

سنجش بکارگیری استراتژی جودویی در شرکت رادیاتور ایران

محمد تقی امینی

دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

محمدهادی یوسفیان

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور تهران غرب، تهران، ایران.

چکیده

شرکت‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات با دیجیتالی شدن فعالیت‌ها و عملیات از سوی بازار عرضه - فعالان بازار کار - و تنوع درخواست‌ها از سوی مشتریان به اهمیت زمان پی برده‌اند و ضرورت تغییر و پاسخگویی بهنگام را دریافته‌اند. شرکت رادیاتور ایران برای ارائه عکس المعمل مناسب به این تغییرات پر شتاب درصدد سنجش مدل استراتژی جودویی است که محقق در پی پایش اصول و تکنیک‌های آن در این شرکت برای دستیابی به بازار پر رونق‌تر است. اکنون عمدتاً از روش‌های تجربی بهره‌گیری می‌شود و اثرات کمی در موفقیت شرکت داراست. این استراتژی رزمی «جودویی» در حال ورود به فضای تجارت و کسب‌وکار است که استفاده از آن شرکت رادیاتور ایران را در مقابل رقبای داخلی حفظ می‌کند و سهم بازار بیشتری به وی می‌دهد. با اعمال و استفاده از استراتژی «جودویی» شرکت رادیاتور ایران از یک شرکت کم فعال و لخت به یک شرکت فعال و اثرگذار تبدیل می‌شود. به دلیل بهره‌گیری‌های تجربی و غیر علمی توسط شرکت رادیاتور ایران، ضرورت دارد که روش‌های تجربی و دیربازده تغییر کند و روش‌های علمی و آزموده شده جای آن را بگیرد. فنون رزمی «جودویی» در حال تعمیم دادن خود به کسب و کار است و اهمیت استفاده از آن توسط برخی از سازمان‌ها آزموده شده است و لذا ضرورت دارد شرکت رادیاتور ایران که یک شرکت متوسط است برای مقابله با رقبای آن بهره‌گیری کند. اهداف کاربردی حاصل از کاربردهای متصور از تحقیق و نتیجه مقاله برای شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در زمینه تجارت، کسب‌وکار و بازاریابی برای - رشد فروش شرکت - افزایش سهم بازار - تغییر تاکتیک‌ها باشد. نتایج قابل انتظار مورد استفاده استراتژی جودویی می‌تواند توسط افراد فعال در زمینه کسب و کار، دانشجویان و محققین و سازمان‌ها و ارگان‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: استراتژی جودویی، رشد فروش، سهم بازار، شرکت رادیاتور ایران