



نقش دانشگاه‌ها در فرآیند تجاری سازی ایده‌ها

www.ketab.ir

نویسنده:

مالک معصومی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

سرشناسه	:	معصومی، مالک، ۱۳۵۵-
عنوان و نام پدیدآور	:	نقش دانشگاه‌ها در فرآیند تجاری‌سازی ایده‌ها/نویسنده مالک معصومی.
مشخصات نشر	:	تهران: ندای کارآفرین، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	:	۱۰۴ص.
شابک	:	978-600-482734-8
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۹۵.
موضوع	:	کارآفرینی
موضوع	:	Entrepreneurship
رده بندی کنگره	:	۶۱۵HB
رده بندی دیویی	:	۰۴/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۷۴۲۶۲۱۵
وضعیت رکورد	:	فیبا



تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، نبش کوچه انوری، پلاک ۲۹

تلفن: ۶۶۴۰۲۷۲۲

www.NedayeKarafarin.ir

نقش دانشگاه‌ها در فرآیند تجاری‌سازی ایده‌ها

مالک معصومی

صفحه آرا: اکرم ملک نژاد- طراح جلد: رضا کاوه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۹ - شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۸-۷۳۴-۴۸۲-۶۰۰-۹۷۸- قیمت: ۲۷۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۱۳	فصل اول: کارآفرینی
۱۳	مفهوم کارآفرینی
۱۴	سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی
۱۶	تعاریف کارآفرینی از دیدگاه صاحب‌نظران
۲۰	اهمیت و ضرورت کارآفرینی
۲۴	فرایند و عناصر کارآفرینی
۲۵	انواع رهیافتهای کارآفرینی
۲۵	رویکرد ویژگی‌ها
۲۵	حالت‌های ذهنی مثبت
۲۶	نیاز به موفقیت
۲۷	تمایل به ریسک و مخاطره
۲۸	گرایش به خلاقیت و نوآوری
۲۹	روحیه شکست ناپذیری
۲۹	مرکز کنترل درونی
۳۰	نیاز به استقلال
۳۱	رویکردهای رفتاری
۳۳	انواع کارآفرینی
۳۳	تقسیم‌بندی بر مبنای هدف فرد کارآفرین
۳۳	تقسیم‌بندی بر مبنای اندازه سیستم
۳۳	تقسیم‌بندی از دیدگاه ایجاد یک بنگاه
۳۵	کارآفرینی سازمانی
۳۶	انواع کارآفرینی سازمانی
۳۶	سازمان تحت چالش کارآفرینی
۳۶	سازمان کارآفرینی تصادفی
۳۷	سازمان متمایل به کارآفرینی

۳۷	 سازمان کارآفرین
۳۸	 موانع کارآفرینی سازمانی
۴۱	 عوامل مؤثر در کارآفرینی سازمانی
۴۱	 سیستم مدیریت و هیأت مدیره
۴۱	 کیفیت کارآفرینی
۴۱	 مدیریت استراتژیک کارآفرینی و مقتضیات کل شرکت

۴۳ فصل دوم: کارآفرینی دانشگاهی

۴۴	 آموزش در کار آفرینی
۴۹	 کارآفرینی دانشگاهی و نوآوری
۵۱	 کارآفرینی دانشگاهی و یادگیری
۵۳	 دانشگاه به عنوان یک سازمان کارآفرین
۵۶	 آموزش کارآفرینی در دانشگاه
۵۸	 کارآفرینی دانشگاهی و تجاری سازی دانش
۶۱	 موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری سازی دانش
۶۷	 فرایند کارآفرینی دانشگاهی
۶۷	 عوامل کارآفرینی دانشگاهی
۶۹	 تعیین کننده‌های (عوامل) فردی کارآفرینی دانشگاهی
۶۹	 تعیین کننده‌های (عوامل) سازمانی کارآفرینی دانشگاهی
۷۰	 سطح و ماهیت منابع مالی تحقیق
۷۱	 کیفیت محققان و ماهیت پژوهش
۷۳	 تعیین کننده‌های (عوامل) نهادی کارآفرینی دانشگاهی
۷۴	 تعیین کننده‌های (عوامل) محیطی کارآفرینی دانشگاهی

