



حمایت از تولید ملی با چه روش‌هایی؟

چرا باید در خرید کالای داخلی تعصب داشته باشیم

مشکلات پیش روی رشد و پویایی اقتصاد ملی و تولیدات داخلی را می‌توان در چهار بخش تولیدکنندگان، دولت، مردم و موانع خارجی تقسیم‌بندی کرد. تولیدکنندگان در سمت عرضه تولیدات داخلی باید روی کیفیت و کاهش هزینه‌های تولید تمرکز کنند، دولت باید نقش حمایتی از تولیدکننده داشته باشد و مردم نیز به‌عنوان خریدار باید زمینه‌های فروش رفتن و مصرف کالای داخلی را ایجاد کنند. طرف دیگر کارشناسی‌های خارجی هاست که با ایجاد تحریم‌ها و ایجاد مانع در انتقال تکنولوژی، خریدهای ضروری تولید کالاهای داخلی و... مانع رشد آنها خواهند شد.

بنابر توضیحات ارائه‌شده قصد داریم در سلسله یادداشت‌هایی به بررسی موانع موجود در رشد تولید ملی بپردازیم و در حد امکان سیاست‌هایی را برای رفع این موانع ارائه کنیم. یکی از مفاهیمی که رهبر معظم انقلاب در خصوص حمایت از تولید ملی بیان کرده‌اند، بحث تعصب در خرید کالای داخلی است. ایشان در بیانات خود در ابتدای سال ۹۷ در حرم رضوی بیان کردند: «ما نسبت به اقتصاد ملی خودمان باید تعصب داشته باشیم؛ مصرف جنس خارجی یکی از عیوب مهم ما است؛ ما بایستی تعصب داشته باشیم نسبت به مصرف داخلی و جنس داخلی و اقتصاد ملی مان. جوان‌های ما تعصب دارند نسبت به فلان تیم فوتبال؛ یکی طرفدار تیم قرمز است، یکی طرفدار تیم آبی است، [آن‌هم] با تعصب؛ و حتی [تعصب به] تیم‌های خارجی؛ یکی طرفدار تیم رئال است، یکی طرفدار تیم [دیگر]؛ اینها تعصب نسبت به این تیم‌ها دارند؛ اگر همین مقدار و همین اندازه تعصب را نسبت به اقتصاد ملی و تولید داخلی داشته باشیم، بسیاری از کارهای ما اصلاح خواهد شد؛ این هم یکی دیگر از موانع.»

با توجه به این فرمایش معظم له در این باره می‌توان گفت که تعصب در خرید کالای داخلی یکی از موانع مهم در رشد تولید ملی است. تعصب در خرید کالای داخلی به معنای تمایل بیش از حد به خرید کالاهای داخلی به جای کالاهای خارجی است. تعصب در خرید کالای داخلی به معنای تمایل بیش از حد به خرید کالاهای داخلی به جای کالاهای خارجی است. تعصب در خرید کالای داخلی به معنای تمایل بیش از حد به خرید کالاهای داخلی به جای کالاهای خارجی است. تعصب در خرید کالای داخلی به معنای تمایل بیش از حد به خرید کالاهای داخلی به جای کالاهای خارجی است.

