

ملاحظات در باب حمایت از کالای ایرانی

اعلام شعار سال جدید تحت عنوان «حمایت از کالای ایرانی» از طرف مقام معظم رهبری به طور ضمنی حاکی از آن است که شعار اصلی «اقتصاد مقاومتی» و حتی «تولید و اشتغال» علی رغم تلاش ادعا شده از طرف مسئولان کشور در جهت و مسیر قابل قبولی، چه از نظر رهبری معظم و چه از نظر مردم، قرار نداشته و از نظر کارشناسان چیزی در حد اصلاح روال قبلی فعالیت‌های دولت نیز نمی‌باشد. ارزیابی این عدم موفقیت نیاز به مطالعه و مستندات لازم دارد که در این مجال نمی‌گنجد. به هر حال وظیفه اصلی همه در سال جاری ۹ علاوه بر پیگیری استراتژی توسعه کشور، یعنی اقتصاد مقاومتی، اجرای سیاست یا راهکار عملیاتی «حمایت از کالای ایرانی» است. برای پیشگیری از عدم یا ناچیز بودن موفقیت در اجرای این سیاست، در آغاز لازم است یک کمیته راهبری برای این کار شبیه آنچه در اجرای یک پروژه ملی مرسوم است، تعیین گردد تا به طور دائمی مشغول به کار بوده، به صورت علمی روش‌های مختلف اجرای این سیاست را بررسی و اولویت‌بندی نماید - توجه داریم که به نظر بسیاری از کارشناسان، بخش عمده‌ای از مشکلات اقتصادی کشور فقدان یک فرماندهی واحد عملیاتی در این حوزه و یک تیم فکری در کنار آن بوده است که این مسئله، علاوه بر مشکلات انتصاب افراد کم صلاحیت جناحی در پست‌های مدیریتی حوزه اقتصاد کشور است - این پدیده حتی در مدیریت بحران‌های کوچک داخلی - نظیر زلزله - نیز مشاهده می‌شود. در این نوشتار به چند نکته که ممکن است راهگشا باشد، اشاره می‌شود: به طور کلی حمایت از کالای ایرانی دو جنبه دارد: یکی حمایت از تولید و عرضه محصولات تولید شده در کشور (طرف عرضه) و دیگری حمایت از مصرف یا تقاضا برای این کالاها و خدمات می‌باشد (طرف تقاضا).

الف) از طرف تولید و عرضه و برای رسیدن به سیاست‌ها و راهکارهای اجرایی باید مشکلات و موانع تولید در زیربخش‌های مختلف کشاورزی، صنعت و خدمات به تفکیک مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. این به معنای تعریف پروژه‌های مختلف و زمان‌بر تحقیقاتی یا برگزاری سمینارهای غالباً بی‌حاصل و وقت‌گیر نیست، بلکه با تشکیل گروه‌های تمرکز متشکل از صاحب‌نظران مستقل و همچنین صاحبان با تجربه واحدهای تولیدی و استفاده از مجموعه مطالعات انجام‌شده تا کنون، می‌توان به آن دست یافت- و نباید صرفاً به گزارش‌های دستگاه‌های اجرایی مربوطه که مشخص نیست با چه هدفی تهیه شده‌اند، بسنده شود.

در حالت کلی در زمینه تولید و عرضه باید موضوعات زیر مورد توجه و تمرکز قرار گیرد:

۱. بهبود فضای کسب و کار: این شعار که سال‌هاست آن را سر می‌دهیم، به معنای ایجاد تسهیلات اداری لازم و سرعت‌بخشیدن و اولویت‌دادن به تقاضاهای تولیدکنندگان در نظام دیوان سالاری موجود و تلاش در جهت رفع مشکلات اداری آنهاست- که در این خصوص مطالعات فراوانی نیز انجام شده است.
۲. تلاش در جهت افزایش کارایی تولید: افزایش کارایی به این معناست که به‌کارگیری هر واحد از نیروی کار یا سرمایه منجر به مقدار تولید بیشتری نسبت به گذشته شود. در اصطلاح اقتصادی این به معنای اصلاح فرایندهای موجود یا بهبود تکنولوژی می‌باشد- مثال کتاب‌های درسی اقتصاد در خصوص تولید سنجاق قفلی به نقل از آدام اسمیت- این کار نه تنها منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش سود بنگاه تولیدی می‌شود، بلکه می‌تواند به افزایش دستمزد و رفاه بیشتر کارگران نیز بینجامد. انجام این کار از یک تغییر ساده در خط تولید تا تعویض برخی ماشین‌آلات را می‌طلبد که درک و تشخیص آن در توان اکثر واحدهای تولیدی کشور که بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) هستند، نیست. در این راستا، دانشگاه‌های کشور خصوصاً دوره‌های تحصیلات تکمیلی باید بسیج شده و یک تقسیم کار منطقی بین آنها به عمل آید. همه یا اکثر فعالیت‌های تحقیقاتی این دوره‌ها باید در راستای این وظیفه برنامه‌ریزی شوند. برای روشن‌تر شدن بحث به

