



تجاری سازی دانش فنی

دکتر رضا غفارزادگان

رئیس پژوهشکده گیاهان دارویی
جهاد دانشگاهی



۰۲۶۳۴۷۶۴۰۱۰-۱۹



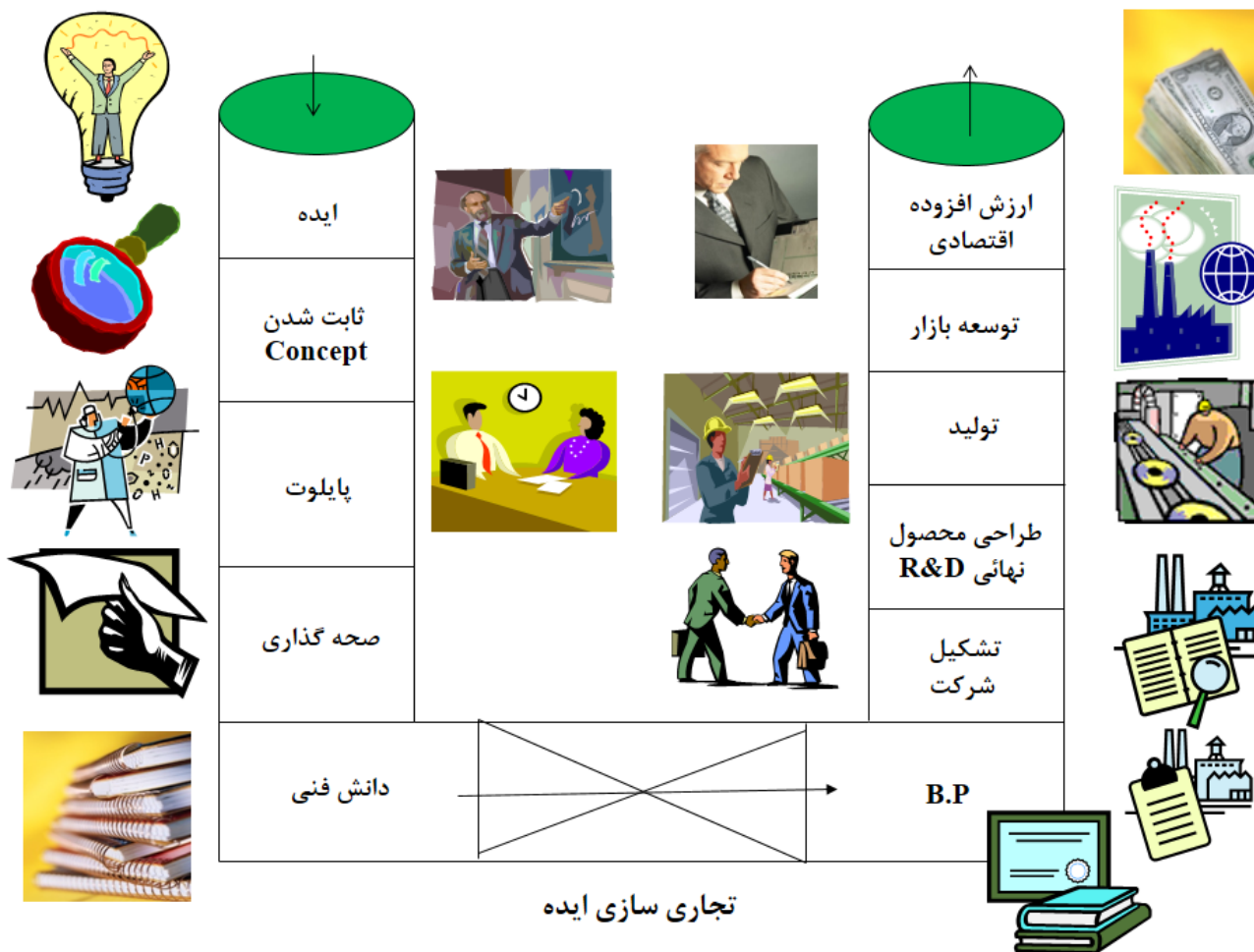
imp_acer



www.imp.ac.ir



فرآیند ایده تا محصول

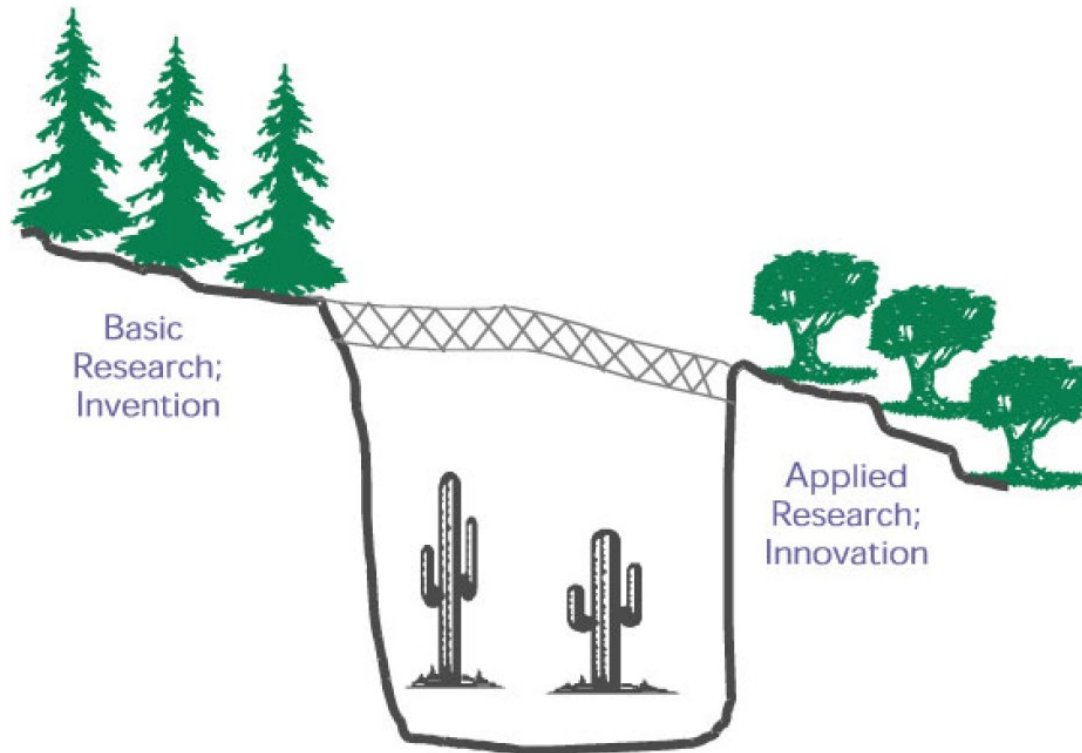




پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی
Iranian Institute of Medicinal Plants

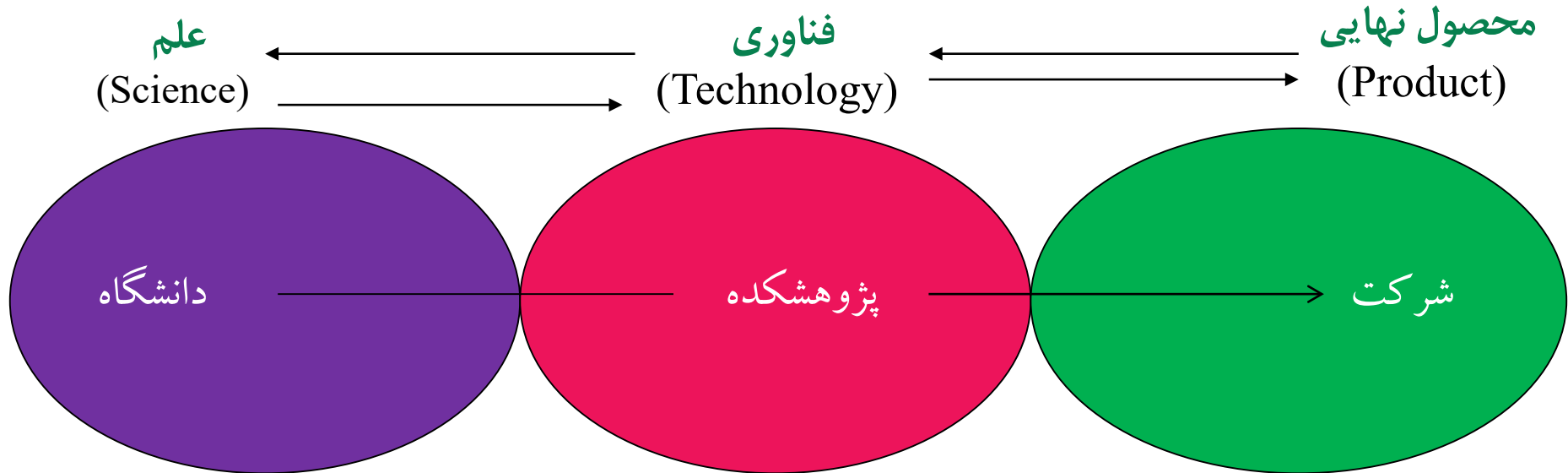


تجاری سازی، دره مرگ بسیاری از فعالیت های تحقیقاتی است.



دره مرگ

بسترهای توسعه فرآیند ایده تا محصول



تعاریف:

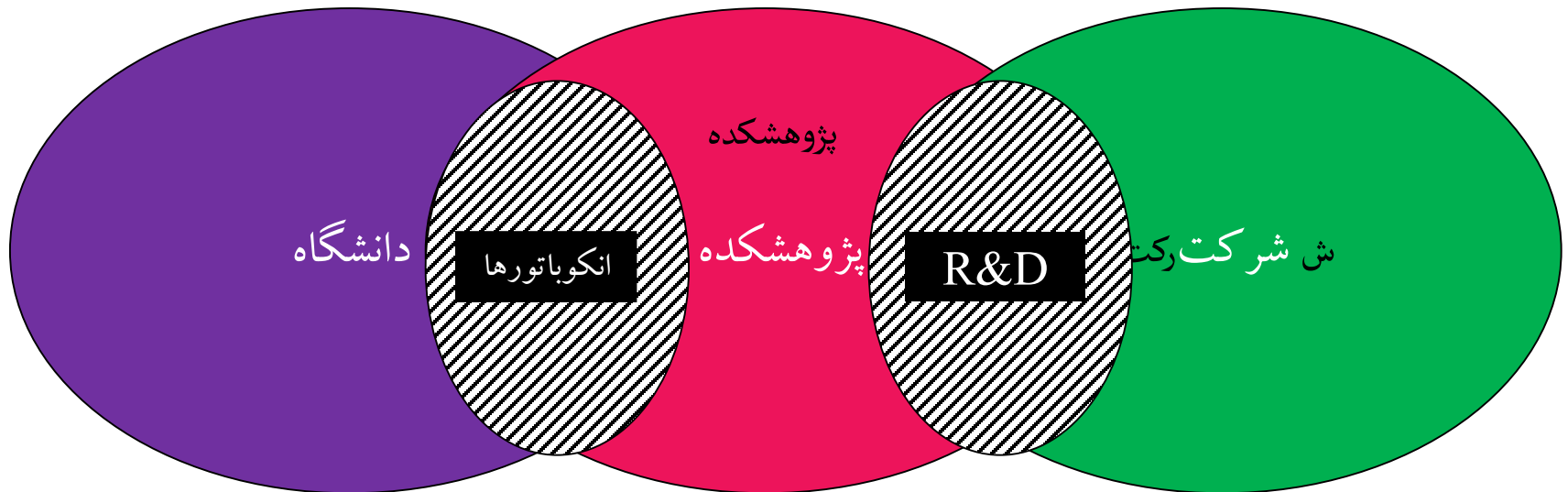
شرکت: محلی است که افراد با تخصص‌های گوناگون فنی و غیرفنی برای توسعه و فروش محصول و ایجاد ارزش افزوده اقتصادی فعالیت می‌کنند.

پژوهشکده: محلی است که افراد با تخصص‌های گوناگون فنی در تیم‌های مختلف به توسعه فناوری می‌پردازند.

دانشگاه: محلی است که افراد با تخصص‌های گوناگون به صورت انفرادی به آموزش و تحقیق برای توسعه علوم و تربیت دانشجویان می‌پردازند.

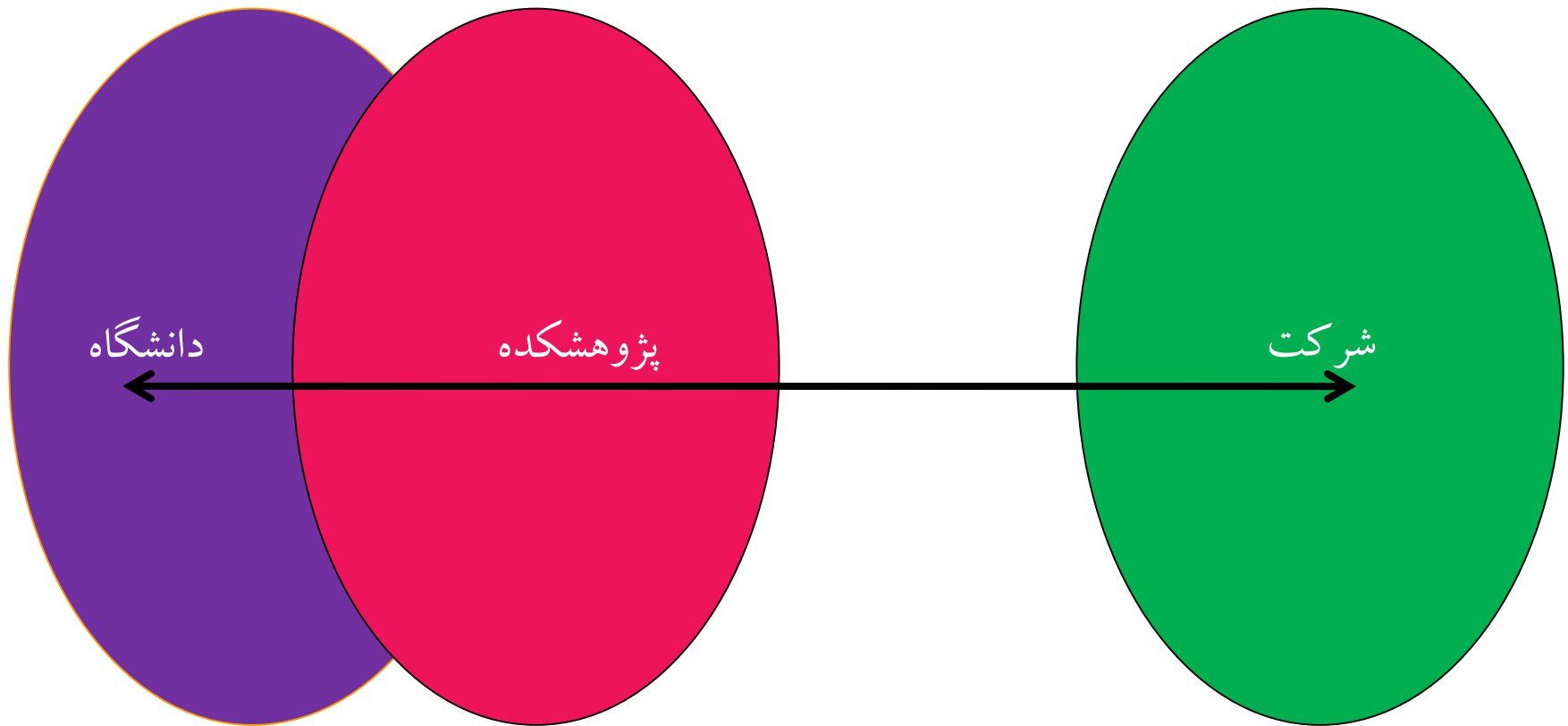


بسترهای توسعه فرآیند ایده تا محصول در شکل جهانی





بسترهای توسعه فرآیند ایده تا محصول در ایران



پژوهشکده‌ها به درون عرصه دانشگاه‌ها ورود کرده‌اند و بین پژوهشکده‌ها و صنعت شکاف ایجاد شده است.



مطالعه موردی - پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی

مأموریت پژوهشکده گیاهان دارویی

توسعه دانش و ایجاد فناوری در حوزه گیاهان دارویی

تجاری سازی فناوری و تولید محصولات دانش بنیان





گروه‌های پژوهشی

کشت و توسعه گیاهان دارویی

فارماکولوژی و طب کاربردی

فارماکوگنوزی و داروسازی

بیوتکنولوژی گیاهان دارویی

مراکز خدمات تخصصی

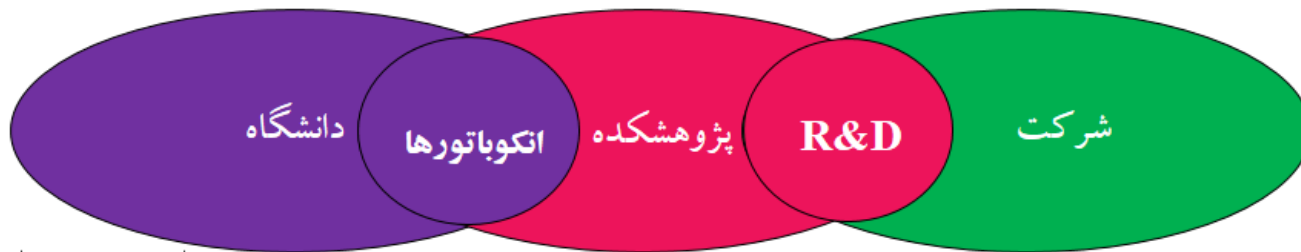
تولید و تکثیر گیاهان دارویی

تولید فرآورده‌های دارویی و معطر گیاهی

آنالیز و فرآوری گیاهان دارویی



انطباق مکانیزم‌های پیشنهادی با ساختارهای اجرایی



SBDC

Small Business Development Centre

نوآوری

شتاب‌دهنده‌ها

ارتقاء R&D

کارآفرینی

سرمایه‌گذاری مشترک

کمک به زیرساخت‌ها

V.C (Venture Capital)

منظور از تجاری سازی چیست؟

- تجاری سازی فناوری، خلق محصول، خدمت یا فرآیندهای جدید مبتنی بر رفع تقاضای موجود یا ایجاد تقاضای جدید و رفع آن با تبدیل نتایج به محصولات و بازاریابی موفق است.
- فرآیندی است برای کسب سود از نوآوری؛ از طریق تبدیل فناوری ها به محصولات، فرآیندها و خدمات جدید و فروش آنها در محیط بازار.
- فعالیتی است اجتناب ناپذیر در راستای جبران هزینه های تحقیق و توسعه که باعث رقابت پذیری می شود.
- تجاری سازی در حقیقت نوعی انتقال فناوری است از مراکز تحقیقاتی به صنایع و بازار.
- تجاری سازی تبدیل تکنولوژی های جدید به محصولات تجاری موفق است.
- تجاری سازی تغییر و توسعه روش های تولید به منظور ارتقاء ارزش افزوده است.



