

عنوان مقاله:

شناسایی و تحلیل موانع تجاری سازی دانش در علم اطلاعات و دانش شناسی از دیدگاه اعضای هیات علمی و دانشجویان دکتری این رشته

محل انتشار:

فصلنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات، دوره 5، شماره 2 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

صادق یاری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

غلامرضا حیدری - دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

محمدحسن عظیمی - استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: هدف پژوهش حاضر شناسایی و دسته بندی موانع تجاری سازی دانش در علم اطلاعات و دانش شناسی و سنجش میزان اهمیت آن ها است. روش/ رویکرد: پژوهش حاضر از نوع نظری- کاربردی و روش پژوهش سندی- تحلیلی و پیمایشی است. جامعه ی پژوهش حاضر شامل استادان و دانشجویان مقطع دکتری در رشته ی علم اطلاعات و دانش شناسی در دانشگاه های تهران، خوارزمی، الزهرا، فردوسی مشهد، شیراز، اصفهان و شهید چمران اهواز در سال تحصیلی 96-1395 هستند. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (تی تک نمونه ای و تی مستقل) استفاده شده است. یافته ها: پس از مرور متون، 40 مانع تجاری سازی شناسایی و در 7 محور کلی دسته بندی شدند. در میان موانع شناسایی شده، مهم ترین موانع تجاری سازی دانش از دیدگاه جامعه ی مورد بررسی شامل عوامل فردی، عوامل زیرساختی حمایتی و عوامل قانونی- سازمانی هستند. همچنین از دیدگاه جامعه ی پژوهش، موانع فناورانه نسبت به سایر موانع از اهمیت کمتری برخوردار بوده است. نتیجه گیری: تجاری سازی یافته های پژوهشی این فرصت را برای رشته ی علم اطلاعات و دانش شناسی فراهم می کند که از نظری فاصله بگیرد و با تبدیل ایده ها و دانش خود به ثروت، خدمات و محصول در عرصه ی عمل و محیط واقعی جامعه، ایفای نقش کند و حالت انضمامی پیدا کند.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی دانش، موانع، علم اطلاعات و دانش شناسی، اعضای هیات علمی، دانشجوی دکتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1015972>

