



تجاری سازی دانش

(موانع و راهکارها)

تألیف :

نفیسه رستگار

سعید خیاط مقدم

انتشارات ارسطو

(چاپ و نشر ایران)

۱۳۹۴

سرشناسه: خیاط مقدم، سعید، ۱۳۵۲ -
عنوان و نام پدیدآور: تجاری سازی دانش/تألیف سعید خیاط مقدم، نفیسه رستگار.
مشخصات نشر: مشهد: ارسطو، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری: ۱۵۰ص.: جدول، نمودار.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۹۴۰-۹۶-۹
وضعیت فهرست نویسی: فیا
ادداشت: کتابنامه.
موضوع: مدیریت دانش -- جنبه های اقتصادی
موضوع: تقی -- جنبه های اقتصادی
شناسه افزوده: رستگار، نفیسه، ۱۳۶۴ -
رده بندی کنگره: ۳۱۰۹۴ ت ۳۹ خ/۲/۲ HD
رده بندی دیویی: ۳۰۲/۴۰۲
شماره کتابشناسی ملی: ۴۱۲۲۷۸

نام کتاب: تجاری سازی دانش
مولفان: نفیسه رستگار - سعید خیاط مقدم
ناشر: ارسطو (چاپ و نشر ایران)
صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه منیر
تیراژ: ۱۰۰۰
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۴
چاپ: مدیران
قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۹۴۰-۹۶-۹
تلفن های مرکز پخش: ۳۵۰۹۶۱۴۵ - ۳۵۰۹۶۱۴۶ - ۵۱
www.chaponashr.ir

فهرست

صفحه	عنوان
۵	پیشگفتار
۷	فصل اول: کلیات پژوهش
۹	۱-۱ مقدمه
۱۰	۲-۱ عنوان پژوهش
۱۰	۳-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش
۱۱	۴-۱ بیان مسئله پژوهش
۱۲	۵-۱ روش پژوهش
۱۳	۶-۱ اهداف پژوهش
۱۳	۷-۱ قلمرو پژوهش
۱۳	۸-۱ تعریف واژگان و اصطلاحات تحقیق
۱۵	فصل دوم: مبانی نظری پژوهش
۱۷	۱-۲ مقدمه
۱۸	۲-۲ روند تجاری‌سازی دانش
۱۹	۳-۲ مفهوم تجاری‌سازی دانش
۲۱	۴-۲ فرایند تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی
۴۶	۵-۲ مدل‌های تجاری‌سازی دانش و انتقال فناوری
۸۷	۶-۲ موانع تجاری‌سازی دانش
۸۹	۷-۲ تسهیل‌کننده‌های تجاری‌سازی دانش
۹۱	۸-۲ مکانیزم‌های تجاری‌سازی دانش
۱۰۴	۹-۲ دانش در علوم انسانی
۱۰۸	۱۰-۲ رابطه بین مدیریت دانش و تجاری‌سازی

۱۱۱	فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش
۱۱۳	۱-۳ مقدمه
۱۱۳	۲-۳ روش پژوهش
۱۱۴	۳-۳ فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)
۱۱۷	۴-۳ روش دلفی
۱۲۱	۵-۳ فرایند کلی انجام پژوهش
۱۲۲	۶-۳ روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات
۱۲۲	۷-۳ ابزار پژوهش و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۲۴	۸-۳ نرم افزار Expert Choice
۱۲۵	۹-۳ روایی پرسش‌نامه
۱۲۵	۱۰-۳ پایایی پرسش‌نامه
۱۲۶	۱۱-۳ روش‌های آماری
۱۲۷	فصل چهارم: عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی دانش
۱۲۹	۱-۴ مقدمه
۱۳۰	۲-۴ فرایند اجرای تکنیک دلفی
۱۳۱	۳-۴ وضعیت موانع موجود در مسیر راه تجاری‌سازی دانش
۱۳۶	۴-۴ وضعیت تسهیل‌کننده‌های موجود در مسیر تجاری‌سازی دانش
۱۴۰	۵-۴ فرایند اجرای روش AHP
۱۴۶	۶-۴ انتخاب راهکارهای برتر
۱۴۹	منابع و مآخذ
۱۴۹	منابع فارسی
۱۵۳	منابع انگلیسی

