

عنوان مقاله: بررسی موانع تولید داخلی و استفاده از کالای ایرانی و راه‌های مقابله با آن

نگارنده: الهه نوبخت^۱

چکیده:

اقتصاد یکی از زیر ساخت‌های اساسی زندگی بشری است و زیربنای اصلی اقتصاد یک کشور، خود کفایی در تولید نیازهای جامعه است. همواره اسلام بر کار و تولید پویا تاکید داشته است و از مسلمانان می‌خواهد برای حفظ استقلال، اقتصاد قوی داشته باشند، اگر اقتصاد مسلمانان دچار بحران شود دشمن با اهرم تحریم و فشار می‌تواند به اهداف خویش دست پیدا کند.

با توجه به تأکید رهبر معظم انقلاب بر تولید ملی، و در این میان نامگذاری سال ۹۷ به عنوان سال «حمایت از کالای ایرانی» ضرورت دارد تا مردم و مسئولین به سمت رونق و گسترش تولید ملی به عنوان یکی از پایه‌های اقتصاد مقاومتی حرکت نمایند. بر این اساس نوشتار حاضر درصدد است به بررسی برخی موانع تولید داخلی و کالای ایرانی و راه‌های مقابله با آن بپردازد.

در کشور موانع متعددی بر سر تولیدات داخلی وجود دارد که با اتخاذ صحیح از سوی دولت و مسئولان و همکاری مردم می‌توان آن‌ها را مرتفع نمود. از مهم‌ترین موانع تولید داخلی می‌توان به مشکلات ساختاری کشور که به تولید کنندگان داخلی هزینه سنگین تحمیل می‌کنند اشاره نمود، ورود غیر قانونی کالاهای خارجی از مرز، واردات کالاها و مصرف کالاهای خارجی، اخذ مالیات‌ها، نوسانات نرخ ارز، بهره بانکی بالا که متأسفانه به ضرر تولید کنند می‌باشد و مهم‌ترین عوامل استفاده از کالای خارجی می‌توان به تولیدات بی کیفیت تولید کنندگان و همچنین عدم توجه به خواسته مشتری و سلايق آنها، عدم ارائه محصولات جدید، قیمت بالای کالای داخلی و ... برشمرد. راهکارهای اصلی برطرف نمودن موانع تولید و حمایت از تولیدکنندگان داخلی و کالای ایرانی می‌توان به اتخاذ یک سیاست صنعتی (رشته‌فعالیت‌های مزیت‌دار آتی یا راهبردی کشور) که مورد اجماع نظر تمام دولت و همچنین مجلس باشد و در دوره‌ی میان‌مدت از ثبات حمایتی برخوردار باشد، برای تولیدکنندگان اشاره نمود، حمایت دولت و مسئولین از ابداعات و اختراعات متخصصان در کشور، کنترل مرزها به عنوان مبدأ ورود کالای خارجی و قاچاق، کاهش هزینه تولید، فرهنگ سازی و ترغیب مردم به خرید کالای ایرانی، بازنگری در اخذ مالیات از تولیدکنندگان و ... نیز می‌تواند در اقتصاد کشور راهگشا باشد.

واژگان کلیدی: تولید، کالای ایرانی، موانع تولید داخلی

^۱. دانش آموخته سطح دو عصمتیه سمنان

مقدمه:

در شرایط حساس کنونی، حمایت از تولید داخلی و استفاده از کالای ایرانی از مهمترین امور «اقتصاد مقاومتی» محسوب شده و تقویت اقتصاد ملی از ملزومات بدیهی است؛ چرا که آماج حملات دشمنان بر پیکره و بنیان اقتصادی و مالی کشور افزایش یافته است، از این رو، نادیده گرفتن تولید ملی و سرمایه ایرانی در مسیر استقلال اقتصادی و مقابله با تحریم‌های غرب و آمریکا نابخشودنی است. هنگامی که رهبر معظم انقلاب بر تولید ملی، و استفاده از کالای ایرانی تأکید می‌کنند، مبین آن است که با تشدید تحریم‌های غرب علیه ایران، بر آحاد مردم و مسئولین لازم است به حمایت از تولید ملی و استفاده از کالای ایرانی برای خنثی کردن تحریم‌ها بپردازند.^۱ بر این اساس یکی از مهره‌های مهم «اقتصاد مقاومتی» این است که ملت و دولت به حمایت از تولید ملی و خرید کالاهای داخلی توجه داشته باشند، و باید جنس ایرانی خریداری شود تا تولید داخلی رونق پیدا کند، در واقع اقتصاد مقاومتی به معنای نگاه به درون و عدم وابستگی اقتصادی به دیگران است، در اکثر کشورها به گونه‌ای است که از کالای داخلی استفاده شود تا اقتصاد آن کشور رشد یابد.^۲

بر این اساس استفاده از کالاهای خارجی علاوه بر خروج ارز بدون عوارض گمرکی و مالیاتی موجبات نابودی اقتصاد ملی را به همراه دارد. کالاها با قیمت بسیار نازل وارد بازار مصرف می‌شود و تولید کنندگان داخلی قدرت رقابت با آنها را ندارند و در نتیجه دچار رکود اقتصادی و در پایان ورشکستگی را برای تولید کنندگان به همراه خواهد داشت، از سوی دیگر شکست شرکت‌های تولید کننده محصولات داخلی باعث بیکاری کارگران، وارد آوردن فشارهای سنگین اقتصادی بر قشرهای آسیب پذیر و عدم تحقق برنامه‌های اقتصادی و سیاسی و طرح‌های توسعه ی اقتصادی می‌شود که از زیان‌های دیگر ورود قاچاق کالا خواهد بود.^۳

^۱ - قربانعلی محبوبی، مصطفی محمدی، نقش فرهنگ بسیجی در تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مهندسی فرهنگی، سال هفتم، شماره ۶۹، ۷۰، ۱۳۹۱، ص ۴۶

^۲ - www.tasnimnews.com، طباطبایی نژاد، تاریخ بازدید: ۹۷/۵/۱

^۳ - سایت تسنیم، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۱۵.

لذا ضروری به نظر می‌رسد تا با نگاهی ویژه به این امر مهم، برنامه ریزی و طراحی مناسب از سوی دولتمردان و مسئولین برای حمایت از تولید داخلی انجام گیرد و برای اجرای هر چه بهتر آن تلاش شود و از سوی دیگر با فرهنگ سازی و استفاده ی مردم از کالای ایرانی به سمت خودکفایی و رونق گرفتن تولید قدم برداشته شود.^۱

نگارنده مقاله حاضر بر این تصور است که تبیین دقیق و بررسی موانع تولید ملی و کالای ایرانی و راهکارهای مناسب در این خصوص، این امکان را فراهم می‌سازد تا مسئولین با شناخت محیط مربوط به خود، اقدام به طراحی و برنامه ریزی و اجرای هر چه بهتر این امر مهم نمایند و مردم نیز با آگاهی و شناخت هر چه بیشتر نسبت به استفاده از کالای ایرانی در شکوفایی تولید و رونق اقتصادی کشور اقدام نمایند.

