

# «روحیه بازاری» یکی از عوامل بازدارنده توسعه صنایع کوچک و متوسط ایران

شیوا فرمند راد

دانش‌آموخته مهندسی مکانیک دانشگاه صنعتی آریامهر (شریف) ورودی ۱۳۵۰، کارمند شرکت Svenska Rotor Maskiner  
سخنرانی در گردهمایی بزرگ انجمن دانشگاه صنعتی شریف، ژوئیه ۲۰۱۰، گوتنبورگ، سوئد

## چکیده

آیا برایتان پیش آمده که فروشنده‌ای به شما بگوید: «آقا/خانم، همین‌که داریم! نمی‌خواهی، برو به جای دیگه بخر!»؟ آیا پیش آمده که چیزی را بخرید و بعد در خانه کشف کنید که این همانی نیست که در فروشگاه دیدید و پسندیدید؟ که فروشنده از پس گرفتن آن سر باز بزند؟ آیا پیش آمده که یک بسته‌بندی، سرپیچ یک شیشه یا در یک قوطی ایرانی را نتوانید باز کنید و یا بعد نتوانید ببندید؟ آیا پیش آمده که میخ‌های درشت پشت قاب‌های خاتم‌کاری سوغاتی ایران دیوار اتاقتان را خط‌خطی کرده‌باشد؟

همه این پدیده‌ها را من در وجود چیزی به نام «روحیه بازاری» در جامعه و صنایع کوچک و متوسط ایران جمع می‌بندم. برای به‌تصویرکشیدن این روحیه، به روشی نه‌چندان علمی از تعدادی از اجناس و سوغاتی‌های ساخت ایران عکس‌برداری کرده‌ام و از خریداران و آوردگان آن‌ها چند و چون خریدشان را پرسیده‌ام. می‌خواهم نشان دهم که با وجود و ادامه‌دهنده‌ی روحیه و نگرشی، صنایع کوچک و متوسط ایران نمی‌تواند رشد کند و توسعه یابد و عبارت «ساخت ایران» نمی‌تواند بار مثبتی داشته‌باشد.

**کلیدواژه‌ها:** بازاری، کیفیت، کالا، مشتری

## ۱. مقدمه

هم‌میهن‌انمان در داخل اغلب گمان می‌کنند که ما ایرانیان ساکن خارج با محصولات ساخت ایران چندان سر و کاری نداریم. اما این تصور غلطی‌ست و ما در خارج به دو دلیل عمده با اجناس ایرانی بسیار سر و کار داریم: نخست آن که برای فروشنده‌ها احساس دل‌تنگی‌مان پیوسته به سراغ محصولات و مواد غذایی ایرانی می‌رویم - برای پختن قورمه‌سبزی، سبزی خشک محصول ایران می‌خریم؛ برای خورش بادمجان آبغوره لازم داریم؛ برای کشک و بادمجان کشک لازم داریم؛ برای رفع درد شکم عرق نعنا و عرق بهار نارنج می‌خوریم؛ با احساس تشنگی دلمان شربت آلبالو و سکنجبین می‌خواهد؛ و...

دیگر آن‌که بستگان و دوستان و آشنایانمان در داخل همواره به یاد ما هستند و به دیدارمان که می‌آیند، و یا با بسته‌های پستی، انواع سوغاتی‌ها و خوراکی‌ها و محصولات صنایع دستی و از این قبیل می‌آورند یا می‌فرستند. از همین رو خانه‌های ما ایرانیان خارج شاید بیشتر از خانه‌های مردم در داخل پر است از انواع محصولات ایرانی: از قلیان و سماور و تخته‌نرد گرفته، تا قاب‌های خاتم‌کاری و روبالشی و پلوپز برقی!

