

عنوان مقاله:

ارائه چارچوب هم رقابتی کسب و کارها در دوران کرونا

محل انتشار:

دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، دوره 15، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 37

نویسندگان:

مونا جامی پور - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران (نویسنده مسئول).

مینو صاحب الداری - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. دانش آموخته پردیس فارابی دانشگاه تهران.

خلاصه مقاله:

امروزه هم رقابتی به بخشی مهم از استراتژی شرکت ها، به منظور انطباق با عدم اطمینان محیط کسب و کار، بدل شده است. در دوران همه گیری ویروس کرونا و با توجه به شرایط عدم اطمینان ناشی از آن در محیط کسب و کار کشور، استراتژی هم رقابتی می تواند برای عبور از این شرایط سودمند باشد. علیرغم رشد توجه مدیران به استراتژی هم رقابتی در دوران کرونا، پژوهشی که به طور کل نگرانه و یکپارچه به شناسایی محرکه ها، فرآیند و پیامدهای هم رقابتی پردازد و مدیران را در تحقق استراتژی هم رقابتی در دوران کرونا یاری رساند، صورت نپذیرفته است. لذا، هدف از پژوهش حاضر ارائه چارچوب هم رقابتی کسب و کارها در دوران کرونا است. برای این منظور پژوهش در دو مرحله و به صورت آمیخته انجام شده است. در مرحله اول از روش تحقیق کیفی فراترکیب بهره گرفته شده است. در این پژوهش ابتدا مطالعات مرتبط با حوزه پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت و در نهایت ۸۴ مقاله برای کدگذاری نهایی انتخاب شدند که از متن مقالات انتخاب شده ۱۳۶ کد استخراج و دسته بندی گردیدند. و سپس در مرحله دوم به منظور وزن-دهی و اولویت بندی عوامل از رویکرد کمی و تکنیک BWM بهره گرفته شده است. بازه زمانی جستجوی مقالات نیز از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۱ بوده است. براساس یافته های پژوهش محرک های هم رقابتی کسب و کارها در دوران کرونا عبارتند از کمبود منابع مالی، کاهش بهره وری شرکتی، چالش های عرضه و تقاضا، عدم اطمینان محیطی، جهت گیری ها و تغییرات رفتاری خرید مشتریان، چالش های منابع انسانی، چالش های محیطی. نتایج پژوهش نشان داد که فرآیند هم رقابتی کسب و کارها در دوران کرونا عبارتند از بررسی محیطی صنعت، انتخاب شرکت همکار، انتخاب استراتژی همکاری، تدوین استراتژی، مدیریت تبادل دانش و تکنولوژی، مدیریت و تبادل منابع، مدیریت سرمایه انسانی، مدیریت امور مالی، مدیریت زنجیره تامین و ارزیابی استراتژیک هم رقابتی است. پیامدهای هم رقابتی در دوران کرونا نیز شامل افزایش تاب آوری، افزایش بهره وری، رقابت پذیری بیشتر، توسعه بازاریابی و مشتری مداری و توسعه ی نوآوری و خلاقیت است.

کلمات کلیدی:

هم رقابتی، همکاری، رقابت، فراترکیب، تکنیک بهترین-بدترین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1580573>

