

سیاسی بصائر بسیج

۱. تبیین «حمایت از کالای ایرانی»

۲. دلایل تمرکز رهبری بر تقویت اقتصاد کشور



فروردین ماه ۱۳۹۷

بخش اول: تبیین «حمایت از کالای ایرانی»

چرا حمایت از کالای ایرانی اهمیت دارد؟

تبیین راهبردها و مسئولیت‌های هر سه قوه

حمایت دولت‌ها از کالای داخلی؛ ظاهر و پشت پرده

تولید ملی قوی نیازمند تحقق ۶ عامل کلیدی

بخش دوم: دلایل تمرکز رهبری بر تقویت اقتصاد کشور



تبیین «حمایت از کالای ایرانی»

مقدمه:

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی سال ۹۷ را سال «حمایت از کالای ایرانی» نام نهادند. ایشان، تلاش‌های انجام‌شده در جهت تحقق شعار سال ۹۶ یعنی «اقتصاد مقاومتی: تولید- اشتغال» را از نقاط مثبت و امیدوارکننده برشمرده و بیان داشتند: «کارهای خوبی برای تولید و اشتغال انجام و شعار سال تا حدودی عملی شد، البته کارهای زیادی نیز باقی مانده که باید تا تحقق کامل این شعار دنبال و انجام شود.» رهبری در بیان چشم‌انداز حرکت مردم و مسئولان در سال جدید، گفتند: «بنده در شعارهای سال، معمولاً مسئولان را مخاطب قرار می‌دهم اما امسال، مخاطب، همه آحاد ملت از جمله مسئولان هستند و همه باید سخت، کار و تلاش کنند.» ایشان مسئله اصلی امسال را نیز همچون سال‌های قبل، مسئله اقتصاد و معیشت مردم خواندند و با تأکید بر «تولید ملی» به‌عنوان محور اساسی در حل مشکلات اقتصادی، افزودند: «اگر تولید ملی با همت و پیگیری همگانی شتاب بگیرد، بسیاری از مشکلات معیشتی مردم و مسائل اشتغال و سرمایه‌گذاری حل خواهد شد و آسیب‌های اجتماعی کاهش زیادی خواهد یافت، بر همین اساس، نام و شعار امسال را «حمایت از کالای ایرانی» قرار داده‌ام.» با توجه به اهمیت نام‌گذاری سال ۹۷ باید گفت که این انتخاب نخست از آگاهی و شناخت ایشان از مسائل و ضرورت‌های جامعه در همه حوزه‌ها اعم از سیاسی تا اقتصادی و فرهنگی حکایت دارد و دوم گویای دغدغه‌مندی معظم له نسبت به مسائل و مشکلات کشور از یک سو و از طرفی الزامات توسعه‌ای و آینده‌نگری در راستای تحقق چشم‌اندازهای ترسیم شده برای ایران اسلامی است.

حمایت از کالای ایرانی و تولید ملی مانند یک مثلث سه ضلع دارد؛ که یک ضلع مردم به عنوان مصرف‌کننده؛ ضلع دیگر دولت به عنوان تسهیل‌کننده شرایط و ایجاد رونق اقتصادی و بزرگ‌ترین مصرف‌کننده و ضلع سوم خود تولیدکنندگان هستند که باید کالای باکیفیت و درخور یک ایرانی تولید کنند و بتوانند کالای تولید خود را به خارج از مرزها صادر کنند.

چرا حمایت از کالای ایرانی اهمیت دارد؟

این روزها بیکاری مسئله اول کشور است که به عنوان بزرگ‌ترین و پیچیده‌ترین دغدغه و مشکل داخلی کشور تبدیل شده است و هر ایرانی باید تلاش کند تا سنگی از پیش پای بیکاری جوانان بردارد. مقام معظم رهبری در دیدار هزاران نفر از کارگران سراسر کشور، مصرف کالای داخلی را یکی از ملزومات و بایسته‌های جهاد اقتصادی دانسته و همگان را به مصرف کالاهای ایرانی ساخت داخل دعوت کردند.

