



طبق تعریف، اقتصاد مقاومتی یک نظریه جهانی است. اقتصادی مقاومتی دانسته می‌شود که با وجود همه موانع، مشکلات، تهدیدات و دشمنی‌ها به اهدافش برسد. بدین ترتیب با وجود تنوع در اهداف اقتصادی، همه ملت‌های مستقل و همه مدیران مدبر آنها به دنبال مقاوم‌سازی اقتصاد خود در مقابل موانع و مشکلات سخت (مانند جنگ، کمبود منابع، بلایای طبیعی و…) و موانع و مشکلات نرم (تخریب، بحران‌های اقتصادی جهانی و…) خواهند بود. از این مقدمه ۲ محور نتیجه می‌شود:محور اول آنکه در جمهوری اسلامی ایران نیز لازم است ساختار و سازوکارهای اقتصادی به نحوی اصلاح و تنظیم شود که با وجود همه مشکلات داخلی و خارجی از جمله شوک‌های نفتی، تحریم، بحران‌های اقتصادی خارجی، بلایای اقتصادی، امنیت غذایی و ارتقای کیفیت

انقلاب اسلامی که عبارتند از «راه عمومی»، «پیشرفت اقتصادی» و «استقلال اقتصادی» محقق شود. این امر مستلزم اصلاحاتی در سطوح سخت‌افزاری و نرم‌افزاری خواهد بود که برخی از آنها عبارت‌اند از اصلاح نظام بانکی، سازوکارهای اجرایی، فرهنگ اقتصادی، دانش و فناوری، مبارزه با مفساد اقتصادی، امنیت غذایی و ارتقای کیفیت تولید. بدین ترتیب ضمن افزایش کم و کیف تولید ملی، کشور در مقابل تکان‌های مختلف در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی مصون خواهد شد. محور دوم ضرورت توجه به تجربیات کشورهای دیگر در مقاوم‌سازی اقتصاد خود است. به طور کلی در اندیشه اسلامی بهره‌برداری از تجربیات بشری امری مطلوب دانسته می‌شود. بررسی و دقت در تجربیات اقتصادی کشورهای دیگر نیز می‌تواند درس‌ها و عبرت‌هایی را به همراه داشته باشد. منظور از درس‌ها، اقدامات مثبتی است که ملت‌های دیگر برای تقویت اقتصاد خود انجام دادند و البته اشتباهاتی که موجب تضییع منابع و کاهش توانمندی‌های اقتصادی آنها شده است نیز می‌تواند آینه عبرت قرار گیرد. این نوع مطالعه می‌تواند باعث تسریع در حرکت و جلوگیری از تکرار رفتارهای پرهزینه و کم منفعت شود. کتاب حاضر که با محوریت «بررسی تجربیات کشورهای پیشرفته در اقتصاد مقاومتی» تألیف شده است، از چند زاویه حائز اهمیت است که اولین آن دقت مولف در انتخاب کشورهاست. بررسی عملکرد کشورهای که هم اکنون در بالاترین رده‌های اقتصادی قرار قرار گرفته‌اند (ژاپن، چین، آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، هند، کره جنوبی، استرالیا و روسیه) نشان می‌دهد عنصر اصلی پیشرفت اقتصادی کشورهای پیشرفته جهان آن چیزی است که در ادبیات انقلاب اسلامی «اقتصاد مقاومتی» نامیده می‌شود. البته در این زمینه لازم است توجه شود که همه ابعاد عملکرد اقتصادی این کشورها در چارچوب ادبیات اقتصاد مقاومتی قرار نمی‌گیرد و اتفاقاً آنچه خارج از اندیشه مبنایی اقتصادمقاومتی در کشورهای مذکور صورت گرفته، به نسبت شدت و ضعفش اثراتی منفی در مسیر پیشرفت اقتصادی آنها داشته است (تنبیین این موضوع خود می‌تواند در قالب مطالعه دیگری صورت گیرد). نکته دیگر، محور اصلی بررسی در اقتصاد مورد مطالعه است. مولف محترم یکی از مهم‌ترین حوزه‌های عملکرد اقتصادی کشور‌های مورد نظر را مورد توجه قرار داده‌اند که عبارت است از «تقویت تولید ملی». این محور به قدری اهمیت دارد که در ادبیات نظری، به عنوان یکی از ۲ رکن اقتصاد مقاومتی معرفی می‌شود. از این جهت موضوع این کتاب خواسته یا ناخواسته با عنوان سال ۱۳۹۶ «اقتصادمقامتی- تولید- اشتغال» هماهنگ است (رکن «دولت» و «مردم» است. در ادبیات اقتصاد مقاومتی اگرچه مسؤولیت نهایی بر عهده دولت است، لکن مردم نیز باید با هدایت، پشتیبانی و نظارت دولت و حاکمیت به ایفای نقش بپردازند در نهایت به عنوان عضو کوچکی از جامعه علمی اقتصاد مقاومتی کشور ضمن تشکر از سرکار خانم سیدمحانیه مؤمنی بابت خلق این اثر ارزشمند و آرزوی تداوم توفیق برای ایشان و کسانی که به عنوان ۲۵ درصد از ایشان بوده‌اند و امید به ادامه ججدانه کار، معنای این کتاب را به همه علاقه‌مندان با انقلاب اسلامی و پیشرفت ایران

