

Ікечукву Езе, Емануель Агбаезе, Еджікеме Ісічей, Чінонсо Еке

Використання соціальних мереж і конкурентні переваги агропромислових фірм-новачків

Явне зниження коефіцієнту виживання фірм-новачків і їх нездатність вигідно конкурувати у зв'язку із посиленням конкуренції у внутрішньому і зовнішньому середовищі послужили мотивацією для цього дослідження. Отже, стаття розглядає фундаментальні питання конкурентоспроможності фірм-новачків, досліджуючи прямий і непрямий вплив використання соціальних мереж і можливостей технологічної інфраструктури відповідно. До вибірки увійшли 265 менеджерів фірм-новачків агропромислового сектору; зібрані дані проаналізовані за допомогою регресії макропроцесів Гейса. Результат вказав, що соціальні мережі позитивно впливають на конкурентні переваги фірм-новачків. Крім того, дослідження виявило, що можливості технологічної інфраструктури істотно впливають на конкурентні переваги таких фірм. Дослідження показало, що можливості технологічної інфраструктури позитивно впливають на взаємозв'язок між використанням соціальних мереж і конкурентними перевагами агропромислових фірм-новачків. У дослідженні підкреслюється необхідність зміни шляхів використання соціальних мереж фірмами-новачками, і стверджується, що використання соціальних мереж може бути підтримано шляхом поступового освоєння технологічних інновацій, які знаходяться в межах ресурсів фірм.

Ключові слова: інформація, конкурентоспроможність, агробізнес, фірми-новачки, управління знаннями

Класифікація JEL: M13, Q12



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.