

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

تبیین راهبردهای مدیریت تراز جهانی و نقش آن در تحقق الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت

حسن فارسیجانی^۱ - ندا جلالیون^۲

چکیده

سازمان‌ها در گذر از تغییرات انقلاب‌گونه از عصر صنعتی به عصر اطلاعات هستند. ورود به بازارهای جهانی یکی از مسائل مهم کشور است که ذهن مدیران صنایع را به خود مشغول کرده است. مدیریت تراز جهانی پدیده‌ای تک‌بعدی نیست و فرآیندی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی محسوب می‌شود. توجه به فرهنگ‌های مختلف و توصیه به شناخت نظام‌های فرهنگی و چارچوب‌های ادراکی مختلف در این فرهنگ‌ها فقط در پژوهش‌های دانشگاهی مورد توجه قرار نگرفته است؛ بلکه در کتب آسمانی، از جمله قرآن کریم (سوره مائده: ۴۴، حج: ۱۴ و ۷۶، روم: ۲۲ و ۱۲، حجرات: ۳۱، زمر: ۳۴) نیز به وجود نظام‌های اجتماعی و فرهنگی متفاوت در میان قبایل و ملل اشاره شده است. نظر به اهمیت مدیریت تراز جهانی در قرن بیست و یکم و نقش آن در تحقق الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت ضرورت برنامه‌ریزی استراتژیک در کلاس جهانی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند تا قابلیت عملکردی رقابتناسایی شوند؛ به طوری که مبنایی برای ایجاد تغییرات دائمی باشد. اسلامی بودن الگوی پیشرفت، مانند هر مقوله دیگر دارای شاخصه‌ها، و الزاماتی است که باید دقیقاً آنها مراعات شوند تبدیل شدن جمهوری اسلامی ایران به یک الگوی توانمند از یک کشور اسلامی پیشرفته در میان سایر کشورهای منطقه و مسلمان، لازمه‌اش مقابله با چالش‌های عمده‌ی سازمانی، منطقه‌ای و جهانی است. در پژوهش حاضر با مطالعه منابع کتابخانه‌ای و با توزیع پرسشنامه در بین ۱۴ نفر از خبرگان جمع‌آوری اطلاعات انجام شد و روش تاپسیس فازی که آلترناتیوها را با توجه به مقادیر داده‌های آنها در هر معیار و وزن معیارها مورد مقایسه قرار می‌دهد درجه اهمیت و اولویت بندی موانع اجرای مدیریت تراز جهانی جهت تحقق الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت شناسایی گردید.

کلمات کلیدی: مدیریت تراز جهانی، الگوی ایرانی-اسلامی، راهبرد، توسعه و پیشرفت، شاخصها

^۱ دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی

^۲ دکترای مدیریت از دانشگاه تکنولوژی مالزی (UTM). n.jalaliyoon@gmail.com

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

۱. مقدمه

تحقق الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت مبتنی بر انعکاس آرمان‌ها و اهداف نظام با اتکا به پشتوانه‌های حقوقی و شرعی، تبیین‌کننده نگاهی سیستمی مشتمل بر تعیین اجزای مرتبط و ترسیم چگونگی ارتباط آنها، دارا بودن قابلیت تطبیق و دسترسی و بهره‌مندی از قابلیت پایداری و بقای تمدن اسلامی می‌باشد. تأکیدات اخیر مقام معظم رهبری درباره تشریح ابعاد مختلف الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت نیز گواهی بر این مدعا است؛ که فرهنگ و مسائل فرهنگی نقش عمده‌ای را در سیاستگذاری‌های کلان و طراحی اسناد بالا دستی نظام دارد.

راهبردهای دستیابی به الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت

راهبردهای دستیابی به الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت عبارتند از:

۱- طراحی و تهیه نقشه راه عدالت و پیشرفت

با توجه به ضرورت تدوین نقشه‌ی پیشرفت اسلامی - ایرانی و روشن شدن ابعاد و زوایایش به طور کامل بر خلاف مسیر پیشرفت غربی و شرقی (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۷/۲/۱۴) در جهت تداوم و تکامل رویکرد «عدالت و پیشرفت توأمان» مبتنی بر پیشرفت چشمگیر و عدالت محسوس در سطح کشور و طراحی و تهیه نقشه‌ی راه در این جهت (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۷/۰۶/۳۰، ۱۳۸۷/۰۶/۰۴ و ۱۳۸۸/۰۱/۰۱)، مهمترین وظیفه‌ی نخبگان اعم از دانشگاهی و حوزوی تنظیم نقشه جامع پیشرفت کشور براساس مبانی اسلام خواهد بود و لذا انجام اقدامات اساسی در تدوین الگوی توسعه ایرانی - اسلامی مبتنی بر رشد و بالندگی انسانها بر مدار حق و عدالت و دستیابی به جامعه‌ای متکی بر ارزشهای اسلامی و انقلابی با تحقق شاخصهای عدالت اجتماعی و اقتصادی توسط قوای سه‌گانه‌ی کشور در دوره‌ی پنج‌ساله آینده (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۷/۱۰/۲۱) مورد انتظار می‌باشد.

۲- تعیین عدالت اجتماعی به عنوان محور توسعه

با تأکید بر تنظیم جهت‌گیری همه امور در مسیر تحقق عدالت اجتماعی و نفی فقر، محرومیت و شکاف طبقاتی در مقابل تعابیر جاهلانه سالهای اخیر که در تقابل و عدم اعتقاد راسخ به راهبرد عدالت محوری و در تخریب رویکرد عدالت محوری با نامگذاری غیر واقعی مبتنی بر توزیع فقر (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۶/۰۵/۱۲) و لحاظ نمودن رویکرد پیشرفت عادلانه در همه سیاستگذاریها و برنامه‌ریزیهای اجرایی و بخشی مبتنی بر کمک به طبقات محروم جامعه، کاهش فاصله‌ی و پرشدن شکاف بین فقیر و غنی، (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۲/۰۱/۰۱ و ۱۳۸۴/۰۲/۱۸) و رفع محرومیت به نفع ایجاد عدالت و ضرورت محاسبه اولیه، در تأثیر برنامه‌ریزی در همه اقدامات در ایجاد عدالت اجتماعی برای مردم به عنوان محور توسعه (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۰/۰۶/۰۵ و ۱۳۸۲/۰۵/۱۵) دستیابی به الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت میسر می‌گردد.

۳- تبدیل پیشرفت و عدالت به گفتمان ملی

تأکید بر تبیین مسئله پیشرفت و عدالت به منظور راسخ نمودن عزمها و تبدیل آن به یک گفتمان ملی و مطالبه همگانی و تحقق آن، فرایند دستیابی به الگوی توسعه اسلامی - ایرانی را تسهیل می‌نماید. (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۸/۲/۲۷)

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دووم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

۴- مدیریت علم و عبور از مرزهای دانش

ضرورت مدیریت علم با توجه به لزوم جبران عقب‌ماندگی‌های گذشته و استفاده از راههای میان‌بر در همه‌ی علوم، به عنوان الزام حتمی پیشرفت کشور تصور می‌گردد. (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۸/۲/۲۷) (زینب سنجولی، ۱۳۹۲). رهبر معظم انقلاب اسلامی با تأکید بر اینکه در افق‌های آینده بر ضرورت ارائه الگویی اسلامی- ایرانی برای به پیش بردن آرمان‌ها و اهداف انقلاب اسلامی توجه دارند، در تبیین شاخص‌های جامعه‌ی توسعه‌یافته می‌فرمایند: معیارهای پیشرفت عبارتند از:

- فراصنعتی شدن؛ - خودکفایی در نیازهای اساسی؛ - افزایش بهره‌وری؛ - ارتقای سطح سواد فرهنگی؛ - ارتقای خدمات رسانی به شهروندان؛ - افزایش امید به زندگی؛ - رشد ارتباطات؛

۲. کلاس جهانی و الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

نظر به اینکه ظهور عصر اطلاعات بسیاری از تصورات اساسی رقابت در دوره صنعتی را قدیمی کرده است و سازمان‌ها نمی‌توانند مدت طولانی توانایی مزیت رقابتی را تنها با جایگزین کردن فناوری جدید حفظ کنند. موفقیت سریع در عصر اطلاعات نیازمند ظرفیت جدید در سازمان‌ها است. توانایی یک سازمان، در آماده‌کردن و بهره‌گیری از دارایی‌های غیرملموس حساس‌تر و مهم‌تر از سرمایه‌گذاری و مدیریت در دارایی‌های ملموس است (Brown, 1996). الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، از جامعیت لازم باید برخوردار باشد و تمامی ابعاد و عرصه‌های مورد نیاز کشور را شامل می‌شود. رهبر معظم انقلاب در بیانات خویش، مهم‌ترین عرصه‌های پیشرفت را در چند محور اساسی دسته‌بندی نمودند:

- پیشرفت در عرصه تفکر

- پیشرفت در عرصه علم

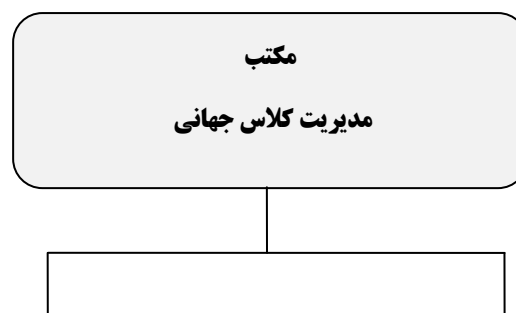
- پیشرفت در عرصه زندگی و کار و تلاش

- پیشرفت در عرصه معنویت، ایمان و اخلاق

اجرای مدیریت تراز جهانی جهت تحقق الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت در همه سازمانهای تولیدی و خدماتی و پروژه ای و دولتی و خصوصی میباشد که نیازمند تحول در علوم اجتماعی، شناسایی و سازماندهی صاحب‌نظران مسلمانبرنامه ریزی برای آموزش و ترویج الگوی طراحی شده بر مبنای مدیریت تراز جهانی، تدریجی بودن تحقق آن، استفاده از تجارب موفق در جهان، تقویت فرهنگ کار و تلاش و جهاد اقتصادی، تاسیس حلقه‌های فکری و کرسی‌های نظریه‌پردازی و توسعه همه‌جانبه علم، فناوری و تفکر. (علی احمدی ۱۳۹۰). مدیریت کلاس جهانی عملیات فرایندی خود را باید طوری دنبال کنند که به‌صورت بیرونی مورد حمایت قرار گیرند (Alishah & Shaikh, 2012). این نوع سازمان‌ها بیشتر مایل هستند که نیروی کار، تجهیزات و سیستم‌های خود را بهینه سازند؛ بنابراین به‌طور پیوسته سازمان‌های مختلف جهان را تجزیه و تحلیل می‌کنند. یکی از ویژگی‌های اصلی مدیریت کلاس جهانی، توان سازگاری سریع آن‌ها با تغییر نیاز مشتریان و بازار است. سازمانی که از قابلیت‌هایی نظیر طراحی، مدیریت و ارسال کالاهای جدید به مشتریان در حداقل زمان برخوردار باشد، سریع‌تر رشد می‌کند. سازمان‌هایی که خود را با فلسفه تولیدی سازگار می‌سازند، به‌طور جدی در جست‌وجوی فرصت‌هایی برای بهبود در زمینه‌های کلیدی از قبیل کیفیت، هزینه، ارسال کالا، انعطاف‌پذیری و نوآوری هستند (Kanter, 2008). مبنای نظری مدیریت کلاس جهانی ساختار فعل و انفعالات بین واحدهای

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیت و دووم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

سازمان را مشخص می‌کند؛ اینکه چه چیزی مرز بین سازمان‌های مدیریت کلاس جهانی و دیگر سازمان‌ها را معین می‌سازد (فارسیجانی و همکاران، ۱۳۹۶). مدیریت کلاس جهانی که از آن به‌عنوان انقلاب صنعتی و مدیریتی در قرن بیست و یکم نام می‌برند، نگرش جهانی نسبت به بازار و روابط با مشتریان در مدیریت و ساخت محصولات و خدمات است (Berry, 2000). به‌طور کلی مدیریت کلاس جهانی دارای دو بُعد اساسی است: کالا در کلاس جهانی و خدمات در کلاس جهانی. بخشی از عناصر مکتب مدیریت کلاس جهانی در شکل ۱، به تصویر کشیده شد. مکتب مدیریت کلاس جهانی به طور اتوماتیک یک سیستم تجزیه پذیر نیست، زیرا می‌توان سیستم‌ها را به ماژولهای تقسیم کرد که فعالیت‌های داخلی آنها نسبت به فعالیت‌های داخلی یکدیگر کاملاً وابستگی داشته باشد. مدیریت کلاس جهانی که از آن به عنوان انقلاب صنعتی و مدیریتی در قرن بیست و یکم نام می‌برند نگرش جهانی نسبت به بازار و روابط با مشتریان در مدیریت و ساخت محصولات و خدمات می‌باشد. به طور کلی مدیریت کلاس جهانی دارای دو بعد اساسی است: کالا در کلاس جهانی و خدمات در کلاس جهانی. برخی فعالیت‌های مرتبط با تولید (کالا) در کلاس جهانی شامل موارد زیر است: طراحی در کلاس جهانی، کارخانه در کلاس جهانی، قابلیت اطمینان در کلاس جهانی، کیفیت در کلاس جهانی، تکنولوژی در کلاس جهانی، نگهداری در کلاس جهانی، فرایند در کلاس جهانی، مدیریت زنجیره تامین در کلاس جهانی، عملیات در کلاس جهانی، استاندارد در کلاس جهانی، اندازه گیری عملکرد در کلاس جهانی، شش سیگما در کلاس جهانی، تکنولوژی اطلاعات در کلاس جهانی، مدیریت پروژه در کلاس جهانی، ساخت در کلاس جهانی، محصول در کلاس جهانی، ناب و چابک در کلاس جهانی. همچنین برخی فعالیت‌های مرتبط با خدمات در کلاس جهانی به شرح زیر است: منابع انسانی در کلاس جهانی، حسابداری در کلاس جهانی، برند در کلاس جهانی، کارافرینی در کلاس جهانی، مالی در کلاس جهانی، برنامه ریزی استراتژیک در کلاس جهانی، بازاریابی در کلاس جهانی، فروش در کلاس جهانی، مدیریت ارتباط با مشتری در کلاس جهانی، بانک در کلاس جهانی، الگویابی در کلاس جهانی، مدیر در کلاس جهانی، خرید در کلاس جهانی، کنترل در کلاس جهانی، بیمارستان در کلاس جهانی، بیمه در کلاس جهانی، بطوریکه بخشی از عناصر مکتب مدیریت کلاس جهانی در شکل زیر به تصویر کشیده شده است.

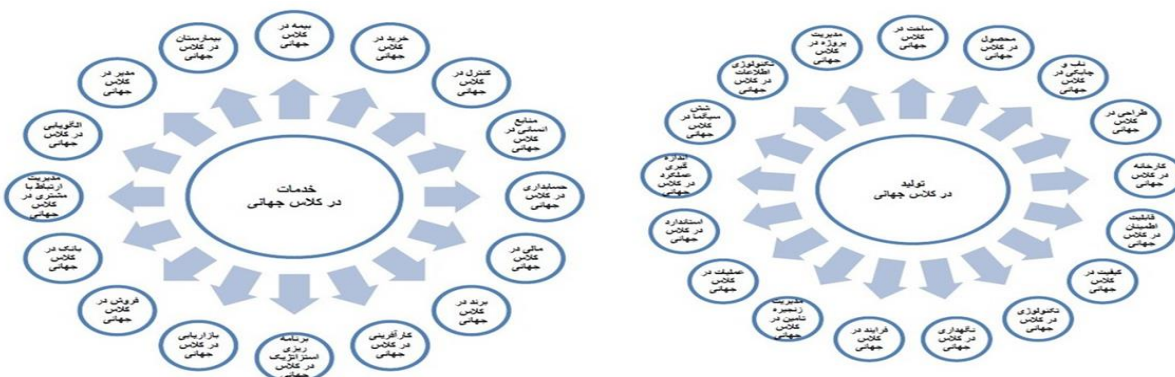


هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ما و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

