

ارائه مدلی جهت بررسی تأثیر نیروهای محیط تخصصی در صنعت لیزینگ

حسین میرزایی

کارشناس ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی

فاطمه حسینزاده

کارشناس ارشد تحقیق و توسعه شرکت لیزینگ صنعت و معدن

چکیده

امروزه صنایع در یک محیط بسیار رقابتی مشغول فعالیت می‌باشند. یکی از خصوصیات این محیط رقابتی تغییر است. این تغییرات و دگرگونی‌ها در محیط، موجب ایجاد فرصت‌ها^۱، و تهدیداتی^۲ برای صنایع و سازمان‌ها می‌شوند. امروزه بخش خدمات در جهان و ایران از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و گروه خدمات مالی که صنعت لیزینگ یکی از زیر مجموعه‌های آن می‌باشد در حال رشد بوده، و رقابت پیوسته در آن رو به افزایش است. بر همین اساس در این مقاله سعی شده به شناسایی مدلی بهینه جهت بررسی محیط بیرونی در صنعت لیزینگ پرداخته شود.

کلید واژه‌ها: لیزینگ، عوامل بیرونی، استراتژی

1-Opportunities

2-Threats

بررسی محیطی عبارت است از نظارت، ارزیابی و نشر اطلاعات به دست آمده مربوط به محیط سازمانی. بررسی محیطی هم چنین ابزاری است که شرکت از آن برای جلوگیری از شوک‌های استراتژیک و تضمین سلامتی بلندمدت بهره می‌برد. در بررسی عوامل خارجی، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی شرکت شناسایی می‌شوند تا مدیران بتوانند با تدوین استراتژی‌های مناسب از فرصت‌ها بهره‌برداری کنند و اثرات عوامل تهدیدکننده را کاهش دهند یا از آنها پرهیز نمایند.

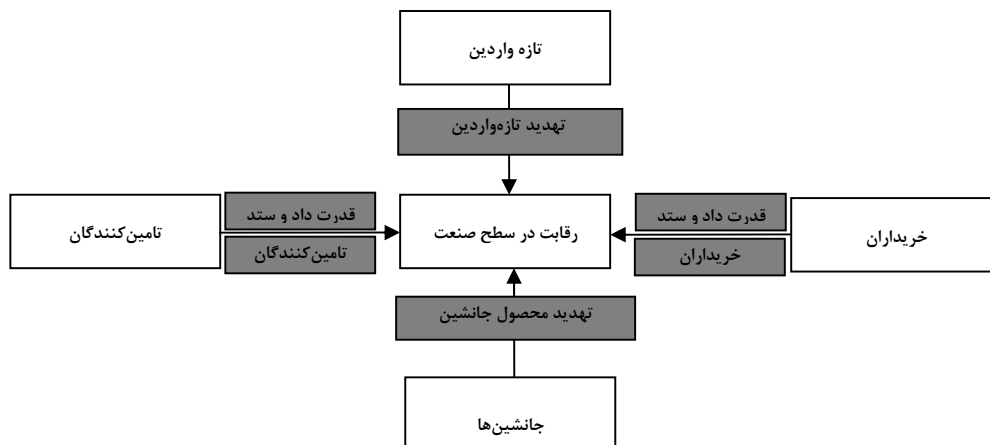
جهت بررسی عوامل محیط خارجی سازمان، معمولاً محیط را به دو لایه: محیط عمومی یا کلان^۳ و محیط تخصصی یا خرد^۴ تقسیم می‌کنند(!). **محیط عمومی** شامل نیروهای کلانی است که به طور غیر مستقیم بر فعالیت‌های سازمان اثر می‌گذارند. **محیط تخصصی** شامل آن دسته از عناصر یا گروه‌هایی است که به طور مستقیم بر شرکت تأثیر می‌گذارند و خود نیز از آن تأثیر می‌پذیرند.

