



ریشه های تاریخی و فرهنگی اقبال ایرانیان به کالاهای خارجی / علل ناکامی در برندسازی داخلی

یک استاد بازنشسته اقتصاد دانشگاه تهران گفت: اگر دولت از تولید کننده داخلی حمایت نکند و جنس ارزان تولید بشود و جلوی بسیاری از واردات غیر ضروری گرفته بشود، می شود امید داشت که مصرف کالاهای داخلی هم افزایش یابد.

استاد اقتصاد دانشگاه تهران مطرح کرد:

ریشه های تاریخی و فرهنگی اقبال ایرانیان به کالاهای خارجی / علل ناکامی در برندسازی داخلی

یک استاد بازنشسته اقتصاد دانشگاه تهران گفت: اگر دولت از تولید کننده داخلی حمایت نکند و جنس ارزان تولید بشود و جلوی بسیاری از واردات غیر ضروری گرفته بشود، می شود امید داشت که مصرف کالاهای داخلی هم افزایش یابد.

دکتر ابراهیم رزاقی درمورد ریشه های تاریخی و فرهنگی اقبال مردم به مصرف کالاهای خارجی به خبرنگار مهر گفت: این بحث و اقبال به کالاهای خارجی از 200 سال قبل آرام آرام شروع شد. اولاً در همه کشورها عده ای مسافرت خارج می روند و برای نزدیکان و قوم و خویشان خود سوغات می آورند تحصیل کردگان خارج از ایران هم در زمان قاجار وقتی به ایران بازگشتند سوغات و کالاهای خارجی فراوانی به ایران آوردند از طرفی هم خود خارجیانی که به ایران می آمدند کالاهای خارجی برای هدیه دادن به پادشاهان و مسئولین ایرانی با خود به ایران می آوردند اما این چیزی نبوده که مشکل ساز شود.

وی افزود: اما از آن وقتی که جامعه ایرانی علاقمند می شود که کالای خارجی مصرف کند این مشکل ساز می شود. آن هم به دلیل جذابیت کالای خارجی نسبت به ایرانی بوده است که ریشه تاریخی آن را گفتم. حالا چه جذابیت در نوع کالا یا جذابیت در ارزان بودن قیمت آن، مصرف کننده داخلی به سمت مصرف کالاهای خارجی کشیده شد. این مسئله با ارائه دلار ارزان یعنی دلار 7 تومانی بعد از کودتای 28 مرداد در ایران شیوع یافت. این روش آمریکایی ها بود که بر خلاف روش انگلیسی و فرانسوی است. یعنی ایجاد پایگاه اجتماعی برای دولت ها دستور و روش آمریکایی بود. یعنی اینطور نبود که دولت ها دست نشانده باشند ولی پایگاه اجتماعی نداشته باشند که مرتب طغیان و سرکوب و هرج و مرج در آنجا باشد. بر این اساس یک گروه متوسط که مصرف بالایی داشته باشند از سود حاصل از فروش بالای نفت ایجاد شد.

این استاد بازنشسته اقتصاد دانشگاه تهران تصریح کرد: مصرف درآمدهای ارزی حاصل از فروش نفت کشور برای آمریکا مهم است. زیرا با این پولها ممکن است ما به سمت صنعتی شدن برویم و از طرفی این پولها باید با اقتصاد آمریکا برگردد. یکی از مشکلاتی که آمریکا با تولید کنندگان نفتی دارد این است که آنها درآمدهای نفتی خود را چگونه خرج کنند یعنی آنطور که آمریکا می خواهد باید خرج شود و این دلارها دوبرتبه باید به سیستم بانکی آمریکا برگردد. با سپرده گذاری در این کشور یا خرید کالاهای آمریکایی.

رزاقی یادآور شد: مثل همان چیزی که الان دارد اتفاق می افتد چین قرار است به آمریکا ارز ندهد. خب تا سال 57 درآمدهای نفتی بسیار بالا رفت و طبق برنامه توسعه را مساوی با مصرف تعریف کردند. دولت زیربنای اقتصادی ایجاد کرد. حمل و نقل و شبکه های ارتباطی و غیره و رسانه ها را ایجاد کرد در این فضای دلار 7 تومانی کم کم مصرف کالاهای خارجی در ایران را شدت داد و صناعی هم که بوجود آمد صناعی بود که مواد اولیه اشان را از خارج وارد می کردند. دامداری هم که افزایش پیدا کرده بود اینچنین بود. مثل انواع داروهای دامپزشکی و علوفه و همچنین درمرغداری ها، جوجه مرغ و دان مرغ از خارج وارد می شد. داروهای تولید شده و روغن نباتی هم مواد اولیه اشان از خارج می آمد. اینها با دلار 7 تومانی وارد می شده و بحث صادرات هم نبوده آرام آرام به دلیل ارزانی کالاهای خارجی مصرف آنها افزایش پیدا می کند.

