

عنوان مقاله:

تبیین استراتژی های تولیدی - مطالعه موردی در صنعت خودروسازی

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت صنعتی، دوره 2، شماره 1 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

اکبر عالم تبریز - استاد، دانشگاه شهید بهشتی.

محمد باقرزاده آذر - دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران.

خلاصه مقاله:

دگرگونی های محیط سازمان ها پدیده ای است که همواره بر عملکرد آن ها تاثیر عمیقی می گذارد و آن هایی می توانند از این دریای پرتلاطم به مقصد برسند که با اتخاذ تدابیر مقتضی امواج خروشان را تحمل نموده و با استفاده موثر و کارآمد از منابع خود مزیت رقابتی کسب نمایند. یکی از ابزارهای موثر برای انجام این مهم تدوین یک استراتژی مدون و منسجم می باشد. استراتژی، برنامه ای برای حرکت سازمان از وضعیت جاری به وضعیت مطلوب می باشد. تعیین بهترین استراتژی تولید به علت انتخاب های گسترده و محدودیت هایی که سازمان با آن مواجه می شود آسان نیست. چهارچوب های متعددی برای تدوین استراتژی سازمان از سوی محققین پیشنهاد شده است. باتوجه به این که سیستم تولیدی می بایستی منعکس کننده استراتژی تولیدی شرکت و اولویت های رقابتی منتخب آن باشد، ارائه ابزارهایی برای ارزیابی هم گرایی بین استراتژی تولید و سیستم تولید می تواند از جایگاه رقابتی شرکت ها حمایت به عمل آورد. یکی از مدل های مناسب جهت مخاطب قرار دادن این موضوع با رویکرد صنعتی، کاربرد استراتژی میلتنبرگ می باشد. در این مقاله، تحقیقی تجربی با نگرش مطالعه موردی در یکی از شرکت های تامین کننده شرکت ایران خودرو جهت تدوین استراتژی تولیدی انجام یافته است. جهت اعتبار تحقیق و جلوگیری از پیش داوری ها در تعیین سطوح تولیدی از چک لیست استفاده و همچنین جهت رتبه بندی استراتژی ها از رویکرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

سیستم تولیدی، خروجی های تولیدی (استراتژی ها)، عوامل تولیدی (اهرم ها)، چک لیست، فرایند تحلیل سلسله مراتبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1304328>

