

Author¹ | Author² | Author³

۱. **Ph.D. Candidate, Department of, Faculty of, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.** E-mail: abcdef@istt.ir (E-mail in blue color, but not hyperlinked.)

۲. **Professor, Department of, Faculty of, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.**
(Corresponding Author). E-mail: abcdef@istt.ir (E-mail in blue color, but not hyperlinked.)

۳. **Associate Professor, Department of, Faculty of, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.** E-mail: abcdef@istt.ir (E-mail in blue color, but not hyperlinked.)

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: “An abstract is a brief, comprehensive summary of the contents of the paper. A well-prepared abstract can be the most important paragraph in an article. Many people have their first contact with an article by reading the title and abstract, usually in comparison with several others, as they conduct a literature search. Readers frequently decide on the basis of the abstract whether to read the entire article. The abstract needs to be dense with information. By embedding essential terms in your abstract, you enhance readers’ ability to find the article. This section addresses the qualities of a good abstract and standards for what to include in abstracts for different paper types” (Source: APA Publications Manual, 7th Edition, Section 3.7).
Article history: Received 10 January 2023 Received in revised form 27 January 2023 Accepted 10 February 2023 Published online 20 March 2023	Methods: Text Text. The abstract should be in 300 to 400 words. Results: Text Text Text Text
Keywords: Growth Centers, Growth Center Companies, Product Commercialization	Conclusions: Text Text Text .



عنوان

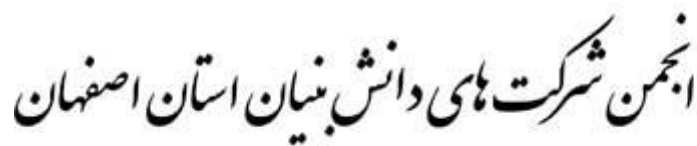
نویسنده^۱ | نویسنده^۲ | نویسنده^۳

۱. دانشجوی گروه.....، دانشکده، دانشگاه رایانامه:

۲. نویسنده گروه.....، دانشکده، دانشگاه رایانامه:

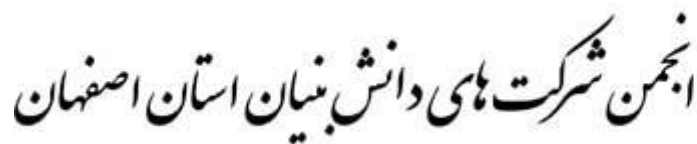
۳. دانشیار..... گروه.....، دانشکده، دانشگاه رایانامه:

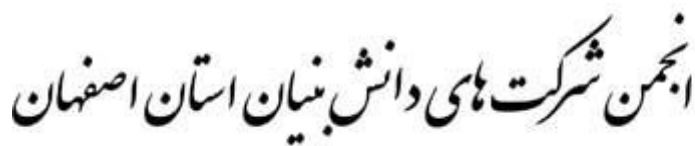
اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	متن چکیده
واژه های کلیدی: تجاری سازی محصولات، شرکت های مراکز رشد، مراکز رشد،	در متن چکیده فارسی از بیان مقدمه، کلی گویی، و کلیات خودداری و مستقیم به مسئله مورد مطالعه و اهداف آن، روش شناسی و نتایج پژوهش به طور کوتاه اشاره شود. چکیده مقاله با قلم فارسی بی نازنین اندازه ۱۱ pt. و انگلیسی آن با قلم Times New Roman ۱۰ pt با فاصله خطوط ۱ یا Single، با کناره های ردیف/طراز شده (Justify) نوشته شود. چکیده فارسی در مقاله، بین ۳۰۰ کلمه تا ۴۰۰ کلمه باشد. چکیده فارسی و انگلیسی مقاله باید ساختاریافته بوده و شامل بخش های هدف، روش پژوهش، یافته ها و نتیجه گیری باشد. یادآوری می شود که تمام این بخش ها در سطر جداگانه ای نوشته می شوند. لطفاً این موارد را رعایت کنید و از اشاره به منابع و مآخذ و استفاده از پاورقی و اختصار در آن خودداری شود. لطفاً برای ترجمه چکیده مقاله به انگلیسی فقط به ترجمه Google Translate اکتفا نکنید و واژگان تخصصی را به درستی ترجمه و بازبینی کنید. کلیدواژه ها: حداقل ۳ و حداکثر ۵ واژه که با کاما (،) از هم جدا شده و به ترتیب حروف الفبا باشند قلم فارسی (بی میترا ۱۰ نازک).