۷۷ فصل سوم: دانشگاه کارآفرین

۷۷	 ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین
۷۷	 حرکت بسوی دانشگاه کارآفرین
۷۸	 بازنگری در ساختار سازمانی
۷۸	 ساختار تأمین منابع مالی
۷۸	 ساختار اداری
۷۹	 بخش‌های حمایتی

مقدمه

بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد از ابتدای پیدایش بشر در زمین، انسان‌ها همواره بدنبال خلق ایده‌ها و فناوری‌های جدید و به‌کارگیری آنها در عمل بوده است. براین اساس، تجاری سازی تاریخچه‌ای به قدمت تاریخ بشریت دارد. شواهد تاریخی نشان می‌دهد که از نظر علمی مبانی تجاری سازی به دوره انقلاب صنعتی اروپا بر می‌گردد که منجر به ظهور صنعت و کارخانه‌ها به مفهوم امروزی آن شد.

در همه جای دنیا موسوم است که ایده‌ها برای تبدیل شدن به یک کسب و کار موفق و سودآور تجاری سازی شود که در کشور ما روش‌های تجاری سازی به خوبی شناسایی و تدوین نشده‌اند و تنها درصد کمی از ایده‌های جدید که پتانسیل تبدیل به محصولی سودآور را دارند به مرحله تولید می‌رسند.

دانشگاه‌ها برای افزایش کارآفرینی دانشگاهی و به عبارت دیگر برای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین نیازمند بازنگری مجدد در ساختارهای سازمانی، روش‌های کاری خود و توسعه مهارت‌های تجاری سازی خود هستند، که برای نیل به این هدف شایسته است ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود شناسایی و فرآیندهای عملیاتی آموزش و پژوهش و دیگر ابعاد سازمانی و دانشگاهی بازنگری و اصلاح شوند.

بنابراین ماباید توانایی تبدیل فناوری‌ها و ایده‌های جدید به محصولات موفق تجاری را برای خلق ثروت داشته باشیم که در واقع این مفهوم همان تجاری سازی نوآوری‌ها می‌باشد. اقتصاد دانش‌محور بر ارتقای سطح تحقیقات و بالاخص تحقیقات دانشگاهی و اطمینان از انتقال دانش از دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی به جامعه و بخش صنعت و خدمات، تاکید زیادی دارد.

در این راستا، پیرو فرمایشات فرماندهی معظم کل قوا حضرت امام خامنه‌ای

(مدظله العالی) در زمینه تجاری سازی علم، فناوری و نوآوری‌ها و تاکید ایشان بر اینکه «اگر زنجیره تولید دانش، تبدیل دانش به فناوری، تولید محصول و در نهایت تجاری سازی علم تکمیل شود، مسیر تولید علم به ثروت ملی کشور و پاسخگویی به نیازهای ملت منتهی خواهد شد و علمی که به فناوری تبدیل نشود، فایده‌ای ندارد و نافع نیست» (سایت رجا نیوز)

اهمیت فرمایشات مقام معظم رهبری و ضرورت تجاری سازی ایده و نوآوری‌ها بر کسی پوشیده نیست، در چرخه‌ای که ترسیم شده است ابتدا تولید دانش، تبدیل آن به نوآوری و سپس تولید در سطح آزمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و مراکز تولیدی و حلقه‌ی نهایی در این چرخه تبدیل ایده به سطح نیمه صنعتی و مقیاس تولید اندک است و با به تولید نیمه انبوه رسیدن و بعد هم صنعتی شدن دانش، تجاری شدن آن رقم می‌خورد و این چرخه کامل می‌شود.

