

گفت و گو با «نوید ایزدپناه» مدیرعامل شرکت صنایع استیل البرز، عضو هیئت مدیره انجمن لوازم خانگی ایران و عضو کمیسیون صنایع اتاق ایران

تابع هدف ما چیست؟

ساختار شرکت‌ها در کشورمان یک ساختار کوتاه‌مدت است و در حدود ۷۰-۶۰ سال با ساختارهای شرکتی در دنیا فاصله دارد. به‌طورکلی در کشور ما شرکت‌های اندکی وجود دارند که بیش از ۶۰-۵۰ سال از عمر آن‌ها گذشته باشد و یک بحران مالکیتی را سپری نکرده باشند. تکنیک‌های حقوقی جدیدی که امروز در دنیا برای ادامه و حیات مجدد شرکت‌ها وجود دارد، در کشورمان بسیار کم است؛ قانون ورشکستگی اشکالات بسیار زیادی دارد و قانون تجارت نیز نیازمند اصلاحات بزرگی است.

امروزه حجم تولید و امکان دسترسی به بازارهای جهانی، امکان دسترسی به زنجیره تأمین جهانی، امکان استفاده از بازارهای مالی جهانی و امکان استفاده از داشته‌های تکنولوژی، فاکتورهای چهارگانه امر رقابت‌پذیری در دنیای اقتصاد است، ولی متأسفانه نوع سیاست‌گذاری‌ها، محدودیت‌ها و تصمیم‌های دولتی، امکان ورود و تبادل کالا در بازارهای بین‌المللی را از تولیدکنندگان ما می‌گیرد.

ما در ۲۰-۱۵ سال گذشته، از اکثر بازارهایی که امکان حضور در آن‌ها را داشتیم، حذف شده‌ایم. مقررات‌زدایی، حفاظت‌های حقوقی، امکان برقراری ارتباط با بازارهای جهانی و شانس حضور و موفقیت در بازارهای رشدی از مهم‌ترین روش‌های حمایتی از شرکت‌های کوچک و متوسط است. مهم‌ترین حمایت‌ها و کمک‌های دولتی به بنگاه‌ها در کشور در سطوح مختلف عبارت است از: دست برداشتن از قیمت‌گذاری دستوری، فراهم آوردن امکان تبادل با جهان، حذف یارانه‌های مخفی و اصلاح ساختار مجوزی.

نکته مهم این است که مزیت‌های تولید در دنیا، دایم در حال تغییر است و در مقیاس اقتصاد بین‌المللی باید بدانیم و بگوییم که تابع هدفمان چیست؟ در ادامه شرح کامل گفت‌وگویی ما با نوید ایزدپناه، مدیرعامل شرکت صنایع استیل البرز، عضو هیئت‌مدیره انجمن لوازم خانگی ایران و عضو کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران را بخوانید.



◆ به نظر می‌رسد تمرکز تولیدات صنعتی عمدتاً در نگاه به بازار داخلی است، ارزیابی شما از چگونگی جهت‌گیری‌های دولتی در تولید صنعتی چیست؟

جهت‌گیری تولید صنعتی در کشور ما بر اساس نگاه سیاست‌گذار و یک نگاه کمونیستی است. مبنای اصلی تولید در نگاه کمونیستی، رفع نیاز مصرف داخل است، پس وقتی این دیدگاه حاکم باشد، می‌گویند آن چیزی باید در داخل مصرف شود که در داخل هم تولید می‌شود؛ یعنی یک محدودیت بین تولید و مصرف داخل ایجاد می‌کند که این محدودیت دوطرفه است. پس با این دیدگاه تمایلی برای صادرات وجود ندارد (البته شعارها را کنار می‌گذاریم) و حاکمیت احساس می‌کند هر نوع تبادل با دنیای بیرون محدودیت‌هایی به وجود می‌آورد و قدرتش را تضعیف می‌کند.

در نتیجه با توجه به سیاست‌های دولت، تولیدکننده داخلی عملاً مجبور می‌شود که در زمان اندیشیدن به سرمایه‌گذاری و تولید، عمده توان، پاسخگویی و توجه خود را برای نیاز داخلی بگذارد؛ چون نوع سیاست‌گذاری‌ها، محدودیت‌ها و کارهایی که دولت انجام می‌دهد امکان ورود و تبادل کالا در بازار بین‌المللی را از تولیدکننده می‌گیرد.

