

خبرنامه

انجمن مدیریت کسب و کار ایران

”سخن نخست“

به نام خداوند عشق و امید؛

تصورم بر این بود که با شیوع کرونا و طولانی شدن آن و موج های دوم و سوم که خدمات زیادی بر اقتصاد جهان و ایران وارد کرد، فعالیت های انجمن نیز دستخوش این لطمات و خدمات شود اما حضور فعال عزیزان هیأت مدیره و بازرسین (اصلی و علی البدل) چنان مایه دلگرمی ام شد که دیدم اتفاقاً تعداد جلسات که بصورت مجازی برگزار شدند و تعداد ویبینارها بسیار بیشتر از گذشته بود. فعالیت هایی چون نقد کتاب و جلسات مشترک آموزشی و پرقدرت ادامه یافت. با تمام وجود از همه عزیزان تشکر می کنم امیدوارم با همکاری، هم فکری و همدلی همه عزیزان بصورت روزافزون شاهد افزایش اعضای حقیقی و حقوقی باشیم. تعداد بسیار زیادی از شرکتها با حمایت مادی خودشان چنان انگیزه و انرژی به ما دادند که قابل وصف نیست. امروزه انجمن در سازمان های دولتی و مراجع نظارتی شناخته شده است و پیگیری های ما برای حل مسائل شرکت ها حداقل این است که بدون جواب نمیماند.

از همه عزیزان سپاسگزارم و اطمینان می دهم که محکم تر گام برمی داریم.



پویاز درگ
رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران

خبرنامه داخلی

انجمن مدیریت کسب و کار ایران

سال اول

شماره چهارم

پاییز ۱۳۹۹

”برگزاری هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت“

هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت از ۱۷ تا ۱۹ آذر ماه سال نود و نه به میزبانی دانشگاه شهید بهشتی و به صورت مجازی برگزار شد.

در سومین روز برگزاری این کنفرانس، که در سالن شیخ بهایی برگزار شد، پرویز درگی رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران در زمینه مدیریت رفتار در حوزه بازاریابی و فروش سخنرانی کردند.

به گزارش روابط عمومی دانشگاه، مدیریت استراتژیک و آینده‌پژوهی، اندیشه‌ها و نظریه‌های نوین در تحولات مدیریت، بازاریابی، ارتباطات و بین‌المللی‌شدن بنگاه‌های اقتصادی، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان بر تحولات اقتصادی و توسعه پایدار، اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی از محورهای اصلی این کنفرانس بود.

حضور اندیشمندان و نظریه‌پردازان داخلی و خارجی از طریق دریافت مقاله و ارائه سخنرانی؛ اطلاع‌رسانی شبکه‌ای و دریافت مقالات علمی-پژوهشی و ارزیابی آن‌ها براساس نظرات داوران کمیته‌های دوازده‌گانه علمی؛ مشارکت دانشمندان و اندیشمندان حوزه‌های مختلف مدیریت در ارائه دستاوردهای علمی-پژوهشی، حضور و سخنرانی صاحب نظران ملی و بین‌المللی، ایجاد فضای دانشی برای تبادل نظریه‌ها و اندیشه‌های نوین میان عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان، برگزاری کلینیک‌های مشاوره مدیریتی و نشستهای تخصصی از صاحب‌نظران حوزه‌های صنعت، دانشگاه و نهادها برای بررسی مباحث روز کشور و ایجاد نمایشگاه مجازی تخصصی از کتب، نشریات ناشرین حوزه مدیریت از ویژگی‌های هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت بود.



”سخنرانی پروفسور مانوسی در کانون اندیشه و سرای ایران“

در تاریخ سه شنبه سیزدهم آبان ماه سال یکهزار و سیصد و نود و نه پروفسور مانوسی نماینده کمیته بین الملل انجمن مدیریت کسب و کار ایران در کانون اندیشه و سرای ایران، سخنرانی کردند.

محور موضوعات سخنرانی پروفسور مانوسی:

۱- انتخابات امریکا و انتظار اثرات سیاسی-اقتصادی انتخاب در کانادا، ایران و جهان.

۲- ریشه‌یابی قطع روابط سیاسی ایران و کانادا و اثرات نامطلوب عدم دسترسی به کنسولگری ایران در ارتباط با نیازهای میرم ایرانیان مقیم در این کشور.

۳- فرجام برجام و اثرات تحریم‌ها بر جامعه ایران و امکان مکانیسم تقلیل این زیان‌ها.

۴- دلایل عدم اقدام موثر دولت کانادا با مجرمین و اختلاسگران ایرانی مقیم کانادا.

۵- حضور تدریجی اسرائیل در کشورهای حاشیه خلیج فارس نظیر بحرین، امارات و ... و پیامدهای سیاسی-اقتصادی-نظامی برای ایران.

۶- جنگ ارمنستان و آذربایجان و حضور پر قدرت مستشاران ترکیه، آمریکا و اسرائیل در مرزهای شمالی و احتمال تحریم تحریم‌های اقتصادی با محدود کردن صادرات زمینی ایران به کشورهای مجاور.

۷- نقش حضوری چین و روسیه در ایران و دورنمای احتمال عقد قراردادهای های اقتصادی-سیاسی-نظامی چین در ایران.

درخواست عضویت اشخاص حقیقی

اشخاص حقیقی که در نظر دارند عضو انجمن مدیریت کسب و کار ایران شوند، می‌توانند با تکمیل فرم مربوطه در نشان www.iemea.ir و واریز مبلغ ۲۵۰ هزار تومان (۸۰ هزار تومان برای دانشجویان) به شماره حساب ۰۵۸۰۵۸۱۹۳۶۰۱۰ باشکن تجارت به نام انجمن مدیریت کسب و کار ایران، درخواست خود را به دبیر خانه ای انجمن ارسال کرده و مراحل ثبت نام خود را تکمیل کنند.

