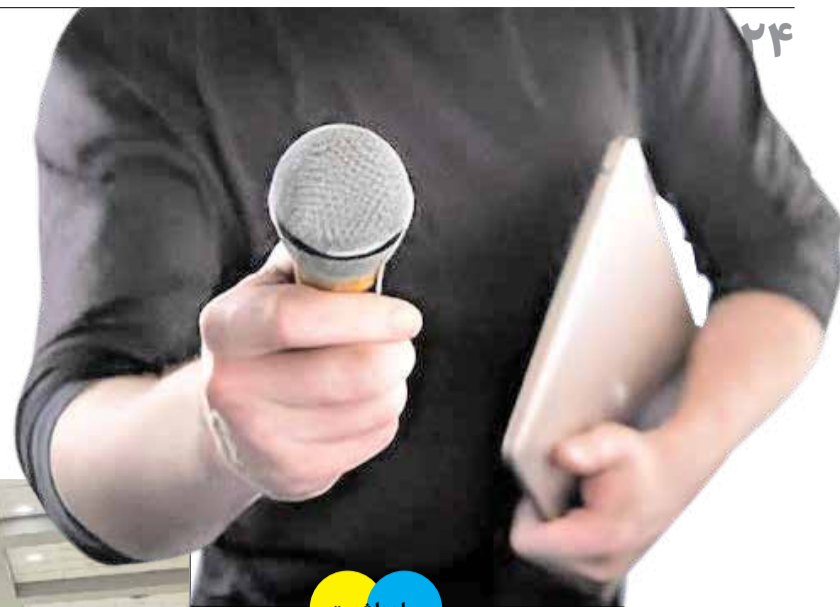


فناوری و رسانه



یادداشت

چرا شناخته شده‌ها مصاحبه نمی‌کنند؟

ونوس بهنود

دبیر تحریریه

vbehnood@gmail.com

«می‌خواستیم در مورد فلان و بهمان موضوع نظر شما را بدانیم. نه مورد خاصی نیست، ولی به عنوان کارشناس و فعال در این حوزه خواستیم مصاحبه‌ای داشته باشیم.»

این وضعیت انفعالی برای اصحاب رسانه دردی است که می‌توان گفت هر خبرنگاری تجربه کرده است؛ افتادن دنبال مدیر و مسئول برای گرفتن دو خط مصاحبه آن هم در حالی که می‌تواند پاسخ را جانبدارانه، محافظه کارانه و کلی بدهد. غیبت شناخته شده‌ها در عرصه رسانه به صنف خاصی مرتبط نیست. می‌تواند سیاستمدار باشد، بازیگر باشد، استاد دانشگاه باشد و حتی کارشناس یک اداره کل. بعد زمانی که کارکردی دارد، دوباره از رسانه بهره‌برداری کند. نگاه به رسانه به‌ویژه برای شناخته شده‌ها کشاندن میکروفن و قلم به دنبال خود است. در حالی که ممکن است زمانی به همت همان قلم به این درجه از معروفیت و احتمالاً محبوبیت دست یافته باشد.

مشابه چنین تجربه‌ای را در نمایشگاه کتاب امسال بیشتر از سال گذشته داشتم. نه تنها از بین ناشران و نویسندگان داخلی بلکه از میهمانان خارجی نیز از مصاحبه خودداری می‌کردند، آن هم در وضعیتی که در حال فروش یکی از مهمترین ابزارهای رسانه‌ای یعنی کتاب هستند.

دلیل خودداری از مصاحبه چیست؟ آیا پرواری نام و اشتها فرد موجب این مسأله است؟ آیا حساسیت افکار عمومی به کلمه درج شده در رسانه‌ها موجب هراس افراد می‌شود و نمی‌خواهند به سری که درد نمی‌کند، دستمال ببندند؟ آیا احساس می‌کنند مافوقی فرضی باید اجازه این مصاحبه را بدهد؟ آیا فقط به دنبال رسیدن به پله‌ای بودند که میکروفن‌ها به دنبالشان بدون و امروز دیگر نیازی به مطرح کردن خود ندارند؟

پاسخ هر چه هست ما هنوز به یک اصل مهم در تقابل با رسانه نرسیده‌ایم؛ احساس مسئولیت جمعی. افرادی که علاقه‌ای به مصاحبه ندارند، نه کلاس کاری القا می‌کنند و نه با سکوتشان قرار است حرف آخر رازده باشند. در ادامه این سکوت، رسانه‌ها افشا می‌کنند که فلان فرد حاضر به پاسخگویی نیست. در تقابل با رسانه ما نگاه ابزاری به خبرنگار داریم که از ما عکس و مطلب جذاب و فریبنده منتشر کند و هر چه کردیم، از ما پاسخ و علتی نخواهد. احساس مسئولیت جمعی در بزرگ‌ترین میهمانی کتاب نیز لایه‌لای جست‌وخیز برای فروش کتاب پنهان ماند و تمام آموزه‌های زندگی اخلاق‌محور فقط در عنوان کتاب‌ها باقی مانده است.



