

با وجود رشد ۷۵۰ درصدی گردش مالی استارت‌آپ‌های دانشجویی در انگلیس

زنگ خطر برای استارت‌آپ‌های دانشگاهی به صدا درآمد

گزارش «فرهیختگان» از معاونت تحقیقات، فناوری و نوآوری دانشگاه آزاد در ۱۴۰۳؛ از ۱۱ طرح فناورانه چه خبر؟

نیروگاه خورشیدی دانشگاه هم طلوع کرد



فرهیختگان

دانشگاه
شبه ۷ خرداد ۱۴۰۴ | شماره ۴۴۱۹ | WWW.FDN.IR

در نشست علمی – تبیینی سیره و اندیشهٔ حضرت امام خمینی^(ره) مطرح شد

طرحی برای فردا



شرکت‌های واسط تجاری؛ کلید تقویت اقتصاد دانش بنیان

وحید ضرغامی
عضو هیئت علمی دانشگاه امیرکبیر، متخصص علوم فناوری

در حوزه توسعه اقتصاد دانش بنیان و صادرات محصولات نوآورانه یکی از راهکارهای کلیدی برای غلبه بسر موانع موجود، ایجاد شرکت‌های واسط است. این شرکت‌ها به‌عنوان پل ارتباطی بین شرکت‌های دانش بنیان داخلی و بازارهای جهانی عمل کرده و در تسهیل فرایندهای صادراتی نقش مهمی ایفا می‌کنند. شرکت‌های دانش بنیان ایران با وجود ظرفیت‌های بالقوه در زمینه تولید و نوآوری، اغلب با مشکلاتی در حوزه مدیریت صادرات، بازاریابی بین‌المللی و شبکه‌های توزیع جهانی مواجهند؛ لذا تشکیل شرکت‌های واسط به‌عنوان یک راه‌حل مؤثر پیشنهاد شده است که می‌تواند با فراهم کردن خدمات تخصصی و ایجاد شبکه‌های تجاری منسجم، زمینه لازم برای صادرات پایدار محصولات دانش بنیان را فراهم کند. این شرکت‌ها شامل واحدهای تجاری سازی هستند که با هماهنگی با شرکت‌های دانش بنیان داخلی، واردات و صادرات را مدیریت می‌کنند. آن‌ها علاوه بر فروش محصولات به موضوعاتی مانند هویت سازی برند، بازاریابی بین‌المللی، روابط عمومی با واردکنندگان و خریداران خارجی و همچنین خدمات پس از فروش نیز توجه می‌کنند. این رویکرد باعث می‌شود تا شرکت‌های دانش بنیان بتوانند فعالیتشان را فقط به تولید و نوآوری اختصاص دهند و مسئولیت گسترش بازار و مدیریت فروش بین‌المللی را به این شرکت‌های متخصص واگذار کنند.

یکی از دلایل اصلی که شرکت‌های دانش بنیان در ایران از ایجاد این نوع شرکت‌های واسط استقبال نمی‌کنند، فقدان زیرساخت‌های لازم و نبود الگوی منسجمی برای عملیاتی سازی این ساختارهاست. البته در سال‌های اخیر، دولت و معاونت علمی و فناوری رئیس جمهور توجه خاصی به این موضوع داشته‌اند و مواردی مانند تأسیس شرکت‌های تجاری سازی در قالب بنگاه‌های اقتصادی مستقل با هدف تسهیل صادرات محصولات دانش بنیان مورد تأکید برنامه‌ریزان مربوطه قرار گرفته است.

شرکت‌های واسطی می‌توانند به‌صورت تلفیقی از منابع دولتی و خصوصی تشکیل شوند و به‌عنوان نماینده انحصاری یا مشترک برای گروهی از شرکت‌های دانش بنیان عمل کنند. یکی از اهداف اصلی این ساختار ها کاهش ریسک‌های مرتبط با ورود به بازارهای بین‌المللی، افزایش قدرت رقابتی، دسترسی به شبکه‌های توزیع جهانی و ایجاد ثبات در فرایندهای صادراتی است. همچنین، این شرکت‌ها می‌توانند در زمینه برندسازی بین‌المللی نیز نقش اساسی ایفا کنند. در این

