

عنوان مقاله:

ارزیابی زمینه های شکل گیری راهبرد رقابت همکارانه در کنسرسیوم مثلث طلایی گردشگری ایران

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره 10، شماره 37 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

لیلا کشتکار - دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

محمد حسین سرایی - دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

محسن کلانتری - دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

با افزایش رقابت و جهانی شدن محیط کسب و کار امروزی، مقاصد گردشگری با چالش ها و فرصت های زیادی رو به رو شده اند و برای اینکه بتوانند از فرصت ها و منابع کمیاب محیطی در راستای رشد و پیشرفت خود استفاده کنند و در محیط رقابتی باقی بمانند و با چالش های زیادی که برآمده از جهانی شدن محیط رقابتی است مقابله کنند باید در آن محیط رقابتی، همکاری خود را با یکدیگر افزایش دهند. فضای حاکم بر مثلث گردشگری ایران نیز به گونه ای است که می توان ادعا کرد در آن رقابت توأم با همکاری وجود دارد. این پژوهش، با هدف ارزیابی زمینه های شکل گیری راهبرد رقابت همکارانه در مثلث گردشگری ایران شکل گرفته است. به منظور تحلیل و سنجش عوامل، از تکنیک دیمتل فازی بهره گرفته شده است. ابتدا ابعاد چندگانه زمینه ساز راهبرد رقابت همکارانه براساس ادبیات نظری، شناسایی و در گام بعد، روابط متقابل علی و معلولی عوامل بررسی شد. نتایج تحقیق نشان داد که با توجه به مقدار (D+R) تاثیرگذارترین بعد در شکل گیری این راهبرد، بعد رفتاری با مقدار ۲۶/۳ بوده است. از میان ۱۳ زیرمعیار، معیارهای اعتماد و تعهد به ترتیب با امتیاز ۸۰/۳ و ۵۹/۳ بیشترین مقدار (D+R) را به خود اختصاص داده اند که می توان گفت مهم ترین شاخص شناخته شده اند. در راهبرد رقابت همکارانه تنش زیادی بین منطق همکاری و رقابت وجود دارد؛ در واقع این روابط منشا خطرات بسیاری برای شرکا از جمله سوء استفاده از ارزش ها، رفتارهای فرصت طلبانه، نشت اطلاعات و ... است. بنابراین ابعاد رفتاری؛ از جمله اعتماد و تعهد برای شکل گیری راهبرد رقابت همکارانه اهمیت بیشتری نسبت به سایر ابعاد دارند.

کلمات کلیدی:

رقابت همکارانه، کنسرسیوم، مثلث طلایی گردشگری ایران، دیمتل فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1414498>