## ۲. روش‌شناسی

در طول سال‌ها و هنگام کاربرد اجباری محصولات ایرانی و مقایسه‌ی ناگزیر آن‌ها با اجناس خارجی، کیفیت بد محصولات ایرانی و بسته‌بندی بدتر آن‌ها توجه مرا به خود جلب می‌کرده و به دقت و تفکر وا می‌داشته. برای نشان دادن نمونه‌هایی از این کیفیت بد، تلاش فوق‌العاده‌ای لازم نبود و یک گشت یک ساعته و بیرون کشیدن محصولات ایرانی موجود در خانه‌ی خودم کافی بود. از این محصولات عکس‌برداری کردم و درباره‌ی چگونگی خرید برخی از آن‌ها که به من هدیه کرده‌اند، قدری پرس و جو کردم. آن‌چه در میان این محصولات بد و خراب مشترک است، همان چیزی‌ست که من "روحیه بازاری" می‌نامم و در بخش نتیجه‌گیری به آن خواهم پرداخت.

### ۳. نمونه‌ها



تصویر شماره ۱

۱- تصویر شماره ۱ یک قاب "خاتم‌کاری" است که برایم سوغاتی آوردند. نمی‌دانم چرا تا کنون گمان می‌کردم که ریزه‌کاری‌های روی این قاب‌ها ذره ذره و با دست انجام می‌شود. اما دقت روی این قاب فاش کرد که این‌ها همه نوارهای ماشینی و چسبانندی‌ست! چوب این قاب هم از جنسی‌ست که در اثر رطوبت ورم می‌کند و از شکل می‌افتد! بدتر از همه "ظریف‌کاری"‌های پشت این قاب‌هاست (تصویر شماره ۲).



تصویر شماره ۲

سازندگان این قاب‌ها به گمانم فکر می‌کنند که مردم هرگز پشت قاب را نمی‌بینند و بنابراین صرف وقت و انرژی و هزینه برای پشت قاب به صرفه نیست. به جرأت می‌توانم بگویم که هیچ قاب خاتم‌کاری سوغاتی ایران ندیده‌ام که از این میخ‌های درشت پشت‌اش نزده باشند. سرهمی این میخ‌ها

هم به گونه‌ای بیرون زده‌اند که اگر قاب را به دیوار نصب کنید، دیوارتان را خط‌خطی و خراب می‌کنند. این لولاها و تکیه‌گاه هم واقعاً شاهکار ظریف‌کاری هستند!

لابد می‌گویید که جنس ارزان و بدی برایم آورده‌اند. ولی این یکی (تصویر شماره ۳) را هم که ظاهر خیلی شسته-رفته‌تر و گران‌نماتری دارد، اگر برگردانید، داستان همان است (تصویر شماره ۴).



تصویر شماره ۳



تصویر شماره ۴

۲- این ظرف پیرکس و پایه‌اش را نیز برایم سوغاتی آورده‌اند (تصویر شماره ۵). من همه‌ی دانش فنی و مهندسیم را به کار بسته‌ام، اما این پایه را هر طوری و به هر طرفی که خم و راست می‌کنم، همیشه یک پای آن توی هوا می‌ماند! به گمانم قالب آن ایراد دارد. اما کیست که به این چیزها اهمیت بدهد؟!



تصویر شماره ۵

۳- من در پانزده سال اخیر این سبزی‌های خشک را به کار می‌برم (تصویر شماره ۶)، و اکنون چهار-پنج سال است که دستگاه قوطی‌سازی، این قوطی‌ها را کج می‌سازد. نمی‌دانم چه‌طور این‌ها را در کارتون‌های بزرگ می‌چینند و بقالی‌های این‌جا چه‌طور موفق می‌شوند این‌ها را در قفسه‌ها بچینند! در عکس کوشیده‌ام که با کمک خط روی دیوار نشان دهم که قوطی‌ها چه‌گونه تاب برداشته‌اند. سر این قوطی‌ها جای مخصوصی برای پاره کردن و باز کردن دارند، اما من هرگز نتوانسته‌ام قوطی را از آن‌جا باز کنم. همیشه باید کارد و قیچی بردارم و قوطی را تکه‌تکه کنم تا بتوانم بسته‌ی سبزی را بیرون بیاورم! خریدار سوئدی ممکن نیست این بسته‌های کج و کوله را جدی بگیرد و به سراغ آن‌ها برود و با دیدن بسته‌بندی، گمان می‌کند که محتویات آن کشنده است! با این قوطی‌ها نمی‌توان سوئدی‌ها را قورمه‌سبزی خور کرد!