”شایط عضویت در
انجمن مدیریت
کسب و کار ایران“

” تشکیل کمیته حقوقی انجمن مدیریت کسب و کار ایران ”

جهت تسهیل روند مجوزهای حقوقی مربوط به کسب و کارها/تشکیل اتاق داوری و حقوقی در انجمن مدیریت کسب و کار ایران و ارائه خدمات داوری به شرکت‌ها و کسب و کارهای عضو عنوان کرد. در این جلسه دکتر پرویز درگی رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران هم در سخنانی ضمن بیان شرایط فعالیت انجمن و اقدامات بسیار مفید و ارزش‌آفرین این انجمن در جهت حمایت از کسب و کارها صورت گرفته اظهار داشت:

این انجمن نیازمند نظرهای کاربردی است نه فقط بیان تئوری‌های دور از واقعیت و تقاضای انجمن هم از کمیته‌ها و فعالیت‌های آنها ارائه نظرات پخته شده و منطبق بر شناخت واقعی است.

در ادامه جلسه اعضاء به بیان نقطه نظرهای لازم پیرامون تجربه‌ها و مشاوره‌های ارائه شده پرداختند.

در پایان مقرر شد، برنامه ریزی‌های جلسه مشاوره، بصورت هفتگی و ماهانه برای شرکت‌ها و مدیران کسب و کارها از طریق کمیته حقوقی انجام و متقادیان از طریق صفحه رسمی دفتر انجمن در جریان مهمترین برنامه‌های اجرایی این کمیته قرار گیرند

”انتصاب دکتر کرمپور به عضویت هیأت مدیره شرکت سرمایه گذاری ایرانگردی و جهانگردی“



با حکمی از سوی شرکت رفاه و گردشگری تأمین، سازمان تأمین اجتماعی جناب آقای دکتر عبدالحسین کرمپور دبیر انجمن مدیریت کسب و کار ایران بعنوان نماینده شرکت سرمایه گذاری تأمین اجتماعی به عضویت هیأت مدیره شرکت سرمایه گذاری ایرانگردی و جهانگردی کشور منصوب شدند.

امید است ایشان از این ظرفیت بوجود آمده در راه تحقق اهداف انجمن مدیریت کسب و کار ایران همت گمارند.

طی حکمی از سوی رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران خانم هنگامه عسگری بعنوان رئیس کمیته حقوقی انجمن مدیریت کسب و کار ایران منصوب شد.



تشکیل کمیته حقوقی
انجمن مدیریت کسب و کار ایران

با معارفه رئیس کمیته حقوقی انجمن مدیریت کسب و کار ایران در جلسه آنلاین هیأت مدیره انجمن، نخستین جلسه حضوری کمیته حقوقی انجمن مدیریت کسب و کار ایران برگزار شد. در جلسه کمیته حقوقی انجمن مدیریت کسب و کار ایران که به ریاست پرویز درگی رئیس انجمن برگزار شد.

ابتدا رئیس کمیته سرکار خانم هنگامه عسگری اعضاء پیشنهادی کمیته، سرکار خانم ستاره ایوبی وکیل پاییه یک دادگستری و دانشجوی دکتری حقوق خصوصی و امیر عباس جابری کارشناس ارشد حقوق تجارت بین الملل و مشاور و مدرس قراردادهای بین المللی را معرفی کرد. وی آنگاه به تشریح برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت کمیته پرداخت و پیشنهاد اجرایی و آموزشی خود را ارائه کرد.

عسگری مهمترین برنامه‌های اجرایی و آموزشی را شامل: ارائه مشاوره حقوقی هفتگی در دفتر انجمن برای کسب و کارها و شرکت‌های عضو/ برگزاری جلسات آموزشی آنلاین و حضوری در موضوعات حقوقی/ تهییه و تدوین طرح‌ها و لوایح اجرایی در

”دغدغه یابی سازمان ها“

صاحبہ کمیته آمار و اطلاعات انجمن مدیریت کسب و کار ایران

با شرکت سورنا تحریر البرز



این مشکل می‌تواند، بدلیل کمبود نیرو در وزارت خانه‌ها یا سیستم‌های کاری سنتی این ارگان‌ها باشد.

بحث عدم تحقق دولت الکترونیک نیز هنوز مطرح است و مدیریت سازمان باید به صورت دستی، نامه‌های مربوطه را جابجا کند که این موضوع باعث هدر رفت شدید زمان می‌شود. همچنین تمرکز را بر روی امور اجرایی از مدیر عامل می‌گیرد.

پیچیده شدن شرایط تهییه مواد اولیه. که این موضوع هم ممکن است یک چالش مهم در یک کسب و کار به خصوص کسب و کارهای نوپا مطرح باشد.

از انجمن مدیریت کسب و کار ایران چه انتظاراتی دارید؟
بزرگ ترین مشکل کسب و کارها عدم وجود اتحادیه‌های صنفی موثر است. از انجمن‌ها انتظار می‌رود نه فقط به عنوان یک اتاق خلوت و با هدف عضوگیری، بلکه با هدف رفع مشکلاتی نظری مشکلاتی حقوقی، مالیاتی، بیمه‌ای و تامین مواد حضور داشته باشند. اگر انجمن توانایی حمایت از کسب و کار را نداشته باشد، مدیران عامل سازمان‌ها هرچند با صدایی بلند، نمی‌توانند برای رفع موانع موجود در سازمان‌ها کاری از پیش ببرند. اگر ما بتوانیم اتحادیه کارگری مثل تمام دنیا داشته باشیم و هم صدا تمام این مشکلات را پیگیری کنیم، تمام این موضوعات رفع خواهد شد.

این مصاحبه توسط کمیته آمار و اطلاعات انجمن مدیریت کسب و کار ایران و با همکاری آقای مهندس علی فخرایی، عضو کمیته آمار و اطلاعات به منظور پیگیری مشکلات و دغدغه‌های کسب و کارهای نوپا انجام شده است.

