

گرایش استراتژیک و نقش آن در بهبود مؤلفه‌های کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط

باقر باقریان کاسگری^۱، یداله باقریان^۲

^۱ استادیار دانشگاه پیام نور، مرکز ساری، ایران

^۲ دانشجوی رشته مدیریت کسب‌وکار، گرایش استراتژی، دانشگاه پیام نور مرکز بابل، ایران

چکیده

از مهم‌ترین عوامل تقویت و گسترش نوآوری و کارآفرینی، وجود ساختار و برنامه استراتژی منظم در سازمان‌ها می‌باشد. به دلیل پیچیدگی و پیشرفت روزافزون فناوری و تکنولوژی، افزایش رقابت و وجود عوامل تهدیدکننده محیطی، تلفیقی از مدیریت استراتژیک و کارآفرینی می‌تواند مؤسسات کوچک و متوسط را در همگامی با فناوری‌ها و به‌روز شدن همچنین اجتناب از عوامل تهدیدکننده محیطی و بهره‌مندی از نقاط قوت داخلی جهت پیش برد مؤلفه‌های کارآفرینی یاری رساند. هدف این مقاله، تلفیق مدیریت استراتژیک و کارآفرینی جهت ارائه برنامه‌های مدون و منظم جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار می‌باشد. همچنین این مقاله که بر اساس مبانی نظری تحقیق گردآوری شده، سعی دارد که مؤلفه‌ها و ویژگی‌های سازمان‌های کوچک و متوسط و تأثیرات مثبت تصمیمات استراتژیک بر آن‌ها را خاطر نشان سازد و درک درستی از واقعیت کارآفرینی و پیرو آن رهبری کارآفرینانه و به‌کارگیری خلاقیت و مدیریت صحیح منابع به‌عنوان ابعاد مهم کارآفرینی استراتژیک را داشته باشد و بتواند به هدف اصلی خود یعنی رونق کسب‌وکار و ایجاد ارزش برای مشتریان دست یابد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی استراتژیک، سازمان‌های کوچک و متوسط، مدیریت استراتژیک، رهبری کارآفرینانه.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۴۷-۶۱