اهمیت اقتصاد و تولید از دیدگاه اسلام

اقتصاد یکی از زیر ساخت‌های اساسی زندگی بشری است و زیربنای اصلی اقتصاد یک کشور، خود کفایی در تولید نیازهای جامعه است. ایران اسلامی اگر بخواهد به اقتدار و عزت جهانی نائل شود باید در مساله ی تولید به خودکفایی و استقلال برسد و الا همیشه دست نیاز به سوی بیگانگان و استعمارگران دراز خواهد کرد. اما سلطه دشمن بر جامعه اسلامی و مسلمانان از نظر قرآن طبق آیه ۱۴۱ سوره نساء می‌فرماید: «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا؛ و خداوند هرگز بر [زبان] مؤمنان، برای کافران راه [تسلطی] قرار نداده است.» امری نارواست و هرگونه ارتباطی که باعث افزایش و گسترش نفوذ بیگانگان در جامعه اسلامی گردد به گونه‌ای که آنان بتوانند در امور مسلمین دخالت کنند، ممنوع تلقی می‌شود.^۲

در واقع پیامبر اسلام زمانی که مردم فقیر بودند مردم و مسلمانان را به کار و کوشش و می‌داشتند و کار را عبادت می‌دانستند، در روایتی از آن حضرت می‌خوانیم که «الْعِبَادَةُ سَبْعُونَ جُزْأً أَفْضَلُهَا طَلَبُ الْحَلَالِ؛ اگر عبادت ۷۰ قسمت باشد، بهترین قسمت آن، طلب روزی حلال است.»^۳ پول درآوردن از راه صحیح و تخلف نکردن، از همه عبادات بالاتر است. امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) درباره کشاورزی می‌فرماید: «مَنْ وَجَدَ مَاءً وَ تَرَابًا ثُمَّ افْتَقَرَ

^۱ - قربانعلی محبوبی، مصطفی محمدی، نقش فرهنگ بسیجی در تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مهندسی فرهنگی، سال هفتم،

شماره ۶۹، ۷۰، ۱۳۹۱، ص ۴۶

^۲ mesdaq.ir تاریخ بازدید ۹۷/۵/۱۰.

^۳ محمد باقر مجلسی، بحار الانوار (ط-بیروت) ج ۱۰۰، ص ۹، ح ۳۶، سایت شهید آوینی

فَأَبْعَدَهُ اللَّهُ؛^۱ اگر کسی آب و خاک داشته باشد و باز اظهار فقر کند (کار نکند) خداوند او را از رحمت خودش دور می‌سازد.» تأکیدی که ائمه و پیامبر اکرم (ص) درباره مسائل اقتصادی، درآمد و کار داشتند خیلی فراوان است.

در کنار درآمد و تولید، معصومین (علیهم‌السلام) خطرات و مضرات روی آوردن به استفاده از کالاهای بیگانگان را تذکر داده‌اند.

امام صادق (علیه السلام) در حدیثی می‌فرماید: «امیرالمؤمنین امام علی (علیه السلام) همواره می‌فرمودند: «مادامی که این امت لباس بیگانه نپوشند و غذاهای آنان را استفاده نکنند همواره در خیر خواهند بود و هنگامی که چنین کنند خداوند آنان را ذلیل خواهد کرد.»^۲ در اینجا مقصود از لباس بیگانه، لباس غیر مسلمان است که به معارف الهی اعتقاد نداشته باشد.

تأکید امیرالمؤمنین در اینجا بر این است که وابستگی در مصرف به بیگانگان امر مذمومی است و امت اسلامی هرگز نباید در پوشاک و خوراک خود به بیگانه نیازمند باشد و در صورت چنین نیازی جامعه اسلامی ذلیل خواهد بود. وقتی استفاده از پوشاک و خوراک بیگانه امر مذمومی تلقی می‌گردد، خرید و فروش این اجناس در بازار اسلامی نیز بدون تردید مذموم است. امام باقر (علیه السلام) در این باره می‌فرماید: «خداوند به پیامبری از پیامبران وحی فرمود که به قومت بگو: لباس دشمنان مرا نپوشید و غذای آنان را نخورند و به شکل آنان ظاهر نشوند که در آن صورت همانند آنها دشمن من خواهند بود.»^۳

تأکید اسلام بر مسئله اقتصاد از نظر سیاسی نیز مهم است، کشور برای مستقل بودن، باید خودکفا باشد به ویژه در مسائل ضروری همچون اقتصاد، مهم است. در اوایل اسلام، مسلمانان نمی‌توانستند سکه بزنند و سکه‌های رومی در دسترس مردم بود، پارچه نیز در روم تولید می‌شد، در زمان عبدالملک مروان، روی پارچه‌هایی که از روم می‌آمد چیزهایی نوشته شده بود که پس از ترجمه، متوجه شدند که در قسمت نقش پارچه، نوشته شده: «خدا، عیسی و روح القدس» همان شعار غلط مسیحیت که شرک است، عبدالملک مروان دستور داد که این پارچه نباید وارد شود و حکومت روم پیام داد که اگر جلوی واردات پارچه رومی گرفته شود از این به بعد روی سکه‌ها به پیامبر اسلام توهین می‌کنیم، عبدالملک نمی‌دانست چه کند و درمانده شده بود، از طرفی پارچه‌ها با شعار غیر اسلامی وارد می‌شد و از سوی دیگر تهدید شد که اگر مانع از واردات پارچه شود به پیامبر اسلام توهین می‌شود.

۱. وسایل الشیعه، حر عاملی، ج ۱، ص ۲۴، بیروت، دار احیاء التراث العربی. سایت راسخون.

۲. احمد بن محمد بن خالد برقی، المحاسن، ج ۲، ص ۲، دار الکتب الإسلامیه، قم، ۱۳۷۱، ص ۴۱۰

۳. سید محمد نجفی یزدی، پیشگوئی‌های امیر المؤمنین علیه السلام، پایگاه اطلاع رسانی غدیر و بروجردی، ۱۴۱۸ ق، ۲۷۶/۲۳

علما جمع شدند فکرشان به جایی نرسید، یک نفر گفت که امام محمد باقر (علیه السلام) می‌داند که باید چه کرد، ماجرا را برای ایشان تعریف کردند آن حضرت زدن سکه را به آنان آموزش داد - نخستین کسی که دستور زدن سکه در اسلام را صادر کرد، آن حضرت بود - به آنان آب کردن طلا یا نقره و غیره و ساخت قالب را آموزش داد، ایشان گفتند تمام پارچه‌ها باید جمع آوری شود و تمام سکه‌های رومی به سکه‌های تولید مسلمانان تبدیل شود و با این اقدام امام باقر (علیه السلام)، ضربه مهمی به اقتصاد روم وارد شد. با این کار دیگر پارچه با شعار کفرآمیز در کشور اسلامی نبود.^۱

تاریخ اسلام نمونه‌های زیادی دارد که زیربار رفتن‌ها و ذلیل شدن‌ها به دلیل مسائل اقتصادی و عدم خودکفایی اقتصادی بوده است. اینکه رهبری تأکید دارند به همین دلایل است، باید دانست که اگر اقتصاد مستقل نباشد نمی‌توان استقلال سیاسی کامل داشت، اگر کشور وابسته باشد مشکل ایجاد می‌شود، دشمنان به دنبال تحمیل کردن فرهنگ و سیاست خود هستند بنابراین برای استقلال فرهنگی، نظامی و ... باید استقلال اقتصادی داشت و در این بخش خودکفا بود؛ تهدیدات اقتصادی سبب می‌شود که برخی از کشورها ذلیل کشورهای دیگر شوند.