مدل‌های متعددی در خصوص چگونگی بررسی عوامل محیطی وجود دارد که معروف‌ترین و پرکاربردترین آن مدل ارائه شده توسط پورتر است. پورتر معتقد است اساس تدوین استراتژی، سازگاری بر رقابت است. در این نظریه وضعیت رقابت در یک صنعت متکی بر پنج نیروی اساسی می‌باشد که در نمودار یک ارائه شده است (!) قدرت جمعی این نیروها ظرفیت سودآوری نهایی یک تجارت را معین می‌کند.

3-General / Macro environment

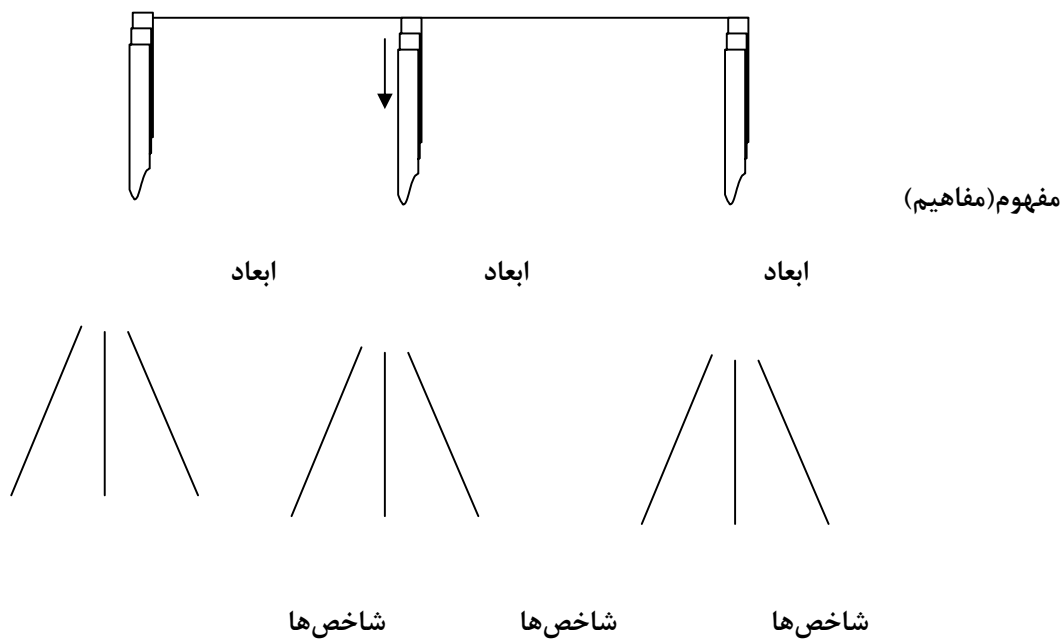
4-Task / Function /Micro environment

نمودار یک- نیروهای مطرح در مدل پورتر



از طرف دیگر ریموند کیوی معتقد است که وظیفه مطالعات اکتشافی، گسترش دادن چشم‌اندازهای تحلیلی، و آشنا کردن محقق با افکار متخصصان دیگر است. به عبارت دیگر به منظور بهره‌برداری از ایده‌های نو باید آنها را به زبانی ترجمه کرد و به صورت‌هایی درآورد که راهنمای محقق، درخصوص جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مشاهده شده باشد. این موضوعی است که ریموند کیوی در ساخت مدل تحقیقی‌ایش از آن استفاده کرده است (شکل شماره یک) (!)

شکل یک- مدل تحقیق کیوی



۲- بررسی تأثیر نیروهای محیط تخصصی در صنعت لیزینگ

رشد اقتصادی سال ۲۰۰۵، صنعت لیزینگ را به عنوان یک محصول مالی (مکمل محصولات بانکی) معرفی کرده است. در واقع لیزینگ توانسته است به عنوان منبع مالی میان مدت که توانایی حمایت از توسعه بخش‌های مختلف اقتصاد یک کشور را دارد، شناخته شود. با توجه به اهمیت صنعت لیزینگ، بحث شناسایی عوامل خارجی مؤثر بر آن یکی از بحث‌های مهم در این صنعت است [۱].

