

آیین‌نامه واحد نوآوری بنیاد دانشگاهی فردوسی

ماده 1- مقدمه

بنیاد دانشگاهی فردوسی در جهت تحقق اهداف 4، 6 و 9 اساسنامه، کمک به ارتقای نقش آفرینی نوآوری دانشگاه فردوسی مشهد در زیست‌بوم نوآوری مشهد و ایران، و کمک به کارآفرینی و ثروت‌آفرینی دانشجویان، دانش‌آموختگان و استادان این دانشگاه اقدام به ایجاد واحد نوآوری بنیاد برای حمایت از ایده‌های کارآفرینانه دانش‌بنیان بر اساس این آیین‌نامه می‌نماید. این واحد مسئولیت مراکز نوآوری و سایر امور مرتبط با توسعه زیست‌بوم نوآوری نظیر گرنت و غیره را که با حمایت خیران ایجاد خواهد شد و در فرایند شتابدهی به ذینفعان کمک خواهد کرد به عهده دارد.

ماده 2- تعاریف

در این آیین‌نامه اصطلاحات زیر با تعریف ارائه شده بکار رفته است:

- بنیاد: منظور بنیاد دانشگاهی فردوسی است،
- دانشگاه: منظور دانشگاه فردوسی مشهد است،
- واحد نوآوری: منظور واحد نوآوری بنیاد است،
- مرکز نوآوری: منظور مراکز نوآوری و یا فناوری وابسته به بنیاد است،
- دانشجو: منظور دانشجوی کارشناسی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه فردوسی مشهد است،
- دانش‌آموخته: منظور دانش‌آموخته هر یک از مقاطع تحصیلی دانشگاه فردوسی مشهد است،
- عضو هیات علمی: منظور عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد است،
- تیم یا تیم مسئله محور: منظور تیم‌هایی از دانشجویان، دانش‌آموختگان و اعضای هیات علمی است که برای حل گروهی یک مسئله واقعی شکل گرفته است.

ماده 3- اهداف

هدف اصلی راه‌اندازی این واحد "حمایت از دانشجویان و دانش‌آموختگان برای ایده‌پروری، پیاده‌سازی، توسعه و تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه با جلب حمایت خیران حامی بنیاد" است. دستاوردهای این حمایت عبارتند از:

- افزایش امید و اعتماد به نفس دانشجویان و دانش‌آموختگان،
- فراهم آمدن مقدمات راه‌اندازی کسب و کار در حین تحصیل و کاهش شکاف زمانی فراغت از تحصیل و اشتغال،
- کمک به توسعه زیست‌بوم نوآوری دانشگاه،

- افزایش موقعیت های شغلی،
- اشتغال پذیری بیشتر دانش آموختگان

فعالیت های واحد شامل اقدامات زیر خواهد بود:

- 1- اجرای برنامه های منجر به شکل گیری تیم های مسئله محور،
- 2- حمایت از تیم برای رسیدن به نمونه حداقلی قابل عرضه در سه سطح:

الف) پرورش ایده،

ب) تهیه بوم کسب و کار،

ج) ساخت نمونه اولیه و ورود به بازار.

- 3- جذب و تخصیص گرنت و سایر مشوق ها و منابع مالی برای حمایت از فعالیت های نوآورانه،
- 4- فراهم آوردن زمینه برای ارتباط با فعالان عرصه صنعت.

1-3- اجرای برنامه های منجر به شکل گیری تیم های مسئله محور

اهداف اجرای این مرحله عبارتند از:

- 1- ایجاد انگیزه در دانشجویان برای ورود به برنامه های استارتاپی
- 2- تشکیل و هدایت تیم ها مبتنی بر اصول نوآوری باز¹ و با تاکید بر سیاست استارتاپ استودیو (مسائل مطرح شده از طرف صنعت و جامعه). برای این منظور اقدامات زیر انجام خواهد شد

الف) مسئله یابی: برگزاری برنامه هایی برای طرح مسائلی که نیاز به ارائه راه حل دارند (مسائل باز)

- ارتباط گیری با سازمان ها و شرکت های بخش دولتی و خصوصی برای احصاء مسائلی که می تواند مبنای شکل گیری تیم های مسئله محور شود
- دعوت از افراد خلاق برای ارائه مسائلی که می تواند مبنای شکل گیری تیمی باشد که بناست محصولی نوآورانه را ارائه کند.
- ایجاد نمایشگاه های طرح مسئله

ب) تیم سازی: فراهم کردن شرایط برای حضور دانشجویان با تخصص های مختلف در رویدادهای نوآورانه و امکان آشنایی این افراد با یکدیگر، بطوریکه امکان شکل گیری تیم هایی کامل برای حل مسائل بوجود آید.

