

سبک خرید



محمد حسین احمد اسفندیار

چانه‌زنی؛ پدیده‌ای جهان شمول

تخفیف خوب است اما نه به قیمت تحقیر!

■ مر ضیه بامبری

یکی از اصول شبیرین هر معامله‌ای چانه‌زنی و گرفتن تخفیف است. بعضی‌ها همه لذت معامله را در همین تخفیف گرفتنش می‌دانند. وقتی از مغازه‌ای بیرون می‌آیند و موفق شده‌اند چند تومانی تخفیف بگیرند، احساس رضا یتمندی دارند و خریدشان را موفق و یک سود بزرگ برمی‌شمرند. طی تمام این سال‌ها چانه‌زنی بخشی از فرهنگ معامله اقتصادی در کشور شده و هر دو طرف یعنی فروشنده و خریدار به اصول آن به خوبی مشرف

می‌رسیم. بعضی‌ها اهل آه و ناله کردن هستند. همیشه این آدم‌ها بر اینم جالب بوده‌اند. آدم‌هایی که دست‌شان به دهان‌شان می‌رسد و مبلغ تخفیف هیچ دردی از آنها دوا نمی‌کند ولی پیش از دیگران چانه می‌زنند. آنها بهترین وسایل را برای چهزنی به خانه‌شان می‌خرند. دست روی هر کدام می‌گذارند به لیست خریدشان اضافه می‌شود ولی موقع حساب کردن، کانال عوض می‌کنند و مدام غر می‌زنند و تمام اعضای خانه دست به دست هم می‌دهند تا چانه بزنند و هر قدر می‌شود از قیمت معامله کم کنند. خیلی از این افراد با تخفیف‌های خوبی که از چانه‌زنی عایدشان می‌شود خانواده را ناهار مهمان می‌کنند یا یک وسیله دیگر می‌خرند. ما هم سود خودمان را می‌کنیم. چون خریدار ایرانی را می‌شناسیم.»

وی ادامه می‌دهد: «بعضی وقت‌ها هم بر عکس آن ماجرا اتفاق می‌افتد. یعنی ما قیمت را با احترام چانه‌زنی مشتری اعلام می‌کنیم که در نهایت به همان قیمت دلخواه برسیم. ولی مشتری اهل چانه

فرقی نمی‌کند این محصول چه باشد. وقتی می‌گویند مقطوع است مشتری باور نمی‌کند و آن طرف‌تر یکی پیچ می‌کند که «بیشتر چانه بزن. اینا همشون خالی می‌بندن. می‌دونی چقدر روی همین به جنس سود می‌کنه؟» و وقتی با پافشاری و اصراری که منجر به کلافگی فروشنده می‌شوند تخفیف مورد نظر را می‌گیرند از این حس زرنگی خودشان راضی هستند.

بعضی‌ها در فامیل سلطان تخفیف هستند. وقتی می‌خواهند دیگران خرید مهم و گرانی انجام بدهند با این شخص همراه می‌شوند تا موقع حساب کردن صورتحساب اساسی از سر و ته قیمت بزنند و به قول خودشان یک تخفیف تپل بگیرند. بعضی از این سلطان‌ها عاشق خالی‌بندی می‌شوند. چنان‌برایت قصه می‌یافتند و نقش بیچاره‌ها را بازی می‌کنند که دل‌تان برایش می‌سوزد و تصمیم می‌گیرد او را راضی به خانه بفرستید. بعضی‌ها از شغل‌شان مایه می‌گذارند. احترام و آبروی خود را تحقیر می‌کنند برای فقط چند هزار تومان.

یکی را می‌شناختم معلم بود. قشری که به کار زیاد و دستمزد کم معروف است. هر وقت برای خرید می‌رفتیم با فروشنده چانه می‌زد و می‌گفت من فقط یک حقوق معلمی می‌گیرم. مگر چقدر است که کفاف زندگی من را بدهد؟ این معلم بودنش چماقی شده بود بر سر فروشنده‌های مختلف که برای دادن تخفیف مردد بودند. اغلب ناله‌هایش جواب می‌داد. دو

سه تومانی تخفیف می‌گرفت و از مغازه بیرون می‌زد. سپس همان مبلغ تخفیف را برای بچاش خوراکی می‌خرید و آن را یک سود بزرگ می‌دانست. در حالی که از نظر فروشنده‌ها تمام مشتری‌ها چانه می‌زنند و این یک امر طبیعی است. نیازی نیست که پیازداغش از یاد کنند یا برای سیاه‌نمایی زندگی‌شان دست به افشاگری‌های درست و غلط بزنند.

روایت فروشنده‌ها و خریداران در سیاب چانه‌زنی و گرفتن تخفیف قابل تأمل است که گوشه‌ای از آن را می‌خوانید.

