

راهنمای ارائه طرح فناورانه / محصول محور

در شورای فناوری دانشکده بهداشت و ایمنی

ماده ۱ – ماهیت ارائه

ارائه طرح در شورای فناوری با هدف ارزیابی خروجی فناورانه، قابلیت تجاری سازی و ارزش کاربردی انجام می شود و نباید به قالب گزارش صرف پژوهشی یا دفاع پایان نامه شباهت پیدا کند.

ماده ۲ – ساختار اسلایدها

ارائه باید مطابق این راهنما و در قالب ۱۰ اسلاید اصلی (به همراه اسلایدهای پشتیبان در صورت نیاز) تنظیم شود. هر اسلاید ناظر بر ارزیابی یک مؤلفه مشخص از طرح فناورانه است.

ماده ۳ – اسلاید ۱: تعریف محصول فناورانه و معرفی محدود تیم تحقیق

هدف: شناسایی سریع ماهیت خروجی فناورانه

الزامات محتوایی:

- عنوان محصول یا فناوری
- ماهیت فناوری (نرم افزار، تجهیز، فرآیند، خدمت فناورانه و ...)
- کاربرد اصلی و حوزه استفاده
- نوع مشارکت: ایده / نمونه اولیه / محصول آماده عرضه

تبصره ۳-۱: معرفی تیم تحقیق

معرفی تیم تحقیق در این اسلاید بلامانع است، مشروط بر آنکه:

- به صورت مختصر و غیر تفصیلی ارائه شود؛



- تمرکز بر نقش‌ها و تخصص‌های مرتبط با توسعه محصول یا فناوری باشد؛
- به‌گونه‌ای نباشد که ماهیت اسلاید از «معرفی محصول فناورانه» به «گزارش پژوهشی» تغییر یابد.

تبصره ۲-۳: موارد غیرمجاز در اسلاید اول

- گزارش روش تحقیق
- تشریح مراحل اجرای پژوهش
- نتایج آماری و جداول علمی
- شرح تفصیلی سوابق علمی اعضای تیم
- معرفی پایان‌نامه یا مقاله به‌عنوان محور اصلی اسلاید

ماده ۴ – اسلاید ۲: مسئله و نیاز واقعی بازار

هدف: اثبات اینکه طرح، پاسخ به یک مسئله واقعی است

الزامات محتوایی:

- توصیف روشن یک مشکل عملی و ملموس
 - مشخص کردن ذی‌نفع یا مشتری اصلی
 - اهمیت و اثر حل مسئله بر کاربر، صنعت، یا جامعه
- مسئله باید واقعی، کاربردی و قابل دفاع باشد، نه صرفاً یک ایده نظری.

ماده ۵ – اسلاید ۳: سطح آمادگی فناوری (Technology Readiness Level – TRL)

هدف: تشخیص بلوغ فناورانه طرح

الزامات محتوایی:

- TRL فعلی (بر اساس مقیاس استاندارد بین‌المللی)
- TRL هدف در پایان دوره پشتیبانی
- شواهد فنی وضعیت فعلی (نمونه اولیه، گزارش تست، پایلوت و ...)

ماده ۶ – اسلاید ۴: خروجی های فنی طرح

هدف: شفاف سازی آنچه عملاً تولید شده یا خواهد شد

الزامات محتوایی:

- نوع و ماهیت خروجی ها (نمونه، نرم افزار، دستگاه، فرآیند و ...)
- وضعیت فعلی خروجی (آزمایشگاهی، نیمه صنعتی، آماده تست میدانی)
- فاصله فنی و زمانی تا محصول قابل عرضه (Go-to-Market)

ماده ۷ – اسلاید ۵: مزیت رقابتی و تمایز

هدف: پاسخ به این سؤال که «چرا این محصول؟»

الزامات محتوایی:

- مقایسه با راه حل های موجود یا روش های سنتی
- مشخص کردن عامل / عوامل تمایز اصلی:
 - فنی (دقت، عملکرد، سرعت، ایمنی، مصرف انرژی و ...)
 - اقتصادی (کاهش هزینه، قیمت تمام شده کمتر)
 - اجرایی (سادگی استفاده یا پیاده سازی)
 - مقرراتی (انطباق با استانداردها و الزامات قانونی)

ماده ۸ – اسلاید ۶: مالکیت فکری و برند

هدف: بررسی ارزش دارایی نامشهود طرح

الزامات محتوایی:

- وضعیت مالکیت فکری (پتنت، دانش فنی محرمانه، کپی رایت نرم افزار)

- مالک یا مالکان IP (تیم، دانشگاه، مشترک)
- امکان و برنامه اولیه برای ایجاد یا ثبت برند

ماده ۹ – اسلاید ۷: مدل کسب و کار

هدف: نشان دادن منطق اقتصادی طرح

الزامات محتوایی:

- ارزش پیشنهادی (Value Proposition)
- تعریف خلاصه و دقیق مشتری هدف (Segment)
- منبع یا منابع درآمد (فروش، اشتراک، لایسنس، خدمات جانبی و ...)

