

عنوان مقاله:

تدوین و ارزیابی راهبرد با رویکرد ترکیبی SWOT و ANP فازی مطالعه موردی صنعت خدمات ارتباطات

محل انتشار:

فصلنامه بهبود مدیریت، دوره 7، شماره 4 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

مسعود کسائی - استادیار گروه مدیریت صنعت و فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

مجید عادل - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

علیرضا احمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

تحلیل SWOT، یکی از مهم ترین ابزارهای تصمیم گیران در فرآیند مدیریت راهبردی است. این ابزار، مدیران را قادر به کشف و شناسایی عوامل داخلی و خارجی موثر بر راهبرد سازمان می کند. در نتیجه، این تحلیل ابزار خوبی برای تدوین راهبرد است. تحلیل SWOT دارای کاستی هایی نیز هست. این تحلیل توانایی ارزیابی وابستگی های موجود در بین عوامل شناسایی شده را ندارد و تنها فهرستی از عوامل و راهبرد ها را به صورت کیفی بیان می کند. محققین روش های گوناگونی را برای کمی کردن SWOT توسعه داده اند اما این روش ها جامع نبوده و کمبودهایی دارند. در این تحقیق، یک تکنیک فازی برای وزن دهی کمی راهبرد های SWOT تدوین و توسعه داده است. با این روش، ابهام موجود در نظرات تصمیم گیران در الگو در نظر گرفته می شود. برای در نظر گرفتن وابستگی میان عوامل و وابستگی های درونی عوامل، از تکنیک ANP فازی استفاده شد زیرا این تکنیک وابستگی های درونی عوامل را نیز در نظر می گیرد، در حالی که تکنیک های رایج فعلی از جمله AHP عوامل را مستقل در نظر می گیرند. نتایج حاصل از تکنیک ارایه شده به دلیل در نظر گرفتن ابهام نظرات تصمیم گیران و روابط درونی عوامل، دقیق تر و واقعی تر از سایر روش های رایج است. نهایتاً الگوی ارایه شده با یک مطالعه موردی در صنعت خدمات ارتباطی مورد آزمون قرار گرفت و راهبرد های برتر استخراج و رتبه بندی شدند.

کلمات کلیدی:

SWOT، روش تحلیل شبکه فازی، صنعت ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1470184>

