

مدیرکل دفتر نوآوری و کسب و کارهای نوین در گفت‌وگو با ایسکانیوز مطرح شد؛

حسامی: دانشگاه‌ها ملزم به خرید کالای ایرانی هستند

مدیرکل دفتر نوآوری و کسب و کارهای نوین گفت: معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت از کالای ایرانی به دانشگاه‌ها توصیه کرده است که در صورت خرید جنس ایرانی ۵۰ درصد تسهیلات و سوبسید ارائه دهد.

حسام زند حسامی مدیرکل دفتر نوآوری و کسب و کارهای نوین در گفت‌وگو با خبرنگار گروه علم و فناوری ایسکانیوز، با اشاره به اینکه در معاونت علم و فناوری ۱۵ حوزه دانش‌بنیان فعالیت می‌کنند، اظهار کرد: زمانی که عنوان تجاری سازی عوض شد، نگاه ما براین مبنا قرار گرفت که روی استراتژی کلان کار کنیم. همچنین کسب و کارهای نوین، استارت آپ‌ها و اختراعات جدید () را اضافه کردیم.

وی تصریح کرد: اولین کار ما توسعه کانون‌های دانش، صنعت، بازار است. این کانون‌ها براساس یک تئوری کلی بنام مدل مارپیچ سه گانه تریپل هلیکس () شکل گرفته است و یکی از رایج‌ترین الگوها در خصوص تعامل دانشگاه، صنعت و دولت شناخته می‌شود. می‌توان گفت این مدل سه گانه تجربه‌ای نبود که در دنیا وجود داشته باشد. هم‌اکنون معادل انگلیسی برای این موضوع وجود ندارد. تئوری که در حال حاضر وجود دارد کواتراهلیکس است؛ که به آن ماتریس چندگانه نیز می‌گویند. در ماتریس سه گانه دولت و دانشگاه و صنعت با هم کار می‌کردند و الان جامعه نیز به آن اضافه شده است. دولت باید نقش هم‌رسانی بین صنعت و دانشگاه و جامعه را داشته باشد. بنابراین کل معاونت علمی نقش کواتراهلیکس را ایفا می‌کند.

حسامی افزود: در کشور معاونت علمی را متولی‌های تک‌ها (فناوری نو و نوظهور) می‌دانند؛ اما فناوری‌هایی وجود دارد که اینها به شدت مزیت رقابتی برای ما ایجاد می‌کنند، های تک نیستند، ولی می‌شود از فناوری‌های در آنها استفاده کرد. مثل زعفران، پسته، فرش، گل محمدی و خیلی موارد دیگر. این‌ها مزیت رقابتی منحصر به فرد ما در دنیاست.

وی تاکید کرد: هنوز فناوری به اینها نفوذ نکرده است. در دوره اول معاونت سال (۹۲) کانونی را ایجاد کردیم تا با این نگاه حوزه‌های استراتژی را شناسایی کنیم. هم‌اکنون ۶۶ کانون را شناسایی کردیم تا جایی که معاونت علمی بازیگران حوزه فناوری را دعوت می‌کند که اینها وارد صحنه شوند. مثل زعفران، گل محمدی، سفال و هر آنچه که مزیت ما است که در آن سرمایه‌گذاری کنند.

حسامی گفت: متأسفانه در کانون نگاه توسعه‌ای کمی بود و معاونت علمی را مثل دستگاه پز می‌دیدند تا پول دریافت کنند. در کنار این موضوع ما تشکلهایی را در این زمینه داریم که خود من از ایجاد این تشکل‌گريزان هستم؛ در دوره جدید که دوره بلوغ ماست، حدود ۶۶ کانون را جمع کردیم و در همین راستا اساسنامه را تهیه کردیم تا براساس اساسنامه بتوانیم ثبت شرکت‌ها را به عنوان یک نهاد غیرقانونی و غیرسیاسی و غیردولتی ثبت کنیم. هم‌اکنون ۶۶ شرکت به ۹ شرکت تبدیل شده است که جزو افتخارات ماست، همه افتخارشان این است که تعداد را زیاد می‌کنند و اما ما کم کردیم. چرا که عملکرد دفتر با تعداد این شرکت‌ها سنجیده می‌شود. همچنین با اتاق بازرگانی تفاهم‌نامه‌ای را منعقد کردیم؛ چرا که اتاق بازرگانی بیشتر می‌تواند در این زمینه کارساز باشد.

