

عنوان مقاله:

نقش مدیریت برند در اجرای مطلوب برون سپاری کامل یا تولید بدون کارخانه

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

محمد مهدی محبی - استاد یار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور

بهرام عربلو - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA پیام نور همدان

خلاصه مقاله:

برون سپاری کامل یا تولید بدون کارخانه یک تصمیم استراتژیک است که توسط بنگاهها با هدف کاهش هزینه ها، به حداقل رسانیدن تعداد کارکنان و تغییرات آنها، تمرکز بر روی شایستگی ها و توانمندیهای اصلی، انعطاف پذیری، کاهش موجودی انبار، دستیابی به دانش فنی و استفاده بهینه از منابع تحقیقاتی و تولیدی با حداقل سرمایه گذاری صورت می گیرد. در استراتژی برون سپاری کامل بخش هایی از زنجیره ارزش غیر قابل واگذاری به بیرون از سازمان می باشد و سازمان می بایست بروی آنها تمرکز ویژه نماید تا بتواند در اجرای مطلوب تولید بدون کارخانه موفق عمل نماید. یکی از این بخشها برند سازی و مدیریت برند می باشد. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر مدیریت برند در اجرای مطلوب تولید بدون کارخانه یا برون سپاری کامل در بنگاهها است.

کلمات کلیدی:

برون سپاری، برون سپاری کامل، تولید بدون کارخانه، مدیریت برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/448886>