در فرایند اجرای برنامه های منجر به شکل گیری تیم های مسئله محور، دوره های آموزشی لازم برای ایده پردازی توسط واحد برگزار خواهد شد.

3-2- حمایت از تیم برای رسیدن به نمونه حداقلی قابل عرضه

ایده‌های "صاحبان ایده" از مهمترین ارکان واحد نوآوری بنیاد است. در واحد نوآوری، پیش از طرح ایده‌ها، موافقت‌نامه عدم افشاء (NDA²) توسط همه‌ی طرف‌های مرتبط امضا می‌شود تا صاحب ایده اطمینان کافی از حفظ مالکیت ایده خود داشته باشد.

واحد نوآوری به دنبال پیاده سازی الگوی نوآوری ناب (Lean Innovation) به منظور راه‌اندازی کسب و کارهای خوب و با احتمال موفقیت بالا، مبتنی برای راه حل خوب، برای مسائل خوب، و توسط یک تیم خوب است. پیشنهاد دهنده بایستی در پیشنهاد خود نشان دهد مسئله‌ای که انتخاب کرده یک مسأله خوب است و تیم شکل گرفته نیز راه‌حل مناسبی برای حل این مسئله دارد. برای آنکه تیم صاحب ایده بتواند طرحی قابل بررسی ارائه کند، ضمن اینکه اثبات می‌کند توان حل مسئله را دارد، باید نشان دهد که ایده‌ای که ارائه می‌کند برای حل مشکلی است که واقعاً ارزش حل کردن را دارد. برای این منظور، با ایده‌ای برگرفته از پرسش‌های کلیدی خانم ویکی بروک³، صاحب ایده بایستی بتواند در ارائه طرح اولیه به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

- 1- آیا این مشکل واقعاً یک درد واقعی برای دیگران است؟ مسئله‌ای که از آن شکایت نمی‌شود، ارزش حل کردن ندارد.
- 2- این مشکل برای چه کسانی مهم است؟ دادن ایده برای حل مشکلی که فقط برای خودتان مهم است، نمی‌تواند ایده محوری خوبی برای راه‌اندازی یک کسب و کار باشد.
- 3- آیا این مشکل واقعاً انقدر مهم است که دیگران برای از بین رفتن تمام و یا کاهش بخشی از آن هزینه کنند؟
- 4- آیا تمام تخصص‌های کلیدی مورد نیاز برای توسعه و تجاری شدن ایده در تیم ارائه دهنده، و یا همکاران قابل اتکا و شناسایی شده وجود دارد؟
- 5- اگر ایده ارائه شده مشکل طرح شده را برطرف و یا کاهش دهد، چه چیزی در دنیا بهتر خواهد شد؟
- 6- آیا این مسئله برای خود تیم آنقدر اهمیت دارد که پنج سال آینده زندگی خود را وقف این ایده کنند. اگر در حل مسئله دچار مشکل شدند، آیا آنقدر انگیزه دارند که کار را متوقف نکنند؟
- 7- تحلیلی از بازار و رقبا دارند (شناسایی رقبا)؟
- 8- تامین‌کنندگان منابع مورد نیاز برای توسعه، تجاری‌سازی و تولید ایده محوری در دسترس است؟

طرح‌های اولیه‌ای که پذیرش می‌شوند، امکان ورود به مراکز نوآوری بنیاد دانشگاهی فردوسی را خواهند داشت. واحد نوآوری حمایت مادی و معنوی خود را در سه سطح که میزان آن به تشخیص کارگروه تخصصی مربوطه تعیین می‌شود به تیم صاحب ایده‌های نوآورانه اعطا می‌کند.

² Non-Disclosure Agreement

³ "How to find your startup problem worth solving", TEDx talk from Vicky Brock

در همه مراحل، از تهیه پیشنهاد تا انتهای سطوح سه‌گانه، تیمی از منتورها در دسترس خواهند بود تا به صاحبان ایده کمک کنند. علاوه بر این در ابتدای پذیرش تیم توسط واحد، کارگروه تخصصی مرتبط، به هر تیم یک راهبر تخصصی خواهد داد.

