ZENDEGI - SALAM
ضمیمه روزانه روزنامه خراسان
سه شنبه • ۲۲ دی ۱۳۹۴
اول ربیع الثانی ۱۴۳۷ • ۱۲ ژانویه ۲۰۱۶
۳۸۷

پرونده ای درباره تب تند شرکت در قرعه کشی

قرعه کار به نام من خوش خیال بزن!

ندا حبیبی- چندرغاز از حقوق کارمندی آخر ماه باقی مانده است. با سبد خالی و جیب نیمه خالی می روی به سوی اولین فروشگاه زنجیره ای اطراف محل زندگی ات، بلکه مایحتاج خانه را برای مدتی تامین کنی. نرسیده به در ورودی چشمت به یک خودرو آذین بسته دوخته می شود: با هر صد هزار تومان خرید یک کارت قرعه کشی دریافت کنید؛ این بار شما برنده خوش اقبال یک دستگاه خودرو باشید. دلت غنج می رود برای نشستن پشت فرمان یک خودروی گرم و نرم. وارد فروشگاه می شوی هنوز دو سه قدم راه نرفته ای که خانمی سر راهت سبز می شود و می گوید اگر بیست هزار تومان از کالاهای بهداشتی برند فلان را بخرید، در قرعه کشی ماهیانه صد میلیون پول نقد شرکت داده می شوید. یاد اجاره خانه ات می افتی و بدجوری وسوسه می شوی برای خرید، در عین حال می بینی در فهرست اقلام مورد نیازت شامپوی بدن کِرمی، ماسک مو و یا ژل اصلاح نیست. باز هم بیشتر فکر می کنی نه واقعا لازم نداری! صدایی در ذهنت زنگ می زند : تو هیچ وقت شانس نداری پس به دلت صابون نزن!

با نگاهی به پیامک های جور واجور تبلیغاتی، پیام های تلگرامی، نمایشگرهای غول پیکر خیابانی و تبلیغات رادیو و تلویزیون پی می بریم که ما با چیزی شبیه جنون اقبال آزمایی مواجهیم! وقتی از حشره کش گرفته تا یک محصول فرهنگی ، قرعه کشی و اهدای جوایز عجیب و باورنکردنی را سیبل انظار مصرف کننده ها قرار می دهند، چندان هم دور از ذهن نیست که تیرشان به خطا نرود و محصول و خدمتشان به فروش خوبی برسد. زمانی که نمی توان طمع داشتن یک خودروی آخرین مدل یا سفر به دور دنیا را فرو خورد، بهترین زمان است برای شرکت در یک قرعه کشی! راستی شما تا به حال در قرعه کشی برنده شده اید؟ در پرونده امروز، انواع قرعه کشی ها و مزایا و معایبشان را بررسی می کنیم.



قرعه کشی های پرحاشیه و پرطرفدار

وقتی نهادهای مختلف اقتصادی ، فرهنگی محصولی را برای اولین بار وارد بازار می کنند، برای جذب مشتریان ایده های مختلفی را اجرا می کنند. تبلیغات عجیب و پر سر و صدا، استفاده از چهره های معروف در پوسترهای تبلیغاتی، برگزاری جشن و تشکیل انجمن هواداران از جمله این ایده هاست . قرعه کشی و اهدای جوایز یک ایده امتحان شده و بسیار پر طرفدار است. همواره افراد زیادی برای رسیدن به یک ثروت زیاد، یک موقعیت عالی یا به دست آوردن چیزهای عجیب و غریب، حاضرند شانس خود را بیازمایند و در انواع و اقسام قرعه کشی ها شرکت کنند. حالا ببینیم در سال های اخیر چه قرعه کشی هایی پر حاشیه و صد البته پر طرفدار بوده است؟

قرعه کشی بانک ها، اسپورتیج می خواهی یا صد میلیون پول نقد؟

پس انداز کردن یک عادت اقتصادی مفید و مولد است؛ از طرفی سنت قرض الحسنه نیز سنتی بسیار نیکو و پسندیده است. بانک ها برای تشویق مردم به افتتاح حساب پس انداز راه های گوناگونی پیش می گیرند که مرسوم ترین آنها برگزاری قرعه کشی های هفتگی، ماهیانه یا سالیانه است.

