

عنوان مقاله:

سیر تکاملی مدیریت استراتژیک در شرکت شاسی ساز ایران و توسعه آن با تاکید بر مدل تعالی سازمانی EFQM

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسین خانکی - کارشناسی صنایع رئیس اداره طرح و برنامه شرکت شاسی ساز ایران

میرحکیم حسینی خشه حیران - هم سطح کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی کارشناسی طراحی جامدات

مهران خلیج - دکترای صنایع

خلاصه مقاله:

رشد و توسعه کشورها منوط به وجود بنگاههای کارا و اثربخش است در این میان نقش بنگاههای تولیدی در ارائه کالاهای مناسب بر کسی پوشیده نیست و کشورها دیگر با مرزها و نقشه های سیاسی شناخته نمی گردند و درواقع وجه تمایز آنها کالاهای تولیدی یا برندهای معتبر آنهاست. حال پرسش اینجاست که این سازمان ها چگونه عمل نموده اند تا به دستاوردهای جهانی دست یافته اند؟ پاسخ آن را میتوان در یک کلمه خلاصه نمود و آن مدیریت این سازمان ها است از این رو مدیریت و راهبری بنگاهها از اهمیت ویژه ای برخوردار است که به ابزارهای مناسب و کارا و اثربخش نیاز دارد. در حال حاضر با توجه به تحقیقات صورت گرفته در سطح جهان رویکرد مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک از جایگاه ویژه ای در سطح راهبری بنگاهها برخوردار است شرکت شاسی ساز ایران نیز به منظور استفاده از رویکردهای نوین مدیریتی در چندسال اخیر نسبت به ایجاد زیرساختهای مناسب در جهت حمایت از مدیریت استراتژیک اقدامات لازم را به عمل آورده است که یکی از گامهای مثبت در این زمینه را میتوان استقرار مدل تعالی سازمانی EFQM عنوان نمود که با پیاده سازی آن نسبت به تغییرات مناسب در فرایند برنامه ریزی استراتژیک اقدام شده است در این نوشته سعی داریم تا تغییرات و بهبود های صورت گرفته در برنامه ریزی استراتژیک پس از پیاده سازی مدل تعالی در سازمان آشنا شویم.

کلمات کلیدی:

تعالی، معیار کارت امتیاز دهی متوازن، ارزیابی، چشم انداز، نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدات، فرصتها، شایستگی کلیدی و مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/103077>

