

“Zarządzanie siłą w asymetrycznych relacjach między sprzedawcą i nabywcą na rynku business-to-business”

Uzasadnieniem dla tego projektu są luki zauważone w zakresie nauk o zarządzania, a zwłaszcza w marketingu strategicznym w ramach szerszej dziedziny nauk ekonomicznych. Punktem wyjścia w projekcie jest przyjęcie założenia, że tzw. podejście relacyjne do budowy strategii stanowi ważny paradygmat współczesnego zarządzania, czyli zakłada się, że przedsiębiorstwa różnej wielkości i branż mogą skuteczniej realizować swoje cele finansowe i rynkowe poprzez współpracę z innymi podmiotami niż poprzez samodzielne budowanie przewagi konkurencyjnej. Jednocześnie projekt ten jest zbudowany na „ostrożnym podejściu” do tej koncepcji, czyli relacje biznesowe nie są traktowane jako panaceum na przewagę konkurencyjną, ponieważ dostrzega się poważne ryzyko występowania dysfunkcji w relacjach, co wiąże się chociażby z wykorzystywaniem słabszych partnerów na zasadzie gry o sumie zerowej („Ja wygram, jeśli ty przegrasz”).

Asymetria siły w relacjach biznes-to-biznes była już przedmiotem wielu projektów akademickich i była analizowana z wielu perspektyw teoretycznych, co znajduje wyraz w tym, że wielu badaczy traktuje taką asymetrię jako naturalną cechę relacji wymiennych. Wiadomo też, że firmy współpracujące ze sobą są rzadko podobne w sensie zasobów i kompetencji. Właściwie, można by nawet oczekiwać zróżnicowania między partnerami wymiany, ponieważ takie zróżnicowanie zwiększa prawdopodobieństwo wystąpienia efektów synergicznych (np. poprzez wspólne tworzenie nowych produktów czy wspólną integrację procesów w łańcuchu dostaw). Jednakże tak jak asymetria w każdym rodzaju ludzkich relacji, asymetria w relacjach między kontrahentami jest ryzykowna, zwłaszcza z perspektywy słabszej strony, ponieważ taka słabsza strona-firma może czuć się wykorzystana i stać się niechętna wobec kolejnych wspólnych projektów, co obniża potencjał korzyści relacyjnych dla obydwu stron. Należy też pamiętać, że relacje biznesowe podobnie jak i wszystkie inne relacje społeczne to zjawiska bardzo złożone i dynamiczne, co oznacza m. in. wysokie prawdopodobieństwo degeneracji partnerstwa, które początkowo kształtowało się bardzo korzystnie. W asymetrycznych relacjach niekorzystna dynamika jest zwłaszcza niebezpieczna dla słabszej strony, gdyż ta może znaleźć się w sytuacji pułapki (lock-in) z uwagi na wcześniejsze jednostronne inwestycje i wysokie bariery prawne i finansowe zmiany kontrahenta (switching costs). Wszystko to uzasadnia poszerzenie naszej wiedzy na temat skutecznych metod zarządzania siłą w relacjach B2B z perspektywy słabszego kontrahenta. Niniejszy projekt ma szansę przyczynić się do osiągnięcia tego rezultatu, przy jednoczesnym założeniu, że opracowywane narzędzia zarządcze nie powinny narażać dostawcy na zbyt wysokie ryzyko odejścia strategicznego kontrahenta. W związku z powyższym niniejszy projekt nakierowany jest na identyfikację takich taktyk po stronie małych i średnich dostawców, które będą opierać się na równoważeniu tzw. miękkiej siły (non-coercive power), która doceniana jest przez wielu badaczy zajmujących się tematyką relacji b2b.

Ten projekt naukowy łączy badania ilościowe z badaniami jakościowymi. Wszystkie hipotetyczne zależności pomiędzy zmiennymi określonymi w projekcie stanowią logiczną konsekwencję studiów literatury przedmiotu w zakresie takich obszarów wiedzy jak: siła w relacjach B2B, asymetria siły, zarządzanie/bilansowanie siły, relacyjne strategie marketingowe, miękkie i twarde rodzaje siły, korzyści i renta relacyjna, współtworzenie wartości z klientami na rynku B2B oraz dysfunkcje w relacjach biznesowych. Chociaż testowaniu hipotetycznych zależności służyć będą badania ilościowe, projekt ten traktuje badania jakościowe (**BADANIE 1**) jako ważny etap, który umożliwi nie tylko ilustrację ale również uszczegółowienie hipotez, a także wskazanie szczegółowych elementów składowych strategii równoważenia siły w relacjach z klientami strategicznymi. W związku z tym badania te będą prowadzone pogłębionymi technikami, a zgromadzone dane jakościowe będą poddane analizie przy wykorzystaniu zarówno interpretatywnych jak i pozytywistycznych technik. Z kolei badania ilościowe (**BADANIE 2**) będą opierały się na badaniach ankietowych prowadzonych wśród małych i średnich przedsiębiorstw. W tym drugim badaniu zastosowana zostanie wieloetapowa, staranna selekcja przedsiębiorstw i samych respondentów, co zapewni odpowiednią jakość gromadzonego ilościowego materiału empirycznego. Następnie, planuje się zastosowanie technik analizy takich jak: analiza czynnikowa, testy trafności i rzetelności, testy błędów pojedynczej metody i, ostatecznie, modelowanie równań strukturalnych (SEM).