

یک شرکت هندی برنامه‌ای با عنوان TrackMyPhones عرضه کرده که موقعیت مکانی افراد را در پیام رسان واتس‌اپ نمایش می‌دهد.
یک شرکت نوپای هندی از عرضه یک نرم افزار تلفن همراه خبر داده که با استفاده از آن می‌توان موقعیت مکانی گوشی‌ها را از طریق برنامه واتس‌اپ ردیابی کرد. این برنامه به خصوص برای افرادی قابل استفاده است که آشنایی چندانی با فناوری ندارند و نمی‌توانند از برنامه های موقعیت یاب یا خدمات جی پی اس استفاده کنند. برنامه مذکور برای کمک به سانحه دیدگان و واکنش سریع به بلایای طبیعی نیز قابل استفاده است.
به گزارش اپتنا از فارس، برنامه مذکور به گونه‌ای طراحی شده که دسترسی به اطلاعات آن تنها برای دوستان نزدیک و اعضای خانواده ممکن باشد و حریم شخصی و امنیت افراد در زمان استفاده از آن حفظ شود.
استفاده از برنامه یادشده بسیار ساده است و پس از نصب آن تنها با صدا درآوردن یک صدای آژیر خاص، یا قرار دادن گوشی در حالت لرزش یا ویبره یا روشن کردن نور فلاش آن، اطلاعات موقعیت مکانی در واتس‌اپ نمایش داده می‌شود.
همچنین می‌توان از طریق این برنامه اطلاعات شارژ باتری را هم در واتس‌اپ به اشتراک گذاشت.
برنامه یادشده در قالب گروه‌های گپ واتس‌اپ هم قابل استفاده است و تنها افرادی می‌توانند داده‌های آن را به اشتراک بگذارند که در فهرست تماس هم حضور داشته باشند.
همچنین فعال کردن فرامین این برنامه مستلزم وارد کردن کدهای رمز ۴ رقمی است.

حکم صداوسیما برای فیلتر سایت‌های دانلود فیلم غیرقانونی است

◆ گروه فناوری //

آذری جهرمی با اعلام این‌که فیلتر سایت‌های دانلود فیلم به درخواست صداوسیما بوده است، تأکید کرد: از نظر ما این حکم فاقد اعتبار قانونی است و صدمه بسیاری به تولید محتوا و این بازار در کشور می‌زند اما ما اختیار قانونی در

این زمینه نداریم.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با انتقاد از عملکرد صداوسیما برای درخواست فیلتر سایت‌های دانلود فیلم تأکید کرد: از نظر ما این حکم فاقد اعتبار قانونی است و صدمه بسیاری به تولید محتوا و این بازار در کشور می‌زند اما ما اختیار قانونی در این زمینه نداریم.

به گزارش اپتنا از ایسنا، محمد جواد آذری جهرمی عصر دیروز در جریان سفر استانی به یزد در جمع دانشجویان دانشگاه یزد با اشاره به اینکه در عصر دیجیتال هستیم، گفت: عصر دیجیتال و اقتصاد دیجیتال عصر جوانان است.

وی به تأثیر فناوری اطلاعات در تمام ابعاد زندگی اشاره کرد و افزود: حمل‌ونقل، کشاورزی، عمران، برق و به‌نوعی اکثر رشته‌های در حال تحصیل دانشجویان درگیر تحول دیجیتال است و خدمات مختلفی توسط فناوری اطلاعات در این حوزه‌ها ارائه می‌شود.

آذری جهرمی با اشاره به اینکه ۷۰ درصد هزینه‌های اپراتورها ارزی و درآمد آن‌ها به‌صورت ریالی است، افزود: با توجه به ۳ برابر شدن قیمت ارز، تعرفه‌های ارتباطی باید بیش از ۲ برابری می‌شد اما با برنامه‌های ریاضتی که با همکاری اپراتورها انجام شد، تنها تعرفه ۷ درصد افزایش پیدا کرد.

آذری جهرمی با اشاره به ۱۰ برنامه ریاضتی برای اپراتورها، تأکید کرد: یکی از این اقدامات عدم پرداخت ۸۰۰ میلیارد تومان هزینه تبلیغات سالانه به صداوسیما برای کاهش هزینه‌ها و پایین نگه‌داشتن تعرفه خدمات بود. آذری جهرمی توسعه در عرصه فضایی را نیز یکی از اولویت‌های وزارت ارتباطات عنوان کرد و گفت: توسعه در عرصه فضایی با فعالیت جوانان در این حوزه با شدت در حال انجام است.

