



## برگزاری کارگاه آموزشی «برنامه ریزی استراتژیک در تشکل های اقتصادی و بازرگانی»

کارگاه آموزشی «برنامه ریزی استراتژیک در تشکل های اقتصادی و بازرگانی» در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **حسن افتخاریان**، رییس هیات مدیره انجمن تحقیقات بازاریابی ایران در ابتدای این کارگاه گفت: تشکل های کارفرمایی در اهداف اصلی با یکدیگر تفاوت نداشته اما از نظر قرارگیری در مراحل مختلف زندگی خود که شامل تولد، جوانی، بلوغ، والد و زوال و مرگ می شود و همچنین استراتژی های انتخابی با یکدیگر متفاوت هستند. وی با تاکید بر اینکه تنها تشکل هایی که در مرحله بلوغ قرار گرفته اند توانایی لابی گری و Advocacy (حمایت همه جانبه) را دارند، افزود: اکثر اعضا تمایل ندارند که هزینه حق عضویت را صرفاً برای دفاع از خود بپردازند و ارایه خدمات متفاوت راهی برای تولید درآمد و افزایش وفاداری اعضا می باشد که البته لازم است بین این دو وظیفه تعادل و توازن برقرار شود. مدرس این کارگاه مزیت تامین خدمات برای سازمان های کارفرمایی را شناسایی موضوعات مرتبط و پیشنهاد راه حل، مطرح شدن بین اعضا فعلی و بالقوه، ارایه خدمات با کیفیت و قیمت رقابتی و کاهش وابستگی به حق عضویت دانست. وی همچنین مزیت خدمات برای اعضا را کسب مهارت و ایجاد تمایز رقابتی، به دست آوردن اطلاعات، فرصت های شبکه سازی، هزینه مقرون به صرفه، راهنمایی و حل مشکلات و در نهایت بهبود عملکرد کسب و کار اعضا عنوان کرد. افتخاریان منابع اصلی برای نیل به هدف در سازمان را شامل منابع فیزیکی، مالی، انسانی و دانش بیان کرد و افزود: برند، قدرت و پرستیژ نهایت چشم انداز یک تشکل بوده و عضویت، شناخته بودن برند، هدایتگری، منابع، تاثیر بر سیاست ها از طریق لابی و گفتگوهای اجتماعی، ارتباطات، همکاری با دیگران، مقررات و نظم و همکاری های بین المللی شاخص های توسعه یافتگی یک تشکل هستند. وی همچنین سه عنصر کلیدی مدیریت استراتژیک را موقعیت استراتژیک، استراتژی در عمل و انتخاب های استراتژیک ذکر کرد. رییس هیات مدیره انجمن تحقیقات بازاریابی ایران با بیان اینکه هر تشکل نیاز به طرح کسب و کار (Business Plan) دارد گفت: طرح کسب و کار دارای دو بخش استراتژیک و اجرایی است. وی افزود: برای به دست آوردن اهداف استراتژیک سازمان ها باید به تعیین اهداف خاص، اجرای استراتژی های آمیخته بازاریابی، انتخاب گزینه های تحویل خدمت و برآورد بودجه بپردازیم. گفتنی است چگونگی عرضه یابی تشکل ها، تهدیدات و فرصت های مرتبط با مراحل رشد تشکل، چگونگی اتخاذ استراتژی مناسب و... از دیگر مباحث ارایه شده در این کارگاه بود.