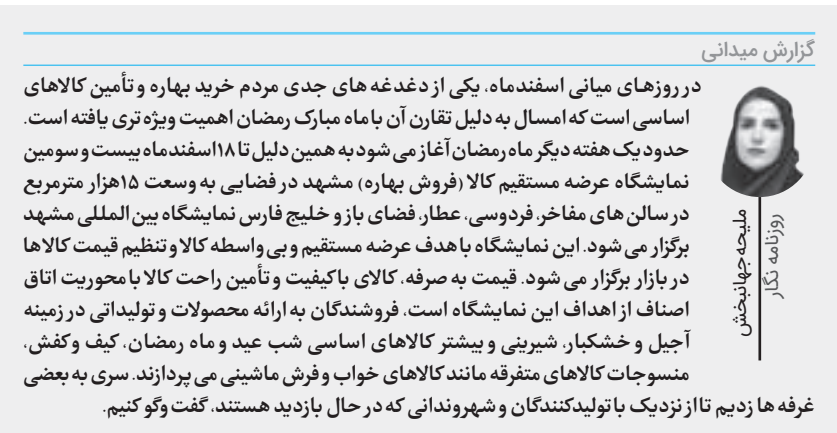


فرصت نمایشگاه بهاره برای خرید به صرفه

شهرآرا از نمایشگاه عرضه مستقیم کالا در مشهد گزارش می دهد



● مزیت نمایشگاه، جذب مشتری است وارد محوطه نمایشگاه می شویم تعداد زیادی از غرفه ها به ارائه تولیدات لبنی، شیرینی و شکلات، عسل و خرما و تعدادی نیز در حال فروش گل وگیاه و ظروف هفت سین و سفال های تزئینی هستند. سراغ یکی از غرفه های فروش عسل و خرما می رویم، درباره اختلاف قیمت محصولات با بازار می پرسیم، می گوید: ۳۰ درصد کمتر از قیمت بازار می فروشیم، به شیشه کوچک عسل روی میزآشاره می کند وادامه می دهد: مثلا همین ظرف عسل در بازار ۴۵۰هزار تومان است و در این نمایشگاه با قیمت ۲۵۰هزار تومان عرضه کرده ایم.

● تنوع آجیل، قیمت لوکس تا اقتصادی وارد یکی از سالن های عرضه مواد غذایی، آجیل و شیرینی می شوم. در همان بدو ورود زرق و برق شکلات های رنگارنگ و آجیل ها زیر نور چراغ ها، خوش رنگ و لعاب به نظر می رسند. اولین فروشنده آجیل می گوید: قیمت آجیل لوکس ۵۴۰هزار تومان و آجیل اقتصادی هم ۲۵۰هزار تومان است. شیشه های پلمپ شده ای از نمونه محصولات مختلف که قیمت گذاری شده اند، دراین باره توضیح می دهد: اتحادیه بر روی محصول قیمت گذاری کرده است ولی من فروشنده شانس آوردم که یک ماه پیش خرید کردم و با این قیمت ضرر نمی کنم، چون در بعضی موارد مثل قیمت فندق از یک ماه پیش کیلویی ۱۰۰هزار تومان بیشتر شده است. درباره کهنه نبودن آجیل ها از اومی پرسم که پاسخ می دهد: مشتری می تواند امتحان کند.

آجیل فروشی دیگری که در همان حوالی است قیمت آجیل لوکس را ۳۴۰هزار تومان زده است. درباره کیفیت آجیلی که عرضه کرده است و اختلاف قیمت آن با بازار سؤال می کنم که می گوید: ما آجیل اقتصادی در نمایشگاه عرضه کرده ایم تخمه و بادام زمینی اضافه می کنیم که فروش بیشتری داشته باشیم. در بازار همین آجیل را با قیمت ۳۶۰هزار تومان