همانگونه که علما نیز از قدیم، بر خرید کالاهای وطنی تأکید داشتند که در پیشرفت اقتصاد کشور مؤثر بود، در اصفهان حدود ۱۰۰ یا ۱۵۰ سال قبل، ۱۱ نفر از علمای اصفهان با همدیگر تفاهم نامه‌ای نوشتند که هر کسی که ازدواج کند و قبالة ازدواجش را روی کاغذ غیر ایرانی بنویسد، ما عقد برایش نمی‌خوانیم و هر کس، میت خود را با کرباس غیر اردستانی - مثل اینکه در آن زمان، کرباس در اردستان رونق داشته است - کفن کند ما بر آن میت نماز نمی‌خوانیم، البته نمی‌گوییم نماز خواندن جایز نیست، می‌توانند به سراغ افراد دیگری بروند اما ما عقد و نماز نمی‌خوانیم.

علما در آن زمان توجه داشتند به این مسائل، بیشتر لباس‌های آنان با پارچه‌های ایرانی بود. دکمه پیراهن علما گره بود، با نخ، گره همانند یک دکمه، می‌ساختند، از جنس ابریشم بود و در مادگی دکمه قرار می‌گرفت، علما از دکمه استفاده نمی‌کردند چراکه در آن زمان دکمه ایرانی وجود نداشت اما از دکمه خارجی استفاده نمی‌کردند.^۲

^۱ - طباطبایی نژاد، تاریخ بازدید: ۹۷/۵/۱، www.tasnimnews.com

^۲ - www.tasnimnews.com طباطبایی نژاد، تاریخ بازدید: ۹۷/۵/۱

یکی دیگر از کارهای ابتکاری تأسیس شرکت اسلامیة توسط حاج آقا نورالله اصفهانی و چند نفر دیگر بوده است. شرکت اسلامیة، شرکت سهامی عام و یکی از اولین و مهمترین کارخانه‌هایی بوده است که در دوران مشروطه در ایران با هدف تأمین منسوجات مورد نیاز مردم ایران و مقابله با وابستگی به خارج، با تلاش و حمایت اغلب بازرگانان و علمای اصفهان و شیراز و کاشان، به ویژه آقا نجفی اصفهانی و نورالله نجفی اصفهانی و میرزا ابوالقاسم زنجانی در فروردین ۱۲۷۸ تأسیس شده بود. شرکت به سرعت با استقبال گسترده مردم در خرید سهام و همچنین محصولات خود مواجه شد و به تدریج شعبه‌هایی در بسیاری شهرها و همینطور در خارج از ایران ایجاد کرد. شرکت اسلامیة اولین تلاش در صنعت مدرن در ایران خصوصاً در زمینه نساجی بود. همچنین این شرکت به فعالیت صرافی نیز اشتغال داشت و یکی از زمینه‌های تأسیس بانک و بانکداری و سهام در ایران به‌شمار می‌رفته است.^۱

بنابراین از دیدگاه اسلام اقتصاد و تولید داخلی یکی از اهرم‌های مهمی است که می‌تواند استقلال سیاسی، فرهنگی، نظامی و... را برای کشورهای مسلمان در پی داشته باشد و هرگونه وابستگی به دشمنان را از بین ببرد.

التزام علمی و عملی در تولید داخلی و کالای ایرانی

برای حمایت از تولید داخلی و استفاده از کالای ایرانی دو بحث مهم مطرح است: اول التزام علمی جامعه ی به حمایت از تولید ملی و استفاده از کالای ایرانی و دیگری التزام عملی جامعه ی ما به حمایت از تولید ملی و کالای ایرانی.

در مسئله التزام علمی، پیرامون نتایج حمایت از کالای ایرانی، جامعه امروز ما به سطحی از رشد رسیده‌اند که کمتر انسان اهل مطالعه و انصافی است که تردید داشته باشد حمایت از کالای ساخت داخل، به نفع رونق کارگاه‌های نیمه‌تعطیل و اشتغال کارگران بیکار ایرانی و کاهش وابستگی به بیرون است؛ اما تعداد خانواده‌هایی که واقعاً مطابق این باور، عمل کنند به قدر کافی زیاد و فراگیر نیست تا این باور به مؤلفه ی رفتار جمعی ایرانیان تبدیل شده باشد. اگر این گزاره درست باشد، آنچه باید وجهه ی همت سیاست‌گذاران قرار گیرد، رفع موانع عملی است. تکرار استدلال علمی و ساختن محصولات رسانه‌ای اگر بر اراده و انگیزه اثرگذار نشود، گره‌گشا نخواهد بود و نسخه ی علاج ندانستن، برای درمانِ نخواستن به کار نمی‌آید.^۲

^۱ - donya-e-eqtasad.com، تاریخ بازدید: ۹۷/۵/۱۳

^۲ - سید احسان خاندوزی، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، <https://monitoreconomy.ir>، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

در واقع با التزام عملی است که خانواده‌ها به سمت خرید کالای داخلی می‌روند، اگر فقط از مصرف کننده بخواهیم کالای داخلی بخرد بدون اینکه تولید کننده حمایت شود، پس از مدتی تولید کننده به تولید کالای با کیفیت بد و غیر قابل رقابت با کالاهای وارداتی عادت می‌کند.

حمایت توسط مصرف کننده‌های داخلی بدون تحول در کالاهای داخلی به لوث شدن تولیدات داخلی منتهی می‌شود و در نتیجه رقابت تولید کننده داخلی در مقایسه با کالاهای وارداتی کاهش می‌یابد.^۱

حمایت از کالای ساخت داخل در تناسب با سایر ارزش‌های اسلامی و ایرانی معنا دارد: به عنوان نمونه حمایت از «هر» کالای ایرانی با «هر» ویژگی و کیفیتی مقصود سیاست‌گذار حکیم نخواهد بود و اگر قطعه‌ها یا کالاهایی هستند که استفاده از آن به کاهش عمر دستگاه‌های تولید، محصولات معیوب یا فاقد استاندارد منجر می‌شود و به سلامت مصرف کننده زیان وارد می‌کند، توصیه حمایت مشمول آن نمی‌شود. همچنین این تصور که در ورای شعار سال ۱۳۹۷، خودکفایی در «تمام» کالاهای، انکار استفاده از محصولات خارجی، بستن مرزهای تجارت، انزوای جهانی و اباطیلی شبیه به آن وجود دارد، از دیگر کج فهمی‌هایی است که موجب روگرداندن و عدم تصدیق این ایده از طرف پاره‌ای از بدنه جامعه می‌شود. خودکفایی در تمام محصولات، نه تنها برای هیچ اقتصادی ممکن نیست بلکه مطلوب هم شمرده نمی‌شود: یعنی گاه عقل، ما را به جایگزینی محصولات داخلی که هزینه ی بلندمدت هنگفت و غیر قابل جبران دارند با محصولات خارجی، فرامی‌خواند (مانند کالاهایی که هیچ مزیتی برای صرف منابع داخلی برای تولید آن وجود ندارد یا مصرف چوب و کاغذ و غیره که به بهای از دست رفتن منابع طبیعی نسل حاضر و آتی است.^۲

اما مسئله ی مهم‌تر از التزام علمی، التزام عملی در این مورد است که چگونه محقق گردد. عقلانیت اقتصادی که در تئوری‌های مدرن ترویج می‌شود، بی‌وطن است، فراسرزمینی است و تعلقات ملی ندارد؛ بنابراین آدمیانی پرورش می‌دهد که صرفاً با چرتکه ی جیب خودشان و نفع خودشان، انتخاب می‌کنند. آدام اسمیت می‌گفت هرکس برای نفع خود کار کند به نفع جامعه نیز خواهد بود اما این تعمیم که برخی جاها درست است، بی‌شمار مثال نقض دارد: فروش لباس قاچاق چینی حتماً کم‌زحمت‌تر از تولیدی پوشاک است اما آیا هر ارزان‌تر و سودآورتری، در راستای نفع ملی نیز هست؟

^۱ - سید مرتضی افقه، موانع تولید برای حمایت از کالای ایرانی کاهش یابد، <http://shooshan.ir>، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

^۲ - سید احسان خاندوزی، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، <https://monitoreconomy.ir>، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

در بیان ژورنالیستی و کلاسیک از اقتصاد، انسان فقط به نفع مادی خود نگاه می‌کند و جز این نباید انتظار داشت. چنین اندیشه‌ای در ذهن تولیدکننده، به تولید یا واردات هر محصول که بیشترین سود را دارد می‌انجامد و در ذهن مصرف‌کننده، به رفتار حداکثرسازی منفعت از طریق انتخاب کالاها با کمترین هزینه و بیشترین کیفیت. از آنجا که تحقق چنین ماشین حساب بی‌روحی، به زیر پا گذاشتن مصالح جامعه به بهانه منافع فردی می‌انجامد و جامعه‌ای ذره‌وار و گسیختنی در پی داشت، از دهه‌ها قبل در مهد اقتصاد مدرن نیز به تصحیح این انگاره همت گماشتند. این تصحیح با دو اهرم دنبال شد:

«اهرم فرهنگی» که ارزش‌های اخلاقی یا ملی‌گرایانه را در منطق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، ارجمند و محترم می‌ساخت و الگوهایی اخلاقی از شرکت‌ها یا خانواده‌ها یا نخبگان وفادار به منافع ملی را پیش چشم مردمان، بزرگ می‌آراست؛ چنانکه از اقتصاددانان کره‌ای ساکن آمریکا در کتاب خود به خائن پنداشتن خریداران کالاهای خارجی نزد مردم کره در دهه‌های قبل اشاره می‌کند. تزریق حس افتخار برای عبارت «ساخت کشورم» یا شعارهای رئیس‌جمهور فعلی آمریکا در خرید محصولات آمریکایی و هزاران برنامه دیگر، در همین راستا است.

«اهرم حقوقی» که تولیدکنندگان با درجه ی بالای محتوای بومی (local content) را از تشویق‌ها و حمایت‌های قانونی بهره‌مند می‌ساخت یا مصرف‌کنندگان کالاهای خارجی یا لوکس را با نرخ‌های مالیاتی بالاتر، مورد حمله قرار می‌داد. برخلاف شعار آزادی مصرف‌کننده، تمام اقتصادهای پیشرفته، قوانین سخت‌گیرانه‌ای برای مصرف خارج از الگوی انرژی و سایر کالاهای راهبردی وضع کردند تا اگر قیمت‌های صرفاً بازاری موجب بازدارندگی رفتار مردم نیست، این قوانین و قیمت‌های مالیاتی سبب حفظ منافع ملی شود.

واقعیت آن است که طبقه فرامتوسط شهری در کشور ما، به شکل افراطی توسط ویروس «انسان صرفاً اقتصادی» آلوده شده‌اند و گمان می‌کنند اگر در جایی نفع ملی ایرانیان با پرداخت درصدی بیشتر برای پوشاک وطنی یا اندکی کیفیت کمتر برای لوازم خانگی داخلی حفظ می‌شود، نباید برای آن‌دست اهداف، هزینه‌ای از جیب بپردازد. در این میان البته یک مصداق همیشه آزاردهنده و توجیه‌کننده وجود دارد و آن صنعت خودرو است. انصافاً در این خصوص باید حق را به مصرف‌کننده داد و دولت‌های ناظر بر تولیدکننده را به سرعت و جدیت، مؤاخذه و مأمور رفع این نقصان کرد. در گفتگوهای عمومی جامعه ما، مصداق خاص خودرو، به عامل توجیه سرکشی از ایده ی حمایت از کالای ایرانی در سایر مواضع بی‌ربط و باریط تبدیل شده است و در نتیجه، مخاطب عام با وجود علم به منافع خرید کالای ایرانی، در عمل حاضر به پرداخت هیچ هزینه‌ای برای منافع اجتماعی نیست.

البته اقلیت دیگری نیز وجود دارند که حاضر به پرداخت هزینه نیستند اما نه به سبب رسوخ ایده انسان اقتصادی محض، بلکه به جهت نفوذ وپروس تفاخر و توهّم ملحق شدن به طبقات بالا با معیار مصرف کالای خارجی و لوکس (به اصطلاح خرید اجناس برند). این گروه، حتی حاضر به رفتارهای ضد انسان اقتصادی و غیرعقلانی هستند (پرداخت چند برابر هزینه برای رفع نیاز مشابه و کالای تقریباً مشابه). گره خوردن منزلت اجتماعی با مصرف کالاهای ویژه، می تواند مانع عملی دیگری در مسیر ایده حمایت از کالای ایرانی شمرده شود.^۱

اگر در کنار التزام علمی و فرهنگ سازی در سطح جامعه برای حمایت از تولید داخلی و خرید کالاهای ساخت داخل، التزام عملی از سوی دولتمردان و مسئولان برای حمایت از تولید داخلی که به کیفیت و کاهش قیمت صورت گیرد می تواند در اقتصاد ثابت و پایدار بسیار مؤثر باشد.

موانع تولید داخلی و کالای ایرانی

آسیب شناسی مشکلات تولید و سرمایه گذاری در ایران حاکی از آن است که اولاً معضلات اقتصادی ایران اعم از تعمیق فساد، گسترش اقتصاد پنهان و رواج واسطه گری و تضعیف بنیه تولید در مقابل رونق بخش های نامولد اقتصاد، ریشه در مشکلات عمیق تری دارد که بنیادی ترین آن ها، محیط نهادی ایران است. محیط نهادی ایران، به واسطه وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی، به گونه ای شکل گرفته است که به جای حمایت از بخش های مولد، مشوق فعالیت های نامولد است. ثانیاً علیرغم گستردگی مشکلات و موانع پیش روی بخش های تولیدی کشور، معضلاتی در اقتصاد ایران وجود دارند که حل آن ها، هرچند بسیار دشوار و زمان بر، بخش عظیمی از موانع پیش روی بخش های تولیدی کشور را مرتفع خواهد ساخت.^۲ که در اینجا به برخی از این موانع اشاره می شود:

۱- ساختار کشور برای تولید کنندگان

ساختار کشور به گونه ای هستند که به تولید داخلی هزینه سنگین تحمیل می کنند و ساختار موجود تولید کننده را مجبور می کند که کالاهای داخلی را با هزینه بالاتر تولید کند و در نتیجه برای فروش کالا و کاهش هزینه، به ناچار از کیفیت کم می کند، بنابراین فقط تولید کننده داخلی مقصر نیست که کالا را با کیفیت پایین یا بدون کیفیت تولید می کند بلکه ساختار موجود و حمایت نکردن واقعی مسئولان نظام از تولید داخلی باعث افزایش هزینه تولید شده و به کاهش کیفیت تولیدات می انجامد.^۳

^۱ سید احسان خاندوزی، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، <https://monitoreconomy.ir> تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

^۲ جعفر خیرخواهان، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی اتاق بازرگانی، ۱۳۹۶.