ذکر یک مثال می‌پردازیم: مثلاً باید بررسی کنیم که چگونه با یک سطح زمین مشخص و تعداد کارگر معین - و حتی سطح آب یکسان یا کمتر - می‌توان مقدار بیشتری محصول به دست آورد. این اصلاح و بهبود کارایی با توجه به محدودیت نهاده‌های زمین مناسب و آب برای کشور بسیار ضروری می‌باشد.

۳. تلاش در جهت کاهش هزینه‌های تولید: هزینه تولید نه فقط به قیمت نهاده‌های تولید، بلکه به سطح تولید نیز بستگی دارد. اگر تولید بنگاه کمتر از ظرفیت بالقوه یا اقتصادی آن باشد، به‌طور طبیعی قیمت هر واحد محصول بالاتر از حداقل است. به عبارت دیگر اگر بنگاه در سطح چهل درصد ظرفیت تولید کند، هزینه هر واحد تولیدشده بسیار بالاتر از سطح تولید ظرفیت تعریف شده است که این موجب کاهش توان رقابت کالاهای ما با کالاهای مشابه خارجی می‌شود. در عین حال هزینه نیروی کار و هزینه تأمین سرمایه هنوز هم یکی از موانع کاهش هزینه‌های تولید در کشور می‌باشد که باید مورد توجه و بررسی درست و منطقی قرار گیرد. آنچه از تجربه سایر کشورها می‌توان درس گرفت، این است که افزایش دستمزد باید با افزایش کارایی و افزایش تولید مرتبط باشد - و نه اینکه بدون توجه به ویژگی‌های تولید از قبل تعیین شود. در عین حال هزینه‌های مختلف اداری، عوارض و مالیاتی می‌تواند هزینه‌های تولید را افزایش دهد. افزایش ناگهانی انرژی در چند سال گذشته را نباید از نظر دور داشت که علاوه بر هزینه‌های مستقیم تولید بر هزینه حمل و نقل کالا نیز تأثیر مستقیم داشته است. افزایش نرخ ارزهای خارجی به ریال، اگرچه به عنوان یک مانع از ورود کالاهای خارجی به کشور از آن یاد می‌شود، ولی باید توجه داشت که حدود ۷۰ درصد واردات کشور از نوع مواد اولیه و تجهیزات و ماشین‌آلات تولیدی است که منجر به افزایش هزینه تمام‌شده کالاها و خدمات می‌گردد. نکته مهم این است که در هر حال سود واحدهای تولیدی نباید کمتر از سود در شرکت‌های خدماتی یا توزیع‌کنندگان کالاهای خارجی باشد.

۴. تعیین تکلیف معوقات بانکی بنگاه‌های تولیدی و تأمین سرمایه در گردش: یکی از مسائلی که هم نظام بانکی هم بنگاه‌های تولیدی در بخش‌های مختلف را با

بن‌بست مواجه کرده است، معوقات بانکی یا اعتبارات غیرجاری نظام بانکی است. گام‌های کوچکی در جهت رفع این مشکل برداشته شده است؛ ولی به نظر می‌رسد حل این مسئله خارج از حدود اختیارات و توان کارشناسی بانک مرکزی است و لازم است هرچه سریع‌تر کمیته‌ای در سطوح عالی در جهت حل این مشکل تشکیل شود (قبل از اینکه این موضوع به یک بحران تبدیل گردد).

۵. ایجاد شبکه‌های تولیدی از واحدهای کوچک و متوسط به منظور انتقال و هم‌افزایی تجربه و تشکیل واحدهای تحقیق و توسعه برای آنها با هزینه دولت، برای تنوع‌بخشی به محصولات در جهت تأمین نیازهای مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی.

