

## به نام خدا

کیفیت ، تبدیل تهدیدها به فرصت ها در فضای کسب و کار ایران

### سخنران : دکتر حیدرامیران

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی – واحد تهران مرکزی

و

رئیس هیئت مدیره شرکت مشاورین کیفیت ساز کارآفرین

گزارش اندازه بازار کالاها و خدمات • تحلیل فضای کسب و کار • معرفی کسب و کارهای جذاب • مقایسه عملکرد رقبا • پیش بینی آینده کسب و کار

# بخش اول

## • مروی سریع بر مفاهیم



# مدیریت کیفیت یعنی :

■ ■ ■ ■ ■  
هوش مندی نسبت به رقبا و مشتری از طریق اعمال  
آن بر روی محصولات ، فرآیندها و سیستم ها با هدف  
حفظ و استمرار بقاء سازمان

# معنی کیفیت

## کیفیت با q

تمرکز بر محصول

رعایت کیفیت ، به عهده متخصصین است

تامین کیفیت از طریق روش های خاص امکان پذیر است

کیفیت ، دارای یک بعد تخصصی و حرفه ای است

کیفیت محدوده محیط شرکت است

## کیفیت با Q

تمرکز بر مشتری

رعایت کیفیت ، مسئولیت همه کارکنان سازمان است

تامین کیفیت ، از طریق روش های عمومی و در همه واحدهای سازمان امکان پذیر است

کیفیت ابعاد 360 درجه ای دارد

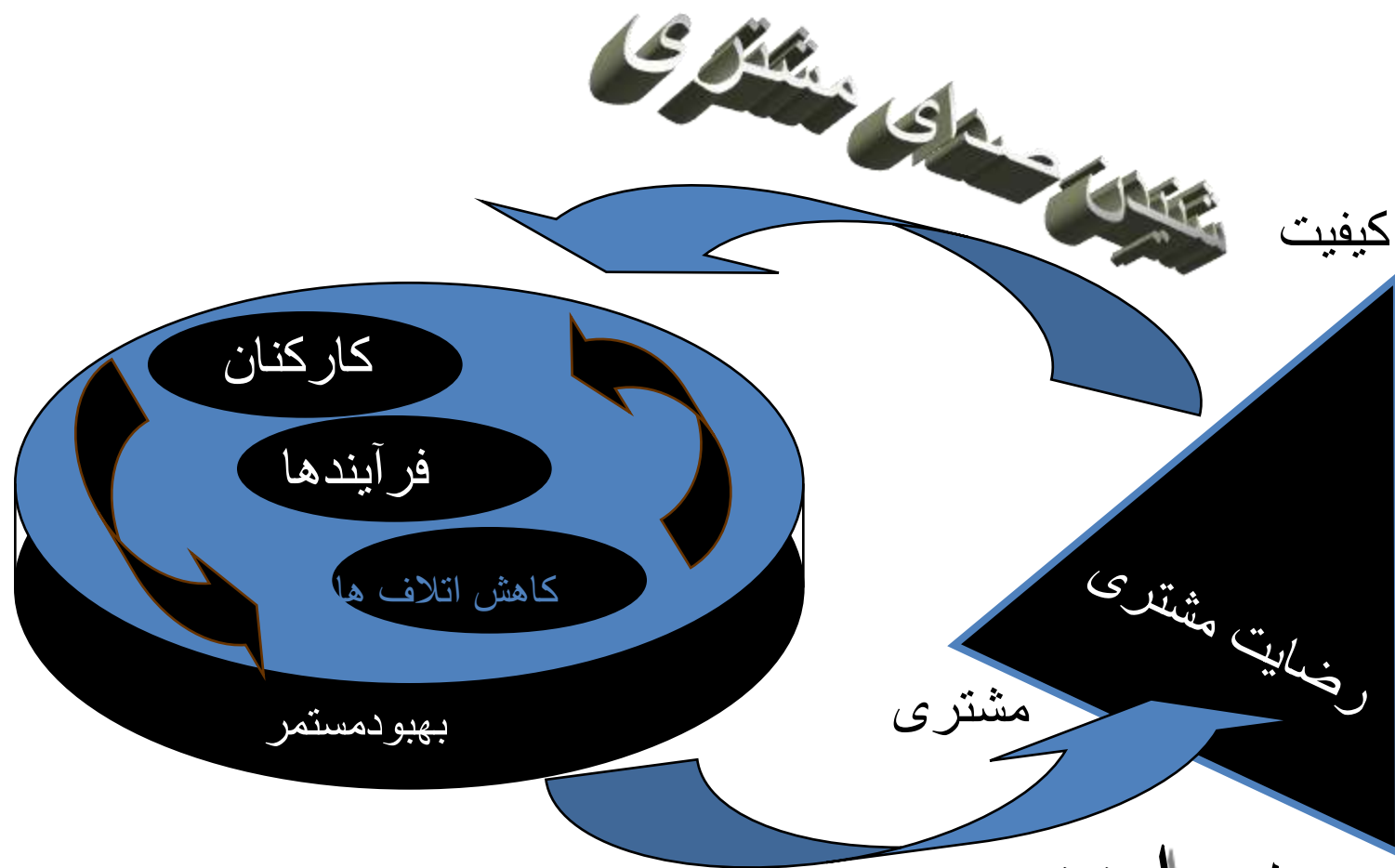
کیفیت فراگیر و بدون مرز است



مدیریت کیفیت  
چیست ؟

مدیریت کیفیت  
یعنی رسیدن به  
Q باکم ترین  
هزینه

# فرهنگ مدیریت کیفیت جامع



ارزش آفرینی بیشتر برای مشتری

# بخش دوم

• مفاهیم فرصت یابی و تشخیص فرصت ها









# ویژگی های یک فرصت یاب

## برخورداری از روحیه شاد و مثبت



فراموش نکنید که موفقیت ، کلید شادی نیست. شادی ، کلید موفقیت است.

## فرصت طلبی



برای پیروزی و موفقیت همیشه باید فرصت طلب باشید. چون فرصت ها ماندنی و همیشگی نیستند.

## آینده نگری



در کلیه حرکات و برنامه ریزی ها، آینده و چشم انداز خود را در نظر داشته باشید.

## حساسیت محیطی



دائماً از محیط اطلاعات بگیرید و براساس اطلاعات دریافتی، خود را به روز کنید.

## شهود و منطق



هر متفکر استراتژیک، شهود و منطق را در قالبی خلاقانه در هم می آمیزد.

## آمادگی برای تغییر



بر مبنای نتایج حاصله و ارزیابی مستمر آنها، همیشه آماده تغییر استراتژی ها و روش های خود باشید.

## توجه به اصل علت و معلول



تفکر استراتژیک ، تفکر علمی مبتنی بر اصل علت و معلول است.

## نتیجه گرایی



همیشه صحت و سقم تفکرات و برنامه های خود را بر مبنای نتایج به دست آمده ارزیابی کنید.

## تفکر منطقی



برخورداری از تفکر یکپارچه، منطقی، عقلایی، خلاق و نوآور لازمه تفکر استراتژیک است.

## تصمیم گیری بر مبنای حقایق و شواهد



همه استراتژیست ها، جمع آوری و تحلیل حقایق، اطلاعات و شواهد را محور فعالیت های خود می دانند.

## نوآوری و خلاقیت



نوآوری و خلاقیت و اجتناب از سنت گرایی، اصلی ترین نکته در تفکر استراتژیک است.

## کار گروهی و تیمی



نه می شود مردم را فراموش کرد و نه می شود با آنها کار کرد. این اصل اساسی تفکر استراتژیک است.



# ویژگی های یک فرصت یاب

## مدیریت بر خود<sup>۱۱</sup>



همه استراتژیست ها ، توانایی خارق العاده ای در مدیریت بر خود دارند.

## توانایی کار شبکه ای



استراتژیست های موفق، الگوی تمام نمای ایجاد شبکه های همکاری و هم افزایی هستند.

## فرضیه سازی



تفکر استراتژیک ، همه رویکردها و نتایج را فرضیه های قابل اثبات یارد می داند.

## عزم و تصمیم راسخ



استراتژیست ها، در شرایطی که دیگران ناامید شده اند، پایه های موفقیت خود را بنیان می گذارند.

## توجه به شاخص های اصلی کسب و کار



شاخص های اصلی کسب و کار، تنها معیار صحت و سقم اقدامات استراتژیست ها است.

## استفاده از راه های کارآفرینی



استراتژیست های موفق ، از مدل های سودمند کارآفرینی سود می برند.

## توجه به مراکز قدرت موثر بر کسب و کار



استراتژیست های موفق، با همه سازمان های موثر بر فضای کسب و کار خود تعامل سازنده برقرار می کنند.

## توجه به اندازه بازار



حصول اطلاع از اندازه بازار کالاها و خدمات و هدف گذاری بر مبنای آن، پایه تفکر استراتژیک محسوب می شود.

## ارزیابی مستمر توانایی های خود



همه استراتژیست ها، یکی از نقاط قوت خود را ارزیابی مستمر و منظم توانمندی های شخصی خود می دانند.

## یادگیری از محیط



استراتژیست های موفق ، به جای اطلاع گیری از محیط، به دنبال یادگیری از محیط هستند.

## توجه به راه های میان بر



استراتژیست های موفق، به جای سرعت و کار بی وقفه و کُتی، دنبال راه های میان بر و انجام کارهای باکیفیت هستند.

## قابلیت سازی برای رقابت



تفکر استراتژیک، به جای قابلیت سازی برای تولید و ظرفیت سازی برای آن، بر قابلیت سازی برای رقابت تاکید دارد.

**هم سو سازی کارکنان با استراتژی ها ، مهم ترین چالش استراتژیست های ایرانی است.**



# چرا سازمان های ایرانی شکست خورده و افول می کنند

براساس جلد ششم از مجموعه کتب ۱۰ جلدی تفکر استراتژیک ، دلایل ظهور و افول سازمان های ایرانی را می توان به شرح زیر برشمرد :





# ویژگی افراد فرصت طلب

داشتن و تجربه قبلی  
شناخت  
هوشیاری  
شبکه های اجتماعی  
برون گرایی  
موافقت و سازگاری  
نیاز به موفقیت  
ریسک پذیری  
استقلال طلبی  
خودارزیابی  
کنترل نتایج



# معنی و مفهوم فرصت



فرصت ؛ ارتباط دادن پدیده ها برای خلق ارزش است. فرصت یعنی ایجاد ارتباط بین چند موضوع است که آنها در ارتباط با هم ارزش بزرگ تری را خلق می نمایند.



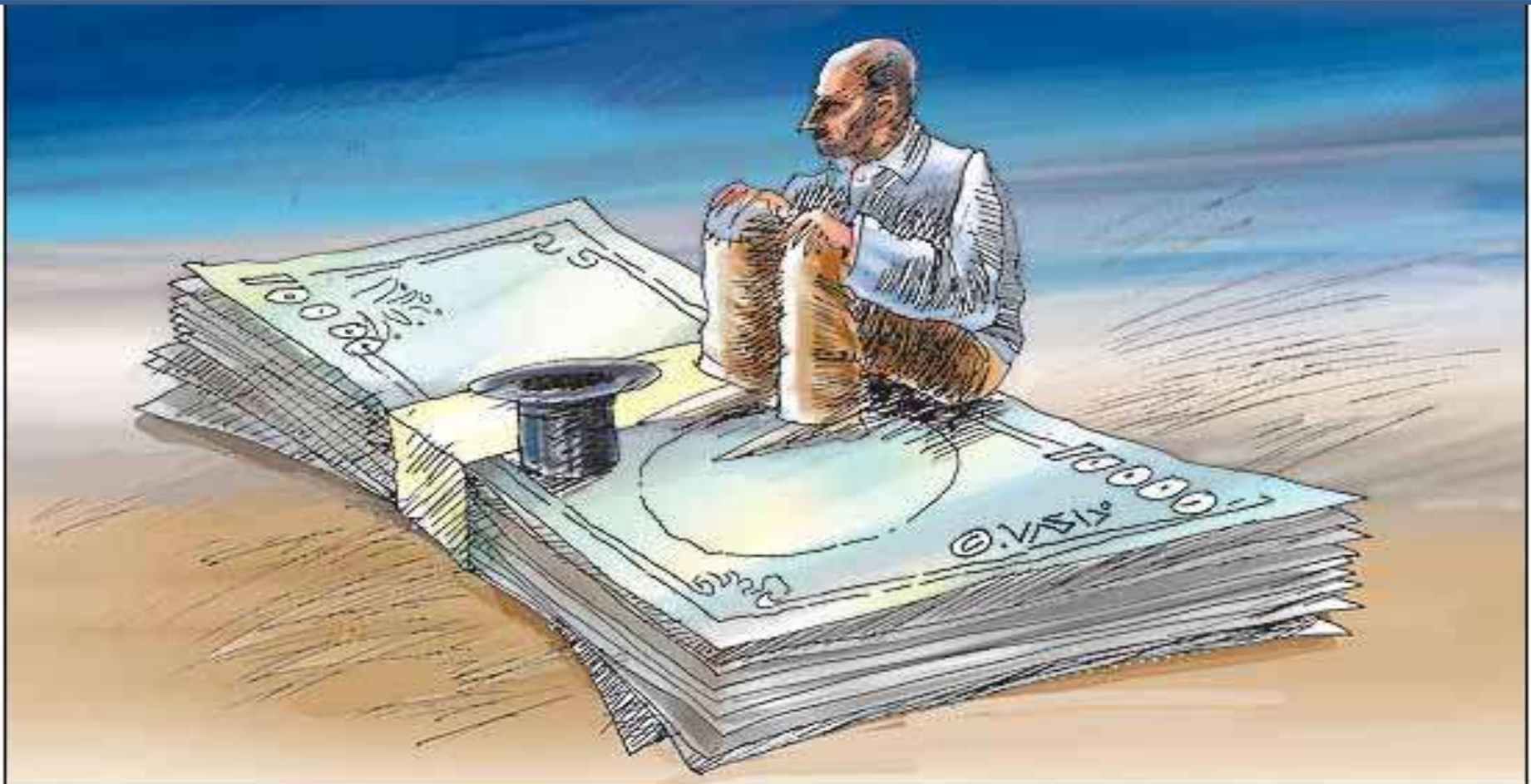
فرصت، عبارت است از شرایطی که می‌تواند تبدیل به  
سود و منفعت شود  
فرصت = ارزش بالقوه

# مصادیق فرصت



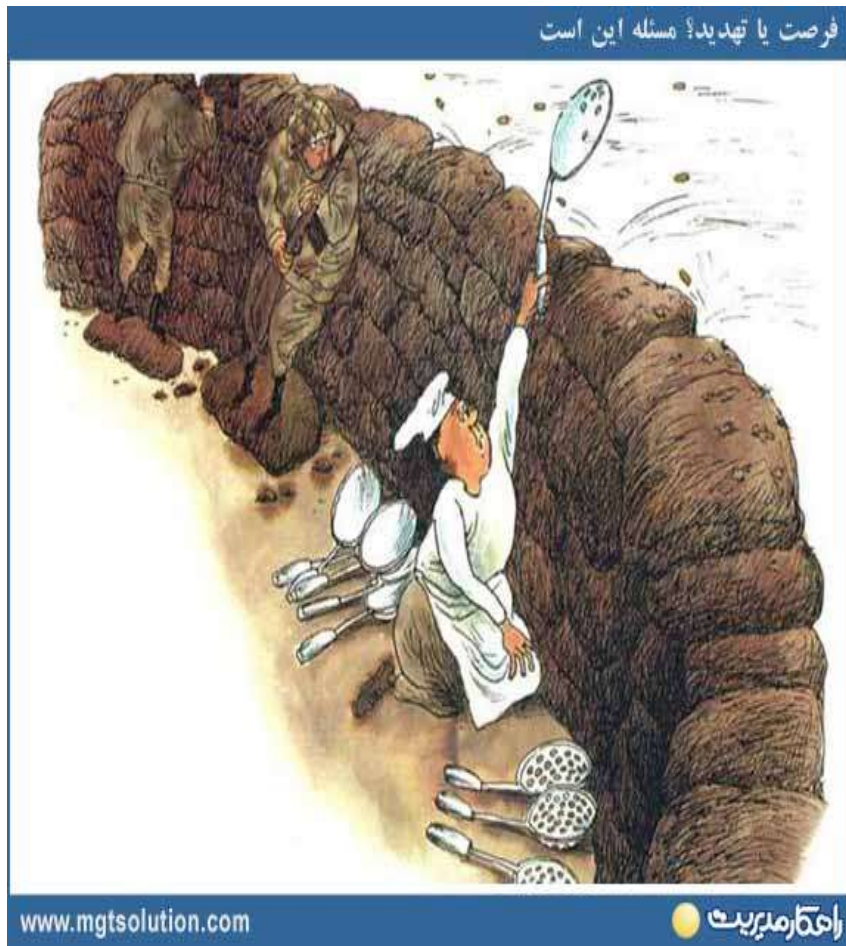
هر نیاز، خواسته، تقاضای برآورده نشده، کمبود، مشکل، مسئله، وضعیت نامطلوب و نظایر اینها، مصداق بارز فرصت است تا از دل آنها سود و منفعت، به دست آید.





فرصت‌ها همیشه وجود دارند، ولی فقط کسانی آنها را می‌بینند و استفاده می‌کنند که مهارت‌های مربوطه را کسب کرده باشند و نسبت به محیط خود حساس باشند نه بی تفاوت.

# تفکر استراتژیک یعنی فرصت یابی و فرصت جوئی



- فرصت ها را به بینیم
- فرصت ها را خلق کنیم
- فرصت ها را شناسایی کنیم
- فرصت ها را ترکیب کنیم
  - از فرصت ها استفاده کنیم
- روندها و پارادایم های آینده را شناسایی و در خلق آنها پیش باشیم

## نمونه هایی از نیازهای مردم

درآمد  
پس انداز  
زمان  
زیبایی  
آموزش  
طول عمر  
راحتی  
دوست داشتن  
معروف بودن  
خوش بودن  
خلاقیت  
پیشتازی  
قدرت

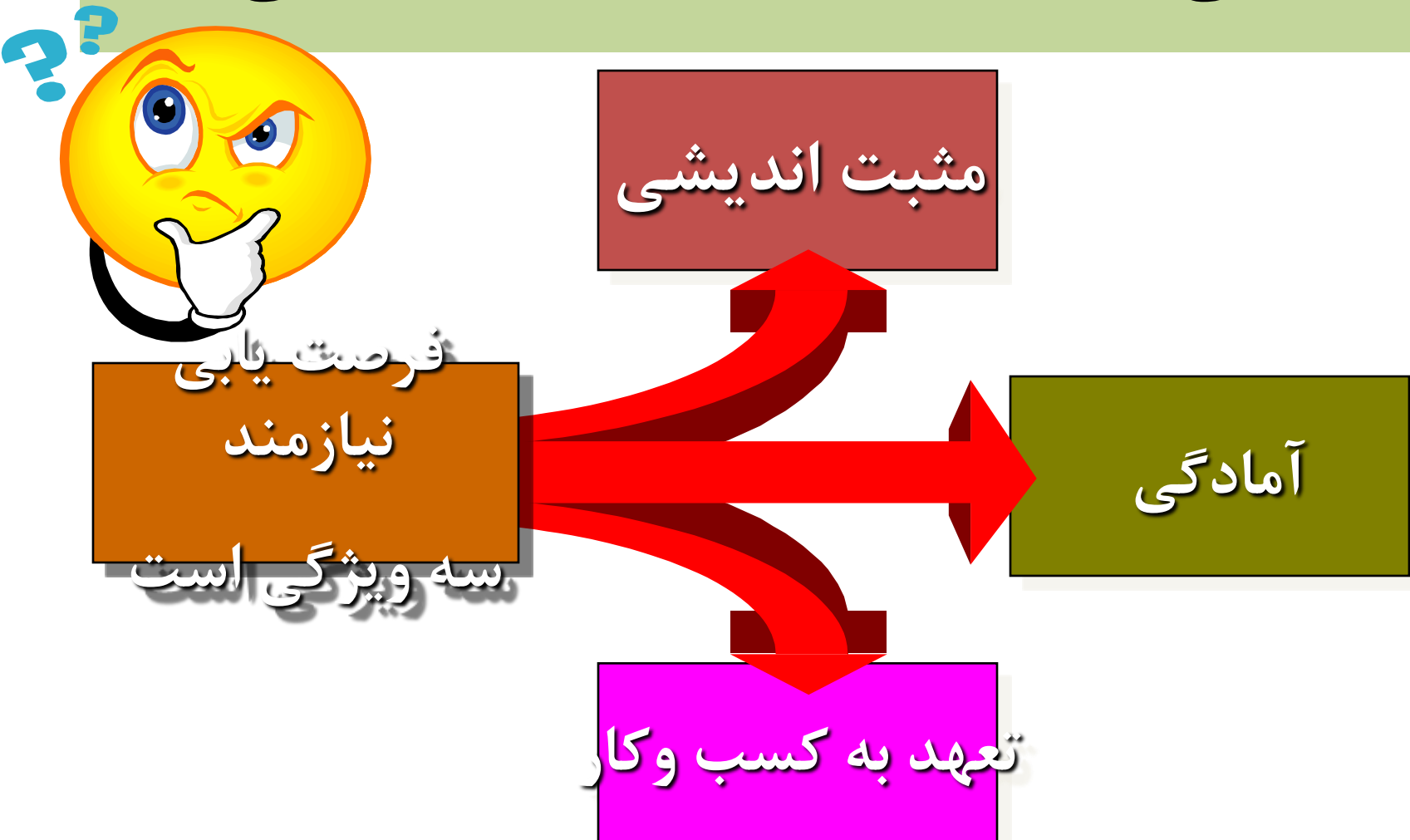




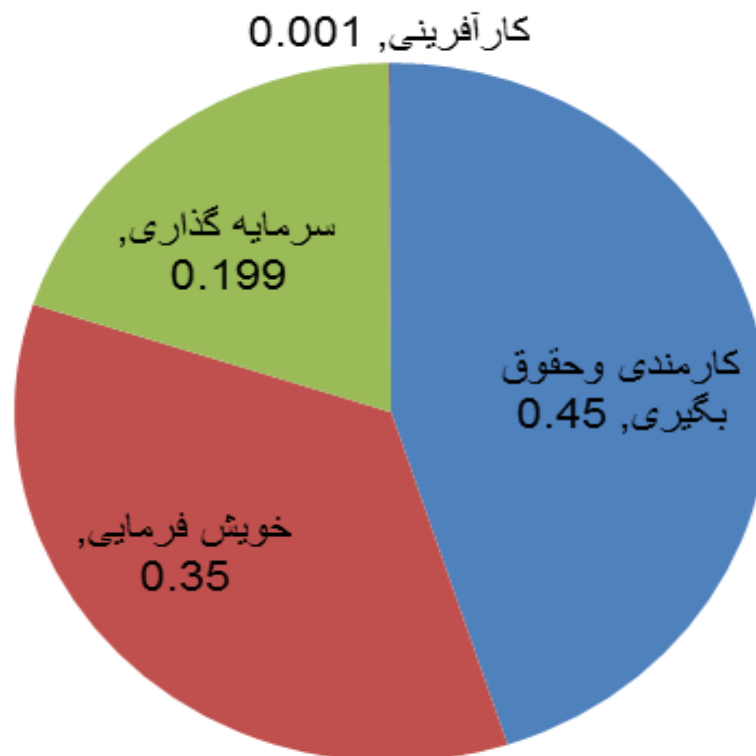
ایده های کسب  
وکار زمانی  
شایستگی تبدیل  
شدن به فرصت  
را دارند، که  
امکان موفقیت  
آنها بالا باشد



