

بخشهای مختلف

کسب و کار در اروپا

یزدان محمدیگی
yazdanmb@yahoo.com



بر اساس بررسی ۱۰ بخش اقتصاد اروپا در سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۴، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ایجاد ارزش افزوده و تسهیل در فعالیتهای کسب و کار به صورت جدول زیر نشان داده شده است:

صنایع پارچه، لباس و کفش	حدود ۵ درصد از کل ارزش افزوده و ۹ درصد نیروی کار در ۱۵ کشور تراز اول اتحادیه اروپا متعلق به این صنعت است. شرکتهای کوچک و متوسط و شرکتهای وابسته به آن نقش مهمی در این صنعت ایفا می‌کنند.
صنایع شیمیایی	فناوری اطلاعات و ارتباطات و اینترنت نقش مهمی در تولید صنایع شیمیایی دارند. ۱۵ درصد از ارزش این محصولات ناشی از کسب و کار الکترونیک است.
صنایع و ماشین‌آلات الکترونیک	صنایع الکترونیک به دلیل استاندارد بودن محصولات، جهانی شدن تولید و تخصصی بودن شرکتهای در زنجیره تامین و ارزش مربوط به آن از استحکام بالاتری در تجارت الکترونیک برخوردار است. توسعه پویای این صنعت مستلزم نظارت مستمر بر فرایندهای آن است.
ساخت تجهیزات حمل و نقل	صنایع تجهیزات حمل و نقل در توسعه اقتصاد اروپا پیشرو هستند. شرکتهای بزرگ در استفاده از تجارت الکترونیک پیشتازند، به طوری که برای ذینفعان در زنجیره ارزش خود به الزامات ویژه‌ای توجه دارند.
صنایع دستی	صنایع دستی که شامل موسسات با کمتر از ۵۰ کارمند است، از گستردگی، تعدد فعالیتهای، اشتغال و میزان ارزش افزوده بالایی برخوردار است. شرکتهای فعال در این عرصه برای ماندن در عرصه رقابت با تولیدات صنعتی نیاز قابل توجهی به تجارت الکترونیک دارند.
خرده فروشی	خرده‌فروشی بخش مهمی از فعالیتهای اقتصادی اروپا را در بر می‌گیرد. این اتحادیه با حدود ۳ میلیون سرمایه‌گذار خرده‌فروش، تقریباً برای ۱۴ میلیون نفر اشتغال ایجاد کرده است. با این حال، هنوز پتانسیل‌های موجود مورد بهره‌برداری قرار نگرفته است و فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند نقش موثری در زنجیره ارزش خرده‌فروشی ایفا کند.
جهانگردی	یکی از بخشهایی که به سرعت در اقتصاد اروپا در حال رشد است، صنعت جهانگردی است. حدود ۸ میلیون نفر در این صنعت به کار اشتغال دارند و موسسات کوچک و متوسط نقش مهمی در آن ایفا می‌کنند. ۹۹ درصد از این موسسات کمتر از ۲۵۰ نفر را در استخدام خود دارند. این بخش در اغلب موارد در به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرو است و تجارت الکترونیک روی این بخش تاثیر چشمگیری گذاشته است.
خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات	مهمترین بخش در صنعت، خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات است و در تجارت الکترونیک به عنوان یک نوع محک برای کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات عمل می‌کند. تجارت الکترونیک می‌تواند ماهیت خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات را تغییر دهد، به طوری که بخشهای مختلف اقتصادی از آن بهره ببرند.
خدمات کسب و کار	خدمات کسب و کار بخش بزرگی است که در بر گیرنده دو میلیون سازمان است که ۹۹ درصد آنها شرکتهای کوچک و متوسط هستند و ۱۳ میلیون نفر در این بخش فعالیت می‌کنند. فناوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیک تاثیر قابل ملاحظه‌ای به‌ویژه در بخشهای مبتنی بر دانش و اطلاعات آن دارند.
فعالیتهای اجتماعی و بهداشتی	نظام سلامت ملی از افزایش هزینه‌ها و تحمیل فشارهای سیاسی برای ایجاد محدودیت در آن رنج می‌برد. انتظار می‌رود که راهبردهای توسعه زیرساختهای سلامت الکترونیک و تجارت الکترونیک نقش موثری در بهبود وضعیت آن ایفا کند.

