

عنوان مقاله:

رویکرد مدیریت استراتژیک در توسعه کارآفرینی سازمانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

رضا پیرایش - استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، ایران

شادی علینقی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین الملل، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

کارآفرینی و مدیریت استراتژیک مفاهیمی اقتصادی هستند که در توسعه شرکت ها موفقیت زیادی کسب نموده اند. از این رو در تحقیق حاضر به بررسی رویکرد مدیریت استراتژیک در توسعه کارآفرینی سازمانی می پردازیم. کارآفرینی، خلاقیت و کسب و کارهای مخاطره آمیز، سوخت موتور اقتصاد پیشرفته را فراهم می کنند. مدیریت استراتژیک فرآیند ارزیابی سازمان و محیط در جهت تحقق اهداف بلندمدت سازمان است. مدیریت استراتژیک، باعث بهبود در عملکرد کارآفرینی و توسعه مولفه های آن یعنی پیشگامی، رقابت پذیری و خلاقیت در سازمان می گردد. کارآفرینی مانند مدیریت استراتژیک بر فرصت ها متمرکز است که نشانگر رابطه تنگاتنگ و تأثیر پذیری آنها از همدیگر است و مبنای خوبی برای تشریح روابط آن ها است. همچنین در کسب و کار، تغییراتی را به وسیله کشف فرصت در محیط های نامطمئن که در آن فعالیت می کند، به وجود می آورند. بنابراین اثربخشی مدیریت استراتژیک در توسعه کارآفرینی سازمانی، در گرو موفقیت افراد سازمانی می باشد و توجه هرچه بیشتر به این سرمایه های انسانی تضمین کننده ی رشد و پیشرفت سازمان ها خواهد بود در این تحقیق، در نهایت براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهایی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/362169>

