

ایران استراتژیست

www.iranstrategist.com



金

اجرای تصمیم استراتژیک در یک بازار در حال ظهور

استاد: دکتر شهرام خلیل نژاد
گردآورنده: فاطمه فرخی زاده

طراحی پاورپوینت
مهديه ابوالقاسمی

مقدمه

Introduction

- ❖ بخش عمده ای از تحقیقات اجرای استراتژیک در کشورهای توسعه یافته انجام شده است و مطالعاتی در مورد پیاده سازی استراتژیک در بازارهای نوظهور صورت نگرفته است. با این حال، سوال این است که آیا بافت عملیاتی بازار در حال ظهور واقعا تفاوت می کند؟
- ❖ امروزه توجه سازمان ها برای اجرای استراتژی بیشتر بر روی عوامل زمینه ای و داخلی سازمان است و توجه خود را معطوف به محدوده ی سطح شرکت میکنند، اما واقعیت آن است که عوامل زمینه ای در هر سازمانی ممکن است که در طول زمان تغییر کند و در نهایت اثربخشی استراتژی سازمان را تحت تاثیر قرار دهد.
- ❖ استفاده از نتایج موفق اجرای استراتژیک در یک کشور توسعه یافته، ممکن است نتایج مطلوبی را در سازمانی که در یک کشور در حال توسعه قرار دارد، نداشته باشد.
- ❖ این تحقیق بر روی بازارهای نوظهور اردن انجام شده است که این کشور با توجه به اندازه و منابع مالی آن، به طور بالقوه در برابر شوک های خارجی آسیب پذیر است.
- ❖ فرض بر این است که استراتژی در وسیع ترین مفهوم آن مبتنی بر عناصر روش، محتوا و شرایط میباشد. عنصر زمینه ای یا شرایط به محیط اطراف اشاره دارد که به عنوان کاتالیزور برای یک استراتژی عمل می کند، عنصر محتوا مربوط به ماهیت استراتژی یا تصمیم استراتژیک است که سازمان در نظر دارد آن را اجرا کند و عنصر روش مربوط به نحوه ی اجرای استراتژی انتخاب شده، است. که این رویکرد نیز به طور مفهومی به کار گرفته شده است.

