

عنوان مقاله:

اتخاذ استراتژی های صحیح، ارتقای کارایی تجاری و شکل دهی نوآوری و ابداع در شرکت های کوچک و متوسط ساخت و ساز و املاک به منظور ایجاد مزیت رقابتی

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 19 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

مهدی رحمتی - کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

این مطالعه با هدف بررسی تاثیر استراتژی های مدیریتی بر بهبود مزیت های رقابتی شرکت های کوچک و متوسط انجام شده است. این مطالعه همچنین اهمیت کارایی و نوآوری را به عنوان متغیرهای واسطه در رابطه بین استراتژی های کسب و کار و مزیت رقابتی در نظر می گیرد. نمونه پژوهش شامل ۱۵۰ شرکت کوچک و متوسط در صنعت ساخت و ساز و املاک است. یافته ها حاکی از آن است که استراتژی های مدیریتی تاثیر مثبتی بر مزیت رقابتی دارند. استراتژی های بهتر کسب و کار، مزیت رقابتی شرکت های کوچک و متوسط را بهبود می بخشد. علاوه بر این، کارایی تجاری و نوآوری نیز در رابطه بین استراتژی های کسب و کار و مزیت های رقابتی به عنوان واسطه عمل می کند. این نتایج شواهدی از اهمیت کارایی و نوآوری برای بهبود مزیت رقابتی ارائه می دهد. پیشنهاد می شود که شرکت های کوچک و متوسط کارایی و قابلیت نوآوری خود را بهبود بخشند تا مزیت های رقابتی خود را تقویت کنند.

کلمات کلیدی:

استراتژی های کسب و کار، مزیت رقابتی، کارایی، نوآوری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1933313>

