

۱۳۷۵۷۱۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رمز موفقیت خرده فروشان مغازه داران

و
صاحبان فروشگاه

مؤلف: ولی اله جعفری

سرشناسه : جعفری، ولی‌اله، ۱۳۴۳ -
عنوان و نام : رمز موفقیت خرده‌فروشان مغازه‌داران و صاحبان فروشگاه / مولف ولی‌اله
پدیدآور : جعفری.
مشخصات نشر : تهران: فوژان، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری : ۱۶۸ ص.: مصور، جدول، نمودار؛ ۵/۱۴×۲۱/۵ س.م.
شابک : ۱۸۰۰۰۰ ریال 7-23-7298-600-978:
وضعیت فهرست : فیا

نویسی
موضوع : خرده‌فروشی -- مدیریت
موضوع : فروشگاه‌ها و مغازه‌ها -- مدیریت
موضوع : موفقیت در کسب و کار
رده بندی انگرم : HF۲۹۴۵۴۱۳ ۱۳۹۴ ج۷/۸
رده بندی دیویی : ۸۷/۶۵۸
شماره کتابشناسی : ۳۹۷۲۵۴۳
ملی

شابک: ۷-۲۳-۷۲۹۸-۶۰۰-۹۷۸

نام کتاب: رمز موفقیت خرده‌فروشان مغازه‌داران و صاحبان فروشگاه

مولف: ولی‌اله جعفری

اصلاح و صفحه‌آرایی: رهگشا

طراح جلد: وحید مسلم زاده

عکاس: هادی زمانپور

چاپ اول: ۱۳۹۴

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

کلیه حقوق متعلق به مؤلف می باشد.

نشانی: مازندران - ساری - میدان امام - سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران

تلفن مولف: ۰۹۳۸۱۹۵۵۴۱۵ - ۰۹۱۱۶۷۲۹۳۳۰

ایمیل مولف: jafari.vali@yahoo.com

پیشگفتار

جهان در زمینه علم و دانش با سرعت هر چه تمام تر طی مسیر می کند، بی تردید مدیران سازمان ها، بنگاه ها، شرکت ها و کارکنان شان در جهت برآوردن نیازهای متعدد مشتریان و مهم تر از آن خلق نیازها و ایجاد ارزش و همچنین افزایش تعامل با جهان پیرامون خود، نیاز شدید به دانش مدیریت، بازاریابی، فروش و سایر علم مرتبط دارند. چرا که اگر سازمان ها، بنگاه ها و شرکت ها نتوانند خود را با فعالیت های درست و سالم و رقابتی روز دنیا همسو کنند، بی شک در میدان اقتصادی، محو و نابود خواهند شد. بنابراین سرمایه گذاری و تمرکز در کسب دانش خرده فروشی می تواند مدیران و کارکنان سازمان ها، بنگاه ها و شرکت ها را در جهت ارتقاء سطح آگاهی و مهارت های فنی و حرفه ای به منظور تامین نیازهای مشتریان کمک نماید. و همچنین آنان را برای انجام وظایف و مسئولیت های شغلی خود آماده تر نماید. بی تردید در جهان کنونی دانش خرده فروشی بخش مهمی از زندگی هر یک از فعالان اقتصادی شده است. واقفید که درصد زیادی از زمان فعالیت افراد یا صرف عرضه کالا و خدمات و ایده برای مشتریان در بازار است و یا دریافت محصول و خدمات و ایده ای که سازمان ها، بنگاه ها و شرکت ها و صاحبان علم و دانش ارائه می کنند، می باشد که این محصولات از سوی مشتریان در صورت انطباق با نیازهایشان و در صورت تامین رضایت شان مورد استقبال و معامله قرار می گیرد.

می دانید در عصر کنونی همه فعالان اقتصادی به دنبال علوم مختلف از جمله خرده فروشی هستند، اما چالش مهم این است که بتوانند فعالیت های شان را خوب انجام دهند. بی تردید تحقق این امر مستلزم دانش خرده فروشی و الزامات آن و اینکه چگونه آن را به اجرا درآورند، است. کتاب پیش رو که در نوع خود یکی از بی نظیرترین کتاب ها در مورد خرده فروشی با این شیوه نگارش در حال حاضر می باشد، می تواند سازمان ها، شرکت ها و بنگاه های اقتصادی را در راستای فرمایشات مقام معظم رهبری در جهت اقتصاد مقاومتی و مدیریت جهادی کمک نماید تا در عرصه اقتصاد داخلی و خارجی موفق باشند.

کتاب پیش رو که به صورت پرسش و پاسخ با عنوان ((رمز موفقیت خریده فروشان مغازه داران و صاحبان فروشگاه)) می باشد، به جهت حمایت های ارزشمند جناب آقای دکتر محمدپور عمران، ریاست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران، برادر پاسدار جناب سرهنگ خوبکار، مسئول سازمان بسیج اصناف سپاه کربلا استان مازندران و برادر پاسدار جناب آقای نوری مسئول سازمان بسیج کارمندان سپاه کربلا استان مازندران و جناب آقای خطیبی یکی از شایسته ترین، کارآمدترین و ارزشی ترین مدیران استان مازندران در جهت حمایت از صاحبان اندیشه و قلم در راستای گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی با مسئولیت مدیر شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران استان مازندران، انگیزه ی مضاعفی را برای مولف که دارای، شایستگی، کارآمدی، تعهد و تخصص بوده، ایجاد نموده که نمونه بارز آن اولین تالیف شان با عنوان با پول یک ساندویچ ثروتمند شوید مشتری مداری که نامزد کتاب برتر در جشنواره پژوهشی وزارت صنعت، معدن و تجارت کشور در سال ۹۱ انتخاب گردیده، بتواند سه آثار دیگری با عناوین ۱- مشتری چک سفید ۲- کسب و کار موفق چگونه ۳- اخلاق کار، رمز موفقیت را که در نوع خود بی بدیل ترین تالیف با این سبک نگارش باشد، در سال ۹۳ تدوین نماید که مورد حمایت مسئولین کشوری و استانی از نظر مالی و معنوی قرار گیرد و استقبال خوبی از تالیفات شان به عمل آید، به گونه ای که در چندین نوبت به چاپ برسد که این انگیزه را در مولف برانگیخته تا تالیفات دیگری در عرصه علم و دانش در راستای اقتصاد مقاومتی در سال ۹۴ داشته باشد، اما بی تردید این اثر، مورد استقبال بنگاه ها، شرکت ها، اصحاب علم و قلم، اساتید و دانشجویان، مدیران ستادی و اجرایی سازمان های صنعت و معدن و تجارت سراسر کشور، روسای اتاق اصناف و اتحادیه ها صنفی سراسر کشور، مسئولین اتاق های تعاون و بازرگانی و صنایع و معادن سراسر کشور، خانه صنعت و معدن، شرکت شهرک های صنعتی و مسئولین اجرایی، اقتصادی و بازرگانی در بخش های دولتی و خصوصی، بانک های دولتی و خصوصی، موسسات مالی و اعتباری با شناختی که از توانمندی مولف دارند، قرار می گیرد.

