



#### مالکیت معنوی

سرمایه فکری به ارزش فکر بشر، خلاقیت و ابتکار او وابسته است. ایده‌ها و ابتکارات در سرمایه فکری یک امتیاز و در سرمایه‌ی اقتصادی مانند دیگر مالکیت‌ها و سرمایه‌ها محسوب می‌شود. در بحث مالکیت دارایی‌های فکری به دو نوع تملک باید توجه نمود که عبارت‌اند از تملک معنوی و تملک مادی.

در مورد مالکیت معنوی بر دارایی‌های فکری می‌توان گفت هر نوع دارایی فکری اعم از طرح‌های صنعتی، علامت تجاری، اختراع و اکتشاف، دارای پدیدآورنده یا پدیدآورندگان است که مالک معنوی آن دارایی می‌باشند و باید نام آن‌ها به عنوان پدیدآورنده، مخترع، طراح و یا به طور کلی به عنوان صاحب اثر ذکر شود.

حق کشف و اختراع در قبال اختراع و ابداعات ثبت شده به مدت ۲۰ سال به مخترع و صاحب ایده اعطا می‌شود. البته این مدت زمان نیز ممکن است از کشوری به کشور دیگر متناسب با قوانین تصویب شده در آن کشور، متفاوت باشد.

از سوی دیگر، اختراع یا طرح می‌تواند از لحاظ مادی به هر یک از پدیدآورندگان، سرمایه‌گذاران و یا هر دو متعلق باشد. کسی که مالکیت مادی دارایی‌های فکری به وی متعلق باشد برای ثبت آن اقدام نموده و می‌تواند در مورد نحوه واگذاری و یا اعطای مجوز جهت بهره‌برداری از این دارایی‌های فکری تصمیم‌گیری نماید. در مواردی که پدیدآورنده کارمند کسی یا سازمانی بوده و برای نوآوری خود از وقت، بودجه و امکانات کارفرما استفاده کرده باشد، مالک مادی اختراع یا اثر، کارفرما است. در قوانین بیشتر کشورها مالک مادی، مانند دانشگاه یا مؤسسه تحقیقاتی، ملزم است هنگام بهره‌برداری اقتصادی از اثر، حداقل سهمی را به پدیدآورنده اختصاص دهد که میزان دقیق آن را توافق طرفین یا قانون تعیین می‌نماید.

#### سخن آخر

در جهانی که بازارها جابه‌جا می‌شوند و فناوری‌ها به سرعت خلق و به سرعت هم بی‌استفاده می‌شوند، رقبا مثل قارچ در هر بازاری سر برمی‌آورند، کالاها و ایده‌ها هر روز به کهنگی می‌گرایند، تنها راه موفقیت، خلق مستمر و مداوم دانش و پخش آن به صورتی گسترده و تبدیل آن به فناوری‌ها، محصول‌ها و راهکارهای جدید است. در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور نیز به «توسعه دانایی محور» اشاره شده است. توسعه دانایی‌محور به آن معناست که تولید و به کارگیری دانش، نقش اساسی در رشد اقتصادی دارد. در حالیکه عوامل سنتی تولید مانند نیروی کار، سرمایه، مواد خام و کارآفرینان اهمیت خود را حفظ خواهند کرد. دانش، عامل اصلی رشد اقتصادی و ایجاد ارزش و توانایی رقابت در بازارهای جهانی خواهد بود. آنچه مسلم است، این است که نقش دانش و دانایی در آینده هرچه بیشتر حیاتی و تعیین‌کننده خواهد شد و کسانی که دارای دانش و دانایی بیشتری هستند در هر دو زمینه تولید و خدمات، از امتیاز و برتری خاصی برخوردار خواهند بود. قدرت و ثروت هر دو از صفات توانگران و ثروتمندان است ولی دانایی را به دلیل خصلت واقعاً انقلابی‌اش، غنی و فقیر، هر دو، میتوانند به چنگ آورند. از اینرو دانایی، دموکراتیک‌ترین منبع قدرت است.

#### منابع:

- بررسی تاثیرکارآفرینی و کسب و کار محوری بر نوآوری و ارزش مشتری، مصطفی کاظمی، فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال ۱۳۹۱.

