

تجاری سازی نتایج تحقیقات

* بهمن فکور

و آموزش نیروی کار متخصص، بلکه نقش موثرتری در پیشرفت تکنولوژیک کشورها می‌توانند ایفا نمایند. از سوی دیگر توجه به همکاری و پیوند قوی بین دانشگاه و صنعت موجب انتقال تکنولوژی از سازمان‌های تحقیقاتی و دانشگاه‌ها به بازارهای تجاری می‌گردد.

در این مقاله ضمن پرداختن به ضرورت بهره‌مندی جامعه از سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در بخش تحقیقات بویژه در مراکز آموزش عالی به نتایج تحقیقات و فرآیند انتقال تکنولوژی از دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی به سازمانهای مصرف کننده و یا به عبارتی دیگر تجاری سازی نتایج تحقیقات و مکانیسم های مختلف انتقال اشاره شده و جهت دستیابی به عوامل موثر در موفقیت سازمان‌های تحقیقاتی عمومی^۱ در تجاری‌سازی نتایج تحقیقات، زمینه های کلیدی مشخص و مورد بررسی قرار گرفته است.

ضرورت تجاری سازی تحقیقات

اهمیت اقتصادی دانش تنها هنگامی آشکار می‌شود که از آن در بهبود بخشیدن عرصه مؤثر تولید استفاده شود. به همین دلیل است که جریان دانش و انتشار تکنولوژی اهمیت پیدا کرده است. در بخش دانشگاهی دیگر ذخیره سازی دانش به تنهایی راضی کننده نمی‌باشد، بلکه اطمینان از کاربرد دانش به گونه‌ای که جامعه بتواند از منافع سرمایه‌گذاری در تحقیقات بهره‌برداری نماید یکی از اهداف اصلی تحقیقات دانشگاهی است. به‌طور کلی جامعه مستقیماً از منافع تحقیقات دانشگاهی

چکیده

تجاری‌سازی تحقیقات فرآیندی است که دانش تولید شده در دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی را به محصولات قابل عرضه در بازار یا فرآیندهای صنعتی تبدیل می‌کند. این فرآیند مستلزم همکاری و تعامل جدی مراکز آموزش عالی و سازمان‌های تحقیقاتی وابسته به دولت، شرکت‌های صنعتی، سازمان‌های مالی و سرمایه‌گذاری، کارآفرینان و افراد علمی می‌باشد. در بررسی‌های به عمل آمده شش عامل کلیدی شامل: تمرکز بر بازار، فرهنگ سازمانی، مدیریت داخلی و سازمانی، مدیریت حقوق مالکیت فکری، شبکه سازی، کارآفرینی و ایجاد کسب و کار، در موفقیت سازمان‌های تحقیقاتی عمومی در زمینه تجاری‌سازی نتایج تحقیقات موثر شناخته شده است. این مقاله ضمن مروری بر اهمیت تجاری‌سازی تحقیقات به فرآیند انتقال تکنولوژی از دانشگاه و مکانیسم‌های مورد استفاده جهت انتقال و تجاری‌سازی آن پرداخته است.

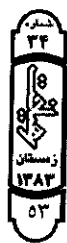
کلید واژه

تجاری‌سازی، انتقال تکنولوژی، دارایی فکری، حق مالکیت فکری، سازمان‌های تحقیقاتی عمومی

مقدمه

اهمیت دانش به عنوان محرک رشد اقتصادی و عامل افزایش بهره‌وری مورد تاکید اغلب دولت‌ها و بخش‌های دانشگاهی و صنعتی در سطح دنیا می‌باشد. امروزه در عرصه اقتصاد، تولید دانش در کنار انتشار موفق آن و کاربرد مؤثر آن در عرصه تولید به یک هدف جهانی تبدیل شده است. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی نه تنها از طریق پیشبرد دانش

* عضو هیأت علمی سازمان پژوهشی علمی و صنعتی ایران



بهره نمی‌برد. مگر آنکه راهکارهایی طراحی شود که نتایج تحقیقات به شرکت‌ها، کارخانه‌های بخش عمومی، یعنی عاملان اقتصادی که در زمینه سرمایه‌گذاری تجاری تخصص دارند، سپرده شود مشروط به اینکه منافع دانشگاه تأمین گردد.