اما هدف از نگارش این کتاب در راستای اقتصاد مقاومتی و مدیریت جهادی به عنوان مدرس دانشگاه، کارشناس نمونه ملی، بسیجی نخبه، مدرس نمونه، عضو بسیج اساتید، عضو اتاق فکر و رییس کارگروه اقتصاد مقاومتی سازمان بسیج اصناف و بسیج کارمندان سپاه کربلا مازندران، گامی در حد بضاعت خود در جهت تحقق فرمایشات مقتدای خود و

جهان اسلام و خدمت به نظام و کشور و کمک به فعالان اقتصادی در درک و شناخت بهتر در زمینه مدیریت کسب و کار، بازاریابی، فروش، برند، تبلیغات، توزیع و چگونگی راهکارهای موفقیت خرده‌فروشان، برای ماندن در عرصه اقتصاد داخلی و خارجی برای همیشه، با نگرش و درک صحیح تر از شرایط برای برنده کردن مشتریان در عرصه رقابت به منظور سربلندی کشور عزیزمان ایران اسلامی باشد، بوده است. یقیناً در این عرصه اقتصادی، بنگاه‌ها و شرکت‌هایی موفق هستند که بهتر بتوانند در جهت تامین نیازها و رضایت و وفاداری مشتریان خود با کسب علم و هنر مدیریت کسب و کار، بازاریابی، فروش، برند، تبلیغات، توزیع و چگونگی راهکارهای موفقیت خرده‌فروشان گام بردارند. لذا تعامل ارزنده فی‌مابین سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران و سازمان بسیج اصناف و سازمان بسیج کارمندان سپاه کربلا مازندران، خروجی آن تالیف کتاب رمز موفقیت خرده‌فروشان مغازه‌داران و صاحبان فروشگاه توسط مولف توانمند جناب آقای ولی‌الله جعفری باشد که دستاورد خوبی برای سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتاق فکر و شورای عالی کشر سازمان بسیج اصناف و سازمان بسیج کارمندان سپاه کربلا مازندران در سال ۹۴ باشد.

مولف بر خود فرض می‌داند از همه عزیزانی که مشوقش در تالیف این کتاب بودند به‌ویژه جناب آقای شریعتمداری معاون اجرایی رییس جمهور و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر نهاوندیان رییس دفتر رییس جمهور و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، حضرت حجت‌الاسلام‌والمسلمین جناب آقای ناصری نماینده مردم شریف شهرستان بابل در مجلس شورای اسلامی در دوره نهم و عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس و همکاران محترمشان، سردار نقدی رییس سازمان بسیج مستضعفین کشور و همکاران محترمشان، سردار بابایی فرمانده سپاه کربلا مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر توفیق معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، جناب آقای خسرو تاج قائم مقام وزیر در امور تجارت و معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر آل‌اسحاق وزیر اسبق وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران، جناب آقای گوران قائم مقام معاون توسعه مدیریت، منابع و امور استان‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، جناب آقای صادقی رییس مرکز اصناف و بازرگانان ایران و دبیر هیات عالی

نظارت و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر فاضلی رییس اتاق اصناف کشور و همکاران محترمشان، جناب آقای چراغی مشاور وزیر در امور ایثارگران و سرپرست مرکز مقاومت بسیج وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس نبیان معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر آجدانی مدیر مرکز آموزش و پژوهش های توسعه و آینده نگری سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس عبدی مدیر کل امور روستایی و شوراهای استانداری مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس محمدی ناکامی مدیر کل دفتر امور شهری و شوراهای استانداری مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای احمدی مدیر کل سابق دفتر هماهنگی امور اقتصادی و بین المللی استانداری مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر لحمیان رییس سابق دانشگاه جامع علمی کاربردی استان مازندران و همکاران محترمشان، سردار عبدی معاون تشکل های مردمی ستاد مهر به معروف و نهی از منکر استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر جعفری زاده رییس مجمع بسیج استان مازندران و همکاران محترمشان، برادر پاسدار جناب سرهنگ خویکار مسئول سازمان بسیج اصناف سپاه کربلا استان مازندران و همکاران محترمشان، برادر پاسدار جناب آقای نوری مسئول سازمان بسیج کارمندان سپاه کربلا استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر قاسم پیشه نماینده وزیر و مدیر کل امور اقتصادی و دارایی استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای طهماسب پور مدیر کل کمیته امداد امام خمینی استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای عباسپور معاون استاندار و فرماندار ویژه شهرستان بابل و همکاران محترمشان، جناب آقای مصاحب نیا رییس مرکز نوسازی و تحول اداری وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، جناب آقای اکبری رییس گروه تحول سازمانی و تکریم ارباب رجوع وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، جناب آقای اکبری رییس گروه تحول جناب آقای خطیبی یکی از شایسته ترین، کارآمدترین و ارزشی ترین مدیران استان مازندران در جهت حمایت از صاحبان اندیشه و قلم در راستای گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی با مسئولیت مدیر شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر آقاجانی رییس دانشگاه جامع علمی کاربردی استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای دکتر جهانیان رییس مرکز علمی کاربردی بابل و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس خسروی رییس مرکز علمی کاربردی

