

عنوان مقاله:

مدل راهبردهای کلان کاهش هزینه کسب و کارهای تعاونی تولیدی

محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

ناصر سیف الهی - دانشیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی

مصطفی شیرنژادمغانلو - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه محقق اردبیلی

رحیم محمدخانی قلنج قشلاقی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه محقق اردبیلی

آراز راشدزهر - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، دانشگاه محقق اردبیلی

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف شناسایی و ارائه راهبرد عملی برای کاهش هزینه های تولید در کسب و کارهای تعاونی تولیدی استان اردبیل، مدلی مفهومی از راهبردهای مورد نظر را ارائه می دهد. بدین طریق علاوه بر ادامه حیات این شرکت ها در محیط های پویا و پیچیده، منافع پایدار اعضا، مشتریان، دولت و جامعه، میسر می گردد. با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد، این تحقیق به تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه های به عمل آمده پرداخته است. در گام اول، پروتکل های مصاحبه از مرور ادبیات تحقیق استخراج گردید. در گام دوم، مقوله های تحقیق با استفاده از برنامه MAXQDA مشخص شد. در نهایت یک مدل مفهومی از راهبردهای کاهش هزینه تعاونی های تولیدی تدوین گردید. راهبردهای کلان کاهش هزینه تعاونی های تولید عبارتند از: راهبردهای فرهنگی، راهبردهای نوآوری، راهبردهای سرمایه گذاری، راهبردهای مالی و پولی، راهبردهای لجستیک. طبق مدل مفهومی بدست آمده، پیامدهای اجرای این راهبردها را میتوان در پنج حوزه (نتایج مالی، فرایندهای عملیاتی، کارکنان، اجتماعی و رقابتی) در نظر گرفت. می توان اذعان کرد، هر چند کنش/کنش متقابل دولت در غالب راهبردهای کاهش هزینه می تواند بر تمام محیط صنعت تاثیر بگذارد، تا زمانی که خود این کسب و کارها اقداماتی متناسب در این زمینه صورت ندهند منجر به مزیت رقابتی پایدار برای آنها نخواهد شد.

کلمات کلیدی:

راهبرد کلان، کسب و کارهای تولیدی، مدل داده بنیان، هزینه تولید، کاهش هزینه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246247>