- فیلم تک لایه برای جلد دفاتر مدارس و پوشه‌های دکمه‌دار
- لوازم اداری از جنس پلی پروپیلن

مهم ترین چالش‌های صنعت خود را در چه زمینه‌هایی میدانید؟ چه چالش‌هایی می‌تواند روند پیشرفت کسب و کار شما را مختل کرده و آسیب جدی به کسب و کار شما وارد کند؟

عدم تامین سرمایه در گردش توسط بانک‌ها برای تولید کننده‌ها. برای تامین مواد اولیه از بورس نیاز به دوندگی بسیار در ادارات می‌باشد که این موضوع باعث هدر رفت زمان می‌گردد.

مشکل تامین نیروی انسانی متخصص و به این صورت که نیروی انسانی متخصص و متعدد در شهرک‌های صنعتی به سختی پایدار باقی می‌ماند. شهرک‌های صنعتی عموماً در خارج شهر و با فاصله زیاد قرار دارند. وسیله حمل نقل عمومی از شهر‌های اطراف برای این کارخانه‌ها متأسفانه وجود ندارد، لذا نیروی کار باید از درون همین شهرک‌های صنعتی تامین شود که این خلا، باعث می‌شود این نیروها تمرکز کافی برای حفظ شغل نداشته باشند و حتی ممکن است پس از مدت اندکی به دلایل مشکلات ترک کار نمایند.

فارغ از چالش‌های تولیدی، آیا چالش‌های اداری در کسب و کار شما مطرح هستند؟ توضیح بفرمایید.

بروکراسی‌های پیچیده اداری در مسائلی مانند اخذ جواز پروانه تولید. برای تمام این کارها نیاز است به صورت حضوری در ادارات مربوطه مراجعه شود و ساعات‌های طولانی زمان صرف انجام این امور گردد تا نتیجه‌ای حاصل شود.

ضمن معرفی خود و مشخصات این واحد تولیدی، خدمات این واحد را شرح بفرمایید؟

این‌جانب ستاره صمیمی مدیر عامل سورنا تحریر البرز هستم. فعالیت این واحد تولیدی شامل تولید لوازم بایگانی اداری و برخی لوازم مشابه می‌باشد. پاکت‌های پوشه دکمه‌دار توسط ورق پهپه و فیلم تک لایه و دو لایه سلفون از جمله تولیدات این مجموعه می‌باشند.

واحد تولیدی شما در چه سالی به بهره برداری رسیده است و در زمینه سیستم مدیریت کیفیت دارای چه گواهی است؟

ما در سال ۹۹ پروانه بهره برداری را اخذ کرده و فعالیت در اوج دوران شیوع ویروس کووید ۱۹ و با تمام مشکلات، به همت تیم تولیدی، آغاز شد. با توجه به شرایط هنوز اقدام به دریافت گواهینامه سیستم‌های مدیریت کیفیت ننموده ایم. اما در چشم انداز توسعه سازمان این موضوع قطعاً مطرح است.

این واحد زمینه اشتغال زایی چند نفر را فراهم کرده است؟

در این واحد تولیدی ما زمینه اشتغال زایی ۱۰ نفر به صورت مستقیم و ۴۰ نفر به صورت غیر مستقیم را فراهم کرده ایم.

مهم ترین محصولات خود را به صورت دسته بندی شده ارائه فرمایید؟

- فیلم دو لایه برای تولید پاکت‌های سلفونی برای کاورهای

”همکاری انجمن مدیریت کسب و کار ایران با صداوسیما“



انجمن مدیریت کسب و کار ایران با همکاری صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در رشد و ارتقای مدیریت کاروکسب‌ها گام‌های موثری بردارد. در نشست اختصاصی اسماعیل غلامی مسئول روابط عمومی انجمن مدیریت کسب و کار ایران با حجت‌الاسلام والملسمین موسوی مقدم قائم مقام صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران که بمدت ۳ ساعت در دفتر کار ایشان برگزار شد. طرفین بر همکاری این انجمن و صدا و سیما تاکید کردند. در این جلسه مقرر شد نشست مشترک رؤسای انجمن مدیریت کسب و کار ایران و انجمن علمی بازاریابی ایران با قائم مقام صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران طی چند روز آینده در صدا و سیما برگزار و نحوه اجرایی کار مورد بررسی، تبادل نظر و مصوب قرار گیرد.

”برگزاری جلسات هیأت مدیره انجمن به صورت آنلайн“

با توجه به محدودیت‌های محیطی انجمن مدیریت کسب و کار ایران با حمایت و همکاری اعضای هیأت مدیره و بازرسین برای پیشبرد اهداف انجمن، جلسات هیأت مدیره را طبق روال قبل هر ماه به طور منظم به صورت غیرحضوری و آتلاین برگزار کرد.

”کارگروه واژه گزینی بازاریابی در فرهنگستان زبان و ادب فارسی“



جلسه‌ی کارگروه واژه گزینی بازاریابی در فصل پاییز در فرهنگستان زبان و ادب فارسی تشکیل شد. در این کارگروه تاکنون بیش از دویست و پنجاه واژه متدالو در بازاریابی به زبان فارسی واژه گزینی شده است. اعضای این کارگروه متشكل از دکتر احمد روستا/ دکتر حسین وظیفه دوست/ دکتر محمود محمدیان/ دکتر میراحمد امیرشاهی/ دکتر زهره دهدشتی شاهرخ/ دکتر هرمز مهرانی/ دکتر علی صنایعی و پرویز درگی می‌باشند.

شاپیان ذکر است واژگان پس از تصویب نهایی در کتاب فرهنگستان چاپ می‌شود.

”هزینه فرصت“

هزینه فرصت بدین معناست که هرگاه ما تصمیم به استفاده از یک منبع می‌گیریم، در واقع ما از فرصت استفاده کردن از آن منبع در جایی دیگر و به شکلی دیگر، چشم پوشی کرده‌ایم. خواستهای نامحدود در مواجهه با منابع محدود، ما را در وضعیتی قرار می‌دهد که باید مدام انتخاب کنیم.

