

عنوان مقاله:

تحلیل ابعاد و مولفه های تجاری سازی محصولات شرکت های دانش بنیان در بستر فن بازارها

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 11، شماره 42 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

محسن اعظمی - دانشگاه پیام نور- عضو هیات علمی

خلاصه مقاله:

تجاری سازی، فرآیندی غیرخطی و پیچیده مستلزم ایفای نقش بازیگران و عوامل مختلف با توانمندی های متفاوت است. فن بازار یکی از ابزارهایی است که با هدف سهولت در اجرا و محقق شدن سیاست های اقتصاد دانش بنیان و تجاری سازی محصولات در این حوزه به وجود آمده و در واقع، سامانه ای برای هدایت و نظارت بر مبادلات فناوری است. هدف از پژوهش حاضر تبیین و تحلیل نقش فن بازار در تجاری سازی محصولات دانش بنیان از طریق شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تجاری سازی در بستر فن بازار می باشد. روش پژوهش آمیخته است و از کسب نظر خبرگان حوزه فناوری برای دستیابی به ابعاد و مولفه های موثر بر تجاری سازی در بستر فن بازار استفاده شده است. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که از میان ۴۳ شاخص شناسایی شده موثر در تجاری سازی محصولات دانش بنیان در بستر فن بازار پس از چرخش متغیرها در نهایت ۹ عامل شناسایی شدند که در مجموع ۷۴/۸۰ درصد از واریانس را تبیین نمودند. عوامل «بازاریابی فناوری»، «مشاوره و انتقال فناوری» و «عوامل حقوقی و تامین مالی» به ترتیب در رتبه های نخست نقش فن بازار در تجاری سازی محصولات دانش بنیان قرار گرفتند.

کلمات کلیدی:

کلید واژه ها: فن بازار، تجاری سازی، شرکت های دانش بنیان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1213854>

