

کارآفرینی دانشگاهی

شرکتهای دانشگاه بنیان

و خلق ثروت

نویسنده:

اسکات شین

ترجمه:

دکتر محمد رسول الماسی فرد

(عضو هیأت علمی دانشگاه رازی)

رضا ملکی

۱۳۹۸

سرشناسه	شین اسکات اندرو، ۱۹۶۴-م. Shane, Scott Andrew.
عنوان و نام پدیدآور	کارآفرینی دانشگاهی شرکت‌های دانشگاه‌بنیان و خلق ثروت/ نویسنده اسکان شین؛ ترجمه محمدرسول الماسی فرد، رضا ملکی؛ ویراستار هدی نجف‌پور.
مشخصات نشر	تهران، مهکامه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۴۹۶ ص.
شابک	978-600-8731-71-9
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Academic entrepreneurship: university spinoffs and wealth creation, 2004
یادداشت	واژه‌نامه.
موضوع	تکنولوژی پیشرفته-- ایالات متحده High technology-- United States
موضوع	شرکت‌های اقتصادی جدید دانشگاه پایه-- ایالات متحده University-based new business enterprises-- United States
موضوع	همکاری دانشگاه و صنعت-- ایالات متحده Academic-industrial collaboration-- United States
موضوع	صنعت-- ایالات متحده تحقیق Research, Industrial-- United States
موضوع	انتقال تکنولوژی-- ایالات متحده Technology transfer-- United States
موضوع	کارآفرینی-- ایالات متحده Entrepreneurship-- United States
سوابق زوده	الماسی فرد، محمدرسول، ۱۳۶۴- مترجم
شماره افزوده	ملکی، رضا، ۱۳۵۷- مترجم
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۸ ش ۹/ت ۸/ HC۷۹
رده‌بندی دیس	۳۳۸/۰۴۰۹۱
شماره کتاب‌رسانی ملی	۵۶۳۷۵۵۵

نام کتاب: کارآفرینی دانشگاهی، شرکت‌های دانشگاه‌بنیان و خلق ثروت

نویسنده: اسکات شین

ترجمه: دکتر محمدرسول الماسی فرد (عضو هیأت علمی دانشگاه رازی)- رضا ملکی

ویراستار: دکتر هدی نجف‌پور (دست‌آوی مدیریت علم و فناوری)

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

لیتوگرافی: نقش

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۶۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۷۱-۹

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به بلایف نژاد، پلاک ۸، طبقه دوم،

نشر و پخش مهکامه

فک: ۰۶۶۹۶۱۰۰۰-۰۲۱ ۰۹۱۲۳۹۷۴

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب‌فروشی گاه

تلفن: ۶۶۴۶۰۹۳۲-۶۶۴۶۷۳۲۳

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳-۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱۳)

۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)

۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نبش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)

۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۷
فصل ۱: مقدمه.....	۲۱
هدف کتاب حاضر.....	۲۶
تعریف شرکت‌های دانشگاه بنیان.....	۲۸
یک رویکرد من رشته.....	۳۲
ساختار این کتاب.....	۳۳
تحقیقاتی که کتاب حاضر بر اساس آن طرح‌ریزی شده است.....	۳۹
فصل دوم: چرا شرکت‌های دانشگاه بنیان مهم هستند؟.....	۴۵
نمونه‌هایی از شرکت‌های دانشگاه بنیان.....	۴۷
اهمیت شرکت‌های دانشگاه بنیان.....	۵۰
شرکت‌های دانشگاه بنیان توسعه اقتصادی را ترغیب و تشویق می‌کنند.....	۵۱
شرکت‌های دانشگاه بنیان ارزش اقتصادی قابل توجهی خلق می‌کنند.....	۵۲
شرکت‌های دانشگاه بنیان شغل ایجاد می‌کنند.....	۵۸
شرکت دانشگاه بنیان سرمایه‌گذاری در فناوری دانشگاهی را تشویق می‌کند.....	۶۰
شرکت‌های دانشگاه بنیان موجب ارتقاء توسعه بومی می‌شوند.....	۶۱
شرکت‌های دانشگاه بنیان تجاری‌سازی فناوری دانشگاهی را ارتقاء می‌دهند.....	۶۳
شرکت‌های دانشگاه بنیان یک ابزار اثربخش تجاری‌سازی برای فناوری‌های نامطمئن هستند.....	۶۴
شرکت‌های دانشگاه بنیان یک ابزار اثربخش برای تشویق مشارکت مخترع هستند.....	۶۵
شرکت‌های دانشگاه بنیان به تحقق رسالت دانشگاه کمک می‌کنند.....	۶۶
شرکت‌های دانشگاه بنیان تحقیقات جانبی را حمایت می‌کنند.....	۶۶
شرکت‌های دانشگاه بنیان اعضای هیأت علمی را جذب و حفظ می‌کنند.....	۶۸
شرکت‌های دانشگاه بنیان به آموزش دانشجویان کمک می‌کنند.....	۶۸
شرکت‌های دانشگاه بنیان، شرکت‌هایی با عملکرد بالا هستند.....	۶۹

