

عنوان مقاله:

عوامل موفقیت اتحاد یا شراکت راهبردی میان شرکتهای کوچک و متوسط

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مطالعات جهانی در علوم انسانی، مدیریت و کار آفرینی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مرتضی عباسی - دانشیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر

میلاذ حکمت مهر - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA دانشگاه صنعتی مالک اشتر

خلاصه مقاله:

اتحاد استراتژیک یکی از سازوکارهای دنیای کسب و کار فعلی است که موجب کسب مزیت رقابتی می شود سازمانها و شرکتهای برای رقابت پذیری نیازمند به استراتژی های هوشمندانه هستند در اتحاد استراتژیک شرکتهای با تجزیه و تحلیل محیط کالمن، محیط رقابتی و محیط داخلی از طریق پیوند، ادغام و همکاری قابلیت های خود را افزایش می دهند. بنابراین با شناخت فرایند شکل گیری اتحاد استراتژیک و توسعه آن، مدیران و تصمیم گیران رده بالای سازمان قادر خواهند بود تصمیم مناسب در راستای انتخاب شریک بهینه و همچنین ساختار و یا نوع اتحاد را اتخاذ نمایند. اتحاد استراتژیک توافقنامه ای بین دو یا چند شرکت است که برای پیگیری مجموعه ای از اهداف مورد تایید متحد می شوند. کهرای داشتن یک اتحاد موفق باید زیرساختهای مناسبی تدوین شود پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی عوامل کلیدی موفقیت اتحاد استراتژیک در میان شرکتهای کوچک و متوسط انجام شده است جامعه آماری پژوهش از تعدادی از مدیران ارشد و میانی شرکتهای که اتحاد راهبردی را انجام داده اند تشکیل شده است. روایی پرسشنامه از طریق انتخابموفه ها و شاخص های علمی و متون مفید و با استفاده از نظر خبرگان تعیین شد و با استفاده از تکنیک DMATEL عوامل تاثیر گذار و تاثیر پذیر بر موفقیت شراکت راهبردی مشخص می گردد. نتایج بیانگر این مساله است که عوامل اصلی اتحاد استراتژیک تناسب فرهنگی، ساختاری، عملیاتی، منابع انسانی، استراتژیک و رفتاری اهمیت دارند و شاخص-های هر عامل مشخص گردید.

کلمات کلیدی:

شراکت راهبردی، شرکتهای کوچک و متوسط، تکنیک DMATEL، عوامل موفقیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1448861>

