

جهاد دانشگاهی به عنوان یکی از نهادهای پیشرو در عرصه علم و فناوری کشور، نقش بسیار مؤثری در تجاری سازی فناوری های بومی ایفا می کند. این سازمان با اتکا به ظرفیت های پژوهشی گسترده خود، شامل پژوهشگاه ها و مراکز تحقیقاتی متعدد در حوزه های مختلف، توانسته است گام های مهمی در جهت پر کردن شکاف میان علم و صنعت بردارد. فرآیند تجاری سازی در جهاد دانشگاهی معمولاً با شناسایی نیازهای فناورانه کشور و اولویت بندی پژوهش ها بر اساس این نیازها آغاز می شود. پس از انجام تحقیقات پایه و کاربردی، مرحله توسعه محصول و نمونه سازی (Prototyping) فرا می رسد. در این مرحله، تیم های متخصص جهاد دانشگاهی با استفاده از دانش فنی و امکانات موجود، نمونه های اولیه فناوری را طراحی و تولید می کنند. یکی از نقاط قوت برجسته جهاد دانشگاهی، ارتباط تنگاتنگ آن با دانشگاه ها و همچنین با صنایع مختلف است. این ارتباط دوطرفه، امکان ارزیابی دقیق تر نیاز بازار، تست و اعتبارسنجی فناوری ها در محیط واقعی، و در نهایت، تسهیل فرآیند ورود محصول به بازار را فراهم می آورد. جهاد دانشگاهی از طریق شرکت های تابعه و واحدهای فناور خود، محصولات توسعه یافته را به صورت تجاری عرضه کرده و موجبات ارزآوری و ایجاد اشتغال پایدار را فراهم می آورد. موفقیت در تجاری سازی فناوری های بومی، نیازمند نگاهی جامع به کل زنجیره ارزش از ایده تا محصول و سپس تا بازار است. جهاد دانشگاهی با در اختیار داشتن متخصصان در حوزه های مختلف از جمله تحقیق و توسعه، مهندسی، بازاریابی، و حقوق مالکیت فکری، این زنجیره را به خوبی مدیریت کرده و تلاش می کند تا ضمن حفظ کیفیت و

آوری، هزینه های تولید را نیز بهینه سازد. این رویکرد، نقش جهاد دانشگاهی را در تحقق اهداف اقتصاد دانش بنیان و افزایش خوداتکایی فناورانه کشور، برجسته می سازد.