

عنوان مقاله:

از مزیت بنگاه های انفرادی تا مزیت گروهی اکوسیستم های استراتژیک در خلق مزیت رقابتی کسب و کارها

محل انتشار:

شانزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت (علمی-پژوهشی) (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

میراحمد امیرشاهی - دانشیار دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)

مهدی ابراهیمی - عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (ره) و مدیر- بنیانگذار گروه مشاوران FSCG

فاطمه صابریان - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س) و مدیر بخش کسب و کار گروه مشاوران FSCG

خلاصه مقاله:

پیچیدگی، پویایی و محدودیت منابع موجب گردیده که رقابت و رقابت پذیری، به یکی از مهم ترین اصول موفقیت کسب و کارها در عصر حاضر، تبدیل شود. مفهوم رقابت و رقابت پذیری، سابقه ای طولانی در ادبیات علوم مختلف از جمله اقتصاد، علوم سیاسی و اجتماعی؛ مانند مدیریت استراتژیک دارد. تاکنون، در ادبیات مدیریت استراتژیک، رویکردهای مختلفی برای خلق مزیت رقابتی گروهی برای کسب و کارها، از جمله شکل گیری هلدینگ ها، خوشه ها و شبکه های همکاری، مطرح شده است. هرکدام از این رویکردها، در کنار کارکردهایی که در زمینه سازی برای خلق مزیت رقابتی گروهی داشته اند، با نقاط ضعف و خلاءهایی نیز روبرو می باشند. این در حالی است که مفهوم اکوسیستم در مدیریت استراتژیک، با ارائه کارکردهای مهم و جدید به اعضای خود (موجودیت های اکوسیستم) به تکمیل این دیدگاه و پرکردن شکاف های کارکردی سایر رویکردها، کمک می کند. با شکل گیری یک اکوسیستم استراتژیک با هدف ایجاد مزیت رقابتی گروهی، اعضای اکوسیستم از طریق تعامل و همکاری با یکدیگر در بستر اکوسیستم، از فرصت های موجود در بازار استفاده نموده و از رقبا خود در خارج از اکوسیستم، پیشی می گیرند. اهمیت این رویکرد تا جایی است که حتی برخی از محققان رقابت های آتی را میان شرکت ها، هلدینگ ها، خوشه ها و شبکه ها متصور نیستند، بلکه اعتقاد دارند که رقابت اصلی میان اکوسیستم هایی خواهد بود که در هرکدام از آن ها، چندین شرکت رقیب، بر بستری از ساختارها و نهادهای پشتیبان و ارتباطی، در نقاط مختلف دنیا، به فعالیت، مشارکت، رقابت و همکاری با هم می پردازند. بر همین اساس، مقاله حاضر با هدف بررسی چگونگی خلق مزیت رقابتی گروهی، از طریق بررسی کارکردهای اکوسیستم های استراتژیک، تنظیم گردیده است. این مقاله که با بهره گیری از روش مرور و تحلیل محتوای سیستماتیک تعدادی از اکوسیستم های استراتژیک موفق در سطح جهان، به نگارش درآمده است، پیشران ها و قالب های اصلی ایجاد این اکوسیستم های استراتژیک را معرفی نموده و نتیجه گرفته که کارکردهای چنین اکوسیستم هایی موجب زمینه سازی برای خلق مزیت رقابتی گروهی می گردد. این کارکردها که زمینه کاهش هزینه های تولید محصولات و خدمات اعضای اکوسیستم، ایجاد زمینه مناسب برای متمایز سازی محصولات و خدمات اعضای اکوسیستم و ایجاد فرصت جایگاه یابی مناسب تر محصول- بازار را برای اعضای اکوسیستم فراهم می کنند؛ موجب خلق مزیت رقابتی گروهی یا مشترک برای اعضا، در قالب پاسخ به نیازهای مشتریان با سرعت بالاتر، ارائه محصولات و خدمات با قیمت رقابتی، ارائه محصولات و خدمات متنوع و جامع با کیفیت بالاتر، بهبود دسترسی مشتریان به محصولات و خدمات در نقاط مختلف دنیا و پاسخ به نیازهای خاص مشتریان (امور زیست محیطی، امور اجتماعی) امور زیست محیطی، امور اجتماعی می شوند.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی گروهی، اکوسیستم استراتژیک، کارکردهای اکوسیستم، رقابت پذیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