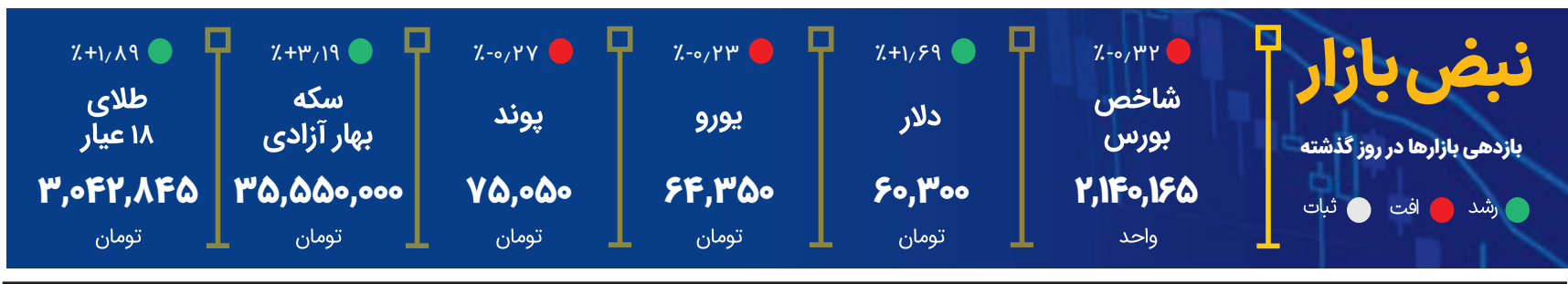


عکس: محمد حسین صوفیانی/شهرآرا

تومان با بازار متفاوت است. این تولیدکننده که پیش از ۴۰سال است در این زمینه فعالیت دارد، ادامه می دهد: ما تولیدکنندگان باسود کم هم بفروشیم ضرر نمی کنیم اما درخواست جدی ما حمایت است. تسهیلات برای تولید و مالیات های دارایی برای تولیدکنندگان از موانع جدی است.

● تنوع زیاد محصولات، مزیت نمایشگاه به سراغ خانواده پنج نفره ای که سه فرزند دارند می روم تا نظر آن ها را درباره نمایشگاه و قیمت ها بپرسم. مادر خانواده می گوید: به نظر من قیمت ها تفاوت آن چنانی با بازار ندارد اما همین که تنوع محصولات زیاد است و خانوادگی می توانیم، در فضای گرمی خرید کنیم، مزیت است. از زوج جوانی که یک فرزند روی کالسکه دارند و در حال خرید از یک غرفه پروتئینی هستند درباره کیفیت محصولات می پرسم که می گویند: بعضی کالاها برای خرید صرفه اقتصادی دارد و بعضی هم ندارد. مثلا شکلات و شیرینی خوب بود اما برای آجیل به هر غرفه ای سر زدیم آجیل کهنه عرضه کرده اند.

● ۲۰تا ۳۰درصد تخفیف در کالاهای اساسی رئیس اتاق اصناف مشهد در گفت وگو با شهرآرا با بیان اینکه عرضه کالاهای اساسی به طور میانگین ۲۰درصد زیر قیمت بازار است، می گوید: تخفیف ها بر اساس قیمت کارشناسی شده و نوع کالا است. به عنوان مثال پوشاک تا ۳۰درصد زیر قیمت بازار و کالاهای اساسی تا ۲۰درصد زیر قیمت بازار ارائه می شود. هادی مخملی با اشاره به اینکه با استقبال خوبی از سوی فروشنندگان و تولیدکنندگان روبه رور شده ایم، بیان می کند: با اینکه سالن اضافه کردیم و در محوطه



فتر قیمت سکه دررفت

قیمت طلا و سکه پیش بینی ناپذیر شد

نایب رئیس سابق اتحادیه طلا و جواهر در گفت وگو با خبرنگارلاین گفت: بازار هر روز در حال تغییر است و قیمت ها در حال افزایش هستند. باتوجه به تعدد متغیرهای تأثیرگذار و افزایش شدید عوامل مؤثر در بازار، واقعا امکان پیش بینی بازار وجود ندارد. محمد کشتی آرای در توضیح این مطلب افزود:

روز گذشته بازار سکه، درست به فاصله یک روز از برگزاری حراج ربع سکه توسط بانک مرکزی بارشد درخور ملاحظه قیمت هاروبه روشد. قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی با افزایش ۹۰۰هزار تومانی از ۳۵میلیون تومان عبور کرد تا سد مقاومتی این کالای سرمایه گذاری شکسته شود.



