



PROBLEM



شرکت سهامی نمایشگاه های
بین المللی جمهوری اسلامی ایران



فاضل وارسته

مشاور بیش از ۲۵۰ شرکت

تحلیلگر کسب و کار

مدرس دانشگاه

مربی مدیران ارشد





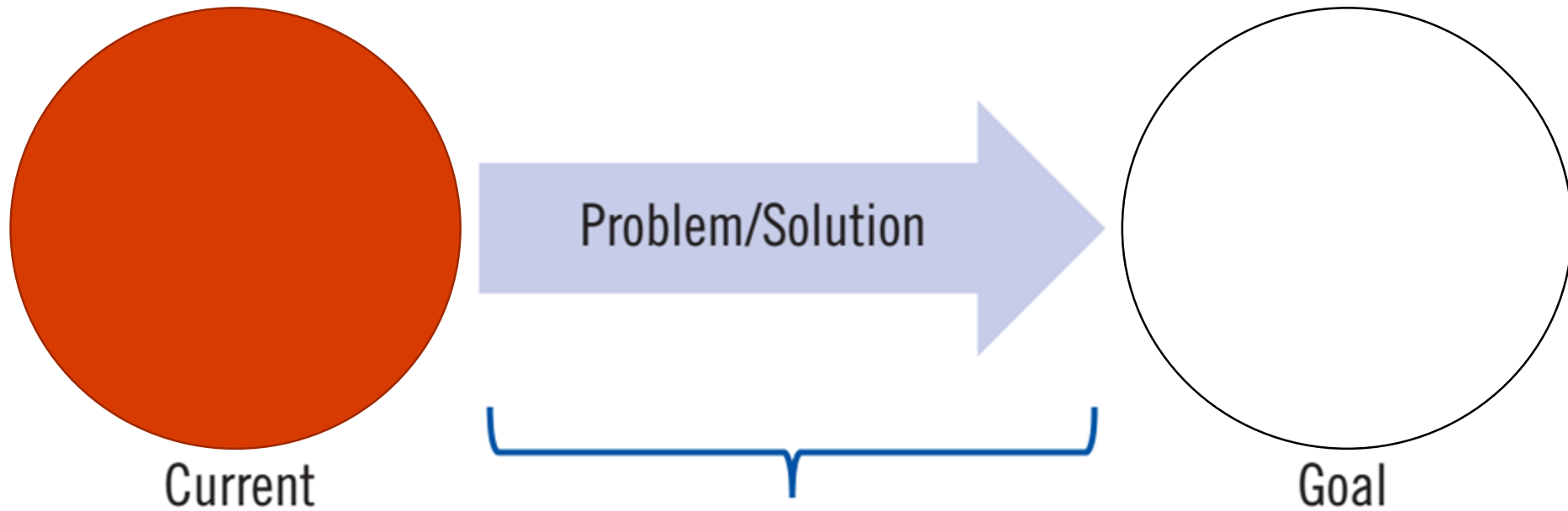
*Nice to
meet you...*

Identifying and Defining Problems

مسئله یابی



مسئلہ کی بوجود می آید؟



Problem is the difference between
the current state and your desired goal

وجود وضعیتی ناخوشایند

دسترسی نداشتن به اطلاعات و منابع کافی

رویارویی با بحران و چالش

نیاز به توسعه توانایی و صرف زمان

انحراف از آنچه باید باشد

دستیابی به هدف

رویارویی با عدم قطعیت

فاصله با وضعیت مطلوب

بازداری از دستیابی به هدف

مزاحمت در تصمیم گیری

پاسخ به موقعیت پیش آمده

خواسته برآورده نشده



چقدر از مسائل آگاه هستیم؟



در آینده با چه مسأله‌ای روبرو هستیم؟



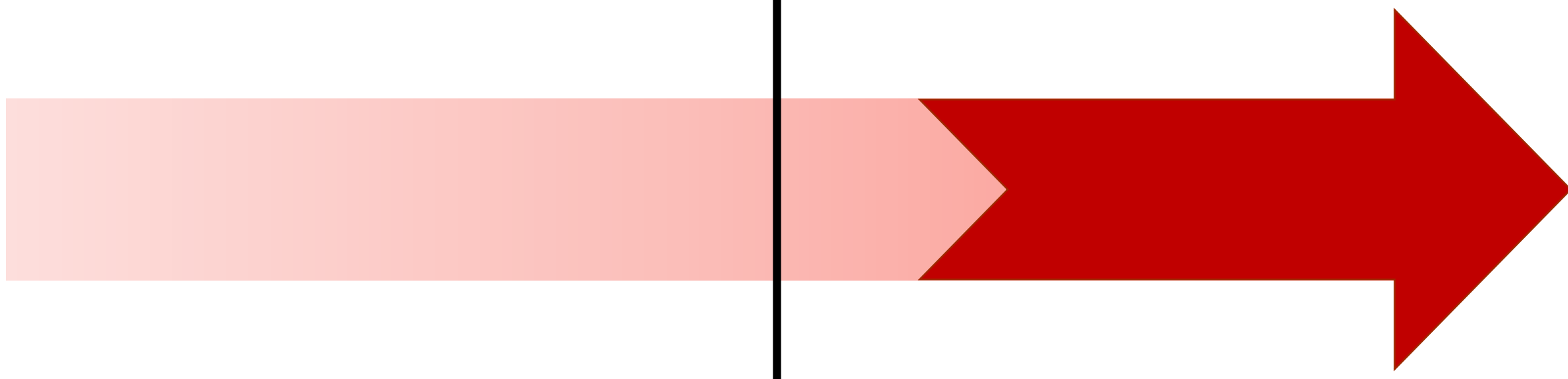
مسائلی که **از قبل** بوده‌اند و ...