کیاکلا و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس نوری رییس مرکز علمی کاربردی سازه‌های سنگین ساری و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس عباسی مدیر ارتباطات علمی و امور بین الملل موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت و همکاران محترمشان، برادر پاسدار جناب سرهنگ شریعتی مسئول سازمان بسیج سازندگی سپاه کربلا استان مازندران و همکاران محترمشان، برادر پاسدار جناب سرهنگ خلردی مسئول شرکت نگارنصر استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای جعفری بخشدار لاله آباد شهرستان بابل و همکاران محترمشان، جناب آقای حسینی یکی از خیرین، مخلص‌ترین، موثرترین، موفق‌ترین و خوشنام‌ترین کاسب استان مازندران در جهت حمایت مالی و معنوی از مراسمات مذهبی، انقلابی، ملی و آموزشی با مسئولیت رییس اتحادیه صنف کسادان شهرستان ساری و همکاران محترمشان، جناب آقای میرشجاعی ایدوبرداز و برنده بزرگ‌ترین رویداد کارآفرینی کشور و مدیر فروشگاه میرشجاعی و همکاران محترمشان، جناب آقای فلاح فردی مذهبی، انقلابی و قانونمند با مسئولیت رییس اتحادیه صنف الکتریک شهرستان بابلسر و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس فاضل‌نیا نماینده برتر و درجه یک نمایندگی بیمه آسیا در مرکز استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای مهندس موزانی مدیر عامل اولین مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی و خدمات کارآفرینی استان مازندران و همکاران محترمشان، جناب آقای لعلی رییس اتاق اصناف شهرستان بابل و همکاران محترمشان، بالاخص جناب آقای دکتر محمدپور عمران رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران به‌عنوان موثرترین نقش‌آفرین بخش اقتصادی استان و همکاران محترمشان تقدیر و تشکر داشته باشد و همچنین لازم می‌داند از عزیزانی که در تدوین این کتاب همکاری شایسته‌ای با مولف داشتند به ویژه آقایان دکتر حسینی آقاجانی عضو هیات علمی دانشگاه مازندران و دکتر مهدی جهانیان مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی مازندران که از اساتید مطرح و صاحب‌نظر در عرصه دانشگاهی می‌باشند تقدیر و تشکر داشته باشد.

ولی الله جعفری

مولف، مدرس دانشگاه، کارشناس نمونه ملی، عضو بسیج اساتید، بسیجی نخبه، مدرس نمونه، رییس اداره تجارت الکترونیک، عضو اتاق فکر و رییس کار گروه اقتصاد مقاومتی سازمان بسیج اصناف و بسیج کارمندان سپاه کربلا مازندران

تقدیم به اولین جانباز، مادر شهید و شهیده راه امامت و ولایت حضرت فاطمه زهرا سلام الله علیها.

تقدیم به اولین امام مظلوم شهید محراب امیرالمومنین علی علیه السلام.

تقدیم به سیدالشهداء امام حسین بن علی علیه السلام.

تقدیم به همه ائمه معصومین علیه السلام.

تقدیم به شهداء، امام شهداء، جانبازان، آزادگان، رزمندگان و همه بسیجیان عالم از ازل تا ابد.

تقدیم به همه آنهایی که مانع رشد بودند.

تقدیم به همه آنهایی که مرا دوست می دارند، مرا دشمن می دارند و از من متنفرند و نسبت به من بی تفاوتند.

تقدیم به همه آنهایی که به جهت حماقت و نادانی خود از روی حسادت، غرور، خودپسندی، جاه طلبی، چابلووسی، خودشیرینی، بی هنری و ترس با دروغ، تهمت، افتراء، دشنام، تمسخر و بد اخلاقی موجب تضییع حقوق شده اند و می شوند و شرمنده من در نهان و عیان در نزد وجدان خود هستند.

تقدیم به همه آنهایی که بنده مدیون زحماتشان در تمام ابعاد زندگیم هستم.

تقدیم به پدر عزیزم حضرت حاج آقا قدرت الله (حاج آقا مشهدی آقا) و مادر عزیزم حضرت حاجیه خانم سیده خیران (حاجیه خانم سیده فاطمه) و برادران گرامی ام و خواهر مکرمه ام و همسر سرشار از فضایل و کرامت و گل های زندگیم (فاطمه خانم، معصومه خانم (بهشت) و آقا رضا و داماد عزیزم علی آقا و نوه گرامی ام ریحانه جون (کوثر جون) که همیشه مشمول دعا خیرشان بودم و انشاء الله خواهم بود.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
آشنایی مختصر با مؤلف	ق
نگاهی به اقتصاد مقاومتی	ش
سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی	ت
مفهوم اقتصاد مقاومتی	ض
تعریف جدید و کامل‌تر	ض
قیمت را تعریف کنید؟	۱
قیمت‌گذاری را تعریف کنید؟	۱
عوامل موثر در تعیین قیمت یک کالا یا خدمت چه می‌باشد؟	۱
بنگاه‌ها و شرکت‌ها چه فرآیندی را باید برای قیمت‌گذاری مناسب طرح کنند؟	۱
قیمت نهایی یک محصول از سوی بنگاه و شرکت چگونه تعیین می‌شود؟	۲
هدف از قیمت‌گذاری محصول از سوی بنگاه و شرکت چه می‌باشد؟	۲
عوامل موثر در قیمت‌گذاری کدام است؟	۲
متغیرهای موثر بر قیمت‌گذاری چه می‌باشد؟	۲
اهدافی که بنگاه‌ها و شرکت‌ها از قیمت‌گذاری دنبال می‌کنند چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟ ...	۲
افرادی که بر قیمت‌گذاری تأثیر دارند چه کسانی هستند؟	۴
عوامل اقتصادی و غیراقتصادی که می‌تواند بر روی قیمت تأثیر گذار باشند چه می‌باشد؟	۴
راهکارهایی که بنگاه‌ها و شرکت‌ها برای تعیین قیمت لحاظ می‌کنند تا بتوانند، در عرصه تجاری، استراتژی برد-برد داشته باشند چه می‌باشد؟	۴
دلایل سه گانه کلیدی بودن عامل قیمت در بنگاه و شرکت‌ها چه می‌باشد؟	۵
فنون پنجگانه قیمت‌گذاری از سوی بنگاه‌ها و شرکت‌ها چه می‌باشد؟	۵
انواع روش‌های قیمت‌گذاری که بنگاه‌ها و شرکت‌ها در عرصه بازار برای فروش اتخاذ می‌کنند چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟	۶
نکاتی که مشتریان در قیمت‌گذاری به آنها توجه دارند چه می‌باشد؟	۱۳
فروشنده‌گان در زمینه پرداخت پول از سوی مشتریان چگونه باید رفتار کنند؟	۱۴

