

مانع ذهنی و عینی پیش پای کالای ایرانی

عقلانیت اقتصادی که در تئوری‌های مدرن ترویج می‌شود، بی‌وطن است، فراسرزمینی است و تعلقات ملی ندارد، بنابراین آدمیانی پرورش می‌دهد که صرفاً با چرتکه‌ی جیب خودشان و به نفع خودشان، انتخاب می‌کنند.

عقلانیت اقتصادی که در تئوری‌های مدرن ترویج می‌شود، بی‌وطن است، فراسرزمینی است و تعلقات ملی ندارد، بنابراین آدمیانی پرورش می‌دهد که صرفاً با چرتکه‌ی جیب خودشان و به نفع خودشان، انتخاب می‌کنند.

به گزارش خبرگزاری فارس از تبریز رهبر انقلاب اسلامی در پیام نوروزی امسال خود خطاب به آحاد مردم و مسوولان، مسئله‌ی اصلی کشور را مسئله‌ی $zwnj\&$ اقتصاد و معیشت مردم دانستند و با محور قرار دادن $laquo\&$ تولید ملی $raquo\&$ ؛ برای حل این مسئله، شعار و نام سال ۱۳۹۷ را $laquo\&$ حمایت از کالای ایرانی $raquo\&$ اعلام کردند. دکتر سیداحسان خاندوزی، استادیار دانشکده‌ی $zwnj\&$ اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی در یادداشت زیر به بررسی موانع تحقق شعار سال یعنی $laquo\&$ حمایت از کالای ایرانی $raquo\&$ ؛ و راه حل برطرف کردن این موانع پرداخته است.

[*] مشکل کجاست؟

شبهه دوگونه است: علمی و عملی. در شبهه‌ی $zwnj\&$ علمی، مخاطب نسبت به درستی یک مدعا تردید دارد، باور نیافته و اقباع نشده است، اما در شبهه‌ی $zwnj\&$ عملی، او به آنچه در منطق و نظر پذیرفت، پایبندی نشان نمی‌دهد و با عذرهایی به $zwnj\&$ اصطلاح از بار مسوولیت شانه خالی می‌کند که در عمل التزام ندارد، همچون کسی که با علم به مضرات دخانیات نمی‌تواند در مقابل تعارف دوستان یا عادت دیرینه‌ی $zwnj\&$ خود یا هر دلیل دیگری مقاومت کند و سیگار نکشد. این رفتار در سطح اجتماعی نیز بسیار بروز می‌کند، مثلاً خداوند انکار اطرافیان فرعون را هم $zwnj\&$ ؛ زمان با یقین به حقانیت فرستاده‌ی $zwnj\&$ الهی، نتیجه‌ی $zwnj\&$ میل به برتری $zwnj\&$ ؛ طلبی و ظلم آنها می‌ $zwnj\&$ ؛ شمارد. (نمل: ۱۴)

تبیین سال $zwnj\&$ ؛ های اخیر پیرامون نتایج حمایت از کالای ایرانی، جامعه‌ی $zwnj\&$ ؛ امروز ما را به سطحی از رشد رسانده که شبهه‌ی $zwnj\&$ ؛ علمی اندکی در باب آن دارد. کمتر انسان اهل مطالعه و انصافی است که تردید داشته باشد حمایت از کالای ساخت داخل به نفع رونق کارگاه $zwnj\&$ ؛ های نیمه‌ی $zwnj\&$ ؛ تعطیل و اشتغال کارگران بیکار ایرانی و کاهش وابستگی به بیرون است، اما تعداد خانواده‌ی $zwnj\&$ ؛ هایی که واقعاً مطابق این باور عمل کنند به قدر کافی زیاد و فراگیر نیست تا این باور به مؤلفه‌ی $zwnj\&$ ؛ رفتار جمعی ایرانیان تبدیل شده باشد. اگر این گزاره درست باشد، آنچه باید وجهه‌ی $zwnj\&$ ؛ سیاست $zwnj\&$ ؛ گذاران قرار گیرد، رفع موانع عملی است. تکرار استدلال علمی و ساختن محصولات رسانه‌ی $zwnj\&$ ؛ ای اگر بر اراده و انگیزه اثرگذار نشود، گره $zwnj\&$ ؛ گشا نخواهد بود و نسخه‌ی $zwnj\&$ ؛ علاج ندانستن برای درمانِ نخواستن به کار نمی‌آید.

