

## عنوان مقاله:

تجاری سازی یافته های پژوهشی و کارآفرینی دانشگاهی

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی تحقیقات کاربردی در مدیریت، مهندسی صنایع، اقتصاد و حسابداری با رویکرد توسعه کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

سهراب دل انگیزان - استادیار گروه اقتصاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی

بیژن رضایی - استادیار گروه مدیریت کارآفرینی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی

زهرا دورباش - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی کرمانشاه

## خلاصه مقاله:

تجاری سازی، خلق محصول، خدمت یا فرآیند جدیدی مبتنی بر رفع تقاضای جدید است و رفع آن مستلزم تلاش مستمر در راه تبدیل نتایج به محصولات و خدمات جدید و بازاریابی موفق آنهاست. تجاری سازی به انتقال فناوری بسیار نزدیک است به عبارت دیگر فرآیند تجاری سازی، همان فرآیند انتقال دانش و فناوری از مراکز تحقیقاتی مانند مراکز رشد، دانشگاه ها و پارک های علم و فناوری به صنایع جدید یا کسب و کارهای نوین است. برخی از پژوهشگران، کار آفرینی دانشگاهی را شکل خاصی از انتقال فناوری تعریف کرده و بر این باورند که این پدیده زمانی رخ می دهد که پژوهشگران دانشگاهها و نهادهای پژوهشی غیر انتفاعی، تصمیم به تجاری سازی فناوری تولید شده و یا توسعه یافته در موسسات خود می گیرند، بنابراین معمولا تجاری سازی دارای های فکری دانشگاه را مترادف با کار آفرینی دانشگاهی فرض می کنند. کار آفرینی دانشگاهی عبارت است از ایجاد زمینه توسعه نو آوری در اعضای دانشگاه، تجاری کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی و بالطبع توسعه فعالیت های اقتصادی، با توجه به اهمیت روزافزون این مقوله در عصر حاضر، محقق بر آن شد تا در این مقاله مفهوم تجاری سازی یافته های پژوهشی، اهمیت و ضرورت، فرآیند، مراحل و مدل های آن را بررسی کند و همچنین به معرفی کارآفرینی دانشگاهی به عنوان الگویی جهت تجاری سازی یافته های تحقیقاتی بخش دانشگاهی بپردازد.

## کلمات کلیدی:

کارآفرینی دانشگاهی، تجاری سازی، یافته های پژوهشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/511455>