- ۱۴..... پایین بودن قیمت یک کالا چه دلیلی دارد؟
- ۱۴..... به چه قیمتی قیمت مناسب گفته می شود؟
- ۱۵..... قیمت موثر چه قیمتی است؟
- ۱۵..... قیمت رقابتی چیست؟
- ۱۵..... شعار بعد از فروش پس گرفته نمی شود، آیا با اصول کسب و کار سازگار است؟
- ۱۵..... ارزش را تعریف کنید؟
- ۱۵..... ارزش برای مشتری یعنی چه؟
- ۱۶..... ابعاد ارزش از دیدگاه مشتری چه می باشد؟
- ۱۶..... ارزش دوره عمر مشتری یعنی چه؟
- ۱۶..... ایجاد ارزش برای مشتری چگونه حاصل می گردد؟
- ۱۶..... چرا خلق مشتری کاری بس مشکل است؟
- ۱۷..... همدلی با مشتری یعنی چه؟
- ۱۷..... اعتماد یعنی چه؟
- ۱۷..... فروشندگان در بنگاه و شرکت خود چه باید بفروشند؟
- از نگاه پیامبر اسلام صلی ... علیه و آله و سلم هر کسی بد سه چیز عمل کند موفق است، آن سه چیز چه می باشد؟
- ۱۸..... انتظارات مشتریان از فروشگاه چه می باشد؟
- ۱۸..... مهم ترین انتظارات مشتریان از فروشندگان فروشگاه چه می باشد؟
- ۱۸..... انتظارات مشتریان از بنگاه های خدماتی چه می باشد؟
- ۱۹..... محصول خوب چه محصولی است؟
- ۱۹..... عواملی که باعث رضایت مشتریان می شود چه می باشد؟
- ۱۹..... دستاورد رضایتمندی مشتریان برای بنگاه ها و شرکت ها چه می باشد؟
- ۲۰..... آنچه فروشندگان فروشگاه از مشتریان خود دریافت می کنند چه می باشد؟
- ۲۰..... سود مستلزم چیست؟
- ۲۰..... رضایت مشتری حداقل از چند طریق در کسب و کار تاثیر دارد؟
- ۲۰..... خدمت یعنی چه؟
- ۲۰..... کیفیت مناسب خدمات یعنی چه؟
- ۲۰..... مزایای ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان از سوی فروشگاه چه می باشد؟
- ۲۱..... ماهیت عملی خدمت چیست؟

۲۱	خدمات از نظر زمانی به چند دسته تقسیم می شود؟
۲۱	اهمیت خدمات پس از فروش چه می باشد؟
۲۱	خدمات پس از فروش چه فرصتی را برای فروشنده فروشگاه ایجاد می کند؟
۲۲	در عصر کنونی ارائه کننده خدمت، ملزم به چه کاری است؟
۲۲	خدمت به مشتری از سوی فروشنده فروشگاه یعنی چه؟
۲۲	بازار نماد چیست؟
۲۲	بازار از چند کلمه تشکیل شده است و معنی آن چه می باشد؟
۲۲	بازار را تعریف کنید؟
۲۳	بازار از چند مولفه تشکیل شده است؟
۲۴	اندازه و وسعت بازار به چه چیزی بستگی دارد؟
۲۴	پیش بینی نادرست تقاضای بازار، منجر به چه برآوردهایی می شود؟
۲۴	معایب برآورد بیش از میزان واقعی تقاضای بازار، چه مشکلاتی را برای فروشگاه ایجاد می کند؟
۲۴	معضلات پیش بینی کمتر از میزان واقعی تقاضای بازار، چه مشکلاتی را برای فروشگاه ایجاد می کند؟
۲۴	
۲۴	محرك های پیش روی مشتریان چه می باشد؟
۲۵	یک بازار حول چه محوری می گردد؟
۲۵	تخفیفاتی که در بازار وجود دارد کدام است؟
۲۵	در بررسی بازار، چند نوع حاشیه سود وجود دارد؟
۲۵	حاشیه سود خرده فروشی یعنی چه؟
۲۵	حاشیه سود عمده فروشی یعنی چه؟
۲۵	حاشیه سود کل بازار یعنی چه؟
۲۵	برای بنگاه ها و شرکت ها چند نوع بازار وجود دارد؟
۲۶	شرایط لازم برای خرید کالا چه می باشد؟
۲۶	انواع بازار با توجه به شرایط لازم خرید به چند دسته تقسیم می شود هر کدام را توضیح دهید؟
۲۶	معیارهای سه گانه برای شناسایی نوع بازار، چه می باشد؟
۲۷	انواع بازار با توجه به معیارهای سه گانه چه می باشد هر کدام را توضیح دهید؟
۲۷	بازار از نظر مکانی به چه جایی گفته می شود؟
۲۷	از لحاظ معماری بازار دارای چند فضای اصلی است؟
۲۸	خصوصیات کارکردی بازارهای سرپوشیده و دائمی چه می باشد؟

- در بازارهای سنتی ایران منظور از هر راسته از بازار چیست؟ ۲۸
- تفاوت ماهیت خرید در گذشته و حال چه می باشد؟ ۲۸
- مغازه داران و صاحبان فروشگاهها با چند گروه از مشتریان از نظر رفتاری و شخصیتی در ارتباط هستند؟ ۲۹
- ضوابط و شرایط کلی موفقیت در امور فروشگاههای چه می باشد؟ ۳۰
- فروش را در قالب یک مثال توضیح دهید؟ ۳۱
- دوازده کلید برای پیروی از پیشگامان در صنعت خود، چه می باشد؟ ۳۱
- ارائه خدمات فروش به مشتری شامل چه زمان از خرید می شود؟ ۳۳
- پنج راه برای ارائه بهترین خدمات به مشتریان چه می باشد؟ ۳۴
- مدیریت فروشگاههای یعنی چه؟ ۳۷
- چارچوب فروشگاه، ترکیبی از چه عواملی است؟ ۳۷
- فروشگاهمداری با چه شاخصهایی تعیین می گردد؟ ۳۷
- عامل نهایی یا رکن اصلی در استراتژی فروشگاههای چه می باشد؟ ۳۸
- مزیت رقابتی بادوام چیست و چه آثاری برای فروشگاهها دارد؟ ۳۸
- اصول موفقیت در خردهفروشی چه می باشد و هر کدام را توضیح دهید؟ خردهفروشان را می توان به ۲ دسته تقسیم کرد: ۳۸
- محصولات با توجه به نوع مشتریان به چند دسته تقسیم می شوند هر کدام را توضیح دهید؟ ۴۲
- اولین اقدام برای مدیران فروشگاه، جهت کسب و کار موفق چه باشد؟ ۴۶
- چرا مشتریان حاضرند برای تهیه محصولات مورد نیاز خویش مسافت طولانی را طی کنند؟ ۴۶
- امروزه از مهم ترین رازهای موفقیت هر خردهفروش چه می باشد؟ ۴۶
- چیدمان کالاها در فروشگاه چه تأثیری بر مشتریان در جهت فروش دارد؟ ۴۷
- آیا فروش کار آسانی است؟ ۴۷
- رسیدن به یک فروش معین و افزایش آن چگونه حاصل می شود؟ ۴۷
- عوامل مؤثر در انتخاب کانال توزیع چه می باشد هر کدام شامل چه مواردی است؟ ۴۷
- دلایل اصلی موفقیت فروشگاههای زنجیره ای چه می باشد؟ ۴۸
- دلایلی که باعث شده بر تعداد مشتریان فروشگاههای خردهفروشی در مقایسه با فروشگاههای بزرگ و زنجیره ای کمتر شود چه می باشد؟ ۴۸
- مهم ترین مبنای طبقه بندی فروشگاههای خردهفروشی چه می باشد توضیح دهید؟ ۴۹
- انواع فروشگاهها و مراکز خردهفروشی چه می باشد هر کدام را توضیح دهید؟ ۵۱

- ۵۸..... مزایای فروشگاه‌های بزرگ چه می‌باشد؟
- ۵۹..... دلایلی که موجب پیشرفت فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای بوده، چه می‌باشد؟
- ۶۰..... خدمات خرده‌فروشی ناب و با کیفیت چه می‌باشد؟
- ۶۰..... طراحی و چیدمان فروشگاه یعنی چه؟
- ۶۰..... چیدمان و آرایش فروشگاه‌های چه تأثیری در فروش دارد؟
- ۶۱..... هدف اصلی از چیدمان و طرح‌بندی یک فروشگاه چه می‌باشد؟
- ۶۱..... مزایای ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان چه می‌باشد؟
- ۶۱..... پرسنل فروش، مثله چیست؟
- ۶۲..... عباراتی که فروشندگان هرگز نباید به مشتریان خود بگویند، چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟
- ۶۵..... تفاوت میان انتخاب یک مکان نامناسب با مناسب برای داد و ستد چه می‌تواند باشد؟
- ۶۵..... معیارهای انتخاب محل یک فروشگاه خرده‌فروشی جهت کسب و کار چه می‌باشد؟
- برخی از مواردی که در طراحی فضای خارجی یک فروشگاه برای جلب مشتری مورد توجه قرار می‌گیرد چه می‌باشد؟
- ۶۶..... پنج فرصت برای فروشگاه‌ها به منظور فروش بیشتر و ایجاد مزیت رقابتی چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟
- ۶۶..... روش‌هایی که فروشگاه‌ها می‌توانند مشتریان وفادار برای فروش بیشتر داشته باشند چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟
- ۶۶..... چهار مدل از فرصت‌های رشد که فروشگاه‌ها برای فروش بیشتر به آن دست یافتند چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟
- ۶۹..... در فعالیت خرده‌فروشی و فروشگاه‌های در هنگام تدوین استراتژی توسعه‌ای روی چند عامل توجه و تاکید می‌شود؟
- ۷۰..... نقطه شروع در انتخاب مدیریت موثر کانال توزیع بستگی به چه چیزی دارد؟
- ۷۰..... به چه بنگاه‌هایی بخش گفته می‌شود؟
- ۷۱..... برای انتخاب استراتژی مناسب جهت تعیین تعداد واسطه‌ها چند گزینه وجود دارد توضیح دهید؟
- ۷۱..... از مهم‌ترین حلقه‌های زنجیره تأمین در نظام تجاری هر کشور چه می‌باشد؟
- ۷۱..... نقش ویرین در فروش چه می‌باشد؟
- ۷۲..... عامل توزیع چه نقشی می‌تواند در فروش داشته باشد؟
- ۷۲..... فعالیت‌های توزیع چه تأثیری می‌تواند در موفقیت کسب و کار داشته باشند؟
- ۷۲..... مدیریت توزیع چه وظایفی دارد؟

