سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
طراحی مدل یکپارچه توسعه سطح نوآوری و تجاری سازی شرکت های دانش بنیان ایران

محل انتشار:
فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی, دوره 7, شماره 4 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسندگان:
سیدحبیب الله میرغفوری - *دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه یزد، یزد ایران*

علی مروتی شریف آبادی - *دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه یزد، یزد، ایران*

امیراحسان زاهدی - *دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی دانشگاه یزد، یزد، ایران*

خلاصه مقاله:
زمینه: یکی از ویژگی های مهم سازمان های امروزی در کوران تغییرات محیطی، جهانی شدن و تغییر عمیق رجحان های مصرف کنندگان و خواسته های مشتریان، به عنوان عامل موفقیت کسب و کارها و همچنین راهی برای ورود به بازارهای جهانی، نوآوری است و تجاری سازی و انتقال یافته های تحقیقاتی به عرصه صنعت و بازاریابی، بی اغراق یکی از پیچیده ترین مراحل فرایند نوآوری است. تجربیات کشورهای مختلف نشان می دهد که شرکت های کوچک و متوسط در توسعه فناوری، رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال مولد نقش اساسی دارند و به گفته اکثر صاحب نظران، زی بنای اقتصاد دانش بنیان به شمار می روند. موضوع نوآوری و تجاری سازی در شرکت های دانش بنیان به مراتب بیشتر و ضروری تر احساس می شود.هدف: هدف این پژوهش ،تدوین مدلی یکپارچه برای توسعه سطح نوآوری و تجاری سازی شرکت های دانش بنیان ایران است.روش: این پژوهش از نوع پژوهش های کیفی است که با استفاده از رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد انجام شده است. جامعه آماری، شامل افراد متخصص و صاحب نظر در حیطه فعالیت شرکت های دانش بنیان است که با استفاده از رویکرد نمونه گیری هدفمند در مجموع تعداد 13 نفر از متولیان شرکت های دانش بنیان استان تهران به عنوان مشارکت کنندگان در پژوهش انتخاب شدند. داده ها به روش مصاحبه با هدایت کلیات و به صورت نیمه ساختار یافته گردآوری شد.برای به دست آوردن اعتبار و روایی داده ها از دو روش بازبینی مشارکت کنندگان و مرور خبرگان غیر شرکت کننده در پژوهش استفاده شد.یافته ها: بر اساس فرآیند نظریه داده بنیاد، طی مراحل سه گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی، 259 مفهوم ساخته شده در 57 مقوله دسته بندی شدند سپس ضمن شناسایی مقوله محوری، مقوله ها در درون مولفه های اساسی شرایط علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و پیامدها قرار گرفتند و مدل نهایی شکل گرفت.نتیجه گیری: بر اساس تحلیل داده ها راهیابی به بازار مقوله محوری در توسعه سطح نوآوری و تجاری سازی شرکت های دانش بنیان است که بررسی راه های مختلف برای فتح و ورود به بازار همچنین نحوه تعامل با بازیگران فعلی بازار حیاتی است و راهبردهایی برای این منظور تدوین شده است.

کلمات کلیدی:
نوآوری، تجاری سازی، دانش بنیان، نظریه داده بنیاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/793766