# ویژگی های مورد نیاز برای فرصت یابی



# پیش بینی در صد اشتغال ایرانیان به هریک از سطوح اشتغال



**جمعیت:**  
**76000000**

# بخش سوم

## • الگوهای فرصت یابی





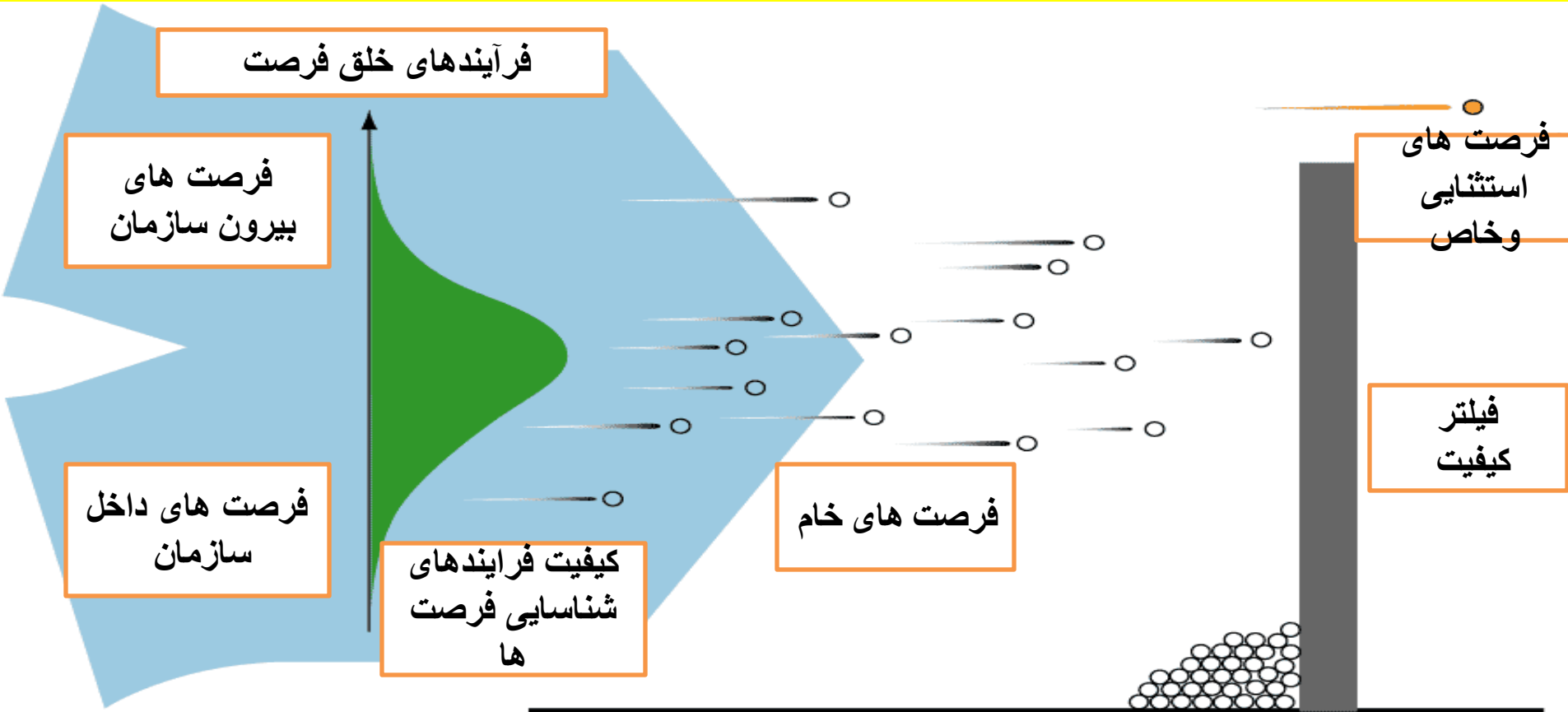
# مراحل شناسایی فرصت ها

- 1- کسب آماده سازی لازم
- 2- پرورش دادن توانمندی های شناسایی فرصت
- 3- داشتن هدف



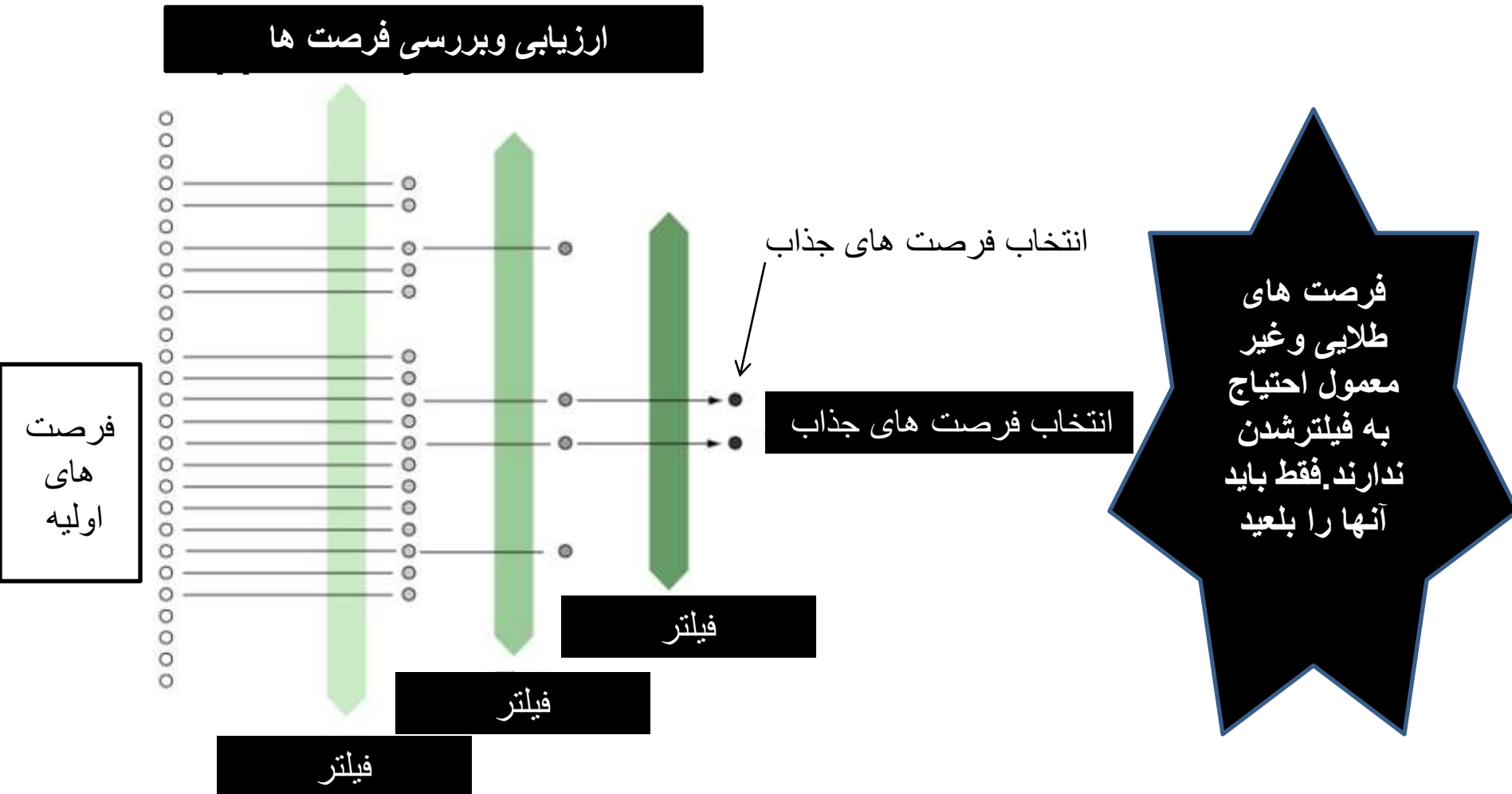
- 4- ارزیابی فرصت ها
- ی موجود
- 5- انتخاب فرصت های جذاب
- 6- استفاده از فرصت جذاب

# عوامل تعیین کننده کیفیت فرصت های کسب و کار

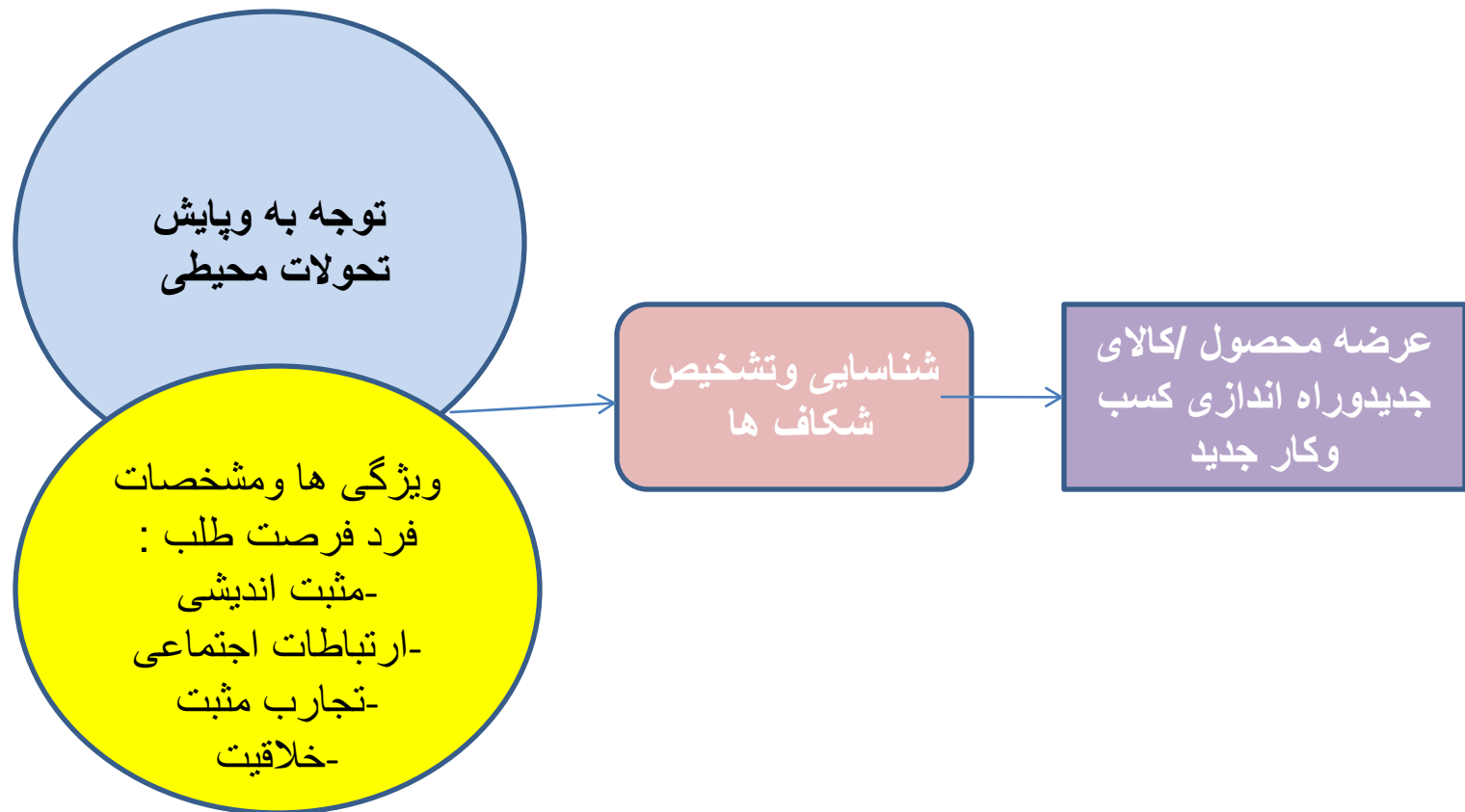


- متوسط کیفیت فرایندهای شناسایی فرصت ها
- واریانس کیفیت فرایندهای شناسایی فرصت ها
- فراوانی فرصت های شناسایی شده
- صحت ودقت فرصت های شناسایی شده

# انتخاب و ارزیابی فرصت ها بر اساس معیارهای کمی و وصفی انجام می شود



# نگاهی به فرآیندشناسایی و تشخیص فرصت ها



# فرصت ها (نیازها- مشکلات) را شناسایی کنید

## صنعت

- سهم صنعت  
%22/5

## صنعت

- محصولات غذایی، میوه خشک  
کمی، تولید قطعات الکترونیکی، ملزومات  
بسته بندی،

## کشاورزی

- سهم خدمات  
%76

## کشاورزی

- محصولات ارگانیک، محصولات بسته  
بندی شده، درختچه های مخصوص تولید  
سبزی جات خانگی، محصولات  
سورت شده، رستوران داری

## خدمات

- سهم کشاورزی  
%1/5

## خدمات

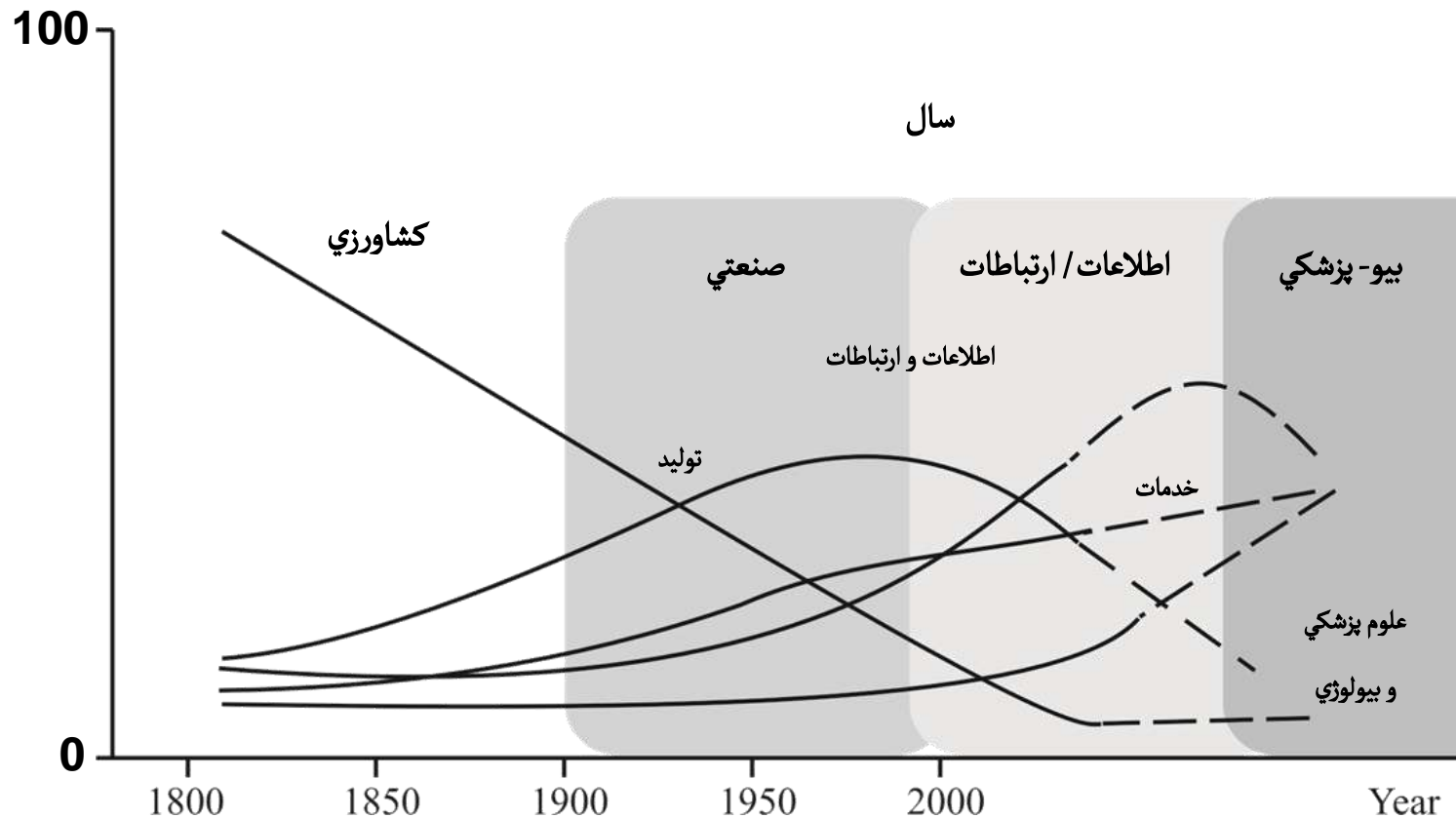
- خدمات آشپزخانه، خدمات خانگی،  
خدمات آموزشی، خدمات پژوهشی،  
خدمات تفریحی، طراحی سایت،  
کارهای خدماتی

خدمات						
صنعت			کشاورزی			
سهم	رشد	سهم	رشد	سهم	رشد	سال
47.0%	10.0%	43.0%	10.0%	10.0%	3.0%	1384
48.5%	15.0%	42.5%	14.0%	9.0%	3.0%	1385
50.3%	18.0%	41.5%	15.0%	8.2%	3.0%	1386
52.7%	22.0%	40.0%	16.0%	7.3%	3.0%	1387
55.1%	22.0%	38.5%	17.0%	6.4%	3.0%	1388
57.3%	21.0%	37.0%	18.0%	5.7%	2.8%	1389
59.5%	21.0%	35.5%	17.0%	5.0%	2.6%	1390
61.2%	20.0%	34.3%	16.0%	4.5%	2.5%	1391
63.0%	20.0%	33.0%	15.5%	4.0%	2.5%	1392
64.5%	19.0%	32.0%	15.0%	3.5%	2.5%	1393
66.0%	18.0%	31.0%	14.5%	3.0%	2.5%	1394
67.3%	17.5%	30.0%	14.0%	2.7%	2.5%	1395
68.6%	17.0%	29.0%	13.0%	2.4%	2.5%	1396
70.0%	16.5%	27.8%	12.0%	2.2%	2.5%	1397
71.3%	16.0%	26.7%	11.0%	2.0%	2.5%	1398
72.6%	15.5%	25.6%	10.5%	1.8%	2.5%	1399
73.7%	15.0%	24.7%	10.0%	1.6%	2.5%	1400
74.7%	14.0%	23.8%	9.5%	1.5%	2.5%	1401
75.6%	13.0%	23.0%	9.0%	1.4%	2.5%	1402
76.3%	12.0%	22.4%	8.5%	1.3%	2.5%	1403