در طول تاریخ قرعه کشی بانک ها، رتبه پر سر و صدا ترین قرعه کشی مربوط به بانک تجارت در سال ۸۳ است، دوره ای که عطش سرمایه گذاری در بانک ها به شدت اوج داشت و آن ها برای کسب مشتریان بیشتر، از هیچ گونه ترفند تبلیغاتی فروگذار نمی کردند؛یکی از بانک ها یک بنز الگانس ۳۲۰ را به عنوان جایزه ویژه خود اعلام کرد. جوایز این بانک علاوه بر یک دستگاه بنز، ۵ دستگاه ماکسیما و ۲۰۰ دستگاه پژو ۲۰۶ بود که باعث شد ناگهان درصد زیادی بر میزان سپرده گذاری های این بانک افزوده شود. این قرعه کشی بدون شک سر آغاز ماجرا بود . در آخر جایزه پر سر و صدا به کارگر شرکت چرم سازی رسید و خود بانک اعلام کرد که در آن سال سود آوری آن بانک بیش از ۸۰۰ میلیارد تومان بوده است .همین موارد باعث شد جوایز این بانک باز هم افزایش پیدا کند و در سال ۸۴ جایزه این بانک تبدیل شد به یک دستگاه بی ام و مدل ۲۰۰۵!

همه این جوایز و چشم و همچشمی بانک ها باعث شد تا از سال ۸۷ به بعد بانک مرکزی مقررات خاصی را برای جوایز بانک ها در نظر بگیرد و سختگیری هایی برای جوایز مختلف اعمال شد.آخرین جوایز گران قیمت بانک ها هم مربوط می شود به سال ۸۷ که بانکی قدیمی رتبه اول را به خود اختصاص داد و با قرار دادن لوکس ترین خودروی آن سال توانست مشتریان زیادی را به سمت خود جلب کند .همچنین این بانک در مجموع ۱۱۰۰ دستگاه خودروی مگان را در سبد جوایز خود لحاظ کرده بود.

در سال جاری؛ بانک های دولتی با جوایزی از قبیل کمک هزینه خرید مسکن، کمک هزینه خرید خودروهای لوکس، کمک هزینه سفر به عمره، عتبات عالیات و مشهد،انواع خودروهای تولید داخل، لوازم خانگی و لوازم الکترونیکی از مشتریان خود تقدیر به عمل آورده اند.

چای یا برنج؟ مسئله این است!

وقتی تعداد برندهای محصولات غذایی یا بهداشتی بالا باشد و یا رکود اقتصادی بر جامعه حکمفرما باشد، کارخانه ها و تولید کننده ها برای جذب مشتری باید با یکدیگر رقابت کنند. در سال های گذشته، تولیدکنندگان محصولاتی چون رب، برنج، شوینده ها، شامپو، سس، آبمیوه و ... بیشترین میزان جشنواره های فروش و قرعه کشی را برگزار کرده اند. جایزه های دویست، صد، پنجاه و بیست و پنج میلیون تومانی، خودروهای داخلی، خودروهای لوکس مثل بی ام و و لکسوس، سکه های بهار آزادی از جمله این جوایز بوده اند.

در سال جاری: قرعه کشی خودروی بی ام و، خودروی جیلی، هیوندای ولستر، پژو ۲۰۶ ، پراید و صد میلیون پول نقد توسط شرکت های تولید کننده مواد شوینده و حتی چای و برنج، خاص ترین قرعه کشی ها بوده است.

تلویزیون را روشن کن! تو برنده ای!

حتما سریال قهوه تلخ را به یاد دارید. یکی از پرفروش ترین سریال های رسانه خانگی. قهوه تلخ در سال ۸۹ سر و صدای زیادی به پا کرد چرا که خریداران با تهیه هر سی دی از این مجموعه و ارسال کد به سامانه پیامکی در قرعه کشی آپارتمان و خودروی سواری شرکت داده می شدند؛ اما با وجود فروش استثنایی و رکورد دار این مجموعه قول و وعده های قرعه کشی به سرانجام نرسید.

بعد از قهوه تلخ مجموعه های رسانه خانگی مثل : شوخی کردم، ویلای من، شاهگوش، ابله نیز در بسته های خود مسابقات پیامکی به راه انداختند و وعده جوایز دادند. در ادامه این سلسله قرعه کشی ها مجموعه های پخش شده از شبکه های تلویزیونی نیز از گرد رقابت ها کنار نکشیدند! سریال هایی مثل: تنهایی لیلا، کیمیا، دردسرهای عظیم و پایتخت با شراکت اپراتورهای تلفن همراه، انجمن هواداران تشکیل داده و با برگزاری مسابقات پیامکی دنباله دار مخاطبان را به اشتیاق دریافت جایزه با خود همراه کرده اند. مسابقات فوتبال، والیبال، کشتی و... نیز با طرح یک سوال مردم را ترغیب به ارسال پیامک و شرکت در قرعه کشی می کنند.