افرادی که علاقه‌ای به مصاحبه ندارند، نه کلاس کاری القا می‌کنند و نه با سکوتشان قرار است حرف آخر رازده باشند. در ادامه این سکوت، رسانه‌ها افشا می‌کنند که فلان فرد حاضر به پاسخگویی نیست.



گزارش میدانی «ایران جمعه» از یکی از بازارهای لوازم خانگی داخلی در تهران و نظرات فروشندگان و مشتریان

قیمت در عرش، کیفیت در فرش

لطفاً از قیمت‌ها عکس نگیرید

بخریم؟ برخی اجناس ایرانی به حدی کیفیت پایین دارند که حتی توسط خود فروشنده‌ها دسته‌بندی می‌شوند و حتی با قیمت بالا و پایین تفکیک شده‌اند.

به‌عنوان مثال می‌توان از ۲۰ تا ۷۰ میلیون تومان برای یک یخچال ایرانی هزینه کرد و این تفاوت قیمت حتی در ظاهر اجناس به وضوح مشاهده می‌شود.

فروشنده‌ها می‌گویند: در اغلب لوازم خانگی ایرانی به دلیل اینکه قادر به تولید موتور نیستیم از موتور خارجی و در واقع چینی استفاده شده و به‌عنوان مثال موتور یخچال ۵ سال و بدنه ۲ سال گارانتی دارد. برخی لوازم خانگی مانند تلویزیون نیز به دلیل اینکه وارد می‌شود با برند خارجی به فروش می‌رسد و گارانتی این اجناس نیز بالاتر است.

در واقع همین تفاوت در مدت زمان گارانتی نیز نشان می‌دهد که اجناس ایرانی کیفیت مورد تأکید مشتری را ندارند و انتخاب بیشتر به دلیل این است که گزینه انتخابی دیگری ندارند.

حتی برندهای شناخته شده و قدیمی لوازم خانگی ایرانی نیز نتوانسته‌اند روی دست انواع خارجی بزنند و در نتیجه به دلیل قیمت تمام شده پایین‌تر، ضعف کیفی را تحمیل می‌کنند.

فروش اقساطی به نفع است یا به ضرر؟

در عین حال فروش اقساطی نیز یکی از راهکارهای جذب مشتری است. هر چند فروشندگان اجناس خارجی نیز فروش اقساطی دارند اما در اجناس ایرانی ارزان‌تر بودن به نسبت نمونه خارجی موجب شده تا جذابیت خرید بیشتر شود. این سؤال مطرح می‌شود که با وجود تورم بازار، آیا فروش اقساطی به نفع فروشنده است؟ فروشندگان شهر لوازم خانگی در همه جای این فروشگاه تأکید داشتند که از قیمت‌ها عکاسی نشود.

هر چند ممکن است یکی از دلایل این مخالفت مقایسه قیمت‌ها باشد، اما در مجموع قیمت لوازم خانگی ایرانی نیز در مقایسه با متوسط درآمد خانواده‌ها چندان پایین نیست. تمامی اجناس به شکل پرداخت نقدی، اقساط شش ماهه، اقساط یک ساله و دو ساله قابل خریداری است که البته در پاسخ به سؤالی که طرح کردیم باید گفت، بین پرداخت نقدی و خرید با اقساط تفاوت قابل توجه قیمت وجود دارد. در خرید قسطی نیز لازم است ۳۵ درصد از قیمت اجناس پرداخت شده و در ادامه مابقی قسط بندی شود.

نداریم، تعداد لوازم قاچاق وارد شده نیز پاسخگو و قابل اطمینان نیست به همین دلیل نمی‌توانیم جنس خارجی بیاوریم.

چرا جنس ایرانی بخرم؟

با اظهاراتی که ذکر آن رفت، تکلیف خریدار مشخص می‌شود. لوازم خانگی غیرتقلبی خارجی هم گران هستند، هم گارانتی ندارند و هم نایاب.

آیا این دلیل کافی است تا جنس ایرانی

این پول‌هایی که می‌توان جنس خارجی را خرید، نمی‌توان سمت اجناس خارجی رفت. از طرفی اجناس خارجی گارانتی ندارند اما جنس ایرانی دارد و اگر خراب شد شما می‌توانید تعمیر کنید.

