

عنوان مقاله:

طرح ریزی و جاری سازی استراتژیک تضمین آینده سازمان

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مدیران کیفیت (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسنده:

مهندس یزدان پناه - مشاور مدیریت استراتژیک در سازمان های فنی - مهندسی

خلاصه مقاله:

عمومی ترین پرسش فعالان عرصه تولید کالا یا ارائه خدمات و حتی مؤسسات غیرانتفاعی، جایگاه آنان در آینده است. بی تردید پشت این پرسش، دلو آپسی های عمیقی در مورد توان رقابت، رشد، سود، سهم بازار و... حتی بقا است. اگر بخواهیم بی پروا تر سخن بگوییم، بودن یا نبودن مسئله این است. بازارهایی که دوران پس از جنگ یا انقلاب را می گذرانند عموماً بازارهای بسیار مطیع، قانع و تشنه ای هستند. هر چند برای تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات بسیار دلپذیر و لذت بخش است که در چنین بازارهایی فعالیت کنند، ولی واقعیت این است که این دوران شیرین عمری بس کوتاه دارد و به سرعت جای خود را به تلخی بسیار دردناکی می دهد. تلخی پس از طی شدن دوران خوش بازار سهل پذیر، زمانی آغاز می شود که رقبای آنان در بازارهای سخت گیر تری آب دیده شده اند و اکنون با آمادگی کامل بازار شاداب و تشنه کیفیت، تنوع، قابلیت اعتماد، نوآوری و قیمت مناسب را هدف گیری نموده اند. در دهه گذشته رساترین هشدار مشاوران و صاحب نظران مدیریت و اقتصاد، " اختیار دیدگاه بلندمدت و برگزیدن استراتژی کیفیت بود." و این هشدار عموماً با این پاسخ روبرو می شد: زمانیکه بازار حرفی ندارد و راضی است، باید بازار تشنه را تغذیه کرد، بنابراین کمیت حرف اول را می زند. این بازار سهل پذیر اگر پس از طی شدن دوران کاذب رونق به آرامی به سمت ت وقع دیدگاه بلندمدت و ارتقای کیفیت می رفت، مشکلی نبود. مسئله اینجاست که اکنون بازار به تولیدکننده کالا و ارائه دهنده خدمات فرصت بازسازی خود را نمی دهد. رقبا با دیدگاه بلندمدت و رویکرد کیفیتاً مطمئناً این موقعیت را به دست می آورند. چه باید کرد؟ آیا شرکت ها و حتی صنایع یک به یک باید تسلیم و مغلوب تغییرات غیر منتظره شوند. سرنوشت صنعت نساجی و پوشاک، با مدیریت صحیح و تفکر سیستمی قابل پیشگیری بود. باید در نظر داشت برخی از بخش های صنعتی به طور طبیعی با طی شدن شیب تند رشد اقتصادی و آرامتر شدن رشد به طور طبیعی افول خواهند کرد. پایین آمدن نرخ رشد جمعیت، پایین آمدن نرخ مهاجرت به شهرهای بزرگ، طی شدن دوران سنی حداکثر مصرف پیک جمعیت بعد از جنگ، و حتی آغاز مهاجرت معکوس، کاهش حرص و ولع مصرف گرایی اقشار و طبقاتی که کشش تقاضای بالا دارند و تبدیل کامل بازار به یک بازار خوش سلیقه، عاقل و صرفه جو، سبب خواهد شد که تقاضا باز هم در زمینه هایی که تولید کنندگان و ارائه دهندگان خدمات داخلی در آن کم تجربه هستند، رونق پیدا کند.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/39872>