البته باید دانست که یک عنصر راهزن در قبول ایده‌ی $zwnj\&$ ؛ حمایت از کالای داخلی، تصور ناصحیحی است که موجب عدم تصدیق آن می‌ $zwnj\&$ ؛ شود. حمایت از کالای ساخت داخل در تناسب با سایر ارزش‌ $zwnj\&$ ؛ های اسلامی و ایرانی معنا دارد: به $zwnj\&$ ؛ عنوان نمونه حمایت از $laquo\&$ هر $raquo\&$ ؛ کالای ایرانی با $laquo\&$ هر $raquo\&$ ؛ ویژگی و کیفیتی مقصود سیاست $zwnj\&$ ؛ گذار حکیم نخواهد بود و اگر قطعه‌ی $zwnj\&$ ؛ ها یا کالاهایی هستند که استفاده از آن به کاهش عمر دستگاه $zwnj\&$ ؛ های تولید، محصولات معیوب یا فاقد استاندارد منجر می‌ $zwnj\&$ ؛ شود و به سلامت مصرف $zwnj\&$ ؛ کننده زیان وارد می‌ $zwnj\&$ ؛ کند، توصیه‌ی $zwnj\&$ ؛ حمایت مشمول آن نمی‌ $zwnj\&$ ؛ شود.

همچنین این تصور که در ورای شعار سال ۱۳۹۷، خودکفایی در تمام کالاها، انکار استفاده از محصولات خارجی، بستن مرزهای تجارت، انزوای جهانی و اباطیلی شبهه به آن وجود دارد، از دیگر کج $zwnj\&$ ؛ فهمی $zwnj\&$ ؛ هایی است که موجب روگرداندن و عدم تصدیق این ایده از طرف پاره‌ی $zwnj\&$ ؛ جامعه می‌ $zwnj\&$ ؛ شود.

خودکفایی در تمام محصولات نه $zwnj\&$ ؛ تنها برای هیچ اقتصادی ممکن نیست بلکه مطلوب هم شمرده نمی‌ $zwnj\&$ ؛ شود؛ یعنی گاه عقل ما را به جایگزینی محصولات داخلی که هزینه $zwnj\&$ ؛ بلندمدت هنگفت و غیر قابل جبران دارند با محصولات خارجی، فرامی‌ $zwnj\&$ ؛ خواند (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).

[*] مانع ذهنی

حال پرسش این است که با فرض داشتن همان تصور صحیح، موانع التزام عملی جامعه <zwj> ما به حمایت از کالای ایرانی چیست؟

عقلانیت اقتصادی که در تئوری <zwj>های مدرن ترویج می <zwj>شود، بی <zwj>وطن است، فراسرزمینی است و تعلقات ملی ندارد، بنابراین آدمیانی پرورش می <zwj>دهد که صرفاً با چرتکه <zwj>جیب خودشان و نفع خودشان، انتخاب می <zwj>کنند. آدم اسमित می <zwj>گفت هرکس برای نفع خود کار کند به نفع جامعه نیز خواهد بود، اما این تعمیم که برخی جاها درست است، بی <zwj>شمار مثال نقض دارد: فروش لباس قاچاق چینی حتماً کم <zwj>رحمت <zwj>تر از تولیدی پوشاک است اما آیا هر ارزان <zwj>تر و سودآورتری، در راستای نفع ملی نیز هست؟ آیا وضع هر محدودیت و حمایتی از سوی دولت <zwj>ها برای محصولات کشور خودشان، غیرمعقول است؟ آیا کارگردانان اقتصاد در مغرب زمین، نسبت به ارزش <zwj>های ملی، خنثی و جهان <zwj>وطنی هستند؟ برای کسانی که با تاریخ اقتصاد غرب و عملکرد واقعی امروز آن آشنایی دارند، این عبارات به طنز می <zwj>ماند، آخرین نمونه <zwj>اش، حمایت هفته <zwj>گذشته دولت آمریکا از فولاد آن کشور و در نتیجه محدود کردن واردات فولاد است.

