



بچه‌ها در خصوص تهیه مایحتاج سرگرمی و تحصیلی خود، به دنبال تنوع و قشنگی هستند، به همین خاطر در بسیاری از مواقع حتی اگر این محصولات از کیفیت مناسب نیز برخوردار نباشد اما چون تنوع دارد، دانش‌آموزان ناخواسته از این لوازم استقبال می‌کنند



گفت‌وگو با مهدی شکوهی مدیر یکی از مراکز تخصصی محصولات کودک و نوجوان در مشهد

## اگر دست به دست هم دهیم آباد می‌شود

سمیه ملاتبار  
نویسنده



قشنگی هستند، به همین خاطر در بسیاری از مواقع حتی اگر این محصولات از کیفیت مناسب نیز برخوردار نباشد اما چون تنوع دارد، دانش‌آموزان ناخواسته از این لوازم استقبال می‌کنند. روی در ورودی فروشگاه نوشته بود: «نگران نباشید، بچه‌های آفتاب کنار تونه.» همان‌طور که در داخل کشور، فروشگاه تخصصی محصولات رشد محور کودک و نوجوان که در قالب کتاب، بازی، نوشت افزار و لوازم التحریر باشد، کم نداریم که به نگرانی‌های ما جواب می‌دهد، به سراغ یکی از این مجموعه‌ها رفتیم و با آقا مهدی شکوهی، مدیر یکی از مراکز تخصصی محصولات کودک و نوجوان در مشهد مقدس گفت‌وگو و یادداشت کردیم.

ایرانی یا خارجی، انتخاب سبک کالای ایرانی یعنی رونق تولید و فراهم کردن زمینه اشتغال برای جوانان این مرز و بوم. بارها شنیده‌ایم که گرایش جامعه به سمت استفاده از کالای ایرانی نه تنها توسعه اقتصادی کشورمان را به دنبال دارد، بلکه از خروج ارز از کشور نیز جلوگیری می‌کند. استفاده از کالای ایرانی یعنی مسدود کردن راه بیکاری جوانان و فعال نگه داشتن نیروی انسانی ارزشمند برای توسعه و آبادانی کشور، که این مهم می‌تواند در بخش‌های مختلف بروز و ظهور پیدا کند و بی‌تردید یکی از این بخش‌ها، تولید در عرصه محصولات کودک است. فراموش نکنیم که بچه‌ها در خصوص تهیه مایحتاج سرگرمی و تحصیلی خود، به دنبال تنوع و



شاهد بودیم که هر زمانی ما تولید داخلی خوبی را با تبلیغات مناسب در دسترس مردم قرار دادیم، استقبال بسیار خوبی رخ داده است

مرتبط با هویت ما در برداشته باشد که ما نسبت به این مسائل حساس هستیم و اگر لازم باشد بنا به ضرورت محصولات وارداتی را هم عرضه کنیم، نسبت به مسائل هویتی و سواس به خرج می‌دهیم و محصولاتی را که هویت ملی و اسلامی ما را نمی‌کند، به هیچ عنوان وارد فروشگاه‌مان

بیشتر محصولات وارداتی است؛ ما رسالت خودمان را عرضه محصولات سالم و رشد محور و در دسترس برای مخاطب‌ها تعیین کرده‌ایم؛ مثلاً در بازار ممکن است بعضی محصولات به فروش برسد که هرچند از نظر ساخت، با کیفیت محسوب می‌شود اما محتوای سالمی را

در حوزه محصولات کودک و نوجوان طبق آمارهایی که منتشر شده، آنچه اعلام می‌شود این است که ۹۵ درصد محصولات کودک و نوجوان خصوصاً بازی‌ها وارداتی است؛ شاید البته در سال‌های اخیر این آمار کاهش پیدا کرده باشد اما آنچه مشخص است در حال حاضر

محصولات، مناسب است، اولویت دارد؛ حالا بار اول اگر بخواهد بخرد، ممکن است با یک حالت تردیدی اقدام به خرید کند، ما هم انتظار نداریم ره صد ساله را یک شبه طی کنیم، بالاخره برندهای خارجی بعضاً یکی دو دهه زودتر وارد این کار شده‌اند و مخاطبان با آنها آشنایی بیشتر و قدیمی‌تری دارند و برای مردم آزمایش شده‌اند، اما با یک روند به اصطلاح آهسته و پیوسته مردم به این محصولات داخلی گرایش پیدا می‌کنند و با استمرار کار تولیدکننده‌ها و بهبود کارشان، قطعاً جای خودشان را در بازار بین مردم پیدا خواهند کرد و بلکه پیش‌تاز هم بشود.

