



کاربرد تکنیک ریاضی دیمتل به منظور تبیین روابط علی و معلولی ابعاد اکوسیستم نوآوری در شرکت ایران خودرو

علی مرزبان عباس آبادی^۱، فاطمه یحیی تبار^۲

۱- دانشجوی دکترای تخصصی تحقیق در عملیات، دانشگاه آزاد تبریز؛ کارشناس بخش فروش و بازاریابی شرکت ایران خودرو

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

چکیده

اکوسیستم‌های نوآوری بر اساس مثال‌های موفقیت‌آمیز از همکاری در شرایط جغرافیایی، اقتصادی، صنعتی یا کارآفرینی استوار است. اکوسیستم نوآوری بیان می‌دارد که نوآوری از طریق شبکه‌های تعاملی در سطوح مختلف اتفاق می‌افتد. این شبکه یک طیف گسترده از ذینفعان را داراست که به عنوان بخشی از اکوسیستم نوآوری، در فرآیند نوآوری با یکدیگر در ارتباطند. هدف از مقاله حاضر، تبیین روابط علی و معلولی ابعاد اکوسیستم نوآوری در شرکت ایران خودرو بوده است. روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی و در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه خبرگی، مدیران و خبرگان بخش معاونت بازاریابی و فروش ایران خودرو به تعداد ۳۵ نفر بوده اند که در نهایت ۱۲ نفر خبره پرسشنامه را کامل و بدون نقص پر نموده اند و تحلیلها بر اساس نظرات آنها انجام شده است. نتایج حاصل از تکنیک دیمتل نشان داده است که متغیرهای ساختار تحقیق و توسعه، تعامل و همکاری و انعطاف پذیری درون و بیرون اکوسیستم، آموزش به عنوان متغیرهای اثرگذار و متغیرهای نیروی انسانی دانشی و ویژگیهای ساختاری و فرهنگی به عنوان متغیرهای اثرپذیر می باشند. در پایان نیز پیشنهاداتی مطابق با ترتیب تاثیرگذاری متغیرها نظیر ارتباط صنعت با دانشگاهها و ایجاد ارتباط و همکاری با اعضای هیئت علمی دانشگاهها خصوصا دانشگاههای صنعتی ذکر شده است.

واژگان کلیدی: اکوسیستم، نوآوری، آموزش، تحقیق، توسعه