شکل ۱: عناصر مکتب مدیریت کلاس جهانی

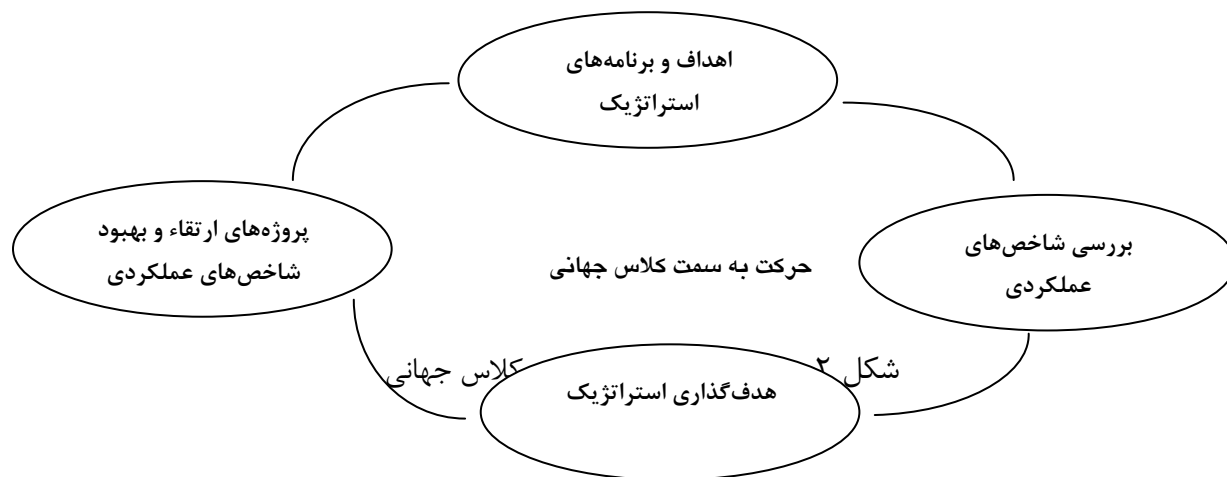
معماری مدیریت کلاس جهانی معین می کند که چه ماژولهایی به عنوان بخشی از سیستم سازمان بوده و وظیفه آنها چه خواهد بود سپس مرزها به طور مبسوط مشخص می شوند که چگونه ماژولها به یکدیگر واکنش نشان می دهند و اینکه چگونه با یکدیگر ارتباط پیدا می کنند. درباب معماری و طراحی مدیریت کلاس جهانی و با توجه به وجود مجموعه ای از روشها بادوام ترین سیستم ها، آنهایی هستند که طراح، قوانین طراحی را به وضوح پیش رو قرار داده و آنها را به خوبی با یکدیگر ارتباط دهد و آثار آنها را بر یکدیگر بررسی کند. راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در عرصه اقتصاد و رقابت در عصر اطلاعات برخی چالشهای منحصر به فردی را به همراه دارد که جامعه باید توانایی انجام آن را داشته باشد. توجه به مشتری و درک مشتریان به طور فزاینده با اهمیت شده و دانستن اینکه مشتریان چه می خواهند و چه نیازی دارند آنها را به یک مکتب تجاری کسب و کار ارزش افزوده منحصر به فرد و در نتیجه صادرات موثر تبدیل می کند. سازمانها، اطلاعات را برای ارتباط با مشتری به کار می گیرند و باید قادر باشند تا فناوری اطلاعات را با تمام فرایند مدیریت که شامل: پژوهش، طراحی، تولید، توزیع، بازاریابی و خدمات پس از فروش است، ادغام کنند.

توجه به جهانی سازی تجارت کسب و کار، فناوری اطلاعات موانع زمانی و مکانی، تفاوت‌های میان شرکتهای کوچک و بزرگ را از بین می برد لذا سازمانهای کوچک و چابک می توانند به طور اثربخشی در برابر غولهای صنعتی رقابت کنند (Shan, 2018). این حالت یک رقابت جدیدی را ایجاد می کند که حد و مرز بین بازار جهانی و داخلی را مشخص نمی سازد. با در نظر گرفتن هدف اصلی مدیریت کلاس جهانی سازمان‌هایی که خود را با این فلسفه سازگار می کنند به طور جدی در جست و جوی فرصتهایی برای بهبود در زمینه‌های کلیدی مانند کیفیت، هزینه، ارسال کالا، نوآوری و



انعطاف‌پذیری هستند. به منظور موفقیت در این امر مدل زیر مراحل اجرایی مدیریت کلاس جهانی را به اختصار نشان می‌دهد (فارسیجانی، اصول مدیریت کلاس جهانی، ۱۳۹۵).

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ما و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸



همانطور که مشخص است پس از مشخص شدن اهداف و برنامه‌های استراتژیک سازمان، نیازمند شناسایی شاخص‌های عملکردی می‌باشیم. باتوجه به شرایط خاص، سازمانهای کلاس جهانی برای اندازه‌گیری عملکرد به شاخصهای مناسب محیط کلاس جهانی نیاز دارند؛ بنابراین ماسکل و بریندر کتاب «شاخصهای عملکرد برای مدیریت در کلاس جهانی 1991 و 2009 شاخصهای اندازه‌گیری (Berry, 2000) عملکرد این نوع سازمانها تعریف کرده اند برخی از شاخصها در جدول 2 نشان داده شده است.

مدیریت کلاس جهانی		برخی شاخصهای کلی عملکرد مدیریت کلاس جهانی		مدیریت کلاس جهانی	
< ۱,۵٪	هزینه بیمه تامین اجتماعی به قیمت تمام شده	< ۵۰	PPM	> ۸۹٪	میانگین بهره وری نیروی انسانی
سهل و ارزان	نحوه تامین مواد و قطعات موردنیاز از منابع خارجی	< ۱۲٪	نسبت دستمزد به قیمت تمام شده	> ۴٪	اثر هزینه تحقیقات در قیمت تمام شده
0	اثر نحوه بروکراسی اداری بر قیمت تمام شده	دقیقه ۹ <	زمانهای راه اندازی Set Up Time	> ۲۴٪	نسبت صادرات به فروش
0	زیان ناشی از عدم وجود پوشش بیمه ای مناسب	< ۱,۵٪ فروش	هزینه های کیفیت Cost Of Quality	< ۱٪	نسبت ضایعات تولید به تولید نهائی محصول

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیت و دووم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

0	پرداخت عوارض گوناگون تولید به قیمت تمام شده (تجمیع عوارض)	< ۲٪	نحرافات از تحویل به موقع کالا	> ۱۰٪	درصدی از نیروی کار اختصاص داده شده به زنجیره تامین جهت مشارکت، مدیریت و همکاری
کمتر از ۲٪	تعداد تامین کنندگان	0	افزایش قیمت ناشی از تغییر قوانین و مقررات	< ۱٪	نسبت ضایعات مواد اولیه به محصول نهائی
بیش از ۱۰۰٪	بهبود بهره وری (برای مثال، ارزش افزوده) در طول سه سال آخر	بیش از ۵۰٪	فروش سالانه حاصل از محصولات معرفی شده در سه سال آخر	بیش از ۷۰ ساعت تخصصی	آموزش (سال / فردی)
۱	Lot Size/ Batch Size	< 5 روز	متوسط خواب سرمایه	0	زیان ناشی از رقابت ناسالم
بیش از ۱۰٪	درصدی از کارکنان اختصاص داده شده به ارزیابی و ارتقاء مجموعه منابع استعداد های سازمان	0	افزایش قیمت ناشی از خرید دانش فنی	> ۵٪	کاهش قیمت در سال

جدول ۱: برخی شاخصهای اندازه گیری عملکرد مدیریت کلاس جهانی

در حال حاضر سازمانها برای حفظ کار خود و اعلام هشدار برای اقدامات اصلاحی، از صدها یا شاید هزاران معیار استفاده می کنند؛ اما بیشتر این معیارها تعیین کننده توفیق رقابتی کسب و کار محسوب نمی شود. این معیارها اگرچه برای عملیات جاری ضروری هستند؛ ولی موفقیت در تحقق اهداف استراتژیک را تعریف یا ارزیابی نمی کنند (Dods, 2009). در بخش کسب و کار و بخش غیرانتفاعی هر سازمان ضرورت دارد که شایستگی های محوری بر مبنای چشم انداز و مأموریت تهیه شده و منابع فعلی و وضعیت رقابت پذیری بررسی و ارزیابی شود. مضامین مختلف استراتژیک، دارای اهداف استراتژیک متفاوت و شاخص های عملیاتی متفاوتی خواهند بود؛ بنابراین هر چه مضامین یا اهداف استراتژیک بیشتری طراحی شود، ماهیت و تعداد شاخص های عملکردی مناسب نیز افزایش خواهد یافت.

۳. موانع اجرای موفق مدیریت کلاس جهانی جهت تحقق الگوی اسلامی _ ایرانی پیشرفت

بناگاه های اقتصادی و سازمان های کلاس جهانی نگران تغییر، عدم اطمینان و ضعف پیش بینی در محیط کسب و کار خود هستند. این مؤسسه ها برای رسیدگی به تغییر، برخی اجزاء اصلی را به عنوان پایه ها و ستون های رسیدن به مدیریت در کلاس جهانی قرار داده اند که عبارتند از:

- مدیریت بر مبنای مشتری؛
- بهبود در مقیاس اقتصادی؛
- ایجاد سازمان های مجازی؛
- مدیریت منابع انسانی خلاق؛

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما؛ چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دووم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

ایجاد جوّ تساوی گرایی.