در بیان ژورنالیستی و کلاسیک از اقتصاد، انسان فقط به نفع مادی خود نگاه می <zwj>کند و جز این نباید انتظار داشت. چنین اندیشه <zwj>ای در ذهن تولیدکننده به تولید یا واردات هر محصول که بیشترین سود را دارد، می <zwj>انجامد و در ذهن مصرف <zwj>کننده به رفتار حداکثرسازی منفعت از طریق انتخاب کالاها با کمترین هزینه و بیشترین کیفیت. از آنجا که تحقق چنین ماشین <zwj>حساب بی <zwj>روحی، به زیر پا گذاشتن مصالح جامعه به بهانه <zwj>منافع فردی می <zwj>انجامد و جامعه <zwj>ای ذره <zwj>وار و گسیختنی در پی داشت، از دهه <zwj>ها قبل در مهد اقتصاد مدرن نیز به تصحیح این انگاره همت گماشتند. این تصحیح با دو اهرم دنبال شد.

<laquo>اهرم فرهنگی <raquo> که ارزش <zwj>های اخلاقی یا ملی <zwj>گرایانه را در منطق تولیدکنندگان و مصرف <zwj>کنندگان، ارجمند و محترم می <zwj>ساخت و الگوهای اخلاقی از شرکت <zwj>ها یا خانواده <zwj>ها یا نخبگان وفادار به منافع ملی را پیش چشم مردمان، بزرگ می <zwj>آراست، چانگ از اقتصاددانان کره <zwj>ای ساکن آمریکا در کتاب خود به خائن پنداشتن خریداران کالاهای خارجی نزد مردم کره در دهه <zwj>های قبل اشاره می <zwj>کند. تزریق حس افتخار برای عبارت <laquo>ساخت کشورم <raquo> یا شعارهای رئیس <zwj>جمهور فعلی آمریکا در خرید محصولات آمریکایی و هزاران برنامه <zwj>ی دیگر، در همین راستا است.

<laquo>اهرم حقوقی <raquo> که تولیدکنندگان با درجه <zwj>بالای محتوای بومی (local content) را از تشویق <zwj>ها و حمایت <zwj>های قانونی بهره <zwj>مند می <zwj>ساخت یا مصرف <zwj>کنندگان کالاهای خارجی یا لوکس را با نرخ <zwj>های مالیاتی بالاتر، مورد حمله قرار می <zwj>داد. برخلاف شعار آزادی مصرف <zwj>کننده، تمام اقتصادهای پیشرفته، قوانین سخت <zwj>گیرانه <zwj>ای برای مصرف خارج از الگوی انرژی و سایر کالاهای راهبردی وضع کردند تا اگر قیمت <zwj>های صرفاً بازاری موجب بازدارندگی رفتار مردم نیست، این قوانین و قیمت <zwj>های مالیاتی سبب حفظ منافع ملی شود. <zwj>

واقعیت آن است که طبقه <zwj>فرامتوسط شهری در کشور ما، به شکل افراطی توسط ویروس <laquo>انسان صرفاً اقتصادی <raquo> آلوده شده <zwj>اند و گمان می <zwj>کنند اگر در جایی نفع ملی ایرانیان با پرداخت درصدی بیشتر برای پوشاک وطنی یا اندکی کیفیت کمتر برای لوازم خانگی داخلی حفظ می <zwj>شود، نباید برای آن <zwj>دست اهداف هزینه <zwj>ای از جیب بپردازد.

در این میان البته یک مصداق همیشه آزاردهنده و توجیه <zwj>کننده وجود دارد و آن صنعت خودرو است. انصافاً در این خصوص باید حق را به مصرف <zwj>کننده داد و دولت <zwj>های ناظر بر تولیدکننده را به سرعت و جدیت، مؤاخذه و مأمور رفع این نقصان کرد. در گفت <zwj>وگوهای عمومی جامعه <zwj>ما مصداق خاص خودرو به عامل توجیه سرکشی از ایده <zwj>حمایت از کالای ایرانی در سایر مواضع بی <zwj>ربط و باریط تبدیل شده است و در نتیجه

مخاطب عام با وجود علم به منافع خرید کالای ایرانی، در عمل حاضر به پرداخت هیچ هزینه‌ی zwnj؛ای برای منافع اجتماعی نیست.

البته اقلیت دیگری نیز وجود دارند که حاضر به پرداخت هزینه نیستند اما نه به zwnj؛سبب رسوخ ایده zwnj؛ انسان اقتصادی محض، بلکه به zwnj؛ جهت نفوذ وپروس تفاخر و توهم ملحق شدن به طبقات بالا با معیار مصرف کالای خارجی و لوکس (به zwnj؛ 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 zwnj؛shy؛تواند مانع عملی دیگری در مسیر ایده zwnj؛ حمایت از کالای ایرانی شمرده شود.

