



Designing a Model for the Creation and Development of Knowledge-Based Companies in Humanities

Hoda Roumezi

Ph.D Student in Educational Management, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran. E-mail: hoda_roumezi@yahoo.com

Mohammad Hosseinpour

* Corresponding author, Associate Professor, Department of Educational Management, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran. E-mail: hosseinpour6@yahoo.com

Leila Bahmaee

Assistant Professor, Department of Primary Education, Omidieh Branch, Islamic Azad University, Omidieh, Iran. E-mail: bahmaeeleila@gmail.com

Maria Nasiri

Assistant Professor, Department of Information Management, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran. E-mail: Nasiri18100@gmail.com

Abstract

Objective: Considering the importance of knowledge-based companies, this study aimed to determine the framework for the establishment and development of these companies in Humanities.

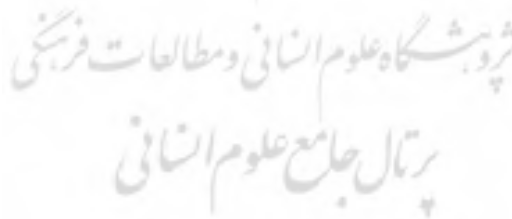
Methodology: In this research, a qualitative research grounded theory method was used, utilizing a set of data for the theory establishment. The statistical population consisted of specialists, experts and managers of knowledge-based companies located in Khuzestan province. In-depth interviews were conducted to collect data from 16 samples from among people described above who were selected through targeted sampling. The main criterion for determining the sample size was to achieve a theoretical saturation point.

Findings: Based on the procedure of grounded theory, during the triple stages of coding, open, axial, and selective, 403 open sources and 289 final extracted codes were constructed in the form of 79 concepts and categorized into 6 main categories and 30 subcategories. Open coding consisted of subcategories related to causal, contextual, mediating and pivotal conditions and

also strategies, and consequences. The axial phenomenon is based on establishing and developing of Knowledge based companies in Humanities. The theory is represented at the selective coding stage (theorizing) according to the research results.

Conclusion: The pattern extracted analyzing the findings of the research, included four steps: the initial idea, the research and development step, the step of transferring the research results, and the productivity step; also six main strategies were obtained including: management and policy, educational and research activities, platforms and infrastructures, communications and scientific networks, publication and dissemination of knowledge and innovation. Combining variables and the six main strategies, the final model of the process of creating and developing knowledge-based companies in the Humanities was formed. The process of creation and development begins with the creation of ideas, and then covers the stages of scientific research and development of the idea, achievement of results and findings, documentation and transfer of results, making the research findings practical and efficient, the market presentation and the preservation of business position. In order to achieve this goal, it is necessary to consider and provide a broader view of how to set the conditions and factors affecting this process and its various prerequisites. In other words, in order to succeed in establishing the knowledge-based companies and their development in the fields of Humanities, it is necessary for the academic sector to develop the capacities and capabilities needed to create, develop and transfer research results. This requires the ability to reform research policies, institutionalizing, gaining expertise and skills and etc. In the macroeconomic, political and legal environments of the country, there should also be favorable conditions for the establishment, development and transfer of technology from the academic sector.

Keywords: Humanities, Knowledge-based companies, Applied knowledge, Grounded theory, Model design.



طراحی مدل ایجاد و توسعه شرکتهای دانش بنیان در رشتههای علوم انسانی

هدا رومزی

دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران. رایانامه: E-mail: hoda_roumezi@yahoo.com

محمد حسین پور

* نویسنده مسئول، دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران. رایانامه:

E-mail: hosseinpour6@yahoo.com

لیلا بهمنی

استادیار گروه آموزش ابتدایی، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران. رایانامه: E-mail: bahmaeeleila@gmail.com

ماریا نصیری

استادیار گروه مدیریت اطلاعات، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران. رایانامه: E-mail: Nasiri18100@gmail.com

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، تعیین چارچوبی برای ایجاد شرکتهای دانش بنیان و توسعه آنها در رشتههای علوم انسانی است.

روش پژوهش: در این پژوهش، از نظریه داده بنیاد که شیوه پژوهش کیفی است استفاده شده است. به کمک این شیوه و دسته‌ای از داده‌ها، نظریه تکوین می‌یابد. جامعه آماری شامل متخصصان، صاحب نظران و مدیران متخصص در شرکتهای دانش بنیان مستقر در استان خوزستان است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از ۱۶ نفر از افراد فوق، که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند، مصاحبه به عمل آمد. معیار اصلی برای تعیین حجم نمونه، رسیدن به نقطه اشباع نظری بود.

یافته‌ها: بر اساس فرایند نظریه داده بنیاد، طی مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی، ۴۰۳ کد باز و ۲۸۹ کد مستخرج نهایی در قالب ۷۹ مفهوم ساخته شد و دسته‌بندی در ۶ مقوله اصلی و ۳۰ مقوله فرعی صورت گرفت.

نتیجه‌گیری: الگوی به دست آمده از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش، در قالب چهار گام ایده اولیه، پژوهش و توسعه، انتقال نتایج پژوهش‌ها و بهره‌وری یافته‌های پژوهشی و شش راهبرد اصلی، شامل مدیریت و سیاست‌گذاری، فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، بسترها و زیرساخت‌ها، ارتباطات و شبکه‌های علمی، نشر و اشاعه دانش و نوآوری قرار دارد. با ترکیب متغیرها و شش راهبرد اصلی، مدل نهایی مراحل فرایند ایجاد و توسعه شرکتهای دانش بنیان در رشته‌های علوم انسانی شکل گرفته است.

کلیدواژه‌ها: علوم انسانی، شرکتهای دانش بنیان، کاربردی‌سازی دانش، نظریه داده بنیاد، طراحی مدل.

کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی

کتابداری و اطلاع رسانی، ۱۳۹۸، دوره ۲۲، شماره ۴، شماره پیاپی ۸۸، صص. ۱۱۹-۱۵۱.

تاریخ ارسال: ۹۸/۳/۱ - تاریخ پذیرش: ۹۸/۵/۲۴

مقدمه

امروزه با تغییر الگوی اقتصاد مبتنی بر تولید انبوه به اقتصاد دانش‌بنیان، تولید سرمایه به کمک دانش به منزله مزیتی رقابتی و ایفای نقش در توسعه همه‌جانبه به وضوح مشاهده می‌شود. تغییر این رویکرد در دیگر عوامل مرتبط با اقتصاد از جمله فناوری، خدمات، صنعت و کارکرد آن‌ها سبب تغییراتی بنیادین می‌شود. همین مسئله اصطلاحات و فرایندهایی را با عنوان اقتصاد دانش‌محور و به تعبیر دیگر، اقتصاد دانش‌بنیان در جهان کنونی مطرح کرده است؛ بنابراین، پیرو اهمیت یافتن اقتصاد دانش‌بنیان، شرکت‌هایی که بر پایه دانش تشکیل می‌شوند و به عبارتی دانش‌بنیان هستند اهمیت بسیاری در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به دست می‌آورند؛ از این رو دانش عامل اصلی ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، رشد اقتصادی و توسعه همه‌جانبه در جوامع امروزی را ایفا می‌کند.

رویکرد جوامع امروزی بر تولید سرمایه از دانش و به نوعی به خدمت گرفتن دانش برای دستیابی به مزیت رقابتی و ایفای نقش در توسعه همه‌جانبه، به وضوح قابل مشاهده است. گرایش به تولید سرمایه از دانش موجبات رویکرد تجاری‌سازی دانش در شکل‌ها و فرم‌های گوناگون شده است. مطالعه آثار منتشر شده در رشته‌های مختلف حکایت از کاربرد مفهوم تجاری‌سازی دانش تحت عناوین گوناگون از قبیل: تجاری‌سازی فناوری، تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌های، تجاری‌سازی نوآوری، کارآفرینی، دانشگاه کارآفرین، انتفاعی‌سازی دانش و مواردی از این دست دارد. با توجه به سیال بودن حوزه تجاری‌سازی و تسری آن به دیگر حوزه‌های دانش بشری، دیگر نمی‌توان مباحث مربوط به تجاری‌سازی دانش را در یک یا چند حوزه دانشی خاص و غالباً علوم پایه دانست.

تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاهی با استفاده از راهبردها و روش‌های گوناگونی امکان‌پذیر است. در این میان دانش؛ امروزه به عنوان راهبردی مهم برای بسیاری از سیاست‌های اقتصادی منطقه‌ای و محلی شناخته می‌شود (منتظری شورکچالی و یوسفی، ۱۳۹۳)؛ البته این نقش در حوزه پژوهش‌های بنیادی، ارتباط‌دهنده پژوهش و اقتصاد در چرخه تکامل است (شفیعی و جمال پور، ۱۳۸۹، ص. ۶۵). این فرایند تصادفی نیست، بلکه به تولید دانش در بستری به نام شرکت‌های دانش‌بنیان نیاز دارد که با خلق دانش و نوآوری، پرچمدار مزیت رقابتی محسوب می‌شوند (لندل و وارموس^۱، ۲۰۱۱).

از سوی دیگر، به دلیل داشتن دامنه وسیع واژگان در حوزه دانش و تسری دیگر حوزه‌های دانشی در این حوزه، ساختار فکری دانش در این مورد برای پژوهشگران چندان شناخته شده نیست (بیرانوند، شعبانی،

عاصمی و چشمه سهرابی، نوبت انتشار). بر اساس شواهد متعدد، این مهم در همه پژوهش‌های علوم طبیعی^۱، انسانی و غیره یکسان نیست؛ به طوری که فرایند تجاری‌سازی پژوهش، در مطالعات علوم طبیعی بنا بر ماهیت این علوم و ارتباط نزدیک‌تر آن‌ها با صنعت و به تبع آن تبدیل دانش به فناوری در این رشته‌ها آسان‌تر و ملموس‌تر است؛ به همین دلیل، پژوهش‌های بیشتر در این حوزه متمرکز شده‌اند، اما در حوزه علوم انسانی بنا بر ماهیت پژوهش، توان تولید فناوری محصولات، تولید دانش و دانش فنی آن طور که در این علوم وجود دارد، چندان همپای سایر علوم گسترش نیافته است (پایا، ۱۳۸۶).

پژوهش‌های حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی، کارایی لازم را برای رفع نیازهای جامعه ندارند. به گفته محمودپور و دیگران، بیشتر دانش‌های حوزه علوم انسانی و اجتماعی ترجمه‌ای هستند و صاحب‌نظران و کارشناسان این حوزه‌ها به ترجمه متون این رشته از زبان‌های دیگر اکتفا می‌کنند و برای تولیدات علمی مبتنی بر پژوهش و توان علمی داخل کشور چندان اقدامی نمی‌کنند. همین امر در حوزه پژوهش سبب شده است بیشتر پژوهش‌هایی که در این حوزه‌ها انجام می‌شود به تجاری‌سازی و عمل نینجامند (محمودپور، رحیمیان، عباس پور و دلاور، ۱۳۹۱، ص. ۴۹-۱۹).

علمی کردن علوم انسانی و دست یافتن به قوانین مستحکم مانند سایر علوم تا حد زیادی به کاربرد نتایج این علوم در موقعیت‌های واقعی زندگی بستگی دارد. همین امر سبب تقویت و توجیه کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی می‌شود (لاندری و دیگران^۲، ۲۰۰۶). با وجود اهمیت و جایگاه علوم انسانی و اجتماعی در رشد و پیشرفت جامعه بشری، به مسئله کاربردی‌سازی یافته‌های پژوهش در این حوزه‌ها توجهی نشده است. باید توجه داشت در حوزه علوم انسانی و اجتماعی، رشته‌هایی وجود دارد که می‌توان دانش آن‌ها را تجاری کرد و به کمک آن‌ها به جامعه خدمات داد؛ از این رو پژوهش حاضر پس از واکاوی شرایط، عوامل، راهبردها و پیامدهای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و شناسایی آن‌ها، مدل ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان را در رشته‌های علوم انسانی ارائه خواهد کرد.

این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که چرا با وجود تغییر نگاه اقتصادی به پژوهش‌ها، نحوه صرف بودجه‌های پژوهشی و حرکت پژوهش‌های سایر علوم به منظور کاربردی‌سازی تاکنون در پژوهش‌های علوم انسانی اقدامی نشده است. همچنین به این پرسش پاسخ داده می‌شود که به کمک چه الگویی می‌توان به ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در علوم انسانی پرداخت.

1. Natural Science

2. Landry et al

مبانی نظری

شرکت‌های دانش‌بنیان

به شرکت‌ها و مؤسسات حقوقی که با ایجاد کسب و کار دانش‌محور به منظور تبدیل پایدار دانش به ثروت تشکیل شده و فعالیت‌های اقتصادی آن‌ها مبتنی و همراه با فعالیت‌های تحقیق و توسعه هستند، شرکت‌های دانش‌بنیان گفته می‌شود (قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان^۱، ۲۰۱۰). در ادبیات بین‌المللی، مفاهیم «سازمان‌های دانش‌بنیان^۲»، «شرکت‌های دانش‌آفرین^۳»، «سازمان‌های یادگیرنده^۴» و «سازمان‌های هوشمند^۵» با سازمان‌های دانش‌بنیان هم‌معنا هستند. بر اساس تعریف وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ شرکت دانش‌بنیان شرکتی است که سهام آن متعلق به دانشگاه، پژوهشگاه یا دانشگاهیان باشد (محمدی، ۱۳۹۳).

اقتصاد دانش‌محور بر پایه انقلاب دانش شکل گرفته است. انقلاب دانش متأثر از چندین عامل است که عبارتند از: افزایش دانش کد بندی شده، افزایش آنالیز اطلاعات، ذخیره‌سازی و انتقال، توسعه و گسترش فناوری‌های نو، افزایش اهمیت دانش و مهارت نیروی کار، افزایش اهمیت ابداعات و کارآیی در رقابت و رشد GDP، افزایش سرمایه‌گذاری غیرملموس، جهانی شدن و رقابت شدید و گسترش تجارت جهانی (دالمن^۶، ۲۰۰۰).

شرکت‌های دانش‌بنیان بر اساس الگوی پراگماتیسم و با رویکردی کیفی متأثر از اقتصاد دانش‌محور شکل گرفته اند و در عمر کوتاه خود به پایدارترین اقتصادها در جهان مبدل شده اند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد نوآوری‌ها و پیشرفت‌های صنعتی طی دهه‌های اخیر در سطح جهان حاصل فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان بوده است (ناصری فر، ۱۳۹۰). این شرکت‌ها در قالب مدل‌های متعددی ایجاد شده و توسعه یافته اند.

در مدل گلد اسمیت^۷ (۲۰۰۳) مراحل ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و زایشی، ایده اولیه (گام مفهومی) تا توسعه (گام توسعه) و راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان (گام تجاری) را پوشش می‌دهد. در این مدل برای توصیف جریان‌های هم‌زمان فعالیت‌های فنی، بازار و کسب و کار از چکلیست استفاده می‌شود. هر جریان منطبق بر شش مرحله متوالی تحقیق و بررسی، امکان‌سنجی، توسعه، معرفی، رشد و بلوغ است.

1. Supportive Rules in knowledge-based company
2. Knowledge-Based Organization (KBO)
3. Knowledge Creating Company
4. Learning Company
5. Intelligent Organization
6. Dahlman
7. Goldsmith

مدل روئول و زگیفیلد^۱ (۱۹۸۵) مشابه مدل اسمیت، مراحل متوالی پژوهش و توسعه، نمونه اولیه محصول، ساخت، تجاری‌سازی و فروش را شامل می‌شود که در آن به طور تلویحی به موضوعات تجاری و کسب و کار اشاره شده است.

مدل تجاری‌سازی کوپر^۲ (۱۹۸۳) یا مدل مرحله - دروازه، فرایند ایده تا بازار را به مجموعه‌ای متوالی از مراحل و نقاط تصمیم تفکیک می‌کند. ایده‌پردازی، بررسی و غربال اولیه ایده، بررسی تفصیلی و غربال مجدد ایده به منظور ایجاد کسب و کار، توسعه ایده، تست و اعتبارسنجی آن، تولید صنعتی و ورود به بازار برای تجاری‌سازی مراحل هستند که در مدل فوق به آن‌ها اشاره شده است. در این مدل، مرحله جایی است که در آن اقدام صورت می‌گیرد.

افزون بر آنچه بیان شد، مدل جولی^۳ (۱۹۹۷) از دیگر مدل‌های فرایندی است که به مرور آن در ادبیات پرداخته شد و مراحل آن عبارت است از: به تصویر کشیدن ایده، بررسی امکان‌پذیری تجاری‌سازی، نمایش و اثبات فناوری، ورود به بازار و حفظ موقعیت تجاری‌سازی، اما مدل‌هایی که بیشترین ارتباط را با هدف پژوهش دارند، مدل سه سطحی دوریم گوکتب^۴ (۲۰۰۴)، مدل دانشگاه بریتیش کلمبیا^۵، مدل مگنوس^۶ (۲۰۰۴) و مهدی (۲۰۰۷) هستند.

در مدل گوکتب، مراحل، گام‌ها، فعالیت‌ها و اقدامات گوناگون برای کاربردی‌سازی پژوهش‌ها در سه سطح بیان شده است. سطح اول شامل خلق ایده، انجام پژوهش و دستیابی به نتایج آن است. سطح دوم فعالیت‌های انتقال و تجاری‌سازی، انتشار یافته‌های پژوهش و ارزیابی آن‌ها، حفاظت حقوقی از یافته‌های پژوهش، تعیین راهبرد تجاری‌سازی، اقدام پژوهشی تجاری کاربردی‌سازی و پایش فعالیت‌های تجاری‌سازی را شامل می‌شود. سطح سوم نیز بهره‌برداری و استفاده از یافته‌ها و دانش انتقال یافته از دانشگاه را در بر می‌گیرد. همچنین مدل بریتیش کلمبیا، شامل انجام پژوهش، انتقال نتایج حاصل از پژوهش، بهره‌برداری از نتایج پژوهش و روابط متقابل صنعت و دانشگاه است.

پیدایش ایده و پژوهش‌های علمی، مستندسازی، قابلیت ارائه و انتشار نتایج و دستاوردهای پژوهش در قالب دارایی فکری، تعیین راهبرد تجاری‌سازی، ایجاد تشکیلات بهره‌برداری در قالب شرکت، پژوهش‌های تولید نیمه صنعتی و تعیین راهبرد تولید صنعتی و تجاری‌سازی مراحل هستند که در مدل مگنوس و مهدی بیان

1. Roth well and Ziegfeld
 2. Cooper
 3. Jolly
 4. Devrim Goktepe
 5. University of British Columbia
 6. Magnus

شده اند.

پیشینه پژوهش

صیف، صفا و بیرانوند (۱۳۹۸) هدف پژوهش خود را ارائه مدل علی عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاهی بیان کردند. در این پژوهش تأثیر متغیرهای توانمندسازی روان‌شناختی، خودکارآمدی، سیاست دانشگاه، سرمایه اجتماعی، کنترل رفتار ادراک شده و نگرش به تجاری‌سازی بر تمایل به تجاری‌سازی دانش بررسی شد. بر اساس نتایج این پژوهش، تمایل به تجاری‌سازی به طور مجزا با متغیرهای توانمندسازی روان‌شناختی، کنترل رفتار ادراک شده، نگرش به تجاری‌سازی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری دارد. همچنین میان تمایل به تجاری‌سازی با متغیرهای خودکارآمدی و سیاست دانشگاه هیچ رابطه معناداری مشاهده نمی‌شود. بر اساس نتایج پژوهشی با عنوان «تدوین مدلی یکپارچه برای توسعه سطح نوآوری و تجاری‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان ایران» مشخص شد که یافته‌های پژوهش بر اساس تحلیل داده‌ها، راه‌یابی به بازار مقوله محوری در توسعه سطح نوآوری و تجاری‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان است. بررسی راه‌های گوناگون نیز برای تسخیر بازار و نحوه تعامل با بازیگران فعلی بازار حیاتی است (میرغفوری، مروتی شریف آبادی و زاهدی، ۱۳۹۷).

امیدیان (۱۳۹۶) یکی از الزامات کاربردی شدن برنامه درسی علوم انسانی در دانشگاه را به کارگیری رویکرد مدیریت دانش در ثبت ایده‌های روش‌های آموزش و تدریس دانشجو-معلمان معرفی می‌کند؛ به عبارت دیگر، توسعه شیوه‌های آموزشی و یادگیری از دیدگاه دانشجویان و استادان و ثبت آن‌ها، به توسعه اقتصاد دانش‌محور می‌انجامد. بریمانی، آقاتبار رودباری و صفاریان همدانی (۱۳۹۶)، در پژوهش «تجاری‌سازی آموزش عالی؛ پیامدها، چالش‌ها و راهکارها» نشان دادند که ایجاد بسترهایی برای تجاری‌سازی دانش، علاوه بر فراهم کردن ارزش‌های اقتصادی برای سازمان‌ها، به رشد اقتصادی و فنی جامعه منجر می‌شود. از آنجا که به بازار رسانیدن محصول می‌تواند تضمین‌کننده موفقیت و بقای سازمان‌ها باشد، تجاری‌سازی عاملی حیاتی تلقی شده است.

قنادی‌نژاد و یاری (۱۳۹۶) در پژوهش «شناسایی راهکارهای توسعه تجاری‌سازی دانش در حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی از دیدگاه اساتید این حوزه در دانشگاه شهید چمران» نتیجه گرفتند که به کمک تجاری‌سازی یافته‌های پژوهشی، این فرصت برای حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی فراهم می‌شود که از حالت نظری فاصله بگیرند و با کاربردی کردن پژوهش‌ها در عرصه عمل و محیط واقعی جامعه ایفای نقش کنند.

پورتربتی، افراسیابی و اسماعیل‌نیا (۱۳۹۶) در پژوهش «تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاه‌ها در اقتصاد دانش‌بنیان از نظر اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌های شهرستان اسفراین» دریافتند که تمرکز بر بازار، فرهنگ سازمانی، مدیریت داخلی و سازمانی، مدیریت حقوق مالکیت فکری، شبکه‌سازی، کارآفرینی و کسب و کار، بر تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌های دانشگاه‌ها و به تبع آن اقتصاد دانش‌بنیان مؤثر هستند.

زینالی (۱۳۹۵) در «نگرشی نوین به نسل سوم دانشگاه‌ها و جایگاه تحقیقات علوم انسانی» نتیجه گرفت مهمترین نیازهای دنیای امروز، واکنش مناسب نظام آموزش عالی به تغییرات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است. پاسخ به انتظارات جدید از مؤسسات آموزش عالی، آن‌ها را به سوی تحولات درونی، تحول در نحوه تعامل با محیط اجتماعی-اقتصادی و تغییر رویکرد از دانشگاه‌های آموزش‌محور (نسل اول) و پژوهش‌محور (نسل دوم) به دانشگاه‌های کارآفرین (نسل سوم) سوق داده است.

میرزایی، ابوالقاسمی و قهرمانی (۱۳۹۵) با شناسایی و تحلیل موانع موفقیت فعالیت‌های پژوهشی کاربردی در دانشگاه صنعتی اصفهان نتیجه گرفتند که موانع فعالیت‌های پژوهش کاربردی عبارت است از: موانع مدیریت و سیاست‌گذاری پژوهش‌ها، سازمان، مقررات و پژوهش، پژوهشگران، انگیزه‌های فرهنگی، پشتیبانی و امکانات پژوهش، نظام و ساختار آموزشی، سیاست و ساختار و موانع مالی و اداری. بر اساس پژوهش کلانتری، میگون پوری و یدالهی فارسی (۱۳۹۴)، عوامل نه گانه زیر از جمله عوامل سازمانی تأثیرگذاری بر راهبرد تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاهی به شمار می‌آیند:

زیرساخت‌های دانشگاه، مدیریت دانش، راهبرد دانشگاه و کیفیت دانشکده، ماهیت پژوهش و جهت‌یابی تجاری، شبکه‌های دانشگاه، مدیریت دانشگاه، منابع انسانی دانشگاه، ساختار و منابع مالی.

خیاط مقدم و رستگار (۱۳۹۳) با «شناسایی تسهیل‌کننده‌های تجاری‌سازی دانش در حوزه علوم انسانی از دیدگاه اعضای هیئت‌علمی مشهد» نتیجه گرفتند که تسهیلگرهای محیطی، مدیریتی و قانونی در این زمینه ضرورت دارند.