- نوآوری و خلاقیت سازمانی، جهانگیر قهرمان، فصلنامه رهیافت، سال ۸۸

- مالکیت فکری، ریحانه هورشاد، شیوه‌های ارائه مطالب علمی و فنی سال ۱۳۸۹

**زهر ا هاشمی، دکتر سید فرزاد محمدی**

#### مصاحبه با سخنرانان کارگاه «زنجیره نوآوری»

##### دکتر علیرضا زمانی



در حاشیه کارگاه زنجیره نوآوری که توسط دفتر هماهنگی امور راهبردی بیمارستان فارابی و با حضور اساتید ممتاز این حوزه روز پنجشنبه ۲ خرداد ۱۳۹۲ در بیمارستان فارابی برگزار شد، دکتر علیرضا زمانی متخصص پرپودنتیکس و مدرس نوآفرینی، تولید ایده‌های نو را سرمایه هر جامعه خواند و گفت: بدون ایده‌های نو نمی‌توان نوآوری و کارآفرینی داشت. وی تاکید کرد برای گسترش خلاقیت و نوآوری و داشتن ایده‌های خوب بایستی ایده‌پردازی و تولید ایده را همگانی کنیم. دکتر زمانی در توضیح این مطلب گفت: هیچگاه نمی‌توانیم عده‌ای را به عنوان نخبه پرورش داده و سپس ایده‌پردازی را به آن‌ها محول نمائیم تا این نخبگان برایمان ایده‌های عالی و ناب ارائه دهند. چنین راهی مطلقاً اشتباه است. مدرس کارگاه زنجیره نوآوری تصریح کرد: امروزه در همه جای دنیا به این نتیجه رسیده‌اند که تنها راه تولید ایده خوب، استفاده از تک‌تک افراد جامعه است نه فقط نخبگان.

به گفته دکتر زمانی، دربحث نوآفرینی تک‌تک افراد باید ایده‌پردازی کنند و هر فردی مهم است. هرچه ایده‌ها بیشتر باشد امکان کشف ایده خوب بیشتر می‌شود. هیچگاه نباید به دلیل ترس از زدن حرف غلط یا نادرست، از ارائه ایده‌هایمان خودداری کنیم. وی هدف از ترویج گفتمان نوآوری و ایده‌پردازی را زدودن ترس از ایده‌پردازی و ارائه ایده‌ها در جامعه عنوان کرد و گفت: ایده‌سازی، نخستین گام برای نوآفرینی است. هر چقدر هم که بستر و ساختار مناسبی برای نوآفرینی و کارآفرینی مهیا کنیم اگر ایده زیاد نداشته باشیم، بی‌فایده است و به اهدافمان نخواهیم رسید.

##### دکتر ماشاء... ترابی



دکتر ترابی مشاور رئیس دانشگاه و دبیر ستاد نوآوری دانشگاه علوم پزشکی تهران برگزاری این کارگاه را نشانه گام‌های جدی بیمارستان فارابی در جهت توسعه گفتمان نوآوری خواند و گفت: توسعه گفتمان نوآوری موجب آشنائی بیشتر افراد با زوایای مختلف این مقوله و مشارکت بیشتر آن‌ها در فرآیند نوآوری می‌گردد.

رئیس ستاد نوآوری دانشگاه، اجرای فرآیندهای کلیدی نوآوری را بدون حرکت مشارکتی غیرممکن خواند و افزود: هیچ نهاد نوآوری نتوانسته تک‌تخصصی و یا با جمع محدودی از تخصص‌ها کار خود را پیش ببرد. ما باید سعی کنیم افراد را با گرایش‌ها و مهارت‌های مختلف در کنار هم قرار دهیم و با ایجاد ارتباط منظم و منسجم و سازماندهی آن‌ها موجب هم‌افزائی آن‌ها گشته تا شاهد تأثیرات مناسب تشکیل گروه‌های نوآفرین، در قالب پروژه‌های نوآوری باشیم.

وی همچنین ابراز امیدواری کرد؛ تشکل و هم‌افزائی گروه‌های نوآور موجب گسترش نهادهای دانشی و نوآوری در دانشگاه علوم پزشکی تهران و سرآغاز تغییری بزرگ در مدیریت نوآوری در این مجموعه گردد.

رئیس ستاد نوآوری دانشگاه، با تاکید بر نقش رهبری هر سازمان در توسعه گفتمان نوآوری گفت: رهبری یکی از اجزاء مهم نوآوری است که در هم‌افزائی بیشتر گروه‌های نوآور نقش به سزائی می‌تواند داشته باشد.