[*] مانع عینی

مانع اول نباید سیاست zwnj؛گذار را به این هوس بیندازد که بدون زیرسازی و تنها با اهرم فرهنگ zwnj؛سازی و مشوق zwnj؛shy؛های حقوقی، امکان هدایت همه zwnj؛رانندگان به جاده zwnj؛ی کالای ایرانی وجود دارد. جاده باید خود حائز شرایط عینی باشد، اگر نه رانندگان در بلندمدت به هوای کار فرهنگی یا معافیت از عوارض، جاده zwnj؛پرخاطر را بر کم zwnj؛خطر یا جاده zwnj؛ بدون جذابیت و امکانات را بر مسیر جذاب بر نمی zwnj؛shy؛گزینند.

دستورات و امور اعتباری، اگر پایه در امر حقیقی نداشته باشند، محکوم به شکستند، این همان اصل مهمی است که شهید مطهری درخصوص لزوم تبعیت اقتصاد برنامه zwnj؛ای از اقتصاد واقعی ذکر می zwnj؛کنند. حال در موضوع حمایت از کالای داخلی، آن مانع عینی کدام است؟ به نظر می zwnj؛رسد: laquo؛کیفیت raquo؛ و laquo؛هزینه zwnj؛تمام zwnj؛شده raquo؛ کالای ایرانی برای مصرف zwnj؛کننده.

مردم جامعه را می zwnj؛توان سال zwnj؛shy؛ها با اهرم zwnj؛shy؛های فرهنگی و حقوقی به حمایت از کالاهای وطنی ترغیب کرد اما در بلندمدت، کالای تولید داخل باید بتواند به zwnj؛تنهایی از حیثیت خویش دفاع کند. کالای باکیفیتی که هزینه zwnj؛تمام zwnj؛شده zwnj؛قابل هموردی با سایر رقیبان دارد، حتی با ضعف اهرم فرهنگی و حقوقی نیز خواهد توانست موقعیت خویش را در بازار داخل و حتی خارج اثبات کند.

به بیان دیگر، بند ۱ تدابیر دوره zwnj؛گذار محسوب می zwnj؛شوند تا زمانی که کیفیت و هزینه zwnj؛تمام zwnj؛شده zwnj؛کالاهای به سطح قابل رقابت برسند و آن موعد باید برای جامعه روشن و منتظره باشد. نتیجه آن خواهد شد که وضع مطلوب برای نظام اقتصادی وقتی است که کالاهای سرمایه zwnj؛shy؛ای و مصرفی کلیدی ما چنان مختصات کیفی و قیمتی داشته باشند که حتی انسان محض اقتصادی نیز نفع خود را در خرید کالای ایرانی ببیند اما زنهار که هیچ کشوری بدون طی بند ۱ و سال zwnj؛ها همراهی و هزینه پرداختن دولت و ملت، به مرزهای بهترین محصولات نرسیده است.

هیچ zwnj؛گاه اولین خودروها و محصولات مخابراتی آلمانی، محصولات دیجیتالی ژاپنی و کره zwnj؛ای و امثالهم، بهترین zwnj؛ها نبوده zwnj؛اند اما با تدابیر عینی و ذهنی، طی دوره zwnj؛ای خود را به مرز رقابت خارجی رساندند.

با این رویکرد، مهم zwnj؛ترین دستور کار شعار امسال برای سیاست zwnj؛گذاران، ارائه zwnj؛بسته zwnj؛shy؛ای از تمهیداتی است که ظرف مثلاً دو برنامه zwnj؛توسعه، کالاهای ایرانی منتخب و مزیت zwnj؛دار را به کیفیت و هزینه zwnj؛تمام zwnj؛شده zwnj؛قابل رقابت برسانند و البته در این دوره نیز از پشتیبانی مردم نسبت به این هدف ملی و دینی مطمئن باشد.

[*] لوازم رفع مانع عینی

در این دستور کار توجه به چند نکته حائز اهمیت است:

اتخاذ یک سیاست صنعتی (رشته zwnj؛فعالیت zwnj؛shy؛های مزیت zwnj؛دار آتی یا راهبردی کشور) که مورد اجماع نظر تمام دولت و همچنین مجلس باشد و در دوره zwnj؛میان zwnj؛مدت از ثبات حمایتی برخوردار باشد، ضرورتی است که سه دولت اخیر طی ۱۵ سال گذشته به آن ورود کرده zwnj؛shy؛اند اما هیچ zwnj؛گاه آن را به سرانجام نرسانده zwnj؛shy؛اند.

