

عنوان مقاله:

مروری بر تجاری سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی

محل انتشار:

یازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

سمیرا اسماعیلی - کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی

هاشم عطاپور - استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه تبریز

لیلا دیواری - کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی

خلاصه مقاله:

امروزه اقتصاد جهانی به شدت از وابستگی به منابع زیرزمینی و صنایع فاصله گرفته است و شرکتهای دانش بنیان به عنوان راهبردی اساسی برای رشد و توسعه اقتصادی به شمار می روند و توجه بسیاری از اندیشمندان، سیاست گذاران و برنامه ریزان را به خود منعطف کرده است. در این میان دانشگاه به عنوان ایجاد کننده دانش، نقشی کلیدی دارد. در حقیقت رسالت علمی دانشگاه ها را می توان تحت عناوین اصلی تولید و انتقال نوآوری ها و دانش کاربردی، طبقه بندی نمود. در سالهای اخیر انگیزه دانشگاههای مختلف جهت توسعه تمرکز از تحقیق و توسعه محض به سمت توسعه علوم کاربردی و ورود به دنیای کسب و کار افزایش یافته است. تجاری سازی نیز تلاشی در جهت کسب سودآوری، از طریق تبدیل فناوری های جدید به محصولات، فرایندها و خدمات جدید و فروش آنها در محیط بازار به شمار می رود. راهبردهای تجاری سازی، شیوه های متفاوت بهره برداری از فناوری ها و تحقیقاتی را شامل می شود که محققان و شرکت های نوپا برای انتقال و تبدیل دانش به بازار، به آن نیاز دارند. در سالهای اخیر انگیزه دانشگاه های مختلف برای توسعه تمرکز از تحقیق و توسعه محض، به سمت توسعه علوم کاربردی و ورود به دنیای کسب و کار افزایش یافته است. یکی از مهمترین لازمه های موفقیت دانشگاه ها برای انجام رسالت علمی خویش، ایجاد بستری برای تجاری سازی یافته های تحقیقاتی و عرضه دانش به بازار و جامعه است که این امر مستلزم ارتباط مداوم دانشگاه با صنعت و دولت است که در نتیجه سه بعد اصلی صنعت - دانشگاه - دولت را تشکیل می دهند. در مقاله حاضر، تلاش شده تا ضمن بررسی متون و ادبیات در مورد مفاهیم تجاری سازی و بیان اهمیت و ضرورت تجاری سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی، به عوامل تجاری سازی در بعد صنعت، دولت و دانشگاه نیز پرداخته شود.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی، تحقیقات دانشگاهی، خلق دانش، دانشگاه، دولت، صنعت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/742332>