وزیر ارتباطات به اعلام رضایت مردم از اقدامات وزارت ارتباطات در نظرسنجی‌های انجام‌شده اشاره کرد و گفت: این موفقیت یک رمز داشته

که آن هم حضور یک تیم جوان در مدیریت‌های وزارت ارتباطات در کنارم بوده که نشان می‌دهد اکسیر جوانی از نظر مردم نمره خوبی گرفته است و اگر در سایر مسئولیت‌ها نیز رعایت شود شرایط درخشان‌تر و آینده‌کشور روشن‌تر می‌شود.

وی افزود: مسئولیت از طرف شما مردم به امانت گردن ما است و تلاش کرده‌ایم که آن را به سرانجام برسانیم.

آذری جهرمی در ادامه این نشست در پاسخ به سؤالات تعدادی از دانشجویان دانشگاه یزد درباره فیلترینگ سایت‌های دانلود فیلم و تلگرام در کشور با اشاره به قانون جرائم رایانه‌ای و تأکید بر اینکه فیلترینگ در کارگروه تعیین مصادیق تصمیم‌گیری می‌شود، گفت: این کارگروه ۶ عضو دولتی و ۶ عضو غیردولتی دارد که وزیر ارتباطات نیز یک عضو این کارگروه است.

وزیر ارتباطات تأکید کرد: وزیر ارتباطات، وزیر ارتباطات است نه قطع ارتباط و تنها در این کارگروه یک رأی دارد.

وی به سپردن مسئولیت صوت و تصویر فراگیر به صداوسیما در سال ۹۴ اشاره کرد و افزود: از همان زمان این موضوع مطرح شد که هم صوت و تصویر فراگیر معنی شود و هم منظور از نظارت و صدور مجوز مشخص شود که مجلس یا شورای عالی فضای مجازی باید به این موضوع وارد شوند.

آذری جهرمی با اعلام این‌که فیلتر سایت‌های دانلود فیلم به درخواست صداوسیما بوده است،



تأکید کرد: از نظر ما این حکم فاقد اعتبار قانونی است و صدمه بسیاری به تولید محتوا و این بازار در کشور می‌زند اما ما اختیار قانونی در این زمینه نداریم.

وزیر ارتباطات از پیگیری برای اصلاح این قانون خبر داد و با عنوان اینکه ما انتخاب می‌کنیم ولی مطالبه نمی‌کنیم، از دانشجویان خواست که اصلاح این قانون را از قانون‌گذاران مطالبه کنند.

وی در پاسخ به سؤالی درباره اجرای طرح رجیستری و مشکلات آن نیز با اشاره به اینکه با اجرای این طرح قاچاق گوشی نزدیک به صفر شد، افزود: بر اساس قانون هر مسافر می‌تواند تا سقف ۸۰ دلار کالا از جمله گوشی وارد کند که همین حقوق قانونی مسافر زمینه سوءاستفاده می‌شد.

آذری جهرمی به برنامه وزارت ارتباطات درباره اشتغال اشاره کرد و گفت: طرح نوافرین و ایجاد ۶۸ هزار شغل با حمایت از کسب‌وکارهای نوپا از برنامه‌های وزارت ارتباطات است.

وی در پاسخ به سؤالی درباره هزینه بالای مکالمات و اینترنت در اربعین نیز افزود: وزارت ارتباطات از مدت‌ها پیش با طرف عراقی برای صفر کردن هزینه رومینگ دو طرف مذاکراتی را انجام داد اما طرف عراقی قبول نکرد و به دلیل هزینه بالای رومینگ در کشور عراق، وزارت ارتباطات بارها اعلام کرد که زوار اربعین از سیم‌کارت عراقی در عراق استفاده کنند.

وزیر ارتباطات درباره خدمات ارزش‌افزوده و

سناریوی جدید دزدی از حساب بانکی شما!



◆ گروه فناوری //

در نمونه‌ای از این کلاهبرداری‌ها، ناگهان مبلغی پول به حساب شما واریز می‌شود! مدتی بعد کلاهبردار با شما تماس می‌گیرد و ادعا می‌کند که وجه را اشتباهی برایتان واریز کرده و از شما درخواست می‌کند که وجه را برایش برگردانید. شما هم ممکن است تحت تأثیر سخنان او و این‌که در شرایط بدی قرار گرفته درنهایت وجه را به شماره کارتی که

او ذکر می‌کند بازگشت بدهید.

