

عنوان مقاله:

شناسایی و تبیین عوامل موثر بر چسبندگی روابط درون شبکه های کسب و کار

محل انتشار:

دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، دوره 14، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

علی پریشانی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

بهمن حاجی پور - دانشیار، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

غلامحسین خورشیدی - استاد، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

سید محمود حسینی - دانشیار، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش ارائه ی چارچوبی نظری برای عوامل چسبندگی روابط درون شبکه های کسب و کار و همین طور نقش این عوامل در مراحل شکل گیری تا خاتمه یک رابطه درون بستر شبکه است. نوع پژوهش از منظر هدف، کاربردی و از منظر روش کتابخانه ای است. ابتدا مفهوم چسبندگی از ۵ رویکرد دانشی مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته است که عبارت اند از: رویکرد اسلامی، رویکرد اقتصادی، رویکرد روان شناختی، رویکرد جامعه شناختی و رویکرد علوم پایه؛ سپس رویکرد مورد استفاده در این مطالعه تشریح شده است. روش مورد استفاده پژوهش، مرور نظام مند بوده است که تعداد ۵۶ مقاله مربوط به روابط درون شبکه های کسب و کار از ۱۹۷۱ تا ۲۰۲۱ میلادی در پایگاه های علمی استخراج شده است. پس از انجام فرآیند فیلترینگ و با استفاده از روش کدگذاری دستی، این ۵۵ مقاله به صورت مطالعه تمام متن کدگذاری شده اند. عوامل تاثیرگذار روی چسبندگی روابط درون شبکه به ۱۲ دسته کلی تقسیم شد که در سه لایه با نام های چسبندگی ساختاری، چسبندگی ادراکی و چسبندگی اختصاصی جای داده شده اند. از بین عوامل شناسایی شده، تعداد روابط ورودی و خروجی دارای بیشترین فراوانی بوده و لایه مربوط به چسبندگی ساختاری پرتکرارترین لایه است. در مرحله بعدی نیز چرخه عمر یک رابطه در بستر شبکه کسب و کار، ترسیم شده و اولویت سه لایه از چسبندگی برای آنها تعریف شده است. نتایج نشان از بیشترین تاثیر چسبندگی ساختاری در تمام مراحل چرخه عمر است.

کلمات کلیدی:

چسبندگی، روابط کسب و کاری، شبکه های کسب و کار، مرور نظام مند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1419830>