^۳ سید مرتضی افقه، موانع تولید برای حمایت از کالای ایرانی کاهش یابد، <http://shooshan.ir>، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

۲-نوسانات نرخ ارز

نرخ ارز یکی از متغیرهای کلیدی اقتصاد است که به دلیل تعاملات خود با سایر متغیرهای اقتصادی همواره مورد توجه نظریه پردازان، سیاستگذاران و فعالان اقتصادی کشور بوده است. از آنجایی که بخش عمده‌ای از تولید اقتصاد ایران بر پایه واردات و متکی به واردات است، چگونگی اتخاذ سیاستهای ارزی در ایران برای بخشهای تولیدی حائز اهمیت است، علیرغم اهمیت و حساسیتی که نرخ ارز و تغییرات آن در اقتصاد ایران دارد همواره بخشهای تولید و مولد کشور، از نوسانات و افزایش آن متحمل صدمات جبران ناپذیری شده‌اند.

بالا رفتن نرخ ارز به معنای بالا رفتن هزینه تولیدکنندگان به واسطه هزینه تولید کالاهایی است که تولید آنها وابسته به واردات مواد اولیه، واسطه‌ای و سرمایه‌ای است، لذا از توان تولیدی آنها کاسته شده و در پی آن توان رقابت تولید داخلی نیز کاهش می‌یابد. این امر توجیه پذیری سرمایه گذاری و افزایش ظرفیت تولید را تحت الشعاع خود قرار دهد.^۱

۳- ورود کالای خارجی

متأسفانه راه درآمد برخی از افراد از مسیر ورود کالای خارجی است، این افراد به کشور خیانت می‌کنند و حتی ممکن است فرد وارد کننده، دولتی باشد و اگر کالای خارجی خرید کند، هدایا و امتیازاتی را دریافت می‌کند، متأسفانه دولت‌ها با وجود اینکه می‌توانند جلوی کالای قاچاق و واردات را بگیرند، اما در بسیاری از موارد این کار را انجام نداده‌اند.^۲

۴- روند مصرف کالاهای وارداتی

به طور کلی گسترش تجارت جهانی برای رشد و توسعه کل اقتصاد جهان از اهمیت زیادی برخوردار است. این مهم به خصوص برای کشورهایی که با کمبود منابع روبه رو هستند از اهمیت بیشتری برخوردار است. در عین حال در برخی موارد مبادلات تجاری و مخصوصاً واردات می‌تواند در داخل کشورها نتایج منفی نیز بر جای بگذارد. در شرایطی که صنایع داخلی به دلایل مختلف توان رقابت با محصولات مشابه خارجی را نداشته باشند، واردات کالاها و مصرف کالاهای خارجی، فشار مضاعفی روی واحدهای تولیدی داخل وارد می‌آورد.

^۱. جعفر خیرخواهان، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، ۱۳۹۶، ص ۲۷

^۲ - تسنیم، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۱۵.

مطالعه الگوی مصرف خانوارها در کشورمان نشان می‌دهد که متأسفانه مصرف بی‌رویه در بین مردم رواج یافته و همچنین انواع و اقسام کالاهای غیرضروری نیز وارد کشور شده است. تبلیغات گسترده این کالاها از سوی کشورهای بیگانه نیز در افزایش واردات از این کشورها نقش مهمی داشته است.^۱

۵- وجود بانک‌های خصوصی

یکی اشتباهات، وجود بانک‌های خصوصی است و بانک مرکزی نمی‌تواند بهره بانکی را کنترل کند، این بهره بانکی که در ایران است در دنیا وجود ندارد، در تمام دنیا ۴ درصد است، بالا بودن بهره بانکی اشتباهی است که هیچ یک از کشورهای دنیا انجام نمی‌دهند اما در کشور ما وجود دارد، تا زمانی که بهره بانکی ۱۵ درصد یا ۲۰ درصد است، پول و سرمایه در بانک‌ها می‌ماند و به بخش تولید نمی‌آید، چراکه ریسک و مالیات ندارد.^۲

۶- مالیات‌ها

با توجه به رکود حاکم بر اقتصاد ایران این انتظار می‌رفت که در خصوص مالیات بخشهای تولیدی-صنعتی بازنگری‌هایی صورت گیرد و در مقابل بخشهایی که به نوعی از پرداخت مالیات معاف هستند یا به دلیل شفاف نبودن سیستم درآمدزایی (مثل فعالیتهای دلالی، سوداگری و...) مالیاتی پرداخت نمی‌کنند، مورد هدف قرار گیرند. این در حالی است که تناسبی میان نرخ رشد مالیات دریافتی از اشخاص حقوقی و نرخ رشد اقتصادی سال قبل که گویای وضعیت اقتصادی فعالین است، وجود ندارد.^۳

۷- محیط نامساعد اقتصاد کلان

محیط اقتصاد کلان طی دهه‌های گذشته از نظر شاخص‌های مرتبه اول مانند تورم، بازار ارز، نرخ‌های سود بانکی و به‌طور کلی ساختار کلان تأمین مالی و از نظر شاخص‌های مرتبه دوم، مانند حجم بودجه، تعادل بودجه، نظام مالیاتی، سیاست‌های پولی و غیره در شرایط مساعدی نبوده است. شرایط نامساعد اقتصاد کلان، از طرق مختلف منجر به افزایش هزینه‌های مبادله می‌شود. وقتی بنگاهی نتواند محیط اقتصاد کلان و محیط مناسبات بین‌الملل خود را پیش‌بینی کند، ناچار خواهد بود موجودی انبار مواد اولیه خود را بیش از حد بهینه نگهداری

^۱ - رمضان حسین زاده، حبیب انصاری سامانی، حاجیگلدی کر نقش فرهنگ مصرف کالاهای داخلی در تحقق تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، سال هفتم، مهندسی فرهنگی، شماره ۶۹ و ۷۰، ۱۳۹۱، ص ۵۸

^۲ - www.tasnimnews.com

^۳ - جعفر خیرخواهان، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه‌گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، ۱۳۹۶، ص ۳۲.

کند. وقتی نبود قطعیت زیاد است، بنگاه به سرمایه در گردش بیشتر نیاز دارد. وقتی نبود قطعیت بالا است، بنگاه تمایل پیدا می‌کند که فعالیت‌های خود را به صورت غیربهرینه متنوع کند تا ریسک پیش‌بینی ناپذیری را به حداقل برساند. وقتی نبود قطعیت بالاست بنگاه کمتر سرمایه‌گذاری می‌کند. در مجموع محیط نامساعد اقتصاد کلان به ویژه بر عملکرد بنگاه‌های بزرگ به عنوان بنگاه‌هایی که بخش اصلی تولید را برعهده دارند تأثیر قابل توجهی دارد و از این طریق، هزینه‌های مبادله و در نتیجه رقابت‌پذیری محصولات ایرانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.^۱

۸- قاچاق کالا

قاچاق کالا به طور غیرمستقیم بر سرمایه‌گذاری ملی کشور تأثیر منفی دارد. با ورود کالای قاچاق زیر قیمت تولیدشده کالا در داخل، تولید ملی ضربه خورده و تقاضا برای محصولات تولید داخل کاهش میابد و به دنبال خود کاهش سودآوری و در نهایت کاهش سرمایه‌گذاری در بخش تولید داخلی را موجب می‌گردد. مضاف بر آن قاچاق در مسیر سرمایه‌گذاری نیز انحراف ایجاد می‌کند. چراکه قاچاق کالا در فرصت کوتاهی سود بسیاری نصیب سرمایه‌گذاران می‌کند که با سود حاصل از سرمایه‌گذاری در فعالیتهای مولد و اشتغال‌زا تفاوت چشمگیری دارد.^۲