مشتری که خوب باشد خودمان تخفیف می‌دهیم

احمد کمالی فروشنده‌ای در بازار تهران است. او سال‌هاست با مشتری‌های زیادی کار کرده و مشتری‌ها را مثل کف دستش می‌شناسد. او می‌گوید:

«تخفیف یک عادت قدیمی است و نمی‌شود به آن خرده گرفت ولی حتی تخفیف گرفتن هم قاعده و قانون خودش را دارد. بعضی‌ها یک قیمت نجومی می‌پزند شاید حقه‌شان گرفت. سپس مانند مراسم بله‌بران سر همسان مبلغ چانه می‌زنند. یکی ما می‌گوییم یکی او و در نهایت سر مبلغی به توافق

هستند. فروشنده می‌داند با خریداری مواجه است که حتی کف قیمت را بگوید حتماً چانه می‌زند. پس همیشه مبلغ را بالاتر از حد نرمال اعلام می‌کند تا برای خوشحال کردن و تخفیف دادن به مشتری دستش باز باشد. مشتری هم حتی اگر بداند قیمت مقطوع است و چند مغازه پایین و بالاتر هم همین قیمت را اعلام کرده‌اند باز هم شانسش را برای گرفتن تخفیف امتحان می‌کند و فرآیند چانه‌زنی را آغاز می‌کند. تا اینجا ی کار همه چیز عادی و در مسیر یک معامله پرسود و راضی‌کننده برای طرفین است که لذت خرید

را دو چندان می‌کند ولی از یک جایی به بعد آدم‌ها برای گرفتن قیمت ناچیزی تخفیف از آبرو و حیثیت خودشان مایه می‌گذارند. حاضرند شخصیت‌شان را لگدمال یا تحقیر کنند تا به هر قیمتی شده به مبلغ پیشنهادی خودشان برسند. دیدن این چانه‌زنی‌ها غم‌انگیز است و فرقی با فاجعه انسانی ندارد. انگار اکثر ما ایرانی‌ها یک روحیه فقر انگارانه داریم که در موقع خرید وامی دارد دست به تحقیر یا انکار خود و شخصیت‌مان بزنیسم. وادارمان می‌کند دروغ بگوییم و یک من غیر واقعی از خودمان بسازیم.

بیرون می‌آیند. در مقابل هستند کسانی که از همان اول می‌دانند چه می‌خواهند و یکرست سراغ همان جنس می‌روند. بعد هم بی‌دردرس به صندوق می‌روند و حساب می‌کنند. خوب به نظر شما حق چنین مشتری‌ای دادن تخفیف نیست؟»

خانم‌ها عموماً اهل چانه‌زدن هستند

رویا حسینی از طرفداران پر و پا قرص خرید است و به قول خودش خرید حال او و همه بانوان را خوب می‌کند. او در مورد چانه‌زنی می‌گوید: «متأسفانه با خوشبختانه این عادت مورد علاقه مشتری است. خیلی وقت‌ها خانم‌ها دوست دارند حرف‌شان یک کلاب باشد و همان مبلغی که گفت‌اند به کرسی بنشینند و گرنه مشکل پرداخت مبلغ را ندارند. بعضی وقت‌ها دوست دارند به آنها احترام گذاشته شود. اگر یک فروشنده سرتق باشد و از حرفش کوتاه نیاید برای دادن تخفیف، خانم‌ها هر

تهدیه می‌کند برای‌تان زور دارد دستمزدش را تمام و کمال بدهید؟ چرا وقتی رستوران‌های مجلل می‌روید تمام مبلغ را بدون چانه‌زدن حساب می‌کنید ولی وقتی قرار است از یک کماژور که کنار باشی سلاط کرده و محصولش را شرافتمندانه می‌فرشد تقاضای تخفیف می‌کنید؟ سسر چه چیزی چانه می‌زند؟ تلاش‌های مرد فروشنده یا خون دل‌ها و شب بیداری‌های بی‌شمارش؟»

بر سر دسترنج دیگران چانه‌زنییم

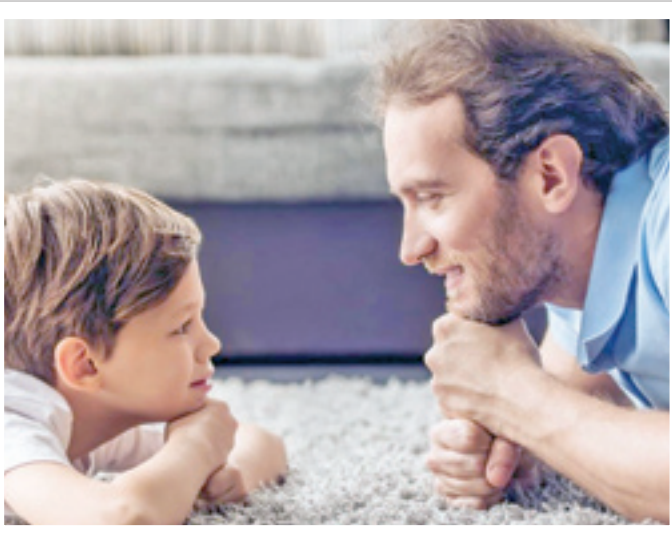
تخفیف شیرین است ولی یادمان باشد به‌جا و برای معامله‌هایی که می‌دانیم طرفین زیان نمی‌کنند از آن استفاده کنیم. یادمان باشد خودمان را برای چند

