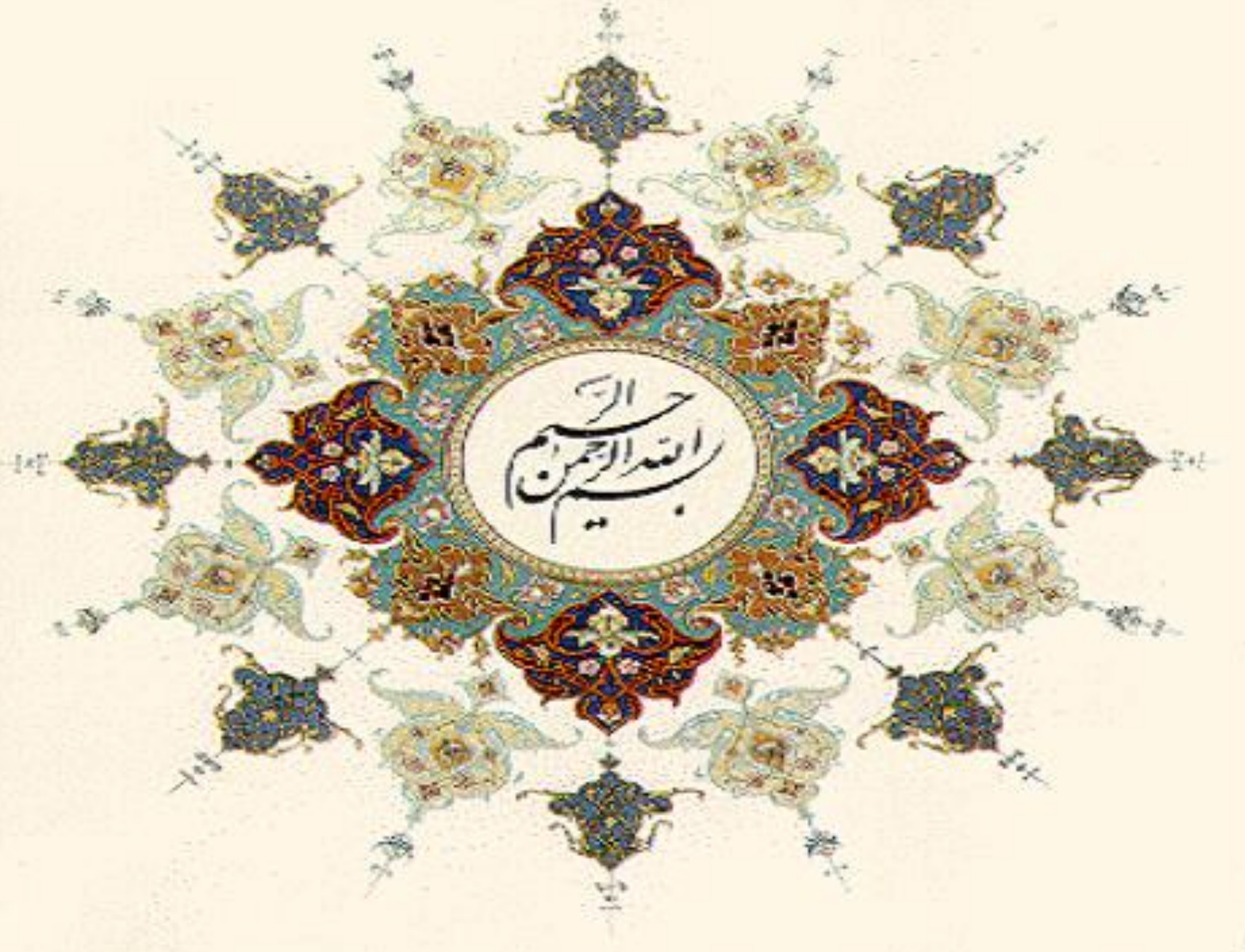


الحمد لله
الذي هدانا لهذا
والذي كنا لنهتدي لولا
أن هدانا الله



مزیت رقابتی پایدار به منظور پیشتازی بنگاه های تراز جهانی

دکتر منصور معظمی

معاون وزیر صنعت ، معدن و تجارت و

رئیس هیات عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران

۴ بهمن ماه ۱۳۹۵ - مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما

اگر چشمتان به سازمان بزرگی افتاد مطمئن باشید که زمانی فردی تصمیم
بزرگ و شجاعانه ای در آن سازمان گرفته است.

پترد اکر (از بزرگان علم مدیریت)

چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران

بر اساس سند چشم انداز سال ۱۴۰۴، ایران باید در این سال به عنوان **قدرت اقتصادی، علمی و فناوری** منطقه تبدیل شده باشد. این آرمان مستلزم محور قراردادن رشد بهره‌وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی نیروی کار، تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استانها می باشد.