تجاری سازی یکی از پیچیده ترین مراحل نوآوری است.

اهمیت تجاری سازی فناوری

- ✓ عصر جدید، عصر اقتصاد و فناوری است با مفاهیم معنوی خاص.
- ✓ تحولات اقتصادی کشورهای در حال توسعه و ظهور اقتصادهای منطقه‌ای و بین‌المللی جدید بیشتر ناشی از توانایی آن‌ها در کسب فناوری‌های جدید در دهه اخیر است.
- ✓ دستیابی کشورهای در حال توسعه به تکنولوژی‌های جدید (ارتباطات، تولید، حمل و نقل، بیوتکنولوژی و ...) افزایش رقابت‌پذیری آن‌ها را به همراه داشته است.
- ✓ از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۱ سهم کشور آمریکا از تجارت جهانی **فناوری‌های پیشرفته** از ۳۱٪ به ۱۸٪ کاهش یافته و سهم کشورهایمانند چین و ژاپن ... از ۷٪ به بیش از ۲۵٪ افزایش یافته است.

کشور	سهم صادرات محصولات دانش بنیان (%)
چین	۱۷.۱
ایالات متحده	۱۷
اتحادیه اروپا	۱۵.۲
ژاپن	۸.۱۱
هند	۰.۲



اهمیت تجاری سازی فناوری

- ✓ افزایش تولید ناخالص داخلی کشورهای در حال توسعه آسیایی عموماً ناشی از افزایش صادرات مبتنی بر فناوری های پیشرفته بوده است.
- ✓ امروزه اهمیت تحقیقات به خاطر نوآوری در فناوری و اهمیت نوآوری به دلیل سود اقتصادی آن است.

تحقیق به تنهایی باعث توسعه نمی شود.

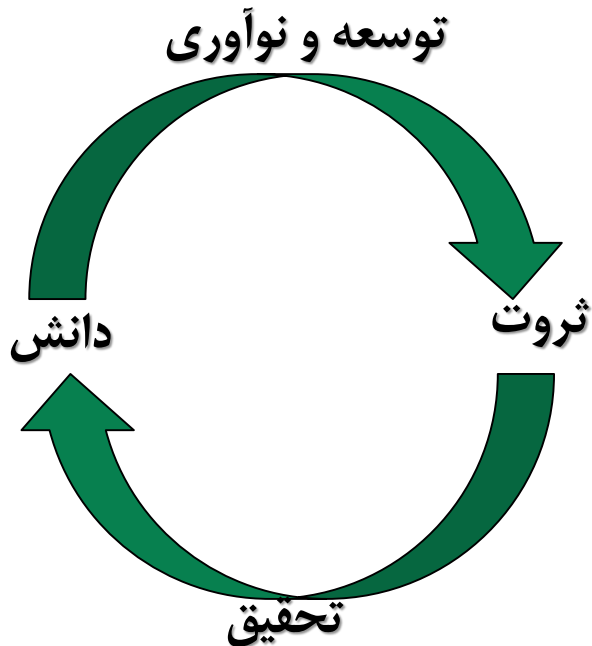
- ✓ تجاری سازی بخش مهم و غیر قابل انکار فرآیند نوآوری است زیرا باعث بهبود روش ها ، خدمات و تولید محصولات جدید می شود.
- ✓ خروج تدریجی دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی از جایگاه ”هدف بودن“ و تبدیل به ”وسیله ای“ برای توسعه فناوری- اقتصادی
- ✓ تجاری سازی فناوری عامل خلق ارزش و ثروت است که لازمه تحقق آن قوت کافی تمامی حلقه های زنجیره ارزش است.





اهمیت تجاری سازی فناوری

- ✓ تجاری سازی فناوری ← توسعه اقتصادی ← قدرت چانه زنی اقتصادی-سیاسی
- ✓ تجاری سازی فناوری یعنی ارتقا سطح تکنولوژی کشور و بومی سازی فناوری ← زمینه سازی برای ارتقا فناوری
- ✓ تجاری سازی فناوری باعث افزایش اعتماد نسبت به تحقیقات کاربردی و توسعه ایی می شود.
- ✓ تجاری سازی فناوری زمینه ساز گسترش صنایع بالا دستی و پایین دستی است.
- ✓ تجاری سازی فناوری یعنی اشتغال زایی تخصصی



اهمیت تجاری سازی فناوری

برای حفظ قدرت رقابت پذیری توسعه فناوری و تجاری سازی یک کشور حیاتی است.

برای توسعه فناوری دیده بانی از روند فناوری خود و پیرامون منطقه ای و جهانی ضروری است.

لZoom شناخت عمیق و صحیح جغرافیای لحظه ای فناوری

لZoom به کارگیری منابع انسانی متخصص برای تشخیص دائمی شکاف فناوری

به روز نمودن اولویت سیاست ها و برنامه های کلان ملی (یا بنگاه اقتصادی)

شعار جدید بسیاری از شرکتهای رقابت پذیر:

ایجاد ارزش افزوده با مدیریت نوآوری و کارآفرینی نه صرفاً مدیریت هزینه ها

مشکل اصلی اختراع نیست
تجاری سازی آن است.

تجاری سازی تکنولوژی های جدید یا روش های تولید و خدمات
(تا سال ۲۰۰۱ بیش از ۵۰٪ از تجارت امریکا HighTech نبوده است)

توسعه دانش و تکنولوژی

بسیار پرهزینه، زمان بر، اما بومی سازی
بصورت واقعی اتفاق می افتد

انتقال تکنولوژی

هزینه بر، بومی سازی واقعی اتفاق
نمی افتد یا مستلزم صرف زمان است

R&D

هزینه اندک
لزوم وجود زیرساخت فناوریانه
صرف زمان اجتناب ناپذیر

انتقال تکنولوژی و تجاری سازی

باعث تسهیل در دستیابی به تکنولوژی و تکوین محصول (اما چگونه؟)

مسیر اول

- خرید و اخذ مجوز استفاده (شرکت اقدام به خرید دارایی معنوی مرتبط با تکنولوژی می کند مثل فرمول شیمیایی، نقشه های فنی، امتیازات معنوی)

مسیر دوم

- تحقیق و توسعه مشترک (ارتباط با شرکت ها یا سازمان های خارجی و تشکیل تیم های تحقیق و توسعه مشترک و دریافت مشاوره برای یافتن و توسعه تکنولوژی)

مسیر سوم

- همکاری فنی در تیم های بومی (عدم خرید تکنولوژی و استفاده از نیروهای فنی داخلی ضمن دریافت مشاوره های فنی و عملی؛ کم هزینه ترین و طولانی ترین مسیر)

توسعه تکنولوژی و تجاری سازی

- مراحل اصلی در توسعه تکنولوژی

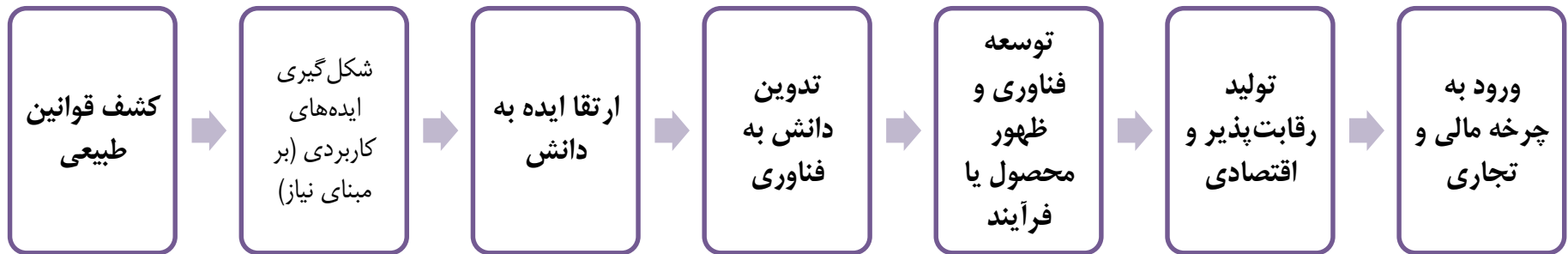


- تکوین علم و ظهور تکنولوژی و تولید محصول، تجاری سازی محسوب نمی شود؛ تجاری سازی یعنی تولید تجاری و ایجاد چرخه مالی
- ابداع تکنولوژی رادیو ۱۸۹۵ ← ورود رادیو به بازار ۱۹۲۵
- اولین بازی های کامپیوتری ۱۹۶۰ ← ورود تجاری به بازار دهه ۱۹۸۰ (زمانی که PC ها رایج شد)

خصوصیات فرآیند تجاری سازی

بر طبق تمامی الگوها:

۱. تجاری سازی فرآیندی پیوسته است.

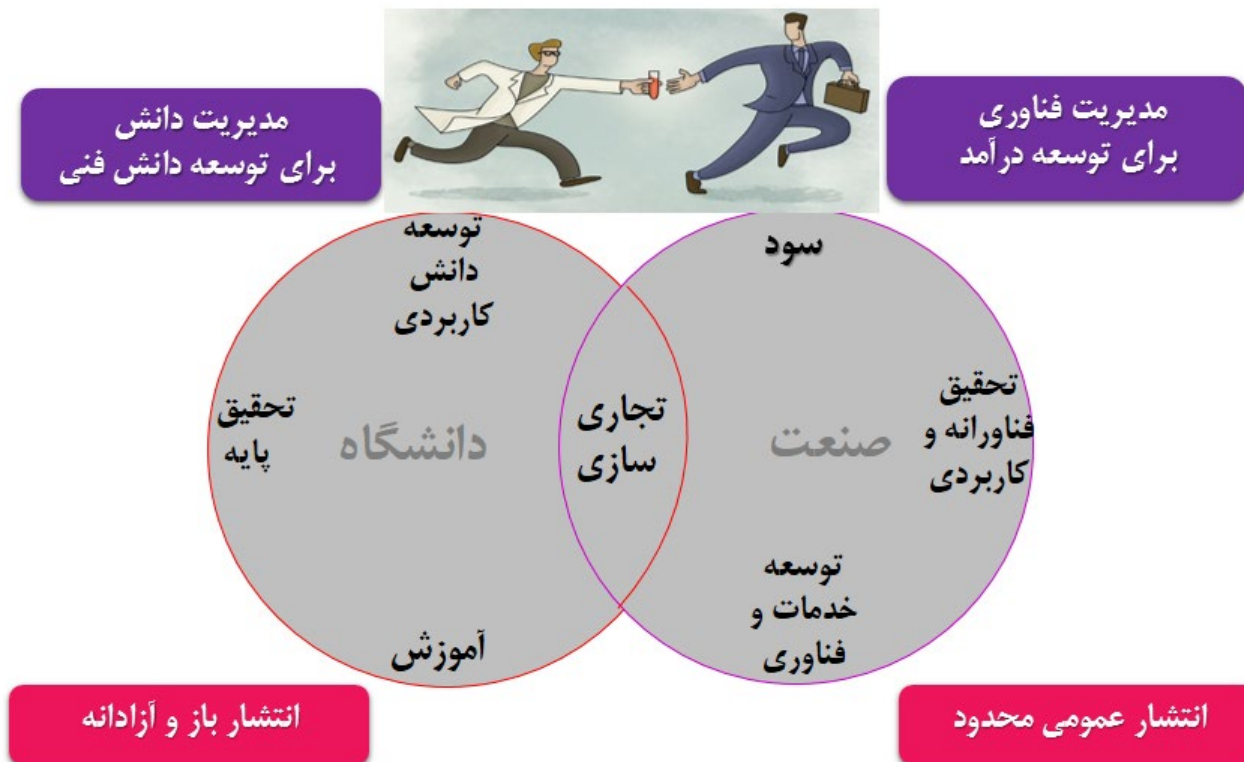


۲. تجاری سازی فرآیندی به شدت هزینه بر است. (علت قیمت بالای تکنولوژی های تجاری شده)

۳. تجاری سازی فرآیندی زمان بر است. (۵ تا ۱۰ سال زمان برای تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی)

خصوصیات فرآیند تجاری سازی

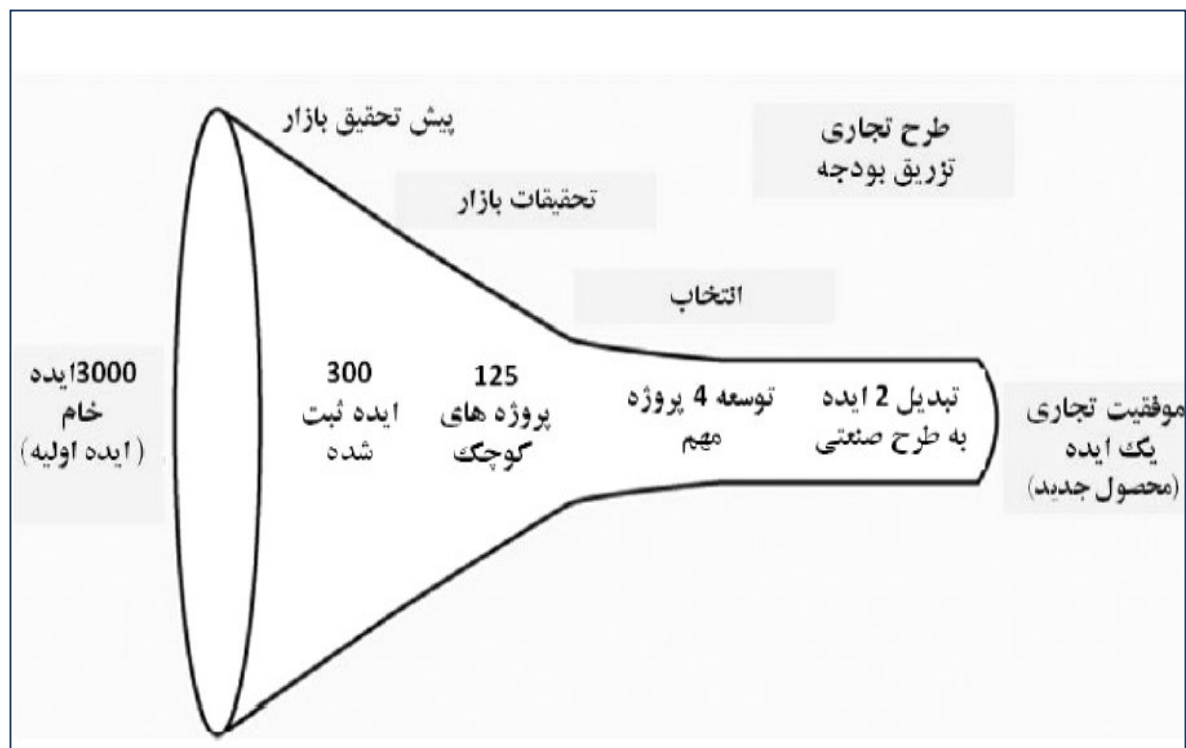
۴. تجاری سازی فرآیندی به شدت تعاملی است.



خصوصیات فرآیند تجاری سازی

۵. تجاری سازی فرآیندی با راندمان بسیار پایین است.

(۵٪ ایده های جدید به تولید انبوه می رسند، ۸۰٪ خطرات تجاری سازی در همان ۵ سال اول فعالیت رخ می دهد).



وجوه و مؤلفه‌های حیاتی در تجاری‌سازی

۱. وجوه اقتصادی: مطالعه مقدماتی بازار یا مطالعه فرصت شرط ورود به فضای کسب و کار

- دریافت یک نیاز از جامعه (محصول، فرآیند، ارتقاء خدمات)
- وضعیت کالاهای مشابه یا جایگزین فعلی و آتی
- بررسی الگوی مصرف در کشور، منطقه و جهان
- ارزیابی قیمت محصول (داخلی و جهانی)
- ابعاد و میزان تقاضای فعلی و آتی
- بررسی الگوی رشد بازار در سال‌های گذشته و آتی
- بررسی شواهد تکمیلی مبنی بر ایجاد تقاضای آتی
- بررسی میزان واردات محصول و کالاهای مشابه یا جایگزین به کشور طی سال‌های گذشته و تهیه آمارهای کلی
- بررسی میزان عرضه محصول و کالاهای مشابه یا جایگزین به کشور طی سال‌های گذشته و تهیه آمارهای کلی

وجوه و مؤلفه‌های حیاتی در تجاری سازی

- بررسی ظرفیت‌های در حال بهره‌برداری در کشور
- بررسی ظرفیت‌های بالقوه و در دست اجرا در کشور
- بررسی بازار منطقه‌ای و جهانی محصول (عرضه ، تقاضا، قیمت، .. به تفکیک کشورها و مناطق)
- ارزیابی قیمت محصول طی سال‌های گذشته و پیش‌بینی روند سال‌های آتی و عوامل موثر بر آن
- بررسی بازارهای صادراتی
- شناسایی و تحلیل عوامل اصلی رقابتی محصول
- رویکرد قیمت‌گذاری، بازاریابی و تبلیغات و تدوین استراتژی و الگوی ورود به بازار
- جمع‌بندی و تعیین ظرفیت اسمی، سهم از بازار، برنامه تولید

در ۸۵ رشته صنعتی تولیدکنندگانی که کمتر از ۲٪ سهم بازار را در اختیار داشته باشند قدرت ماندگاری و رقابت ندارند.

