

عنوان مقاله:

اهمیت مدیریت استراتژیک و کارآفرینی در بهبود عملکرد SME ها

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مینا کردی - دانشجوی مقطع کارشناسی مهندسی صنایع دانشگاه شمال آمل

جواد کردی - دانشجوی مقطع کارشناسی صنایع غذایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

یکی از راهکارهای مناسب برای رشد بنگاه در شرایط رقابتی، تشخیص و بهره‌برداری از فرصتهای کارآفرینانه جدید و ارزش‌آفرین است. بهره‌برداری از فرصتها ممکن است نیازمند راهاندازی کسب و کارهای جدید درون سازمانی باشد. ماهیت متفاوت مدیریت کسب و کارهای جدید و کسب و کارهای موجود بنگاه سبب میشود سازماندهی کسب و کارهای جدید درون بنگاه با چالشهایی همراه باشد. مدیریت استراتژیک فرایند ارزیابی شرک و محیط در جهت تحقق اهداف بلندمدت سازمان است. هنگامی که مأموریت سازمان مشخص می‌شود، استراتژی‌ها برای دنبال کردن آن مأموریت توسعه می‌یابند. سازمان باید به نحوی مدیریت استراتژیک را برای کنترل استراتژی توسعه دهد. کارآفرینی نیز به‌عنوان شناسایی و کشف فرصت‌هایی که قبلاً کشف نشده است، تعریف شده است. این تعریف بفرصت تمرکز دارد که یک مبنای خوبی برای تشریح روابط بین کارآفرینی و استراتژی است. کارآفرینی و مدیریت استراتژیک بر روش‌هایی متمرکز است که در آن کسب و کار تغییراتی را به وسیله کشف فرصت در محیط‌های نامطمئن که در آن فعالیت می‌کند، به وجود می‌آورد. ترکیب کارآفرینی و استراتژی منجر به عملکرد در سازمان‌ها می‌شود. در این مقاله بررسی شده که آیا استفاده از استراتژیهای کارآفرینی، رقابت مؤثرتری را ایجاد خواهد کرد یا خیر.

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، کارآفرینی، بنگاه‌های اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/278884>