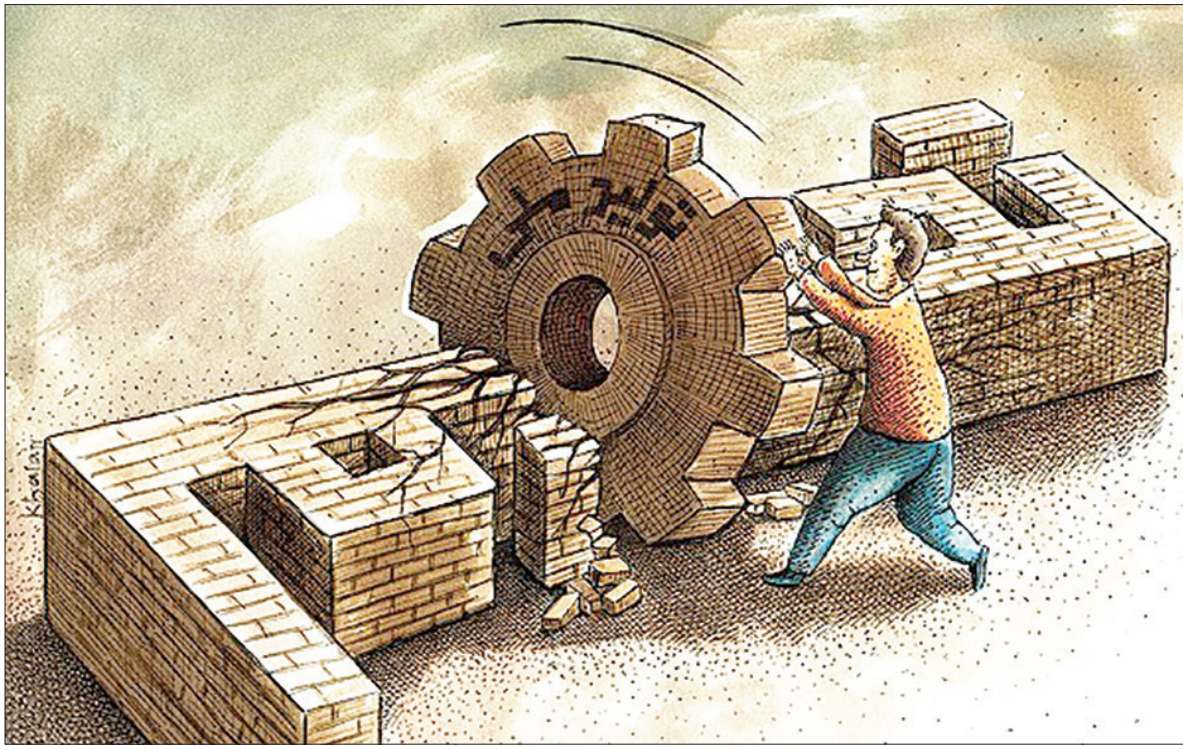
یادداشت به راهکارهای ایجاد تفاخر و تعصب به خرید کالای داخلی اشاره می‌شود.

الف- تغییر در سبک زندگی مردم

در یک تقسیم‌بندی در خصوص وظایف و موانع موجود در خصوص مردم باید گفت که ریشه حمایت مردم از کالای داخلی را در سبک زندگی مردم باید دنبال کرد. زمانی که مفاهیم ایرانی و اسلامی جایگاهی در زندگی مردم نداشته باشد مردم نه تنها تعصبی در خرید کالای ملی ندارند حتی تمایل چندانی نیز به خرید اجناس ایرانی نخواهند داشت. تفاخر به غرب و فرهنگ غربی و استفاده از برندهای خارجی به فرهنگی میان مردم تبدیل شده است. متأسفانه یکی از مشکلات امروزه کشور که پس از انقلاب اسلامی تغییر بسزایی نداشته، عدم تفاخر به فرهنگ غربی و کشورهای غربی است. تفاخر به زبان خارجی، فرهنگ خارجی و کالای خارجی از دغدغه‌های امام راحل نیز بوده است. امام خمینی (ره) در وصیتنامه خود در این خصوص می‌فرمایند: «در مراکز آموزشی، ابتدا فرهنگ و تمدن خودی به‌عنوان امور سنتی و ارتجاعی و ناکارآمد معرفی شده و سپس تقلید کورکورانه از شرق و غرب به‌عنوان یگانه‌ترین ارزش آن مطرح می‌گردد و دست‌پرده‌های چنین مراکز به نوبه خود به نویسندگان و عالمانی بدل می‌شوند که با تفاخر به غرب‌زدگی یا شرق‌زدگی خود فرهنگ و تمدن بومی را به باد انتقاد گرفته و سرکوب و منزوی می‌سازند. لذا می‌توان نتیجه گرفت تا زمانی که فرهنگ القایی به مردم همراه با تفاخر به غرب‌زدگی یا شرق‌زدگی باشد، انتظار خرید کالای داخلی و تفاخر به آن امری بعید است. به این اساس برای ایجاد حسن تعصب نسبت به خرید کالای داخلی و تفاخر به کالای ایرانی در گام اول باید در بحث فرهنگی از طریق تبلیغات غیرمستقیم مردم را به فرهنگ خودی تشویق کرد و استفاده از مدل‌های ایرانی و اسلامی، فرهنگ زبان فارسی،

ج: افزایش آگاهی مردم نسبت به چرخه اقتصادی و منافع خرید کالای داخلی

راه دیگر ایجاد تعصب در خرید کالای داخلی،



رهبری در خصوص تعصب به تیم‌های قرمز و آبی بیان کردند نیز این امر صادق است؛ اگر تیم‌های قرمز و آبی بازی‌های خوبی را ارزش نشان ندهند و برای تماشاگران خود ارزش قائل نشوند، تماشاگران نیز نسبت به آنها تعصب نخواهند داشت، بنابراین افزایش کیفیت کالای داخلی مسیر ایجاد تعصب و تفاخر به کالای داخلی را هموار خواهد کرد.