وجوه و مؤلفه‌های حیاتی در تجاری سازی

۲. وجوه و مؤلفه‌های فنی و تکنیکالی

- ارائه و تعریف یک نیاز فنی ، فرآیندی یا توسعه ایی.
- بررسی قابلیت‌های کاربردی محصول و آینده آن
- ارزیابی وضعیت فناوری و جایگاه آن در فضای فناورانه کشوری؛ منطقه‌ای یا جهانی (چرخه عمر، سطح پیچیدگی ، ...)
- ارزیابی وجوه مختلف فرآیند دستیابی به فناوری (بعد فنی، زمانی، هزینه‌ای)
- بررسی امکان تولید محصول نمونه و پیش بینی امکان ادامه فرآیند (آزمایشگاهی، آزمایشی، نیمه صنعتی ، صنعتی)
- تدوین پروپوزال اجرای مقدماتی و ساخت نمونه اولیه و مقایسه با نمونه‌های مشابه
- شناسایی موانع، مواد، فرایندها و تدوین فرآیند تولید آزمایشگاهی محصول
- شناسایی فرایندهای بالا دستی و پایین دستی
- تولید آزمایشگاهی محصول (Prototype)، تست و صحه‌گذاری بر اساس استانداردهای رایج
- آزمون مقدماتی محصول از سوی مشتریان، رفع موانع و نواقص فرآیندی و محصول و اثبات امکان پذیری فنی، تدوین طرح تولید آزمایشی
- تولید آزمایشی (تولید نمونه مهندسی شده)، با مشخصات و قابلیت‌های کاربردی و رقابتی

وجوه و مؤلفه‌های حیاتی در تجاری سازی

- ارزیابی تولید نیمه صنعتی با توجه به الزامات فرآیندی بخش‌های بالادستی و پایین دستی
- تدوین نقشه (Layout) تجهیزات و تاسیسات، نحوه تامین مواد اولیه، نیازمندی‌های تاسیساتی (یوتیلیتی)، پرسنلی، آموزش، ثبت اختراع
- تولید نیمه صنعتی، اخذ مجوزهای اولیه محصول، فرآیند و فضای بهره برداری، نهایی کردن زنجیره تامین و فرآیند خدمات پس از فروش
- تدوین منحنی عمر تکنولوژی تولید و محصول، امکان اخذ مجوزهای ملی و بین‌المللی (CE, GMP, ISO)
- تدوین طراحی مفهومی (Conceptual)، طراحی پایه (Basic)، طراحی تفصیلی (Detailed)، جانمایی، P&ID, BFD, PED, ...
- ارزش گذاری دانش فنی (Technology Valuation)

بر اساس گزارش WTO در ۷۲ رشته صنعتی (از ۱۲۸ رشته شناسایی شده) طول عمر تکنولوژی کمتر از ۵ سال و در ۳۵ رشته صنعتی طول عمر تکنولوژی کمتر از ۱۰ سال است.

وجوه و مؤلفه‌های حیاتی در تجاری‌سازی

۳. مؤلفه‌های مالی و اعتباری و الگوی کسب و کار

- دریافت حمایت مالی از دانشگاه (پروپوزال در قالب ایده‌های تحقیقاتی دانشگاهی)
- دریافت حمایت مالی از پژوهشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی (تعریف و تدوین طرح پژوهشی با هدف تست آزمایشگاهی فرآیند محصول)
- دریافت حمایت مالی از معاونت‌های تحقیقاتی، پژوهشی و فناوری سازمان‌ها و نهادهای حکومتی (تعریف طرح تولید آزمایشی با هدف اثبات استانداردهای رایج محصول یا فرآیند و ارائه نمونه محصول به مصرف‌کنندگان)
- دریافت حمایت مالی از پژوهشگاه‌های صنعتی، مراکز رشد، پارک‌های علمی-فناوری، صندوق‌های ریسک پذیر، بنگاه‌ها و سازمان‌های صنعتی دولتی، سرمایه‌گذاران ریسک پذیر خصوصی (V.C)، اخذ تسهیلات کوتاه مدت (تولید نیمه محصول با هدف ورود به بازار و معرفی محصول یا فرآیند و اخذ تاییدیه‌های اولیه)
- مشارکت با سرمایه‌گذاران خصوصی، مشارکت با نهادها و سازمان‌های سرمایه‌گذاری خصوصی، مشارکت با سازمان‌های توسعه‌ای دولتی، اخذ تسهیلات میان‌مدت یا بلندمدت و اجرای مستقل طرح (طرح تولید صنعتی)

وجوه و مؤلفه‌های حیاتی در تجاری سازی

۴. مؤلفه‌های انسانی

داشتن یک اختراع خوب کافی نیست، تجاری سازی موفق نیازمند داشتن **تیم‌های تخصصی** است.

- تیم مدیریت فناوری
- تیم مطالعات بازار، بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی
- تیم مدیریت حقوقی و مالکیت فکری
- تیم مالی و اداری

مدل‌های تجاری سازی دانش و تکنولوژی

• مدل های خطی:

مراحل تجاری سازی بصورت یک مسیر خطی مرحله به مرحله طی می شود. این مدل ها گاهی با جریان های موازی از فعالیت های مکمل همراه است که با هدف حداکثر کردن شانس تجاری سازی انجام می شود.

۱. مدل رندال گلداسمیت (Randal Goldsmith)

- ❖ این مدل ترکیبی ماتریسی از عناصر فنی، مالی و کسب و کار را به صورت متوالی و همزمان به نمایش می گذارد.
- ❖ کل فرآیند ایده تا محصول و بلوغ کسب و کار در این مدل مشخص شده است.
- ❖ در این مدل ۳ جریان اصلی در فرآیند تجاری سازی در ۶ گام طی می شود.
- ❖ مراحل تجاری سازی در این مدل شامل فاز مفهومی، فاز توسعه ای، و فاز رشد است.



۱- مدل رندال گلداسمیت (Randal Goldsmith)

	TECHNICAL	MARKET	BUSINESS
CONCEPT PHASE			
STAGE 1 Investigation	STEP 1 Technology Analysis	STEP 2 Market Needs Assessment	STEP 3 Venture Assessment
DEVELOPMENT PHASE			
STAGE 2 Feasibility	STEP 4 Technical Feasibility	STEP 5 Market Study	STEP 6 Economic Feasibility
STAGE 3 Development	STEP 7 Engineering Prototype	STEP 8 Strategic Market Plan	STEP 9 Strategic Business Plan
STAGE 4 Introduction	STEP 10 Pre-Production Prototype	STEP 11 Market Validation	STEP 12 Business Start Up
GROWTH PHASE			
STAGE 5 Growth	STEP 13 Production	STEP 14 Sales and Distribution	STEP 15 Business Growth
STAGE 6 Maturity	STEP 16 Production Support	STEP 17 Market Diversification	STEP 18 Business Maturity

۱- مدل رندال گلداسمیت (Randal Goldsmith)

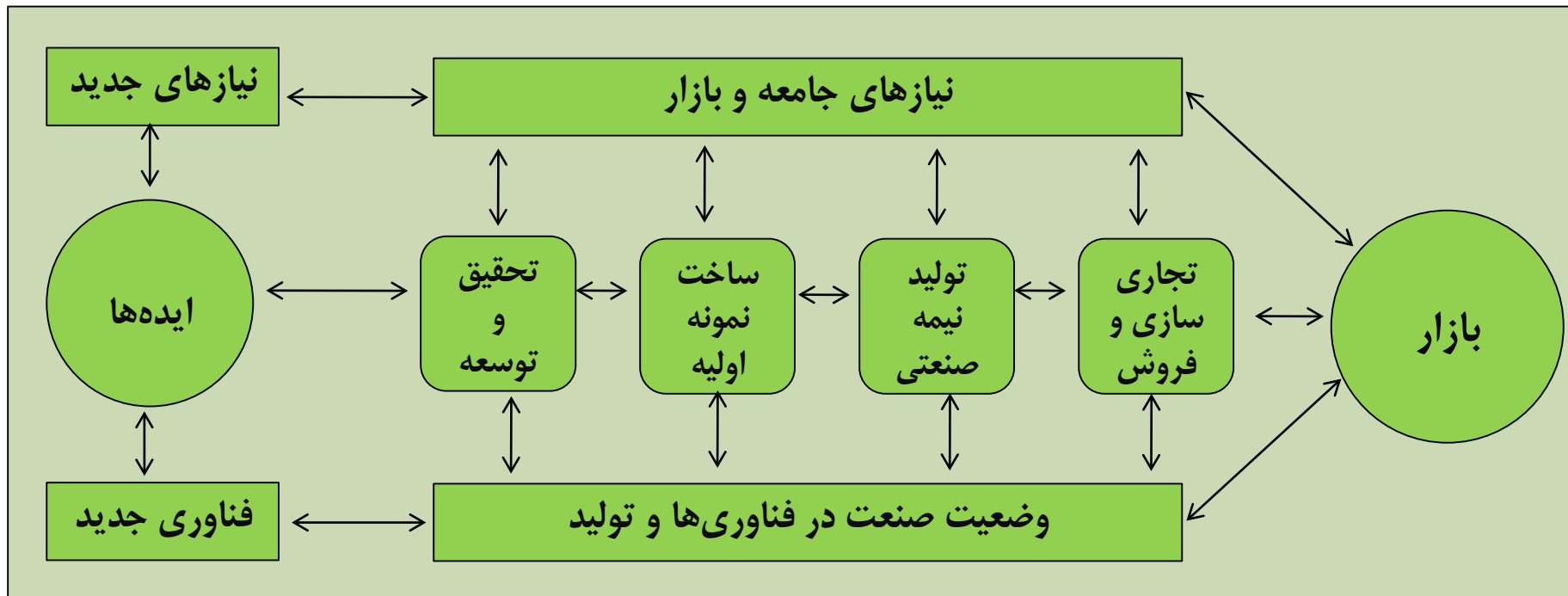
مرحله ۱: مفهوم			
نام: ۱. پژوهش	- تعریف مفهوم - تایید فرضیات اساسی - بررسی وضع صنعت - شناسایی منابع عمده - ارزیابی قابلیت اجرا - تعیین فناوری	- ارزیابی بازار - بررسی رفتار بازار - ساختار قیمت گذاری - شناسایی منابع بازار - شناسایی مخاطرات - شناسایی کانال های توزیع - شناسایی روندها و رقبا	- آزمایی سرمایه گذاری - تحسین سود بالقوه - ارزیابی های تجاری - شناسایی نیازهای تخصصی - شناسایی نیازهای سرمایه
مرحله ۲: ایجاد			
نام: ۲. امکان پذیری	- امکان پذیری فنی - آزمون ویژگی های فنی - ارزیابی قابلیت تولید اولیه - ارزیابی امنیت و محیط - نهایی کردن طرح ها	- مطالعه بازار - شناسایی و تعیین اندازه بازار، مشتریان، حجم تولید، قیمت ها، توزیع، رقبا	- امکان پذیری اقتصادی - تنظیم فرضیات مالی - ایجاد پروفرما - شناسایی سرمایه گذاران - تشکیل تیم مشاوره
نام: ۳. ایجاد	- مهندسی نمونه اولیه - ایجاد نمونه اولیه - شناسایی مواد و فرایندها - ایجاد روش های ساخت و تولید	- طرح بازار راهبردی - شناسایی تیم بازاریابی - تعریف بازار هدف - انتخاب کانال های بازار - آزمون میدانی	- کسب و کار راهبردی - انتخاب راهبرد تجاری سازی - شناسایی تیم مدیریتی - انتخاب ساختار سازمانی - نوشتن طرح کسب و کار
نام: ۴. معرفی	- نمونه اولیه قبل از تولید - ایجاد نمونه اولیه تولید - تعیین و انتخاب فرایند تولید - طراحی سیستم پشتیبانی - نمونه نمایشی ویژگی های محصول	- اعتبار سنجی بازار - ایجاد روابط بازار - اجرای فروش محدود - تجزیه و تحلیل فروش و مشتریان، اصلاح بازاریابی	- آغاز کسب و کار - ایجاد وظایف کسب و کار - استخدام کارکنان - اجرای قراردادهای تامین مرحله اول نیازهای مالی
مرحله ۳: تجاری			
نام: ۵. رشد	- تولید - آماده کردن طرح تجاری - ایجاد کنترل کیفی - ایجاد و ساخت تسهیلات - اجرای تولید در مقیاس وسیع - نهایی کردن سیستم توزیع داخلی	- توزیع و فروش - گسترش توزیع - تجزیه و تحلیل واکنش رقبا - ارزیابی رضایت مشتریان - ارزیابی رضایت از توزیع - اصلاح ویژگی های محصول	- رشد کسب و کار - بررسی مولعیت شرکت - استخدام و آموزش پرسنل - اجرای قراردادهای تامین مالی - تعیین رسالت، مأموریت و سیاست های مدیریت
نام: ۶. بلوغ	- پشتیبانی تولید - حداکثر کردن تولید - خدمات پس از فروش - تضمین خدمات - اجرای برنامه آموزشی	- تنوع بازار - توسعه جایگاه بازار - بررسی بازار - شناسایی بازارهای جدید - شناسایی محصولات جدید	- بلوغ کسب و کار - تحلیل SWOT - سرمایه گذاری سودها - بررسی چرخه عمر محصول - بررسی فناوری های مدیریتی

۱- مدل رندال گلداسمیت (Randal Goldsmith)

- ✓ حرکت در این مدل از راست به چپ و از بالا به پایین است.
- ✓ در این مدل، فرآیند از یک مرحله به مرحله بعد یا از یک گام به گام بعد نمی‌رود؛ مگر اینکه مباحث فنی، بازار و کسب و کار آن تبیین شده باشد.
- ✓ الگوی این مدل لزوم ایجاد تیم تجاری‌سازی از همان ابتدا را گوشزد می‌نماید.
- ✓ عده‌ای معتقدند این مدل برای تجاری‌سازی ایده‌های کاملاً جدید مناسب است و برای نوآوری تدریجی یا ارتقا و بهبود محصولات به کار نمی‌رود.
- ✓ عدم اشاره به قابلیت برگشت به گام قبلی در برخورد با موانع

۲- مدل راس ول و زیگفیلد

- ✓ مدلی متجزئیات عوامل بازار و فنی مشخص نشده و فضای کسب و کار به صورت ضمنی مورد تاکید قرار دارد.
- ✓ والی که در آن جریان فنی در وسط قرار دارد و دائماً در تعامل با بازار و تحولات فناوری است.



۳. مدل سانگ و گیپسون

سطح ۴: تجاری سازی

✓ سطح ۱: افراد توسعه دهنده، تحقیقات را به دانش توسعه می دهند، سپس نتایج را به شیوه های گوناگون منتشر می کنند.

سطح ۳: اجرا

✓ سطح ۲: بین توسعه دهندگان فناوری و کاربران تقسیم مسئولیت می شود. موفقیت در این مرحله در گرو انتقال فناوری میان افراد یا مرزهای سازمانی است و اینکه توسط کاربران درک و مورد قبول واقع شود.

سطح ۲: اشتراک

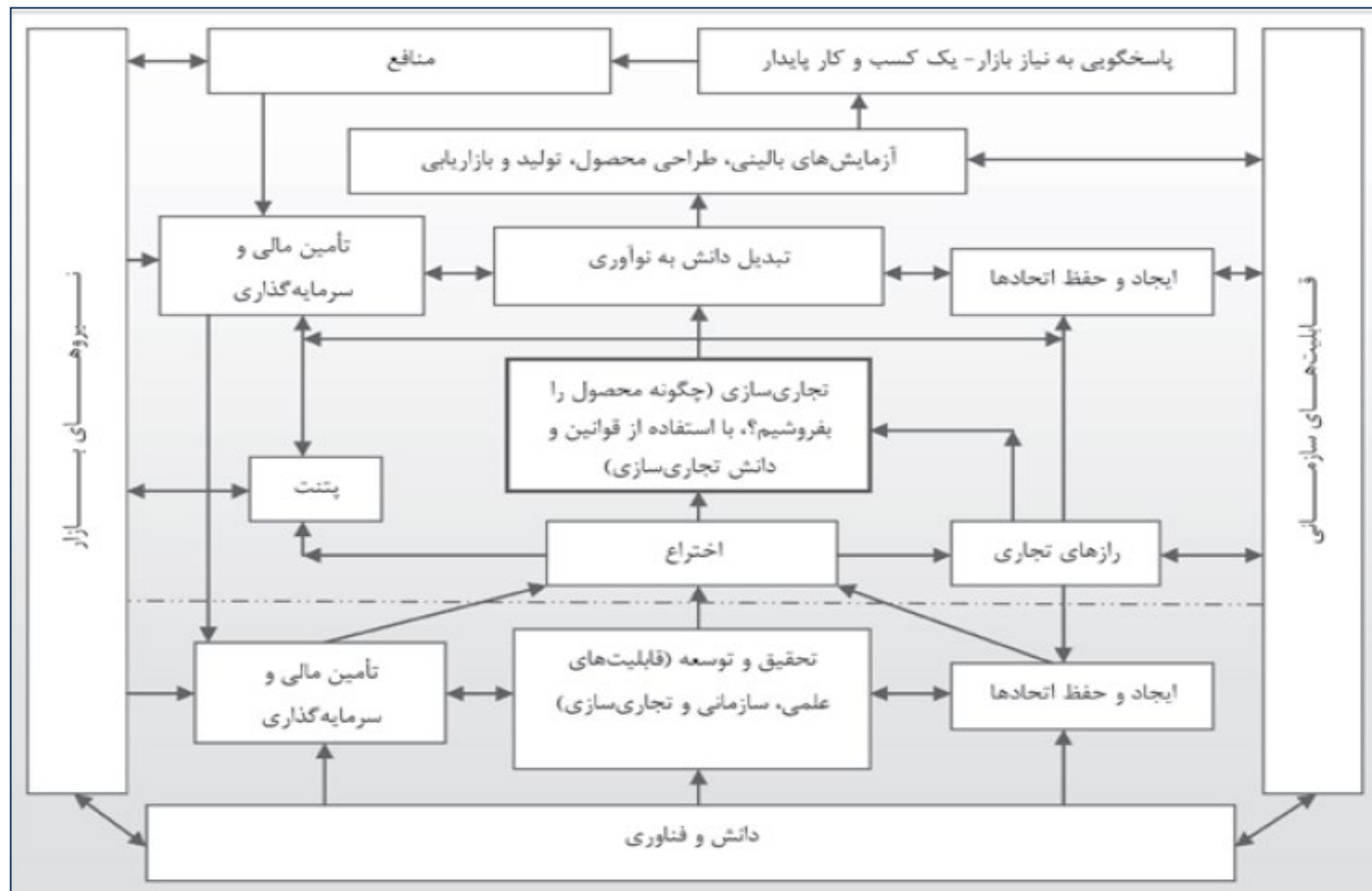
✓ سطح ۳: موفقیت در گرو استفاده به موقع و اثربخش از فناوری و اجرای آن است.

