

عنوان مقاله:

همسویی موقعیت، رفتار و ساختار استراتژیک برای مشاغل خدمات هوشمند در تولید

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

سمیرا لقمان استرکی - مربی دانشگاه علامه فیض کاشانی، گروه مدیریت، گرایش مدیریت کسب و کار، کاشان، ایران.

زهراسادات فاطمی نژاد - دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه علامه فیض کاشانی، کاشان، ایران.

خلاصه مقاله:

ایده های کسب و کار تولیدی جدید، ایده های جدیدی هستند که پتانسیل بالایی برای آینده دارند. صنعت تولید در حال حاضر تغییرات عمیقی را تجربه می کند که ناشی از دیجیتالی شدن و سرویس دهی است. در نتیجه، خدمات به اصطلاح هوشمند، که خدمات دیجیتالی هستند که از داده های محصول ارزش تولید می کنند، توجه قابل توجهی را به خود جلب می کنند. با این حال، بسیاری از شرکت ها با مدیریت استراتژیک خود، به ویژه از نظر موقعیت، رفتار و ساختار استراتژیک، درگیر هستند. در ادبیات، بحث در مورد چنین دیدگاه یکپارچه وجود ندارد. در این مقاله، ما یک مدل فرآیندی را معرفی می کنیم که امکان انتخاب شایستگی های استراتژیک کافی و ساختار مناسب برای کسب و کار خدمات هوشمند را فراهم می کند. بر این اساس، این مدل شرکتهای تولیدی را قادر می سازد تا موقعیت استراتژیک خود (یعنی محصولات و بازارهای شایستگی و ساختار خود را همسو کنند. شروع مشاغل تولیدی ایده ی بسیار خوبی است، اما برای موفقیت در این کارها، به تلاش فراوان، برنامه ریزی دقیق و سرمایه نیاز دارید. قبل از راه اندازی کارهای تولیدی مطمئن شوید که همه اقدامات لازم را انجام می دهید.

کلمات کلیدی:

دیجیتالی سازی خدمات هوشمند، سرویس دهی، سازمان، شایستگی ها، استراتژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1446028>

