

اقتصاد مقاومتی؛ راهکاری برای توسعه

دکتر محمد حسین حسین‌زاده بحرینی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۳۰ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۲/۳۰

چکیده

اقتصاد مقاومتی، راهکاری است که از سوی مقام معظم رهبری برای سر و سامان دادن به وضعیت اقتصادی ایران مطرح و تبیین آن بر عهده حوزویان و دانشگاهیان گذاشته شده است. آیا این طرحی راهبردی و درازمدت است یا راهکاری کوتاه‌مدت که تنها مناسب شرایط بحرانی است؟ آیا می‌شود مفهوم اقتصاد مقاومتی را در حد مقاومت اقتصادی فروکاست؟ جلسه حاضر برای تحلیل آن و پاسخ به سؤالاتی از این دست برگزار شده است. به اعتقاد سخنران، اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است راهبردی و استراتژیک که در شرایط متغیر برای رسیدن به سطوح عالی اقتصاد برنامه مناسب دارد.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد مقاومتی، مقاومت اقتصادی، اقتصاد راهبردی، دیدگاه مقام معظم رهبری.

بسم الله الرحمن الرحيم

قرار است در این جلسه به مناسبت فرمایش مقام معظم رهبری، گفت‌وگویی علمی داشته باشیم. ایشان اخیراً «اقتصاد مقاومتی» را مطرح فرموده‌اند که البته اصطلاحی جدید و نوآورانه است.

شما در ادبیات اقتصادی موجود، برای عبارت اقتصاد مقاومتی معادل دقیقی

۱. نوشته حاضر، متن سخنرانی جناب آقای دکتر محمدحسین حسین‌زاده بحرینی، نماینده محترم مردم مشهد در مجلس شورای اسلامی است که در تاریخ ۹۱/۹/۲۳ در تالار شیخ طبرسی در جمع پژوهشگران بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی ایراد شده است.

پیدا نمی‌کنید. البته قطعاً با کارهای عالمانه‌ای که بعد از این انجام می‌شود، این اصطلاح به ادبیات اقتصادی دنیا اضافه خواهد شد؛ اما عجبالتاً شما نمی‌توانید معادل دقیقی برای این اصطلاح در ادبیات اقتصادی دنیا پیدا کنید. به همین سبب عرض کردم که این اصطلاح، یک اصطلاح ابداعی و نوآورانه است. اصطلاحی که ابداع می‌شود مثل یک موجود زنده است. مثل بچه‌ای که به دنیا می‌آید و کم‌کم به بلوغ می‌رسد؛ مراحلی دارد. باید از نوزادی و کودکی و نوجوانی عبور کند تا به بلوغ برسد و معنای محصل خود را پیدا کند. یکی از این دوره‌ها، دوره گفتمان‌سازی است. در این دوره است که اصطلاح نوپدید، اندک اندک و از رهگذر گفت‌وگوهای علمی و نقادانه، بهترین تبیین و معنا را - از میان تبیین‌ها و معانی رقیب - پیدا می‌کند و حدود و ثغور آن مشخص می‌شود. مقام معظم رهبری، درباره اصطلاح اقتصاد مقاومتی، چنین مطالبه‌ای از دانشگاهیان و اقتصاددانان داشته و مأموریت تبیین علمی و آکادمیک این اصطلاح را به آنان وانهاده‌اند:

«اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که به یک ملت امکان می‌دهد و اجازه می‌دهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی خودشان را داشته باشند. این یک فکر است، یک مطالبه عمومی است. شما دانشجو هستید، استاد هستید، اقتصاددان هستید؛ بسیار خوب، با زبان دانشگاهی، همین ایده اقتصاد مقاومتی را تبیین کنید؛ حدودش را مشخص کنید»^۱.

این مقدمه را در ابتدای بحث گفتم که معلوم شود ما و شما در این جلسه و جلسات مشابه، مأموریت علمی مهمی را انجام می‌دهیم و لذا نباید از اهمیت آن غافل بمانیم.

این نکته را هم در همین ابتدا باید تصریح کنم که آنچه بیان خواهد شد منطقاً

۱. از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با دانشجویان (۱۳۹۱/۵/۱۶) سایت معظم‌له.

نباید به مقام معظم رهبری منتسب کرد؛ چون ما فعلاً در مقام نظریه‌پردازی هستیم و می‌خواهیم بگوییم چه چیزی می‌تواند علی‌القاعده مراد مبدع این اصطلاح باشد؛ و چه چیزی مراد باشد، بهتر است. خواهش می‌کنم این نکته در سرتاسر بحث مورد توجه دوستان باشد.

اولین مطلبی که باید مطرح کنیم این است که در بسیاری از نوشته‌ها و گفته‌هایی که درباره اقتصاد مقاومتی نوشته و گفته شده است، متأسفانه، اقتصاد مقاومتی به «مقاومت اقتصادی» تقلیل داده شده است. این رویکرد - که متأسفانه دارد غالب هم می‌شود - رویکرد درستی نیست. این رویکرد به نظر بنده آغاز یک انحراف جدی در فرایند گفتمان‌سازی پیرامون اصطلاح جاندار و پرظرفیت «اقتصاد مقاومتی» است. علت حاکم شدن چنین رویکردی در ذهن این دسته از گویندگان و نویسندگان، شرایط زمانی ابداع این اصطلاح است؛ شرایطی که کشور از لحاظ اقتصادی، دوران سختی را تجربه می‌کند. شرط مؤثر و مفید بودن گفتمان‌سازی پیرامون یک اصطلاح نوظهور و لازمه پایدارسازی آن اصطلاح این است که تبیین‌های ارائه شده پیرامون آن، مقید به شرایط خلق و ابداع آن نباشد. به بیان فنی، نباید یک واژه یا اصطلاح عمیق و پرظرفیت را با «شان نزول» آن به بند کشید. به بیان ساده‌تر، سؤال این است که آیا مقام معظم رهبری که چنین اصطلاحی را ابداع کرده‌اند، فقط می‌خواهند کشور از شرایط بحران کنونی، به سلامت عبور کند و اگر شش ماه یا یک سال دیگر، کشور از تحریم‌ها گذشت و شرایط عادی شد، دیگر موضوع اقتصاد مقاومتی منتفی است؟ یا ایشان نگاه بلندمدت به این قضیه دارند؟ پاسخ روشن است؛ مع‌الوصف، کسانی که اقتصاد مقاومتی را با مقاومت اقتصادی معادل‌سازی می‌کنند، علی‌القاعده نمی‌توانند تبیین بلندمدتی برای آن ارائه دهند و به همین سبب عرض کردم که این «تقلیل مفهومی»، آغاز انحراف در این گفتمان‌سازی ارزشمند است و باید هوشمندانه از آن اجتناب نمود.

