

بهبود عملکرد شرکت های نوپا با استراتژی اقیانوس آبی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی در تحقیقی به شناسایی و اولویت بندی عوامل تاثیر گذار استراتژی اقیانوس آبی در بهبود عملکرد شرکت های نوبنیاد(نوپا) پرداخته است.

به گزارش گروه علم و فناوری ایسکانیوز، کارشناس ارشد مدیریت اجرایی؛ علی احمدخان بیگی؛ در تحقیقی به شناسایی و اولویت بندی عوامل تاثیر گذار استراتژی اقیانوس آبی در بهبود عملکرد شرکت های نوبنیاد(نوپا) پرداخته است. در این تحقیق شرایط مدیریت بحرانی تصویر شده است و راهکارهای تکراری و از پیش نوشته شده ی مدیریتی، حتی راهکارهای درستی که هنوز در کسب و کارهای ایرانی به کار گرفته نشده است، به طور کامل کارساز نبوده و نجات دهنده کسب و کارهای بعضا متزلزل موجود در کشور نیست. محقق عنوان می کند که دیگر زمان حمایت های دولتی، بهره گیری از ذخیره ارزی، انرژی ارزان قیمت، رانت های مختلف و... در حال پایان یافتن است و ناخواسته بحث رقابت آن هم نه فقط با رقبای ایرانی، بلکه با رقبای جهانی، در تمامی عرصه های صنعت و خدمات، هر روزه در کشورمان جدی و جدی تر می شود.

لذا در جهان کنونی که به دوره اقتصاد مبتنی بر دانش نام گرفته است، سازمان هانیاز دارند تا به موضوعاتی فراتر از رقابت کردن بیاورند. سازمان ها هم اکنون برای تصرف فرصت های رشد و سودآوری جدید باید اقیانوس های آبی خلق کنند. بنابراین در این تحقیق به شناسایی و اولویت بندی عوامل تاثیر گذار استراتژی اقیانوس آبی در بهبود عملکرد شرکت های نوبنیاد(نوپا) (مطالعه موردی: شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران) پرداخته شده است.

این تحقیق از نوع هدف کاربردی و از لحاظ روش انجام توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق مدیران شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران می باشند که با توجه به جدول مورگان تعداد ۱۰۸ نفر از آنها با روش نمونه گیری تصادفی در دسترس به عنوان حجم نمونه این تحقیق انتخاب و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. نتایج نشان می دهد که متغیر های نوسازی مرزهای بازار، ایجاد تصویر کلان از بازار، فراتر رفتن از تقاضای فعلی بازار و رعایت توالی استراتژیک در اجرای استراتژی اقیانوس آبی بر عملکرد شرکت های نوپا مسفر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد. بیشترین مولفه های موثر در اجرای استراتژی اقیانوس آبی، به ترتیب نوسازی مرزهای بازار و ایجاد تصویر کلان از بازار و رعایت توالی استراتژیک و فراتر رفتن از تقاضای فعلی بازار می باشد.

راهکارهای منتج از این تحقیق برای شرکت های نوپا به ترتیب عوامل اصلی استراتژی اقیانوس آبی به قرار ذیل است:

نوسازی مرزهای بازار:

مشاورین شرکت یک تعریف جامع از صنعت به شیوه های مشابه سایرین انجام دهند به شکلی که بر تعیین مرزهای شرکت در داخل تمرکز کرده باشند. تمرکز مدیران شرکت بر گروه مشتریان یکسان شکستن قواعدبازی و ساختارهای کهنه و بازنویسی مجدد قواعد جدید و ایجاد ساختارهای نو.

ایجاد تصویر کلان:

تشکیل یک تیم تحقیقاتی در شرکت جهت شناخت صنایعی دیگر که به تولید محصولات و خدمات جایگزین در بازار مشغول هستند. شناخت زنجیره مشتریان، دسته بندی مشتریان شرکت، ترسیم نقشه وضعیت استراتژی شرکت در یک نگاه فراتر رفتن از تقاضای فعلی بازار، بررسی رفتار خریداران در هنگام گزینش یک محصول یا خدمت شناخت خصیصه های کارکردی یا احساسی خریداران بخش بندی بازار و در نتیجه سفارشی سازی محصولات و خدمات رعایت توالی استراتژیک شناخت و مقایسه گروه های استراتژیک مربوط به شرکت های موجود در داخل یک صنعت استفاده توامان از استراتژی رهبری هزینه و تمایز.

انتهای پیام/