





دانشگاه سیستان و بلوچستان  
تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت کارآفرینی گرایش سازمانی

عنوان:

شناسایی و اولویت بندی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه

(مورد مطالعه: دانشگاه سیستان و بلوچستان)

استاد (اساتید) راهنما:

دکتر امین رضا کمالیان

استاد مشاور:

دکتر نورمحمد یعقوبی

تحقیق و نگارش:

مرتنا بنی اسدی

خرداد ۹۲



## تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب مرتا بنی اسدی تعهد می کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد.

مرتا بنی اسدی

امضاء

پروردگارم

برگی دیگر از دفتر زندگیم را که با تو گشوده بودم

با توبه پایان می رسانم.

یاریم کن تا آنچه را که از دیده ها و شنیده ها آموخته ام

حاشانه بجا بدم.

مرا به حال خویش واگذار که زین پس به لطف و کرم تو محتاج ترم.

تقدیم به مادر مهربان و پدر فداکارم

که همواره راهبانی ها و دعای آنها را مستنکر را هم بوده و هست

تقدیم به همسرم

که سایه مهربانش سایه سار زندگیم شد

## پاسکزاری

پاسکزار مهربانی و لطف کسانی، بستم که با کرامتی چون خورشید، سرزمین دل را روشنی بخشیدند و گلشن سرای علم و دانش را با راهنمایی های کارساز و سازنده بارور ساختند.

باتقدیر و تشکر شایسته از استاد فریخته جناب آقای دکتر امین رضا کمالیان به دلیل یاری ها و راهنمایی های بی چشمداشت ایشان که بسیاری از سختی ها را بر ابرام آسانتر نمودند.

باتقدیر و تشکر شایسته از استاد فریخته جناب آقای دکتر نور محمد یعقوبی

باتقدیر و تشکر شایسته از استاد فریخته جناب آقای دکتر سید رضا بلاغت

باتقدیر و تشکر شایسته از استاد فریخته جناب آقای دکتر مصیب پهلوانی

که با نکته های ارزنده صحیفه های سخن را علم پرور نمودند و همواره راهما و راه گشای نخبانده در اتمام و اكمال پایان نامه بودند.

## چکیده:

امروزه با توجه به اینکه ورود دانشگاه های ایران به تجارت دانش از یک مزیت به یک ضرورت تبدیل گشته است اما دانشگاه های کنونی ما هنوز نتوانسته اند به نحوی مؤثر یافته های علمی خود را وارد صنعت کنند و تعاملی مؤثر بین صنعت و دانشگاه برقرار سازند از این رو باید با نگرش وسیع تری مجموعه شرایط و عوامل تأثیر گذار بر تجاری سازی دانش و پیش نیازها و الزامات مختلف آن مورد توجه و فراهم سازی قرار گیرند. هدف از انجام این پژوهش، ارائه راهکارهای مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه سیستان و بلوچستان است. در این راستا تلاش شده است الزامات، اولویت الزامات و راهکارهای مناسب و مؤثر بر تجاری سازی دانش شناسایی شود. در این پژوهش، حجم نمونه با فرمول نمونه گیری کوکران ۱۳۰ نفر از میان ۱۹۶ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه در جامعه مورد محاسبه گردید. پس از جمع آوری اطلاعات به کمک پرسشنامه به وسیله نرم افزار آماری SPSS و آزمون فریدمن، اولویت عوامل الزامات و مؤلفه های مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه مشخص شد. بر اساس نتایج بدست آمده عوامل؛ ساختاری، فرهنگی و سیاسی-قانونی تشکیل دهنده ی الزامات و پیش نیازهای تجاری سازی دانش می باشند و برای هر عامل بر طبق بخش کیفی تحقیق چند زیر مؤلفه در نظر گرفته شد که بر اساس نتایج این تحقیق عامل فرهنگی دارای بالاترین رتبه در تجاری سازی دانش بوده است. از این رو می توان گفت قراردادن مشوق های مناسب برای ایجاد انگیزه در فعالان دانشگاهی به تجاری سازی، تنظیم و اعمال قوانین و مقررات حقوقی مناسب برای ثبت و حفاظت از مالکیت دارایی های فکری و ایجاد پایگاه های اطلاعاتی برای گردآوری اطلاعات درباره بازار، قابلیت های دانشگاه و ارائه کنندگان مالی پیشنهادات مهمی از هر بعد از الزامات است که برای تجاری سازی دانش ارائه گردیده است.

