

## حمایت مسؤلانه؛ همراهی همدلانه

شاید بهترین معادل برای واژه حمایت، همراهی است. همراهی به معنی در کنار بودن، مراقب بودن و ملازم بودن در غم و شادی است.



سال جاری به فرموده رهبر معظم انقلاب اسلامی- مد ظله العالی- سال «حمایت از کالای ایرانی» است؛ اما این مهم تا چه میزان محقق شده است؟ آمارهای مستند در کنار مشاهدات میدانی، گویای سخت تر شدن شرایط و ناهموارتر شدن اوضاع برای فعالان و بنگاه های اقتصادی است.

بیکاری و تورم فزاینده، بی ثباتی سیاست های پولی و بانکی، در کنار سیاست های سختگیرانه مالیاتی و بیمه ای دولت، باعث شده تا صنعتگر، تولیدکننده، بازرگان و مغازه دار دچار رکود و بحران شوند. به این عوامل باید نوسان های نرخ ارز و افت شدید ارزش پول ملی را هم افزود که کمترین تأثیرش، عدم امکان خرید مواد اولیه برای تولیدکنندگان است.

این تصویر ناخوشایند واقعیت امروز اقتصاد ایران است. اما چه باید کرد؟ می گویند گذشته چراغ راه آینده است. به نظر می رسد راهکار اجرایی برای حمایت از کالای ایرانی، حمایت از اقتصاد پویاست؛ اقتصادی درونزا، متکی بر دانش بومی و حاضر در بازار خارجی. چنین اقتصادی دربردارنده مؤلفه های زیر است:

استقلال نهادهای پولی و بانکی

استقلال بانک مرکزی و سیاست های پولی و بانکی، بنیاد اقتصاد پویاست. تنظیم بازار بر اساس عرضه و تقاضا-و نه سیاست های دستوری- ابزار استقلال نهادهای کلان مالی، و حفظ ارزش پول ملی و ثبات نرخ ارز، دستاورد چنین اقتصادی است.

بهبود محیط کسب و کار

اولویت اصلی، شکل گیری فضای مناسب برای حمایت از تولید و تولیدکننده است. سهولت در صدور مجوزها و هدایت برای شکل گیری کسب و کارهای نوپا و مبتنی بر نیازهای جدید بازار، روند حمایتی ضروری برای حمایت از کالای ایرانی است. چنین سهولتی نیازمند دولتی چابک است؛ دولتی بهره ور که سیاستگذار است؛ نه تصدیگر؛ دولت همراه حامی است، نه رقیب.

بهبود کیفیت، برندسازی و رقابت پذیری تولیدکننده داخلی

پذیرش الزامات حضور در بازار پرقاب و مدرن امروزی، راهبردی کلان برای تولیدکنندگان است که باید با رعایت اصول کسب و کار حرفه ای و ارائه کالای باکیفیت و متمایز، راه خود را در این بازار پرتلاطم پیدا کنند و بتوانند با رونق صادرات در بازارهای جهانی حضور پیدا کنند.

فرهنگ سازی

استفاده از کالای ایرانی باید جزء جدانشدنی سبک زندگی هر ایرانی قرار گیرد و این مهم از طریق فرهنگ سازی توسط رسانه قابل تحقق است. صدا و سیما، مطبوعات و ... می توانند با استفاده از شیوه های نوین تبلیغی مستقیم یا غیرمستقیم، به نهادینه سازی مصرف کالای ایرانی کمک کرده، شرایطی را فراهم سازند تا خانوارهای ایرانی از کالای ایرانی استقبال کنند.

در این میان همکاری شبکه تولید و توزیع کالا نقش پر رنگی در جاری شدن فرهنگ مصرف محصول ایرانی دارد.

ارتباطات هدفمند جهانی و توسعه سرمایه گذاری خارجی

تعاملات در عرصه جهانی بر پایه عزت، حکمت و مصلحت نه تنها یک راهبرد؛ بلکه ضرورتی انکارناپذیر برای رونق صادرات و در نتیجه حمایت از تولیدات داخل است. در این راستا، دیپلماسی فعال و بهره مندی از رابطنان اقتصادی می تواند با جذب سرمایه گذاری خارجی، رونق بازار داخلی را رقم زند. اما در اوضاع کنونی، فعالان اقتصادی نیازمند یک همراهی دلسوزانه هستند؛ همراهی در درک متقابل شرایط، همراهی در عدم تحمیل فشار مالیاتی و بیمه ای مضاعف توسط دولت برای جبران کسری ها و همراهی در اختصاص سهم یارانه تولید از هدفمندی یارانه ها که گویا به محاق رفته است؛ همراهی نه چنان گذشته بلکه همدلانه برای ترسیم آینده ای روشن تر.

می دانید که همراهی معادل حمایت است و گاهی مهم ترین حمایت دست باز داشتن از دخالت های ناپجاست. شاید از این روست که این روزها بیت مشهور سعدی همنشین شبانه روزی ام شده است:

امیدوار بود آدمی به خیر کسان

مرا به خیر تو امید نیست، شر مرسان

منبع: نشریه اتاق بازرگانی اصفهان