

گسترش فرهنگ به مه و بهبود ضرب نفوذ به مه به صورت فراگیر سوه بن بند برنامه تحول در صنعت به مه کشور است. گسترش فرهنگ و هماهنگی فرهنگ سازی به مه مطلبی است که سال‌های سال در مورد آن بحث شده و تمام دست‌اندرکاران و مسوولان ذی‌صلاح بر آن تاکید دارند اما تاکنون کار جدی در جهت ارتقای فرهنگ به مه انجام نشده است و کمابین مسوولان به مه‌ای کشورمان از نبود فرهنگ به مه‌ای در کشور گلایه دارند و آن را دلیل اصلی پائین بودن ضرب نفوذ به مه می‌دانند.

اما به راستی مسوولان گسترش فرهنگ به مه با چه نهادی است؟

گروهی در پاسخ به این سوال، خود شرکت‌هایی به مه را مسوول فرهنگ سازی می‌دانند و این جمله را که به مه فروختنی است نه خر دینی را هم به عنوان دلیل موجه کنار آن می‌گذارند. گروهی هم به مه مرکزی را به عنوان متولی صنعت به مه در کشور مسوول این امر می‌دانند و معتقدند به مه مرکزی باید در امر فرهنگ سازی به مه پیشقدم باشد. اما خود شرکت‌هایی به مه معتقدند در کنار صنعت به مه وزارتخانه‌های علوم، آموزش و پرورش و ارشاد اسلامی نیز وظیفه دارند در امر گسترش فرهنگ به مه نقش بسزایی ایفا کنند. فرهنگ به مه با کنفرانس گسترش نمی‌آید



نادر مظلومی استاد دانشگاه در این خصوص گفت: تاریخ را حرف نساخت بلکه عمل ساخت، اگر شرکت‌هایی به مه در مسیر درست حرکت کنند مشکل نبود فرهنگ به مه حل خواهد شد. او با تاکید بر اینکه به اجبار برگزاری کنفرانس و جزوه نمی‌توان فرهنگ به مه را در جامعه گسترش داد افزود: برای ارتقای سطح فرهنگ باید جامعه را به خوبی بشناسیم، از علائق و تمایلات آنها باخبر باشیم و بدانیم آس فرهنگ زندگی قومی و عشره‌ای بر آن حاکم است؟

مظلومی ادامه داد: جامعه ایرانی یک جامعه جوان و در حال تحول است و آینده برای آن حاوی چ‌زهای جدی است که نمی‌شناسند و این وظیفه نهادهای ذی‌صلاح است که برای شناساندن آن تلاش کنند. وی در خاتمه ادآور شد: چنانچه شرکت‌هایی به مه به درستی فعالیت کنند جامعه عکس‌المعمل درستی نشان خواهد داد. گفته‌های مظلومی حکایت از نقش پررنگ به مه‌گران در ارتقای سطح فرهنگ به مه دارد و در واقع ارائه خدمات متنوع و مناسب موجب جلب نظر مشتری و جذب به مه‌گزاران به شتر خواهد شد.

مسوولان وزارت اقتصاد و به مه مرکزی مهرداد خواجه‌نوری، دبیرکل سندکای به مه‌گران ایران نیز در خصوص فرهنگ به مه در کشورمان ادآور شد: امروز تولیدکنندگان انواع محصولات با ارائه کالاهای متنوع این امکان را برای مشتری فراهم کرده‌اند که خریدار مطابق با سلیقه و علائق خود کالایی مورد نیاز خود را خریداری کند. او ادامه داد: به مه هم یک محصول است و باید در فضای کاملاً رقابتی عرضه شود. دبیرکل سندکای با ادآوری اینکه تا زمانی که به مه دولتی وجود دارد فضای رقابتی نخواهد شد خاطرنشان کرد: همانطور که در تولید و عرضه سایر محصولات نظارت وجود دارد در عرضه به مه هم باید یک نظارت که بتوان نام آن را نظارت واقعی گذاشت وجود داشته باشد. خواجه‌نوری گفت: در خصوص نظارت بر صنعت به مه و ایجاد فضای رقابتی به منظور توسعه فرهنگ به مه

وزارت امور اقتصادی و دارایی به عنوان مالک به مه های دولتی و به مه مرکزی به عنوان ناظر و شرک الممال به مه ها از طریق واگذاری انکای - اجباری نقش قابل توجهی دارند. او ادامه داد: وزارت اقتصاد با مه های دولتی را اصولی به بخش خصوصی واگذار کند و به مه مرکزی با مه برای گسترش فرهنگ به مه قانون خود را عوض کند. خواجه نوری ادآور شد: به جای تمام فعالیت های اصولی در جهت اصلاح ساختار صنعت به مه تنها کارگروه های تشکیلی شده است. فروش خدمت سخت تر از فروش کالا است

محمد بلور ان تهرانی، کارشناس اقتصادی در خصوص گسترش فرهنگ به مه در کشور و نحوه تبلیغات و اطلاع رسانی در جامعه گفت: فروش خدمت سخت تر از فروش کالا است به و ژه فروش به مه که عرضه امده و امنیت است. او با اشاره به اینکه تبلیغ معنی معرفی و آگاه کردن مردم از وجود کالا و خدمت خاطر نشان کرد: قبل از تبلیغات با مه زمه نه ها و فرهنگ سازی های لازم ایجاد شود تا مشتری بداند محصولی را که می خرد چه ن ازی را برطرف می کند. بلور ان تهرانی ادآور شد: برای ایجاد انگیزه مردم نسبت به خرید به مه و توسعه آن با مه باور کنند که به مه با جبران ز ان های اقتصادی ناشی از حوادث، هزینه های رقابتی را به هزینه های قابل تحمل تبدیل می کند و نگرانی های آنان را نسبت به آینده کاهش می دهد.