۶. تلاش برای ایجاد بخش تحقیق و توسعه و کنترل کیفیت: امروزه با تغییر نسل، سن افراد خانوار و جابجایی مکانی خانوارها- مثلاً از روستا به شهر- وجود شبکه‌های اجتماعی و اطلاع سریع از محصولات خارجی تولیدشده- و مد- خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان در حال تغییر است و لازم است مراکز تحقیق و توسعه در صنایع بزرگ توسط خود آنها و در گروه‌های صنایع کوچک توسط دولت، ایجاد شده و با پایش این روندها، تغییرات لازم در کالاها و خدمات را پیش‌بینی و برای اعمال، آن را به بخش تولید منتقل کند. این یکی از نقاط ضعف موجود در بسیاری از صنایع ماست که نمی‌تواند محصولات خود را به‌روز کند- یادمان باشد که خودرو پیکان (و مشابه‌های آن) برای سی سال بدون هیچ‌گونه تغییری تولید و عرضه شد- بحث کنترل کیفیت نیز از موارد بسیار اساسی است که در اکثر واحدهای تولیدی ما به‌طور مؤثر وجود ندارد که لازم است با تمهیداتی در ایجاد آن- نه به صورت صوری- اقدام شود. انجام این کار مسائل و چالش‌های سازمان استاندارد کشور را کاهش می‌دهد.

ب) از طرف تقاضا یا مصرف کالاهایی ایرانی، هرچند لازم است در این خصوص نیز به تفکیک نوع کالا و سهم آن در بازار و گروه‌های متقاضیان مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد، ولی به‌طور کلی می‌توان به چند نکته راهگشا اشاره نمود:

۱. بازاریابی داخلی و خارجی: می‌دانیم که در حوزه بازاریابی داخلی و خصوصاً خارجی در مراحل ابتدایی قرار داریم و از این موضوع فقط به تبلیغات در برخی کالاها و عمدتاً برای مقابله با رقبا بسنده کرده‌ایم. این حوزه از حوزه‌های بسیار تخصصی است که لازم است از مباحث آن به‌طور مطلوب استفاده شود؛ به عبارت دیگر محصول باید بر اساس نیاز و خواسته گروه‌های مشتریان تولید و عرضه شود تا مورد استقبال قرار گیرد - که می‌توان به موارد بسته‌بندی، ایجاد برند، خدمات پس از فروش، حضور در بازارهای فروش و معرفی کامل کالا و مزیت‌های آن و ارائه ضمانت‌های واقعی اشاره کرد - مورد مهم دیگر در این حوزه تلاش برای تغییر سلیقه یا ذائقه مصرف‌کنندگان است. از سال‌ها پیش استفاده از کالای خارجی - غیر از بحث کیفیت - به عنوان یک پرستیژ یا اظهار شخصیت در جامعه مطرح است که باید با استفاده علنی افراد تأثیرگذار - خصوصاً مسولان دولت و خانواده‌های آنها - از کالای ایرانی تا حدودی خنثی شود. در این رابطه منع تبلیغ کالاهای خارجی در صدا و سیما، تابلوهای شهری و مراکز مهم باید در دستور کار قرار گیرد؛ همچنین لازم است مشوق‌هایی برای مصرف کالاهای ایرانی در نظر گرفته شود - مانند کارت اعتبار خرید، نمایشگاه‌های کالاهای ایرانی و در نظر گرفتن تخفیف یا جوایز ... - بازاریابی در خارج مسائل و چالش‌های خود را دارد که در این راستا وزارت امور خارجه باید وظایف جدیدی بر عهده بگیرد که تا کنون از آن غافل بوده است.

۲. جلوگیری فیزیکی یا تعرفه‌ای از ورود کالاهای خارجی (و قاچاق): در حال حاضر کالاهای خارجی - با وجود مشابه داخلی - به‌طور رسمی و غیررسمی هر ساله وارد کشور شده و مصرف می‌شوند که بخش غیررسمی آن حدود بیست میلیارد دلار برآورد شده است. در این خصوص نباید بازارچه‌های مرزی، مناطق آزاد تجاری و منطق ویژه تجاری ... را - که هر روز رو به گسترش می‌باشند - از نظر دور داشت. حمایت از ساکنان مناطق مرزی به قیمت ورود هر نوع کالا با هر شکل و مقدار، چیزی جز به‌حراج گذاشتن اقتصاد ملی نیست و لازم است هرچه زودتر راه حل‌های جایگزین دیگری اندیشیده شود.