**کلمات کلیدی:** تجاری سازی دانش، دانشگاه، کارآفرینی دانشگاهی

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- بیان مسئله
۴	۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۶	۴-۱- سوال های تحقیق
۶	۵-۱- اهداف تحقیق
۶	۶-۱- قلمرو تحقیق
۶	۱-۶-۱- قلمرو موضوعی تحقیق
۷	۲-۶-۱- قلمرو مکانی تحقیق
۷	۳-۶-۱- قلمرو زمانی تحقیق
۷	۷-۱- طرح نظری تحقیق
۸	۸-۱- تعاریف واژگان و مفاهیم اساسی تحقیق
۱۰	۹-۱- خلاصه
۱۱	فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق
۱۲	۱-۲- مقدمه
۱۳	۲-۲- نسل های سه گانه دانشگاهی
۱۷	۳-۲- تجاری سازی
۱۹	۴-۲- تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی
۲۳	۵-۲- ضرورت تجاری سازی دانش دانشگاه ها
۲۴	۶-۲- فرآیند تجاری سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی

۳۲	۷-۲- مدل ها والگو های تجاری سازی دانش در بخش دانشگاهی
۳۹	۸-۲- الزامات تجاری سازی دانش در دانشگاه
۴۰	۱-۸-۲- نقش الزامات ساختاری در تجاری سازی دانش
۴۲	۲-۸-۲- نقش الزامات فرهنگی در تجاری سازی دانش
۴۳	۳-۸-۲- نقش الزامات سیاسی - قانونی در تجاری سازی دانش
۴۵	۹-۲- سابقه پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته داخلی
۴۹	۱۰-۲- سابقه پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته خارجی
۵۳	۱۱-۲- خلاصه
۵۴	<b>فصل سوم: روش تحقیق</b>
۵۵	۱-۳- مقدمه
۵۵	۲-۳- روش تحقیق
۵۵	۱-۲-۳- تحقیق از نظر زمانی
۵۵	۲-۲-۳- تحقیق از نظر مکانی
۵۵	۳-۳- جامعه آماری
۵۶	۱-۳-۳- روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه
۵۶	۱-۱-۳-۳- روش نمونه گیری
۵۷	۲-۱-۳-۳- تعیین حجم نمونه
۵۷	۳-۱-۳-۳- فرمول نمونه گیری کوکران
۵۸	۴-۳- ابزار جمع آوری داده ها
۵۸	۵-۳- مقیاس اندازه گیری
۵۹	۶-۳- روایی و پایایی ابزار سنجش (پرسشنامه)
۵۹	۱-۶-۳- روایی ابزار سنجش
۵۹	۲-۶-۳- پایایی ابزار سنجش
۶۰	۷-۳- روش های آماری و نحوه تجزیه و تحلیل داده ها
۶۰	۱-۷-۳- آزمون فریدمن



۶۱	۸-۳- مدل مفهومی تحقیق
۶۳	۹-۳- خلاصه فصل سوم
۶۴	<b>فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها</b>
۶۵	۱-۴- مقدمه
۶۵	۲-۴- تجزیه و تحلیل دموگرافیک
۶۵	۱-۲-۴- جنسیت
۶۶	۲-۲-۴- رده سنی
۶۷	۳-۲-۴- مرتبه علمی
۶۸	۳-۴- تجزیه و تحلیل سوال های تحقیق
۶۸	۱-۳-۴- الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش
۷۰	۲-۳-۴- اولویت بندی و رتبه بندی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه
۷۰	۱-۲-۳-۴- رتبه بندی کلی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه
۷۲	۲-۲-۳-۴- رتبه بندی الزامات فرهنگی مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه
۷۴	۳-۲-۳-۴- رتبه بندی الزامات سیاسی- حقوقی مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه
۷۶	۴-۲-۳-۴- رتبه بندی الزامات ساختاری مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه
۷۸	۵-۲-۳-۴- اولویت بندی و رتبه بندی کلیه شاخص ها
۸۰	۴-۴- خلاصه فصل چهارم
۸۱	<b>فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات</b>
۸۲	۱-۵- مقدمه
۸۳	۲-۵- یافته های مهم تحقیق
۸۳	۱-۲-۵- نتایج حاصل از اولویت بندی الزامات مؤثر در تجاری سازی دانش در دانشگاه
۸۴	۲-۲-۵- نتایج رتبه بندی الزامات فرهنگی
۸۵	۳-۲-۵- نتایج رتبه بندی الزامات سیاسی- حقوقی
۸۶	۴-۲-۵- نتایج رتبه بندی الزامات ساختاری
	۵-۲-۵- رتبه بندی الزامات مؤثر بر در تجاری سازی دانش در دانشگاه بدون در نظر گرفتن گروه های