یک فروشنده دیگر هم در خصوص اینکه چرا به مشتری حق انتخاب داده نمی‌شود و اجناس ایرانی در کنار اجناس خارجی به فروش نمی‌رسد، معتقد است به دلیل اینکه عملاً واردات لوازم خانگی خارجی

یکی از دغدغه‌های شهروندان تهیه لوازم خانگی با قیمت و کیفیت مناسب است که وضعیت بازار فعلاً نتوانسته به این نیاز پاسخ دهد.

آن‌هایی که در دهه‌های ۳۰ به بالای زندگی خود هستند، زمانی را به یاد می‌آورند که مادران و مادر بزرگ‌هایشان پشت اجاق‌گازهای خارجی آشپزی می‌کردند. استفاده از لوازم خانگی خارجی به حدی متداول بود که در تهیه جهیزیه بی‌برو برگرد اجناس خارجی خریداری می‌شد و این برندها بودند که باید با جیب خریدار تناسب پیدا می‌کردند.

انواع لوازم خانگی ال جی، سامسونگ و بوش هنوز هم در خانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و برخی پیش از یک دهه است که قسمتی از آشپزخانه را از آن خود کرده و خرابی هم نداشته است. اما در سال‌های اخیر به یکباره رژیم مصرف جدیدی غالب شد، قیمت‌ها به شکل سرسام‌آور و غیرقابل باوری بالا رفت و مزه تلخ آن زیر دندان هر شهروندی که مجبور شده به آن تن بدهد، باقی مانده است.

خرید لوازم خانگی ایرانی در حالی که در کیفیت قابل مقایسه با انواع خارجی نبود به دلایل مختلف رواج یافت. در بررسی میدانی از یکی از بزرگ‌ترین فروشگاه‌های لوازم خانگی به نکات جالبی رسیدیم که شاید در خرید لوازم خانگی کمک حال شما باشد.

جنس خارجی، فیک و فقط برچسب است

در شهر لوازم خانگی با دلیل و منطق وضعیت کلی اجناس از سوی فروشندگان اعلام می‌شود. وقتی می‌پرسی جنس ایرانی بهتر است یا خارجی؟ اغلب به این نکته اتفاق نظر دارند که اجناس خارجی اصلاً پیدا نمی‌شوند و هر چیزی که در بازار است، اجناس ایرانی است که یک اسم خارجی روی آن چسبانده‌اند یا به دروغ اجناس با کیفیت پایین را به قیمت بالا می‌فروشند.

فروشنده دیگری می‌گوید، اجناس خارجی که زمانی جهیزیه دختران ایرانی بود به هیچ عنوان در بازار الان قابل اطمینان نیست و به دلیل اینکه به صورت قاچاق وارد می‌شود و تعداد آن کم است، نمی‌توان با ۱۰۰ درصد اطمینان آن را خریداری کرد. فروشنده دیگری معتقد است، قیمت اجناس خارجی به حدی بالا است که با

مشتری‌ها چقدر رضایت دارند؟

در مجموع از وضعیت بازار لوازم خانگی مشتری‌ها چقدر رضایت دارند؟ چرا برندهای ایرانی به کیفی‌سازی همتی ندارند تا در این وضعیت تورم قیمت‌ها، مشتری داخلی را راضی نگه دارند؟ کارخانه‌های تولید لوازم خانگی داخلی تا چه حد به دنبال جلب رضایت مشتری هستند؟

به اعتقاد یکی از شهروندان اینکه اسامی برخی برندهای خارجی در اجناس ایرانی وارونه شود یا شکل تولیدات آنها کیبی برداری شود، نمی‌تواند در طولانی مدت نظر مشتری را جلب کند.

شهروند دیگری می‌گوید، اجناس ایرانی هم چندان ارزان نیستند. یک اجاق گاز خوب

قیمتی در حدود ۲۰ میلیون تومان، یک جاروبرقی در حدود ۲۰ میلیون تومان و یک یخچال فریزر در حدود ۷۰ میلیون تومان قیمت خورده و این در حالی است که گاهی دست دوم اجناس خارجی بهتر از اجناس ایرانی کار می‌کنند.

شهروند دیگری با گلایه از بالا بودن قیمت‌ها می‌گوید، حداقل وقتی اینقدر پول می‌گیرند، جنس با کیفیت دست مردم بدهند. یک جهیزیه ساده حداقل به ۳۰۰ میلیون تومان نیاز دارد و چطور با این درآمدها می‌توان چنین هزینه‌ای را راحت انجام داد.

این اظهارات در حالی است که فروش قسطی به دلیل بالا بردن قیمت اجناس نیز نظر مشتری را جلب نمی‌کند و مشتری می‌گوید چرا باید ۵ میلیون تومان برای خرید قسطی بیشتر پرداخت کند.

کیفیت و قیمت دو دغدغه جدی در لوازم خانگی ایرانی است؛ موضوعی که خود می‌تواند عاملی برای رقابت برندهای داخلی باشد.