اگر این دیدگاه را بپذیریم که توانایی جامعه در بهره‌گیری از تحقیقات دانشگاهی که بالقوه قابل تجاری‌سازی هستند افزایش می‌یابد، باید به این نکته نیز توجه داشته باشیم تا زمانی که نتایج این تحقیقات به شرکت‌های بخش خصوصی و عمومی انتقال نیابد و توسط آن‌ها به کار گرفته نشود آنهم با یک تسریع و اغتنام وقت مناسب انتقال، عملاً سودی از پژوهش عاید مردم و یا دانشگاه نخواهد شد. بنابراین نتیجه سیاست‌های حاکم بر تحقیقات دانشگاهی باید انتقال سریع نتایج این تحقیقات به شرکت‌های بخش خصوصی و عمومی با همکاری دستگاهها در راستای نفع عمومی باشد [۱].

انتقال تکنولوژی

باتوجه به اینکه در این نوشتار، زمینه بحث، انتقال تکنولوژی از دانشگاه به صنعت می باشد در این جا این مفهوم را اینگونه تعریف می‌نماییم: انتقال تکنولوژی عبارت است از انتقال یک فکر، روش کار یا شیئی منتج از تحقیق به گونه‌ای که طی آن این نتیجه، یک محصول، خدمت یا فرآیندی را به طریقی ایجاد و یا بهبود بخشد [۲].

تعریف کلی‌تری که از طرف انجمن مدیران تکنولوژی دانشگاهی (AUTM)^۲ ارائه شده است انتقال تکنولوژی عبارت است از: انتقال رسمی یافته‌های جدید و نوآوری‌های حاصل از تحقیق علمی انجام شده در دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی به بخش تجاری برای منافع عمومی [۳].

فرآیند انتقال تکنولوژی نوعاً شامل اجزائی است که با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، اجرای عملی تحقیق و توسعه، تصمیم‌گیری درباره چگونگی مدیریت دارایی فکری^۳، ساخت یک نمونه اولیه برای اثبات تکنولوژی و توسعه بیشتر مورد نیاز برای تجاری‌سازی آغاز می‌شود و سرانجام به معرفی موفقیت‌آمیز یک محصول یا خدمت به بازار منجر می‌گردد. (برای مثال، نگاه کنید به الگوی جدول (۱)). ذکر این نکته حائز اهمیت است که در زندگی واقعی، نوآوری فرآیندی پیچیده و اغلب غیرخطی است و تکرارهای زیادی را در میان این مراحل نشان می‌دهد.

قطعه آغاز ممکن است تکنولوژی خاصی باشد که از آزمایشگاه تحقیقاتی بیرون آمده است یا این فرآیند ممکن است با تعریف نیازهای خاصی از طرف مصرف‌کننده یا بازار آغاز شود. معمولاً انتقال تکنولوژی فرآیندی از بخش عمومی به بخش خصوصی تصور می‌شود. اما نمونه‌هایی از تکنولوژی‌ها نیز وجود دارند که از بنگاه‌ها به دولت و دانشگاه‌ها جریان می‌یابند. از جمله این موارد انتقال حقوقی ثبت اختراع^۴ از بنگاه‌ها به دانشگاه‌ها برای توسعه بیشتر می‌باشد.

جدول ۱ - مراحل فعالیت‌های علمی و دست‌آورد منتج از آن

مرحله	فعالیت	نتیجه
۱	تحقیق پایه	امتیاز نامه
۲	اثبات مفهوم / ابداع	ابداع (عملی)
۳	مرحله اولیه توسعه فناوری	معتبر سازی کسب و کار
۴	توسعه محصول	نوآوری : بنگاه جدید یا برنامه جدید
۵	تولید / بازاریابی	کسب و کار ماندگار

منبع: NIST ۲۰۰۲

این فرآیند بازیگران مختلفی را نیاز دارد از قبیل دستگاه برنامه و بودجه، دانشگاه‌ها، سازمان‌های تحقیقاتی و بخش‌های انتقال‌دهنده، سرمایه‌گذاران خطرپذیر^۵، شرکت‌های خصوصی و نیز افراد علمی و دانشمندان، کارآفرینان و حامیان کسب و کار^۶، موفقیت انتقال تکنولوژی بستگی به تعامل بین این بازیگران و توانایی‌شان و از عهده برآمدن چالش‌های این مسیر دارد. این افراد باید سرمایه‌گذاری مورد نیاز را در چند مرحله تامین کنند. گروه مدیریتی ماهری را گرد هم آورند. میزان ارزش یا مطلوبیت نتایج را برای مصرف‌کننده یا خریدار تعیین کنند و یک طرح کسب و کار ایجاد کرده و راهبرد حضور در بازار را طراحی کنند[۴].

