

## عنوان مقاله:

مروری بر مفاهیم کسب و کار شبکه ای

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت استاندارد و کیفیت، دوره 4، شماره 1 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

محسن چشم براه

هادی رضایی وندچالی

## خلاصه مقاله:

در دهه ی اخیر شبکه های کسب و کار ارزش قابل توجهی را نصیب فعالان عرصه ی کسب و کار به خصوص شرکت های کوچک و متوسط کرده است. از این رو شرکت های بسیاری با هدف توسعه ی کسب و کار خود در جهت ایجاد چنین شبکه هایی سرمایه گذاری فراوانی انجام داده اند. در واقع این امر سبب شده تا شرکت ها تعامل خود را با یکدیگر بیشتر کرده و از طریق حفظ شایستگی اصلی درون شرکت و تبادل اطلاعات، تجربه و منابع ارزشمند، برای خود و سایر شرکت های موجود در شبکه مزیت رقابتی کسب کنند. اما با توجه به گستردگی و اهمیت این موضوع و مفید بودن آن در کشور ما مطالعات اندکی پیرامون این موضوع صورت گرفته است. لذا این مقاله سعی کرده است تا با بررسی و تحلیل مفاهیم کلیدی کاربردی در شبکه های کسب و کار، زمینه ی لازم برای ورود صاحبان کسب و کار و محققین را به این حوزه فراهم کند.

## کلمات کلیدی:

شبکه، اثر شبکه‌های، شبکه‌ی کسبوکار، مرور ادبیات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1318225>