پیش از این دو عامل، قیمت دلار در ایران و نرخ جهانی طلا برای رصد بازار مهم بودند اما حالا عوامل بسیار پیچیده شده و همان طور که اقتصاد ایران به دلیل تحریم و تشدید تحریم پیش بینی شدن نیست، بازار نیز پیش بینی ناپذیر شده است. وی جنگ خاورمیانه، انتخابات آمریکا، وضعیت جنگ اوکراین و ... را از جمله عوامل مؤثر بر بازار



دلار از ۶۰هزار تومان عبور کرد

صدای بورس! قیمت دلار روز گذشته از ۶۰هزار تومان گذشت و به ۶۰هزار و ۳۰۰تومان رسید. بررسی ها از بازار ارز حکایت از رشد تقاضا و تعداد کم فروشنندگان دلار در معاملات روز گذشته دارد. بررسی های به عمل آمده از بازار از گویای آن است که سطح تقاضا در معاملات آزاد ارزی همچنان زیاد است. بانزدیک شدن به روزهای پایانی سال افراد با اهداف گوناگونی نظیر انجام مسافرت های خارجی و تغییر شکل عیدی و پاداش خود به ارز طلا، سطح کلی تقاضا در بازارهای دارایی را بالایی برند. علاوه بر آن، وجود انتظارات تورمی نسبت به معاملات سال جدید نیز از جمله عواملی است که موجب بالا رفتن دست متقاضیان می شود. امسال بازار ارز عمدتا در شرایط کم بازده به سر می برد، به طوری که ارزوهای میانی تابستان تا انتهای بهمن، سود سپرده بانکی از بازدهی ارز بالاتر بود. همین امر سبب شده است برخی فعالان بازار رشد نرخ ارز در بازار اسفندماه را در راستای جبران این عقب افتادگی بدانند. در مجموع می توان گفت که رفتار نرخ ارز در روزهای اخیر نشان داده است که بازار پتانسیل افت قیمت ندارد. البته این یاد نظر گرفتن تشدیدنشدن حضور بازارساز در بازار و همچنین انتشارنهایتن سیگنال مثبت جدید است.



احتمال افزایش رقم وام بانزشتگان

تسليم اترئيس كانون بانزشتگان تأمين اجتماعى تهران درارتباط باافزايش وام بانزشتگان در سال ۱۴۰۳ توضيح داد. على دهقان کيا در ارتباط با وام بانزشتگان تأمين اجتماعى گفت: در سال ۱۴۰۲ ميزان وام بانزشتگان از ۱۲ميليون تومان ۱۴۰۱ به ۲۰ميليون تومان افزايش پيدا کرد. وام اشاره شده باکارمزد ۴ درصد و بدون سود به بانزشتگان پرداخت مى شود. دهقان کيادارتباط با نحوه ثبت نام و دريافت وام بانزشتگان گفت: بانزشتگان مى توانند با مراجعه به سايت کانون هاى بانزشتگى در هر استان، به منظور ثبت نام و در ادامه براى دريافت وام اشاره شده اقدام کنند. رئيس کانون بانزشتگان تأمين اجتماعى تهران در ارتباط باافزايش وام بانزشتگان در سال ۱۴۰۳ بيان کرد: اين موضوع در هيئت مديره سازمان تأمين اجتماعى مطرح شده است و به احتمال زياد وام بانزشتگان در سال آينده افزايش پيدا مى کند. وى درباره ميزان افزايش وام گفت: پيش بينى مى شود وام بانزشتگان تأمين اجتماعى از ۲۰ ميليون به ۳۰ ميليون افزايش پيدا کند.

