

حمایت از تولید در خارج حاد

گفتگو با طاهره نوروزی-مدیر کانون زنان پشتیبان تولید ملی

اشاره:

شاید در طول روز و یا به هنگام خرید بسیار مشاهده نموده اید که افراد به محض مواجهه با تولیدات داخلی، از خرید آن محصول سر باز می‌زنند. این ذهنیت در پی مصرف برخی محصولات داخلی بی کیفیت شکل گرفت و از همان زمان، محصولات ایرانی مترادف شد با کیفیت پایین و در این میان محصولات خارجی به وجه و منزلت بالایی دست یافت. در این شرایط اگر کسی در صدد رفع عیوب محصول و یا دست کم انتقال آن عیوب به تولید کننده برنیاید، محصولات با همان کیفیت در همان مقطع باقی می‌ماند و بدین ترتیب بزرگترین لطمه بر تولیدات داخلی وارد می‌شود. کانون زنان پشتیبان تولید ملی، تشکیلی است از زنان این آب و خاک در جهت حمایت از تولیدات داخلی و اصلی ترین هدف این کانون انتقال مشکلات و عیوب محصولات داخلی به تولیدکنندگان است. در این خصوص و در راستای آشنایی بیشتر با فعالیت های این کانون با طاهره نوروزی-مدیر کانون زنان پشتیبان تولید ملی- گفتگویی داشتیم که متن آن را در ذیل ملاحظه می‌کنید:

نماییم و شعارمان این است؛ زمانیکه می‌توانیم تولیدات داخلی با کیفیت بالا داشته باشیم چرا مملکت ارز بری داشته باشد و از کالای خارجی استفاده نماییم؟ نکته دیگر اینکه زمانیکه بانویی از کالایی استفاده می‌کند می‌تواند در امر تبلیغات آن کالا از هرگونه تبلیغ تلویزیونی، بیلبرد و آگهی موثرتر خواهد بود زیرا با فردی روبرو هستیم که مستقیماً با کالا و کمیت و کیفیت آن در ارتباط است.

زمانیکه بانوی ایرانی به استفاده از تولیدات داخلی روی آورد، خود به خود پشوتوانه‌ای جهت گسترش این تولیدات ایجاد می‌شود مردم به جای این که کالای خارجی خریداری و مصرف نمایند، هزینه و سرمایه این خرید در داخل کشور می‌ماند و دست به دست می‌چرخد از تولید به بازار و از بازار به دست مصرف کننده می‌رسد و همین سرمایه ایجاد اشتغال می‌نماید و این اشتغال، نیاز به مصرف بیشتر را ایجاد می‌کند. خود به خود کارگرانی که در این کارخانه‌ها مشغول به فعالیت هستند، تشکیل خانواده می‌دهند و تشکیل خانواده نیز مستلزم خرید لوازم و کالاهای مصرفی است که همین کالاها می‌تواند از تولیدات داخلی باشد ولی زمانیکه این سرمایه از کشور خارج

هم صاحب کار و زندگی دلخواه خواهند شد و در صورتیکه کیفیت کالا برای فردی قابل قبول نبود وظیفه ما انتقال این نارضایتی به تولیدکننده است در این مرحله اگر تولیدکننده واقعا تمایل داشته باشد تا کالای عرضه شده مورد مصرف و قابل قبول باشد با همان مصرف کننده تماس حاصل نموده و پیگیری های لازم را تا زمان جلب رضایت مصرف کننده صورت می‌دهد.

