



تهیه و تنظیم:
مهندس میر محمد تقی دانایی هوشیار
مدیر عامل شرکت نساجی حجاب شهر کرد

همه‌همه حمایت از تولید داخلی و ماجرای پارچه چادر مشکی به عنوان یک نمونه بارز

سال‌هاست که بسیاری از مایحتاج کشور از منابع خارجی تأمین می‌گردد و تفاوت قیمت‌های خارجی و عرضه داخلی این دسته از ملزومات چنان زیاد بوده است که سرمایه‌گذاران داخلی را به سرمایه‌گذاری در این زمینه‌ها علاقه‌مند کرده و نتیجه این علاقه‌مندی، تأسیس و راه‌اندازی بسیاری از رشته فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی در کشور بوده که هر کدام گامی بوده در جهت استیلاي استقلال کشور، بالا بردن میزان اشتغال در کشور، بالا بردن سرانه تولید ملی و کاهش خروج ارز از کشور. واضح است که دست اندر کاران اقتصادی واردات مایحتاج با در نظر گرفتن میزان مصرف در کشور نسبت به برنامه‌ریزی مناسب برای میزان واردات حساس بوده و به نحوی عمل می‌نمایند که همواره میزان عرضه از تقاضا کمتر بوده و شیرینی فروش دوچندان شود. کنترل میزان و مبادی واردات و نحوه توزیع و پخش کالای مورد نظر همواره به نحوی انجام شده که خریدار متوجه فاصله قیمت فروش تولیدکنندگان خارجی با قیمت فروش عرضه کنندگان داخلی نشوند و این حاشیه سود بالا همواره در امنیت باقی بماند.

این نکته حائز اهمیت است که رقابت با کالایی که مدت‌ها با سود فراوان وارد و عرضه شده طبعاً با مشکلات فراوانی مواجه است که سرمایه‌گذار تولید داخلی می‌بایست آمادگی آن را داشته و صبر و حوصله کافی را در نظر داشته باشد و علاوه بر این باید این انتظار را داشته باشد که هدف حملات مکرر و متعدد آنانی باشد که به هر حال از آن نمذ کلاهی بر سر دارند.

نمونه‌های موفق و ناموفق سرمایه‌گذاری در مورد مایحتاج وارداتی کشور کم نیستند ولی در تمامی این نمونه‌ها آنچه که به صورت واضح دیده می‌شوند مشکلاتی هستند که به صورت سازماندهی شده بر سر راه این تولیدکنندگان سر بر می‌آورند و یکی پس از دیگری موجبات آن را فراهم می‌کنند که مصرف‌کننده نهایی رغبت بیشتری به مصرف کالاهای وارداتی داشته باشد و خود باوری و حمایت از صنعت داخلی کمرنگ و کمرنگ‌تر شود. این موضوع در همه تاریخ ما مشهود بوده است به گونه‌ای که حتی علامه اقبال لاهوری (که به تعبیری ایرانی‌ترین خارجی‌ست) چنین گفته است:

آنچه از خاک تو رُست ای مرد حَرّ
آن جهان‌بینان که خود را دیده‌اند
خود گلیم خویش را بافیده‌اند
ای اسیر رنگ، پاک از رنگ شو
مؤمن خود، کافر افرنگ شو
گر تو می‌دانی حسابش را درست
از حریرش نرم‌تر، کرباس توست
بوربای خود به قالینش مده
بیدق خود را به فرزینش مده

ولی متأسفانه آنچه که امروزه بر همه کوی‌های و برزن‌ها می‌بینیم همانا نام و تبلیغات و کالاهای خارجی است که به راحتی همه تولید کنندگان داخلی را از میدان بدر کرده و در حال حکمرانی هستند. سال جاری از سوی مقام معظم رهبری با عنوان سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال نامگذاری شده است و اگر بنا باشد کار مثبت و تعیین کننده‌ای در رابطه با حمایت از تولید داخلی که ثمره مستقیم آن اشتغال است انجام شود، همانا امسال سال بسیار مهم و مناسبی خواهد بود که با اطاعت از دستور ولی فقیه، هم یک واجب شرعی عملی شده و هم گام استواری در راستای اهداف تبیینی برداشته شده است.

داستان چادر مشکی در ایران داستانی قدیمی و دردآور است که سال‌ها گلوی کشور و دلسوزانش را فشرده است. بیش از صد سال از مصرف عمده پارچه چادر مشکی به عنوان پوشش عمومی بانوان ایرانی می‌گذرد و در این صدساله همواره پارچه مصرفی وارداتی بوده و علیرغم تمامی تلاش‌هایی که گاه و بیگاه معمول شده تا سال گذشته نتیجه‌ای عاید نگردید. موفق‌ترین تجربه تا دوسال قبل تأسیس شرکت کرپ ناز کرمانشاه بود که به جهت تولید پارچه چادر مشکی طراحی شده و راه‌اندازی گردید ولی متأسفانه به دلایلی که امروز هم پابرجاست این شرکت نتوانست جایگاه مناسبی در عرضه این محصول بدست آورد و به ناچار و برای ادامه بقا به تولید سایر محصولات روی آورد و امروزه هیچ محصولی در این سبد ندارد.