...

گذشته

حال

آینده



چقدر در حل مسئله **توانمندی** وجود دارد؟



مسئله:

"چگونه عوامل ایجاد کننده **نارضایتی** در مشتریان را از بین ببریم؟"

وضعیت نامطلوب:

مشتریان ناراضی

این عوامل سازمان را با مساله نارضایتی مشتریان روبرو کرده است.

خطر حمله نظامی دشمنان

مسئله: "ارتقا توان دفاعی"

یک تهدید و یک مورد آزار دهنده وجود دارد که

سبب به وجود آمدن مسائلی می شود.





حذف کابل انتقال داده در تلفن همراه

بلوتوث را برای اولین بار، به محصولاتشان می افزایند تا از رقبای خود سبقت بگیرند و سهم بیشتری از بازار را برای خود به دست آورند.

۱. مسائل بقا

۲. مسائل توسعه

مسائل بقا

وقتی پیش می آیند که چیزی اتفاق افتاده است که نباید اتفاق می افتاد

موقعیتی که انتظار داشتیم اتفاق بیفتد، روی نداده است.

تهدید در محیط شکل بگیرد.

مسائل توسعه

می خواهیم به هدف مشخصی برسیم، ولی **موانع** معینی سر راه داریم.

جایی که نمی توانیم به هدف خود برسیم، مثل **ناکامی** در اجرای برنامه ای خاص.

جایی که هدف ما می تواند پیشرفت کند، مثل افزایش یافتن **کارایی**

دستیابی به **هدف جدید**، مستلزم حل مساله باشد (تولید محصول جدید)

Note

هر متخصصی باید بتواند **حلال** مسایل باشد

افراد هستند که مسایل را **شناسایی** و **حل** میکنند

Guidelines as you begin solving problems

شناسایی خود به عنوان حلال مسئله

شناخت مشکلات

بکارگرفتن رویکرد خلاق و سیستماتیک برای حل

تصمیم گیری

شناسایی خود به عنوان حلال مسئله

آنچه که فرد حرفه ای را از معمولی جدا میکند توانایی حل مسئله است.

Do

متعهد شوید که میتوانید مسئله را حل کنید

Don't

به راحتی از ایده های ناب **نگذرید**

Do

از مشکلات به عنوان **فرصتی** برای نوآوری بهره ببرید

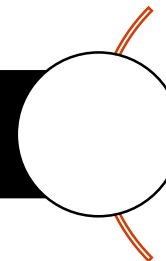
Don't

مسائل را تا وقتی که ناتوان از حل آن نشده اید **رها نکنید**

Don't

اگر در یافتن راه حل مشکل دارید صرفاً به ادراک خود از مشکل **بسندہ نکنید**

بکارگرفتن رویکرد خلاق و سیستماتیک برای حل



برای حل مشکلات ساده از **نبوغ** خود بهره ببرید

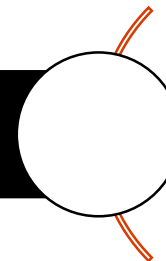
برای حل مشکلات پیچیده از فرآیندهای **سیستماتیک** بهره ببرید