تصویر شماره ۶

این سبزی‌ها یک خاصیت جالب هم دارند: اگر توی آب بریزیدشان که خیس بخورند، بعد از ساعتی یک بند انگشت گل از خاک وطن ته ظرف جمع می‌شود. معلوم نیست سبزی‌ها را نشسته خشک می‌کنند، یا آن‌که موقع خشک شدن این همه خاک روی آن می‌نشیند. اما به هر حال حسن‌اش این است که ما خاک وطن را هم این‌جا در دسترس داریم تا اگر خواستیم هنگام مرگ توی مشتمان بگیریم!

۴- همه با این نوع در فلزی بطری‌ها و روش باز کردن آن‌ها آشنایی دارند (تصویر شماره ۷، شراب سفید از افریقای جنوبی). در را می‌پیچانید، جای تیغ‌خورده‌ی آن از هم جدا می‌شود، و در بطری باز می‌شود.



تصویر شماره ۷

اما با بطری‌های عرق نعنا و گلاب و غیره ایرانی کار به این سادگی‌ها نیست: در را که بپیچانید، جای تیغ‌خورده جدا نمی‌شود، بلکه کل در گشاد و هرز می‌شود و دیگر نمی‌توانید بازش کنید. در می‌پیچد، اما از جایش تکان نمی‌خورد. باید با پیچ‌گوشتی و سیم‌چین و گازانبر به جان آن بیایفتید، و بعد که باز شد، معلوم نیست چه‌طور باید ببندیدش (تصویر شماره ۸). اندازه گلولی این بطری‌ها هم استاندارد نیست که یک در دیگر به آن ببندید، یا حتی یک چوب‌پنبه‌ی استاندارد توی آن فرو کنید.



تصویر شماره ۸

۵- سازنده‌ی این یکی در بطری ابتکار به خرج داده‌است (تصویر شماره ۹)، اما جنس این در از پلاستیک بسیار خشک و محکم است که کمترین انعطافی ندارد، به زور دست باز نمی‌شود، و هر بار برای باز کردنش باید از تشتک‌بازکن استفاده کنید و با مشت بیندیش.



تصویر شماره ۹

محتوای شیشه هم قرار بوده شربت آلبالو باشد، اما چیزی نیست جز آب و قند که رنگ سرخ و کمی طعم شیمیایی گیلان (و نه آلبالو) به آن اضافه کرده‌اند!

۶- این یک مدل دیگر است که تیغ‌خوردگی ندارد (تصویر شماره ۱۰)، اما فشار هوای درون بطری کمتر از بیرون است و پیچاندن و باز کردن در آن زور بازوی رستم را می‌خواهد.



تصویر شماره ۱۰



من چندین دقیقه سر بطری را زیر آب داغ می‌گیرم تا بتوانم بازش کنم. اگر آب داغ یا زور بازو در دسترس نباشد، معلوم نیست چه‌گونه باید آن را باز کرد. اما بار دوم آب داغ هم چاره‌ساز نیست، برای این که بار اول چند قطره آب لیموی چسبناک بین این در فلزی و شیشه مانده و این دو را چنان به هم چسبانده که فقط با انبر کلاغی می‌شود بازش کرد! ماشاالله یک دور و دو دور هم نیست - همین طور چند دور باید بچرخانید تا باز شود! مشابه خارجی این‌ها را حتی پیران ساکن خانه‌های سالمندان به راحتی باز و بسته می‌کنند. ولی، خب، آن‌ها عطر و طعم آب لیموی ایران را ندارند!

