



اقتصاددان و دانشیار دانشکده مدیریت و برنامه‌ریزی دانشگاه جامع امام حسین(ع) در گفت و گو با «فرهیختگان»:

حذف موانع تولید و کاهش نابرابری‌ها وظیفه اصلی دولت است

یکی از دلایل اقبال مردم به کالاهای چینی، ارزانی است



به‌عنوان اولین سوال بفرمایید اصلی‌ترین نیاز امروز کشور در راستای تقویت تولید ملی و حمایت از کالای ایرانی و در کل تحلیل شما از شعار سال چیست؟

مهم‌ترین نیاز امروز کشور تحول در فضای اقتصادی است. مقام معظم رهبری با اذعان به این موضوع شعار سال‌های گذشته را با محوریت مسائل اقتصادی انتخاب کرده‌اند و سال ۹۷ را نیز با شعار حمایت از کالای ایرانی آغاز کردند. حمایت از کالای ایرانی تداوم شعار سال‌های قبل است که اصلی‌ترین موضوع آنها توجه به کار، سرمایه ایرانی و تولید ملی بود. تمامی شعارهایی که در سال‌های گذشته توسط رهبر انقلاب مطرح شد، همه و همه در راستای موضوع محوری حمایت از کار و تولید ایرانی است؛ چراکه این موضوع محوری به تمام پارامترهای اقتصادی کشور گره خورده است. در واقع همه پارامترهایی که فضای اقتصادی را شکل می‌دهند، در حل این مساله دخیل هستند؛ یعنی حل مسائل اقتصادی کشور صرفاً با یک نسخه‌انجام‌پذیر نیست، بلکه نیازمند عواملی است تا همه بازیگران اقتصادی را در جهت شکوفایی اقتصاد و حمایت از تولید و مصرف کالای ایرانی بسیج کند. یقیناً ایجاد این فضای اقتصادی بر حسب رفتارهایی شکل می‌گیرد که بخشی از آن فرهنگی است؛ همه آحاد جامعه وظیفه شکل دادن و انسجام‌بخشی به چنین فضایی را دارند. فرهنگ‌سازی برای آماده‌سازی مردم در حمایت از تولید و مصرف کالای ایرانی بخشی از ورود به فضای مطلوب اقتصاد است. ورود به فضای تعاملی و مطلوب اقتصاد نیازمند تعامل همه گروه‌ها اعم از دولتی و مردمی است. به تعبیر مقام معظم رهبری باید در مردم نسبت به حمایت و مصرف کالای ایرانی تعصب ایجاد کنیم، چراکه این موضوع عامل موثر و بازدارنده‌ای در عدم توجه به مصرف کالای خارجی و روگردان به تولیدات داخلی است. یقین بدانیم که در صورت عدم توجه به مصرف کالای داخلی از جمله دشمن شکست می‌خوریم و تولیدات خارجی همانند سربازان دشمن به راحتی به عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور نفوذ می‌کنند.

چرا کالای خارجی را به سرباز نفوذی دشمن تعبیر کردید؟
ورود تولیدات خارجی به مثابه باز گذاشتن مرز و عرصه برای حضور دشمن در کشور است. کالای خارجی همانند سرباز هوشمندی است که قصد نفوذ به قلعه لشکر مقابل را دارد. کشورهای غربی در ظاهر دم از تجارت آزاد می‌زنند و تجارت آزاد را تبلیغ می‌کنند، اما در واقع سیاستی که تمام کشورها به آن اهتمام داشته و آن را دنبال می‌کنند، ترجیح تولید ملی بر واردات از سایر کشورهاست. به تعبیری تبلیغ برای تجارت آزاد به دلیل نفوذ و صادرات کالای خود به سایر کشورهاست نه اعتقاد آنها به تجارت آزاد.