مشکل، اهداف و راهکارهای خود را **بازبینی و تحلیل** مجدد کنید

به مشکلات و مسائل از **زوایای مختلف** نگاه کنید

Do

بکارگرفتن رویکرد خلاق و سیستماتیک برای حل

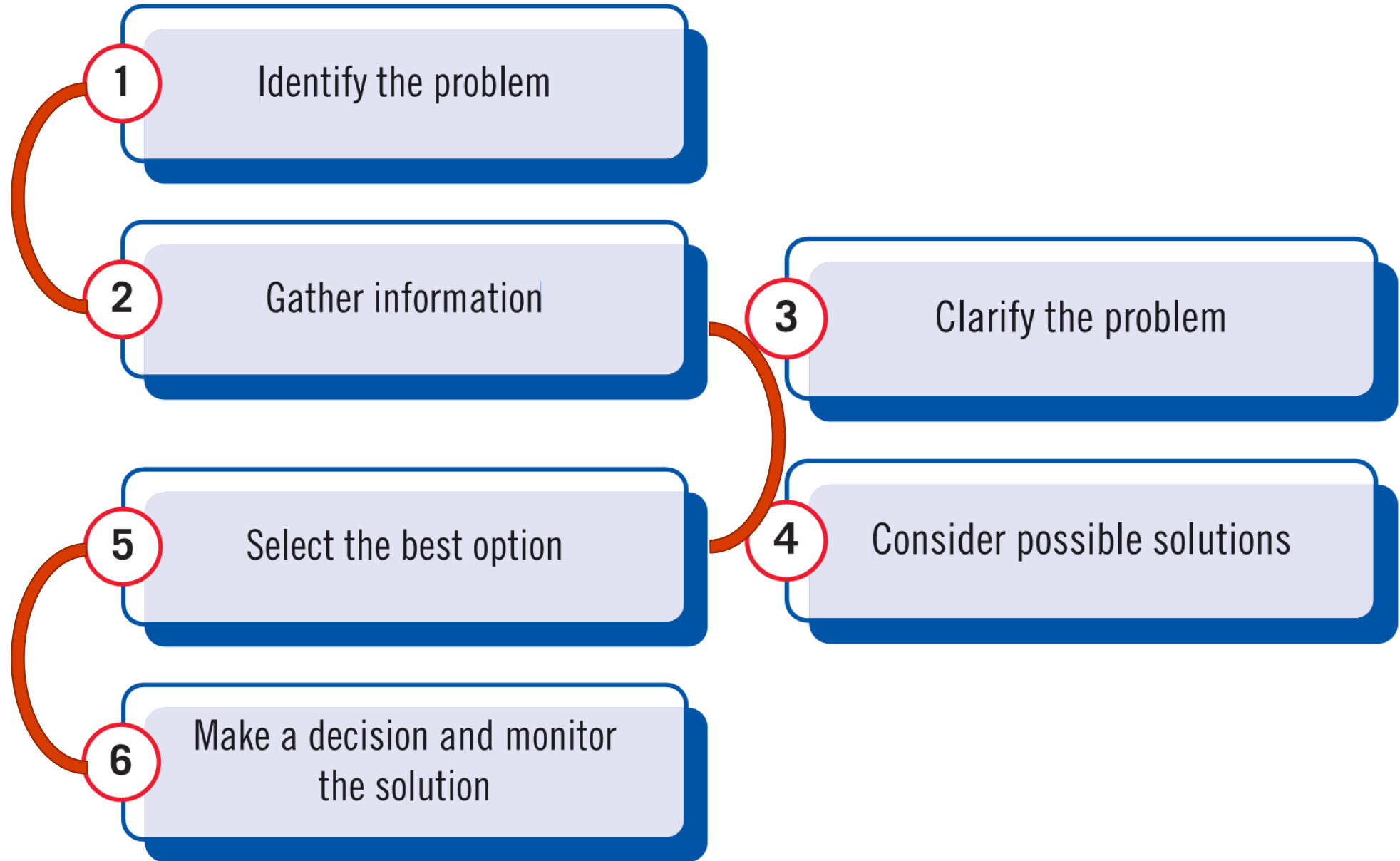


Don't

رویه هایی بسیار جزئی که **تکرار پذیر** نیستند ایجاد نکنید

از همان ابتدا شروع به **نتیجه گیری** نکنید

FIGURE A-2: Basic problem-solving steps

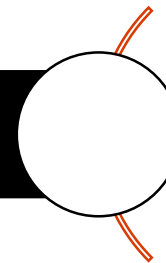


A major part of problem solving involves making effective decisions.

Do

قبل از انتخاب راهکار، همه راهکارهای ممکن را در نظر بگیرید
اطمینان حاصل کنید که حقایق موجود تصمیم را حمایت میکند