اهداف تحقيق

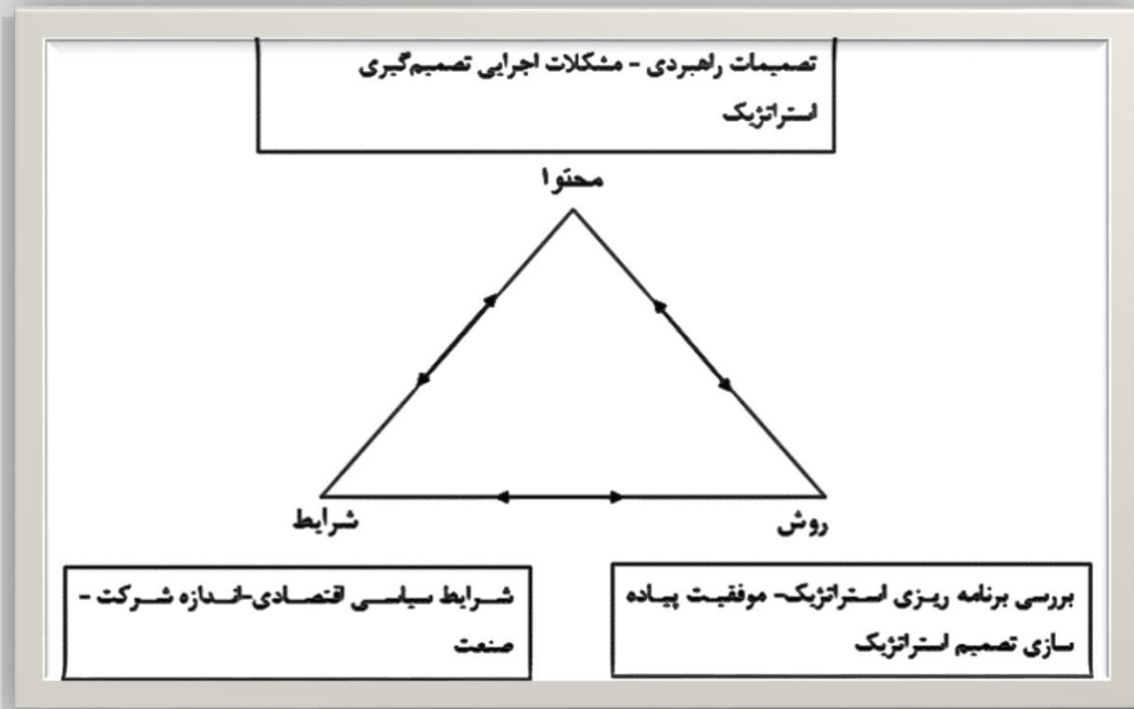
purpose  se

❖ هدف اصلی این مقاله در واقع پی بردن به میزان تاثیر نهادهای سیاسی و اقتصادی بر اجرای تصمیم استراتژیک در بازار نوظهور اردن و به منظور اکتشاف مشکلات اجرای استراتژی در شرکت هایی که در بازارهای نوظهور خاورمیانه با آنها مواجه هستند، انجام شده است.

❖ شرکت های اردنی تلاش های قابل توجهی برای تدوین تصمیمات استراتژیک خود انجام می دهند. با این حال، آن ها و دیگر مطالعات استراتژیک در بازارهای در حال ظهور، هنگامی که این شرکت ها سعی در اجرای آن ها می کنند، مورد بررسی قرار نگرفته است.

❖ شرایط، محتوا و روش می تواند برای ارائه یک چارچوب برای تحلیل تجربی اجرای تصمیم های استراتژیک در اردن استفاده شود.

پیاده سازی
تصمیم
استراتژیک
در اردن:
شرایط،
محتوا و روش



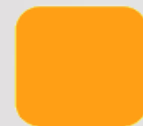
اهداف فرعی تحقیق

SUB GOALS

- ❖ شناسایی انواع تصمیمات استراتژیک شرکت‌های اردنی.
- ❖ شناسایی رایج‌ترین مشکلات پیاده‌سازی استراتژی در شرکت‌های اردنی.
- ❖ بررسی ارتباط بین مسائل پیاده‌سازی تصمیمات راهبردی و اندازه شرکت و نوع صنعت در اردن.
- ❖ بررسی رابطه بین مسائل اجرای تصمیمات راهبردی و موفقیت در شرکت‌های اردنی.

روش انجام پژوهش

method



جامعه ی تحقیق: جامعه ی تحقیق تمام شرکت های صنعتی در اردن که در بورس اوراق بهادار عمان ثبت شده اند.

پاسخ دهندگان: ۸۰ پرسش نامه به مدیران کل شرکت ها داده شد. چرا که مدیران کل مناسب ترین افراد جهت پاسخ به پرسش های استراتژیکی هستند.

پاسخ دهندگان بر اساس جنسیت، سن، مدرک دانشگاهی، تجربه کاری مشخص شده اند.

معیارها

METRICS

- ❖ پرسشنامه ها شامل ۳۴ سوال بود که به ۴ بخش تقسیم شده بودند.
- ❖ اولین مجموعه سوالات مربوط به تصمیم استراتژیک که اخیرا توسط هر شرکت اجرا شده است. (مانند: تولید محصول جدید، ایجاد کارخانه جدید و....)
- ❖ مجموعه ی دوم پرسش ها شامل ۱۵ مسئله ی پیاده سازی استراتژیک است که پاسخ دهندگان باید بر اساس رتبه بندی از نبود مشکل تا وجود مشکل جدی آن ها را علامت گذاری میکردند.
- ❖ مجموعه ی سوم سوالات مربوط به میزان موفقیت در اجرای استراتژی بود که از پاسخ دهندگان
- ❖ در درجه بندی مقیاسی از موفقیت کم تا موفقیت بالا خواسته شده بود تا برای ارزیابی کلی موفقیت اجرای استراتژیک شرکت کنند.
- ❖ مجموعه ی چهارم سوالات شامل ۱۰ مورد مربوط به قالب بندی برنامه ریزی استراتژیک اتخاذ شده توسط شرکت است.