در جمع‌بندی می‌توان گفت که تعصب در خرید کالای داخلی یکی از راهکارهای حمایتی است که باید از طرف مردم پیگیری شود. زمانی که مردم تعصب در خرید کالای داخلی داشته باشند و به استفاده از آن تفاخر کنند مصرف کالای داخلی را بر کالای خارجی ترجیح دهند و حجم انبوهی از واردات کالاهای خارجی کاهش می‌یابد و راه افزایش تولید کارخانه‌های داخلی و رشد و پویایی اقتصاد ملی هموار می‌شود. البته این مساله در گرو حمایت‌های دولت از بخش خصوصی و افزایش کیفیت تولیدات داخلی است که در قسمت‌های بعدی به آنها پرداخته خواهد شد.

باید در خصوص تولید ملی تعمیم داده شود و این حقیقت اقتصادی روشن شود همان طور که مصرف بی‌رویه آب، خشکسالی نسل‌های بعدی را در پی خواهد داشت، عدم مصرف کالای داخلی، وابستگی و خشکسالی اقتصادی را به دنبال دارد.

د- افزایش کیفیت کالای داخلی

نکته‌ای که همواره در خصوص تولیدات ملی باید به آن توجه داشت افزایش کیفیت تولیدات ملی است. این توقع ناصحیحی است که کیفیت تولیدات داخلی ضعیف باشد و از مردم انتظار داشته باشیم نسبت به جنسی بی کیفیت تعصب و تفاخر داشته باشند. اساساً انسان به چیزی تفاخر خواهد داشت که آن جنس ارزش یا جایگاه بالایی داشته باشد. زمانی که تولیدات ملی برای تولیدکننده ارزش چندانی نداشته باشند و با کیفیت پایین روانه بازار شوند، طبیعتاً مصرف‌کننده‌ها نیز رغبت چندانی در خرید و تعصب نسبت به آنها ندارند. در مثالی که

افزایش بیش از حد اقتصادی مردم است. در کشور ما رای دادن و شرکت در انتخابات به‌عنوان یکی از وظایف مردم نهادینه شده است، حضور مردم در عرصه سیاسی به دلیل بیش از حد سیاسی‌اش، بسیار پرزنگ است. مشابه همین حرکت باید میان مردم ایران بینش تعمیق داده شود که خرید کالای داخلی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر زندگی مردم چه تأثیری دارد و عدم خرید کالای داخلی چه ثمرات ملموس و غیرملموس را در پی خواهد داشت. به عبارت دیگر باید نشان داده شود زمانی که نفت در کشور به پایان برسد و تولید ملی مستحکمی نداشته باشیم، شرایط اقتصادی ما از بسیاری از کشورها اسفناک‌تر خواهد بود و در حال حاضر که از نعمت نفت بهره‌مند هستیم نسبت به تقویت تولیدات داخلی حرکت کرده و از آینده تاریک اقتصادی دوری جوئیم. شعار «آب هست ولی کم است» میان مردم زبانه‌زده و فرهنگ‌سازی مناسبی در این زمینه انجام شده است. چنین شعارهایی

عبدا... بهرامی، مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های فرش دستباف:

۱۵۰ هزار فرشباف از لیست بیمه تامین اجتماعی حذف شدند

صادر شده تا پس از فرآوری دوباره به خود ما این بار اما با قیمت بالا فروخته شود. اما داستان به همین جا ختم نمی‌شود. این مواد اولیه تا به دست فروشنده اصلی که مجوز فروش دارد برسد چندبار توسط دلال‌ها دست‌به‌دست می‌شود تا قیمت بالاتر رود. مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های فرش دستباف، نقش دلال‌ها را در فروش محصول نهایی هم پررنگ می‌داند. او می‌گوید: «به دلیل کمبود نقدینگی، دلال‌ها فرش را از بافنده به قیمتی نازل می‌خرند و با سود بالا به فروشندگان اصلی و صادرکنندگان دارای مجوز می‌فروشند که تأثیر منفی در قیمت تمام‌شده و میزان فروش این محصول می‌گذارد.» پایان سخنان بهرامی با چند نکته همراه بود. او می‌گفت یک فرد عادی در مدت کوتاه دو ماه و با هزینه‌ای بسیار کم می‌تواند حرفه فرشبافی را یاد بگیرد و محصولی با ارزش افزوده بالا تولید کند؛ محصولی که اگر دولت‌ها برای بازاربایی آن همت کنند صادراتش می‌تواند چرخ اقتصاد یک کشور را بچرخاند؛ اتفاقی که در کشور ما تنها رخ نداده بلکه روند معکوس هم داشته است. بی‌توجهی به صنعت فرش دستباف در سال‌های اخیر باعث شده جمعیت هفت‌میلیونی فرشباف‌ها به سه‌میلیون کاهش پیدا کند. قالیباف‌ها هم از این بی‌مهری‌ها در امان نمانده‌اند و جمعیت دو میلیونی آنها این روزها نصف شده است. مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های فرش دستباف می‌گفت بسیاری از آنها دارهای قالی را فروخته‌اند و موتور خریده‌اند تا از مسافرکشی در خیابان‌ها نان درآورند. در روزهایی که نتیجه روند اشتغال‌زایی برای دولت‌ها آمارهایی شده که برای مردم ملموس نیست، شاید خیلی نیاز به کارهای خارق‌العاده نباشد. هستند در همین نزدیکی مشاغلی همچون فرش دستباف که با هزینه‌ای اندک دوباره روی پا شده و اشتغال واقعی ایجاد می‌کنند.

