از آرزوهایمان حرف می‌زنیم. مثال عینی می‌زنم؛ شرکت‌ها به‌خاطر پارک، محصول خود را در سامانه ثبت می‌کند. پارک نه، بلکه به‌عنوان بخش خصوصی می‌گویم که شاید این سامانه به نوعی برای شرکت‌های خاصی طراحی شده که محصولی استراتژیک تولید می‌کنند تا با رغبت بیایند. هنوز که هنوز است برای خیلی از کسب‌وکارها اهمیتی ندارد. باید آسیب‌شناسی کنیم. باید حجتی برای بخش خصوصی داشته باشیم. خودم نیز روی آن فکر نکرده‌ام، ولی باید خروجی را برای بخش خصوصی جذاب کنیم تا با طیب خاطر بیاید، نه با فشار دولت و از ترس نمره ارزیابی. باید راه چاره‌ای اندیشیده شود تا برای بخش خصوصی جذابیت ایجاد کنیم.

رضایی‌فر: حرفی درباره آموزش عالی داریم و باید به واحدهای علم و فناوری، مطلقا محکم نگاه کنیم. صحبتی که با شما انجام می‌دهم از جنس حوزه سیاستگذاری وظایف سازمانی است. ضمن اینکه وظیفه سازمانی از سوی مدیری محول شده که می‌خواهد اشتراک جدی، واقعی و مأموریتی بین فضای دانشی و فناوری با بازار ایجاد کند. اکنون یک فرصت برای ما مهیا شده که از این ظرفیت موجود بین خودمان با توجه به دلایلی که گفتم، استفاده کرده و آن را به یک پلتفرم و فضای مناسب تبدیل کنیم. امروز توانسته‌ایم میدان بازی را خودمان رقم بزنیم. این صحبت از جنس حرف من با شماست. صحبت شما با مجموعه واحدهای فناور از جنس حرف‌های این جلسه نیست. نمی‌توانید به آنها بگویید: «بیا اینجا، وگرنه تو را فلک می‌کنم و از پارک بیرون می‌اندازم!» این صحبت‌ها اصلا جواب نمی‌دهد.

چگونه جواب می‌دهد؟ زمانی که مدیریت چنین فضایی باید از سوی مدیر حرفه‌ای انجام شود. عملا باید در جایگاه یک «businessman» (تاجر) بنشیند. شما محافظات و ملاحظاتی دارید که باید مبتنی‌بر فضاهای وظایف مأموریتی باشد. نباید «fake» (جعلی) بوده و درنهایت به رفتار شما با مجموعه‌هایی برمی‌گردد که کف مجموعه‌های بازاری و حوزه‌های اقتصادی هستند. قطعا جنس مکالمات ما با شما متفاوت است، وگرنه با واحدهای فناور جلسه می‌گذاشتیم. چرا با مجموعه‌های شما جلسه گذاشتیم؟ ادبیات ما با شما نسبت به ادبیات شما با آنها زمین تا آسمان متفاوت است. باید آنها را ترغیب و تشویق بیزینسی کنید و برای بازارشان بجنگید. یکی از کارهایی که باید اقدامات جدی برای آن انجام دهیم، این است که ببینیم معاونان و روسای پارک‌ها چقدر برای بازارسازی واحدهای فناور تلاش کرده‌اند؛ این یکی از کارهایی است که ما به‌جای شما انجام می‌دهیم. ما نمی‌خواهیم مدیریت دولتی کنیم. اتفاقا در حال جابه‌جایی فضا هستیم تا ظرفیت از سمت من و شما برداشته شده و فضایی بین مردم ایجاد شود. اصلا اینجا ما وجود نداریم. بازار الکی نیست؛ نمی‌توانید گزارش فروش جعلی بسازید، تفاهمنامه صوری ایجاد کنید و بگویید: «فلان قدر فروختم» اگر محصول را بخواهند می‌خرند و اگر نخواهند، نمی‌خرند. عملا از درون چنین سامانه‌هایی بیرون می‌آید.