♦ ارزیابی شما از چگونگی ساختار شرکتها در ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته صنعتی چیست؟

ساختارهای شرکتی در کشور ما چیزی حدود ۶۰ یا ۷۰ سال با ساختارهای شرکتی در دنیا فاصله دارد؛ برای مثال ما اساساً در طبقه‌بندی شرکتی «ساختار بدهی» نداریم و شرکت‌های با عمر بالای ۱۰۰ سال در ایران وجود ندارند و یا بسیار محدود هستند. وقتی یک ساختار شرکتی ایجاد می‌شود باید آن شرکت توانایی ادامه فعالیت بعد از بنیان‌گذار هم داشته باشد، متأسفانه مکانیزم حقوقی کشور ما آن قدر نابسامانی دارد و قوانین حقوقی کشور ما از انسجام لازم برخوردار نیست که عمر شرکت‌ها نهایتاً به ۴۰ تا ۵۰ سال می‌رسد و شرکت‌های با قدمت بیشتر شرکت‌های بسیار خاصی هستند و معمولاً تجربه دولتی و مصادره شدن دارند.

به‌طورمعمول شرکت‌های بسیار اندکی وجود دارند که بیش از ۵۰ تا ۶۰ سال از عمر آن‌ها گذشته باشد و یک بحران مالکیتی را سپری نکرده باشند. این موضوع ناشی از این است که مجموعه قوانینی که در کشور وجود دارد توجه کمی به نظام شرکتی دارند، همچنین قوه قضاییه ما از استقلال و حمایت لازم برای ادامه فعالیت نهادهای اقتصادی برخوردار نیست. بسیاری مواقع سیاست‌های حاکمیتی کشور جلوی حاکمیت شرکت می‌ایستند و این امر تقابل منافع سیاست‌گذار با حاکمیت شرکتی را به همراه دارد؛ در واقع سیاست‌گذار احساس می‌کند منافعی دارد و این منافعی با حاکمیت شرکتی در تضاد است، در نتیجه باعث می‌شود حاکمیت شرکتی ضعیف، عمر شرکت‌ها کوتاه و امکان رقابت آن‌ها در جامعه بین‌المللی از بین برود.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های ساختاری شرکت‌های بزرگ دنیا؛ ساختار مالکیت و مدیریتی آن‌هاست که خیلی شفاف است و ویژگی دوم ساختار بدهی آن‌هاست، ساختار بدهی شرکت‌ها در کشور ما یا بدهی از سهامدار است یا غیره و این در حالی است که در دنیا رده‌بندی ساختار بدهی وجود دارد. به همین دلیل شرکت‌ها در دنیا می‌توانند برای زنده ماندن از روش‌های مختلف ایجاد بدهی برای خودشان استفاده کنند، اما در کشور ما اگر یک شرکت با مشکلات مالی مواجه شود، امکان استفاده از ساختار بدهی برایش وجود ندارد.

یکی دیگر از ویژگی‌های ساختاری شرکت‌های دنیا، پدیده‌ای به نام Merge است که مانند ترکیب شدن، وصل شدن و تحت کنترل قرار گرفتن است که این موارد نیز در قوانین حاکمیت شرکتی ما خیلی جایگاه مشخصی ندارد؛ به عبارتی تکنیک‌های حقوقی جدیدی که امروزه در دنیا برای ادامه و حیات مجدد شرکت‌ها وجود دارد، در کشور ما کم است، قوانین ورشکستگی در کشور ما اشکالات بسیار زیادی دارد؛

برای مثال رتبه‌بندی کنترلی در این قوانین وجود ندارد؛ به‌طوری‌که اگر یک شرکت در کشور ورشکست شود، عملاً نابود می‌شود، درحالی‌که در دنیا مکانیزم‌های مختلفی برای تغییر مدیریت در قوانین ورشکستگی آن‌ها وجود دارد که از کسب‌وکارها حمایت می‌کنند تا زنده بمانند.