این روزها شاهد انواع کلاهبرداری در فضای اینترنتی هستیم اما یک نمونه از این کلاهبرداری‌ها که متأسفانه قربانیان زیادی هم داشته، از طریق انتقال وجه به حساب بانکی شماست؛ مثلاً ناخواسته و بدون این‌که اطلاع داشته باشید، مبلغی به حساب بانکی شما واریز می‌شود و بعد شخصی با شما تماس می‌گیرد و ادعا می‌کند به اشتباه، مبلغ را به حساب بانکی شما واریز کرده و از شما می‌خواهد پول را به حساب دیگری واریز کنید و به این ترتیب شما به کلاهبردار کمک کرده‌اید. به گزارش اپتنا از ایسنا، اخبار و هشدارهایی که این روزها می‌شنویم باعث شده تا کاربران به این فکر کنند که باید بیش ازپیش مراقب کلاهبرداری با سوء استفاده از شماره کارت یا شماره

واریز می‌کند و شما به کلاهبردار برمی‌گردانید. در برخی موارد حتی شما وجه را به یک مغازه که کلاهبردار در آن منتظر خرید طلاست واریز می‌کنید. بنابراین هیچ اثری از او باقی نخواهد ماند و شما و طلا فروش مسئولیت جرم را خواهید داشت.

یعنی شما غافل از این هستید که این فرد کلاهبردار قبلاً جنسی را فروخته و از خریدار هم پولش را دریافت کرده، تا آن جنس را برایش

بفرستد. در حالی که شماره حساب یا شماره کارت شما را به خریدار داده و پول هم به حساب شما واریز شده است و قصد تحویل جنس را ندارد. یا واضح‌تر بگوییم اصلِ جنسی وجود ندارد.

چگونه از این کلاهبرداری جلوگیری کنیم؟

یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات درباره این شیوه از کلاهبرداری به ایسنا گفت: درواقع کلاهبردار فقط می‌خواهد بدون این‌که شناسایی بشود، پول را به جیب بزند و جنس مورد نظر را هم تحویل خریدار ندهد؛ اکنون از شما می‌خواهد آن وجه را برایش واریز کنید اما در یک فروشگاه دیگر مثلاً در یک طلافروشی در حال خرید جنس دیگر و منتظر واریز پول مورد نظر از طرف شماست. در این شرایط او شماره حساب یا شماره کارت طلا فروشی را به شما می‌دهد

بررسی تاثیر عوامل وفاداری خرده فروشان به شرکتهای توزیع محصولات

◆ گروه فناوری //

با گذر از اقتصاد سنتی و شدت یافتن رقابت در ابعادی نوین، مشتری به صورت رکن اصلی و محور تمام فعالیتهای سازمان در می‌آید. به نحوی که از دیدگاه رقابتی، بقا و تداوم حیات سازمانها در گرو شناسایی و جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان موجود میباشد.

با توجه به اینکه شرکت های توزیع کالا در زمره شرکت های خدماتی به شمار می‌آیند و عمده فعالیت آنها نیز در ارتباط مستقیم با خرده فروشان است، لذا این شرکت ها توجه زیادی به مقوله رضایت و وفاداری مشتریان دارند. لازم به ذکر است که از میان عوامل مؤثر بر وفاداری، روش های برقراری ارتباط صمیمانه و دوستانه با مشتریان بیشترین تأثیر را بر وفاداری آنها دارد. همچنین عواملی نظیر روشهای تشویقی و فرآیند ثبت سفارش کالا از جمله عواملی هستند که از یک سو بر وفاداری مشتریان تأثیر گذاشته و از سوي دیگر به طور غیرمستقیم با افزایش رضایتمندی منجر به افزایش وفاداری مشتریان میگردد.

به علاوه برخی از روش ها نظیر برقراری ارتباط صمیمانه و اقدامات رقبا فقط بر وفاداری مشتریان مؤثر هستند و رابطه خاصی با رضایت مشتریان ندارند. در مقابل دو مؤلفه قیمت گذاری سبک کالایی شرکت و فرایند تحویل کالا به طور غیر مستقیم با ایجاد رضایتمندی در مشتریان سبب وفاداری شده و رابطه مستقیمی با وفاداری ندارند.

