

مسیر توسعه در صنایع شوینده



ضرورت شناسایی الگوی توسعه بومی بنگاه های ایرانی

شناسایی الگوی توسعه بومی کسب و کار بنگاه های فعال ایرانی در صنعت شوینده

نقش تدوین استراتژی و سیاست صنعتی ملی در کمک به توسعه بنگاه ها

ارزیابی سطح بنگاه های فعال ایرانی در مقایسه با بنگاه های پیشرو

چالش های اقتصادی و نهادی محیط کلان اقتصاد ایران

تولد و مرگ مداوم بنگاه های فعال

محیط متغیر و رقابتی کسب و کار

ظهور بنگاههای بزرگ و رقابتی

رشد و توسعه فناوری ها

رویکردهای اصلی در رشد و توسعه بنگاه

رویکرد منبع محور

- تمرکز بنگاه بر قابلیت های درونی به عنوان شایستگی محوری در تعامل با محیط رقابتی
- ادیث پنروز، ورنر فلت، بارنی

رویکرد موقعیت یابی

- تمرکز بنگاه بر محیط کسب و کار و انتخاب استراتژی مناسب به منظور بهره برداری بهینه از منابع با توجه به موقعیت خود در برابر رقبا
- پورتر، اندروز، گوث، کریستسین

رویکرد تکاملی مبتنی بر تجربه اقتصادهای دیر صنعتی شده

- در گام نخست بنگاه های با منابع اولیه اندک و با ورود با تاخیر به عرصه کسب و کار چگونه می توانند به منابع ضروری دسترسی پیدا کنند
- چاندلر، گرشنکرون، آمسدن، متیوز، دوسی

چالش های محیط کسب و کار بنگاه های ایرانی

رابطه دولت با بخش
خصوصی

پیوند محدود با
اقتصاد جهانی

رویکرد جایگزینی
واردات

ویژگی های فرهنگی

تدوین قوانین و
ایجاد نهاد های
تسهیل گر

دسترسی به منابع
ارزان

سؤالات محوری تحقیق

در شرایط برابر و پر چالش محیط کسب و کار ایران چگونه
برخی از بنگاه ها توانسته اند با کسب منابع کلیدی مورد نیاز
خود به موفقیت دست یابند؟