برای اینکه تبیین خودم از اقتصاد مقاومتی را ارائه کنم، باید به یکی دو مطلب
مقدماتی اشاره نمایم:

مقدمه اول

این مطلب حداقل در جمع حاضر به توضیح زیاد نیاز ندارد. آنچه می‌شود از
دین فهمید این است که اقتصاد، اصل و هدف نیست، بلکه وسیله‌ای بسیار مهم و
ضروری است. در واقع، دو اردوگاه در جهان فعلی وجود دارد: اردوگاه کسانی
که اقتصاد را منزل اصلی و مقصد و هدف می‌دانند و بندهٔ اقتصاد و پول‌اند که
بخش کثیری از مردم دنیا در این اردوگاه‌اند. اردوگاه دوم، مجمع کسانی است که
اقتصاد را اصل و هدف نمی‌دانند، بلکه آن را وسیله می‌شمارند. از این منظر، ما
در اردوگاه دوم قرار داریم. در این اردوگاه کسانی که اقتصاد را وسیله می‌انگارند
نه هدف، طیف متنوعی از نظریات وجود دارد که تنها وجه اشتراک آنها این است
که اقتصاد را هدف نمی‌دانند؛ اما از این نقطه اشتراک که بگذریم به سرعت از هم
فاصله می‌گیرند. در یک سوی طیف، دیدگاه تفریطی وجود دارد؛ یعنی دیدگاه
کسانی که به اقتصاد، کاملاً حداقلی نگاه می‌کنند: همه چیز در حد ضرورت،
مصرف در حداقل، پوشش در حد رفع نیاز، رفاه در حداقل، زندگی معیشتی در
حد بخور و نمیر و... این یک نگاه تفریطی است. آنچه راحت می‌شود از تراث
اسلامی و از فرمایشات آموزگاران معنوی خود، یعنی حضرات معصومین علیهم‌السلام در
بیاوریم، این است که ضمن اینکه باید در اردوگاه دوم قرار داشته، مرزبندی کاملاً
مشخص و روشنی با اهل اردوگاه اول داشته باشیم، ولی مطلقاً حق نداریم که
حداقلی نگاه کنیم. درست است که اقتصاد هدف نیست، اما جامعه اسلامی باید
بهترین اقتصاد دنیا را داشته باشد. دقیقاً برعکس نظر تفریط‌کنندگان، ما معتقدیم
که وقتی به اردوگاه دوم آمدم باید در حد معقول و مشروع، حداکثری بیندیشیم
و عمل کنیم.

این مطلب یک ظرافتی دارد؛ یعنی اگر ما از «هدف و اصل» بودن اقتصاد عبور

کردیم، لزوماً نباید به آن سمتی از طیف بیفتیم که همه چیز را حداقل می‌خواهد. نگاه‌ها باید تصحیح شود. بنده پول، شهوت و شکم بودن در اقتصاد اسلامی مردود است و قطعاً نباید چنین تفکری در جامعه دینی حاکم باشد؛ اما نکته مهم و ظریف این است که حکومت اسلامی باید هم‌زمان با تصحیح این نگاه، همه تلاش خود را به کار ببندد تا جامعه اسلامی «بهترین‌ها» را داشته باشد. به بیان ساده‌تر، هدف‌گذاری ما در اردوگاه دوم باید کجا باشد؟ بهترین اقتصاد.

با این مقدمه‌ای که عرض کردم خیلی راحت می‌شود فهمید که چرا مقام معظم رهبری در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ نخستین قله و هدفی را که به مردم و مسئولان کشور نشان داده‌اند این است که ایران اسلامی باید در مقطع زمانی ۱۴۰۴ در بین ۲۵ کشور منطقه در عرصه‌های مختلف، از جمله در عرصه اقتصاد، «اول» باشد؛ یعنی ضمن اینکه به تصریح قانون اساسی، اقتصاد «اصل» نیست و ما هیچ‌گونه وابستگی و دلبستگی به اردوگاه اول نداریم، اما می‌خواهیم بهترین باشیم. حق جامعه اسلامی است که بهترین باشد، ثروتمندترین و مرفه‌ترین باشد.

مقدمه دوم

وقتی هدف تعیین می‌شود، نوبت به تعیین مسیرها می‌رسد. شما هدف واحدی دارید و چندین مسیر وجود دارد که ممکن است بعضی از آنها ما را به هدف نرساند. بعضی مسیرها اگرچه ما را به هدف می‌رساند، اما سنگلاخ، دور و ناامن است و... به تعبیر دیگر، بعضی از مسیرها واقعاً مسیر است و برخی هم «مسیرنما» است؛ یعنی ظاهراً مسیر است، اما واقعاً شما را به مقصد نمی‌رساند یا بسیار دیر و پرمشقت به مقصد می‌رساند. وقتی به جای مسیر، در «مسیرنما» قرار گرفتید، تصور شما این است که در مسیر درست قرار دارید، اما به مقصد نزدیک نمی‌شوید و چه بسا فاصله شما از مقصد بیشتر هم بشود.