ماده ۱۰ – اسلاید ۸: بازار هدف

هدف: ارزیابی واقع بینانه بازار

الزامات محتوایی:

- نوع بازار (B2C, B2G, B2B یا ترکیبی)
- بازار اولیه ورود (Beachhead Market)
- توجیه منطقی انتخاب این بازار و پتانسیل رشد آینده

ماده ۱۱ – اسلاید ۹: مسیر تجاری سازی و ورود به بازار

هدف: بررسی راه تبدیل فناوری به کسب و کار

الزامات محتوایی:

- مسیر منتخب تجاری سازی:
 - لایسنس فناوری

- تأسیس شرکت (Startup)
- قرارداد صنعتی
- شتابدهنده / منتورینگ
- شواهد علاقه‌مندی بازار (LOI، مشتری آزمایشی، مذاکره صنعتی)

ماده ۱۲ – اسلاید ۱۰: برآورد اقتصادی اولیه و مقیاس‌پذیری

هدف: سنجش امکان‌پذیری اقتصادی در سطح مفهومی

الزامات محتوایی:

- برآورد کلی هزینه‌ها و درآمد (غیرتفصیلی)
- امکان و منطق مقیاس‌پذیری
- برآورد مفهومی نقطه سر به سر (Break-Even)

ماده ۱۳ – اسلایدهای پشتیبان (اختیاری)

ارائه جزئیات روش تحقیق، داده‌های علمی، نتایج آماری یا مستندات فنی تکمیلی تنها در اسلایدهای پشتیبان و صرفاً در صورت پرسش داوران مجاز است.

ماده ۱۴ – ملاک ارزیابی شورا

ارزیابی طرح‌های ارائه‌شده در شورای فناوری دانشکده، مطابق شاخص‌ها و معیارهای مندرج در فرم داوری مصوب انجام می‌شود و شامل محورهای زیر است:

۱. ارزش پیشنهادی و محصول محور بودن طرح

- میزان انطباق محصول یا خدمت فناورانه با حل یک مشکل واقعی در حوزه بهداشت و ایمنی
- وجود نوآوری و تمایز نسبت به راه‌حل‌های موجود
- ایجاد منفعت قابل اندازه‌گیری برای مشتری و توجیه اقتصادی برای کارفرما یا بهره‌بردار



۲. شناخت مشتری و مسئله بازار

- تعریف شفاف و واقع‌بینانه گروه یا گروه‌های مشتری
- درک مناسب از نیازها، مشکلات و انتظارات مشتری (Customer Jobs, Pains, Gains)
- انطباق راه‌حل پیشنهادی با نیاز واقعی بازار هدف

۳. سطح بلوغ فناوری و قابلیت اجرا

- مشخص بودن سطح آمادگی فناوری (TRL) و منطق پیشرفت آن
- هم‌خوانی سطح فناوری با نوع محصول ارائه‌شده و ادعاهای تجاری
- قابلیت عملیاتی‌سازی فناوری در شرایط واقعی

۴. مدل درآمدی، قیمت‌گذاری و ساختار هزینه

- شفاف بودن منابع درآمد و منطق پول‌سازی طرح
- تناسب قیمت‌گذاری با ارزش پیشنهادی و توان پرداخت مشتری
- شناسایی منطقی هزینه‌های اصلی و توازن آن‌ها با درآمدهای پیش‌بینی‌شده

۵. کانال‌ها، ارتباط با مشتری و زیرساخت‌ها

- انتخاب مناسب کانال‌های ارائه و توزیع محصول یا خدمت
- وجود راهکارهایی برای جذب، حفظ و توسعه مشتری
- تعریف فعالیت‌های کلیدی، منابع ضروری (انسانی، مالی، فکری) و شرکای کلیدی موردنیاز طرح

۶. مزیت رقابتی و قابلیت تجاری‌سازی

- وجود مزیت رقابتی پایدار نسبت به رقبای یا روش‌های جایگزین
- امکان ورود به بازار و توسعه کسب‌وکار در مقیاس بزرگ‌تر
- انسجام بین خروجی فناورانه، بازار هدف و مسیر تجاری‌سازی

۷. ارزیابی اقتصادی و انطباق آیین‌نامه‌ای

- ارائه برآورد اقتصادی اولیه به‌صورت مفهومی (هزینه‌ها و منطق درآمد)
- تشریح امکان مقیاس‌پذیری محصول یا گسترش بازار
- ارائه شواهد یا گواهی کاربست صنعتی مبنی بر کاهش هزینه‌ها یا افزایش بهره‌وری
- انطباق طرح با تعریف «طرح فناورانه / محصول محور» دانشگاه و ارائه مستندات لازم مطابق آیین‌نامه

۸. کیفیت ارائه و دفاع



- تسلط ارائه‌دهنده بر طرح
- انسجام منطقی بین اجزای فناورانه و کسب‌وکاری
- رعایت زمان، شفافیت بیان و توان پاسخگویی به سؤالات داوران

تبصره مهم:

وجود مقاله علمی، پایان‌نامه یا سابقه پژوهشی، صرفاً در صورتی امتیازآور تلقی می‌شود که:

- به تولید یک محصول، خدمت یا فناوری قابل بهره‌برداری منجر شده باشد؛
- و در چارچوب معیارهای فوق، ارزش فناورانه و تجاری قابل دفاع ایجاد کند.

سابقه پژوهشی صرف، به تنهایی، به منزله فناورانه بودن طرح تلقی نمی‌شود.