به فرموده رهبر معظم انقلاب «ما باید تولید ملی را افزایش بدهیم، تقویت کنیم؛ عادت کنیم به مصرف تولیدات داخلی؛ عادت کنیم به بالا بردن کیفیت تولیدات داخلی که البته در این مورد مسئولین دولتی و همچنین قانون‌گذاران وظایف سنگینی دارند» (۸۹/۰۵/۲۷).

در این میان شاید عده‌ای بیان کنند در صورتی که اجناس مرغوب خارجی است چرا به سراغ کالای داخلی برویم؟ پاسخ این است که در کنار ارزشمندی هویت ملی و تقویت روحیه خودکفایی، مهم‌ترین اثر مصرف کالای داخلی رفع بیکاری است.

نخریدن کالای ایرانی به معنای ماندن تولیدات در انبارهاست و اینکه هزینه‌های صرف شده برای تولید نه تنها به سود تبدیل نشده بلکه با زیان انباشته نیز مواجه شده است. این اتفاق باعث می‌شود به‌طور تدریجی تولیدکنندگان نه انگیزه‌ای برای تولید داشته باشند و نه پولی که برای این فعالیت اقتصادی سرمایه‌گذاری کنند. برچیده شدن بساط تولید هم عاقبتی جز افزایش نرخ بیکاری و افول شاخص‌های اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی، ارزش افزوده، رشد اقتصادی و غیره ندارد.

تبیین راهبردها و مسئولیت‌های هر سه قوه

قوای سه‌گانه و تولیدکنندگان بایستی با قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری‌های جدید و پشتیبانی قضایی نقش خود را برای کسب اعتماد سرمایه اجتماعی و چگونگی مشارکت دادن مردم در توسعه اقتصادی تدوین و به‌طور

شفاف اجرا کنند. شایان ذکر است که از صداوسیما، اصحاب رسانه و کارشناسان مسائل اقتصادی و امور راهبردی انتظار می‌رود فضای تشریح کارشناسی و آگاهی بخشی بیشتری را برای آحاد مردم در نظر بگیرند. چرا که مثلاً بیکاری جوانان قبل از اینکه بحران دولت باشد بحرانیست مربوط به خانواده‌ها و قطعاً اگر آحاد جامعه اهمیت حمایت از کالای ایرانی را درک کنند در جهت ایجاد اشتغال برای بیکاران خود با حمایت از کالاهای ایرانی گام‌های اساسی برواهند داشت.

دولت وظیفه دارد تا با فراهم کردن زیرساخت‌ها و بستر توسعه متوازن در کشور، سرمایه‌گذاری را تسهیل کند و تولید و اشتغال‌زایی را شکل دهد.

مجلس باید قوانین منطبق بر استانداردهای روز و متناسب با تحولات زمان و پیشرفت علم و تکنولوژی را تدوین کند و تعارضات قانونی و قوانین قدیمی و دست و پاگیر را ملغی نماید. قوه قضاییه و نیروی انتظامی نیز باید قاطعانه جلوی قاچاق کالا به کشور را بگیرد و با تضعیف‌کنندگان تولید ملی برخورد قانونی نماید.

از سوی دیگر، صندوق توسعه ملی و بانک‌ها نیز باید برای تحقق این شعار نقش‌آفرینی کنند و برنامه عملیاتی با ضمانت اجرایی ارائه کنند و نهاد مالیاتی کشور و سازمان تأمین اجتماعی نیز مشوق‌های لازم را برای تولیدکنندگان کالاهای مرغوب در نظر بگیرند و از طرفی، استاندارد نیز در نظارت بر مرغوبیت کالاهای تولید شده و اعمال مشوق‌هایی که تولید کالای ایرانی مرغوب را ترویج می‌کند، اهتمام ورزد.

تولیدکنندگان نیز با تولید کالای مرغوب و منطبق بر استانداردهای فنی و علمی روز دنیا که قابل رقابت با برندهای خارجی باشد شوق خرید کالای ایرانی را در ملت تقویت کنند. البته نوسازی و بازسازی صنایع فرسوده و استفاده از فناوری‌های روز دنیا در صنعت مستلزم سرمایه‌گذاری‌های کلان و ارتباطات مؤثر با دنیا است که در این خصوص نیز هم وزارت صنعت و هم وزارت امور خارجه، مسئولیت سترگی دارند.

یکی از پارامتر دیگر در تحقق شعار سال علاوه بر کیفیت کالاهای ایرانی، رسانه‌ها هستند که نگاه مخاطب را به سمت نمونه با کیفیت داخلی سوق می‌دهند.

رسانه‌ها ضمن برنامه‌ریزی مدت‌دار در معرفی برندهای داخلی و گروه‌های کارآفرین ایرانی، باید خطر وابستگی اقتصادی و پیامدهای زیان‌آور آن را برای خوشه‌های دنبال‌کننده خود تداعی کنند و جامعه را از چنین تحرکاتی بیم دهند.

مقصود تلقین بی‌عیب و نقص بودن جنس ایرانی نیست بلکه تلاش برای فراهم آوردن موقعیتی برای برجسته‌سازی ضعف‌های کالای داخلی و به‌کارگیری اهرم فشار رسانه‌ای برای اهتمام ورزی مدیران صنایع به بالا بردن کیفیت اجناس و رسیدن به شاخص‌های استاندارد جهانی است که فضای اعتماد خانواده ایرانی به

استفاده از محصول داخلی را ایجاد می‌کند. هویت بخشی و معرفی یک نمونه کالای داخلی که به دلیل نبود سرمایه امکان فروش آن فراهم نشده است و از کیفیت مطلوب نیز برخوردار است با استفاده از رسانه می‌توان در میزان محبوبیت آن در جامعه تغییر ایجاد کرد و مردم را به سمت استفاده از این کالا هدایت نمود. این امر نیازمند نگاه ویژه مدیران رسانه‌های مکتوب و مجازی به این حوزه است چرا که بسیاری از تولیدی‌ها در کشور با وجود کیفیت قابل قبول ولی به دلیل ناآگاهی از اثربخشی رسانه و یا وجود هزینه‌های بالای تبلیغات رغبتی به دنبال کردن چنین راهی ندارند که باید در تسهیل این امر کوشید.

حمایت دولت‌ها از کالای داخلی؛ ظاهر و پشت پرده

دکتر سید امیر سیاح، کارشناس مسائل اقتصادی در تحلیلی با اشاره به یک تصور اشتباه در کشور در حوزه تولید و اقتصاد بیان کرد: در کشور ما عموماً تصور می‌شود شرکت‌های بزرگ و موفق در تولید و فناوری، بدون دخالت دولت و کاملاً بر اساس سازوکار بازار رشد یافته و به موفقیت رسیده‌اند.

این سوءتفاهم که متأسفانه در مراکز دانشگاهی و حتی سیاست‌گذار کشور ما رواج دارد، به قانون‌گذار و سیاست‌گذار ایرانی به‌طور غیرمستقیم می‌گوید در کشورهای موفق، دولت به‌جای حمایت از تولید، خود را از اقتصاد کنار می‌کشد تا بخش خصوصی خودش راه را پیدا کند و موفق شود پس حمایت دولت از تولید، فایده‌ای ندارد و هدر دادن منابع است.

بررسی حمایت‌های کشورهای با اقتصادهای قوی نشان می‌دهد انواع حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت در تولد و رشد بنگاه‌های بزرگ، نقش اساسی داشته است. چه در دوران غیر صنعتی و چه حتی در عصر حاضر. حمایت‌های صریح و عملی از تولد و رشد واحدهای تولیدی در دیگر کشورهای صنعتی از جمله ژاپن و کره نیز گزارش شده است. به قول هاجون چانگ، استاد اقتصاد دانشگاه کمبریج، کشورهای غربی پس از یک دوره حمایت‌گرایی و بالا رفتن از نردبان حمایت از صنایع خود، به دنبال «سرنگون کردن نردبان توسعه» هستند.