پیش  
بینی  
سهم  
حوزه  
های  
کسب  
وکار  
در  
ایران  
تاسال  
1403

# آینده حوزه های کسب و کار در دنیا

درصد نیروی انسانی شاغل



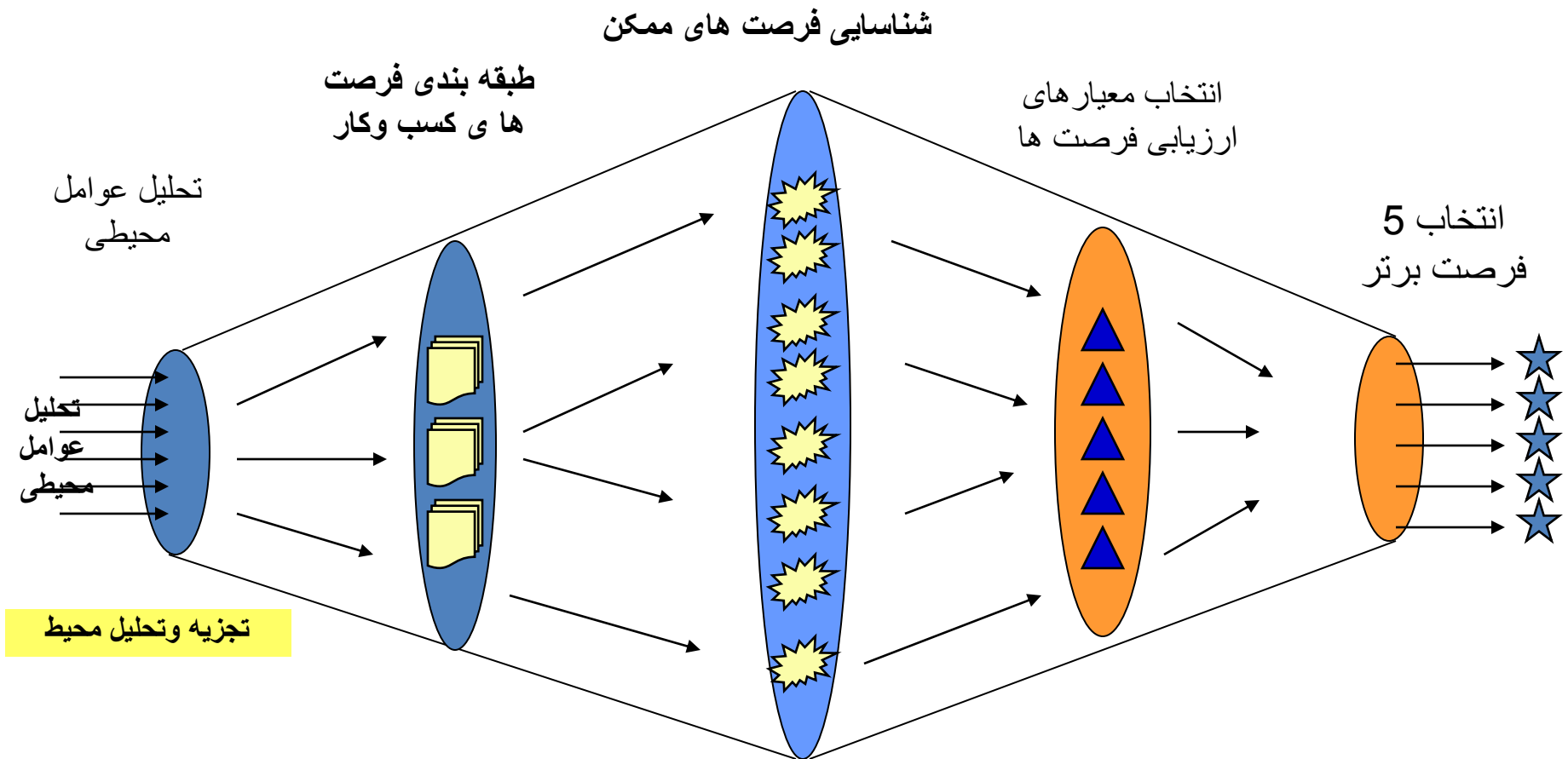
روند اشتغال در بخش های کاری



# THE OPPORTUNITY CIRCLE



# شناسایی فرصت ها بر اساس تحلیل محیط



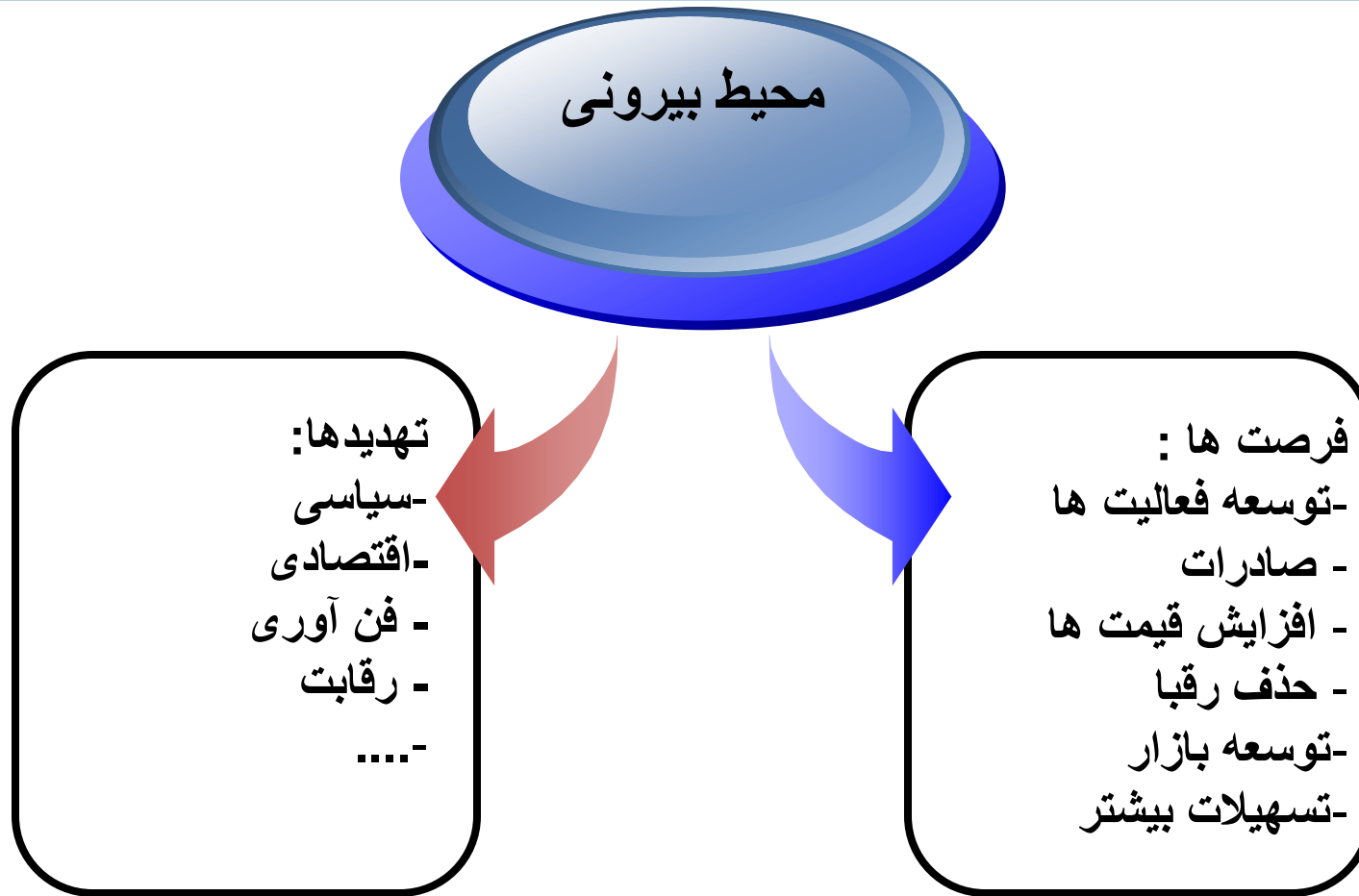
رویکردهای فرصت یابی :

1- شناسایی فرصت ها

2- خلق فرصت ها

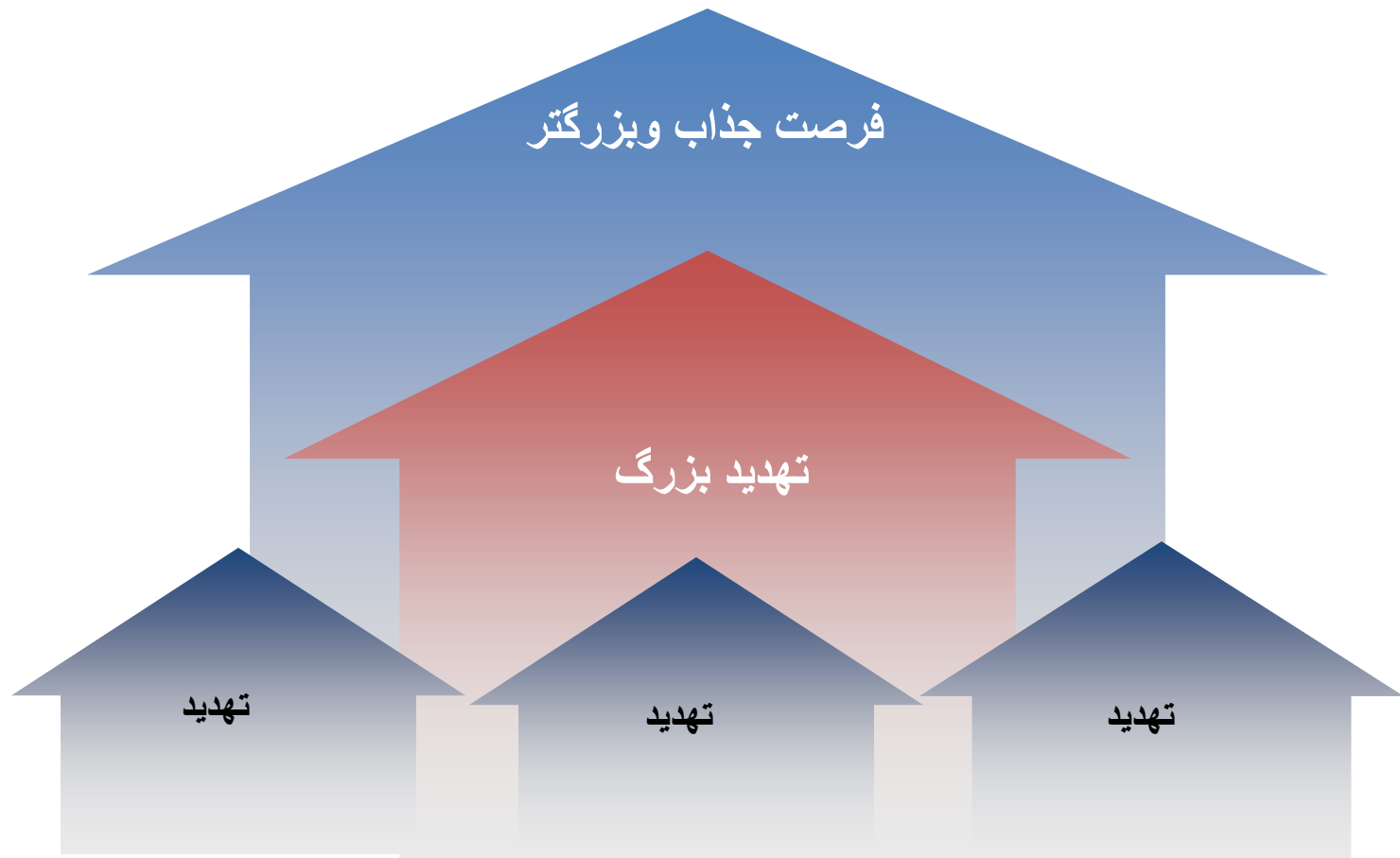


# محیط کسب و کار همیشه در حال تولید تهدید و فرصت است



بیاید قسمت بر لیوان را ببینیم

# تاثیر تهدیدها بر خلق فرصت های بزرگ و جذاب



بیان ایده ها - شناسایی فرصت ها - امکان سنجی - تهیه  
طرح کسب و کار - اجرا - ارزیابی - تصحیح - مدیریت



# معیارهای جذابیت فرصت چیست؟



معیارهای کمی و وصفی



# عوامل فرصت آفرین در کسب و کار ها

- ارایه سریع تر خدمات
- کوچک تر و کم حجم تر
- با کیفیت تر و مطمئن تر
- سنتی تر
- در خدمت بودن
- کامل تر
- پیچیده تر
- ارزان تر
- در دسترس تر
- غیر قابل پیش بینی تر





## معیارهای جذابیت فرصت ها

- میزان سودآوری
- نرخ بازگشت سرمایه
- داشتن امکانات لازم
- میزان فروش
- درجه وابستگی به مهارتی ویژه
- اندازه بازار
- میزان سرمایه مورد نیاز
- فضای کار مورد نیاز
- میزان وابستگی به افراد
- میزان وابستگی به سازمان ها
- شدت رقابت
- فرصت های موجود

# برخی از فرصت های در کسب وکارهای خانگی الکترونیکی

- 1- ایجاد اجتماعات آنلاین؛
- 2- خرید، فروش و حراج کالاهاى مختلف؛
- 3- تبلیغات اینترنتی؛
- 4- ارائه خدمات تخصصی به دیگران؛
- 5- ایجاد سایت های اطلاعات، اخبار و آموزش؛
- 6- تهیه و ارائه نرم افزارهای مختلف؛
- 7- تولید برنامه های چند رسانه ای یا مالتی مدیا؛
- 8- پیوستن به شبکه های واسطه گری؛
- 9- خدمات مربوط به ایمیل؛
- 10- سرمایه گذاری مشترک.



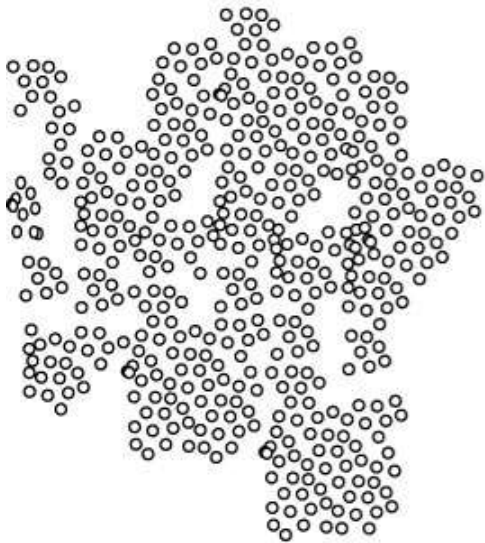
## روش هاش شناسایی فرصت ها

- توجه به علایق مردم
- تهیه فهرست کمبودها ومشکلات
- شناسایی فرصت ها بر مبنای توانمندی ها
- مطالعه مشتریان
- بررسی و ارزیابی روندهای موجود
- تقلید از ولی بهبود محصولات و خدمات موجود
- توجه و اتکاء به منابع داخلی سازمان
- [WWW.KARAFARINKOMAK.COM](http://WWW.KARAFARINKOMAK.COM)