مکانیسم‌های انتقال و تجاری‌سازی

نتایج تحقیقات توسط مکانیسم‌های مختلفی قابل انتقال می‌باشند. اگرچه انتقال نتایج تحقیقات به صنعت به طور وسیعی پذیرفته شده است ولی مکانیسم انتقال تکنولوژی به عنوان بهترین مکانیسم وجود ندارد. بسیاری از نوشته‌ها در زمینه انتقال فنآوری از دانشگاه به صنعت به نقش امتیاز ثبت اختراع و مجوزدهی^۷ تمرکز یافته‌اند. تشکیل شرکت‌های دانشگاهی اسپین‌اوت^۸ نیز توجه بسیاری از محققین را به خود جلب کرده است. علاوه بر این موارد بخشی از تحقیقات بر روی مشاوره، تحقیقات قراردادی و مشترک تمرکز کرده‌اند و بخشی از مطالعات نیز بیشتر به جابجایی افراد از بخش دانشگاهی به صنعت توجه داشته‌اند. با در نظر گرفتن انواع مختلف مکانیسم‌های انتقال دانش، مسیرهای مختلفی که بخش تجاری می‌تواند به دانش تولید شده در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی دسترسی پیدا کرده و از آن‌ها بهره‌مند شوند به قرار زیر هستند:

- ♦ انتشار و تبادل آزاد ایده‌ها و اطلاعات از طریق سمینارها و سایر شکل‌های ارتباطات غیر رسمی،
- ♦ ارتباط‌های علم - صنعت
- ♦ آموزش و تربیت پرسنل شرکت‌ها

♦ انتقال افراد، شامل استخدام دانشجویان، محققان و کارکنان سابق توسط شرکتها و انتقال کارکنان به داخل و بیرون از پایگاه علمی

♦ مشاوره، تحقیقات قراردادی و مشترک با صنعت

♦ مجوز دهی یا اعطای حق استفاده از دارایی فکری از طریق مجوز دهی محدود (هنگامیکه دانشگاه مالکیت دارایی فکری را نگاه می‌دارد) یا واگذاری (هنگامیکه دانشگاه به مالکیت دارایی فکری پایان داده اما ممکن است برای امکان ادامه استفاده از آن در تحقیقات آتی خود توافق کند) به شرکت‌های موجود یا جدید.

♦ بهره برداری از دارایی فکری از طریق روشهای متعدد و متنوع تشکیل شرکت‌های دانشگاهی بر مبنای فعالیت‌های مجوزدهی، تاسیس شرکت‌های با سرمایه‌گذاری مشترک و شرکت‌های تأسیس یافته توسط کارکنان و دانشجویان فارغ التحصیل[۵].

ارزیابی موفقیت انتقال فنآوری

موفقیت انتقال فنآوری را می‌توان از چشم‌اندازهای مختلفی اندازه‌گیری و ارزیابی کرد. در سطح ملی رشد اقتصادی و افزایش رقابت‌پذیری مورد انتظار می‌باشد، بنگاه‌ها به سود حاصل و سهم از بازار نگاه می‌کنند. سرمایه‌گذاران خطرپذیر به بازده سرمایه‌گذاری‌ها توجه دارند. مصرف‌کنندگان، محصولات جدید و مفید می‌خواهند، و مؤسسات مجری تحقیق و توسعه نیز به درآمدهای حاصل از امتیازنامه‌ها و مجوزها بها می‌دهند. بنابراین شاخص‌هایی وجود دارند که می‌توان از آنها در اندازه‌گیری میزان موفقیت استفاده کرد. این شاخص‌ها شامل تعداد امتیازنامه‌های استفاده یا واگذار شده، تعداد مجوزها و درآمدهای حاصل از آنها، تعداد موافقت‌نامه‌های تحقیق و توسعه مشترک با بخش‌های عمومی و خصوصی، تعداد شرکت‌های دانشگاهی تشکیل شده و غیره می‌گردد.

اندازه‌گیری انتقال فنآوری و یافتن شاخص‌های معتبر برای آن، داده‌های مهمی برای فرآیند سیاست‌گذاری بوده و برای رسیدن به هدف یادگیری سیاست‌های انتقال فنآوری ضروری می‌باشند [۴].