**حمیده امیدوار**



#### ماه‌نامه قطب علمی چشم پزشکی فارابی در حوزه توسعه و چشم اندازه‌های سازمانی

شماره هفتم، سال دوم، تیر ۱۳۹۱

...بالاخره گفتمان نوآوری را آموختیم!

وقتی چند سال قبل، سال نوآوری نامیده شد و دانشگاه ستاد نوآوری تأسیس نمود، فکر می‌کردیم نوآوری طرح یک ایده جدید است! سپس گمان بردیم یک تأسیس و راه‌اندازی جدید است! بعد فکر کردیم نوآوری چه فرقی با پژوهش دارد؟ و پس از آن آنرا معادل ثبت اختراع فرض کردیم و ...

اما اکنون نوآوری را فرایندی از پندار، ایده‌پردازی، نوآفرینی، فن‌آفرینی و کارآفرینی و ایجاد ارزش افزوده می‌دانیم. در این شماره توسعه یافته‌ترین برداشت و روایت فارابی در نوآوری را در دانشگاه علوم پزشکی تهران می‌خوانیم که در دو تصویر زنجیره نوآوری و جویبار نوآوری ترسیم شده است.

**سردبیر**

#### گفتمان و رویکرد نوآوری در دانشگاه- روایت فارابی

\* در این مقاله علاوه بر تشریح مفاهیم، تلاش شده است مصادیق نوآورانه دانشگاهی و اختصاصاً مواردی که از سوی فارابی طرح و ادعا شده‌اند را ارائه نماییم.

نوآوری (Innovation)، بکارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت (Creativity) است. در واقع به پیاده ساختن ایده ناشی از خلاقیت که به صورت یک محصول (Product) یا خدمت (Service) تازه ارائه شود، نوآوری گویند.

نوآوری زمانی رخ می‌دهد که ایده به صورت محصول، فرآیند یا خدمتی توسعه یابد و به ارزش افزوده ختم شود. تعاریف مختلفی از نوآوری ارائه شده است. پیتر دراکر نوآوری را همانند هر فعالیت عینی درکنار نبوغ و استعداد، نیازمند دانش، توجه و سخت‌کوشی همه دست‌اندرکاران می‌داند. او معتقد است آنچه در میان کارآفرینان مشترک یافتم نه گونه خاصی از شخصیت بلکه تعهد سیستماتیک به نوآوری بوده است. مایکل تاشمن نوآوری را بستر پیروزی در کسب و کار دانسته تا مدیران در پی شناسایی سازوکار چرخه فناوری و جویبار نوآوری بتوانند به کمک انجام دگرگونی‌های ناپیوسته در سازمان به امتیازهای ناشی از آن‌ها برسند.

معمولاً محققان بر این باورند که مفهوم فرایند نوآوری را درک کرده‌اند، اما حقیقتاً بسیاری از تحقیقات انجام گرفته درحوزه‌های مختلف مرتبط با نوآوری، تعاریف و طبقه‌بندی متفاوتی از نوآوری را ارائه داده‌اند. فرایند نوآوری به صورت نوآوری رادیکالی یا افزایشی، نوآوری‌های تقلیدی یا کاملاً جدید، بهبودی یا انقلابی، فناورانه یا سازمانی و بسیار انواع دیگر تعریف شده است. بطور کلی دو فاکتور مهم در تعیین نوع نوآوری وجود دارد:

۱- درجه جدید بودن نوآوری؛

۲- جدید بودن در محصول، خدمت، فرایند و یا غیر از این موارد

بر اساس فاکتور اول یعنی جدید بودن، نوآوری‌ها به طبقات متفاوتی دسته‌بندی شده‌اند که مهمترین طبقه‌بندی جدیدبودن نوآوری را به دو دسته نوآوریهای افزایش و رادیکالی تقسیم می‌کند.

منظور از نوآوری رادیکالی، تغییرات جدید در محصول، فرایند و یا ساختارهای سازمانی است. البته در مورد اینکه منظور از تغییرات اساسی و بنیادی چیست، باز در بین محققان اختلاف نظر وجود دارد، اما معمولاً هر تغییری که توسط آن دانش جدیدی خلق شده و یا از دانش‌های موجود در فناوری‌های جدید بهره گرفته شود، رادیکالی است. البته با توجه به سطحی که نوآوری در آن بررسی می‌شود (سطح شرکت، منطقه‌ای، ملی و یا جهانی)، درجه رادیکال بودن نیز تغییر می‌کند. به عنوان مثال استفاده از لیزر در تجهیزات پزشکی

#### اعضای محترم هیأت علمی

بیمارستان فارابی جهت توسعه نظام نوآوری و برقراری گفتگو و تعامل بین‌رشته‌ای، درصدد برگزاری «جلسات هم‌اندیشی» و «بازدیدهای علمی» است. از شما خواهشمندیم براساس اهمیت و علائق خود، گرایش‌ها، گروه‌ها و مراکز تحقیقاتی دانشگاهی را به منظور برنامه‌ریزی انجام دادوستد علمی به میز نوآوری بیمارستان معرفی نمایید.

**با تشکر  
کارشناس نوآوری**

#### آفاق

**ماهنامه قطب علمی چشم پزشکی فارابی  
توسعه و چشم اندازه‌های سازمانی**

**توزیع:** اعضای هیات علمی و کارشناسان ارشد و مسولین واحدها  
**صاحب امتیاز:** بیمارستان فارابی

**مدیر مسئول:** رئیس بیمارستان، دکتر محمود جباروند و  
مدیر بیمارستان، دکتر هادی مخترع

**سردبیر:** دکتر سیدفرزاد محمدی (مشاور اجرایی رئیس بیمارستان)  
**دستیار سردبیر:** زهرا هاشمی (کارشناس نوآوری)

**دبیر اجرایی:** ایوب منتی  
**شمارگان:** ۱۵۰ نسخه

با تشکر از خانم مریم السادات شمس در صفحه‌بندی و طراحی



مدل مفهومی از زنجیره نوآوری-روایت فارابی



اولین بار یک نوآوری رادیکالی در سطح جهانی بود که توانست به کمک دانش موجود، تکنولوژی جدید را رواج دهد. نوآوری افزایشی معمولاً به عنوان تغییرات اساسی در کالا یا ساختارهای موجود تعبیر می‌شود. این مفهوم با بهبود مستمر نیز ارتباط تنگاتنگی دارد. به عبارتی تغییرات در وضعیت موجود که منجر به کاربرد جدیدی شود را نوآوری افزایشی گویند. به گفته‌ای نوآوری اگر بر اساس کشش بازار ایجاد شده باشد، معمولاً از نوع افزایشی و اگر بر اثر فشار فناوری باشد از نوع رادیکالی است.

نکته مهمی که باید به آن توجه کرد، دیدگاه غلطی است که باعث شکست بسیاری از استراتژی‌های نوآوری شده است و آن اینکه نوآوری را تنها در قالب رادیکالی نوآوری بدانیم و به نوآوری افزایشی توجهی نکنیم. در حالی که بسیاری از نوآوریهای بازار، ناشی از فعالیتهای افزایشی نوآورانه است.

در طبقه‌بندی دیگری که بسیار مورد توجه واقع شده است، نوآوری به صورت زیر طبقه بندی شده است:

۱- نوآوری فناورانه؛ ۲- نوآوری سازمانی. به عبارتی خلق محصولات، خدمات و یا فرایندهای جدید و یا توسعه محصولات، خدمات و فرایندهای موجود را نوآوری فناورانه می‌گویند و نوآوری سازمانی اشاره به میزان بهبود و پیاده‌سازی ایده‌های جدید و ارائه تواناییهای نهفته در سازمان دارد.

اکنون به جویبار نوآوری و مراحل فرایند نوآوری می‌پردازیم: نوآفرینی بارش‌افکار و ایده‌پردازی است. ایده (Idea) در حقیقت یک طرح ذهنی است. شاید بتوان ایده دادن را اولین گام برای حل یک مشکل یا برآورده کردن یک نیاز دانست. به عبارت دیگر ایده ساده‌ترین راه‌حلی است که انسان در برابر یک مساله یا نیاز به آن فکر می‌کند. هر چند می‌توان یک ایده را بسط داد و پیچیده کرد.