# فرصت ها ، دایما در حال تولد و مرگ هستند



هزاران ایده خام

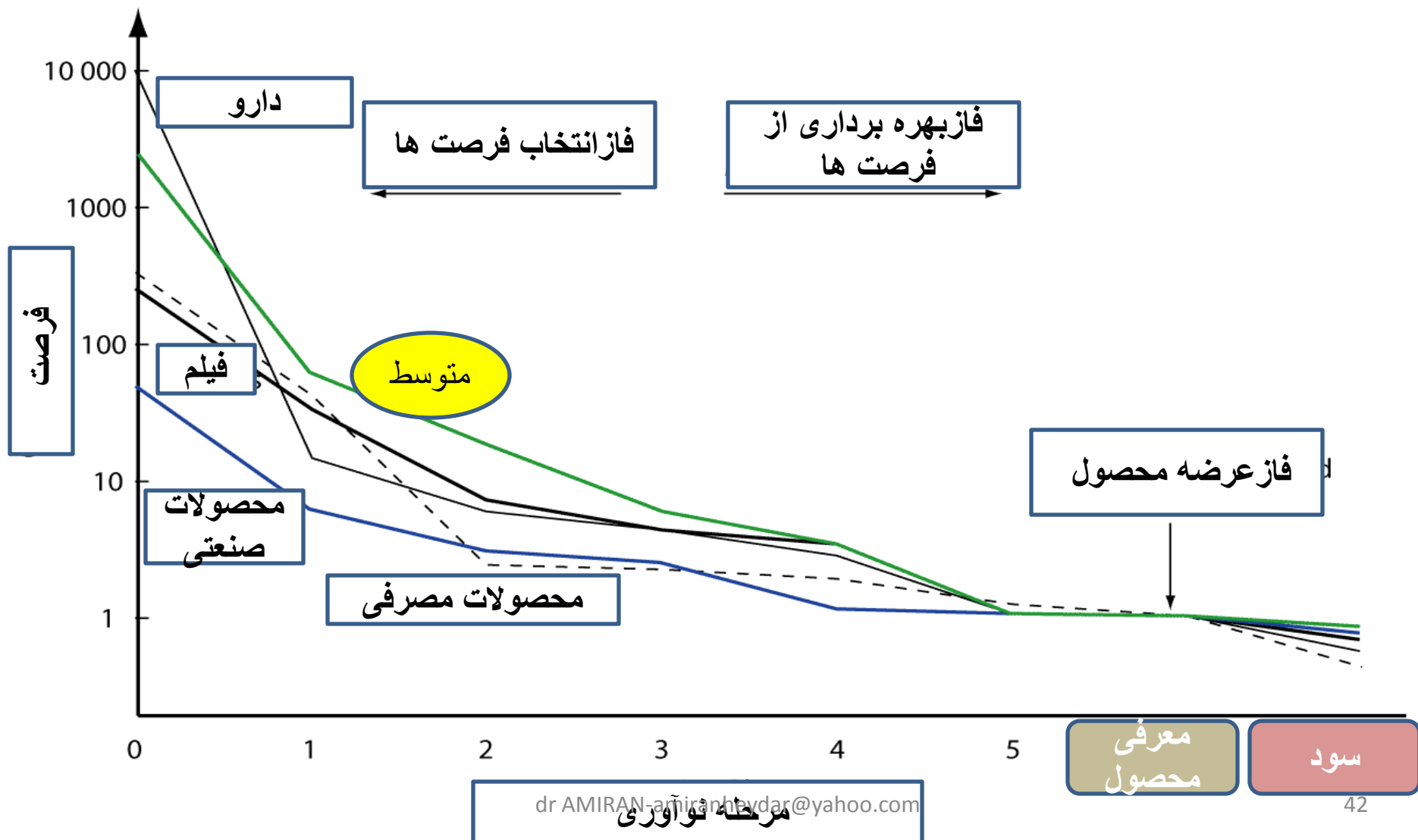


نیازمند صرف هزینه  
و وقت برای ارزیابی  
هستند

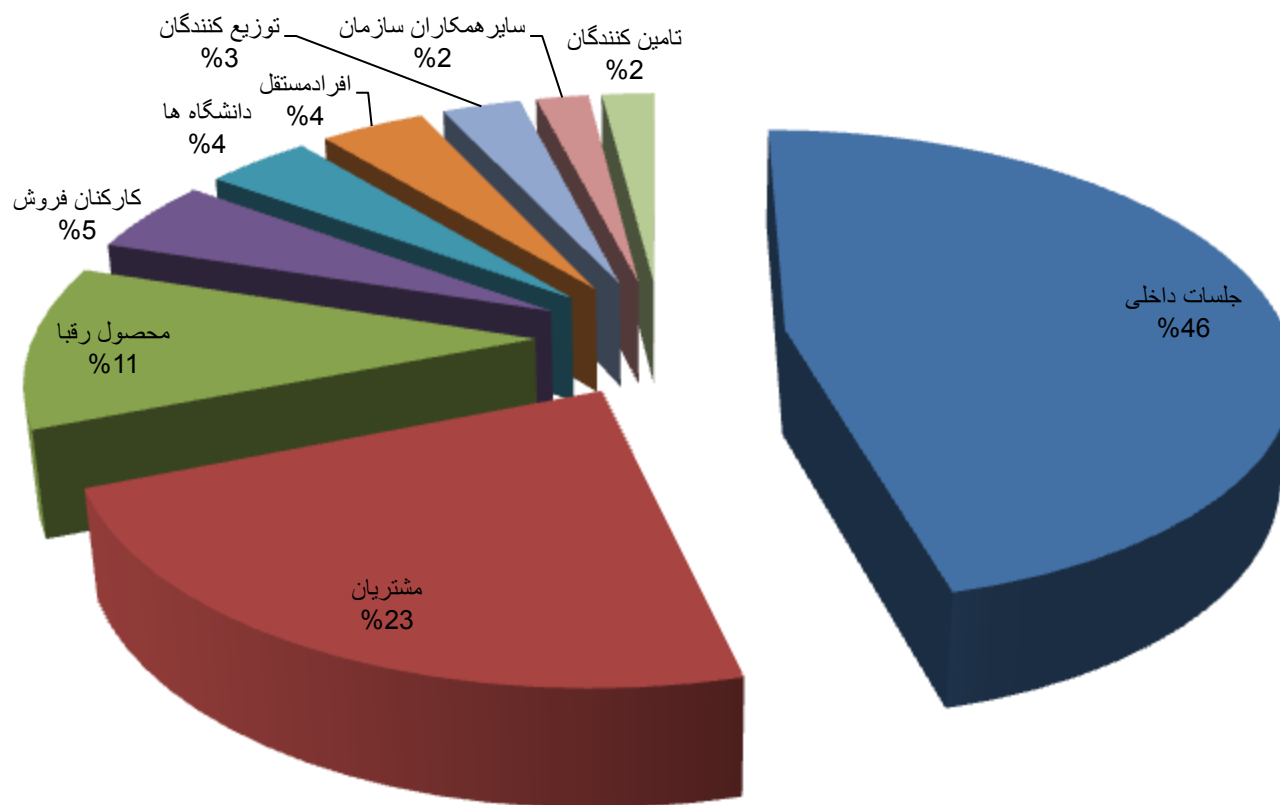


تا تبدیل به کسب و کاری  
جذاب و سودده شوند

# تاثیر پالایش فرصت ها در صنایع مختلف

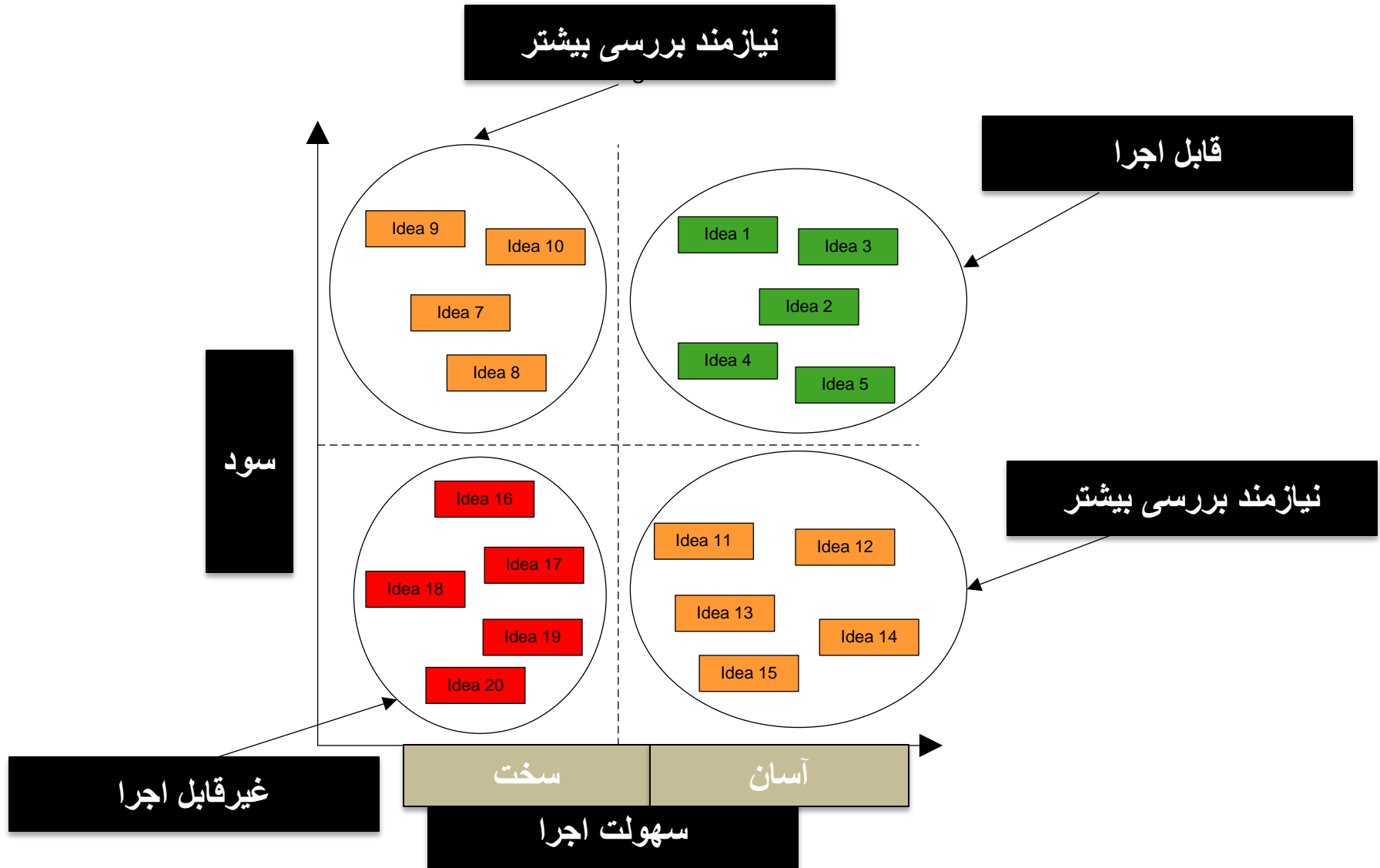


# منابع شناسایی و تشخیص فرصت های کسب و کار در ایران



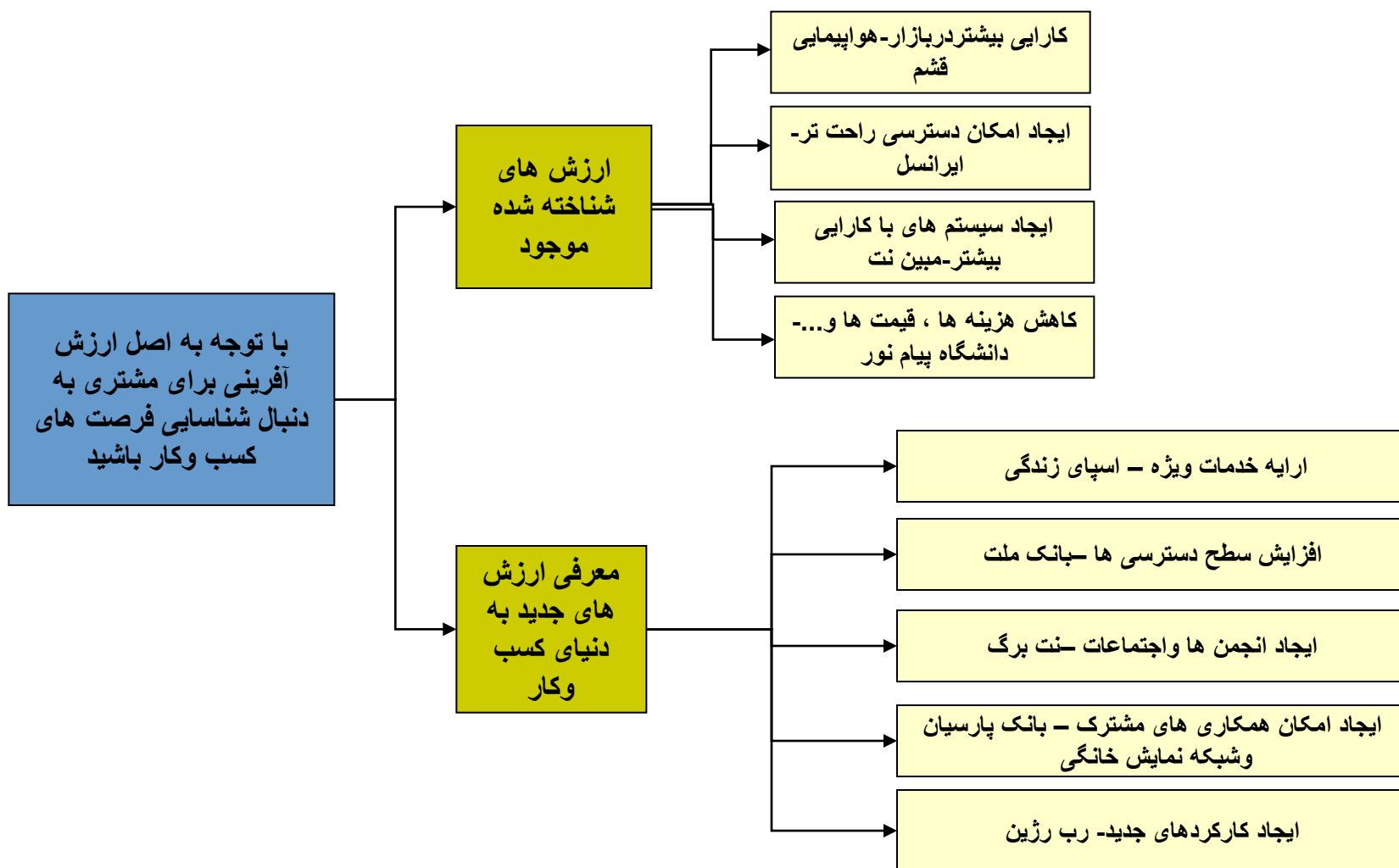
منبع :

# ماتریس شناسایی فرصت ها





# تجزیه و تحلیل فرصت های موجود در بازار



# تجزیه و تحلیل فرصت های موجود در بازار

## چگونه فرصت های موجود در بازار را شناسایی کنیم؟

- شناسایی نیازهای تامین نشده و یا درک نشده مشتریان در محیط
- بررسی انتظارات و روش های تشفی خاطر مشتریان

مشتری

- تجزیه و تحلیل و ارزیابی شرایط فن آوری و میزان آمادگی آن برای پاسخگویی به نیازها و نیز یافتن آلترناتیوهای مناسب در این زمینه که سازمان بتواند آنها را تجاری سازی نماید

فن آوری

- تجزیه و تحلیل محیطی که در آن منابع مورد نیاز سازمان تامین می شود و شناسایی شکاف ها و نواقص موجود در آن

سازمان

- تجزیه و تحلیل محیط رقابتی موجود مرتبط با ساختار صنعت و بازار، بررسی عملکرد رقبا، کلیدی و امتیازات سازمان نسبت به هریک از آنها

رقبا

# آشنایی با برخی از حوزه های جذاب کسب و کار ایران تا سال ۱۴۰۴<sup>(۱)</sup>

براساس مطالعات انجام شده توسط سایت [www.businessmonitor.ir](http://www.businessmonitor.ir)، حوزه های جذاب کسب و کار ایران تا سال ۱۴۰۴ به شرح زیر می باشد.

## مصایق

ربات های خدمتگزار خانگی، هوشمندی وسایل و امکانات اداری و خانگی، تولید محصولات غذایی، تولید محصولات دارویی و درمانی خاص، تولید محصولات با فن آوری بالا، خدمات فنی و مهندسی، تولید محصولات پایین دستی نفت و پتروشیمی، تولید خودرو و قطعات خودرو، صنایع منطبق با موازین محیط زیست، محصولات کاهنده مصرف انرژی و تولید محصولات نانویی

## حوزه های کسب و کار



خدمات تحویل به طور عام، کترینگ [خدمات پذیرایی]، ورزش، بدن سازی و سلامت، امکانات تفریحی و اقامتی، آموزش های خاص مثل آموزش های مجازی و از راه دور، سایت های اینترنتی، فروشگاه های زنجیره ای، فروشگاه های بزرگ، رستوران ها و سوپر مارکت های زنجیره ای، رستوران های با امکان پخت غذا توسط مشتری، خدمات آموزشی و آموزش عالی، خدمات مهاجرت، خدمات بانکداری و بیمه و تضمین های مالی، بسته بندی، خدمات مربوط به حیوانات خانگی، خدمات پزشکی خانگی، کلیه خدمات مرتبط با تلفن های همراه و رایانه مبتنی بر فن آوری اطلاعات، خدمات مرتبط با صرفه جویی در انرژی و حامل های انرژی و برند سازی در حوزه های مختلف



مجتمع های بزرگ کشاورزی، دامداری و دامپروری، تولید محصولات بیوتکنولوژی، پرورش حیوانات خاص با هدف صادرات مثل کروکودیل، تولید محصولات با قابلیت فرآوری انبوه، تولید ذرت و محصولات پربازده، تولید محصولات ارگانیک، بسته بندی محصولات جهت توزیع در شبکه های پخش سراسری با برند واحد



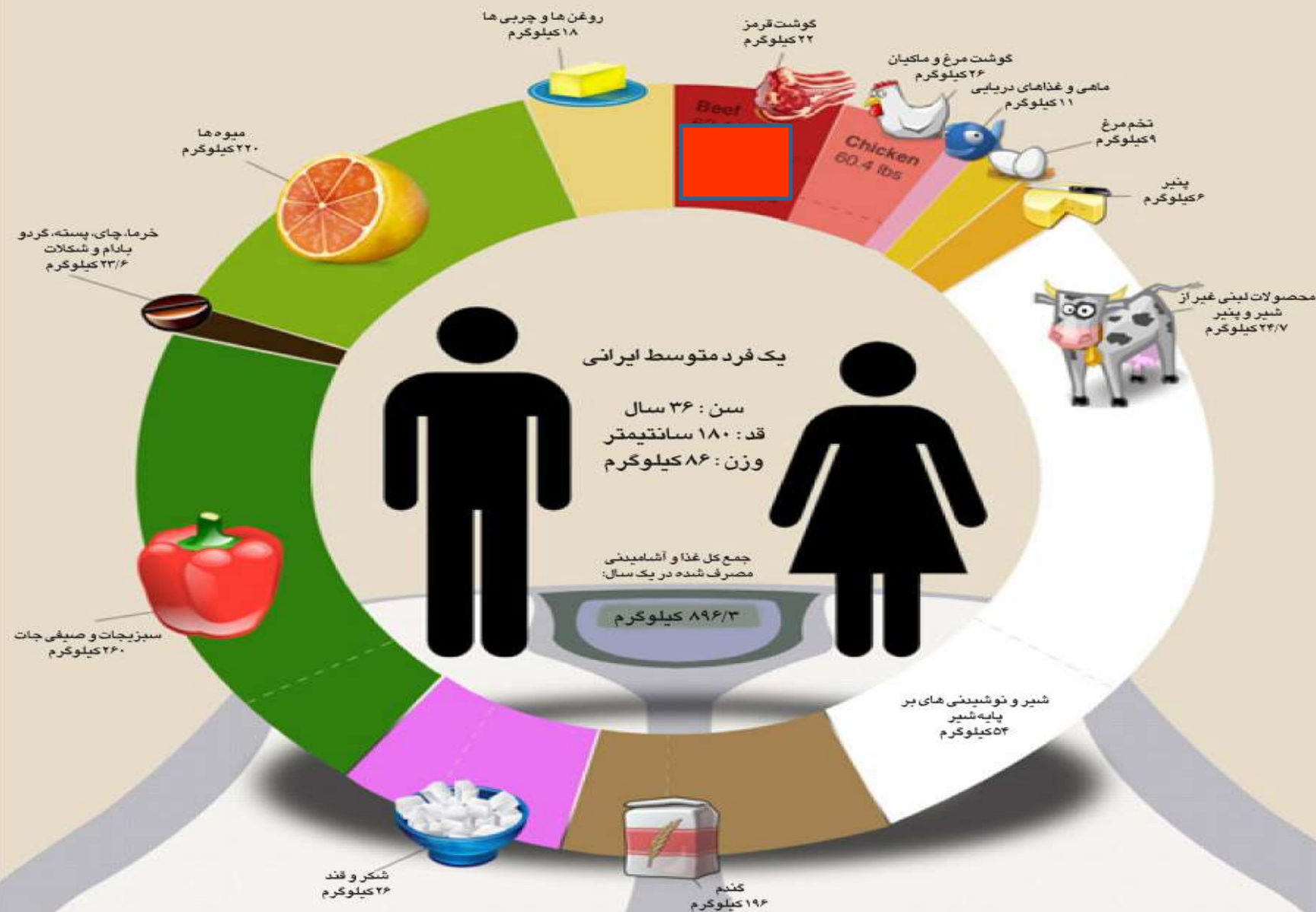
# اطلاعات اندازه بازار روشی مطمئن برای شناسایی فرصت ها



مقدار پولی که مردم ایران ، برای خرید کالا یا خدمتی مشخص هزینه می کنند

**WWW.BUSINESSMONITOR.IR**

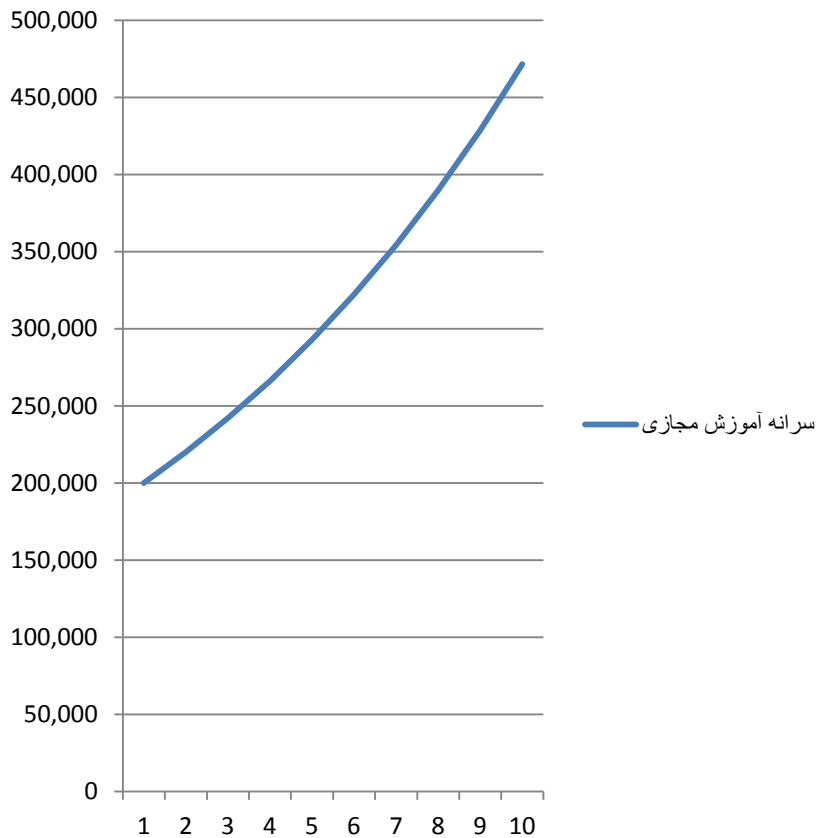
# هر ایرانی در سال چند کیلوگرم خوراکی و نوشیدنی مصرف می کند؟