۱۳۵	 سرمایه‌گذاری پیش از شروع (تولید)
۱۳۶	 ویژگی و مشخصه‌های دفاتر اعطای مجوز فناوری دانشگاه‌ها
۱۳۶	 منابع دفاتر انتقال فناوری
۱۳۷	 تخصص ایجاد و راه‌اندازی شرکت
۱۳۹	 پیوند با شبکه‌ی شرکت‌های نوپا
۱۴۳	 سایر ویژگی‌ها و مولفه‌ها دانشگاهی
۱۴۳	 فرهنگ دانشگاه
۱۴۶	 الگوهای نقش کارآفرینانه
۱۴۸	 کیفیت دانشگاه
۱۵۰	 تحقیقات‌آمیز: پلی شده رسط صنعت
۱۵۳	 جمع‌بندی و خلاصه مطالب فصل
۱۵۷	 فصل پنجم: عوامل محییی تأثیرگذار بر فعالیت شرکت‌های دانشگاه بنیان
۱۵۹	 تفاوت در شرکت‌های دانشگاه بنیان در موقعی‌های جغرافیایی مختلف
۱۶۱	 چرا فعالیت شرکت‌های دانشگاه بنیان در مکان‌های مختلف، متفاوت است؟
۱۶۱	 دسترسی به سرمایه
۱۶۶	 وضعیت حقوق مالکیت فکری
۱۶۸	 انعطاف‌پذیری بازار نیروی کار دانشگاهی
۱۷۰	 ساخت و بافت صنعتی منطقه
۱۷۳	 جمع‌بندی و خلاصه مطالب فصل
۱۷۷	 فصل ششم: انواع فناوری‌هایی که منجر به تاسیس شرکت‌های دانشگاه بنیان می‌شود
۱۸۰	 فناوری بنیادی
۱۸۲	 منسوخ کردن دارایی [آکالاهای] موجود
۱۸۳	 فناوری‌های مخرب شایستگی
۱۸۷	 تردید نسبت به فناوری ابداعی
۱۹۱	 دانش ضمنی
۱۹۴	 نوآوری‌های مرحله‌ی اولیه
۱۹۵	 ارزش نامطمئن فناوری

۲۸۴	بازاریابی فناوری
۲۸۶	در نظر گرفتن حق انتخاب برای خریداران فناوری
۲۸۷	اعطای مجوز فناوری
۲۸۸	تصمیم برای شرکت دانشگاه بنیان
۲۹۰	کشف فرصت‌های تجاری در فناوری دانشگاهی
۲۹۱	شکست بازار و خلق یک شرکت دانشگاه بنیان جدید
۲۹۲	جمع‌بندی و خلاصه‌ی مطالب فصل
۲۹۵	فصل دوم: فرایند توسعه شرکت‌های دانشگاه بنیان
۲۹۷	توسعه‌ی تکمیل فناوری
۲۹۸	اثبات اصل (ایده) فناوری
۲۹۹	نمونه (الگوی) اولیه
۳۰۲	فرایند توسعه محصول
۳۰۲	تولیدی‌سازی فناوری
۳۱۲	تیمیراتی برای متناسب‌سازی فناوری با محیط تجاری
۳۲۹	توسعه یک بازار برای فناوری
۳۲۹	عدم اطمینان بازاری
۳۳۲	جمع‌آوری اطلاعات بازار
۳۳۳	شناسایی نیاز مشتری (بازار)
۳۳۶	تامین نیاز (بازار)
۳۳۹	گرفتن بازخورد از مشتری
۳۴۲	دشواری دریافت بازخورد از مشتری
۳۴۷	انتخاب کاربرد محصول
۳۴۸	حجم فروش
۳۴۹	خلق ارزش برای مشتری
۳۵۱	توانایی خدمت رسانی در بازار
۳۵۴	مزیت رقابتی
۳۵۵	فروش محصولات و خدمات
۳۵۸	جمع‌بندی و خلاصه‌ی مطالب فصل

۳۶۱	فصل یازدهم: تامین مالی شرکت‌های دانشگاه بنیان
۳۶۳	مقدمه
۳۶۴	اهمیت جذب منابع
۳۶۵	بخش دولتی و شکاف تامین مالی
۳۷۲	دشواری جذب سرمایه در شرایط عدم اطمینان و عدم تقارن اطلاعاتی
۳۷۳	نشان دادن ارزش و منافع کسب و کار جدید
۳۷۴	بازارهای بزرگ
۳۷۴	مالک فناء می
۳۷۵	فناوری‌هایی با کاربرد عمومی
۳۷۶	ویژگی‌های مشتمل‌های بنیان‌گذار
۳۷۷	پیوندهای اجتماعی
۳۷۹	منابع سرمایه
۳۸۲	جمع‌بندی و خلاصه‌ی مطالب فضا
۳۸۵	فصل دوازدهم: عملکرد شرکت‌های دانشگاه بنیان
۳۸۷	اثر عامل انسانی
۳۸۸	تیم‌های مکمل
۳۸۹	دانش کسب و کار
۳۹۵	مشارکت مخترع (نوآور)
۳۹۷	کارآفرینان تمام وقت
۳۹۷	غلبه بر مسائل فناوری در شرکت‌های دانشگاه بنیان
۳۹۸	خلق محصول
۳۹۹	شناسایی یک کاربرد بازاری از فناوری
۴۰۱	ارزیابی و تامین رضایت مشتری
۴۰۲	جذب سرمایه مالی کافی
۴۰۴	تضمین حمایت از شرکت‌های دانشگاه بنیان
۴۰۶	اثر فناوری
۴۰۶	حمایت دارایی فکری
۴۱۰	فناوری (نوآوری) با هدف عمومی

۴۱۱		اثر استراتژی شرکت
۴۱۲		تمرکز استراتژیک
۴۱۸		قابلیت سازگاری
۴۱۸		سازگاری فناوری
۴۲۰		سازگاری بازار
۴۲۲		جمع‌بندی و خلاصه‌ی مطالب فصل
۴۲۷		فصل سیزدهم: مشکلات شرکت‌های دانشگاه بنیان
۴۲۹		مقدمه
۴۲۹		مشکل هماهنگی تأسیس شرکت با مدل [امروم] دانشگاه
۴۲۹		کمبود حمایت اعضا، هیات علمی
۴۳۲		اثر معکوس یک جهت‌گیری تدریس
۴۳۴		شرکت‌های دانشگاه بنیان توزیع آشمار دانش را مختل می‌کنند
۴۳۶		شرکت‌های دانشگاه بنیان موضوع تحقیقات فضای میات علمی را تحت تاثیر قرار می‌دهند
۴۳۷		آموزش دانشجویان
۴۴۰		تعارض منافع
۴۴۲		مسائل و مشکلات مدیریت انتقال فناوری به شرکت دانشگاه بنیان
۴۴۲		هزینه و دشواری توسعه شرکت‌های دانشگاه بنیان
۴۴۴		ریسک خلق شرکت جدید
۴۴۷		جمع‌بندی و خلاصه‌ی مطالب فصل
۴۵۱		فصل چهاردهم: نگاه پایانی: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۴۵۵		مروری بر فصول کتاب
۴۶۲		مباحثی برای آینده
۴۷۲		سخن پایانی
۴۷۵		واژه‌نامه: فارسی و انگلیسی
۴۷۷		واژه‌نامه فارسی به انگلیسی
۴۸۷		واژه‌نامه فارسی به انگلیسی

