

اخلال در نظام اقتصادی و ورشکستگی پیامد عدم نظارت و حمایت

از بنگاههای زودبازده

بررسی تجربیات کشورهای چون ترکیه، مالزی و سنگاپور نشان می‌دهد که پیشرفت آنها به میزان زیادی مبتنی بر توجه به بنگاه‌های کوچک و توسعه SMEها می‌باشد. اشکالی که در کشور ما وجود دارد این است که این بنگاه‌ها بعد از راه‌اندازی به حال خود رها می‌شوند در صورتی که باید با دیدگاه حمایت در جهت تولید محصول و کسب بازار داخلی و خارجی روند حرکتی آنها دنبال شود عدم نظارت دقیق بر فعالیت و نوع محصول تولیدی آنها می‌تواند اخلال در نظام اقتصادی را به وجود بیاورد. چرا که برخی از واحدها بدون توجه به ظرفیت و نیاز بازار به تولید روی می‌آورند و با توجه عدم کیفیت مطلوب امکان صادرات نیز وجود ندارد و نهایتاً مشکلات جدی برای ادامه کار به وجود می‌آید.

مطالب فوق بخشی از سخنان مهندس محمود دودانگه رئیس موسسه مطالعات و پژوهش‌های وزارت بازرگانی است ایشان لیسانس خود را در سال ۱۳۷۲ از دانشگاه شریف اخذ نموده و فوق لیسانس مهندسی صنایع را در سال ۱۳۷۵ از دانشگاه امیرکبیر اخذ نموده است. سوابق پژوهشی و علمی و همچنین سوابق کاری در مرکز مطالعات و پژوهش‌های لجستیک دانشگاه امام حسین و همچنین مشاوره در امور برنامه‌ریزی وزارت بازرگانی از سوابق نامبرده است. آنچه می‌خوانید حاصل گفت‌وگوی ما با ایشان است.

■ در مورد زمینه فعالیت‌های موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی توضیح دهید.

این موسسه در راستای پشتیبانی پژوهشی و فکری وزارت بازرگانی در سال ۱۳۵۹ تأسیس شده است و طی این سال‌ها دوران پرفراز و نشیبی را پشت سر گذاشته است.

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی منشا خدمات بسیاری بوده است و مباحثی چون جهانی شدن و WTO، تجارت الکترونیک و بسیاری از موضوعات نوین بازرگانی در این موسسه شکل گرفته و گسترش یافته است. این موسسه چهار محور عمده کاری دارد که اولین محور انجام مطالعات و پژوهش‌های مورد نیاز وزارت بازرگانی و همچنین هدایت، راهبری و انجام مطالعات و پژوهش‌های مورد نیاز بخش بازرگانی است. محور دوم فعالیت موسسه آموزش است که شامل نیاز سنجی و برگزاری دوره‌های آموزشی مورد نیاز بخش بازرگانی است. محور سوم فعالیت‌های موسسه اطلاع‌رسانی است ما متولی اطلاع‌رسانی علمی و پژوهشی بخش بازرگانی هستیم و در این راستا با انتشار کتب، نشریات و گزارشات تحلیلی مختلف برای ارتقاء فرهنگ بخش بازرگانی و مردم می‌پردازیم. چهارمین محور فعالیت موسسه ارائه مشاوره و اظهارنظرهای کارشناسی است و در مورد موضوعات مختلف که در سطح وزارتخانه نیاز به سیاست‌گذاری دارد این موسسه اعلام نظر می‌کند تا تصمیم‌گیری‌ها براساس رویکردهای دانش مدارانه انجام گیرد این محورها اصلی‌ترین زمینه‌های فعالیت‌های موسسه است و برای پشتیبانی از محورهایی فوق چهار مجموعه وابسته نیز تأسیس شده است که شامل مرکز ملی شماره‌گذاری و خدمات کالا با ماموریت ایجاد و پیگیری اجرای نظام ملی کدینگ کالا و خدمات در کشور می‌باشد. مرکز آموزش بازرگانی و نمایندگی‌های استانی به عنوان شبکه گسترده آموزش بازرگانی در کشور دومین مجموعه وابسته به موسسه است که با هدف توانمندسازی نیروی انسانی شاغل در بخش بازرگانی تأسیس شده است. شرکت وابسته دیگر شرکت چاپ و نشر بازرگانی است که با هدف پشتیبانی عملیاتی و اجرایی از ماموریت اطلاع‌رسانی موسسه در زمینه چاپ و انتشار نشریات، گزارشات و کتب ایجاد شده است. و شرکت وابسته بعدی شرکت خدمات انفورماتیک راهبر است که با هدف پشتیبانی نرم افزاری و سخت افزاری وزارت بازرگانی تأسیس شده است.

