

## کلید اصلی حمایت از کالای ایرانی

تجربه هزاران ساله بشری در حوزه کسب و کار، با فراز و نشیب های بسیاری، گویای آن است که بازار از آن کسانی است که بتوانند با دیگران رقابت کنند



گفتن این سخن بسیار ساده به نظر می رسد؛ ولی در پس آن رازها و تفکرات بسیاری نهفته است. بنابراین، وجود کالاها و یا محصولات که یک تاز بازار هستند، اتفاقی نیست؛ جهانی از علم و دانش و تجربه پشت آن ها نهفته و اندوخته تجارب بسیاری به کار گرفته شده تا امروز آن کالاها رقابتی شده است. امروز کشورها با حضور هوشمندانه در بازارهای رقابتی دنیا، متناسب سازی رفتارها، رعایت ادبیات گفتاری و کرداری آنها به حیات توسعه پایدار خود ادامه می دهند.

بازار جایگاه رقیبان سرسختی است که با جدیت می کوشند از راه های گوناگون به کالای خویش مزیت رقابتی بخشند و دیگران را از عرصه نبرد بیرون کنند. پرسش اساسی این است که چه کسانی و با چه ویژگی هایی می توانند رقابت کنند تا سهم خویش را از بازار به دست آورند؟

بسیار ساده اندیشانه است که انسان با کالاها و یا محصولات برخورد کند که یک تاز بازار هستند و فکر کند این یک پدیده اتفاقی است که رخ داده است. متأسفانه، گاهی دیده می شود حتی برخی از فرهیختگان کشور، وقتی به کشورهای توسعه یافته سفر می کنند، با دیدن ظواهر آن جوامع و بدون تفکر، مات و مبهوت می مانند و بعضاً خود و کشورشان را سرزنش می کنند؛ بدون اینکه به پشت صحنه این ظواهر توجه داشته باشند. هر محصول و کالایی که در بازار رقابت پذیر است، جهانی از علم و دانش و تجربه پشت آن نهفته است و اندوخته تجارب بین نسلی به کار گرفته شده تا امروز این کالا رقابتی شده است.

امروز دیگر هیچ کشوری قادر به ادامه حیات توسعه گرا، بدون حضور در بازارهای رقابتی دنیا نیست. لذا لازمه حضور در چنین بازارهایی، متناسب سازی رفتارها، رعایت ادبیات گفتاری و کرداری آنهاست. تاریخ 200 سال گذشته کشورها روبه روی ماست و دیده ایم چه افول و ظهورهای بی حد و مرزی برای برخی از کشورها و بعضی از کالاها در حوزه کسب و کار اتفاق افتاده است. ریشه و علت اصلی این وقایع در همان یک جمله رقابتی بودن و نبودن، قابل رؤیت و تفسیر و تحلیل است. بنابراین، زمانی کالای ایرانی می تواند سهم خودش را از بازار به دست آورد که به درجه ممتاز رقابتی بودن نائل آید و گرنه همان گونه که سالیان سال شاهد بوده ایم، حمایت های دستوری، تعرفه ای و غیره، مسکنی بیش نبوده و نیستند.

برای رقابتی شدن محصولات و کالاهای ایرانی باید حاکمیت و مسؤولان کشور از یک طرف و تولیدکنندگان و عرضه کنندگان کالاهای ایرانی از طرف دیگر، تصمیمات متعدد و سختی را بگیرند و به قول پزشکان در حوزه کسب و کار جراحی های عمیق و گسترده ای انجام پذیرد تا اعضا و ارگان های فاسد و از کار افتاده از بدن خارج شوند و اعضا و ارگان های سالم و بعضاً ترمیم شده جایگزین آنها شوند. ما در این نوشتار به یکی از اساسی ترین معضلات و مشکلات که جزء لاینفک موانع رقابتی شدن محصولات است؛ یعنی بزرگی حجم و اندازه دولت و حاکمیت در حوزه اقتصاد و کسب و کار خواهیم پرداخت.