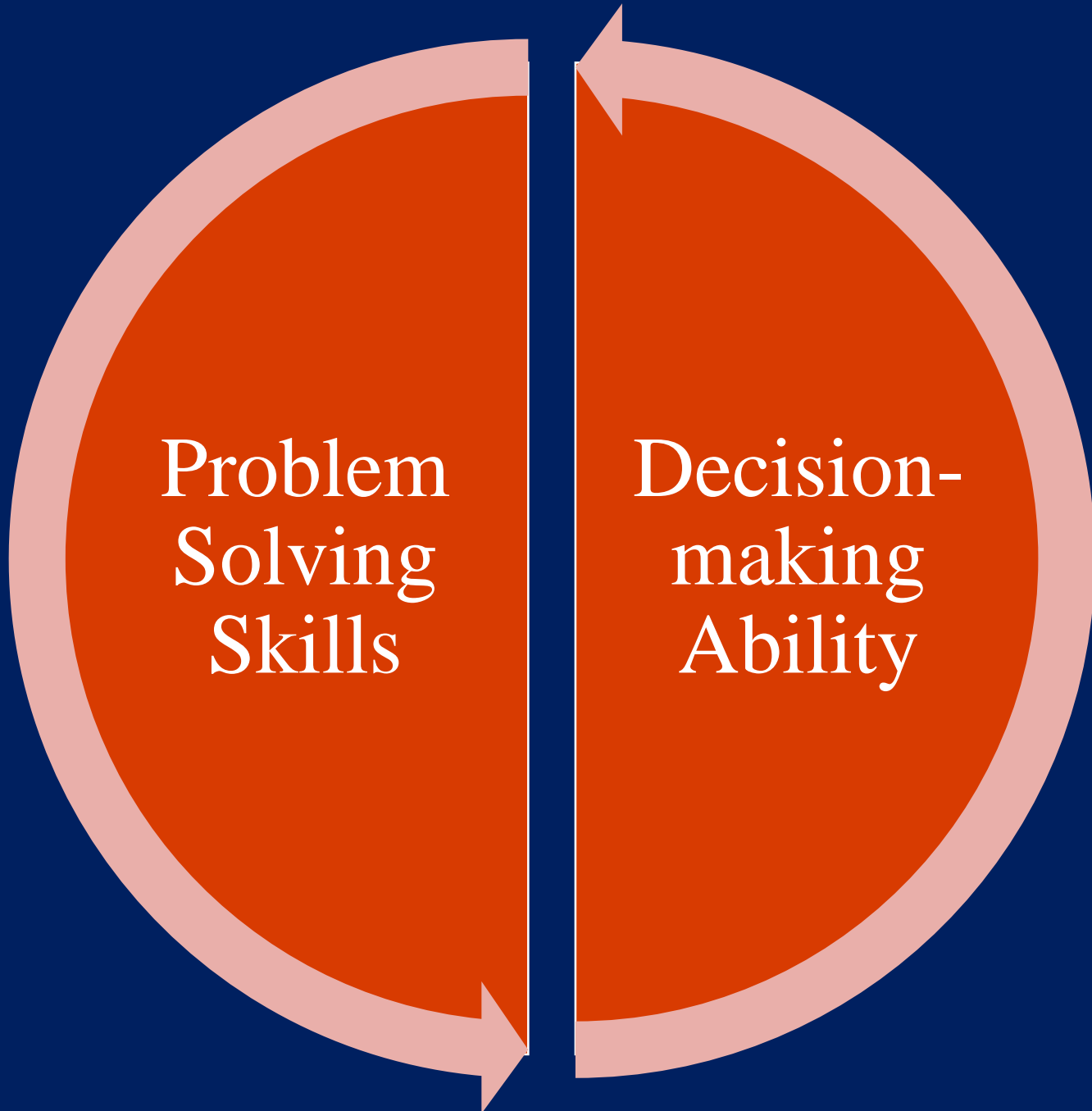
تصمیم گیری



Don't

تصمیمات **thoughtless** نگیرید

تردید نکنید اگر احساس کردید که بهترین تصمیم را گرفتید



Problem
Solving
Skills

Decision-
making
Ability



Problems

تحليل مسئله

باید ها و نبایدهای تحلیل مسئله

تحلیل مسئله

در شناسایی:

بیشتر به دنبال **نواقص و کمبودها** باشید

از **افراد مرتبط**، عدم تحقق اهداف را جویا شوید

بیش از حد مسئله ای را بررسی نکنید

هیچ مسئله ای را **نادیده نگیرید**

باید ها و نبایدهای تحلیل مسئله

تحلیل مسئله

در مشاهده :

نحوه بوجود آمدن و **مکان** مشکل را در صورت امکان بررسی کنید
دنبال **چرایی** باشید تا متهم کردن افراد
به نظرات و **ایده های افراد** در شناسایی مشکل اهمیت دهید
افراد را در این فرآیند **سرزنش نکنید** تا جلوی همکاری آنها گرفته نشود

باید ها و نبایدهای تحلیل مسئله

تحلیل مسئله

در تایید :

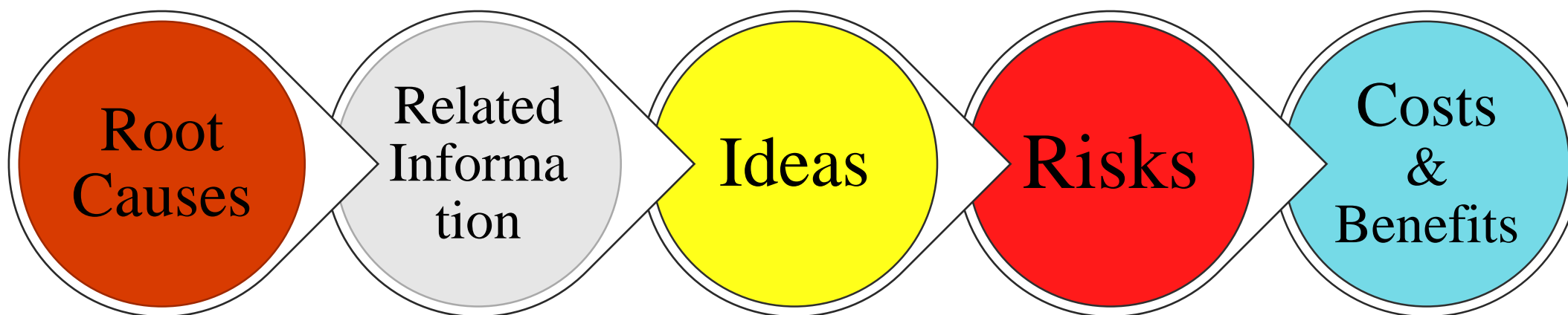
اطلاعات جمع آوری شده را مجدد **بازبینی** کنید

قبل از اینکه **اطمینان** حاصل نکردید شروع به حل مسئله نکنید

باید ها و نبایدهای تحلیل مسئله

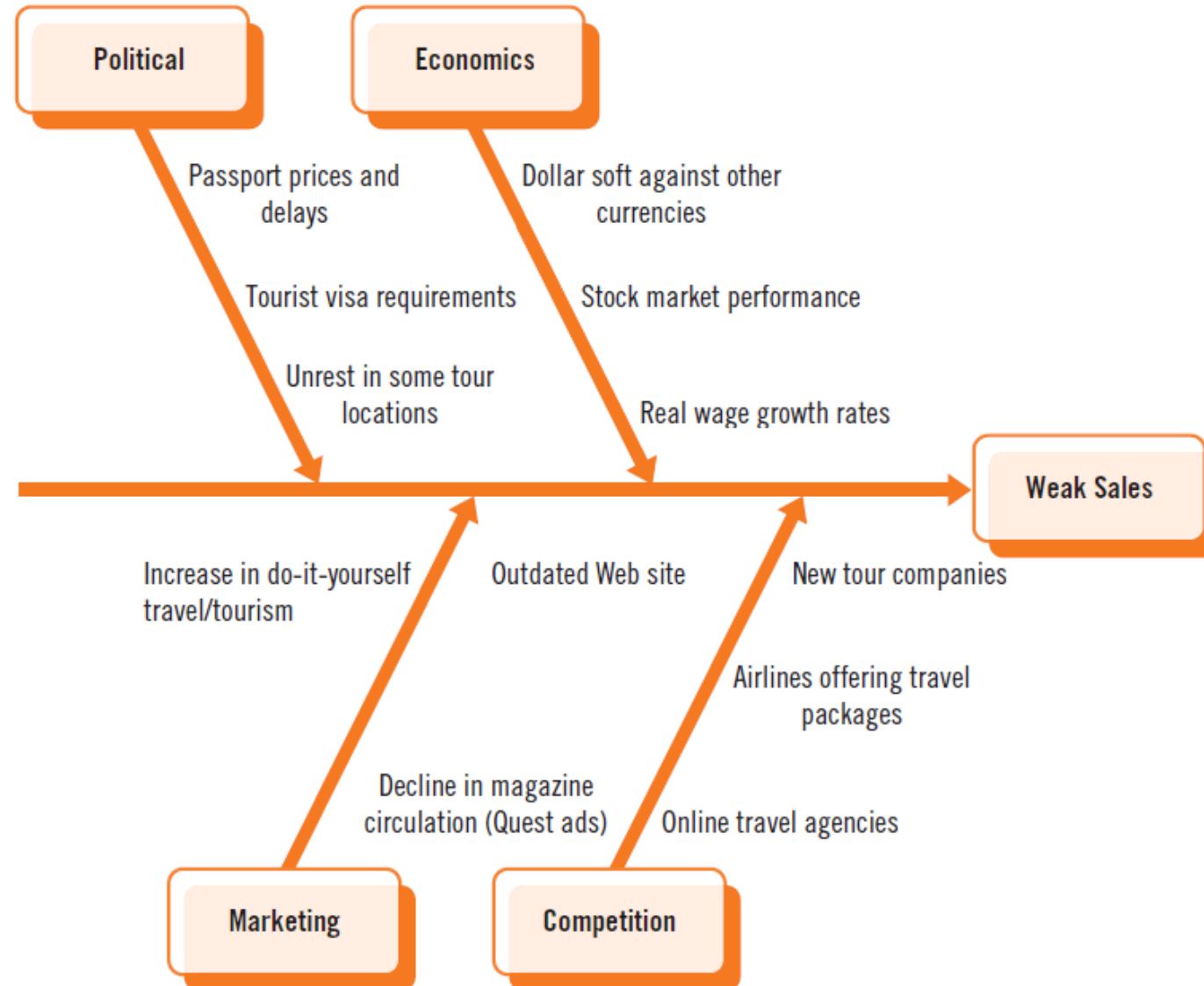
تحلیل مسئله

Much of the **effort in problem solving** involves Look for :