زمینه، توجه به هویت فرهنگی ایران اسلامی و هماهنگی آن با سلیقه و نیازهای مصرف کنندگان در بازارهای جهانی امری ضروری است. استفاده از رسانه‌های دیجیتال، تعامل با اینفلوئنسرهای محلی و حضور در رویدادهای فرهنگی فرصت‌های مناسبی برای معرفی محصولات دانش بنیان ایرانی فراهم کرده است. بااین‌حال، حضور در بازارهای جهانی بدون وجود یک برنامه استراتژیک و منسجم برندسازی با چالش‌های متعددی همراه است. این شامل تفاوت‌های فرهنگی، تنوع قوانین داخلی کشورهای مقصد و حفظ ثبات برند در بازارهای مختلف است. برای غلبه بر این چالش‌ها، برنامه‌ریزی دقیق، استفاده از داده‌های تحلیلی، همکاری با متخصصان محلی و

اجرای استراتژی‌های منسجم برندسازی ضروری است. در چهارچوب این ساختارها شرکت‌های واسط می‌توانند اقدام به ایجاد شبکه‌های توزیع منظم در کشورهای هدف کنند. این شبکه‌ها می‌توانند شامل دفترهای نمایندگی، مرکزهای خدمات پس از فروش، واحدهای نمایشگاهی دائمی و حتی شرکت‌های مشترک (Joint Venture) با شرکت‌های محلی باشند. این امر ضمن افزایش اعتماد مصرف کنندگان خارجی، به شرکت‌های دانش بنیان ایرانی کمک می‌کند تا بدون نیاز به سرمایه گذاری مستقیم و گسترده در خارج از کشور، در بازارهای هدف حضور مؤثری داشته باشند. همچنین این شرکت‌ها می‌توانند با استفاده از زیرساخت‌های دیپلماتیک و اقتصادی کشور از تسهیلات صادراتی و حمایت‌های دولتی بهره‌مند شوند.

یکی از الزامات اصلی برای موفقیت این شرکت‌ها، وجود ساختارهای حقوقی و قانونی مناسب است. در قانون «جهش تولید دانش بنیان»، ماده‌های متعددی به نحوه ایجاد و فعالیت این شرکت‌ها پرداخته‌اند. برای مثال، در ماده ۱۷ این قانون، صندوق‌های نوآوری و شکوفایی و دیگر صندوق‌های غیردولتی فناوری مجاز شناخته شده‌اند تا در بازار سرمایه به‌عنوان ضامن فعالیت کنند. این امر امکان جذب سرمایه‌های بزرگ و انتشار انواع صکوک را برای توسعه محصولات دانش بنیان فراهم می‌کند. همچنین، سسازمان بورس و اوراق بهادار موظف شده تا تسهیلات لازم برای ورود شرکت‌های دانش بنیان به فرابورس را فراهم کند. این اقدامات می‌تواند به شرکت‌های واسط در جذب منابع مالی لازم برای توسعه بازارهای صادراتی کمک کند. علاوه بر این، دستگاه‌های متولی اعطای کمک‌های فنی و اعتباری خارجی نیز موظفند این کمک‌ها را به منظور توسعه صادرات محصولات دانش بنیان اختصاص دهند. این امر امکان دسترسی به منابع بین‌المللی و افزایش ظرفیت صادراتی را برای شرکت‌های

واسط فراهم می‌کند. همچنین، شرکت‌های واسط می‌توانند از معافیت‌های گمرکی و مالیاتی استفاده کنند. بر اساس قوانین موجود، شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان از پرداخت حقوق گمرکی، سود بازرگانی و عوارض صادراتی معافند. درآمدهای آن‌ها از فعالیت‌های تحقیق و توسعه و تجاری سازی محصولات دانش بنیان به مدت ۱۵ سال از مالیات معاف شده‌اند. این معافیت‌ها بار مالیاتی و هزینه‌های صادراتی این شرکت‌ها را به طور چشمگیری کاهش داده است و به شرکت‌های واسط کمک می‌کند تا قیمت‌های رقابتی تری در بازارهای بین‌المللی ارائه دهند.

یکی از اقدامات کلیدی در این زمینه، تشکیل شرکت‌های واسط به‌صورت بومی در مناطق آزاد تجاری و شهرهای اقتصادی است. این مناطق به‌عنوان نقاط ورودی به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی عمل می‌کنند و می‌توانند به‌عنوان پایگاه‌های صادراتی برای شرکت‌های دانش بنیان مورد استفاده قرار گیرند. در این مدل، شرکت‌های واسط می‌توانند با استفاده از مزایای قانونی و مالیاتی مناطق آزاد، فعالیت‌های صادراتی خود را به‌صورت کارآمدتری انجام دهند. این موضوع به کاهش هزینه‌های اضافی و افزایش سرعت در فرایندهای تجاری کمک می‌کند.