سطح یک: پرورش ایده

پس از پذیرش ایده اولیه، تیم صاحب ایده بایستی برخی ابهامات را دقیقاً روشن کند. پرداختن به این ابهامات در طرح اولیه نیز بوده، ولی در این مرحله وقت آن است که بر اساس بررسی و مطالعه پشتیبان، به شکل کاملاً مستند به رفع آن پرداخته شود. در این مرحله صاحبان ایده باید نشان دهند که:

- 1- ایده پیشنهادی تمام و یا بخشی از نیاز مشتری و رفع مشکل طرح شده را ارائه می‌کند.
 - 2- ایده پیشنهادی به لحاظ فنی کاملاً امکان تحقق را دارد.
 - 3- محصول تولید شده سود حداقلی لازم برای یک کسب و کار را دارا است.
 - 4- منابع لازم برای توسعه و تولید محصول شناسایی شده‌اند.
 - 5- شناسایی رقبا و تحلیل رقابت انجام شده است.
 - 6- جنبه‌های قانونی ورود محصول به بازار و کاربردی شدن آن و همچنین ثبت اختراع آن مورد بررسی قرار گرفته،
 - 7- بازار هدف دقیقاً مشخص شده است.
 - 8- نمایی نسبتاً دقیق و روشن از شکل و مشخصات فنی محصول، مبتنی بر مطالعات بازار تهیه شده است.
- برای رسیدن به این سطح، واحد نوآوری برای گذراندن دوره‌هایی حاوی محتوای زیر از تیم حمایت خواهد کرد:

- 1- **خودشناسی:** آشنایی با ویژگی‌های روانشناختی و رفتاری کارآفرین و شناخت خود و لزوم تطبیق آنها
- 2- **چشم انداز پردازی شخصی:** درک ضرورت هدفمندی در زندگی و ترسیم چشم‌انداز شخصی
- 3- **کوله پشتی کارآفرینی:** شناخت مسیر رشد ارگانیک شغلی و کسب و کاری فرد و ضرورت‌های ورود به مسیر کارآفرینی
- 4- **خلاقیت و تفکر خلاق:** آشنایی با ارتباط موثر و اصول و فنون مذاکره و هنر متقاعدسازی
- 5- **شبکه سازی:** ارتباط موثر و اصول و فنون مذاکره و هنر متقاعدسازی
- 6- **مهارت‌های ارتباطی:** ارتباط موثر و اصول و فنون مذاکره و هنر متقاعدسازی
- 7- **آشنایی با زیست بوم نوآوری:** شناخت اجزای زیست بوم نوآوری، قوانین، ظرفیت‌ها و نقش‌ها
- 8- **تشخیص فرصت‌های کارآفرینی:** آشنایی با روش‌های کشف فرصت‌های کارآفرینی و شکل‌گیری تمرکز هر تیم بر یک مسئله
- 9- **اصول ایده‌پردازی و باید‌ها و نبایدها:** آشنایی با اصول و تکنیک‌های ایده‌پردازی و رسیدن به ایده مناسب
- 10- **تیم‌سازی و اصول کاری تیمی:** آشنایی با مهارت تیم‌سازی و کار تیمی و مدیریت تعارضات

11- ارزیابی ایده‌های کسب و کار: آشنایی با شاخص‌های ارزیابی ایده‌ها و هدایت هر تیم به یک ایده مناسب

12- آشنایی با قوانین شرکت‌ها و نحوه ثبت شرکت

میزان حمایت مالی برای سطح اول تا سقفی است که همه ساله شورای سیاست‌گذاری تعیین می‌کند. حداکثر زمان در نظر گرفته شده برای گذراندن این سطح 3 ماه است.

سطح دو: تهیه بوم کسب و کار

در این مرحله، تیم صاحب ایده اقدامات زیر را انجام خواهد داد:

1- تهیه استراتژی بازاریابی،

2- تدوین بوم کسب و کار،

در این سطح تیم ضمن شناخت دقیق بازار بایستی نیاز بازار و سهم خود در بازار را تعیین نماید و بر اساس آن بوم کسب و کار خود را تهیه نماید.