فرآیند رشد و توسعه در این بنگاه ها بر اساس کدام الگو و
چگونه تحقق یافته است؟

گام های اجرایی تحقیق

مطالعات کتابخانه ای و تدوین مدل مفهومی

ارزیابی مدل مفهومی توسط خبرگان علمی و صنعتی

شناخت وضعیت موجود صنعت شوینده و بازار آن

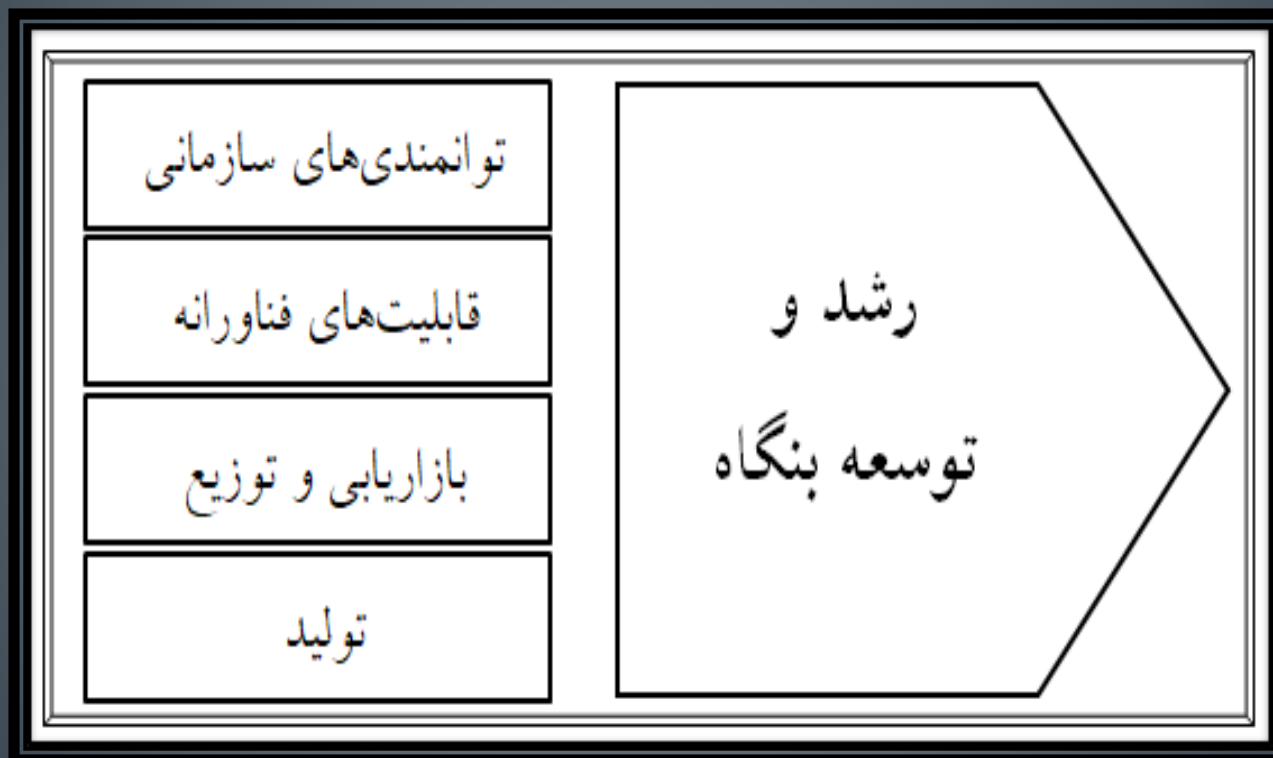
تشکیل و توجیه تیم مطالعه میدانی

انجام مصاحبه های نیمه ساختاریافته با مدیران و خبرگان صنعتی و مطالعه میدانی در بنگاه های منتخب بر اساس مدل مفهومی

