

مجموعه آموزشی توانمندسازی شغلی

(۱۱)

استراتژی بازارشناسی و تحقیقات بازار

مؤلفان:

سید احمد قاسمی

حمید آیتی



دانش نگار



سرشناسه	قاسمی، سیداحمد، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور	استراتژی بازاریابی و تحقیقات بازار / مولفان سیداحمد قاسمی، حمید آیتی.
مشخصات نشر	تهران: دانش نگار، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۸۸ ص: مصور.
فروست	مجموعه توانمندسازی شغلی استراتژی پایدارسازی مشاغل؛ کتاب [ج. ۱۱].
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۳۰۸-۰۳۹-۳
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	بازار
موضوع	بازاریابی -- مدیریت
شناسه افزوده	آیتی، حمید، ۱۳۳۹-
شناسه افزوده	جهاد دانشگاهی، پژوهشکده فرهنگ و هنر و معماری.
شناسه افزوده	مجموعه توانمندسازی شغلی استراتژی مشاغل؛ [ج. ۱۱].
رده بندی کنگره	۱۳۹۰ ج. ۱۱ / ۲۷ م / HF ۵۳۸۶
رده بندی دیویی	۵۰/۱
شماره کتاب شناسی ملی	۲۵۳۹۰۶۹

فرهیخته گرامی:

کپی کردن و یا تهیه فایل های pdf از تمام و یا قسمتی از کتاب تضييع آشکار حقوق مادی و معنوی ناشر و مولف است و انگیزه تألیف، ترجمه و نشر کتاب های جدید را در کشور از بین می برد. خواهشمندیم در زمان خرید کتاب، از اصل بودن آن مطمئن شوید.



استراتژی بازاریابی و تحقیقات بازار

تألیف: سیداحمد قاسمی، حمید آیتی

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۱

شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۶۰۰ تومان

چاپ و صحافی: فرنگارنگ

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۰۸-۰۳۹-۳



9 786003 080393

تهران، انقلاب، خیابان منیری جاوید (اردیبهشت)، نبش وحید نظری، شماره ۱۴۲ - تلفکس:

۶۶۴۰۰۱۴۴ - ۶۶۴۰۰۲۲۰

تقدیر نامه

به پاس همکاری و همراهی دلسوزانه مسئولان و مدیران اقتصادی کشور بویژه فرزندان خدوم و فرزانه کمیته امداد امام خمینی (ره) در ایجاد بستر لازم برای انجام مطالعات لازم در سطح کشور برای کسب تجربه و دانش کافی در تدوین این مجموعه، بدینوسیله بر خود فرض می‌دانیم از عزیزان زیر که با راهنمایی‌ها، ارشادات، همراهی‌ها، فراهم ساختن زمینه انجام بحث‌ها و گفتگوهای متعدد و با ارائه اطلاعات و هماهنگی با مجموعه کشوری خود و نیز با بازدید خود از مراحل اجرای طرح مطالعاتی و نیز ارائه محتواهای غنی که محصول سال‌ها تجربه مفید و گرانسنگ و نظریه پردازی در زمینه‌های مختلف شغلی بوده است، سپاسگزاری نماییم:

برادر ارجمند جناب آقای دکتر آقا محمدی معاون محترم نظارت و هماهنگی اقتصادی ریاست جمهوری

برادر ارجمند جناب آقای مهندس سید محمد کریمی مدیرعامل محترم سابق صندوق مهرامام رضا (ع)

برادر ارجمند جناب آقای محمد امید معاون محترم اشتغال و خودکفایی کمیته امداد امام خمینی (ره)

برادر ارجمند جناب آقای منوچهر رزمجو مدیرکل محترم طرح‌های اقتصادی و خودکفایی کمیته امداد

برادر ارجمند جناب آقای غضنفری مدیرکل محترم نهاد ریاست جمهوری

برادر ارجمند جناب آقای عباس لکی رییس محترم اداره کارآفرینی و توسعه اشتغال کمیته امداد