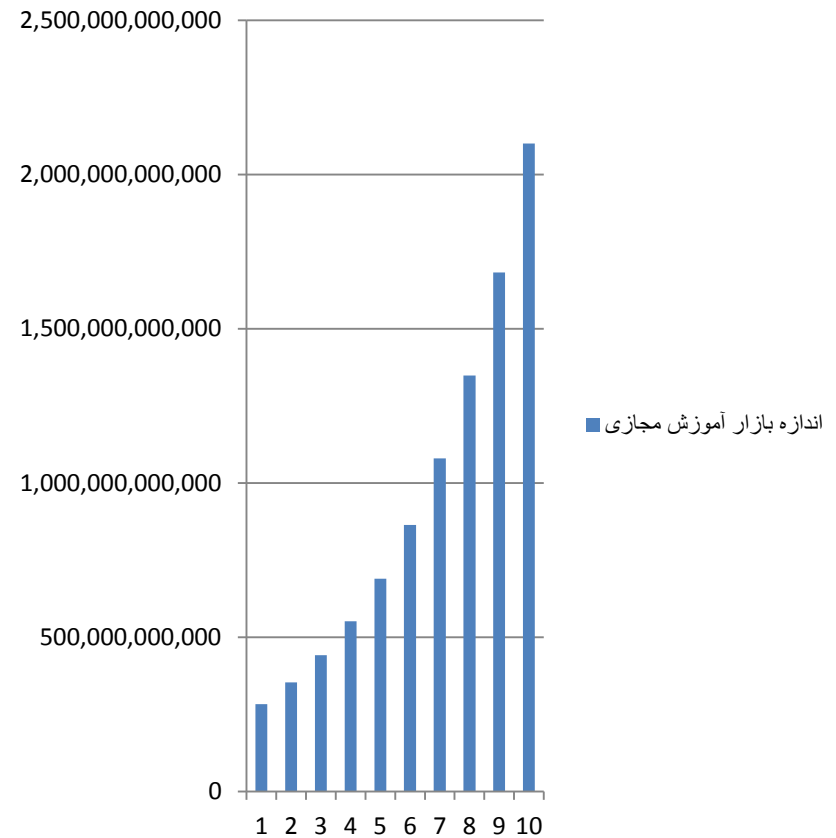


# برخی از آمار منتخب ایران

سرانه آموزش مجازی

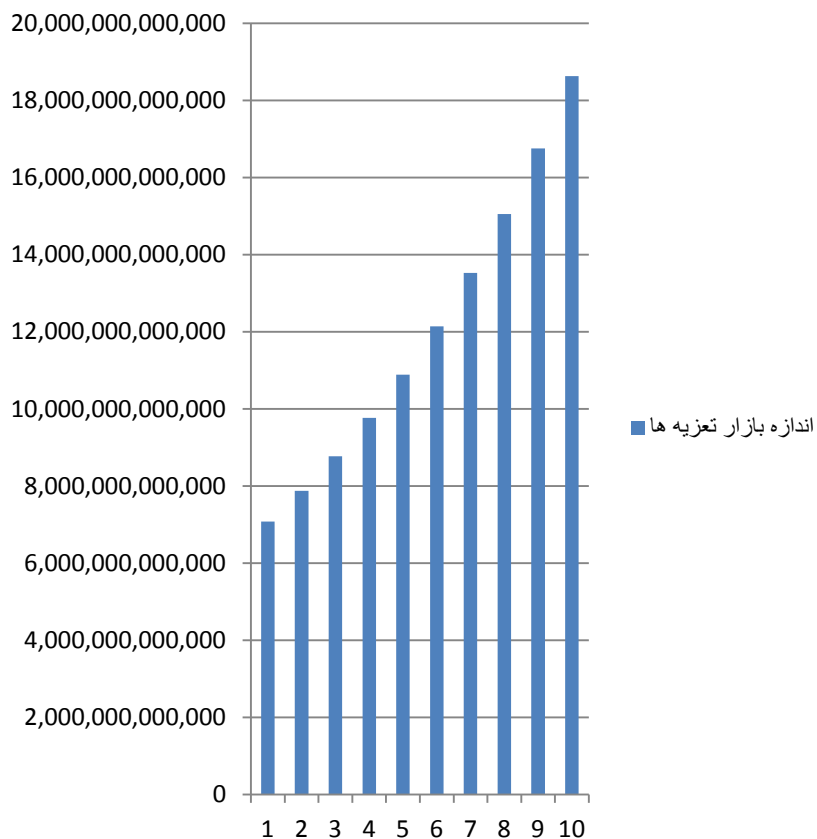


اندازه بازار آموزش مجازی

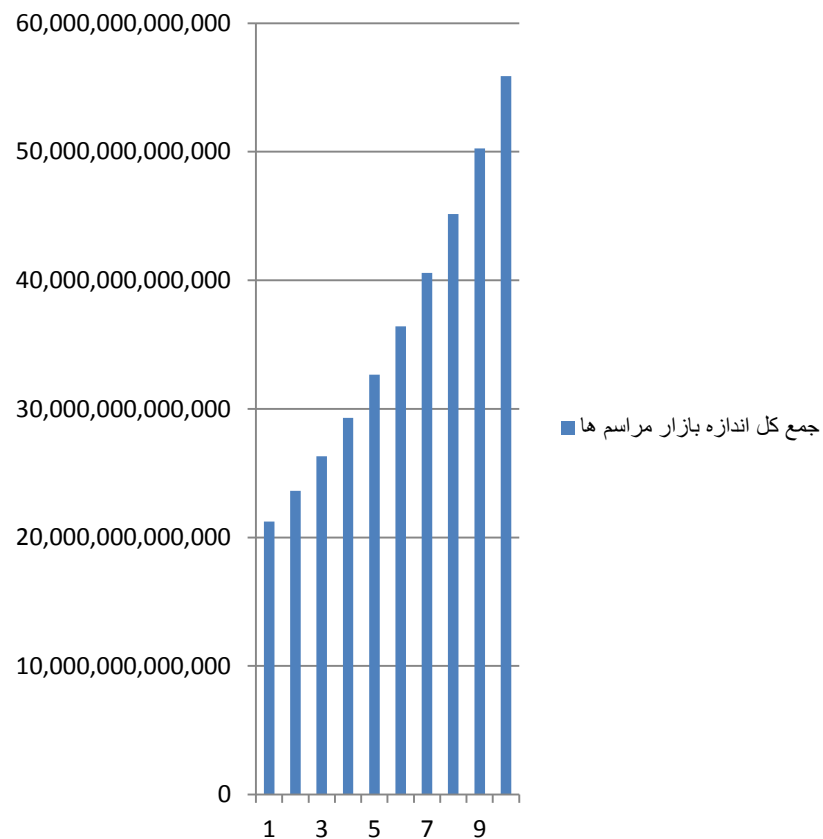


# اندازه بازار مراسم ها در ایران

اندازه بازار تعزیه ها

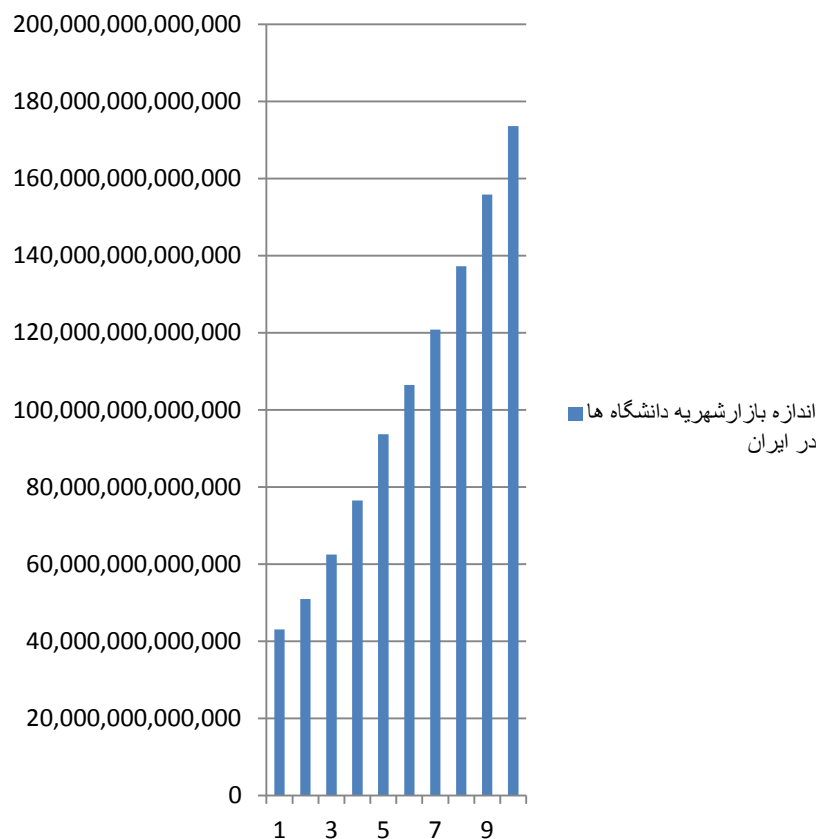


جمع کل اندازه بازار مراسم ها

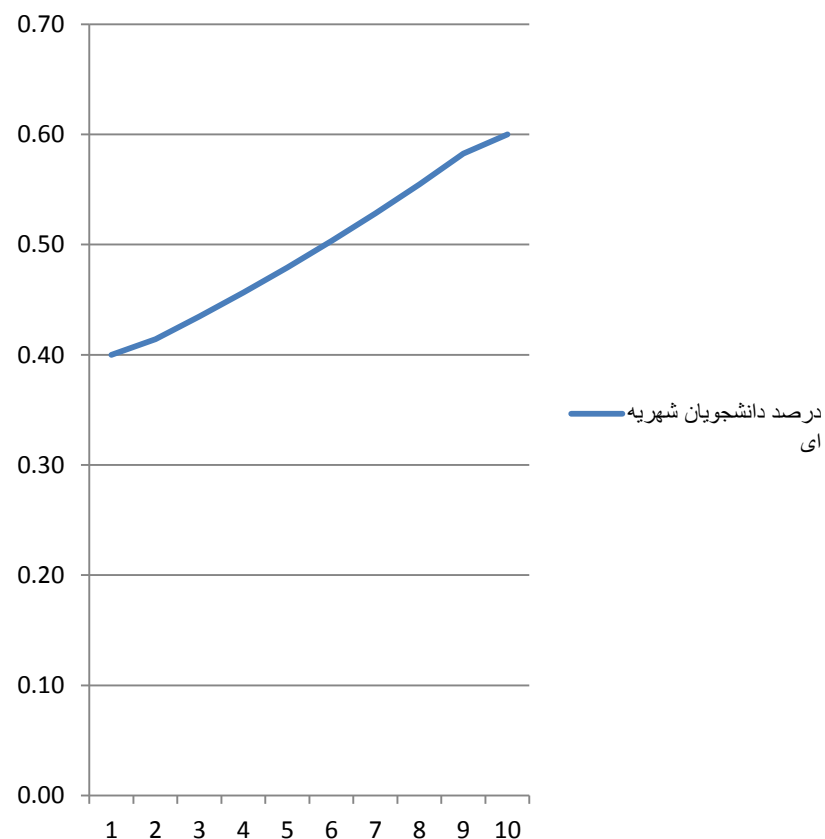


# اندازه بازار شهریه دانشگاه های ایران

اندازه بازار شهریه دانشگاه ها در ایران

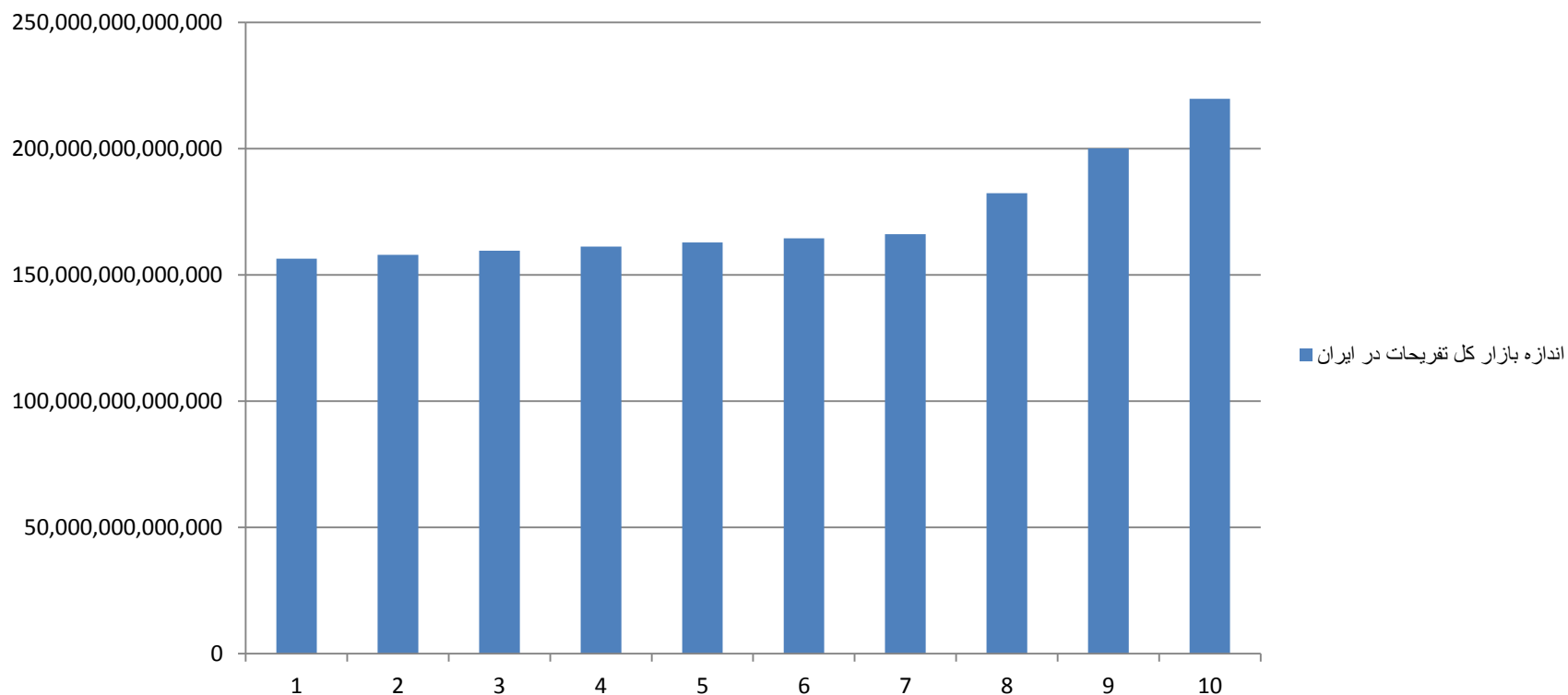


درصد دانشجویان شهریه ای



# اندازه بازار تفریحات در ایران

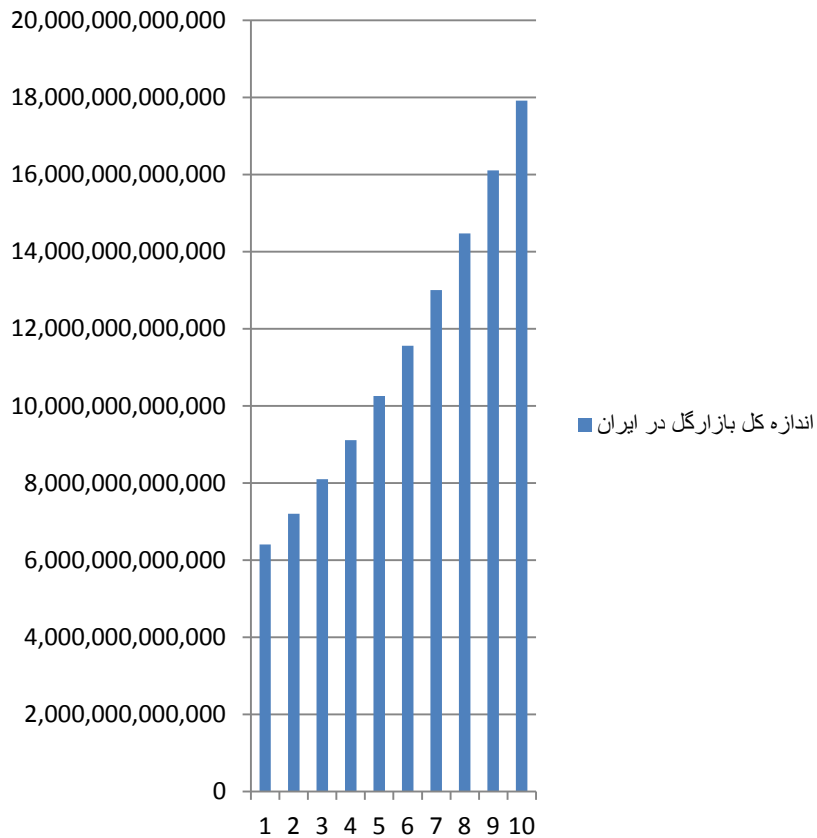
اندازه بازار کل تفریحات در ایران



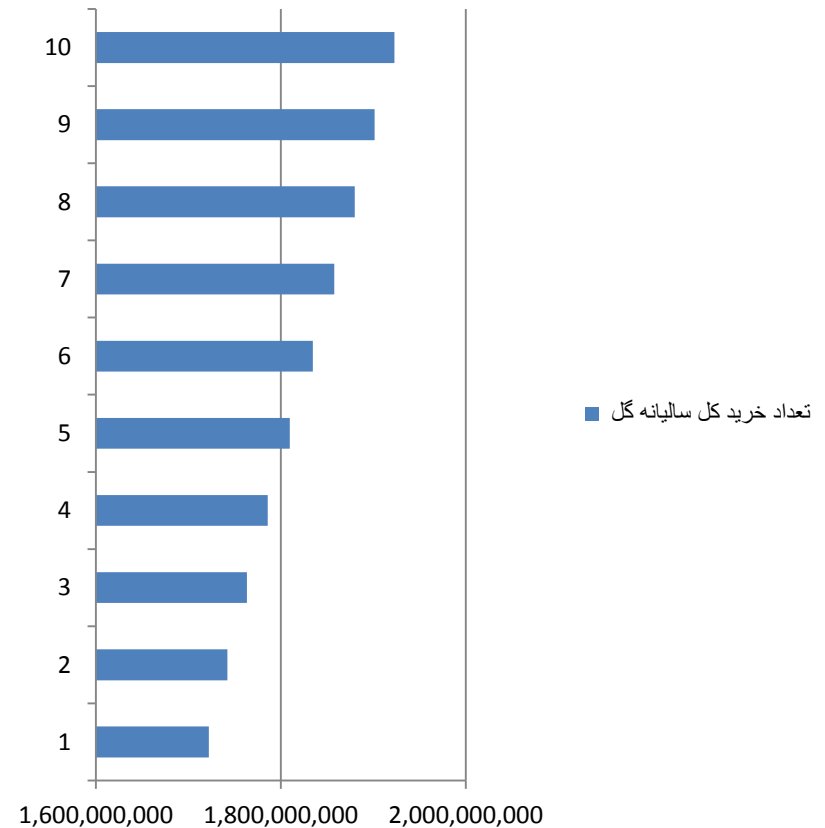
شامل سینما- پارک- ورزش- موزه

# اندازه بازار گل در ایران

اندازه کل بازار گل در ایران



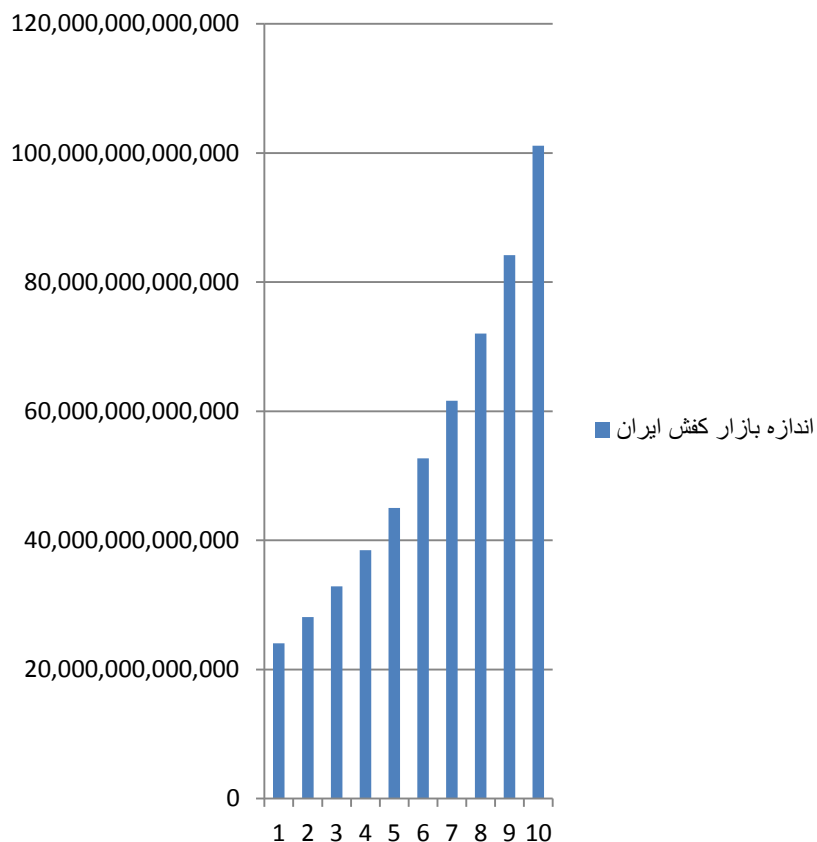
تعداد خرید کل سالیانه گل



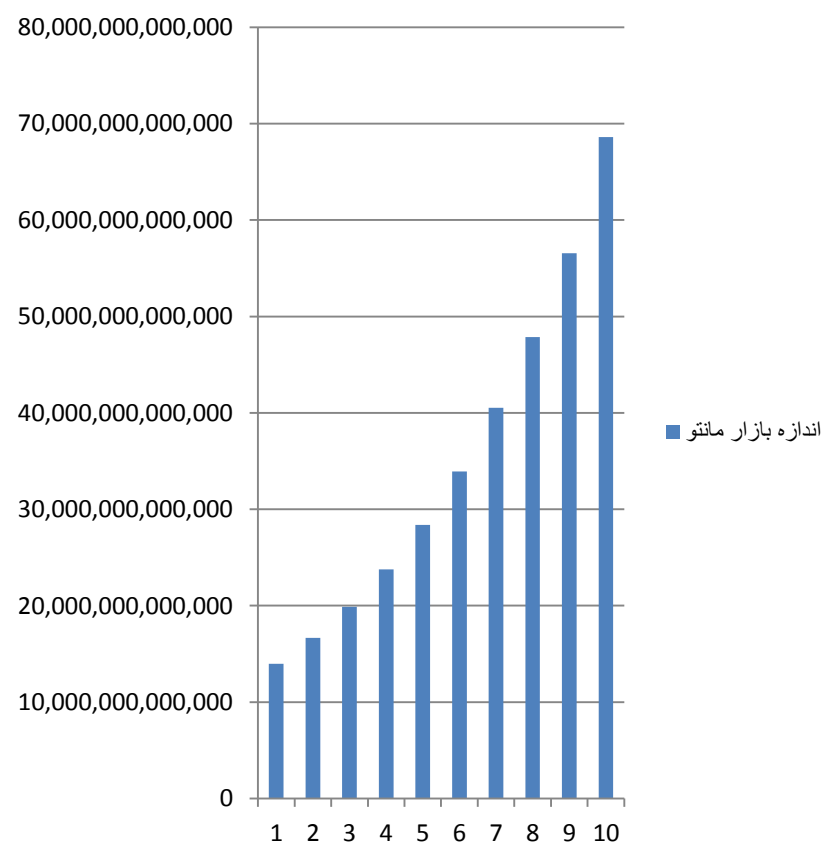


# اندازه بازار مانتو و کفش ایران

اندازه بازار کفش ایران

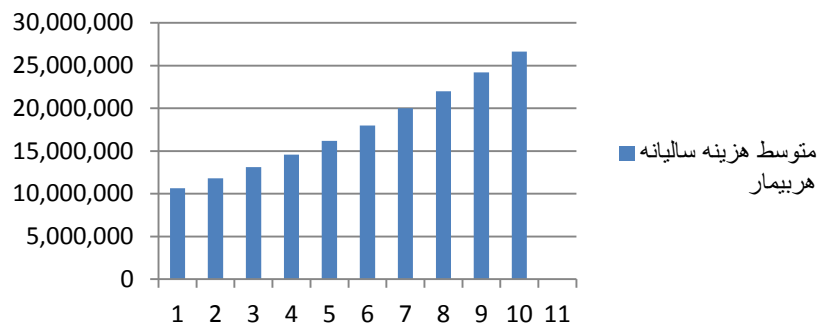


اندازه بازار مانتو

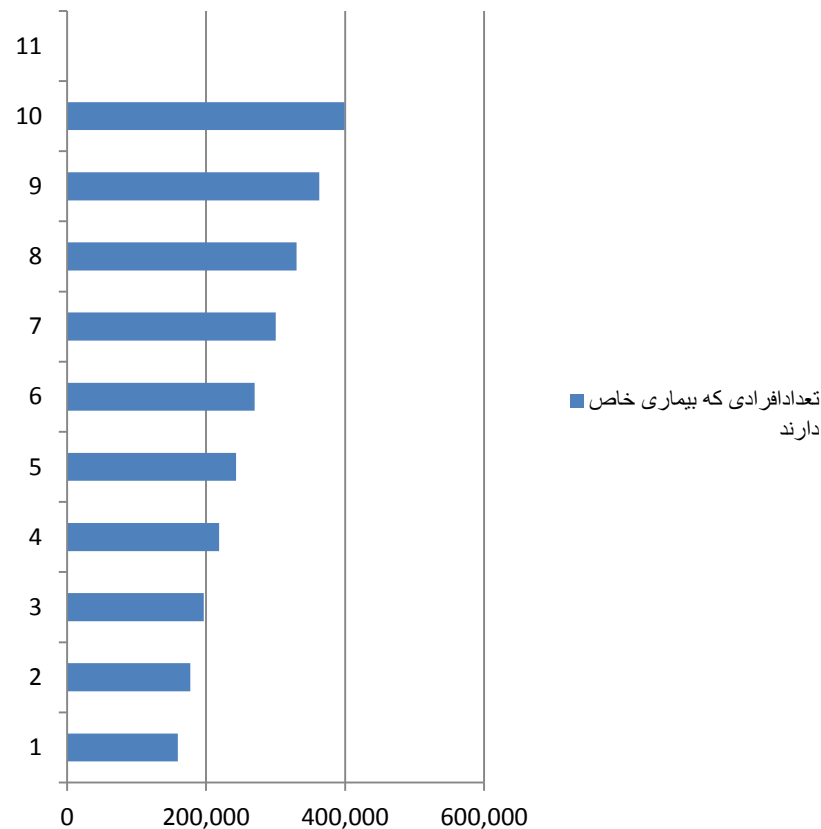


