



اگر فروشندگی به شما کالایی بفروشد و بعد متوجه شوید هیچ به کارتان نمی‌آید یا آن چیزی که فکر می‌کردید، نیست و حالا نمی‌دانید چه کارش کنید، خودتان را بیشتر سرزنش می‌کنید یا یقه فروشنده را می‌گیرید؟ غالب اوقات در این شرایط دست به فرافکنی می‌زنیم و فروشنده یا شرکت سازنده را مقصر می‌دانیم. با القابی منفی و زشت خطاب‌شان می‌کنیم و از آن‌ها شاکی می‌شویم. من در تمام این جریان‌ها و کلاهبرداری‌ها، خودم را بیشتر از هر فرد دیگری مقصر می‌دانم.

برخی برندهای معروف و معتبر عمدتاً خارجی مدت زمان مشخصی را برای بازپس‌گیری کالا در نظر می‌گیرند و شما این شانس و انتخاب را دارید که اگر کیفیت و عملکرد کالا مطابق نیاز و انتظاراتان نبود، سریعاً آن را تحویل دهید و پولتان را پس بگیرید.

در ایران، کمتر تولیدکننده و برندی چنین ریسکی را می‌پذیرد و البته در میان شرکت‌های اینترنتی اصلاً چنین قاعده‌ای تعریف نشده و اتفاقاً برعکس، کسب‌وکار و درآمدزایی مبتنی بر نادانی و فریب‌کار است. واضح است که منظورم تمام شرکت‌های اینترنتی و اپراتورهای موبایل نیست و گاهی اوقات فروشنده‌ها و نمایندگی‌های آن‌ها بدون اطلاع از دفتر مرکزی و شرکت اصلی، از ترندهایی مبتنی بر عدم آگاهی برای جذب بیشتر مشتری استفاده می‌کنند. سال گذشته، یک اپراتور موبایل مودمی را با سروصدا، مراسم رونمایی و تبلیغات گسترده وارد بازار کرد. این مودم آن‌قدر مشخصات سخت‌افزاری دهان‌پرکن و تبلیغات‌پسندی داشت که همه کاربران را مجذوب خود کرد و به وسوسه انداخت مودم‌های فعلی را فروخته و این مودم رده بالا را خریداری کنند. شرکت‌های اینترنتی و اپراتورهای موبایل دیگر هم سریعاً دست به کار شدند و سفارش این مودم را با لوگو و مشخصات خودشان به سازنده اصلی در خارج از کشور دادند. چند ماهی نگذشته، بازار پر شد از این مودم و رقابت و جنگ برای فروش بیشتر آن.

حالا اگر به سایت‌های دست دوم فروشی مانند «شیپور» و «دیوار» سری بزنید، ده‌ها آگهی فروش این مودم را مشاهده می‌کنید چون اصلاً آن چیزی نبود که نشان می‌داد و برایش تبلیغ شد و در نمایشگاه‌ها با طرح‌های تخفیفی رنگارنگ به مردم فروختند. مودم را با چند صد گیگابایت حجم اینترنت رایگان به کاربران ارائه کردند ولی عملاً چند ده گیگابایت هم نمی‌شود با این مودم از اینترنت استفاده کرد. سیل کاربران پشیمان و نادم به راه افتاد و بودجه زیادی که برای خرید هدر رفته است. متأسفانه این سناریویی است که بارها در قالب‌های مختلف تکرار شده است. یکبار با اینترنت وایمکس، بار دیگر با اینترنت TD-LTE، دورانی با ADSL و فروش انواع مودم‌های قدیمی و تاریخ مصرف گذشته به مشتریان در قالب طرح‌های تخفیفی، حجم اینترنت هدیه، مودم رایگان، نصب رایگان و... .

