

۱۴۵۲۵۴۱

تجاری سازی دانش در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها

(مفاهیم، الزامات، روش‌ها)

مؤلفین

دکتر محمد رضا قرائی آشتیانی

دکتر نبی اله دهقان

هادی زارع

تهران - ۱۳۹۵

سرشناسه : قرائی آشتیانی، محمدرضا، ۱۳۳۵ -
 عنوان و نام‌پدیدآور : تجاری سازی دانش در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها (مفاهیم، الزامات و روش‌ها) / مؤلفین محمدرضا قرائی آشتیانی، نبی‌الله دهقان، هادی زارع
 مشخصات نشر : تهران: فوژان، ۱۳۹۵
 مشخصات ظاهری : ۳۰۸ ص.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۴۴-۲
 وضعیت فهرست‌نویسی : فپا
 موضوع : مدیریت دانش
 موضوع : Knowledge management
 موضوع : مدیریت دانش -- ایران
 موضوع : Knowledge management -- Iran
 شناسنامه افزوده : دهقان، نبی‌الله، ۱۳۵۹ -
 شناسنامه افزوده : زارع، هادی، ۱۳۶۵ -
 رده‌بندی کسره : HD ۳۰۲/۳ ۱۳۹۵
 رده‌بندی دیوید : ۶۵۸/۴۰۳۸
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۴۶۱۱۳۹



تجاری سازی دانش در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها (مفاهیم، الزامات، روش‌ها)
 مؤلفین: دکتر محمدرضا قرائی آشتیانی، دکتر نبی‌الله دهقان، هادی زارع
 شمارگان: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول (۱۳۹۵)
 حروفچینی و صفحه‌آرایی: اعظم فتح
 طراح جلد: سیما شریعتی
 چاپ / صحافی: تندیس برتر / کیمیا

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن به‌طور کلی و جزئی (چاپ، فتوکپی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۴۴-۲

قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان

تهران، م انقلاب، خ لبافی‌نژاد بین کارگر جنوبی و اردیبهشت، نبش کوچه درخشان پلاک ۲، ط اول.
 تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

www.FoozhanBook.com

Email: fozhanpub@yahoo.com

۹	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: مفاهیم و تعاریف تجاری سازی دانش
۱۳	۱-۱- مقدمه
۱۳	۱-۲- جایگاه و اهمیت دانش در توسعه کشورها
۱۴	۱-۳- تعاریف تجاری سازی
۱۸	۱-۴- سابقه و ریشه های تجاری سازی دانش در کشور
۲۱	۱-۵- ریشه های تجاری سازی در اروپا و آمریکا
۲۴	۱-۶- دلایل مطالعه تجاری سازی دانش
۲۷	۱-۷- تحولات تاریخی تجاری سازی دانش
۳۱	۱-۸- ذی نفعان کلیدی تجاری سازی
۳۳	۱-۹- نتیجه گیری: نقشه انتقال دانش
۳۵	فصل دوم: پیش نیازهای ارتقاء تجاری سازی
۳۷	۲-۱- مقدمه
۳۷	۲-۲- پیش نیازهای فرهنگی تجاری سازی دانش
۳۹	۲-۲-۱- پیش نیازهای فرهنگی دانش اندوزی و به کارگیری دانش در اوقات فراغت و روایات
۴۰	۲-۲-۲- پیش نیازهای فرهنگی دانش اندوزی و به کارگیری دانش بیانات امام خمینی
۴۲	۲-۲-۳- پیش نیازهای فرهنگی تجاری سازی دانش بیانات مقام معظم رهبر
۵۳	۲-۲-۴- نتیجه گیری پیش نیازهای فرهنگی جهت ارتقاء تجاری سازی
۵۴	۲-۳- پیش نیازهای ساختاری تجاری سازی دانش
۵۷	۲-۴- پیش نیازهای سیاسی و قانونی تجاری سازی دانش
۶۵	۲-۴-۱- برنامه پنجم توسعه
۶۶	۲-۴-۲- سند چشم انداز بیست ساله
۶۷	۲-۴-۳- نقشه جامع علمی کشور

۶۷	۴-۴-۲- سند تحول راهبردی علم و فناوری کشور
۶۸	۴-۵- سیاست‌های کلی علم و فناوری (نظام آموزش عالی، تحقیقات و فناوری)
۷۰	۲-۵ نتیجه‌گیری

فصل سوم: عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی دانش

۷۳	۳-۱- مقدمه
۷۵	۳-۲- مدل‌های عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی دانش
۷۶	۳-۲-۱- مطالعه بندریان
۷۶	۳-۲-۲- مطالعه پودلکو و مندنهال
۷۷	۳-۳-۱- مطالعه لینک و اسکات
۷۹	۳-۳-۲- مطالعه پاور و مک دوگال
۷۹	۳-۳-۳- مطالعه بن
۸۰	۳-۳-۴- مطالعه اوشیا و مکاران
۸۱	۳-۳-۵- مطالعه ارام
۸۱	۳-۳- مطالعات عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی دانش
۸۲	۳-۴- نتیجه‌گیری