آخرین نکته موضوع قانون تجارت است که باید اصلاحات بزرگی در آن اتفاق بیفتد و علی‌رغم پیشنهادات اصلاحی زیادی که با توجه به تحولات ۶۰ سال گذشته در قوانین تجارت بین‌الملل، داده شده، متأسفانه هنوز جایگاه خودش را پیدا نکرده است.

در مجموع موارد فوق باعث شده که ساختار شرکت‌ها در کشور ما یک ساختار کوتاه‌مدت باشد.

♦ در مورد روند توان رقابت‌پذیری تولیدات صنعتی کشور چه توضیحاتی ارائه می‌فرمایید؟

مهم‌ترین موضوع در توان رقابت‌پذیری تولیدات، اصطلاحاً Economies of Scale یا حجم تولید است. به عبارتی وقتی کسی بخواهد یک محصول رقابتی در دنیا تولید کند، اولین نقطه‌ای که وجود دارد Economies of Scale است؛ برای مثال توان رقابتی یک یخچال سازی که ۱۰۰ هزار یخچال تولید می‌کند با کسی که ۱۰ میلیون یخچال تولید می‌کند اصلاً قابل مقایسه نیست.

امروزه یکی از موضوعات مهم اقتصادی مطرح در دنیا، حجم تولید یک کارخانه است. بدون شک وقتی حجم تولید یک کارخانه از یک حدی بیشتر می‌شود، به این معنی است که شرایط موفق‌تری در زنجیره تأمین آن کارخانه وجود داشته، هزینه‌های تحقیق و توسعه آن کنترل می‌شود، هزینه‌های تولید آن شرایط رقابت‌پذیری بسیار بهتری خواهد داشت، شرایط حضور در بازار و خدمات پس از فروش خاص‌تری دارد و منابع مالی را بهتر می‌تواند تقسیم‌بندی کند.

• یکی از مهم‌ترین فاکتورهای امروزه رقابت‌پذیری در دنیای اقتصاد، حجم تولید و امکان دسترسی به بازارهای جهانی برای فروش آن تولیدات است، پس حجم تولید زمانی معنادار می‌شود که توان حضور و فروش کالا در بازار جهانی وجود داشته باشد. متأسفانه ما در ۲۰ - ۱۵ سال گذشته از اکثر بازارهایی که امکان حضور در آن‌ها را داشتیم، حذف شده‌ایم. • فاکتور دوم بعد از حضور و فروش، امکان دسترسی به زنجیره تأمین جهانی است؛ به عبارتی اگر فرض کنید یک قطعه را سه کمپانی در دنیا با حجم تولید متفاوت تولید می‌کنند، آیا کشور ما در زنجیره تأمین در دنیا می‌تواند از آن‌ها کالا خرید کند؟ اگر پاسخ منفی باشد، بدون شک با بقیه تولیدکنندگان دنیا هم توان رقابت نخواهیم داشت. به این دلیل که امروزه

به‌طورمعمول شرکت‌های بسیار اندکی وجود دارند که بیش از ۵۰ تا ۶۰ سال از عمر آن‌ها گذشته باشد و یک بحران مالکیتی را سپری نکرده باشند. این موضوع ناشی از این است که مجموعه قوانینی که در کشور وجود دارد توجه کمی به نظام شرکتی دارند، همچنین قوه قضاییه ما از استقلال و حمایت لازم برای ادامه فعالیت نهادهای اقتصادی برخوردار نیست.



◆ امکان‌پذیری توسعه صنعتی کشور بدون حضور مؤثر در شبکه جهانی تولید و تجارت را با چه رویکردها و راه‌کارهایی میسر می‌دانید؟