این محقق و پژوهشگر حوزه اقتصاد عنوان کرد: آنوقت ذائقه مردم به مصرف کالاهای خارجی عادت کرد و بعد اینطور تبلیغ شد که آن کشورها برتر هستند آنوقت به دلیل دلار ارزان مسافرت ها به خارج افزایش یافت که هر کدام از مسافریین فرهنگ غرب را در جامعه ترویج می کردند. مجموعاً شرایطی به وجود آمد که الگوی مصرف و سبک زندگی غربی ترویج یافت. این نه در بین توده های مردم بود بلکه برای طبقات متوسط رو به بالا بود. در مورد طبقات پایین این مسئله زیاد محسوس نبود. ولی انقلاب اسلامی آن فرهنگ تجمل گرایی و مصرف گرایی را به هم ریخت و در دفاع مقدس فرهنگ ایثار و از خودگذشتگی و ساده زیستی و استقلال اقتصادی و

سیاسی مد نظر قرار گرفت. صنایع سبک و سنگین ایجاد شد واحدهای کوچک شروع به تولید کردند اما این مسئله تا پایان جنگ دوام داشت.

رزاقی بیان داشت: ولی یکدفعه بعد از پایان جنگ سیاست های تعدیلی به کار گرفته شد و دلار هم در این 12 ساله اخیر روی 1000 تومان تثبیت شد ما در سه دوره هاشمی رفسنجانی 150 میلیارد دلار، خاتمی 170 میلیارد دلار و احمدی نژاد 540 میلیارد دلار کالا وارد کردیم که 80 درصد آنها هم کالاهای مصرفی بودند. تورم هم در این سالها بسیار بالا رفت وقتی دلار را ثابت نگه داشتیم و هزینه های تولید برای تولید کننده به علت تورم بالا رفت معنی اش این است که به تولید کننده خارجی یارانه داده ایم تا کالای ارزان وارد ایران کند. دولت هم صناعی که دست خودش بود به بخش خصوصی واگذار کرد به غیر از خودرو سازی را که این هم از اشتباهات دولت بود. زیرا یکی از عوامل بسیار مهم ترویج سبک زندگی غربی همین اتومبیل ها در ایران هستند. از طرفی هم آرام آرا ماهواره ها در خانه های مردم جا گرفتند و دومرتبه آن غول فرهنگ غربی در ایران زنده شد و طبقات متوسط و حالا متوسط رو به پایین هم شروع کردند به مصرف کالاهای خارجی مخصوصاً طبقه ای که به نان و نوایی رسیده بودند مثل مغازه دارها که تا قبل از انقلاب اهمیتی نداشتند.

این استاد اقتصاد اظهارداشت: واسطه های ریز و درشت صاحب خانه شدند و رقم اجاره دهندگان خانه های استیجاری بالا رفت. اینها همه با دلار ارزان امکان پذیر شد آخرین مدل کالاها با تبلیغات در ایران رواج پیدا کرد و آنوقت کم کم فرهنگ ایثار و شهادت و ساده زیستی و آن فرهنگ انقلابی و جنگ تحمیلی خودش را به ثروت اندوزی داد. بعد آموزش هایی که در مدارس و دانشگاه ها داریم همگی تبلیغ مصرف گرایی و بی توجهی به آنچه که بومی و سنتی و داخلی است شد. خانواده های نو کیسه بوجود می آید که حیثیتشان رفتن به خارج است و در میان فامیل و قوم و خویشانان الگو قرار می گیرند بنابراین مصرف کالاهای خارجی افزایش می یابد. دولت هم از سرمایه داران مالیات کافی را نمی گیرد و آنها قادرند بریز و بپاش کنند و به مسافرت های خارجی بروند و اینچنین الگوی مصرف غربی را در ایران دامن بزنند.