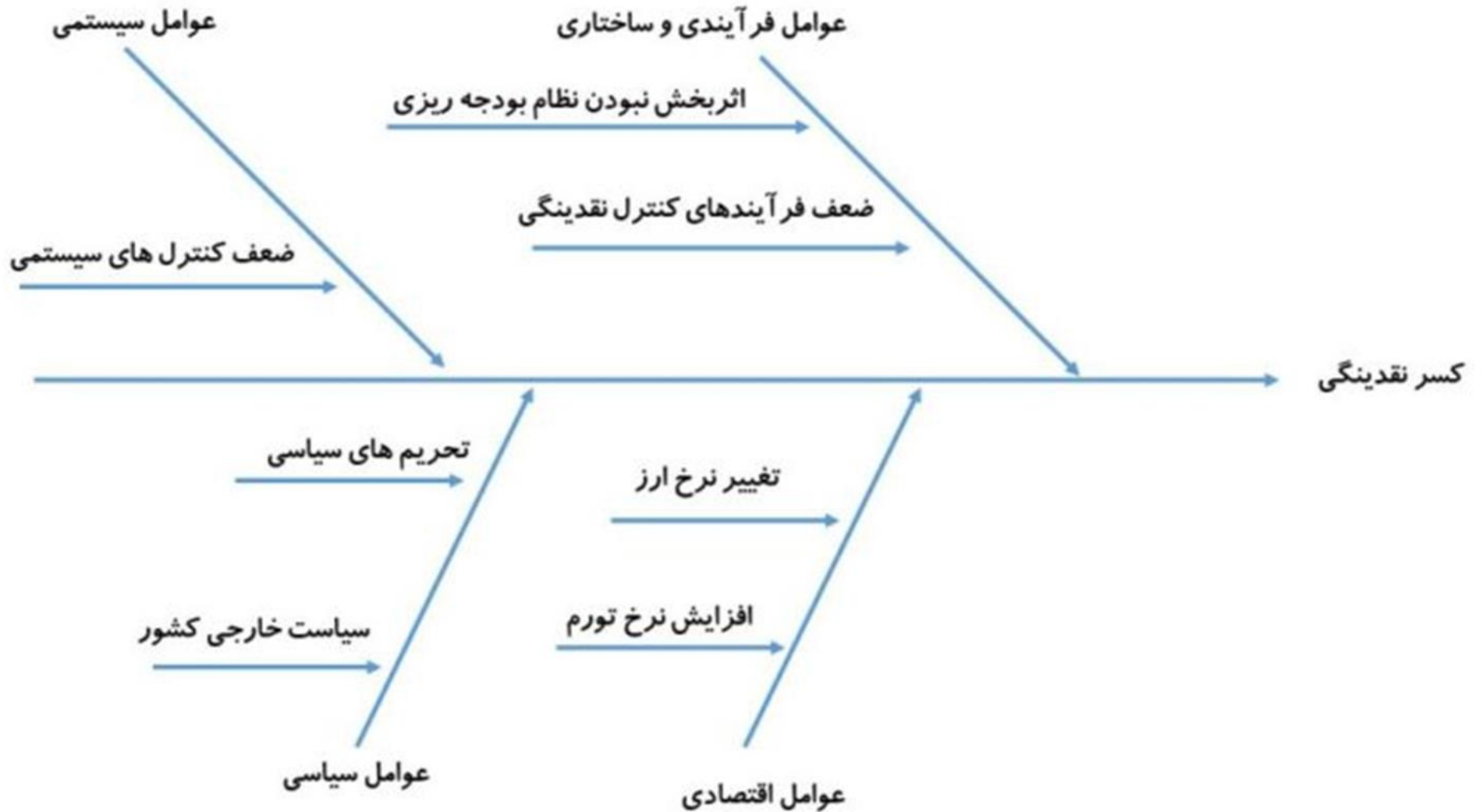


Determining Causes

FIGURE A-6: Cause-and-effect diagram



Determining Causes



Simplifying Complex Problems

FIGURE A-7: Breaking a complex problem into smaller parts

Main problem: Decreasing tour sales

Criteria		Tour Value	Immediate Improvement	Customer Satisfaction	Score
Subproblems	Price	0	2	1	3
	Promotion	0	0	0	0
	Quality	1	0	1	2
	Frequency	2	1	2	5

Ratings of how well each solution could solve the subproblem

Total of ratings for each subproblem

Offering tours more frequently makes the most difference in solving the main problem

Identifying and Managing Risks

FIGURE A-8: Assessing risks and rewards

	Option	Potential Reward	Potential Risk
Option A has the highest potential reward, but high risk	A	High	High
	B	Moderate	Low
	C	Low	Moderate

Option B might be the preferred alternative because of its risk/reward ratio

حل مسئله

type of data

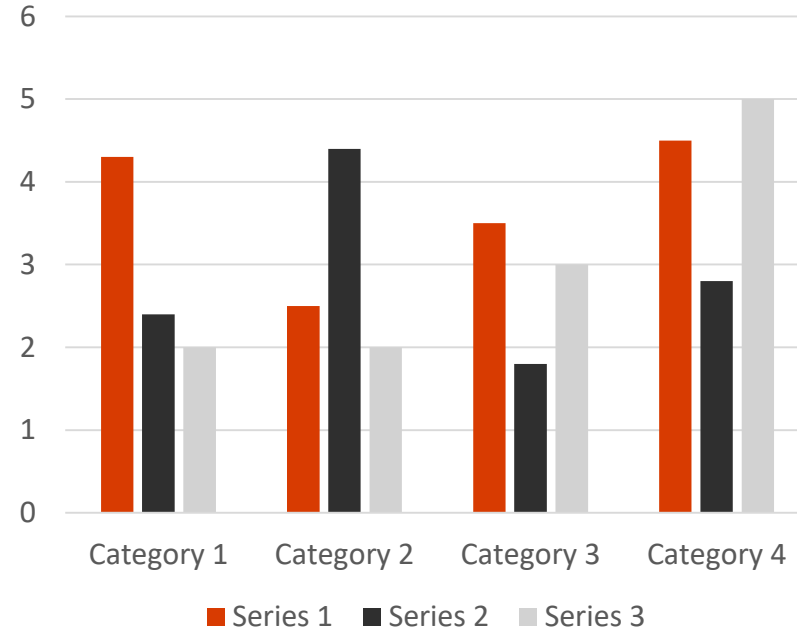
Financial

Task or process

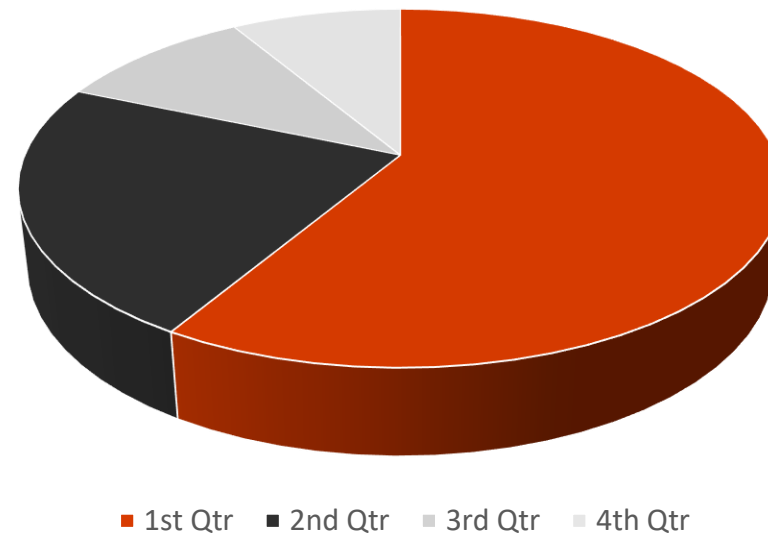
Product or service

General advice

Chart Title



Sales



زنجیره تامین

Supplier

Firm

Customer

SRM	ISCM	CRM
-----	------	-----

- Source
- Negotiate
- Buy
- Design Collaboration
- Supply Collaboration

- Strategic Planning
- Demand Planning
- Supply Planning
- Fulfillment
- Field Service