امکان توسعه صنعتی وجود دارد، اما وقتی به بازارهای جهانی وصل نیستیم، بدون شک سرعت توسعه صنعتی ما از توسعه صنعتی جهان خیلی کمتر خواهد بود؛ به عبارتی وقتی بعد از یک مدتی برای مثال بعد از بیست سال که ارتباط صنعتی قطع شده است، مقایسه محصول تولیدی داخل با محصول جهانی بیشتر شبیه «جوک» می‌ماند و قابل قیاس نیست. با قطع ارتباط صنعتی اگر در سال توان بهینه‌سازی ۲ درصد محصول در داخل وجود داشته باشد، در دنیا این توان به ۱۰ درصد می‌رسد. در نتیجه وقتی این موضوع را در یک فاکتور مثلاً بیست‌ساله به توان برسانید، فاصله محصول داخلی با خارج از کشور ۵ یا ۱۰ برابر می‌شود و بعد از یک مدت مثلاً ۲۰ یا ۳۰ ساله کیفیت محصولی که تولید کرده‌اید در مقابل محصولات جهانی قابل‌مقایسه و رقابت نیست.

◆ به‌رحال اشخاصی که روی شرکت‌های کوچک و متوسط تمرکز دارند، نیازمند حمایت و راه‌هایی برای تقویت و اطمینان از بازگشت سرمایه خود هستند، شما با نگاه به تجربه کشورهای پیشرو، حمایت دولت از بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

• مهم‌ترین روش حمایتی که در دنیا برای بنگاه‌های کوچک

تولیدکنندگان بعضی از کالاها در دنیا به علت قیمت‌گذاری و حجم تولید، خیلی محدود شده‌اند؛ به‌عنوان مثال تعداد تولیدکنندگان پنل تلویزیون در دنیا کمتر از انگلستان یک دست هستند، بنابراین با فرض امکان تولید پنل تلویزیون در ایران و امکان صادرات آن اگر امکان دسترسی به زنجیره تأمین جهانی وجود نداشته باشد، بحث رقابت‌پذیری نیز خودبه‌خود حذف خواهد شد.

• سومین فاکتور در رقابت‌پذیری در دنیا، امکان استفاده از بازارهای مالی بین‌المللی است که متأسفانه ما امکان استفاده از این بازارها برای تأمین منابع مالی را نداریم و تقریباً امکان دسترسی منابع مالی ما به تمامی بازارهای بین‌المللی مالی در دنیا حذف شده است.

• آخرین فاکتور که در واقع کوچک‌ترین (ابتدایی‌ترین امکان) فاکتور است، استفاده از داشته‌های تکنولوژی است؛ اگر بخواهیم در یک صنعت خاص در دنیا رقابت کنیم باید امکان استفاده از پروژه‌های روز دنیا و حضور و آموزش متخصصان به‌روز دنیا در کشور و برعکس کارکنان ما در کشورهای مختلف وجود داشته باشد. متأسفانه در حال حاضر در مورد اکثر تکنولوژی‌های روز دنیا به‌خصوص تکنولوژی‌های خاص (برای مثال صنعت لوازم خانگی) محدودیت‌های انتقال و استفاده برای کشور ما وجود دارد و اساساً امکان آموزش پرسنلی هم برای تولیدکنندگان در کل صنایع کشور خیلی مقدور نیست.

نسبت به شرکت‌های بزرگ از مزیت چابکی برخوردارند، اما لازمه چابکی، داشتن خلاقیت و شناخت بازارهای هدف است؛ لذا با وجود محدودیت‌هایی که برای این شرکت‌ها در مورد ارتباط با بازارهای جهانی ایجاد می‌شود، فرصت‌های اصلی از شرکت‌های کوچک و متوسط گرفته می‌شود. شرکت‌های بزرگ نمی‌توانند وارد یک بازار کوچک شوند، ولی شرکت‌های کوچک می‌توانند به نقاط مختلف دنیا رفته و فرصت‌های مصرف‌کننده و نیازهای بازار را شناسایی کنند و نقطه زنی کنند و این‌ها لحظه‌های رشد آن‌ها می‌شود. حالا اگر حجم نقطه زنی شرکت‌ها به دلیل محدودیت ارتباط جهانی کاهش پیدا کند، عملاً ریسک کسب‌وکار آن‌ها افزایش پیدا می‌کند.