هر زمان که منبعی را به چیزی تخصیص می‌دهید، هزینه فرصت آن را حساب کنید. زمان، پول، خانه، مغازه، برنده، اعتبار، تجهیزات، اطلاعات و ارتباطات منابع شما هستند. برای هر کاری که آن‌ها را به کار می‌گیرید از خود بپرسید که من به جز این کار چه استفاده‌های دیگری از آن می‌توانم بکنم؟ بالاترین بازده بین کارهای مختلف، هزینه فرصت شما است.

”۱۰“باید” مدیرعاملی

۹) شما باید محیط کاری فوق العاده‌ای را به وجود آورید. خلق فرهنگ مثبت و تجربه‌کاری خوشایند برای افراد وجه تمایزی است که میان شرکتهای پیشرو و شرکتهای معمولی وجود دارد. اگر فرهنگ‌کاری یک سازمان مثبت باشد، چالشها بیکاری که در مسیر به وجود می‌آیند، تبدیل به فرصتی برای تلاش و بالندگی خواهند شد.

۱۰) با تمام این تفاسیر، شما باید روح انسانی داشته باشد و در مقام یک انسان با نیروهای اشتغال و وظایف، یک مدیرعامل باید روح انسانی داشته باشد و در مقام یک انسان با نیروهای اشتغال برقرار کند. یک ویژگی مشترک میان تمام مدیرعاملان بزرگ جهان این است که با وجود قدرت بسیار زیادی که دارند، خود را همیشه در سطح کارمندانشان می‌بینند.

”

انتصاب دکتر علی بنیادی نائینی به سمت رئیس مرکز برنامه، بودجه و طرح و پژوهشگر برتر دانشگاه علم و صنعت ایران“



با حکم رئیس دانشگاه علم و صنعت ایران ، دکتر علی بنیادی نائینی عضو هیأت مدیره و خزانه دار انجمن مدیریت کسب و کار ایران به سمت «رئیس مرکز برنامه، بودجه و طرح دانشگاه » منصوب شد.

دکتر ذاکری رئیس دانشگاه ، طی حکمی برای مدت دو سال، دکتر علی بنیادی نائینی را به سمت «رئیس مرکز برنامه، بودجه و طرح» منصوب کرد.

همچنین انتخاب ایشان در دانشگاه علم و صنعت ایران بعنوان پژوهشگر برتر، نه صرفا بر اساس تعداد و کیفیت مقالات چاپ شده ایشان بویژه مقالات بین المللی؛ بلکه علاوه بر آن میزان تعاملات صنعتی و پروژه های صنعتی متعدد ایشان با صنایع مختلف تولیدی - خدماتی در حوزه های آئی سی تی و نفت و گاز ... و همچنین نقش آفرینی ایشان در ارتقا دانشگاه ها به دانشگاه کارآفرین از جمله مهمترین دلایل انتخاب ایشان می‌باشد.

۱) شما باید به دخل و خرجتان توجه کنید. مهمترین اولویت کاری یک مدیرعامل این است که دخل و خرج سازمانش را تنظیم کند تا در نهایت سازمان سوددهی داشته باشد.

۲) شما باید مشتریان تان را دوست داشته باشید. جلسه گذاشتن با مشتریان کلیدی و به نوعی زندگی کردن با آنها برای رسیدن به اهداف سازمان، کلیدی است.

۳) شما باید برای نیروهای اشتغال معلمی کنید. این کار نسبتاً دشواری است، اما یک مدیرعامل باید برای نیروهایش، به ویژه مدیران میانی، معلمی کند و بدین طریق فرهنگ جانشین پروری را در سازمانش جاری سازد.

۴) شما باید وقت زیادی را صحبت کنید. مدیرعامل باید مدیر ارشد ارتباطات نیز باشد. رهبر سازمانی که تواند در مورد سازمانش و اهداف و رسالت آن صحبت کند، رهبر تأثیرگذاری نخواهد بود. مدیرعامل باید ارتباط خوبی با تیم مدیریتی اش داشته باشد.

۵) شما باید شفاف باشید. هرچقدر سازمان بزرگتر می‌شود، شفافیت خود را بیشتر از دست می‌دهد. وظیفه مدیرعامل این است که جلوی این کار را بگیرد و سعی کند همه چیز در مورد سازمانش شفاف باشد. هرچقدر شفافیت سازمان بیشتر بشد، اعتماد کارمندان و مشتریان به آن بیشتر خواهد شد.

۶) شما باید از ریسکهای مسیر اطلاع داشته باشید. مدیرعامل یعنی مدیر ارشد ریسک. یک مدیر باید توانایی مواجهه با ریسک و تصمیم‌گیری را داشته باشد. بنابراین مدیرعامل باید توانایی به چالش کشیدن ریسکها و بررسی و تحلیل آنها را داشته باشد.

۷) شما باید نوآوری را تزریق کنید. مدیرعامل باید قهرمان نوآوری در سازمانش باشد. اگر مدیرعامل خود را آنقدر درگیر مسائل روزمره کند که حس نوآوری خود را از دست بدهد، در بلند مدت نمی تواند رهبر خوبی برای سازمانش باشد.

۸) شما باید هیئت مدیره‌تان را دوست داشته باشید. مدیرعاملان ماندگار در سازمانها معمولاً کسانی هستند که می‌توانند رابطه‌ی خوبی با اعضای هیئت مدیره برقرار کنند. فراموش نکنید که شما عضوی از این تیم هستید، پس خود را تافتنه‌ی جدا بافته ندانید.