طرح یک ایده، با توجه به ماهیت ذهنی آن، می‌تواند فارغ از هر گونه قید و بندی صورت پذیرد. اما برای عملی کردن آن، باید به بسیاری از این محدودیتها مثل قوانین فیزیکی، حقوقی و ... توجه کرد. طرح ایده‌های نو، رابطه مستقیمی با خیال‌پردازی و خلاقیت دارد و خلق ایده‌های جدید، شکلی از دانش و مسیر جدیدی از انتقال کیفیت یا ارزش برتر در نظر گرفته می‌شود مصداق‌های بسیاری در کتاب نوآوری دانشگاه علوم پزشکی تهران و ویژه‌نامه نوآوری آفاق برای ایده وجود دارد از جمله ایده ساخت داروی «نانوسفتازیدیم» یا تأثیر اریتروپویتین تزریقی در درمان آسیب عصب بینایی ناشی از ضربه و ...

نوآفرینی، یک روش حل مسئله است که فرآیندهای فکری‌ای را که ممکن است فرد از آن‌ها نا آگاه باشد، برمی‌انگیزد. در گذشته این‌گونه پنداشته می‌شد که خلاقیت چیزی ذاتی است و نمی‌توان آن را آموزش داد.

پنداشته می‌شد که خلاقیت چیزی ذاتی است و نمی‌توان آن را آموزش داد. روش‌های درمانی-جراحی جدید تا مرحله پیش‌رفته‌اند و همچنین روش‌هایی که به صورت مقاله مستند و ثبت شده‌اند

و نوآفرینانه بودنشان از سوی دیگران تصدیق شده است؛ روش جراحی External Eye Resurfacing (Conjunctival-Limbal-Corneal Allograft) و یا محاسبه قدرت لنز داخل چشمی برای چشمانی که در فضای ویتره روغن سلیکون دارند؛ که در کتاب دانشگاه و ویژه‌نامه آفاق ثبت شده است، مصداق‌هایی از نوآفرینی هستند.

### فن آفرینی

فن‌آوری، کاربرد علم برای حل مشکلات عملی است از این رو، تکنولوژی متکی بر دانش است. توسعه جامعه تنها با ارتقای سطح فن‌آوری امکان‌پذیر است. فن‌آوری مجموعه‌ای از عوامل سخت‌افزاری یا تجهیزات، توانایی‌ها و مهارت‌های انسانی، دانش فنی و توانایی‌های مدیریتی و سازماندهی است و فن‌آفرین (Technopreneur) فردی است که ایده و فکر جدید مبتنی بر فناوری را از طریق ایجاد یک کسب و کار یا فروش فناوری توأم با مخاطره (مادی یا معنوی) به صورت محصول یا خدمت جدید به بازار ارایه می‌کند. ما روش جراحی‌ای که اصالت و بدیع بودن آن حائز تأدیه وزارت بهداشت شده باشد و یا اختراع ثبت‌شده ملی را در این مرحله قرار داده‌ایم. از مصداقهای این مرحله، محاسبه‌گر پیش‌بینی کننده عارضه کدورت کپسول خلفی به دنبال عمل جراحی آب‌مروارید با استفاده از هوش مصنوعی می‌باشد که در ویژه‌نامه آفاق سال ۹۱ ثبت شده است.

### کار آفرینی

کارآفرینی مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و همه بر این باورند که کارآفرینی (Entrepreneurship) موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. درحالی که در کشور ما به اشتباه این مفهوم صرفاً با اشتغال‌زایی مترادف شده و فقط برای حل مشکل اشتغال به سمت کارآفرینی پیش می‌رویم.

در اواخر دهه ۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزشها و گرایشهای جامعه و البته تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خود اشتغال به وجود آمد. به علت تاثیرات عمیق این پدیده مطالعات زیادی از چهار دیدگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی انجام شده است. با وجود قدمت بررسی کارآفرینی و تلاش محققین فراوان، مانند سایر مفاهیم علوم انسانی ارائه تعریفی قطعی و مشخص برای آن، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. توجه به سیر تکاملی این مفهوم، خود شامل نکات جالبی است. در سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی، عوامل زیادی مانند ریسک‌پذیری، نوآوری و ... به این مفهوم اضافه شده است.

بیش از ۶۷ درصد از نوآوریها در زمینه فن‌آوری و حدود ۹۵ درصد از نوآوری‌های منجر به تحولات بنیادی در عرصه صنعت را کسب و کارهای کارآفرینانه پدید آورده‌اند. کارآفرینان از طریق ایجاد فن‌آوری، محصولات و خدمات جدید، قدرت انتخاب مصرف‌کنندگان را افزایش داده و با افزایش بهره‌وری کار، سرگرمی‌های نو، بهبود بهداشت و سلامتی، تسهیل ارتباطات و ... موجب افزایش کیفیت زندگی نوع بشر می‌شوند. در واقع بیشترین بخش نسل جدید صنایع را کارآفرینان ایجاد کرده‌اند که می‌توان از رایانه‌های شخصی، تلفنهای همراه، خرید از طریق اینترنت و صنعت نرم‌افزار به عنوان نمونه‌هایی از آن یاد نمود.

کارآفرین کسی است که تمایل به پذیرش ریسک دارد تا شرکتی را تاسیس کند و یک محصول جدید، خدمت یا فرایند جدید را در قالب یک کسب و کار و یا یک سازمان بکار اندازد. فرآیند کارآفرینی:

- رویدادها و فرصت‌های تسریع دهنده (که کارآفرین را مصمم می‌کند از موقعیتهای استفاده کند)
- تأسیس بنگاه (به صورت یک شرکت نو پا)
- رشد بنگاه (تبدیل شرکت تازه به سازمانی که دارای ارزش اقتصادی است).

مرحله مقدماتی: شخص ابتدا تصمیم می‌گیرد و سپس فرصتی را تشخیص می‌دهد و ایده‌هایی برای استفاده از آن فرصت در ذهن جرقه می‌زند و بعد آن ایده را بر روی کاغذ آورده و آنرا نظم می‌دهد و به شکل یک طرح شغلی (Business Plan) می‌آورد.

مرحله تأسیس: در این مرحله شخص شروع به تدارک و سازماندهی منابع برای شرکت تازه‌پا می‌کند و منابع اساسی را مطابق با طرح شغلی یا مقدماتی ترکیب می‌کند تا بتواند کسب و کار خود را شروع کند.

مرحله توسعه: شخص در این مرحله کانالهایی را برای ارتباط با بازار کشف می‌کند و محصول خود را وارد بازار می‌کند. سپس آنچه در دستور کار بنگاه برای توسعه بنگاه قرار می‌گیرد عبارتست از



تأمین سرمایه در گردش، تأمین مواد اولیه، ایجاد شبکه‌ای در بازار و مدیریت منابع انسانی، عملیات و امور اداری.

جوهره کارآفرینی، نوآوری است که هدف آن ایجاد ارزش اقتصادی است. کارآفرینی به عنوان فرایند افزایش ثروت از طریق نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌ها تلقی می‌گردد که نیازمند ویژگیهای کارآفرینانه ریسک‌پذیری، استقلال و پویایی است. فرهنگ کارآفرینی، یادگیری-محوری را اشاعه می‌دهد. ابعاد کارآفرینی به شدت مرتبط با دستیابی به دانش و بهبود رفتارهای جدید به منظور تشویق به یادگیری هستند. نوآوریهای موفقیت‌آمیز هنگامی رخ می‌دهد که کارآفرینان شکاف میان نیازهای مصرف‌کنندگان و تلاشی که در جهت برآورده کردن این نیازها ارائه می‌شود را تشخیص دهند.

همکاری بیمارستان فارابی با شرکت عالی‌پیام- با اجرای پروژه ارزیابی بالینی دستگاه فیکوی مروارید- جهت اخذ استاندارد جامعه اروپا (CE) نمونه‌ای از فعالیت در سطح کارآفرینی‌ست.

نوآوری تأثیر مثبت بر اقتصاد داشته و یک عنصر کلیدی در فرآیند کارآفرینانه محسوب می‌شود. شرکت‌های و موسسات دانش‌بنیان به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و ارزش‌افزوده در تولید نرم‌افزارها تشکیل می‌شوند و شرکتهای دانش‌محور شامل مجموعه‌ای از مهارتها، توانایی‌ها، شایستگی‌ها و افراد متخصص است؛ خلاقیت و نوآوری در این شرکت‌ها در اوج خود قرار دارد. بهبودها نیز ایجاد ارزش‌افزوده می‌کنند اما لزوماً مبتنی بر یک ایده بدیع نیستند. فهرست کاملی از بهبودهای گزارش شده فارابی در کتاب بهبودهای دانشگاه موجود می‌باشد که در این میان می‌توان از طراحی سامانه فرماندهی حوادث اضطراری بیمارستان به عنوان مثال نام برد.

## جویبار مفهومی نوآوری

