

عنوان مقاله:

ارائه الگوی مفهومی از همکاری های بین سازمانی

محل انتشار:

کنفرانس ملی آینده پژوهی، علوم انسانی و توسعه (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

سیمین جهانشاد - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

جاوید رخشانی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

خلاصه مقاله:

مشارکت های بین سازمانی یکی از قدرتمندترین عوامل ایجاد ارزش و جزو مهمترین ابزار کسب و کار می شوند . امروزه توانایی در میریت موثر آنها یک مزیت رقابتی محسوب می شود . مشارکت های می توانند در مراحل مختلف زنجیره ارزش و در هر یک از بخش های تحقیقات ، توسعه محصول ، تولید بازاریابی و توزیع و خدمات بعد از فروش اتفاق بیفتند . شکل این مشارکتها در داخل طیفی بین دو محدوده « خرید و ادغام ، مالکیت قرار می گیرند . پیتر دراگر بیان می دارد . که «بزرگترین تغییر در ورش کسب و کار ، ، افزایش رشد ارتباطات بر اساس شراکت است نه بر اساس مالکیت امروزه همکاری یها بین سازمانی به صورت یکی از مهمترین ابزار مدیریت کسب و کار برای بهبود رقابت پذیری سازمانها به ویژه در محیط های پیچیده و آشفته در آمده است . و توانایی در میریت موثر آن یک مزیت رقابتی محسوب می شود . محرک شرکتها برای ورود به ائتلافهای استراتژیک دستیابی به سطح بالایی از موفقیت است که امکان رسیدن به این سطح از (Glaister & Husan, 2003) نوع تحقیق حاضر مروری بوده و از حیث روش در جایگاه یک تحقیق توصیف یی باشد . رد این تحقیق سعی شده است با روش کتابخانه ای و مطالعه ادبیات تحقیقات انجام یافته چهارچوب مفهومی از همکاری های بین سازمانی ارائه گردیده و با یک نگاه کل نگر همه جانبه مدل های همکاری و عوامل موثر بر آن و همچنین عللی برقراری ارتباط بین سازمانها مورد بررسی قرار گیرد .

کلمات کلیدی:

محیط ، استراژی ، شرکا ، همکاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/451961>