تجربه‌های دیگری مانند نای زرین خوانسار و نساجی حجاب هم در زمان خود قادر به حضور و بقا در بازار نشدند و تلاش‌هایی که در شرکت‌هایی مانند ایران مریوس و پشم بافی آسیا در این رابطه به عمل آمده بود نیز نتوانست این محصول را به صورت داخلی روانه بازار نماید.

بعد از گذشت سالها و علیرغم تمامی مشکلات ریز و درشت، سرانجام شرکت نساجی حجاب شهر کرد با سرمایه‌گذاری سنگینی آخرین ماشین آلات تولید پارچه چادر مشکی را وارد نموده و با بهره‌گیری از دانش فنی کشور کره جنوبی و منطبق با استانداردهای این کشور در بهمن ماه سال ۱۳۹۴ تولید آزمایشی این محصول خاص را کلید زد و در سال ۱۳۹۵ با توسعه سبد محصول خود موفق شد که سهمی اندک از مصارف کشور را تأمین نماید که در آبان ماه این سال خط تولید ده میلیون متری این شرکت با حضور معاون اول ریاست جمهوری و وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی و تنی چند از مقامات کشوری و استانی رسماً افتتاح گردید و برای فاز دوم توسعه، تولید پنج هزارتن نخ مخصوص این کالا و برای فاز سوم توسعه تولید ۱۰ میلیون متر دیگر از این محصول تعیین و ابلاغ شد.

این ابتدای ماجراست و بروز روزافزون مشکلات و مسائل و کارشکنی‌ها (که غیرمحمتمل و غیرقابل پیش‌بینی نبود) نیز آغاز

گردید و هر روز مانع و مشکلی جدید بر سر راه تولید علم شد و ...

با نگاهی به سابقه تولید و اقدام به تولید پارچه چادر مشکی ملاحظه می گردد که اقدامات مقابله ای با پاگرفتن این تولید خاص (که بسیار متنوع هم هستند) دوباره شروع شده‌اند و با استعانت از هر دستاویزی سعی در به زمین کوباندن این صنعت جدید دارند که ذیلاً به تعدادی از این ترفندها اشاره خواهیم کرد:

اولین شگرد مخالفین تولید و عرضه داخلی تبلیغ بر عدم کیفیت مطلوب کالای ایرانی بوده و هست و این روال در مورد همه محصولات داخلی قابل تعمیم است که با بزرگ نمایی مشکلات کوچک و تخریب محصول داخلی، سعی در توجیه واردات کالای خارجی داشته و همواره با مقایسه‌ای مع الفارق در این راستا، سمت و سوی ذهنیت مصرف کننده نهایی را به مصرف کالای خارجی معطوف می نمایند. نمونه های پر تعداد تولیدات کیفی داخلی در همه زمینه ها شاهد این مدعا است. در مورد پارچه چادر مشکی تولید شرکت نساجی حجاب شهر کرد هم اولین شگرد مخالفین همین موضوع بوده است که با سعی و تلاش فرزندان میهن و بهره گیری از آخرین فناوری های روز جهان، به لطف ایزد منان این شگرد بی اثر شده و فی الواقع کیفیت محصول ایرانی بسیار بهتر از کالای وارداتی در کلاس مشابه بوده و برای مصرف کننده قابلیت تشخیص کالای ایرانی از کالای وارداتی ممکن نبوده و در بدبینانه ترین حالت، کیفیت کالای ایرانی برابر و قابل رقابت است.

دومین ترفنند مخالفین تولید ایرانی بحث حاصل ضرب کیفیت در قیمت است. جالب است که در این بحث همواره قیمت ارزان ترین کالای وارداتی با کیفیت برترین محصول وارداتی برای مقایسه با قیمت و کیفیت محصول ایرانی مطرح می شوند! بدین ترتیب که برای مثال قیمت کالای درجه سه با کیفیت کالای درجه یک برای مقایسه با کالای مرغوب ایرانی مطرح می شود که در هر شکل کالای ایرانی بازنده معرفی شود. شایان ذکر است که پارچه چادر مشکی تولیدی شرکت نساجی حجاب شهر کرد از همه نظر قابل رقابت بوده و در هر میدان، برنده مسابقه است.

سومین روش مقابله مخالفین مقایسه قیمت ارزی کالای وارداتی با قیمت ریالی فروش کالای ایرانی است. در این روش هزینه های نقل و انتقال، هزینه های گمرکی

و هزینه های ترخیص اصلا به حساب آورده نمی شوند و قیمت درب کارخانه تولید کننده خارجی با قیمت درب کارخانه ایرانی مقایسه می گردد و این در حالی است که حتی قاچاق کالا هم هزینه هایی را به قیمت تمام شده کالای وارداتی اضافه می کند که در محاسبات این مخالفین جایی ندارد. باید عنوان گردد که در صورتی که هزینه های وارداتی مواد اولیه، رنگ و مواد شیمیایی وارداتی برای تولید پارچه چادر مشکی قابل حذف باشد، تولیدات پارچه چادر مشکی در ایران بسیار مناسب تر از قیمت های درب کارخانه های کره جنوبی قابل عرضه خواهد بود و اگر هزینه های مترتب به واردات کالا در قیمت عنوان شده لحاظ گردد، باز هم خرید داخلی به صرفه تر دیده خواهد شد و این صرف نظر از زمان خواب سرمایه برای طی کردن فرآیند سفارش، تولید، حمل، وصول کالای وارداتی است.