از آن جا که هدف از توسعه هر تکنولوژی رسیدن آن به بازار و تجاری شدنش می‌باشد، بدین منظور تکنولوژی بایستی به سطحی از بلوغ و آمادگی برسد، تا آماده ورود به بازار و مرحله تجاری سازی شود. این فرآیند شامل طی مراحل از ایده تا بازار می‌باشد. اگر تکنولوژی در هریک از این مراحل به میزان بلوغ مورد نیاز و کافی نرسد، نمی‌تواند وارد مرحله بعدی تجاری سازی شود. بنابراین با توجه به حساسیت این موضوع باید فرآیند ایده تا بازار را کارشناسی شده هدایت کرد.

در صنایع کشور ما، مشکلات بسیاری مانند عدم شناخت کافی از روشهای موجود تجار سازی وعدم بکارگیری مؤثر روش مناسب وجود دارد که این امر، به توجه ناکافی به فرآیند ایده تا بازار و مشکلات آن اشاره دارد. بنابراین این نیاز احساس می‌شود که به شناسایی فرآیند ایده تا بازار برای محصولات در هر صنعتی پرداخت و بررسی‌های لازم از نظر سطوح آمادگی انجام گیرد تا به یکپارچگی و هماهنگی در کل فرآیند رسیده و در نهایت به مدلی مناسب برای تجاری سازی دست یافت.

تجاری سازی فرآیندی پیچیده و متأثر از عوامل متعدد زیرساختی، فن آوری، کسب و کار، اجتماعی، سیاسی، تاریخی و... است و هر کدام می‌تواند از یک سو عامل موفقیت تجاری سازی باشد و از سوی دیگر با بروز اشتباهات معمولی در فرآیند تجاری سازی مانع موفقیت آن می‌باشد. (علیرضا میربلوک از محققان بحث تجاری

سازی (۱۳۹۹)

با وجود خلاقیت‌ها و تولید بالای علم و دانش در کشور، متأسفانه زمینه‌های عملیاتی شدن ایده‌ها و تجاری سازی آن‌ها وجود ندارد که حمایت دستگاه‌های دولتی و خصوصی را از شرکت‌های دانش بنیان جهت عملیاتی کردن ایده‌ها به تکمیل زنجیره علم- تولید، می‌طلبد.

جنبش تولید علم و تکمیل چرخه زنجیروار تولید علم و تبدیل ایده‌ها به محصول و تجاری کردن آن‌ها دغدغه جدی مقام معظم رهبری است و در ابلاغ سیاست‌های کلی نظام از سوی معظم له نیز بر آن تأکید شده است. صاحب نظران و کارشناسان هم تشکیل چرخه کامل و به هم پیوسته انواع دانش‌های مورد نیاز کشور و به فعل درآوردن ایده‌ها و ابداعات و اختراعات را لازمه پیشرفت کشور در تمام حوزه‌های علمی، اقتصادی و پژوهشی می‌دانند.

در کشور ما به جهت عدم حمایت همه جانبه مالی و معنوی از نخبگان و صاحبان ایده، باعث کاهش انگیزه آنان جهت ادامه کار می‌شود که کشورهای توسعه یافته از جمله کانادا، آمریکا و... از این فرصت بوجود آمده سوء استفاده نموده و نخبگان علمی کشور ما را شناسایی، جذب و اختراعاتشان را به مرحله تجاری سازی و تولید انبوه رسانده و وارد بازار نموده و محصول مربوطه به نام کشور خودشان به ثبت می‌رسانند.

عدم کارآفرینی و عدم تجاری سازی نوآوری‌ها بطور طبیعی آثار بسیار منفی را در حوزه اقتصادی برجای خواهد گذاشت. در حقیقت عدم تجاری سازی یعنی عدم اشتغالزایی و افزایش نرخ بیکاری در جامعه، به همین جهت مردم به جهت تأمین مایحتاج زندگی به شغل‌های کاذب روی آورده و این شغل‌ها موجب عدم تعادل در بازار کار و سرمایه شده که در ادامه اقتصاد ضعیف و ناکارآمد را به دنبال خواهد داشت. ازسوی دیگر باعث می‌شود که از ظرفیت کارخانه‌ها، مزارع و منابع و امکانات استفاده بهینه و کامل صورت نگیرد که موجب کاهش تولید می‌شود و در نهایت کشور در تأمین نیازهای اساسی با مشکل مواجه می‌شود. بیکاری بالای اقتصادی، اجتماعی شناخته شده‌ای است که به کاهش تولید و پس انداز می‌انجامد و از عوامل مهم پیدایش و تشدید فقر در جامعه شمرده می‌شود و پایین بودن نرخ بیکاری از