یافته ها

RESULTS

- ❖ انواع تصمیمات استراتژیک که اخیرا توسط شرکت‌های صنعتی اردن اجرا شده‌اند (در هر شرکت) در جداول مربوطه نشان داده شده است که گسترش عملیات برای ورود به بازار جدید رایج‌ترین نوع تصمیم‌گیری است، پس از آن معرفی یک محصول جدید و سپس حذف محصول و یا خروج از بازار.
- ❖ مشکلات موجود برای اجرای استراتژی در شرکت‌های اردنی مشخص شده‌اند که شایع‌ترین آنها مشکل سیستم‌های اطلاعاتی نامناسب برای کنترل فعالیت‌ها، سپس تمرکز بیش از اندازه برای عملی کردن استراتژی و بعد نبود هماهنگی برای اجرا بوده است.
- ❖ از همبستگی اسپیرمن برای ارزیابی روابط بین تجربیات شرکت و هر ۱۵ مشکل مربوط به اجرای تصمیمات استراتژیک استفاده شد. که این تحقیق توانست که وجود و یا عدم وجود ارتباط بین تجربیات شرکت و رفع مشکلات اجرای استراتژیک را مشخص کند.
- ❖ از تجزیه و تحلیل واریانس (ANOVA) برای تعیین اینکه آیا اختلاف معنی‌داری بین پنج نوع صنعت مورد بررسی (معدن، مواد غذا، دارویی و پزشکی، محصولات شیمیایی، مبلمان چوبی و فلزی) با مشکلات مربوط به اجرای تصمیمات استراتژیک وجود دارد یا خیر. (برای مثال مشخص شد که در تمام صنایع مورد بررسی توانایی ناکافی کارکنان منجر به ایجاد مشکل در راستای اجرای استراتژی میشود.)

❖ از آزمون ۱ برای هر مشکل به منظور بررسی اختلاف آماری معنادار نسبت به میزان سطح موفقیت در اجرا و وجود مشکلات اجرای استراتژی استفاده شد. (برای ۱۱ مشکلی که آزمون ۱ معنی دار داشتند، گروهی که در اجرا موفق بودند مشکلات اجرایی را کمتر از گروه کم موفقیت تجربه کردند.)

❖ از همبستگی اسپیرمن برای ارزیابی روابط میان مشکلات اجرای تصمیم استراتژیک و درجه بندی فرایند برنامه ریزی استراتژیک استفاده شد. این تست برای هر یک از پانزده مشکل انجام شد. نتایج در جدول نشان دهنده آن است که برای ۹ مشکل همبستگی آماری وجود دارد و برای شش مشکل دیگر همبستگی آماری وجود ندارد. بنابراین، برنامه ریزی استراتژیک رسمی به شرکت ها کمک کرد تا اکثریت از مشکلات اجرای راهبرد آگاه و آنها را در زمان تصمیم گیری حل کنند. پس نتایج نشان میدهد که برنامه ریزی رسمی میتواند شرکت ها را قادر سازد تا با اطمینان بیشتری نسبت به مشکلات احتمالی پاسخگو باشند.

توجہات

NOTICE!

- ❖ این تحقیق اولین مطالعه‌ی مربوط به مشکلات اجرای تصمیمات استراتژیک در شرکت‌های اردن و یکی از نخستین آن‌ها در هر بازار نوظهور است.
- ❖ شرکت‌هایی که در بازار در حال ظهور اردن و شرکت‌های در کشورهای در حال توسعه هستند، مشکلات اجرای راهبرد مشابه را تجربه می‌کنند و پیاده‌سازی تصمیمات استراتژیک به دنبال تصمیم‌گیری استراتژیک است و بنابراین به طور بالقوه تحت تاثیر محدودیت‌های سازمانی قرار می‌گیرند که در اکثر شرکت‌های موجود در کشورهای در حال توسعه شرایط مشابهی حاکم است.
- ❖ موفقیت شرکت‌ها در بازار در حال ظهور اردن با فراوانی و گستردگی تجربیات سازمان‌ها در مورد مشکلات اجرای استراتژی مرتبط است.
- ❖ نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی استراتژیک رسمی به شرکت‌های اردن کمک می‌کند تا به طور موثرتر با مشکلات احتمالی مقابله کنند.
- ❖ این مطالعه شواهد جدیدی در مورد ماهیت رابطه برنامه‌ریزی استراتژیک و اجرای تصمیمات استراتژیک در یک بازار نوظهور کشورهای عربی / خاورمیانه را فراهم می‌کند.

THANKS!

Any questions?

You can find us at

www.iranstrategist.com

 [@iranstrategist](https://twitter.com/iranstrategist)

ایران استراتژیست