بر اساس نتایج پژوهش عزیزی (۱۳۹۲)، بهبود عملکرد پژوهشی استادان در علوم انسانی، از سویی به اصلاحات در رویکردهای سازمانی، مدیریت و سیاست‌گذاری پژوهشی نیاز دارد و از سوی دیگر، به اجرای برنامه‌های توانمندسازی و تقویت بنیه‌های حرفه‌ای استادان در زمینه پژوهش و فراهم کردن شرایط و منابع مناسب مالی، مادی و علمی برای انجام فعالیت‌های پژوهشی از سوی آنان منوط است.

برخی مطالعات خارج از کشور نیز با مطالعه حاضر شباهت‌هایی دارد. بیسونگنو و دیگران^۱ (۲۰۱۸) ضمن تأکید بر اهمیت سیاست‌های پژوهشی در دانشگاه‌ها، تأسیس مراکز پژوهشی یا پژوهشکده‌های مشترک با

صنایع و اجرای طرح‌های پژوهشی مشترک با صنعت را برای اثربخشی این‌گونه ارتباطات پیشنهاد کرده‌اند. لیل فیهو^۱ و دیگران (۲۰۱۸) نیز بر اهمیت جهت‌گیری مناسب در فعالیت‌های واحدهای پژوهشی دانشگاه‌ها تأکید دارند. به عقیده آن‌ها اگر این جهت‌گیری نباشد، تنها می‌توان شاهد اتفاقات پراکنده و بدون هم‌افزایی بود. سیاستگذاری پژوهشی در این باره، در قالب ارتباط موفق صنعت با دانشگاه، با هدف تسهیل ارتباطات و انتشار آن، به ویژه با جریان پژوهشی در میان نهادهای گوناگون صورت می‌گیرد.

اوشی^۲ و دیگران (۲۰۱۲) با بررسی تعیین‌کننده‌ها و نتایج شرکت‌های زایشی، زمینه‌های لازم برای ایجاد و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان را در چهار سطح ویژگی‌های شخصیتی، منابع سازمانی، ویژگی‌های سازمانی و عوامل محیطی شناسایی کرده‌اند. از جمله سازوکارهای پیشنهاد شده برای تجاری‌سازی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

خدمات مشاوره‌ای، ثبت پتنت، لیسانس‌دهی و تأسیس شرکت‌های نوپای متعلق به دانشجویان و استادان و ارائه دوره‌های آموزشی برای متقاضیان (جاکوب^۳ و دیگران، ۲۰۰۳)، قراردادهای پژوهشی با صنعت (لاندری و دیگران، ۲۰۰۶)، راه‌اندازی شرکت‌های مبتنی بر فناوری به کوشش پژوهشگران، شرکت‌های انشعابی، ارتباط دانشگاه و صنعت (دباکر^۴ و گلرس^۵، ۲۰۰۵)، انتشار آزاد نتایج پژوهش‌ها، قراردادهای پژوهشی، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های تحقیق و توسعه (بوزمن^۶، ۲۰۰۰). می‌توان با استفاده از همین شیوه‌ها و با توجه به مختصات و ویژگی‌های علوم انسانی و شرایط خاص هر یک از زیرمجموعه‌های آن به همراه سایر شیوه‌های اختصاصی برای تجاری‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی استفاده کرد (محمودپور و دیگران، ۱۳۹۱).

لاکت^۷ و همکاران (۲۰۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «انتقال فناوری و استراتژی‌های شرکت‌های دانشگاهی» ۵۷ دانشگاه انگلستان را به منظور بررسی راهبردهای آن‌ها برای ایجاد شرکت‌های دانشگاهی و نحوه توسعه آن‌ها مطالعه کردند از دیدگاه آن‌ها کارآفرینی، تخصص‌گرایی و شبکه‌سازی، فرصت‌های تشخیص داده شده و مالکیت معنوی برای تشکیل شرکت‌های دانشگاهی اهمیت دارند.

در پژوهش ونبرگ^۸ و دیگران (۲۰۱۱) تفاوت عملکرد افرادی که تنها بر انتقال دانش از پژوهش‌های دانشگاهی تمرکز دارند و شرکت‌های دانشگاهی را بدون تجربه عملی و صنعتی تأسیس می‌کنند با افرادی که با داشتن آموزش دانشگاهی درگیر خلق کاری جدید می‌شوند بیان شده است. به عقیده آن‌ها دانش به دست

1. Leal Filho et al.
2. O'Shea
3. Jacob
4. Debackere
5. Veugelers
6. Bozeman
7. Lockett
8. Wennberg

آمده از طریق تجربه برای فعالیت‌های کارآفرینی ارزشمندتر از علم دانشگاهی به دست آمده با تجربه‌های پژوهشی در یک دانشگاه است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش رویکردی کیفی دارد و در آن از نظریه داده بنیاد به عنوان روش پژوهش استفاده شده است. نظریه داده بنیاد پژوهشی کیفی است که به کمک آن، با استفاده از یک دسته داده، نظریه‌ای تکوین می‌یابد (مهر علی زاده و دیگران، ۱۳۹۵). در پژوهش کیفی حاضر، ابتدا پژوهشگران با الهام از ادبیات و مبانی نظری مرور شده چند محور را برای شروع مصاحبه و دریافت تجربیات مصاحبه‌شوندگان انتخاب کردند. این محورها در قالب مقولات اصلی و فرعی تنظیم و با مصاحبه‌شوندگان در میان گذاشته شد. سپس از آن‌ها خواسته شد تجربیات خود را در این زمینه بازگو کنند. سامان‌دهی جلسات مصاحبه به کمک تلفن یا پست الکترونیک با مصاحبه شونده صورت گرفت. سپس طی نامه‌ای شامل موضوع مصاحبه و هدف آن، زمان مناسب برای مصاحبه با آنان هماهنگ و تعیین شد. در مرحله بعد، ضبط و اجرای متن کامل گفتگوها صورت گرفت. پس از استخراج جملات کلیدی برحسب فراوانی تکرار آن‌ها و با استفاده از نظام مقوله‌بندی و عنوان‌دهی، با الهام از ادبیات پژوهش هر مجموعه از جملات کلیدی بر اساس نزدیکی مفهومی و بیان مفهومی مشترک با عنوان مقوله‌ای مشخص عنوان‌بندی شد. مقوله‌بندی جملات کلیدی نیز در شش مقوله اصلی و ۳۰ مقوله فرعی صورت گرفت.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر را متخصصان، صاحب‌نظران و مدیران متخصص مستقر در استان خوزستان تشکیل می‌دهند که در زمینه شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری‌سازی فعالیت دارند. حجم نمونه مشتمل بر ۱۶ نفر است که با رویکرد هدفمند انتخاب شدند. در این پژوهش، مصاحبه‌های عمیقی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری صورت گرفت. همچنین با استفاده از راهبرد پژوهشی نظریه داده بنیاد به تصویر روشنی از چگونگی ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی در قالب یک مدل پرداخته و برای این منظور از پرسش‌های زیر استفاده شد.

پرسش‌های پژوهش

۱. شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی کدام است؟

۲. مدل ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی چگونه است؟
پس از دریافت پرسش پاسخ‌ها، متن مصاحبه‌ها به دقت مکتوب و در کنار آن‌ها از اسناد و مدارک دست دوم برای تبیین بهتر نظریه استفاده شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها پس از مکتوب کردن مصاحبه‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده به کمک کدگذاری واکاوی شد و طبقه‌بندی طی سه مرحله کدگذاری باز^۱، محوری^۲ و انتخابی^۳ صورت گرفت (کوهن^۴ و دیگران، ۲۰۰۷، ص. ۴۳۹).

۱. کدگذاری باز: فرایند تحلیلی نام‌گذاری مفاهیم، طبقه‌بندی و کشف ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها به کمک مقایسه مداوم (الاکلنگی^۵). در این مرحله پژوهشگر مفاهیم را از زوایای گوناگون و از درون و بیرون یا وارونه‌ای بررسی و تحلیل می‌کند تا دیدگاه متفاوتی درباره اهمیت و جایگاه مفاهیم کسب کند (کوربین و استراوس^۶، ۲۰۰۸). در مقاله حاضر، مصاحبه‌ها چندین نوبت مطالعه و مفاهیم اولیه از طریق تحلیل محتوا استخراج شد.

۲. کدگذاری محوری: در این مرحله، طبقات اصلی که به نوعی از کدگذاری باز استخراج شده اند، به یکدیگر متصل یا مرتبط می‌شوند. بر این اساس، ارتباط میان طبقات گسترده‌تر و در قالب مدل پارادایمی ایجاد می‌شود. این مدل از پدیده اصلی شرایط علی، زمینه، راهبردها، شرایط واسطه و پیامدها تشکیل شده است.

۳. کدگذاری انتخابی: این مرحله پس از تعیین طبقه مرکزی، به دنبال کدگذاری انتخابی باز متوقف و تحلیل‌ها بیشتر پیرامون طبقه‌ای به نام «طبقه مرکزی» معطوف شد؛ طبقه‌ای که مسئول پاسخگویی به بیشترین تغییرات درمورد پدیده مورد نظر است. در این پژوهش، برای تحلیل روابط موجود از کدگذاری انتخابی استفاده شد.

-
1. Open coding
 2. Axial coding
 3. Selective coding
 4. Cohen
 5. Flip-flop Technique
 6. Corbin and Strauss

روایی و پایایی

به منظور تعیین روایی و پایایی پژوهش حاضر، از عناصر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اتکا و قابلیت تأیید استفاده شد. قابلیت اعتبار و انتقال را مطلعان کلیدی، مشارکت‌کنندگان پژوهش، نمونه‌های مشابه و خبرگان در طول پژوهش به شکل مداوم و ضمن اعمال تعدیل‌های مقتضی، ارزیابی و تأیید کردند. قابلیت اتکا به داده‌ها نیز به کمک روش‌های نظام‌مند نظریه‌پردازی داده بنیاد در گردآوری، ثبت، تحلیل و تفسیر داده‌ها ملاحظه شد. همچنین قابلیت تأیید با بهره‌گیری از نظرها و ارائه شواهد و یافته‌ها به خبرگان، مطلعان، مشارکت‌کنندگان و نمونه‌های مشابه، استفاده از یادداشت‌های فنی و میدانی و راهبردهای ارتقای حساسیت نظری و اجتناب از سوگیری طی پژوهش صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

با توجه به نظریه داده‌بنیاد به تحلیل داده‌ها در قالب کدگذاری باز، محوری و انتخابی پرداخته شد.

الف) کدگذاری باز:

شامل مقوله‌های فرعی و مربوط به شرایط علی، زمینه‌ای، میانجی، پدیده محوری، راهبردها و پیامدهاست.

شرایط علی

نتایج تحلیل محتوای پاسخ مصاحبه‌شونده‌ها به پرسش اول پژوهش نشان‌دهنده وجود پنج مقوله درباره شرایط علی برای ایجاد پدیده مورد مطالعه است که کدهای باز مربوط به آن‌ها به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط علی

| مقوله‌ها | کدهای باز |
|-----------------|---|
| آرمان | استقلال، ضرورت حفظ استقلال و خوداندیشی علوم انسانی، حفظ استقلال دانشگاه‌ها |
| رسالت علمی | کوشش برای کیفی‌سازی علوم انسانی، اهتمام به پژوهش‌های کاربردی، پرداختن به توسعه علم و دانش، برنامه‌ریزی برای تبدیل علم به ثروت، جهت‌گیری مقالات کاربردی، برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های کاربردی در علوم انسانی |
| قوانین و مقررات | حذف قوانین و مقررات اضافی و بازنگری قوانین و مقررات در حوزه علوم انسانی |
| فرهنگ‌سازی | ایجاد فرهنگ آموزش و یادگیری، توجه به افراد ماهر و باتجربه و توجه به ارائه‌دهندگان تجربه |
| خودباوری | تلاش برای شکوفاشدن استعدادهای علمی و فکری |

با توجه به جدول ۱، پنج مقوله آرمان، رسالت علمی، قوانین و مقررات، فرهنگ‌سازی و خودباوری، شرایط

علی اثرگذار بر پدیده محوری به شمار می‌آیند.