عوامل کلیدی موفقیت در تجاری سازی

براساس بررسی به عمل آمده در یک مطالعه تحقیقی بر روی ساختار، فرآیندها، استراتژی‌ها، منابع تخصیص یافته به انتقال تکنولوژی و جنبه‌های سیاستی و فرهنگی موثر در انتقال فناوری در مراکز تحقیقاتی بزرگ و مهم سطح اروپا (از قبیل CEA (فرانسه)، CERN (سوئیس)، CNRS (فرانسه)، CSIC (فرانسه)، DERA (انگلیس)، ENEA (ایتالیا)، INRIA (فرانسه)، Fraunhofer Society (آلمان)، Helmholtz Society (آلمان)، Max-Planck Society (آلمان)، RISC (دانمارک) و VTT (فنلاند)) تلاش شده است، بهترین شیوه عملکرد برای سازمان‌های تحقیقاتی، جهت بهبود اثربخشی و کارایی انتقال فناوری این مراکز و بهبود بیشتر سهم آنها در نظام ملی نوآوری، علیرغم تنوع در اهداف و عملکرد آنها استخراج گردد.

این بررسی شش عامل کلیدی را برای موفقیت در انتقال تکنولوژی مشخص کرده است که شامل تمرکز بر بازار، فرهنگ سازمانی، مدیریت داخلی و سازمانی، مدیریت حقوق مالکیت‌های فکری، شبکه‌سازی، کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار جدید می‌باشند که به شرح هر کدام می‌پردازیم.

۱- تمرکز بر بازار

در یک سازمان تحقیقاتی هدف‌گذاری انتقال فناوری یک پیش‌نیاز برای تمرکز بر بازار است و تقریباً تمام سازمان‌های تحقیقاتی خواستار ایجاد یک چنین تمرکزی می‌باشند. تعیین نیازهای مشتریان و جهت‌گیری در راستای آنها تنها مورد نیاز شرکت‌های تجاری نبوده بلکه مؤسسات عمومی نیز به آن نیازمند می‌باشند.

لازم است جهت‌گیری مشتریان در ساختار سازمانی یک مرکز تحقیقات عمومی، لحاظ گردد. کاربردهای کلیدی یا مشتریان کلیدی توسط تیم‌های بازاریابی چند رشته‌ای مرکب از تخصص‌های فنی و مدیریتی معین می‌شوند و تحلیل نیازهای مشتریان می‌تواند به موازات ارائه خدمات فناوری‌ها به مشتریان، در پاسخ به نیازهای آنها صورت گیرد.

۲- فرهنگ سازمانی

فرهنگ مطلوب و جمعی حمایت از نوآوری و انتقال تکنولوژی، حاصل روش‌های مطلوب مدیریتی است. تغییر فرهنگ سنتی که در یک مرکز تحقیقات عمومی شکل گرفته است، یک ضرورت بوده ولی فرآیندی طولانی و سخت می‌باشد. روشن است که تولید و انتقال دانش کاربردی، هنگامی سودمند خواهد بود که دانشمندان، محققین و مهندسان ایده روشنی از مأموریت و وظیفه شغلی خود داشته، جهت رسیدن به آن مورد ترغیب قرار گرفته و میدان لازم را برای حرکت در جهت انتقال داشته باشند.

التزام مدیریت ارشد نقطه شروع می‌باشد اما به تنهایی کافی نیست، ساختار سازمانی مناسب نیز می‌تواند فرهنگ جدیدی را که برای انتقال دانش مناسب‌تر است را ترویج نماید.

از طرف دیگر لازم است موانع و حلاء های فرهنگی پرورش ظرفیت‌های نوآورانه در سطوح مختلف سازمانی مشخص گردد. علاوه بر این فرهنگ حمایت از انتقال تکنولوژی نیز که در آن یک سیستم تشویقی برای تقبل فعالیت‌های انتقال تکنولوژی از سوی محققین در نظر گرفته شده باشد و همچنین توجه به سایر قوانین نانوشته در سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

امروزه در همهٔ دانشگاه‌ها تلاش در کنار انتقال دانش و کاربرد موثر آن در همهٔ زمینه‌ها به یک هدف جهانی تبدیل شده است. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی نه تنها از طریق پیشبرد دانش و آموزش نیروی کار متخصص، بلکه نقش موثری در پیشرفت تکنولوژی کشورهای می‌توانند ایفا نمایند.

