

عوامل موثر بر کسب و کار

محمد مهدی اشرفیان رهقی^۱ و علیرضا قائم مارالانی^۲

^۱ استاد دانشگاه، m.ashrafian61@yahoo.com

^۲ نویسنده مسئول، دانشجوی رشته مدیریت کسب و کار دانشگاه علمی کاربردی واحد طراحی مبلمان،

alirezaghaem53@gmail.com

چکیده-کسب و کارهای جدید از شرکتهای نوپایی آغاز میشوند که خدمات و کالاهای جدیدی را به بازار رقابتی عرضه میکنند و با نام بنگاههای کوچک و متوسط شناخته میشوند. این مطالعه در زمره تحقیقات سیستماتیک ریویو است که از روش توصیفی و پیمایشی جهت جمع آوری دادههای لازم بهره برده است. امروزه دانش به عنوان منبع حیاتی غیر قابل تقلید و منحصر به فرد اهمیت مدیریت دانش در سازمانها را بسیار بالا برده است. این مقاله در پی آن است که چگونگی مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه بر نوآوری و کسب و کارهای الکترونیکی در سایه اقتصاد دیجیتال را در کسب و کارهای کوچک و متوسط بررسی کند.

کلید واژگان-کسب و کار الکترونیکی، کسب و کارهای کوچک و متوسط، گرایشهای کارآفرینانه، مدل کسب و کار جدید، مدیریت دانش

مقدمه:

آوردند. (زعفریان و همکاران ۱۳۸۷) بنابراین استقرار مدیریت دانش در سازمانها به عنوان بخشی از راهبرد سازمان ضروری می باشد. (تقی زاده و همکاران ۱۳۸۹) امروزه به کارگیری دانش و گرایشهای کارآفرینانه یکی از چالشهای اساسی کشورهای در حال توسعه است کشور ایران نیز از جمله کشورهایی است که در جهت استفاده از این دو مفهوم با چالشهای فراوانی رو به رو شده است به همین جهت در برنامه چهارم توسعه اقتصاد دانایی محور به منزله یکی از محورهای اصلی مورد تاکید قرار گرفته است. (بهمنی و خدایی متین ۱۳۹۲) گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش مفاهیمی هستند که رابطه پایدار و پیچیده ای دارند که اغلب مورد آزمون قرار میگیرند در تحقیقات داخلی ایران تحقیقات فراوانی در زمینه بررسی رابطه میان مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه صورت گرفته اما تحقیقی که به بررسی رابطه بین مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه بپردازد بسیار اندک است. (بهمنی و خدایی متین ۱۳۹۲) همانگونه که فوقا بیان شد هدف از نگارش تحقیق حاضر مشخص نمودن عوامل موثر بر کسب و کار می باشد.

با توجه به شرایط رقابتی و تغییرات سریع کنونی ضرورت بررسی عملکرد شرکتها بیش از گذشته اهمیت یافته است و شرکتها باید برای رسیدن به جایگاه بهتر در مقایسه با رقبا عملکرد خود را بهبود بخشند. (ریچارد، دوینی، ییپ و جیسون، ۲۰۰۹) در دهه های اخیر با رواج اینترنت کسب و کارهای الکترونیکی به عنوان ابزاری برای سازمان دهی مدل کسب و کار شناخته میشود شرکتهای بسیاری برای تغییر مدل های کسب و کار سنتی خود به مدل کسب و کار الکترونیکی برای کسب توان رقابتی بیشتر در دنیای پر تغییر و پر از پیچیدگی فعلی تلاش میکنند. (دهکردی و همکاران ۱۳۹۳) هر چه محیط کسب و کار پویاتر باشد نیاز است که راهبردهای آن بیشتر روی منابع و قابلیت های سازمانی متمرکز شود. (زعفریان و همکاران ۱۳۸۷) در چنین شرایطی کارکنان دانشی میتوانند در فرآیند مدیریت دانش کسب و کار مشارکت نموده و بدین ترتیب مزیت رقابتی مطلوبی برای سازمان به وجود