• روش بعدی که برای حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط در دنیا وجود دارد، وقتی بازار رو به رشد است، شرکت‌های بزرگ لختی بیشتری برای رشد و پیدا کردن بازارهای جدید در خود کشور دارند. در مقایسه شرکت‌های کوچک و متوسط شانس بیشتری در بازارهای در حال رشد دارند، اما از آنجاکه اقتصاد کشور ما در ۱۰ سال گذشته رشد آن‌چنانی نداشته است، شانس موفقیت در بازارهای رشدی که یکی از مهم‌ترین نقطه‌های موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط است، کاهش پیدا کرده است.

و متوسط وجود دارد، مقررات‌زدایی است. مقررات‌زدایی، ریسک‌های غیرلازم را برای شرکت‌های کوچک و متوسط به حداقل می‌رساند. از آنجایی که شرکت‌های کوچک و متوسط نسبت به شرکت‌های بزرگ بیشتر درگیر یک سری از قوانین لحظه‌ای می‌شوند، بنابراین دامنه ریسک آن‌ها افزایش پیدا می‌کند و این امر حجم تغییر مقررات را برای این شرکت‌ها کم می‌کند. متأسفانه در ۱۰ سال گذشته، تعداد بخشنامه‌ها و مقررات در کشور ما بسیار بیشتر شده و در نتیجه ریسک شرکت‌های کوچک و متوسط بالا رفته است. پس اولین اقدام این است که تغییرات مقرراتی را برای این شرکت‌ها کاهش دهیم.

• روش حمایتی دومی که برای شرکت‌های کوچک و متوسط در دنیا وجود دارد، حفاظت‌های حقوقی است. از آنجاکه شرکت‌های بزرگ ساختارهای حقوقی پیچیده‌تری دارند، در نتیجه در زمان بروز مشکلات حقوقی بهتر می‌توانند مدیریت کرده و از خودشان حمایت کنند، اما متأسفانه شرکت‌های کوچک و متوسط آسیب‌پذیری بیشتری در برابر مشکلات حقوقی و مالکیتی دارند. در بیشتر نقاط دنیا، حمایت‌های حقوقی را برای شرکت‌های کوچک و متوسط افزایش می‌دهند.

• سومین روش امکان برقراری ارتباط با بازارهای جهانی است. همان‌گونه که می‌دانید شرکت‌های کوچک و متوسط



• چهارمین مورد هم بحث مجوزهاست. حاکمیت در کشور ما به دلیل وجود یارانه‌ها، محدودیت‌ها، ارتباطات و خیلی موارد دیگر با «ساختار مجوزی» رانت‌های عجیب ایجاد کرده است، لذا حاکمیت باید بتواند ساختار مجوزی خود را اصلاح کند که این امر موجب می‌شود تولد در اقتصاد اتفاق بیفتد.

انجام تحقیقات جدی و تعمیق امر تحقیق و توسعه در بنگاه‌های کوچک و حتی متوسط فراتر از توان این‌گونه شرکت‌هاست، برای تقویت این امر مهم در بنگاه‌های کوچک و متوسط و به عبارتی محافظت از آن‌ها در مسیر تحقیق و توسعه در حال حاضر، چه حمایت‌هایی از طرف دولت می‌شود و شما در این زمینه چه پیشنهادات قابل توجهی را ارائه می‌نمایید؟

دولت اول باید اجازه باز کردن اقتصاد را صادر کند. زمانی که اقتصاد باز می‌شود بنگاه اقتصادی می‌تواند کالاهایی که با تحقیق و توسعه تولید می‌کند را در نقاط مختلف دنیا به فروش برساند و سریع‌تر هزینه تحقیق و توسعه به بنگاه برگشت داده شود.

دوم موضوع قیمت‌گذاری است. بنگاه‌ها در کشور روی یک کالا تحقیق و توسعه می‌کنند و هزینه‌هایی را متحمل می‌شوند، اما وقتی می‌خواهند کالایی که تحقیق و توسعه روی آن انجام شده را با قیمت بهتری بفروشند، دولت اجازه فروش با قیمت دیگری را نمی‌دهد، پس قیمت‌گذاری دستوری دشمن تحقیق و توسعه است.

