

عنوان مقاله:

برنامه ریزی استراتژیک کاربردی راهبردهایی برای مدیریت کسب و کار و قابلیت های توسعه پایدار

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

معصومه ابوالقاسمی

خلاصه مقاله:

ما ارزش برنامه ریزی کسب و کار را برای کارآفرین در جایی که باید تصمیم بگیرد که آیا برنامه ریزی کند یا خیر اندازه گیری می کنیم و نتایج بحث مان را با مطالعات تجربی که عملکرد سازمان ها را بعد از ورود به بازار مقایسه می کند، می سنجیم. با کمک یک قالب کاری تئوریک تصمیم گیری رسمی نشان می دهیم که ارزش برنامه ریزی از امکان ارزیابی اقدامات متناوب و قدرتمند شدن (توانا شدن) برای بهبود استراتژی ناشی می شود. مدل کسب و کار چارچوبی برای خلق پول و ثروت است. این چارچوب نشان می دهد که یک بنگاه چه مجموعه فعالیت هایی را، چگونه و در چه زمانی می باید انجام دهد تا مشتریان از آنچه که از بنگاه انتظار دارند بهره مند شوند و بنگاه نیز به سود دست یابد. مدل کسب و کار مشخص میکند که یک شرکت چگونه میتواند پول یا منفعت به دست بیاورد و بدین منظور مشخص میکند، این شرکت در زنجیره ارزش در کجا قرار دارد. برخورداری از بصیرتی پویا نسبت به محیط و عکس العمل سریع به چالشهای موجود و در حال شکل گیری، می تواند بقای شرکتهای امروزی را برای دوره ای بلندمدت بیمه کند هدف از نگارش این مقاله بررسی برنامه ریزی بر مدیریت کسب و کار می باشد، روش مطالعه به صورت کتابخانه ای و توصیفی بوده و برنامه ریزی به عنوان بخشی از عملیات تجاری، فرایندی است که در یک فعالیت اقتصادی غیرقابل صرفنظر بوده و هرگز پایان نمی پذیرد. برنامه ریزی و تهیه طرح تجاری در مراحل اولیه هر فعالیت کارآفرینانه نوپا و هنگامی که کارآفرین قصد دارد طرح یک فعالیت اقتصادی مقدماتی را آماده نماید بسیار مهم است. همه اشخاصی که خواهان ورود به تجارت هستند، درست مانند تاجرین فعال، باید دارای طرح کسب و کار مکتوب باشند. داشتن برنامه کسب و کار، همچون نقشه راهنما بسیار ضروری است، چرا که همانقدر که نقشه راهنما ما را در راه رسیدن به مقصد یاری می کند، یک طرح کسب و کار مدون نیز راهنمایی است که با ارایه مدیریتی مناسب، به شناخت نقاط قوت و ضعف، اهداف معقول و نامعقول، تشخیص درست منابع برای رسیدن به اهداف و در نهایت مستند سازی آنها می پردازد. اما آنچه که باید همواره مدنظر داشت آن است که اگرچه نگارش یک طرح کسب و کار خوب می تواند میزان ریسک را کاهش دهد اما قادر به حذف کامل آن نخواهد بود.

کلمات کلیدی:

کسب و کار، توسعه پایدار، بازاریابی، برنامه ریزی استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1238812>