اقتصاد دولتی در همه قاره ها و کشورها شکست خورده است و تجربه کردن و در آن ماندن، خطایی بس بزرگ و نابخشودنی است؛ زیرا منابع عمومی کشور را از بین می برد. با پیروزی انقلاب اسلامی ایران و حاکمیت افکار چپگرای اسلامی و بعضاً کمونیستی در کشور، متأسفانه اقتصاد کشور به اقتصاد دولتی کامل تبدیل شد و هنوز همان سیاق و روش؛ ولی به اشکال دیگری ادامه دارد. تا زمانی که بیش از 80 درصد از اقتصاد کشور در دست دولت و شرکت های دولتی و وابسته به دولت است، نباید انتظار داشت که محصولات و کالاهای رقابتی تولید و عرضه شود؛ زیرا هرگونه کوشش و زحمتی با این ساختار موجود، به شکست منجر خواهد شد.

در طول 40 سال پس از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی ایران، هیچ رئیس دولتی به اعضای کابینه اش دستور نداده است که به ازای کوچک تر شدن وزارتخانه ها به آنان پاداش خواهد داد؛ بلکه برعکس عمل شده است؛ یعنی هر وزیری که توانسته است وزارتخانه متبوعش را گسترده تر و بزرگ تر کند، مورد تشویق و تکریم واقع شده است!

نگارنده خود شاهد تجربه تلخی با یکی از وزرای کشور به واسطه پیشنهاد وزیر محترم وقت برای تصدی یکی از سازمان های بزرگ اقتصادی کشور بوده است که به واسطه اینکه به وزیر گفته شد به شرطی این مسؤولیت را قبول می کنم که در طول حداکثر 2 سال، 30 درصد از بهترین شرکت های سازمان را با رعایت قوانین به بخش خصوصی واگذار کنم، مورد موافقت ایشان واقع نشد و خدا را شکر مسؤولیتی هم واگذار نگردید. این مثال عینی را آوردم که بدانیم تا زمانی که این نوع افکار و نگرش های دولتی و حاکمیتی در کشور حاکم است، ساختار اقتصادی کشور اصلاح نخواهد شد و کالاهای واقعی ایرانی که دارای مزیت رقابت در بازار باشند، تولید و توزیع نخواهند شد.

وجود بنگاه های اقتصادی عمومی متعدد در کنار بنگاه های دولتی نیز مؤید غیررقابتی شدن کالاهای ایرانی است.

متأسفانه، قدرت و توان بنگاه های عمومی که وابسته به نهادها و سازمان های پنهان و آشکار هستند، به قدری زیاد است که در بسیاری جاها به دولت تنه می زنند.

عدم شفافیت در عملکرد این نوع بنگاه ها و عدم ارائه صورت های مالی حسابرسی شده و عدم انجام تکالیف قانونی آنچه برای بنگاه های بخش خصوصی انجام می گیرد؛ مانند: پرداخت مالیات، بیمه و سایر حقوق و عوارض دولتی، فرجه ای برای ظهور کالای رقابتی ایرانی باقی نمی گذارد. اگر دولت و حاکمیت موفق شوند در مدت زمان باقیمانده از عمر دولت دوازدهم، حداقل 20 تا 30 درصد از حجم فعالیت های اقتصادی خویش را به بخش خصوصی واگذار کنند، البته، بخش خصوصی حقیقی و واقعی که کننده کار باشند و اهلیت خویش را اثبات کرده باشند، می توان امیدوار شد که در میان مدت و درازمدت، ساختار مناسب اقتصادی کشور که از آن کالای رقابتی تولید شود، سروسامان بگیرد و منابع کشور صحیح تر به کار گرفته شود.

به نظر نگارنده، هرگونه اصلاح و تدبیر دیگری که بخواهد از کالای ایرانی حمایت کند، تنها زمانی توفیق خواهد یافت که ساختار اقتصادی کشور اصلاح شده باشد و الا کاری از پیش نخواهد برد.

امیدواریم شرایط فعلی اقتصاد کشور سبب شود که دولت و حاکمیت به خود آیند و از روش ها و عملکردهای گذشته درس عبرت گرفته، برای رونق بخشیدن به اقتصاد و شکوفایی آن تصمیماتی جسورانه و واقع بینانه بگیرند.

منبع: نشریه اتاق بازرگانی اصفهان