# اندازه بازار داروهای بیماری خاص

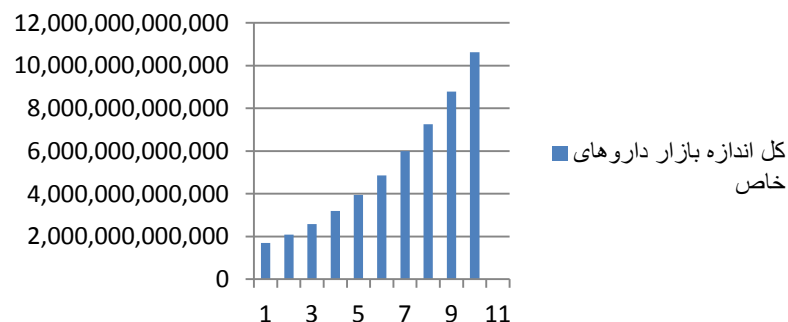
متوسط هزینه سالیانه هر بیمار



تعداد افرادی که بیماری خاص دارند

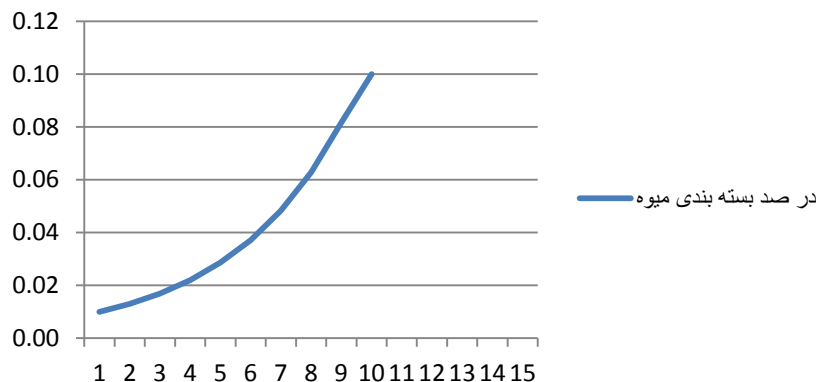


کل اندازه بازار داروهای خاص

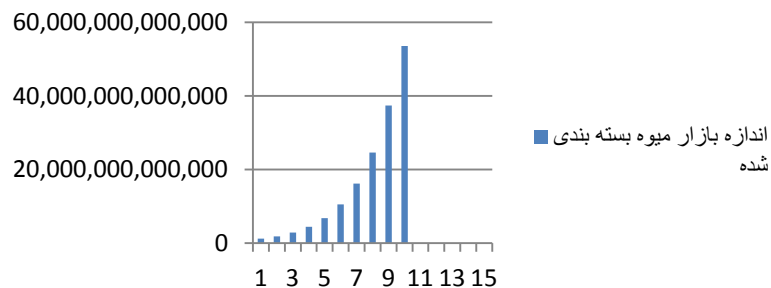


# اندازه بازار میوه

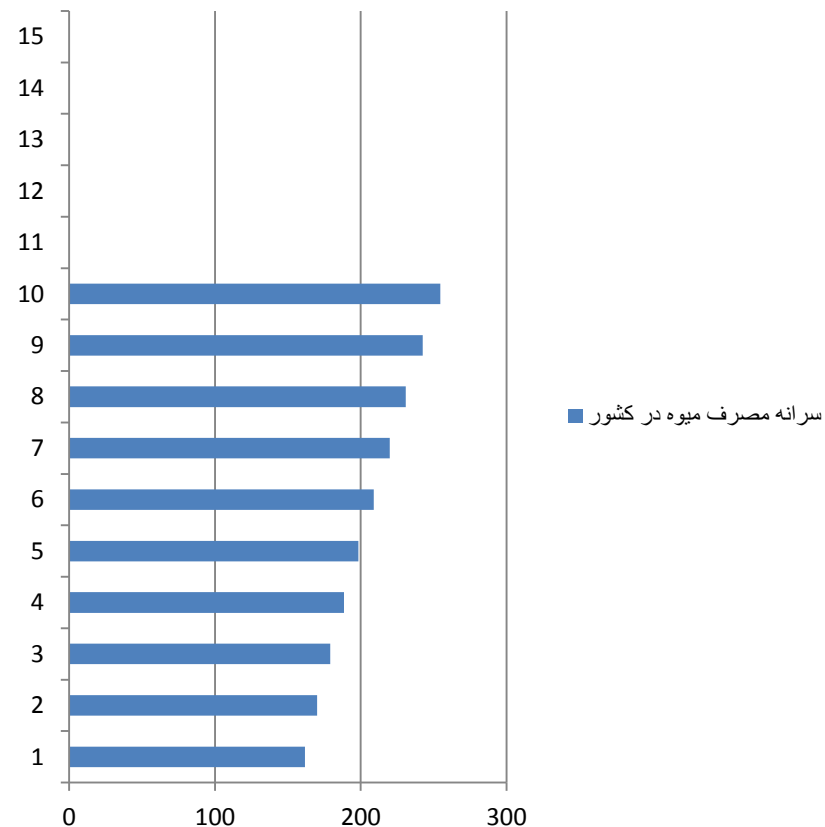
در صد بسته بندی میوه



اندازه بازار میوه بسته بندی شده

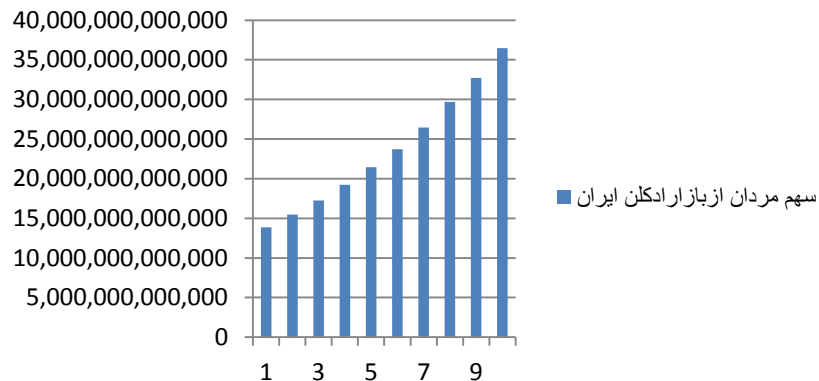


سرانه مصرف میوه در کشور

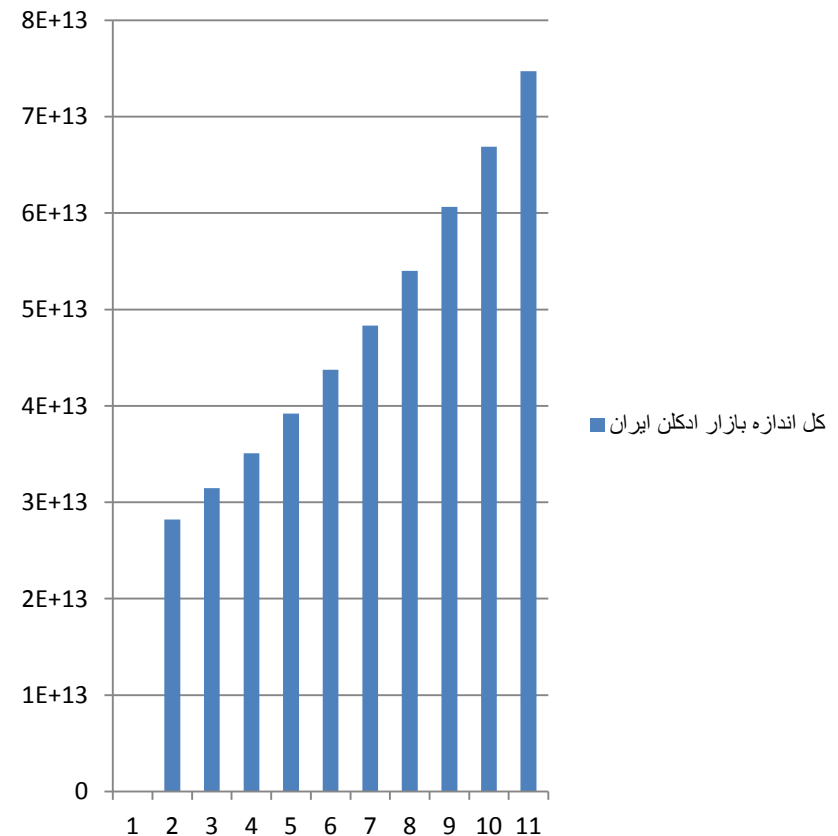


# اندازه بازار ادکلن در ایران

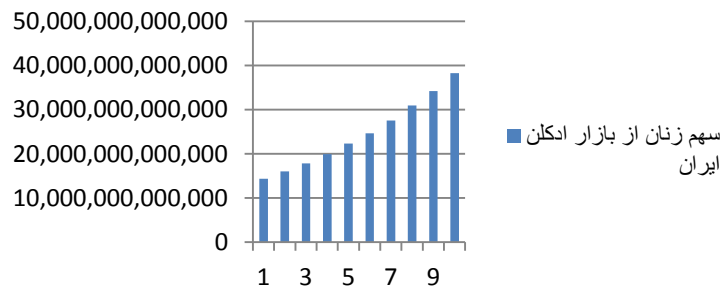
سهم مردان از بازار ادکلن ایران



کل اندازه بازار ادکلن ایران

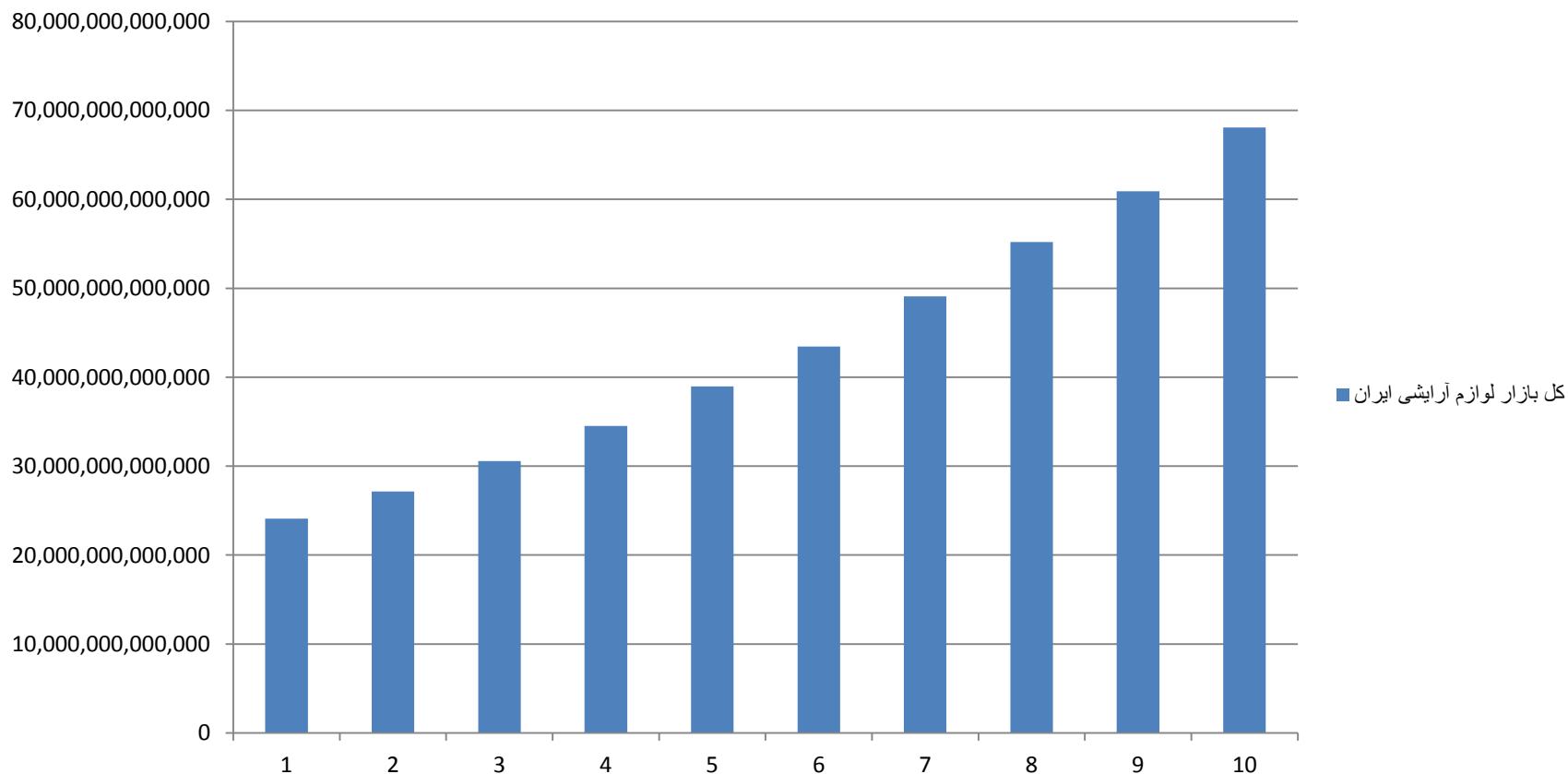


سهم زنان از بازار ادکلن ایران



# اندازه بازار لوازم آرایشی ایران

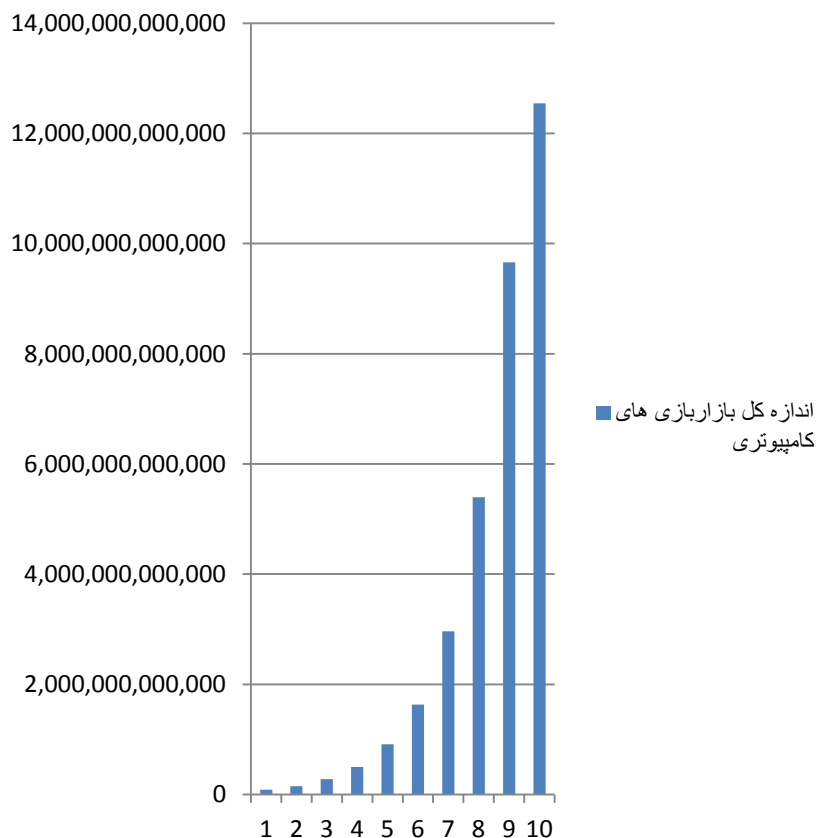
کل بازار لوازم آرایشی ایران



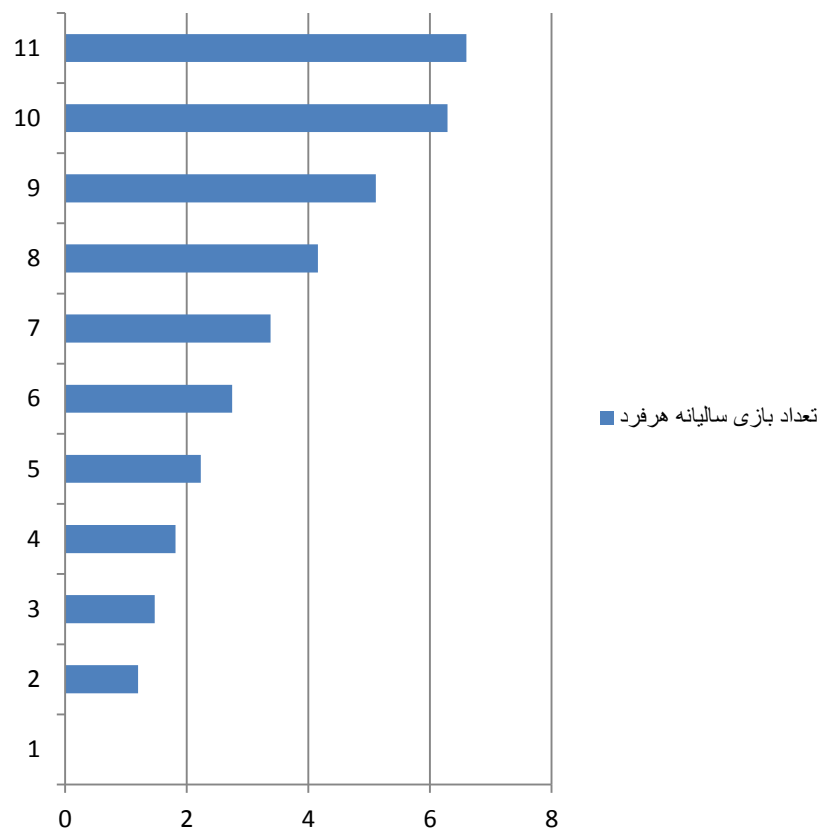


# اندازه بازار بازی های کامپیوتری

اندازه کل بازار بازی های کامپیوتری

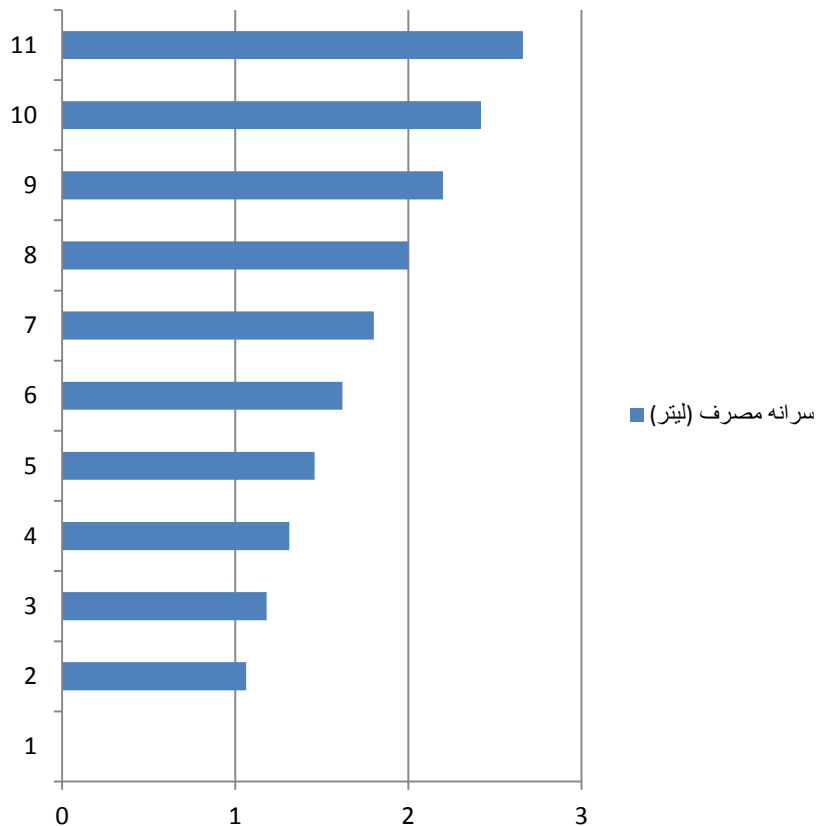


تعداد بازی سالیانه هر فرد

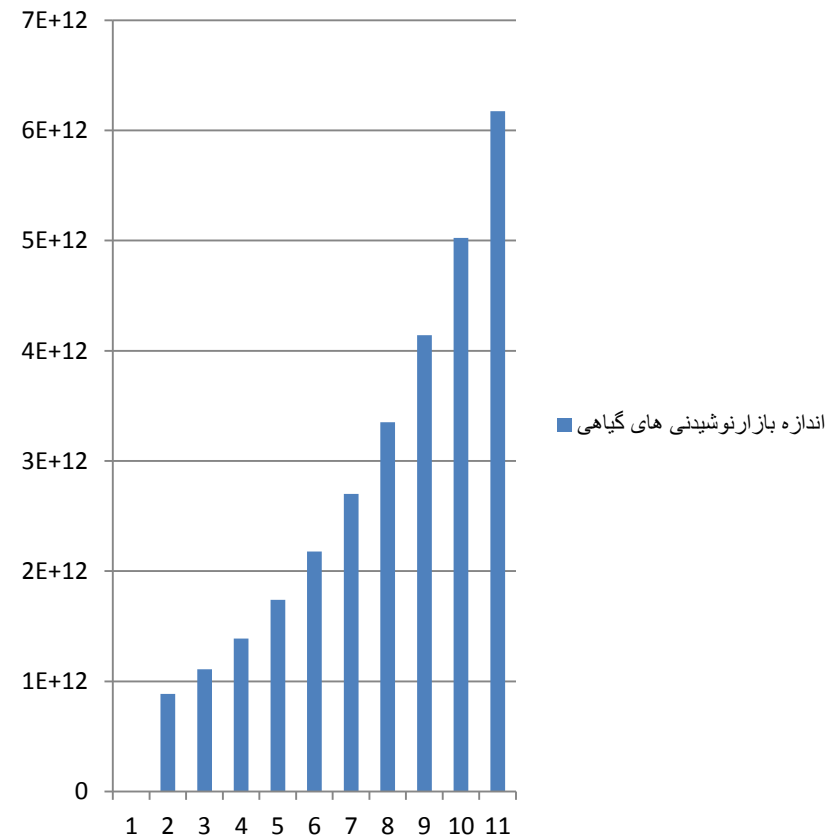


# اندازه بازار نوشیدنی های گیاهی ایران

سرانه مصرف (لیتر)

