

عنوان مقاله:

تدوین برنامه استراتژیک برای شرکت تهیه و توزیع قطعات و لوازم یدکی ایران خودرو-ایساکو

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

بهمن حسنی ابهریان - کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد

محمود رضائی زاده - استادیار، دکتر مدیریت رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

با توجه به محیط پیچیده امروزی سازمانها نیازمند تدوین استراتژی برای حفظ جایگاه خود در بازارهای رقابتی هستند. عدم وجود چنین برنامه‌هایی میتواند باعث افزایش بحرانهای پیش بینی نشده برای شرکتها شود. هدف اصلی پژوهش حاضر، تدوین استراتژی در 5 حوزه منابع انسانی، بازاریابی و فروش، خدمات پس از فروش، مالی و بازرگانی (خرید) برای شرکت تهیه و توزیع قطعات و لوازم یدکی ایران خودرو (ایساکو) میباشد. روش پژوهش در تحقیق حاضر توصیفی-پیمایشی و از نوع هدف کاربردی میباشد. جامعه آماری این پژوهش، خبرگان شرکت تهیه و توزیع قطعات و لوازم یدکی ایران خودرو (ایساکو) بوده است. حجم این افراد در این پژوهش برابر با 100 نفر بود که از تمام آنها برای انجام تحقیق استفاده شده است. در واقع روش نمونه گیری در پژوهش حاضر به دلیل کوچک بودن حجم نمونه، سرشماری میباشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، از پرسشنامه و نرم افزار Excel و برای پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. سپس با استفاده از ماتریس داخلی و خارجی (IE)، ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE) و تشکیل ماتریس SWOT نتایج حاصل از این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت که منجر به معرفی استراتژی‌های مناسب در حوزه های مالی، منابع انسانی، بازرگانی (خرید)، فروش و بازاریابی و خدمات پس از فروش گردید و استراتژی‌های توسعه محصول و خدمات، رسوخ در بازار، توسعه بازار و تنوع همگون را پیشنهاد نمود.

کلمات کلیدی:

برنامه استراتژیک، SWOT، ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک، حوزه های عملیات سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409317>