آرمان: پس از بررسی مصاحبه‌ها استقلال، ضرورت حفظ استقلال، خوداندیشی علوم انسانی و حفظ استقلال دانشگاه‌ها استخراج شد و در قالب مقوله انتزاعی آرمان قرار گرفت. وقتی از استقلال سخن گفته می‌شود، پیش از هر چیز مفهوم بی‌نیازی اقتصادی در ذهن جای می‌گیرد، اما گستره مفهوم استقلال موضوعات دیگری مانند استقلال فرهنگی، علمی، سیاسی و غیره را نیز شامل می‌شود. کلیدواژه استقلال بارها در مصاحبه‌های استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان کاربرد داشته است. موضوع استقلال دانشگاه در عرصه‌های گوناگون فرهنگی و فکری نیز گویای اهمیت این مسئله برای مجموعه آموزش عالی کشور است. باید توجه داشت که استقلال و آزادی علمی در دانشگاه‌ها، اصول شناخته شده و بدیهی آموزش عالی در این باره است. بر اساس پژوهش‌های گوناگون، بهترین دانشگاه‌ها مراکزی بوده اند که از نظر علمی مستقل عمل کرده اند و دولت نقش حمایتی و تسهیل‌کننده برای پژوهشگران داشته است. بی‌طرفی کامل در مورد جناح‌بندی‌های سیاسی، دوری از سیاست‌های تبعیض‌آمیز و حفظ اصالت دانشگاه‌ها از جمله دلایل و شرایط علی مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه رشته‌های علوم انسانی است که باید در این حوزه در نظر گرفته شود.

رسالت علمی: کوشش برای کیفی‌سازی علوم انسانی، اهتمام به پژوهش‌های کاربردی، پرداختن به توسعه علم و دانش، برنامه‌ریزی به منظور تبدیل علم به ثروت، جهت‌گیری مقالات کاربردی، برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های کاربردی در علوم انسانی در مقوله رسالت علمی طبقه‌بندی شد. رسالت علمی از جمله رسالت‌هایی است که استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران حوزه علوم انسانی و جامعه دانشگاهی ترسیم می‌کنند. رسالت توسعه علمی را می‌توان از جمله دلایل و شرایط علی مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه علوم انسانی برشمرد.

قوانین و مقررات: دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان باید بتوانند قوانین و مقررات اضافی را حذف و افرادی را جذب کنند که تجربه و مهارت لازم را داشته باشند و به آن‌ها توجه ویژه‌ای کنند. اگر شرکت‌های دانش‌بنیان بتوانند شرایط بازنگری قوانین و مقررات در حوزه علوم انسانی را فراهم کنند، می‌توانند با سایر شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی و خارجی رقابت کنند.

فرهنگ‌سازی: فرهنگ‌سازی مقوله‌ای علی است که بر ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی تأثیر می‌گذارد. این مقوله دربرگیرنده مفاهیمی از قبیل ایجاد فرهنگ آموزش و یادگیری، توجه به افراد ماهر و باتجربه و توجه به افراد ارائه‌دهنده تجربه است. فرهنگ در آموزه‌های اسلامی، سازنده ارزش‌های اخلاقی است. فرهنگ دانشگاهی مانند هر فرهنگ دیگری، دارای مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها،

شیوه‌ها، آداب و رسوم، زبان و تاریخ منحصر به خود و از طرفی، پویا، قابل یادگیری و انتقال است. فرهنگ‌سازی از طریق واسطه‌های فرهنگی در سه مرحله تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی مربوط به خلاقیت‌های بشری در عرصه هنر و دانش صورت می‌پذیرد که موجب تغییر ذهنیت‌ها، اعتقادات، ایدئولوژی و انتقال اطلاعات و شیوه‌های زندگی در فرایند تطابق افراد با محیط پیرامون می‌شود (بنت^۱، ۱۹۷۳، ص. ۳۱۵).

دانشگاه فرهنگ ساز، دانشگاهی است که اصول و نظام اعتقادی-ارزشی جامعه را در خود به منصفه ظهور رسانده، با پرورش و تربیت اندیشمندان، عالمان و دانشمندان در تراز نظام اسلامی، در جهت اصلاح و اعتلای باورها، ارزش‌ها و رفتارهای جامعه مؤثر واقع می‌شود. از دیدگاه مقام معظم رهبری فرهنگ‌سازی از وظایف حساس و ویژه مدیران دانشگاه است و این موضوع در سخنان ایشان درک می‌شود. اگر مدیران دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان شرایط آموزش و یادگیری را برای کارکنان خود فراهم کنند، می‌توانند بیشتر طرح‌ها و برنامه‌ها، به ویژه طرح‌هایی در حوزه کاربردی‌سازی علوم انسانی را داشته باشند.

خودباوری: تلاش برای شکوفاشدن استعدادهای علمی و فکری کدهای نهایی حاصل از بررسی مصاحبه‌های استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان است که به مقوله خودباوری منجر شده است. این مفهوم نیز در طبقه شرایط علی قرار دارد. خودباوری ناظر بر رابطه فرد با خویشتن خود با دیگران است. از نظر استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان، رمز موفقیت در پیشرفت و توسعه علمی، اعتماد و اعتقاد جامعه دانشگاهی به داشته‌های غنی کشور در ابعاد فرهنگ، هویت ملی-اسلامی و دانش است. در این میان، مدیران دانشگاهی در نهادینه کردن خودباوری در دانشگاه‌ها می‌توانند نقش مؤثری ایفا کنند؛ از این رو می‌توان خودباوری را از جمله دلایل و شرایط علی مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه رشته‌های علوم انسانی دانست.

مقوله محوری

مقوله محوری بر ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی استوار است.

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای در پاسخ به پرسش اول پژوهش نشان‌دهنده دو مقوله درمورد شرایط زمینه‌ای برای ایجاد پدیده مورد مطالعه است که کدهای باز مربوط به آن‌ها در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط زمینه‌ای

| مقوله | کدهای باز |
|----------------|---|
| شرایط زمینه‌ای | حمایت از ورود رشته‌های علوم انسانی در شرکت‌های دانش‌بنیان، بسته حمایتی شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه علوم انسانی، حمایت از ارسال نمونه موقتی محصول در حوزه علوم انسانی، حمایت از ترویج فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی در رسانه‌ها، امکان اختصاص فضا و تجهیزات به شرکت‌های دانش‌بنیان زایشی با مصوبه هیئت امناء، امکان تخصیص منابع مالی به شرکت‌های دانش‌بنیان زایشی به صورت وام خطرپذیر از محل منابع اختصاصی مؤسسه، تأثیر نداشتن قانون منع مداخله در مورد شرکت‌های دانش‌بنیان |
| تیم‌سازی | جذب منابع انسانی |

با توجه به اهمیت سیاست‌های حمایت‌گری دولت ضروری است سیاستمداران و تصمیم‌گیران ارشد کشور در تدوین لوایح حمایتی از تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان، سیاست‌های حمایتی لازم را در مورد مشوق‌ها، مقررات، فضا، تجهیزات و غیره که در جدول ۲ آمده است تدوین نمایند. همچنین دولت باید در مورد تیم‌سازی در شرکت‌های دانش‌بنیان که با مفهوم جذب منابع انسانی همراه است، راهبرد مناسبی را در نظر بگیرند، اما لازم است دولت توجه بیشتری به آن‌ها داشته باشد و توسعه کیفی جذب منابع انسانی و تیم‌سازی را در دستور کار خود قرار دهد. گفتنی است تیم‌سازی و وضع قوانین حمایتی لازم برای ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی تأثیر مهمی بر پایداری آن‌ها خواهد داشت.

شرایط مداخله‌گر

بر اساس تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، در پاسخ به پرسش اول پژوهش سه مؤلفه به عنوان شرایط مداخله‌گر، به شرح جدول ۳ شناسایی شدند.

جدول ۳. کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط مداخله‌گر

| مقوله | کدهای باز |
|-----------------|--|
| شرایط مداخله‌گر | دانیایی محوری |
| | دانیایی ذاتی |
| | ارتقای مهارت‌های مدیران، تبدیل ایده‌های علمی و پژوهشی به محصولات و خدمات و هدایت شرکت‌های دانش‌بنیان |
| | فرهنگ پژوهش |
| | ویژگی‌های فردی پژوهشگران |
| | داشتن روحیه خودباوری به استخراج دانش و تقویت آن، داشتن روحیه همکاری و در اختیار قرار دادن دانش |

دانیایی محوری: «دانش» مخلوط سیالی از تجربه‌ها، ارزش‌ها، اطلاعات موجود و نگرش‌های کارشناسی نظام‌یافته است. این مقوله چارچوبی برای ارزشیابی و بهره‌گیری از تجربه‌ها و اطلاعات جدید به دست می‌دهد.

دانش به شکل‌های پویا و نیز انباشته و ایستا تصور می‌شود (دانپورت و پروساک^۱ ترجمه رحمان سرشت، ۱۳۷۹). استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان، برخورداری از دانش و تلاش برای بسط و گسترش آن در خود و شرکت‌های دانش‌بنیان را قابلیت‌ی مهم می‌دانند که در مصاحبه‌ها ظاهر می‌شود. بر این اساس، شاخص دانایی ذاتی را می‌توان از جمله شرایط مداخله‌گر ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی دانست.

ویژگی‌های فردی پژوهشگران: این عامل از دیگر عوامل مداخله‌گر در ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌هاست. داشتن روحیه همکاری و باور به انتقال دانش به دیگران می‌تواند نقشی مهم در ساخت و توسعه این شرکت‌ها در رشته‌های علوم انسانی باشد.

راهبردها

راهبردهای اساسی برای پاسخ به پرسش اول پژوهش نشان‌دهنده وجود شش مقوله در ایجاد پدیده مدنظر است که کدهای باز مربوط به آن‌ها در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. کدهای باز و مقوله‌های مربوط به راهبردها

| مقوله | کدهای باز |
|----------------------------|---|
| مدیریت و سیاست‌گذاری | برنامه‌ریزی راهبردی، مدیریت منابع، مدیریت جذب و به کارگیری، مدیریت استعدادها، درخشان، مسئولیت علمی، پاسخگویی، مدیریت نخبه‌گرایی و آیین‌نامه ارتقا |
| فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی | تحول علمی، توسعه مرزهای دانش، پژوهش‌های کاربردی، برنامه پژوهشی، توسعه قطب‌های علمی و جامع‌نگری علمی |
| بسترها و زیرساخت‌ها | حمایتگری، مرجعیت علمی، عمل‌گرایی، فرهنگ‌محوری و باورپذیری علمی |
| ارتباطات و شبکه‌های علمی | دیپلماسی علمی، گفتمان‌سازی علمی، هم‌افزایی مراکز علمی، توسعه پژوهش‌های بین‌المللی و ارتباط دانشگاه با صنعت |
| نشر و اشاعه دانش | مسئولیت اجتماعی، مسئولیت فرهنگی، نشست‌های علمی و کنفرانس‌ها |
| نوآوری | فرصت‌سازی، نواندیشی، توسعه محوری |

مدیریت و سیاست‌گذاری: مقوله مدیریت و سیاست‌گذاری به سیاست‌گذاری‌ها، طراحی مجدد فرایندها و ساختارها در راستای گسترش رویکرد کاربردی‌سازی رشته‌های علوم انسانی در شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره دارد. بر اساس جدول ۴، این مقوله از کدهای باز برنامه‌ریزی راهبردی، مدیریت منابع، مدیریت جذب و به کارگیری، مدیریت استعدادها، درخشان، مسئولیت علمی، پاسخگویی، مدیریت نخبه‌گرایی و آیین‌نامه ارتقا

1. Davenport and Prusak

تشکیل شده است. بخش مدیریتی به حمایت‌ها، سیاست‌ها و راهکارهای مدیریتی به منظور تجاری‌سازی پژوهش‌ها اشاره دارد. بی‌شک موفقیت ایده‌های پژوهش‌هایی برای تجاری شدن، مانند سایر اقدامات با ریسک زیادی همراه است و به حمایت مدیران به ویژه مدیران ارشد نیاز دارد. مفاهیم به دست آمده در این طبقه، از جمله الزامات مدیریتی برای گسترش و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی است. در نظر گرفتن امتیاز ارتقای علمی برای کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی مانند سایر دانشگاه‌های معتبر دنیا می‌تواند مشوق خوبی برای انگیزه در استادان باشد. بر این اساس باید در آیین‌نامه ارتقای اعضای هیئت علمی و پژوهشی در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی تجدیدنظر صورت بگیرد.

فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی: تحول علمی، توسعه مرزهای دانش، پژوهش‌های کاربردی، برنامه پژوهشی، توسعه قطب‌های علمی و جامع‌نگری علمی کدهای باز حاصل از مقوله فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی هستند. از دیدگاه استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان، مدیران و سیاست‌گذاران حوزه آموزشی و پژوهشی و مدیران دانشگاه‌ها به منظور استفاده بهینه از امکانات، اولویت‌بندی امور، اجرای سیاست‌های وزارت علوم، برنامه‌ریزی و مدیریت علم و فناوری نیازمند برخورداری از تخصص‌های ویژه‌ای هستند که تحقق آن‌ها را در پی خواهد داشت؛ از این رو فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی را می‌توان از جمله دلایل ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی دانست.

بسترها و زیرساخت‌ها: حمایت‌گری، مرجعیت علمی، عمل‌گرایی، فرهنگ‌محوری و باورپذیری علمی، کدهای مستخرج حاصل از مصاحبه‌هایی هستند که در مقوله بسترها و زیرساخت‌ها طبقه‌بندی شده‌اند. از نگاه متخصصان، مقوله بسترها و زیرساخت‌ها، از ارکان بسترساز توسعه در چارچوب اقتصاد مقاومتی به شمار می‌روند. تولید فناوری، استفاده از نتایج پژوهش‌ها و نوآوری‌ها، تولید کالاهایی با ارزش افزوده بالا حاصل فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان است و یکی از اصول اقتصاد این شرکت‌ها سرمایه‌گذاری و تأمین زیرساخت‌ها مبتنی بر فناوری است.

یکی از اساسی‌ترین زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان، سرمایه انسانی خلاق و نوآور است که بزرگترین و ارزشمندترین سرمایه کشور محسوب می‌شود که با توانمندکردن، تشویق و زمینه‌سازی فعالیت آنان در قالب شرکت‌های دانش‌بنیان، توان رویارویی با تهدیدها و تحریم اقتصادی را دارد. زمانی که به ایده‌پردازی بها داده شود، واحدهای پژوهش و توسعه پویاتر می‌شود و ایده‌ها و نوآوری‌های زیادی شکل می‌گیرد. در این زمان قوانین باید وارد صحنه شوند و با مشخص کردن چارچوب‌ها و در نظر گرفتن اهمیت اقتصاد دانش‌محور حامی این ایده‌ها باشند و آن‌ها را در مسیر توسعه جهت‌دهی کنند؛ از این رو بسترها و زیرساخت‌ها را می‌توان یکی از راهبردهای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی دانست.

ارتباطات و شبکه‌های علمی: دیپلماسی علمی، گفتمان‌سازی علمی، هم‌افزایی مراکز علمی، توسعه پژوهش‌های بین‌المللی و ارتباط دانشگاه با صنعت کدهای بازی هستند که در مقوله ارتباطات و شبکه‌های علمی در طبقه راهبردها طبقه‌بندی شده‌اند. فرصت‌سازی، نواندیشی و توسعه محوری دیگر کدهای استخراج شده از مصاحبه‌های استادان و متخصصان حوزه دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی هستند که در مقوله نوآوری قرار گرفته‌اند. مهمترین دلیل تنوع راهبردها را می‌توان در تنوع دانش و نوع خبرگی و مانند آن جستجو کرد؛ از این رو سازمان‌ها باید متناسب با نوع دانش، قابلیت به کارگیری راهبردها، سهولت استفاده در شرکت‌های دانش‌بنیان، نوع دانش استخراج شده و کارایی برای هنجاریابی راهبرد مورد نظر را انتخاب کنند.

پیامدها

در این بخش، به نتایج و پیامدهای مورد انتظار از ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی توجه شده است. این پیامدها می‌تواند به دلیل اجرای فرایندها، اقدامات و راهبردهای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی، به دانشگاه‌ها، مراکز آموزش عالی و شرکت‌های دانش‌بنیان اختصاص داده شود. برای استخراج این پیامدها، در مرحله کدگذاری باز و با تجزیه و تحلیل دقیق، مصاحبه‌ها در چهار مقوله دسته‌بندی شدند. در این بخش، یافته‌های پیامدها در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. کدهای باز و مقوله‌های مربوط به پیامدها

| مقوله | کدهای باز |
|----------------------------------|--|
| پیشرفت علمی | پیشرفت علمی و فناوری، ترسیم نقشه راه عملی، عملیاتی کردن راهبردهای نقشه جامع علمی و پژوهش علمی زمینه‌ساز حفظ هویت |
| تحقق سند چشم‌انداز | نقش‌آفرینی در اجرای نقشه جامع علمی کشور و نقشه جامع علمی بسترساز تحقق اهداف سند چشم‌انداز |
| جامعه پیشرو | مسئولیت‌پذیری، صداقت، امنیت، گردش صحیح اطلاعات و اعتماد عمومی |
| انسان‌های متفکر، فرهیخته و ارزشی | انسان‌گرایی و عقل‌گرایی |

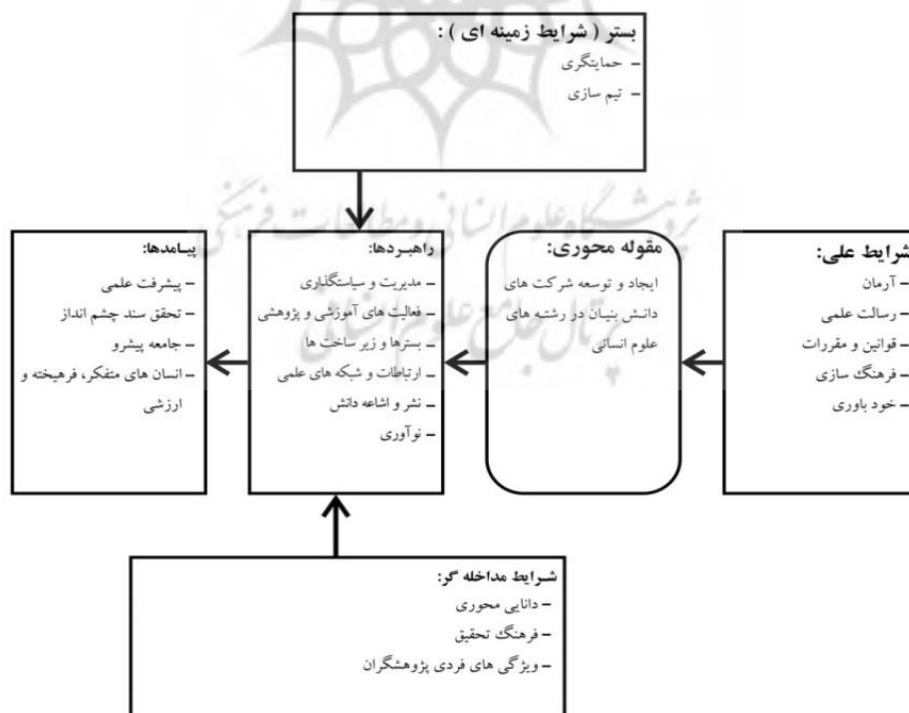
چشم‌انداز بیست‌ساله بیانگر افقی است که در آینده برای کشور ما ساخته می‌شود؛ بنابراین نگرش به آینده توسعه و پیشرفت در این سند، بر پایه تفکر راهبردی پایه‌ریزی شده است که باید بر مبنای برنامه‌ریزی راهبردی نیز عملیاتی شود. سند چشم‌انداز بیست‌ساله، مهمترین و اساسی‌ترین سند توسعه و تحول در نظام جمهوری اسلامی ایران است. دستیابی به اهداف ترسیم شده در این سند نیز نیازمند کار و تلاش جدی و پیگیری مستمر همه آحاد جامعه اسلامی به ویژه جامعه دانشگاهی است. دستیابی به اهداف چشم‌انداز به

فعالیت‌های علمی و به زبان دیگر فعالیت‌های نرم‌افزاری نیاز دارد؛ زیرا هرگونه تغییر و پیشرفت در جوامع بشری لاجرم دانایی‌محور است. نتیجه تحقق سند چشم‌انداز، پیشرفت علمی و فناوری از جنبه‌های اقتصادی (افزایش یافته‌های پژوهشی علمی)، حرفه‌ای (رشد وضعیت دانشمندان و مؤسسات علمی و پژوهشی در جامعه)، آموزشی (افزایش مهارت و تخصص دانشمندان)، روش (ابداع روش‌های جدید پژوهشی و بازگشت به ابزارهای علمی) و شناختی (افزایش یا دستیابی به دانش علمی) است (سند چشم‌انداز ۱۴۰۴).

مقام معظم رهبری در سخنان خود بارها بر تدوین، گفتمان‌سازی، بسترسازی و عملیاتی شدن نقشه جامع علمی کشور - که خود سبب دسترسی به اهداف سند چشم‌انداز در حوزه آموزش عالی می‌شود - اشاره کرده و مدیران دانشگاه‌ها را در این خصوص مسئول دانسته اند؛ بنابراین مقوله‌های پیشرفت علمی، تحقق سند چشم‌انداز، جامعه پیشرو و انسان‌های متفکر، فرهیخته و ارزشی را می‌توان از جمله پیامدهای مؤثر بر ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی دانست.

ب) کدگذاری محوری

الگوی مفهومی مناسب مربوط به پرسش اول پژوهش به صورت کدگذاری محوری نتایج در شکل ۱ آمده است.



شکل ۱. مدل اولیه کدگذاری محوری نتایج

ج) گذاری انتخابی (مرحله نظریه‌پردازی)

در این مرحله می‌توان بر اساس شکل ۲ مدل ترسیمی ارائه شده برای پاسخ به پرسش دوم پژوهش، نظریه را بیان کرد. تغییر پارادایم اقتصادی حاکم بر جوامع و حرکت اقتصاد صنعتی به سوی اقتصاد دانش‌بنیان، مستقل شدن دانشگاه‌ها از بودجه دولتی و لزوم نقش‌آفرینی بیش از پیش دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقی در رشد و توسعه جوامع، سبب روی آوردن به ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی، کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی، کسب سود و ایجاد ارزش افزوده از آن‌ها برای جوامع بشری شده است. همچنین ماهیت خاص و تفاوت ذاتی علوم انسانی با سایر علوم بشری و سروکار داشتن بیشتر رشته‌های آن با امور ذهنی و معنوی، همچنین دست نیافتن به محصولات ملموس و نتایج ثابت، سبب ضعف جایگاه آن و ناآگاهی عمومی کارکرد و کاربرد آن شده است. در این شرایط اگر نتوان در پژوهش‌های علوم انسانی با رویکرد کاربردی‌سازی و تولید فناوری‌های خاص، در رشد، شکوفایی و رفع مسائل جامعه نقشی بیش از پیش ایفا کرد، جایگاه و هویت این پژوهش‌ها در مقابل سایر علوم طبیعی ضعیف‌تر خواهد شد و نقشی حاشیه‌ای خواهد یافت.

عملکرد رویکرد ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی مانند تیغ دولبه است. از یک سو ادامه وضع موجود یعنی گسترش تجاری‌سازی پژوهش‌های علوم طبیعی و بی‌توجهی پژوهش‌های علوم انسانی به کاربردی‌سازی سبب نقش‌آفرینی بیش از پیش علوم طبیعی در رشد و توسعه و تضعیف هویت علوم انسانی، کارکرد، کاربرد و اثرگذاری آن در جامعه می‌شود. از سوی دیگر نیز، با رویکرد کاربردی‌سازی به پژوهش این فرصت برای علوم انسانی فراهم می‌شود که از حالت تئوری و نظریه‌پردازی فاصله بگیرد و دانش و علم تولیدی خود را به جامعه عرضه کند. همچنین با کاربردی کردن پژوهش‌ها و فناوری‌های انسانی و فرهنگی به دست آمده از آن‌ها در عرصه عمل و محیط واقعی جامعه، ضمن ایفای نقش تحول‌آفرین در رشد و حرکت به سوی پیشرفت و حل مشکلات جامعه، جایگاه مهم و ارزشمند آن‌ها در میان علوم بشری بازبانی می‌شود و اهمیت و کارکردشان مدنظر عموم جامعه قرار می‌گیرد.

همان طور که جوانب گوناگون این مقوله‌ها بررسی شد، بیشتر آن‌ها در حوزه کنترل و تسلط سیاستمداران، برنامه‌ریزان، مدیران و متخصصان نظام آموزش عالی و سیاستگذاران علمی و پژوهشی کشور قرار دارند. همچنین با برنامه‌ریزی جدی و بسترسازی مناسب می‌توان پژوهش‌های علوم انسانی را به سوی کاربردی‌سازی و تجاری شدن سوق داد تا ضمن فاصله گرفتن علوم انسانی از رکود سبب ایجاد ارزش افزوده در جامعه شود.

