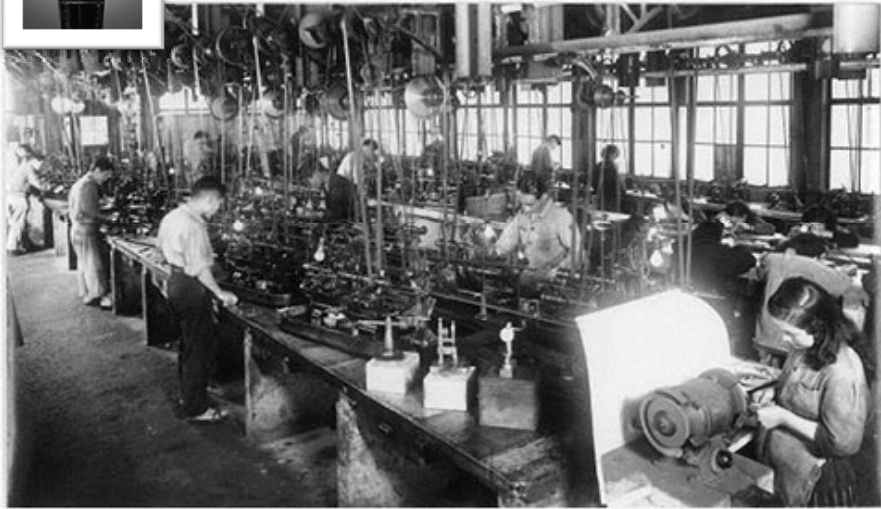


فرهنگ مسؤلانه برای جوان ما شغل ایجاد می کند



シチズン時計株式会社 自動機工場 (昭和20年代初期)

مدتی پیش برای تعویض بند ساعت نزد یک ساعت ساز بودم. او از بند ساعت ژاپنی بسیار تعریف کرد و از عیب های بند ساعت ایرانی گفت. از او پرسیدم که آیا می داند همین ساعت ژاپنی چگونه به جایی رسید که امروز مورد تحسین اوست؟ به او گفتم: نزدیک به شصت سال پیش در بنادر جنوبی ایران نوعی ساعت مچی ژاپنی از طریق دریا وارد می شد که به آن ساعت دریایی می گفتند. این ساعت ها را با گونی به صورت کیلویی می فروختند و در شهر قیمت هر یک از آن ها بین دو تا سه ریال بود. این ساعت ها که در کارگاه های نسبتاً ابتدایی ساخته می شد، شاید یکی دو ماهی کار می کرد و بعد خراب می شد. در همان زمان ساعت های مکانیکی سوئیس حداقل ۳۶ ریال قیمت داشت.

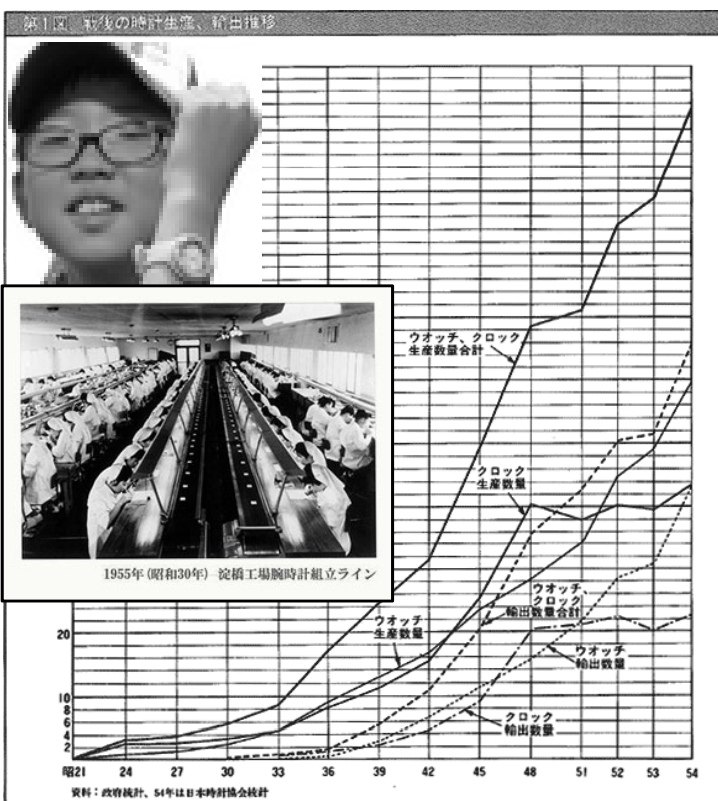
اما نکته اینجاست: خود ژاپنی ها فقط همین ساعت را می خریدند و از خرید ساعت با کیفیت سوئیسی پرهیز داشتند! مردم ژاپن در آن سال (۱۹۴۶) به عنوان ملتی از جنگ برخاسته، با تجربه ویرانی های هولناک جنگ جهانی دوم، قدر آن چه را که داشتند خوب می دانستند. آنان درک کرده بودند که نبایستی تنها به راحتی شخصی خود فکر کنند، بلکه بایستی نسبت به رشد جامعه خود احساس مسئولیت کنند. آنان باور داشتند که بایستی فعالانه، توأم با احساس مسئولیت از تولید کننده خود حمایت کنند تا او بتواند رشد کند و جوانان ژاپنی مشغول کار شوند.



همین خودباوری ملی بود که به مدیران صنایع ژاپنی اجازه داد اول تولید کمی (تولید انبوه با کیفیت کم برای ورود به بازارها) و بعد تولید کیفی را در دستور کار قرار دهند و فروش آنان روز به روز بهتر شود، تا تبدیل به چیزی بشوند که امروز هستند.

حالا ما چگونه به تولید کننده خود می نگریم؟ آیا توقعی که ما از صنعت و اقتصاد خود داریم با عملکرد امروز ما تناسبی دارد؟ آیا اگر هر یک از ما فقط به منافع کوتاه مدت خودمان فکر کنیم از رشد و پیشرفت صنعت کشور بهره مند خواهیم شد؟

نگاه ما به تولید کننده داخلی بایستی مانند نگاه اعضای یک خانواده به یکدیگر باشد. اگر عضوی از خانواده خطا کند، او را دور نمی اندازیم. ما بایستی دست حمایت را از تولید کننده خود برنداریم، و در عین حال هر جا لازم شد برای اصلاح و ارتقا به او فشار بیاوریم. در این مسیر دولت و مردم با همکاری هم می توانند راهکارهای متعددی را محقق کنند.



۱۰۰۱ حوزه اجتماعی و تاریخی ۱۳۹۴/۵/۱۳

با کمال تأسف تعدادی از فروشندگان ما وقتی کالای خارجی را تبلیغ می کنند چنان با افتخار از آن صحبت می کنند که گویی این کالا تولید خود آنهاست، در حالی که آن ها تنها فروشنده کالای بیگانه بوده اند! اکنون سوال این است: آیا این افتخار کاذبی که آنان حس می کنند، به سود اشتغال جوانان سایر کشورها است یا اشتغال برادران خودشان و جوانان کشورشان؟ آیا کسانی که کالای خارجی را بر کالای موجود و قابل مصرف داخلی ترجیح می دهند، می توانند نسبت به بیکاری جوان ایرانی معترض و منتقد باشند؟ آیا این نگرش آنان، خود یکی از دلایل بیکاری جوان ایرانی نیست؟



سید احمد ساویز

www.asaviz.ir

برای مشاهده اینفوگرافیک های مشابه به وبسایت دفتر انتشار آثار استاد ساویز مراجعه نمایید: