

بررسی تاثیر جهت‌گیری‌های راهبردی و یادگیری مشترک بر ایجاد نوآوری در رابطه میان عرضه‌کننده - مشتریان

زهره حسنی^۱؛ سمیه کرمی شاه بلاغی^۲

چکیده:

مقدمه و هدف: این تحقیق با هدف بررسی تاثیر جهت‌گیری‌های راهبردی و قابلیت یادگیری مشترک بر ایجاد نوآوری در روابط بین عرضه‌کننده-مشتری انجام شده است.

روش / رویکرد / جمع‌آوری اطلاعات: این تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی بوده و از آنجایی که هدف تحقیق تعیین روابط علی میان متغیرهاست، از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی البرز است. برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌هایی ساختاریافته بر اساس مدل پژوهش جین و همکاران (۲۰۱۸) تهیه و در میان مدیران عالی شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی البرز توزیع شد. از ۲۵۰ پرسشنامه‌ی ارسال شده از طریق ایمیل بین مدیران عامل، ۱۳۸ پرسشنامه بازگردانده شد و ۱۳۶ پرسشنامه قابل استفاده بود (نرخ بازگشت ۵۵/۳ درصد). فرضیه‌ها از طریق تحلیل همبستگی و تکنیک مدل‌سازی معادله ساختاری مورد آزمون قرار گرفتند.

نتایج: نتایج نشان داد که جهت‌گیری‌های استراتژیک متفاوت می‌توانند انواع مختلف نوآوری را از روش‌های مختلفی در حضور اثر تعدیل‌کننده قابلیت یادگیری مشترک، سبب شود. به طور خاصی، مشخص شد که جهت‌گیری بلندمدت تنها بر نوآوری افزایشی تاثیرگذار می‌باشد، در حالی که نوآوری رادیکال از یکپارچگی الکترونیکی و جهت‌گیری پیشگیرانه مشتری از یادگیری مشترک متاثر می‌باشند. علاوه بر این، عدم اطمینان‌های زیست محیطی مانند عدم اطمینان فنی و عدم اطمینان تقاضا به داشتن نقش تعدیل‌کننده اثرات قابلیت یادگیری مشترک بر نوآوری‌های رادیکال شناخته شده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری: این پژوهش بینش بیشتری را برای کارشناسان فراهم می‌آورد. به طور خاص، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که قابلیت یادگیری مشترک به عنوان یک مکانیزم کلیدی در ایجاد نوآوری برای تامین‌کنندگان در روابط آن‌ها با مشتریان صنعتی قدرتمند عمل می‌کند.

واژگان و مفاهیم کلیدی: جهت‌گیری‌های راهبردی، یادگیری مشترک، ایجاد نوآوری، روابط بین عرضه‌کننده-مشتری.

مقدمه

نوآوری کلیدی برای موفقیت شرکت‌ها در محیط کسب و کار رقابتی محسوب می‌شود. به تازگی، برونسپاری نوآوری به یک موضوع مهم مدیریتی تبدیل شده است و به بسیاری از شرکت‌هایی مانند IBM، Hewlett Packard و Dell کمک کرده است تا هزینه‌های تحقیق و توسعه خود را کاهش دهند، در حالی که با تکیه بر قراردادی خارجی، مسئولیت بیشتری را به سبب طراحی و

^۱ دانشیار گروه حسابداری دانشگاه شریعتی تهران

^۲ دانشجوی کارشناسی حسابداری دانشگاه شریعتی تهران