چهارمین رویه عملکردی مخافین تولید داخلی ورود کالای بی کیفیت، ارزان و تخریبی با نام و نشان تولید کننده ایرانی است. با این رویه اعتماد مصرف کنندگان سست شده و با روی برگرداندن از محصولات تولیدی داخلی به گرمی بازار کالای وارداتی می افزایند. در ماه های پایانی سال ۱۳۹۴ طاقه هایی با نام و عنوان نساجی حجاب با کیفیت آستری و قیمت چلوار وارد بازار کشور شد تا از یک سو بر بی کیفیتی، از سوی دیگر بر قیمت نازل و از دیگر سو بر ناتوانی شرکت نساجی حجاب تاکید شود که به لطف خداوند تبارک و تعالی و با هوشیاری مصرف کنندگان این توطئه عقیم باقی ماند.

پنجمین شگرد مخالفین تولید داخلی ایجاد اختلاف قیمت کم در عرضه محصولات داخلی و خارجی است. بدین ترتیب که با افزایش قیمت فروش کالای داخلی و متعاقباً افزایش قیمت فروش کالای وارداتی و لحاظ کردن فاصله قیمتی کم، سمت و سوی ذهنیت مشتری را به سوی پیش می برند که با این اختلاف قیمت اندک بهتر است کالای خارجی خریداری کنند!!! نمونه های بارزی از این شگرد در بازارهای عرضه دیده می شود که در مورد پارچه چادر مشکی نیز صادق است. برای مثال یک قواره چادر مشکی را به قیمت ۵۰ هزار تومان خریداری می کنند و این در حالی است که قیمت تمام شده کالای مشابه خارجی در حدود ۸۰ هزار تومان بوده است و در عرضه، کالای ایرانی را به قیمت ۱۵۰ هزار تومان و کالای خارجی را به قیمت ۲۰۰ هزار تومان قیمت گذاری می

نمایند. در این مقایسه خریدار به راحتی قبول می کند که فقط ۵۰ هزار تومان بیشتر پرداخت کند ولی کالای خارجی خریداری کرده باشد!!! این شگرد در مورد مخالفین طبقه تولید کنندگان نیز قابل بهره برداری است به این نحو که تولید کننده پوشاک نیز به همین روش عمل کرده و بر فواصل ایجاد شده حکمرانی می کند.

ششمین ترفنند مخالفین محصولات ایرانی، حذف نام ایرانی کالا و فروش آن به نام خارجی و با نام خارجیست. با این ترفنند مصرف کننده نهایی هیچگاه در نخواهد یافت که یک کالای ایرانی مرغوب را با نام خارجی و با قیمت بسیار بالاتری خریداری نموده است. این ترفنند معمولاً با درخواست خریدار اصلی برای ذکر عنوان خارجی همراه است.

کم نیستند از این دست ترفنندها و شگردها و توطئه ها که متأسفانه توش و توان تولید کننده داخلی را مصروف کشف و خنثی سازی و مقابله با خود نموده و شرایط تولید و عرضه و همچنین ذهنیت و مقبولیت مصرف کننده را تحت الشعاع قرار می دهند.

برای توسعه سبد محصولات داخلی و مصرف هرچه بیشتر این محصولات به جهت حمایت از تولید و ایجاد اشتغال و توسعه کشور، لازم است علاوه بر توجه واقعی به منویات مقام معظم رهبری و سیاست های حمایتی دولت و تبلیغات صدا و سیما، موانعی کارساز و اساسی بر روش های تخریبی مخالفین استیلای وطن ایجاد نمود و با وضع و اجرای قوانینی کارآمد و به واقع حمایتی، راه را بر ورود ناعادلانه کالای خارجی تنگ نمود. این بدان معنی نیست که کالای مرغوب خارجی وارد نشود و یا اصلاً کالایی وارد نشود بلکه بر این معنی تأکید دارد که اولاً کالای وارداتی حتماً از مبادی قانونی و در شرایط مشابه واردات مواد اولیه وارد گردند و ثانیاً شرط ورود کالا، دارا بودن مرغوبیت باشد تا بازار رقابت سالم و عادلانه گردد.

همه هم حمایت از تولید باید جای خود را به اقدام به حمایت از تولید بدهد تا سودجویانی که سالیانی طولانی با واردات متخلفانه موجبات هدر رفتن سرمایه های ملی را فراهم نموده اند، ناچار به رعایت حقوق هم میهنان گردند و بجای رونق بخشیدن به بخش های تولیدی و بازرگانی بیگانگان، ارکان اشتغال و تولید و بازرگانی داخلی را تقویت نمایند و این محقق نخواهد شد مگر با تکرار این که:

آنچه از خاک تو رُست ای مرد حُر

آن فروش و آن بیوش و آن بخور