



همایش بین المللی مدیریت

International Conference on Management

اهمیت خدمات مراکز رشد در تجاری سازی محصولات شرکت های دانش -

بنیان

سپیده امیری ساروکلائی¹، حسین شعبانعلی فمی²، محمدرضا کاباران زاده قدیم³
1دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران،

ایران Amiri_782007@yahoo.com

2دانشیار، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

Hfami2001@yahoo.com

3استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران

Kabaranzad@yahoo.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی خدمات در تجاری سازی محصولات شرکت های دانش بنیان مستقر در مراکز رشد است. به لحاظ روش پژوهش، این تحقیق از نوع کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه کارشناسان شرکت های دانش بنیان مستقر در مراکز رشد استان های تهران و البرز است ($N=321$) که با روش نمونه گیری طبقاتی و با انتساب متناسب و با استفاده از جدول کرجی و مورگان تعداد 175 نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه بود که روایی صوری آن توسط پانلی از متخصصان مورد بررسی و تایید قرار گرفت. مقدار پایایی (آلفای کرونباخ) پرسشنامه پس از انجام پیش آزمون 0/933 است که از پایایی لازم برخوردار است.

نتایج حاصل از تحقیقات نشان می دهد که خدمتی که بیشترین اهمیت را برای شرکت های دانش بنیان داراست، مشاوره مالی و حسابداری است و در الویت های بعدی خدمات اطلاعاتی (برای شناسایی بازار هدف، سهم بازار و طول عمر محصول)، خدمات فناوری اطلاعات، خدمات فروش محصولات در زمان مناسب، خدمات استانداردسازی قرار دارند

واژه های کلیدی: خدمات تجاری سازی، شرکت های دانش بنیان، مراکز رشد