

عنوان مقاله:

تبیین چارچوب استراتژی های مطلوب در بنگاه های ارایه خدمات پس از فروش با استفاده از روش تجزیه و تحلیل SWOT (مطالعه موردی: شرکت سایپا یدک)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مطالعات نوین مدیریت در ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

بهزاد غفرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار، گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی مهرالبرز

علیرضا جهانی - استادیار، موسسه آموزش عالی مهرالبرز

سوگل ربیعی ساوجی - کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، گرایش مدیریت سیستم های اطلاعاتی، موسسه آموزش عالی مهرالبرز

خلاصه مقاله:

امروزه مهمترین دغدغه اکثر سازمان ها، تدوین و پیاده سازی استراتژی هایی است که موفقیت و بقای آنها را در شرایط متحول و پیچیده محیطی تضمین کند. با توجه به تغییرات محیطی زیاد که در زمان حال شتاب بیشتری به خود گرفته است، لزوم بکارگیری برنامه ای جامع برای مواجهه با مسایل مرتبط با این تغییرات، جهت جذب سهم بیشتر بازار برای سازمان ها ملموس تر شده است. این برنامه جامع، چیزی جز برنامه ریزی استراتژیک و تعیین استراتژی های مطلوب در هر یک از این زمینه ها نیست. از این رو، این پژوهش با هدف تبیین چارچوب استراتژی های مطلوب و برنامه ریزی استراتژیک به صورت خاص در بنگاه های ارایه خدمات پس از فروش شرکت سایپا ارایه شده است. پژوهش حاضر از نظیر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی پیمایشی و یک تحقیق میدانی محسوب می شود. براساس نتایج بدست آمده از این روش، متغیر سیاسی با 46 درصد دارای بالاترین اهمیت و متغیر محیطی با 2 درود دارای کمترین اهمیت در بین متغیرهای کلان محیطی می باشد. از بین عوامل نیروهای رقابتی عامل رقبا دارای بیشترین ضریب اهمیت و عامل قطعات و محصولات جایگزین دارای کمترین اهمیت می باشند. با توجه به ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی جایگاه سایپا یدک در حال حاضر در خانه شماره 1 ماتریس SWOT (استراتژی تهاجمی) برآورد شده لذا مطلوب ترین استراتژی، استراتژی تهاجمی تعیین گردیده است.

کلمات کلیدی:

استراتژی، برنامه استراتژیک، عوامل داوولی، عوامل وارچی، ماتریس SWOT

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/690757>

