

عنوان مقاله:

فرایند شناسایی، اولویت بندی و انتخاب استراتژی تکنولوژی با استفاده از تکنیک های MADM فازی (مورد کاوی : شرکت قطعه سازی خودرو)

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

ابوالفضل صادقیان - دانشجوی دکتری مدیریت عملیات، دانشگاه علامه طباطبائی، مسئول نظارت بر امور مدیریت مهندسی قالب پرس بدنه ایران خودرو

حبیب کراری - دانشجوی دکتری مدیریت عملیات، دانشگاه تهران، مسئول مهندسی کیفیت، شرکت ایران خودرو

خلاصه مقاله:

امروزه تکنولوژی نقش کلیدی در رقابت پذیری سازمان ها ایفا می کند، بنابراین می باید مبتنی بر یک نگاه استراتژیک مدیریت شود. اولین و مهم ترین گام در مدیریت استراتژیک تکنولوژی، تدوین یک برنامه راهبردی است که اولویت های سرمایه گذاریدر حوزه تکنولوژی را بر افق بلند مدت مشخص کند. از سوی دیگر تکنولوژی ابعاد جدیدی را به تفکر استراتژیک در کسب و کار اضافه نموده است بگونه ای که سازمان هایی که از استراتژی کسب و کار مشخصی بهره می برند، در تلاش هستند تا استراتژی تکنولوژی معینی را نیز در سازمان خود پیاده سازی نمایند. این استراتژی به سازمان ها در انتخاب مناسب تکنولوژی و بهره گیری اثر بخش از آن کمک می نماید. مدیریت تکنولوژی زمانی موفق خواهد بود که میان استراتژی کسب و کار و استراتژی تکنولوژی ارتباطی مناسب برقرار شد. در این مقاله ابتدا مروری بر مفاهیم استراتژی و استراتژی تکنولوژی خواهیم داشت و در ادامه ضمن بکارگیری روش SWOT در شناسایی و انتخاب استراتژی تکنولوژی و استفاده از تکنیک های تصمیم گیری چند معیاره فازی MADM روش وزن دهی تجمعی ساده فازی در یک شرکت قطعه سازی خودرو اقدام به اولویت بندی استراتژی های شناسایی شده و انتخاب مناسب ترین استراتژی تکنولوژی گردید.

کلمات کلیدی:

استراتژی تکنولوژی، MADM، فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/597405>