- ۷۲..... کانال‌های توزیع یعنی چه؟
- ۷۲..... عناصر یا کانال‌های توزیع کدام است؟
- ۷۲..... عوامل شبکه توزیع کدام است؟
- ۷۳..... کانال‌های توزیع چه خدماتی انجام می‌دهند؟
- ۷۳..... عوامل مؤثر در انتخاب کانال‌های توزیع چه می‌باشد؟
- ۷۳..... تفاوت‌های اساسی نماینده و توزیع‌کننده چه می‌باشد؟
- ۷۴..... ویژگی‌های نماینده‌های رسمی و نماینده‌های انحصاری چه می‌باشد؟
- ۷۵..... ویژگی‌های عمده فروش‌ها و خرده‌فروش‌ها چه می‌باشد؟
- ۷۶..... عناصر شبکه خرید و فروش چه می‌باشد؟
- ۷۶..... ویژگی‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای چه می‌باشد؟
- ۷۶..... رمز موفقیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای چه می‌باشد؟
- ۷۷..... ویژگی توزیع مویرگی چه می‌باشد؟
- ۷۷..... رمز موفقیت یک بنگاه و شرکت چه می‌باشد؟
- ۷۷..... موارد کلیدی در انتخاب روش توزیع مویرگی چه می‌باشد؟
- ۷۸..... مزایای اصلی توزیع مویرگی چه می‌باشد؟
- ۷۹..... فروشندگان به منظور ارائه کالا به مشتریان باید چه شرایط را به اجرا بگذارند؟
- ۷۹..... فروشگاه‌ها از چه طریق با مشتریان ارتباط برقرار می‌کنند؟
- ۷۹..... هدف مدیران فروشگاه‌های از برقراری ارتباط خیر دادن، متقاعد کردن، یادآوری کردن چه می‌باشد؟
- ۸۰..... راه‌های برقراری ارتباط با مشتریان چه می‌باشد هر کدام را توضیح دهید؟
- ۸۲..... برنامه‌ریزی مکانی فروشگاه یعنی چه؟
- ۸۲..... از معیارهای اساسی و مهم در موفقیت یک فروشگاه چه می‌باشد؟
- تصمیم‌گیری در مورد استقرار محل و موقعیت فروشگاه به چند عامل بستگی دارد هر کدام را توضیح دهید؟
- ۸۲.....
- به منظور تعیین کارایی محل فروشگاه پیشنهادی، برای فروش بیشتر، چه عوامل و شاخص‌های تکمیل باید مورد توجه قرار گیرد؟
- ۸۵.....
- کسری کالاها در فروشگاه‌ها به چه صورت اتفاق می‌افتد؟
- ۸۶.....
- فروشگاه‌ها و خرده‌فروشی‌ها برای کنترل دزدان فروشگاه‌های بر روی چند محور تمرکز می‌کنند هر کدام را توضیح دهید؟
- ۸۶.....
- مراقبت‌های کنترلی و نظارتی در فروشگاه‌ها شامل چه نکاتی می‌باشد؟
- ۸۷.....

نحوه طراحی و چیدمان قفسه‌ها و ویترین‌ها در فروشگاه چه تاثیری می‌تواند بر خرید مشتریان داشته باشد؟	۸۹
رنگ‌ها چه پیام و تاثیری در رفتار مشتریان دارد هر کدام را توضیح دهید؟	۸۹
نورپردازی فضای فروشگاه به چند روش صورت می‌گیرد هر کدام را توضیح دهید؟	۹۲
بخش موسیقی در فروشگاه‌ها چه تاثیری بر مشتریان می‌گذارد؟	۹۳
ایجاد فضای معطر و دل‌انگیز چه تاثیری بر فروش بیشتر فروشگاه دارد؟	۹۳
راحت‌ترین راه برای تشخیص توسعه یافتگی و عقب ماندگی یک کشور چه می‌باشد؟	۹۴
وقتی می‌گوییم واحدی اقتصادی است، منظور چیست؟	۹۴
بنگاه‌های کوچک و متوسط را تعریف کنید؟	۹۴
در ایران چه تعریفی از بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌شود؟	۹۵
مرکز آمار ایران کسب و کارها را به چند گروه طبقه‌بندی کرده است؟	۹۵
بانک مرکزی ایران چه بنگاه‌هایی را بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌داند؟	۹۵
اتحادیه اروپا بنگاه‌های کوچک و متوسط را چگونه دسته‌بندی کرده است؟	۹۵
در آمریکا چه تعریفی از صنایع کوچک و متوسط می‌شود؟	۹۶
در آلمان چه تعریفی از صنایع کوچک و متوسط می‌شود؟	۹۶
سه ویژگی کیفی کسب و کارهای کوچک و متوسط چه می‌باشد؟	۹۶
معیارهای کمی برای تشخیص بنگاه‌های کوچک و متوسط چه می‌باشد؟	۹۶
کارکردهای بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط چه می‌باشد؟	۹۶
کشور ایران دارای چند کارگاه کوچک و متوسط می‌باشد؟	۹۷
ثروت را تعریف کنید؟	۹۷
نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط در عرصه اقتصاد منطقه‌ای چه می‌باشد؟	۹۷
تولید ناخالص داخلی یعنی چه؟	۹۸
تولید ناخالص ملی یعنی چه؟	۹۸
سراانه ملی یعنی چه؟	۹۸
ارزش افزوده یعنی چه؟	۹۸
درآمد را تعریف کنید؟	۹۸
اهمیت راهبردی بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد ملی چه می‌باشد؟	۹۸
نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط در تجارت بین‌المللی چه می‌باشد؟	۹۹
مشکلات فرا روی بنگاه‌های کوچک و متوسط در انجام تجارت خارجی چه می‌باشد؟	۹۹