پیشگفتار

بعد از دانشگاه‌های آموزش محور و به اصطلاح نسل پایه، و پس از آن دانشگاه‌های نسل دوم و پژوهش محور، امروزه از دانشگاه‌های کارآفرین به عنوان نسل سوم دانشگاه‌ها صحبت به میان است. در یک اقتصاد مبتنی بر دانش، دانشگاه‌ها هویت کارآفرینانه پیدا کرده‌اند و علاوه بر آموزش و تحقیق، مأموریت جدیدی را تحت عنوان خلق و تولید ثروت از مجای کارآفرینی عهده‌دار شده‌اند. این تغییر نسل و حرکت دانشگاه‌ها به معنای تمایل به تجاری‌سازی دانش و بهره‌برداری اقتصادی از مالکیت فکری ایجاد شده در دانشگاه است. شکل‌گیری حقوق مالکیت فکری از جمله حق ثبت اختراع در کنار ساختارهای نظیر دفاتر ارتباط دانشگاه و صنعت، دایر انتقال و اعطای مجوز فناوری، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری همگی در چهارچوب مهم کارآفرینی دانشگاهی و ظهور دانشگاه‌های کارآفرین قرار می‌گیرند.

در راستای بحث مذکور، یکی از مباحث اصلی و محوری در دانشگاه‌های کارآفرین، شرکت‌های دانشگاه بنیان می‌باشد، موضوعی که در کتاب حاضر بدان پرداخته شده است. «شرکت دانشگاه بنیان»، یک شرکت تازه تأسیس (استارت آپ) برای بهره‌گیری از بخشی از دارایی‌های فکری ایجاد شده در دانشگاه می‌باشد. اساساً دانشجویان و حتی کارکنان دانشگاه کنشگران اصلی این دست از شرکت‌ها برای بهره‌گیری از دارایی فکری متعلق به دانشگاه هستند. همان‌طور که در کتاب حاضر خواهیم دید، شرکت‌های دانشگاه بنیان دارای نقش کلیدی در تجاری‌سازی فناوری دانشگاهی و لذا ایجاد ثروت برای دانشگاه و جامعه می‌باشند. به دلیل اهمیت شرکت‌های دانشگاه بنیان، بسیاری از اداره‌کنندگان دانشگاه‌ها، سیاست‌گذاران، و البته کارآفرینان داخل و خارج از دانشگاه‌ها، علاقمندی بالایی به این دست از شرکت‌ها از خود نشان داده‌اند. در اینجا ذکر دو نکته ضروری است:

نخست آنکه، شرکت‌های دانشگاه بنیان به طور خاص با شرکت‌های دانش بنیان به طور عام متفاوت هستند. در حقیقت شرکت‌های دانشگاه بنیان زیرمجموعه‌ای از شرکت‌های دانش بنیان محسوب می‌شوند که ضرورتاً برای بهره‌گیری از مالکیت فکری متعلق به دانشگاه و با مشارکت اساتید و دانشجویان دانشگاه شکل گرفته‌اند. بر این اساس، شرکت‌هایی که به وسیله

محققان را برای شناخت و درک جامع‌تر از این مهم، دعوت کند. در آخر صمیمانه پذیرای نظرات اصلاحی محققان دانشگاهی و دست‌اندرکاران در رابطه با ترجمه‌ی کتاب هستیم.^۱

دکتر محمد رسول الماسی فرد
(عضو هیأت علمی دانشگاه رازی)

رضا ملکی
فروردین ۱۳۹۸

www.ketab.ir