در واقع کشورهای غربی که سال‌ها با حمایت‌های تعرفه‌ای، تولید صنعتی را در کشور خود نهادینه کرده و صاحب واحدهای بزرگ تولیدی شده بودند، از نیمه‌ی دوم قرن بیستم و هم‌زمان با آغاز فرایند رشد و توسعه‌ی صنعتی در کشورهای دیگر، بالا نگه‌داشتن تعرفه در جهان را به ضرر خود دیدند چرا که برای محصولات خود به بازار دیگر کشورها (به‌خصوص اقتصادهای منابع پایه نظیر ایران) نیاز داشتند. در این زمان دانشگاه‌ها و

مراکز تحقیقاتی در کشورهای غربی، با تئوری پردازی نشان دادند کاهش تعرفه‌های تجاری و گسترش تجارت بین‌الملل، به نفع همه‌ی کشورها است. دولت‌های غربی نیز با تأسیس سازمان جهانی تجارت، کشورهای دیگر را ابتدا تشویق و سپس مجبور کردند تا به تعرفه‌های کمتر و حذف حمایت از تولیدکنندگان داخلی تن دهند.

جالب اینجاست که دولت‌های غربی با کاهش تعرفه‌ها، سایر حمایت‌های دولتی از واحدهای تولیدی خود را نه تنها قطع نکردند، بلکه با قوت ادامه دادند. مشهورترین این حمایت‌ها، جهت‌دهی به خریدهای دولتی، اخذ مالیات بر فعالیت‌های غیر تولیدی (نظیر مالیات بر عایدی سرمایه ناشی از معاملات مسکن)، حمایت‌های بیمه‌ای از کسب‌وکارهای نوظهور و مأموریت دادن به دستگاه دیپلماسی خود برای بازاریابی و باز کردن راه محصولات کشور خود در بازار دیگر کشورها هستند.

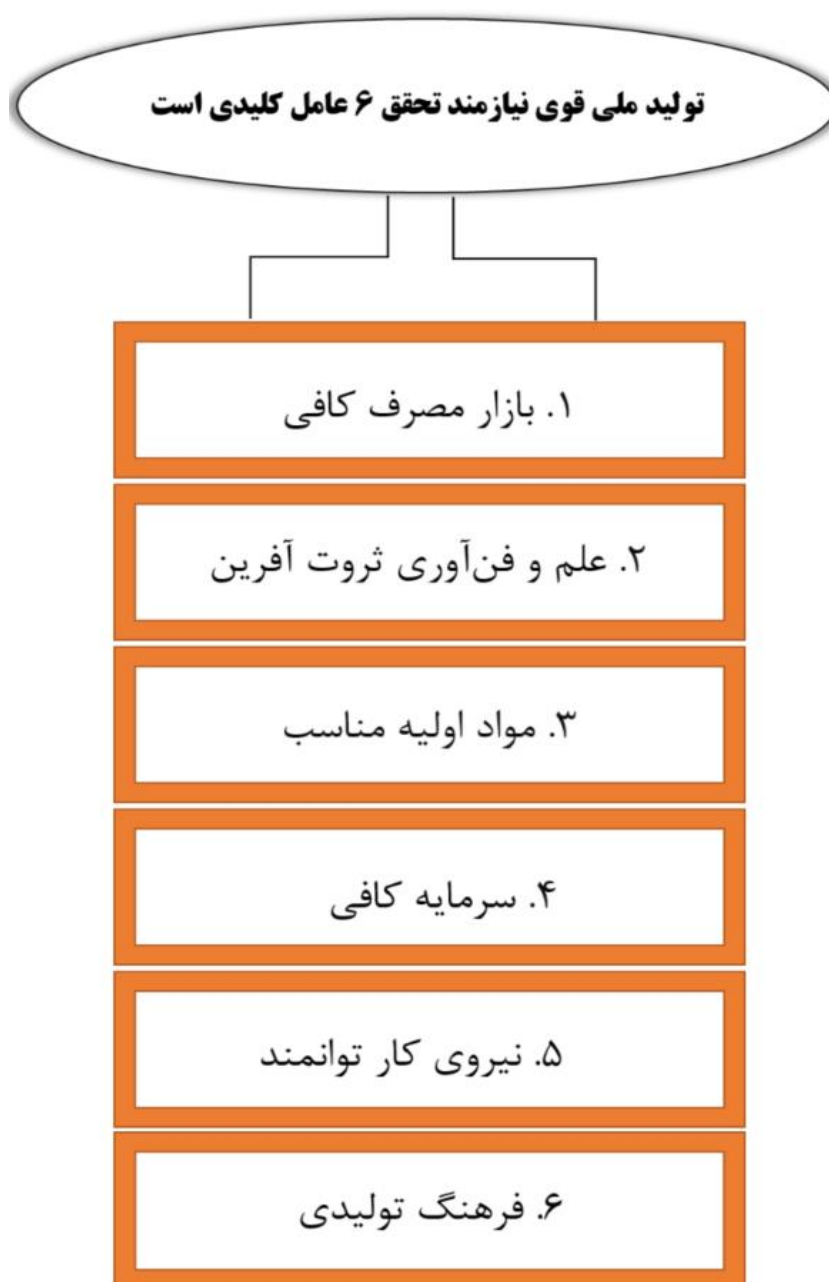
از طرف دیگر، استقبال از کالاهای ایرانی تنها در صورت رقابتی بودن این محصولات اتفاق خواهد افتاد و این امر با سیاست‌های دستوری و حذف کالاهای رقیب میسر نخواهد شد.