۹- عملکرد نامطلوب تولیدکنندگان داخلی

نگر شها و نحوه رفتار و عملکرد تولیدکننده در زمینه تولید و عرضه محصول یکی از دلایل عمده گرایش مصرف‌کننده به خرید یا عدم خرید محصولات است. تولیدکنندگانی که فعالیت خود را صرفاً برای سودآوری و آن هم در مقطع مدت زمان کوتاهی انجام دهد، نمی‌تواند امید به تولید و فروش محصول خود (در بلندمدت) داشته باشد، در مقابل توجه تولیدکننده به شناخت سلیقه مشتری و تولید محصول متناسب با نیازها و سلیقه آنها (از لحاظ قیمت، تنوع، عملکرد، استاندارد و...) می‌تواند عاملی برای تولید و فروش بیشتر در بلندمدت باشد.^۳

۱۰- عدم توجه به خواسته مشتری

علل بعدی که می‌تواند ناشی از ضعف عملکرد تولیدکننده باشد، عدم توجه به سلیقه و خواسته‌های مشتری است. در برخی موارد؛ تولیدکننده حتی با توجه به شناخت از مشتری، سلیقه‌ها و نیازهای او را نادیده گرفته و به

^۱ - مسعود نیلی، موانع تولید ملی، <http://www.setaresobh.ir>

^۲ - جعفر خیرخواهان، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه‌گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، ۱۳۹۶، ص ۳۴

^۳ - رمضان حسین زاده، حبیب انصاری سامانی، حاجیگلدی کر نقش فرهنگ مصرف کالاهای داخلی در تحقق تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، سال هفتم، مهندسی فرهنگی، شماره ۶۹ و ۷۰، ۱۳۹۱، ص ۵۹

دلایل متعدد محصول خارج از سلیقه مشتری تولید می‌کند. برخی از این دلایل می‌تواند ناشی از محدودیتهایی در زمینه تولید محدودیتهای مالی اعتباری و باشد. در هر حال تولیدکننده ای که به هر دلیل تولید خود را متناسب با خواست مشتری ارائه نکند، نمی‌تواند به پایبندی مصرف کننده برای خرید محصول خود امیدوار باشد.

۱۱-عدم ارائه محصول جدید

متأسفانه به دلایل متعدد اغلب تولیدکنندگان کشور، محصول جدید را به فراموشی سپرده و اقدام به تولید همان محصول قدیمی کنند و همین عامل می‌تواند باعث شود، نیازهای مشتری برای مصرف محصول جدید به سمت محصولات خارجی سوق پیدا کند.

یکی از عواملی که واحدهای تولیدی می‌توانند از طریق آن همواره تولید و فروش خود را حفظ کرده و گسترش دهند عامل ارائه محصول جدید، خواسته‌ها و سلیقه‌های مشتری است که دائم تغییر می‌کند. این تغییرات نیازمند تغییر در محصول نیز هست. یک تولیدکننده آینده نگر باید بتواند متناسب با سلیقه بازار، محصول جدید تولید و عرضه کند.^۱

۱۲-قیمت مناسب‌تر

مصرف کننده با توجه به محدودیت درآمدی خود در برابر تغییرات قیمت از خود واکنش نشان می‌دهند. بنابراین قیمت مناسب یکی از عوامل بسیار مهم در جذب مشتری است. مشتریان با مقایسه در محصول و در نظر گرفتن تفاوت‌های آنها حتماً عامل قیمت را در نظر گرفته و در انتخاب نهایی خود قیمت مناسب‌تر را دخالت می‌دهند. در این میان در مواردی که قیمت محصولات خارجی در مقایسه با قیمت محصولات داخلی مناسب‌تر باشد.

تمایل مصرف کنندگان به خرید محصول خارجی بیشتر خواهد بود، بهره‌گیری از بازارهای بین‌المللی و تولید انبوه، یکی از دلایل اصلی و مهمی است که قیمت محصولات خارجی را نسبت به محصولات داخلی کاهش می‌دهد.

۱۳-تنوع در محصول

یکی از اصول اولیه بازاریابی، ارائه محصول مطابق خواست و سلیقه مشتری است و به دلیل تنوع طلبی مشتری، محصول تولیدی باید متنوع (از لحاظ رنگ، اندازه، بسته بندی، عملکرد و...) باشد تا تمام سلیقه‌ها را ارضا

^۱ - رمضان حسین زاده، حبیب انصاری سامانی، حاجیگلدی کر نقش فرهنگ مصرف کالاهای داخلی در تحقق تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، سال هفتم، مهندسی فرهنگی، شماره ۶۹ و ۷۰، ۱۳۹۱، ص ۶۰

کند. تنوع در محصول خارجی یکی از عواملی است که مصرف کننده داخلی را به سمت خرید آن سوق می دهد در مقابل، تولیدکنندگان داخلی در بسیاری موارد محصولات خود را (به دلایل تکنولوژیکی، مالی، مدیریتی و...) به چند نمونه محدود کرده اند.

۱۴- کیفیت محصول

قیمت بالای تولیدات داخلی و کیفیت پایین؛ سبب مصرف گرایی به سمت کالاهای خارجی می شود. برای کنترل مصرف گرایی باید افزایش کیفیت، کاهش قیمت کالاهای داخلی و ایجاد فرهنگ مصرف کالای داخلی مورد توجه قرار بگیرد. با توجه به ظرفیت های بالای واحدهای تولیدی در کشور می توان با اتخاذ سیاست ها و تدابیر لازم این واحدها را به افزایش کیفیت محصول تولیدی تشویق کرده و در جهت تحقق تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی گام مؤثری را برداشت^۱.

راهکارهای حمایت از تولید داخلی و کالای ایرانی

۱- اتخاذ یک سیاست صنعتی (رشته فعالیت های مزیت دار آتی یا راهبردی کشور) که مورد اجماع نظر تمام دولت و همچنین مجلس باشد و در دوره ی میان مدت از ثبات حمایتی برخوردار باشد، ضرورتی است که سه دولت اخیر طی ۱۵ سال گذشته به آن ورود کرده اند اما هیچ گاه آن را به سرانجام نرسانده اند. قاعده منابع محدود به ما می گوید امکان حمایت مؤثر و تمرکز هم زمان بر صدها محصول صنعتی یا کشاورزی یا بخش های متنوع خدمات (از گردشگری تا پزشکی و غیره) هیچ گاه میسر نخواهد بود. پخش منابع بین همه، یعنی به کمال نرسیدن هیچ کدام^۲

۲- پرهیز از شعارزدگی و حمایت از ابداعات و اختراعات: شرایط فعلی تحریم کشور را می توان بدور از شعارزدگی های رایج به یک فرصت تبدیل کرد، ایجاد مؤسسات ملی پرورش خلاقیت؛ تقبل هزینه های طرح های تحقیقاتی مختلف توسط بخش های دولتی؛ تشکیل کمیته ملی حمایت از اختراعات؛ اکتشافات و نوآوری ها؛ تشکیل جدی نظا مه ها، پیشنهادات؛ طرح ها و ایده ها در کلیه دستگاه های اجرایی برای شناسایی ایده های برتر با هدف

^۱ - رمضان حسین زاده، حبیب انصاری سامانی، حاجیگلدی کر نقش فرهنگ مصرف کالاهای داخلی در تحقق تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، ص ۵۹ و ۶۰

^۲ - سید احسان خاندوزی، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، <https://monitoreconomy.ir> تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