سطح ۱: ایجاد دانش و فناوری

✓ سطح ۴: فناوری تجاری شده و مورد استفاده قرار می گیرد ولی موفقیت آن منوط به پایداری در بازار است.

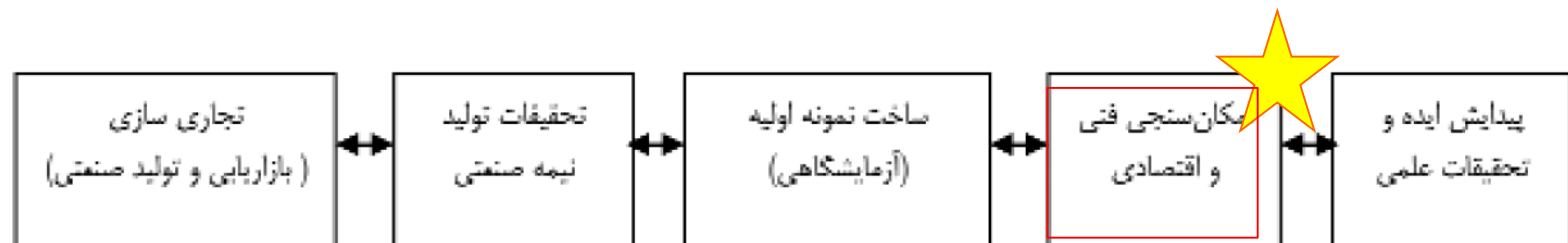
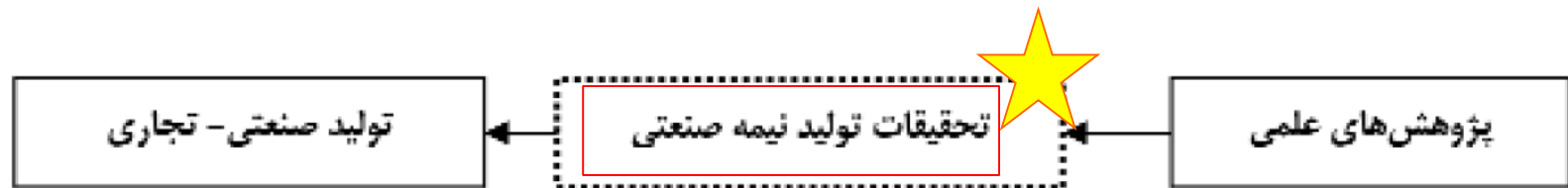
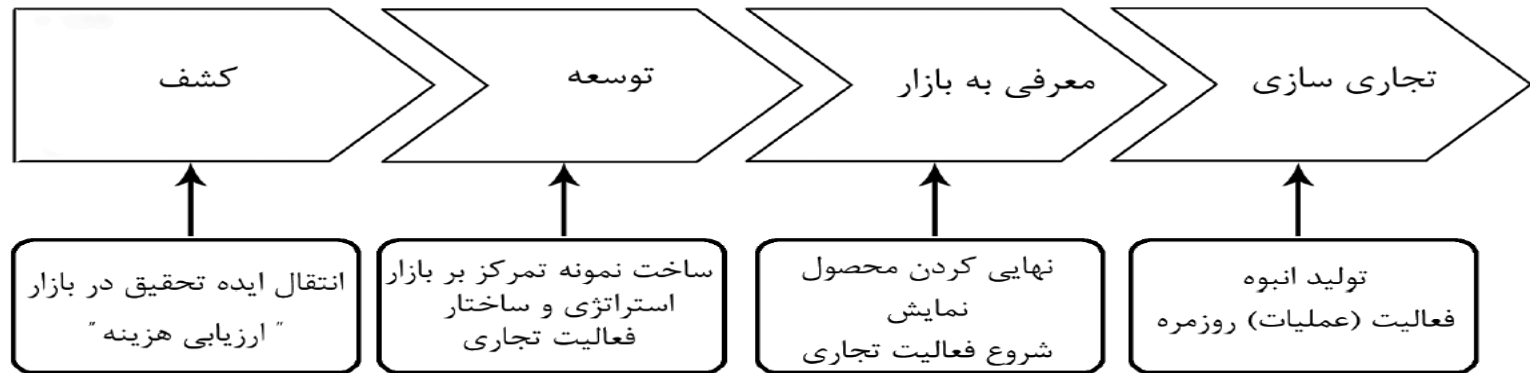


مدل ترکیبی



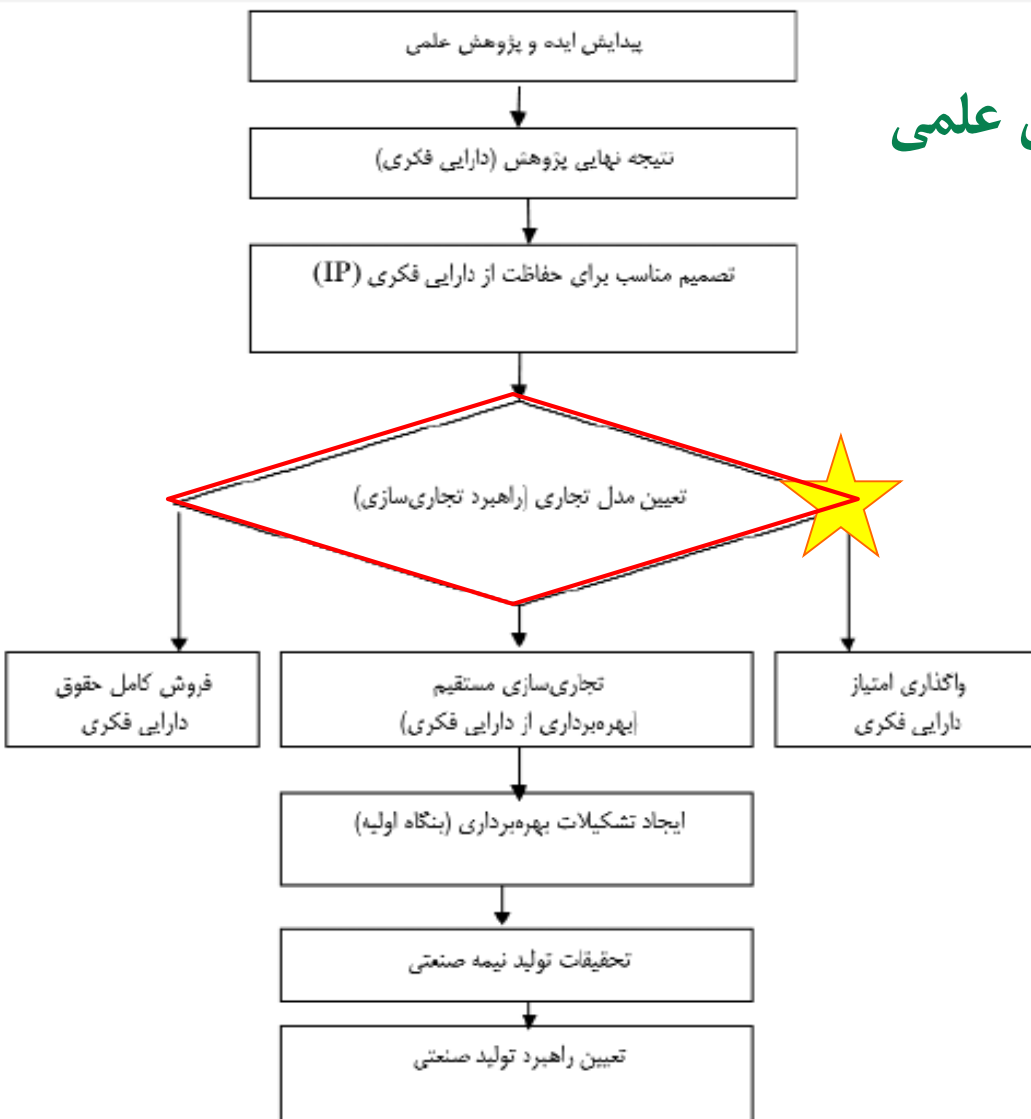


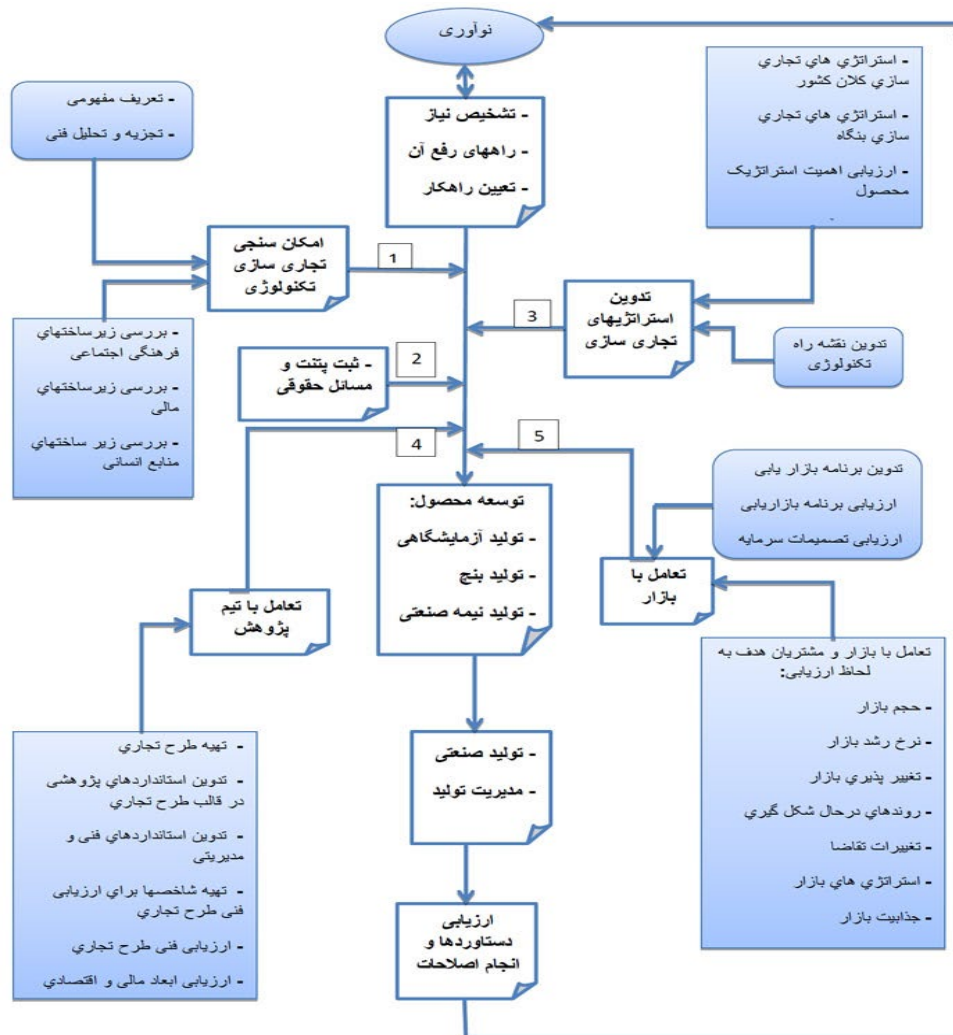
پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی
Iranian Institute of Medicinal Plants





مراحل اصلی تجاری سازی دستاوردهای علمی





مدل پیشنهادی



۱. طرح ایده (طرح تحقیقاتی)

- بررسی مقدماتی بازار: اندازه بازار، ارزش افزوده، رقبا در بازار، قیمت ها و ...
- بررسی روند توسعه فناوری (آینده پژوهی)، سطح فناوری ، رقبای فناوری
- ارزیابی تیم حاضر در امکان دستیابی به فناوری
- انجام آزمایش‌های اولیه در امکان دستیابی به محصول
- ارزیابی مدت زمان دستیابی به فناوری و محصول
- پیگیری جهت دریافت حمایت های مالی از دانشگاه‌ها ، مراکز تحقیقاتی و ...



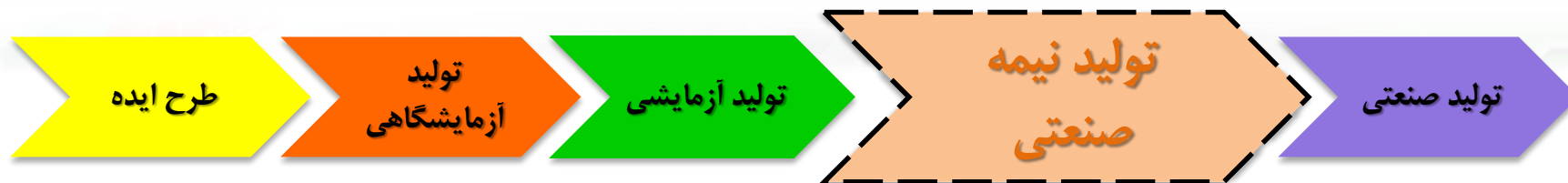
۲. تولید آزمایشگاهی

- ساخت نمونه‌های اولیه محصول و ارزیابی مشخصات کمی و کیفی و قابلیت‌های کاربردی
- مقایسه با استانداردهای رایج و محصولات مشابه
- ارزیابی مقدماتی محصول توسط مشتریان، بررسی فرایندهای صحت‌گذاری محصول توسط مراجع
- شناسایی کامل مواد و فرایندهای تولیدی و نیازمندی‌های بالادستی و پایین دستی
- ارزیابی تحولات بازار و فناوری و پایش فرآیند انتخابی
- تعریف بازار هدف و کانال‌های ورود به بازار
- ارتباط و تعامل با مشتریان و تیم‌های بازرگانی



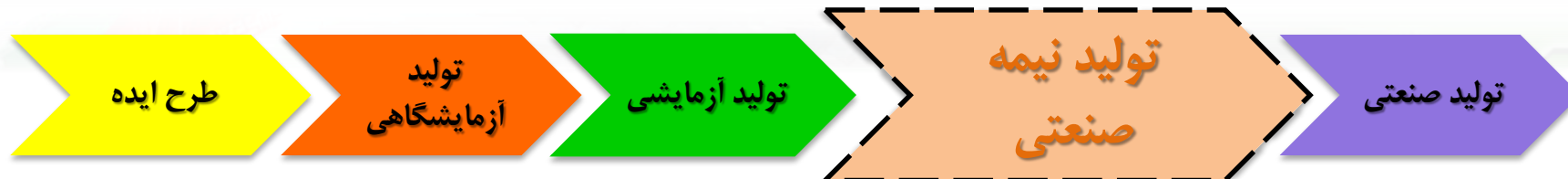
۳. تولید آزمایشی

- تولید نمونه مهندسی شده محصول با مشخصات فنی و قابلیت‌های کاربردی رقابتی
- مقایسه با استانداردها و ارزیابی محصول توسط مراجع نظارتی و اخذ تاییدیه اولیه
- تولید در مقیاس پایین و ارائه محصول به کاربران و اخذ نظرات (آزمون میدانی)
- ارزیابی اقتصادی فرآیند تولید و میزان ارزش افزوده محصول در فضای رقابتی
- ارزیابی قابلیت تولید صنعتی با توجه به الزامات تولید صنعتی و فرآیندهای تولید
- پیگیری و اقدام جهت ثبت پتنت، اختراع، حقوق مالکیت فکری
- ارزیابی و پایش بازار و توانمندی‌های رقابتی فناوری
- تعامل با تیم‌های بازرگانی و مشتریان و اجرای فروش محدود، ارزیابی و تجزیه تحلیل داده‌ها
- تهیه گزارش پیش‌امکان‌سنجی و تحلیل فنی - اقتصادی فرآیند تولید
- دریافت حمایت از معاونت‌های فناوری، سازمان‌ها و نهادهای دولتی یا خصوصی و ورود به مراکز رشد



۴. تولید نیمه صنعتی

- تولید نیمه صنعتی بررسی نظام یافته علمی _ کاربردی است برای پاسخ قطعی به پرسشهای امکانسنجی
- تولید و عرضه محدود محصول مهندسی شده با قابلیت های فنی و کاربردی رقابتی
- ارزیابی و کنترل کیفی محصول و نهایی کردن فرآیند تولید با توجه به ضرورت ایجاد ارزش افزوده
- رعایت الزامات تولیدی برای خط تولید و محل بهره برداری و اخذ تایید مراجع نظارتی
- ارزیابی رضایت مشتریان از قابلیت های محصول و در صورت ضرورت اصلاح محصول تجاری
- طراحی و ایجاد سیستم بسته بندی، توزیع ، بازاریابی و بازاریابی محصول
- بررسی زنجیره و سیستم های تامین ، تولید ، توزیع و خدمات و تدوین الگوی زنجیره تامین



۴. تولید نیمه صنعتی (ادامه)

- ارزیابی اقتصادی فرآیند تولید با توجه به هزینه های تولید، ارزش افزوده ایجاد شده و قیمت تمام شده (تدوین گزارش توجیهی طرح کسب و کار (BP))
- پیگیری جهت دریافت حمایت مالی از پژوهشگاه های صنعتی، صندوق های ریسک پذیر، بنگاه ها و سازمان های صنعتی دولتی، سرمایه گذاران ریسک پذیر خصوصی (V.C)، اخذ تسهیلات کوتاه مدت
- تعامل جدی با بازیگران اصلی فضای کسب و کار (بازرگانان، سرمایه گذاران، نهادهای نظارتی) و حرکت برای همکاری دراز مدت
- اجرای قرارداد محدود فروش
- تامین منابع مالی کم بهره و کوتاه مدت
- تعیین اهداف، آرمان ها و سیاست های کلان مدیریتی برای فضای کسب و کار

طرح ایده

تولید
آزمایشگاهی

تولید آزمایشی

تولید نیمه
صنعتی

تولید صنعتی

۵. تولید صنعتی

- تولید با بالاترین کیفیت رقابتی فنی و کاربردی محصول
- دستیابی به سهم مشخص از بازار و تولید در حداکثر ظرفیت ممکن
- ارائه خدمات پس از فروش مداوم و ارزیابی و تحلیل نظرات مشتریان
- اخذ مجوزهای بهره برداری، کیفی محصول (ISO, CE)، خط و فضای تولید (GMP)
- تدوین دانش فنی در ابعاد مختلف (انسان افراز، نرم افراز، سخت افراز، سازمان افراز)
- ارتقاء کیفی محصول و خطوط تولید با هدف ایجاد ارزش افزوده و کسب رضایت مشتریان و سهم بازار
- توسعه بازار و شناسایی بازارهای جدید، بررسی امکان ورود به بازار منطقه‌ای
- ارزیابی و پایش فضای کسب و کار، تحولات بازار و تقاضای آتی
- پایش چرخه عمر فناوری، محصول و فرآیند تولید و توسعه فعالیت های تحقیقاتی و فناورانه (R&D)
- لزوم تدوین برنامه استراتژی و تحلیل SWOT

SPIN OFF مدلی برای ایجاد کسب و کار و تجاری سازی

✓ SPIN OFF یک مدل کسب و کار است که درون یک انکوباتور شکل می گیرد.

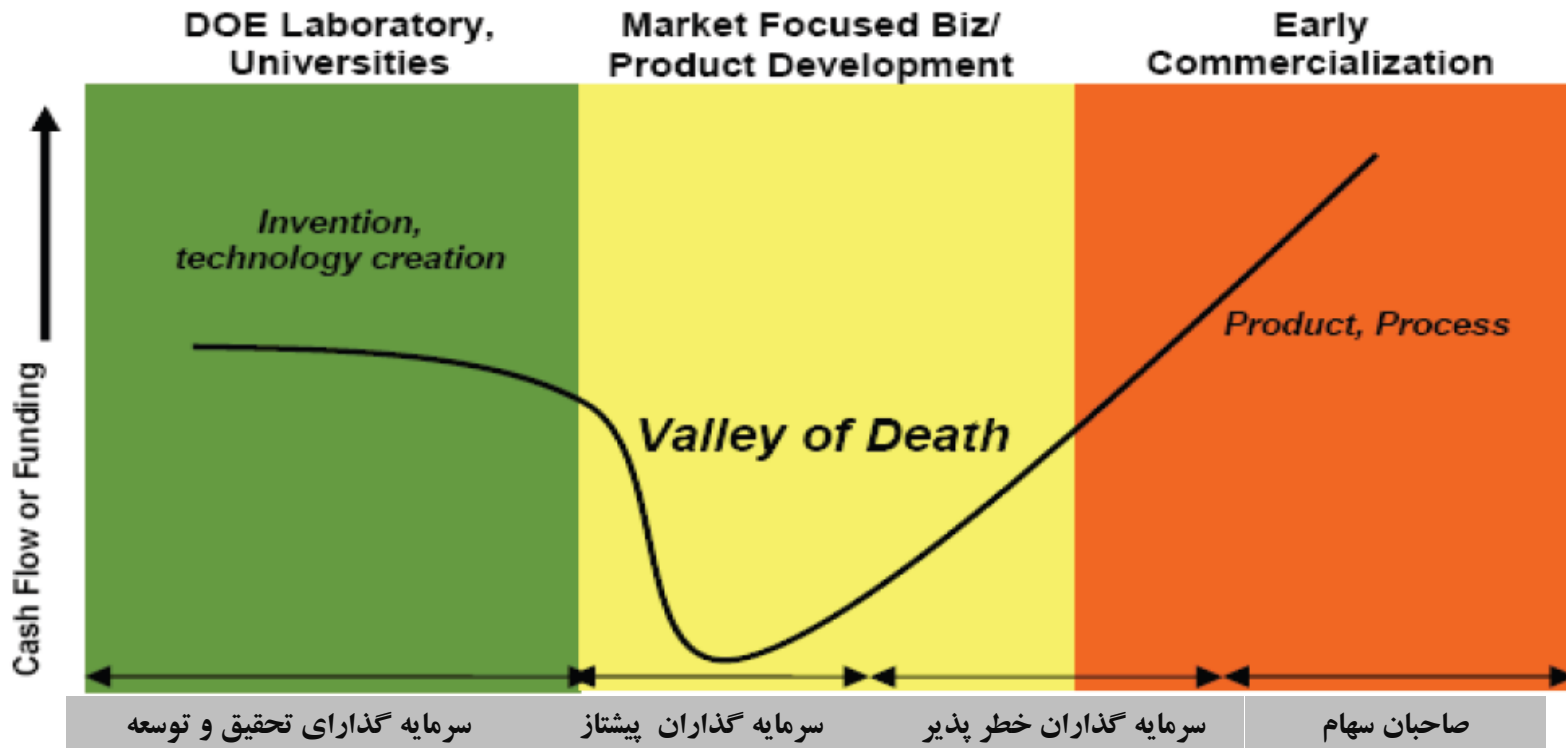
✓ در این مدل در یک فرایند تدریجی از نقش دانشگاه کاسته شده و به تدریج به نقش صنعت افزوده می شود. در نهایت در مرحله ی رهاسازی SPIN OFF ، دانشگاه بطور کامل از چرخه خارج می شود.

✓ تشکیل یک شرکت SPIN OFF نیاز به انکوباتور دارد. انکوباتور تأمین کننده ی مکان فیزیکی، سرمایه ی اولیه، شبکه سازی و تشکیل خوشه ها، تأمین منابع تخصصی و کارشناسی و همچنین تأمین سرمایه های خطر پذیر است .



SPIN OFF مدلی برای ایجاد کسب و کار و تجاری سازی

✓ نقش شرکت‌های SPIN OFF در فرآیند تجاری سازی طرح‌های پژوهشی، کمک به رساندن محصول به بازار و پرکردن دره مرگ است.



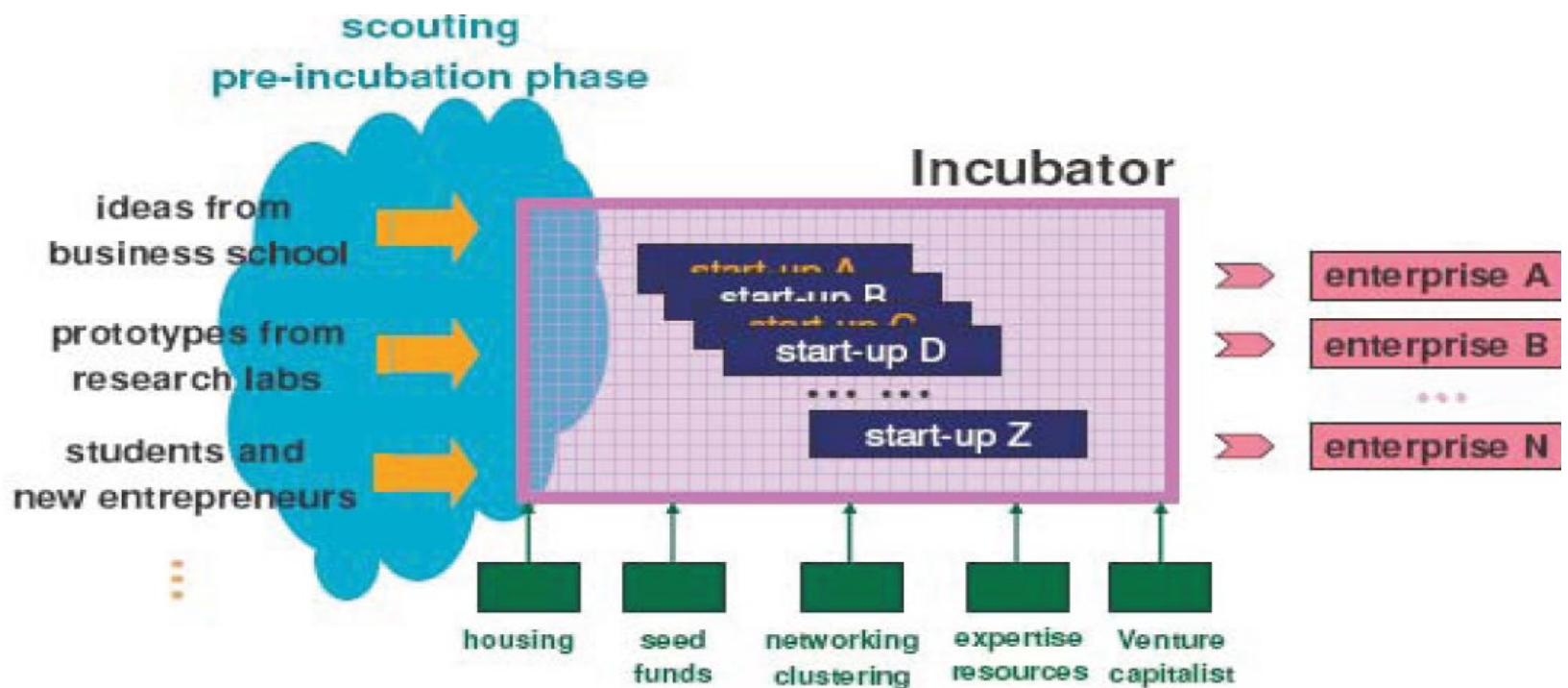
SPIN OFF مدلی برای ایجاد کسب و کار و تجاری سازی

✓ شرکت‌های SPIN OFF به عنوان واسطه‌ای بین دانشگاه و صنعت وظایفی چون تست‌های کارایی و عملکردی سخت افزاری و نرم افزاری، نمونه‌سازی محصول، قابلیت کاربردی، مستندسازی، جذب حمایت مشتری، تولید، معرفی و توزیع اولیه محصول به بازار، و را بر عهده دارند.

research	innovations	performance testing	usability, documentation	customers support	market driven customization	product marketing
R&D projects, publications	patents, intellectual property rights	functional trial, HW/SW	product prototype	product introduction into market, dissemination	product upgrade	mass market products
Universities	Spin-off companies			Global Enterprise		

SPIN OFF مدلی برای ایجاد کسب و کار و تجاری سازی

✓ تشکیل یک شرکت SPIN OFF نیاز به انکوباتور دارد. انکوباتور تأمین کننده ی مکان فیزیکی، سرمایه ی اولیه، شبکه سازی و تشکیل خوشه ها، تأمین منابع تخصصی و کارشناسی و همچنین تأمین سرمایه های خطر پذیر است.

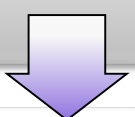




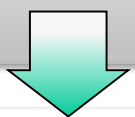
راهبردهای تجاری سازی دانش و فناوری

- راهبردهای تجاری سازی در حقیقت روش های بهره برداری از فناوری ایجاد شده توسط یک شرکت برای ورود به محیط بازار می باشد.

بهترین روش و راهبرد بهره برداری باید:



هزینه تولید را
کاهش دهد.



ارزش افزوده بالایی
ایجاد کند.



قدرت نفوذ و رقابت
را افزایش دهد.



ریسک بازار را
کاهش دهد.

راهبردهای تجاری سازی دانش و فناوری

محقق یا صاحب دانش فنی مجوز بهره‌برداری از دانش خود را به طور کامل واگذار می‌کند

کم‌ریسک‌ترین روش تجاری‌سازی با ارزش افزوده اندک برای محقق

تمرکز محقق بر توسعه فناوری و عدم ورود به دغدغه‌های بازار

راهبرد اول:

واگذاری کامل مجوز بهره‌برداری

راهبردهای تجاری سازی دانش و فناوری

صاحب دانش فنی در توسعه فناوری متخصص می شود؛ ضمن اینکه معرفی و شهرت فناوری برای محقق باقی می ماند.

برای شرکت های بزرگ تهیه چنین مجوزهایی بدون صرف زمان و هزینه در R&D بسیار مطلوب است.

برای صاحب فناوری یک تجاری سازی ساده و سریع و نه سود آور بوده، البته قدرت چانه زنی برای فروش به روزرسانی های بعدی باقی است.

راهبرد دوم :
واگذاری محدود مجوز بهره برداری
Licensing

راهبردهای تجاری سازی دانش و فناوری

صاحبان فناوری با دریافت تسهیلات یا بدون آن نسبت به ایجاد شرکت و تولید تجاری اقدام می نمایند.

قدرت تصمیم گیری سریع (چابک) و اعمال نظر بسیار بالاست.

ریسک سرمایه گذاری برای صاحب دانش فنی بالاست.

منافع ناشی از ارزش نقدی فناوری عاید صاحب آن نمی شود.

راهبرد سوم:

سرمایه گذاری انفرادی

راهبردهای تجاری سازی دانش و فناوری

صاحب فناوری ضمن مشارکت با سرمایه گذاران دولتی یا خصوصی نسبت به ایجاد شرکت و تولید تجاری اقدام می نماید.

قدرت تصمیم گیری محدود یا بسیار محدود.

ریسک سرمایه گذاری بشدت کاهش می یابد.

دانش فنی ارزش نقدی پیدا کرده و آورده محسوب می گردد.

راهبرد چهارم:

سرمایه گذاری سهامی

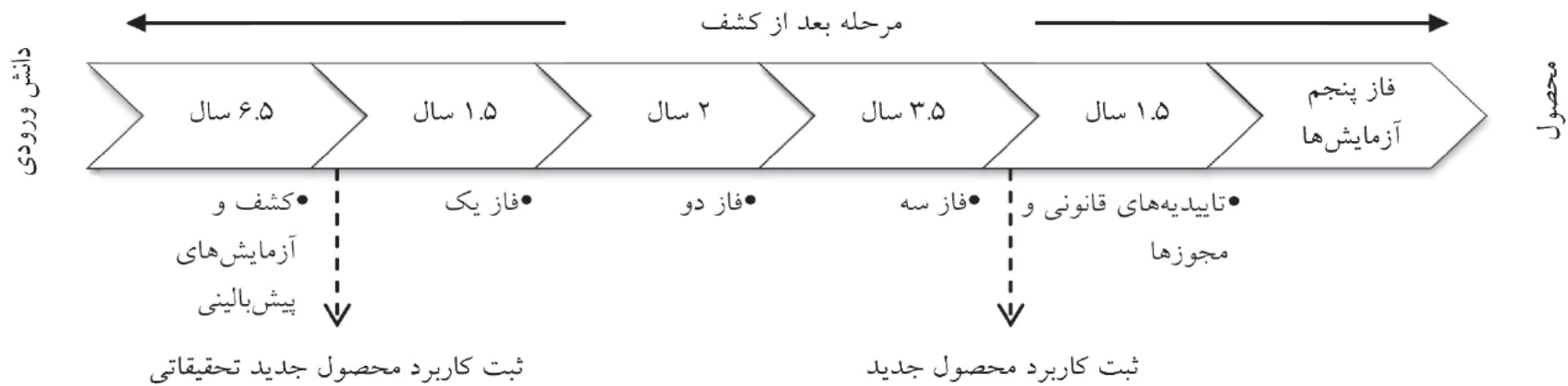


ساز و کارهای بهره‌برداری از زیست‌فناوری در ایران (مطالعه موردی)

✓ زیست فناوری پس از فناوری اطلاعات موج دوم اقتصاد دانش محور شناخته شده است.

✓ بازار محصولات زیست فناوری در ایران بیش از ۱۰۰۰۰ میلیارد ریال برآورد می‌شود و ارزش داروهای زیستی حدود ۲۰۰۰

میلیارد ریال



✓ سازوکار راه اندازی با ۸۰٪ استفاده پرکاربردترین راهبرد است.

✓ راهبرد مشارکت با ۱۵/۵٪ و فروش یا واگذاری با ۴/۴٪ در مرتبه های بعدی انتخاب محققان و تولید کنندگان حوزه زیست

فناوری قرار دارند .