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی از موسسات مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری بوده و دارای ۹ گروه پژوهشی با عناوین بازرگانی داخلی، بازرگانی خارجی و اقتصاد بین‌الملل، مطالعات بازار مشترک اسلامی، بازاریابی و تحقیقات بازار، تجارت الکترونیک، لجستیک و زنجیره تامین، حقوق اقتصادی و بازرگانی و WTO می‌باشد. تعداد زیادی از پژوهشگران موسسه عضو هیئت علمی مورد تأیید وزارت علوم بوده و در زمینه اقتصادی و بازرگانی در سطح ملی سرآمد می‌باشند.

■ به عنوان مدیر یک واحد پژوهشی و مطالعاتی چشم‌انداز آینده شما از راه‌اندازی بنگاه‌ها و کسب و کارهای کوچک در کشور چیست؟

اصولاً نقش بنگاه‌های زودبازده در توسعه بازرگانی کشورها دارای اهمیت بسیار است. شما اگر تجربیات کشورهای را که شرایط ما را در گذشته داشتند بررسی کنید متوجه می‌شوید که موتور محرک توسعه این کشورها توجه بر SMEها و گسترش آنها بوده است. کشورهایی چون مالزی، سنگاپور و ترکیه از این جمله‌اند. مدیریت صحیح بر رشد بنگاه‌های کوچک زودبازده بسیار موثر است. اشکالی که در کشور ما وجود دارد این است که بنگاه‌ها پس از اخذ تسهیلات و راه‌اندازی به حال خود رها شده و روند حرکتی آنها در آینده پیگیری نمی‌شود در صورتی که اگر به این مراکز با دیدگاه تولید محصول صادراتی نگاه شود و مدیریت مناسب برای آنها صورت بگیرد این مراکز نیز می‌توانند موتور محرک اقتصاد کشور شوند، عدم نظارت و حمایت از این بنگاه‌ها موجب بروز مشکل نیز می‌شود، بعضاً مشاهده می‌شود این واحدها با اطلاعات محدود از شرایط و نیاز جامعه به تولید محصول می‌پردازند که پس از مدت کوتاهی دچار مشکل شده و با رکود فعالیت مواجه می‌شوند.

■ در راستای شکوفایی کسب و کار در کشور چه بسترسازی باید انجام گردد؟

یکی از موضوعاتی که از سوی وزارت بازرگانی و موسسه مطالعات و پژوهش‌ها دنبال می‌شود، ایجاد نگاه یکپارچه به زنجیره کالا از ابتدا تا انتها است، به عبارت دیگر هر محصولی در صنعت یا کشاورزی تولید می‌شود باید به زنجیره آن از آغاز تولید تا عرضه در بازار داخلی و خارجی به طور همزمان نگاه شود به عبارت دیگر ضروری است برای توسعه کسب و کار رویکرد مدیریتی جامع و یکپارچه باشد

و ابعاد مختلف مورد توجه قرار گیرد برای توسعه SMEها نیز ضرورت برخورداری از دانش و تجربه سایر کشورها ضرورت دارد. و در این راستا تربیت نیروی انسانی خلاق، نوآور و کارآمد به عنوان زیرساخت اول ضروری است.

موضوعات مورد بررسی موسسه شما چه حد کاربردی بوده و براساس نیاز جامعه انجام می‌گیرد؟ اصولاً موسسه مطالعات بدلیل ارتباط نزدیک با وزارت بازرگانی و تعامل نزدیکی که وجود دارد، رویکردی اجرایی داشته و دارد و در حال حاضر نیز تلاش مجموعه دست‌اندرکاران موسسه بر این است که طرح‌های پژوهشی به صورت اثربخش انجام شود و نیاز مشخص و تعریف شده‌ای را برطرف نماید. به همین اساس بوده است که اصول محوری موسسه عبارتند از مشتری‌مداری، اثربخشی و اصول دیگری که نشان می‌دهد موسسه باید متناسب با نیاز وزارت بازرگانی و سازمانهای تابعه طرح‌های پژوهشی را تعریف، انجام و ارائه نماید. در این راستا نظام پژوهشی وزارت بازرگانی تهیه و ابلاغ شده است که با همین هدف بوده است.