نه تنها سازمانها مشتری را در مرکز استراتژی خود قرار می دهند؛ بلکه همه سیستمها و کارمندان باید برای خدمت به مشتریان داخلی و خارجی سازماندهی شوند. سازمانها در کلاس جهانی یک ساختار سازمانی تخت دارند؛ به طوری که هر شخصی به راحتی میتواند به مشتریان نزدیک شود و به طور دائم درباره نیازهای حال و آینده مشتریان اطلاعات جمع آوری کند و این تمرکز بر مشتری، مبنایی برای استراتژی، ساختار و طراحی شغل فراهم میکند (فارس‌یجانی و همکاران، ۱۳۹۶) پژوهشگران مختلفی از عواملی مانند رقابت جهانی، نیازهای بنگاههای اقتصادی مشتریان داخلی، توسعه در فناوری اطلاعات و تغییرات در راهبردهای سازمانی به عنوان محرکهای اجرای مدیریت در کلاس جهانی نام برده اند و برخی دیگر به فقدان حمایت و پشتیبانی مدیریت سازمان، فقدان دانش کافی، فقدان آموزش مناسب کارمندان و فقدان نظارت و کنترل مناسب به عنوان مواردی اشاره کرده اند که مانع اجرای مدیریت کلاس جهانی می شوند؛ ولی در این میان افزایش سطح رقابت جهانی مهمترین محرک و انگیزه برای سازمانها است. رقابت در عصر اطلاعات چالش‌هایی منحصربه‌فردی را به همراه دارد که کسب‌وکار باید توانایی انجام آن را داشته باشد. توجه به مشتریان و درک آن‌ها به‌طور فزاینده اهمیت یافته است و دانستن اینکه مشتریان چه می‌خواهند و چه نیازی دارند آن‌ها را به یک مکتب تجاری کسب‌وکار ارزش افزوده منحصربه‌فرد و در نتیجه صادرات مؤثر تبدیل می‌کند. سازمانها، اطلاعات را برای ارتباط با مشتری به کار می‌گیرند و باید قادر باشند تا فناوری اطلاعات را با تمام فرایندهای مدیریت که شامل پژوهش، طراحی، تولید، توزیع، بازاریابی و خدمات پس از فروش است، ادغام کنند. برای دستیابی به کلاس جهانی سازمان باید ابتدا بنیان‌های یا زیرساختهای لازم را ایجاد کند (فارس‌یجانی، ۱۳۸۹) (چابک سازی سازمانی، کارآفرینی، طراحی استراتژیک و ...). این بنیانها در جدول ۲، نشان داده شده است. چنانچه سازمانها در این زمینه‌ها ضعف داشته باشند، ناگزیر باید به شناسایی موانع و تقویت و بازسازی بنیانهای خود اقدام کنند.

جدول ۲: موانع اجرای موفق مدیریت کلاس جهانی

عنوان	موانع در اجرای ابزارها	پژوهشگر
ضعف فرصت‌شناسی شدن	ضعف فناوری اطلاعات و ارتباطات ضعف منابع مالی کافی برای دستیابی به تکنولوژی های روز	مظاهری و احمدزاده (۱۳۸۹)
ضعف بهره‌وری	فقدان امکانات و زیرساختها محدودیت منابع تولید فقدان الگوی توسعه	یاسوری (۱۳۸۶)
ضعف ارتقای سطح سواد	سیاست گذاری نامناسب آموزش	حیدری و کرمی (۱۳۹۴)
ضعف ارتقای خدمات‌رسانی به شهروندان	فقدان زیرساخت های اساسی برای عملکرد کارآمد شهرها	لطفی و همکاران (۱۳۸۸)

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

	نبود سیاست های توسعه منابع انسانی، بهبود بهره وری و بهبود استاندارد های زندگی شهری	
صنعتی شرق و حیدریان (۱۳۹۵)	عدم تمرکز بر روی نوآوری مالکیت فکری	اقتصاد وابسته به نفت (اقتصاد تک محصولی)
نخجوانی (۱۳۹۱)	نبود سیاست های صحیح اقتصادی نا کارآمدی اقتصاد ملی در ایجاد فرصت های شغلی	تورم و بحران اشتغال
رهبر و همکاران (۱۳۸۶)	امنیت سرمایه گذاری کیفیت دستگاه اداری	وجود موانع سرمایه‌گذاری در کشور
آقایی و همکاران (۱۳۹۷)	کسری تراز تجاری	تحریم‌ها و فشارهای بین‌المللی
شیری (۱۳۹۴)	حمایت ضعیف ارتباطات ضعیف	ضعف رابطه‌ی صنعت و دانشگاه
فلاحی و خلیلیان (۱۳۸۷)	ناکارایی بازاریابی بین‌المللی سیاست مناسب صادراتی	ضعف‌توان صادراتی کشور و بازارهای منطقه‌ای
James, (2010)	- ضعف مدیریت منابع؛ - ضعف سازمان‌دهی‌گروهی‌وسپله تخصصی سازی وظیفه‌ای؛ - انحراف سازمانی که در نتیجه تعویض‌ها بغير ضروری است؛ - ضعف تمایل به اولویت‌بندی و شناسایی محصولات.	چابک‌سازی سازمانی
Yoewe Dominiquini, (2006)	- تمرکز کوتاه‌مدت؛ - ضعف زمان- منابع و نیروی کار؛ - انتظار بازدهی زودتر از موقع؛ - ضعف تشویق‌های مدیریت بر پایه پاداش.	کارآفرینی‌مؤثر
Recklies (2006)	- ضعف تعهد مدیریت؛ - تخصیص نادرست منابع؛ - فرهنگ سازمانی؛ - ارتباطات نامناسب درون سازمانی.	طراحی استراتژیک
Shri, (2007)	- موانع مفهومی؛ - مقاومت‌های سازمانی؛ - ضعف برون‌سپاری؛ - ضعف توسعه منابع انسانی.	مهندسی مجدد
Ali ShahShaikh, (2012)	ضعف آگاهی کافی در مورد فناوری‌های الکترونیکی؛ ضعف زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی؛ - ضعف تجهیزات الکترونیکی؛ - فقدان منابع مالی؛ - ضعف آموزش و کارکنان آموزش‌دیده.	کسب‌وکار الکترونیکی
Mishra, (2013)	- ضعف چابکی در مدیریت سازمان؛ - ضعف چابکی در طراحی محصولات؛ - ضعف چابکی در فرایند تولید؛ - ضعف ادغام سیستم اطلاعاتی.	تصمیمات چابکی
Moe, (2010)	تعهدات فردی؛	خود مدیریتی

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

	<ul style="list-style-type: none"> - تنزل در یادگیری؛ - مشارکت در منابع؛ - فرهنگ سازمانی. 	
Pujas, (2010)	<ul style="list-style-type: none"> - درک محدود از کارت امتیازی متوازن؛ - نبود حمایت اجرایی؛ - فقدان آموزش در مورد کارت امتیازی متوازن؛ - گروه‌هپروژه ناکافی؛ - ضعف درگیری کل سازمان. 	کارت امتیازی متوازن
Wabwoba, (2012)	<ul style="list-style-type: none"> - ضعف مهارت تکنیکی یا نیروی آموزش‌دیده در فناوری اطلاعات و ارتباطات سبز؛ - پیاده‌سازی فناوری اطلاعات و ارتباطات سبز هزینه‌بر است؛ - ضعف اطلاعات به‌روز در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات سبز؛ - ضعف منابع مالی کافی برای دستیابی به سخت‌افزار اطلاعات و ارتباطات. 	فناوری اطلاعات و ارتباطات سبز
Maurel Seghir, (2014)	<ul style="list-style-type: none"> ضعف آموزش؛ - ضعف دسترسی به نیروی برق؛ - ضعف منابع مالی کافی؛ - ضعف قوانین و مقررات محلی و خارجی. 	رشد شرکت‌ها
METAWIE GILMA, (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - رفتار ناکارآمد؛ - ضعف ذهنیت و ادراک از عدالت؛ - مشکلات مربوط به انگیزش. 	ارزیابی عملکرد در بخش‌های عمومی
Moussa, (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - برنامه‌ریزی - ایجاد انگیزه؛ - توانمندی سازمانی؛ - فقدان مشوق و نگرش و رفتار متمایز. 	مدیریت دانش
Katunzi, (2011)	<ul style="list-style-type: none"> - ضعف دید زنجیره تأمین؛ - ضعف اعتماد؛ - ضعف دانش و فعالیت 	فرایند زنجیره تأمین
Kavosh, (2011)	<ul style="list-style-type: none"> - نرم‌افزار CRM؛ - ضعف بودجه کافی برای اجرای CRM؛ - عدم پذیرش کارکنان برای اجرای CRM؛ - حفظ حریم خصوصی مشتریان. 	مدیریت ارتباط با مشتری
Cătălin, (2014)	<ul style="list-style-type: none"> - موانع استراتژیک؛ - موانع منابع انسانی؛ - موانع ساختاری؛ - موانع سازمانی؛ - موانع اجرایی. 	مدیریت کیفیت جامع
Nordin, (2014)	<ul style="list-style-type: none"> - ضعف تعهدات مدیریت؛ - ضعف قوانین دولتی؛ - هزینه بالای نیازهای آموزشی؛ 	تولید پایدار

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

	- ضعف تقاضا از سوی سهامداران و سرمایه‌گذاران.	
Kumar, (2011)	- مشارکت کارکنان؛ - سادگی طراحی؛ - زمان کوتاه؛ - طرح تجهیزات؛ - کاهش زمان راه‌اندازی.	مدیریت بهنگام
Mazar, (2011)	- فقدان انگیزه و نبود اعتماد؛ - ضعف پذیرش و تحمل انتقاد در تضادها؛ - محافظه‌کاری و مدیریت اقتدارگرا؛	خلاقیت و نوآوری مدیریت سازمانی
Yerdous, (2015)	بی‌میلی مدیریت ارشد؛ - مسائل خصوصی کارکنان؛ - مقاومت داخلی سازمانی برای اجرای HRIS؛ - هزینه تغییر.	سرمایه های انسانی

