

عنوان مقاله:

فن بازار ملی در ایران؛ چارچوب مفهومی و الزامات عملیاتی

محل انتشار:

دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، دوره 2، شماره 1 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

سیدحمید خدادادحسینی - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه تربیت مدرس

روح اله سهرابی - دانشجوی دکتری مدیریت تولید و عملیات دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

امروزه فناوری به عنوان یکی از مهمترین عوامل توسعه اقتصادی و صنعتی کشورها مطرح می باشد. در مناطق مختلف جهان، روش های گوناگونی در راستای تسهیل انتقال و مبادله فناوری در سطوح محلی، ملی، منطقه ای و بین المللی بکار می رود. ایجاد فن بازار به عنوان مرکز و مرجع مبادلات فناوری یکی از ساز و کارهای پیشرفته و نوپا در جهت هدف فوق الذکر محسوب می شود. در ایران مبادلات و انتقال فناوری از نظام و ساختار منسجم و ها. فمنامی برخوردار نیست و این مساله باعث بروز مشکلات بسیاری برای عرضه کنندگان فناوری و متقاضیان فناوری شده است. در مقاله حاضر پس از بررسی بحث مبادلات فناوری، به معرفی اجمالی برخی از فن بازارها در اروپا و آسیا پرداخته شده است. در ادامه با استفاده از مصاحبه و مطالعه میدانی از بین کارشناسان فن بازار و حیطه های مرتبط و آشنا با آن جهت ارایه چارچوب مفهومی و الزامات و شرایط عملیاتی فن بازار در سطح ملی در ایران، استفاده شده است. در واقع این مقاله در پی ارایه تشریح ماموریت و اهداف بخش های مختلف، مالکیت، فرایند داخلی و ارتباطات فن بازار سطح ملی در ایران و همچنین پیش نیاز های ایجاد فن بازار می باشد.

کلمات کلیدی:

فن بازار، فناوری، انتقال و مبادله فناوری، عرضه کنندگان فناوری، متقاضیان فناوری، ارزیابی و بازاریابی فناوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/834757>

