

عنوان مقاله:

تعیین و تبیین عوامل فردی موثر در تجاری سازی نتایج پژوهشی؛ مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

محل انتشار:

مجله سیاست علم و فناوری، دوره 4، شماره 1 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسینعلی جاهد

حمید رضا آراسته - -

پریوش جعفری

خلاصه مقاله:

ایدوها و دستاوردهای پژوهشی دانشگران نظام آموزش عالی در صورت تجاری شدن میتواند به ثروآفرینی، کارآفرینی و در نهایت منجر به توسعه و رفاه اجتماعی و اقتصادی شود. برای تحقق تجاریسازی یافتههای علمی لازم است فرایند، روشها و عوامل شکل دهنده و زمینساز مشخص شوند تا در تصمیمگیری برای تجاریسازی مورد استفاده قرار گیرند. به دلیل جایگاه والای نیروهای علمی در این عرصه، این مقاله به تعیین و تبیین عوامل فردی موثر در تجاری سازی نتایج پژوهشی و تبیین روابط بین این عوامل پرداخته است. روش تحقیق آن از نوع ترکیبی و جامعه آماری، شامل مدیران ارشد و مدیران پژوهشی و فناوری و اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات و مدیران ارشد و مدیران پژوهشی و فناوری سازمانهای طرف قرارداد با این دانشگاه است. برای نمونهگیری در بخش مطالعه کیفی از نمونهگیری هدفمند و در بخش کمی از نمونهگیری تصادفی طبقه ای استفاده شده است. ابزار جمعآوری اطلاعات شامل مصاحبه و پرسشنامه محققساخته است. برای تجزیه و تحلیل دادهها از آزمونهای آماری همچون آزمونهای تی، آنوا، فریدمن و تحلیل عاملی تاییدی به روش مولفههای اصلی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشانگر تاثیر عواملی فردی شامل خودکارآمدی، موفقیتطلبی، قدرتطلبی، خلاقیت و نوآوری، رقابتطلبی و منبع کنترل درونی در تجاریسازی نتایج پژوهشی است. در تبیین روابط این عوامل، علاوه بر اولویتبندی آنها، بررسی روابط بین عوامل نشان داد که تمامی آنها رابطه همبستگی معناداری با یکدیگر دارند و بیشترین بار عاملی مربوط به متغیرهای خودکارآمدی و موفقیت طلبی است.

کلمات کلیدی:

Commercialization, Individual factors, resech results, Higher education, Research Results

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1708738>