ممکن است ما بتوانیم با وضع مقررات تعرفه‌ای و واردات، از ورود کالاهای مشابه خارجی جلوگیری کنیم و با این کار، مشتری ایرانی را مجبور به مصرف کالای تولید داخل کنیم. ولی این رویه به نزول بیشتر کیفیت کالاهای تولیدی کشورمان خواهد انجامید. لازم به اشاره نیست که چنین سیاست‌هایی، به داغ‌تر شدن بازار کالاهای قاچاق هم خواهد انجامید. اکنون کار به جایی رسیده که بین ده تا ۱۵ میلیارد دلار کالای قاچاقی وارد کشور می‌شود.

سال‌هاست که تحلیلگران و فعالان اقتصادی تأکید دارند که پای اقتصاد رقابتی در ایران می‌لنگد و مهم‌ترین دلیل این موضوع نیز حمایت بی‌دریغ، بدون برنامه و دائمی از تولیداتی است که مزیتی در کشور ما ندارند. درحالی‌که تجربه سال‌های گذشته نشان می‌دهد که حمایت از تولید باید در بخش‌هایی صورت بگیرد که دارای مزیت در بازار داخل و خارج است و بر اساس قابلیت‌های موجود کشور باشد؛ اما همچنان شاهد هستیم که حمایت از صنایعی صورت می‌گیرد که نه تنها مزیتی برای کشور ندارند؛ بلکه در بسیاری از مواقع این حمایت‌ها نتیجه‌ای جز رانت‌جویی در بخش‌های غیرمولد نداشته است.

انتخاب اختیاری کالا حق ابتدایی مصرف‌کننده است و از آنجاکه حمایت‌های دولتی از برخی صنایع بدون مزیت در ایران موجب بروز انحصار در بازار شده که این موضوع دل‌زدگی مصرف‌کننده ایرانی را به همراه داشته است.

بی توجهی به تولید رقابتی بر اساس دو مؤلفه مهم کیفیت و قیمت مناسب موجب شده که مصرف کننده داخلی تعلق خاطری به خرید کالای ایرانی نداشته باشد. در چنین شرایطی سیاست گذار به جای آنکه شرایط را برای رقابتی شدن تولید فراهم کند، بر انحصار موجود در بازار می افزاید. در چنین شرایطی نه تنها تولید آن کالا موجب شده که مصرف کننده ایرانی ذهنیت نامناسبی از کالای تولید داخل داشته باشد؛ بلکه اکثر تولیدکنندگان نتوانسته اند تلاشی برای افزایش توانمندی خود در حوزه صادرات کالا داشته باشند. از آنجاکه هر حمایتی از تولید داخل در کشورمان بر اساس سابقه رفتار دولت ها، به زیان و از جیب مصرف کننده و به نفع تولیدکننده بوده است؛ بنابراین سیاست گذاران باید بر اساس برنامه مشخص و هوشمندانه به صورت گزینشی و موقت به حمایت بپردازند تا حمایت ها بتواند موفقیت آمیز باشد؛ چراکه در اقتصاد و تجارت زنجیره تولید و مصرف یک کالا شامل تولیدکننده و مصرف کننده است که هر یک از ارکان دارای حق و حقوقی هستند.



