

عنوان مقاله:

تجاری سازی تحقیقات: حلقه ی ارتباطی دانشگاه - صنعت - دولت

محل انتشار:

اولین همایش منطقه ای کارآفرینی و تجاری سازی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمدتقی طغریایی - دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران

بهنام خوجم لی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

سیاوش رضازاده - دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

دانشی که در دانشگاه ها و مراکز آکادمیک ایجاد می گردد چنان چه در مراحل بعدی تبدیل به محصول، خدمت یا فناوری نگردد، از نظر اقتصادی دانش بیهوده ای تلقی خواهد شد و نخواهد توانست ارزش افزوده ای را برای جامعه ایجاد کند. از این رو ایجاد و ذخیره سازی دانش در دانشگاه ها به تنهایی راضی کننده نمی باشد و اطمینان از کاربرد آن به گونه ای که جامعه بتواند از منافع سرمایه گذاری در تحقیقات بهره برداری نماید یکی از اهداف اصلی تحقیقات دانشگاهی است، به همین دلیل دانشگاه ها بطور روزافزونی با افزایش تجاری سازی تحقیقات جدید و کاهش فعالیت های قدیمی نظیر تدریس و تحقیقات مواجه شدند. از این رو پژوهش حاضر درصدد شناسایی عوامل موثر بر تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی می باشد. برای انجام پژوهش از شیوه نمونه گیری هدفمند قضاوتی استفاده گردید. هم چنین جهت دستیابی به اطلاعات موثق و قابل اعتماد به انجام مصاحبه های نیمه ساختار یافته و عمیق با 16 تن از خبرگان دانشگاهی فعال در صنعت پرداخته شد. نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان داد که عوامل موثر بر تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی در دو بعد اصلی عوامل سازمانی و عوامل محیطی قرار می گیرند.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی تحقیقات، کارآفرینی دانشگاهی، صنعت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/254382>