این استاد بازنشسته اقتصاد دانشگاه تهران تصریح کرد: میلیونها نفر مهاجر که به خارج سفر کرده و مال و اموالشان را به خارج برده اند اقوام خویش را تشویق به آمدن به خارج می کنند. دانشگاه ها هم مرتباً کسانی را تربیت می کنند که با توجه به ساختار اخلاق داخلی و فرهنگ دانش آموختگان اینها دیگر حاضر نیستند در داخل کار کنند و به خارج می روند. این مجموعه نشان می دهد دیگر تولید داخلی ارزش ندارد و بعد کسانی که الگوی جامعه هستند در برابر این وضعیت سکوت کرده اند مانند معلمان، استادان و روحانیون، الان با وجود اینکه چند سال است رهبری از حمایت از تولیدات داخلی حرف می زنند دفترچه های مشق بچه های ما هم تصاویر خارجی دارند و خانواده ها بیشتر مایل به خرید آنها هستند. اینها همه نشان می دهد که در شهرهای بزرگ مصرف کالاهای خارجی بر داخلی برتری داشته است. کالاهایی که می توانست در داخل و با توجه به فرهنگ ایرانی تولید شوند.

این محقق و پژوهشگر حوزه اقتصاد یادآور شد: اگر دولت بیاورد قیمت ارز را گران کند تا کالاهای خارجی گران بشود و از تولید کننده داخلی حمایت بکند و جنس ارزان تولید بشود و جلوی بسیاری از واردات غیر ضروری گرفته بشود آنوقت می شود امید داشت که مصرف کالاهای داخلی هم افزایش یابد.

رزاقی در مورد اینکه مشکل ایران در برند سازی کالاهای داخلی چیست، برندسازی چقدر می تواند در اقبال به کالای داخلی مؤثر افتد هم عنوان کرد: برند کارخانجات و نشان و علامت آنان یک کار تخصصی است. اولین نکته اش این است که این برندسازی برایش سودآور باشد هزینه آور نباشد. عمده تر از این حرفهایی که گفتم این است که تولید کننده برای تولید خود به افق نگاه می کند برای اینکه تولید کنندگان برای اینکه دنبال حداکثر سود هستند و سرمایه دارانه فکر می کنند افق برایشان فعالیت های پرسود تر است مثل دلالی و خرید و فروش خانه و برج سازی وساخت مراکز تجاری و از این قبیل چیزها. حتی حاضرند که حقوق کارگران را به تعویق بیندازند تا دلار و طلائی که بالا می رود بخرند و از این راه سود زیادی کسب کنند. آنوقت ما با تولید کننده اندکی روبرو می شویم که حقیقتاً تولید کننده است. وقتی کارخانجات ما ساخت قطعاتشان را به چین سفارش بدهند و مواد اولیه اش را از خارج وارد می کنند این دیگر چه تولید کننده ای است. اگر بخواهند تغییرات در سیستم خود بدهند مستلزم سرمایه گذاری بالایی است. باید سودآوری برایشان داشته باشد.

وی افزود: باید سود فعالیت های غیر تولیدی با اخذ مالیات بالا کاهش یابد و دلار را گران کنیم تا آنوقت تولید کننده ما جانی بگیرد و دولت باید برای این کار به تولید کنندگان کمک کند تا آنها توانمند بشوند. طبق قانون اساسی بایستی تمام صنایع به بخش خصوصی واگذار شود اما بخش خصوص قدرت رقابت با همتای خارجی خود را ندارد دولت بایستی از تولید کننده داخلی حمایت کند. اگر دولت به سمتی برود که کارخانجات داخلی مواد اولیه خودشان را خودشان تولید کنند و به بخش کشاورزی و دامداری کمک کند تا تولید ارزان داشته باشند آنوقت تولید کننده ما می تواند با تولید کننده خارجی رقابت کند.

این استاد اقتصاد اظهارداشت: اگر دولت این کارها را بکند آنوقت آرام آرام غولهایی در ایران بوجود خواهند آمد که آن غولها نمی

توانند برند و نشان تجاری نداشته باشند. حالا در این فضا اینها می توانند با کمک دولت با تولید کنندگان خارجی رقابت کنند. ولی در غیر اینصورت غیر از یک عده خاصشان که از قهرمانان ملی هستند (مثلا یکی اشان 11 میلیارد تومان در 7،8 ماهه اخیر ضرر کرده ولی هیچکدام از کارگرایش را اخراج نکرده کارو تولید واقعی داشته باشند) می روند به سمت وام گرفتن و خرج این وام ها یا بخشی از آن در کارهای دلالی یا اینکه کارخانجات سودشان را در کارخانه نمی گذارند و در کارهای دلالی و تجاری سرمایه گذاری می کنند.