

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر منابع شرکت و متغیرهای محیطی در تجاری سازی محصول جدید در مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره 4، شماره 1 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

Seyed Hasan Nabavi - مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران

Alireza Sabetifard - مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران

Davoud Ghiyasvand - مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران

Shadi Ghoreishi - مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران

خلاصه مقاله:

به طور قطع یکی از دلایل اصلی پیشرفت سریع توسعه فناوری در کشورهای توسعه یافته صنعتی، توجه به فرآیند تجاری سازی نتایج پژوهش های داخلی بوده است. از این رو، می توان نتیجه گرفت اساس فرآیند تجاری سازی، مشارکت بخش پژوهشی و صنعت در تبدیل نتایج پژوهش ها به نوآوری و محصول جدید است. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر منابع شرکت و متغیرهای محیطی در تجاری سازی محصول جدید به ویژه بررسی تاثیر عواملی مانند طراحی غالب، افزایش ناهمگونی بازار و آثار جانبی شبکه در مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران انجام شد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی-پیمایشی است و در آن، برای بررسی ادبیات موضوع از روش کتابخانه ای و برای جمع آوری داده های پژوهش، از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. روایی پرسشنامه با استفاده از روایی محتوا و سازه و پایایی آن با کمک روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. روش های آمار استنباطی مورد استفاده، آزمون رگرسیون خطی دو متغیره و مدلسازی معادلات ساختاری بودند. یافته های پژوهش نشان داد که طراحی غالب، نگرش کسب فناوری و افزایش ناهمگونی بازار تاثیر معنی داری بر تجاری سازی محصول جدید در مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران دارند؛ این در حالی است که منابع شرکت و آثار جانبی شبکه تاثیر معنی داری بر تجاری سازی محصول جدید در این مرکز نداشته اند.

کلمات کلیدی:

منابع شرکت، متغیرهای محیطی، تجاری سازی محصول جدید، مرکز ملی علوم و فنون لیزر ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1896278>

