آژانس عکس ایران

حراجی ها به نفع رونق بازار

عاشقان تخفیف

مریم طالشی
گزارش نویس

فصل حراج نیست اما بیشتر اجناس فروشگاه تخفیف خورده‌اند. لباس‌های تابستانه بیشترین تخفیف را دارند و بعدش پاییزه‌ها. اجناس زمستانی هم تخفیف دارند اما نه به اندازه دو گروه دیگر. نوشته بزرگ حراج روی شیشه فروشگاه به هرحال آدم را وسوسه می‌کند برای داخل شدن. هرچند ممکن است به چیز خاصی نیاز نداشته باشی اما نگاه کردن که ضرری ندارد و به قول فروشنده ها، تماشا و پروکردن مجانی است.

این فروشگاه از آن همیشه حراج‌ها نیست و مشتری‌هایی که با آن آشنایی دارند می‌دانند اگر حراج گذاشته باید عجله کنند چون به احتمال زیاد عمر تخفیف فقط چند روز است. فروشنده با خوشرویی برای هر مشتری تازه‌واردی توضیح می‌دهد که هر دسته از لباس‌ها شامل چند درصد تخفیف می‌شوند و تأکید می‌کند که امسال برای اولین بار است که این موقع سال روی اجناس اول فصل تخفیف زده‌اند و بعد هم یادآوری می‌کند که تخفیف فقط تا آخر هفته برقرار است پس اگر چیزی چشم‌شان را گرفته فرصت را از دست ندهند.

شکل مرسوم حراج البته چند سالی می‌شود که کمی تغییر کرده و دیگر مختص انتهای فصل نمی‌شود. گرچه حراج‌های آخر فصل هم به قوت خود برقرارند اما گاهی بهانه‌های کوچکی برای حراج لازم است تا به قول فروشنده‌ها شور و حالی در بازار ایجاد شود؛ بهانه‌هایی مثل اعیاد مختلف، سالگرد افتتاح فروشگاه، روزهای خاص و ... . شما حتی در روز تولد خودتان در خیلی از فروشگاه‌ها می‌توانید از تخفیف ویژه استفاده کنید اما عیبش این است که در سال فقط یک روز تخفیف اینچنینی دارید اما امکان استفاده از حراج‌های دیگر با انواع و اقسام بهانه‌ها و شیوه‌ها همچنان برایتان باقی است.

سمیرا دختر جوانی که در یک فروشگاه بزرگ پوشاک به‌عنوان فروشنده مشغول به‌کار است، از چند روز حراجی می‌گوید که در هفته گذشته داشته‌اند: «از صبح تا عصر آنقدر لباس داخل پرو دادیم و لباس از پرو جمع کردیم که اصلاً فرصت ناهار خوردن پیدا نکردیم. صف پرو تا کنار صندوق پیش رفته بود و این در حالی است که در مواقع عادی، همیشه نصف اتاق‌های پرومان خالی است، البته تخفیف‌های خوبی در این چند روز روی اجناس اعمال شده بود و چون مدت زمان تخفیف فقط سه روز بود و برای خیلی‌ها پیامک حراج رفته بود، جمعیت زیادی برای خرید آمده بودند. این‌طوری بود که هرکس با ۱۰ تکه لباس به اتاق پرو می‌رفت و بیشتر از یک ربع طول می‌کشید تا بیرون بیاید. جوری صف درست شد که دیگر گفتیم هرکس نهایتاً ۵ تکه لباس داخل ببرد و کسانی هم که با هم دوست یا خواهرند می‌توانند با هم داخل اتاق بروند تا زودتر نوبت به بقیه برسد. شاید این شلوغ‌ترین حراجی بود که امسال داشتیم و دیگر می‌رود تا آخر فصل، البته روی یکسری اجناس همچنان تخفیف داریم. خیلی از مشتری‌ها هم که داخل فروشگاه می‌آیند، اول سراغ همان تخفیف خورده‌ها می‌روند چون توجه را جلب می‌کند. حالا ممکن است از اجناس فصل جدید و بدون تخفیف خرید کنند اما همان تخفیفی‌ها برایشان انگیزه می‌شود داخل مغازه بیایند.»