در بازار رقابتی کنونی سودمندترین و مناسب ترین راهبرد برای سازمانهای تولیدی یا خدماتی مشتری مداری است. در واقع هر سازمانی موظف است خود را در آینده وجود مشتری دیده و تلاش نماید که در محیط پر از رقابت، خواسته ها و تمایلات مشتریان خود را درک نموده و رضایت مشتری را از سازمان تأمین نماید(کاتلر، ۱۳۸۸). که در این خصوص به طور مسلم شرکتهای پخش و توزیع نیز از این قاعده مستثنی نمی باشند. حفظ مشرتي و ارتباط دائم با شرکتهای به اشکال مختلف ضروری است، زیرا مشتری مهمترین سرمایه این شرکتهای به شمار می رود و از آنجایی که انتظارات مشتریان به طور دائم در حال افزایش است، سازمانها ملزم هستند تا با تأمین انتظارات مشتریان، از ارضای نیازهاي اولیه آنها فراتر رفته و کانون توجه خود را به ایجاد وفاداری از طریق ایجاد ارتباطی بلندمدت، دوجانبه و سودآور برای هر دو طرف معطوف نمایند.
بال معتقد است که مشتریان روابطی با ارائه کنندگان خدمات برقرار می نمایند، این روابط میتواند ساده و مستقیم و یا پیچیده و ادراکی باشد(Ball، ۲۰۰۴). وفاداری مشرتي به عنوان یک متغیر نوظهور در معاملات بازاریابی در واقع منعکس کننده تصویری مثبت از سازمانها در سطح بازار بوده و در نتیجه، نقش به سزایی در جلب مشتریان جدید خواهد داشت(شاهین، ۱۳۸۹). این عامل همچنین نقشی حیاتی در عملکرد سازمانهای خدماتی بازی می نماید.

از دست دادن یک مشتری، چه به طور قطعی و چه در قالب کاهش نرخ خرید دوباره، مستلزم کاهش در حجم فروش است و این امر به این معنی است که مشتریان جدید باید به اجبار، حتی از طریق فعالیت های بازار خیلی متمرکز، جذب شوند.

در این بین شرکتهای پخش و توزیع کالا که در عرصه خدمات فعالیت میکنند مانند سایر سازمانها به اهمیت توجه به مشتری و ارضای نیاز ي به طور کامل واقف میباشدند. از آنجایی که توزیع فعالیتي است که معمولاً بیش از ۳۰ درصد از فروش را در هر مؤسسه بازرگانی به خود جذب میکند. خدمات تأمین و پشتیبانی که از طریق یک مؤسسه توزیعی ارائه میگردد، عنصری حیاتی در تأمین خدمات لازم برای مشتریان بوده و در راهبرد رقابتی هر سازمان اقتصادی، یکی از عناصر اساسی به حساب میآید(روستا، ۱۳۸۸)؛ لذا با توجه به اهمیت صنعت پخش در چرخه اقتصادی کشور و همچنین اهمیت مشتری به عنوان سرمایه اصلی، سازمانها و شرکتهای پخش سعی در ارتقاء فروش و ارائه خدمات بهتر به مشتریان داشته و با ایجاد یک رابطه برد-برد با مشتریان دامنه فعالیت خود را توسعه دهند.

یکی از عوامل مهم و پایه ای در وفاداری مشتریان احساس رضایتي است که در آنها ایجاد میشود. این رضایتمندی خود از سنجش منطقی بین وجوه پرداختی با انتظارات مشتری ناشی میشود، به عبارت دیگر در رضایت مندي بحث از رفتار منطقی مشتری است. اما در خصوص وفاداري که عبارت است از: رفتار تکرار خرید مشتری در آینده، علیرغم تلاشهای بازاریابی رقبا است. مشتری به دلیل وفاداري ممکن است حتی پرداخت اضافی در قبال محصول یا خدمت ارائه شده داشته باشد، این امر بیانگر بروز رفتارهاي است که گاهی ممکن است دلیل منطقی برای آنها نتوان بیان نمود. به عبارت دیگر یک دسته از عوامل به طور مستقیم بر وفاداری مؤثر هستند و دسته دیگر به طور غیرمستقیم با ایجاد رضایت در مشتریان، وفاداری ایشان را سبب میشوند.

دکتر بهنام شکیب استاد بازرگروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور مرکز بین الملل قشم، ایران
Bhsh.iris@yahoo.com

سبحان کریمی، دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی گرایش داخلی، دانشگاه پیام نور مرکز بین الملل قشم، ایران
۱۷۲@Sobhankarimi@gmail.com

- ◆ منابع:
- ۱- کاتلر، فیلیپ، "اصول بازاریابی"، ترجمه فروزنده، بهمن، نشر آموخته، ۱۳۸۸.
- ۲- آرش، شاهین الگوها و مفاهیم، مشتری وفاداری، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان، ۱۳۸۹
- ۳- روستا، احمد، "مهمترین تفاوتهاي خدمت با کالا در مدیریت بازاریابی"، ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره ۵
- ۴- Ball D. ,Coelho P. S. ,Machas A. , "The role of communication and trust- in explaining customer loyalty : An extension to the ECSI model", European Journal of Marketing, Vol ۳۸, No. ۲, pp. ۲۲۷۲-۲۲۹۳, ۲۰۰۴.

آگهی شرکت‌های تعاونی سراسر هرمزگان در صبح ساحل

تلفن پذیرش: ۰۱۰۵-۳۲۲۴۱۴۶۲