■ بنگاه‌های کوچک و متوسط در زمینه بازرگانی با چه مشکلاتی مواجه هستند؟

به نظر بنده بنگاه‌های کوچک و متوسط باید بتوانند با کسب توانمندی لازم در زمینه‌های اقتصادی و بازرگانی خودشان را اثبات نموده و به دولت تحمیل کنند. بدیهی است بدون کسب مهارت‌ها، دانش و تجربه لازم امکان تحقق اهداف در زمینه ورود بخش خصوصی و این بنگاه‌ها به صورت مطلوب وجود نخواهد داشت. در حال حاضر سهم بخش خصوصی در اقتصاد و تجارت کشور ما بسیار کم است، ابلاغیه مقام معظم رهبری در همین راستا می‌باشد تا سهم بخش خصوصی در اقتصاد و تجارت بیشتر شود اگر دولت انرژی خود را صرف مواردی که وظیفه ذاتی او است نمایند طبیعی است که از وظیفه اصلی خود دور می‌ماند، دولت وظیفه راهبری و مدیریت دارد و نباید نقش خود را در حد تصدی کاهش دهد. در رابطه با امور بازرگانی نیز دولت باید چنین نقشی داشته باشد. در واقع بسیاری از امور بازرگانی کشور می‌تواند به کمک بنگاه‌های کوچک و متوسط پیگیری و با کیفیت و اثربخشی مطلوب انجام شود و دولت نیز راهبری و مدیریت کلان را دنبال کند. جهت‌گیری کلان وزارت بازرگانی نیز توسعه نقش و جایگاه بنگاه‌های بخش خصوصی در تجارت داخلی و خارجی است و این مهم را با جدیت دنبال می‌کند.

■ آیا شما به عنوان یک نهاد دولتی حاضر هستید بخش‌هایی از فعالیت خود را به بخش خصوصی واگذار کنید؟

قطعاً یکی از سیاست‌های اصلی موسسه بکارگیری ظرفیتهای پژوهشی و آموزشی بخش خصوصی در راستای مأموریت‌های موسسه و وزارت بازرگانی است. این رویکرد به صورت جدی دنبال می‌شود و بخش زیادی از پژوهش‌های موسسه از طریق موسسات پژوهشی و بخش خصوصی انجام می‌شود و همینطور کلیه نمایندگی‌های مرکز آموزش بازرگانی نیز از بخش خصوصی می‌باشند. در واقع تلاش موسسه بر این است که نقش راهبری، مدیریت و نظارت بر پژوهش و آموزش را داشته باشد. حتی موسسه آمادگی لازم را برای واگذاری تعدادی از مجموعه‌های وابسته را به بخش خصوصی دارا می‌باشد.

■ چشم‌انداز بازرگانی خارجی ایران را در آینده چگونه می‌بیند؟

در وزارت بازرگانی نگاه صادراتی به شدت پیگیری می‌شود و برای توفیق در این زمینه ضرورت برخورداری از اقتصاد، صنعت و بازرگانی دانش محور وجود دارد بدیهی است رمز موفقیت در بازارهای جهانی پویایی است. آشنا شدن به آخرین روشها و فنون تجارت از جمله تجارت الکترونیک ضروری است و در این زمینه یکی از مشکلات جدی عدم وجود نیروی انسانی توانمند در حوزه بازرگانی است. تجار و بازرگانان کشور آموزش‌های حرفه‌ای مورد نیاز خود را کسب نکرده‌اند. صنعت دارای اشکالات اساسی است. در این راستا باید نگاه یکپارچه‌ای به کل زنجیره تامین داشت.

■ برنامه شما برای آموزش بنگاه‌ها در جهت صادرات چیست؟ آیا در زمینه مراکز رشد نیز فعالیتی داشته‌اید؟

ایجاد و توسعه شبکه نمایندگی‌های مراکز آموزش بازرگانی در سراسر کشور و تقویت آنها عمدتاً با هدف توانمندسازی و آموزش نیروی انسانی شاغل در بخش بازرگانی در سراسر کشور بوده است. در زمینه پژوهش نیز ایجاد و تقویت هسته‌های مطالعاتی استانی با هدف تغذیه فکری و علمی سازمان‌های بازرگانی استانی از اقدامات موثر بوده است که در دست پیگیری است.