یک نفر در حال صحبت با تلفن همراه

یک نفر در حال صحبت با تلفن همراه در یک شرکت

یک نفر در حال صحبت با تلفن همراه در یک شرکت

متفقین باعث بروز فشار بیشتری بر مردم و دولت زاپن شده بود اما مردم و دولت زاپن با رویکردی منطقی که لاقل در بخش تقویت تولیدملی شباهت زیادی به برنامه‌های اقتصاد مقاومتی دارد و با همکاری یکدیگر، زاپن فقیر و ویران را به یکی از قدرت‌های اقتصادی و تولیدی جهان تبدیل کردند. با همکاری دولت، مردم و صنعت و نیز با توسعه فناوری‌های پیشرفته، زاپن به یکی از پیشگامان عمده در صنعت و فناوری دنیا تبدیل شد.

یکی از عوامل پیشرفت شگفت‌انگیز تولید ملی اقتصاد زاپن فرهنگ بالای تولید در مردم این کشور است. در این دهه‌ها مردم زاپن نه‌تنها برای سود تولید می‌کردند، بلکه تولید و کار را امری مقدس و ارزشمند می‌دانستند. ژاپنی‌ها همچنین برای ارتقای بهره‌وری و کارایی خود تلاش می‌کردند. آنها با کنجکولی به پیگیری مهارت‌ها و روش‌های مناسب‌تر برای کار و تولید می‌پرداختند. در واقع انگیزه نیروی کار ژاپنی برای بهبود کارایی خود، فراتر از آنکه تحت تأثیر نظام انگیزشی اقتصادی باشد به صورت درون‌زا و با انگیزه‌های شخصی صورت می‌گرفت. ارزش قائل شدن برای کار و تولید، تلاش مضاعف و نیز تلاش برای ارتقای دانش و مهارت ۳ ویژگی مهم نیروی کار ژاپنی است. در کنار فرهنگ تولیدی‌بالا، الگو و فرهنگ مصرف

صحيح نیز از کليدهای پيشرفت اقتصادی زاپن طی دهه‌های پس از جنگ دوم جهانی بوده است. ۲ ویژگی مهم مردم زاپن در حوزه مصرف عبارت بود از: قناعت و اعتدال در مصرف و تأکید بر مصرف کالاهای وطنی.