ن از او تا کم کرد: شرکت های به مه به ش از آنچه ن از به تبلیغات داشته باشند به معرفی انواع به مه ن از دارند که یکی از وظایف اصلی روابط عمومی ها به عنوان تنظیم کننده روابط م ان سازمان و جامعه است.

ان استاد دانشگاه نقش آموزش و پرورش و دستگاه قضایی را هم در جهت توسعه فرهنگ به مه پررنگ دانست و ادامه داد: آموزش و پرورش با معرفی به مه به دانش آموزان موجب آموزش نسل های جدید به روش علمی و فنی در قالب درس ها شان خواهد شد.

وی افزود: در حال حاضر در ایران مردم فقط از به مه های شخص ثالث و درمان اطلاعات کمی دارند و تنوع و گستردگی به مه های مسوولت برای آنان نا آشنا است.

بلور ان تهرانی گفت: اگر امروز از کسی بخواه د خانه و ماشین خود را به مه کند اول ن سوالی که می پرسد ان است که کدام شرکت به مه خوب خسارت می دهد؟ بنابراین اول ن عامل موثر در خرید به مه نامه استفاده از تجربه دیگران است.

او ادآور شد: چنانچه یک شرکت به مه بخواهد در بلندمدت سود خود را افزایش دهد با مه مخارج کسر را افزایش دهد نه اینکه صورت کسر را کوچک کند در واقع حق به مه به شتری در افت کند نه اینکه خسارت پرداختی را کم کند. نقش رسانه ملی در گسترش فرهنگ به مه

سازمان صدا و سیمابه عنوان یک رسانه ملی نقش و ژه ای در فرهنگ سازی دارد و بدیهی است اطلاع رسانی از طریق ان رسانه ملی به خاطر اعتماد و دسترسی که اکثر آحاد جامعه به آن دارند دارای نتایج ارزنده ای خواهد بود. حسن خجسته، معاون صدای سازمان صدا و سیمابه در گفت و گو با فصلنامه آساده در خصوص گسترش فرهنگ به مه گفته است: در گام اول با مه موضوع را از منظر روان شناسی و جامعه شناسی مورد مطالعه قرار داد و بعد در حوزه رسانه ها آن را بررسی کرد.

او با اشاره به اینکه مشکلی که در مورد پان بودن آگاهی های مردم در مورد به مه وجود دارد، ناشی از شناخت و طرز تلقی آنها است، گفته است: با مه طرز تلقی مردم و ادراک عمومی نسبت به ان ن پدیده اصلاح، تکمیل و تقویت شود، مخاطب با مه به یک ن از رسیده باشد تا بر مبنای آن در او مه ل به اقدام ایجاد شود.

خجسته در خصوص نقش صدا و سیمابه در جهت گسترش فرهنگ به مه ادآور شده است: طرح موضوعات به مه ای با مه توسط کارشناسان آشنا به اصول به مه و قوانین به مه ای عنوان شود تا اطلاعات مورد ن از مخاطبان در اختیار آنها قرار گیرد. در واقع سازمان های به مه هم با مه تلاش کنند تا زمه نه حضور در رسانه ها ایجاد شده و کارشناسان رسانه ها به کشف ان ن اطلاعات ترغیب شوند.

نکته: (هفته گذشته شبکه دوم سه ما برنامه کنکاش را پخش می کرد که اتفاقا در رابطه با به مه های بازرگانی بود، اما در حالی که مدتی ران به مه های بازرگانی در خصوص فعالیت ان بخش صحبت می کردند تصویر سازمان نامه ن اجتماعی و خدمات درمانی را که در حال تمدید دفترچه های به مه بودند نشان می داد).

خجسته در ادامه افزود: رسانه مانند یک کارخانه واسطه است و با توجه به تنوع موضوعات اجتماعی توان تولید مواد اولیه را ندارد. رسانه معمولا در برنامه های مربوط به حوزه های عمومی از کارشناسان استفاده می کند و در واقع با حضور ان کارشناسان با آن حوزه مورد بحث پدید برقرار می شود.

به مه از نگاه مردم

برای تکمیل گزارش نقطه نظرات مردم را در خصوص به مه ابتر بگویم به مه نخر دن جوا شدیم، یک خانم

مه ان سال که در حال خر دم وه بود در پاسخ به ان سوال که آا شما از خدمات به مه استفاده می کنه گفت: خودم و شوهرم و بچه ها دفترچه به مه دارم و ماشن شوهرم هم به مه نامه داره.