وی افزود: طبق قانون، متولی تشکل‌ها اتاق بازرگانی است. همچنین یکسری از تشکل‌ها زیر نظر اتاق اصناف و وزارت صنعت است. این تنها تشکلی است که اجازه داده معاونت علمی روی آنها کار کند. می‌توان این نکته را متذکر شد که آدم‌ها هستند که کار می‌کنند نه اسم کانون. معاونت علمی و فناوری در هر حوزه‌ای ورود پیدا نمی‌کند. اولویت اصلی ما در اتاق بازرگانی برگزاری نشست با تشکل‌ها و کارگزارها است تا بتوانیم مسئله لاینحل تشکل‌ها را برطرف کنیم.

مدیرکل دفتر نوآوری و کسب و کارهای نوین با اشاره به اینکه کار جدید ما در دوره سوم بلوغ، تعدد کمی، ثبت و معرفی شخصیت حقوقی به تشکل‌هاست که به آنها زنجیره ارزش دهند در همین رابطه با ارائه فراخوان همه را دعوت کردیم تا مشکلات فناورانه را برطرف کنیم. مثلاً کانون زنبور عسل وجود دارد؛ اما متأسفانه گرده‌گیر زنبور عسل از کره وارد می‌شود. گرده‌ای که گران قیمت بوده و مصارف زیادی دارد. ما دستگاه این گرده‌گیر را بدون اینکه آسیبی به حشره وارد شود را در کشور نداریم. یکی از استادان دانشگاه وقتی از این موضوع مطلع شد اقدام به ساخت این دستگاه کرد.

حسامی با بیان این که یکی از بزرگ‌ترین افتخارات معاونت علمی و دولت، برگزاری نمایشگاه تجهیزات است که با این امر هم‌رسانی‌های عرضه و تقاضا انجام می‌شود. در این بخش ۳۷۰۰ شرکت دانش بنیان داریم که اینها محصولات‌های تک تولید می‌کنند، البته بازار هنوز این شرکت‌ها را نمی‌شناسد. شرکت‌های دانش بنیانی که محصولات آزمایشگاهی تولید می‌کنند، مشتریان آنها دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی است که قبلاً کالای مورد نیاز را از خارج خرید می‌کردند.

دانشگاه‌ها ملزم به خرید کالای ایرانی هستند

وی ادامه داد: در همین رابطه معاون علمی برای حمایت از کالای ایرانی به دانشگاه‌ها توصیه کرده است که در صورت خرید جنس ایرانی ۵۰ درصد تسهیلات و سوبسید ارائه می‌دهد.

مدیرکل دفتر نوآوری و کسب و کارهای نوین با اشاره به اینکه در همین راستا ۴۰۰ شرکت را طی این سال‌ها شناسایی کردیم که در نمایشگاه حضور داشته باشند. این شرکت‌ها حدود ۱۰ هزار محصول را ارائه می‌کنند و بیش از ۷۰۰ دانشگاه و مرکز پژوهشی در کشور بیش از ۵ سال است که از این شرکت‌ها خرید می‌کنند تا جایی که یک شبکه خیلی قوی و گسترده از امید تشکیل شده است. قبلاً کسی از این شرکت‌ها خریداری نمی‌کرد در حالی که کالای تولیدی آنها کاملاً‌های تک بوده است؛ ولی متأسفانه بخش عمده‌ای از کالاهای مورد نیاز از خارج وارد می‌شد. از طرف دیگر دانشگاه‌ها بودن که دولت پولش را از این جیب به آن جیب می‌کرد و فردا نمی‌تواند به آنها فشار وارد کنند که چرا پول را پخش کردید. دولت پول را به وزارت علوم می‌دهد و وزارت علوم هم به دانشگاه‌ها.