توليد موبایل به نام نوکیا در ایران

مهرا معاون وزير صمت گفت: باتوجه به شرايط تحریمى، اگر شرکت توليدکننده نوکیا در ايران مجوزهاى لازم را دريافت کند، استفاده از نام برند خارجى در رابطه با اين واحد ثقلب نيست. مهدى برادران در پاسخ به سؤالى در رابطه با نامه سفير فنلاند درباره توليد موبایل تقلبى با نام نوکیا، گفت: اين الزام وجود ندارد که واحد ها به طور رسمى ضمانت نامه شرکت خارجى را ارائه کنند. اين شرکت ها عموما در حال مونتاژ کالا هستند. حتى اگر کشور مقصد نامه اى هم ارسال کرده باشد باتوجه به اينکه اين کشورها ايران را تحریم کرده اند، نظر آن ها براى ما مهم نيست و ما تعهدى به آن ها نداريم. اگر محصول استاندارد باشد مى تواند مجوز توليد دريافت کند و نمى توانيم از آن ها بپرسيم که چگونه تحریم را دور زده اند.

تخفيف ۱۰ تا ۱۵درصدى محصولات لبنى

باشگاه خبرنگاران اسخنگوى انجمن صنايع لبنى گفت: باتوجه به آستانه ماه رمضان، محصولات لبنى در ميادين ميوه و تره بار با تخفيف حدود ۱۰ تا ۱۵درصدى عرضه مى شود. سيد محمد رضا بنى طبا از ثبات قيمت لبنيات تا پايان ماه رمضان خبر داد و گفت: اگر مؤلفه هاى توليد از جمله شير خام، حقوق ودستمزد و محصولات پتروشيمى افزايش چشمگيرى داشته باشند، قيمت محصولات لبنى بعد از ماه رمضان تغيير مى کند، در غير اين صورت افزايش قيمتى نخواهيم داشت.

تورق اقتصادی

مدیریت استراتژیک بازار

نویسنده: دیوید آکر



در دوره ای به سر می بریم که به علت سرعت زیاد تغییرات، بازارها بی ثبات شده اند و پیش بینی تغییرات و پاسخ به آن ها بسیار سخت شده است. این تغییرات شامل شرایط جدید سیاسی و اقتصادی، فناوری های جدید، تأثیر شبکه های اجتماعی، ظهور کسب و کارهای جدید، رفتارها و علاقه مندی های نسل جوان و... است.

از طرفی امروزه محصولات و پیشنهاد های بسیار متنوع با سرعتی باورنکردنی و به آسانی در اختیار مشتریان قرار می گیرد و حق انتخاب مشتری را افزایش می دهد. در چنین شرایطی مشتری کدام پیشنهاد ها را مدنظر قرار خواهد داد و در نهایت کدام را انتخاب خواهد کرد؟ سازمان هایی در این محیط رقابتی و در حال تغییر باقی می مانند و رشد خواهند کرد که آمادگی شناخت، تحلیل و پاسخگویی به این تغییرات را داشته باشند.

بنابراین کشف بموقع فرصت ها و تهدید ها بسیار مهم است. در بین واحدهای مختلف سازمان، هیچ واحدی مانند واحد بازاریابی به اطلاعات، مشتریان، رقبا و روندهای محیطی دسترسی ندارد. درواقع، واحد بازاریابی اطلاعات لازم برای برنامه ریزی استراتژیک را فراهم می کند و نقش کلیدی در تصمیم گیری ها دارد. شرکت ها برای اینکه از عهده چالش های بازارهای پویا و پرفرقابت بر بیایند به استراتژی های مشتری محور و خلاق نیاز دارند. کتاب «مدیریت استراتژیک بازار» دیدگاهی مشتری محور دارد و معتقد است که تمام استراتژی ها برای موفق بودن باید ارزش پیشنهادی معناداری برای مشتریان داشته باشند. دیوید آکر در این کتاب مدیران و دانشگاهیان را با چالش های بازارهای امروزی آشنا و آن ها را برای رویارویی با این چالش ها راهنمایی می کند.

از جمله مباحثی که در این کتاب مطرح می شود، تعریف استراتژی کسب و کار، تحلیل مشتری، تحلیل رقیب، تحلیل بازار، تحلیل محیط، توسعه و پیاده سازی استراتژی، مفهوم مزیت رقابتی پایدار، معرفی و توصیف ارزش های پیشنهادی گوناگون، ایجاد رابطه عمیق با مشتری، خلق کسب و کارهای جدید، استراتژی های جهانی و... است.