۸۸	سه گانه
۸۹	۳-۵- پیشنهادات پژوهش
۸۹	۱-۳-۵- ارائه پیشنهادات مرتبط با الزامات فرهنگی
۸۹	۲-۳-۵- ارائه پیشنهادات مرتبط با الزامات سیاسی- حقوقی
۹۰	۳-۳-۵- ارائه پیشنهادات مرتبط با الزامات ساختاری
۹۱	۴-۵- پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۹۱	۵-۵- محدودیت های تحقیق و محقق
۹۲	<b>فهرست منابع و مآخذ</b>
۹۹	پیوست ها
۱۰۰	پیوست(الف) پرسشنامه
۱۰۳	پیوست (ب) جداول مربوط به پایایی پرسشنامه
۱۰۳	پیوست(پ) جداول مربوط به آمار توصیفی
۱۰۶	پیوست(ج) جداول مربوط به آمار استنباطی

## فهرست جدول ها

صفحه	عنوان جدول
۷	جدول ۱-۱: زمان بندی مراحل انجام تحقیق
۱۵	جدول ۱-۲ مقایسه مقاصد و نقش انواع دانشگاه ها
۲۱	جدول ۲-۲: اهم تعاریف مطرح شده در زمینه تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی
۵۲	جدول ۳-۲: الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه
۵۵	جدول ۱-۳: نوع تحقیق بر اساس معیارهای مختلف
۵۷	جدول ۲-۳: معرفی جامعه آماری و نمونه آماری اعضای هیأت علمی بر اساس حوزه تخصصی
۵۸	جدول ۳-۳: مقایس اندازه گیری پرسشنامه
۶۰	جدول ۴-۳: پایایی داده ها از طریق آلفای کرونباخ
۶۵	جدول ۱-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر اساس جنسیت
۶۶	جدول ۲-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب رده ی سنی
۶۷	جدول ۳-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب مرتبه علمی
۶۹	جدول ۴-۴: میانگین شاخص های ساختاری پرسشنامه از دیدگاه اعضای نمونه آماری
۷۱	جدول ۷-۴: نتایج آزمون فریدمن برای تجاری سازی دانش
۷۱	جدول ۸-۴: رتبه بندی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش بر اساس آزمون فریدمن
۷۲	جدول ۹-۴ نتایج آزمون فریدمن برای مؤلفه های فرهنگی
۷۴	جدول ۱۰-۴: نتایج آزمون فریدمن برای مؤلفه های سیاسی - حقوقی
۷۶	جدول ۱۱-۴: نتایج آزمون فریدمن برای مؤلفه های ساختاری
۷۷	جدول ۱۲-۴: رتبه بندی مؤلفه های ساختاری بر اساس آزمون فریدمن
۷۸	جدول ۱۳-۴: آزمون معنی داری فریدمن برای کلیه مؤلفه ها
جدول ۱۴-۴:	رتبه بندی مجموعه مؤلفه های مرتبط با شاخصهای سه گانه (ساختاری، فرهنگی، سیاسی - حقوقی) بر اساس آزمون فریدمن
۷۹	

