



گزارش چهارمین کنفرانس مدیریت نظام توزیع و پخش کشور (تندیس دیموند)

برگزار کننده: واژیان ماندگار

با مشارکت: وزارت بازرگانی

۲۱ و ۲۲ تیرماه ۱۳۹۰ تهران، تالار بزرگ کشور

سرشناسه	:	کنفرانس مدیریت نظام توزیع و بخش کشور (چهارمین : ۱۳۹۰ : تهران)
عنوان و نام پدیدآور	:	گزارش چهارمین کنفرانس مدیریت نظام توزیع و بخش کشور (تندیس دیموند) ایر گزار ککننده وزیران ماندگار . با مشارکت وزارت بازرگانی.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	:	۱۴۴ ص.
شابک	:	۹۷۸۶۰۰۹۶۹۱۰۵۰
قیمت	:	۲۰۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	توزیع کالا -- ایران -- مدیریت -- کنگردها
موضوع	:	Physical distribution of goods -- Iran -- Management -- Congresses
موضوع	:	شبکه های توزیع کالا -- ایران -- مدیریت -- کنگردها
موضوع	:	Marketing channels -- Iran -- Management -- Congresses
موضوع	:	تدارکات بازرگانی -- ایران -- مدیریت -- کنگردها
موضوع	:	Business logistics -- Management -- Iran -- Congresses
سناد موجود	:	شرکت وزیران ماندگار وزیران ماندگار
سند آشنایی	:	ایرانوزارت بازرگانی
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۰ / ۷ / ۱۱۵۴۱۵
رده بندی دربی	:	۶۵۸ / ۷۸
شماره کتابشناس ملی	:	۴۴۵۴۱۸۲



فهرست

۲ کنفرانس مدیریت نظام توزیع و بخش کشور

- ۳ اهداف کنفرانس
- ۵ ساختار کنفرانس
- ۷ محورهای کنفرانس
- ۸ مزایای حضور در کنفرانس
- ۹ تاریخچه کنفرانس
- ۱۸ عناوین سخنرانیها و مقالات

۶ پشتیبانان

۳۱ مراسم تندیس دیپوند

- ۳۷ اهداف تندیس دیپوند
- ۴۰ ویژگیها و مزایای تندیس دیپوند
- ۴۳ سطوح تندیس دیپوند
- ۴۵ شرایط تندیس دیپوند
- ۴۸ خلاصه اطلاعات بررسی بازار
- ۴۹ تاریخچه
- ۸۲ چهارمین دوره تندیس دیپوند
- ۱۰۲ نحوه عکس مراسم

۱۲ نمایشگاه توزیع و بخش

- ۱۲ اهداف نمایشگاه
- ۱۳ مخاطب نمایشگاه
- ۱۴ درجهبندی نمایشگاه
- ۱۴۴ تاریخچه نمایشگاه
- ۱۴۴ مدیریت برگزاری نمایشگاه

۱۲ پوشش خبری

۱۴ پنجمین جشنواره

عنوان کتاب : گزارش چهارمین کنفرانس مدیریت نظام توزیع و بخش کشور (تندیس دیپوند)

گردآوردندگان : محمدهادی آقاچانی ، علی آقاچانی
ناشر : انتشارات دیپوند بلورین
شمارگان : ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ : اول
سال چاپ : ۱۳۹۵

مرکز بخش : تهران ، خیابان مظهری ، خیابان لارستان ، کوچه جلالیان ، پلاک ۴۱ ، واحد ۱
کد پستی : ۱۵۹۶۶۶۷۹۱۱
تلفن و دورنگار : ۵-۸۸۹۲۸۶۶۰

سایت : www.diamond.asia

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۹۱۰-۵-۰
ISBN : 978-600-96910-5-0

اهداف کنفرانس

قرن حاضر را بزرگان علم مدیریت، قرن رقابت و تمایز در توزیع و پخش می دانند و توجه ویژه به این بخش باعث مواردی همچون دسترسی آسان با قیمت یکسان به خدمات و کالا، کاهش هزینه های واسطه ای، ایجاد اشتغال و گسترش معاش، تحول اساسی در روند سوددهی شرکتها (در برخی موارد تا ۶۰ درصد هزینه کالا و خدمات مربوط به هزینه توزیع می باشد) می شود. هر شرکت یا سازمانی که دارای محصول (کالا یا خدمات) بوده، دارای سیستم و روش توزیع برای رساندن محصول خویش به مصرف کننده می باشد. با هدف ارتقا توزیع و پخش کالا، خدمات در جامعه و در جهت برآورده کردن قسمتی از نیازهای ضروری این بخش، با رویکردی نوین، استفاده از تجارب گذشته، چهارمین کنفرانس مدیریت نظام توزیع و پخش ۲۱ و ۲۲ تیرماه در تهران، با عنوان «این کنفرانس، بزرگترین و تنها هم اندیشی ملی توزیع و پخش کشور می باشد. کنفرانس و مراسم به بررسی وضعیت توزیع و پخش و راهکارهای بهبود آن از دو منظر تجربی و علمی پرداخته و هم برای آشنایی افراد و شرکتها با فرآیندهای توزیع و همچنین ارتقا سیستم توزیع و آشنایی با فرآیندهای نوین مناسبت می باشد. کنفرانس پخش ایران یکی از با سابقه ترین کنفرانسهای توزیع در سطح جهانی و در خاورمیانه منحصر به فرد در خاورمیانه می باشد.

کنفرانس و مراسم به بررسی وضعیت توزیع و پخش و راهکارهای بهبود آن از دو منظر تجربی و علمی

پرداخته و هم برای آشنایی افراد و شرکتهای با فرآیندهای توزیع و همچنین ارتقاء سیستم توزیع و آشنایی با فرآیندهای نوین برای ارتقاء سیستم توزیع مناسب می باشد.

هدف اصلی کنفرانس جمع آوری اطلاعات و ارائه آخرین دستاوردهای مرتبط با مدیریت تمامی بخشهای توزیع و پخش و ایجاد ارتباط علمی و تجربی و تبادل نظر بین اندیشمندان دانشگاه و پژوهشگران صایع و تشویق و ترغیب دانشجویان و دانش پژوهان برای تحقیقات و اصلاح تفکر نسبت به توزیع می باشد.

مهمترین رسالت در خانه ایجاد توجه به اهمیت نقش توزیع در کشور و ارتقاء ساختارهای توزیع و پخش است که در صورت تولید کننده، مسوولین و جامعه به توزیع، شاهد حضور در رقابت سالم تر و تولید دانش و ارتقاء سطح توزیع در کشور رضایتمندی بیشتر مردم خواهیم بود.

پخش همانند ریشه درختها می باشد و هر قدر پخش گسترده تر در واقع ریشه درخت گسترده تر و تنومندتر و قوی تر می باشد. توزیع حتی در صادرات کشور نیز تاثیر گذار بوده و می توان در کالاهای وارداتی ببینیم که شرکتهای خارجی حتی گزارش سالانه و نوع کالاهای فروخته شده به مغازه داران را نیز پایش می کنند ولی صادرات ما فقط به دنبال فروش کالا به صورت عمده در بازارهای جهانی هستند که بدون صبر و حوصله نمی توان بازارهای جهانی را تسخیر کرد در توزیع و پخش موفقیت فقط با صبر و حوصله بدست می آید.