ترغیب مشتریان به خرید بوسیله حراج، چیزی است که خیلی از فروشنده‌ها را بر آن می‌دارد تا از این امکان استفاده کنند. محمد که در یکی از مراکز خرید مرکز تهران مغازه‌دار است در این باره می‌گوید:«واقعیت این است که مردم حراج را دوست دارند و هرچه درصد تخفیف بیشتر باشد هم مسلماً بهتر است، البته از قدیم مرسوم بوده که کسبه ها به هرحال تخفیفی به مشتری می‌دادند که با روی کار آمدن فروشگاه‌های زنجیره‌ای برند که قیمت اتیکت خورده بدون چک و چانه از مشتری گرفته می‌شد، این رسم قدیمی کمی کمرنگ شد البته هنوز مردم از کسبه مغازه‌دار تخفیف می‌خواهند که ما هم در حدی که بتوانیم تخفیف می‌دهیم. الان طوری است که خیلی سود روی کارهایمان نمی‌گیریم چون اصلاً اگر بخواهیم سود زیاد بگیریم مشتری در مغازه نمی‌ماند. روی همان سود کم به هرحال تخفیفی هم می‌دهیم. موقع حراج هم قضیه فرق می‌کند و اجناس را با درصدهای مختلف حراج می‌کنیم. درستش این است که در فصل سود خوبی کرده باشیم و در حراج کارها را با سود خیلی کم یا بدون سود بدهیم اما الان طوری شده که بیشتر فروش مان در همان حراج است با این حال خیلی وقت‌ها جنس را زیر قیمت خرید خودمان می‌فروشیم تا به هرحال برای خرید فصل جدید پول دستمان بیاید و از طرفی فضای مغازه خالی شود تا جنس جدید بچینیم. برای همین گاهی حراج‌های بی‌موقع ممکن است شوک مثبتی در بازار ایجاد کند و آن را به جنب و جوش بیندازد، البته مراکز خرید دستورالعمل حراج دارند و ما نمی‌توانیم خودمان شخصاً اقدام به حراج کنیم و این حراج باید هماهنگ با سایر مغازه‌ها باشد تا کسی ضرر نکند. در هر صورت حراج حتی اگر واقعی هم نباشد باز باعث جذب مشتری می‌شود چون حس خوبی به او می‌دهد که جنسی را زیر قیمت اصلی‌اش بخرد. این هم فقط مختص ایران نیست و همه‌جای دنیا همین است.»

> مردم حراج را دوست دارند و هرچه درصد تخفیف بیشتر باشد هم مسلماً بهتر است، البته از قدیم مرسوم بوده که کسبه ها به هرحال تخفیفی به مشتری می دادند که با روی کار آمدن فروشگاه های زنجیره ای برند که قیمت اتیکت خورده بدون چک و چانه از مشتری گرفته می شد، این رسم قدیمی کمی کمرنگ شد، البته هنوز مردم از کسبه مغاز ه دار تخفیف می خواهند که ما هم در حدی که بتوانیم تخفیف می دهیم

با رونق گرفتن خرید آنلاین، فروشگاه‌های مجازی هم راه‌های مختلفی برای فروش هرچه بیشتر در پیش گرفته‌اند؛ از تخفیف‌های شگفت انگیز چند ساعته گرفته تا یکی بخر دو تا ببر و نظایر آن. این وسط آنهایی که تخفیف شان بیشتر است، موفقیت بیشتری دارند البته به شرطی که جنس شان هم جور باشد که معمولاً تخفیف خیلی زیاد و جنس جور و سایزدار راهشان از هم جداست مگر اینکه شما از آن دسته افرادی باشید که خیلی پیگیر این مدل تخفیف‌های آنلاین هستند و به محض تخفیف خوردن کالا، سایز مورد نظرشان را قبل از ناقص شدن سایزها می‌خرند و به بهترین شکل از تخفیف استفاده می‌کنند.

تخفیف‌های آنلاین اما گاهی داد مغازه‌دارها را درمی‌آورد. امیررضا سمایی که فروشنده کیف و کفش است در این باره می‌گوید:«بعضی مشتری‌ها می‌آیند کفش را پرو می‌کنند و اندازه دستشان می‌آید و بعد می‌روند همان جنس را آنلاین می‌خرند چون تخفیف دارد. آنها البته حق دارند فکر جیب خودشان باشند اما به این هم باید فکر کنند که شرایط فروش آنلاین و فروش در مغازه خیلی فرق می‌کند و اگر قرار باشد همه آنلاین خرید کنند که دیگر مغازه‌دارها باید جمع کنند و بروند. این را هم باید بگویم که فروشگاه‌های آنلاین معمولاً تنوع مغازه‌ها را ندارند و شما ممکن است کالایی را با تخفیف در فروشگاه آنلاین پیدا کنید که شبیه‌اش در مغازه بدون تخفیف باشد اما این مسأله به ندرت پیش می‌آید و تنوعی که در مغازه‌ها وجود دارد هم به‌لحاظ مدل و هم به‌لحاظ سایز بیشتر است. علاوه بر آن خیلی وقت‌ها همین تخفیف‌های آنلاین باعث می‌شود مشتری جنسی را فقط به‌خاطر ارزان بودن آن و بالا بودن درصد تخفیفش بخرد بدون اینکه به آن نیاز داشته باشد یا حتی مطابق سلیقه اش باشد. این کار پول دور ریختن است چون چنین اجناسی عموماً گوشه کمد می‌ماند و استفاده نمی‌شود. بهتر است مردم اولویت و نیازشان را تعیین و بعد به خرید اقدام کنند چون به هرحال مصرف‌گرایی هم خوب نیست و در دین ما هم به خودداری از اسراف تأکید شده است.»

دیدن تابلوی حراج همیشه برای مشتری‌ها جذاب است. لابد برای همین است که عموماً رنگ قرمز را برای نوشته حراج انتخاب می‌کنند. خرید در حراج و به‌قیمت پایین‌تر علاوه بر اینکه به نفع اقتصاد خانواده است، نوعی حس برنده بودن هم به آدم می‌دهد؛ اینکه حس کنی در رقابت به‌دست آوردن بهترین کالا با مناسب‌ترین قیمت، برنده شده‌ای.

جدول سودوکو

۳۸۲۴

ارقام ۱ تا ۹ را طوری در خانه‌های سفید قرار دهید که هر رقم در سطرها، ستون‌ها و مربع‌های کوچک ۳ در ۳ یکبار دیده شود

آسان

					۵	۴		۹
			۷		۳		۱	۵
	۴						۲	
۶			۵		۹	۱	۴	
۱		۴		۸		۵		۳
	۵	۳	۴		۶			۷
	۲						۷	
۵			۸		۶		۴	۱
۸		۶	۹				۵	

متوسط

۷				۳	۵		۹	
۸	۹		۲					۳
				۶				۸
۹					۶	۲		
	۶						۷	
		۳	۵					۶
۵				۴				
۶					۷		۴	۹
	۸		۹	۲				۱

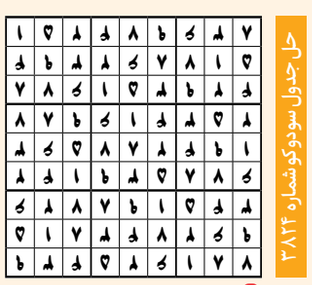
سخت

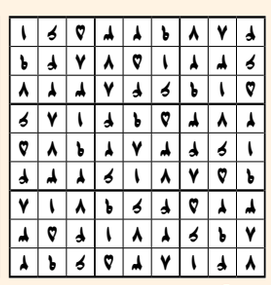
		۲			۹	۷		
	۵		۷	۱				
	۳		۵					۸
	۷				۱	۴		
۳		۵			۲		۹	
		۴	۶					
۱					۵		۲	
				۲	۷		۳	
		۷	۸			۱		

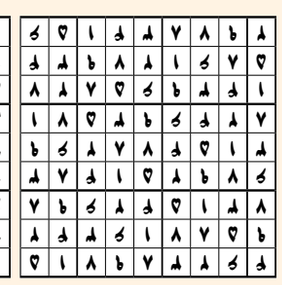
خیلی سخت

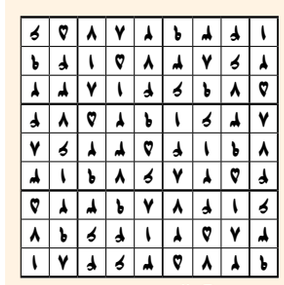
	۲			۳	۶			
۳				۱		۶		
	۱	۴						۵
					۷	۹		
۷	۹						۶	۸
		۶	۱					
۵						۸	۳	
		۸		۷				۹
			۹	۲			۵	

حل جدول سودوکو شماره ۳۸۲۴


آسان


متوسط


سخت


خیلی سخت

یک جدول با دو شرح

۷۷۹۳

جدول روزنامه *ایران* دارای دو «شرح عادی و ویژه» است. در صورت تمایل به حل دو شرح ابتدا یکی از شرح‌ها را با مداد حل کرده و سپس با پاک کردن جواب شرح اول، به حل شرح دوم بپردازید.