عوامل موثر در موفقیت تجاری سازی فناوری

- تجاری سازی فناوری فرآیندی پیچیده و متاثر از عوامل متعدد زیر ساختی از جمله: بینش و آگاهی، فناوری، کسب و کار، اجتماعی، حقوق، سیاسی و است. اغلب لایه سیاست گذاری و زیر ساختی با عوامل بینشی در هم تنیده است.
- در بسیاری از موارد بینش های مردم مسیر تجاری سازی فناوری را تنگ و باریک می کند (برنج تراریخته).
- تجربه نشان داده تغییر سیاست های نهادهای تصمیم گیری به شدت بر فضای کسب و کار و تجاری سازی فناوری ها موثر است (کیت تشخیص آلودگی غذا، آب و کیت تشخیص ایدز).

لایه	زمان لازم تغییر	بازیگران	خروجی
بینش ها	دراز مدت	عناصر تاثیر گذار مانند: استادان، معلمان، رهبران، رسانه ها و	چشم اندازها، اهداف، استراتژی ها، رفتارها و ...
سیاست ها	میان مدت و کوتاه مدت	اجزای مختلف حکومت	قوانین و مقررات، آئین نامه ها و ...
زیر ساخت ها و خدمات	کوتاه مدت	مسئولان سازمان ها، مراکز، و بازیگران فناوری، بازار و صنعت	خدمات مورد نیاز تجاری سازی فناوری

عوامل موثر در موفقیت تجاری سازی فناوری

- **بازار** مهمترین عامل در فرآیند تجاری سازی فناوری است که به تنهایی موفقیت یا شکست کل زنجیره را باعث می شود (بازاریابی، بازار سازی)
- سطح **فناوری** موجود و نیمه عمر ماندگاری آن
- سطح **هزینه های سرمایه گذاری** در فرآیند تجاری سازی و بنیه مالی سرمایه گذاران
- **مدت زمان** صرف شده در طی مسیر تجاری سازی
- توانایی ها و مهارت های فنی و علمی تیم برای مقابله با تغییرات فناوری یا لزوم ارائه خدمات فنی و...
- توانایی و مهارت های کسب و کار؛ شناخت فضای بازار و نحوه تعامل، تعیین صحیح الگوی تجاری سازی (۸۰٪ شرکت های High-Tech موفق، مدیرانی متخصص دارند)
- انگیزه های مالی و حقوقی برای مخترعان، مؤسسان و کارمندان
- ایجاد بستری از تفکر اکونومیک در افراد و سازمان های آکادمیکی که به دنبال خلق ثروت هستند.



دلایل موفقیت شرکتهای موفق در تجاری سازی فناوری

- ✓ ارزیابی صحیح از پتانسیل و تقاضای بازار و پایش دائمی آن
- ✓ ارتباط دائم با بازار و خریداران محصول، فرآیند یا فناوری و اطلاع از نیازهای آنان
- ✓ ارتباط دائم با مراکز R&D، دانشگاهها و متخصصین فناوری
- ✓ توانایی همکاری با صاحبان سرمایه و سرمایه گذاران خطرپذیر
- ✓ انتخاب مناسب محل اجرای طرح و نزدیکی به قطبهای حمل و نقل
- ✓ عدم هدایت مدیریت کلان طرح توسط گروههای تکنیکال یا آکادمیک
- ✓ ارزیابی و دیده بانی منطقه ای و جهانی فناوری و پایش یا ارتقا فرآیند
- ✓ تاکید بر منابع انسانی و مدیریت دانش در بنگاه به عنوان ثروت و سرمایه



ایجاد مراکز تجاری سازی فناوری (کریدورهای تجاری سازی)

- ساختارهای انگیزشی و آموزش های آکادمیک به تنهایی قادر به پیشبرد فرآیند تجاری سازی نیستند.
- طراحی و پیاده سازی نهادهای کارآمد ملی و منطقه ایی به منظور تسهیل فرآیند تجاری سازی ضروری است.

شکل های مختلف مراکز تجاری سازی

فن بازارها
ملی و منطقه ایی

شرکت های
مادر تخصصی

کریدورهای
حمایتی

مراکز رشد

پارک های علم
و فناوری
(دره سیلیکون آمریکا)

دفاتر تجاری
سازی فناوری
(TCO)

✓ مرکز تجاری سازی دانشگاه کالیفرنیا در سال ۱۹۲۶ تاسیس شده است.

✓ مرکز تجاری سازی بیوتکنولوژی بلژیک: حمایت از مالکیت فکری و تجاری سازی طرح های ۹ دانشگاه مختلف

مهمترین نقش مراکز تجاری سازی

- ایجاد ارتباط با نهادهای دولتی و مراجع نظارتی و تسهیل فرآیندهای بوروکراتیک رایج
- تامین منابع اطلاعاتی (اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی، حقوقی و ...)
- ارائه مشاوره های اقتصادی (تبیین فضای کسب و کار، تسهیل تصمیم گیری و تصمیم سازی)
- تسهیل ارتباط SME ها با نهادهای صنعتی، سرمایه گذاری و حقوقی
- تبیین نیازمندی های فنی صنایع مختلف
- ارزیابی و ارزش گذاری دانش و فناوری
- تعیین حقوق مالکیت فکری، حمایت از ثبت اختراع و پتنت های فناورانه
- برگزاری دوره های آموزشی تجاری سازی (ارزیابی اقتصادی، ارزش گذاری دانش فنی، تحلیل و آنالیز مالی و ...)

مدل‌های ایجاد مراکز تجاری سازی

الف . دفاتر تجاری سازی داخل مراکز تحقیقاتی

- ❖ تعاملات راحت تر بین بخش‌های تحقیقاتی و تجاری سازی
- ❖ برای مراکز تحقیقاتی کوچک هزینه بر و دشوار است

ب . مراکز تجاری سازی وابسته و خارج از مراکز تحقیقاتی

- ❖ تاثیرپذیر از سیاست‌ها و استراتژی نهاد بالادستی
- ❖ ارتباط با بخش‌های تحقیقاتی در قالب قرارداد یا تفاهم‌نامه
- ❖ امکان توسعه فعالیت برای مراکز تحقیقاتی
- ❖ امکان پوشش دادن به سلايق مختلف در حوزه‌های فنی متفاوت
- ❖ آزادی عمل در تامین منابع (مالی، تخصصی و ...)
- ❖ افزایش هزینه‌های راه‌اندازی و بهره‌برداری

مدل‌های ایجاد مراکز تجاری سازی (ادامه)

ج . مراکز تجاری سازی مستقل دولتی یا خصوصی

- ❖ استقلال در سیاست‌گذاری از مراکز تحقیقاتی و داشتن استراتژی‌های عملیاتی مشخص
- ❖ امکان ایجاد ارتباط با مراکز تحقیقاتی متعدد و متنوع
- ❖ امکان ایجاد شبکه ارتباطی بین مراکز تحقیقاتی با یکدیگر و مراکز صنعتی
- ❖ هزینه‌های بالاتر ایجاد
- ❖ عدم ارتباط تنگاتنگ با متخصصین و مراکز پژوهشی
- ❖ احتمال قطبی شدن فعالیت‌ها و ارتباطات

کریدورهای تجاری سازی

- ❖ مجموعه ای متشکل از چندین شرکت یا کارگزار (ایستگاه) برای ارائه خدمات توسعه فناوری
- ❖ هر شرکت یا کارگزار به صورت تخصصی بخشی از "خدمات توسعه فناوری" را ارائه می دهد.
- ❖ بخشی از حمایت مالی از شرکت های فناور از طریق دریافت خدمات و پرداخت یارانه انجام می شود.
- ❖ تسهیلات مالی و حمایت های اعتباری مستقیم با تایید کارگزاران کریدور.

نوع خدمات و کارگزاری ها:

- ❖ کارگزار بررسی فناوری و محصول و ارزیابی سطح فناوری
- ❖ کارگزار مستندسازی فناوری
- ❖ کارگزار مطالعات اقتصادی، فنی و مالی (تدوین طرح توجیهی)
- ❖ کارگزار ثبت اختراع داخلی و بین المللی
- ❖ کارگزار رصد و انتقال فناوری
- ❖ کارگزار رصد بازار و بازاریابی داخلی، منطقه ای و بین المللی
- ❖ سرمایه گذاران خطرپذیر
- ❖ کارگزار خدمات حقوقی و قضایی
- ❖ کارگزار خدمات مالی، صدور ضمانت نامه مالی، پیش خرید محصول
- ❖ کارگزار فنی، مهندسی و تولید
- ❖ و

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

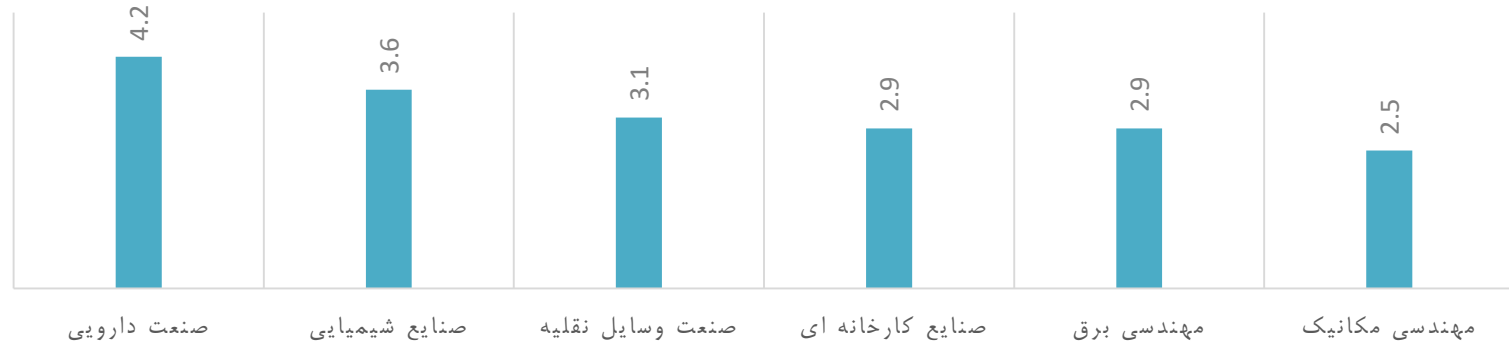
- ✓ تا قبل از دهه ۱۳۶۰ تقریباً تمام نیاز دارویی کشور از خارج تامین می‌شد و تولیدکنندگان اندک داخلی رقابت‌پذیری چندانی نداشتند.
- ✓ واگذاری شرکت‌های دارویی تحت مالکیت خارجی به سازمان صنایع ملی ایران به‌عنوان آغاز حرکتی پیشرونده در صنایع دارویی کشور همواره مطرح بوده است.
- ✓ صنعت داروسازی کشور اکنون علی‌رغم ادعای تولید ۹۷٪ داروی مورد نیاز در داخل (به شکل فرآورده نهایی)، کماکان با چالش‌های جدی و عدم رقابت‌پذیری و ... مواجه می‌باشد.
- ✓ راه ورود به کلوپ تجارت جهانی دارو و ایجاد شرکت‌های دارویی فرا ملی چیست؟ شناخت افتراق‌ها
- ✓ تفاوت‌های اساسی: مدیریت صنعت دارویی ایران با صنایع مشابه کشورهای پیشرو و ...

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

الف. هزینه های صرف شده در سرمایه

❖ صرف هزینه در سرمایه در صنعت داروسازی نسبت به سایر صنایع به طور چشمگیری بیشتر است.

هزینه های صرف شده در سرمایه در صنایع مختلف (بر حسب درصد)



❖ بررسی های انجام شده نشان می دهد در ۵ سال گذشته بطور متوسط سالانه باید ۹۷.۸ میلیارد تومان صرف

به روزرسانی سرمایه گذاری های صورت گرفته در صنایع دارویی کشور می شد.

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

ب. آینده محوری

- ❖ تحقیقات حاکی از هزینه های سنگین **پیش کشف تا عرضه دارو** به بازار است. یعنی در حدود ۱ میلیارد دلار و صرف زمانی نزدیک ۱۰ سال و غربال حدود ۱۰ هزار ترکیب دارویی.
- ❖ صنعت داروسازی پس از شرکت های خدماتی بیشترین اهمیت آینده محوری و تطبیق با زمان را به خود اختصاص می دهد.
- ❖ توجه به آینده و اتخاذ رویکرد آینده نگر از اهداف اصلی و پاسخی به چالش های پیش رو است.

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

ب. آینده محوری

رتبه بندی ۱۰ صنعت برتر برای سرمایه گذاری	
۱	خدمات غذایی
۲	خدمات درمانی، داروخانه و ...
۳	توايد دارو
۴	خطوط ریلی
۵	توليد مواد غذایی
۶	توليدات خانگی
۷	خدمات فناوری اطلاعات
۸	گاز و برق
۹	خرده فروش های تخصصی
۱۰	خطوط هوایی

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

پ. تحقیق و توسعه

❖ متوسط هزینه تحقیق و توسعه در صنایع دارویی ۱۳ کشور اروپایی معادل ۱۷٪ درصد فروش دارو در آن کشورها است.

نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش دارو در ۱۳ کشور اروپایی			
کشور	هزینه تحقیق و توسعه صنعت دارو (میلیون یورو)	فروش دارو (میلیون یورو)	نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش دارو (درصد)
بلژیک	1884	5222	36/1
بریتانیا	6525	22875	28/5
فنلاند	239	869	27/5
اتریش	433	2249	19/3
دانمارک	1052	5537	19
آلمان	4662	26219	17/8
سوئیس	3071	19690	15/6
سوئد	875	6688	13/1
فرانسه	4167	34276	12/2
یونان	84	704	11/9
هلند	505	5664	8/9
اسپانیا	885	14004	6/3
ایتالیا	118	22455	5/3
میانگین R&D به فروش			17%

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

پ. تحقیق و توسعه (ادامه)

- ❖ هر چه شرکت‌ها جایگاهشان در تجارت دارو ضعیف‌تر می‌شود، نیاز به تحقیق و توسعه را بیشتر باید احساس کنند و ورود خود به بازارهای جهانی و منطقه‌ای را از مسیر تحقیق و توسعه بهبود بخشند.
- ❖ بودجه صرف شده در تحقیق و توسعه دارو در جهان و در سال ۲۰۰۹ بالغ بر ۷۵ میلیارد دلار بوده که ۴۶٪ مربوط به آمریکا، ۱۴٪ ژاپن و ۴۰٪ مربوط به کشورهای اروپایی بوده است.
- ❖ در ایران سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه از درآمد ناخالص ملی حدود ۰.۵٪ است یعنی حدود یک ششم کشورهای پیشرفته صنعتی (البته در صنعت داروسازی گاهی به این رقم هم نمی‌رسد!).
- ❖ متوسط هزینه تحقیق و توسعه در حوزه داروی کشور آمریکا ۱۷٪، در صنایع پیشرفته ۱۰٪ و در خودرو ۳.۹٪ است.

ردیف	نام شرکت	فروش (میلیارد دلار)	هزینه تحقیق و توسعه (میلیارد دلار)	سهم هزینه تحقیق و توسعه از فروش (به درصد)
۱	Pfizer	۶۸.۸۱	۷.۶	۱۱.۲
۲	Novartis AG	۵۳.۳۲	۷.۱۲	۱۳.۳۵
۳	Merck & Co	۴۵.۹۹	۴.۷۸	۱۰.۴
۴	Glaxo Smith Kline	۴۲.۸۱	۶.۳۷	۱۴.۹
۵	J & J	۳۷.۰۲	۵.۳۴	۱۴.۴
	میانگین	۴۹.۴	۶.۲۴	۱۲.۶

مطالعه موردی: صنعت داروسازی

ت. هزینه‌های اطلاع‌رسانی دارویی و بازاریابی

❖ ۱۲ شرکت داروسازی پیشرو در جهان سالانه معادل ۳۴٪ از فروش محصولات خود را صرف بروزرسانی دانش تخصصی و تجویز دارو از سوی پزشکان و بازاریابی دارو می‌کنند.

❖ نشر اطلاعات علمی و کاربردی حوزه دارو باعث تجویز منطقی دارو و ارتقا اثربخشی آن و رضایت بیماران می‌گردد.

❖ تجویز غیر منطقی و نامناسب دارو از چالش‌های اصلی حوزه دارو در کشور است (اطلاع رسانی نامناسب).

