

عنوان مقاله:

تأثیر مزیت رقابتی بر کارایی و عملکرد بنگاه های اقتصادی و تولیدی (مورد مطالعه: شرکت های نوپا پارک علم و فناوری شیراز)

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

امین اسکندری - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی آیدانا، شیراز، ایران

علیرضا حمزوی - دانشجوی کارشناسی مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی آیدانا، شیراز، ایران

محمدامیر بیات - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی آیدانا، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

در یک بازار رقابتی سازمانی ماندگار خواهد بود، که نیازهای مشتری را بهتر از رقیب تأمین کند. یک سازمان باید مرز فعالیت خود را در بازار تعیین کند، مشتریان خود را انتخاب کند و ارزشی را که می خواهد در قالب کالا و خدمات برای آنها بیافریند مشخص سازد؛ چابکی یا به عبارتی توانایی واحد در پاسخگویی و تطبیق سریع با تغییرات پیش بینی نشده در محیط کسب و کار، باعث کسب مزیت رقابتی در بازار می شود. جامعه آماری این پژوهش دربرگیرنده کارمندان شرکت های نوپا حاضر در پارک علم و فناوری شیراز است. حجم نمونه از طریق جدول مورگان 35 نفر در نظر گرفته شده است. شیوه نمونه گیری به صورت تصادفی میباشد. با توجه به جواب تحلیل های آماری به این نتیجه رسیدیم که تمام شرکت های نوپا باید تمرکز بسزایی را بر نوآوری داشته باشند. این نوآوری ها می تواند در روند فرآیند تولید یا تغییر روش تولید به کل باشد؛ عموماً با تغییرات و نوآوری یکی از بزرگترین مفاهیم های کارایی خواهیم رسید که هدف آن کم کردن مصرف منابع اولیه در دسترس می باشد.

کلمات کلیدی:

چابکی، کارایی، مزیت رقابتی، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1117907>