در نمایشگاه الکامپ امسال، کار یک فروشنده اینترنت به جایی رسید که برای فروش مودم، «ناهار رایگان» می‌داد و در بلندگو اعلام می‌کرد اگر فلان طرح اینترنت ما را ثبت‌نام کنید، یک ناهار و مودم رایگان میهمان ما هستید! در همین نمایشگاه، بازدیدکننده‌ای به غرفه فروش اینترنت دیگری مراجعه و درخواست می‌کند بهترین مدل مودم و سریع‌ترین اینترنت را به او پیشنهاد بدهند. فروشنده هم بدون این‌که درباره کار مشتری، شهر و استان محل سکونت، موقعیت و مکان خانه او از نظر آنتن‌دهی و حتی حجم و سرعت مورد نیازش اطلاعاتی کسب کند، گران‌ترین مودم و

طرح اینترنت را پیشنهاد می‌دهد و این بازدیدکننده هم شروع به پر کردن فرم ثبت‌نام و احتمالاً پرداخت هزینه‌ای چند صد هزار تومانی می‌کند. در ایالات متحده، انگلیس، استرالیا و بسیاری از کشورهای دیگر، اپراتورهای موبایل بهترین و کارآمدترین مودم‌ها و روترها را همراه با طرح‌های اینترنت خود به مشتریان پیشنهاد می‌دهند. مودم‌هایی که این روزها، در آشفتنه بازار شبکه ایران با قیمت‌هایی بالای یک میلیون تومان فروخته می‌شوند، به‌عنوان محصول استوک وارد شده‌اند. جالب است این مودم‌ها به معنای واقعی کلمه هم از سایر مودم‌های چینی و تایوانی بازار کیفیت ساخت، سرعت و عملکرد بهتری دارند. فروشندگانشان هم اصلاً توضیحی درباره لوگوی اپراتور مخابراتی حک شده روی این مودم‌ها نمی‌دهند و حتی مشاهده می‌شود با نام خود این اپراتور را به فروش می‌رسانند. مودم‌های سفارش شده Telstra، AT&T، Optus، Airnet، Tishnet، Vodafone و دیگران وارد بازار ایران شده‌اند و غالباً هم محصولاتی درجه یک و رده بالا هستند.

یکی از خرده‌فروشان آنلاین معروف ایران، مودمی را به تنهایی ۴۰۰ هزار تومان قیمت زده است. همان مودم با ۵۰۰ گیگابایت اینترنت از یک شرکت اینترنتی با قیمتی ۳۳۰ هزار تومان و با یک ترابایت اینترنت به قیمت ۲۵۰ هزار تومان به فروش می‌رسد. چگونه می‌توان این معادله عجیب را حل و هضم کرد؟ من در تمام این جریان‌ها و کلاهبرداری‌ها، خودم را بیشتر از هر فرد دیگری مقصر می‌دانم. اگر من کاربر، چشم بسته انتخاب نکنم، اطلاعات کامل و کافی داشته باشم و فریب تبلیغات و طرح‌های شرکت‌های اینترنتی را نخورم، هیچ‌کس نمی‌تواند از نادانی‌ام کسب درآمد کند.

این دانایی و آگاهی که نیاز داریم یک زنجیره به هم پیوسته با حلقه‌ها و نودهای مختلف است. رسانه‌ها باید رسالت اطلاع‌رسانی خود را درست و کامل انجام دهند. فروشندگانشان و به‌خصوص فروشگاه‌های اینترنتی سمت کاربر و خریدار باشند و حاضر به فروش هر محصول و تبلیغ هر چیزی نشوند. نهادهای نظارت بر بازار و شرکت‌های اینترنتی حلقه‌های دیگری هستند و سازمان‌هایی مانند سازمان نظام صنفی رایانه‌ای نقش و وظیفه پراهمیت‌تری دارند.

تاریخ انتشار:

04 بهمن 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/opinion/13969/%D8%AF%D8%B1%D8%A2%D9%85%D8%AF-%D8%A7%D8%B2-%D9%86%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C%E2%80%8C%D8%A7%D9%85>