بر این اساس باید دولت و هیئت حاکم بر مراکز پژوهشی و دانش‌بنیان ضمن تدوین آیین‌نامه‌های مربوط، به بسترسازی و اعمال سیاست‌های تشویقی مؤثر اقدام کنند تا مهارت‌های لازم ایجاد شود. همچنین

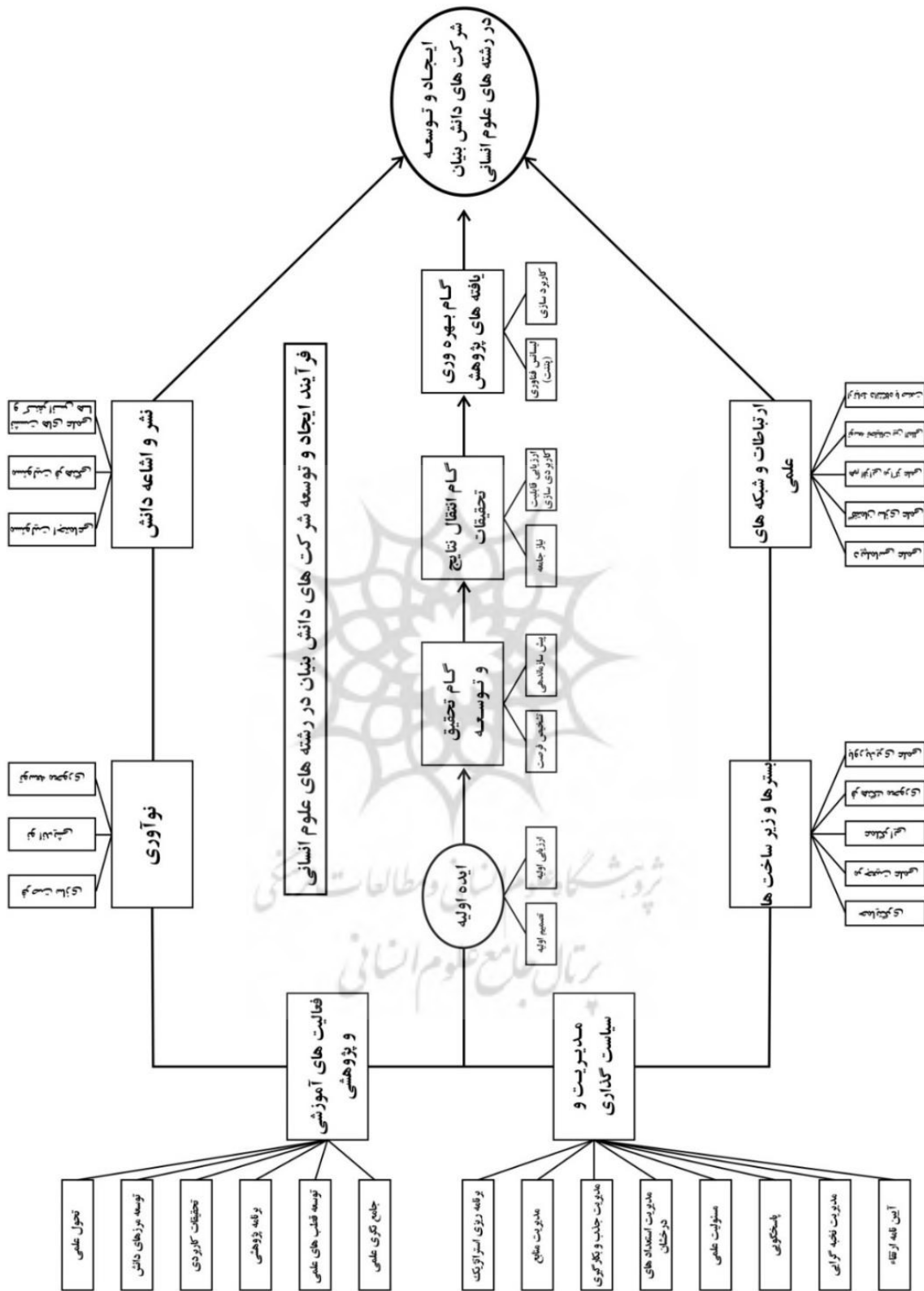
باید انگیزش و فرهنگ توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی و سوق دادن آن‌ها به سوی کاربردی‌سازی و عمل‌گرایی در این حوزه صورت بگیرد.

در بحث توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان گفت سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، اهداف راهبردی بلند مدت کشور برای توسعه را نشان می‌دهد. بند ۳ این سند به طور ضمنی راهبرد اصلی کشور را «توسعه دانش‌بنیان» قرار داده است؛ به طوری که با پیگیری این راهبرد، اقتصاد ایران باید در سال ۱۴۰۴ به اقتصادی دانش‌بنیان تبدیل شود. بند ۷ سند یاد شده نشان می‌دهد ایران در راه رسیدن به «اقتصاد دانش‌بنیان» باید با کشورهای آسیای جنوب غربی (آسیای غربی و قفقاز) رقابت کند و در مدت بیست سال از تمام آن‌ها پیشی بگیرد. در واقع این سند مسابقه سرعت را در مسیر رسیدن به اقتصاد دانش‌بنیان میان کشورهای آسیای غربی و قفقاز برگزار می‌کند که هدف ایران کسب مقام اول در آن است. این مسیر مسابقه را می‌توان توسعه دانش‌بنیان نامید (انتظاری و محجوب، ۱۳۹۲). از وظایف شرکت‌های دانش‌بنیان توسعه علمی است؛ زیرا این شرکت‌ها بر محور دانش بنا شده اند که خود آن‌ها نیز نیازمند نظام آموزشی و پژوهشی کارا هستند. از سوی دیگر، توسعه پایدار و همه‌جانبه جز بر مدار دانشگاه و نظام آموزشی پاسخگو و کارآمد میسر نخواهد شد (اسدزاده، ۱۳۸۵). دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی، نهادهای اصلی در پژوهش و توسعه کشورها به شمار می‌آیند؛ زیرا از سه رکن مدیریت پژوهش، پژوهش و ابزار پژوهش برخوردارند. همچنین به کمک فعالیت‌هایی مانند تعیین موضوعات پژوهشی مورد نیاز جامعه، تعیین اولویت‌های پژوهشی، پذیرش و اجرای پژوهش‌های مورد نیاز جامعه و سازمان‌ها، تربیت دانشجویانی با مهارت‌های پژوهش، سازمان‌دهی و نظارت بر فعالیت‌های پژوهشی، طبقه‌بندی و کاربردی ساختن نتایج پژوهش‌ها و مانند آن، نقش برجسته‌ای در پژوهش و توسعه علمی دارند (احمدی دستجردی و انوری، ۱۳۸۳)؛ بنابراین، شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه علوم انسانی به تجاری‌سازی مطالعات پژوهشگران دانشگاه با تأسیس کسب و کارهای جدید اشاره دارند. از آنجا که ماهیت این کار در رشته‌های علوم انسانی بیشتر از نوع خدماتی و مشاوره‌ای است، به پژوهش‌های خاص خود نیاز دارد.

هدف اصلی پژوهش حاضر، تعیین چارچوبی برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی است؛ البته برای رسیدن به جایگاه مرجعیت علمی در این حوزه (نخستین بند از سند سیاست‌های کلان علم و فناوری) باید بیش از هر چیز به جای تکیه صرف به کمیت تولید علم، افزایش کیفیت و توجه به سایر شاخص‌ها از جمله تبدیل علم به نوآوری و اثرگذاری اقتصادی با تأکید بر جنبه‌های کاربردی علم تولید شده دنبال شود.

بر اساس آنچه بیان شد، می‌توان هسته مرکزی چارچوب مفهومی یعنی فرایند ایجاد شرکت‌های

دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها را در رشته‌های علوم انسانی شکل داد و به ارائه پاسخ به پرسش دوم پژوهش (مراحل و گام‌های فرایند ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی) پرداخت. به این صورت که فرایند ایجاد و توسعه با پیدایش و خلق ایده شروع می‌شود و با طی مراحل پژوهش و توسعه علمی بر ایده، دستیابی به نتایج و یافته‌ها، مستندسازی و انتقال نتایج، کاربردی کردن و بهره‌وری یافته‌های پژوهش، ارائه در بازار و حفظ موقعیت تجاری پایان می‌یابد. به منظور دستیابی به این هدف لازم است با نگرش وسیع‌تری مجموعه شرایط و عوامل تأثیرگذار بر این فرایند و پیش‌نیازهای مختلف آن را مدنظر قرار داد و فراهم‌سازی کرد. به عبارت دیگر، برای موفقیت در ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی، ضروری است در بخش دانشگاهی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های لازم برای ایجاد، توسعه و انتقال نتایج پژوهش‌ها ایجاد شود. این امر مستلزم توانایی در اصلاح سیاست‌های پژوهشی، نهادسازی، کسب تخصص و مهارت‌های لازم و غیره است. همچنین باید در محیط‌های کلان اقتصادی، سیاسی و قانونی کشور شرایط مساعدی برای ایجاد، توسعه و انتقال فناوری از بخش دانشگاهی فراهم شود؛ از این رو هسته اصلی مدل شامل «فرایند ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن در رشته‌های علوم انسانی» است که مراحل مختلف آن از ادبیات تحقیق شناسایی و در شکل ۲ آمده است. همچنین مهمترین عوامل تأثیرگذار در فرایند ایجاد و توسعه نیز با مراجعه به مطالعات قبلی مشخص شده و بر اساس ویژگی‌های هر مؤلفه در چارچوب و ابعاد طبقه‌بندی الگوی فرایند ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی صورت گرفته است (شکل ۲). با ترکیب متغیرها و ایجاد شش بعد اصلی مدیریت و سیاست‌گذاری، فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، بسترها و زیرساخت‌ها، ارتباطات و شبکه‌های علمی، نشر و اشاعه دانش، نوآوری و مراحل فرایند ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی که شامل چهار گام ایده اولیه، پژوهش و توسعه، انتقال نتایج پژوهش‌ها و بهره‌وری یافته‌های پژوهش است در مدل نهایی پژوهش شکل گرفته است (شکل ۲).



شکل ۲. مدل نهایی ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با هدف طراحی الگوی ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی و با استفاده از روش تحقیق کیفی صورت گرفته است. الگوی مستخرج از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش در بخش کدگذاری انتخابی در قالب شش مقوله اصلی و ۳۰ مقوله فرعی طراحی شد. این مقوله‌ها عبارتند از: مدیریت و سیاست‌گذاری، فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، بسترها و زیرساخت‌ها، ارتباطات و شبکه‌های علمی، نوآوری، نشر و اشاعه دانش. اگرچه مدیریت و سیاست‌گذاری عمومی به طور اعم و سیاست‌گذاری دانشگاهی-پژوهشی، دانش‌بنیان و پارک‌های علم و فناوری به طور اخص، در کشور در ابتدای راه قرار دارد، یکی از چالش‌های فعلی نظام سیاست‌گذاری آموزش عالی کشور تعدد مراکز سیاست‌گذاری است که خود مسبب بسیاری از کارکردهای ناقص در وضعیت فعلی است؛ از این رو نخستین چالش مرتبط با یافته‌های پژوهش حاضر، مشخص کردن نقش بازیگران سیاست‌گذاری در کشور است. همچنین بسیاری از مراکز و مؤسسات آموزشی و پژوهشی در سازمان‌ها و وزارتخانه‌های دولتی، آن را پیچیده‌تر کرده‌اند؛ به گونه‌ای که هر یک از مراکز بدون اطلاع از وضعیت دیگران به اموری مشغول هستند که گاهی بارها تکرار می‌شود. در چنین فضایی، به ندرت امکان گفتگو و هم‌افزایی شکل می‌گیرد؛ در حالی که ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها نیازمند مهارت‌های مدیریتی، راهبری مؤثر و کارآمد، تحول در هدایت و راهبری، توانایی برقراری ارتباط مؤثر و کارآمد با دیگران و توانایی استفاده مؤثر از دانش و تجربه شخصی است. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های پژوهش زینالی، ۱۳۹۵، میرزایی و دیگران، ۱۳۹۵، کلانتری و دیگران، ۱۳۹۴، خیاط مقدم و رستگار، ۱۳۹۳، عزیزی، ۱۳۹۲، محمودپور و دیگران، ۱۳۹۱، بیسونگنو و دیگران، ۲۰۱۸ همخوانی و هماهنگی دارد.