× کار شوهرتون چه؟  
کارمند.

× خونه تون چطور، به مه داره؟  
خونمو نه!

× چرا؟

نمی دونم تا حالا کسی نگفته که با دم خونه هم به مه داشته باشه. اصلا چجوری با دم خونه رو به مه کرد؟  
از آقا می که کنار ما استاده بود و گوش می داد پرس دم، آقا شما به مه عمر داره؟  
بله، به مه نامه بن اجتماعی هستم.

× به مه نامه بن اجتماعی منظورم نیست، تک به مه عمر و تشکله سرما به که از تک شرکت به مه بازرگانی خر ده باشه؟  
نه، با ان به مه بازنشستگی فرق می کنه؟

بله، تک به مه نامه عمر و تشکله سرما به مزای از ادی دارد تا حالا چه زی از آن نشه ده؟

نه والما، اگر بدونه م به مه های عمر چه به و به دردد روزگار به ری می خوره خوب می خر م ان همه پول خرج می شه پول ان کی را هم آدم می ده، من المان از شما می شنوم.

× از مغازه وه فروشی به رون آمدم کنار آن تک سوپرمارکت قرار داشت که صاحب آن 2 تا نان بربری خر ده بود و داشت وارد می شد پرس دم شما از به مه چی می دونه؟  
شما؟

× خبرنگارم.

× خبرنگار کجا؟

× خبرنگار روزنامه، روزنامه دنه ای اقتصاد، روزنامه ما را خواند ده؟

د دم، می شناسم، چی می خوا؟

× ه چی پرس دم از به مه چی می دونه؟

همان طور که بقه می دونن، ماشنم به مه داره، دفترچه خدمات درمانی هم خودم خونوادم دارن.

× مغازه چطور؟ اجناس و خچال به مه هستن؟

اجناسه نه! تا حالا اتفاقی نه افتاده.

× خوب کار به دفعه می شه.

× خوب فکر می کنی به مه ها پول می دونه؟

× البته، اگر به مه نامه داشته باشی به خسارت بخوری، جبران می کنن.

ماشنمی و که جلوی چشم خودشون به مه کردی وقتی لاسته کش را دزد دن می ری خسارت بگ ری اصلا نمی دن ان می به بن لاسته ک های جلو خارجه به پول لاسته ک های عقب را به قیمت ان رانی می دن، تازه کلی هم کم می کنن، اونوقت من چه جوری پول اجناس مغازم را بگرم؟

× خوب شما تک سرما به ای را خر داری می کنی، مثلا برای اجناس مغازه 30م ان ون تومان ارزش ته بن می کنی و حق به مه می پردازی اگر اتفاقی افتاد به اندازه همان 30م ان ون تومان خسارت می گری.

اگر واقعا بن جور باشه به مه می کنم، اما رو حرف تک خبرنگار که نمی شه رفت به مه خر دم. خود به مه ای ها با دم

اطلاع رسانی کنن.

تک خانم که دست دختر کوچکش را گرفته بود با بی حوصلگی گفت: خانم خبرنگار ان شرکت های به مه هرچند وقت تک بار در تلو زون و راد و تبل غ می کنن و اسمشون و می گن ما که آخر نفهم دم چی می فروشن، چی کار می کنن؟ اصلا کجا هستن؟ بعد هم می ره ده گه خبری نیست تا چند ماه بعد.

× خانم عز ز شماره تلفن روابط عمومی ان تلفن گو ای شرکت های به مه در آگهی ها پخش می شه تازه می تواند دم از 118 کمک بگرم.

من بلدم چه طوری تلفن به شرکت و به داکنم، اما می خوام به بنم ان به مه برای آگاهی مردم چه کار می کنه؟ اگر آگاهی پخش می کنه خوب بگه چی به دردد من می خوره و با دم به کجا مراجعه کنم.

× شما از چه خدمات به مه ای استفاده می کنه ده؟

ماشن شوهرم به مه داره، صاحب کارش هم به مدت به مه اش کرد و من و دخترم دفترچه درمان داشته م که نمی دونم چی شد پشمون شد، المان ه به مه ای ندارم.

× ماش بن شوهرتون چه؟ به مه نامه کامل داره؟  
پرا د، قسطی خر ده از اول که خر د به مه نامه داشت. شرکت کلی پول همون به مه نامه را گرفت.  
× تاکی اعتبار داره حواستون باشه سر یک سال با د تمد د کن د.  
چقدر پولش می شه؟  
× حدودا 180 هزار تومن.  
اوه، چه خبره؟ می دونی حقوق شوهر من چقدره؟ بعد می گن مردم به مه نمی خرند؟  
نکته آخر  
اگر به مه گران براساس قانون اعداد بزرگ فعاله ات می کنند و نرخ حق به مه ها را محاسبه می کنند، پس گسترش فرهنگ  
به مه و استقبال مردم در امر خر د آن موجب کاهش نرخ خر د به مه خواهد شد، مسوولان ذی صلاح در تمامی نهادها که  
به نوعی می توانند در امر گسترش فرهنگ به مه نقشی داشته باشند، دست به کار شوند.