- Market
- Price
- Sell
- Call Center
- Order Management

FIGURE 1-8 Supply Chain Macro Processes

مدیریت هزینه

- ✓ هزینه های تولید
- ✓ هزینه مواد اولیه
- ✓ هزینه نیروی انسانی
- ✓ هزینه عدم بکارگیری فناوری
- ✓ هزینه عدم آموزش پرسنل
- ✓ هزینه دوباره کاریها

مدیریت عملکرد و تحقیق در عملیات

Developing Alternatives

guidelines

Think creatively

Ask others

Document ideas

Brainstorming
Mind map



Evaluating Options

FIGURE B-4: Ranking and weighting alternatives

Multiply points by percentage for each alternative ($5 \times 25 = 125$)

Total the scores

Evaluating Alternatives									
<i>Each alternative = 25%</i>	Easy to do		Popular with customers		Compared to competition		Amount of revenue		Total Score
	Points	Score	Points	Score	Points	Score	Points	Score	
Raise tour prices	5	125	1	25	4	100	5	125	375
Drop unprofitable tours	3	75	5	125	5	125	4	100	425
Offer popular tours more often	3	75	5	125	5	125	5	125	450
Cut tour features	1	25	1	25	2	50	5	125	225

Assign points on a scale, such as 1–5

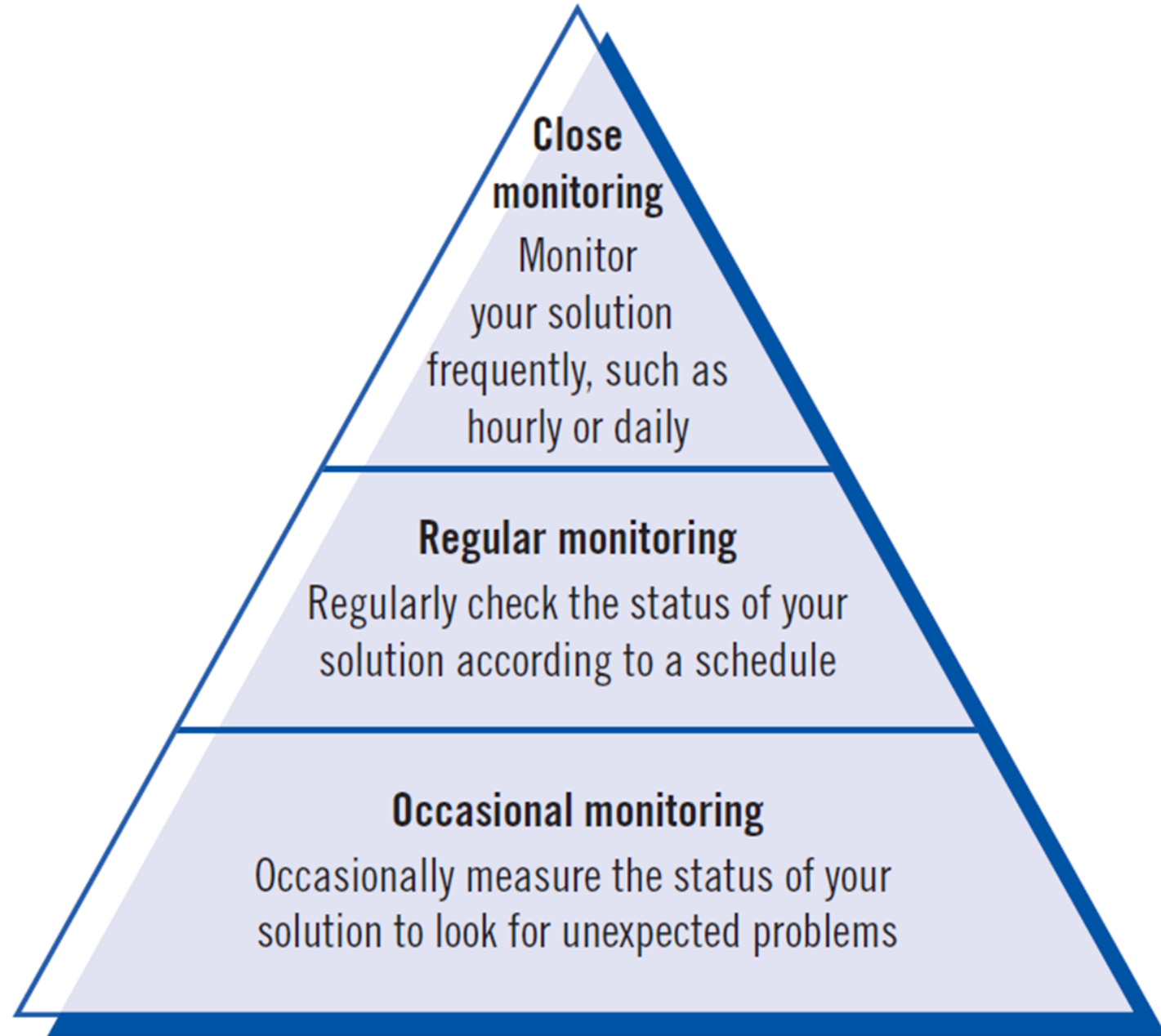
Highest total is the best alternative

Implementing the Solution

- Get **approval** from the problem owner
- Develop a **plan**
- Notify **stakeholders**
- Anticipate **opposition**
- Take **action**

