

عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل بهینه کاوی در شرکت های سرمایه گذاری و انتخاب الگوی بهینه کاوی در شرکت سرمایه گذاری سایپا

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

علیرضا روستا - گروه مدیریت، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

پریسا سید ابوالحسن - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه یکی از مهمترین روش ها برای حصول موفقیت در آینده بنچ مارکینگ یا بهینه کاوی است که اگر بطور صحیح صورت پذیرد می تواند رشد و توسعه بهینه سازمان ها را در پی داشته باشد. هدف از انجام این تحقیق بکارگیری روش نوین بهینه کاوی در زمینه ارائه اطلاعات مدیریتی در حوزه شرکت های سرمایه گذاری و بررسی عملکرد و ارزیابی شرکت های سرمایه گذاری داخلی و مقایسه با شرکت سرمایه گذاری سایپا است. در این تحقیق از روش بهینه کاوی خارجی - رقابتی - استراتژیک استفاده شده است سوال اصلی تحقیق این است که معیارهای اصلی موفقیت در شرکت های سرمایه گذاری بر اساس معیارهای بنچ مارکینگ کدامند با توجه به بررسی انواع مختلف مدل های بنچ مارکینگ در این تحقیق از مدل های بهبود تطبیقی سال های اخیر مدل بهبود تطبیقی باز/ماس و فیلیک 2001 استفاده شده است و همچنین این مدل منطبق با مدل بنچ مارکینگ لما و پرایس 1995 از نوع بهبود تطبیقی خارجی - رقابتی می باشد. در مرحله برنامه ریزی به منظور انتخاب عوامل اصلی موفقیت CSF ها از مدل نمودار عنکبوتی 1 استفاده شد. بر این اساس در این تحقیق 4 محور (CSF) مشخص گردید بعد از تعیین و رتبه بندی فاکتورهای کلیدی موفقیت CSF ها که معمولا بین (3-6) فاکتور می باشد (در این تحقیق 4 فاکتور مشخص شده است) و بر اساس اهمیت، گام بعدی تعیین این مطلب است که کدام فرآیندها بر روی CSF ها تاثیر می گذارند. با استفاده از جدول تلافی افکار 1 یک جلسه در شرکت سرمایه گذاری سایپا (با حضور مدیران و کارشناسان سرمایه گذاری و بازار سرمایه) برگزار و فرآیندهای اصلی مشخص شدند.

کلمات کلیدی:

بهینه کاوی، عوامل کلیدی موفقیت 3، نمودار عنکبوتی، شرکت های سرمایه گذاری، خالص ثروت صاحبان سهام 4، میانگین درصد رشد ثروت صاحبان سهام، تلافی افکار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1022655>