این صنعت به دلیل ویژگی‌های خاص آن، از دیگر صنایع متمایز است. برخی از این ویژگی‌ها همانند ریسک، مزیت‌های مالیاتی و محدودیت‌های قانونی، و غیره می‌باشد [۲]. به عنوان مثال مؤلفه‌های مؤثر بر بازار لیزینگ بسیار متفاوت از دیگر صنایع است به طوری که دامنه تقاضا، لزوماً اندازه بازار لیزینگ را نشان نمی‌دهد بلکه اندازه بازار لیزینگ از طریق میزان معوقات قابل وصول در صنعت لیزینگ، و ارزش کسب و کارهای جدید به دست می‌آید [۲].

بر همین اساس مدل‌هایی همچون دیوید نمی‌تواند به تنهایی پاسخگوی تحلیل محیط بیرونی صنعت لیزینگ باشد. برای بررسی محیط بیرونی صنعت لیزینگ ابتدا باید عوامل بیرونی مشخص شده، سپس با تعیین ابعاد هر یک از عوامل، شاخص‌هایی متناسب با هر یک از ابعاد تعریف گردد، و در نهایت بر مبنای شاخص‌های تعریف شده، می‌توان به تحلیل هر یک از عوامل شناسایی شده پرداخت.

با توجه به مدل تحقیق، بررسی شدت تأثیر نیروهای رقابتی در صنعت لیزینگ، به عنوان یکی از عوامل محیط بیرونی شناسایی شده، و پنج حوزه مطرح شده در مدل پورتر به عنوان ابعاد این مفهوم تعیین گردید. جهت مشخص شدن شاخص‌ها برای ابعاد ذکر شده، تعداد ۳۶ سوال در ۵ حوزه مدل پورتر طراحی شد که این سؤالات پس از نظرسنجی از اساتید دانشگاهی، و صاحب‌نظران صنعت لیزینگ مورد تصویب و تأیید قرار گرفت. در نهایت با مطالعه و بررسی محیط بیرون و با اخذ نظرات کارشناسی صاحب‌نظران صنعت لیزینگ، به سؤالات مطرح شده پاسخ داده شد (جدول شماره یک) در نهایت بر اساس ضرایب در نظر گرفته شده برای هر یک از سؤالات، امتیازات هر حوزه تعیین می‌گردد.

جدول یک- جمع‌بندی امتیازات هر حوزه

نام حوزه	میانگین امتیازات
قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان	۳,۴۰
تهدید تازه‌واردین	۳,۱۷
قدرت رقابت در سطح صنعت	۳,۱۰
قدرت چانه‌زنی خریداران	۲,۸۹
تهدید محصولات جانشین	۲,۷۹

همچنان که مشاهده می‌شود در صنعت لیزینگ (با توجه به تحقیق صورت گرفته) می‌توان این نکته را عنوان کرد که بیشترین قدرت و تأثیر در ایجاد رقابت در محیط تخصصی این صنعت به ترتیب مربوط به دو نیروی قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان و تهدید تازه‌واردین می‌باشد. نیروهای بعدی در رتبه سوم تا پنجم قرار می‌گیرند. بنابراین دو عامل «قدرت مالی»، و «تازه‌واردین» به عنوان مهم‌ترین عامل محیط بیرونی باید مورد توجه قرار گیرند که این موضوع بر بررسی عوامل اقتصادی و عوامل قانونی دو بعد از ابعاد کلان محیطی (PEST)^۵ تأکید دارد.

۳- نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با کمک گرفتن از مدل پورتر و ریموند کیوی سعی داشته به چگونگی تحلیل عوامل بیرونی در صنعت لیزینگ بپردازد. به دلیل ویژگی مدل ریموند کیوی می‌توان میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل را سنجید و بر اساس آن به اولویت‌بندی آن‌ها پرداخت.

5-Political, Economic, Sociological, and Technological

منابع و مأخذ

1. Bahrain, Manama and Fratzscher, Oliver, " Basel-II and Risk Management", Meeting International Standards, IIF Workshop, 30. November 2005.
2. Drwenski, Axel, Hinrichi, Hela, Office Leasing Maeket Condition Across Europe, 14 June 2005.

۳- آممبال، سودیر، آموزش لیزینگ، ترجمه شرکت لیزینگ صنعت و معدن، آبان ۱۳۸۶.