

عنوان مقاله:

چابکی استراتژی، یک دارایی ناملموس

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

علی ابراهیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه یزد

سید محمود زنجیرچی - عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

در بازار رقابتی امروزه، نیازمندی به توسعه و بهبود انعطاف پذیری و نیز پاسخگویی سازمان وجود دارد. بسیاری از سازمانها و شرکت ها با رقابت فزاینده پایدار و نا مطمئنی روبه رو هستند که به واسطه نو آوری های تکنولوژیکی، تغییر محیط های بازاری و نیازهای در حال تغییر مشتریان، شدت یافته است. این وضعیت بحرانی موجب اصلاحات عمده ای در چشم انداز استراتژیک سازمان و اولویت های کسب و کاری، شده است. چابکی استراتژیک رویکردی است که نه فقط چابکی تولید را در این محیط رقابتی شامل می شود، بلکه مفهوم بسیار وسیع تری را در بر می گیرد. تحقیقات زیادی در حوزه ی چابکی به عنوان یک عامل موفقیت در سازمان ها در بازار رقابتی به عمل آمده است. اما اغلب آنها بر مفهوم چابکی تولید تمرکز داشته اند و تعداد کمی از مطالعات به بررسی عوامل تعیین کننده چابکی استراتژیک و اثر آن بر موفقیت سازمان پرداخته اند. لذا با وقوف به این امر در این مقاله به بیان تعریف ها، ویژگی ها و مضامین کلیدی چابکی استراتژیک پرداخته می شود. بنابراین پژوهش ابتدا اختلاف بین چابکی تولید و چابکی استراتژی را بیان، و در ادامه عوامل موثر بر چابکی استراتژیک را مورد بررسی قرار داده تا این کار مقدمه ای برای تلاش ها و پژوهش های اتی محققان و دست اندرکاران اجرایی باشد.

کلمات کلیدی:

چابکی تولید، چابکی استراتژی، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231704>

