

تجاری سازی علوم ورزشی و تربیتی؛ معرفی، ضرورت و الزامات

محمد صادق رفیعی^۱، پری فهندژ سعدی^۲

^۱ کارشناسی مهندسی عمران دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی
^۲ کارشناسی علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان شیراز (نویسنده مسئول)

چکیده

در هر فرهنگ تجاری سازی به معنی "به کارگیری روش های کسب و کار به منظور سود" آمده است. راهکار ورود به دنیای کسب و کار امروزی فن آوری است و کلید فن آوری، تجاری سازی و ارزش افزوده ناشی از آن است. تجاری سازی، فرآیند تبدیل فن آوری های جدید به محصولات موفق تجاری است و دربرگیرنده آرایه های مختلفی از فرآیندهای مهم فنی، تجاری و مالی است که باعث تبدیل فن آوری جدید به محصولات یا خدمات مفید می شود. این فرآیند شامل فعالیتهایی از قبیل ارزیابی بازار، طراحی محصول، مهندسی تولید، مدیریت حقوق مالکیت معنوی، توسعه راهبرد بازاریابی، افزایش سرمایه و آموزش افراد می شود. به عبارتی تجاری سازی یافته های پژوهشی، حلقه گمشده اتصال فن آوری و بازار است و تمرکز آن بر حلقه های انتهایی زنجیره ارزش است. از آنجا که به بازار رسانیدن یک محصول می تواند تضمین کننده موفقیت و بقای یک سازمان باشد، تجاری سازی علوم ورزشی و تربیتی فنی به عنوان یک عامل حیاتی مطرح شده است. حال به وسیله تجاری سازی علوم ورزشی و تربیتی، مهارت و اختراع تولید شده در دانشگاه ها در دسترس و مورد بهره برداری سازمان ها و جامعه قرار می گیرد. در این مقاله هدف بررسی تجاری سازی علوم ورزشی و تربیتی؛ معرفی، ضرورت و الزامات می باشد. در نتیجه اهمیت این مقاله به قدری است که بسیاری از کشورها به نقش آن در توسعه پی برده اند و آن را در رأس برنامه ها و سیاست های علمی خود قرار داده اند. علوم ورزشی و تربیتی گاه ها و مراکز تحقیقاتی این کشورها، تجاری سازی تحقیقات و کسب درآمد از فعالیت های تحقیقی را جزء اولویت های خود قرار داده اند تا هم نقشی را در رشد و پیشرفت کشور ایفا کنند و هم بودجه مورد نیاز را برای ادامه و گسترش تحقیقات فراهم کنند.

واژه های کلیدی: تجاری سازی علوم ورزشی و تربیتی، علوم ورزشی، علوم ورزشی و تربیتی