



عوامل موفقیت شرکت های دانش بنیان (مطالعه موردی پارک علم فناوری یزد)

مؤلف:

امید کاچیان



نشر راشدین

Rashedin Publication

سرشناسه : کاجیان، امید، ۱۳۶۶ -
 عنوان و نام پدیدآور : عوامل موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان/مؤلف امید کاجیان.
 مشخصات نشر : تهران: راشدین، ۱۳۹۲.
 مشخصات ظاهری : ۱۶۲ص: جدول، نمودار.
 شابک : 978-600-7092-65-1
 وضعیت فهرست : فیبا
 نویسی :
 موضوع : پارک علم و فناوری استان یزد
 موضوع : اقتصاد دانش بنیان -- ایران -- یزد -- نمونه پژوهی
 موضوع : شرکت‌های اقتصادی کوچک -- ایران -- یزد
 موضوع : مدیریت دانش -- ایران -- جنبه‌های اقتصادی
 موضوع : ایران -- سیاست اقتصادی -- آینده نگری
 رده بندی کنگره : HD۵۹۱۳۹/۵۲ع
 رده بندی دیویی : ۴۰۳/۵۵۸
 شماره کتابشناسی : ۲۴۲۰۰
 ملی :



■ انتشارات راشدین

عنوان کتاب:	عوامل موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان
■ مؤلف:	امید کاجیان
■ نظارت علمی:	راهب عارفی
■ نظارت کیفی:	محمد معین عارفی
■ صفحه‌آرا و طراح جلد:	افسانه حسن‌یگی
■ چاپ و صحافی:	دی تاپ
■ نوبت چاپ:	اول-۱۳۹۲
■ شمارگان:	۱۰۰۰
■ شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۷۰۹۲-۶۵-۱
■ قیمت:	۱۰۰۰۰ ریال
■ نشانی:	میدان انقلاب - کارگر جنوبی- بن‌بست گشتاسب- پلاک ۴ واحد ۶
■ تلفن/نمبر:	۶۶۴۰۸۲۲۴ - ۶۶۱۲۳۴۴۹
■ پایگاه اینترنتی:	www.rashedin.info
■ پست الکترونیک:	Email: rashed1829@yahoo.Com

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

به نام آفریننده دانایی‌ها

اقتصاد دانش بنیان، در دهه های گذشته از اصول اصلی برنامه ریزی های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه قرار گرفته است. بخش علم و فناوری کشور پهناور و با فرهنگ ایران نیز در این بخش قدمهای بسیار مناسب و خوبی برداشته است که شاخصه های آن را می توان برشمرد.

یکی از این شاخص های مهم این اقتصاد، راه اندازی پارک های علم و فناوری است که رسالتی مهم - رون حمایت از شرکتهای دانش بنیان را در اهداف تشکیل خود دارند. بنابراین هرگونه پژوهش، تحقیق و برنامه ریزی که در این زمینه انجام گیرد قدمی مثبت در این موضوع خواهد بود.

کتاب پیشرو که به قلم مید کاجیان در این باره و با مطالعه موردی شرکت های دانش بنیان در پارک علم و فناوری یزد به رشته تحریر در آمده یکی از همان پژوهش هاست که می تواند مطالعه آن راهگشا باشد.