این مرحله خیلی مهم است. آن قدر مهم است که اگر در این مرحله اشتباهی رخ بدهد، همه هدف‌گذاری‌های خوبی که در مرحله قبل انجام داده‌اید، لغو و

بی‌اثر می‌شود. این مرحله، مرحله راهبردهسازی است؛ مرحله اتخاذ استراتژی است. استراتژی یعنی تعیین مسیر رسیدن به مقصد از بین مسیرهای متفاوتی که متصور است. رهبری جامعه ضمن اینکه باید هدف‌گذاری کند، در تعیین استراتژی هم باید به کمک جامعه بیاید.

اقتصاد مقاومتی؛ اقتصادی راهبردی و استراتژیک

اقتصاد مقاومتی از نگاه من، یک مدل و نگاه استراتژیک برای رسیدن به سطوح عالی اقتصاد است. از نگاه کسانی که اقتصاد مقاومتی را به مقاومت اقتصادی تقلیل می‌دهند، اگر از مرحله شدت و عُسر عبور کردیم و به یسر و فراخ رسیدیم دیگر اقتصاد مقاومتی لازم نیست و کارایی نخواهد داشت. اصرار بنده این است که این تلقی از اقتصاد مقاومتی اشتباه و ناتمام است. در اصل، ویژگی و مقوم نگاه استراتژیک، بلند مدت بودن آن است. چون هدف ما بلند و دور است، باید طولانی مدت نگاه کنیم و مسیرهایی را انتخاب کنیم که ما را سریع‌تر به مقصد برساند. آنچه من نزدیک‌ترین معادل برای اقتصاد مقاومتی می‌دانم، عبارت است از اقتصاد استراتژیک یا اقتصاد راهبردی که از بعضی فرمایشات مقام معظم رهبری نیز می‌شود همین را استنباط کرد. اگر ایشان اقتصاد مقاومتی را - به زعم بنده - برای تزریق یک نگاه استراتژیک و راهبردی به نخبگان و سیاست‌گذاران اقتصادی جامعه مطرح کرده‌اند، بدان سبب است که ما در گام اول از مسیر بلندی که در پیش داریم، بتوانیم با سرعت و دقت و احکام و اتقان لازم به اهداف چشم‌انداز برسیم. اگر بخواهیم این مسیر طی شود، حتماً باید به نگاه استراتژیک مجهز بشویم. دوره زمانی چشم‌انداز به سرعت سپری می‌شود و ما هنوز فاصله قابل توجهی با اهداف مندرج در آن داریم. گمان بنده این است که رهبری در آسیب‌شناسی که از علل حرکت کند اقتصاد ایران در جهت نیل به اهداف چشم‌انداز داشته‌اند، به این جمع‌بندی رسیده‌اند که تا زمانی که نوع نگاه کارگزاران اقتصادی و سیاست‌گذاران و مجریان اصلاح نشود،

سرعت و دقت لازم ایجاد نخواهد شد. حالا این نگاه چیست که باید همه به آن مجهز شوند تا رسیدن به مقصد مقصود امکان پذیر گردد؟ برای اینکه پاسخ این سؤال را بدهم، به سند چشم انداز برمی گردم. در سند چشم انداز این گونه آمده است که ایران باید در ۱۴۰۴ در منطقه «اول» باشد. بعضی کشورها سند چشم انداز خود را به صورت کمی تعریف می کنند؛ مثلاً می گویند در ۲۰۲۰ میلادی باید درآمد سرانه یا صادرات غیر نفتی ما یا... به فلان عدد برسد. تعداد بیکاران ما فلان مقدار کم بشود. تورم ما یک رقمی شود و مانند آن. خلاصه عدد و رقم تعیین می کنند. اگر عدد تعیین شد کار آسان تر است، اما در سند چشم انداز ما عدد و رقم تعیین نشده است. هدف تعیین شده ما در چشم انداز «کمی» نیست، «رتبی» است؛ بدین معنا که ما قرار گذاشته ایم و تصمیم گرفته ایم که «اول» بشویم. من روی کلمه اول تأکید می کنم و می خواهم ارتباط آن را با اقتصاد مقاومتی بیان کنم. می خواهم عرض کنم که برخلاف نظر کسانی که خاستگاه اقتصاد مقاومتی را تحریم ها می دانند، خاستگاه اقتصاد مقاومتی، سند چشم انداز و بلندپروازی واقع بینانه ای است که در آن سند وجود دارد. این مطلب خیلی حائز اهمیت است و توجه مضاعفی را می طلبد.

رفتار انسان ها را دو گونه می توان تصور کرد: گاهی فرد را به عنوان یک «اتم» مجزا و جدای از محیط در نظر می گیریم. فرض می کنیم که محیط اثری بر رفتار این فرد ندارد. در چنین شرایطی، رفتاری که از فرد سر می زند، «رفتار غیر استراتژیک» است. رفتار غیر استراتژیک؛ یعنی عمل کردن در یک خلأ فرضی. اما اگر من بدانم که در خلأ زندگی نمی کنم، در خلأ تصمیم نمی گیرم، در خلأ رفتار نمی کنم. بلکه در محیطی زندگی می کنم که عناصر موجود، روی رفتار و نتیجه رفتار من اثر دارند، آن وقت رفتارم را متناسب و با توجه به همه این عوامل پیرامونی تنظیم خواهم کرد؛ این می شود «رفتار استراتژیک». مثلاً اگر من به تنهایی تصمیم بگیرم از مشهد حرکت کنم و بیست و چهار ساعت بعد حرم