پیشگفتار

دنیای امروز، دنیایی مملو از پیشرفت‌های عمده و عظیم در پدیده‌هاست. شاه‌کلید پیروزی در این عصر، خلق ارزش است. راهکار ورود به دنیای کسب و کار امروزی از طریق فناوری و پژوهش میسر است و شاه‌کلید فناوری، تجاری‌سازی و ارزش افزوده ناشی از آن است. تجاری‌سازی از کلیدی‌ترین مراحل در فرایند توسعه‌ی نوآوری بوده و منجر به تولید پژوهش‌ها و اختراعات دارای بازار می‌شود. تجاری‌سازی، فرایند تبدیل پژوهش‌ها به محصولات موفق تجاری است. در درگیرنده آرایه‌های مختلفی از فرایندهای مهم فنی، تجاری و مالی است که باعث تبدیل این پژوهش‌ها به محصولات یا خدمات مفید می‌شود. به عبارتی تجاری‌سازی یافته‌های پژوهشی، حلقه اتصال دانشگاه و بازار است و تمرکز آن بر حلقه‌های انتهایی زنجیره ارزش است. از آن جا که بازار، سازنده یک محصول می‌تواند تضمین کننده موفقیت و بقای سازمان باشد، تجاری‌سازی دانش به عنوان یک عامل حیاتی مطرح شده است. در سازمان‌های تحقیقاتی بدون تجاری‌سازی، تحقیقات مالیایی ندارد؛ زیرا بدون دستیابی به مشتریان خاص یک محصول، تولید و یا انجام آزمایش در مرزهای ایده بی‌فایده به نظر می‌رسد.

اهداف و برنامه‌های دانشگاه‌ها نیز در دهه‌های اخیر با تغییرات مهمی مواجه شده است. در گذشته دانشگاه‌ها فقط عهده‌دار نقش آموزش بودند به گونه‌ای که با اولین تحول در نظام دانشگاهی در اواخر قرن نوزدهم، پژوهش نیز به کارکردهای آن اضافه شد. انقلاب دوم دانشگاهی در اواخر قرن بیستم و همگام با ظهور نوآوری‌های مبتنی بر علم به وقوع پیوست و در طی آن دانشگاه‌ها عهده‌دار مأموریت سوم یعنی مشارکت در توسعه اقتصادی شدند.

در حال حاضر، دانشگاه‌ها به عنوان مهم‌ترین بخش تولید و عرضه دانش با چالش پاسخگویی بهتر به نیازها و انتظارات جامعه روبرو هستند. از این‌رو، باید تلاش‌های زیادی برای انتقال و به-کارگیری دانش و استفاده از آن در بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و صنعت انجام دهند که از آن به عنوان تجاری‌سازی نتایج تحقیقات تعبیر می‌شود. لزوم تطبیق فعالیت‌های دانشگاهی با نیاز جامعه، افزایش علاقه‌مندی سیاست‌گذاران و صرف منابع زیاد برای حمایت از تجاری‌سازی تحقیقات، نیازمند تحقیقات بیشتر در چگونگی استفاده از این منابع برای دستیابی به اهداف

مورد نظر است. بنابراین سعی شده با بررسی مدل‌های ارائه شده در زمینه تجاری‌سازی و با رویکردی علمی و کاربردی به شناسایی موانع و راهکارهای تجاری‌سازی دانش در قالب یک مطالعه موردی بپردازیم.

کتاب حاضر بر مبنای پژوهشی پیمایشی اکتشافی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی دانش استخراج و در چهار فصل تنظیم شده است. فصل اول شامل کلیات پژوهش می‌باشد. در فصل دوم مفاهیم و تعاریف تجاری‌سازی، مدل‌ها و مکانیزم‌های ارائه شده در این زمینه مورد بررسی قرار گرفته است. فصل سوم به بررسی روش‌های مورد استفاده در این پژوهش پرداخته شده و در فصل چهارم نتایج حاصل از پژوهش انجام شده و پیشنهادات به رشته تدریس درآمده است.

امید است، کتاب حاضر بتواند راه‌گشای مسائل مدیران و کارشناسان در زمینه تجاری‌سازی دانش و فناوری باشد. همچنین مطالعه این کتاب را به کلیه اساتید و دانشجویان علاقه‌مند به فعالیت‌های پژوهشی پیشنهاد می‌مایم.

مؤلفان همواره مشتاق دریافت دیدگاه‌های خوانندگان فهیم و ارزشمند برای توسعه و بهبود متن حاضر هستند. امید است کتاب پیش رو، گامی کوچک در راستای اعتلای ایران عزیز باشد.

عیسه رستگار - سعید خیاط‌مقدم

پاییز ۱۳۹۴