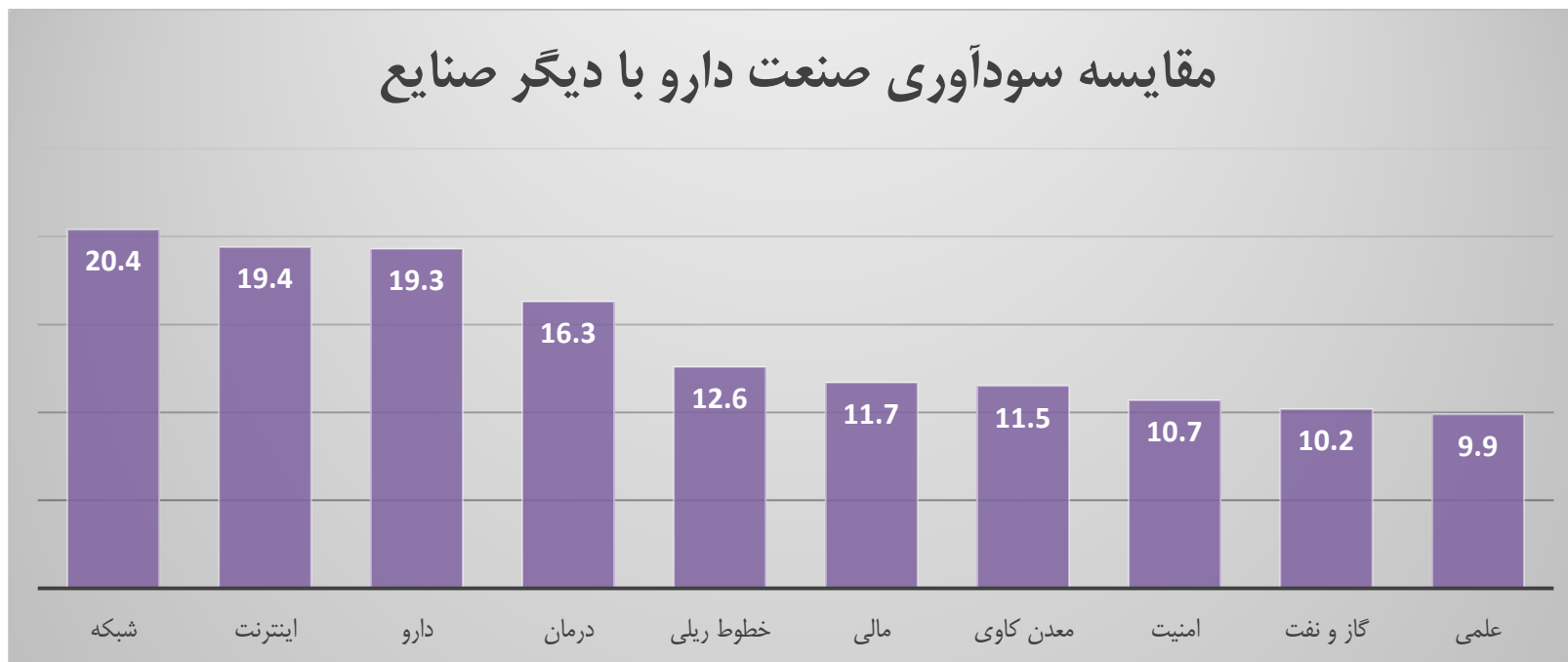


مطالعه موردی: صنعت داروسازی

ث. سودآوری

❖ بر اساس طبقه بندی ۵۳ صنعت سودآور جهان از سوی مجله فورچون در سال ۲۰۲۰، صنعت داروسازی تنها با ۱٪ اختلاف نسبت به صنعت شبکه و خدمات اینترنتی در جایگاه سوم قرار گرفته است.

مقایسه سودآوری صنعت دارو با دیگر صنایع



مطالعه موردی: صنعت داروسازی

ث. سودآوری (ادامه)

- ❖ سود صنایع دارویی در سال ۲۰۰۹ در ۱۲ شرکت برتر دنیا معادل ۲۰٪ بوده که در سال ۲۰۲۰ تحت تاثیر رکود جهانی و پاندمی کرونا به ۱۵٪ رسیده است (تورم صفر و نرخ بهره ۲٪).
- ❖ امروز دنیا برای اداره صنایع داروسازی خود دریافته که اگر این صنعت دارای جذابیت لازم و سودآوری مطلوب نباشد، تجهیز صنایع و نیروی انسانی بالقوه برای پاسخگویی به انتظارات و نیازمندی‌های این صنعت میسر نمی‌شود.
- ❖ معادل ۷۵٪ ارزش هر واحد دارویی که یک بیمار اروپایی یا آمریکایی ساکن کشورهای صنعتی مصرف می‌کند مربوط به هزینه‌های تحقیق و توسعه، اطلاع رسانی دارویی، بروزرسانی استانداردها و تجهیزات دارویی و سود تولید کننده است.
- ❖ در کشور ما ۷۵٪ قیمت فروش دارو را مواد اولیه و هزینه‌های مستقیم و غیر مستقیم تولید تشکیل می‌دهد.



مطالعه موردی: صنعت داروسازی

ث. سودآوری (ادامه) - سود به درآمد در ۱۲ شرکت داروسازی بزرگ جهان

رتبه	شرکت	سود به درآمد (%)
1	Pfizer	12.2
2	Johnson & Johnson	21.8
3	Merck	1.9
4	Abbott Laboratories	13.13
5	Eli Lilly	22
6	Bristol –Myers squibb	15.9
7	Amegen	30.7
8	Gilead Sciences	36.5
9	Mylan	6.3
10	Allergan	12.2
11	Biogen Idec	21.2
12	Genzyme	9.3
میانگین		15.2%



پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی
Iranian Institute of Medicinal Plants



مطالعه موردی

تاییدیه‌ها و الزامات قانونی در صنعت گیاهان دارویی در راستای تجاری‌سازی محصولات

مقدمه‌ای بر زنجیره تولید فرآورده‌های گیاهی

صنایع هدف

تولید شش‌پایه
مانع‌زدایی

تماس با ما | درباره ما

English | جستجو

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

سازمان غذا و دارو
HDA

میز خدمت | غذا و آشامیدنی | دارو | تجهیزات و ملزومات پزشکی | طبیعی، سنتی و مکمل

آرایشی و بهداشتی | آزمایشگاه | پایش مصرف | معاونت توسعه | حوزه ریاست | معاونت های غذا و دارو

$${}_{12}^{19}4{}_{13}^{X_{\infty}}$$

$$({}^{NT\wedge S}j"({}^X_{\approx}j"{}^6{}_J\mu))"{}_{IC}\times_2^{0/00}$$

$$"({}_{\geq 2}^{+B6}-"{}_{12}^{X^5}$$

فرآورده‌های گیاهان دارویی از ایده تا بازار





مراحل اخذ مجوز در صنایع مختلف زیرمجموعه سازمان غذا و دارو

صنایع غذایی

- ۳ برگی
- ثبت برند
- قرارداد در زیرساخت تولید با ظرفیت خالی

دارویی (طبیعی، سنتی، مکمل)

آرایشی – بهداشتی

- ۳ برگی
- ثبت برند
- قرارداد در زیرساخت تولید با ظرفیت خالی

اخذ مجوز تولید از اداره کل امور فرآورده‌های طبیعی، سنتی و مکمل

English | جستجو

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

سازمان غذا و دارو
IFDA

اداره کل امور فرآورده‌های طبیعی، سنتی و مکمل

درباره ما
فرآیندها
قوانین / مقررات
آمار و اطلاعات
کمیته‌ها و کمیسیون‌ها
قیمت گذاری
سامانه‌ها
سوالات متداول
اطلاعات تماس

سامانه تیتک:
www.ttac.ir

تنها مرجع معتبر
مورد تایید سازمان غذا و دارو:

چگونگی بررسی اصالت
فرآورده‌های سلامت محور

برای بررسی اصالت فرآورده، با خراشیدن لایه پوشاننده، کد ۱۶ رقمی را با یکی از روش‌های زیر استعلام نمایید:

ارسال پیامک
به شماره:
۲۰۰۰۸۸۲۲

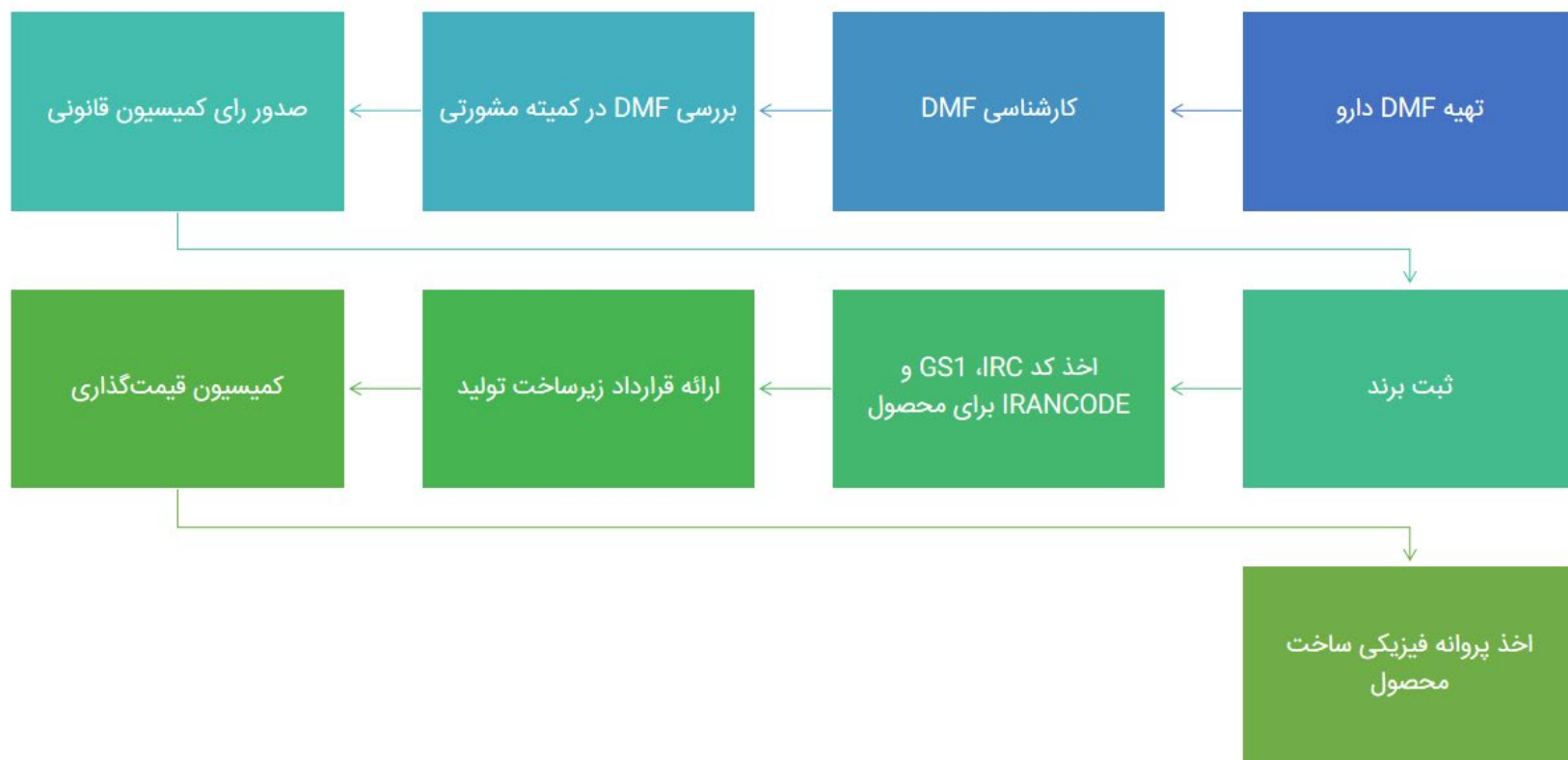
مراجعه
به وبسایت
www.ttac.ir

از طریق
اپلیکیشن
TTAC



$$\cdot \pi^{6S}, \quad {}^U_3A \, {}^S_3 \div_3 \approx \div_2 \div_6 D^{6S}, \quad 2^{\times 0/005} \times_3^{3/4} ZW^{TW}_D \div_9^{0/05} C$$

مراحل حائز اهمیت اخذ مجوز در یک نگاه





موارد حائز اهمیت در DMF

نام و شکل دارو	نام و مشخصات اجزا طبیعی به کار رفته در فرمولاسیون	فرمولاسیون کامل دارو	روش دقیق تهیه عصاره و اسانس	روش کامل ساخت فرآورده نهایی
مورد مصرف/ خاصیت	نحوه و مقدار مصرف	عوارض جانبی	تداخل های دارویی	مشخصات اجزا طبیعی به کار رفته در فرمولاسیون
شرح کامل آزمایشاتی که روی محصولات نهایی به منظور کنترل انجام می شود	شرایط نگهداری و مدت پایداری مورد مصرف	مندرجات بسته بندی محصول و بروشور	منابع علمی مربوطه	ذکر مشابه خارجی محصول
ارائه روش و نتایج آزمایشات حیوانی	ارائه نتایج کارآزمایی بالینی			

نمونه رای کمیسیون



سیزدهمین جلسه تاریخ: ۱۳۹۹/۰۶/۱۹

کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)

- ۷۱ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست سنابل دارو، ثبت دبیرخانه شماره ۷۴۱/۳۳۶۲۵ تاریخ ۱۳۹۹/۰۵/۲۷ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Hyssopus officinalis* - *Adiantum capillus-veneris* - *Althea officinalis* - *Foeniculum vulgare*، شربت، نام تجاری زوفی بل، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۲ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست سلامت گستر آرتیمان، ثبت دبیرخانه شماره ۶۶۵/۹۸۳۷۳ تاریخ ۱۳۹۸/۱۰/۲۹ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام گل صغیر یا ورد، کپسول، نام تجاری آر تی گاستریت *Artigastrit*، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۳ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست سبز دارو، ثبت دبیرخانه شماره ۱۰۰۰/۵۲۷۶۲ تاریخ ۱۳۹۹/۰۵/۰۱ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Ananas comosus* (bromelain)، کپسول، نام تجاری ، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۴ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست داروسازی تهران دارو، ثبت دبیرخانه شماره ۱۱۳/۲۳۳۰۶ تاریخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۲ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Oenothera biennis*، کپسول نرم، نام تجاری ایونویل پلاس، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۵ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست بهین اکسیر هستی، ثبت دبیرخانه شماره ۶۶۵/۳۵۸۸۶ تاریخ ۱۳۹۹/۰۴/۱۷ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Silybum marianum*، کپسول ، نام تجاری ، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۶ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست نوریا درمان پاسارگاد، ثبت دبیرخانه شماره ۳۷۵/۳۰۱۷۸ تاریخ ۱۳۹۹/۰۵/۱۹ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Glycine max*، کپسول ژلاتینی نرم، نام تجاری ، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۷ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست جی فارمد اسپادانا، ثبت دبیرخانه شماره ۶۶۵/۱۳۶۶۲ تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۱۵ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Trigonella foenum-graecum*، شربت، نام تجاری ، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.
- ۷۸ در سیزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک)، با توجه به شرایط ذکر شده، با درخواست جهاد دانشگاهی، ثبت دبیرخانه شماره ۱۰۰۰/۲۷۳۶۱ تاریخ ۱۳۹۹/۰۳/۱۱ برای صدور پروانه ثبت (تولیدی)، فراورده به نام *Salvia officinalis*، کپسول ، نام تجاری ، با ارائه مدارک لازم و رعایت کلیه ضوابط و مقررات جاری این اداره کل، موافقت شد.

نمونه رای کمیسیون قیمت گذاری



انجمن تولید کنندگان داروها و فرآورده های گیاهان دارویی
Association of Producers of Herbal Medicines & Products (A.P.H.M.P.)

شماره: ۹۹/۳۰۷۱۲۲
تاریخ: ۱۳۹۹/۰۲/۱۹

فرمانده کل

جناب آقای دکتر رضا غلارزادگان
سرپرست محترم پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی

پس از ادای مراسم احترام، بدینوسیله به اطلاع می رساند قیمت محصولات مربوط به پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی که به شرح زیر در کمیسیون قیمت گذاری مورد تصویب قرار گرفته است جهت بررسی و اظهار نظر نهایی به اداره کل امور فرآورده های طبیعی، سنتی و تکمیل ارسال گردیده است.

ردیف	نام دارو	بسته بندی	فروش به پخش (ارز)	فروش به داروخانه (ارز)	قیمت مصرف کننده (ارز)
۱	دمنوش پومادران ایمنوپهریب	تی بگ، جعبه ۲۰ عددی	۱۲۶,۳۷۰	۱۲۲,۹۲۴	۲۰۰,۰۰۰
۲	قطره های سبز ایمنوپهریب	تی بگ، جعبه ۲۰ عددی	۲۷۲,۷۱۲	۳۰۶,۵۵۷	۳۷۲,۰۰۰
۳	دمنوش سنبل ایمنوپهریب	تی بگ، جعبه ۲۰ عددی	۱۲۹,۲۹۷	۱۲۷,۲۱۳	۲۰۴,۰۰۰
۴	دمنوش شربین بیان ایمنوپهریب	تی بگ، جعبه ۲۰ عددی	۱۲۹,۲۹۷	۱۲۷,۲۱۳	۲۰۴,۰۰۰
۵	دمنوش زارک ایمنوپهریب	تی بگ، جعبه ۲۰ عددی	۱۲۶,۳۷۰	۱۲۲,۹۲۴	۲۰۰,۰۰۰
۶	دمنوش لافری دکتر سینا	تی بگ، جعبه ۱۰۰ عددی	۷۶۸,۲۲۳	۸۶۰,۶۵۶	۱,۰۵۰,۰۰۰
۷	سوپر پلنت سینا پزوه	کیسه ۶۰۰ گرمی	۲۲۲,۷۰۶	۲۲۲,۹۵۱	۳۳۲,۰۰۰
۸	دمنوش	کیسه ۲۴ گرمی	۲۸۰,۵۶۲	۲۴۶,۳۲۰	۵۲۰,۰۰۰

بر اساس مصوبه کمیته تخصصی، چنانچه نسبت به تخفیف جایزه برای خریداران اقدام گردد بدون تردید و بلافاصله نسبت به تقلیل قیمت و اعلام به سازمان غذا و دارو اقدام خواهد گردید.

توجه: اقدام به تولید دالیت بر قبول این امر خواهد بود.

ایمان یگام باد
دکتر سید جعفر میرفغانی
رئیس انجمن و عضو هیئت مدیره





فرم‌های مربوط به کدهای IRC، GS1 و IRANCODE

فرم تاییدیه اطلاعات کالا

۱۳۹۹/۱۱/۱۸

تاریخ:

۱۳۹۹

زمان:

۲۲۲۳۵

کد عضو:

پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی

نام عضو:

ایران کد®

ردیف	نام موقت کالا	شماره فنی (00)	مرجع سازنده	001 خارجی	مشخصات فنی
۱	داروی گیاهی با عصاره چای سبز موثر بر کاهش وزن کپسول قوطی 30 عددی نام تجاری گرین هرب مرجع عرضه کننده پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی Herbal medicine, with green tea extract helps weight loss, capsule, can, 30 pieces, brand GREEN HERB, distributor INSTITUTE OF MEDICINAL PLANTS OF JAHAD DANESHGAHI		پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی		
واحد شمارش:	فرض	کلیدکد: ۱۱۱۱۱۱۱	نام پایه تکمیلی:	درزی گیاهی مدرن تک کپسول	کد و عنوان تهرقه (HS):
نظرات اصلاحی عضو:					

نام‌های موقت ارائه شده برای محصولات آن مجموعه محترم، فقط جهت بررسی کارشناسی از حیث تطابق با ماهیت محصولات می باشد. تایید و اعمال تغییرات درخواستی احتمالی آن عضو منوط به تطابق استانداردهای کدگذاری مرکز خواهد بود. خواهشمند است پس از دریافت این سند، ظرف مدت 1 هفته نقطه نظرات احتمالی خود را (تایید، عدم تایید) با درج مهر و امضا اعلام فرمایید.