فصل چهارم: مدل‌ها و الگوهای تجاری‌سازی دانش

۱۰۷	۴-۱- مقدمه
۱۰۹	۴-۲- مدل‌های خطی
۱۱۰	۴-۳- مدل‌های عملیاتی
۱۲۱	۴-۴- نتیجه‌گیری

فصل پنجم: راهنمای عملیاتی تجاری‌سازی دانش

۱۳۳	۵-۱- مقدمه
۱۳۵	۵-۲- شرح اختراع (اظهارنامه اختراع)
۱۳۶	۵-۳- ارزیابی
۱۳۷	۵-۴- بازاریابی
۱۳۸	۵-۵- ثبت اختراع
۱۴۰	۵-۶- صدور مجوز (لیسانس یا تأییدیه)
۱۴۰	۵-۷- نظارت

۱۴۲.....	۸-۵-ارزیابی/ خاتمه
۱۴۳.....	۹-۵-ایجاد مشارکت (سرمایه گذاری) جدید

فصل ششم: مکانیزم‌های تجاری سازی

۱۴۷.....	۱-۶-مقدمه
۱۴۸.....	۲-۶-مالکیت معنوی و نظریه اقتصادی تحقیق و توسعه
۱۴۹.....	۳-۶-طبقه‌بندی مکانیزم‌های تجاری سازی دانش
۱۵۹.....	۴-۶-انواع مکانیزم‌های تجاری سازی دانش
۱۵۹.....	۱-۴-۶-مکانیزم‌های نهادی
۱۷۱.....	۲-۴-۶-خوشه‌های منطقه‌ای
۱۷۵.....	۳-۴-۶-شرکت‌های انشعایی و شرکت‌های نوپا دانشگاهی
۱۷۹.....	۴-۴-۶-اعطای نمایندگی یا مجوز
۱۸۶.....	۵-۴-۶-طرح‌های مشارکتی و قراردادی
۱۹۱.....	۶-۴-۶-مشارکت‌های مشترک با شرکت‌های انشعایی، اتحادها و همکاری‌های مشترک
۱۹۱.....	۷-۴-۶-نوآوری باز
۱۹۲.....	۸-۴-۶-انتشارات و کنفرانس
۱۹۸.....	۱۰-۴-۶-شبکه‌ها
۲۰۰.....	۱۱-۴-۶-مکانیزم‌های تبادل
۲۰۰.....	۱۲-۴-۶-مشاوره
۲۰۳.....	۱۳-۴-۶-دوره‌های آموزشی پیشنهاد شده توسط شرکت (تجربه حرفه‌ای مستمر)
۲۰۴.....	۱۴-۴-۶-نقش دانشگاهیان
۲۰۶.....	۱۵-۴-۶-جنبه‌های بین‌المللی
۲۰۷.....	۵-۶-نتیجه‌گیری

فصل هفتم: معیارهای ارزیابی تجاری سازی دانش

۲۱۱.....	۱-۷-مقدمه
۲۱۵.....	۲-۷-معیارهای ارزیابی تجاری سازی دانش
۲۳۳.....	۳-۷-نتیجه‌گیری

فصل هشتم: دوسو توانی سازمانی در تجاری سازی دانش

۲۳۹.....	۱-۸-مقدمه
----------	-----------

۲۴۱	۸-۲- تغییر در محیط سازمانی
۲۴۲	۸-۳- تنش میان تقاضای دانشگاهی و اقتصادی
۲۴۳	۸-۴- شناخت تنش
۲۴۴	۸-۵- مقدمات سازمانی دوسو توانی
۲۵۰	۸-۶- ویژگی‌های دوسو توانی
۲۵۳	۸-۷- ابعاد دوسو توانی
۲۵۳	۸-۷-۱- تفکیک و تلفیق
۲۵۴	۸-۷-۲- فرد و سازمان
۲۵۷	۸-۷-۳- ایستا و پویا
۲۵۹	۸-۷-۴- داخلی و خارجی
۲۶۱	۸-۸- مسیر نوآوری و وفق‌پذیری سازمانی
۲۶۱	۸-۹- راه‌های دوسو توان شدن سازمان
۲۶۳	۸-۱۰- نتیجه گیری

فصل نهم: مطالعه موردی سیستم‌های تجاری سازی دانش

۲۶۷	۹-۱- تجربیات کشور آمریکا در حوزه تجاری سازی دانش
۲۶۹	۹-۲- تجربیات کشور سوئد در تجاری سازی دانش
۲۷۳	۹-۳- مقایسه اروپا و آمریکا در تجاری سازی دانش