## فهرست شکل ها

صفحه	عنوان شکل
۸	شکل ۱-۱: طرح نظری تحقیق
۱۴	شکل ۱-۲: سیر تکاملی انواع دانشگاه ها
۲۵	شکل ۲-۲: مراحل اصلی فرآیند توسعه فناوری جدید
۲۸	شکل ۳-۲: فرایند انتقال دانش
۲۹	شکل ۴-۲: مراحل فرایند تجاری سازی
۳۳	شکل ۵-۲: روابط صنعت، دولت و دانشگاه در مدل مارپیچ سه گانه
۳۴	شکل ۶-۲: مدل تکمیلی مکانیزم تجاری سازی دانش
۳۶	شکل ۷-۲: الگوی به گزین شده ی انتقال تجاری سازی دانش
۳۸	شکل ۸-۲: مباحث سازمانی و مدیریتی در فرایند انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت
۴۱	شکل ۹-۲: جهانی شدن، روندهای سیاسی و دانشگاه کارآفرین
۶۲	شکل ۱-۳: مدل نهایی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان نمودار
۶۶	نمودار ۱-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر اساس جنسیت
۶۷	نمودار ۲-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب رده ی سنی
۶۸	نمودار ۳-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب مرتبه علمی
۷۲	نمودار ۴-۴: معرفی مهمترین الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش
۷۳	نمودار ۵-۴: رتبه بندی مؤلفه های متغیر فرهنگی
۷۵	نمودار ۶-۴: رتبه بندی مؤلفه های متغیر سیاسی - حقوقی
۷۷	نمودار ۷-۴: رتبه بندی مؤلفه های متغیر ساختاری

فصل اول

کلیات تحقیق

## ۱: فصل اول ( کلیات پژوهش :

### ۱-۱- مقدمه :

بیش از یک دهه است که گرایش های نوین اقتصاد جهانی دانشبر بحث های عمیقی را پیرامون ورود دانشگاه به عرصه های سرمایه داری دانشگاهی پدید آورده اند؛ به طوری که تجاری سازی سرمایه های دانشگاهی به ضرورتی انکارناپذیر در راستای توسعه اجتماعی- اقتصادی و موفقیت برنامه های آتی جوامع تبدیل شده است (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸:۶۳). ولی آنچه گریبان ما را گرفته و مانع توسعه علمی و اقتصادی کشور می شود، دوری "نظام اقتصادی، صنعتی و تجاری" از "نظام علمی، آموزشی و تحقیقاتی" کشور است. نباید از بازگفتن این واقعیت تلخ هراس داشت که صنعت، تجارت و بازار و به طور کلی اقتصاد ما فاقد یک ریشه علمی و متکی به دانش روز است. تولیدات علمی ما نیز به طور عمده در قفسه کتابخانه ها و محیط های بسته حبس شده اند و نمی توانند به بازار بیایند. در دنیای امروز قدرت اقتصادی، سیاسی و نظامی کشورها متناسب و متکی به حجم تولیدات علمی آن هاست. محصولات "اقتصادی و تجاری و صنعتی" آنان، جملگی یک عنصر واحد را تشکیل می دهند. برای آنکه بتوانیم این شکاف عظیم علمی و اقتصادی کشورمان را با دنیای پیشرفته پر کنیم، باید دست به انقلابی بزرگ بزنیم و آن "تجاری سازی علم و دانش" است و تا زمانی که این مشکل حل نشود، ما همچنان در سطحی گسترده، نه به علم دسترسی پیدا خواهیم کرد و نه به ثروت. برای توسعه پایدار در جامعه باید علم به فرهنگ تبدیل شود و فرهنگی کردن علم در جامعه نیز از مسیر تجاری سازی آن می گذرد (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۸۹:۴۲). در این تحقیق تلاش شده است به بررسی الزامات مؤثر بر تجاری سازی پرداخته شود و در رفع آن پیشنهادهای ارائه گردد.

### ۱-۲- بیان مسئله :

تحولات و دگرگونی های جهانی، دانشگاه ها و نقش های آنها را نیز، به منزله جزئی حیاتی از جوامع امروزی، تحت تأثیر قرار می دهد. با تغییر شرایط حاکم بر جهان، نگرش ها نسبت به دانشگاه نیز تغییر یافته است. به طوری که دانشگاه ها علاوه بر پژوهش و آموزش، به ایفای نقش در جهت مأموریت جدید مشارکت در توسعه اقتصادی جامعه می پردازد. لزوم وجود این مأموریت جدید، هنگامی احساس شد که نبود سازوکار مناسبی برای انتقال نتایج علمی تحقیقات دانشگاهی به صنعت به عنوان مشکل به شمار رفت (Etzkowitz et al., 2000:313). از آنجا که یافته ها و نتایج تحقیقاتی تا هنگامی که در عرصه عمل استقرار نیابند و عواید آنها

نصیب جامعه نشود نه تنها منشاء ثروت آفرینی نیستند بلکه باعث به هدر رفتن منابع مختلف و همچنین ایجاد مشکلات برای جوامع خواهند شد.

این موضوع و برخی عوامل دیگر منجر به آن شده که موضوع تجاری سازی دستاوردهای تحقیقاتی به شدت از سوی محافل علمی و تحقیقاتی مورد توجه قرار گیرد. به گونه ای که امروزه تجاری سازی به یکی از ارکان مهم در فرایند نوآوری فناورانه تبدیل گردیده است. از این رو تجاری سازی در دستور کار بسیاری از سازمان ها و مراکز تحقیقاتی قرار دارد اما علی رغم پذیرش این موضوع و توجه خاص به آن، شواهد متعدد از سراسر دنیا حاکی از آن است که هر چند تعداد کثیری از تحقیقات توسعه فناوری از نظر تکنیکی موفق بوده اند اما تنها درصد اندکی از آنها در زمینه تجاری سازی به موفقیت دست یافته اند که این امر نشان دهنده پیچیدگی فرایند تجاری سازی می باشد (بندریان و قابضی، ۱۳۸۸: ۱۹).

دانشگاه ها در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به دلیل فقدان سنت دموکراسی، بی ثباتی سیاسی و به ویژه بحرانهای علمی در مسیر تجاری سازی در معرض خطر بیشتری قرار دارد (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۱)

در ایران نیز با توجه به این که ورود دانشگاه ها به تجارت دانش از یک مزیت به یک ضرورت تبدیل گشته است اما دانشگاه های کنونی ما هنوز نتوانسته اند به نحوی مؤثر یافته های علمی خود را وارد صنعت کنند و تعاملی مؤثر بین صنعت و دانشگاه برقرار سازند (پور عزت و حیدری، ۱۳۹۰: ۴۹). واضح و مبرهن است که تجاری سازی همواره به راحتی و با موفقیت صورت نمی گیرد (Decter, Bennett and Leseure, 2007)

و از آنجا که فعالیت های تجاری سازی می تواند بر فعالیت های آموزشی و پژوهشی دانشگاه تأثیرگذار باشند، امکان بروز تعارض و مقاومت در برابر آنها وجود دارد. بنابراین در بسیاری از موارد، این فراگرد از اثربخشی و کارایی لازم برخوردار نبوده است (پور عزت و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۵). در واقع حرکت به سوی تجاری سازی بدون فراهم کردن زیرساخت ها و رعایت الزامات نه تنها باعث پیشرفت نمی شود بلکه مأموریت های اصلی دانشگاه ها را دچار خدشه می کند و فقدان زیرساخت های علمی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، سبب می شود که نظام آموزش عالی قادر به ایجاد یک نظام هماهنگ مبتنی بر تجاری سازی دستاوردهای علمی نباشد (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۱).



از این رو باید با نگرش وسیع تری مجموعه شرایط و عوامل تأثیر گذار بر تجاری سازی دانش و پیش نیازها و الزامات مختلف آن مورد توجه و فراهم سازی قرار گیرند. به عبارت روشن تر جهت موفقیت در پیاده سازی این فرایند، بخش دانشگاهی باید ظرفیت ها و قابلیت های لازم جهت تجاری سازی و انتقال نتایج تحقیقات را در خود ایجاد کند که این امر مستلزم اصلاح ساختار سازمانی، فرهنگی و قانونی و... است.

با این اوصاف، قبل از اقدام برای تجاری سازی دانش، ابتدا باید الزامات که در تجاری سازی یافته های علمی در دانشگاه سیستان و بلوچستان وجود دارد شناسایی گردد و بعد از کسب شناخت کافی از وضعیت کنونی، می توان از طریق راهکارهای ارائه شده زمینه ورود دانشگاه ها به تجارت دانش را فراهم آورد از این رو سؤال اینجاست که الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه سیستان و بلوچستان کدامند؟

### ۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق :

قرن بیست و یکم، به عنوان قرن دانش معرفی شده است و رشد علوم بشری، رویارویی با تحولات مختلف را امری ناگزیر ساخته است (احمد پورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۷). امروزه دانشگاه ها از طریق تحقیقات کاربردی و بنیادی، مرزهای دانش را در تمام زمینه ها توسعه داده و راه حل های منسجمی برای چالشهایی که به صورت ملی دامنگیر بشر است، ارائه می دهند. در سالهای اخیر، از دیدگاه اقتصادی در بعد جهانی، نقش سنتی دانشگاه به عنوان تولیدکننده و اشاعه گر دانش مورد تجدید نظر قرار گرفته و این دیدگاه تقویت شده که دانشگاه ها، برای تبدیل دانش خود به عوامل ارتقادهنده رشد اقتصادی، توان و مسئولیت بیشتری دارند (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۵). رشد سریع اقتصادی مبتنی بر دانش، بر اهمیت ارتقای تحقیقات دانشگاهی و اطمینان از انتقال دانش از دانشگاه ها به جامعه و بخش تجارت، تأکید زیادی دارد (آقاجانی، ۱۳۸۸) همچنین بیانیه جهانی آموزش عالی<sup>۱</sup> که در سال ۱۹۹۸ میلادی توسط یونسکو منتشر شد، فشار وارده بر انتقال تجاری دانش از دانشگاه به صنعت را افزایش داد. بیانیه مذکور مراکز آموزش عالی و دانشگاه های کشورهای جهان رابه همگرایی بین المللی دعوت نمود. بنابراین، به منظور تطبیق با روند های جهانی، تجاری سازی دانش یکی از ملزومات اساسی قلمداد شد (OECD, 1997). از این رو با توجه به اهمیت تجاری سازی یافته های پژوهشی مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی کشور و تولید ثروت از این یافته ها و تکمیل چرخه دانش تا دستیابی به محصولات رقابت پذیر و قابل عرضه در بازارهای هدف و در راستای تحقق اهداف برنامه های توسعه اقتصادی و

<sup>1</sup> UNESCO document of Higher Education

اجتماعی کشور باید برنامه ریزی های بخش های تحقیقاتی در این راستا تدوین و به اجرا درآید. ایران بیشتر از افزایش تعداد مقالات، نیازمند سازو کارهای تبدیل علم و فناوری به ثروت است. کشور سرمایه های هنگفتی را برای رشد و توسعه علم و فناوری در نظر گرفته و اکنون نیازمند زیرساخت ها، نرم افزارها و دانش تبدیل علم و فناوری به ثروت و کسب ارزش افزوده آن است. با این وصف دانش تجاری سازی، یکی از مهم ترین مصادیق نرم افزاری و با توجه به شرایط فعلی به عنوان منبع مهم تولید ثروت از یافته های پژوهشی و تکمیل چرخه دانش تا دستیابی به محصولات رقابت پذیر و قابل عرضه در بازارهای هدف و در راستای تحقق اهداف برنامه های توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور است. تجاری سازی نتایج تحقیق، مسئله جدیدی است که پایداری و استمرار امر تحقیق را تضمین کرده و متناسب با آن، رشد اقتصادی دانش محور جامعه را نیز تسریع می بخشد (ترک، ۱۳۹۰: ۵).

قوانین و مقررات دولتی نیز خود ناظر بر اهمیت تجاری سازی دانش است به طوری که در فصل دوم قانون برنامه پنجم توسعه در بند های « د » و « ه » ماده ۱۷ به طور کامل، و بندهای « ز »، « ط » و « ی » ماده ۱۸، نسبت به برنامه چهارم توسعه تأکید بیشتری بر تجاری سازی نتایج پژوهشی، حمایت از فرایند آن و استفاده از یافته های علمی و فناوری در توسعه مراکز رشد و پارک های علمی و فناوری و تصویب قوانین حمایت از شرکت های دانش بنیان و حمایت از نخبگان و پژوهشگران در تولید علم کاربردی و فناوری رادر پی داشته اند (جاهد و همکاران، ۱۳۹۰: ۲). از این رو بمنظور بهره مندی اقتصادی و اجتماعی هرچه بیشتر از پتانسیل های علمی بخش تحقیقاتی کشور لازم است تجاری سازی نتایج تحقیقات بصورت جدی تری مورد پیگیری قرار گیرد. این کار مستلزم اعمال مدیریت بر گسترش تجاری سازی نتایج تحقیقات در سطح سازمان های تحقیقاتی و دانشگاه ها است. در این راستا لازم است با شناخت دقیق تر از شرایط زمینه ساز و عوامل کسب موفقیت در تجاری سازی نتایج تحقیقات، اقدام به تدوین سیاست ها و طراحی برنامه اجرایی مناسب و کارآمد در این زمینه گردد (مقیم، ۱۳۸۹: ۱۲۴).

