

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر شبکه های کسب و کار بر مزیت رقابتی با تبیین نقش قابلیت ایجاد قابلیت ها، مورد مطالعه صنعت ساختمان

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 6، شماره 1 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

اسماعیل شاه طهماسبی - دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس

سید حمید خداداد حسینی - دانشیار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس

اسدله کردنائیچ - دانشیار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس

محمدتقی آزاد ارمکی - استاد، دانشکده علوم اجتماعی، گروه جامعه شناسی، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر کمی سازی تاثیر شبکه های کسب و کار بر مزیت رقابتی با میانجی گری قابلیت ایجاد قابلیت ها میباشد. این شبکه ها با نقش آفرینی مشتریان، تامین کنندگان و رقبا همراه بوده است. در این تحقیق از پرسشنامه که ۳۵۲ مورد آن قابل قبول بود، استفاده شد. نتایج حاصل از روش های تحلیل معادلات ساختاری نشان از تایید همه فرضیات تحقیق در حداقل سطح اطمینان ۹/ دارد. میانگین شبکه های کسب و کار شرکت های خصوصی و فامیلی از شرکت ها با مالکیت خصوصی و غیر فامیلی بیشتر بود. از بین مقادیر ضریب تاثیر در بین فرضیه ها، بیشترین تاثیر به ارتباط شبکه های کسب و کار بر قابلیت کسب و کار بر قابلیت کسب اختصاص داشت. در مجموع می توان گفت شبکه های کسب و کار بر قابلیت های پویا که رویکرد جدید مزیت رقابتی می باشد تاثیر بسزایی می گذارند. از طرفی با توجه به نقش مهم مولفه های شناختی از میان مولفه های شبکه های کسب و کار و همچنین تاثیر پذیری بالای انعطاف استراتژیک، نگاه ویژه سازمانها به روابط بلندمدت در بین شبکه های کسب و کار در این صنعت پیشنهاد می گردد.

کلمات کلیدی:

شبکه های کسب و کار، قابلیت ایجاد قابلیت ها، مزیت رقابتی، صنعت ساختمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1398460>