فهرست منابع

۲۸۳	منابع فارسی
۲۸۵	منابع خارجی

پیشگفتار

تأکید مقام معظم رهبری بر جنبش نرم افزاری و تولید علم و برگزاری نشست‌ها و همایش‌های متعدد برای فراهم ساختن بسترهای لازم جهت رشد علمی کشور، حکایت از عزم جدی برای تحقق تجاری‌سازی تحقیقات و یافته‌های مرتبط دارد. براساس فرمایشات معظم‌له، این تحول در مراحل اول بلوغ خود می‌باشد و گام‌های ابتدایی که ریش مناسبی برداشته شده است ولی کافی نبوده و برای نایل شدن به اهداف غایی انقلاب اسلامی، لازم است اقدام‌های محکم‌تری برداشته شود و این مسیر ادامه یابد. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی می‌توانند به توسعه اتصالات از این تعامل با سازمان‌های مرتبط و در کنار آن با انواع تجاری‌سازی دانش کمک نمایند. بسیاری از دستاوردهای تحقیقاتی از این فرصت بهره می‌گیرند تا فعالیت‌های خود را از طریق نشان دادن مطلوبیت‌شان در جامعه تسهیل گردد. گسترش دهند. یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که گریبانگیر دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی می‌باشد این است که به‌دلیل پروژه‌های تحقیقاتی بدون خروجی عملیاتی است. هزینه‌ی تحقیقاتی این پروژه‌ها عمدتاً بالا بوده و به توجّه به امکان بهره‌برداری از این تحقیقات و بسترسازی جهت تجاری‌سازی آنها، مدیران و سیاست‌گذاران بایستی با استفاده از مفاهیم مختلف عملیاتی تجاری‌سازی دانش آشنا شوند تا بتوانند در این موضوع مدیریت هدفمند و مؤثری ارائه نمایند.

هدف از نگارش این کتاب آشناسازی خوانندگان با ابعاد تجاری‌سازی دانش و به‌کارگیری آنها در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی از دیدگاه سیاست‌گذاری، راهبردی و مدیریتی است. بر اساس ادبیات موضوع، تجاری‌سازی تحقیق را می‌توان به‌عنوان فراگرد به‌کارگیری مناسب تحقیقات در حوزه یا جامعه به‌گونه‌ای که آثار مشهود و غیرمشهود آن در برنامه‌ها، مأموریت‌ها، فعالیت‌ها و خدمات سازمان یا جامعه مشاهده شود تعریف نمود. کتاب حاضر از نه فصل تشکیل شده که در فصل اول به تشریح مفاهیم و تعاریف تجاری‌سازی دانش پرداخته شده، سپس الزامات فرهنگی، ساختاری، سیاسی و قانونی تجاری‌سازی دانش بیان شده است. در فصل دوم پیش‌نیازها و الزامات فرهنگی، ریشه‌های فرهنگی و اثرگذار بر شکل‌گیری تجاری‌سازی تحقیقات از دیدگاه آیات قرآنی و احادیث، بیانات امام خمینی (ره) و همچنین فرمایشات مقام معظم رهبری استفاده شده است. همان‌طور که از آیات الهی و روایات نقل شده از پیامبر (ص) و سایر ائمه معصومین قابل برداشت است، برتری یافتن در علم و دانش در اولویت جوامع انسانی و اسلامی می‌باشد. بیانات امام خمینی (ره) و همچنین مقام معظم رهبری نیز مؤید این موضوع می‌باشد چراکه آنان علم را عامل پیشرفت و

ترقی هر نظام و کشوری می‌دانند و تنها راه پیشرفت کشور را تجاری سازی تحقیقات و تبدیل علم و دانش تولید شده به ثروت عمومی می‌دانند. بعلاوه، از نظر ایشان، علم‌گرایی بر پایه استعدادهای ایرانی موضوعی است که برای مقابله با تهاجم غرب در ابعاد مختلف بسیار کارآمد می‌باشد. در این راستا به مواردی که در برنامه پنجم توسعه، سند چشم انداز بیست ساله، نقشه جامع علمی کشور و سند تحول راهبردی علم و فناوری کشور به موضوع تجاری سازی تحقیقات پرداخته شده است، اشاره می‌گردد. در فصول بعدی با بررسی ابعاد متنوع و گسترده تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی به عوامل مؤثر بر تجاری سازی در فصل سوم، مدل‌ها و الگوهای تجاری سازی در فصل چهارم، راهنمای عملیاتی تجاری سازی دانش در فصل پنجم، مکانیزم تجاری سازی در فصل ششم، معیارهای ارزیابی تجاری سازی دانش در فصل هفتم، ساختارهای جدید حامی تجاری سازی (نشر سازمان و سو توان) در فصل هشتم و در نهایت مروری بر سیستم‌های تجاری سازی در برخی از کشورهای پیشرفته در فصل نهم، خواهیم پرداخت.

در پایان از مجموعه انتشارات فوژان که زمینه چاپ این اثر را فراهم نموده صمیمانه تشکر نموده و از کلیه صاحب‌نظران، محققین و خوانندگان گرامی درخواست می‌شود نظرات و پیشنهادات اصلاحی خود را از طریق انتشارات فوژان با ما در میان بگذارند.

مؤلفین