فناوری اطلاعات و بانک جهانی

بانک جهانی برای حمایت از کشورهای در حال توسعه و انطباق آنها با جامعه نوین اطلاعاتی، اقدام به طرح ریزی و اجرای چهار برنامه جداگانه کرده است. در حال حاضر، تأثیر این برنامه ها و اقدامات مربوط بر وضعیت کشور های در حال توسعه را نمی توان به درستی ارزیابی کرد. این برنامه ها از این قرار است:

۱- برنامه توسعه اطلاعاتی با عنوان اینفو دو در سال ۱۹۹۵ برای ترویج بهره گیری مبتکرانه از فناوری اطلاعات و ارتباطات در راستای توسعه اقتصادی اجتماعی شروع شد. این برنامه در صدد ایجاد همگرایی بین گروهها و ذینفعان مختلف برای ایجاد و توسعه خدمات مرتبط با اطلاعات است. (<http://www.infodev.org>)

۲- دروازه جهانی توسعه از دیگر برنامه هایی است که برای ایجاد در گاه اینترنتی توسعه اتحادیه و مجامع اقتصادی، اجتماعی و حرفه ای در نظر گرفته شده است. حذف از آن، دسترسی آسان و با کیفیت بالا به اطلاعات مرتبط با توسعه؛ تسهیل در دسترسی دولتها، کار آفرینان و سازمانهای مدنی کشور های در حال توسعه به اینترنت و ایجاد زمینه برای تعامل بین مجامع توسعه در مقاطع محلی، منطقه ای و جهانی و تبادل اطلاعات در عرصه های مزبور است. این برنامه توسط شورایی متشکل از اعضای کشور های مختلف هدایت و مدیریت می شود. (<http://www.workbank.org/gateway>)

۳- توسعه شبکه جهانی یادگیریه برنامه دیگری

است که هدف از آن، اتصال مراکز یادگیری موجود در نقاط مختلف دنیا به یکدیگر است. بر اساس این برنامه، چندین پروژه در آفریقا و آمریکای جنوبی در حال اجرا است. چهار مرکز مرتبط با این برنامه در آسیا به فعالیت مشغولند، ولی در جمهوریهای آسیای مرکزی هیچ فعالیتی تاکنون انجام نشده است. مراکز آسیایی این برنامه در جمهوری خلق چین، سنگاپور، تایلند و ویتنام قرار دارد. (<http://www.gdln.org>)

۴- برنامه شبکه توسعه نیز به دنبال گردآوری و ارائه دانش موجود مرتبط با توسعه برای دولتها و موسسات مالی و همچنین، تولید و هدایت پژوهشها در این زمینه است. در واقع، هدف از آن ایجاد ارتباط منسجم و یکپارچه بین دانش و عمل است. شبکه مزبور در جستجوی تسهیل ارتباطات شبکه ای، افزایش ظرفیتهای پژوهشی و کمک به پژوهشگران برای انتقال دانش لازم به سیاستگذاران است. (<http://www.gdnet.org>) □

مزایای دولت الکترونیک

دولت همواره بزرگترین جمع کننده، کاربر، نگهدارنده و تولید کننده اطلاعات بوده است و امروزه نیز همچنان در این وضعیت قرار دارد. اطلاعات منبعی اساسی برای کار در سطوح مختلف اجتماعی و فعالیتهای بخشهای عمومی و خصوصی است. بنابراین، کار دولت به لحاظ اطلاعاتی بسیار زیاد است. بر این اساس، میان چهار نوع عمده اطلاعات رسمی به صورت زیر قابل تفکیک است:

اطلاعات لازم برای پشتیبانی مدیریت دولتی: این دسته شامل اطلاعاتی درباره کارکنان برای مدیریت نیروی انسانی و اطلاعات مربوط به بودجه و حسابها برای مدیریت مالی است. از این اطلاعات می توان برای هر کاری از کاربردهای عملیاتی روز مره گرفته تا تجزیه و تحلیل و برنامه ریزی بلند مدت مورد استفاده قرار داد.

اطلاعات برای پشتیبانی اداره و تنظیم امور عمومی: این اطلاعات جزئیات آماری موارد عمده در هر کشور را مورد توجه قرار می

دهد که عبارات استاز: جمعیت، موسسات کسب و کار، ساختمانها، زمین، صادرات / واردات و غیره. این نوع اطلاعات برای طیف گسترده ای از مقاصد همچون: موضوعهای قانونی، قضایی و مالی استفاده می شود.

اطلاعات برای پشتیبانی از خدمات عمومی: این نوع اطلاعات به لحاظ خدمات عمومی ویژه متفاوت است. به عنوان مثال، می توان از آموزش (مدارک کارکنان مدارس)، بهداشت (مدارک بیماران) و حمل و نقل (اطلاعات حرکت مسافران) نام برد.