تومان تخفیف ناقابل ارزان نفروشیم، بی اعتبار نکنیم و ساز بدبختی و نداری کوک نکنیم. یادمان باشد سر دسترنج دیگران چانه‌زنییم. خواه یک کتاب باشد خواه نان محلی و خواه. یادمان باشد در تخیل‌های شاعرانه‌ای که برای تخفیف گرفتن به کار می‌بریم قسم را چاشنی تخیل نکنیم که مبادا لذت خرید برای‌مان به تلخی گناه آلوده شود. یادمان باشد کسی را به زور وادار به تخفیف نکنیم. فروش آنها همیشه هم از سر ضایتمندی نیست و ممکن است از سر اضطرار و نیاز، جنسی را بفروش پس حواس‌مان به این حقوق پایمال شده باشد. اگر طرف معامله‌مان یک کودک دستفروش بود به او و شخصیتش احترام بگذاریم و تخفیف نخواهیم.

دیگر اینکه: تخفیف یک قانون جهان‌شمول است و همه‌جا دنیا طرفداران خاص خودش را دارد. جالب است بدانید کشورهای مختلف دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به معاملات و چانه‌زنی و تخفیف دارند. در بعضی از نقاط جهان میزان تخفیف از کیفیت کالا هم مهم‌تر و اصولی‌تر است.

در گزارشی از شرکت هاریزن کانسومر ساینس مؤسسه‌ای که رسالت آن انجام تحقیقات در زمینه رفتار بازارها بوده و در کشورهای نظیر انگلستان، استرالیا و امریکا دفتر فعال دارد، آمده است: «فرادی که به دنبال تخفیف گرفتن یا چانه‌زنی هستند، به میزان تخفیف یک کالا بیش از ارزش، خاص بودن و یا ارتباط آن کالا به محل سفرشان اهمیت می‌دهند.»

سبک فرزندپروری



خود را در قبال آینده بچه‌ها مقصر ندانید

شما بر مسیر زندگی فرزندتان

تأثیر دارید اما تسلط نه!

■ تلخیص: سلما سلطانی

فرض کنید پدر و مادر شما سه بچه داشته باشند. شما را در خانه خودشان بزرگ کنند، خواهرتان را از بدو تولد به همسایه سمت راستی بسیار ند و برادرتان را هم، بلافاصله بعد از تولد، به همسایه سمت چپی بدهند تا تحت تربیت آن خانواده بزرگ شود. به نظر‌تان، وقتی شما سه خواهر و برادر به بزرگسالی برسید، چون با والدین متفاوت‌تری شده‌اید، سر‌نوشت‌های متفاوتی خواهید داشت؟ بررسی فرآیند رشد میلیون‌ها بچه در سراسر جهان نشان می‌دهد که این تفاوت چندان زیاد نخواهد بود.

سمت راستی سپرده باشند. در کل، رخداد چنین حالتی شما را نسبت به حالتی که با هم زیر یک سقف بزرگ شده‌اید به‌هم شبیه‌تر یا از هم متفاوت‌تر نمی‌کرد. از طرفی، این یافته‌ها باورنکردنی به نظر می‌رسند. به این فکر کنید که پدر و مادرها از یک خانه تا خانه دیگر چقدر با هم فرقد دارند، هر چند وقت یک بار جروبحث‌شان می‌شود، آیا زیادی به بچه سخت می‌گیرند و در کارهایش دقیق می‌شویند، یا بچه را غرق در عشق و محبت خود می‌کنند و لوس‌بار می‌آورند. حتماً از فکر‌تان می‌گذرد که این‌ها اگر هم کماهمیت باشند، آن قدری مهم هستند که باعث شباهت بیشتر بچه‌هایی باشند که در یک خانه بوه‌اند، در مقایسه با آنهایی که جدا‌از هم بزرگ شده‌اند.

اما این‌طور نیست.

در سال ۲۰۱۵، یک فراتحلیل- یعنی مطالعه‌ای که مطالعات بی‌شماری را تحلیل می‌کند- این الگو را از میان هزاران تحقیق صورت‌پذیرفته در زندگی ۱۴ میلیون جفت دوقلو در ۳۹ کشور کشف کرد. باسنجش بیش از ۱۷ هزار نتیجه، محققان نتیجه‌گیری کردند که تک‌تک نتایج، موروثی هستند. زن‌ها بر آینده کودکان تأثیر می‌گذارند اما زن‌ها پاسخگوی همه چیز نبودند.

