

عنوان مقاله:

ارابه مدلی ساختاری از مدیریت دانش در افزایش مزیت رقابتی پایدار در شرکت های اینترنتی بامیلو و دیجی کالا

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسن مطاع پورتوکلیان

فرید احمدی

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر تعیین تاثیر بکارگیری مدیریت دانش جهت کسب مزیت رقابتی پایدار در شرکتهای اینترنتی بامیلو و دیجی کالا می باشد. روش تحقیق مورد استفاده در این تحقیق، توصیفی و از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری این تحقیق، کلیه کارکنان اینترنتی بامیلو و دیجی کالا با تعداد 210 نفر می باشد. روش نمونه گیری در این پژوهش، روش تمام شمار بود. ابزار پژوهش پرسشنامه مدیریت دانش با 16 گویه و پرسشنامه مزیت رقابتی با 16 سوال بوده است. برای پایایی پرسشنامه آلفای کرونباخ به میزان 0/78 و 0/81 بدست آمده است. همچنین پرسشنامه به کمک نرم افزار آموس تحت تحلیل عاملی تاییدی قرار گرفت. نتایج نشان داد مولفه مدیریت دانش ممتری بر مزیت رقابتی تاثیر داشته و توانسته مزیت رقابتی را پیش بینی کند، بین دانش برای مشتری بر مزیت رقابتی، ارتباط معنی داری داشته و دانش برای ممتری توانسته مزیت رقابتی را پیش بینی کند. همچنین مولفه انتشار و ذخیره دانش ممتری توانسته مزیت رقابتی کارکنان را پیش بینی کند، در نتیجه ارتباط بین انتشار و ذخیره دانش ممتری با مزیت رقابتی تایید می گردد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش ، مزیت رقابتی پایدار ، شرکت های آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826399>