محوریت اصلی این کانون حول نظریات مصرف کنندگان است چنانچه در همایشی که توسط خانه صنعت و معدن و کانون زنان پشتیبان تولید ملی، در سازمان مدیریت صنعتی برگزار شد، کالاهایی که از طریق همه پرسی در میان مردم و مصرف کنندگان شناخته شده بود، لوح تقدیر دریافت نمود و آمارگیری در زمینه تولید محصولات خوراکی، پوشاک، لوازم خانگی و... صورت گرفت تا معلوم شود اکثریت مردم چه کالاهای تولید داخلی را مصرف می‌نمایند زیرا هدف ما این است که تولیدات داخلی را تا حدی برسانیم که در کنار و یا حتی بالاتر از تولیدات خارجی قرار گیرد تا در نهایت موفق شویم از قاچاق و یا حتی از ورود کالاهای خارجی اگر نه به صورت قهرآمیز بلکه به دلپنداشتن خریدار جلوگیری

نظر نمایند و یا بتوانند از یک کالای نامرغوب یا کالای بی کیفیت انتقاد نمایند زیرا استاندارد یک کالا را پیش از آنکه اداره استاندارد تایید نماید باید مردم و مصرف کنندگان آنرا تایید نمایند. افرادی که تمایل به عضویت در کانون را دارند می‌توانند با این مرکز تماس حاصل نمایند فرم‌های عضویت را برای آنان ارسال می‌شود و زمانیکه برنامه‌ها یا همایشهایی در ارتباط با نحوه مصرف تولیدات داخلی برپا شود از این اعضا دعوت به عمل می‌آید. علاوه بر این کمیته‌های قیمت و کیفیت تشکیل شده است تا زمانیکه با اختلاف قیمت کالای مشابه، در نقاط مختلف شهر روبرو شدند کانون را در جریان قرار دهند تا اقدامات لازم در این خصوص صورت گیرد.

پس فعالیت در این کانون در راستای اشتغالی نیست؟

وظیفه ما این است که بانوان را به عرصه کار و تلاش دعوت کنیم و سعی بر آن داریم تا تولیدات و محصولات داخلی را به مردم بشناسانیم تا با درک اطلاع از مصرف تولیدات ملی افتخارمان را احساس کنند و بدانند زمانیکه کالای داخلی به افراد شناسانده شد اگر مردم به خرید کالای ساخت داخل تشویق شوند، تعداد بیکاران کاهش خواهد یافت و

این کانون از چه زمان فعالیت خود را آغاز کرده است و هدف از شکل گیری آن چیست؟

با توجه به اینکه حدود ۸۰ درصد از کالاهای تولیدی اعم از مواد غذایی، پوشاک، کالاهای برقی و کالاهای گازسوز یا مستقیماً توسط بانوان خریداری می‌شود و یا بانوان با آن در تماس هستند همین امر سبب تاسیس این کانون در سال ۱۳۸۲ فعالیت خود را آغاز شد. اصلی ترین هدف از تاسیس این کانون، نمایش حضور گروه عظیم زنان در جامعه بود تا این جمعیت بزرگ نیز اگر نه همه به طور مستقیم، در امر تولید دخالت داده شوند و این توانایی را داشته باشند تا نسبت به قیمت و یا کیفیت دخالت موثر داشته باشند.

چه کسانی می‌توانند در این کانون عضویت داشته باشند و شرایط عضویت در این کانون چگونه است؟

بانوان مصرف کننده اعم از زنان خانه دار، اساتید دانشگاه، پزشکان، تولید کنندگان، مهندسان و به طور کلی از هر قشری باشند می‌توانند در این کانون عضویت داشته باشند حتی کودکان مدرسه‌ای به عنوان اعضای تحت آموزش تا از کودکی به آنان آموزش داده شود در خصوص تعیین کیفیت کالا اظهار

شود و افراد تمایل به خرید محصولات داخلی نشان ندهند اشتغال کاهش یافته و موجب تعطیلی کارخانجات تولیدی می‌شود.

کانون چه تعداد عضو دارد و آیا خدماتی هم جهت اعضا در نظر گرفته است؟

کانون در حال حاضر حدود ۲۵۰ نفر عضو دارد که روز به روز در حال فزونی است. حتی کارخانجاتی عضو کانون زنان هستند که به عنوان تولید کننده نمونه انتخاب شده‌اند.

از نظر خدمات اکنون تنها در کنفرانس‌ها و همایش‌هایی که در ارتباط با تولید ملی برگزار می‌شود از اعضای کانون دعوت به عمل می‌آوریم ولی کم کم با گسترش کانون و شناسایی بیشتر آن توسط مردم تصمیم داریم تا امکاناتی را جهت اطلاع رسانی و آموزش اعضا در نظر بگیریم.

