

عنوان مقاله:

طراحی نقشه راهبردی شرکت های تولیدکننده تجهیزات ورزشی و رتبه بندی اهداف راهبردی با استفاده از روش اولویت بندی فازی (مطالعه موردی: شرکت کراس)

محل انتشار:

دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره 10، شماره 51 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

محمد رضا فتحی - استادیار مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم

علی صابری - استادیار مدیریت ورزشی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم

امیرحسین بهروز - مربی، گروه مدیریت دانشگاه پیام نور خراسان رضوی، مشهد

خلاصه مقاله:

نقشه راهبردی ابزاری است که میان راهبرد موردنظر سازمان و فرایندها و سیستم هایی که به پیاده سازی راهبرد کمک می کنند، ارتباط برقرار می کند. این ابزار به کارکنان سازمان نگاه مستقیم و روشنی می دهد تا بدانند چگونه فعالیت هایشان به اهداف جامع سازمان متصل شود و آن ها را درجهت انجام هرچه بهتر اقداماتشان هماهنگ می کند. این پژوهش با استفاده از روابط علت و معلولی میان اهداف راهبردی در سطوح مختلف، به طراحی و ترسیم نقشه راهبردی در شرکت تولیدکننده لوازم و تجهیزات ورزشی کراس پرداخته است. در این پژوهش، ابتدا به بررسی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها، تهدیدها و مضامین راهبردی و همچنین، میزان پوشش یافتن نقاط سوات توسط مضامین راهبردی پرداخته شده است. سپس، میزان تاثیر اهداف هر سطح بر اهداف هم سطح خود و میزان تاثیر اهداف هر سطح بر اهداف سطح بالاتر به دست آمده است. در نهایت، نقشه راهبردی برای شرکت کراس ترسیم شده است. در ادامه پژوهش، برای اولویت بندی اهداف راهبردی از روش اولویت بندی فازی استفاده شده است. نتایج نشان داد که از بین اهداف منظر مالی، افزایش سودآوری بالاترین اولویت را دارد و پس از آن، اهداف افزایش فروش و کاهش بهای تمام شده قرار دارند.

کلمات کلیدی:

نقشه راهبردی، منطق فازی، روش اولویت بندی فازی، کارت امتیازی متوازن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/896120>