افزایش بهره‌وری، تولید و کاهش هزینه‌ها، تقدیر شایسته از صاحبان ایده‌ها و... از اهمیت خاصی برخوردار است.^۱

۳- درخصوص تولیدکنندگان محصولات ایرانی باید میان «حمایت عام دولت» که به معنای محیط کسب و کار کم‌مانع و کم‌هزینه، تسهیل دیوان‌سالاری‌ها و مجوزها، کاهش فساد و ثبات اقتصاد کلان (تورم، نرخ ارز، نرخ سود و...) است با «حمایت خاص دولت» که باید تنها و تنها نصیب بنگاه‌های با عملکرد تولیدی و صادراتی برجسته و بهره‌ور در رشته‌فعالیت‌های مزیت‌دار یا راهبردی شود، تمایز قائل شد؛ مانند وضع معافیت‌های مالیاتی یا دیوارهای تعرفه‌ای موقت، اعطای یارانه‌ی سود تسهیلاتی یا یارانه فروش در نمایشگاه‌های خارجی و اعتبار صادراتی و امثالهم.^۲

۴- در مبارزه با عادت زشت خرید کالای خارجی باید از همه راه کارهای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، جزایی و بهره جست و به یاد داشت این پدیده، یک پدیده چند بعدی است و مبارزه باید همه ابعاد آن را فراگیرد. در این مبارزه باید از کار فرهنگی، تبلیغات و آماده سازی فکر و رفتار نوجوان و حتی کودکان بهره جست و از تأثیر رسانه‌های دیداری و شنیداری و مکتوب برای اصلاح رفتار اجتماعی استفاده کرد. در این میان آموزش و پرورش، وزارت ارشاد، صدا و سیما، دستگاه‌های آموزش عالی، مطبوعات و... می‌توانند نقش مهم و ارزنده خود را در این راه ایفا کنند تا ایرانی با افتخار از کالای ایرانی استفاده کند.^۳

۵- حمایت‌های عام دولت از تولید کالای ایرانی، زمانی به ثمر خواهد نشست که اساساً صاحبان فن و سرمایه، مسیر تولید را برای ثروتمند شدن خویش، انتخاب کنند. به بیان دیگر چنانچه فعالیت غیرمولد از حاشیه سود بالاتر یا مساوی با فعالیت پرزحمت تولید برخوردار باشد، اساساً رونق به تولید کالای ایرانی بازخواهد گشت. شفافیت این دست درآمدهای سفته‌بازانه و اخذ مالیات‌های گزنده از آن‌ها، می‌تواند جریان وجوه و سرمایه‌ی انسانی را به تولید محصولات ایرانی سوق دهد.

به یک معنا هر حمایت دولتی، معنایی جز ایجاد رانت یا سپر برای برخی فعالان اقتصادی ندارد اما چگونه می‌توان در قبال این حمایت، منافع ملی بزرگ‌تری را نصیب اقتصاد کرد؟ با چه معیارهایی در عملکرد باید اجازه داد از بین چند شرکت، تنها «الف» و «ب» با حمایت دولتی، موفق‌تر شوند؟ آسیب‌شناسی سال‌ها حمایت

^۱ - قربانعلی محبوبی، مصطفی محمدی، نقش فرهنگ بسیجی در تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مهندسی فرهنگی، سال هفتم، شماره ۶۹، ۷۰، ۱۳۹۱، ص ۴۶

^۲ - سید احسان خاندوزی، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، <https://monitoreconomy.ir>، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

^۳ - rasekhoon.net

غیرهدفمند از برخی صنایع چه درس‌هایی برای ما دارد؟ پاسخ به این پرسش، بخش مهم بسته‌ای است که باید دولت در راستای حمایت از کالای ایرانی تدوین نماید. قاعده‌ی کشورهای موفق می‌گوید برای نظارت‌پذیر بودن و رانت‌جویی کمتر در حمایت‌های خاص دولت، باید ضمن شفافیت، زمانمند بودن و مشروط به عملکرد بودن حمایت‌ها، تمرکز را تنها بر موفق‌ترین تولیدکنندگان قرار داد که قابلیت رصد، مؤاخذه و پاسخگویی بیشتری دارند. اکثریت مردم زمانی هزینه‌های دوره‌ی گذار را می‌پردازند که بدانند این هزینه‌ها همواره تداوم نخواهد داشت و تولیدکنندگانی که از این حمایت‌ها منتفع می‌شوند نیز در آینده، محصولی باکیفیت و قیمت قابل رقابت ارائه خواهند داد.^۱

۶- کارهای فرهنگی و تبلیغی باید انجام شود، اگر بخواهیم عزت داشته باشیم، باید سختی‌ها و کمبودها را تحمل بکنیم از سوی دیگر، تولیدکننده باید کیفیت مناسب با قیمت خوب ارائه دهد، تولیدکننده هم باید وطن پرست باشد و تولیدات خود را ارتقاء دهد؛ مشاهده می‌کنید که ژاپنی‌ها به اجناس وارداتی اکتفا نمی‌کنند و اگر کالایی را وارد کردند، تغییراتی در آن انجام می‌دهند و کیفیتش را ارتقاء می‌بخشند.^۲

۷- کنترل مرزها به عنوان مبدأ ورود کالای خارجی و قاچاق، همیشه به عنوان رکن در راه تحقق این موضوع محسوب می‌شود. رسیدگی به وضع زندگی مردم مرزی بسیار مهم است. نباید اجازه داد مرزنشینان ما در محرومیت باقی بمانند و به ابزار دست قاچاقچیان تبدیل شوند که خود باعث محروم‌تر شدن آنان می‌شوند و نباید با مصرف کالاهای خارجی که منجر به بیکار شدن جوانان ایرانی می‌شود به محرومیت جوانان مرزنشین دامن زد بلکه با ایجاد مشاغل متعدد در روستاهای مرزی باید جلوی روز آوردن مردم به قاچاق را بگیریم. در مرزهای دریایی هم، حمایت از تولیدات داخلی پاسداری از اقتصاد ملی و تداوم راه شهیدان است؛ لذا ابتدا دولت باید دامن خودش را از آلودگی به معضل خرید کالای خارجی و ترجیح آن بر تولیدات داخلی پاک نگه دارد و با نهایت پاکی، سلامت و درستکاری عمل کنند. تردد وسایل باید ساماندهی شود و مثل رفت و آمدهای هوایی و جاده‌ای منظم شود تا بی‌انضباطی‌ها و تخلفات قابل پیگیری باشند.^۳

بر این اساس شناسایی گلوگاههای اصلی ایجاد انگیزه برای قاچاق و رفع آنها از جمله اصلاح نظام تعرفه، کاهش و هدفمندسازی معافیت‌های حقوق ورودی، تسهیل هرچه بیشتر روند امور اجرایی واردات و صادرات قانونی کالا، اتخاذ سیاست‌های مناسب ارزی و مدیریت بهینه تخصیص ارز به منظور منطقی نمودن قیمت تمام شده واردات

^۱ - سید احسان خاندوزی، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، <https://monitoreconomy.ir>، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸

^۲ - www.tasnimnews.com

^۳ - rasekhoon.net

درمقایسه با قیمت محصولات تولید داخلی و درنهایت تمرکز بر پیشگیری از وقوع جرم به جای مبارزه انتظامی با آن در این ارتباط پیشنهاد می‌شود.^۱