حسامی ادامه داد: نکته مهم همین جا است که ما ۵۰ تا ۶۰ درصد از محصولات نوآورانه حمایت‌های لازم را به عمل می‌آوریم. محصول نوآورانه تا سه سال می‌تواند از این حمایت‌ها بهره‌مند شود؛ اما بعد از سه سال اگر نوآوری نداشته باشند سطح حمایت ما کمتر می‌شود اگر می‌خواهید ما همیشه از شما حمایت کنیم باید همواره محصول جدیدی را ارائه کنید.

وی تأکید کرد: ما تنها مرجع در کشور هستیم که می‌توانیم بگوییم این کالا ساخت داخل هست یا نه. متأسفانه اشتباه خیلی بزرگ در گذشته رخ داده که منظور از کالای ساخت داخل بدین صورت است که از صفر تا صد آن در داخل تولید شده باشد؛ اما این حرف صد در صد غلط است. ما زمانی تکنولوژی را قبول می‌کنیم که دانش و آن داخلی باشد. تکنولوژی‌ها براساس سطح درجه بندی حمایت می‌شوند. اگر تکنولوژی سطح چهار باشد از حمایت ما خارج بوده و تنها اجازه حضور در نمایشگاه داده می‌شود تا بتواند محصول خود را بفروشد.

تولید محصول نوآورانه باید در دستور کار قرار گیرد

وی در پاسخ به این سوال که آیا با این روش انگیزه از تولیدکنندگان گرفته نمی‌شود، افزود: ما ۵ درصد تا ۶۰ درصد حمایت می‌کنیم پس کاملاً انگیزشی است؛ اما فراموش نکنیم که هدف ما چه چیزی بوده است؛ هدف ما، امید دادن به شرکتی بود که محصول نوآورانه تولید می‌کند، ایجاد اطمینان برای کسی که کالای خارجی خریداری می‌کرده است. به عنوان مثال استاد دانشگاه برای لابراتوار خود به سفر خارجی می‌رفت و مواد آزمایشگاهی را از آلمان می‌خرید و گرنه خود را مصرف می‌کرد. الان می‌گوییم؛ جنس ایران بخر تا ۵۰ درصد هزینه‌ها کاهش یابد. همچنین به آنها تاکید شده است کالای غیرایرانی خرید نکنند. تا جایی که دولت در سال جاری برنامه های اشتغال و توسعه بازار را با نام بازار هوشمند و بازار مجازی یا بازار الکترونیکی را ایجاد کردند.

حسامی ادامه داد: همچنین وب سایتی را طراحی کردیم که شرکت ها در آنجا ثبت نام و ارزیابی شوند و ما روی قیمت گذاری آنها نظارت می‌کنیم.

وی در پاسخ به این سوال که عمده دستاوردهای کلیدی که در نمایشگاه ارائه می‌شود آیا محصولات های تک بوده است؟ اظهار کرد: بلی چرا که من استاد وقتی می‌خواهم جنسی را خریداری کنم، حتماً باید تکنولوژی های تک بود تا بتوانم از آن در آزمایشگاه استفاده کنم و در تز دانشجویی بهره بگیرم پس به طوری یقین اگر تجهیزات کاربرد نداشته باشند اصلاً به فروش نمی‌رسد.

حسامی در پاسخ به سوالی مبنی بر این که آیا تجهیزات با توجه به نیاز جامعه است، گفت: خیر اینجا مسئله عرضه و تقاضا است. از یک طرف یک استاد تمام می‌داند که این شرکت یک دستگاه به اسم نیاز دارد و این دستگاه را می‌سازد و از سوی دیگر دستگاهی را می‌خواهد بسازد که بیشتر از ۵ مورد در کشور نیاز نیست. مثلاً اگر آن را بخواهیم بخریم دویست هزار دلار است؛ ایرانی بسازد، سیصد هزار دلار می‌شود؛ ولی چون تحریم هستیم سعی می‌کنیم ایرانی بسازیم که بعداً کارهای دیگرش را نیز انجام دهیم. هرچند بیشتر این ها معمولاً تا یک چهارم یا یک دوم قیمت خارجی بوده‌اند؛ ولی الان که قیمت ارز بالا رفته است این فاصله قیمتی بسیار وحشتناک شده است.

انتهای پیام/