حضرت امام‌رحمة الله عليه باشم، وسیله نقلیه‌ام و زمان و مسیر حرکت را طوری تنظیم می‌کنم که به موقع به مقصد برسم. در این مثال، برنامه‌ریزی و عمل من، از برنامه‌ریزی و عمل دیگران منقطع است و فرض می‌کنم که نه من کاری به کار دیگران دارم و نه دیگران کاری به کار من دارند. حال مثال را عوض می‌کنم: فرض کنید همه ما که در این جلسه حضور داریم، تصمیم می‌گیریم که از مشهد حرکت کنیم و به حرم حضرت امام برویم و هدف همه ما هم این است که «اولین» نفری باشیم که به حرم امام می‌رسیم. این فرض جدید، فضای برنامه‌ریزی و عمل من را کاملاً متحول می‌کند و تغییر می‌دهد. حالا دیگر فقط من نیستم. فقط ماشین من، سرعت من و مسیر من مهم نیست؛ شاید یک نفر از شما ماشین قوی‌تری از من دارد؛ شاید کسی راه میان‌بری پیدا کند؛ شاید دشمنی پیدا شود که می‌خواهد ماشین من را متوقف کند و نگذارد اول بشوم و حتی نگذارد به مقصد برسم؛ اینجا با نگاه غیراستراتژیک؛ یعنی بدون در نظر گرفتن همه عناصر پیرامونی، قطعاً نمی‌توانیم به مقصد برسیم. حتماً باید نگاه و رفتار استراتژیک داشته باشیم. وقتی استراتژیک فکر کردیم همه عناصر محیطی، دوستان، دشمنان و... مطرح می‌شوند. آن وقت رفتار من، متفاوت می‌شود.

ببینید عزیزان، اقتصاد امروز دنیا به هیچ وجه اقتصاد ذره‌ای و غیراستراتژیک نیست؛ یعنی این یک انتخاب نیست که ما تصمیم بگیریم به موضوعات و مقولات اقتصادی استراتژیک نگاه کنیم یا استراتژیک نگاه نکنیم. امروز نتیجه هر رفتاری که ما انجام می‌دهیم کاملاً وابسته به رفتار دیگران است؛ دیگرانی که یا دوست ما هستند یا دشمن ما و یا حداقل رقیب ما هستند. چنان‌که تصمیم‌ها و رفتارهای ما هم بر نتایج تصمیمات و حرکات آنها اثر می‌گذارد. خوب، ما در چنین محیطی قرار است «اول» بشویم. بنابراین باید با چشم باز حرکت کنیم. تکرار می‌کنم که اگر ما هدف کمی خاصی گذاشته بودیم، این‌قدر کارمان مشکل نبود؛ مثلاً می‌گفتیم در ۱۴۰۴ باید صادرات غیر نفتی ما بشود ۵۰۰ میلیارد دلار.

خوب همه امکانات را بسیج می‌کردیم. ولی الآن می‌گوییم باید در منطقه «اول» بشویم؛ یعنی اینکه در صادرات غیرنفتی هم باید اول بشویم. خوب حالا دیگران چه کار می‌کنند؟ کارهای آنها را باید رصد کنیم و مطابق آن واکنش نشان دهیم. حالا اگر براساس توضیحات بنده، پذیرفتیم که در محیطی زندگی می‌کنیم که ضرورتاً استراتژیک است و نه در خلأ، آن وقت خیلی راحت می‌توانیم بگوییم که «دشمن» هم یکی از عناصر موجود و فعال در محیط برنامه‌ریزی و فعالیت ماست. آن وقت شرایط امروزی ما هم در این مدل جای خودش را پیدا می‌کند. تحریم هم یکی از عواملی است که در این مدل هست، اما فقط تحریم نیست، فرصت‌ها و قوت‌های فراوانی در این سیستم هست؛ چنان‌که تهدیدهای دیگری غیر از تحریم هم هست.

آنچه بنده از فرمایش رهبری می‌فهمم و آنچه بنده مناسب می‌دانم برای تبیین علمی و آکادمیک این اصطلاح جدید مطرح شود، این است که اقتصاد مقاومتی؛ یعنی اقتصادی که با توجه به همه قوت‌ها و ضعف‌های داخلی و خارجی و تهدیدها و فرصت‌های بیرونی، سناریوسازی می‌کند و برای هر شرایطی برنامه دارد. اگر این‌گونه نگاه کردیم، دیگر نمی‌توانیم بگوییم طول عمر اقتصاد مقاومتی شش ماه است، یک سال است؛ یعنی تا زمانی که تحریم تمام شود. این تحریم تمام شود، تهدید دیگری هست؛ اگر فردا تحریم و تهدید دیگری مطرح شود، هم‌زمان فرصت دیگری هم وجود خواهد داشت. در نگاه استراتژیک به اقتصاد، هنر مدیران این است که تهدیدها را به فرصت تبدیل کنند. اینها چیزهایی است که اشاراتی معطوف به آن در فرمایشات رهبری هست و شاید الآن فرصت نشود یک به یک آنها را بخوانم، ولی اینجا در اختیارم هست.