اطلاعات مربوط به عموم مردم: این گونه اطلاعات عبارت است از:

- اطلاعاتی که دولت قصد انتشار آنها را دارد، از قبیل: اخبار، گزارشهای مشاوره، جزئیات سیاستها، قوانین و مقررات و جزئیات حقوق و مستمری کارمندان و بازنشستگان؛

- اطلاعاتی که دولت جمع آوری می کند و ممکن است در دسترس عموم قرار دهد، مانند: داده های اجتماعی یا اقتصادی؛

- اطلاعاتی که از دولت خواسته می شود تا آنها را عرضه کند، مانند شاخصهای عملکردی، حسابرسی های انجام شده، اسناد سیاست داخلی و پاسخهای دولت به سؤالیهای شهروندان، روزنامه نگاران یا سیاستمداران. پیش از این، دولت الکترونیک با ویژگی ارائه اطلاعات ایستای مربوط به مواردی همچون: قوانین، مقررات، بخشنامه ها و دستورالعملها، اطلاعات بی ارتباط به کسب و کار در اغلب موارد، معامله با نگاههای کسب و کار موردشناسایی قرار می گرفت. مورد اخیر با عنوان معامله دولت - کسب و کار (G2B) نیز خوانده می شود و اولین مورد از اقدامات مبتنی بر الکترونیک دولتها است. علاوه بر این، معاملات دولت - دولت و دولت - شهروند نیز در چند سال اخیر رواج یافته است. از طریق سازوکارهای دولت الکترونیک می توان به مزایای زیر دست یافت:

- ۱- افزایش دسترسی شهروندان به دولت؛
- ۲- توانمندسازی و ترویج آگاهیهای شهروندان؛
- ۳- ساده سازی و موثرکردن فرایندهای کسب و کار و افزایش کارایی آنها؛
- ۴- بهره وری بیشتر و فرایندهای یکپارچه. □



شرکت توسعه مهندسی بازار تهران آئی

به نام خدا

شرکت TMBA با بهره گیری از اساتید مجرب دانشگاهی و کارشناسان خبره در حوزه آموزش، مشاوره و تحقیق در مباحث بازاریابی، مدیریت و بازرگانی فعالیت می کند

هدف شرکت TMBA کمک به بنگاه های اقتصادی در عارضه یابی سریع و صحیح و نیز ارائه راهکارهای مناسب با انجام مشاوره و اجرای پروژه های تحقیقات بازاریابی و آموزش سطوح مختلف بنگاه های اقتصادی جهت ارتقاء سطح بهره وری در سازمان و تغییر جهت دادن به دیدگاهها در کل سازمان در راستای نظام بازاریابی شرکت است

حوزه های فعالیت

تحقیق

- سنجش صدای مشتری (VOC) و ارزیابی رضایت مشتریان (CSM) و رضایت کارکنان (PSM)
- بررسی ابعاد مختلف ترویج شرکت و محصول (تبلیغات- روابط عمومی - پیشبرد فروش- فروش شخصی و بازاریابی مستقیم) از نظر بودجه بندی، اثر بخشی های قبل و پس از پخش تبلیغ و...
- بررسی قیمت و سیاست های قیمت گذاری
- بررسی جنبه های مختلف محصول
- بررسی جایگاه شرکت در صنعت (رتبه و سهم بازار) و برآورد تقاضا و پیش بینی فروش
- امکان سنجی جهت افزایش طول خط محصول (تنوع در محصولات موجود و عرض خط محصول (اضافه کردن محصول جدید به سبد تولیدات شرکت)
- مطالعات کتابخانه ای مرتبط با موضوع تحقیق جهت جمع آوری اطلاعات ثانویه و...

مشاوره

- مطالعه و شناخت وضعیت فعلی سازمان جهت آسیب شناسی از سازمان جهت ارائه راهکارهای متناسب برای بهبود وضعیت
- طراحی چارت سازمان بازاریابی متناسب با وضعیت صنعت و بازار و طراحی شرح فعالیت واحدهای زیر مجموعه
- ارزیابی نیروهای موجود و ارزیابی متقاضیان استخدام در حوزه بازاریابی با تگرس PEO و آموزش نیروها جهت اجرای فعالیت های بازاریابی اثر بخش
- ارائه مشاوره به مدیریت شرکت و مدیران حوزه بازاریابی جهت ارتقاء سهم بازار، طراحی سیستم توزیع، طراحی برنامه های تبلیغاتی اثر بخش، سازماندهی نیروهای فروش طراحی سیستم مدیریت فروش و...