۷- این شاهکار صنایع غذایی ایران است (تصویر شماره ۱۱): ماهایی که نمی‌توانیم بدون ترشی سر کنیم، کلی زنگ‌زدگی فلزات هم باید نوش جان کنیم، و معلوم نیست چه اسیدی وارد معده‌ی بیچاره‌مان می‌شود که بخار آن می‌تواند این در فلزی را بیوساند! نمونه‌هایی را دیده‌ام که در فلزی به کلی پوسیده و سوراخ شده‌است.



تصویر شماره ۱۱

۸- این یک نوع حلوا یا مسقطی‌ست (تصویر شماره ۱۲). اگر ظرف آن که از جنس پلاستیک خشک است همه‌ی فشارهای طول راه را در چمدان تاب آورده‌باشد، با نخستین فشار کارد یا قاشق برای برداشتن تکه‌ای از محتویاتش، کف ظرف چهار تکه می‌شود! تازه این کاغذ را هم که معلوم نیست چه آلودگی‌هایی دارد، صاف روی خود مسقطی چسبانده‌اند.



تصویر شماره ۱۲

۹- صحبت قاب‌های خاتم‌کاری بود. فقط کیفیت خود قاب‌ها نیست که ایراد دارد، محتوای نقاشی‌های توی آن‌ها هم بی ایراد نیست. بسیاری از این مینیاتورها صحنه‌ی شکارگاه را نشان می‌دهند که مثلاً شکارچی‌های با عمامه و لباس عجیب و نشسته بر اسب دارند گله‌ای غزال‌های رمیده را با کمان تیرباران می‌کنند. برای کودکان داخل ایران که سر بریدن گوسفند و مرغ و خروس را فراوان می‌بینند، این صحنه‌ها شاید عادی‌ست. اما کودکان ما با این صحنه‌ها خو نگرفته‌اند و چنین خشونت‌هایی را ندیده‌اند.



تصویر شماره ۱۳

آشنایی لطف بزرگی کرد و این کار نفیس هنری را برای من فرستاد (تصویر شماره ۱۳). ما بی‌توجه آن را به دیوار زدیم، اما به محض نشستن آن روی دیوار باران پرسش‌های دختر چهارپنج‌ساله‌ام باریدن گرفت:

- بابا، اون چیه توی دست اون ملا؟
- ملا نیست، عزیزم، یکی از شاه‌های قدیم ایرانه. اون هم خنجره توی دستش، یه جور چاقو!
- چرا اونو فرو کرده توی شکم هاپو؟
- اون هاپو نیست، دخترم، یه جور شیره!
- شاه می‌خواد شیرو بکشه؟
- آره عزیزم! چرا شیره اجازه می‌ده که شاه بکشدش؟
- اجازه نمی‌ده دخترم، اونم داره آقاهه رو می‌زنه!
- دارن جنگ می‌کنن؟
- آره عزیزم، آره!



- شاه چرا دامن پوشیده جنگ می کنه؟!

چاره‌ای نبود جز آن که این هدیه‌ی نفیس و گرانبها و عزیز را از دیوار بردارم. تازه خوب شد که موضوع بیخ پیدا نکرد و دخترم نپرسید «بابا، این کنده‌کاری روی چیه؟»، «استخون، دخترم!»، «استخون شیره؟»، «نه، دخترم. مثلاً قرار بوده دندان فیل باشه، ولی نمی‌دونم استخون کدوم حیوان بدبختیه! یا شاید هم پلاستیک قالب‌گیری شده است!»، «دندان فیلو می‌برن و می‌کنن؟»، و این سؤال‌ها تمامی نداشت. من پیرامون تاریخچه‌ی منظره‌ای که این تابلوها نشان می‌دهند بحثی ندارم. آنچه می‌گویم این است: تابلو کردن صحنه‌های اعمال خشونت و آویختن آن‌ها در خانه و در برابر نگاه کودکان، نشانگر خوش‌سلیقگی نیست.

یک نگاه به پشت این تابلو هم خالی از لطف نیست (تصویر شماره ۱۴). چه ظریف‌کاری‌هایی! یک کیلو وزن این آهن‌آلات است!



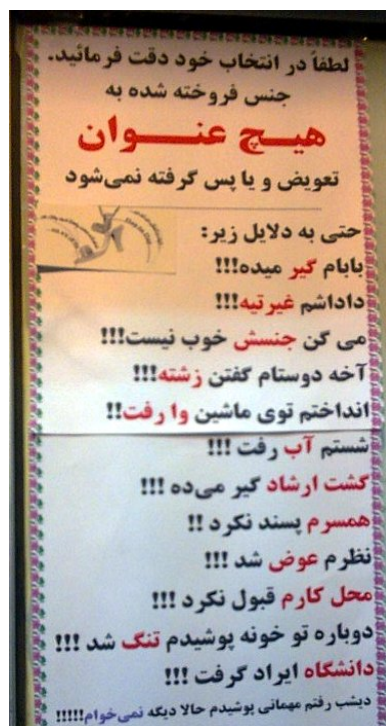
تصویر شماره ۱۴

۱۰- این گلیم را مسافر بی‌نهایت عزیزی از ایران برایم آورد و وقتی که در حضورش بازش کردم و پهن‌اش کردم (تصویر شماره ۱۵)، ناگهان گفت: ای، این چرا این‌قدر کجه؟ باور کن موقع خریدن توی فرش فروشی اصلاً این‌طوری نبود! گفتم: مهم نیست. اتفاقاً لطف‌اش به همون کج بودنشه! یه جور جذابیت مخصوص بهش می‌ده! لابد به فرش فروش گفتمی که «آقا، می‌خوام اینو سوغاتی ببرم سوئد، تو رو خدا، زدگی‌ای، چیزی نداشته باشه ابرومون بریزه» اون هم موقع بسته‌بندی با خودش فکر کرده که «حالا که قراره این جنس بره سوئد، عوضش یکی از اون کج‌هاش رو بسته‌بندی می‌کنم که یه جور جذابیت مخصوص داشته باشه!»



تصویر شماره ۱۵ (یک انتهای گلیم ۱۵ سانتی متر باریک‌تر از انتهای دیگر است)

کیست که بخواهد از سوئد جنس را برگرداند و بخواهد پس بدهد. تازه، کیست که جنس را پس بگیرد؟ این تابلوی گویا را ببینید! کاسبکاران ما شاهکار رفتار با مشتری هستند (تصویر شماره ۱۶)



تصویر شماره ۱۶

از این نمونه‌ها فراوان می‌توان ردیف کرد. اما به‌گمانم همین تعداد به عنوان مثنوی نمونه‌ی خروار کافی‌ست.

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

به گمان من علت وجود این اجناس خراب و بی‌کیفیت از سویی پایین بودن سطح توقع ما مشتریان و مصرف‌کنندگان است که با وجود بی‌کیفیتی همچنان همین کالاهای بنجل را می‌خریم و مصرف می‌کنیم؛ اما از سویی دیگر وجود طرز تفکر، نوع اندیشه، و شکل برخورد با کیفیت کالا در میان تولیدکنندگان و فروشندگان این کالاها، یا همان چیزی‌ست که من آن را «روحیه بازاری» می‌نامم. استثناها را، یعنی تولیدکنندگان انگشت‌شماری را که کالاهای با کیفیت تولید می‌کنند، اگر کنار بگذاریم، گروه بزرگی از تولیدکنندگان و فروشندگان گویی فقط برای لحظه‌ی حاضر کار می‌کنند و هیچ‌تصور و تفکری برای آینده، برای بالا بردن کیفیت، برای بلندآوازه شدن محصولشان، ندارند. همین که درست در اکنون سر یک مشتری را شیر بهمانند و با «انداختن» یک کالای بنجل به قیمت گران، پولشان را بگیرند، راضی هستند. برای جلب رضایت و اعتماد مشتری و حفظ او برای خود، هیچ‌زحمتی به خود نمی‌دهند. برایشان راحت‌تر است که مشتری را برانند: «آقا/خانم، همین‌ها که داریم! نمی‌خواهی برو جای دیگر!» همین‌ها هستند که هنگام بسته‌بندی جنس را عوض می‌کنند و چیز معیوب و خرابی را به مشتری تحویل می‌دهند و هیچ‌فکر نمی‌کنند که این مشتری دیگر به سراغ این فروشگاه و این محصول نخواهد آمد، و همین‌ها هستند که سطح توقع ما مصرف‌کنندگان را نیز پایین می‌آورند: این یک روند دو سویه است و شباهت به یک دور باطل دارد. برای رهایی از کیفیت نازل محصولات ایرانی، باید بکوشیم که این دور باطل را بشکنیم، من اما نمی‌دانم چه‌گونه. تخصص من این نیست و نسخه‌ای ندارم. یک راه می‌تواند این باشد که ما در خارج قورمه‌سبزی و ترشی و آبلیموی ایرانی و عرق نعنا و غیره نخوریم و از همه‌ی دوستان و آشنایان و بستگان خواهش کنیم که محصولات و سوغاتی‌های ایرانی برایمان نیاورند و نفرستند. اما نمی‌دانم این روش تا چه میزان عملی‌ست و تا چه میزان مؤثر است.

دوست دانشمند و مخترع آقای دکتر خوشنویس در سخنرانی‌هایشان می‌گویند که از نوجوانی آرزو داشته‌اند که بیند روی چیزهای درست و حسابی نوشته شده‌باشد **Made in Iran**. خوشبختانه ایشان در این زمینه تنها نیستند و به گمانم این آرزوی هر کسی است که به سراغ رشته‌های فنی و مهندسی و تولیدی می‌رود. بسیاری از اینان درست با همین نیت این رشته‌ها را برگزیده‌اند که روزی چیزی تولید کنند و رویش بنویسند **Made in Iran**. من سیزده چهارده ساله که بودم یک رادیو گوشی ساختم و با همان آرزو و با خام‌خیالی کودکانه پشت آن نوشتم **Made in Ardebil**! (تصویرهای شماره ۱۷ و ۱۸) ولی اجازه بدهید اضافه کنم که این آرزو در انحصار مهندسان ایرانی هم نیست، بلکه هر مهندسی که در هر گوشه‌ای از جهان چیزی تولید می‌کند، دلش می‌خواهد که نام کشور خود را روی آن بنویسد. مگر مهندس بنگلادشی یا مهندس عراقی آرزوی مشابهی ندارد؟ صحبت بر سر میزان اعتبار نام کشور و سطح کیفیت چیزی است که به نام کشوری تولید می‌شود. در سال‌های کودکی من کالاهای ساخت ژاپن و به‌ویژه چین به بی‌کیفیتی معروف بودند؛ زود می‌شکستند و خراب می‌شدند. اما همه می‌دانیم که هر دوی این‌ها تا چه سطوح بالایی از کیفیت محصولات خود رسیده‌اند. یا محصولات کره‌ای تا همین بیست سال پیش برای کیفیت خود نام‌آور نبودند. اما همه شاهد بوده‌ایم که صنایع این کشور چه‌گونه پیش تاخته‌است.



تصویر شماره ۱۷



تصویر شماره ۱۸

ما نیز باید راه حل خود را پیدا کنیم، اما پیش از آن باید بتوانیم عیب‌هایمان را ببینیم و بشناسیم. من کوشیدم که گوشه‌ای از این عیب‌ها را نشان دهم.