- ۹۹..... سیاست‌های دولت در ارتقاء بنگاه‌های کوچک و متوسط چه می‌باشد؟
- ۱۰۰..... قوانین حاکم بر محیط کسب و کار چگونه باید عمل کند؟
- ۱۰۰..... شاخص بانک جهانی در بررسی میزان سهولت کسب و کار چه می‌باشد؟
- شاخص‌های ۱۲ گانه بانک جهانی در زمینه ارزیابی بنگاه از محیط تجاری به منظور بررسی روابط دولت و محیط تجاری اقتصادی چه می‌باشد؟
- ۱۰۱.....
- ۱۰۱..... منشاء تولید ثروت در کشور ایران در مقایسه با کشورهای با درآمد بالا چگونه است؟
- ۱۰۱..... قدرت رقابت‌پذیری چیست؟
- ۱۰۱..... شاخص‌های رقابت‌پذیری جهانی چه می‌باشد؟
- ۱۰۲..... چه عواملی باعث شده است که گرایش به صنایع کوچک و متوسط فزونی یابد؟
- ۱۰۲..... صنایع بزرگ به چه دلیلی مورد توجه سیاست‌گذاران اقتصادی می‌باشد؟
- ۱۰۲..... چه مزیت‌هایی باعث گردید توجه به صنایع کوچک و متوسط بیشتر شود؟
- ۱۰۲..... صنعت کوچک را تعریف کنید؟
- ۱۰۳..... برتری صنایع کوچک بر صنایع بزرگ چه می‌باشد؟
- ۱۰۳..... در دو دهه اخیر چه تغییراتی در بازارهای جهانی رخ داده است؟
- ۱۰۳..... نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای پن‌روز چه می‌گوید؟
- ۱۰۴..... بنگاه‌های بزرگ و کوچک از چه نوآوری‌های حمایت می‌کنند؟
- ۱۰۵..... توسعه خوشه‌ای چگونه است؟
- ۱۰۵..... آیا صرف بزرگ یا کوچک بودن بنگاه ایجاد مزیت می‌کند؟
- ۱۰۶..... سیاست‌ها و اهداف کلان، در بسیاری از کشورها به نفع چه واحدهایی می‌باشد؟
- در کشورهای ایتالیا، ژاپن، فرانسه و چند کشور جهانی صنایع کوچک چه میزان از اشتغال را به خود اختصاص دادند؟
- ۱۰۶.....
- ۱۰۷..... صنایع کوچک و متوسط حداقل از چند جنبه بر اقتصاد جهانی تأثیر می‌گذارند؟
- ۱۰۷..... صنایع کوچک و متوسط چگونه می‌توانند در نوآوری و تغییر فناوری تأثیرگذار باشند؟
- ۱۰۷..... صنایع کوچک و متوسط چگونه می‌توانند در پویایی صنعت تأثیرگذار باشند؟
- ۱۰۸..... صنایع کوچک و متوسط چگونه می‌توانند در ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد تأثیرگذار باشند؟
- سه تحول اساسی در اقتصاد جهانی که موجبات رشد فعالیت‌های بنگاه‌های اقتصادی کوچک شده است چه می‌باشد؟
- ۱۰۹.....
- ۱۰۹..... تخصصی کردن امور چه تأثیری بر فعالیت‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط دارد؟
- ۱۰۹..... منظور از خطر یا ریسک و نبود اطمینان در فعالیت‌های اقتصادی چیست؟

سیاست‌های اتخاذ شده از سوی بنگاه‌ها برای مقابله با عدم اطمینان در بازار، چه می‌باشد؟	۱۱۰
از دلایل توسعه صنایع کوچک چه بوده است توضیح دهید؟	۱۱۰
مزیت‌ها و منافع صنایع بزرگ چه می‌باشد؟	۱۱۱
مزیت و منافع اثر مقیاس انبوه در صنایع بزرگ یعنی چه؟	۱۱۱
مزیت و منافع اثر دامنه تولید در صنایع بزرگ یعنی چه؟	۱۱۲
مزیت و منافع اثر تجربه در صنایع بزرگ یعنی چه؟	۱۱۲
مزیت و منافع اثر سازماندهی در صنایع بزرگ یعنی چه؟	۱۱۲
مزیت و منافع صنایع کوچک چه می‌باشد؟	۱۱۲
مزیت و منافع اثر حمل و نقل در صنایع کوچک یعنی چه؟	۱۱۳
مزیت و منافع اندازه بازار در صنایع کوچک یعنی چه؟	۱۱۳
مزیت و منافع اثر تنظیم در صنایع کوچک یعنی چه؟	۱۱۳
مزیت و منافع مؤثر بودن در صنایع کوچک یعنی چه؟	۱۱۴
دلایل موفقیت صنایع کوچک و متوسط در کشور ایتالیا چه می‌باشد؟	۱۱۴
سیاست‌های حمایتی دولت ایتالیا در مورد کسب و کارهای کوچک و متوسط چه بوده است؟	۱۱۵
علت موفقیت صنایع کوچک و متوسط در ایتالیا چه می‌باشد؟	۱۱۵
دلایل موفقیت صنایع کوچک و متوسط در کشور اندونزی چه می‌باشد؟	۱۱۶
با توجه به تجربه کشورهای مختلف چند راهکار برای توسعه صنایع کوچک در کشور وجود دارد؟	۱۱۷
وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران چگونه است؟	۱۱۷
راهبردهای توسعه و بهبود وضعیت صنایع کوچک و متوسط در ایران چگونه است؟	۱۲۰
فهرست منابع و مآخذ	۱۲۵
نمونه‌ای از لوح‌هایی که مولف دریافت کرده است	۱۳۲