خلاصه بحث این که اقتصاد مقاومتی عبارت است از: اقتصادی راهبردی که محیط سنج است و درون و برون را به خوبی می‌بیند و برای شرایطی که هر لحظه ممکن است تغییر کند، واکنش مناسبی دارد. حالا ببینید در داخل، ما

فرصت‌های بسیار خوبی داریم. از برخی فرمایشات رهبری اینها را می‌شود فهمید؛ مثلاً ایشان تأکید دارند که اقتصاد مقاومتی، اقتصادی «مردمی» است؛ یعنی به مردم، ثروت و نیروی کار مردم، قدرت ریسک‌پذیری و قوه ابتکار مردم، تقاضا و مصرف مردم و ... به چشم فرصت نگاه می‌کند و آن را تهدید نمی‌بیند. البته باید درست مدیریت کنیم تا این فرصت‌ها عینیت پیدا کند و به بار بنشیند. اگر اقتصاد مقاومتی مطرح نبود و تنها مقاومت اقتصادی مطرح می‌شد، الآن یعنی در بحبوحه تحریم‌ها، علی‌القاعده نباید از اقتصاد مردمی صحبت می‌شد. برعکس، مثل اوایل انقلاب و جنگ، چه بسا باید میدان فعالیت بخش خصوصی را محدود می‌کردیم و برای مقابله با تحریم‌ها از شیوه‌های متمرکزتر برنامه‌ریزی در اقتصاد استفاده می‌نمودیم. امروز اتخاذ چنین تصمیمی حتی اگر منافع کوتاه مدتی هم داشته باشد، قطعاً با منافع بلندمدت جامعه ما هم‌راستا نیست و توسعه اقتصادی را در ایران به تعویق خواهد انداخت. به همین دلیل است که من اصرار دارم تعبیر بلند «اقتصاد مقاومتی» را به تعبیر محدود و کوتاه مدت «مقاومت اقتصادی» تقلیل ندهیم و این فرصت طلایی را که پیش روی ما قرار گرفته، کم اثر نسازیم. در اوایل دهه ۶۰ یعنی در بحبوحه دفاع مقدس، پارادایم مسلط بر مدیریت اقتصاد کشور، مقاومت اقتصادی بود؛ امروز، بعد از سه دهه تجربه در امر حکومت‌داری، وقتی از حیث فشارهای خارجی در شرایطی شبیه شرایط دهه ۶۰ قرار می‌گیریم، رهبری نظام با هوشمندی تلاش می‌کند با هدف مدیریت عالمانه تهدیدها و مبدل ساختن آنها به فرصت‌هایی کم‌نظیر برای پیشرفت کشور، «اقتصاد مقاومتی» - و نه صرفاً «مقاومت اقتصادی» - را به پارادایم مسلط در نظام مدیریت اقتصادی کشور مبدل سازد.

به یک نکته مهم دیگر هم باید توجه داشت: ما منطقاً نمی‌توانیم ادعا کنیم که مدیریت اقتصادی کشور همواره به فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی و قوت‌ها و ضعف‌های درونی اقتصاد بی‌توجه بوده و همیشه فاقد نگاه استراتژیک بوده است.

این حرف با واقع‌بینی و انصاف که لازمه یک بحث علمی و آکادمیک است، سازگار نیست. آنچه من - به عنوان فردی که مختصر آشنایی با اقتصاد ایران دارد - می‌توانم ادعا کنم این است که نگاه استراتژیک - که به‌زعم بنده، جوهره اصلی اقتصاد مقاومتی است - هیچ‌گاه بر اندیشه و تصمیم مدیران اقتصادی ما «مسلط» نبوده است؛ به تعبیر دیگر، نگاه استراتژیک و رویکرد اقتصاد مقاومتی لااقل در تاریخ معاصر ایران، پارادایم مسلط بر اندیشه و تصمیم مدیران ما نبوده است و به همین دلیل بسیاری از قوت‌هایمان را سوزانده‌ایم؛ فرصت‌های پیرامونی زیادی را از دست داده‌ایم؛ از ضعف‌هایمان بیش از آنچه باید، ضربه خورده‌ایم و بالأخره، در استفاده از قوت‌های درونی و فرصت‌های پیرامونی خود، برای غلبه بر تهدیدهای برون‌سیستمی، بهترین استفاده ممکن را نبرده‌ایم. اقتصادی که با چنین ویژگی‌هایی توصیف شود، قطعاً یک «اقتصاد مقاومتی» نیست. از نظر من، شأن نزول این اصطلاح و علت ابداع آن توسط عالی‌ترین مقام مدیریتی کشور، توجه به همین ویژگی‌های مزمن اقتصاد ایران است که سد سدیدی در مقابل پیشرفت شایسته و سریع کشور ایجاد کرده است. اقتصاد مقاومتی، تدبیری خردمندانه برای اصلاح نظام مدیریت و تصمیم‌گیری اقتصادی در کشور است که محور و عصاره آن، «نگاه ماتریسی و به‌روز» به نقاط قوت و ضعف درونی و به فرصت‌ها و تهدیدهای پیرامونی، و استفاده شایسته و به‌موقع از قوت‌ها و فرصت‌ها برای غلبه بر ضعف‌ها و تهدیدهاست. چون این نگاه بر مدیریت اقتصادی کشور مسلط نبوده، خیلی از نقاط قوت ما به چالش‌هایی جدی برایمان مبدل شده است.

ارائه چند مثال در تبیین موضوع

مثالی بزنم: آمارهای سی‌چهار سال اخیر به ما می‌گوید که در هر سال به‌طور متوسط ۴۰۰ میلیارد متر مکعب نزولات جوئی از طرف خداوند به این مردم هدیه می‌شود. این از نعمت‌های خداوند و هدیه الهی به کشور ماست که رایگان در اختیار ما قرار دارد. به این اعداد دقت کنید: از این ۴۰۰ میلیارد متر مکعب، ۳۰۰

