

عنوان مقاله:

سنجش عوامل موثر بر موفقیت تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه علوم انسانی با رویکرد آمیخته

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت تبلیغات و فروش، دوره 4، شماره 3 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

متین رضایی بلوچی - دانشجوی دکترای گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

نرگس دل افروز - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

علی قلی پور سلیمانی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، سنجش عوامل موثر بر موفقیت تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه علوم انسانی با رویکرد آمیخته است. از نظر هدف کاربردی است. در بخش کیفی جامعه آماری، اعضای هیات علمی حوزه علوم انسانی، موسسات و بنیان گذاران شرکت های دانش بنیان، صاحب نظران و متخصصان حوزه تجاری بودند که ۱۰ نفر بعد از اشباع نظری به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند. ابزار گردآوری داده ها مصاحبه بود که به روش داده بنیاد تحلیل شدند. استراتژی تحقیق در بخش کمی، به صورت پیمایشی صورت گرفت. جامعه آماری، شامل ۲۵۷ از اعضای هیات علمی گروه علوم انسانی بودند که ۱۵۴ نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بود. نتایج مدل سازی معادلات ساختاری به وسیله نرم افزار Smart PLS، نشان داد که عواملی همچون ساختار دولت، ساختار کشور، ساختار دانشگاه های کشور، دیدگاه پژوهشگران حوزه علوم انسانی، ماهیت تحقیقات علوم انسانی و زیرساخت های کشور بر تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی تاثیر معنی داری دارند. تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی بر رویکرد دانشگاه های کشور و بهره گیری شرکت های زایشی پژوهشی تاثیر معنی داری دارد. همچنین رویکرد دانشگاه های کشور و بهره گیری شرکت های زایشی پژوهشی بر بهره-وری تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی تاثیر معنی داری دارد. نقش تعدیلگری ارتباط دانشگاه با صنعت و بازار، سیاست گذاری دولت، آموزش تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی، سیاست گذاری دولت و آموزش تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی تایید شد.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی، تحقیقات دانشگاهی، حوزه علوم انسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1743969>