”شرایط عضویت در
انجمن مدیریت
کسب و کار ایران“

اشخاص حقوقی که در نظر دارند عضو انجمن مدیریت کسب و کار ایران شوند، می‌توانند با تکمیل فرم مربوطه در نشانی www.iema.ir واریز مبلغ یک میلیون تومان به شماره حساب ۰۵۸۰۱۹۳۶۰۰۰۱۰ باشند تجارت به نام انجمن مدیریت کسب و کار ایران، درخواست خود را برای دبیر خانه انجمن ارسال کرده و مراحل ثبت نام خود را تکمیل کنند.

”لیو مشترک رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران در حوزه بازاریابی و فروش“

با توجه به شیوع کووید-۱۹ انجمن برای فعالیت های آموزشی خود اقدام به برگزاری لایوهای مشترک با عزیزان میزبان در مباحث مختلف مرتبه با حوزه بازاریابی و فروش برگزار کرد.
برای اطلاع از وبینارها و لایوهای آموزشی با همراهان ما در دفتر انجمن تماس بگیرید.

بازار مجموع مشتریان است و بازاریابی علم تسهیلگری برای نزدیکی به مشتریان است.
بازاریابی کبوتری است که دوبال ارتباطات و روانشناسی دارد و مقصد بازاریابی برنده شدن است. تعریف برنده یعنی مشهور مقبول شدن و مشهور شدن ال زاما به معنی برنده شدن نیست
در بازاریابی ارجاعی علاوه بر معرفی، تاکید میکنیم و ارجاع می دیم.
در فرآیند ارتباط با مشتریان باید طوری رفتار و خاطره سازی کنیم که مشتری در نهایت سفیر برنده ما شود.

اصلی در مدیریت داریم که میگویید: مشاهده قویتر از فرآیند استدلال عمل میکند.
تصویرسازی یعنی تصویر آینده آرمانی که در نظر داریم را برای خودمون بسازیم.

هوش مدیریتی ترکیبی از هوش عقلی، هوش تدبیری، هوش عاطفی، هوش فرهنگی، هوش فیزیکی و هوش معنوی است که خوشبختانه اکتسابی است.



چرخه موفقیت کاروکسب چهار ربع دارد که شامل ربع تأمین، تولید و فروش، بازرگرانی و توزیع و ربع آخر وصول مطالبات است.
بهره وری یعنی جمع استراتژی (بایدتها و نبایدتها) و تاکتیک (مهارت کار تیمی)
اقتصاد خرید هموν اثربخشی و تصمیم گیری درست که جامعیت در تولید داشته باشیم و خرید اقتصادی یعنی اجرا و شیوه ی خرید به چه صورت باشد تا بهره وری بالایی داشته باشیم.



کارآفرینی فقط اشتغال آفرینی نیست بلکه درواقع ارزش آفرینی است که ایجاد میکنیم و مطلوبیت نهایی که نصیب مشتری میشود و ملاک انتخاب مشتری است.
ارزش، خروجی برنده شدن و بازاریابی مسیر برنده شدن است.
ارزشی که ما به مشتریانمان تقدیم میکنیم حاصل منابع ما ضریبدر ایده های ما است.



تعادل به معنای مساوات نیست به معنای به اندازه بودن است، یعنی توجه به اندازه به هر چیزی.
جامعیت در موفقیت یعنی تعادل در ۵ عامل: موفقیت در سطح فردی، خانواده، روابط، کسب و کار و در آخر بشریت و جامعه



”ایو مشترک رئیس انجمان مدیریت کسب و کار ایران در حوزه بازاریابی و فروش“

”وبینار دوره های پاییز انجمان مدیریت کسب و کار ایران در حوزه بازاریابی و فروش“

این دوره، با هدف بررسی و معرفی طرح ریزی پیشاپیش کیفیت محصول در کسب و کارهای نوپا به صورت آنلاین و غیرحضوری در پانزده ساعت برگزار گردید. جامعه هدف این دوره، عموماً شرکت‌های دانش بنیان، سازمان‌ها و همچنین کسب و کارهای نوپا بودند تا علاوه بر آشنایی با مجموعه مدارک فنی و کیفی APQP، اهمیت این مجموعه مدارک و جاری سازی صحیح آن را درک کنند.



همانطوری که توضیح داده شد، طرح ریزی پیشاپیش کیفیت محصول یا به اختصار APQP، ابزاری فنی و کیفی است که تدوین و جاری سازی آن در سازمان می‌تواند منجر به توسعه و افزایش رضایت مشتری شود. در دوره حاضر با هدف آشنایی کسب و کارهای نوپا و همچنین سازمان‌هایی با تعداد نیروی انسانی کم، مباحث مرتبه به APQP بیان گردید. همچنین مروری بر اصول ممیزی داخلی در سازمان‌ها انجام شد. مجری برگزاری این دوره دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران بود.



نرم افزار شبیه ساز JMatPro یکی از نرم افزارهای مهم و کلیدی در زمینه طراحی و ساخت مواد است. با همکاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات و همچنین انجمن‌های علمی این دوره در چندین نوبت در پاییز ۱۳۹۹ برگزار گردید. عمدۀ مباحث این دوره شامل شبیه سازی خواص مواد مختلف از جمله فولاد و تیتانیوم بوده است.



سیستم جامع مدیریت کیفیت یا TQM یکی از اصلی ترین راهکارها برای رشد و توسعه کیفی سازمان و همچنین افزایش رضایت مشتری می‌باشد. در این دوره، مباحث مرتبه با TQM، مروری بر روش‌های درک نیاز مشتری، بررسی تفکر مبتنی بر ریسک، مفهوم رهبری در سازمان و همچنین بررسی و مروری کوتاه بر استاندارد ۱۹۰۰۱-۹۰۰۵۰۱-۴۵۰۰۱ و ۱۴۰۰۰ مورد بررسی قرار گرفتند. مجری برگزاری این دوره دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران بود.

بهران‌ها در کنار تمام تهدیدهایی که دارند برای انسان‌های فرمت یاب محل فرصت هستند.