همچنین تأکید مردم زاپن بر مصرف کالاهای ساخت داخل طی دهه‌های اولیه پس از جنگ با هدف تقویت صنایع داخلی موضوعی مهم در پیشرفت اقتصادی این کشور محسوب می‌شود. این زمینه فرهنگی باعث شد دولت سیاست کاهش واردات از کشورهای دیگر را به منظور تقویت صنایع داخلی در زاپن با موفقیت اجرا کند، سیاستی که گاهی چنان افراطی محسوب می‌شد که با عنوان سیاست انزواطلبی از آن یاد شده است. تأمین بازار داخل برای تولیدات و محصولات ژاپنی نقطه انکایی مهم برای تقویت تولید ملی در زاپن محسوب می‌شود. اما بهترین مکمل برای فرهنگ اقتصادی قوی مردم زاپن سیاست‌های دولتی این کشور طی دهه‌های پیشرفت بوده، سیاست‌هایی که منجر به ارتقای دانش و فناوری و در نهایت رشد بالای تولید ملی در این کشور می‌شده است. در دهه‌های پیشرفت زاپن، رشد تولید ملی این کشور تا حد زیادی مرهون تقویت و توسعه صادرات آن بوده است. دولت زاپن با سیاست‌های مناسب علاوه بر تقویت صادرات، واردات کالا را محدود می‌کرد تا زمینه‌برای تقویت تولیدکنندگان ژاپنی فراهم شود. این دولت برای افزایش مزیت‌های صادراتی خود حتی بارها اقدام به کاهش ارزش پول ملی خود رین در مقابل دلار آمریکا) کرد تا کالای ژاپنی برای خریداران خارجی ارزان‌تر تمام شود و صادرات ژاپن افزایش یابد. در مقابل توسعه صادرات، دولتمردان ژاپنی بخوبی واقف بودند که نیازمند فناوری‌های موجود در سایر کشورهای پیشرفته هستند. از سوی دیگر به هیچ عنوان قصد نداشتند با آزادسازی واردات بازار مصرف تولیدات داخلی خود را دچار خطر کنند. به همین جهت بر واردات کالاهایی تمرکز کردند که هم‌زمان با ورود آنها انتقال فناوری نیز ممکن می‌شد. این کشور طی دهه‌های شکوفایی خود هرگز در صناعی که قدرت رقابت جهانی نداشتند، اجازه واردات آزاد را نداد و دائماً تا تحقق قدرت رقابتی بالا از صنایع خود حمایت کرد.

الگوی صادرات زاپن مبتنی بر صادرات کالاهای ساخته شده و با ارزش افزوده بالاست و نه بر صادرات مواد اولیه. درآمد بالایی ناشی از این الگو، دوباره برای رشد و توسعه کشور هزینه می‌شود. الگوی واردات مبتنی بر واردات مواد خام و مواد اولیه مورد نیاز صنایع این کشور است. اولویت در ذهن مدیران «تولید» است نه سود کوتاهمدت، بنابراین با پایین نگه داشتن قدرت خلق پول بانک‌ها، شرایط لازم را برای جهت‌دهی نقدینگی اضافه ایجاد شده به سمت تولید و سرمایه‌گذاری فراهم کرده است (در بند ۹ زیر آمده است). کلی اقتصاد مقاومتی -ابلاغیه مقام معظم رهبری در بهمن ماه ۹۲- نیز بر اصلاح نظام مالی کشور به نحوی که باعث جهت‌دهی منابع نقدینگی به سمت تولید شود، تأکید شده است.

■ **اقتصاد مقاومتی در زاپن**
کشور زاپن با داشتن تولید ناخالص داخلی به میزان ۴/۵ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۵ دومین قدرت اقتصادی دنیا پس از آمریکا بوده و در آسیا نیز رتبه اول را از این لحاظ دارد. این کشور در سال ۲۰۱۴ با نزدیک به ۵ تریلیون دلار در جایگاه سوم جهان پس از چین و آمریکا قرار گرفته است. زاپن در شرایطی جایگاه دارد که به عنوان یکی از قدرت‌های اقتصادی جهان تثبیت کرده‌است که به‌لحاظ منابع طبیعی

و نیز سرگذشت سیاسی شرایط بسیار نامطلوبی دارد. به لحاظ طبیعی این کشور منابع بسیار محدودی دارد و اکثر جزایر و خاک آن کوهستانی و انشغشانی است. به لحاظ سیاسی نیز شکست در جنگ دوم جهانی وضعيت اسفباری را برای این کشور رقم زد. پس از شکست در این جنگ زاپن با داشتن ۱۳ میلیون بیکار، شرایط بسیار سخت اقتصادی را تجربه کرد. کمبود مواد غذایی، تورم بسیار شدید تا حدی که حقوق افراد کفاف سیر کردن شکم‌شان را نمی‌داد و شکل گیری بازار سیاه تنها بخشی از مشکلات این کشور بود. این مسائل به علاوه ضرورت بازسازی کشور ناشی از خرابی‌های جنگ که منجر به ویرانی ۲۵ درصد از دارایی‌های غیرنظامی و نابودی ۴۱/۵ درصد از ثروت ملی این کشور شده بود و نیز مسؤولیت پرداخت غرامت به

یک نفر در حال صحبت با تلفن همراه

یک نفر در حال صحبت با تلفن همراه در یک شرکت

یک نفر در حال صحبت با تلفن همراه در یک شرکت

این کشور نیز موجب فراهم شدن منابع مالی و سرمایه‌ای کافی برای تولیدکنندگان ژاپنی شد. شبکه بانکی زاپن همگام با روحیه و فرهنگ اعتدال در مصرف و پس‌انداز مردم زاپن، با جمع‌آوری سرمایه‌های خرد و تخصیص تسهیلات به تولیدکنندگان، موتور محرک صنعت و فناوری این کشور محسوب می‌شد.

