

## حمایت از کالای ایرانی

در کشورهای توسعه یافته، دولت ها با برنامه ریزی های دقیق و حساب شده، به حمایت همه جانبه از صنعتگران و تولیدکنندگان پرداخته و کشورشان را در جایگاه بلند و والای توسعه یافتگی قرار داده اند.



کشور ما، ایران نیز در سال جاری با شعار «حمایت از کالای ایرانی» قصد دارد این مسیر پربین و خم را طی کند. در همین راستا، حمایت از کالای ایرانی را از سه منظر می توان مورد توجه قرار داد:

حمایت مطلق از کالای ایرانی، با بستن مرزها و صرفاً تولید و مصرف آنچه تولید آن با تکنولوژی بومی امکان پذیر است؛ بدون توجه به قیمت تمام شده و صرفاً در چارچوب رقابت داخلی، که در این صورت، اشتغال مناسب در کشور ایجاد شده؛ اما ارتباط واحدهای تولیدی با خارج قطع خواهد بود، کالای تولیدی از نظر تکنولوژی، کیفیت و قیمت تمام شده در شرایط مناسبی نخواهد بود و در نهایت، مصرف کننده و خانواده ها باید هزینه های آن را تحمل کنند. بدیهی است که در این صورت، اشتغال ایجاد شده باعث افزایش درآمد خانوارها خواهد شد و فقر و بیکاری کاهش خواهد یافت؛ اما کشور از نظر توسعه صنعتی و افزایش تولید ملی رشد قابل توجهی نخواهد کرد.

تزیق دلارهای نفتی در اقتصاد و آزاد بودن واردات و در عین حال، سفارش به مردم برای استفاده از کالاهای ایرانی و تأکید بر رقابت تولیدکنندگان داخلی با کشورهای خارجی؛ درحالی که ارتباطات بین المللی چندان مناسب نبوده و در نتیجه، امکان دسترسی به تکنولوژی خارجی و همچنین، حضور موفق در بازارهای جهانی واحدهای صنعتی امکان پذیر نخواهد بود.

ایجاد ارتباطات بین المللی فعال با همه کشورها و در نتیجه، قابلیت مرادات مالی و تجاری آسان با آنها، استفاده از تکنولوژی کشورهای توسعه یافته، امکان دسترسی به بازارهای جهانی در راستای واردات مواد اولیه، ماشین آلات و تکنولوژی با شرایط مناسب، انجام صادرات کالاهای تولیدی با کیفیت و حمایت دولت از تولیدکنندگان با توان صادراتی و انجام حمایت های همه جانبه در زمینه های دریافت وام با نرخ بهره مناسب، کاهش مالیات با توجه به میزان صادرات و ایجاد فضای کسب و کار مناسب برای کاهش هزینه های بالاسری تولیدکنندگان، کوشش برای بزرگ و محدود شدن تعداد واحدهای تولیدی در زمینه های مختلف، همراه با فرهنگ سازی از طریق الگو قرار گرفتن سران و مقامات بلند پایه در استفاده از کالای ملی و همچنین، رسانه های ملی، صدا و سیما، روزنامه ها و مجلات و حتی فرهنگ سازی از طریق مهدکودک ها، مدارس و دانشگاه ها برای ایجاد روحیه ملی برای استفاده از کالای داخلی و حمایت از برندهای ملی در مقابل خارجی و ایجاد توسعه در موارد هدفمند برای حمایت از صنایع مادر و استراتژیک.

در کشور ما، در اوایل انقلاب از روش نخست استفاده شد؛ اما در سال های بعد همیشه روش دوم مورد توجه قرار گرفت؛ که در نتیجه، موفقیت قابل توجهی برای صنایع داخلی دربرداشته؛ درحالی که در کشورهای پیشرفته و موفق نظیر کره، سنگاپور، مالزی و غیره، از روش سوم استفاده شده است و متأسفانه، به علت اینکه ما عموماً درگیر مناقشات بین المللی بوده ایم، نتوانسته ایم از روش سوم استفاده کنیم و یا حداقل با همسایگان خود روابط مناسبی ایجاد کنیم تا بتوانیم با بازارهای آنها داد و ستد مناسب داشته باشیم. بدیهی است برای موفقیت و رسیدن به هدف، باید از ابزار مناسب آن استفاده کنیم؛ زیرا در غیر این صورت، هرگونه کوششی صرفاً سبب از دست رفتن زمان، انرژی و سرمایه های کارآفرینی و مادی خواهد شد.

در اوضاع کنونی تحریم، حفظ واحدهای صنعتی موجود، از اهمیت ویژه ای برخوردار است. از این رو، شایسته و ضروری است که دولت محترم ضمن بهبود فضای کسب و کار، موانع بازدارنده را حذف و از واردات کالاهای مصرفی خودداری کند و درحالی که دسترسی به بازارهای خارجی برای تولیدکنندگان دشوار تر از همیشه شده است، حداقل بازار داخلی را در اختیار صنعت کشور قرار دهد و با کاهش بهره های بانکی، مالیات و تأمین اجتماعی، و مبارزه با قاچاق، از تولیدکنندگان داخلی حمایت کند.

منبع: نشریه اتاق بازرگانی اصفهان