اتحادیه تعاونی‌های فرش دستباف در خصوص مشکلات فرشبافان به «فرهنگستان» گفت: «در سال ۸۸ ما مصوبه مجلس مقرر شد تمام بافندگان فرش دستباف بیمه تامین اجتماعی شوند که طی یک روند ۶ ساله حدود ۴۷۰ هزار نفر بیمه شدند. اما از سال ۹۴ به بعد حدود ۱۵۰ هزار نفر از این افراد به دلایل مختلفی همچون عدم پرداخت به موقع یا عدم حضور فرشباف در زمان مراجعه مأمور بیمه از لیست بیمه‌تأمین اجتماعی حذف شدند که باید با



که چند هفته پیش برای ما در غرفه نمایشگاه موقت شمشیران افتاد و در طول یک هفته نمایشگاه حتی یک تخته فرش مان هم به فروش نرفت تا ۶ میلیون تومان هزینه‌ای که برای اجاره غرفه پرداخت کرده بودیم هدر رود. به همین لحاظ ما نیازمند جای مشخص برای عرضه محصولاتمان هستیم. این مشکلات تنها مختص به خانم عزیزی نیست. فرشبافان این روزها برخلاف متاع‌گران قیمتی که به بازار عرضه می‌کنند عایدی چندانی نصیب‌شان نمی‌شود و با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند. عبدا... بهرامی، مدیرعامل

بچه راحت شد چون به غیر از فرشبافی حرفه دیگری بلد نبودیم، تصمیم گرفتیم این هنر را در پایتخت ادامه دهیم. همسر در کارگاه کوچک‌مان در اتاق ۹ متری خانه در محله خانی‌آباد نو شروع به بافتن کرد و من هم در سرای محله خانی‌آباد نو و چند محله دیگر آموزش بافتن را از سر گرفتم. اما این روزها شرایط مثل روزهای خوب مشکین شهر به ما لیخنه نمی‌زند. مشکلات این روزها پیش پای فرشبافان یکی دوتا نیست. با وجود اینکه شرکت فرشبافی ثبت کردیم نتوانستیم بیمه فرشبافی دریافت کنیم. قیمت مواد اولیه هم آنچنان بالا رفته است که تنها می‌توانیم برای یک فرش سه‌متری نخ خریداری کنیم. داستان دریافت وام و جور کردن ضمانت و همچنین فروش فرش و حضور همیشگی دلال‌ها در بازار هم که سر دراز دارد، خانم عزیزی می‌گوید: «برای اینکه تابلوفرش‌ها را به قیمت پایین به دلال‌ها ندهیم مجبور هستیم در نمایشگاه‌های موقتی غرفه اجاره کنیم و از آنجا که تابلوفرش دستباف یک کالای با قیمت بالاست معمولاً به‌سرعت به فروش نمی‌رود. اتفاقی