دلایل تمایل بنگاه‌ها برای حضور در بازارهای جهانی

- جهانی شدن اقتصاد و فرصت‌های جدید کسب و کار
- تغییرات شتابان تکنولوژیک و ظهور صنایع و نیازهای جدید
- تشدید رقابت براساس حضور بدون مرزبندی بنگاه‌ها در بازارها
- مجزا شدن زنجیره ارزش آفرینی ناشی از تخصصی شدن فعالیت‌ها و در نتیجه ایجاد شبکه ارزش به جای زنجیره ارزش
- تمایل دولت‌ها برای حضور شرکت‌های تراز جهانی در کشور به منظور جذب سرمایه، ورود تکنولوژی‌های جدید، افزایش اشتغال و رفاه در کشور

پیش فرض های مهم جهت ایجاد مزیت رقابتی در سازمان

- دیگر آینده ادامه گذشته نیست و گذشته مقدمه ای بیش نبوده است.
- در آینده تغییرات به طور فزاینده ای غیر خطی، غیر ممتد و غیر قابل پیش بینی خواهند بود.
- تبعیت صرف از ساختار فکری هر عصری باعث شکست تحول خواهد شد.
- مرگ بنگاهها و سازمان ها زمانی فرا می رسد که رهبران آن قوم برای سئوالات جدید پیروان خود جوابهای کهنه ارائه نمایند.

توانمندی های مورد نیاز بنگاهها برای حضور در بازار جهانی

- توانایی تشخیص فرصت های بالقوه حضور در بازار
- توانایی به کارگیری رویکرد های جدید و مدل های کسب و کار
- توانایی انعطاف پذیری ساختاری و تشکیلاتی در بنگاهها
- قابلیت استفاده از پتانسیل ها و منابع موجود در صنایع مرتبط برای جذب و تامین امکانات جدید
- قابلیت انتقال منابع و توانمندی های موجود به بازار های هدف (معماری مجدد منابع و توانمندی ها برای بازارهای هدف)

کدام سمت مزیت رقابتی را انتخاب می کنیم؟

مزیت نسبی

تولید با قیمت پایین تر با بهره گیری از بهینه سازی سیستم ها، تقلیل کیفیت و ...

مزیت تمایزبخش

ارائه ای فراتر از بازار
تکنولوژی، منابع انسانی، یا برند بسیار قوی

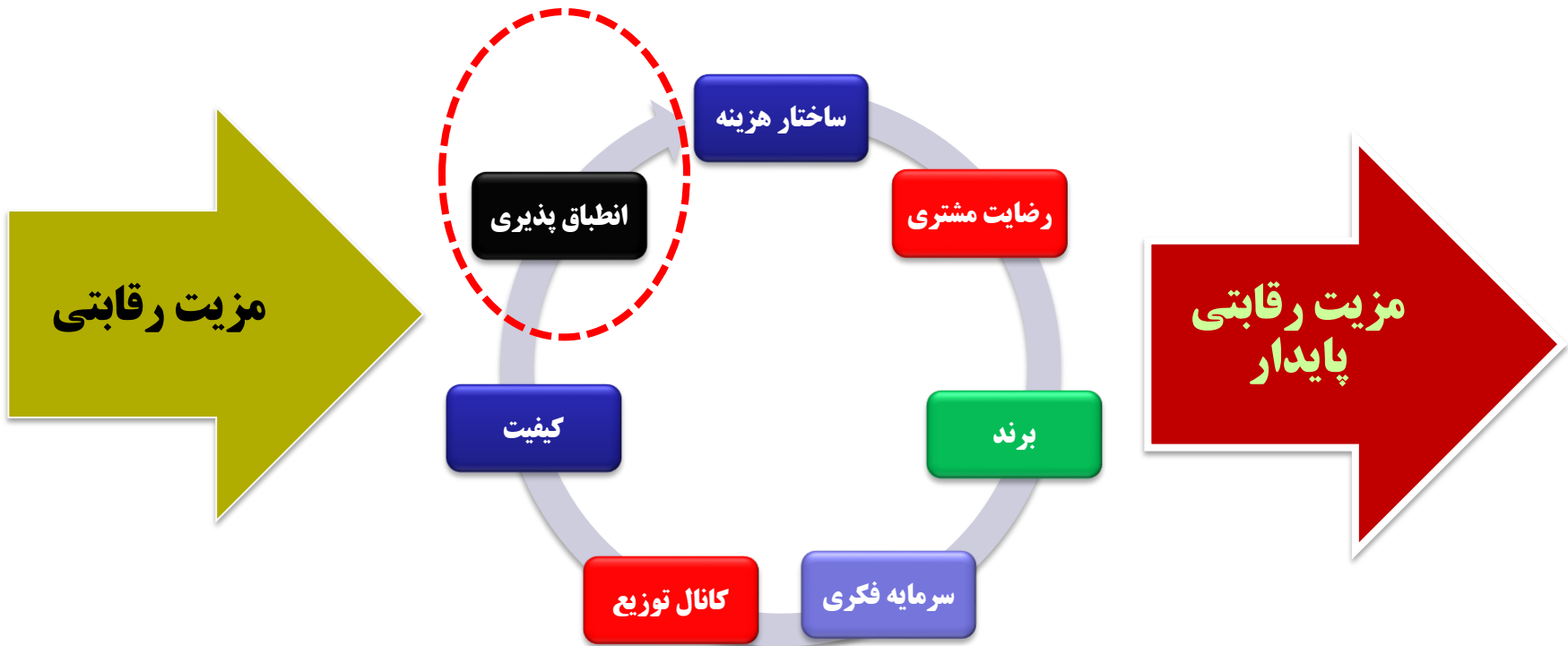
توجه بیش از پیش
به هزینه فرصت ها
در مقایسه با رقبا