در مورد مقوله دوم، یعنی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی نیز مباحثی بنیادین وجود دارد. فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در حوزه علوم انسانی از شرایط ویژه‌ای برخوردار است. علوم انسانی همیشه محل تعارض و چالش افکار و اندیشه‌ها و در بسیاری از موارد محل تلاقی آرای علمای این حوزه و سیاسیون و دولتمردان بوده است؛ به همین دلیل تصور می‌شود در این حوزه، عوامل گسترده‌تر و پیچیده‌تری وجود دارند که در ایجاد، توسعه یا توقف آموزش و پژوهش بسیار تأثیرگذار هستند. گستردگی این مجموعه از عوامل حمایتگر یا بازدارنده را می‌توان دامنه‌ای از عوامل درون فردی مانند انگیزه‌های شخصی و علمی پژوهشگران و دانشگاهیان، عوامل سازمانی مانند حمایت‌های مادی و معنوی و اجرایی، عوامل اجتماعی مانند امکان نشر آزاد و به موقع نتایج و یافته‌های پژوهشی، یا قابلیت اجرایی کردن یافته‌های حاصل از پژوهش‌ها و میزان ارزش‌گذاری یافته‌های پژوهشی از جانب تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران دانست. در ایران، بیش از ۷۰ درصد

توان آموزشی و پژوهشی در دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی قرار دارند، اما تولیدات علمی در کشور به ویژه در علوم انسانی از کشورهای پیشرفته پایین‌تر است (اسدزاده، ۱۳۸۵). فقر تولید علم در کشور، مشکلی تاریخی، سیاسی، فرهنگی و روان‌شناختی است (سبحانی‌نژاد و افشار، ۱۳۸۸). می‌توان تولید علم را تولید ثروت دانست؛ زیرا پرورش انسان‌هایی فرهیخته، متفکر، ارزشی، همچنین رشد جامعه‌ای پیشرو، تقویت ارزش‌ها، هنجارها و غیره از رسالت‌های این حوزه علمی است؛ اما فعالیت‌های اندک آموزش و پژوهش در این حوزه، نشان دهنده موانع و گلوگاه‌هایی در ایجاد و توسعه آن است. نتایج این بخش با یافته‌های پژوهش صیف، صفا و بیرانوند، ۱۳۹۸، امیدیان، ۱۳۹۶، قنادی‌نژاد و یاری، ۱۳۹۶، زینالی، ۱۳۹۵، میرزایی و دیگران، ۱۳۹۵، عزیزی، ۱۳۹۲، بیسونگنو و دیگران، ۲۰۱۸، لیل فیهو و دیگران، ۲۰۱۸، اوشی و دیگران، ۲۰۱۲، لاندی و دیگران، ۲۰۰۶ و جاکوب، ۲۰۰۳ هم‌هنگ است.

بسترها و زیرساخت‌ها به آن بخش از زیرساخت‌های مدل کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی اشاره دارند که آیین‌نامه‌های اجرایی و نظام ارزشیابی کاربردی‌سازی پژوهش را در بر می‌گیرند. نبود مرجعیت علمی، مدل بومی پیشرفت، باورپذیری علمی و حمایت‌گری، از خلأهای موجود بر سر راه تجاری‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی هستند که نیازمند اقداماتی اساسی در این زمینه هستند. همان‌طور که قانون مالکیت معنوی برای اختراعات و اکتشافات تدوین شده است، باید قانونی جامع نیز درباره زیرساخت‌های نرم و انسانی و حمایت از پدیدآورندگان این نوع فناوری‌ها تدوین شود. نتایج این بخش با یافته‌های کلانتری و دیگران، ۱۳۹۴، میرزایی و دیگران، ۱۳۹۵ همخوانی دارد.

ارتباطات و شبکه‌های علمی مقوله‌ای بسیار مهم و اساسی در مدل ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی است. ارتباطات و تعاملات علمی و حرفه‌ای (اجتماع علمی) یکی از مؤلفه‌های شناسایی شده در محتوای مصاحبه‌هاست که تقریباً همه مصاحبه‌شوندگان به نحوی به اهمیت آن در زندگی شغلی خود اشاره کرده‌اند. باید توجه داشت که اعتقاد و باور به اهمیت تعاملات، ارتباطات متقابل و نقش حلقه‌های علمی و فعالیت‌های گروهی و همکارانه در میان اعضای هیئت علمی وجود دارد. پژوهش حاضر با ارائه راهبردهای زیر این موارد مهم را پوشش داده است: دیپلماسی علمی، گفتمان‌سازی علمی، هم‌افزایی مراکز علمی، توسعه پژوهش‌های بین‌المللی، ارتباط دانشگاه با صنعت، توسعه فعالیت‌های مربوط به ارتباط میان سرمایه‌گذاران و ایده‌های نو مانند فن بازار، تشکیل شبکه‌ای از افراد حقیقی و حقوقی مرتبط، به منظور پشتیبانی از شکل‌گیری و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی، همکاری و شبکه‌سازی دانشگاه با دانشگاه‌های معتبر داخل و خارج و انجام برنامه‌های مشترک و تأسیس دفتر ثبت و هدایت ایده‌های نو و فناوری‌های جدید.

پژوهش‌های میرغفوری و دیگران، ۱۳۹۷، پور تربتی، افراسیابی و اسماعیل‌نیا، ۱۳۹۶، کلانتری و دیگران، ۱۳۹۴، بیسونگنو و دیگران، ۲۰۱۸، اوشی و دیگران، ۲۰۱۲، لاکت، ۲۰۰۳، دباکر و گلرس، ۲۰۰۵، شناسایی مقوله ارتباطات و شبکه‌های علمی پژوهش حاضر را تأیید می‌کنند.

در مورد مقوله نشر و اشاعه دانش می‌توان گفت دانش یکی از نیروهای بسیار مؤثر در تحولات اقتصادی و اجتماعی و کالایی عمومی محسوب می‌شود؛ زیرا می‌توان دانش را بدون کاهش و استهلاک با دیگران به مشارکت گذاشت. در عین حال، این امر مشخصه‌ای منحصر به فرد برای این کالای عمومی محسوب می‌شود که برخلاف سایر کالاهای فیزیکی (سرمایه، دارایی‌های مادی، منابع طبیعی و غیره) به کارگیری آن از کمیتش نمی‌کاهد و می‌توان از آن بارها استفاده کرد. به این ترتیب، دانش منبعی دائمی است که همواره در اختیار بنگاه‌های اقتصادی قرار دارد و با مشارکت مکرر در فرایندهای گوناگون تولیدی و خدماتی، سبب افزایش مزیت رقابتی، ارزش افزوده و توسعه پایدار می‌شود. کسب و کارهای دانش‌بنیان، بنگاه‌های اقتصادی هستند که با خلق دانش و نوآوری برای ایجاد ارزش در محیط رقابتی فعالیت دارند. همچنین این کسب و کارها در تبیین و مدل‌سازی فرایندهای تولید، پژوهش و توسعه، تجاری‌سازی دانش، غنی‌سازی علمی و فنی، آموزش، پرورش و توسعه انسانی، انتقال دانش و نشر و اشاعه آن در کشور نقش مهمی ایفا می‌کنند. نتایج پژوهش‌های صیف، صفا و بیرانوند، ۱۳۹۸، لیل فیهو و دیگران، ۲۰۱۸، اوشی و دیگران، ۲۰۱۲، ونبرگ، ۲۰۱۱، بوزمن، ۲۰۰۰ و نتایج پژوهش حاضر، این امر را تأیید می‌کنند.

گفتنی است مقوله نوآوری در این پژوهش، با مفاهیم فرصت‌سازی، نواندیش‌گرایی و توسعه محوری همراه است. در شرکت‌های دانش‌بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد؛ یعنی دستاوردهای پژوهش و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه‌گذاری، به محصول، فرایند و سیستم نوین تبدیل می‌شوند. موضوع نوآوری و تجاری‌سازی در شرکت‌های دانش‌بنیان به مراتب بیشتر و ضروری‌تر احساس می‌شود. در سال‌های اخیر، شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی کشورها، موتور رشد اقتصادی به شمار می‌آیند. افزایش تغییرات بازار سبب نیاز به نوآوری بیشتر و برنامه‌های نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان شده است. هدف این شرکت‌ها همواره تغییرات بازار محور است تا از صحنه رقابت بیرون نروند. نتایج این قسمت از پژوهش با حاصل پژوهش میرغفوری و دیگران، ۱۳۹۷، پور تربتی، افراسیاب و اسماعیل‌نیا، ۱۳۹۶ مطابقت دارد.

پیشنهاد‌های پژوهش

در ادامه بر اساس نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود:

آماده‌کردن بسترها از نظر مدیریت و سیاست‌گذاری، فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، زیرساخت‌ها، ارتباطات و شبکه‌های علمی، نوآوری و نشر و اشاعه دانش به منظور ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌ها در رشته‌های علوم انسانی؛

تسهیل سازوکارهای لازم، اصلاح قوانین و مقررات و همچنین بسته‌های حمایتی دولتی و غیردولتی در توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی؛ فرهنگ‌سازی و نهادینه‌کردن فرهنگ کاربردی رشته‌های علوم انسانی در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی؛ طراحی مجدد فرایندها و ساختارهای آموزشی و پژوهشی به منظور کاربردی‌کردن پژوهش‌های علوم انسانی.

سپاسگزاری

این پژوهش برگرفته از رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز است. نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از همکاری و مساعدت همه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نموده‌اند به ویژه رئیس پارک علم و فناوری خوزستان و همکاران ایشان سپاسگزاری نمایند.

منابع

- احمدی دستجردی، داوود؛ انوری، صدور (۱۳۸۳). نقش دانشگاه و پژوهش در توسعه ملی، دایره المعارف آموزش عالی (جلد اول)؛ تهران: بنیاد دانشنامه فارسی، ۵۳-۵۹.
- اسد زاده، زهرا (۱۳۸۵). بررسی میزان اطلاعات علمی توسط اعضای هیئت علمی دانشگاه زابل و عوامل مؤثر در کاهش افزایش تولیدات اطلاعات از بدو تاسیس تاکنون، پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.
- امیدیان، فرانک (۱۳۹۶). کاربردی نمودن برنامه درسی علوم انسانی در دانشگاه بر اساس رویکرد مدیریت دانش. مجموعه مقالات اولین همایش ملی نقد متون و کتب علوم انسانی.
- انتظاری، یعقوب؛ محجوب، حسن (۱۳۹۲). تحلیل توسعه اقتصاد دانش بنیان بر اساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴. فصلنامه راهبرد فرهنگ، (۲۴)، ۶۵-۹۷.
- بریمانی، خدیجه؛ آقائبار رودباری، جمیله؛ صفاریان همدانی، سعید (۱۳۹۶). تجاری‌سازی آموزش عالی؛ پیامدها، چالش‌ها و راهکارها، کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای مدیریت و توسعه اقتصادی، امارات- دبی، پژوهشکده مدیریت و توسعه پژوهشگاه فرهنگ و هنر.