در واقع حمایت از کالای ایرانی بدین معناست که هرکس در هر جایگاهی و موقعیتی به تقویت تولید ملی کمک کند؛ یکی با خرید کالای ایرانی (مردم و مصرف‌کنندگان)، دیگری با تولید بیشتر و با کیفیت‌تر (تولیدکنندگان، سرمایه‌گذاران و کارگران) و دیگران با کوشش علمی و سایر اقدامات. به‌طور قطع تقویت تولید ملی و حمایت از کالای ایرانی با تأمین بازار (خرید کالای ایرانی) آغاز می‌شود و به سایر بخش‌ها (تأمین مواد اولیه مناسب، علم و فن‌آوری، سرمایه کافی، نیروی کار توانمند و ...) تسری می‌کند.

در نگاه کلی، اقتصادی مقاوم است که برای پرش از موانع و مشکلات قدرتمند باشد و مهم‌ترین عامل قدرت اقتصادی، توان بالای تولید ملی است. تولید ملی قوی (هم کمی و هم کیفی) از یکسو وابستگی به خارج را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر باعث استحکام درونی اقتصاد (از سطح خانواده تا سطح ملی) می‌شود.

راهکارهای کارشناسان برای حمایت از کالای ایرانی

تفاوتی که شعار اقتصادی امسال با سال‌های قبل داشت، این بود که رهبر انقلاب مخاطب حمایت از کالای ایرانی را فقط دولت و مسئولان ندانستند، بلکه عموم مردم را مکلف به حمایت از کالای ایرانی کردند. کارشناسان بالغ بر ۵۰ راهکار برای حمایت از کالای ایرانی بیان کرده‌اند:

۱. تأمین بازار بزرگ مصرف کشور با تولیدات داخلی
۲. استفاده از ظرفیت خالی تولیدات در بخش‌های مسکن، پوشاک و غذا
۳. کاهش واقعی وابستگی بودجه به نفت
۴. توقف واردات مربوط به کالاهای مصرفی و لوکس
۵. مبارزه با فساد مالی و اقتصادی
۶. الگوبرداری از غربی‌ها در حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت از تولید
۷. اخذ مالیات بر فعالیت‌های غیر تولیدی (نظیر مالیات بر عایدی سرمایه ناشی از معاملات مسکن)
۸. حمایت‌های بیمه‌ها از کسب و کارهای نوظهور
۹. تمرکز دیپلماسی سیاسی-اقتصادی بر بازار ۴۰۰ میلیونی کشورهای منطقه
۱۰. افزایش تعرفه‌های وارداتی با هدف مدیریت واردات