رومی پنجه پایش قد می‌کشد تا راحت‌تر تابلوفرش دستباف را به دیوار غرفه‌اش در نمایشگاه تمام‌شد داستان زندگی‌اش را تعریف کرد. مهناز عزیزی یک فرشباف مشکین شهری است که اتفاقات رقم‌خورده در زندگی‌اش حالا او را ساکن تهران کرده است. او می‌گوید: «از کودکی بافت سنتی فرش تبریز را نزد مادر و مادربزرگم آموخته بودم. حدود ۲۰ سال پیش یک معلم آموزش بافت تابلوفرش به مشکین شهر آمد و من که مقدمات کار را می‌دانستم در کلاس‌های آموزش او حاضر شدم و تابلوفرش‌بافی را فرا گرفتم. آن زمان پول خوبی از فروش اولین تابلوفرشی که بافتیم نصیب شد و به همین خاطر به همسر هم پیشنهاد دادم که وارد این کار شود و او هم قبول کرد. کم‌کم که در بافت فرش و تابلوفرش خیره شدیم با همسر تصمیم گرفتیم کارمان را گسترش دهیم. برای گسترش کار، من وظیفه آموزش زن‌های روستای خودمان و روستاهای اطراف را برعهده گرفتم و همسر هم تأمین مواد اولیه و فروش فرش‌های بافته‌شده خانم‌های روستایی را عهده‌دار شد. آموزش و تأمین مواد اولیه از ما بود و بافت از زنان روستایی. فرشی که بافتمی می‌شد را هم ما به‌واسطه آشنایی که با بازار داشتیم به قیمت مناسب می‌فروختیم. کار به‌سرعت در حال گسترش بود که فرزند سوم ما به دنیا آمد؛ دختری که مادرزاد ناشنوا بود و در مشکین شهر قابل درمان نبود. نهایتاً به تبریز کوچ کردیم تا دخترمان ستاره را درمان کنیم؛ اتفاقی که در تبریز هم برای ما رخ نداد تا ما مجبور شدیم به تهران بیاییم. در این مسیر هرچه از ۱۶ سال گذشته داشتیم را به دلال‌ها زیر قیمت بازار فروختیم. بالاخره درمان در تهران میسر شد و ستاره شروع به شنیدن و سخن گفتن کرد.» خانم عزیزی ادامه داد: «خیال‌مان که از

جدول نوشت

قیمت برخی لپ‌تاپ‌ها در بازار تهران

نام	عنوان دقیق	CPU	RAM	قیمت
ایسوس	ASUS ZenBook UX430UN	intel@ Core™ i7	۱۶	۷۳۱۰۰۰۰
ایسوس	ASUS ZenBook UX430UA	intel@ Core™ i5	۸	۵۴۳۰۰۰۰
ایسوس	ASUS Zenbook Flip UX360UA	intel@ Core™ i5	۸	۶۱۰۰۰۰۰
ایسوس	ASUS Zenbook Flip UX360CA	intel@ Core™ M	۸	۶۰۲۰۰۰۰
ایسوس	ASUS X541UV i7	intel@ Core™ i7	۸	۴۰۳۰۰۰۰
لنوو	520 Lenovo Ideapad	intel@ Core™ i5	۸	۴۳۶۰۰۰۰
لنوو	520 Lenovo Ideapad	intel@ Core™ i5	۸	۴۰۳۰۰۰۰
دل	5567 DELL Inspiron	intel@ Core™ i7	۸	۳۹۴۰۰۰۰
ایسر	591G-Aspire VX5	intel@ Core™ i7	۸	۵۳۱۰۰۰۰

قیمت جدید آپارتمان در شرق تهران

منطقه	متراژ بنا (متر مربع)	عمر بنا (سال)	قیمت هر متر مربع (تومان)	قیمت کل (تومان)
تهرانپارس خیابان شهیدآهنگی آمین(۱۱۹)	۹۸	۱۶	۷,۵۸۱,۰۰۰	۷۴۷,۵۰۰,۰۰۰
پیروزی محصل	۷۵	۴۷	۶,۶۲۶,۰۰۰	۴۹۷,۰۰۰,۰۰۰
ابوذر	۹۰	۰	۳,۳۲۲,۰۰۰	۲۹۹,۰۰۰,۰۰۰
افسر به بر بسیج مستضعفین	۷۳	۳	۳,۴۰۰,۰۰۰	۲۵۱,۰۰۰,۰۰۰
اوقاف خیابان الغدیر	۵۰	۲۲	۳,۷۷۹,۰۰۰	۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰
عارف خیابان شهید منصور خطیب	۶۳	۵	۳,۰۶۷,۰۰۰	۱۹۴,۰۰۰,۰۰۰
رسالت خیابان شهید محمدخانی	۵۰	۵	۶,۹۶۶,۰۰۰	۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰
خورشید خیابان شهید ناطقی	۳۸	۱۲	۴,۰۱۴,۰۰۰	۱۵۴,۰۰۰,۰۰۰
نارمک خیابان شهید احمدیان	۴۴	۱۵	۴,۹۱۷,۰۰۰	۳۲۶,۰۰۰,۰۰۰