

عنوان مقاله:

الگوی استفاده صحیح از ارتباطات و قابلیت ها در گذار از جایگاه بنگاه کوچک و متوسط و تبدیل شدن به یک بنگاه بزرگ

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمدحسین امیری - مشاور ارشد مالی و سرمایه گذاری شرکت هلدینگ دانش بنیان دانیال موج

محمدرحیم طالب تاش - گروه فنی و مهندسی، واحد شهریار، دانشگاه آزاد اسلامی، شهریار

خلاصه مقاله:

بنگاه های کوچک و متوسط نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها دارند. در سالهای اخیر در برنامه پیشرفت و توسعه جمهوری اسلامی ایران، ایجاد و تقویت این بنگاه ها به عنوان یکی از عوامل رشد اقتصادی، در نظر گرفته شده است. لذا با اختصاص مشوق های مناسب و حمایت های مادی و معنوی، زمینه تقویت و ایجاد این بنگاه ها فراهم شده و در اولویت برنامه ها قرار گرفته است. اما مهمتر از ایجاد این بنگاه ها تثبیت آنها و رشد و ارتقای آنها و تبدیل شدن به بنگاه های بزرگ است. این مقاله به روش توصیفی تحلیلی پیرامون چگونگی موفقیت بنگاه های اقتصادی تحقیق کرده است. در همین راستا با بررسی چند بنگاه موفق، تلاش کرده است عوامل رشد آنها را بدست آورد. این تحقیق روشن کرد که صاحبان و مدیران این بنگاه ها با استفاده از فرصت منابع انسانی مورد شناخت یعنی ارتباطات، و توانمندی درون بنگاه یعنی قابلیت ها به موفقیت دست می یابند. همچنین با تحلیل رفتار آنها مدلی ارائه کرده است که نشان میدهد چگونه بنگاه های کوچک و متوسط می توانند با استفاده از فرصت بیرون سازمانی یعنی ارتباطات و توانمندی درونی یعنی قابلیت-ها، دستیابی به هدف مطلوب را مدیریت کنند و به یک بنگاه بزرگ تبدیل شوند.

کلمات کلیدی:

بنگاه های کوچک و متوسط، بنگاه های بزرگ، ارتباطات، قابلیت ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1931067>