میلیارد متر مکعب را درجا از دست می‌دهیم؛ یعنی یا تبخیر می‌شود و یا از طریق رودخانه‌های مرزی از دسترس ما خارج می‌شود. از آن ۱۰۰ میلیارد متر مکعب باقیمانده هم که حدود ۶۰ میلیارد متر مکعب آن قابل استحصال است، همه‌اش را استحصال نمی‌کنیم. آن مقدار را هم که با صرف هزینه زیاد استحصال می‌کنیم و در اختیار کشاورزان، صنعتگران و مصرف‌کنندگان قرار می‌دهیم، بهینه استفاده نمی‌کنیم و بخش قابل توجهی از آن را در مسیر مصرف از دست می‌دهیم. استفاده بهینه ما از آن ۴۰۰ میلیارد متر مکعب، کمتر از ده درصد است! از طرف دیگر، منشأ سیل‌های متعدد و مخربی که در گوشه و کنار کشور جاری می‌شود و هرساله خسارات فراوانی را به بار می‌آورد و خانه‌ها و احشام و محصولات و زمین‌های کشاورزی روستائیان ما را نابود می‌کند، همین نزولات جوی است! نکته کاملاً مهم و مرتبط دیگری که برای تکمیل این پازل باید به آن دقت کنیم این است که بیش از ۵۵٪ اراضی کشور که زیر کشت گندم است، به صورت دیم و کمتر از ۴۵٪ اراضی مزبور به صورت آبی کشت می‌شود. نکته مهم و قابل توجه دیگر این است که عملکرد گندم آبی بیش از سه و نیم تن در هکتار و عملکرد گندم دیم، کمتر از یک و نیم تن در هکتار است. همه این اطلاعات را کنار هم بچینید تا روشن شود در این حوزه چقدر «غیر استراتژیک» مدیریت و تصمیم‌گیری کرده‌ایم.

در اقتصاد مقاومتی که من آن را «مدیریت راهبردی اقتصاد» ترجمه کرده‌ام، هر پدیده‌ای الزاماً باید یک برچسب (label) بخورد: اگر در خارج از سیستم است، یا فرصت است یا تهدید؛ اگر در درون سیستم است، یا نقطه قوت است و یا نقطه ضعف. نگاه راهبردی این‌گونه است و به هر پدیده‌ای این‌چنین نگاه می‌کند. مثلاً ما در کشور، جمعیت تحصیل کرده زیادی داریم. آیا این قوت است یا ضعف؟ اگر ضعف است با استفاده از کدام قوت درونی یا فرصت بیرونی می‌توان آن را به یک نقطه قوت تبدیل کرد؟ اگر قوت است، با استفاده از آن می‌توان با کدام

ضعف داخلی یا تهدید بیرونی مواجهه کرد؟ خیلی از کشورها آرزوی داشتن چنین نسل جوانی را دارند، ولی ما که از چنین نعمتی برخورداریم، چون نگاه راهبردی نداشته‌ایم، همین نقطه قوت را با دست خودمان به یکی از نقاط ضعف سیستم تبدیل کرده‌ایم. چون آموزش عالی ما، توجه سیستمی به نیاز مملکت نداشته؛ در نتیجه، هم انرژی خودش را تلف کرده و هم صدها هزار جوان را به علت اینکه تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز کشور را به آنها آموزش نداده، از نقش‌آفرینی در عرصه تولید دور نگه داشته است. اینها نشانه‌های بارزی است بر اینکه اقتصاد ما - با تفسیری که من از این اصطلاح دارم - یک اقتصاد مقاومتی نیست.

مثال دیگری عرض کنم: رهبری عزیز در یکی از ملاقات‌هایی که با نخبگان داشته‌اند، رشد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان را از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی دانسته‌اند. شرکت‌های دانش‌بنیان، یعنی شرکت‌هایی که سرمایه و موجودیت و ماده اولیه آنها علم است. اینها تولید فیزیکی ندارند، تولید علمی دارند. خوب ربط این موضوع با اقتصاد مقاومتی چیست؟ برای اینکه پاسخ این سؤال روشن شود، باید یک مقدمه کوتاه عرض کنم: ما براساس سند چشم‌انداز باید در منطقه اوّل باشیم. یکی از ابعاد اول بودن، تقدم و تفوق علمی بر رقباست. در منطقه مورد نظر سند چشم‌انداز، رقیب جدی ما در این زمینه، ترکیه است. من اخیراً در ۲۲ شاخصی که برای اندازه‌گیری و سنجش وضعیت علمی کشورها مطرح است، دقت می‌کردم. برایم جالب بود که در یازده شاخص ما جلوتر هستیم و در یازده شاخص ترکیه؛ یعنی دوشادوش هم حرکت می‌کنیم. بسیار خوب، پس این شد یک نقطه قوت. سؤالات مهمی که بلافاصله باید مطرح کنیم اینهاست: محصول شرکت دانش‌بنیان چیست؟ ابداع، نوآوری و اختراع. موطن ابداع، اختراع و نوآوری کجاست؟ آزمایشگاه. اگر ابداع، نظری باشد، موطنش کتابخانه و اتاق کار محقق است. پس آنچه در این مرحله برای ما نقطه قوت محسوب می‌شود

