

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کارآفرینی اتحاد بر قابلیت های شبکه میان سازمانی و توان پاسخگویی به مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

علی مهرابی - استاد یار دانشگاه شهید چمران مدیریت صنعتی

ادریس محمودی - دانشجوی دکترای دانشگاه اصفهان و مربی دانشگاه شهید چمران بازاریابی

فرج الله رحیمی - استاد یار دانشگاه شهید چمران منابع انسانی

روزبه مددی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران بازاریابی

خلاصه مقاله:

در شرایط رقابتی کنونی تنها بهره برداری از دانش بدست آمده از خود شرکت به تنهایی برای رقابت پذیری کافی نبوده و شرکتها نیاز به اقداماتی کارآفرینانه در روابط با شرکا و عرضه کنندگان دارند تا بتوانند از دانش شرکت های دیگر استفاده نموده و با وارد کردن این دانش به درون مرزهای خود عملکرد موثرتری داشته باشند. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر متغیر کارفرینی اتحاد بر قابلیت های شبکه میان سازمانی و توان پاسخگویی شرکت به مشتریان می باشد. کارآفرینی اتحاد اقداماتی کارآفرینانه بوده که مرتبط با دید مدیران ارشد به داشتن تشکیلاتی پیشرو است که شرکت را قادر سازد از روابط میان سازمانی به منظور بهره برداری از منابع استراتژیک بهره ببرد. ما از روش حداقل مربعات جزئی به دلیل تعداد محدود نمونه گیری استفاده کردیم و فرضیه ها براساس نمونه گیری از شرکت های صنایع غذایی ایرانی آزمون شدند. نتایج روابط معنادار مثبتی بین کارآفرینی اتحاد، قابلیت های شبکه میان سازمانی و پاسخگویی به مشتری را نشان می دهد.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی اتحاد، قابلیت های شبکه میان سازمانی، توان پاسخگویی به مشتریان، حداقل مربعات جزئی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286433>