۱۱. تشویق عمومی به انتخاب و مصرف کالای داخلی
۱۲. منع خرید کالای خارجی از محل بودجه‌های دولتی
۱۳. کنار نهادن تصور نادرست درباره اینکه اقتصادهای غربی از تولید داخل حمایت نمی‌کنند
۱۴. اتخاذ یک سیاست صنعتی مورد اجماع مجلس و دولت
۱۵. کمک به تولیدکنندگان برای بهبود سطح فناوری و کیفیت
۱۶. فراهم کردن محیط کسب و کار کم مانع و کم هزینه
۱۷. تسهیل دیوان سالاری‌ها و مجوزها برای تولیدکنندگان
۱۸. ثبات اقتصاد کلان (تورم، نرخ ارز، نرخ سود و...)
۱۹. حمایت خاص دولت از بنگاه‌های با عملکرد برجسته و بهره‌ور در رشته فعالیت‌های مزیت دار یا راهبردی
۲۰. وضع معافیت‌های مالیاتی یا دیوارهای تعرفه‌های موقت
۲۱. اعطای یارانه سود تسهیلاتی یا یارانه فروش در نمایشگاه‌های خارجی و اعتبار صادراتی
۲۲. کاهش هزینه نظام فروش و توزیع برای کالاهای ایرانی
۲۳. ثبات بلندمدت قیمت مواد اولیه موردنیاز تولیدکنندگان
۲۴. رفع مشکلات تأمین مالی، مالیات بر ارزش افزوده، بیمه و تأمین اجتماعی
۲۵. تهیه آسان مواد اولیه مرغوب و تجهیزات مورد نیاز بخش تولید
۲۶. مبارزه جدی با قاچاق کالاهای ورودی و خروجی
۲۷. جلوگیری از سیل واردات اقلام مشابه ساخت داخل به کشور
۲۸. ثبات قوانین و مقررات اقتصادی
۲۹. توسعه صادرات به بازار کشورهای منطقه و سایر نقاط جهان
۳۰. دانش‌بنیان کردن کالاهای ساخت داخل
۳۱. برابری فرصت‌ها برای تولید داخلی و خارجی
۳۲. تأمین مالی مناسب تولیدکنندگان
۳۳. اصلاح عملکرد سیستم بانکی در جهت هدایت نقدینگی جامعه به سمت بخش‌های مولد

۳۴. تعامل مناسب با اقتصادهای دنیا با هدف صادرات کالای غیرنفتی
۳۵. فرهنگ‌سازی در جهت ترغیب مردم به مصرف اجناس داخلی
۳۶. تبلیغات رسان‌های در حمایت از کالای ایرانی
۳۷. جهت‌دهی تمام سیاست‌های تجاری، پولی، بانکی، ارزی و فرهنگی در راستای تولید ملی
۳۸. ایجاد بسته حمایتی در جهت بستر امن و مناسب تولید
۳۹. توقف تبلیغ برندهای خارجی در سطح رسانه‌ها و معابر شهری
۴۰. رفع مشکلات مالیاتی گریبان گیر اصناف و واحدهای تولیدی
۴۱. به حداقل رساندن هزینه تمام‌شده تولید
۴۲. ارتقای کیفیت، قیمت رقابتی و ارائه خدمات مناسب کالاهای تولید داخل برای جلب اعتماد مردم
۴۳. تجهیز کارخانه‌ها به فناوری روز دنیا
۴۴. توجه تولیدکنندگان به بحث نوآوری، خلاقیت، بسته‌بندی مناسب، بازاریابی کارآمد، تبلیغات مؤثر، برندسازی، ارتقای بهره‌وری
۴۵. تولید کالاهای رقابت‌پذیر برای شرایط غیرانحصاری
۴۶. تولید کالا مبتنی بر ذائقه شناسی مصرف‌کنندگان، نیازسنجی بازار و نگاه به مزیت‌های داخلی
۴۷. کیفیت کالاهای ایرانی باید برای مصرف‌کنندگان شوق‌آفرین باشد.
۴۸. مصرف‌کنندگان در بحث خرید کالای داخلی حساسیت ویژه‌ای به خرج دهند.
۴۹. مردم برای تحقق شعار سال باید تصور بهتر بودن کالای خارجی را کنار بگذارند.
۵۰. خرید و مصرف کالای داخلی، نخریدن کالای قاچاق و کالای خارجی دارای مشابه تولید داخل.

دلایل تمرکز رهبری بر تقویت اقتصاد کشور

سیاست نام‌گذاری سال‌ها توسط رهبر انقلاب دقیقاً بر اساس استراتژی تعیین اولویت‌های کشور و نظام است. ولی فقیه، به‌عنوان استراتژیست نظام، بر اساس تغییر و تحولاتی که در محیط داخلی و خارجی در جریان است، تأکیدشان بر این است که اقتصاد، امروز نیاز به توجه ویژه دارد.