■ **اقتصاد مقاومتی در آلمان**

کشور آلمان با حدود ۳۹۰۰ میلیارد دلار تولید ملی، در جایگاه چهارم اقتصاد جهان قرار دارد. این کشور بزرگ‌ترین و قدرتمندترین اقتصاد در اروپا و منطقه یورو محسوب می‌شود و توانسته در پیشرفت اقتصادی گوی سبقت را از رقبای خود در اروپا برپاید.

تقویت صادرات (بویژه در حوزه‌های حساس و با ارزش افزوده بالا):نیمی از رشد اقتصاد آلمان در دهه‌های گذشته ناشی از صادرات است. مازاد تجارت خارجی، ۱۸۸ میلیارد یورو (۲۴۳ میلیارد دلار) یا ۷ درصد از تولید ناخالص داخلی است. از دیدگاه سران آلمان، صادرات قوی و مازاد تجاری زیاد نمانده‌ای قدرت اقتصادی هستند. به همین جهت سیاست‌های تشویقی جدی برای تقویت صادرات در این کشور طی ده‌ها سال پیگیری می‌شده‌است.

ارتقای دانش در کارگران: ارتقای بهره‌وری کارکنان و کارگران یکی از موضوعات مورد توجه دولت‌های آلمان بوده است. این مساله آن زمانی بیشتر خودنمایی می‌کند که در جریان بحران مالی ۲۰۰۸ غرب که آمریکا و اروپای غربی با مشکلات اقتصادی جدی روبه‌رو شدند، شرکت‌های آلمانی که به جهت کاهش تقاضا بیکار شده بودند، به جای اخراج کارکنان و کارگران خود، آنها را به دوره‌های آموزشی اعزام کردند و در واقع به جای کار و تولید، به ازای آموزش و ارتقای مهارت به کارکنان خود حقوق پرداخت می‌کردند. همین امر باعث شد پس از عبور نسبی از بحران و آغاز تولید، کارکنان و کارگران با مهارت و بهره‌وری بالاتری مشغول به کار شوند.

مدیریت واردات: اگرچه اقتصاد آلمان در دوره شکوفایی نوین خود اقدام ویژه‌ای برای کنترل واردات صورت نداد و بخش مهمی از پایه‌های تولیدی آن در دهه‌های پیش‌تر اتفاق افتاد اما این کشور با یارانه‌های صادراتی و به طور هم‌زمان تعرفه‌های وارداتی شرایط را برای تقویت تولید ملی و ارتقای صادرات خود و در مقابل کاهش واردات فراهم کرد.

کار و کارپرستی: مطالعات جامعه‌شناختی نشان می‌دهد فرهنگ کار در میان جامعه آلمان به یک ارزش تبدیل شده است. در نزد مردم آلمان کار عیار اخلاقی دارد. بدین معنا که به صورت احساس وظیفه شدید و محکمی درآمده است. در این فرهنگ کار یک وظیفه است و نه فقط یک اشتغال. کارگر آلمانی غرور و افتخار سنتی و شغلی خود را در کارکردن می‌یابد و آن را به منزله امتیاز تلقی می‌کند و همه چیز را از دیدگاه کار ارزیابی می‌کند.

مدیریت و روح ابتکار و اختراع: یکی دیگر از ویژگی‌های فرهنگی جامعه آلمان، حاکمیت روحیه ابتکار، خلاقیت و اختراع است. در واقع ذات و فرهنگ اقتصاد دانش‌پنیا در نخبگان این کشور ملکه شده؛ به نحوی که موتور اصلی پیشرفت اقتصادی این کشور را طی ده‌های اخیر تشکیل داده است. نتیجه این امر تقویت صادرات دانش‌پنیا آلمان بوده که به ارتقای قدرت اقتصادی آن کمک جدی کرده است.

