

## روش‌های تجاری‌سازی ایده‌های نو

### بهنام ندرلو

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه علم و صنعت

behnam.naderlo70@gmail.com

### چکیده

امروزه خلق ثروت از طریق ایده‌های نو و کسب و کارهای نو به یک مقوله جدی و ضروری برای کشورها تبدیل شده است. کشوری که به خوبی بتواند چرخه‌ی ایده تا محصول را پیاده‌سازی کند بی شک رشد اقتصادی خوبی خواهد داشت. در این مقاله به مرور روش‌های تجاری‌سازی ایده‌های نو، مراحل تجاری‌سازی، موانع تسهیل تجاری‌سازی این ایده‌ها، مکانیزم شکل‌گیری ایده‌های نو و چگونگی حمایت و تجاری‌سازی ایده‌های نو می‌پردازیم. و در انتها پیشنهادهایی برای نهادینه کردن امر تجاری‌سازی و تسهیل فرآیند تجاری‌سازی ارائه می‌شود.

**کلمات کلیدی:** تجاری‌سازی، ایده‌های نو، بورس ایده، فرآیند تجاری‌سازی، محصول نو

### مقدمه

#### «وقتی جسارت پرداختن به رویاها را داشته باشیم مانعی بر سر راه نخواهد ماند»

منافع ملی و سازمانی ایجاد می‌کند از هزینه‌های صرف شده برای نیروهای متخصص، زمان، واحد R&D و.. حداکثر بهره‌برداری شود. امروزه شرکت‌ها و موسسات سرمایه‌زیادی را به بخش R&D خود برای تولید ایده و محصول جدید اختصاص می‌دهند اما میزان تجاری‌سازی نتایج این تحقیق و توسعه بسیار کم‌تر از حد انتظار است. در دنیای رقابتی امروز تجاری‌سازی و بهره‌گیری از ایده‌های نو امری حیاتی است. می‌توان گفت یکی از دلایل اصلی پیشرفت تکنولوژی در کشورهای توسعه‌یافته توجه به امر تجاری‌سازی ایده‌ها و نتایج تحقیقات داخلی آن کشورها بوده است. امروزه تعاریف متعددی برای تجاری‌سازی نقل می‌شود که در یک تعریف جامع می‌توان گفت تجاری‌سازی عبارت است از: فرآیند تبدیل علم، فناوری، تحقیق جدید یا یک اختراع به محصول یا فرآیندهای صنعتی قابل عرضه به بازار (اسکاتیش اینترو و پرایز ۱۹۹۶) باید به این نکته توجه داشت که تجاری‌سازی یک فرآیند است.

تجاری‌سازی بخشی از نوآوری می‌باشد و بدون تجاری‌سازی نوآوری و در نتیجه تکنولوژی وجود نخواهد داشت. یکی پیچیده‌ترین مراحل نوآوری مرحله تجاری‌سازی می‌باشد. تجاری‌سازی کسب سود از نوآوری از طریق به خدمت در آوردن ایده‌های نو و فناوری‌های نو برای ایجاد فرآیند تولید محصولی جدید است. موضوع تجاری‌سازی برای شرکت‌های کوچک و متوسط که توان رقابت با محصولات انبوه و ارزان قیمت تولیدکنندگان بزرگ را ندارند از اهمیت بیش‌تری برخوردار است. مسیر ایده تا محصول جدید و به بازار رساندن آن دغدغه اکثر کارآفرینانی است که با ایده‌های نو و خلاقانه قصد ورود به کسب و کاری جدید و سود آور را دارند. می‌توان گفت هیچ‌الگوی قطعی برای تجاری‌سازی وجود ندارد و تجاری‌سازی یک هنر است تا یک علم (بحرینی محمد علی و شادنام ۱۳۸۶) و این کار به عهده کارشناسان تجاری‌سازی است که تجاری‌سازی هر ایده را با اقتضاعات موجود آن به وجود آورند. ایده‌های نو و خلاقانه برای تبدیل شدن به یک کسب و کار سود آور باید تجاری شوند و این کار مستلزم ایفای نقش بازیگران مختلف است. در کشور ما روش‌های تجاری‌سازی به خوبی شناسایی نشده است این عمل که نیازمند مهارت‌های مختلفی می‌باشد به ابتکار و تجربه و سلیقه فرد خلاق بستگی دارد. متکی بودن به قابلیت‌های فردی و نبود روش‌های مدون و روشن برای تجاری