

عنوان مقاله:

تجاری سازی ماشین غلاف چین نخود

محل انتشار:

ششمین کنگره ملی سالانه یافته های نوین در علوم کشاورزی و منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

آرمان فتحی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک (بیوسیستم)، دانشکده کشاورزی، دانشگاه کردستان

علی نیازی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک (بیوسیستم)، دانشکده کشاورزی، دانشگاه کردستان

هیوا گل پیرا - استادیار گروه مهندسی مکانیک (بیوسیستم)، دانشکده کشاورزی، دانشگاه کردستان

خلاصه مقاله:

امروزه اهمیت تحقیقات به خاطر نوآوری و اهمیت نوآوری نیز به دلیل سود اقتصادی آن است. تجاری سازی بخش مهمی از فرایند نوآوری است و هیچ فناوری و محصولی بدون آن با موفقیت وارد بازار نمی شود. تحقیق حاضر در پی بررسی تاثیر جهت گیری مدیریت دانش بر عملکرد تجاری سازی محصول نخود است و نقش جهت گیری بازار به عنوان متغیر میانجی در این رابطه بررسی می شود. همچنین اثر عوامل محیطی در رابطه جهت گیری بازار و عملکرد تجاری سازی ماشین نخود مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین در سطح جامعه نیامند تحقیق و توسعه خلاقیت و نوآوری، منابع خطرپذیر و زنجیره های از فعالیت ها و اقدامات متعدد و مختلف است که اگر به پیش نیازهای تجاری سازی برای کشاورزان و جامعه توجه شود و تلاش هایی در جهت ایجاد بسترهای لازم و رفع مشکلات برداشت نخود صورت بگیرد، تجاری سازی به عنوان موتور و محرک رشد و پیشرفت جامعه در زمینه های کشاورزی مختلف تبدیل خواهد شد. این محصول هنوز وارد بازار نشده است، اما چون ماشینی برای برداشت نخود دیم وجود ندارد، لذا بدون رقیب بازار را در دست خواهد گرفت و میزان استقبال کشاورزان از دستگاه جدید ماشین نخود در بازار است. با بررسی های انجام شده می توان اظهار داشت بیش از ۹۰ درصد کشاورزان از نخودی برداشت نخود رنج می برند. هزینه سرسام آور کارگری و ریزش محصول، نیاز به استفاده از این دستگاه را چند برابر نموده است. ماشین برداشت نخود در بازار وجود ندارد. بومی بودن تکنولوژی، سادگی مکانیسم برای استفاده کشاورزان، تعمیر و سرویس آسان و کم هزینه و عکس العمل کشاورزان و رضایت بخشی آنها در مقابل دستگاه ماشین نخود و مشکلات مهم کشاورزی را برطرف می کند. نتایج حاصل از این تجاری سازی ماشین نخود می تواند در یافتن ایده های نو، و بهینه کردن ماشین برداشت نخود که مورد ارزیابی کشاورزان قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی ماشین نخود، جهت گیری بازار، محصول نخود، مدل سازی ماشین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1313993>