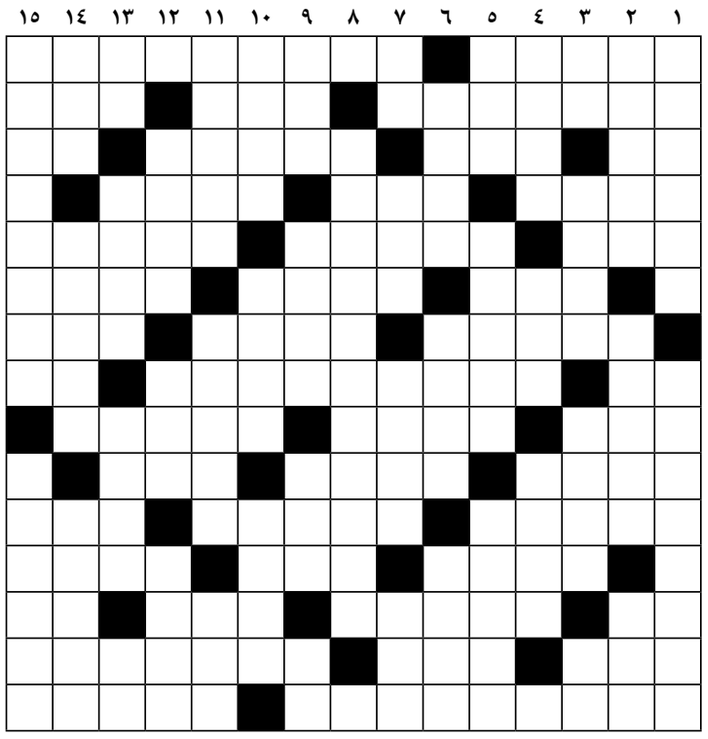
جدول عادی

افقی:

۱- قریه‌ودهکده- دستگاهی دراتومبیل
۲- فصل‌عرق‌ریزان!- راندن- تخته
۳- حرف‌اضافه- یارگان‌ورزشی- تودرتو- سازشاکی!
۴- آبگیر- اندازه‌دستی!- قشر
۵- نام- دریغا- سرزمین‌ها
۶- جالباسی- نابود،ضایع- نام«شعبان‌نژاد»بازیگرآقا
۷- دارای یک اسم- مخلوطی از خشکبار- شهر خروس جنگی
۸- رئیس‌جیمزباند- لقب«ابن‌سینا»- گام‌یک‌پا
۹- امربه‌گفتن- سیب‌ترکی- گردن‌نهادن
۱۰- یک‌صدم‌چیزی- نیکوکار- بوم
۱۱- شهری در ۵ کیلومتری کاشان- نوآور- نماز سروقت خود
۱۲- فرومایه- لکن- لغوکردن
۱۳- قرمزکمرنگ- راه،روش- چه‌بسیار- ویتامین‌جوانی
۱۴- آخرین دقیقه فوتبال- مرزبان و حاکم- ماده خمیر دندان
۱۵- جغرافیدان و تاریخ‌نویس مشهور قرن هفتم هجری قمری- پیشخدمت‌رستوران

عمودی:

۱- فیلسوف یونانی- ده‌ییلاقی شهرنور
۲- نخ نوعی چراغ نفتی- بیماری گواتر در قدیم- نوک مثلث
۳- بدی- بدی‌عاقبت- دریاچه‌آسیایی- همسرایی
۴- واحدنظامی- نمناک- بازپسین
۵- ملایم- ساختمان- ظرف کوچک آبخوری
۶- پول«اتریش»- بزرگ‌منشی- سرچشمه
۷- دریافتن- با«تاخت»آید- بیهوده وبی‌معنی- مخفف من را
۸- سلسله‌ای ترکمن وتاریخی
۹- درد- پذیرش سخن کسی- تلفظ«د»- ازهوامی‌گیرند!
۱۰- یکی از ابزارهای رایانه‌ای- کشیدنی در رانندگی!- صمغ تقویت‌حافظه
۱۱- تراش دادن چوب- سرزنش- عزا
۱۲- مرواریدی در دل دریا- میدانی در تهران- راه رفتن بی‌هدف
۱۳- مخفف هستم- پدر اردشیر- قدر و قیمت- صحرای خشک
۱۴- ذره- حرکت کردن بادیانسیم- شهری در«کانادا»
۱۵- غذای لذیذ و محلی استان خراسان شمالی- شهری در «قرقیزستان»

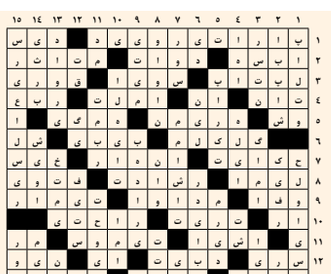


جدول ویژه

افقی:

۱- پسر کاووس- اثری تاریخی در شهر «اردکان»ازدوره قاجار
۲- شیمیدان آلمانی- پنیر تازه- شامگاهان
۳- دهان‌کجی- جیحون- کمک‌رسانی- بینوا
۴- قفل‌قدیمی- بستن- نوازنده
۵- بخشش- نتایج‌وپیامدها- جلودار
۶- روترش کردن- انحطاط‌وانحلال- جانورزنده به آب
۷- جوشیدن- مجلس‌قانونگذاری«تایوان»- مرزبان
۸- پایتخت فراری- گلر«پاری‌سن‌ژرمن»- خودنمایی
۹- بیماری سبزی‌وآب آلوده- قدرت- کشور«سقراط»

حل جدول ویژه شماره ۷۷۹۲


حل جدول عادی شماره ۷۷۹۲