۴. روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر جهت گیری های پژوهشی، ترکیبی از پژوهش کاربردی و بنیادی است. هدف این بخش از پژوهش حاضر ایناست که آندسته از موانع پیاده سازی کلاس جهانی را شناسایی کند و سپس آن‌ها را اولویت بندی نماید. داده های تحقیق براساس جمع آوری نظرات صاحب نظران و خبرگان حوزه کلاس جهانی گرد آوری شده است. که با توزیع پرسشنامه در بین ۱۴ نفر از خبرگان به جمع آوری داده پرداخته شد. به منظور تعیین پایایی برای حصول اطمینان از اعتبار پرسشنامه ها، از روش ضریب آلفای کرون باخ و نرم افزار SPSS استفاده شده است. پایایی هر یک از مؤلفه ها به صورت جداگانه مشخص شده است. این اعداد مربوط به محاسبه پایایی است که از ۰,۷۰ بیشتر است. این اعداد نشان می دهند که پرسشنامه های مورد استفاده از قابلیت اعتماد و به عبارت دیگر، از پایایی لازم برخوردار هستند. آلفای کرونباخ محاسبه شده ۰,۷۹ است. روش تاپسیس فازی که آلترناتیوها را با توجه به مقادیر داده های آنها در هر معیار و وزن معیارها مورد مقایسه قرار می دهد مورد استفاده قرار می گیرد. (Cheng 2002) و به اولویت بندی موانع می پردازد.

۴.۱ منطق فازی

منطق فازی طیف وسیعی از تئوریها و تکنیکها را شامل میشود که اساسا بر پایه 4 مفهوم بنا شده است: مجموعه های فازی، متغیرهای کلامی، توزیع احتمال) تابع عضویت (و قوانین اگر - آنگاه فازی. (Yen, 1999) مجموعه فازی مجموعه ای است که عناصرش با درجه عضویت به آن مجموعه تعلق دارند. درموقعیتی که اطلاعات مورد نیاز، کمی باشند به صورت (μ) عددی بیان می شوند اما زمانیکه تحقیق در فضای کیفی انجام شده و دانش آن دارای ابهام باشد، اطلاعات نمیتوانند به صورت اعداد دقیق بیان شوند. بیشتر مدیران نیز نمیتوانند یک عدد دقیق را برای بیان عقیده و نظر خود ارائه دهند و به همین جهت است که از ارزیابی کلامی به جای ارزشهای عددی خاص، استفاده می کنند (Kacprzyk, 1986) از آنجا که ارزیابی کلامی توسط افراد به صورت تقریبی انجام می شود، توابع عضویت مثلثی و ذوزنقه ای برای تقابل با ابهام این نوع ارزیابیها مناسب می باشند. دراین پژوهش عبارات کلامی گروه دریک مجموعه %a تصمیم گیری

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها؛ چالشها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

در قالب اعداد فازی مثلثی آورده شده اند. عدد فازی مثلثی نمایش داده می شود که تابع عضویت هر عضو این مجموعه به (a_1, a_2, a_3) فازی به صورت ذیل تعریف می شود.

$$\mu_a(x) = \begin{cases} 0 & , x \leq a_1 \\ \frac{x - a_1}{a_2 - a_1} & , a_1 < x < a_2 \\ \frac{a_3 - x}{a_3 - a_2} & , a_2 < x < a_3 \\ 0 & , x > a_3 \end{cases} \quad (\text{رابطه ۱})$$

اگر $a = (a_1, a_2, a_3)$ باشد و $b = (b_1, b_2, b_3)$ دو عدد فازی مثلثی باشند، جمع و ضرب دو عدد فازی به صورت ذیل محاسبه می شود.

$$\tilde{a} + \tilde{b} = (a_1 + b_1, a_2 + b_2, a_3 + b_3) \quad (\text{رابطه ۲})$$

$$\tilde{a} \times \tilde{b} = (a_1 \times b_1, a_2 \times b_2, a_3 \times b_3) \quad (\text{رابطه ۳})$$

۴.۲ تکنیک تاپسیس فازی

تکنیک تاپسیس در سال ۱۹۸۱ توسط "هوانگ و یونگ" ارائه شد. تکنیک تاپسیس بر این مفهوم بنا شده است که گزینه انتخابی بیشترین فاصله را با راه حل ایده ال منفی داشته باشد $\{27\}$. این تکنیک شامل مراحل ذیل است:

گام اول: فرض کنید ماتریس تصمیم گیری فازی، به شرح رابطه ذیل باشد.

$$\tilde{D} = \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{12} & \dots & \tilde{x}_{1n} \\ \tilde{x}_{21} & \tilde{x}_{22} & \dots & \tilde{x}_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{m2} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}$$

i: تعداد آلترناتیوهای مورد بررسی (m)

J: تعداد معیارهای در نظر گرفته شده (n)

که مقادیر X_{ij} از ضرب مقدار عددی ارزش آلترناتیو i در معیار J ام، در وزن فازی معیار J به دست آمده است. گام دوم: بی مقیاس نمودن ماتریس تصمیم گیری. در این گام بایستی ماتریس تصمیم گیری فازی را به یک ماتریس بی مقیاس شده فازی (R) تبدیل نمائیم. برای به دست آوردن ماتریس R کافیست:

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

$$\tilde{R} = \left[\tilde{r}_{ij} \right]_{m \times n}$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j^*}, \frac{b_{ij}}{c_j^*}, \frac{c_{ij}}{c_j^*} \right)$$

$$c_j^* = \max_i c_{ij}$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j^-}{c_{ij}^-}, \frac{a_j^-}{b_{ij}^-}, \frac{ca_j^-}{c_{ij}^-} \right)$$

$$a_j^- = \min_i a_{ij}$$

در این رابطه مقدار a_{ij} از رابطه زیر به دست می آید. گام سوم: ایجاد ماتریس بی مقیاس وزین فازی V با مفروض بودن بردار W_{ij} به عنوان ورودی به الگوریتم به طوریکه:

$$\tilde{V} = \left[\tilde{v}_{ij} \right]_{m \times n}$$

گام چهارم: مشخص نمودن ایده آل مثبت فازی $(FPIS, A^+)$ و ایده آل منفی فازی $(FNIS, A^-)$

$$A^+ = (\tilde{v}_1^*, \tilde{v}_2^*, \dots, \tilde{v}_n^*)$$

$$A^- = (\tilde{v}_1^-, \tilde{v}_2^-, \dots, \tilde{v}_n^-)$$

که در این پژوهش از مقدار ایده آل مثبت فازی و ایده آل منفی فازی معرفی شده توسط چن استفاده میشود. این مقادیر عبارتند از:

$$\tilde{v}_j^* = (1, 1, 1)$$

$$\tilde{v}_j^- = (0, 0, 0)$$

گام پنجم: محاسبه مجموع فواصل هر یک از مؤلفهها از ایده آل مثبت فازی و ایده آل منفی فازی.

در صورتی که A و B دو عدد فازی به شرح زیر باشند، آنگاه فاصله بین این دو عدد فازی به شرح زیر به دست می آیند

$$\tilde{A} = (a_1, b_1, c_1) \quad \tilde{B} = (a_2, b_2, c_2)$$

$$D(A, B) = \sqrt{\frac{1}{3} \left[(a_2 - a_1)^2 + (b_2 - b_1)^2 + (c_2 - c_1)^2 \right]}$$

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها؛ چالشها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

با توجه به توضیحات فوق در مورد نحوه محاسبه فاصله بین دو عدد فازی، فاصله هر یک از مؤلفه ها را از ایده آل مثبت و ایده آل منفی به دست می آوریم.

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij} - \tilde{v}_j^-) \quad i = 1, 2, \dots, m$$

$$d_i^* = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij} - \tilde{v}_j^*) \quad i = 1, 2, \dots, m$$

گام هشتم: محاسبه نزدیکی نسبی مؤلفه II از ایده آل مثبت. این نزدیکی نسبی را به صورت زیر تعریف می کنیم:

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^* + d_i^-} \quad i = 1, 2, \dots, m$$

گام هفتم: رتبه بندی گزینه ها.

بر اساس ترتیب نزولی CC_i میتوان گزینه های موجود از مسأله مفروض را رتبه بندی نمود

۴.۳ اجرای تاپسیس فازی

در ابتدا باید ماتریس حاوی اطلاعات را نرمالایز نموده پس از نرمالایز سازی ماتریس تصمیم با استفاده از مقیاس (خطی)، ماتریس تصمیم فازی نرمالایز شده موزون محاسبه گردد.