Monitoring and Managing the Solution

FIGURE B-7: Levels of monitoring





صنعت لوستر در ایران

شرایط ایران

تولید لوستر و روشنائی در ایران بیش از
نیم قرن سابقه دارد

شرایط ایران

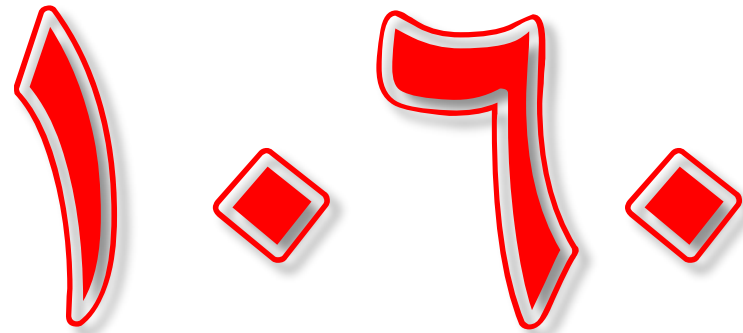
۲۰۰ واحد تولید کننده

۴۰۰ واحد توزیع کننده

۴۶۰ واحد در حال تعلیق

تجمع مراکز در تهران ۳۰۰ واحد

۲۰۰۰۰ نفر در ساخت، تزئین و نصب



شرایط ایران

روند بازار صادراتی:

افزایش تقاضای ۱۵ سال اخیر

۱۰ میلیون دلار در ۳ سال

۵ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱

شرایط ایران

روند بازار صادراتی:

روسیه

ارمنستان

رومانی - ترکیه - حاشیه خلیج فارس

بعضا اروپا

شرایط ایران

بازار داخل:

تولید محصولات با Q
برنج و برنز آبکاری شده

دارای گارانتی

طراحی معمولاً یکنواخت و قدیمی

شرایط ایران

بازار داخل:

هزینه تولید در ایران بیشتر از چین
نزدیک به ۳۰٪ محصولات خارجی

عمدتاً چینی (آهنی به اسم استیل و بدون گارانتی)

بعد ایتالیا و چک و آلمان

شرایط ایران

مواد اولیه: کریستال ، بلور، نیکل، برنج و
برنز ، آلومینیوم در ایران موجود است.

شرایط ایران

مواد اولیه: ایران در زمینه محصولات
برنجی هم از نظر کیفیت و هم از نظر
طراحی جزو سه تولیدکننده برتر دنیاست.

شرایط ایران

واردات لوستر = ممنوع

قطعات اما فراوان وارد میشود. (حباب، طوقه، آویز)

شرایط ایران

جایگاه فناوری در این صنعت



شرایط ایران

ترکیه
محصولات صنایع لوستر ایرانی
بدون برند را میخرد و با اسم خود
وارد بازار اروپا میکند.

شرایط ایران

نحوه صادرات

بصورت چمدانی به عراق و ...
عدم درگیری با رویه گمرکی

شرایط ایران

نبود بودجه و عدم حمایت دولت
عدم ثبات قیمت ارز
نقل و انتقال ارز در بخش صادرات
ضریب مالیاتی ۱۲٪ برای فعالان
عدم ارائه مواد اولیه در بورس
ناتوانی فعالان در حفظ قیمت و بازار فروش

شرایط ایران

برخی از تولیدکنندگان به جای تولید،
واردات را ترجیح داده اند.

قطعات لوستر را به صورت **CKD** وارد می
کنند و در ایران مونتاژ می کنند.

شرایط ایران

به دلیل رکود در اقتصاد داخلی، تعداد مشتریان گاهش یافته است.

شرایط ایران

خارجی ها محصولات متنوعی تولید می کنند که برای مشتریان جذاب است.

شرایط ایران

شیوه‌های فروش؟

آیا ما در بازاریابی موفق بوده‌ایم...

شرایط ایران

اتحادیه

در هرود ۴۰ سال در صنف چینی و بلور سازان

افیرا مستقل

شرایط ایران

مسائل مرتبط با فروش:

به طور متوسط سه ماه از سال قادر به فروش محصولات خود نیستند.

(ماه‌های محرم و صفر و فروردین ماه)

بازاریابی

بجای اینکه به برند لوکس خود برچسب های مثبت بزنیم (برند کمیاب، برند شیک) به خریداران بالقوه برچسب بزنیم و حس قدرت، اعتماد به نفس و با ارزش بودن را به او تلقین کنیم تا فرد با باور این ویژگی ها نیاز به خرید کالای لوکس را در خود احساس کند.

شرایط ایران

مراکز فروش لوستر در تهران

لاله زار

خیابان ابو سعید

صالح آباد

بازار لوستر تهران اتابک

خیابان شریعتی

شرایط ایران

سافت شوهر لوستر

THINK
BETTER

Baham

Thank You



Fazel Varasteh



+98 912 6951019



Fazelvarasteh@ut.ac.ir



www.Baham-ie.ir



@varasteh63



098 912 695 1019



Fazelvarasteh@ut.ac.ir

واسته
فازل