

تعیین عوامل مهم محیط خارجی در صنعت لایروبی در ایران بر مبنای روش دلفی فازی

پرویز مقدس* - احمد ورز شکار^۲ - محمود شیرازی^۳

(۱) دکترای مدیریت کسب و کار، گرایش استراتژیک - دانشکده مدیریت، دانشگاه صنایع و معادن ایران، تهران، ایران، شرکت تایدواتر خاورمیانه.

(۲) دکترای مدیریت منابع انسانی (PH.D.) - دانشکده مدیریت، دانشگاه صنایع و معادن ایران، تهران، ایران، مدیر کل امور مجامع سازمان اقتصادی کوثر.

(۳) دکترای مدیریت صنعتی (PH.D.) - دانشکده مدیریت، دانشگاه صنایع و معادن ایران، تهران، ایران و عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی.

چکیده

برای بررسی محیط خارجی (کلان و خرد) می‌توان از مدل‌های معروف و قدرتمند پستلی و پنج نیروی رقابتی پورتر استفاده نمود. هدف اصلی این پژوهش، تعیین عوامل مهم محیط خارجی در صنعت لایروبی در ایران است. شرکت‌های لایروبی با استفاده از این عوامل قادر به تعیین عوامل استراتژیک فرصت‌ساز و تهدیدکننده و تدوین و اجرای استراتژی در کلیه سطوح شرکت جهت هماهنگی و انطباق هر چه بیشتر با تغییرات فزاینده در محیط خارجی می‌باشند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، تبیینی است و جامعه آماری آن را خبرگان شرکت‌های لایروبی به تعداد ۱۹ نفر تشکیل داده‌اند که با استفاده از پرسشنامه نظرات آنان بر مبنای روش دلفی فازی و در دو دور متوالی با توجه به ضریب هماهنگی کندهال در حدود ۰/۷ در دور دوم و اختلاف ناچیز این ضریب جمع‌آوری گردید. روایی بر اساس روایی محتوایی، پایایی با ضریب آلفای کرونباخ بالای ۰/۹ مورد تایید قرار گرفت. نتایج بدست‌آمده از پژوهش نشان‌دهنده این است که در مراحل دو و سه فرآیند ابتدا معیارهای اولیه و پس از تعیین اهمیت و غربال آنها، معیارهای ثانویه شامل ۱۳ عامل و ۸۶ زیرعامل ثانویه (۷ عامل و ۳۵ زیرعامل اولیه متعلق به محیط کلان و ۶ عامل و ۵۱ زیرعامل اولیه متعلق به محیط خرد) شناسایی و تعیین شد.

واژگان کلیدی: محیط کلان، محیط خرد، دلفی فازی، مدل پستلی، مدل پنج نیروی رقابتی پورتر