

عنوان مقاله:

طراحی و تبیین مدل تجاری سازی توانمندیهای فناوری فضایی در ایران دانشگاه تربیت مدرس

محل انتشار:

ششمین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمدصادق مهجوم - پژوهشگاه فضایی ایران

اصغر مشبکی اصفهانی - دانشکده مدیریت دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

در این تحقیق، ابتدا با مروری بر ادبیات موجود در جهان و ایران، مفهوم تجاری سازی در فناوری فضایی، الزامات و مدل های تحقق آن تبیین شده است. سپس توانمندیهای فناورانه فضایی کسب شده در ایران، کاربردهای حال و آتی این فناوریها و مدل مناسب برای تجاری سازی دستاوردهای تحقیقاتی فضایی با توجه به شرایط موجود تشریح شده است. در ادامه با انجام مصاحبه با ۱۵ خبره در زمینه های مرتبط و تحلیل داده های جمع آوری شده از آنها، ابعاد مهم تجاری سازی فناوری فضایی در ایران ارائه شده است. این تحقیق به صورت کیفی و به روش داده بنیاد در قالب مصاحبه با کارشناسان و خبرگان حوزه های تجاری سازی، فناوریهای نوظهور، فناوری فضایی و مدیران عامل شرکتهای خصوصی مرتبط صورت گرفته است. داده های جمع آوری شده از مصاحبه ها در نرم افزار Maxqda ۱۲، کدگذاری شده و مقوله های فرعی و اصلی آن دسته بندی و استخراج شده اند. نتایج حاصل شده، ۸ بعد موثر برای تجاری سازی فضایی را با عناوین توسعه کاربردها و بازارهای فضایی، سیاستگذاری فضایی، توسعه فناوری فضایی، ارتقاء اعتبار صنعت فضایی، همکاری با شرکتهای خصوصی، تقویت شبکه سازی، تقویت فرهنگ تجاری سازی و ویژگیهای هویتی آشکار نمود. در نهایت با استفاده از مدل ۶C پیشنهادی توسط گلیسر، یک مدل برای تجاری سازی توانمندیهای فناوری فضایی در ایران پیشنهاد گردیده است.

کلمات کلیدی:

مدل تجاری سازی، فناوری فضایی، توانمندیهای فضایی، نیازهای فناورانه فضایی، بازار فضایی در ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1221661>