♦ **ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک در عرصه تحقیق و توسعه بویژه در حوزه تولید را چقدر مناسب و ممکن می‌دانید و آیا این امر می‌تواند در ایجاد روحیه کارآفرینی و روبه‌رو شدن با نیازهای تحقیق و توسعه خاص کشور مفید باشد؟**

خیر، به خاطر اینکه کم بودن تحقیق و توسعه و یا نیاز به آن، علت نیست بلکه معلول است. علت بازار جهانی و ارتباط با آن، فروش کالا، آزادی قیمت، حذف ساختار یارانه‌ای و ایجاد مجوزهاست و در آخر لازمه زنده ماندن استفاده از تحقیق و توسعه است. ما اگر علت را اصلاح نکنیم تغییری اتفاق نمی‌افتد. برای شما یک مثال بزنم، «شخصی خیلی علاقه به داشتن یک تکه زمینی که داخل آن کلی پرنده باشد، داشت و مرتب پرنده می‌آورد و آنجا رها می‌کرد و پرنده‌ها هم از آنجا می‌رفتند. یک نفر به او گفت که وجود پرنده در این باغ معلول است و اگر شما در داخل این زمین ۱۰۰ درخت بکارید بعد از مدتی اینجا پر از پرنده می‌شود و...»

وقتی محیط مناسب به وجود آید، اکوسیستم خودبه‌خود

♦ **عوامل مؤثر بر شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب بنگاه‌های کوچک و متوسط کدامند؟**

اصلی‌ترین مواردی که در شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب بنگاه‌های کوچک و متوسط مؤثر است، چهار موردی است که در سؤال قبل به آن اشاره شد، بنابراین شکاف ایجاد شده موجود، زمانی برطرف می‌شود که روش‌های حمایتی که در سؤال قبل به آن اشاره شد در کشور ما نیز انجام شود.

♦ **مطلوب‌ترین کمک‌های دولتی به بنگاه‌های اقتصادی در سطوح مختلف که کارکرد تعیین‌کننده‌ای دارد را چه کمک‌ها و حمایت‌هایی می‌دانید؟**

این سؤال را با جمله استاد بزرگ علم اقتصاد، «میلتون فریدمن» پاسخ می‌دهم. ایشان معمار اقتصاد در غرب است و می‌گوید «دولت‌ها بهترین کاری که می‌توانند انجام دهند این است که هیچ کاری انجام ندهند».

با همان نسخه فریدمن به اعتقاد من دولت در ایران باید چند کار مشخص انجام دهد:

• اول اینکه دست از قیمت‌گذاری بردارد؛ قیمت‌گذاری علامت غلطی در اقتصاد است. وقتی که حاکمیت شروع به قیمت‌گذاری می‌کند، تولید را محدود می‌کند و وقتی تولید محدود شود یک بازار سیاه به وجود می‌آید که قیمت در واقعیت برای مصرف‌کننده بیشتر می‌شود.

• دوم اینکه امکان تبادل با جهان را فراهم آورد و مشکل خود را با دنیا حل کند؛ تا زمانی که امکان تبادل با جهان وجود نداشته باشد، تمام مشکلاتی که در بالا به آن اشاره شد هم برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، هم برای بنگاه‌های بزرگ و هم اقتصاد به وجود می‌آید.

• سومین اقدامی که حاکمیت باید به سرعت برای رشد اقتصادی و کمک به تولید کشور انجام دهد این است که از یارانه‌های مخفی خارج شود؛ هر نوع یارانه‌ای یک کاهش بهره‌وری در اقتصاد به وجود می‌آورد. البته به اتفاق نظر همه اقتصاددانان، امکان ندارد که یک‌باره یارانه‌ها را تغییر داد بلکه باید به سمت این مسیر حرکت کرد. برای مثال بزرگ‌ترین یارانه مخفی ما بنزین است. همچنین ناترازی عامل‌های انرژی در کشور، یا یارانه‌هایی که دولت در زمینه حمل‌ونقل در نظر می‌گیرد که خیلی منطقی نیست. یارانه‌هایی که به ساختار تأمین اجتماعی و شبکه بانکی در کشور داده می‌شود، در اقتصاد کشور ایجاد اشکال می‌کند و مثال‌های دیگری که روی هر کدام می‌توان ساعت‌ها بحث نمود. در مجموع با ابزارهای یارانه‌ای که دولت دارد، اقتصاد را غیر بهره‌ور و در نتیجه رقابت‌پذیری در اقتصاد را ضعیف می‌کند.