هر خلاقیتی اگر بتواند تجاری سازی شود و پولساز باشد نوآوری به حساب می‌آید. انسان‌های نوآور ۸ ویژگی دارند: بلندپرواز، اهل انتخاب، عاشق کشف کردن، اهل تکامل، اهل شتاب، به مقیاس‌ها توجه دارند یعنی نوآوری را در یک بازار هدف خاصی تعریف می‌کنند و در نهایت اهل انگیزش هستند.



نوآوری یعنی خلاقیت تجاری سازی شده. هر خلاقیتی اگر بتواند تجاری سازی شود و پولساز باشد نوآوری به حساب می‌آید. انسان‌های نوآور ۸ ویژگی دارند: بلندپرواز، اهل انتخاب، عاشق کشف کردن، اهل تکامل، اهل شتاب، به مقیاس‌ها توجه دارند یعنی نوآوری را در یک بازار هدف خاصی تعریف می‌کنند و در نهایت اهل انگیزش هستند.



بازار همیشه خوب است برای کسی که فرمت یاب هست و فرمت هم یعنی منفعت بالقوه، به شرط آنکه ما ذهن فرمت سنج داشته باشیم.

اولین گام مدیریت این است که بتوانیم خودمان را مدیریت کنیم. همه انسان‌ها باید بتوانند مدیریت نظام، مدیریت زمان، مدیریت خشم، مدیریت استرس، مدیریت جیب ... داشته باشند.



”نشنست بررسی علل کاهش فروش کتاب“

بمناسبت هفته‌ی کتاب و کتابخوانی، نشنست «بررسی علل کاهش فروش کتاب» با مشارکت «خانه کتاب و ادبیات ایران» و «انجمن مدیریت کسب و کار ایران» در روز ۲۴ آبان‌ماه از ساعت ۱۴ تا ۱۵/۳۰ در محل سرای اهل قلم برگزار شد.

در این نشنست نمایندگان انجمن مدیریت کسب و کار ایران، سید محمد جواد مهدوی دارگانی و جواد سرائی از اعضای کمیته‌ی انقلاب صنعتی انجمن و علیرضاداداشی بازرس این انجمن سخنرانی کردند. این سخنرانی‌ها حول سه موضوع «دلایل فرهنگی کاهش فروش کتاب»، «بازاریابی کتاب به عنوان محصولی رقابتی» و «بازاریابی کتابهای الکترونیکی و دیجیتال» ارائه شد.

در بخش اول علیرضا داداشی، با ارایه‌ی آمارهایی برگرفته از سایت خانه‌ی کتاب به این موضوع اشاره نمود که با توجه به میانگین قیمت کتابها طی سالهای گذشته، دیگر نمی‌توان پذیرفت که کتاب کالایی گران قیمت محسوب شود. نکته‌ای که مغفول مانده و لازم است به آن توجه کنیم این است که عدم اشراف



والدین و حتی برخی اساتید به متون آموزشی کهن فارسی مانع از این می‌شود که در مواجهه با چالشهای کوچک و بزرگ، مخاطبان را به این حوزه ارجاع بدھیم و این بیگانگی با آموزه‌های کهن، به شکل مستمر گستردۀ می‌شود و هر روز دریغ از دیبورز.

سخنران دیگر، سید محمد جواد مهدوی دارگانی بود که پس از ارایه‌ی آمارهای مستند از سهم بودجه خانوارها در بین اقلام مورد استفاده زندگی، با تشریح کارکردهای علم بازاریابی به این نکته مهم اشاره داد که کتاب نیز کالایی رقابتی است و بازاریابی علمی می‌تواند به موفقیت مولفان، نویسندها و ناشران در امر تولید، نشر و توزیع کتاب کمک کند.

این کار از طریق شناسایی نیازها و خواسته‌ها و ایجاد تقاضا در مخاطب و سپس با بهره‌گیری درست از STP برای بخش بندی، هدف‌گذاری و جایگاه‌یابی این محصول امکان پذیر خواهد شد.

سخنران سوم حود سرائی، هم پس از ارائه‌ی آمارهایی از میزان حضور افراد از گروههای سنی مختلف در فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، گزارشی از فعالیتها و موفقیتهای اپلیکیشن‌های حوزه‌ی کتاب طی دوران اخیر ارائه کرد. ایشان فضای فعلی را زمینه ساز حضور موفق ناشران در بازار کتابهای الکترونیکی و مجازی دانستند.

”نقد کتاب استراتژی بازاریابی دیجیتال“

جلسه نقد و بررسی کتاب استراتژی بازاریابی دیجیتال اثر سایمون کینگزورث، ۹ آبان‌ماه در سرای اهل قلم برگزار شد. در این جلسه که علی نیک سرشت به عنوان مترجم، مرتضی امیرعباسی به عنوان دبیر و دکتر رضا حسن‌زاده جوانیان به عنوان متقعد حضور داشتند، به بررسی ابعاد مختلف این کتاب پرداخته شد.

در ابتدای جلسه آقای امیرعباسی با پرداختن به ریشه کلمه استراتژی عنوان کردند که این واژه ریشه ای یونانی دارد و در ادبیات جتنی به معنای نقشه راه است. ایشان همچنین بازاریابی را هنر هرچه نزدیک کردن سازمانها به مشتریان دانستند. آقای امیرعباسی همچنین به تقسیم بندی نسلهای مختلف پرداختند و عنوان کردند که با توجه به اینکه امروزه دهه هفتادیها وارد عرصه‌های اجتماعی شده اند داشتن استراتژی بازاریابی دیجیتال یک ضرورت است زیرا این نسل، نسلی است که با فناوری به دنیا آمده است.



