

چکیده

مقدمه: در عصر کنونی، دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش بنیان نقش مهمی را در رشد اقتصادی بر عهده دارند و یکی از الزامات موفقیت در این اقتصاد نوین، تجاری‌سازی دانش است و یکی از مهم‌ترین ارکان تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها، اعضای هیات علمی هستند، شناسایی عوامل موثر و چالش‌های تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها از دیدگاه اعضای هیات علمی به عنوان تولیدکنندگان اصلی دانش و یکی از ارکان مهم در فرایند تجاری‌سازی دانش می‌تواند وضعیت تجاری‌سازی دانش در این دانشگاه‌ها را بهبود ببخشد.

روش کار: در این پژوهش حجم نمونه با استفاده از جدول گرجسی - مورگان ۲۶۹ نفر از مجموع ۹۱۰ نفر اعضای هیات علمی دانشگاه در سال ۹۸ مورد محاسبه قرار گرفت. پس از جمع‌آوری اطلاعات به کمک پرسشنامه، ۲۶۷ پرسشنامه تکمیل شد که به وسیله نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۱ و آمار توصیفی و آزمون فریدمن، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: الزامات مدیریتی با میانگین و انحراف معیار $(7/71 \pm 25/69)$ دارای بیشترین تاثیر و الزامات فرهنگی با میانگین و انحراف معیار $(2/82 \pm 6/56)$ دارای کمترین تاثیر بود. براساس آزمون فریدمن، تاثیر عوامل ساختاری، مدیریتی، قانونی، فردی، فرهنگی و محیطی در تجاری‌سازی دانش معنا دار بود ($P=0.001$).

نتیجه گیری: نتایج بدست آمده مشخص نمود که کیفیت دانش و پژوهش، مهارت‌های انسانی و زیرساخت‌های نوآورانه در اولویت اول قرار دارند و از میان شاخص‌ها، شاخص توسعه و ترویج فرهنگ تجاری‌سازی و کارآفرینی، پردازش نتایج پژوهش‌ها برای اهداف مختلف، توجه و تمرکز بر نیازهای بازار و مشتری، بیشترین اهمیت را داشته‌اند و حرکت به سمت پاسخگویی به نیازهای متنوع مشتریان می‌تواند به روند تجاری‌سازی دانش در دانشگاه علوم پزشکی کمک کند.

کلمات کلیدی نویسنده: تجاری‌سازی دانش، تجاری‌سازی پژوهش، تجاری‌سازی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، اعضای هیات علمی، اقتصاد دانش بنیان

کلمات کلیدی از پایگاه MeSH:

Knowledge Commercialization, Research Commercialization, Iran University of Medical Sciences, Faculty Members, Knowledge-Based Economics