تکنیک‌های

حقوقی جدیدی

که امروزه در

دنیا برای ادامه

و حیات مجدد

شرکت‌ها وجود

دارد، در کشور ما

کم است، قوانین

ورشکستگی در

کشور ما اشکالات

بسیار زیادی

دارد؛ برای مثال

رتبه‌بندی کنترلی

در این قوانین

وجود ندارد؛

به طوری که اگر

یک شرکت در

کشور ورشکست

شود، عملاً

نابود می‌شود،

در حالی که در

دنیا مکانیزم‌های

مختلفی برای

تغییر مدیریت

در قوانین

ورشکستگی آن‌ها

وجود دارد که

از کسب‌وکارها

حمایت می‌کنند تا

زنده بمانند.

فعال می‌شود. اکوسیستم تحقیق و توسعه، در فضایی به وجود می‌آید که شرایط و علت‌های به وجود آمدن آن ایجاد شده باشد و مهم‌ترین آن هم امکان تبادل است.

◆ نظر شما در مورد الگو یا الگوهای تولید در کشور و تغییرات ساختاری لازم در آن‌ها چیست؟

به اعتقاد من مهم‌ترین الگوی تولید در ایران که قبلاً هم در مورد آن صحبت می‌شد، ژاپن بود و مشخصه بارز آن هم این بود که ژاپن در الگوی تولید توجه چندانی به ایدئولوژی نداشت؛ مثلاً می‌گفت من این کالا را تولید می‌کنم و به تمام دنیا می‌فروشم، همه دنیا هم با او تجارت می‌کردند. یعنی باز کردن اقتصاد ژاپن به‌خصوص از دهه ۱۹۶۰ به بعد باعث شد یک الگوی توسعه‌ای به وجود بیاید که این الگو در کشورهای شرق آسیا از جمله سنگاپور و ... مورد توجه قرار گرفت.

ما در اقتصاد اصطلاحی به نام تابع هدف داریم؛ یعنی باید اول تابع هدف را مشخص کنیم، اینکه هدف ما در اقتصاد از توسعه چیست؟ و بدانیم کشور دنبال توسعه، اقتصاد یا رفاه است یا چیز دیگر؟ اگر دنبال توسعه است که باید توسعه را تعریف کند و بگوید منظور من از توسعه چیست. به نظر بنده، ما در یک سری از این باورها دچار مسئله هستیم؛ مثلاً الان نمی‌دانیم منظور از توسعه چیست؟ آیا مفهوم توسعه این است که یک کالا را خوب در دنیا تولید کنیم؟ به سمت رفاه اجتماعی بالا برویم؟ تولید افزایش پیدا کند؟ تولید اضافه یعنی تولید هر نوع محصولی یا یک محصول خاص؟ این‌ها موارد مهمی هستند و امروزه در مقیاس اقتصاد بین‌الملل باید بگوییم تابع هدف ما چیست و باید به کدام نقطه برسیم که مطلوب‌تر است؟

البته یک کشور نمی‌تواند همزمان به همه موارد و هدف‌ها برسد، وقتی می‌گوییم تابع هدف، یعنی وزن یک هدف را با وزن هدف‌های دیگر مقایسه کنیم. در یک‌زمانی در چین در بحث توسعه در کنار همه اهداف از جمله محیط‌زیست، اشتغال، غذا و ... این کشور تابع هدف خود را موضوع توسعه غذا قرار داد.