کم و کاست در همه محصولات اعم از خارجی و داخلی وجود دارد. کمتر برندی وجود دارد که ما بگوییم بیشتر کارهای او بی نقص است؛ اما تولیدکننده‌ها خود به این کم و کاست‌ها آگاهند، لکن با مشکلات نقدینگی و مالی روبه‌رو هستند و پشتوانه مناسبی ندارند و چه از نظر تأمین بستر جذب سرمایه و چه تأمین فروش مناسب شرایط برایشان مهیا نیست.

پیشنهادی که من به والدین می‌کنم، همان حرف رهبری است که در حرم مطهر رضوی فرمودند که حداقل برای جامعه حزب‌اللهی ما قابل توجه است. آقا گفتند که «اگر ما نگوییم مصرف کالای داخلی واجب است، حداقل آن را لازم می‌دانیم و ضرورت بالایی دارد.» حالا اگر ما نگوییم واجب است، این برای مراعات عموم است به نظر، وگرنه باید گفت واجب

نمی‌کنیم و اولویت را هم به محصولات داخلی می‌دهیم. یعنی اگر یک محصول هم تولید داخلی داشته باشد و هم مشابه خارجی، ما جز در مواردی که به ندرت و بنا به دلایلی خاص پیش می‌آید، محصول ایرانی را ارائه می‌کنیم. در این مجموعه محصولاتی که پیام‌های محتوایی غربی را داشته باشد، هرگز وارد نمی‌کنیم و در مرتبه بعد هم موارد داخلی را اولویت می‌دهیم؛ محصولات غیرایرانی هم صرفاً در شرایطی اتفاق می‌افتد که مشابه آن در محصولات تولید داخل وجود نداشته باشد.

به هر ترتیب مخاطب به این لوازم نیاز دارد در حالی که در داخل هم تولید نمی‌شود و باید برای او تأمین کنیم و در همین موارد هم باز ما توجه‌مان به بحث‌های هویتی معطوف است و مورد دیگر هم اینکه مخاطبان هم بعضاً به دنبال برندهای متنوع هستند که ما از جهت تأمین این اجناس، یک قدری هم کالای خارجی عرضه می‌کنیم اما با این شرایط که در ارائه محصولات، فقط محصولات ایرانی را در ویتترین مان در معرض دید عموم قرار می‌دهیم و اجناس خارجی را صرفاً در صورت تقاضای مشتری در اختیار او می‌گذاریم و نسبت به همه این مسائل حساب شده عمل می‌کنیم. به نظر من باید در همه مراحل این هوشمندی را در کارمان لحاظ کنیم.

شاهد بودیم که هر زمانی ما تولید داخلی خوبی را با تبلیغات مناسب در دسترس مردم قرار دادیم، استقبال بسیار خوبی رخ داده است. حتی در بعضی محصولات با وجود کیفیت ضعیف‌تر تولیدات داخلی، مردم باز هم این مسأله برایشان حل شده است و در کیفیت‌های مشابه هم طبیعتاً گرایش به سمت محصولات ملی است. لذا اگر ما کارهای با کیفیت را باروش‌های مناسبی عرضه کنیم، قطعاً نتیجه می‌گیریم.

فروشگاه ما در یکی از محل‌های نسبتاً مناسب شهر مشهد قرار دارد، به نحوی که مخاطبان مختلف چه از بالا شهر یا پایین شهر، مذهبی‌ها یا کمتر مقید به این مسائل همه از اقشار مختلف به این محل مراجعه می‌کنند. خوب ما شاهدیم مردم (از هر قشری) کالای ملی و ارزشی را ترجیح می‌دهند، هر چند این مسأله خلاف بعضی پیش‌فرض‌های ما در مورد افراد است و اگر ما به همین نحو بتوانیم کارمان را ادامه بدهیم و تولیدکننده‌ها هم به سمت افزایش کیفیت و کاهش قیمت محصولاتشان حرکت کنند، قطعاً ما شاهد اقبال بیشتری به لوازم التحریر ملی خواهیم بود. مخاطبان ما با یک مقایسه ساده بین اجناس، قطعاً نتیجه می‌گیرند که محصولات ملی که طرح‌های مناسب داخلی دارند و قیمت‌شان هم در مقایسه با سایر