ج) علاوه بر موارد مطرح‌شده در فوق، چند نکته حائز اهمیت که لازم است در سیاست‌گذاری مورد توجه قرار گیرند، عبارت‌اند از:

۱. در هر حال برای تداوم تولید، نباید سود بخش تولیدی- که با ریسک‌های متعددی روبه‌روست- از سود بخش توزیع و بازرگانی- خصوصاً در مورد کالاهای خارجی- کمتر باشد. این مشکلی است که در چهار دهه گذشته در بسیاری از بخش‌های تولیدی وجود داشته و موجب دلسردی و سوق‌دادن تولیدکنندگان به بخش توزیع و عمدتاً کالاهای خارجی شده است. نمود ظاهری آن، ایجاد و گسترش پاساژها، مراکز فروش و فروشگاه‌های کالاهای و خدمات در شهرها و در مناطق بسیار گران‌قیمت است که بخش عمده سرمایه‌کشور درگیر آن است (این پدیده است که در اولین نگاه، اهمیت بخش توزیع- خصوصاً کالای خارجی- را بر تولید بیان می‌کند). این روند قطعاً باید اصلاح شود تا بتوان در درازمدت به تداوم تولید امیدوار بود.

۲. در راستای مباحث بند (قبلی)، بخش تولید مسکن به دلیل تداوم افزایش قیمت آن و حفظ ارزش واقعی سرمایه‌گذاری، همواره مورد توجه بوده و سرمایه‌های عظیمی را به خود جذب نموده است. توجه داریم که سرمایه‌گذاری در بخش مسکن در برخی از نظریه‌ها یک سرمایه‌گذاری غیرمولد تلقی می‌شود؛ زیرا مسکن یک کالای مصرفی با دوام قلمداد شده و در کل کشور فقط از بخش کوچکی از آن برای ارائه خدمات (اجاره‌نشینی) استفاده می‌شود. لذا لازم است برای سرمایه‌گذاری مولد، سیاست‌های مالیاتی لازم برای جلوگیری از حباب قیمت و سود بادآورده در این بخش، تدوین و اعمال شده و از ابزارهای تشویق ناپجا- به امید فرضیه واهی حرکت‌دادن بخش‌های تولیدی پیشین- جلوگیری شود. سیاستی که در حال حاضر نیز توسط لابی‌های قوی تولیدکنندگان بخش مسکن دنبال می‌شود.

۳. کلام آخر اینکه تداوم تولید و سرمایه‌گذاری در تولید مولد نیاز به محیط بی‌تلاطم، شفاف و روشن نسبت به آینده دارد. تغییرات سریع قوانین و مقررات، نرخ سود تسهیلات، نرخ ارز و مانند آن منجر به تصویری غیرشفاف از آینده خواهد شد که تصمیم به هر سرمایه‌گذاری را- که غالباً دو تا پنج سال آینده به بهره‌برداری می‌رسد- مشکل و در مواردی غیرممکن می‌کند. این معضل علاوه بر تغییرات در قوانین و مقررات فراملی، اعمال تحریم‌ها و نظایر آن است. به هر حال باید تلاش شود این تصویر برای سرمایه‌گذاران روشن باشد و دولت تضمین‌های لازم را برای رخداد هرگونه تغییر احتمالی که خارج از کنترل بنگاه بوده است، ارائه کند. البته در حمایت از هرگونه سرمایه‌گذاری جدید، باید به

درصد ساخت داخل، انتقال تکنولوژی و بازارهای صادراتی احتمالی توجه شود. بنابراین لازم نیست کالایی که در خارج تولید شده و فقط با بر چسب ایرانی توزیع می‌شود یا سهم تولید داخلی آن کمتر از ده درصد است، بدون توجه به موارد فوق از چتر حمایتی کامل برخوردار شود. در اینجا اشاره به تغییر ساختار نظام آموزشی ابتدایی و متوسط کشور که یک نظام قدیمی، پرهزینه و غالباً سخت و طاقت‌فرسا برای دانش‌آموزان و والدین آنهاست و محتوای آموزشی آن غالباً با هیچ یک از نیازهای کشور هماهنگ نیست، ضروری به نظر می‌رسد. تغییر نگرش اساسی در این نظام و توجه جدی و واقعی به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای باید در صدر اولویت‌های کشور قرار گیرد. پرواضح است که در هدایت سرمایه‌گذاری‌های جدید- حتی تکمیلی- باید به نحوه استفاده از منابع طبیعی کشور، خصوصاً آب و تکمیل زنجیره‌های تولید توجه شود.