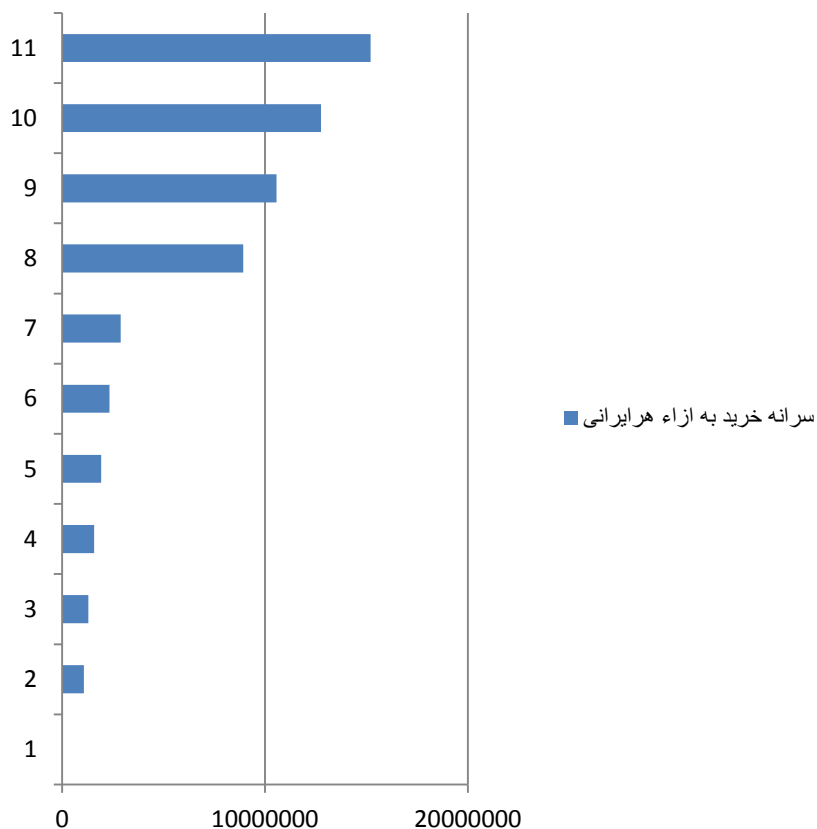


اندازه بازار نوشیدنی های گیاهی

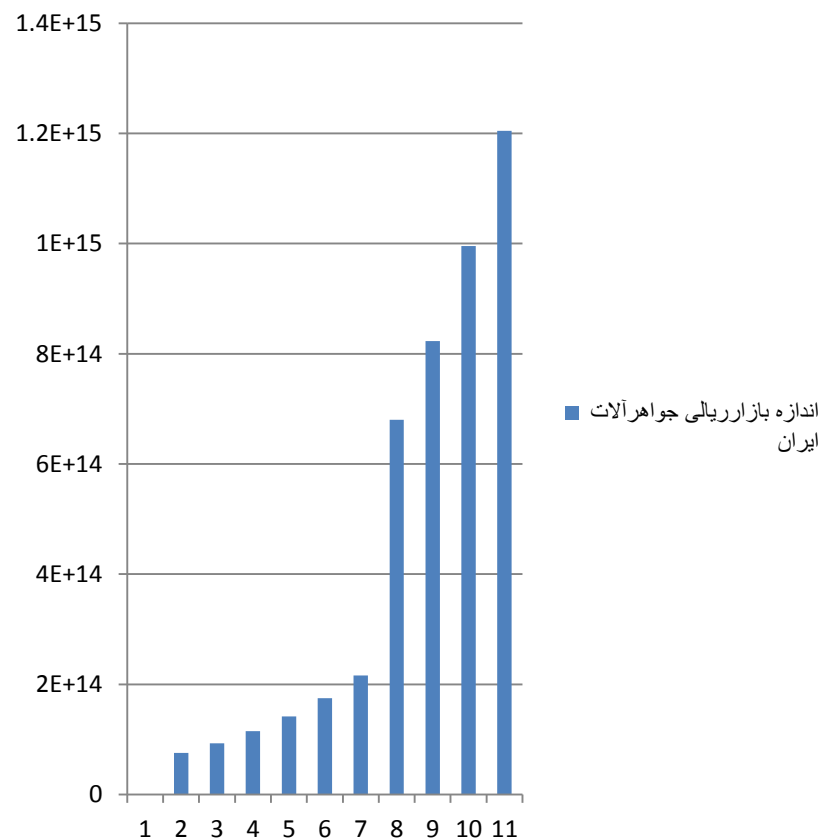


# اندازه بازار جواهرآلات در ایران (غیر بدل)

سرانه خرید به ازاء هرایرانی

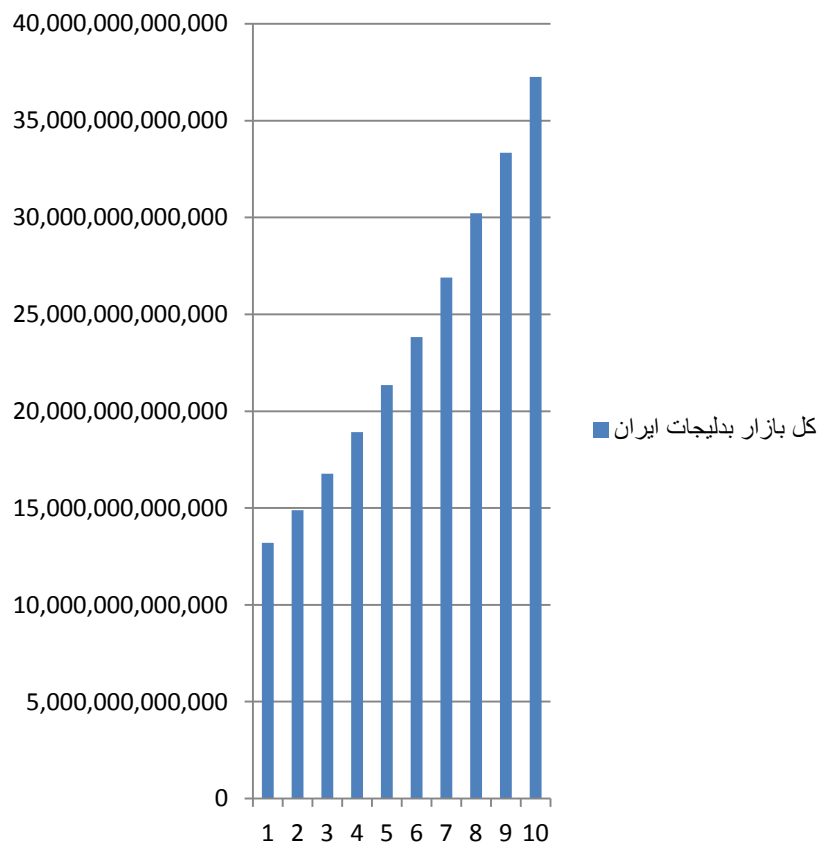


اندازه بازاریابی جواهرآلات ایران

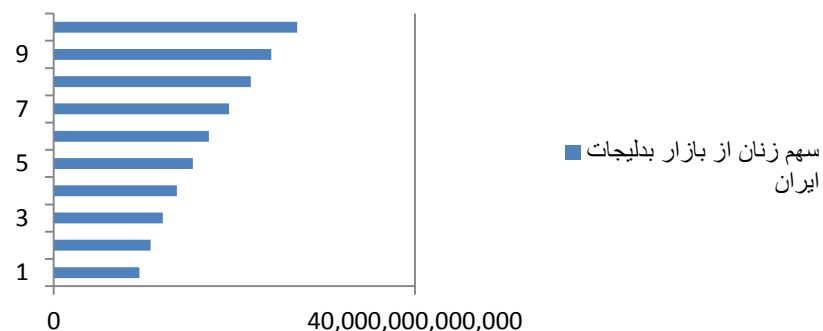


# اندازه بازار بدلیجات در ایران

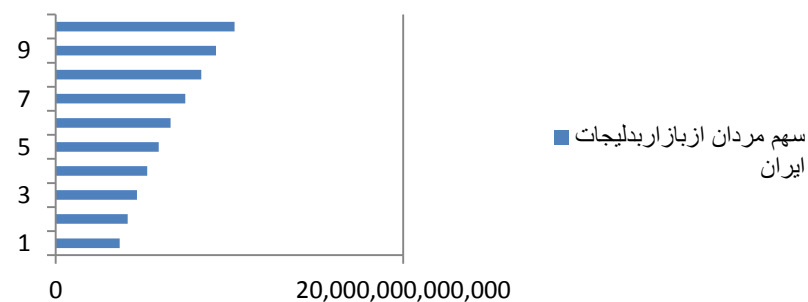
کل بازار بدلیجات ایران



سهم زنان از بازار بدلیجات ایران

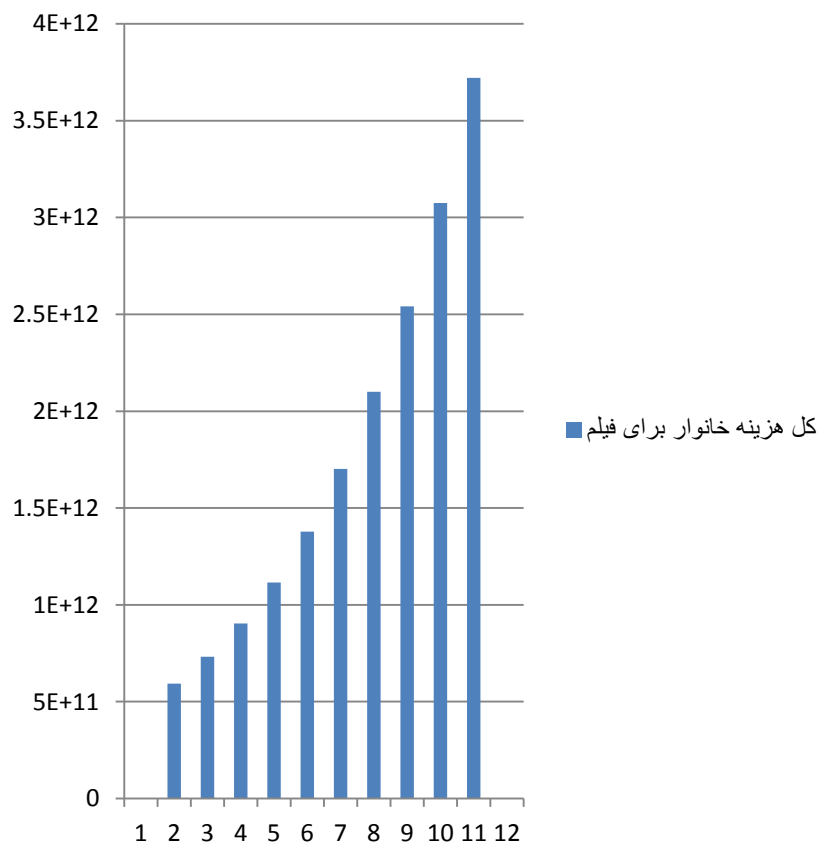


سهم مردان از بازار بدلیجات ایران

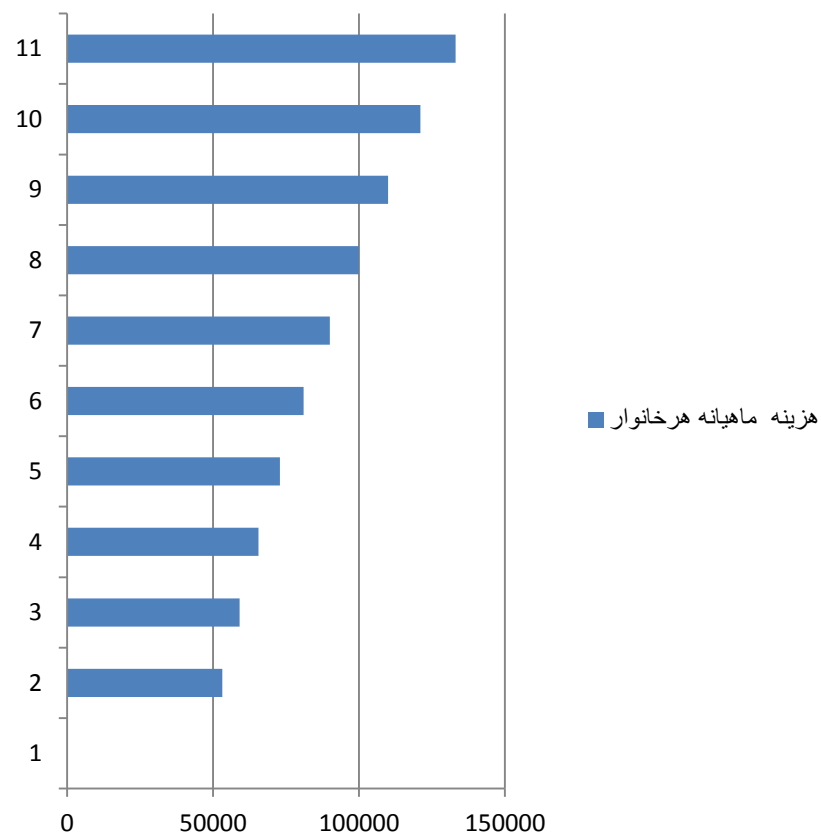


# اندازه بازار فیلم و نمایش خانگی

کل هزینه خانوار برای فیلم

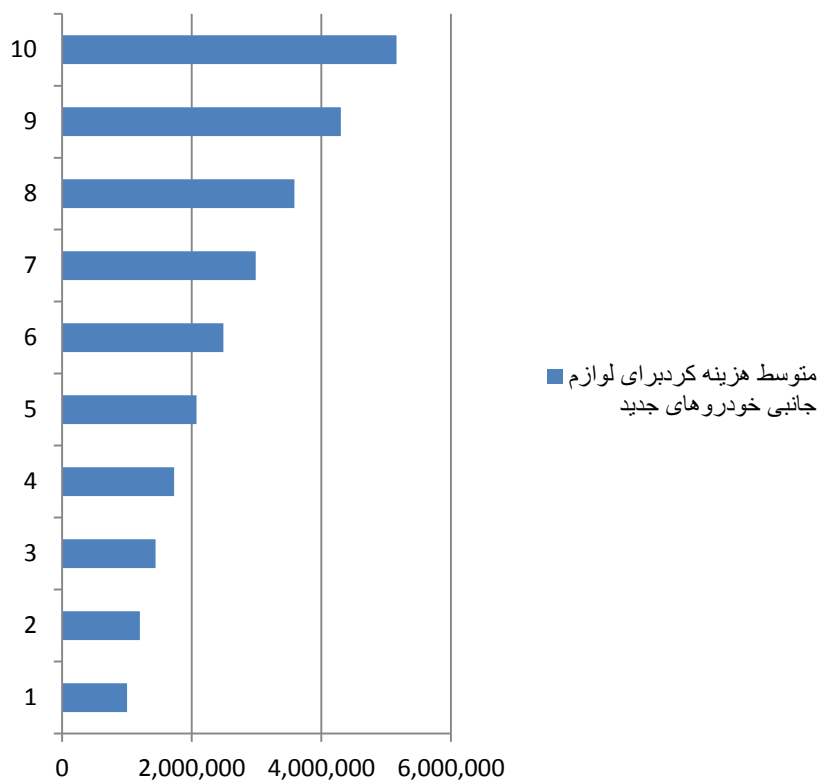


هزینه ماهیانه هر خانوار

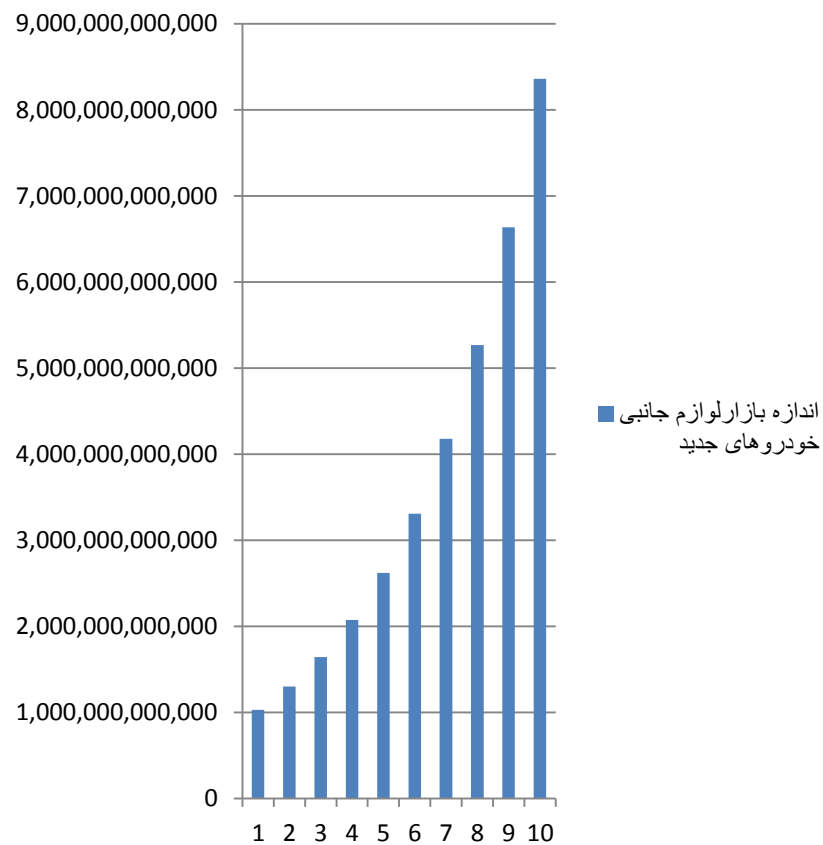


# اندازه بازار لوازم جانبی خودرو

متوسط هزینه کرد برای لوازم جانبی خودروهای جدید



اندازه بازار لوازم جانبی خودروهای جدید



- انسان های موفق ، بیشتر به جای پیدا کردن فرصت مناسب، به دنبال خلق آن هستند .





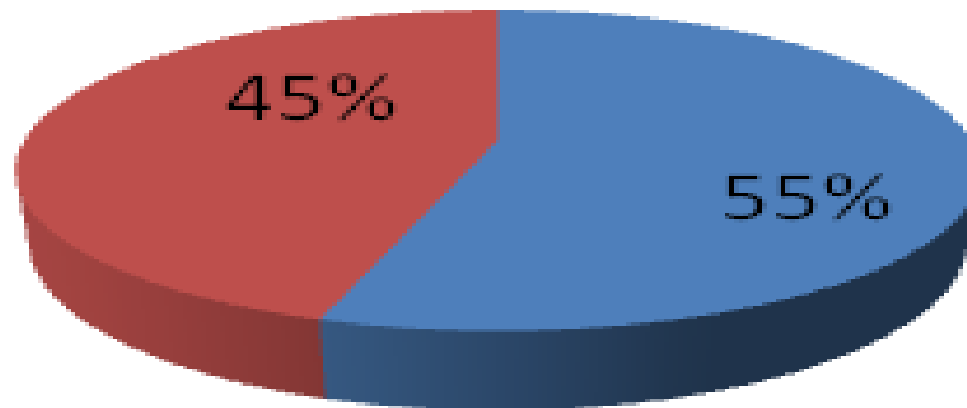
- منتظر فرصت های فوق العاده نباشید. از فرصت های عادی استفاده کنید و از آنها چیزی عالی بسازید. انسانهای ضعیف دنبال فرصت مناسب می گردند.