قاعده‌‌ منابع محدود به ما می‌‌گوید امکان حمایت مؤثر و تمرکز هم‌‌زمان بر صدها محصول صنعتی یا کشاورزی یا بخش‌‌های متنوع خدمات (از گردشگری تا پزشکی و غیره) هیچ‌‌گاه میسر نخواهد بود. بخش منابع بین همه، یعنی به کمال نرسیدن هیچ‌‌کدام.

درخصوص تولیدکنندگان محصولات ایرانی باید میان «حمایت عام دولت» که به معنای محیط کسب‌‌وکار 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 یارانه‌‌ سود تسهیلاتی یا یارانه‌‌ فروش در نمایشگاه‌‌های خارجی و اعتبار صادراتی و امثالهم.

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 سرمایه‌‌ 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 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 کند. قاعده‌‌ 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.

نیازی به توضیح ندارد که مختصات موقعیت اکنون ما، فاصله‌‌ای معنادار با اصول فوق دارد: نه اجماعی برای سیاست صنعتی شکل گرفته، نه دولت‌‌ها حمایت عام خود را برای کم‌‌هزینه ساختن تولید و رفع فساد به‌‌خوبی محقق می‌‌کنند، نه حاشیه‌‌ سود فعالیت‌‌های سوداگرانه به حداقل رسیده است و نه حمایت خاص دولت‌‌ها از صنایع منتخب، به شکل رشد کیفیت و کاهش هزینه‌‌تمام‌‌شده نمایانگر شده است. اگر این مانع عینی مدنظر سیاست‌‌گذار قرار نگیرد، احساس جامعه از شعار «حمایت از کالای ایرانی»، مهربانی یک‌‌طرفه از سوی خریدار و بی‌‌مهری و بی‌‌صداقتی از سوی دولت و تولیدکننده است.

این‌‌گونه است که باز هم مردم علی‌‌رغم علم به منافع تولید کالای وطنی، در عمل پای چنین توافق یک‌‌سویه‌‌ای نمی‌‌روند. اکثریت مردم زمانی هزینه‌‌های دوره‌‌گذار 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.

[*] جمع‌‌بندی

اکثر طبقات جامعه‌‌ ما شبهه‌‌ علمی درخصوص نتایج حمایت از کالای داخلی ندارند اما شبهه‌‌ عملی جدی در فضای تولید، مردم را از حمایت از کالای ایرانی دور ساخته است.

این شبهه‌‌ عملی، مانع حقیقی حمایت از کالای ایرانی است که در نقطه‌‌ پایانی خط تولید و خاتمه‌‌ شبکه‌‌ فروش و مصرف قرار دارد که برای رفع آن لازم است از نهاده‌‌های تولید یا به عبارتی از نیروی کار و سرمایه‌‌گذار ایرانی حمایت صورت گیرد، یعنی مطالبه‌‌ای است برای به حداقل رساندن

؛«هزینه‌ تمام‌ شده‌ کالای ایرانی».

به حداقل رساندن«هزینه‌ تمام‌ شده‌ نیز به معنای بهره‌ وری، بهبود سطح فناوری و کیفیت، کم‌ مانع بودن محیط کسب‌ و کار، حذف قاچاق، کم‌ هزینه بودن نظام فروش و توزیع و ناچیز بودن فساد اقتصادی است. همچنین این شعار مستلزم ثبات بلندمدت قیمت مواد اولیه، متغیرهای اقتصاد کلان و چارچوب‌ های نهادی بلندمدت‌ تری برای تضمین حقوق مالکیت، قراردادهای مستحکم و ثبات راهبرد حمایتی کشور طی دولت‌ ها و مجالس متفاوت است و این مقدمات یعنی جهش به مرحله‌ بالاتر از توسعه و پیشرفت.

با این نگاه، حمایت از کالای ایرانی شعاری است که اگر قرار باشد به طور کامل محقق شود، بسیاری از مطلوب‌ های اقتصاد مقاوم نیز پیش از او محقق شده‌ اند. نام او، نام جمله سال‌ های قبل را با خود حمل می‌ کند.

نگارنده: سید احسان خاندوزی
عضو هیأت‌ علمی دانشکده‌ ی اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی