

مقایسه و تعیین عوامل تاثیر گذار بر انتخاب روش قیمت گذاری فناوری

محمدعلی شفیعا^۱، آرنوش شاکری^{۲*}، محسن عامری^۳

هیات علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران، omidshafia@iust.ac.ir

دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران، shakeri@iust.ac.ir

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران، ameri@imq.ir

چکیده

یکی از مهم ترین عوامل تعیین کننده در هر مدل کسب و کار، مقوله قیمت گذاری است. این مهم در بازار فناوری با توجه به مشخصه های منحصر بفرد آن، از پیچیدگی فراوانی برخوردار است. برخورداری از مشتریان خاص، منحصر بفرد بودن خدمات و تولیدات قابل ارائه در این حوزه، ویژگی های فنی و تخصصی موجود در محصولات، از مصادیق پیچیدگی و منحصر بفرد نحوه قیمت گذاری در این بازار می باشد. تمهیدات مذکور، بسیاری از بنگاه های اقتصادی فعال در این حوزه را از قیمت گذاری علمی فناوری منصرف ساخته است. تا کنون روش های متعددی در خصوص قیمت گذاری فناوری در سطح دنیا مطرح شده اند که کشورهای پیشرو در عرصه فناوری، بیشترین و معتبرترین این روش ها را ارائه داده اند. در این مقاله با استفاده از مطالعه مقایسه ای منابع موجود، ابتدا مدل های سنتی و پیشرفته قیمت گذاری فناوری بطور مختصر معرفی و مقایسه شده، در ادامه نیز عوامل موثر بر انتخاب هر روش مطلوب جهت قیمت گذاری فناوری مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج و عوامل مذکور از طریق پرسشنامه های تکمیل شده توسط اعضای نظام صنفی رایانه ای کشور اعتبار سنجی شده اند.

واژگان کلیدی: فناوری، قیمت گذاری، مالکیت معنوی، حق امتیاز.

۱- مقدمه

در اواخر قرن بیستم، میزان استقبال و بکارگیری سازمان ها از محصولات فناوری اطلاعات^۴ به شدت گسترش یافت، به نحوی که فرآیندهای کاری سازمان ها، با استفاده از ابزارهای فناوری محور^۵، با رشد اثر بخشی و کارایی شدیدی مواجه گشتند، لیکن یکی از موضوعات اساسی قابل بحث و همیشگی در این حوزه، تعیین قیمت فناوری جهت خرید یا فروش بوده است [۱]. به دلیل ملموس نبودن ویژگی های فناوری در هنگام خرید و عدم مشابهت آن با کالاهای مشهود، خریداران و تولید کنندگان محصولات فناوری، همواره به دنبال یافتن روش هایی برای برآورد قیمت و مقایسه آن با محصولات مشابه و یا غیر

۱- دکترای مدیریت فناوری، استاد دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران.

۲ و ۳- نویسنده مسوول، دانشجوی دکتری مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران.

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران.