



# Nýting ytri upplýsinga í vörðróunarferlum fyrirtækja

Gunnar Óskarsson, Ph.D.  
Viðskiptafræðideild  
Háskóli Íslands, Reykjavík

UNIVERSITY OF ICELAND

## MARKMIÐ OG BAKGRUNNUR

Vegna mikillar tækniþróunar og styttri líftíma á vörum þurfa fyrirtæki að hafa aðgengi að upplýsingum og skapa aðstæður til að nýta þær fljótt og skilmerkilega í vörðróun. Nýting upplýsingatækni getur stuðlað að markvissri og skjótri miðlun upplýsinga, sem er sérstaklega mikilvægt fyrir fyrirtæki í samkeppni á alþjóðamörkuðum og hafa leiðandi stöðu á sínu sviði.

Markmiðið með rannsókninni er að kanna tengsl þátta sem styðja við miðlun upplýsinga úr ytra umhverfi og efla nýhugsun (innovativeness) með hliðsjón af auðæfakenningu Barney's (2001).

Rannsóknin byggir á kenningum um nýsköpun, netsamvinnu, hæfni í upplýsingatækni og alþjóðavæðingu.

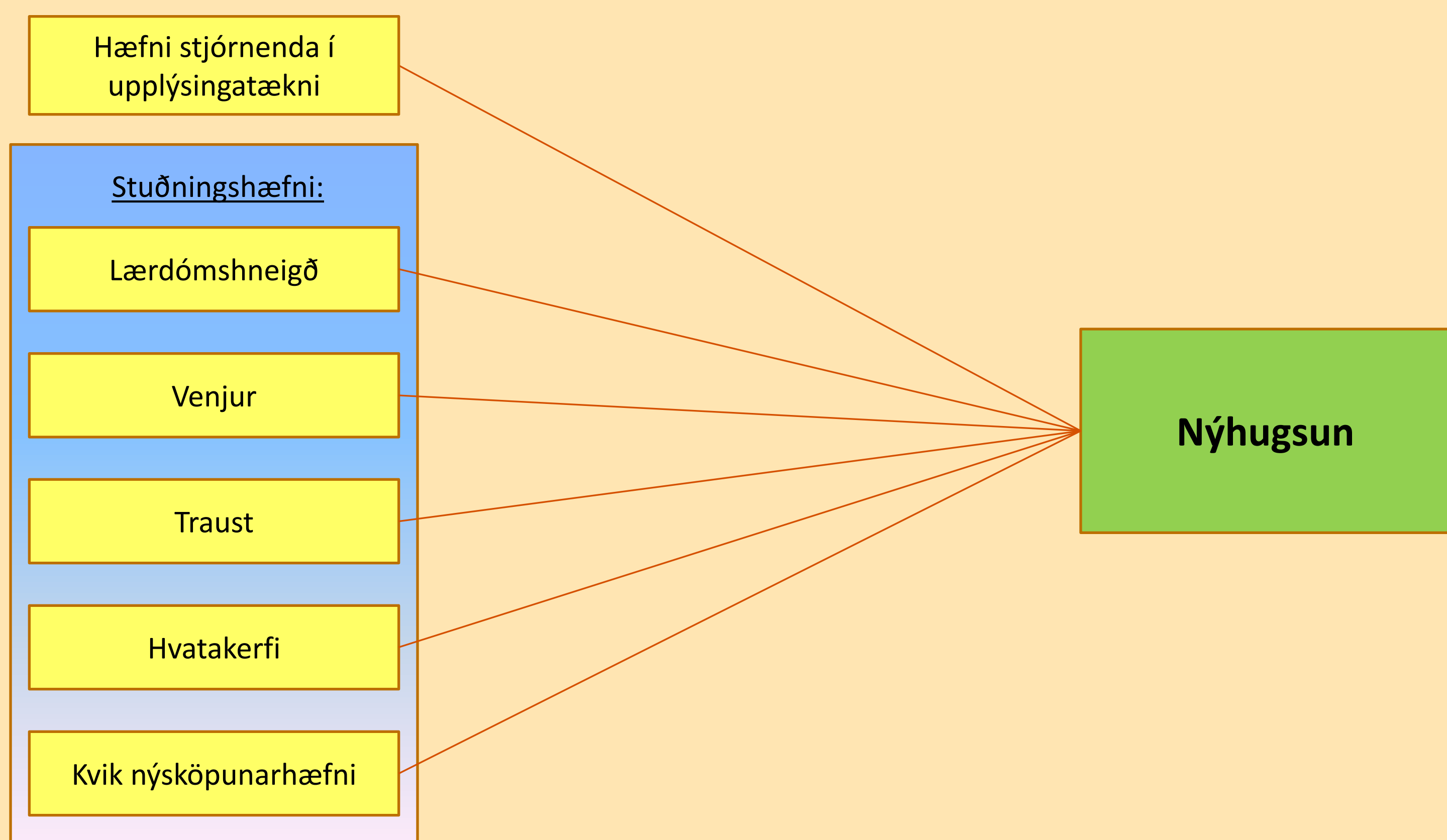
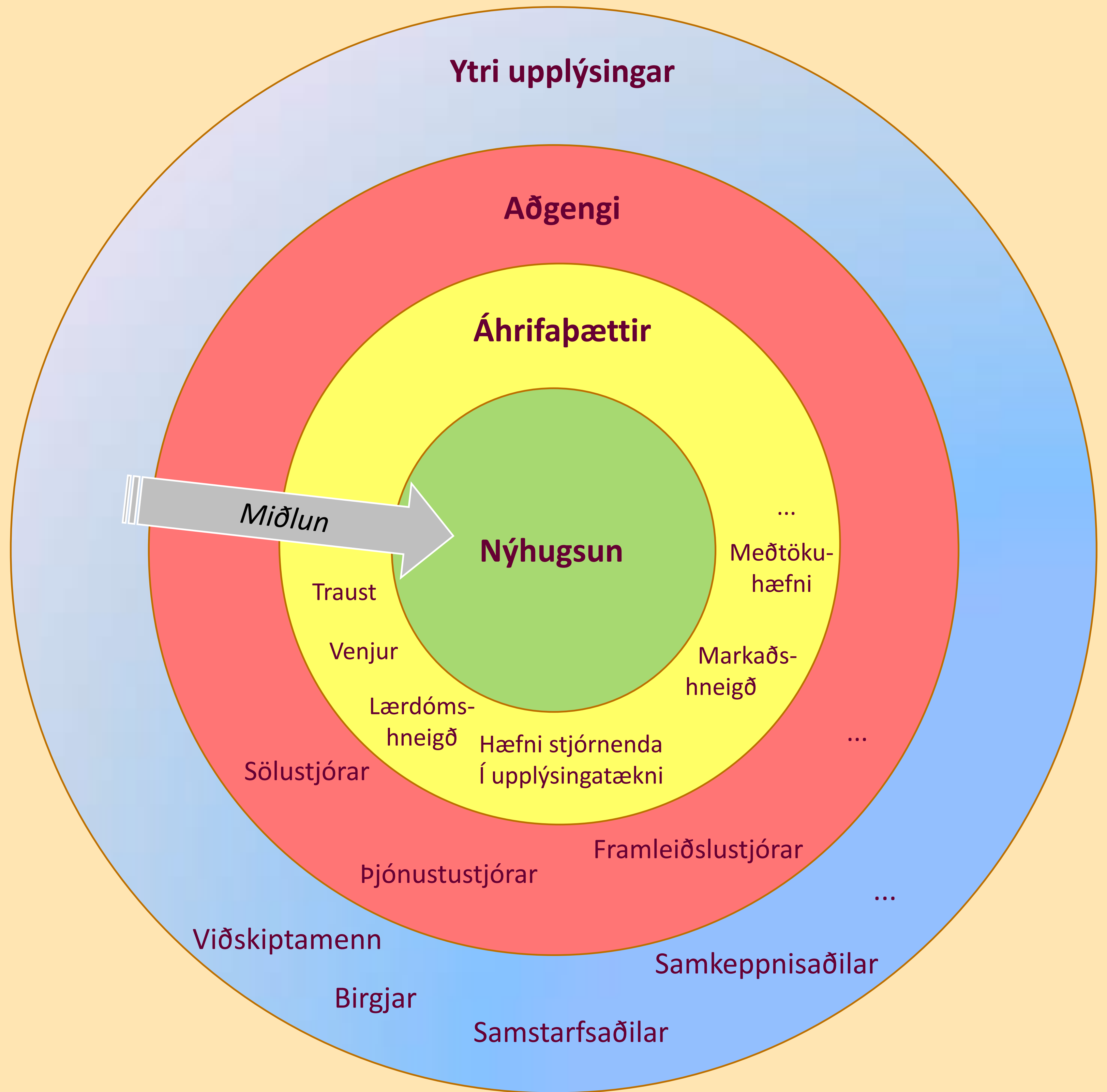
## ÁRANGUR Í NÝSKÖPUN

Árangur í nýsköpun er háður bæði leit (exploration) að nýjum möguleikum (innan og utan fyrirtækisins) og nýtingu (exploitation) á fyrri reynslu og hæfni (March, 1991). Þrátt fyrir að nýting kunnri við fyrstu sýn að vera áhugaverð þar sem hún er líklegri til að skila árangri til skemmri tíma, getur of mikil áhersla á hana verið fyrirtækinu skaðleg og dregið úr viðvarandi samkeppnishæfni.

Leit stuðlar að þróun nýrra hugmynda og nýting að þróun á nýjum vörum á grundvelli nýrra hugmynda með stuðningi fyrri reynslu og þekkingu. Hurley og Hult (1998) tilgreina tvo aðskilda þætti sem hafa áhrif á árangur í nýsköpun, nýhugsun (innovativeness) og nýsköpunarhæfni (capacity to innovate). Nýhugsun er tengd því hversu mikið einstaklingur leggur til nýsköpunar og hversu fljótur hann, í samanburði við aðra í sínu félagslega umhverfi, er að tileinka sér eitthvað nýtt. Nýhugsun er háð fyrirtækjamenningu og lýsir því hversu opnir einstaklingar eru fyrir nýjungum, og hversu opið fyrirtækið er fyrir þeim.

Fyrirtæki sem hafa tengsl á alþjóðlegum mörkuðum hafa aðgang að upplýsingum sem þau geta nýtt til að efla nýhugsun og viðvarandi samkeppnishæfni. Upplýsingarnar stuðla hins vegar ekki að nýhugsun nema þeim sé miðlað til þeirra aðila sem starfa í vörðróun.

Þættir sem hafa mikil áhrif á miðlun upplýsinga eru m.a. traust, venjur, hvatakerfi, kvik nýsköpunarhæfni (NPD dynamic capability) og hæfni stjórnenda í upplýsingatækni (managerial IT skills).



## ÚRTAK

Atvinnugrein	
Hátækni framleiðslufyrirtæki	110
Hugbúnaðarframleiðsla	60
Önnur stór tæknifyrirtæki	18
Stór matvælafyrirtæki	32
Lítill tæknifyrirtæki	5
Samtals	225

## TILVÍSANIR

Barney, J. B. (2001). Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? Yes. *The Academy of Management Review*, 26(1), 41-56.

Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.

March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 1(1), 71-87.

## LEIÐBEINENDUR

Aðalleiðbeinandi:  
Dr. Ingjaldur Hannibalsson, Háskóli Íslands

Ytri leiðbeinandi:  
Dr. Patric Joynt, Harstad University