جدول ۳: ماتریس نرمالایز شده وزین فازی

ردیف	عنوان	اوزان
۱	ضعف توان صادراتی کشور و بازارهای منطقه‌ای	(۰,۰۳۴ و ۰,۰۴۰ و ۰,۰۴۹)
۲	تحریم‌ها و فشارهای بین‌المللی	(۰,۰۵ و ۰,۱۲۱ و ۰,۱۴۶)
۳	ضعف بهره‌وری	(۰,۰۳۲ و ۰,۰۳۹ و ۰,۰۴۷)
۴	اقتصاد وابسته به نفت	(۰,۰۷۹ و ۰,۰۹۵ و ۰,۱۱۵)
۵	ضعف ارتقای خدمات‌رسانی به شهروندان	(۰,۰۵۳ و ۰,۱۱۳ و ۰,۱۴۶)
۶	ضعف ارتقای سطح سواد فرهنگی	(۰,۰۶۸۶ و ۰,۰۸۲۶ و ۰,۱)
۷	تورم و بحران اشتغال	(۰,۰۱ و ۰,۰۲۲ و ۰,۱۱۶)
۸	وجود موانع سرمایه‌گذاری در کشور	(۰,۰۶۲ و ۰,۰۷۶ و ۰,۰۹۳)
۹	ضعف خودکفایی در نیازهای اساسی	(۰,۰۹۳ و ۰,۱۱۲ و ۰,۱۳۶)
۱۰	ضعف رابطه‌ی صنعت و دانشگاه	(۰,۰۲۶ و ۰,۰۳۱ و ۰,۰۳۸)
۱۱	ضعف فراصنعتی شدن	(۰,۰۱۷ و ۰,۰۲۰ و ۰,۰۲۵)
۱۲	چابک‌سازی سازمانی	(۰,۰۴۹ و ۰,۰۵۹ و ۰,۰۷۲)
۱۳	کارآفرینی‌مؤثر	(۰,۰۶ و ۰,۰۷۳ و ۰,۰۱۸۳)
۱۴	تصمیمات چابکی	(۰,۰۷۹ و ۰,۰۸۳ و ۰,۱)
۱۵	فرایند زنجیره تأمین	(۰,۰۱۶ و ۰,۰۲۰ و ۰,۰۲۴)
۱۶	کسب و کار الکترونیکی	(۰,۰۵۵ و ۰,۰۶۸ و ۰,۰۷۸)
۱۷	طراحی استراتژیک	(۰,۰۲۹ و ۰,۰۳۸ و ۰,۰۴۸)

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

۱۸	رشد شرکت‌ها	(۰,۰۶ و ۰,۰۷۳ و ۰,۰۸۸)
۱۹	کارت امتیازی متوازن	(۰,۰۲۶ و ۰,۰۳۱ و ۰,۰۳۸)
۲۰	سرمایه‌های انسانی	(۰,۰۱۷ و ۰,۰۲۰ و ۰,۰۲۵)
۲۱	مدیریت کیفیت جامع	(۰,۰۵۹ و ۰,۰۶۹ و ۰,۰۷۲)
۲۲	ارزیابی عملکرد در بخش‌های عمومی	(۰,۰۴ و ۰,۰۵۳ و ۰,۰۸۳)
۲۳	مدیریت دانش	(۰,۰۵۱ و ۰,۰۶۳ و ۰,۰۸۷)
۲۴	مهندسی مجدد	(۰,۰۱۶ و ۰,۰۳۱ و ۰,۰۴۴)
۲۵	تولید پایدار	(۰,۰۵۳ و ۰,۰۶۴ و ۰,۰۷۸)
۲۶	خود مدیریتی	(۰,۰۲۸ و ۰,۰۳۴ و ۰,۰۴۰)
۲۷	مدیریت ارتباط با مشتری	(۰,۰۶ و ۰,۰۷۳ و ۰,۰۸۸)
۲۸	JIT	(۰,۰۴ و ۰,۰۵ و ۰,۰۱۲۳)
۲۹	خلاقیت و نوآوری مدیریت سازمانی	(۰,۰۵۹ و ۰,۰۷۳ و ۰,۰۸۱)
۳۰	فناوری اطلاعات و ارتباطات سبز	(۰,۰۴ و ۰,۰۵ و ۰,۰۶۴)

سپس فاصله هریک از گزینه‌های رقیب از راه حل ایده آل مثبت فازی و راه حل ایده آل منفی فازی محاسبه می‌گردد. در نهایت با محاسبه ضریب نزدیکی هریک از گزینه‌های رقیب، ترتیب اولویت موانع در جدول (۴) نشان داده شده است.

جدول ۴: اولویت بندی موانع اجرای موفق مدیریت کلاس جهانی

جهت تحقق الگوی اسلامی _ ایرانی پیشرفت

اولویت	cc_i	d_i^-	d_i^+	موانع
۱	0.0391	0.0437	0.0266	ضعف فراصنعتی شدن
۲	0.0363	0.0416	0.0306	ضعف خودکفایی در نیازهای اساسی
۳	0.0353	0.0377	0.0296	وجود موانع سرمایه‌گذاری در کشور
۴	0.0344	0.0380	0.0316	خود مدیریتی
۵	0.0308	0.0305	0.0318	ضعف ارتقای خدمات‌رسانی به شهروندان
۶	0.0337	0.0348	0.0301	ضعف خلاقیت و نوآوری مدیریت سازمانی
۷	0.0322	0.0331	0.0316	اقتصاد وابسته به نفت
۸	0.0316	0.0329	0.0326	ضعف بهره‌وری
۹	0.0305	0.0298	0.0317	ضعف طراحی استراتژیک
۱۰	0.0289	0.0280	0.0329	تحریم‌ها و فشارهای بین‌المللی
۱۱	0.0299	0.0283	0.0313	ضعف رابطه‌ی صنعت و دانشگاه
۱۲	0.0293	0.0277	0.0317	ضعف توان صادراتی کشور و بازارهای منطقه‌ای
۱۳	0.0348	0.0328	0.0265	ضعف ارتقای سطح سواد
۱۴	0.0384	0.0416	0.0266	تورم و بحران اشتغال
۱۵	0.0347	0.0377	0.0306	ضعف در رشد شرکت‌ها
۱۶	0.0354	0.0380	0.0296	ضعف تولید پایدار
۱۷	0.0309	0.0305	0.0316	سرمایه‌های انسانی
۱۸	0.0329	0.0348	0.0318	مهندسی مجدد
۱۹	0.0330	0.0331	0.0301	چابک‌سازی سازمانی

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ما و الزامات تحقق؛ میت و دووم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

۲۰	0.0321	0.0329	0.0316	کارآفرینی مؤثر
۲۱	0.0301	0.0298	0.0326	کسب و کار الکترونیکی
۲۲	0.0295	0.0280	0.0317	تصمیمات چابکی
۲۳	0.0291	0.0283	0.0329	کارت امتیازی متوازن
۲۴	0.0295	0.0277	0.0313	فناوری اطلاعات
۲۵	0.0289	0.0269	0.0317	ارزیابی عملکرد در بخش های عمومی
۲۶	0.0280	0.0265	0.0329	مدیریت دانش
۲۷	0.0277	0.0247	0.0313	فرایند زنجیره تأمین
۲۸	0.0277	0.0258	0.0328	مدیریت ارتباط با مشتری
۲۹	0.0272	0.0244	0.0321	مدیریت کیفیت جامع
۳۰	0.0262	0.0226	0.0318	مدیریت بهنگام

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می گردد مهم ترین موانع شناسایی شده در سازمان های ایرانی با توجه به نظر خبرگان ضعف فرصت‌های شدن می باشد پس از آن ضعف خودکفایی در نیازهای اساسی، وجود موانع سرمایه‌گذاری، خود مدیریت، در کشور، ضعف ارتقای خدمات‌رسانی به شهروندان در اولویت های بعدی قرار گرفته اند.

۵. مدیریت تراز جهانی در ایران و نقش آن در تحقق الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت

در ابتدا توضیحی در مورد مدیران تراز جهانی ارائه می‌شود، حرکتی که در سال ۹۵ فعالیت اجرایی آن آغاز شد. مبتنی بر این دیدگاه بود که چگونه ما مدیرانی که بتوانند در عرصه رقابت جهانی خوب عمل کنند یا به عبارت دیگر مدیرانی که سازمان‌هایی با توان رقابت در بازارهای جهانی ایجاد کنند، داشته باشیم. حتی اعتقاد بر این است که سازمان‌ها باید در داخل کشور نیز رقابت‌پذیر باشند چراکه در زمینه کسب و کار و بازار، محدودیت‌های جغرافیایی از میان رفته است. این ایده نشأت گرفته از این امر است که اگر بخواهیم در عرصه سیاست موفق باشیم باید دیپلمات جهان‌تراز داشته باشیم. با این ویژگی است که می‌توان خوب مذاکره و از حق و حقوق جامعه دفاع کرد و با فرصت‌شناسی و تهدیدشناسی نماینده شایسته‌ای برای جامعه بود. قابلیت‌ها و توانمندی‌ها در شرایط رقابتی به منصف ظهور می‌رسد. یعنی انسان‌ها و سازمان‌ها وقتی در یک شرایط رقابتی قرار بگیرند تلاش و کوشش بیشتری کرده و از توانمندی، خلاقیت و نوآوری بیشتری استفاده می‌کنند. چراکه باید برای عبور از این مسابقه راه‌حل پیدا کنند و راه‌حل‌های قبلی در بسیاری اوقات پاسخگو نیست و باید از نبوغ، ابتکار و خلاقیت بهره ببرند. یکی از راهکارهایی که در ایران در جهت ایجاد فضای رقابتی انجام گردید انتخاب ۱۰۰ شرکت برتر کشور از لحاظ سهم فروش و درآمدسازی آنها در اقتصاد کشور است. در واقع الگویی در دنیا به نام «فورچون ۵۰۰» وجود دارد که در آن ۵۰۰ شرکت برتر دنیا از لحاظ حجم فروش انتخاب می‌شوند. اینکه آیا فروش همه چیز را در عملکرد یک شرکت نشان می‌دهد به نظر ما این‌گونه نیست و فروش یکی از این معیارهاست ولی بسیاری از موارد را روشن می‌کند. یکی از این موارد، نشان دادن سهم آن بنگاه در درآمدسازی و اشتغال جامعه است چرا که با بررسی انجام شده شرکت‌هایی که جزو بنگاه‌های برتر هستند از نظر اشتغال هم جایگاه خوبی داشته‌اند. این امر نشان می‌دهد در عین حال که سازمان‌های کوچک و متوسط ارزش بسیار زیادی برای اقتصاد جامعه و توسعه کسب و کار دارند، ولی این بنگاه‌های بزرگ هستند که شرکت‌های بزرگ و کوچک را حول محور خود رونق و توسعه می‌دهند و این

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش ما و الزامات تحقق؛ میت و دووم و میت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

ساماندهی به نفع اقتصاد کشور خواهد بود. هرچند ماهیت فعالیت آن بنگاه بزرگ هم مهم است و بی تردید بهترین حالت این است که سرمایه‌های جامعه به سمتی در کسب‌وکار برود که ارزش افزوده بیشتری ایجاد کند. سازمان مدیریت صنعتی ۲۰ سال پیش که حرکت IMI ۱۰۰ را آغاز نمود سعی کرد با یک شاخص ۱۰۰ شرکت برتر را معرفی کند ولی این شاخص‌ها به مرور افزایش یافت تا اینکه حدود ۵ سال پیش بر اساس حجم تقاضایی که وجود داشت و شرکت‌هایی که علاقه‌مند به حضور در این رتبه‌بندی بودند به جای ۱۰۰ شرکت، ۵۰۰ شرکت برتر انتخاب می‌شوند. این شاخص‌ها الان به ۵ گروه در قالب ۳۳ شاخص تبدیل شده است. ما در سال گذشته در راستای عمل به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی یک گروه به عنوان شاخص‌های بهره‌وری اضافه گردید چرا که اعتقاد بر این است گروهی که شاخص‌های اقتصاد مقاومتی را به درستی ارزیابی می‌کند شاخص‌های بهره‌وری هستند بنابراین ۴ شاخص بهره‌وری شامل بهره‌وری کل، بهره‌وری عوامل کل، بهره‌وری منابع انسانی و بهره‌وری سرمایه را به شاخص‌های این رتبه بندی اضافه شد و سال گذشته بر اساس این شاخص‌ها به برخی از شرکت‌هایی که روند بهبود و برتری در این زمینه داشتند تقدیرنامه داده شد. قطعاً این رتبه‌بندی اعتبار خوبی را در جامعه ایجاد کرده که شرکت‌ها و بنگاه‌ها تمایل به حضور در آن دارند به طوری که آثار این رتبه‌بندی باعث شده شرکت‌ها در برنامه‌ریزی استراتژیک خود یکی از شاخص‌ها را جایگاه خود در بین ۱۰۰ شرکت برتر قرار دهند. استقبال جامعه از طرح IMI ۱۰۰ و IMI 500 به چند دلیل مهم بوده است که یکی از آنها بی‌طرفی سازمان مدیریت صنعتی در ارزیابی، قضاوت و انتخاب شرکت‌ها بوده است چراکه همه معیارهای ما قابل اندازه‌گیری، کمی و مبتنی بر صورت‌های مالی تایید شده توسط مراجع رسمی است.

وقتی بنگاه‌ها در رتبه‌های بالاتری در IMI 100 قرار می‌گیرند شرایط رقابتی برای آنها سخت‌تر می‌شود و طبیعتاً برای حفظ و استمرار موفقیت و حضور در مسیر تعالی نیازمند توسعه قابلیت‌های مدیران خود هستند. به عبارت دیگر اگر بخواهیم به چیزهایی در سازمان و شرکت خود دست پیدا کنیم که تاکنون نداشته‌ایم باید توانمندی‌ها و قابلیت‌های خود را افزایش دهیم. سردمدار این تغییر و تحول سازمانی، تغییر و تحول در نظام مدیریت کشور است بنابراین وقتی مدیران در رتبه‌های بالای IMI 100 و IMI 500 قرار می‌گیرند می‌دانند که برای حفظ و ارتقای جایگاهشان باید توان رقابت با بنگاه‌های دیگر را داشته باشند. در عین حال بسیاری از بنگاه‌های ما در فضای مثبت ایجاد شده پس از برجام به تدریج در حال مشارکت با شرکت‌های بین‌المللی هستند بنابراین انتقال دانش، تجربه و فناوری سال‌ها فعالیت آنها در سطح بین‌الملل باعث شدیدتر شدن رقابت می‌شود. این رقابت باعث می‌شود مدیران ایرانی در یک فرایند توسعه‌ای قرار بگیرند که برای اثبات قابلیت و شایستگی سازمان باید خود را توسعه بدهند و به طور طبیعی بخشی از این فرایند شامل اصول و مبانی تجارت جهانی، کسب‌وکار بین‌الملل و ... باید از طریق آموزش انجام شود. بخش دیگر هم از طریق تمرین، تجربه و ممارست بدست می‌آید. امیدواریم در آینده نزدیک بنگاه‌ها و شرکت‌هایی از این ۵۰۰ شرکت برتر کشور در جمع ۵۰۰ شرکت برتر جهانی قرار بگیرند.

نتیجه گیری

حرکت درجهت مدیریت کلاس جهانی که از آن به عنوان انقلاب مدیریتی و صنعتی قرن بیست و یک یاد میکنند، جهت تحقق الگوی اسلامی _ ایرانی پیشرفت مستلزم شناسایی موانع و رفع آن هاست که به عنوان پیشنیازهای مدیریت کلاس جهانی مطرح

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

شدند. مدیریت کلاس جهانی یک دیدگاه استراتژیک است که برای بقای سازمانهای تولیدی، خدماتی، پروژه ای، دولتی و خصوصی باید به سمت آن حرکت کرد؛ لذا اهداف مدیریت کلاس جهانی، بهبود مستمر در تمامی ابعاد اقتصاد است که در پی فرصت برای بهبود است. در این تحقیق، موانع پیاده سازی و اجرای موفق اصول مدیریت کلاس جهانی شناسایی شدند و با روش تاپسیس فازی اولویت بندی گردیدند. سازمانهایی که در کلاس جهانی هستند، در تمامی ابعاد هموار هیئت گام می‌هستند. بر اساس آنچه که از نتایج تحقیق حاصل شد تبدیل شدن جمهوری اسلامی ایران به یک الگوی توانمند از یک کشور اسلامی پیشرفته در میان سایر کشورهای منطقه و مسلمان، لازمه اش مقابله با چالش‌های عمده‌ی منطقه‌ای و جهانی است. از سویی تحقق این الگوی اسلامی-ایرانی موفق خود نیازمند بهره‌گیری هر چه بیشتر و تقویت فرصت‌های پیش‌رو در دو بعد منطقه‌ای و بین‌المللی است. از جمله فرصت‌های موجود در کشور می‌توان به وجود بخش خصوصی فعال در حوزه اقتصاد، افزایش رابطه‌ی صنعت و دانشگاه، توان صادراتی کشور و بازارهای منطقه‌ای، نیروی انسانی متخصص و باتجربه، انسجام و وحدت ملی اشاره نمود که کشور را قادر می‌سازد در جهت تحقق الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت گام بردارد.

منابع

- اصغرپور حسین، محمودزاده، محمود. ۱۳۸۳ بررسی انعطاف پذیری و وصول درآمدهای مالیاتی مستقیم، «و غیر مستقیم شرکتهای موفق از ناموفق» مجله پژوهشهای اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی.
- آقایی. م.، قلی زاده. م.، رضایی. م.، (۱۳۹۷) بررسی تأثیر تحریمهای اقتصادی و تجاری بر روابط تجاری ایران و کشورهای شریک عمده تجاری. فصلنامه مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، دوره ۸، شماره ۲۸،
- حیدریچیان، ر.، کرمی، س. (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی شاخصهای توسعه انسانی ایران، مالزی و ترکیه با تأکید بر شاخص اقتصادی در دهه اخیر (۲۰۱۳-۲۰۰۴). مجله اقتصادی شماره‌های ۱ و ۲ فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴.
- خوشچهره، م.، کائینی، م. (۱۳۹۷). عوامل راهبردی مؤثر در تأمین نیازهای اساسی (غذا) از منظر پدافند غیرعامل با رویکرد اقتصاد مقاومتی. فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک سال شانزدهم، شماره ۲۷، تابستان ۹۳۱۲ مقاله ششم.
- رهبر. ف.، خامنه‌ف.، محمدی. ش. (۱۳۸۶). موانع سرمایه‌گذاری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی در ایران. مجله تحقیقات اقتصادی / شماره ۸۱.
- سنجولی، زینب. (۱۳۹۲). تبیین ماهیت الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، دو فصلنامه الگوی پیشرفت اسلامی ایران دوره ۲، شماره ۳. شیرازی. ح. (۱۳۹۴). بررسی رابطه دانشگاه با صنعت و چالشهای آن: پژوهشی کیفی در بین دانشجویان دانشگاه تهران. نشریه صنعت و دانشگاه، سال هشتم، شماره ۲۹ و ۳۳.
- صنعتی شرقی، ن.، و حیدریان رشوانلو، ف. (۱۳۹۵)، بررسی توسعه اقتصادی-اجتماعی ایران بدون وابستگی به نفت با ارایه راهکار، کنفرانس ملی دانش و فناوری روانشناسی، علوم تربیتی و جامع روانشناسی ایران،
- علی احمدی، ع. (۱۳۹۲). تبیین ماهیت الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. الگوی پیشرفت ایرانی-اسلامی. دوره ۲ شماره ۳.
- فارسیحانی، حسن.، جلالیون، ندا، قاضیان، آسیه. (۱۳۹۶). برنامه ریزی استراتژیک تکنولوژی. انتشارات گسترش علوم نوین.
- فارسیحانی، حسن. (۱۳۹۵). اصول مدیریت کلاس جهانی. انتشارات علم گستر.
- فلاحی. آ.، خلیلیان. ص. (۱۳۸۷). بررسی بازاریابی و صادرات. بررسی بازرگانی. شماره ۲۸.
- لطفی، ح.، عدالتخواه، ف.، میرزایی، م.، وزیرپور. ش.، (۱۳۸۸). مدیریت شهری و جایگاه آن در ارتقاء حقوق شهروندان. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیای انسانی - سال دوم، شماره اول.
- مظاهری، م.، احمد زاده. د. (۱۳۸۹). جامعه اطلاعاتی: فرصتها و چالشهای فراروی ایران. مجله مدیریت فرهنگی. سال چهارم / شماره هفتم / بهار .

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم خردادماه ۱۳۹۸

میرزایی، م.، (۱۳۸۹). نگاهی به پدیده فرار مغزها. هفته نامه پژوهش فرهنگی. سال هشتم شماره ۹.
نخجوانی، ا. (۱۳۹۱). بحران بیکاری در اقتصاد ایران. پژوهشنامه اقتصادی : پاییز ۱۳۹۱، دوره ۲، شماره ۳
یاسوری، م. (۱۳۸۶). علل پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید در نواحی روستایی. م جغرافیا و توسعه ی ه ، ای ناحیه شمار ی ه نهم،
پاییز و زمستان .

Ali Shah, A. and SHAIKH, F.(2012). Barriers in Implementation of E-Business Technologies in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Pakistan. Revista Română de Statistică.

Ali Shah, A. and SHAIKH, F.(2012). Barriers in Implementation of E-Business Technologies in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Pakistan. Revista Română de Statistică 4.

Baroncell, C. and Ballerio, N. (2016). World Class Operation Management. Springer.

Berry, N. (۲۰۰۰). "Wcm Versus Strategic Trade-Offs", International Journal Of Operations And Production Management, Vol.۳۴, No.۱۲, Pp:۷۹-۵۶.

Brown, M.G. (1996). Using the Right Metrics to Derive World Class Performance- AMACOM Div American Mgmt Assn.

Cătălin, S. H., Bogdan, Dimitrie, B., and Gârbacea, R. (2014). The Existing Barriers in Implementing Total Quality Management. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series; 2014, Vol. 23 (1), p1234.

Cheng, S. Chan C.W., Huang. G.H. (2002), "Using multiple criteria decision analysis for supporting decision of solid waste management", Journal of Environmental Science and Health, Part A 37 (6) (2002) 975-990.

Dodds, R. and Butler, R.(2009). Barriers to implementing Sustainable Tourism Policy in Mass Tourism Destinations, TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM Volume 5, Number 1, Spring 2010, pp. 35-53.

Implementation of Green ICT in Kenya. International Journal of Science and Technology. Vol 2(12).

James, M.(2010). Obstacles to Enterprise Agility. CollabNet Certified Scrum Trainer. <http://www.gantthead.com/article.cfm?ID=255033>

Kacprzyk, J. (1986), "Group decision making with a fuzzy linguistic majority", Fuzzy Sets, (1986).

Kanter, R.M. (2008). World - Class. Simon and Schuster. Harvard University.

Katunzi, T.M. Obstacles to Process Integration along the Supply Chain: Manufacturing Firms Perspective. International Journal of Business and Management, Vol. 6 (5).

Kavosh, K. Abu Bakar, A. H., Melati, A. A., Siti Zaleha, A. R. (2011). Influential Barriers of Customer Relationship Management Implementation. International Bulletin of Business Administration Vol (10).

Kumar, S., Garg, G., Kamboj, A., and Singh, M. (2011). Difficulties of Just-In-Time Implementation, International Journal on Theoretical and Applied Research in Mechanical Engineering (IJTARME), Vol. 2(1), 2319 – 3182.

Mahdavi, I. Nezam Mahdavi-Amiri, Heidarzade, A. Nourifar. R.(2008), "Designing a model of fuzzy TOPSIS in multiple criteria decision making", Applied Mathematics and Computation, 206 (2008) 607-617.

Maurel, M. and Seghir, M. (2014), The Main Obstacles to Firms' Growth in Senegal, Implications for the Long Run, Working Paper Series N. 208 African Development Bank, Tunis, Tunisia

Mazar, M., and shahdadnejad, N. (2011). Barriers to creativity and innovation in the organization's management. International Conference on E-business, Management and Economics. IPEDR Vol.25 IACSIT Press, Singapore

- METAWIE, M., and GILMAN, M. (2005). Problems With the Implementation Of Performance Measurement Systems in the Public Sector Where Performance is Linked to Pay: A Literature Review Drawn From The UK. 3rd Conference on Performance Measurements and Management Control.
- Mishra, S. Datta, S. and Mahapatra, S. (2013). Agility Evaluation and Identification of Agile Obstacles by Exploring Fuzzy Degree of Similarity (DOS) Concept. International congress on "Innovative Trends in Information Technologies and Computing Sciences for Competitive World Order" (ITITCSCWO – 2013) "Krishi Sanskriti" 2nd -3rd March 2013, Jawaharlal Nehru University.
- Moe, N., Dingsøyr, T and Dybå, T. (2009). Overcoming Barriers to Self-Management in Software Teams. Cooperative and human aspect SE, IEEE Software. vol. 26, 20-26.
- Moussa, C.B. (2009). Barriers to Knowledge Management: A Theoretical Framework and a Review of Industrial Cases. World Academy of Science, Engineering and Technology 30.
- Nordin, N. Ashari, H. and Hassan, M G. (2014). Drivers And Barriers In Sustainable Manufacturing Implementation In Malaysian Manufacturing Firms. In Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 2014 IEEE International Conference. 687-691.
- Pujas, D. (2010). Barriers to the Successful Implementation of the Balanced Scorecard - the Case of Plava Laguna J.S.C. Master thesis. Vienna,
- Recklies, O. (2008). Problems and barriers to strategic planning. Institute of Organization and Management in Industry „ORGMASZ” 1(1) 3 – 11.
- Shri A.K. (2007). IT Channel. Risk Factors. Oct...2007. Eng.. 11 pgs.
- Shan, A., Ahmad, M., Azizti, A., & Mustapha, A. (2018). The Mediating Effect of Total Productive Maintenance (TPM) Between Total Quality Management (TQM) and Business Performance. Journal of Computational and Theoretical Nanoscience.
- Yen, J., Langari, R. (1999), "Fuzzy Logic Intelligence, Control, and Information", Prentice Hall Publishing Company, 1999.
- Yerdous, F., Chowdhury, M.M., and Bhuiyan, F. (2015). Barriers to the Implementation of Human Resource Information Systems. Asian Journal of Management Sciences & Education Vol. 4(1).
- Yoewe, P. and Dominiquini, J. (2006). Overcoming the barriers to effective innovation. STRATEGY & LEADERSHIP. 34(1), pp. 24-31, Emerald Group Publishing.