دسترسی بیش از
پیش غول های
عرضه کننده به
بازارهای ما

وفاداری
مشتریان
تکنولوژی در
بازار منطقه ای

رقابت با
برندهای جهانی
منابع انسانی
تکنولوژی

عوامل ایجاد کننده مزیت رقابتی



شرکتهای قدرتمند چگونه **مزیت رقابتی** خود را از دست می دهند؟

- **مرحله اول: تکبر ناشی از موفقیت**
- شرکتهای ممکن است در موفقیت هایشان محصور شوند
- تکبر در ورود به عرصه هایی که شرکت نمی تواند در آنها بهترین باشد.
- تلاش در جهت رشد فراتر از حد خودش
- انکار خطرات بیرونی و درونی

شرکتهای قدرتمند چگونه **مزیت رقابتی** خود را از دست می دهند؟

مرحله دوم: جستجوی بدون برنامه برای موفقیت بیشتر

- خلاقیت زیاد ولی بدون برنامه
- عدم فهم درست بین رشد و کمال (توسعه)
- پست های کلیدی با افراد نامناسب پر می شوند.

شرکتهای قدرتمند چگونه **مزیت رقابتی** خود را از دست می دهند؟

مرحله سوم: انکار ریسک و خطر

- صاحبان قدرت افراد دیگر یا عوامل خارجی را مقصر می دانند.
- گزارش دهندگان این اخبار بد تویخ می شوند.
- **تجدید ساختار و سازماندهی مجدد**

شرکتهای قدرتمند چگونه **مزیت رقابتی** خود را از دست می دهند؟

مرحله چهارم: دست و پا زدن برای نجات

- **تدوین چشم انداز جدید**
- طراحی و تدوین استراتژی جدید
- **فرهنگ جدید**
- **معرفی قهرمانان جدید**

شرکتهای قدرتمند چگونه **مزیت رقابتی** خود را از دست می دهند؟

مرحله پنجم:

تبدیل شدن به یک شرکت بی اهمیت یا مرگ

توسعه سازمانها با رویکرد اقتصاد مقاومتی

توانمندسازی سازمانهای ایرانی یکی از راهکارهای اثربخش به منظور تحقق ابلاغیه سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری در حوزههای ذیل می باشد :

- پیشتازی در اقتصاد دانش بنیان
- رشد بهره‌وری در اقتصاد
- توسعه کار آفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه
- ساماندهی نظام ملی نوآوری
- دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش بنیان در منطقه



مولفه های اقتصاد دورن زای موفق:

رشد اقتصادی روز افزون

کسب و کارها بالنده

کاهش اتلاف منابع

امنیت اقتصادی

نیروی انسانی کارآمد

بهره مندی از منابع بالقوه و بالفعل کشور برای تولید و ایجاد ارزش افزوده

رسالت بنگاههای برتر در شرایط اقتصاد مقاومتی

نوآوری و
شکوفایی

اصلاح الگوی
مصرف

کار جهادگونه

حمایت از تولید
داخلی

حمایت از عوامل
تولید داخلی

جمع بندی

❖ **بنگاههای برتری می باید در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی بیش از پیش نقش آفرین باشند.**

بنگاههای برای رسیدن به شاخص برتری می باید موارد زیر را رعایت نمایند:

❖ **راحت طلبی بیش از اندازه را کنار بگذارند.**

❖ **چشم انداز و افق آینده بنگاه را کارکنان ترسیم کنند.**

❖ **ریسک های بنگاهها را بررسی و برای برون رفت از آنها چاره اندیشی نمایند.**

❖ **تلاش برای توسعه و تثبیت فرهنگ سازمانی بنگاه**

❖ **تکبر ناشی از موفقیت و اعلام زود هنگام پیروزی ها پرهیزند.**

❖ **ائتلافها، اتحاد های استراتژیک و همکاری های مشترک با صاحبان برند را توسعه بدهند.**

❖ **و...**



با تشکر از صبر و حوصله شما عزیزان