از نظر شما چگونه می‌توان راه‌های نفوذ کالای خارجی غیرضروری را به کشور بست؟

اولین عامل تقویت فرهنگ عمومی است. باید خودی‌ها درهای قلعه‌های داخل را روی سرباز نفوذی

شعار سال ۹۷ مبنی بر حمایت از کالای ایرانی، تداوم شعارهای اقتصادی‌ای است که مقام معظم رهبری با محوریت قرار دادن آن چندین موضوع مهم از جمله خودکفایی و عدم وابستگی اقتصادی به بیگانگان را دنبال می‌کنند. امسال نیز در راستای توجه به اقتصاد، سال حمایت از کالای ایرانی نام گرفت تا حساسیت به موضوع حمایت و خرید کالای ایرانی بیش از پیش در میان مردم و مسئولان ترویج داده شود. در شعار امسال مردم به‌عنوان تأثیرگذارترین قشر در حمایت از کالای ایرانی به صورت مستقیم مورد اشاره رهبر معظم انقلاب قرار دارند. ایشان

دشمن که همان تولید خارجی است، باز نکنند. اینکه از کالای خارجی به‌عنوان سرباز دشمن یاد می‌کنیم، به این دلیل است که این سرباز نفوذی که خود را خودی نشان می‌دهد، در ظاهر ممکن است فاه و رضایت را برای مایه ارمغان آورده باشد، اما باطن قضیه افزایش و دامن‌زدن به گسترش بیکاری برای طرف مقابل است. تولید خارجی درصدد گرفتن رمق از تولید داخلی و وابسته کردن اقتصاد به خود است. مسلمانان تقویت فرهنگ عمومی باید از مهدهای کودک آغاز شود و به خانواده‌ها تسری یابد تا خانوارها به‌عنوان واحد اصلی اقتصادی که همان مصرف‌کننده هستند، تأثیر عمیقی بر تحول در عرصه اقتصادی و حمایت از کالای ایرانی بگذارند.

عموماً در این مساله که اشاره کردید چهار مشکل هستیم، یعنی اولین اولویت اکثریت خانوارهای ایرانی خرید کالای خارجی است. نظر شما درباره چرایی این رویکرد چیست؟

مثلاً خانواده‌ای قصد خرید جهیزیه دارد، مسلمان در صورت تأمین مالی اول سراغ خرید برندهای خارجی می‌رود. واکاوی این موضوع بسیار حائز اهمیت است که چرا خانوار ایرانی به دنبال برندهای ایرانی نیست؟ چون تجربیات سابق و ذهنیت‌ها مانع از گرایش خانواده‌های ایرانی به خرید کالای داخلی می‌شود. خرید کالای بی‌کیفیت تصویر غلطی

از کالای ایرانی در ذهن مردم ایجاد کرده است، هرچند بخشی از این مساله همان موضوع تلقین ذهنی مرغ همسایه است. مسلمان نقش رسانه‌ها در ایجاد ذائقه عمومی و تقویت فرهنگ‌سازی خرید کالای ایرانی بسیار حائز اهمیت است؛ رسانه‌ها باید برای مصرف‌کننده توضیح بدهند کالایی که می‌خرد باید از سه پارامتر عقلانی و منطقی برخوردار باشد؛ قیمت، کیفیت و همچنین موضوعی که معمولاً از آن غفلت داریم خدمات پس از فروش کالا است. مثلاً یک چرخ گوشت خارجی می‌خریم بدون اینکه به این موضوع واقف باشیم که در صورت خرابی قطعه‌ای از آن آیا امکان تهیه آن قطعه در بازار داخل وجود دارد؟ مسلمان بسیاری از قطعات را نمی‌توان پیدا کرد، بنابراین خریدی بدون مطالعه و آگاهی منجر به از دست رفتن و کنار گذاشتن یک کالا برای همیشه می‌شود، در حالی که اگر فرهنگ‌سازی