در حال حاضر دانشگاه ها با مسائلی همانند کمبود منابع مالی، اعتماد نا کافی مشتریان و ذی نفعان به توانایی شان در حل مسئله و رفع نیازها و تعدد رقبا در تولید و عرضه دانش، روش، ابزارها و فرایند های مورد نیاز سازمان ها مواجه هستند و بنابراین تلاش می کنند خود را به نسل دانشگاه های موفق (دانشگاه کارآفرین) نزدیک کنند. تجاری سازی یافته های پژوهشی که اصلی ترین ویژگی دانشگاه کارآفرین است (جاهد و

همکاران، ۲۰۱۳۹۰) به پیش نیازها، زیرساخت ها و الزامات نیاز دارد. در این شرایط جهت موفقیت در تجاری سازی نتایج تحقیقات لازم است با نگرش جامع تری به این مقوله، مجموعه ی پیش نیازها و الزامات اساسی جهت پیشبرد تجاری سازی نتایج تحقیقات در بخش دانشگاهی شناخته شده و مورد اهتمام قرار گیرند که با رعایت الزامات تجاری سازی دانش، دانشگاه ها قادر به خودکفائی مالی و ایفای نقش های جدید می شوند. در مجموع شرایط کنونی جهان از جمله جهانی شدن، افزایش رقابت مبتنی بر فناوری بین کشورها، افزایش هزینه های ملی و جهانی و ایجاد شرایطی که دانشگاه ها را وادار به خود کفایی مالی و ایفای نقش های جدید در جوامع می سازد، اهمیت و ضرورت پژوهش در زمینه کارآفرینی دانشگاهی و روش ها و الزامات تجاری سازی دانش تولید شده در دانشگاه ها را باحفظ نقش ها و رسالت های سنتی آنها آشکار می سازد (ندیرخانلو، ۱۳۸۷: ۵).

#### ۱-۴- سؤال های تحقیق :

- ۱- الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه سیستان و بلوچستان کدامند؟
- ۲- اولویت بندی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه سیستان و بلوچستان به چه صورت است؟
- ۳- راهکارهای مناسب و مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه سیستان و بلوچستان کدامند؟

#### ۱-۵- اهداف تحقیق :

- هدف اصلی تحقیق، ارائه راهکارهای مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه است.
- اهداف فرعی:
- تعیین الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه که می تواند منجر به سازماندهی بهتر این فرایند و افزایش کارایی و اثربخشی آن شود.
  - اولویت بندی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه

#### ۱-۶- قلمرو تحقیق :

دامنه تحقیق از سه بعد موضوعی، مکانی، زمانی قابل بررسی می باشد.

#### ۱-۶-۱- قلمرو موضوعی :

تحقیق حاضر به بررسی موضوعی شناسایی و اولویت بندی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه

(مورد مطالعه: دانشگاه سیستان و بلوچستان) می پردازد .

### ۱-۶-۲- قلمرو مکانی تحقیق:

با توجه به موضوع تحقیق این پایان نامه قلمرو مکانی این تحقیق دانشگاه سیستان و بلوچستان است.

### ۱-۶-۳- قلمرو زمانی :

دامنه انجام این تحقیق از اول شهریور، شروع شده و پایان آن اول اردیبهشت در نظر گرفته شده است. زمان

بندی مراحل انجام تحقیق در جدول زمانی گانت نشان داده شده است.

جدول ۱-۱: زمان بندی مراحل انجام تحقیق

زمان تحقیق		مراحل تحقیق							
اردیبهشت ۹۲	فروردین ۹۲	اسفند ۹۱	بهمن ۹۱	دی ۹۱	آذر ۹۱	آبان ۹۱	مهر ۹۱	شهریور ۹۱	
						*	*	*	انجام مطالعات کتابخانه ای و اینترنتی و جمع آوری مبانی نظری تحقیق
				*	*				جمع آوری داده ها
		*	*						تجزیه و تحلیل داده ها
*	*								نتیجه گیری و تنظیم گزارش نهایی

### ۱-۷- طرح نظری تحقیق :

در این پژوهش به منظور شناسایی الزامات مؤثر بر تجاری سازی دانش در دانشگاه سیستان و بلوچستان ، پس از بررسی و مرور ادبیات تجاری سازی دانش و تحقیقات میدانی انجام شده توسط محقق الزامات تجاری سازی نتایج پژوهش های دانشگاهی را میتوان به سه گونه ی فرهنگی، ساختاری و سیاسی-قانونی تقسیم کرد