آشنایی مختصر با مؤلف

ولی‌اله جعفری متولد ۱۳۴۳ از استان مازندران شهرستان بابل بخش لاله‌آباد روستای مناسبه کلا دارای تحصیلات تکمیلی در مقطع کارشناسی ارشد با سابقه بیش از ۲۶ سال کار اجرایی در دستگاه دولتی با مسئولیت‌های مختلف از جمله: رئیس اداره بازاریابی و توسعه صادرات، رئیس اداره اطلاع‌رسانی و تجارت الکترونیکی، رئیس کمیته اشتغال و سرمایه‌گذاری، مسئول کمیته طرح و برنامه، نماینده دبیران هسته مطالعات سازمان‌های بازرگانی کشور، دبیر و عضو هسته مطالعات و... در سازمان بازرگانی سابق و در حال حاضر سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران، مدرس دانشگاه و مراکز آموزشی، مدرس بانک‌ها و موسسه‌های مالی اعتباری و مشاور بخش دولتی و سازمان‌های عمومی و شرکت‌های خصوصی، کارشناس نمونه ملی در جشنواره شهید رجایی وزارت بازرگانی در سال ۱۳۸۶، کارشناس خبره با نظر هیأت ممیزی وزارت بازرگانی در سال ۱۳۸۷، بهترین بهترین‌ها در ارائه مقالات متنوع از سوی هفته‌نامه وزارت بازرگانی در سال ۱۳۷۹، مدرس نمونه در سال تحصیلی ۹۳-۹۲، دارای بیش از ۳۰ مقاله در مطبوعات، همکاری در ۱۵ طرح پژوهشی و تحقیقاتی، مدرس بیش از ۶۰۰ کارگاه آموزشی مشتری‌مداری و غیره، دارای گواهینامه دوره‌های آموزشی معتبر در زمینه‌های مختلف بیش از ۲۸۰۰ ساعت و عضو کمیته‌ها و شوراهای و اتاق فکر و رئیس کارگروه اقتصاد مقاومتی در داخل و خارج از سازمان می‌باشد.

حال با این نگاه اجمالی از مؤلف در صورتی که مدیران بنگاه‌های اقتصادی در بخش‌های خصوصی و دولتی، بانک‌های دولتی و خصوصی، موسسات مالی و اعتباری، اتاق‌های بازرگانی و تعاون، خانه صنعت و معدن، اتاق اصناف و اتحادیه‌ها با توجه به سوابق مؤلف، علاقه‌مند به مشاوره و برگزاری دوره‌های مشتری‌مداری، بازاریابی، فروش، مدیریت و... و همچنین مراکز دانشگاهی و آموزشی نیاز به مدرس در موارد مذکور را داشته باشند، می‌توانند با شماره همراه: ۰۹۳۸۱۹۵۵۴۱۵-۰۹۱۱۶۷۲۹۳۴۰- ولی‌اله جعفری، مؤلف کتاب‌های ((۱- با پول یک ساندویچ ثروتمند شوید مشتری‌مداری ۲- اخلاق کار رمز موفقیت ۳- کسب و کار موفق چگونه ۴- مشتری چک سفید ۵- مدیریت کسب و کار ۶- بازاریابی حضور دائمی در

بازار داخلی و خارجی ۷- فروش چشمه پول و دریای ثروت ۸- برند، تبلیغات، توزیع چشمه جوشان ثروت ۹- رمز موفقیت خرده فروشان مغازه داران و صاحبان فروشگاه)) تماس حاصل نمایند.

www.ketab.ir

نگاهی به اقتصاد مقاومتی

سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

در ابتدا شایسته است بدون مقدمه، متن ابلاغیه با خیر و برکت رهبر معظم انقلاب به روسای قوای سه‌گانه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام در این خصوص ارائه گردد:

بسم الله الرحمن الرحيم

ایران اسلامی با استعدادهای سرشار معنوی و مادی و ذخائر و منابع غنی و متنوع و زیرساخت‌های گسترده و مهم‌تر از همه، برخورداری از نیروی انسانی متعهد و کارآمد و دارای عزم راسخ برای پیشرفت، اگر از الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی که همان اقتصاد مقاومتی است، پیروی کند، نه تنها بر همه مشکلات اقتصادی فائق می‌آید و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام عیار در برابر این ملت بزرگ صف‌آرایی کرده، به شکست و عقب‌نشینی وامی‌دارد، بلکه خواهد توانست در جهانی که مخاطرات و بی‌اطمینانی‌های ناشی از تحولات خارج از اختیار، مانند بحران‌های مالی، اقتصادی، سیاسی و... در آن روبه افزایش است، با حفظ دستاوردهای کشور در زمینه‌های مختلف و تداوم پیشرفت و تحقق آرمان‌ها و اصول قانون اساسی و سند چشم‌انداز بیست ساله، اقتصاد متکی به دانش و فناوری، عدالت بنیان، درون‌زا و برون‌گرا، پویا و پیشرو را محقق سازد و الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد.

اکنون با مذاقه لازم و پس از مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی که در ادامه و تکمیل سیاست‌های گذشته، خصوصاً سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و با چنین نگاهی تدوین شده و راهبرد حرکت صحیح اقتصاد کشور به سوی این اهداف عالی است، ابلاغ می‌گردد.

لازم است قوای کشور بی‌درنگ و با زمان‌بندی مشخص، اقدام به اجرای آن کنند و با تهیه قوانین و مقررات لازم و تدوین نقشه راه برای عرصه‌های مختلف، زمینه و فرصت مناسب برای نقش‌آفرینی مردم و همه فعالان اقتصادی را در این جهاد مقدس فراهم آورند تا به فضل الهی، حماسه اقتصادی ملت بزرگ ایران نیز همچون حماسه سیاسی در برابر چشم جهانیان رخ نماید. از خداوند متعال توفیق همگان را در این امر مهم خواستارم.