

عنوان مقاله:

انتخاب استراتژی تجاری سازی نوآوری های تکنولوژیک: بر مبنای نظریه هزینه مبادلات اقتصادی

محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

جهانگیر یداللهی فارسی - استادیار گروه کارآفرینی در فناوری، دانشکده کارآفرینی

زهرا کلاتهای - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید

خلاصه مقاله:

اهمیت اقتصادی دانش تنها هنگامی آشکار می شود که از آن در بهبود بخشیدن به عرصه تولید استفاده گردد. در عصر حاضر تولید دانش محض به تنهایی راضی کننده نیست و نهضت کاربردی کردن و تجاری سازی دانش به گونه ای که جامعه بتواند با سرمایه گذاری در تحقیقات از منافع آن بهره برداری نماید یکی از اهداف اصلی تحقیقات دانشگاهی و یکی از عمده عوامل توسعه و پیشرفت علمی و اقتصادی کشورها بشمار می رود. نوآوران نوپا معمولا بدلیل جوانی و کوچکی، در بازارهای مناسب برای نوآوری، کم تجربه هستند و اغلب دو یا سه تکنولوژی در مرحله معرفی به بازار بالقوه دارند. برای این شرکتها، چالش اصلی مدیریتی این است که چگونه تکنولوژی های نوین را به جریان بازده اقتصادی برای موسسان، سرمایه گذاران و کارکنان خود تبدیل کنند. عبارت دیگر، مشکل اصلی اختراع نیست بلکه تجاری سازی آن است. انتخاب استراتژی تجاری سازی در قلب فرآیند نوآوری و تجاری سازی است و به انتخاب مسیری که یک سازمان بوسیله آن قصد دارد از یک نوآوری و محصولات حاصل از آن درآمد و سود بدست آورد، اشاره دارد. از آنجایی که تکنولوژی بعنوان یک منبع استراتژیک حیاتی دیده می شود و تکنولوژی ها و تحقیقات جدید تا تجاری سازی نشوند برای شرکت ارزشی به همراه نخواهند داشت، بنابراین انتخاب استراتژی تجاری سازی تکنولوژی بعنوان یک انتخاب استراتژیک تلقی شده و از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این مقاله با بررسی ادبیات موجود در زمینه تجاری سازی و با استفاده از نظریه هزینه مبادلات به شناسایی مسیر مناسب انتخاب استراتژی تجاری سازی نوآوری های تکنولوژیک بر مبنای این نظریه خواهیم پرداخت.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی تحقیقات، انتخاب استراتژی، نظریه هزینه مبادلات، صنایع پیشرفته

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108494>