آسان برنده شو!

امسال سامانه های پرداخت الکترونیکی گوی سبقت را در جذب مشتری با برگزاری قرعه کشی های رنگارنگ از دیگر رقبای اقتصادی خود ربوده اند. کافی است برای پرداخت قبوض، انتقال وجه یا دیگر خدمات الکترونیکی کدی را با تلفن همراه خود شماره گیری کنید. در صورت بهره گیری از سامانه آنها صاحب امتیاز و در قرعه کشی شرکت داده می شوید. اپراتورهای تلفن همراه، سایت های خرید اینترنتی، فروشگاه های زنجیره ای و هزاران مجموعه اقتصادی دیگر نیز به بهانه های مختلف مسابقه برگزار می کنند.

در سال ۹۴ قرعه کشی سه دستگاه پورشه، یک دستگاه مازراتی و یک دستگاه BMW X1، توسط بخش خصوصی حواشی فراوانی به دنبال داشته است. یکسری مسابقات پیامکی هم هست که در حقیقت قرعه کشی محسوب می شود چون سوالات بی نهایت ساده ای دارد که شبیه شوخی است.

پس چرا من برنده نمی شوم؟!

ندا حبیبی- وقتی فرهنگ موفقیت بیشتر بر پایه های مادی استوار باشد و از سوی دیگر شانس و خوش اقبالی به عنوان شاخصی مهم در رسیدن به خوشبختی تلقی شود، افزایش افراطی جشنواره ها و مراسم قرعه کشی به هر دلیل و بهانه ای را شاهد هستیم. اما این فرهنگ چه آثاری دارد؟

وقتی تمرکز صاحبان نهادهای خدماتی و اقتصادی بر برگزاری قرعه کشی و اهدای جوایز عجیب و باورنکردنی باشد، دقت در کیفیت محصول و ارائه خدماتی با استانداردهای جهانی در اولویت دوم قرار می گیرد. وقتی رفته رفته اهدای جوایز به مشتریان مهم تر از ارتقای کیفیت محصولات تلقی شود، سرمایه گذاری شرکت ها به جای عرضه محصولات برتر به ارائه جوایز گران قیمت تر اختصاص داده می شود که این زنگ خطر جدی چه برای مصرف کننده و چه برای تولید کننده است. نمونه این قبیل کارخانه ها و شرکت ها که محصولات بی کیفیتی ارائه می کنند اما با جایزه های بزرگ برای فروش محصول خود تلاش می کنند، کم نیست.

اگر در زمان قرعه کشی، تمام قوانین و مقررات به طور کامل اجرا شود و هیچ گونه تقلب و احیانا پارتی بازی صورت نگیرد، باز هم هر فرد در بیشتر مواقع فقط یک امتیاز برای برنده شدن دارد و در میان گاه میلیون ها شرکت کننده سهم وی همان یک در میلیون است. پرورش تفکر شانس محور نوعی ناکامی و سرخوردگی در جامعه را تشدید می کند. بیش از برندگان این بازندگان هستند که خود را از این قافله عقب می دانند و تلاش و کوشش برای رسیدن به موقعیت های عالی را در برابر این نوع برندگان خوش شانس، نوعی بازی بچگانه می دانند. وقتی در طول یک شب می توان صاحب خودرو، پول نقد یا سکه های طلا شد، صبح زود بیدار شدن و دنبال حقوق اندک رفتن برای فرد بی معنی می شود.



هم اکنون برخی با ارسال پیامک های تبلیغاتی که هزینه های مختلفی را در قبض تلفن مردم به جا می گذارد با وعده های عجیب و گاه باورنکردنی برای خود کار و کاسبی کاذبی راه انداخته اند. اسامی خودروهای فوق لوکس، شمش طلا یا سفر دور دنیا دستاویز این قبیل پیامک های دروغین است.

هجوم فرهنگ شبه بخت آزمایی باعث به وجود آمدن این گونه مشاغل بی پایه و اساس می شود و پول های باد آورده ای را نصیب موج سواران می کند.

خوش شانس های دست و دلباز!