شاخص‌های مهم توسعه یک کشور بشمار می‌رود.

آثار سوء فرهنگی عدم تجاری سازی نوآوری‌ها در جامعه بسیار گسترده‌تر از آثار اقتصادی آن است. محرومیت اقتصادی در افرادی که کم ظرفیت هستند به سست شدن ارکان ایمان می‌انجامد و ممکن است اعتقادشان رو به ضعفی بگذارد. وقتی به تبع بیکاری و عدم اشتغالزایی، فاصله طبقاتی در جامعه شدت گرفت به تدریج مشکلات روحی و روانی در درون افراد ریشه می‌دواند و حالت ناامیدی و افسردگی آن را فرا می‌گیرد و گروهی از مردم در اثر تبلیغات مسموم کشورهای ثروتمند و استعمارگر، دچار باورهای غلطی می‌شوند مبنی بر اینکه کشورهای جهان سوم از نوآوری‌ها، استعداد و نبوغ بی بهره‌اند و همیشه باید منتظر اکتشافات و اختراعات سرزمین‌های توسعه یافته شوند و در این راستا فرار مغزها نشأت گرفته از همین تفکر می‌باشد.

میان مسائل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی پیوندی مستحکم وجود دارد به جهت اینکه عدم تجاری سازی نوآوری‌ها و عدم کارآفرینی در کشور معضل بیکاری را به دنبال داشته و مشکلاتی را که همین بیکاری و عدم اشتغالزایی در کشور بوجود می‌آورد و اکثر معادلات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشور را بهم می‌زند، چون بیکاری یعنی افزایش نرخ فقر در جامعه و به تبع آن جامعه را مشکلاتی چون ناامنی، سرقت، جرائم سازمان یافته و... فرا می‌گیرد و معضلاتی چون طلاق، گسترش اعتیاد، تکدی و ولگردی، اختلافات خانوادگی، بالا رفتن سن ازدواج، کاهش آمار ازدواج، بالا رفتن آمار جرائم و بزهکاری و... را به دنبال خواهد داشت.

همچنان که در بحث مشکلات اقتصادی و... حاصل از عدم تجاری سازی نوآوری‌ها اشاره شد. اگر نرخ بیکاری، گرانی، تبعیض و... در جامعه افزایش یابد مطمئناً این عوامل باعث فقر اقتصادی، فرهنگی و... خواهد شد و این محرومیت‌ها سبب می‌شود طبقات ناراضی جامعه در برابر دولتمردان احساس کینه و دشمنی کرده و در اجرای برنامه‌های دولت ایجاد نارضایتی کرده و پایه‌های حکومت و ناخشنودی آن‌ها سبب فروپاشی دولت می‌شود در حقیقت اگر همان طبقات آسیب پذیر به حکومت سیاسی خود اعتماد و اعتقاد نداشته باشند به سادگی بازپچه گروه‌های مخالف دولت شده و در برابر مزدی ناچیز مقاصد آنان را اجرا می‌کنند. فقر

بعضاً تبعات امنیتی نیز به دنبال دارد و بعنوان مثال در استانهای مرزی، برخی افراد از فقر مالی و فقر فرهنگی و بیکاری مردم سوء استفاده نموده و آنان را در تجزیه طلبی کشور تشویق می کنند که باعث و بروز نارضایتی می شوند از سوی دیگر ترویج اعتیاد در سطح جامعه و افکندن جوانان در دام اعتیاد، آسان ترین و موثرترین روش برای از بین بردن روحیه انقلابی و تلاش و فعالیت در یک کشور است که دشمنان برای رسیدن به اهداف خود از آن بهره می گیرند.