راهبری سامانه را نیز به سمت غیردولتی می‌بریم

زراسوندی: نکته دیگری در تایید حرف‌های شما بگویم؛ طراحی و راهبری این سامانه را از فضای دولتی خارج کردیم. در انتها می‌خواهیم به بخشی واگذار کنیم که همان بخش خصوصی است تا در این فضا سهم داشته باشد و بتواند برای ادامه مسیر بجنگد. اتفاقا حرف شما درست است. سامانه‌های زیادی تاکنون بوده که با ارسال نامه می‌خواستند فلان فرم را پر کرده یا با سامانه‌ای دیگر جابه‌جا کنید. راهبری سامانه را نیز به سمت غیردولتی می‌بریم تا بخش خصوصی شرایط ادامه مسیر را تعیین کند. اینها تجربه‌های چند سال اخیر است. چنانکه شما در پارک خودتان می‌دانید کف خیابان‌های پارک چه می‌گذرد؛ این تجربه‌ها به پارک منتقل شده و تلاش کرده‌ایم این موارد واقعا دیده شود. فاز اول، فازی بوده که در آن کلید در دست من و شماست. حداقل این بوده که پارک‌ها به‌عنوان مدینه فاضله برای شرکت‌های دانش‌بنیان، نقش فعالی داشته باشند. بعد شما به‌عنوان متولی پارک می‌گویید: «برای شما چنین فضایی ایجاد کرده و تلاش می‌کنم» تا او نیز مشتاق شود و جلو بیاید.

حضار: وظیفه خودمان می‌دانیم واحدهای فناور را داخل سامانه‌ای بیاوریم که تعریف آن «بازار» است. قرار نیست مشتری با پارک هم برای او ببرد. اگر برای من در شمال شرق امکان‌پذیر بود که در سراسر کشور بازاریابی و بازارسازی کنم، داستان متفاوت بود. قرار است سامانه «جان» برای من و شرکت‌هایم تعیین بازار کند؟ اگر به این سوال هم پاسخ دهید، من و دوستان بهتر متوجه می‌شویم. مثلا در شرکتم ۵۰ کارگزار حرفه‌ای می‌گذارم تا آنچه در «جان» بارگذاری می‌شود را به مخاطب معرفی کنند.

زراسوندی: سوی دیگر بازار هم دیده شده است. مصداقی ذکر می‌کنم؛ همراه با معاون وزیر برای بازدید از یک کارخانه بزرگ قالب‌های ریخته‌گری به سیرجان رفتیم. آنها در قالب‌های خود مشکل فنی داشتند. مدیر کارخانه گفت: «چنین مشکلی دارم و نمی‌دانم باید به چه کسی مراجعه کنم؟ شرکت‌های دانش‌بنیانی در این حوزه فعالیت می‌کنند، ولی من توان و حوصله ندارم بگردم تا ببینم چه شرکت‌هایی هستند و به سراغ‌شان بروم». بلافاصله سامانه «جان» را به او نشان دادیم و گفتیم: «چنین قابلیتی وجود دارد.» بازار سمت دیگر قضیه است. شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ باید در فاز بعدی نقش‌آفرینی کنند. همچنین ما باید زنجیره ارزش را هم متصل می‌کنیم.

نکته دیگر این است که بحث «توانیران» اتفاق‌های بزرگی برای شرکت‌هاست چون آنها نیز بازار محسوب می‌شوند. اکنون وزارت صمت به‌صورت کامل جلو آمده است. ۲۲ یا ۲۳ سال است در این حوزه هستم و از معاونت یک مرکز رشد شروع کردم و به اینجا رسیدم. به جرات می‌گویم هیچ زمانی وزارت صمت تا این اندازه در حوزه فناوری و مباحث اینچنینی همکاری نداشته است. در حال حاضر وزارت صمت، مدعی ما به شمار می‌رود و مدام فشار می‌آورد. از ما می‌خواهد شرکت‌ها را به وزارت وصل کنیم و از امکانات‌شان بهره ببریم. بازاری که در حوزه وزارت صمت وجود دارد، آماده و در اختیار شرکت‌ها بوده، ولی استارت کار با ما است. ما نیز در حال انجام کار هستیم.

رضایی‌فر: نکته‌ای که اشاره کردید بسیار مهم و درست است. چنانکه آقای دکتر گفت: «این مجموعه باید بتواند روی پای خود بایستد.» فضایی که قرار است مدیریت شود باید بتواند برای بقای خودش بجنگد. قطعا جزء کارهایی است که باید تاکید کنند روی آن برنامه‌ریزی جدی صورت بگیرد. منظورم از «فروش» این نیست که فروش را شخصا انجام دهید، ولی باید به سراغ مزیت نسبی بروید. ممکن است تبلیغات متمرکزی داشته باشیم ولی باید فضای نیازهای پارک جای درستی برای خودش پیدا کند. این نکته بسیار مهم است که بتوانید برای سمت بازار سبد تقاضا و جاذبه مغناطیسی ایجاد کنید.