فرض کنید که گوشی تلفنتان زنگ می خورد و به شما اعلام می شود که در یک قرعه کشی برنده شده اید و حالا صاحب یک خودرو یا دویست میلیون تومان پول نقد هستید! چه می کنید؟ هیجانتان را کنترل و به این فکر می کنید که با این جایزه قصد انجام چه کارهایی دارید؟ ماجرای دو نفر را که اقدام های منحصر به فردی در این زمینه داشتند، بخوانید:

امیر حسین حبیبی پسر بچه ۱۲ ساله ای که در قرعه کشی برنج در زمستان ۹۲ در یک برنامه تلویزیونی صاحب ۱۱۰ میلیون تومان پول نقد شد، پیشنهاد عجیبی به سازندگان برنامه داد.طی یک قرعه کشی هیجان انگیز از میان ۳ نفر که به آخرین مرحله رسیده بودند، نوجوان ۱۲ ساله جایزه نقدی را برد. یکی دیگر از سه نفر مردی میانسال بود که در برنامه مطرح کرد قصد داشت با این پول خانه ای بخرد که بخت با او یار نبوده است. چند روز بعد از اجرای مراسم این پسر نوجوان در کمال ناباوری اعلام کرد که می خواهد نیمی از جایزه خود را به رقیبش اهدا کند.

عباس مرجانی مشتری شعبه پارک شهر تهران بهار امسال، در قرعه کشی بانک برنده ۲۰۰ میلیون تومان پول نقد شد. این مشتری خیراندیش جایزه دو میلیارد ریالی خود را به منظور تامین جهیزیه جوانان نیازمند به ستاد تامین جهیزیه حضرت زینب (س) اهدا کرد.

وی که مدیریت یکی از بزرگ ترین واحدهای صنعتی تولیدکننده شیرآلات خانگی در کشور را بر عهده دارد، مهم ترین هدفش از همکاری با بانک تجارت را توسعه فعالیت ها به منظور تامین رزق حلال برای هموطنان عنوان کرد.

خوب، بد و عجیب قرعه کشی ها

برنده شدن در برخی قرعه کشی ها همیشه با خودروی سواری و پول نقد و چنین کالاهای مشابهی همراه نیست گاهی جوایز قرعه کشی خیلی خوب، خیلی عجیب یا خیلی خجالت آور است!

خوب: بالاخره من هم طلبیده شدم!

تجربه عمره دانشجویی، عتبات عالیات و ازدواج دانشجویی، تجربه ای بی نظیر و دلپذیر است. اقبال همیشگی افراد به بال گشودن به سرزمین وحی باعث شده است که قرعه کشی عمره دانشجویی از باشکوه ترین و پراحساس ترین انواع قرعه کشی ها باشد. تسبیح های دست گرفته، سجده های شکر و صلوات های رسا، شکوه و فضای عارفانه این مراسم را دو چندان می کند. این نوع قرعه کشی فقط به علت ثبت نام بیش از ظرفیت دانشجویان صورت می گیرد و هزینه سفر به صورت اقساطی از عمره گزار دریافت می شود.

بد: فصل فراموشی زیبایی ها!

پاییز گذشته بیلبوردهای تبلیغاتی خرید بلیت یک پارک آبی محتوای عجیبی را به همراه داشت. در این تبلیغ جوایز خانم ها و آقایان به طور جداگانه ذکر شده بود. «عمل زیبایی» و «کلینیک زیبایی» عنوان هایی بود که در این تبلیغ به چشم می خورد. توهین مستتر در این تبلیغ برای همگان مشهود است. از دیگر قرعه کشی های خجالت آور اطلاعیه ای بود از طرف استانداری یکی از استان های مرکزی کشور؛ که در آن به شکارچیان منطقه این مژده داده شده بود که تعدادی پروانه شکار آهو به قید قرعه به افراد اهدا خواهد شد!

عجیب: برای همنشینی با رونالدو چقدر شانس داری؟

در سایر کشورها نیز تب قرعه کشی های گوناگون داغ است. در نوامبر ۲۰۱۴ کریستین رونالدو ستاره مطرح فوتبال جهان قرعه کشی عجیبی ترتیب داد؛ در مسابقه ای که رونالدو طراحی کرد، فرد برنده این فرصت را یافت که در آرایشگاه، کنار وی بنشیند و موهایش را زیر دست آرایشگر مخصوص بهترین بازیکن جهان در دو سال اخیر اصلاح کند.

رونالدو به هواداران پرشمارش در شبکه های اجتماعی این شانس را داد که در ازای اختصاص مبلغی به کارهای خیریه، در قرعه کشی خاص شرکت کنند و یک روز را در کنار وی بگذرانند.