پس‌انداز و سرمایه‌گذاری: مطالعات زیادی انجام شده که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی نقش مهمی در پیشرفت اقتصادی آلمان پس از جنگ داشته است. این منابع سرمایه‌ای از محل پس‌اندازهای بخش سپس جهت‌دهی این منابع به سمت تولید شکل گرفته است. به‌طورکلی آلمانی به ذخیره کردن و صرفه‌جویی گرایش دارد. آلمانی از تاریخ گذشته خود آموخته است که قانع زندگی کند و تا آنجا که ممکن است ثروتمند شود. با افزایش سطح درآمد عمومی، مردم آلمان آموختند چگونه زیاد پس‌انداز کنند و بر اثر افزایش آهنگ پس‌انداز، چگونگی سرمایه‌گذاری‌های زیاد و پیشرفت‌های سریع اقتصادی کنند و افزایش ثروتمندی را تحقق بخشند (برگرفته از کتاب روح ملت‌ها، نوشته آندره زیگفرد- جامعه‌شناس و اقتصاددان فرانسوی- ترجمه دکتر احمد آرام- صفحات ۱۸۹ تا ۱۹۷).

الگوی صحیح مصرف: آلمان‌ها در مصرف نیز از الگوی سال‌های بعد به مرور بهبود یافته، سال ۱۹۹۵ به حدود ۱۳۲ لیتر، سال ۲۰۰۰ به حدود ۱۲۹ لیتر و سال ۲۰۰۵ به حدود ۱۲۷ لیتر رسیده است.

فرهنگ حمایت از تولید ملی: اگرچه کشور آلمان هم‌اکنون سیاست‌های جدی برای کنترل واردات اتخاذ نمی‌کند اما به صورت دائم اثر تجاری آن مثبت است. این بدان معناست که مجموعه سیاست‌های اقتصادی این کشور و نیز فرهنگ اقتصادی توده مردم به نفع تولید و صادرات و علیه واردات عمل می‌کند. به عنوان مثال طی سال‌های بحران اقتصادی غرب (سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰) مشاهده می‌شود مردم آلمان از مصرف کالاهای خارجی که گاهی دارای اختلاف قیمت و کیفیت فاحش نیز هستند به قصد کمک به تولیدکننده هموطن خود خودداری

مروری بر کتاب «اقتصاد مقاومتی در کشورهای پیشرفته»

نمونه‌های اقتصاد مقاومتی

- دکتر حجت‌الله عبدالملکی *

اقتصاد مقاومتی

اساس نظریه اقتصاد متعارف (غربی)، اثرات اشاعه‌ای اقتصاد از مرکز به سمت پیرامون صورت می‌گیرد. تأکید دولتمردان چینی بر ارتقای توان کشورزنان و روستاییان از طریق توسعه آموزش و پشتیبانی‌های فنی، بازاریابی و… باعث شد اقتصاد روستایی این کشور به موتور اصلی برای توسعه آن تبدیل شود. این رویکرد موجب شده تنها به لحاظ تأمین غذا و پوشاک وضعیت چین به سرعت بهبود یابد، بلکه بعدها بخش عمده محصولات صنعتی صادراتی این کشور نیز از مبدأ روسا اتفاق بیفتد تا جایی که هم‌اکنون برخی تجهیزات پیشرفته نیز در روستاها (در قطعات منفصل و در خانه‌های کوچک) تولید و پس از مونتاژ صادر می‌شود. البته در کنار سیاست‌های اقتصادی مناسب، نوع نگاه مردم چین به اقتصاد و عملکرد آنها مهم‌ترین عامل پیشرفت اقتصادی این کشور بوده است. یکی از مشخصه‌های مردم چین، فرهنگ بالای کار و تلاش است. مردم این کشور تحت تأثیر فرهنگ کنفوسیوسی، مردمی اهل کار هستند. بر اساس همین فرهنگ بود که چینی‌ها پذیرفتند سال‌ها با درآمد کم کار کنند و اجازه دهند ثروت‌های تولید شده آنها به سرمایه تبدیل شود. فرهنگ مصرف چینی‌ها هم هم‌راستا با برنامه‌های تقویت تولید ملی عمل می‌کند. مردم چین اهل صرفه‌جویی هستند و اسراف نمی‌کنند. حتی در سال‌های اخیر که این مردم صاحب یکی از بزرگ‌ترین و پیشرفته‌ترین اقتصادهای جهان شده‌اند، باز هم فرهنگ مصرف چینی (و عدم اسراف) را فراموش نکرده‌اند. مردم چین از وسایل زاید اطراف و منزل خود، کالاهای مفیدی تولید می‌کنند که می‌تواند بخشی از نیازهای آنها را تأمین کند. چینی‌ها در مصرف غذا هم بهینه عمل می‌کنند. نظام تغذیه چینی‌ها عمدتاً مبتنی بر سنت‌های این کشور است و با وجود تلاش غربی‌ها، الگوی مصرف غذا در این کشور چندان تغییر نکرده است. به عنوان مثال در این کشور حدود ۳۰۰ رستوران مک‌دونالد وجود دارد، یعنی تقریباً به ازای ۴ میلیون نفر یک رستوران. مردم چین عمدتاً به دنبال برند و مارک‌های مشهور نیستند و جز فروشگاه‌های بزرگ و ویژه اثری از این محصولات و برندها در چین دیده نمی‌شود. درباره لوازم الکترونیکی مانند موبایل هم مردم مصرف مردم چین انقدر ساده است که گویی از فناوری روز این دستگاه‌ها که خودشان آن را برای کل جهان تولید می‌کنندمی‌خرند.