[illegible][illegible]

متن پاراگراف، متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن
متن
متن
متن
متن متن

متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن متن.

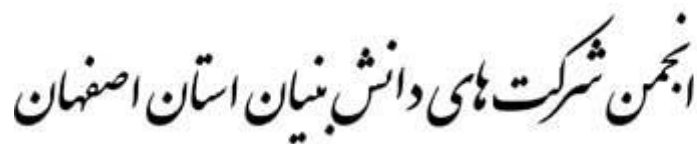
[illegible][illegible]



تجاری‌سازی فرایندی است که طی آن ایده و نتیجه یا تولیدات حاصل از بخش‌های تحقیقاتی در دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و بخش‌های صنعتی به محصولات قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شوند و از این طریق یافته‌های حاصل از تحقیق به بازار آورده می‌شود و ایده‌های جدید به محصولات جدید یا فناوری‌های قابل فروش در سراسر جهان، توسعه می‌یابند (چو، ۲۰۱۳).

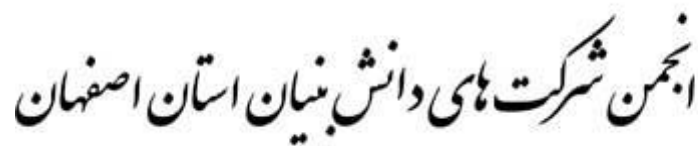
[illegible]

بُعد	مؤلفه	شاخص
تجاری سازی محصولات شرکت های فناوری	بازارپذیری	نیازهای مشتریان، بازار جذاب و روبه رشد، پتانسیل بازاریابی محصولات تولیدی
	امکان پذیری تجاری	وضعیت همکاری با شرکای تجاری، الزامات سرمایه ای، سودآوری محصولات، هزینه تجاری سازی
	ویژگی های فنی	کاربردی بودن محصول، غیرقابل تقلید بودن محصول، توانایی فنی برجسته شرکت، توانمندی تحقیق و توسعه در شرکت، داشتن تیم متخصص و فنی در شرکت، تجهیزات آزمایشگاهی کافی
	زیرساخت های حمایتی	حمایت های دانشگاه ها، حمایت های دولت، ارتباطات منسجم و همکاری شرکت های مستقر در مراکز رشد، حمایت و پشتیبانی رسانه ای از شرکت های مستقر در مراکز رشد، حمایت های پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری، حمایت های مراکز صنعتی، توسعه فرهنگ تجاری سازی
	رقبا	توجه به محصولات جایگزین، توجه به اطلاعات رقبای فعلی و تحلیل آن ها، توجه به رقبای بالقوه، توجه به واردات کالاهای مشابه خارجی

[illegible][illegible][illegible]

رتبه	مؤلفه‌ها
۵	بازارپذیری
۴	امکان‌پذیری تجاری
۲	ویژگی‌های فنی
۱	زیرساخت‌های حمایتی
۳	رقبا
۶	مؤلفه مورد نظر شما و...

- استفاده از تجربیات استادان و دانش روز دانشگاهیان در جهت تجاری‌سازی شرکت‌ها و واحدهای فناور؛
- حمایت‌های پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری، از جمله حمایت‌های مالی، علمی، فرهنگی از شرکت‌ها و واحدهای فناور؛
- تقویت ویژگی‌های فنی شرکت‌ها و واحدهای فناور از جمله: توانایی فنی برجسته شرکت، توانمندی تحقیق و توسعه در شرکت، داشتن تیم متخصص و فنی در شرکت، تجهیزات آزمایشگاهی کافی، تولید محصولات کاربردی و غیرقابل تقلید؛
- توجه شرکت‌ها به اطلاعات رقبای فعلی و تحلیل آن‌ها، توجه به واردات کالاهای مشابه خارجی و توجه به محصولات جایگزین و هزینه تجاری‌سازی.



بندریان، رضا. (۱۳۸۸). بازاریابی و تجاری‌سازی فناوری‌های جدید: مراحل، عوامل تسهیل‌کننده و کلید موفقیت، *فصلنامه تخصصی رشد فناوری*، ۵(۱۹)، ۳۹-۴۵.

Aam Hamid, A. G., Nur, A., Wahyudi, S., Muhammad, N., & Ida Idayu, M. (2010). Commercialization strategy formulation for MultiConference of Engineers and Computer Scientists, IMECS 2010, March, 14-16, Hong Kong. *University spin-off: A case study. Proceedings of the International*. <https://doi.org/10.1109/IMECS.2010.5468444>