۳- سازمان و مدیریت داخلی

مسئله مدیریت داخلی، به شدت کارآیی و اثربخشی فرآیند انتقال را تحت تاثیر قرار می‌دهد. مسائلی از قبیل رفع موانع ارتباطی در ساختارهای وظیفه‌ای، بهبود کارآیی عملیاتی از طریق به کارگیری کنترل پروژه، آموزش، سیستم‌های کیفی و نیز بهبود تعامل با صنعت، زمینه‌هایی هستند که بهبود را فراهم می‌سازند. مدیریت دانش نیز در سازمان تحقیقات عمومی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

موفقیت طولانی‌مدت سازمان‌های تحقیقات عمومی به شدت تحت تاثیر اولاً "ایجاد استراتژی‌های مناسب تحقیق و توسعه شامل مسائل انتقال فناوری و ثانیاً" ایجاد و به کارگیری سیستم‌های تشویقی متوازن جهت پاسخ‌گویی به اهداف کوتاه مدت انتقال و تفوق علمی طولانی مدت می‌باشد.

استفاده از ابزارهای موثر و کارآمد مدیریت پروژه می‌تواند هم رضایت مشتری و هم پذیرش داخل سازمانی از انتقال تکنولوژی را در سازمان تحقیقاتی افزایش دهد.

۴- مدیریت حقوق مالکیت فکری

مدیریت حقوق مالکیت فکری^۶ (IPRs) دقیقاً مرتبط با چشم‌اندازهای مالی، مشتریان و توانایی یادگیری است. مدیریت حقوق مالکیت فکری مناسب باید از ایجاد جریان مالی و رضایت مشتریان حاصل نماید. اطمینان نماید. مدیریت حقوق مالکیت فکری موفق نیازمند حمایت مدیریتی فعال همراه با سیاست راهبردی روشن در مورد حقوق مالکیت فکری و نیز اقدام‌های مطابق با آن از قبیل اطلاع‌رسانی و آموزش کارکنان، تشکیل کارگاه‌های آموزشی و سمینارهای مربوط به آخرین پیشرفت‌ها در این زمینه‌ها می‌باشد. مولفه اساسی دیگر مدیریت حقوق مالکیت فکری موثر، وجود یک سیستم پاداش‌دهی است که عملکردهای مربوط به حقوق مالکیت فکری را در داخل سازمان تحقیقات عمومی بر می‌انگیزد. از طرف دیگر در چهارچوب یک بخش خاص، منابع می‌توانند مستقیماً براساس معیار حقوق مالکیت فکری ایجاد شده، تخصیص یابند.

عوامل دیگر از قبیل دیدگاه‌های کارمندان نسبت به امتیازنامه‌ها و مجوزدهی یا روابط شخصی بین مشارکت‌کننده‌ها نیز در

موفقیت مدیریت حقوق مالکیت فکری تاثیر دارند و لازم است از طرف مدیریت مورد ملاحظه قرار گیرند.

۵- شبکه‌سازی

تعامل مابین سازمان‌های تحقیقاتی عمومی و سایر نقش‌داران در فرآیند انتقال یعنی شرکت‌های صنعتی، دانشگاه‌ها، سازمان‌های مالی، مصرف‌کنندگان و مسئولان دولتی، برای نوآوری موفق بسیار حیاتی می‌باشد. از سوی دیگر، شبکه‌سازی مؤثر شامل ارتباطات داخلی در سازمان تحقیقات عمومی نیز می‌گردد. شبکه‌ها برای شکل‌گرفتن نیازمند زمان می‌باشند و با ارتباطات پایدار، پیوند بین اعضای شبکه قوی‌تر می‌گردد. عامل اساسی در فعالیت‌های شبکه‌سازی تحقیق و توسعه، ایجاد اعتماد و اطمینان دوطرفه می‌باشد.

۶- کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید

کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار جدید به عنوان روشی با کارآیی بالا جهت سوق دادن دانش تولید شده به بازار، طی سال‌های اخیر پدیدار شده است.

این روش اثرات اجتماعی اقتصادی سازمان‌های تحقیقاتی عمومی را بطور قابل توجهی از طریق تولید سرریزهای اقتصادی (رشد اقتصادی، ایجاد مشاغل، تولید محصولات و غیره) توسعه می‌دهد.

مؤثرترین رویکرد به کارآفرینی بر اساس تفکر شبکه‌سازی می‌باشد زیرا ارزیابی دانش‌فنی‌های تولید شده (بیشتر محلی) در زمینه‌های تخصصی خاص و فراهم سازی این دانش‌فنی‌های تخصصی با یک قیمت منطقی برای کارآفرینان بالقوه، اساس شبکه سازی است.