عبارت است از ذهن و فکر دانشمندان ما. اما این، ذاتاً ثروت (به معنای مصطلح آن) نیست. برای آنکه به ثروت تبدیل شود و رفاه جامعه را افزایش دهد، باید برای آن، کارخانه و کارگاه تأسیس شود، کارگر استخدام شود و سرمایه‌گذاری صورت گیرد. این اتفاقات هم در خلأ رخ نمی‌دهد. چگونگی شرایط محیطی حاکم بر این سرمایه‌گذاری‌ها، که در ادبیات توسعه به نام «فضای کسب و کار» معروف است، می‌تواند مشوق یا مانع سرمایه‌گذاری باشد. امروز این بحث در دنیا بسیار جدی است و نحله‌ای از اقتصاددانان، که آنان را به عنوان «اقتصاددانان نهادگرا» می‌شناسیم، تأکید فراوانی بر نقش نهادها (قوانین رسمی و غیررسمی)، طول عمر قوانین و سیاست‌ها، پایبندی دولت به تعهدات قانونی خود، و امور نهادی دیگری از این دست دارند. مؤسسات تخصصی ویژه‌ای هم در دنیا - و از جمله در ایران - وجود دارند که مرتباً فضای کسب و کار را در کشورهای مختلف پیش می‌کنند. خوب. ارتباط این بحث با اقتصاد مقاومتی چیست؟ عرض کردم که ما در منطقه مورد نظر سند چشم‌انداز، از نظر تولید علم جزء بهترین‌ها هستیم. حلقه بعد از تولید علم، حلقه تجاری‌سازی است که مستقیماً تحت تأثیر کیفیت فضای کسب و کار است. اگر با نگاه اقتصاد مقاومتی به موضوع نگاه کنیم، اینجا یک شکاف (Gap) عمیق و وسیعی وجود دارد که اجازه نمی‌دهد آن نقطه درخشان قوت ما، یعنی سرعت حیرت‌آور ما در تولید علم، به نتیجه نهایی برسد و برای ما ثروت خلق کند. جدیدترین گزارش *doing business* رتبه ما را در منطقه، بیست و دوم اعلام کرده و فقط سه کشور ازبکستان، افغانستان و عراق، محیط کسب و کارشان نامناسب‌تر از محیط کسب و کار ماست! این دو حلقه متوالی از زنجیره توسعه اقتصادی، یعنی حلقه تولید علم و حلقه تجاری‌سازی ابداعات، هماهنگ با هم حرکت نمی‌کنند. در نتیجه، همان نقطه قوت ما هم، ممکن است بعد از مدتی، مبدل به ضعف شود. مبدع و مخترع جوان ما وقتی می‌بیند که این اختراع را در وطن خودش نمی‌تواند تجاری کند و

فضای کسب و کار کمکی به او نمی‌کند، دولت یاورش نیست، سرمایه‌گذاران که وظیفه ذاتی آنها تجاری‌سازی ابداعات است، به دلیل موانع بی‌شماری که بر سر راه کسب و کار و تولید وجود دارد، رغبتی به این کار ندارند، چه کار می‌کند؟ ابداعش را به کشور رقیب می‌برد و در آنجا با استفاده از سرمایه و توان سرمایه‌گذار خارجی، اختراع و نوآوری خود را در مسیر تجاری‌سازی قرار می‌دهد. نتیجه چیست؟ تبدیل شدن قوت داخلی ما به فرصتی سودآور و ارزان برای رقیب! ما نیروی خودمان را آموزش می‌دهیم، تجهیز می‌کنیم، به مرحله تولید که رسید، بعد دو دستی به خارجی‌ها تقدیم می‌کنیم. فرار مغزها یعنی همین؛ این اقتصاد، «اقتصاد مقاومتی» نیست. اقتصاد مقاومتی باید اجزایش همدیگر را پوشش بدهند.

مطلبی که عرض می‌کنم خیلی عجیب است؛ من طی یک پروژه، فضای کسب و کار کشور را رصد کرده‌ام. این پروژه‌ای بود که بانک جهانی برای ۶۹ کشور انجام داده بود. به نظرم آمد که مطالعه جالبی است. آن را در دانشگاه فردوسی مشهد برای ایران هم انجام دادیم و ایران شد هفتمین کشور. تحقیق خیلی مفصلی است. من فقط یک قسمت آن را عرض می‌کنم. در این تحقیق، یکی از مواردی که از مخاطبان استعلام می‌شود این است: به نظر شما رابطه دولت با بخش خصوصی چگونه است؟ چه رابطه‌ای با هم دارند؟ فعالان و سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه بخش خصوصی که مخاطبان این تحقیق بودند باید پاسخ خود را به سؤال فوق با انتخاب یکی از اعداد یک تا شش اعلام می‌کردند. یک و دو بازه خوش بینانه است. پاسخ دهنده‌ای که یک یا دو را انتخاب کند، در واقع اعلام می‌کند که دولت (مراد از دولت، فقط قوه مجریه نیست، مراد همه اجزای حاکمیت است) را حامی و پشتیبان بخش خصوصی می‌داند. البته انتخاب عدد یک به معنای پشتیبانی کامل دولت و انتخاب عدد دو به معنای پشتیبانی نسبی دولت از بخش خصوصی است. اعداد سه و چهار، بازه «بی طرف» دانستن

دولت است. اگر آبی نمی‌آورد، کوزه‌ای هم نمی‌شکند! و بالأخره، انتخاب یکی از اعداد پنج و شش به این معناست که پاسخ‌دهنده، دولت را «رقیب» و «دشمن» بخش خصوصی می‌داند. گزارش این تحقیق در فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی ایران در حدود یک سال و نیم پیش منتشر شده است. متأسفانه عددی که در مورد ایران به دست آمد، عددی بود بزرگ‌تر از چهار، یعنی احساس اصحاب کسب و کار این است که دولت، پشتیبان بخش خصوصی نیست؛ حتی بی‌طرف هم نیست؛ «رقیب» بخش خصوصی است. در محیط کسب و کاری که فعالان بخش خصوصی چنین احساسی نسبت به دولت دارند، چطور می‌توان از نتایج و دستاوردهای دانشمندان کشور استفاده مطلوب کرد؟ آیا حق نداریم این فرمایش رهبری را که یکی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را «مردمی بودن» اقتصاد می‌دانند، این‌گونه تفسیر کنیم که فضای کسب و کار کنونی کشور ما یک «ضعف» بزرگ است که مانع به فعلیت رسیدن قوت‌های ما می‌شود و مردم را از نقش‌آفرینی بایسته در اقتصاد کشور بازمی‌دارد؟ مانع استفاده صحیح از فرصت‌های پیرامونی اقتصادمان می‌شود؟ و باعث افزایش تأثیر تهدیدهای اقتصادی و غیراقتصادی دشمنان بر اقتصاد ما می‌شود؟

