

عنوان مقاله:

مدیریت راهبردی کانال های توزیع مبتنی بر نگرش زنجیره تامین

محل انتشار:

همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمد رضا طیبی - استادیار دانشگاه مازندران گروه مدیریت بازرگانی

فرزاد حبیبی - عضو هیات مدیریت انجمن پخش استان مازندران - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

امروزه انتظاری رودحداقل مدیران، کارآفرینان و دست اندرکاران کسب و کارهای بزرگ فعال در بازار از ساختاری علمی برای مدیریت و تصمیم گیری های مربوط به کانالهای توزیع خویش استفاده کنند. در این مقاله این ساختار علمی مدیریتی بادوویژگی بارز و عمده زنجیره تامین و مدیریت راهبردی تحت عنوان مدیریت راهبردی زنجیره تامین از ساختار سنتی تبیین می شود. بدین منظور با توجه به ادبیات مطالعه شده مجموعه ای از فعالیت های مورد نیاز شناسایی و چارچوبی به منظور تحقیقاتی آتی پیشنهاد گردید. تجزیه و تحلیل راهبردی شامل مولفه های شرایط معامله، ویژگی های قرارداد، ویژگی های شبکه تامین، قابلیت های مکمل، روابط قدرت و روابط اجتماعی است. گزینش راهبردی از دو مولفه پذیرش اعتباری و پذیرش عملیاتی و در نهایت مولفه همکاری در بخش اجراتشکیل شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت راهبردی، زنجیره تامین، کانال توزیع، تجزیه و تحلیل راهبردی، اجرای راهبردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/392041>

