

## عنوان مقاله:

تحقق استراتژی همکاری رقابتی بر پایه مدیریت دانش و اعتماد

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

محمد کارگرشورکی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، هلدینگ دارویی تامین، ایران

اکبر غریب نوازشریانی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، شرکت خدمات پس از فروش ایران خودرو ایساکو، ایران

## خلاصه مقاله:

طی سالهای متمادی گذشته تفکر سازمان ها برای موفقیت، توسعه و حتی بقا، رقابت بیشتر با رقبا بوده است. نتیجه این تفکر ایجاد شرایط برد- باخت برای سازمانها می باشد. چه بسا برنده نیز بدلیل تحمل هزینه های ناشی از رقابتقبلی به قدری تحت فشار قرار گرفته است که در آینده نزدیک آن هم متحمل باخت خواهد شد. اما چند سالی است که سازمانها به این درک مشترک رسیده اند که تغییرات فن آوری و محیطی در حوزه های مختلف بسیار زیاد شده است و برای کسب نوآوری های جدید به تنهایی نمی توانند به موفقیت های چشمگیر دست یابند. این عامل سبب شده است پیشتازان کسب و کار به فکر همکاری با یکدیگر(حتی با رقبای دیرینه خود) و ایجاد شرایط برد - برد برسند. اما برای تحقق این موفقیت آمیز این مهم با عنوان استراتژی همکاری - رقابتی و یا همکاری در عین رقابت دو موضوع بسیار حائز اهمیت است. اول بستر سازی اعتماد به خصوص آنکه طرفین سالها با یکدیگر رقیب بوده اند و دوم برای تدوام موفقیت، آنها نیازمند یادگیری و مدیریت کردن دانش جدید کسب شده از رقیب و یا رقبای خودمی باشند. بنابراین در این مقاله مروری به بررسی نقش اعتماد و مدیریت دانش در تحقق استراتژی همکاری رقابتی می پردازیم

## کلمات کلیدی:

استراتژی همکاری رقابتی، مدیریت دانش، اعتماد.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/481496>