■ **اقتصاد مقاومتی در روسیه**

اگرچه روسیه در سال ۲۰۱۵ با تولیدی معادل ۱۳۳۰ میلیارد دلار، امریکابه لحاظ ارزش اسمی تولیدات در جایگاه ۱۲ جهان قرار داشته است اما با در نظر گرفتن معیار برابری قدرت خرید این کشور با تولیدی حدود ۳۵۰۰ میلیارد دلار در همین سال در جایگاه ششم جهان قرار داشته است. این کشور در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ به لحاظ میزان اثر بر رشد اقتصاد جهانی در جایگاه چهارم جهان قرار داشته است. رئیس جمهور روسیه معتقد است این کشور بیش از اندازه به صادرات نفت خام و گاز وابسته است. این در حالی است که خام‌فروشی این در محصول تنها ۳۸ درصد از کل صادرات این کشور را شامل می‌شود. با این حال روسیه برنامه‌های مهمی برای کاهش وابستگی به نفت و گاز خام و تبدیل اینن دو ماده طبیعی مهم به منبعی برای توسعه صنعتی خود اجرا کرده و با اعمال تحریم‌های غرب در سال‌های اخیر، اقدامات مهمی برای تسریع در این موضوع در دست اجرا دارد. سیاست‌گذاران و مدیران روسیه بخش زیادی از سیاست‌های اقتصادی خود را بر تقویت تولید ملی و افزایش رفاه شهروندان متمرکز کرده‌اند. سیاست‌های ارزی، سیاست‌های تجاری، سیاست‌های علم و فناوری، برنامه‌های مربوط به تقویت زیرساخت‌ها و… عمدتاً با نگاه به تولید ملی و نحوه اثرگذاری آنها بر این رکن اساسی قدرت اقتصادی تنظیم شده است. افزایش حقوق بازنشستگان، ساخت و تکمیل زیرساخت‌های حمل‌ونقل، ایجاد مراکز آموزش عالی با امکانات کامل، سرمایه‌گذاری جدی و موثر در آموزش و پرورش و… از جمله برنامه‌های این کشور طی سال‌های پس از فروپاشی شوروی بوده است که نقش مهمی در تبدیل شدن این کشور به یکی از ۶ بازیگر عمده اقتصاد جهانی در هزاره سوم داشته است. یکی از سیاست‌های مهم کشور روسیه در مقابله با تحریم‌ها، حمایت از بنگاه‌های آسیب دیده در جریان تحریم‌هاست. از جمله اقدامات کرملین در این ارتباط ایجاد صندوقی برای حمایت از این بنگاه‌هاست. این صندوق که با مازاد بودجه دولت تأمین مالی شده است، به سرمایه‌ای بالغ بر ۱۰۰ میلیارد روبل کار خود را آغاز کرده است تا با اموری از جمله تأمین مالی و تملک مطالبات این شرکت‌ها، قدرت اقتصادی آنها برای ادامه فعالیت در شرایط تحریم را فراهم کند.

■**اقتصاددانان، دانشیار دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، کارشناس اقتصادمقاومتی**