۸- نظارت بر بازار و کنترل قیمت‌ها: گاهی ممکن است عده‌ای در بازار با کاهش قیمت، کوشش کنند رقبا را از میدان، دور سازند تا پس از چندی، بازار را در اختیار خویش بگیرند و گاهی نیز به دلیل احتکار، گران فروشی و ... حقوق مصرف کنندگان تضعیف شود در این راستا، گشت زنی در بازارها و انجام اقدام لازم و به موقع از وظایف دولت شمرده می‌شود.^۲

۹- تنظیم مالیاتها: انتظار می‌رود در شرایطی که بخشهای تولیدی کشور درگیر رکود هستند، همانند تجربه کشورهای موفق در این امر و در شرایط مشابه، مالیاتها به گونه‌ای تنظیم گردد که کمترین آسیب را به بخشهای تولیدی وارد کند. لذا در راستای بازتعریف و برقراری نظام مالیاتی انعطاف پذیر متناسب با چرخه‌های تجاری کاهش نرخ مالیات بر درآمد شرکتها و در عوض، اجرای طرح جامع مالیاتی، گسترش پایه‌های مالیاتی، تسهیل در پرداخت مالیاتها به واسطه گسترش خدمات الکترونیک و ساده سازی پرداختها از جمله اقداماتی است که در این ارتباط توصیه می‌شود. طراحی قوانین مالیاتی متناسب با بنگاههای کوچک و متوسط به علت اهمیت آنها در تولید، اشتغال و نوآوری در کنار پیاده سازی نظام مالیات بر مجموع درآمد اشخاص از دیگر توصیه‌های سیاستی این بخش هستند.^۳

^۱. خیرخواهان، جعفر، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، ۱۳۹۶،

ص ۴۲

- علی محمد میرجلیلی، سمیه یوسفی، عوامل مؤثر در حمایت از کار، تولید و سرمایه مسلمین از دیدگاه قرآن و حدیث، فصلنامه علمی پژوهشی کتاب قیم، سال سوم، شماره نهم، ۱۳۹۲، ص ۴۷

^۳. خیرخواهان، جعفر، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، ۱۳۹۶،

ص ۴۲

جمع بندی و نتیجه گیری:

با توجه به شرایط حساس کنونی، حمایت از تولید داخلی و استفاده از کالای ایرانی یکی از مهمترین امور محسوب شده و تقویت اقتصاد ملی از ملزومات بدیهی است؛ همانگونه که اسلام به کار و تولید تاکید ویژه ای دارند، چرا که یک کشور از لحاظ سیاسی، فرهنگی، نظامی و... به اقتصاد وابسته است و اگر اقتصاد دچار بحران شود دشمن با اهرم تحریم و فشار می تواند به اهداف خویش دست پیدا کند، بنابراین باید سیاستی اتخاذ گردد تا موانع تولید داخلی شناسایی گردد و برای برطرف نمودن این مشکلات طرحها و برنامه ی لازم از سوی دولتمردان و کارشناسان اقتصادی صورت پذیرد.

از مهم ترین موانع تولید داخلی می توان به ساختار تعریف شده در کشور اشاره نمود که به تولید داخلی هزینه سنگین تحمیل می کنند، همچنین ورود غیر قانونی کالاهای خارجی از مرز، واردات کالاهای و مصرف کالاهای خارجی، بهره بانکی بالا که متأسفانه به ضرر تولید کنند می باشد، نوسانات نرخ ارز، مالیات ها و... و از طرفی تولیدات بی کیفیت تولید کنندگان مشتریان را به سمت کالای خارجی می کشاند و همچنین عدم توجه به خواسته مشتری و سلیق مشتری و عدم ارائه محصولات جدید، قیمت بالای کالای ایرانی نسبت به کالای خارجی باعث شده که مردم به سمت کالای خارجی سوق پیدا کنند.

برای برطرف کردن این مشکلات باید اتخاذ یک سیاست صنعتی (رشته فعالیتهای مزیت دار آتی یا راهبردی کشور) که مورد اجماع نظر تمام دولت و همچنین مجلس باشد و در دوره ی میان مدت از ثبات حمایتی برخوردار باشد، برای تولید کنندگان در نظر گرفته شود. همچنین دولت و مسئولین به صورت جدی از ابداعات و اختراعات متخصصان در کشور حمایت کنند و نیز حمایت های عام دولت از تولید کالای ایرانی، زمانی به ثمر خواهد نشست که اساساً صاحبان فن و سرمایه، مسیر تولید را برای ثروتمند شدن خویش، انتخاب کنند. و یکی دیگر از راه حلها کنترل مرزها به عنوان مبدأ ورود کالای خارجی و قاچاق می باشد، برای استفاده از کالای ایرانی نیز ابتدا باید تولید کننده را به تولید با کیفیت ترغیب کرد و از مسئولان خواست که در کاهش هزینه تولید به تولید کننده کمک کنند و سپس با فرهنگ سازی در سطح جامعه نسبت به استفاده از کالای ایرانی می توان از مصرف کننده انتظار داشت که کالای داخلی را تهیه کند.

فهرست منابع:

۱. افقه، سید مرتضی، موانع تولید برای حمایت از کالای ایرانی کاهش یابد، shooshan.ir، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸
۲. برقی، احمد بن محمد بن خالد، المحاسن، ج ۲، ج ۲، دار الکتب الإسلامیه، قم، ۱۳۷۱.
۳. www.tasnimnews.com، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۴
۴. حر عاملی، وسایل الشیعه، ج ۱، ص ۲۴، بیروت، دار احیاء التراث العربی. سایت راسخون.
۵. حسین زاده، رمضان، حبیب انصاری سامانی، حاجیگلدی کر نقش فرهنگ مصرف کالاهای داخلی در تحقق تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، سال هفتم، مهندسی فرهنگی، شماره ۶۹ و ۷۰، ۱۳۹۱.
۶. خیرخواهان، جعفر، سارا پارسی، موانع تولید و سرمایه گذاری در ایران، مرکز تحقیقات و بررسیهای اقتصادی اتاق بازرگانی ۱۳۹۶.
۷. خاندوزی، سید احسان، موانع ذهنی و عینی حمایت از کالای ایرانی، monitoreconomy.ir تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸
۸. میرجلیلی، علی محمد، سمیه یوسفی، عوامل مؤثر در حمایت از کار، تولید و سرمایه مسلمین از دیدگاه قرآن و حدیث، فصلنامه علمی پژوهشی کتاب قیم، سال سوم، شماره نهم، ۱۳۹۲.
۹. سایت تسنیم، تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۱۵.
۱۰. مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار (ط-بیروت) ج ۱۰۰، ص ۹، ج ۳۶، سایت شهید آوینی
۱۱. محبوبی، قربانعلی، مصطفی محمدی، نقش فرهنگ بسیجی در تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مهندسی فرهنگی، سال هفتم، شماره ۶۹، ۷۰، ۱۳۹۱.
۱۲. نجفی یزدی، سید محمد، پیشگوئیهای امیرالمؤمنین علیه السلام، پایگاه اطلاع رسانی غدیر و بروجردی، ۱۴۱۸ ق، ۲۷۶/۲۳
۱۳. donya-e-eqtesad.com، تاریخ بازدید: ۹۷/۵/۱۳
۱۴. mesdaq.ir تاریخ بازدید ۹۷/۵/۱۰
۱۵. rasekhoon.net تاریخ بازدید: ۹۷/۴/۸
۱۶. www.tasnimnews.com، طباطبایی نژاد، تاریخ بازدید: ۹۷/۵/۱
۱۷. مسعود نیلی، موانع تولید ملی، <http://www.setaresobh.ir>