

۱۶۹۱۳۳۴



چطور پیشرفت کردند؟

کتابی ساده برای آن که بخواهد به گونه کشورهای مختلف پیشرفت کردند.

محمد هادی ذوالنوریان



انتشارات پیوست

سرشناسه : ذوالنوریان، محمد هادی، ۱۳۶۳ -

عنوان و نام پدیدآور: چطور پیشرفت کردند؟/ محمد هادی ذوالنوریان.

مشخصات نشر: تهران: نشر پیوست، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۱۵۸ص: مصور، جدول، نمودار.

شابک : ۷-۱-۹۷۵۱۶-۶۰۰-۹۷۸-۱۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست‌نویسی : فیپا

موضوع : صنعتی کردن

موضوع: Industrialization

موضوع: رشد اقتصادی

موضوع: Economic development

بندی کنگره : ۱۳۹۶ چ ۶/۵۹/۲۳۲۹ HD

رده بندی دهلی : ۳۳۸/۹

شمار کتاب : ۴۶۵۵۸۹۳ ملی

انتشارات پیوست

تهران . صندوق پستی ۹۱۳۳-۱۸۸۸۸

تلفن: ۴۱۸۸ ۳۶۰۰ نمابر: ۴۱۸۸ ۳۶۱۰

○ چطور پیشرفت کردند؟ ○

چاپ اول: بهار ۱۳۹۶ . تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی و صحافی: کانون رسانه نوین

حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات پیوست . طراح جلد: شیما ابوالفضلی

ویراستار: محبوبه وجودی

همه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است.

هیچ بخشی از این اثر نباید بدون اجازه ناشر و مؤلف به هیچ صورتی تکثیر و نسخه‌برداری شود.

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

خواننده گرامی

باسلام

مدیریت بینا، حفظ پویایی و ارتقاء نوآوری بر سازمان نیازمند تجزیه و تحلیل صحیح محیط، انتخاب بهترین اهداف و راهبردها، ارتقاء توانمندی های سازمان و اقدام مؤثر در جهت تأمین هدف های تدوین شده است.

بی شک، دستیابی به این مهم، فارغ از مطالعه، پژوهش و تدبر و تحقیق در امور امکان پذیر نمی باشد. مؤسسه پیرانوبه برای مدیریت اشکالات پیوسته با تجربه و فلسفه علمی و نظریات توانمندی های خود به آموزش و انجام مطالعه و پژوهش در حوزه های علم می پردازد، تا انجام فرآیندهای رشد و تعالی را در اختیار صاحب نظران و پژوهشگران این حوزه تسهیل نماید. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع این مرجع، تحریر و تدوین این موضوعی و انتشار نتایج حاصل از مطالعات تخصصی را وظیفه خود دانسته و بر این باور است که به واسطه چنین اقداماتی، زمینه دستیابی به توسعه دانش در سایه مدیریت سیستمی ممکن می شود.

امید است بابره مندی از نظرات ارزشمند جنابعالی، در ارائه مؤثرترین آثار، کام برآوریم

محمد حسین ذوالنوریان

مدیر عامل مؤسسه پیرانو - بهار ۹۶

فهرست مطالب

۷	فصل اول: آمریکای جنوبی
۸	مقدمه
۱۴	ویژگی‌های سازمانی
۲۴	فعالیت ترویجی
۲۹	روند تصحیح اشتباه تاریخی
۳۵	فصل دوم: اوراسیا
۳۶	مقدمه
۳۸	روش شکل‌گیری
۳۹	ویژگی‌های سازمانی
۴۲	درآمدها و هزینه‌های سالانه
۴۴	صدور پروانه کارکنان
۵۱	فصل سوم: جنوب آسیا
۵۵	ویژگی‌های سازمانی
۵۷	نهاد تصمیم‌گیری
۶۳	درآمدها و هزینه‌های سالانه
۶۸	شفافیت اطلاعات
۷۰	در مسیر تبدیل شدن به قطب منطقه‌ای
۷۳	فصل چهارم: شرق آسیا
۷۷	روند شکل‌گیری
۷۹	ویژگی‌های سازمانی
۸۱	همکاری با نهادهای دیگر
۹۱	فعالیت‌های ترویجی
۱۰۵	فصل پنجم: نتیجه‌گیری
۱۱۵	حاکمیت نگاه کلان اقتصادی
۱۲۴	همکاری‌های بین‌المللی
۱۳۱	توصیه‌های سیاستی
۱۳۴	تجربه جهانی
۱۵۸	منابع

پیشگفتار

تجاری‌سازی فناوری همچون یک زنجیره متصل به هم از خلق ایده تا فروش و بکارگیری فناوری توسط مشتری نهایی در نظر گرفته می‌شود. از این دیدگاه، تجاری‌سازی فناوری فرآیندی است که طی آن فناوری به محصولات اقتصادی موفق تبدیل می‌شود. فرآیند ایده تا بازار گاهی حالت خطی به خود می‌گیرد. عده‌ای هم نگاه خطی به نوآوری و تجاری‌سازی را نارسا می‌دانند و از الگویی با چرخه‌های بازخورد فراوان برای توصیف آن بهره می‌برند.

اهمیت اختراعات و تجاری‌سازی آنها در فرآیند نوآوری و به تبع آن، در توسعه اقتصادی کشورهای پید و تا به اندازه‌ای است که سیاست‌گذاران ملی می‌کوشند از راه تدوین و اعمال سیاست‌ها، مزایای شانس تجاری‌سازی اختراعات را افزایش دهند. استناد به بررسی اختراعات و تجاری‌سازی آنها (به عنوان زیرمجموعه‌ای از فناوری‌ها)، در حوزه سیاست‌گذاری روز به روز افزایش یافته است. از جمیع ویژگی‌های اختراعات این است که در بیشتر کشورها به خوبی دسته‌بندی و از طریق منابع آرایه منتشر می‌شوند. می‌توان پدیدآورندگان و مالکان آن را به سادگی شناسایی کرد و آن را به یک موده جغرافیایی خاص (آدرس مخترع یا مالک اختراع) پیوند زد.