به نظر شما تشکیل چنین انجمن‌هایی تا چه اندازه می‌تواند در توسعه صنعتی کشور موثر باشد؟

تشکیل چنین کانون‌هایی نقش بسیار موثری در توسعه صنعتی کشور دارد بعنوان مثال روی آوردن مصرف کنندگان به تولیدات داخلی یک نوع حمایت از خانواده‌ها بشمار می‌رود و زمانیکه نظرات و پیشنهادات مثبت خود را در خصوص کیفیت، قیمت و یا ظاهر کالا عنوان نمایند دومین قدم در توسعه ملی و صنعتی کشور فراهم شده است.

کانون زنان پشتیبان تولید ملی چه تعاملی با کارخانجات و سازمان‌ها دارد؟

در ابتدای تاسیس این کانون، بسیاری از مصرف کنندگان اعلام می‌نمودند که به عنوان مثال در مصرف فلان کالا با مشکل مواجه بوده‌اند و ما این امر را به تولید کنندگان انتقال می‌دادیم در برخی مواقع صاحبان کارخانه خواستار آن بودند تا محصول را بازمینی نمایند تا در صدد رفع عیوب آن برآیند و این امر خود تبلیغاتی برای کالا بشمار می‌رفت. در مواقعی نیز مشاهده می‌شد که برخی مصرف کنندگان به نیات سوء از کالایی انتقاد می‌کردند که طی جلساتی که در هیات مدیره برگزار شد تصمیم بر این شد که با چشم بازتر و با دقت بیشتر صحت گفتارها را بررسی نموده و در مورد محصولات تحقیقات کافی به عمل آید. چرا که زمانیکه کارخانه‌ای را مطرح نموده و از محصولاتش سخن می‌گوییم خود به خود رقیبایی برای آن کارخانه پیدا می‌شود و هر چند گفتارمان صحت داشته باشد کارخانه‌های رقیب با شایعه پراکنی درصد تحقیر آن بر می‌آیند و زمان زیادی به طول می‌انجامد تا این ذهنیت منفی پاک شود.

در این مورد چه راهکارهایی در نظر گرفته‌اید تا دچار خطا و اشتباهی نشوید؟

کانون زنان پشتیبان تولید ملی در لوای خانه صنعت و معدن فعالیت می‌کند، انجمن‌های

زیادی را در بر می‌گیرد که شامل تمام صنایع می‌شود و در هر کدام از این انجمن‌ها، کار کارشناسی فعالیت می‌کنند در صورتیکه کالایی را مشاهده کنیم که از نظر کیفیت در سطح پایین باشد در وهله اول با انجمن صنایع همگن خانه صنعت مشاوره می‌کنیم که آیا این کارخانه زیر مجموعه این انجمن هست یا خیر و از لحاظ قدمت و سابقه کاری در چه

می‌شناسند؟

برخی از تولید کنندگان نسبت به کانون آشنایی دارند ولی برای شناساندن بیشتر آن، در وهله اول با همه پرس‌و‌پرسی از مردم در خصوص کیفیت کالاها باید آغاز کنیم. اصولاً مصرف کنندگان زمانیکه کالایی با کیفیت پایین خریداری می‌کنند در صدد رفع عیوب آن نیستند و شاید نهایت کاری که انجام می‌دهند این باشد که

زمانیکه بانوی ایرانی به استفاده از تولیدات داخلی روی آورد، خود به خود پشتوانه‌ای جهت گسترش این تولیدات ایجاد می‌شود مردم به جای این که کالای خارجی خریداری و مصرف نمایند، هزینه و سرمایه این خرید در داخل کشور می‌ماند و دست به دست می‌چرخد از تولید به بازار و از بازار به دست مصرف کننده می‌رسد و همین سرمایه ایجاد اشتغال می‌نماید