در مجموع مزیت‌های تولید در دنیا دائم در حال تغییر هستند؛ به‌عنوان مثال حدود ۳۰ سال پیش داشتن انرژی جزو مزیت‌های مهم یک کشور بود که ما این مزیت را داشتیم و در این مورد خیلی گفت‌وگو می‌شد و حرف درستی هم بود؛ مثلاً گفته می‌شد چون ما مزیت انرژی داریم پس یکی از مسیرهای توسعه کشور می‌تواند انرژی باشد، اما الان کم‌کم مزیت‌های انرژی در دنیا کم‌رنگ می‌شود. امروزه با آمدن انرژی خورشیدی، انرژی فسیلی کم‌رنگ می‌شود و

در اروپا موضوع استفاده از انرژی‌ها به سمت کربن صفر در حال حرکت است. یک‌زمانی موضوع مزیت‌های جغرافیایی مهم بود، ولی امروزه این موضوع ضعیف شده؛ برای مثال آمریکایی‌ها گاز را از تگزاس به اروپا یا چین می‌فروشند. در مقابل موضوع گردشگری یک‌زمانی مزیت چندانی نبود، ولی امروزه برای کشورهایی که در این زمینه ظرفیت دارند، یک مزیت است، البته با آمدن کووید این موضوع کمی کند شده، اما هنوز به‌عنوان یک مزیت مهم است.

بنابراین می‌توان گفت مزیت‌ها مانند ابرهای بهاری هستند، زمانی مزیت‌ها در کشورهای دنیا حدود ۵۰ تا ۱۰۰ سال ثابت می‌مانند، اما امروزه این تابع‌ها به ۱۵-۱۰ سال رسیده و لازم است که کشورها مکانیزم‌های توسعه خود را نسبت به تغییر مزیت‌هایی که در کوتاه‌مدت اتفاق می‌افتد، تغییر دهند؛ به‌عنوان مثال ما قبلاً مزیت تولید فولاد در کشور نداشتیم، اما امروز با وجود معادن زیاد سنگ‌آهن در افغانستان می‌تواند تولید فولاد در ایران مزیت بیشتری داشته باشد. در مورد مس نیز امروز ما یک کمبود جهانی مس در دنیا داریم، درحالی‌که معادن مس در کشور ما یک ظرفیت و مزیت محسوب می‌شوند و صنایعی که در دنیا از مس استفاده می‌کنند نیز افزایش پیدا کرده‌اند؛ در حال حاضر دارا بودن مس در استان‌هایی مثل کرمان و آذربایجان و ... یک مزیت استراتژیک است و می‌توان با این ظرفیت به تولید کابل و ترانسفورماتور رسید.

مصرف تجهیزات برقی فشار قوی و ترانسفورماتورها در دنیا سرعت بالایی گرفته است و خودروی برقی جایگزین خودروی بنزینی خواهد شد؛ لذا مزیت‌های بر مبنای مس و آلومینیوم نسبت به مزیت‌های بر پایه سوخت‌های فسیلی ارجحیت پیدا می‌کنند و این جایی است که لازم است سیاست‌های حاکمیت با توجه به مزیت‌های فعلی تغییر کند.

◆ چنانچه توضیحات تکمیلی لازم می‌دانید، عنوان فرمایید.

در مجموع پیشنهاد مشخص من این است که اگر می‌خواهیم یک مسیر توسعه مشخص در کشور داشته باشیم باید به چند بخش توسعه‌ای توجه کنیم، مثلاً ما می‌توانیم بهترین ترانسفورماتورساز در دنیا باشیم، اما لزومی ندارد که هم ترانسفورماتور بسازیم هم خودرو، کابل، هوابیما و ...

امروزه تغییر مزیت‌ها در دنیا باعث شده که هر کدام از کشورها بتوانند در چند فاکتور خیلی موفق شوند و گذاشتن تمرکز فقط روی چند فاکتور باعث می‌شود آن‌ها بتوانند در بازارها رقابت کنند، وضعیت را بهبود بخشند و در بازارهای جهانی هم حضور داشته باشند. ◆◆

امکان توسعه

صنعتی وجود

دارد، اما وقتی به

بازارهای جهانی

وصل نیستیم،

بدون شک

سرعت توسعه

صنعتی ما از

توسعه صنعتی

جهان خیلی

کمتر خواهد بود؛

به عبارتی وقتی

بعد از یک مدتی

برای مثال بعد از

بیست سال که

ارتباط صنعتی

قطع شده است،

مقایسه محصول

تولیدی داخل با

محصول جهانی

بیشتر شبیه

«جوک» می‌ماند

و قابل قیاس

نیست.