کمبود آموزش کسب‌وکار (به ویژه بازاریابی) به عنوان مانع اصلی کارآفرینی شناخته می‌شود. از نظر مالی نیز وجود حمایت کافی از طرف صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر مورد نیاز می‌باشند. به‌طور کلی سازمان‌های تحقیقاتی عمومی می‌توانند به عنوان سرچشمه شرکت‌های اسپین-اوت عمل کنند [۶].



1-PRO's- Public Research Organizations

سازمان‌های تحقیقاتی عمومی شامل:

-کلیه دانشگاه‌های انجام‌دهنده تحقیقات اعم از دولتی و خصوصی
-آزمایشگاه‌های تحقیقاتی که توسط دولت اداره و تامین بودجه می‌گردند
-سایر سازمان‌های تحقیقاتی که سهم قابل توجهی از کل بودجه خود را از منابع عمومی تأمین می‌کنند

2- Association for university and Technology Management.

3- Intellectual property

4- Patent

5- Venture capital

6- Business angles

7- Licensing

9- Spin-out:

شرکت‌هایی هستند که توسط کارکنانی از سازمان تحقیقاتی عمومی جهت توسعه یا تجاری‌سازی یک نوآوری تأسیس شده‌اند.

8- Intellectual Property Rights

منابع و مآخذ

[1] Zieminski, J., Warda, J.: "Paths to Commercialization of University Research - Collaborative Research", P.9, (March 1999).

www.acst-ccst.gc.ca/comm/rpaper/home_e.html

[2] RAND,,: "Technology Transfer of Federally Funded R&D - Perspectives from a Forum", RAND Science and Technology Policy Institute, P.26, (2003)
<http://www.rand.org/>

[3] Texas Business Review "Defining Tech Transfer from AUTM", The University of Texas at Austin, P.1, (June 1998).

www.utexas.edu/depts/bbr/tbr/June.98.defining.html

[5] Magnus, K.: "Commercialization of Research Results in the United States", ITPS, Swedish Institute for Growth Policy Studies, P.14,15, (2004).

www.itps.se

[5] فکور، بهمن، طرح پژوهشی " بررسی و تدوین راه‌کارهای اجرایی انتقال دانش‌فنی‌های کسب شده در سازمان پژوهش‌ها به صنایع کوچک"، گزارش مرحله اول، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، ص ۵۱، ۵۰، ۱۳۸۲.

[6] Braun, M., Brown, D., Graf, G., Leroyer, J., Sabisch, H., Meissner, D., Rouach D., Santi, P.: "Getting More Innovation from Public Research", European Commission, Enterprise Directorate General, P.4-6, (2000).

<http://www.cordis.lu/innovation-policy/studies/published.htm>

قرار گرفتن در دوره اقتصاد مبتنی بر دانش و رقابت‌های شدید بین‌المللی در عرصه علمی و فناوری، و از طرفی تأثیر توسعه علمی و فناوری کشورها در پیشرفت و توسعه اقتصادی، افزایش سطح کیفیت زندگی و رفاه عمومی آن‌ها، نقش دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی را در نظام ملی نوآوری کشورها برجسته ساخته و ضرورت بهره‌گیری هر چه بیشتر جامعه از دانش تولید شده در این پایگاه‌های علمی را از طریق مکانیسم‌های جدید انتقال و تجاری‌سازی تحقیقات، محرز می‌سازد.

در کشور ما با پیش‌بینی‌های به عمل آمده در برنامه چهارم توسعه اجتماعی اقتصادی درمورد فراهم‌سازی زمینه‌های موردنیاز جهت تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، انتظار می‌رود با توجه به اهمیت موضوع هرچه سریعتر ضمن اشاعه آگاهی نسبت به این زمینه در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی از طریق نشریات، کارگاه‌های آموزشی و سمینارها، زیرساخت‌های لازم از قبیل قوانین و مقررات مورد نیاز در زمینه مالکیت و مدیریت دارایی‌های فکری حاصل از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و نیز فعالیت‌های تجاری‌سازی از قبیل مجوزدهی و تشکیل شرکت‌های دانشگاهی فراهم گردد.

همچنین با توجه به دولتی بودن اغلب دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در ایران انتظار می‌رود دولت نقش حمایتی خود را از تشکیل دفاتر انتقال تکنولوژی در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و فعالیت‌های این دفاتر ایفاء نماید تا جریان انتقال فناوری از پایگاه‌های علمی که از نظم سیستماتیک بیشتری برخوردار شده و با استفاده از روش‌ها و مکانیسم‌های جدید شدت بیشتری پیدا نماید.