با پیش کشیدن موضوع تعصب در دفاع و حمایت از کالای ایرانی مردم را با اهمیت و ضرورت توجه به خرید کالای ایرانی در از میان برداشتن مشکل بیکاری و رکود آگاه کردند. دکتر ا... مراد سیف، اقتصاددان و دانشیار دانشکده مدیریت و برنامه‌ریزی دانشگاه جامع امام حسین(ع) در این گفت‌وگو با محوریت قرار دادن چرایی انتخاب و توجه به شعار سال ضرورت‌های تمسک همگان به توصیه مقام معظم رهبری و حمایت از کالای ایرانی را در تبعات و آثار آن با ذکر راهکارهای دولتی و مردمی مورد توجه قرار داده‌اند.

حمایت از کالای داخلی، تولیدکننده در ایجاد رقابت و گرایش مصرف‌کننده ایرانی چه مواردی را باید مورد نظر قرار دهد؟

ضمن اینکه هزینه‌های تولید باید با مدیریت کاهش یابد، ارتقای کیفیت کالا از اصلی‌ترین وظایف تولیدکننده است. با توجه به اینکه قشر عظیمی از مصرف‌کنندگان ایرانی درآمد قابل‌توجهی برای خریدهای گران‌قیمت ندارند، قیمت کالا اولین موضوع برای آنهاست؛ موضوعی که چینی‌ها به خوبی بدان واقف بوده و کالاهای مختلفی را با قیمت‌های متفاوت در دسترس مشتریان و متقاضیان قرار می‌دهند. بنابراین تولیدکننده ما باید به این مساله توجه لازم را داشته باشد که با مدیریت مطلوب هزینه‌ها را کاهش دهد؛ ضمن اینکه کیفیت کالا برقرار باشد و با توجه جدی به برندسازی مصرف‌کننده را در انتخاب کالای ایرانی کمک کند.

از مردم که بگذریم، نقش نهادهای حکومتی در این بین نباید نادیده گرفته شود. اصلی‌ترین وظایف نهادهای حکومتی و در قبال حمایت از تولید و خرید کالای ایرانی چیست؟

وظیفه مهم‌تر مسئولان و همه نهادها اعم از دولتی یا حتی نهادهای عمومی و تشکل‌های مردم‌نهاد مثل اتاق‌های بازرگانی، بسترسازی مناسب است. دولت مسئول ریل‌گذاری و ایجاد نظامات اقتصادی برای باز کردن فضای تجاری مناسب است. مسلمان این دولت است که با اتخاذ سیاست‌های معقول نباید تولیدکننده را در معرض فشارهای مالیاتی یا نرخ سودهای بالای بانکی قرار دهد. بانک‌ها در این بین بسیار حائز اهمیت هستند. امروز بانک‌های دنیا با دنبال کردن روش‌های نوین بانکداری با هزینه بسیار پایین نیاز نقدینگی تولیدکننده را برطرف می‌کنند، در حالی که بانکداری ما از روش‌های نوین جهان بسیار فاصله دارد و سودمحوری تنها برنامه مهم آنهاست. بانک‌ها بدون دقت در این موضوع که آیا تولیدکننده قادر به بازپرداخت سودهاست، آنها را به آستانه ورشکستگی می‌کشانند، در حالی که باید با جایگزین کردن روش‌های دیگری نرخ سود بانکی را کاهش داده و به ایجاد فضای حمایت از تولید و کالای ایرانی کمک کنند. مسلمان نباید نقش بانک مرکزی در ایجاد این فضا را نادیده گرفت، چراکه بانک مرکزی می‌تواند با مدیریت، کمک و نظارت مانع فشار بر تولیدکننده شود. ایجاد فضای مناسب کسب‌وکار و توسعه تولید از وظایف دولت به شمار می‌رود. در غیر این صورت فعالیت‌های غیرمولد افزایش یافته و

علاوه بر ایجاد برند و تقویت فرهنگ‌سازی عمومی جهت



فعالیت‌هایی که تولید و ارزش افزوده ایجاد کند، در فشار مالیاتی، هزینه و مجوزهای دولتی از پا درمی‌آیند. متأسفانه در فضای حال حاضر اقتصاد افرادی که دست به فعالیت‌های غیرمولد و غیرمفید برای جامعه می‌زنند، در پوشش‌های مختلف بدون گرفتن مجوز و پرداخت مالیات درصدد ثروت‌اندوزی هستند، در حالی که پرچم کسی که خواهان ایجاد تولید است، با فشار انواع مجوزها، مالیات‌ها و... به پایین کشیده می‌شود.