برای رسیدن به این سطح، واحد نوآوری برای گذراندن دوره‌هایی حاوی محتوای زیر از تیم حمایت خواهد کرد:

1- از ایده تا اجرا در فضای کارآفرینی هزاره سوم: آشنایی با متدولوژی Lean Startup و گام‌های مسیر

2- بوم مدل کسب و کار: آشنایی با شیوه اجرایی نمودن ایده و طراحی بوم مدل کسب و کار

میزان حمایت مالی برای سطح دوم تا سقفی است که همه ساله شورای سیاست‌گذاری تعیین می‌کند. حداکثر زمان در نظر گرفته شده برای گذراندن این سطح 3 ماه است.

سطح سه: ساخت نمونه اولیه و ورود به بازار

در این مرحله، تیم ضمن اعتبارسنجی کسب و کار، اقدام به ساخت نمونه قابل عرضه به بازار کرده و ضمناً بایستی استراتژی دقیق و شفافی برای ورود به بازار تنظیم نماید.

برای رسیدن به این سطح، واحد نوآوری برای گذراندن دوره‌هایی حاوی محتوای زیر از تیم حمایت خواهد کرد:

1- Minimum Viable Product : آشنایی با مفهوم و شناخت MVP تیم،

2- مدیریت پروژه و ارزیابی عملکرد کسب و کار: آشنایی و شناخت شاخص‌ها و مدل ارزیابی عملکرد مثل KPI و OKR،

3- اعتبارسنجی و مصاحبه با مشتریان: رسیدن به Problem Solution FIT و Customer Validation
صحیح،

4- تامین مالی و جذب سرمایه گذار: آشنایی با مدل های تامین مالی استارتاپی و انواع سرمایه گذاران و شیوه

ارائه به سرمایه گذار

5- قوانین مالیاتی،

6- قوانین اداره کار،

7- ارائه شفاهی.

میزان حمایت مالی برای سطح سوم تا سقفی است که همه ساله شورای سیاست گذاری تعیین می کند. حداکثر زمان در نظر گرفته شده برای گذراندن این سطح 9 ماه است.

در پایان عبور تیم ها از سطح سه، متناسب با توصیه راهبر تیم، واحد نوآوری تلاش می کند تا تیم در یک مرکز رشد مستقر شود. ، واحد نوآوری تلاش خواهد کرد حمایت های معنوی خود از تیم را ادامه دهد.

ماده 4- برنامه های حمایتی واحد نوآوری

برنامه این واحد بر حمایت از دانشجویان، دانش آموختگان و استادان حامی آنها در تولید محصولات دانش بنیان است. این حمایت تا سطح تولید MVP بوده و انتظار می رود، تیم ها در ادامه فعالیت های خود را در قالب شرکت و یا استقرار در مراکز رشد به پیش برند. در راه اندازی این واحد، بنیاد بنا دارد تا استفاده حداکثری از ظرفیت های بخش خصوصی و دیگر سازمان ها داشته باشد، و لذا امید می رود نیاز چندان به بزرگ شدن بدنه اجرایی خود نداشته باشد.

سه ماموریت اصلی این واحد عبارتند از:

1- مسئله یابی

2- تیم سازی

3- تهیه MVP

در اجرای هر یک از این سه ماموریت روش های زیر پیش بینی شده است:

4-1- مسئله یابی

مسئول واحد، ضمن مذاکره با سازمان ها، شرکت ها، و استادان/خبرگان، برگزاری 3 رخدادهای مسئله یابی در فصول بهار، پاییز و زمستان را برنامه ریزی می کند. توصیه می شود که این کار با مشارکت و همراهی انجمن های علمی دانشجویی، پارک علم و فناوری دانشگاه، پارک علم و فناوری خراسان و یا با مراکز شتابدهی بخش خصوصی انجام پذیرد.

4-2- تیم‌سازی

رخدادهای تیم‌سازی، همزمان با مسئله‌یابی اجرا خواهد شد. در هر یک از این رخدادهای بایستی این امکان فراهم شود تا در مورد هر مسئله‌ای علاقه‌مندان به آن گرد هم آمده و ضمن آشنایی با یکدیگر و با توجه به نیازهای تیم، همکاران خود را یافته و تیم خود را تشکیل دهند. تشکیل تیم منسجم و متخصص به موفقیت ایده کمک شایانی خواهد کرد. در فرایند اجرای برنامه‌های منجر به شکل‌گیری تیم‌های مسئله محور، دوره‌های آموزشی لازم برای ایده‌پردازی، توسط واحد برگزار خواهد شد.