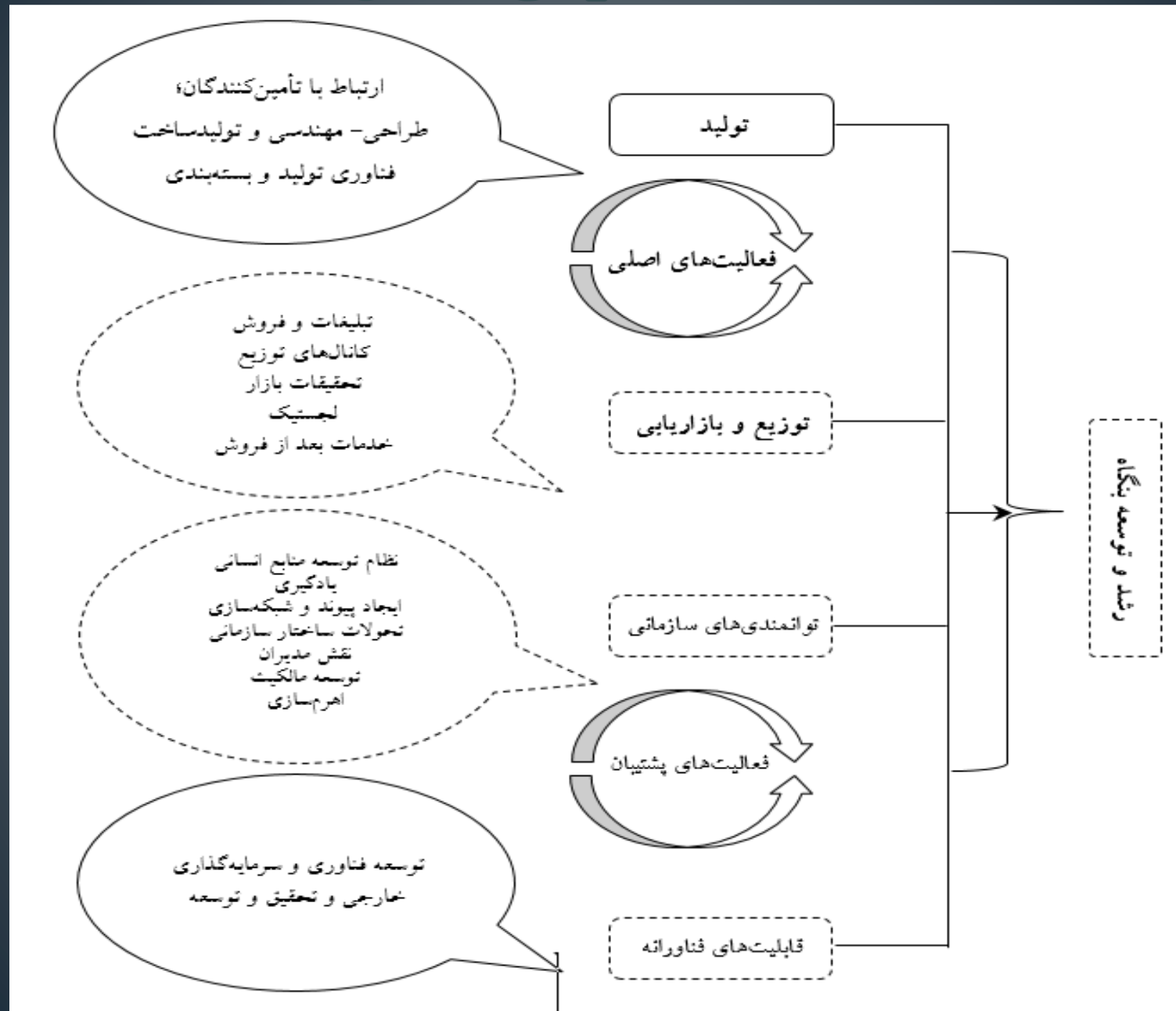
جمع آوری و تحلیل داده ها

ارزیابی و تایید نتایج توسط خبرگان

مدل مفهومی پژوهش



مدل مفهومی تحقیق



محور تولید

ارتباط با تامین
کنندگان

طراحی -
مهندسی، تولید و
ساخت

فناوری تولید و
بسته بندی




محور توزیع و بازاریابی

تبلیغات و فروش

کانال های توزیع

تحقیقات بازار

لجستیک و خدمات پس
از فروش



توزیع و
بازاریابی

محور توانمندی های سازمانی

نظام توسعه منابع انسانی

یادگیری

ایجاد پیوند و شبکه سازی

تحولات ساختار سازمانی

نقش مدیران

اهرم سازی منابع

توسعه مالکیت

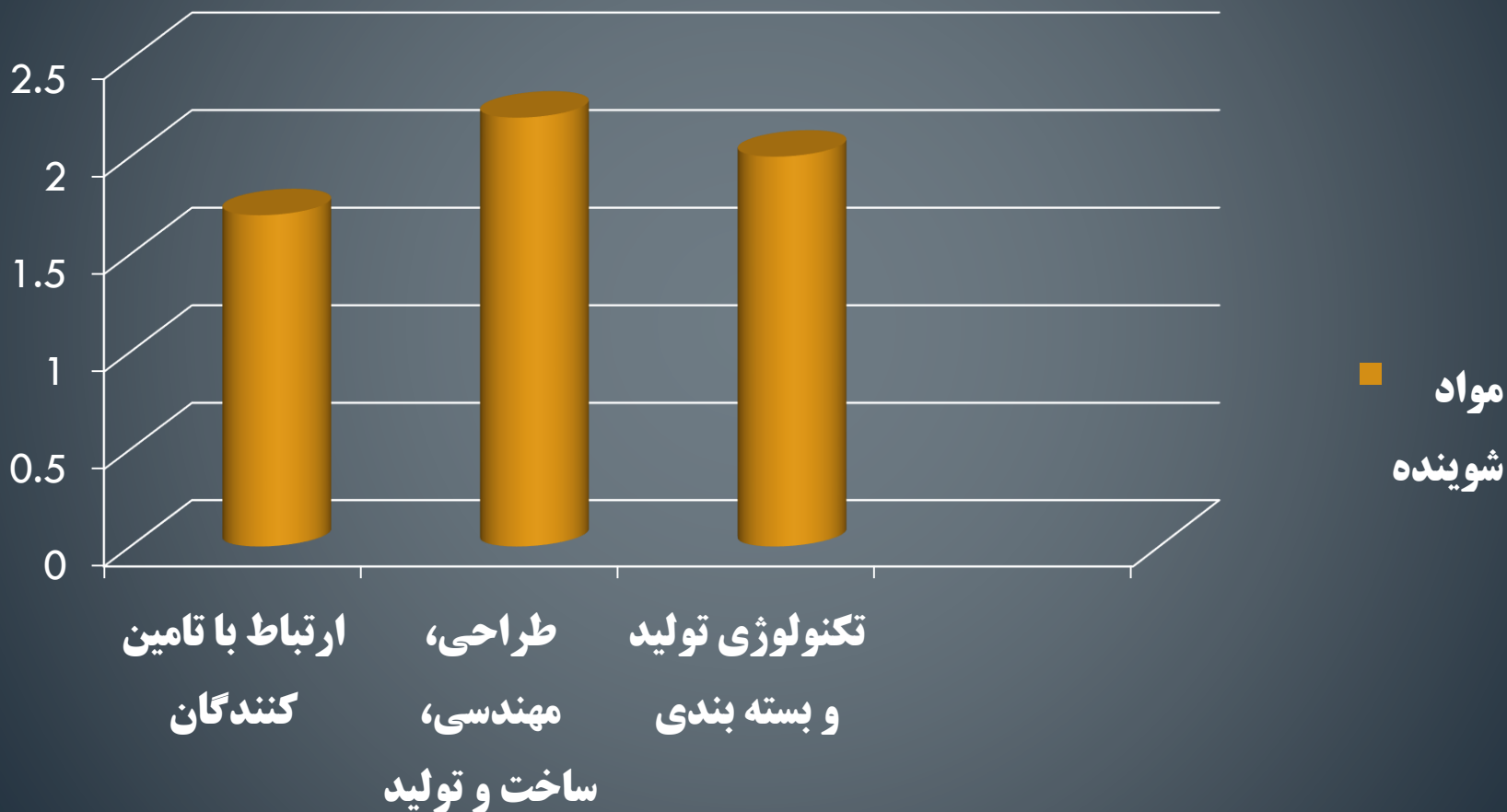
محور قابلیت های فناوریانه

توسعه فناوری و سرمایه
گذاری خارجی

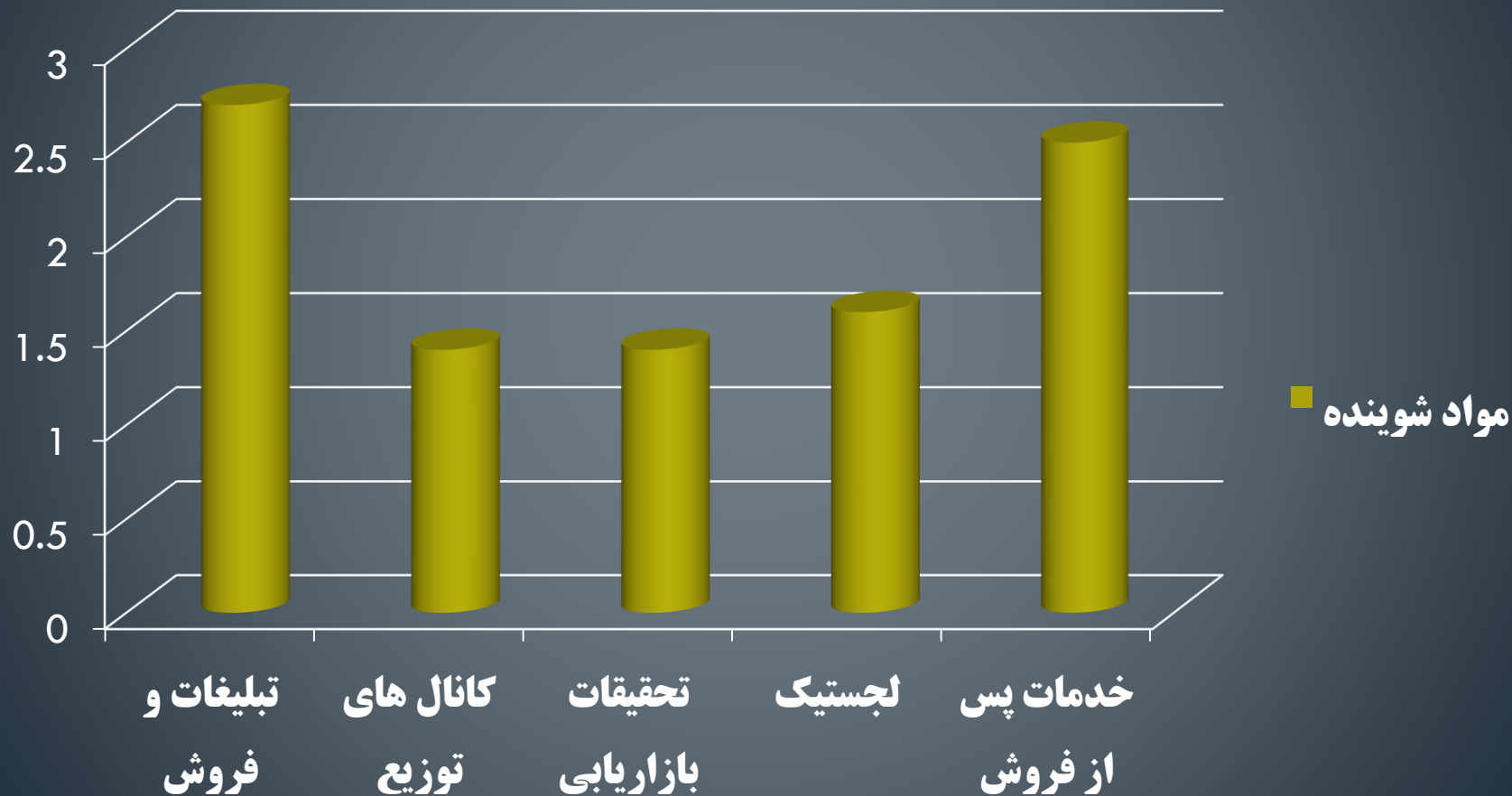
تحقیق و توسعه



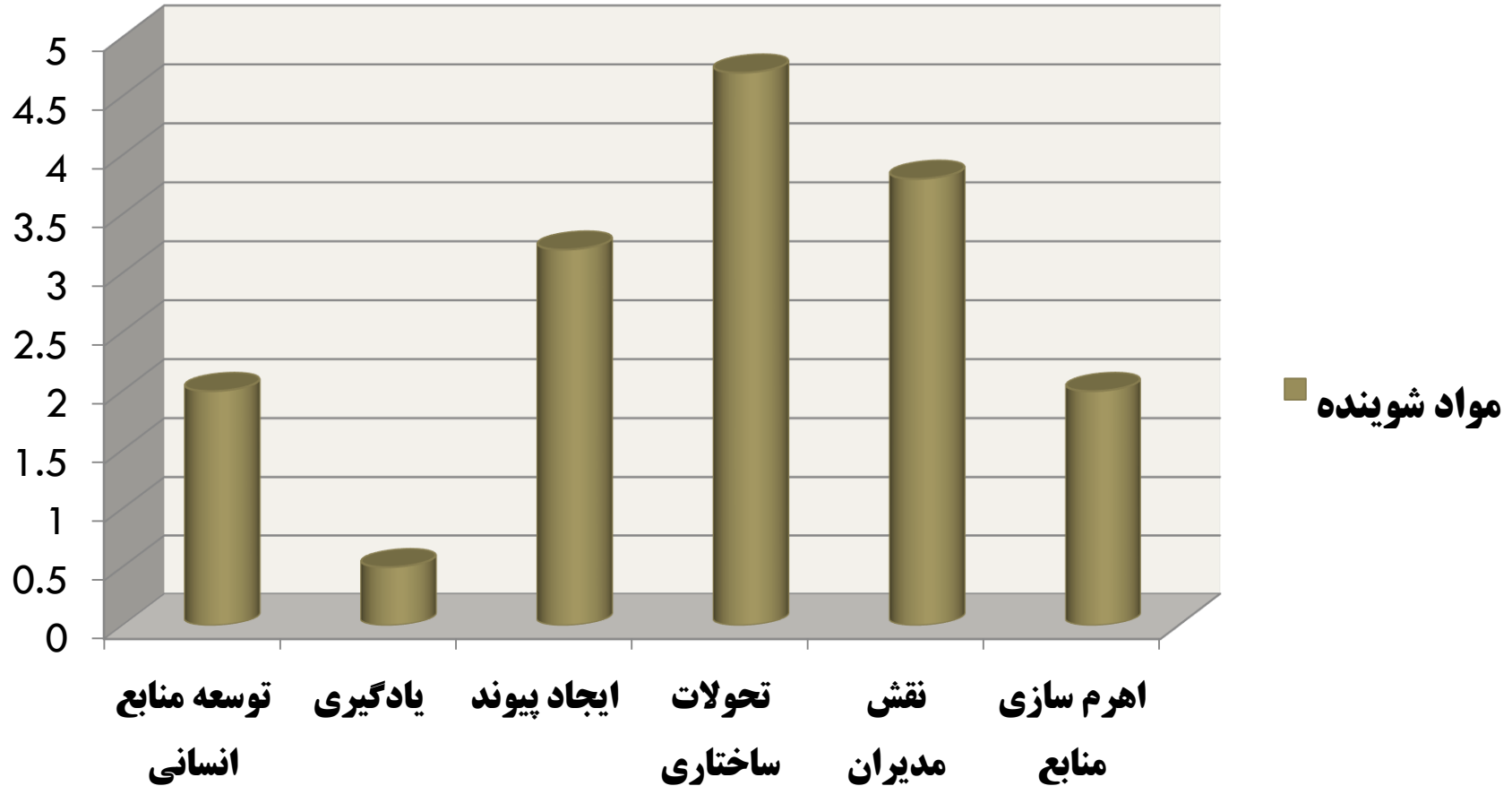
مقایسه فاصله معیارهای محور تولید در صنعت شوینده با الگوی کشورهای صنعتی و دیر صنعتی



مقایسه فاصله معیارهای محور توزیع و بازاریابی در صنعت شوینده با الگوی کشورهای صنعتی و دیر صنعتی



مقایسه فاصله معیارهای محور توانمندی های سازمانی در صنعت شوینده با الگوی کشورهای صنعتی و دیر صنعتی



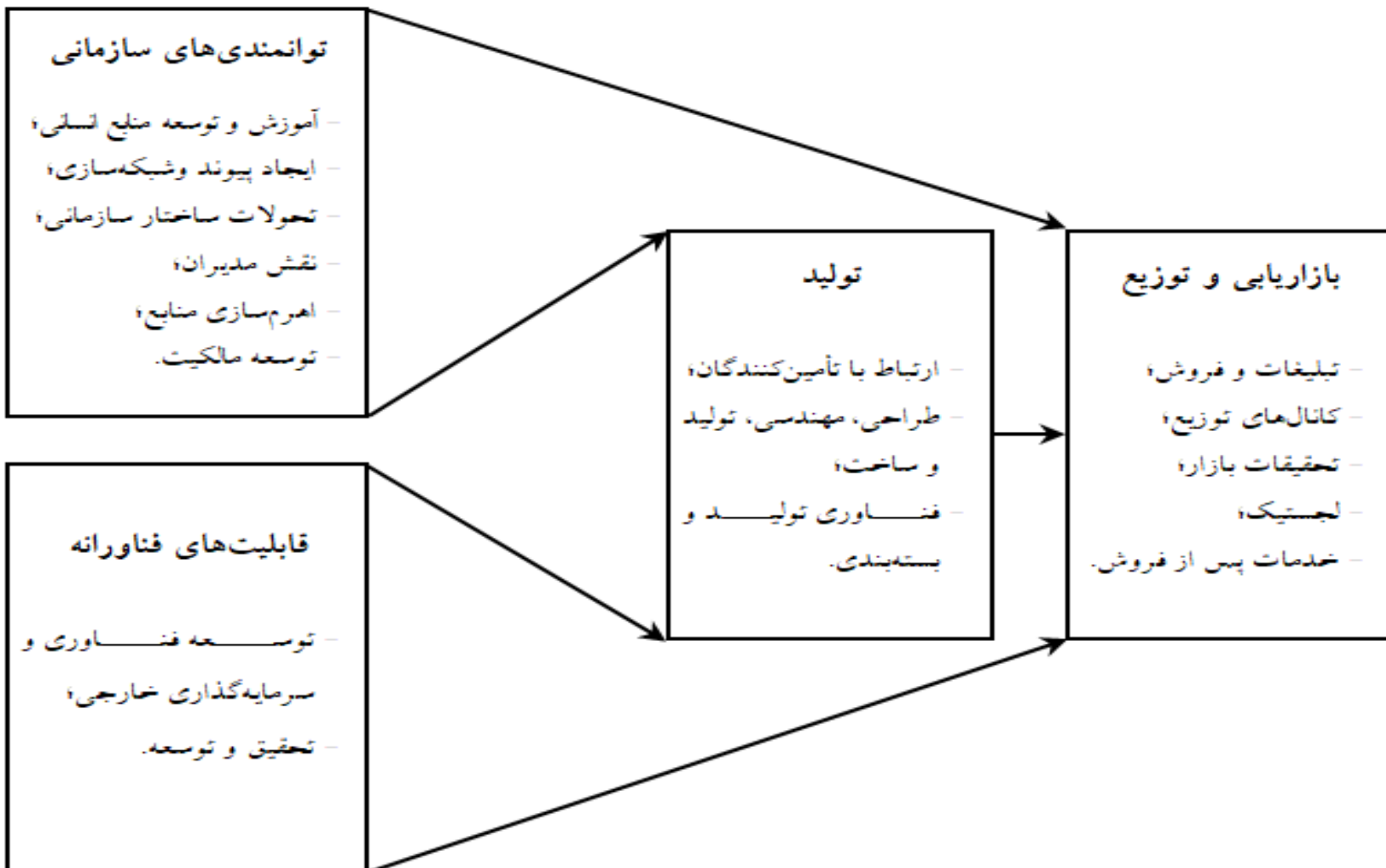
مقایسه فاصله معیارهای محور قابلیت های فناورانه در صنعت شوینده با الگوی کشورهای صنعتی و دیر صنعتی



مقایسه درجه اهمیت معیارهای مدل کسب و کار ایرانی نسبت به مدل کشورهای صنعتی و دیر صنعتی در صنعت شوینده



الگوی بومی شده توسعه کسب و کار در صنعت مواد شوینده



یادگیری پیشران رشد و توسعه بنگاهی در فضای کسب و کار جهانی



سطوح برقراری پیوند و شبکه سازی

برقراری شبکه های همکاری با تأمین کنندگان و مجموعه بنگاه های همکار؛

برقراری شبکه های همکاری با رقبا؛

ایجاد شبکه ای فراگیر از همه بنگاه ها و نهادهای فعال در صنعت؛

برقراری ارتباط با شرکتهای خارجی و
توسعه شبکه همکاری

نقش شریک خارجی در ارتقاء توانمندی های سازمانی بنگاه در
معیارهای ساختار سازمانی، توسعه منابع انسانی و مدیران و
توسعه مالکیت



پیشنهادات سیاستی

فضای کلان اقتصادی و جهت گیری فعالیت های صنعتی

ایجاد زیر ساخت و توسعه تجارت

سازماندهی رقابت در میان بنگاه های صنعتی و ارتقا همکاری های
بین بنگاهی

تسهیل یادگیری، انتشار فناوری و پیشبرد نوآوری در صنعت

تحول قانونی، ساختاری و نهادی محیط صنعت

پیشنهادات سیاستی

پیشنهادات استراتژیک مرتبط با محیط درونی بنگاه

برنامه ریزی استراتژیک و هدف
گذاری

افزایش بهره وری فرایندها و
ارتقا توان تولید

ایجاد سرمایه انسانی و افزایش
توانمندی های سازمانی

تعمیق یادگیری، ارتقا توانمندی
های فناورانه و نوآوری

افزایش توان ارتباطی و تعاملی
بنگاه

پیشنهادات استراتژیک



با شکر از توبه شما