اگر چه اطلاعات اختراعات بسیار مفید است، اما تنها داشتن اطلاعات اختراعات ثبت شده کافی نیست. نمی‌توان با مطالعه متن اختراعات به تسهیل تجاری آنها پی‌برد. نمی‌توان دانست که کدامیک به بازار رسیده‌اند و کاتال تجاری‌سری هر یک چه بوده است. نمی‌توان دانست که عوامل تاثیرگذار بر آنها در طی مسیر تجاری‌سازی کدام بوده‌اند. برای مثال، نمی‌توان دریافت که منبع اصلی تامین مالی اختراعات تجاری‌شده در ایران کدام است؟ کجا دانشگاه‌ها در تسهیل فرآیند تجاری‌سازی چیست؟ سطح تحصیلات مخترعین چه تأثیری بر شانس تجاری‌سازی اختراعات‌شان در ایران دارد؟ پاسخ پرسش‌های سیاستی مهمی از این دست را نمی‌توان تنها با رجوع به اطلاعات اختراعات ثبت شده، کاوش کرد.

ثبت اختراع به معنای خلق ارزش اقتصادی نیست. فاصله میان اختراع و تجاری‌سازی واقعی محصول و فناوری مبتنی بر آن، طولانی و هزینه‌بر است. بنابراین بسیاری از اختراعات هرگز تجاری نمی‌شوند و تعداد کمی از آنها منافع اقتصادی خواهند داشت. در بسیاری از موارد عدم استفاده تجاری از یک اختراع به ماهیت آن ارتباطی ندارد و به عوامل دیگری مانند عدم منابع مالی کافی برای تجاری‌سازی اختراع وابسته است. بنابراین وجود فضای کسب‌وکار مناسب برای تجاری‌سازی اختراعات بسیار مهم است. به نظر می‌رسد که در نبود سیاست‌های ویژه برای تسهیل تجاری‌سازی اختراعات، شانس موفقیت در تجاری‌سازی بسیار پایین باشد و

در نتیجه، بسیاری از هزینه‌های پژوهشی و توسعه‌ای صورت گرفته در سطح ملی بی‌نتیجه بمانند. بی‌شک شناخت بهتر ویژگی‌های خاص تجاری‌سازی اختراعات در ایران می‌تواند زمینه را برای سیاست‌گذاری هوشمندانه‌تر در این حوزه فراهم آورد.

اما بررسی پژوهش‌های انجام گرفته در باب تجاری‌سازی اختراعات در ایران نشان می‌دهد که: (۱) آثار معدودی (اعم از ترویجی یا پژوهشی) در باب تجاری‌سازی فناوری و به ویژه تجاری‌سازی اختراعات در ایران منتشر شده که تعداد آثار پژوهشی در آن میان بسیار کم است؛ (۲) روند انتشار مقالات مرتبط به تجاری‌سازی فزاینده بوده و بیشتر آن‌ها در دو یا سه سال اخیر منتشر شده‌اند؛ (۳) بیشتر این آثار به واکاوی مفهوم تجاری‌سازی پرداخته‌اند و کم‌تر در باره الزامات و مقتضیات تجاری‌سازی در محیط ایران پژوهشی صورت گرفته است؛ (۴) به جز از دو مورد استثناء که تجاری‌سازی اختراعات و عوامل موثر بر آن را در کانون توجه داشته‌اند، مابقی به تدریجی‌سازی فناوری پرداخته‌اند؛ (۵) تجاری‌سازی در آثار منتشر شده پیشین عمدتاً معادل با اعمار دانش و فناوری از دانشگاه‌ها به صنعت بوده است؛ (۶) در این آثار آمار و تصویر کمی از جاری‌سازی فناوری در سطح ملی ارائه نمی‌شود؛ (۷) در این آثار نمی‌توان ردی از هرگونه بانک اطلاعاتی یا حتی تلاش برای ساختن چنین بانکی از فناوری‌های تجاری‌شده در ایران پیدا کرد و به نظر می‌رسد که بخشی از کاستی‌های پژوهش در این حوزه به همین کمبود اطلاعات برگردد.

اما پیش‌نیاز کاوش فرآیند تجاری‌سازی اختراعات در ایران و اثربخشی سیاست‌های اعمال شده در این حوزه، دسترسی به اطلاعات اختراعات تجاری‌شده در ایران است. اما همانگونه که پیش از این اشاره شد، پژوهش‌ها نشان داده که تاکنون هیچ تلاشی برای گردآوری و تحلیل اطلاعات اختراعات تجاری‌شده در ایران صورت نگرفته است.

مزیت اصلی وجود یک بانک اطلاعاتی از اختراعات تجاری‌شده در ایران را می‌توان فراهم آوردن زمینه برای انجام پژوهش‌های مرتبط دانست که اهداف آن چنین است: (۱) شناخت بهتر فرآیند تجاری‌سازی اختراعات در کشور؛ (۲) شناخت بهتر مختصرعین موفقیت‌ها و چالش‌ها در حوزه تجاری‌سازی و ویژگی‌های آن‌ها؛ (۳) شناخت بهتر عوامل تاثیرگذار بر تجاری‌سازی اختراعات در ایران؛ (۴) بررسی و تحلیل اثربخشی سیاست‌های موجود و پیشین در حوزه تجاری‌سازی اختراعات در ایران.