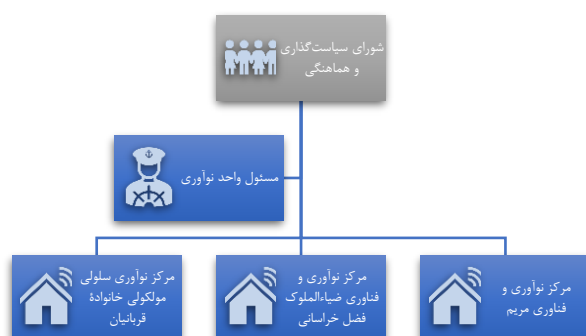
4-3- تهیه MVP

در تهیه MVP مراحل سه گانه پیش‌گفته در بخش (3-2) پیش‌بینی شده است. تیم‌ها با دریافت حمایت‌ها می‌توانند در یک مرکز شتاب‌دهی مستقر شوند. اولویت بنیاد با استقرار تیم‌ها در مراکز نوآوری وابسته به بنیاد است، اما تیم‌ها محدودیتی نداشته با دلایل کافی ارائه شده توسط راهبر تیم، امکان استفاده از دیگر مراکز را نیز دارا هستند.

مراکز نوآوری بنیاد، کاملاً برون‌سپاری شده و توسط بخش خصوصی اداره می‌شوند. مسئول واحد ضمن مذاکره با شرکت‌های مختلفی که می‌توانند بالقوه بهره‌بردار هر مرکز باشند مذاکره، و نتیجه مذاکرات خود را در قالب طرح به شورای سیاست‌گذاری ارائه می‌کند. از بین طرح‌ها، شورای سیاست‌گذاری یکی را انتخاب و برای عقد قرار داد به مسئول واحد ابلاغ می‌کند.

ماده 5- سازمان

شکل زیر سازمان واحد نوآوری بنیاد را نشان می‌دهد.



در بالاترین سطح سازمان، واحد نوآوری بنیاد، دارای یک شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی است و ذیل آن مسئول واحد نوآوری و کارگروه‌های تخصصی به عنوان بدنه کارشناسی قرار گرفته است.

5-1- شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی

5-1-1- وظایف

وظایف شورا عبارتند از:

- تدوین سیاست‌ها، راهبردها، اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) واحد و نظارت بر عملکرد مراکز نوآوری بنیاد،
- تدوین آیین نامه‌ها و ضوابط نوآوری بنیاد و ارائه آن به هیأت مدیره بنیاد برای تصویب،
- تعیین مسئول واحد نوآوری (دبیر شورا)،
- تعیین شرکا در برونسپاری وظایف، بر اساس پیشنهاد مسئول واحد نوآوری،
- مدیریت سرمایه واحد نوآوری،
- تعیین میزان حمایت در سطوح سه‌گانه،
- تعیین اعضای کارگروه‌های تخصصی،
- تعیین حوزه‌های تحت پوشش واحد نوآوری،
- تعیین اولویت‌های مورد حمایت در هر حوزه تخصصی بر اساس پیشنهادات واصله از کارگروه تخصصی مربوطه،
- تعیین سقف حمایت از هر کارگروه در هر سال شمسی،
- تعیین و تصویب برنامه‌های هر سال،
- جذب سرمایه‌گذار برای طرح‌هایی که سطح سه را با موفقیت به اتمام رسانده‌اند،
- جلب حمایت سرمایه‌گذاران نیک‌اندیش برای حمایت از کسب و کارهای تحت حمایت واحد.

5-1-2- اعضای شورا

اعضای شورا هفت نفر و متشکل از افراد زیر است:

- نماینده بنیاد (رئیس شورا)
- سه نفر از صنعت‌گران و کارآفرینان شاخص استان با انتخاب بنیاد دانشگاهی فردوسی،
- دو نفر از دانشگاهیان شاخص با تجربه صنعتی و کارآفرینی با انتخاب بنیاد دانشگاهی فردوسی،
- رئیس یا نماینده تام‌الاختیار پارک علم و فناوری دانشگاه.

مسئول واحد نوآوری به عنوان دبیر شورا در جلسات شورا بدون حق رأی شرکت خواهد کرد.

تبصره: تصمیم‌گیری در مورد موضوعات مربوط به مراکز نوآوری که در صلاح‌نامه آنها به نماینده یا نمایندگان مصالح اشاره شده‌است از آنها برای تصمیم‌گیری در موضوعات مربوط به آن مرکز در جلسه دعوت بعمل خواهد آمد.