در ادامه آقای نیک سرشت که به همراه محمدحسن رئیسی و فرزانه نیک سرشت، کتاب استراتژی بازاریابی دیجیتال را ترجمه کرده اند، به بیان دلایل ترجمه این کتاب پرداخت. ایشان اظهار داشت که با توجه به فضای فعلی بازار نیاز به کتابی برای مخاطبان ایرانی وجود داشت که یک نقشه راه کامل از شروع تا انتها را برای بازاریابی دیجیتال در اختیار آنها قرار دهد. ایشان همچنین عنوان کردند که طبق گزارش سازمان ملل امروزه هر فرد برای آنکه در بازار کار بتواند با دیگران رقابت کند باید بیش از چهار مهارت بداند. بنابراین دانستن نحوه طراحی و اجرای بازاریابی دیجیتال می‌تواند یک مزیت مهم برای افرادی باشد که به این حوزه ورود می‌کنند.

دکتر رضا حسن‌زاده جوانیان با تأکید بر اینکه استراتژی در حقیقت یک برنامه جامع عملیاتی است از آقای نیک سرشت پرسیدند که آیا مباحث این کتاب برای کاروکسbehای کوچک هم کارآمدی دارد؟ آقای نیک سرشت ضمن تایید این نکته تصریح کردند که مزیت بازاریابی دیجیتال در این است که هر کاروکسی با هر اندازه و امکاناتی می‌تواند از مزایای آن بهره مند گردد.

” حمایت انجمن مدیریت کسب و کار ایران از کتاب های اهالی بازاریابی ”

این کتابها با حمایت معنوی انجمن مدیریت کسب و کار ایران و اتحادیه انجمن های علمی، فناوری، نوآوری و تجاری سازی منتشر شده است. نویسندها و ناشران عزیزی که علاقه مند هستند از این طرح استفاده کنند، با دفتر انجمن مدیریت کسب و کار ایران تماس بگیرند.

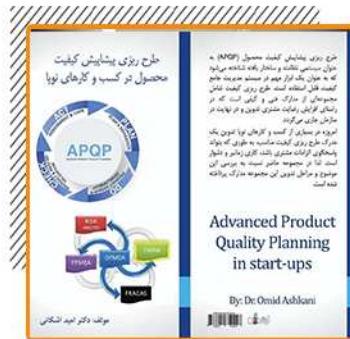


” طرح ریزی پیش‌پیش کیفیت محصول در کسب و کارهای نوپا ”

طرح ریزی پیش‌پیش کیفیت محصول یا Advanced Product Quality Planning یا اختصار آن را با عنوان APQP نیز می‌شناسیم، سیستمی نظام مند و ساختار یافته می‌باشد که در راستای رضایت مشتری عمل می‌کند. این سیستم، مجموعه‌ای از مدارک فنی و کیفی است که با کمک تیمهای سازمان یافته و چند تخصصی در هر سازمانی، تدوین گردیده و پس از تایید توسط مشتری، در سازمان جاری می‌شوند.

امروزه یکی از چالش‌های مهم کسب و کارهای نوپا و استارت آپ‌ها، تدوین یک طرح ریزی کیفیت مناسب و شایسته برای سازمان و کسب و کار خود می‌باشد. در کتاب

طرح ریزی پیش‌پیش کیفیت محصول در کسب و کارهای نوپا، فارغ از بحث ساختارهای پیچیده استاندارد و همچنین بدون نیاز به مستندسازی فراوان، به کسب و کارهای نوپا راهکارهایی برای تدوین APQP در سازمان و برای محصولات و خدمات مختلف ارائه شده است. لازم به ذکر است دیدگاه اصلی در این کتاب، ایجاد و تدوین APQP بر اساس نیاز و تایید مشتری بوده است، چرا که رکن اصلی و غایت نهایی طرح ریزی کیفیت محصول، افزایش رضایت مشتری در کسب و کار می‌باشد.



از تمامی اساتید، مدیران، کارشناسان و دانشجویان خانواده بازاریابی تقاضا می‌شود با مراجعه به سایت انجمن مدیریت کسب و کار ایران و تکمیل پرسشنامه مربوطه، مارا در راستای انجام وظایف مان یاری فرمایید.

”**شایط عضویت در
انجمن مدیریت
کسب و کار ایران**“

”واقعیت شگفت انگیز علمی در خصوص خلاقیت“

تفکر شهودی در اختیار متفکر است و به نوعی شکلی از نرم افزار ذهن است که با ارائه یک سری داده؛ مجموعه‌ای خروجی ارائه می‌دهد. حال آن که تفکر شهودی خارج از کنترل متفکر است و فرد صرفا می‌تواند آمادگی دریافت شهود خود را به کمک ذهن فرموده باشد. بر اساس یافته‌های محققین فرآیندهای ناخودآگاه در واقع سریعتر و به لحاظ ساختاری پخته‌تر از سیستم‌های تفکر خودآگاه هستند.

۵- فقدان و درد روحی، روی پنهان سکه خلاقیت هستند.
برخی از شناخته شده ترین ذهن‌های خلاق در عصر حاضر یک فصل مشترک دارند، آنها شکلی از رنج روحی و فقدان مثل مرگ عزیزانشان را تجربه کرده‌اند. روان‌شناسان از این پدیده با عنوان «رشد پس از ترورما» (آسیب یا رنج روحی) یاد می‌کنند. مغز ما در مواجهه با یک فقدان به دنبال روش‌هایی برای بازسازی زندگی صاحب خود می‌کند و به این ترتیب ما شاهد تغییر در دیدگاه‌ها، اولویتها و نوع تفکر خود خواهیم بود.

۶- خیال بافی برای مغز شما مفید است.
خیال بافی یکی از عناصر اساسی تفکر خلاق است. شاید خیال‌بافی نقطه مقابل بهره وری به نظر بررسد؛ اما واقعیت چیز دیگری است. در واقع خیال‌بافی بر اساس یافته‌های علمی می‌تواند موجب تفکر خلاق شده و قدرت برنامه‌ریزی و خودآگاهی را ارتقا دهد. روان‌شناسان تاکید دارند که پرسه زنی ذهنی یکی از ملزمومات تفکر خلاق است.

۷- بعضی از بهترین ایده‌ها قبل از به ثمر نشستن مورد تمسخر قرار می‌گیرند.
تاریخ سرشار از کشفیات و ایده‌هایی است که پیش از پذیرفته شدن بارها مردود شده‌اند. به طور مثال گالیله به دلیل اکتشافات نجومی خود نه تنها متروک شد بلکه مورد تکفیر کلیسا قرار گرفت.

به نظر می‌رسد این مقاومت جاهلانه در برابر ایده‌های بکر و غیر متعارف ریشه روان‌شناسانه و تاریخی داشته و تا به امروز نیز پابرجا مانده است. بسیاری از کشفیات برنده جایزه نوبل پیش از آن که مورد پذیرش قرار گیرند از طرف برخی جوامع علمی مردود شده بودند. این یک تصادف نیست بلکه روان‌شناسان دانشگاه Cornell در مطالعه‌ی خود دریافتند که ما یک سوگیری ناآشکار در مقابل ایده‌های غیر متعارف داریم. مطالعه‌ی دیگری که در دهه‌ی ۱۹۵۰ میلادی انجام گرفت نیز نشان داده بود که مردم تمایل دارند با دیدگاه‌های این چنینی مقابله کنند.

اسکات برعکس و کارولین گرگری در کتاب تحسین شده خود با عنوان برنامه ریزی شده برای خلق کردن: بازگشایی صندوقچه اسرار یک ذهن خلاق، به نوبه خود کوشیده اند آخرین یافته‌های علمی پیرامون عملکرد خلاق مغز را با نمونه‌های و مصادق‌های تاریخی آن بررسی کنند که در ادامه این یادداشت بخشی از یافته‌های ایشان مرور می‌شود:

۱- ۷۲٪ از مردم زیر دوش آب حمام تفکرات الهام بخش تر و خلاق تری به سراغشان می‌آید.
این یک کلیشه نیست. ایستادن زیر دوش آب گرم ذهن شما را باز می‌کند و مسیر خلاقیت را به روی شما می‌گشاید. دوش گرفتن صحبتگاهی به گواه متخصصان علوم، علاوه بر ارتقای وضعیت بهداشتی جامعه می‌تواند مشوق خلاقیت و ایده پردازی باشد.

۲- برگ برندۀ در دست درونگریان است: خلاقیت در تنها یک ریشه می‌دواند.
تجربه نشان داده که شبکه‌های تخیل و ایده پردازی در مغز، در زمان تنها یک عملکرد به مراتب بهتری دارند. در واقع ما در هنگام تنها یک وارد یک وضعیت ذهنی می‌شویم که عصب‌شناسان به آن "بازتاب درونی سازنده" می‌گویند که عامل ضروری در تولید ایده و خلاقیت آفرینی است. زمانی که دنیای بیرون در آرامش باشد، مغز ما در ایجاد اتصالات ذهنی بخصوص کریستاله کردن و شفاف سازی خاطرات و ذهنیت‌ها و هم چنین پردازش اطلاعات؛ عملکرد بهتری از خود نشان خواهد داد.

۳- امتحان کردن چیزهای جدید دریچه ای به دنیای خلاقیت
تمایل به اکتشاف و آزمودن چیزهای جدید و بعد از آمیز با خلاقیت همبستگی مشتب دارد. هم چنین محققان نوروساینس ارتباط میان پذیرش تجربه جدید و تفکر خلاق را مورد تاکید قرار داده اند. اکتشاف و نوجویی، وابسته به هورمون دوپامین است که در انگیزش و یادگیری نیز تاثیر داشته و موجب تسهیل انعطاف پذیری روانی در مقابل تجربه‌های جدید می‌شود. در واقع چکیده‌ی حجم زیادی از مقالات و مطالعات در این حوزه نشان می‌دهد که انگیزه‌ی اکتشاف به اشکال مختلف مهمترین دلیل شخصی پیش‌بینی کننده‌ی میزان دستاوردهای خلاقانه افراد محسوب می‌شود.

۴- به قدرت شهود خود اطمینان پیدا کنید.
بسیاری از نوابغ دنیای امروز طرفدار تفکر شهودی هستند. یعنی رسیدن به جواب بدون تحلیل اطلاعات و دیگر روش‌های سیستماتیک. این شکل از تفکر به معنای برقراری ارتباط بالایه‌های ناخودآگاه ذهن و شعور خلاق یعنی شعور جاری در هستی است. در مقابل، تفکر نظاممند برخلاف

خبرنامه انجمن مدیریت کسب و کار ایران

صاحب امتیاز:

انجمن مدیریت کسب و کار ایران

مدیر مسئول:

پرویز درگی

نشانی دفتر انجمن:

خیابان اسدآبادی (یوسف آباد)، بالاتر از خیابان ۴۹ پلاک

۴۵۱ ساختمان پژوهشکان ۵۰۱ طبقه سوم واحد ۸

راه های ارتباطی با انجمن:

• ۰۱-۸۸۶۲۴۹۰

• ٩٠٢٨٠١٠٢٥١

 anjomanka

 anjomar

  [anjomananmodiratkasbvakansiyar](#)



”درخواست همکاری با انجمن“

از تمامی اساتید، مدیران، کارشناسان و دانشجویان خانواده‌ی کسب و کار تقاضا می‌شود با مراجعه به سایت انجمن مدیریت کسب و کار ایران و تکمیل پرسشنامه مربوطه، مارا در راستای انجام وظایف مان یاری فرمایید.

برای ارتباط با روابط عمومی انجمن با شماره همراه
آقای غلامی ۰۸۰۰۲۹۱۱۲۹۱۱۰ تماس حاصل فرمایید.

”همکاران این شماره“

اسمعیل غلامی (مسئول روابط عمومی)

مریم خوانساری

زهرا ساریچلو

کانون آگھی و تبلیغاتی ضمیر بازار