

## عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت استراتژیک در رقابت پذیری بنگاههای کوچک و متوسط کشور

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت اجرایی (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

محمد مهدی بهرام زاده

## خلاصه مقاله:

امروزه ماهیت متلاطم تجارت جهانی، بخشهای تولید، صنعت و بازار محصولات را با چالشهای متعددی روبرو ساخته است. این چالش ها سازمان ها را ملزم می سازد که با بکارگیری سیستم های جدید مدیریت و پیاده سازی آنها در عمل، پایگاه خویش را در این محیط ناپایدار مستحکم نمایند و به موقعیتی همراه با پیشرفت مستمر دست یابند از طرف دیگر شرکتهای کوچک و متوسط (SME) با توجه به ویژگی های منحصر بفردشان در صنعت از جایگاه ویژه ای برخوردارند. بررسی و شناخت مزیت های رقابتی و میزان رقابت پذیری محصولات SME ها در هر کشور گامی اساسی در شناخت وضع موجود و آینده صنعتی و تبیین برنامه ریزی های استراتژیک و بلند مدت می باشد. مقاله حاضر در نظر دارد تا مزایای استفاده از مدیریت استراتژیک در SME ها را برشمرده و تاثیر آن را در افزایش رقابت پذیری این بنگاهها در جهت توسعه صادرات مورد تحلیل قرار دهد. در این مقاله ضمن بررسی ابعاد مختلف SME ها، استراتژی های موثر جهت رقابت پذیری آنها در بازارهای جهانی ارائه می شود. در این راستا مقاله می کوشد با بررسی متغیرهای مرتبط با سه استراتژی رقابتی پورتر (تمرکز، تمایز و رهبری هزینه)، بهترین استراتژی ممکن را برای افزایش سهم بازار و رقابت پذیری SME ها در عرصه جهانی ارائه دهد.

## کلمات کلیدی:

موسسات کوچک و متوسط (SMEs)، مدیریت استراتژیک، رقابت پذیری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/68270>