5-2- مسئول واحد نوآوری بنیاد

مسئول واحد نوآوری بنیاد توسط شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی به منظور مدیریت واحد نوآوری برای یک دوره 2 ساله انتخاب می‌شود که البته این زمان قابل تمدید است.

5-2-1- وظایف

- پیگیری و اجرای مصوبات شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی
- مذاکره و شبکه‌سازی برای برون‌سپاری حداکثری وظایف واحد،
- تهیه طرح برای برون‌سپاری وظایف و شناسایی شرکای بالقوه و تهیه پیش‌نویس قراردادهای برون‌سپاری برای ارائه به شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی،
- پیشنهاد استراتژی‌ها و اهداف کلان مرکز به شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی
- برقراری ارتباط با سایر مراکز نوآوری، دانشگاه‌ها، صنایع و ... برای همکاری‌های مشترک.
- برنامه‌ریزی و نظارت بر فعالیت بخش‌های برون‌سپاری شده،
- پایش تیم‌هایی که مراحل حمایتی بنیاد را با موفقیت به پایان برده‌اند و تهیه گزارش‌های سالانه از وضعیت آنها برای ارائه به شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی،
- تهیه گزارش‌های سالانه از دستاوردهای واحد برای طرح در شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی و نهایتاً ارائه به خیرهای حامی واحد،
- شناسایی راهبران بالقوه و معرفی آنها به کارگروه‌های مناسب.

5-2-2- کارگروه‌های تخصصی

5-2-1- وظایف

- ارائه پیشنهاد برای موضوعات اولویت‌دار در حوزه تخصصی به شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی،
- برنامه‌ریزی برای مدیریت و تخصیص منابع در سطوح سه‌گانه بر اساس بودجه تخصصی به کارگروه،
- بررسی تخصصی تقاضاهای واصله برای استفاده از حمایت‌ها توسط کارگروه،
- اعلام طرح‌های منتخبی که سطح سه را گذرانده‌اند به شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی برای جذب حامی مالی،
- پیشنهاد حامی مالی تیم‌ها به شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی،
- تعیین دوره‌های مورد نیاز برای تیم‌های پذیرفته شده و همچنین تعیین تکلیف برای آنکه کدام یک از اعضای تیم بایستی در کدام کلاسها شرکت کنند،
- تعیین راهبر برای هر تیم. راهبران می‌توانند از جامعه متخصصین در دسترس بنیاد باشند و یا راهبرانی که توسط مسئول واحد شناسایی و به کارگروه معرفی شده‌اند.

5-2-2- ترکیب کارگروه‌ها

اعضای هر کارگروه تخصصی پنج نفر و متشکل از افراد زیر است:

- نماینده شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی بنیاد،
- دو نفر از صنعت‌گران و صاحبان کسب و کار مهم این رشته،
- یک نفر از اعضای هیات علمی دارای تجربیات صنعتی و کارآفرینی در زمینه تخصصی،

- نماینده خانه صنعت و معدن یا اتاق بازرگانی و انجمن مدیران صنایع در زمینه تخصصی کارگروه، که دارای تجربیات صنعتی و کارآفرینی باشد. این نماینده با پیشنهاد انجمن علمی مربوطه و تأیید شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی تعیین می‌شود.

ماده 6- مالکیت ایده‌ها و منافع اقتصادی بنیاد از کسب و کارها

مالکیت ایده‌ها متعلق به تیم‌ها و صاحبان ایده است، اما به منظور خودگردان کردن واحد نوآوری بنیاد و کسب انتفاع بنیاد از کسب و کارهای شکل گرفته در مراکز نوآوری برای توسعه فعالیت‌های نوآورانه، شورای سیاست‌گذاری و هماهنگی ترتیبی اتخاذ نماید تا حداکثر ظرف شش ماه پس از تصویب این آیین نامه، با بررسی تجارب موجود در دانشگاه‌ها و سایر مراکز نوآوری و یا فناوری، ضوابط مربوطه را در قالب آیین نامه پیشنهادی تدوین و برای تصویب به هیأت مدیره بنیاد ارائه نماید. این آیین‌نامه در 6 ماده در جلسه شماره 429 مورخ 1403/05/25 هیئت مدیره بنیاد مطرح و همراه با قرارداد اجاره (ضمیمه) که به تأیید جناب آقای دکتر محمد عابدی مشاور حقوقی بنیاد رسیده‌است به تصویب رسید.