عناوین مجموعه کتاب‌های آموزشی:	گروه مجاز در کلاس
۱- نگرشی کلی به مفاهیم کارافرینی و استراتژی پایدار سازی مشاغل	کلیه گروه‌ها
۲- روش‌ها و اهمیت ایجاد خوشه در پایداری سازی مشاغل	عاملان خوشه
۳- استراتژی آموزش مهارت‌های عمومی و فنی مورد نیاز خوشه‌ها	گروه آموزشی خوشه
۴- استراتژی تامین و عرضه نهاده‌های اولیه در پایداری سازی مشاغل	گروه زنجیره تامین
۵- استراتژی کارایی و بازاریابی در پایداری سازی مشاغل	گروه بازار کار و تامین نیروی کار
۶- استراتژی تولید کالا در پایداری سازی مشاغل	گروه تولید و فروش
۷- استراتژی ارگونومی و محصولات سالم و ارگانیک در پایداری سازی مشاغل	گروه سلامت کار و محصول
۸- استراتژی سامانه‌های مدیریت کیفیت و ایزوها و برندسازی	گروه کنترل کیفیت
۹- استراتژی خدمات مالی، حسابداری و خدمات بانکی و اعتباری	گروه مالی
۱۰- استراتژی فروش کالا در پایداری سازی مشاغل	گروه بازاریاب
۱۱- استراتژی بازاریابی و تحقیقات بازار در پایداری سازی مشاغل	گروه تحقیقات بازار
۱۲- استراتژی بازرسی و نظارت در پایداری سازی مشاغل	گروه ارزیابی و نظارت
۱۳- استراتژی اطلاع‌رسانی، تبلیغات و خدمات رسانه‌ای	گروه تبلیغ
۱۴- استراتژی صادرات و دسترسی به بازارهای بین‌المللی	گروه صادرات

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
دیاچه	۹
استاندارد آموزشی کتاب یازدهم	۱۴
خودآزمایی	۱۵
مقدمه	۱۶
استراتژی‌های مرحله معرفی (شکل‌گیری یا ورود به بازار)	۱۷
۱. استراتژی‌های مرحله رشد	۱۹
۲. استراتژی‌های مرحله بلوغ	۲۲
۳. استراتژی‌های مرحله ثبات و افول	۲۶
بازاریابی پارتیزانی چیست؟	۲۹
اصول بازاریابی پارتیزانی	۳۰
شیوه‌های بازاریابی	۳۲
مراحل اجرای بازاریابی پارتیزانی	۳۶
استراتژی جودویی چیست؟	۴۳
استراتژی‌های عمومی پورتر	۵۵
یک. استراتژی رهبری هزینه‌ها	۵۵
دو. استراتژی متمایز ساختن محصول یا خدمت	۵۶
سه. استراتژی تمرکز بر محصول یا خدمت خاص	۵۷
بررسی تفصیلی استراتژی جودویی	۵۸
سه اصل اساسی در استراتژی جودویی	۶۰
جودو استراتژیست‌ها: مدیران سطح پنجم	۷۴
سه ویژگی اصلی جودو- استراتژیست‌ها	۷۵
بازاریابی چیست؟	۷۹
اهداف اساسی بازاریابی	۷۹
منابع	۸۳

دیباچه

داشتن یک شغل، انتظاری اجتماعی و فرهنگی است که در دوران کودکی پدید می‌آید و به صورت دائمی از طریق تأثیرگذاری مدرسه، خانواده، بزرگسالان و رسانه‌های گروهی تقویت می‌گردد. امروزه برخورداری از شغل مناسب یکی از اجزای اصلی تشکیل دهنده حقوق شهروندان به شمار رفته و اهمیت آن در ایجاد ثبات اقتصادی جامعه، موضوعی غیر قابل انکار است. اشتغال و اشتغال‌زایی از یک سو با توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه مرتبط است و از سوی دیگر تابعی از ارزش‌های حاکم بر یک جامعه بوده و با نیازهای زیستی، آموزشی، بهداشتی، رفاهی، روحی و معنوی جامعه در ارتباط است.