مشکل ما ایده سازی و ایده پردازی نیست، در جامعه ما نخبگانی فرهیخته داریم که صاحب کارآمدترین و بهترین ایده ها و اختراعات هستند اما باید مشکلات و موانع سر راه چرخه (ایده - تجاری سازی) برداشته شود. دانشگاه های ما بایستی در فرآیند تجاری سازی ایده ها و نوآوری ها، برنامه ریزی ها و اقدامات اساسی داشته باشند. در کشور ما شاهد طرح ها و ایده های خوبی هستیم ولی زمینه ی عملیاتی شدن آن و به مرحله تولید و تجاری سازی آن فراهم نمی شود و به جرات می توان گفت که نگرش تجاری سازی نتایج تحقیقات در بحث مدیریت دانشگاه و صنعت جایگاه شایسته خود را نیافته است در حالی که اگر ارتباط و همکاری صنعت و دانشگاه ها توأم با رویکرد تجاری سازی باشد این امر ضامن توسعه تکنولوژیکی و اقتصادی کشور خواهد شد.

ما بایستی دنبال این باشیم که شاخصهای اصلی تجاری سازی ایده ها کدامند؟ و مناسب ترین مدل برای تجاری سازی کدام مدل بوده؟ و هر کدام از شاخصها چه نقشی در مدل ارائه شده دارند؟ برای رسیدن به پاسخ مطلوب، می طلبد که از سرمایه گذاران موفق، تولید کنندگان و فعالان عرصه فناوری و تولید، حمایت همه جانبه ای صورت گیرد تا در راستای حمایت از کارآفرینی و تجاری سازی ایده ها و نوآوری ها بتوانیم اقداماتی شایسته انجام داده باشیم تا توانایی مقابله با تحریم های ظالمانه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و... را داشته باشیم.

اشتغال دانش آموختگان یکی از مسائلی است که همواره مورد توجه برنامه ریزان و سیاستگذاران کشور بوده است. این توجه به لحاظ اهمیت بازارکار و هم بعنوان مرکز ثقل اقتصادی و اجتماعی و هم به لحاظ نقش های اجتماعی است که به افراد دانش آموخته برای نیل به اهداف توسعه کشور محول می شود. تقویت و توسعه

دانشگاه کارآفرین، راهکاری جهت حل معضل اشتغال می‌باشد. لذا دانشگاه کارآفرین با بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود در دانشگاه به بهبود و رشد کارآفرینی می‌پردازد و موجبات کاهش نرخ بیکاری را پدید می‌آورد.

دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت‌های آموزشی مالی و بازار یابی است. در چنین دانشگاه‌هایی برای سرمایه‌گذاران امکاناتی فراهم می‌شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند با آنها همکاری می‌شود تا مشکلات آنها پیش‌بینی شده و از فرصت‌های بدست آمده استفاده کنند که خود تجربه‌ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی است. (تقی زاده و محمد پور، ۱۳۸۷، ص ۴۴).

در این دانشگاه‌ها گردهم آوردن ذخایر مالی اهمیت ویژه‌ای دارد و خصوصاً به کمک‌های دولتی نیز نیازمندند. اینجا پروژه‌های تجاری و اقتصادی همراه به فن‌آوری روز کم هزینه است و استفاده بهینه از ذخایر مالی نیز از ویژگیهای شاخص کارآفرینان می‌باشد. نکته مهم دیگر وجود تقاضا برای فعالیت و سرویس دهی در بازار است. مشاغلی که از این دانشگاه‌ها بهره‌مند می‌شوند. مسلماً در توسعه فناوری‌های جدید پیش رو خواهند بود. این فناوریها در تولید کالاها به کار رفته و منجر به بالا رفتن سطح استاندارد زندگی خواهد شد.