به‌طور کلی منافع ملی از سه حوزه تشکیل می‌شود که البته اولویت این سه حوزه، از کشوری به کشور دیگر یا از مقطعی به مقطع دیگر، تغییر می‌کند:

اول امنیت که البته این بخش هم زیرمجموعه‌هایی دارد. حفظ حاکمیت و تمامیت ارضی، حفظ سرحدات و رژیم و حفظ استقلال، همه زیرمجموعه‌ی امنیت محسوب می‌شوند. همچنین از بُعدی دیگر می‌توان گفت یک امنیت عمومی داخلی داریم و یک امنیت بین‌المللی.

دوم اقتصاد و رفاه؛ یعنی بهبود عمومی سطح زندگی مردم و ارتقای سطح رفاه و معیشت مردم.

سوم اصول بنیادی مطرح‌شده در قانون اساسی یا آرمان‌هایی که رهبر یا رهبران سیاسی مطرح می‌کنند. مثل دوران جنگ تحمیلی که در کشورمان ناامنی بود. امام خمینی (رحمه‌الله علیه) فرمودند جنگ در رأس امور و اولویت کشور است. ایشان نه با ادبیات منافع ملی، بلکه با عناوینی مثل مصلحت نظام، این موضوع را مطرح کردند. یا مثلاً مسئله‌ی اصلی کشوری مثل سوئیس، اقتصاد و رفاه است و دغدغه امنیت ندارد. به همین دلیل، ارتش ندارد. برعکس، اولویت کره‌ی شمالی امنیت است. رژیم اشغالگر قدس هم امنیتی است؛ یعنی خیلی از تصمیم‌گیری‌هایش با نگاه به امنیت است.

پس اینکه چرا اقتصاد اولویت جامعه می‌شود، به این دلیل است که در این برهه، حوزه‌ی اقتصاد آسیب‌رسان است و امنیت و منافع ملی را به مخاطره می‌اندازد.

تأکید مقام معظم رهبری بر این حوزه، یک اقدام تاکتیکی است، نه یک موضوع بنیادی و بلندمدت. ایشان نمی‌گویند که همیشه اقتصاد در اولویت است. اقتصاد مهم است، همان‌طور که فرهنگ اهمیت دارد و مناسبات را شکل می‌دهد. اما در این مقطع تاریخی، آن حوزه‌ای که آسیب جدی را به کشور و جامعه وارد می‌کند، اقتصاد است. کما اینکه این را هم می‌دانیم که بسیاری از ناهنجاری‌های رفتاری که به اجتماع و دین ضربه می‌زنند، ریشه در موضوعات و مسائل اقتصادی دارند. می‌فرماید: «مَنْ لَا مَعَاشَ لَهُ لَا مَعَادَ لَهُ». اگر حکمرانان شما اقتصاد و معیشت شما را تنظیم نکنند، به دین شما آسیب می‌رسد، یا «كَادَ الْفَقْرُ أَنْ يَكُونَ كُفْرًا»: فقر کفر را ایجاد می‌کند.

هر دولت سعی می‌کند بیشترین رفاه را برای مردم خودش تدارک کند و از سواری دادن به دیگران پرهیز کند. آمریکایی‌ها برای نظم سیاسی و نظامی جهان بیش از هر کشوری هزینه می‌کنند. اخیراً با آنکه گفته می‌شود گرفتار یک رئیس‌جمهور دیوانه هستند، اما تصمیمات درستی در حوزه اقتصاد برای حفظ منافع مردم کشورشان می‌گیرند. جنگ تعرفه‌ها به منظور حمایت از تولید ملی و حفظ ثروت ملی از سوی ترامپ اعلام شده است.

کشورهایی که مسیر رشد و توسعه را طی کردند، بنا را گذاشتند بر حمایت از تولید ملی با شعار «صادرات آزاد، واردات ممنوع»! چرا که وقتی صادرات در ریل اصلی خود حرکت کند و تسهیلات برای آن مهیا شود، تولید ملی شکل می‌گیرد. تولید ملی که شکل گرفت، رونق هم معنا پیدا می‌کند. اقتصاد «مردم محور» که بارها مورد تأکید حضرت امام (ره) بود، همین هدف‌گذاری را بیان می‌کرد که متأسفانه مورد غفلت و بی‌مهری دولت‌ها از آن زمان تاکنون بوده است.



من کالای ایرانی میخرم