- و انسانهای بزرگ آنها را خلق می کنند.

# فروش گذرگاه بعدی شناسایی فرصت ها

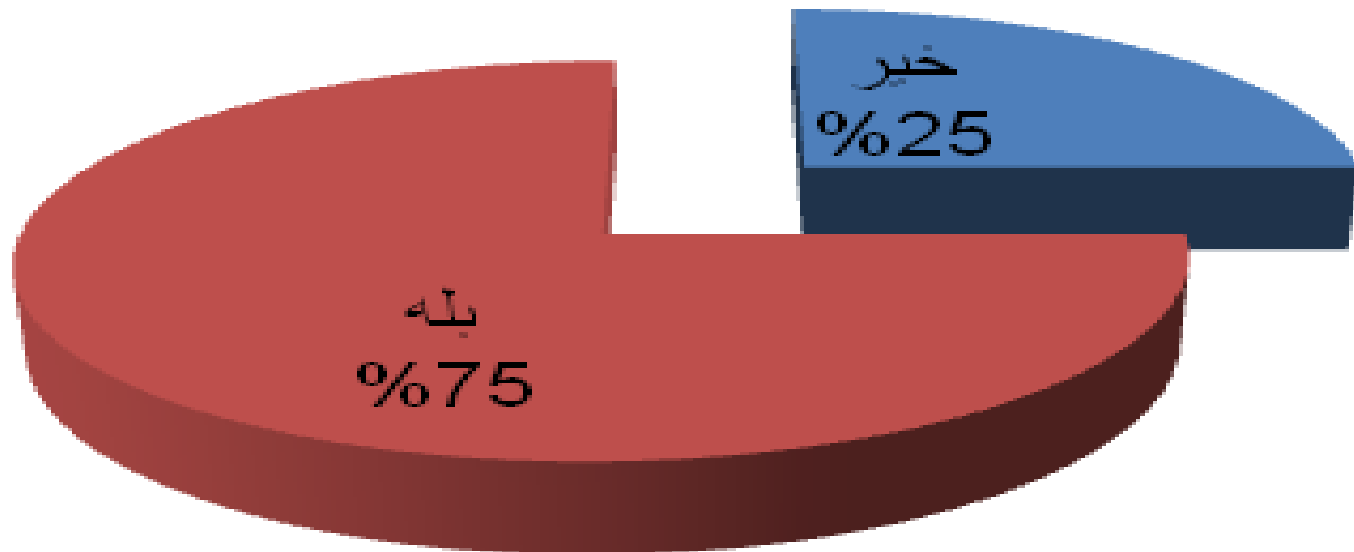


# سؤال اول (نتیجه در تصویر شماره 1): آیا فروش را با تحلیل سهم بازار ارزیابی می کنید؟

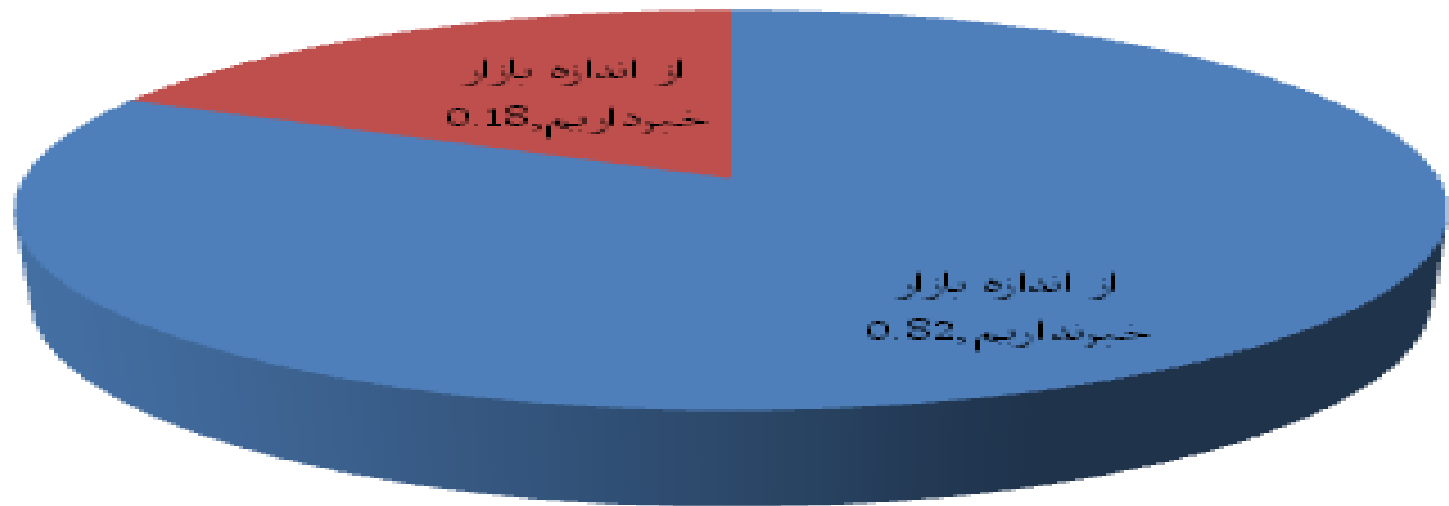
- رشد فروش بدون توجه به تحلیل سهم بازار
- رشد فروش با توجه به تحلیل سهم بازار



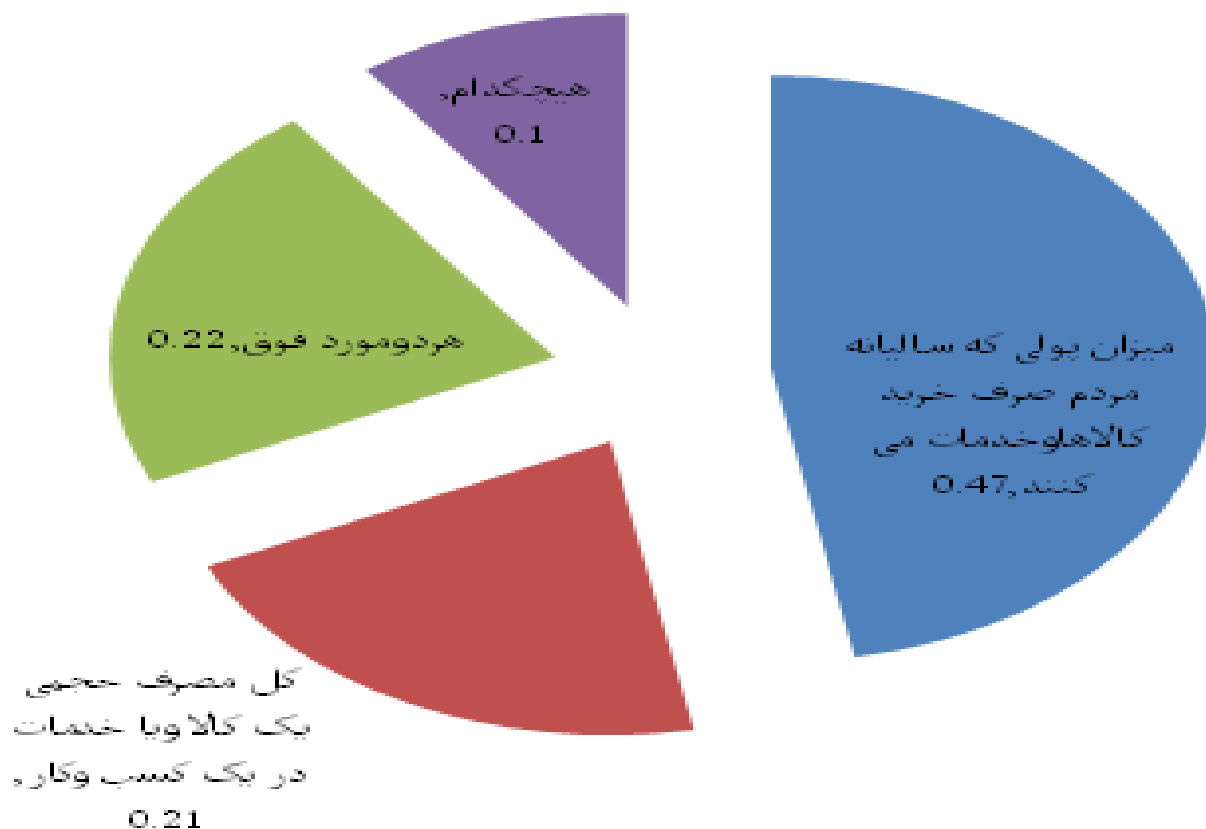
آیا می دانید اینکار شما اشتباه است و نقص دارد؟



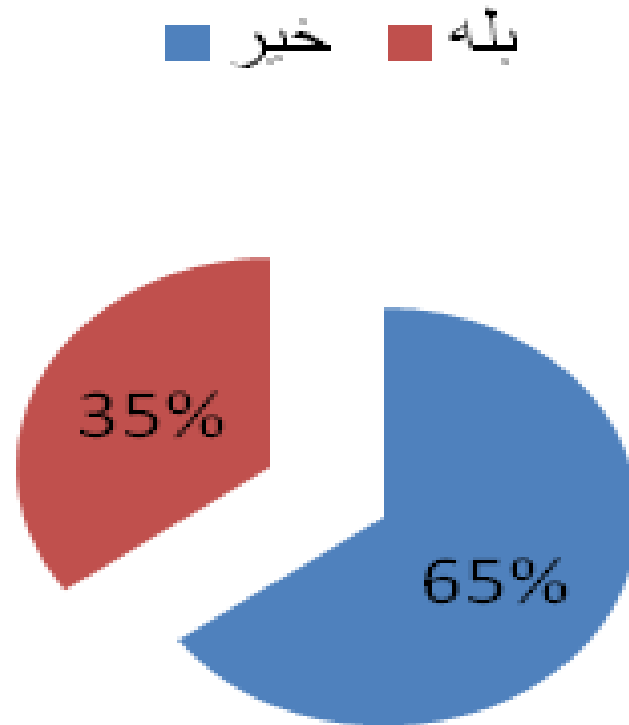
# چرا در تحلیل فروش ، به موضوع سهم بازار توجه نمی کنید؟



# به نظر شما معنی اندازه بازار چیست؟

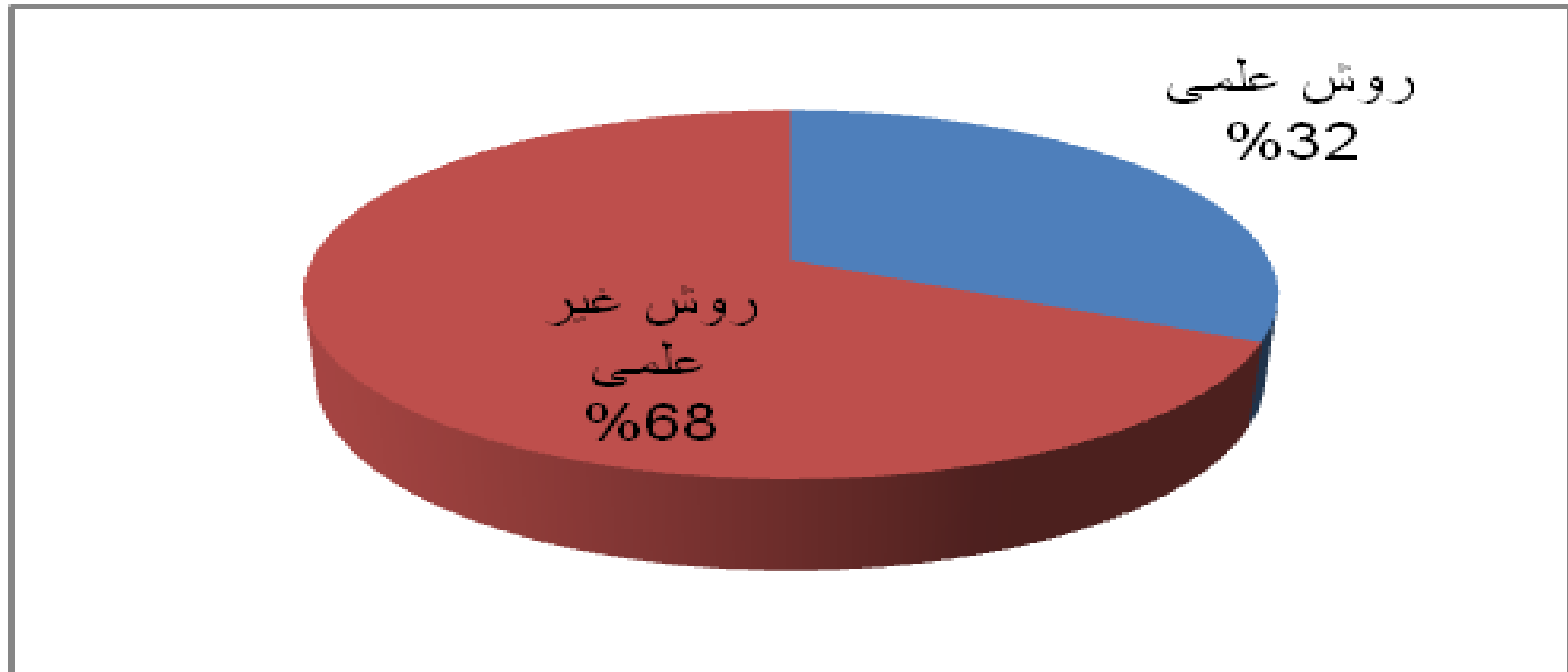


# آیا اطلاعی در مورد اندازه بازار کالاها و خدمات کسب و کار خود در سنوات قبل و پیش رودارید؟

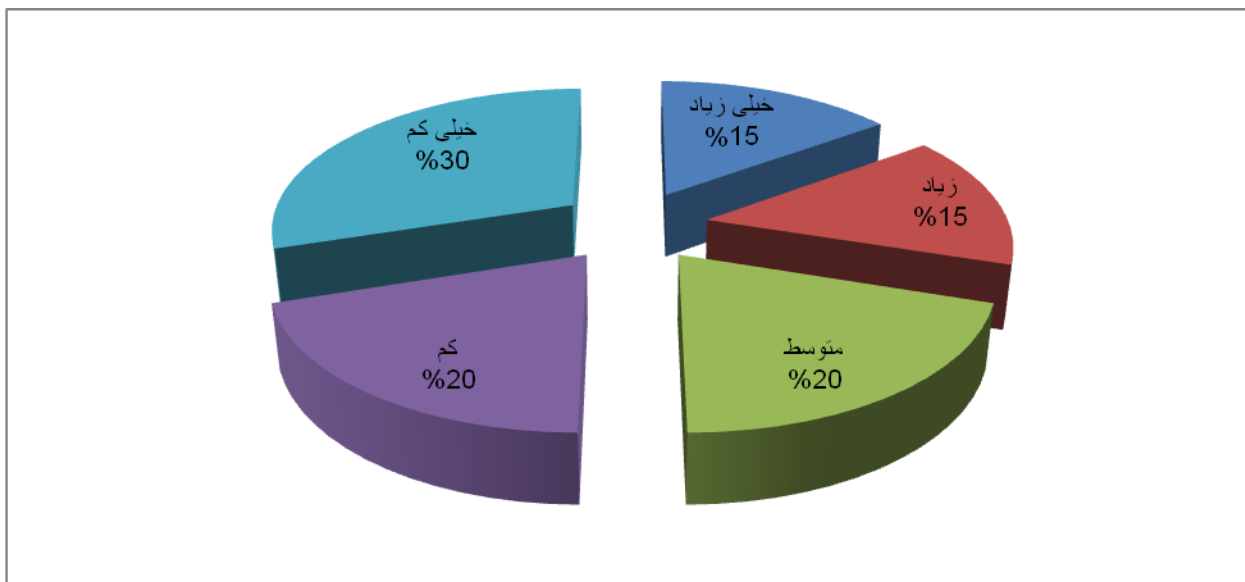




# اطلاعات اندازه بازار کالاها و خدمات خود را به چه روشی به دست می آورید؟



# به نظر شما ، سیستم ارزیابی عملکرد نیروهای فروش در سازمان چقدر کارایی دارد؟



# پس فرصت طلبی را ترویج کنید



# با تشکر از توجه شما

به امید روزی که جمله MADE IN IRAN خود گویای کیفیت محصولات و خدمات کشور عزیزمان ایران باشد