دیگر آن کالا را خریداری نکنند. در این راستا باید فرهنگ سازی شود تا مصرف کننده بتواند مشکلات محصول را به گوش تولید کننده برساند و او در صدد رفع مشکل برآید. پس از انتقاد یک محصول توسط خریداران اول ممکن است تولید کننده عکس‌العملی شایسته نشان ندهد و عنوان نماید که مصرف و یا عدم مصرف آن دلخواه است که همین مسأله نشان می‌دهد که این کالا یکبار مصرف بوده

وضعیتی به سر می‌برد؟ آیا کالاهای تولیدی آنها با کیفیت است یا خیر؟ سپس با موشکافی بیشتر عمل می‌کنیم زیرا این فعالیت به نوعی با زندگی، کار و احساسات افراد سر و کار دارد که باعث می‌شود یا تولید کننده ورشکسته شود و یا به اوج قدرت در تولید برسد. پس چه بهتر است کاری کنیم که رعایت اصول و قوانین در بستر عدالت شکل گیرد.

آیا تولید کنندگان داخلی این کانون را



و تولید کننده در تولید آن هیچ آینده نگری و حس مسئولیت پذیری نسبت به خود، خانواده و کشورش نداشته است. مورد دیگر این است که ممکن است مصرف کننده زمانیکه با عدم کیفیت کالا روبرو شد با خود اینگونه ببیند که به جای این که وقت بگذارد و به دنبال تولید کننده باشیم و مشکلات کالا را عنوان کنیم به دنبال برندهای دیگر می‌رویم. به این ترتیب ملاحظه میشود که هر دو طرف بی توجه به این امر که باید به کالا و تولیدات داخلی بها داد آنرا رها کرده و به فکر منافع شخصی خود خواهند بود.

در نهایت، فردی که تمایلی به انتقال انتقادات و مشکلات کالا در جهت رفع آنها نشان نمی‌دهد اولین خیانت را به خود، خانواده، فرزندان و کشورش می‌کند چرا که با این تفکر کالای ایرانی را پس‌زده و به دنبال محصولات خارجی می‌رود و همین امر سبب می‌شود تا کم کم تولید کنندگان با خطر ورشکستگی مواجه شوند و منجر به رکود تولیدات داخلی و تعطیلی کارخانجات می‌گردد. اگر کالاها در کشورهای دیگر به کیفیت روی آوردند و برندهای جهانی شدند به این سبب است که مصرف کنندگان رو در روی این کارخانجات ایستاده‌اند و با احساس مسئولیت مشکلاتشان را عنوان کرده‌اند و براین باور بودند که یا باید مشکل برطرف شود و یا دیگر آن کالا خریداری نمی‌شود. چه بهتر که این احساس مسئولیت و وجدان کار را از کودکان آغاز نمود و از همان دوران مدرسه به آنان آموخت که وجدان کار چیست؟ رعایت حقوق دیگران یعنی چه و احساس مسئولیت در قبال دیگران به چه معنی است؟

انجام تبلیغات موثر در گسترش و توسعه فعالیت‌های کانون می‌تواند کارساز باشد و منجر به ایجاد بازار رقابتی شود؛ آیا تبلیغاتی در این راستا صورت می‌گیرد؟

کلیه فعالیت‌های که این کانون در سایه خانه صنعت و معدن استان تهران و شورای مرکزی تحقق می‌پذیرد جهت ایجاد تبلیغات گسترده می‌باید به گسترش کانون اقدام نماییم و یا اینکه فعالیت‌های کانون را به صورت مجزا در نظر بگیریم و برای هر نوع محصول یک کانون بخصوص اختصاص یابد.

نکته پایانی؟

در پایان باید بگویم اکنون تنها به فکر گسترش این کانون هستیم و قصد داریم هدفمان را به مردم القا کنیم و اینکه به مردان این مرز و بوم القاء کنیم که شاید ما زنان تاکنون پشت شما پنهان بودیم ولی اکنون در کنار شما هستیم و نه در مقابل شما و قصد داریم با استفاده از قدرت بیان و تفکرمان در کنار شما گام برداریم و در راستای ارتقاء تولیدات ملی فعال باشیم.