نتیجه‌گیری

اگر بخواهیم تعریفی آکادمیک از واژه اقتصاد مقاومتی داشته باشیم، بدون اینکه بخواهیم آن را به رهبری منتسب کنم، عرض می‌کنم که اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که مدیریت آن، مدیریتی راهبردی و همه‌جانبه‌نگر است. هیچ مطلبی از رهبری ندیده‌ام که ناقض این تبیین از اقتصاد مقاومتی باشد. به‌رغم این که قصد ندارم این تبیین را به ایشان نسبت بدهم، اما می‌شود برای تأیید آن، به فرمایشات ایشان استشهاد کرد. عقل و تحلیل علمی هم همین را پشتیبانی می‌کند. اصرار بنده هم این است که از این اصطلاح علمی و پرطرفیت، استفاده درست بکنیم و آن را به مفهومی ناقص و کوتاه‌مدت مثل «مقاومت اقتصادی» تقلیل

ندهیم. جفاست که مأموریت اقتصاد مقاومتی را تنها عبور دادن مردم از بحران تحریم‌ها بدانیم. برعکس، باید آن را ترسیم‌کننده مسیری بدانیم که قرار است ما را به مقام اوّل در تمام ابعاد سند چشم‌انداز برساند. پیشنهاد می‌کنم بر روی این موضوع تفاهم کنیم که خاستگاه اقتصاد مقاومتی، تحریم‌های اقتصادی دشمن نیست؛ خاستگاه آن، سند چشم‌انداز کشور و بلندپروازی‌های واقع‌بینانه مندرج در آن است.

لازمه اوّل شدن، انتخاب بهترین مسیر و اتخاذ مناسب‌ترین راهبرد است. اقتصاد مقاومتی، مدیران و سیاست‌گذاران کشور را به نگاهی مجهز می‌کند که براساس آن خواهند توانست بهترین مسیرها را شناسایی و انتخاب کنند.

مقام معظم رهبری بارها مردم را به مصرف کالای ایرانی توصیه کردند. روشن است که اگر استراتژیک نگاه کنیم، بازار داخلی یک فرصت برای تولیدکننده داخلی است؛ حداقل بخشی از کالا باید در این بازار ۷۰ میلیونی عرضه و مصرف شود. من در جلسات متعددی که با تولیدکنندگان و کارگران داشته‌ام به آنان گفته‌ام که مقام معظم رهبری برای شما فرصت ایجاد کرده‌اند؛ اما بالفعل شدن این فرصت، شرط دارد. رهبری تلاش می‌کند «دیوار غیرت ملی» را در مقابل ورود کالای خارجی مرتفع کنند. دیوار غیرت ملی در کنار دیوار تعرفه مطرح است. همه دولت‌ها برای اینکه مانع ورود کالای خارجی به کشورشان بشوند، تعرفه وضع می‌کنند. اصطلاحاً به این می‌گوییم «دیوار تعرفه»؛ چون کالایی که می‌خواهد از خارج بیاید باید از روی این دیوار بگذرد، قیمت آن نسبت به کالای داخلی گران و رغبت مردم به آن کم می‌شود. رهبری از مسیر دیگری وارد شده‌اند و می‌خواهند دیوار غیرت ملی را مرتفع کنند. اگر دیوار غیرت ملی مرتفع باشد - مثل بعضی از کشورهای جنوب شرق آسیا - حتی اگر کالای خارجی ارزان‌تر هم وارد شود، غیرت ملی مردم اجازه نمی‌دهد که تولیدکننده داخلی ورشکست و کارگر داخلی بیکار شود. اما سؤال مهم این‌جاست: ساز و کار

غیرت ملی چه زمانی فعال می‌شود؟ وقتی که کالای داخلی «حداقل کیفیت» را داشته باشد. اگر حداقل کیفیت را نداشته باشد، ساز و کار غیرت ملی فعال نمی‌شود. مردم ممکن است به خاطر غیرتی که نسبت به کشورشان دارند، از «امتیازات» کالای خارجی چشم‌پوشند، اما عموماً حاضر نیستند کالایی را که فاقد حداقل‌های کیفی لازم است، خریداری کنند. آستانه پذیرش مردم نسبت به کالای داخلی، برخورداری آن کالاها از حداقل معقول و متعارفی از کیفیت است. اگر کالای ما حداقل کیفیت را نداشته باشد، رهبری دو بار، سه بار، ده بار هم بگویند، نتیجه‌ای حاصل نمی‌شود. بالاخره این ساز و کار بخواهد فعال شود، شرایط دارد. در یک اقتصاد مقاومتی، «فرصت» استفاده از ساز و کار غیرت ملی، مغتنم دانسته می‌شود و برای فعال شدن آن به شعار و تبلیغ و دستور و بخشنامه اکتفا نمی‌شود. آن بخشی از حاکمیت که مسئول کنترل کیفیت کالا است، باید سر جای خودش باشد؛ واحدهای R&D یا تحقیق و توسعه کارخانه‌ها باید فعال شود؛ افزایش بهره‌وری کار و سرمایه با هدف کاهش قیمت تمام شده کالا باید مورد توجه قرار گیرد؛ و البته، و عنداللزوم، از دیوار تعرفه هم - در حدی که مانع رقابت‌پذیری تولید داخلی نشود - باید استفاده کرد. اگر این نگاه منظومه‌ای بر اقتصاد حاکم شود، اقتصاد مقاومتی شکل می‌گیرد و تنها در آن صورت است که می‌توانیم به تحقق اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز که میثاق ملی ماست، امیدوار باشیم. از تطویل کلام عذرخواهی می‌کنم.

از همه حاضران به ویژه حضرت آیه الله استاد واعظزاده به خاطر حضورشان در این نشست علمی سپاسگزارم.