همچنین شرکت‌های واسط می‌توانند در قالب کنسرسیوم‌های صادراتی فعالیت کنند. این کنسرسیوم‌ها با تجمع منابع و توانمندی‌های مختلف شرکت‌های دانش بنیان، قابلیت ایجاد محصولاتی با کیفیت بالاتر و قیمت رقابتی تری را فراهم می‌کنند. همکاری در قالب چنین شبکه‌هایی ریسک‌های مرتبط با ورود به بازارهای بین‌المللی را تقسیم می‌کند و امکان مدیریت بهتر چالش‌ها را فراهم می‌کند. همچنین، این شرکت‌ها می‌توانند با استفاده از شبکه‌های بین‌المللی و ارتباطات گسترده دسترسی به بازارهای هدف را تسهیل کنند. شرکت‌های کوچک می‌توانند از تجربیات و دانش فنی شرکت‌های بزرگ‌تر درون کنسرسیوم بهره‌مند شوند که این موضوع به بهبود کیفیت و بهره‌وری منجر می‌شود.

اما در کنار تمامی مزایا چالش‌هایی نیز در تشکیل و مدیریت شرکت‌های واسط وجود دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، تنوع در اهداف و منافع شرکت‌های عضو است. در برخی موارد اهداف شرکت‌ها با یکدیگر تداخل دارد و این موضوع می‌تواند باعث شکست در همکاری‌ها شود؛ بنابراین، مدیریت کنسرسیوم باید بتواند اهداف عمومی را تعریف و موانع تعارض منافع را برطرف کند. همچنین، پیچیدگی‌های مدیریتی در مدیریت چندین شرکت، هماهنگی بین اعضا و ارتباط با بازارهای مختلف نیازمند ساختاری

قوی و نظام‌مند است.

برای غلبه بر این چالش‌ها لازم است تعارض منافع را مدیریت، تعهد و مشارکت اعضا را تقویت و ارتباطات مؤثر را نیز تقویت کرد. با تدوین قوانین داخلی مشخص و شفاف می‌توان از تعارض منافع جلوگیری کرد. ایجاد انگیزه‌های مشترک و اعلام شفاف مزایای همکاری می‌تواند به افزایش تعهد اعضا کمک کند. همچنین، برقراری ارتباطات منظم و شفاف بین اعضا از طریق جلسات دوره‌ای، سیستم‌های اطلاع‌رسانی الکترونیکی و مدیریت تخصصی می‌تواند به حل مسائل و افزایش هماهنگی کمک کند.

در چهارچوب این ساختارها، شرکت‌های واسط می‌توانند نقشی اساسی در افزایش صادرات محصولات دانش بنیان ایرانی ایفا کنند. این شرکت‌ها نه تنها به افزایش صادرات و ارزآوری کمک می‌کنند، بلکه می‌توانند به‌عنوان سفیران «برند ایران» در بازارهای جهانی عمل کنند. با اجرای دقیق این سیاست‌ها و همکاری بین دولت، بخش خصوصی و نهادهای دانشگاهی، می‌توان ایران را از یک کشور مصرف کننده و واردکننده فناوری به یک کشور صادرکننده محصولات دانش بنیان تبدیل کرد و در مسیر استقلال اقتصادی و رشد پایدار گام‌های بزرگی برداشت. یکی از اهداف کلان این شرکت‌ها، تقویت حضور «برند ایران» در بازارهای بین‌المللی است. در این زمینه، توجه به هویت فرهنگی ایران اسلامی و هماهنگی آن با سلیقه و نیازهای مصرف کنندگان در بازارهای جهانی امری ضروری است. استفاده از رسانه‌های دیجیتال، تعامل با اینفلوئنسرهای محلی و حضور در رویدادهای فرهنگی فرصت‌های مناسبی برای معرفی محصولات دانش بنیان ایرانی فراهم کرده است. بااین‌حال، حضور در بازارهای جهانی بدون وجود یک برنامه استراتژیک و منسجم برندسازی با چالش‌های متعددی همراه است. این شامل تفاوت‌های فرهنگی، تنوع قوانین داخلی کشورهای مقصد و حفظ ثبات برند در بازارهای مختلف است. برای غلبه بر این چالش‌ها، برنامه‌ریزی دقیق، استفاده از داده‌های تحلیلی، همکاری با متخصصان محلی و

اجرای استراتژی‌های منسجم برندسازی ضروری است. در این راستا، یکی از راهبردهای کلیدی، ایجاد ساختارهایی برای حمایت از تجاری سازی محصولات دانش بنیان است. در این زمینه انتقال دانش، ایده‌ها و فناوری‌های تحقیقاتی از دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی به شرکت‌های دانش بنیان امری ضروری است. این انتقال باید از طریق قراردادهایی صورت گیرد که دارایی‌های فکری، دستاوردهای پژوهشی و حق بهره‌برداری از آن‌ها را به‌صورت بلاعوض و با رعایت مسائل امنیتی و اصول محرمانه نگه‌داشتن اطلاعات در

آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکنند اداره

متر مربع به شماره پلاک ۹۸ فرعی از ۱ فرعی از ۱۶ اصلی واقع در قره کندیمآ بخش ۱ خریداری شده از آقای و خانم علی اکبر سعادتى محرز گردیده است. لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / سراسری در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذی‌نفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی نظربه دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابررای ۱۳۹۰/۰۶/۲۷ و ۱۳۹۰/۰۳/۱۴ مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۴ هیات قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چمستان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای / خانم رحمت‌اله سعادتى فرزند علی اکبر نسبت به شش‌دانگ یک قطعه باغ مشجر با کاربری باغی به مساحت ۲۴۷۹/۰۰

اختیار شرکت‌ها قرار دهد. همچنین شرکت‌های واسط می‌توانند با استفاده از این دانش محصولات نوآورانه‌تری را با هزینه‌های پایین‌تری به بازارهای جهانی عرضه کنند.

یکی از مزایای مهم شرکت‌های واسط، ایجاد زیرساخت‌های لازم برای تسهیل مناقصات بین‌المللی است. این امر امکان انعقاد قرارداد مستقیم با شرکت‌های دانش بنیان و شتاب‌دهنده‌های فناوری را فراهم می‌کند. این سیاست زمان قابل توجهی را از فرایند خرید دولتی می‌کاهد و فرصت بیشتری برای ورود محصولات جدید دانش بنیان به بازار فراهم می‌کند. همچنین، این ساختار به شرکت‌های واسط اجازه می‌دهد تا با بهره‌گیری از این مزیت‌ها به‌صورت مؤثرتری در مناقصات بین‌المللی شرکت کنند.

در کنار این اقدامات لازم است تا سیاست‌هایی برای تسهیل دسترسی به منابع مالی و تسهیلات لازم نیز اتخاذ شود. در این زمینه، صندوق‌های نوآوری و شکوفایی و دیگر صندوق‌های غیردولتی می‌توانند در قالب ضمانت‌نامه‌های اعتباری نقش کلیدی در تسهیل معاملات بین‌المللی ایفا کنند. این موضوع به شرکت‌های واسط کمک می‌کند تا بدون نیاز به ضمانت‌های سنگین بانکی اقدام به صادرات کنند. همچنین این ساختارها می‌توانند با ایجاد همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و کمک‌های فنی خارجی، دسترسی به منابع مالی و فناوری را تسهیل کنند. این اقدامات می‌تواند به شرکت‌های واسط کمک کند تا در بازارهای جهانی به‌صورت پایدار فعالیت کنند. یکی از عوامل مؤثر در موفقیت این شرکت‌ها، همکاری با متخصصان و کارشناسان محلی در کشورهای مقصد است. باتوجه به اینکه هر بازار دارای شرایط خاص خود است، حضور افرادی که از فرهنگ، قوانین و نیازهای مصرف کننده در آن بازار اطلاع کامل دارند، می‌تواند به شرکت‌های واسط کمک کند تا استراتژی‌های مناسب‌تری برای ورود بسه بازارهای هدف اتخاذ کنند. همچنین این امر به درک بهتر از شرایط بازار و تطبیق محصولات با نیازهای محلی کمک می‌کند. باتوجه به تمامی این اقدامات و استراتژی‌ها شرکت‌های واسط می‌توانند نقش کلیدی در افزایش صادرات محصولات دانش بنیان ایرانی ایفا کنند. این شرکت‌ها نه تنها به افزایش صادرات و ارزآوری کمک می‌کنند، بلکه می‌توانند به‌عنوان سفیران «برند ایران» در بازارهای جهانی عمل کنند. با اجرای دقیق این سیاست‌ها و همکاری بین دولت، بخش خصوصی و نهادهای دانشگاهی می‌توان ایران را از یک کشور مصرف کننده و واردکننده فناوری به یک کشور صادرکننده محصولات دانش بنیان تبدیل کرد و در مسیر استقلال اقتصادی و رشد پایدار گام‌های بزرگی برداشت.

ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۷ / ۰۳ / ۱۴۰۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۳۱ / ۰۳ / ۱۴۰۴
میم الف: ۱۹۴۳۴۰۱
عین‌اله تیموری – رئیس اداره ثبت‌استاد و املاک چمستان