هواداران رونالدو با خرید بلیت هایی که قیمت آنها ۱۰ دلار (با ۱۰۰ شانس برای هر بلیت) تا ۲۰ هزار دلار (با ۲۰۰ هزار شانس برای هر بلیت) است در قرعه کشی شرکت داده می شوند. بلیت هایی که عواید آن به امور خیریه اختصاص می یابد.برنده این قرعه کشی در یک روز که کنار فوق ستاره فوتبال جهان است، می تواند در کنار وی ناهار بخورد، به آرایشگاه برود و البته به عنوان میهمان ویژه رونالدو، به تماشای بازی "ال کلاسیکو" بنشیند. افراد زیادی در این قرعه کشی شرکت کردند.

درباره کمپین تحریم سفر به کشورهایی که دولت شان حامی داعش است

یک تنبیه مردمی برای دولت‌های جنگ‌طلب منطقه‌ای

پرونده

مصطفی قاسمیان - حدود ۵ سال است که گروه تروریستی داعش با بی‌رحمی، چند ملت مسلمان را تحت فشار قرار داده و نیروی مبارزه مردم منطقه را که می‌توانسته صرف مقابله با دشمنی چون رژیم اشغالگر صهیونیستی شود، درگیر مبارزه با خود کرده است. در این میان چیزی که واضح است، حمایت‌های مالی و تسلیحاتی بعضی از دولت‌های منطقه از این گروه تروریستی است که باعث شده این گروه به یک غده سرطانی در میان کشورهای مسلمان تبدیل شود. حالا در آستانه نوروز و احتمالاً سفرهایی که ممکن است به مقصد کشورهای منطقه‌ای انجام شود، تعدادی از فعالان فضای مجازی برای نشان دادن اعتراض خود، کمپین «تحریم سفر به کشورهای حامی داعش» را راه‌اندازی کرده‌اند. در منطقه غرب آسیا، دولت‌های اردن، امارات متحده عربی، ترکیه، عربستان و قطر اصلی‌ترین دولت‌هایی هستند که از تروریست‌های تکفیری منطقه حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم می کنند. در این میان کشورهای ترکیه و امارات (شهر دبی) به عنوان دو مقصد عمده گردشگری خارجی مردم ایران و هدف اصلی این کمپین مطرح هستند.



بی‌احترامی‌ها به گردشگران ایرانی

دولت های ترکیه و امارات، علاوه بر حمایت‌هایی که از داعش انجام می دهند، عرصه دشمنی های دیگری را هم نسبت به ملت ایران باز کرده‌اند. آن‌ها ید طولایی هم در زمینه انواع بی‌احترامی‌ها به گردشگران ایرانی دارند. شاید در هفته‌های اخیر، با کسانی صحبت کرده باشید که به تازگی از سفر به کشور ترکیه برگشته‌اند. موضوعی که بیشتر این مسافران در آن اتفاق نظر دارند، برخورد بد نیروهای پلیس و حتی کسبه این کشور با گردشگران ایرانی است! علاوه بر آن شاید شنیده باشید که یک ماه پیش هم یک خانم گردشگر ایرانی که در هتلی در شهر «جهانگیر» ترکیه اقامت داشت، در حالی که همسر و فرزندش بیرون از هتل بودند، در داخل اتاقش کشته شد.

یک اعتراض مدنی

درباره این کمپین، دو نکته قابل ذکر است. اول این که باید بدانیم ما مردم می‌توانیم بدون اتکا به دولت، اعتراض خودمان را به این دولت ها نشان دهیم. لزومی ندارد که دولت عرف دیپلماتیک را کنار بگذارد و در مجامع بین‌المللی و فضای رسانه‌ای با این دولت ها برخورد کند. دولت تا همین جا هم در یک پاسخ منطقی و محکم نسبت به اقدامات خصمانه اخیر دولت سعودی، ورود هر کالایی را از این کشور ممنوع کرد. درباره واکنش‌های مردمی، این دولت ها قادر به مقابله‌های دیپلماتیک نیستند چراکه به جای آن که مورد تحریم یک دولت قرار بگیرند، در برابر خود یک ملت را می‌بینند. بنابراین ما می‌توانیم به نوبه خودمان، با دشمنی‌های این دولت ها که از جنگ و خشونت‌های منطقه حمایت می کنند، مقابله کنیم.

فراموش نکنیم که یکی از تفاوت‌های اصلی داعش با تروریست‌های منطقه‌ای سابق مثل القاعده و گروه ریگی، ثروتی است که این گروه دارد و آن را از راه‌های مختلفی از جمله کمک‌های بعضی دولت‌ها به دست آورده است. این برخورد اقتصادی مردمی با دولت‌های حامی داعش، می‌تواند از بسیاری از اقدامات آینده این گروه جلوگیری کند.