... و

آموزش

● شرکت TMBA در زمینه آموزش در دو حوزه برگزاری سمینارهای یک و دوازده و دوره های آموزشی در زمینه های مباحث بازاریابی (مبانی بازاریابی، فروش، تبلیغات و توزیع) استراتژی بازار، بازاریابی بین المللی و تحقیقات بازاریابی، مدیریت و بازرگانی فعالیت می کند. برگزاری سمینارهای آموزشی در مراکز مطلوب آموزشی و نیز به صورت اجرا در محل شرکت متقاضی انجام می شود.

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد عناوین و سیلابس های سمینارها و دوره های آموزشی با بخش آموزش شرکت تماس بگیرید و یا به سایت شرکت TMBA به نشانی www.Tmba.ir مراجعه فرمایید.

آدرس: خیابان مطهری، خیابان سلیمان خاطر بلاک ۱۲۲، واحد ۲۸ تلفن: ۰۰۲۵۴۸۸۳ - ۰۰۳۳۸۱۲ - ۰۱۹۱۹۹۴۲۸۱

www.Tmba.ir info@Tmba.ir



شرکت توسعه مهندسی بازاریابان آتی

برای اولین بار در ایران

دوره ۲۵۰ ساعته پرورش MARKETING MAN

عناوین مباحث :

اصول، فنون و هنر مذاکره	← اصول و مبانی بازاریابی
عقد قراردادهای بین المللی	← تفکر استراتژیک
بازار بورس و سرمایه	← مدیریت استراتژیک بازاریابی
قیمت گذاری	← تحقیقات بازاریابی
طراحی Marketing Plan	← مدیریت ارتباطات و ترویج
مدیریت تمایز	← مدیریت فروش
مدیریت نام تجاری	← مهندسی فروش و تکنیک های فروشندگی حرفه ای
Join-Venture - کلسرسیوم	← مدیریت توزیع و نمایندگی ها
تکنیک های فرصت یابی	← بازاریابی الکترونیکی در عمل eMarketing in Action
Benchmarking	← اندازه گیری رضایت مشتری (CSM)
خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی	← بازاریابی بین المللی
فرآیند مهندسی ارتباطات موثر	← مدیریت صادرات
	← بازاریابی خدمات

جهت ثبت نام با بخش آموزش شرکت TMBA تماس حاصل فرمایید

برنامه قطعی سمینارهای شش ماهه دوم سال ۱۳۸۴

تاریخ برگزاری	سمینار / دوره	تاریخ برگزاری	سمینار / دوره
۲۲، ۲۱ آذر	مدیریت ارتباطات بازاریابی	۱۷، ۱۶ آبان	حقوق تجارت
۲۴ آذر	طراحی آزمایشها با استفاده از تکنولوژی متد (روش نوین مهندسی کیفیت)	۲۸، ۲۱، ۱۴ آبان	دوره مدیریت تولید
۲۷ آذر	مدیریت استنرس	۲۸، ۲۱، ۱۴ آبان	دوره جامع تحقیقات بازاریابی
۶ دی	نقش نیروهای میز پذیرش در نظام بازاریابی	۱۷ آبان	مدیریت حمل و نقل
۱۹، ۱۸ دی	بازاریابی بین المللی	۲۴، ۲۳ آبان	استراتژیهای بازاریابی خدمات
۱۷ دی	مدیریت زمان	۳۰ آبان	فرآیند مهندسی ارتباطات موثر
۱ بهمن	مدیریت حمل و نقل	۲ آذر	سمینار بازاریابی الکترونیکی در عمل eMarketing in Action
۱۱، ۱۰ بهمن	مهندسی فروش و تکنیک های چهل گانه فروشندگی حرفه ای	۸ آذر	مدیریت توزیع
۲۴ بهمن	شناسایی فرآیند خلاقیت و نوآوری و کاربری آن در سازمان	۱۵، ۱۴ آذر	تکنیک های فرصت یابی در بازاریابی و فروش
۷ اسفند	مدیریت فروش	۲۳، ۱۶ آذر	اصول، فنون و هنر مذاکره

آدرس: خیابان مطهری، خیابان سلیمان خاطر پلاک ۱۲۲، واحد ۲۸. تلفن: ۰۰۸۸۳۲۵۴ - ۰۰۸۸۳۳۳۸۱۲ - ۰۹۱۲۱۹۹۴۲۸۱

www.Tmba.ir

info@Tmba.ir