در صورت عدم ارسال جوابیه، مندرجات سند فوق مورد تأیید تلقی شده و در سیستم ثبت خواهد شد.

تذکر 1: نظرات اصلاحی خود را در سطر مرتبط بصورت خوانا درج نمایید.

تذکر 2: بعد از کارشناسی، این سند را به آدرس cs.irancode@gmail.com ارسال نمایید.

تذکر 3: عضو گرامی خواهشمند است در اعلام تایید کد تهرقه (HS) و عنوان مربوطه، دقت لازم را مبذول دارید. زیرا که باتوجه به استفاده این اطلاعات در سیستم‌های عملیاتی دولت مانند ثبت سفارش، تعاملات و ... امکان تغییر و اصلاح آن (پس از تایید جنابعالی) امکان پذیر نمی باشد و تبعات آتی موضوع به عهده شما خواهد بود.

مهر و امضا

فرم‌های مربوط به کدهای IRC، GS1 و IRANCODE

پرستنامه اخذ شماره ثبت (IRC) مخصوص تولید
اداره کل نظارت و ارزیابی فرآورده های طبیعی ، سنتی و مکمل

نام اختصاصی - فارسی:
د | ا | ت | و | ک | س | ی | ن

* در صورتی که نام فرآورده اختصاصی شرکت است الصاق کپی گواهی ثبت نام فرآورده در اداره ثبت شرکتها الزامی است.

نام اختصاصی - انگلیسی:
D | E | T | O | X | I | N | E

BRAND Name (فارسی - تجاری):
د | ا | ت | و | ک | س | ی | ن

BRAND Name (انگلیسی - تجاری):
D | E | T | O | X | I | N | E

INN Name*:
S | o | p | h | o | r | a | l | o | p | e | c | u | r | o | i | d | e | z | ا | ن | ی | ا | ن

* عبارت است از نام ژنریک فرآورده

Dosage form: Capsule شکل فرآورده: *کپسول

Packing form: Bottle مشخصات بسته بندی: * نوع (بطری)
تعداد (1) عدد/مقدار (24) عدد کپسول
شکل عرضه:
بطری پلاستیکی به همراه لیبل و بروشور داخل جعبه مقوایی

Route of Administration: Oral روش مصرف: خوراکی

Daily dose: 3 Capsules after meal/Daily مقدار مصرف روزانه: روزانه 3 کپسول با هم بعد غذا

شرایط نگهداری: در جای خشک و خنک نگهداری شود.

* منظور از Dosage form شکل فرآورده دقیقا قبل از درج فرآورده به بدن و Packing form شکل بسته بندی آن است. (به عنوان مثال Bottle Dropper, Solution, Vial) و Powder.
* منظور نوع و تعداد کفیل بسته بندی است (به عنوان مثال 10 پلیستر 10 عددی قرص)

GS1 (GTIN) بارکد: (13 رقمی)
۶ ۲ ۶ ۲ ۲ ۲ ۳ ۵ ۰ ۰ ۶ ۷ ۳

* بارکد فرآورده در کشور مبدأ درج شود

دکتر سحر اکبرکار
رئیس پژوهشی - د - ۰۰۵۵

فرم‌های مربوط به کدهای IRC، GS1 و IRANCODE

← → ↻ Not secure | mcs.irancode.ir/Report/MemberGS1Report

MCS
IranCode® Members & Colleagues Administration System

سیستم مدیریت نمایندگان و اعضای ایران کد

ایجاد درخواست عضویت جدید

پورتال ایران کد

کاربر جاری: mem_22235 خروج

جستجو

کلید کد ملی
کد عضویت GS1
تا 1399/11/20
تاریخ صدور کد GS1 : از 1399/08/01

جستجو باک کردن فیلتر

گزارش کدهای GS1 صادر شده

دریافت نسخه قابل چاپ

کد ملی کالا	کد GS1	نام محصول	تاریخ صدور کد GS1
2122580222350002	6262223500765	داروی گیاهی ضد اعتیاد تلخه بیان کیسول جعبه 1 فوطی 24 عددی نام تجاری ایمودتوکسین مرجع عرضه کننده پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی	1399/11/06
2126880222350001	6262223500741	داروی گیاهی روغن مورد شکل محلول ظرف شیشه ای 60 mg نام تجاری ایموهرب مرجع عرضه کننده پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی	1399/10/23
2126180222350001	6262223500758	داروی گیاهی کالاندولا ضد التهاب و بهبود زخم و خراشیدگی و سوختگی شکل پماد نوع بسته بندی تیوب 60 g نام تجاری ایموهرب مرجع عرضه کننده پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی	1399/10/23

رکوردهای 1 الی 6 از 6

فرم‌های مربوط به کدهای IRC، GS1 و IRANCODE

← → ↻ ⚠ Not secure | ttac.ir/Main

سامانه جامع مدیریت و نظارت
بزرگراه دارو

کارتن‌های فراورده های شما صفحه اول

لیست فراورده های ثبت شده

جستجو: نام فراورده، کد فراورده، کد رسمی، نام شرکت، شناسه ملی شرکت، TIN

ردیف	کد فراورده	نام شرکت	نام کامل	GTIN	HS	نوع فراورده	تعداد در بهر	وضعیت	شروع اعتم	پایان اعتبار	تکمیل اطلاعات	سیاست گذاری
1	1641	جهاد دانشگاهی	PAJOH® CAP 30	0154		داروها...		فعال	11/29	11/29	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
2	6237	جهاد دانشگاهی	PAJOH® CAP 60	0185		داروها...		فعال	08/24	08/18	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
3	4705	جهاد دانشگاهی	TROPIC® CAP 30	0208		داروها...		فعال	07/06	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
4	0118	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 100	0192		داروها...		فعال	11/06	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
5	0557	جهاد دانشگاهی	120 ML SYRUP	0314		داروها...		فعال	04/25	04/25	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
6	1222	جهاد دانشگاهی	ERSILE® CAP 30	0130		داروها...		فعال	09/17	09/17	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
7	4264	جهاد دانشگاهی	H® 500 G POWD	0161		داروها...		فعال	11/28	11/28	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
8	8487	جهاد دانشگاهی	H® 500 G POWD	0178		داروها...		فعال	11/28	11/28	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
9	1340	جهاد دانشگاهی	2 G POWD 20	0529		داروها...		فعال	12/26	12/26	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
10	6226	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 20	0550		داروها...		فعال	02/19	02/19	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
11	6671	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 20	0536		داروها...		فعال	02/22	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
12	8417	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 20	0567		داروها...		فعال	02/22	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
13	3317	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 20	0505		داروها...		فعال	02/22	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
14	5160	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 20	0482		داروها...		فعال	02/22	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری
15	6937	جهاد دانشگاهی	2 G SACHET 20	0444		داروها...		فعال	02/22	02/22	تکمیل اطلاعات	مذا سیاست گذاری

بارگذاری فایل‌های XML
نمایش و مدیریت فایل‌ها
لیست فراورده های آزاد شده
بگیری فایل های مجری
بیش بینی و تعهدات تامین
بیش بینی و تعهدات تامین
آمار داروخانه/توزیع کننده/ت
برو فرم
کارتن‌های فراورده های شما
فراورده
کارتن‌های فراورده های شما

پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی Iranian Institute of Medicinal Plants



ثبت برند

تاریخ انتشار: ۱۳۹۷/۱۲/۱۲ شماره روزنامه: ۲۱۵۴۸ شماره صفحه روزنامه تهران: ۳۵

روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران

شماره نامه اداره ثبت: ۱۳۹۷۵۰۸۴۰۰۰۱۰۷۲۷۸ تاریخ نامه اداره ثبت: ۱۳۹۷/۱۲/۱۴

آگهی تقاضای ثبت علامت تجاری

ایمپوهرب
IMPOHERB

به موجب اظهارنامه ثبت علامت به شماره ۱۳۹۷۵۰۸۴۰۰۰۱۰۸۰۹۹۹ مورخ: ۱۳۹۷/۱۰/۱۶ علامت تجاری با مشخصات زیر تقاضای ثبت شده است. مالک اظهارنامه: نهاد جهاد دانشگاهی شماره ثبت: ۱۳۶۸۱ نشانی: استان تهران، شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، انقلاب، خیابان ۱۴ فروردین، خیابان انقلاب اسلامی، پلاک ۱۲۷۰، طبقه همکف، تهران، ایران. نماینده قانونی: آقای شمسعلی رشادده نشانی: استان البرز - شهرستان ساوجبلاغ - بخش چندار - دهستان چندار - آبادی (شرکت سوپا) - سوپا - بزرگراه کرج قزوین - بلوار کاوش - پلاک - طبقه همکف - اجزاء علامت: کلمه ایمپوهرب به فارسی و کلمه IMPOHERB به لاتین. طبق نمونه، در ضمن متقاضی نسبت به هر یک از کلمات ایمپو و هرب و IMPO و هرب HERB به تنهایی حق استفاده انحصاری ندارد. کالاها / خدمات / طبقه / طبقات: طبقه ۵: دمنوش های گیاهی برای مقاصد طبی، طبقه ۳۵: خرید و فروش، مراتب جهت اطلاع عموم آگهی میگردد. معترضین میتوانند ظرف سی روز از تاریخ انتشار این آگهی اعتراض خود را به این اداره تسلیم دارند. شماره پیگیری: ۹۷۱۲۰۴۸۲۶۱۳۶۳۸ لینک آگهی در سایت روزنامه رسمی: <http://www.rcoznamehramli.ir/News/ShowNews.aspx?Code=14493032>

صلحه ۱ از ۱

این روزنامه بصورت الکترونیکی و در قالب فایل PDF تولید و منتشر شده است. برای اطمینان از اعتبار و صحت امضاء دیجیتال و نسخه چاپی به نشانی مندرج در انتهای آگهی مراجعه نمایید.
رفع مسئولیت

مطالب آگهی های منتشر شده در روزنامه رسمی براساس چرخه مشخصی که از تقویم مفاد آن از سوی دبیرخانه قانونی به ادارات ثبت (شرکتها) در تهران و شهرستانها آغاز و پس از جری تشریفات مربوطه به صورت آگهی تسلیم روزنامه رسمی کشور برای انتشار می گردد. پیروی می نماید. لهذا این مرجع هیچگونه دخالتی در مفاد و مندرجات آگهی های مزبور نداشته و ندارد.

روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران

دستور تدوین: این روزنامه در دبیرخانه ثبت شرکتها و در کارهای رسمی است.
نظام اطلاعاتی مندرج در این کارهای رسمی در دسترس نیست. <http://ipo.ssaa.ir> قابل مشاهده می باشد.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۷/۱۲/۱۲ شماره روزنامه: ۲۱۵۴۸ شماره صفحه روزنامه تهران: ۳۵

روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران

شماره نامه اداره ثبت: ۱۳۹۷۵۰۸۴۰۰۰۱۰۷۲۷۸ تاریخ نامه اداره ثبت: ۱۳۹۷/۱۲/۱۴

آگهی تقاضای ثبت علامت تجاری

ایمپوهرب
IMPOHERB

به موجب اظهارنامه ثبت علامت به شماره ۱۳۹۷۵۰۸۴۰۰۰۱۰۸۰۹۹۹ مورخ: ۱۳۹۷/۱۰/۱۶ علامت تجاری با مشخصات زیر تقاضای ثبت شده است. مالک اظهارنامه: نهاد جهاد دانشگاهی شماره ثبت: ۱۳۶۸۱ نشانی: استان تهران، شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، انقلاب، خیابان ۱۴ فروردین، خیابان انقلاب اسلامی، پلاک ۱۲۷۰، طبقه همکف، تهران، ایران. نماینده قانونی: آقای شمسعلی رشادده نشانی: استان البرز - شهرستان ساوجبلاغ - بخش چندار - دهستان چندار - آبادی (شرکت سوپا) - سوپا - بزرگراه کرج قزوین - بلوار کاوش - پلاک - طبقه همکف - اجزاء علامت: کلمه ایمپوهرب به فارسی و کلمه IMPOHERB به لاتین. طبق نمونه، در ضمن متقاضی نسبت به هر یک از کلمات ایمپو و هرب و IMPO و هرب HERB به تنهایی حق استفاده انحصاری ندارد. کالاها / خدمات / طبقه / طبقات: طبقه ۵: دمنوش های گیاهی برای مقاصد طبی، طبقه ۳۵: خرید و فروش، مراتب جهت اطلاع عموم آگهی میگردد. معترضین میتوانند ظرف سی روز از تاریخ انتشار این آگهی اعتراض خود را به این اداره تسلیم دارند. شماره پیگیری: ۹۷۱۲۰۴۸۲۶۱۳۶۳۸ لینک آگهی در سایت روزنامه رسمی: <http://www.rcoznamehramli.ir/News/ShowNews.aspx?Code=14493032>

صلحه ۱ از ۱

این روزنامه بصورت الکترونیکی و در قالب فایل PDF تولید و منتشر شده است. برای اطمینان از اعتبار و صحت امضاء دیجیتال و نسخه چاپی به نشانی مندرج در انتهای آگهی مراجعه نمایید.
رفع مسئولیت

مطالب آگهی های منتشر شده در روزنامه رسمی براساس چرخه مشخصی که از تقویم مفاد آن از سوی دبیرخانه قانونی به ادارات ثبت (شرکتها) در تهران و شهرستانها آغاز و پس از جری تشریفات مربوطه به صورت آگهی تسلیم روزنامه رسمی کشور برای انتشار می گردد. پیروی می نماید. لهذا این مرجع هیچگونه دخالتی در مفاد و مندرجات آگهی های مزبور نداشته و ندارد.

روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران

دستور تدوین: این روزنامه در دبیرخانه ثبت شرکتها و در کارهای رسمی است.
نظام اطلاعاتی مندرج در این کارهای رسمی در دسترس نیست. <http://ipo.ssaa.ir> قابل مشاهده می باشد.

پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی Iranian Institute of Medicinal Plants



پروانه محصول

شماره: ۶۶۵/۱۰۰۶۶۱
تاریخ: ۱۳۹۸/۱۱/۲۷
محل: تهران
پست: ۱۹۸۴۸

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

شماره ثبت: ۲۳۱۱۹۹۲۸۳۳۵۱۶
بارکد: ۶۲۳۲۲۲۲۵۰۶۸۰

پروانه ساخت فرآورده طبیعی

نام دارو: اورتی هرب	URTIHERB®
شکل دارویی و مشخصات بسته بندی:	کیسول ۵۰۰ میلی گرم، قوطی ۳۰ عددی همراه با برگ راهنما در جعبه مقوایی
نام محل ساخت:	پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی
نام مسئول فنی:	دکتر حورا آموزگار
نشانی محل ساخت:	شماره تاسیس: ۷۵-۱۳۵ تاریخ صدور: ۱۳۷۵/۲/۲۳
کیلومتر ۵۵ آزاد راه تهران-فروین، شهرک تحقیقاتی کاوش	تلفن: ۰۲۶-۳۲۷۶۴۰۱۵
مورد مصرف:	کمک به کنترل قند خون در بیماران مبتلا به دیابت نوع ۲
فرمول فرآورده در یک کیسول:	مواد اصلی:
عصاره خشک برگ گیاه گرته (<i>Urtica dioica</i>)	۵۰۰/۰۰ mg
مواد کمکی:	۲۰/۰۰ mg
میزیم استئرات	۱۰/۰۰ mg
تانک	

به استناد اصلاحیه قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۶۷/۱۱/۲۳ و آیین نامه های مربوطه و تصویب در شانزدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۰ کمیسیون قانونی تشخیص (صلاحیت ساخت و ورود دارو و مواد بیولوژیک) موافقت می گردد که فرآورده فوق با مشخصات مندرج در بالا که وجه صدور پروانه آن به شماره حساب ۶۴۶۹۳۰۱۵۴۹۳۰۳۰۰۱ نزد بانک مرکزی با شناسه پرداخت ۲۱۷۳۵۲۹۰۰۸۰۱ و کد رهگیری ۶۴۶۹۳۰۳۰۰۱۵۴۹۳۰۳۰۰۱ مورخ ۱۳۹۸/۲/۱۷ پرداخت گردیده است لغایت چهار سال از تاریخ صدور با رعایت کلیه مقررات و آیین نامه های مربوطه در لابراتوار / کارخانه فوق الذکر تهیه و برای فروش و مصرف تولید می گردد.

مهر و امضای مسئول فنی: دکتر حورا آموزگار

مهر و امضای مسئول تولید: دکتر حورا آموزگار

مهر و امضای مسئول بازرسی: دکتر حورا آموزگار

داروهای تجاری سازی شده در پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی



مطالعه موردی: فرآیند تجاری سازی کپسول لیورسیل



مطالعه موردی: فرآیند تجاری سازی کپسول سوپر پلنت



مطالعه موردی: فرآیند تجاری سازی کپسول دتوکسین





پژوهشکده گیاهان دارویی جهاد دانشگاهی
Iranian Institute of Medicinal Plants



با سپاس از توجه شما