- بیرانوند، علی؛ شعبانی، احمد؛ عاصفی، عاصفه؛ چشمه سهرابی، مظفر (انتشار آنلاین، ۱۲ آذر ۱۳۹۶). ساختار دانش در مطالعات مربوط به تجاری‌سازی دانش با استفاده از رویکردهای تحلیل شبکه و مصورسازی علم. دانشگاه شهید چمران اهواز.
- پایا، علی (۱۳۸۶). دو رساله در باب فرهنگ، فناوری و اخلاق. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- خیاط مقدم، سعید؛ رستگار، نفیسه (۱۳۹۳). شناسایی تسهیل‌کننده‌های تجاری‌سازی دانش در حوزه علوم انسانی مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد. ۷(۲۳)، ۵۳-۶۶.
- دانیپورت، تامس؛ پروساک، لارنس (۱۳۷۹). مدیریت دانش. ترجمه رحمان سرشت، حسین، تهران: نشر ساپکو.
- زینالی، نسرین (۱۳۹۵). نگرشی نوین به نسل سوم دانشگاه‌ها و جایگاه پژوهش‌های علوم انسانی در آن‌ها. سومین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- سبحانی نژاد، مهدی؛ افشار، عبدالله (۱۳۸۸). مانع‌زدایی از نهضت تولید علم راهکاری بنیادی در نوآوری فعالیت‌های پژوهشی دانشگاهی. فصلنامه علمی، ترویجی مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۱۳(۱)، ۴-۲۱.
- شفیعی، مسعود؛ جمال پور، هدایت‌الله (۱۳۸۹). نمونه‌های موفق تعامل دانشگاه و صنعت. صنعت و دانشگاه. ۳(۷-۸). شورای عالی انقلاب فرهنگی. سند نقشه جامع علمی کشور.
- صیفا، محمدحسن؛ صفا، سهیلا؛ بیرانوند، علی (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر تمایل به تجاری‌سازی دانش در دانشگاه شیراز. سیاست علم و فناوری، ۱۱(۱)، ۶۵-۷۶.
- عزیزی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). بررسی راه‌های بهبود عملکرد پژوهشی اعضای هیئت‌علمی در علوم انسانی. راهبرد فرهنگ. ۲۱-۷-۳۳.
- علی پور تربتی، زهره؛ افراسیابی، رؤیا؛ اسماعیل نیا، کامبیز (۱۳۹۶). تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌های دانشگاه‌ها در اقتصاد دانش‌بنیان، نخستین کنفرانس ملی به سوی شهرسازی و معماری دانش‌بنیان، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و پژوهش‌های تهران.
- قنادی نژاد، فرزانه؛ یاری، صادق (۱۳۹۶). شناسایی راهکارهای توسعه تجاری‌سازی دانش در حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی از دیدگاه اساتید این حوزه در دانشگاه شهید چمران، دهمین همایش ملی ادکا، تهران، اتحادیه انجمن‌های علمی دانشجویی علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران.
- کلانتری، اسماعیل؛ میگون پوری، محمدرضا؛ یدالهی فارسی، جهانگیر (۱۳۹۴). مطالعه عوامل سازمانی تأثیرگذار بر راهبرد تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاهی (مورد مطالعه: فناوری نانو). مدیریت فرهنگ سازمانی، ۲(۱۳)، ۴۱۵-۴۳۵.
- محمدی، نعیمه (۱۳۹۳). شناسایی و ارزیابی عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان صادراتی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی و هشتمین کنفرانس ملی مدیریت فناوری، تهران، انجمن مدیریت فناوری ایران.
- محمود پور، بختیار؛ رحیمیان، حمید؛ عباس پور، عباس؛ دلاور، علی (۱۳۹۱). واکاوی چالش‌های فرا روی تجاری‌سازی تحقیقات علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه‌ای. فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۲(۲)، ۱۹-۴۹.
- منتظری شورکچالی، جواد؛ یوسفی، حسین (۱۳۹۳). بررسی نقش مدیریت دانش در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی با رویکرد دلفی. دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت چالش‌ها و راهکارها، شیراز.
- مهرعلی زاده، یدالله؛ صفایی مقدم، مسعود؛ صالحی عمران، ابراهیم؛ علم، محمدرضا (۱۳۹۵). مبانی نظری و عملی پژوهش (کمی، کیفی و آمیخته) در علوم انسانی، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، چاپ اول.

میرغفوری، سید حبیب‌الله؛ مروتی شریف آبادی، علی؛ زاهدی، امیر احسان (۱۳۹۷). طراحی مدل یکپارچه توسعه سطح نوآوری و تجاری‌سازی شرکت‌های دانش بنیان ایران. فصلنامه علمی، پژوهشی/ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۷(۴)، ۱۰۷-۱۴۲.

میرزایی، مهدی؛ ابوالقاسمی، محمود؛ قهرمانی، محمد (۱۳۹۵). موانع موفقیت فعالیت‌های پژوهشی کاربردی (تقاضا محور) در دانشگاه صنعتی اصفهان. آموزش عالی ایران، ۸(۲)، ۳۱-۵۶.

ناصری فر، وحید (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی و اولویت‌بندی حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط. فصلنامه بررسی‌های بازرگانی، ۸(۵)، ۹۸-۱۱۲.

References

- Ahmadi Dastjerdi, D., & Anvari, M. (2003). *Development of the National Research University, Higher Education Encyclopedia*. 1st ed Tehran: Persian Encyclopedia Foundation. (in Persian)
- Alipur Torbati, Z., Afrasiabi, R., & Ismailia, K. (2018). *Commercialization of Researches of Universities in the Knowledge Economy of Baniyan*. Paper presented at the The First National Conference on Knowledge Building and Architecture of Tehran, Tehran. (in Persian)
- Asadzadeh, Z. (2006). *Investigating the amount of scientific information by faculty members of Zabol University and the factors that have contributed to the decline in information production growth since its inception*. (M.sc), Islamic Azad University, North Tehran Branch., Tehran. (in Persian)
- Azizi, N. (2013). Examining ways to improve the research performance of faculty members in the humanities. *Culture strategy*, 21, 7-33. (in Persian)
- Barimani, K., Adtabar Roudbari, J., & Saffarian Hamadani, S. I. (2017). Commercialization of Higher Education; Consequences, Challenges and Solutions, Paper presented at the *International Conference on Challenges and Solutions for Economic Development and Management*, UAE-Dubai. https://www.civilica.com/Paper-ICCSM01-ICCSM01_066.html. (in Persian)
- Bennet, J. (1973). "Culture". In: *Encyclopedia Americana* (313-316). USA: Chicago Publishers.
- Biranvand, A., Shabani, A., Asemi, A., & cheshmaeh Sohrabi, M. (2017). Mapping Intellectual Structure of Commercialization of Knowledge Research: Using Co-Word Analysis and Science Visualization. *Journal of Library and Information Science Studies*. (in Persian)
- Bisogno, M. (2018). Identifying future directions for IC research in education: a literature review. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 10-33.
- Bozeman, B. (2000). Technology transfer and public policy: a review of research and theory. *Research Policy*, 29(4), 627-655.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2002). *Research methods in education*: Routledge.

- Cooper, R. G. (1983). *A process model for industrial new product development*, IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. EM-30, 2-11.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory, 3rd ed.* Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Dahlman, C., & Anderson, T. (2000). *Korea and Knowledge- Based Economy. Making the Transition*, World Bank Institute.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
- Debackere, K., & Veugelers, R. (2005). The role of academic technology transfer organizations in improving industry science links. *Research Policy*, 34(3), 321-342.
- Entezari, Y., Mahjub, H. (2014). An Analysis of Development of Iran's Knowledge Economy on the Basis of 1404 Vision. *Journal of Culture Strategy* , 6(24), 65-97. (in Persian)
- Ghanadinezhad, F., & Yari, S. (2017). *Identifying the Strategies for the Development of Knowledge Commercialization in the Humanities and Social Sciences from the Viewpoints of the Professors of this Field at Shahid Chamran University*. Paper presented at the 10th National Conference of Adka, Tehran, Iran. (in Persian)
- Goldsmith, H. R. (2003). *Model of Commercialization, Arkansas Small Business and Technology Development Center*, available from: <http://asbdc.uarl.edu/technology/Commercialization/themodel.asp>.
- Goktepe, D. (2004). *Mechanisms for transferring university research results to industry: Licensing and university Start-ups, division of innovation-LTH Lund university*, Lund, Sweden.
- Jacob, M., Lundqvist, M., & Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32(9), 1555-1568.
- Jolly, V. (1997). *Commercializing new technologies: Getting from mind to market*, Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts.
- kalantari, e., meigoon poori, m. r., & yadollahi farsi, j. (2015). Study of Organizational Factors affecting the Academic Research Commercialization Strategy (Case Study: Nanotechnology). *Organizational Culture Management*, 13(2), 415-435. (in Persian)
- Khayat Moghaddam, S., & Rastegar, N. (2014). Identification of Knowledge Commercialization Facilitators in the Field of Humanities Case Study: Islamic Azad University of Mashhad. *Industry and University Press*, 23-24(2), 53-66. (in Persian)

- Landry, R., Amara, N., & Rherrad, I. (2006). Why are some university researchers more likely to create spin-offs than others? Evidence from Canadian universities. *Research Policy*, 35(10), 1599-1615.
- Leal Filho, W., Morgan, E. A., Godoy, E. S., Azeiteiro, U. M., Bacelar-Nicolau, P., Veiga Ávila, L., & Hugé, J. (2018). Implementing climate change research at universities: Barriers, potential and actions. *Journal of Cleaner Production*, 170, 269-277.
- Lendel, V., & Varmus, M. (2011). Creation and implementation of the innovation strategy in the enterprise. *Economics and management*, 16(1), 819-826.
- Lockett, A., Wright, M., & Franklin, S. (2003). Technology Transfer and Universities' Spin-Out Strategies. *Small Business Economics*, 20(2), 185-200.
- Magnus, K. (2004). Commercialization of research results in the United States, *ITPS, Swedish Institute for growth policy studies*, 14-15, Accessed in www.itps.se.
- Mahdi, R. (2007). Development of a methodology for problem solving of commercialization of technology and research achievements. Paper presented at the *First International Conference on strategies and techniques of problem solving*, Tehran. (in Persian)
- Mahmoudpour, B., Rahimian, H., Abbaspour, A., & Delavar, A. (2012). Recognition of challenges facing the commercialization research in humanities with present a grounded theory. *Scientific Journal Management System*, 2(2), 19-49. (in Persian)
- Mehr Ali Zadeh, Y., Safaei Moghaddam, M., Salehi Omran, I., & Alam, M. R. (2016). *Theoretical and practical principles (quantitative, qualitative and mixed) in humanities* (Vol. 1). Ahwaz: Shahid Chamran University, Ahwaz University Press. (in Persian)
- Mirghafoori, S. H., Morovati Sharifabadi, A., & Zahedi, A. E. (2018). Designing an Integrated Model for Developing the Innovation and Commercialization Level of Iran's Knowledge-based Companies. *Inovation and Creativity in Human Sciences*, 7(4), 107-142. (in Persian)
- Mirza'i, M., Mahmoud, A., & Ghahremani, M. (2016). Barriers and factors to success applied research activities (demand-driven) in Isfahan University of Technology. *Iranian Higher Education*, 8(2), 31-56. (in Persian)
- Mohammadi, N. (2014). *Identifying and Evaluating the Effectiveness of Export-Import Knowledge Companies*. Paper presented at the Fourth International Conference and 8th National Conference on Technology Managemen, Tehran, Iran. (in Persian)
- Montazeri Shurkachali, J., & Yousefi, H. (2014). *Investigating the role of knowledge management in the commercialization of academic research with the Delphi approach*. Paper presented at the Second International Conference on Challenges and Solutions, Shiraz, Iran. (in Persian)

- Nasehifar, V. (2017). Pathology and Prioritization of Government Support from Small and Medium Enterprises. *Quarterly Commercial Reviews*, 8(5), 98-112. (in Persian)
- O'Shea, R. P., Chugh, H., & Allen, T. J. (2008). Determinants and consequences of university spinoff activity: a conceptual framework. *The Journal of Technology Transfer*, 33(6), 653-666.
- Omidian, F. (2017). *Application of the humanities curriculum in the university based on the knowledge management approach*. Paper presented at the The first national conference on humanities texts and books, Iran, Tehran. (in Persian)
- Paya, A. (2017). *Two treatises on culture, technology and ethics*. Tehran: Research Institute for Cultural and Social Studies. (in Persian)
- Rothwell, R. and W. Zegfeld (1985). *Reindustrialization and Technology*, London, Longmans.
- Seif, M., Safa, S., & Biranvand, A. (2019). The Factors that Affect Intention to Knowledge Commercialization in Shiraz University. *Science and Technology Policy*, 11(1), 65-76. (in Persian)
- Shafiei, M., & Jamalpur, H. (2010). Successful examples of university and industry interactions. *Industry and university*. 3(7-8). (in Persian).
- Supportive Rules in knowledge-based company. (2010).
University of British Columbia, *Commercialization procedures University Industrial Liaison Office*, Canada. Available at:
http://www.Uilo.ubc.ca/researcher_commercialization.asp.
- Wennberg, K., Wiklund, J., & Wright, M. (2011). The effectiveness of university knowledge spillovers: Performance differences between university spinoffs and corporate spinoffs. *Research Policy*, 40(8), 1128-1143. (in Persian)
- Zainali, N. (2016). *A new attitude toward the third generation of universities and the position of humanities research in them*. Paper presented at the Third Scientific Conference on Recent Findings of Management Sciences, Entrepreneurship and Education in Iran, Tehran. (in Persian)