محیط هم مهم بود اما کافی نبود برای شبیه‌شدن آینده بچه‌هایی که در یک خانه بزرگ می‌شدند.

بعضی از مردم با نگاه به این یافته‌ها نتیجه‌گرفته‌اند که والدگری مهم‌تسبت و شما بدون درنظر گرفتن اینکه چه کسی بزرگ‌تان کرده همانی می‌شدید که امروز هستید.

خب، با همه این یافته‌ها چه می‌توانیم بکنیم؟

اول، بدانید که والدین تأثیر گذارند. دوم، بدانید که چگونگی تأثیر والدین پیچیده است و پیش‌بینی آن دشوار است. خطاب به هر کس که پدر یا مادر بودن را تجربه کرده است: دست بکشید از مقصر دانستن خودتان جوری که انگار روی مسیر زندگی فرزندتان تسلط دارید. شما تأثیر دارید اما تسلط نه. خطاب به هر کس که فرزندبودن را تجربه کرده است: دست بکشید از مقصر دانستن پدر و مادرهای‌تان، یا حداقل از این تفکر که آنها باید شما را تعریف بکنند و دست بکشید از مقصر دانستن بقیه پدر و مادر‌ها.

سوم، ببپذیرید که چقدر دقایق بودن‌تان با فرزندتان قدرتمند و تأثیر گذارند، به‌خاطر ارزشی که این لحظه‌ها، اکنون، برای شما و فرزندتان دارند- نه ارزشی که در بلندمدت خواهند داشت و نخواهید دانست.

اندرو سولومون، فعال اجتماعی، به این نکته اشاره می‌کند که «هر چند بسیاری از ما مفتخریم به تفاوت‌هایی که با

پدر و مادرهای‌مان داریم اما همین ما‌ها از تفاوت‌های فرزندمان با خودمان بی‌اندازه نارا حتمیم». شاید اگر می‌توانستیم از باور به تسلط‌مان بر آینده فرزندان‌مان دست برداریم، کمتر از بابت این تفاوت‌ها نارا حتم داشتیم.

پدر و مادرهای‌مان داریم اما همین ما‌ها از تفاوت‌های فرزندمان با خودمان بی‌اندازه نارا حتمیم». شاید اگر می‌توانستیم از باور به تسلط‌مان بر آینده فرزندان‌مان دست برداریم، کمتر از بابت این تفاوت‌ها نارا حتم داشتیم. اگر می‌توانستیم بپذیریم رشد کودک‌مان را با آغوش ساز بپذیریم، می‌توانستیم بر خوددین و با تصمیم‌های هر روزه والدگری را متحول کنیم و چشمان‌مان را به‌روی این حقیقت‌ساز کنیم که بچه داشتن چیزی بسیار بیشتر از تلاش برای رسیدن به یک نتیجه خواهد داشت و نخواهید دانست.

هر لحظه‌بودنم در کنار پسر اولم- که حالا به ۱۴ سالگی رسیده و در حال رشد و بالندگی است- و در کنار برادر کوچک‌ترش، و برای مسیر یکتایی که هر یک از آنها در پیش گرفته‌اند.

علم والدگری و فرزندپروری- ما پروانه‌ها و طوفان‌های‌مان- می‌تواند مردم را از بندها برهاند تا بتوانیم بران چیزی در زندگی‌مان تمرکز کنیم که مهم‌تر و معنا‌دار است. به این ترتیب، تجربه‌کنونی‌ما از پدر/مادر بودن و تجربه گذشته‌ما از فرزند بودن واقعی‌تر و رضایت‌بخش‌تر خواهد بود.

نقل و تلخیص از: وب‌سایت ترجمان

نوشتنه: یوکوموناکانا

/ ترجمه: آرزو صحیحی / مرجع: DET



دست بکشید از مقصر دانستن خودتان جوری که انگار روی

مسیر زندگی فرزندتان تسلط

دارید. شما تأثیر دارید اما تسلط

نه. دست بکشید از مقصر دانستن

پدر و مادرهای‌تان، یا حداقل از

این تفکر که آنها باید شما را

تعریف بکنند و دست بکشید از

مقصر دانستن بقیه پدر و مادر‌ها.

بپذیرید که چقدر دقایق بودن‌تان با

فرزندتان قدرتمند و تأثیر گذارند،

به‌خاطر ارزشی که این لحظه‌ها،

اکنون، برای شما و فرزندتان

تاند- نه ارزشی که در بلندمدت

خواهند داشت و نخواهید دانست