برای تمام پژوهشگران این عرصه آرزوی رفیقیت را دارم

دکتر اسفندیار اختیاری

رئیس کمیته پژوهش و فناوری مجلس شورای اسلامی

فهرست مطالب

۱		سخنی درباره این پژوهش
۱۱		فصل اول: کلیات تحقیق
۱۱		۱-۱ مقدمه
۱۲		۱-۲ تاریخچه مطالعاتی
۱۳		۱-۳ بیان مساله
۱۵		۱-۴ چارچوب نظری تحقیق
۱۷		۱-۵ فرضیه‌های پژوهش
۱۷		۱-۶ اهداف مشخص پژوهش (شامل اهداف آرمانی، کلی، اهداف ویژه و کاربردی)
۱۸		۱-۷ اهمیت و ضرورت انجام پژوهش
۱۹		۱-۸ حدود مطالعات
۲۰		۱-۹ تعریف ردهای میدی و اصطلاحات تحقیق
۲۳		فصل دوم: مروری بر ادبیات تحقیق
۲۳		۲-۱ مقدمه
۲۵		۲-۲ ادبیات نظری و اصطلاحات عبارت پژوهش
۲۶		۲-۲-۲ شیوه ایجاد شرکت های دانش بنیان
۲۷		۲-۲-۲-۱ انواع شرکت های دانش بنیان
۲۸		۲-۲-۲-۲ چگونگی ایجاد شرکت های دانش بنیان
۳۰		۲-۲-۳ لایحه حمایت از شرکت های دانش بنیان
۳۴		۲-۲-۴ تجاری سازی ایده
۳۶		۲-۲-۵ شکل های شرکت های دانش بنیان
۳۷		۲-۲-۶ چشم انداز کار آفرینی در فرایند شرکت های دانش بنیان
۳۹		۲-۲-۷ تعریف و انواع شرکت های دانشگاهی
۴۰		۲-۲-۷-۱ ارتباط شرکتهای دانشگاهی با دانشگاه مادر
۴۱		۲-۲-۸ شرکت مادر دانشی چیست
۴۲		۲-۲-۹ وضعیت فعلی شرکت های دانش بنیان در ایران
۴۳		۲-۲-۱۰ تعهد به نو آوری
۴۸		۲-۲-۱۱ ارتباطات گسترده و ارتباطات با شبکههای بیرون از دانشگاهها
۵۰		۲-۲-۱۱-۱ تجاری سازی ایده

۵۱	۲-۲-۱۲ تاثیر تیم موسس شرکت دانش بنیان بر موفقیت در تجاری سازی ایده
۵۱	۲-۲-۱۳ تولید ایده
۵۲	۲-۲-۱۳-۱ نمایش ایده و غربال آن
۵۲	۲-۲-۱۳-۲ عوامل کیفی در تولید ایده
۵۳	۲-۲-۱۴ پارک علم و فناوری
۵۵	۲-۲-۱۵ اقتصاد دانایی
۵۷	۲-۲-۱۶ مدیریت تجاری سازی ایده در ایران
۵۷	۲-۲-۱۶-۱ مدیریت توسعه دانش فنی
۶۰	۲-۲-۱۶-۳ مدیریت امور اجرایی طرح های صنایع پیشرفته
۶۲	۲-۳ نگامی مختصر به پژوهش ها و داده های حاصل
۶۷	۲-۳-۱ پیشینه تحقیق
۷۱	فصل سوم: روش اجرایی تحقیق
۷۱	۳-۱ مقدمه
۷۲	۳-۲ روش تحقیق
۷۳	۳-۳ جامعه آماری و روش نمونه گیری
۷۳	۳-۴ تعیین حجم نمونه
۷۴	۳-۵ روش جمع آوری داده ها و ابزار گردآوری داده ها
۷۵	۳-۶ مقیاس و طیف ابزار اندازه گیری
۷۶	۳-۷ روایی یا اعتبار ابزار اندازه گیری پژوهش
۷۶	۳-۸ پایایی ابزار اندازه گیری پژوهش
۷۸	۳-۹ روش تجزیه و تحلیل داده ها
۸۱	۳-۱۰ آزمون های برازندگی مدل کلی
۸۱	۳-۱۰-۱ شاخص مجذور کای
۸۲	۳-۱۰-۲ جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)
۸۲	۳-۱۰-۳ شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
۸۳	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۸۳	۴-۱ مقدمه
۸۴	۴-۲ توصیف داده های پژوهشی
۸۴	۴-۲-۱ بررسی توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان

۸۵	۴-۲-۲- بررسی توزیع فراوانی سمت
۸۶	۴-۲-۳- بررسی توزیع فراوانی سن پاسخگویان
۸۸	۴-۲-۴- بررسی توزیع فراوانی میزان تحصیلات
۸۹	۴-۲-۵- بررسی توزیع فراوانی سابقه خدمت
۹۱	۴-۲-۶- بررسی توزیع فراوانی رشته تحصیلی
۹۲	۴-۲-۷- اطلاعات مربوط به سوالات
۹۳	۴-۳- برازندگی مدل پژوهش
۹۴	۴-۳-۱- جذر برآورد واریانس خطای تقریب
۹۵	۴-۳-۲- شاخص برازندگی تطبیقی
۹۵	۴-۴- آزمون فرضیه‌ها
۱۰۱	۴-۴-۱- آزمون فرضیه ۱
۱۰۱	۴-۴-۲- آزمون فرضیه ۲
۱۰۲	۴-۴-۳- آزمون فرضیه ۳
۱۰۲	۴-۴-۴- آزمون فرضیه ۴
۱۰۲	۴-۴-۵- آزمون فرضیه ۵
۱۰۳	۴-۴-۶- آزمون فرضیه ۶
۱۰۵	فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات
۱۰۵	۵-۱- مقدمه
۱۰۵	۵-۲- نتایج تحقیق
۱۰۷	۵-۲-۲- نتایج به دست آمده از آمار استنباطی
۱۰۷	۵-۲-۲-۱- نتیجه‌گیری از آزمون فرضیه اول
۱۰۷	۵-۲-۲-۲- نتیجه‌گیری از آزمون فرضیه دوم
۱۰۸	۵-۲-۲-۳- نتیجه‌گیری از آزمون فرضیه سوم
۱۰۸	۵-۲-۲-۴- نتیجه‌گیری از آزمون فرضیه چهارم
۱۰۹	۵-۲-۲-۵- نتیجه‌گیری از آزمون فرضیه پنجم
۱۰۹	۵-۲-۲-۶- نتیجه‌گیری از آزمون فرضیه ششم
۱۱۰	۵-۳- تحلیلی بر نتیجه‌گیری
۱۱۱	۵-۴- پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی
۱۱۱	۵-۵- محدودیت‌های اجرایی و عملی تحقیق

۱۱۵.....	پیوستها
۱۲۲.....	پیوست ب : خروجی نرم افزار
۱۳۱.....	منابع فارسی
۱۳۲.....	منابع لاتین:
۱۳۶.....	Abstract:

www.ketab.ir

سخنی درباره این پژوهش

مطالعات گذشته روی شرکت های مبتنی بر دانش نشان می دهد که این شرکت ها می توانند نقش عمده ای را در اقتصاد بازی کنند و در تجارت نقش مطلوبی داشته باشند. این موضوع منوط به توجه ویژه به این بحث و اینگونه شرکت هاست، هدف این تحقیق تعیین عواملی است که به رابطه شرکت های دانش بنیان با تجاری سازی ایده در بازار می پردازد و عواملی را که در این شرکت ها توجه به آن ها منجر به موفقیت این شرکت ها در ایران می تواند شود را مورد بررسی قرار می دهد.، روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه توصیفی از نوع پیش می باشد و برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است که ضریب آلفای کرونباخ، ای، پرسشنامه ۰/۹۲۴ بدست آمد. در این مطالعه تعداد ۱۷۴ نفر از مسئولین شرکت های مختلف دانش بنیان در پارک علم و فناوری استان یزد مورد بررسی قرار گرفتند. اطلاعات بدست آمده از روش مدل سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و نتایج حاکی از آن است که تست ایده در شرکت های دانش بنیان، ساختن مفهوم تجاری از ایده، غربال ایده ها، فعالیت های پژوهشی کاربردی، حرکت به سمت بازارگرایی و تعداد سال ها یا ماه هایی که شرکت دانش بنیان روی ایده زمان گذاشته می شود از جمله عوامل موفقیت در تجاری سازی ایده در بازار محسوب می شوند.