در واقع منظور شما این است که تولیدکننده داخلی در فضای داخلی و خارجی در یک فضای نابرابر در حال مبارزه است؟

بله، دقیقاً همین گونه است. تولیدکننده داخلی در فضای غیرمولد سوداگرانه درگیر یک فضای نابرابر است. از سوی دیگر در برابر تولیدکننده خارجی نیز که هزینه تولید پایینی دارد، باید مقاومت کند. تولیدکننده خارجی مورد مساعدت بانک‌های کشور قرار دارد، در مقابل تولیدکننده ایرانی با هزاران فشار بانکی و مالیاتی دست و پنجه نرم می‌کند. مسلمان در چنین فشاری نمی‌توان انتظار داشت تولید ایرانی جان بگیرد، همان گونه که نمی‌توان انتظار داشت در یک زمین نامساعد روشی حاصلخیز به دست آید.

برداشتن موانع از پیش‌روی تولید و کاهش نابرابری‌ها وظیفه اصلی دولت است. به هیچ وجه نمی‌توان از دولتمردان پذیرفت که راهکاری برای حل این غائله وجود ندارد، چراکه فعالیت‌های تحقیقاتی خوبی انجام شده که بسیاری از آنها تبدیل به قانون شده‌اند. حال این سوال مطرح می‌شود که این قوانین کی و توسط کدام یک از مدیران و مسئولان اجرایی شود؟ مسلمان در کنار فرهنگ‌سازی عمومی نقش دولت نیز بسیار حائز اهمیت است. مردم باید توجه شوند که با خرید کالای ایرانی رکود تورمی کاهش می‌یابد و اشتغال افزایش خواهد داشت. حمایت از کالای ایرانی به معنای کاهش وابستگی به غرب است. چرا باید هر سال شاهد کاهش ارزش پول ملی مان باشیم؟ چرا دلاری که خود یکی از پول‌های ضعیف دنیا است، در برابر پول ما آنقدر ارزشمند می‌شود؟ یقیناً تمامی این موارد به الگوی غلط مصرف و بی‌توجهی به تولید داخلی بازمی‌گردد.

برای دلار تقاضا هست و ما خواهان خرید کالای خارجی هستیم. اینکه در بخش گردشگری هم دلار حرف اول را می‌زند، جای تأسف دارد؛ چراکه سفر به خارج برای مردم از ایران‌گردی ارزان‌تر است. مسلمان عدم مدیریت هزینه‌ها است که بخش خدمات را هم در فشار رقابت خارجی قرار داده است. متأسفانه فضای اقتصادی کشور به گونه‌ای است که برای دیگران ایجاد ارزش افزوده اشتغال می‌کنیم، در حالی که جوانان ما بیکارند و همه در فشار اقتصادی ناشی از گرانی دلار هستیم. از این رو تأکید می‌کنم توجه به محورهای اقتصاد مقاومتی و توجه تام به حمایت از تولید و خرید کالای ایرانی یک ضرورت است؛ در غیر این صورت روزبه‌روز بر مشکلات افزوده می‌شود و نمی‌توان انتظار بهبود شرایط اقتصادی کشور را داشت.

شاخص بهای تولیدکننده (Producer price index) متوسط قیمت کالاها و خدماتی است که بنگاه‌های تولیدی برای تولید کالا و خدمات دریافت می‌کنند