ریشه بسیاری از ناهنجاری‌های اجتماعی و بزهکاری‌ها، دست نیافتن به درآمد مشروع و فقدان فرصت‌های اشتغال مولد است. به همین دلیل اشتغال و اشتغال‌زایی نه تنها از جنبه اقتصادی، بلکه از ابعاد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیز اهمیت فراوانی دارد. در صورت نهادینه شدن بیکاری در یک جامعه، ابعاد روانی آن باعث می‌شود که درمان این معضل اقتصادی - اجتماعی با مشکلات بزرگ‌تری روبرو گردد. بنابراین حل مشکلی به نام بیکاری تنها از طریق سیاست‌گذاری و تصمیمات اقتصادی، ممکن نیست، بلکه باید از ساز و کارهای فرهنگ‌سازی و آموزش افراد نیز کمک گرفت.

نداشتن یک شغل مناسب می‌تواند بر سلامت روانی افراد تأثیر بگذارد و عدم اشتغال افراد می‌تواند در اشکال مختلفی مانند اضطراب، کاهش اعتماد به نفس،

تیرگی روابط شخصی و اجتماعی و رخت برستن نشاط از عرصه جامعه ظهور یابد.

پدیدآورندگان این مجموعه، ضمن توجه به راهکارهای ایجاد اشتغال، مهم‌ترین نکته را تدوین مجموعه آموزشی می‌دانند که بتواند ضمن توانمندسازی افراد فعال جامعه، راهکاری مناسبی را برای پایداری مشاغل نیز ارائه نماید. کشورهای مختلفی این موضوع را از طرق علمی مورد بررسی قرار داده و ارتباط معناداری را بین اشتغال و اشتغال پایدار بر مبنای توانمندسازی منابع انسانی، مدل‌های استاد-شاگرد، انکیا تورها، زنجیره ارزش، زنجیره تامین و تعریف نموده‌اند که این تجربیات می‌بایستی با ملاحظه اصل مهم بومی‌سازی، مورد بهره برداری مناسب قرار گیرد.

در واقع هدف اساسی از تهیه و تالیف این مجموعه آموزشی، اهتمام در این امر اساسی است که چگونه می‌توان از منابع و فرصت‌های جدید برای ایجاد اشتغال استفاده کرد و آن را پایداری ساخت تا از این رهگذر بتوان زنجیره "دانش، بینش و مهارت" را به عنوان بخشی از فرآیند توانمندسازی شغلی به گونه‌ای شایسته ایجاد نمود و در خدمت ارتقای سطح اقتصادی کشور قرار داد.

خوشه‌سازی مشاغل از موضوعاتی است که می‌تواند به عنوان یک راهکار سستی و نوین توأمان در ایجاد بسیاری از شاخص‌های پایداری مشاغل در ایران به شکل مناسبی عمل نماید. یکی از مشکلات موجود، عدم وجود یک منبع آموزشی جامع است که بتواند از ابتدای ایجاد شغل تا انتهای فرایند شغلی، دانش مورد نیاز مخاطبان را فراهم سازد؛ اما این کافی نیست. راهکار پیش‌بینی شده برای

رفع ایرادات مهم در وضع موجود اشتغال، بهره‌گیری از الگویی به نام خوشه‌سازی مشاغل است که باید به دلایلی مانند قیمت تمام شده، تامین منابع مالی، تامین نیازهای بازار، بهره‌گیری از فناوری، استفاده از حداکثر ظرفیت، ضرورت توجه به حوزه‌های بالادستی مشاغل، سازماندهی مشاغل، تخصیصی شدن امور، مورد ارزیابی و نظارت قرار گیرد.

یکی از نکات قابل توجه در این مجموعه، بهره‌گیری از روش‌های علمی و کارآمد گذشته ایران است که علما و دانشمندان ایرانی توانستند آن را به عنوان راهکار حل مساله اشتغال خلق نمایند. امروزه تولید دانش کاربردی ناشی از این تدابیر به شکل‌های نوین در کشورهای دیگر مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. در این خصوص می‌توان به الگوهای راسخ بازارها به جای خوشه و روش‌های استاد-شاگردی به جای مراکز رشد اشاره کرد.

امید است با کوشش تمامی اصحاب دانش و عمل، شاهد شکوفایی هرچه بیشتر درخت بالندگی و تولید در میهن اسلامی‌مان ایران عزیز باشیم.

گروه مؤلفان