بررسی جایگاه دانش آموختگان در عرصه صنعت ایران در سال حمایت از کالای ایرانی

نخبگانی که فقط مصرف می‌کنند

PDF Compressor Free Version

آیا تا به حال به این فکر کرده‌ایم که ۹ میلیون دانش آموخته دانشگاه‌های کشور، چه کار می‌کنند و اگر ظرفیت آن‌ها برای ارتقای تولید و صنعت کشور به کار گرفته شود، چه اثرات مثبتی در پی خواهد داشت؟ چرا در سال حمایت از کالای ایرانی، نخبگان هنوز دیده نشده‌اند؟ و چرا نیاز است که لایه‌های مدیریت اقتصادی کشور به این جوانان اعتماد کند؟ در شرایطی که در یکی از بزرگ‌ترین مبارزات اقتصادی تاریخ کشورمان قرار داریم، چگونه و با اتکا به کدام منابع و داشته‌هایمان می‌توانیم به صحنه نبرد و کارزار برویم. آیا با نگاهی به تجربه شرایط مشابه در ایران و سایر کشورها، می‌توانیم اینطور نتیجه‌گیری کنیم که مهمترین سرمایه ما در نبرد اقتصادی، سرمایه‌های انسانی و در رأس آن، جامعه نخبگان دانشگاهی هستند؟ در گزارش امروز به بررسی این مهم پرداخته‌ایم.



حامد شایگان، روزنامه‌نگار

یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های کشور، جوانان دانش آموخته و دانشگاهیان هستند و این جمعیت فعال و مستعد می‌تواند کشور را در عرصه کار و تولید سرآمد کند. این نکته‌ای است که رهبر معظم انقلاب نیز در سخنان خود در ابتدای امسال بر آن تاکید کردند. به ویژه در شرایط کنونی که ایران در آستانه تحریم‌های اقتصادی قرار دارد. باید چند ورق از تاریخ نه چندان دور این سرزمین را ورق بزنیم و ببینیم در دوران بحران جنگ و تحریم‌ها، نخبگان دانشگاهی چه نقشی در بهبود اقتصاد کشور ایفا کردند تا بتوانیم همان الگو را با اصلاح نقاط ضعف و تقویت نقاط مثبت مجددا اجرایی کنیم. در واقع طی سال‌های اخیر، در دو مقطع، نقش جوانان در بر لوح تاریخ توسعه ایران می‌درخشد و به عنوان اصلی‌ترین مولفه پیروزی شناخته می‌شود؛ نخست در صنعت انرژی هسته‌ای، که یکی از پیچیده‌ترین انواع صنایع در جهان است و اعتماد به جوانان بسترساز دستیابی به موفقیت‌های بسیاری در این بخش شد و دیگری دستیابی به جایگاه علمی در نمودارها و شاخص‌های بین المللی. در این زمینه‌ها به طور قطع با تکیه بر نخبگان کشور که بخش اعظم آن از قشر جوانان هستند، قادر خواهیم بود؛ موانع و مشکلات اقتصادی فعلی را پشت سر بگذاریم. متاسفانه در بخش مدیریت اقتصادی، برخی نگاه‌ها آنچنان که باید به این مقوله مهم معطوف نیست، در حالی که یکی از بنیان‌های حمایت از کالای ایرانی، تولید کالای با کیفیت و استفاده از دانش روز در عرصه تولید است. متاسفانه در سال‌های گذشته عرصه صنعتی کشور نتوانسته با جامعه دانشگاهی به صورت درست و هدفمند ارتباط برقرار کند و به این لحاظ، تولید داخلی در بازار رقابتی چندان موفق نبوده است. این در شرایطی است که تکیه بر نخبگان برای ارتقای بهره‌وری و کیفیت صنعت کشور می‌تواند کلید موفقیت اقتصادی باشد و این خلاء در شرایط پیش از تحریم‌ها باید به سرعت برطرف شود.

نخبگان در کجای پازل تولید هستند؟

به گمان برخی، حمایت از کالای ایرانی یا تقویت و ارتقای تولید ملی، تنها بر عهده صنعتگران و تولیدکنندگان است، اما در این میان، نقش نخبگان، به مراتب پررنگ‌تر از دیگر گروه‌ها و طیف‌هاست. در واقع، حضور جدی جوانان تحصیل کرده برای به بار نشاندن صنعت می‌تواند، نخستین گام در مسیر حمایت از کالای ایرانی باشد در عین حال باید توجه داشت که دستیابی به هر هدفی نیاز به مقدماتی دارد. در چند سال گذشته شرکت‌های دانش‌بنیان زیادی از قلب دانشگاه‌ها شکل گرفته و امروز به عنوان تولیدکننده یا ارائه‌دهنده خدمات در بخشی از اقتصاد کشور نقش فعال دارند، اما این شرکت‌ها نتوانسته‌اند به نحو احسن از ظرفیت‌های تولیدی کشور بهره‌مند شود. یکی از دلایل این ناکامی آن است که اقتصاد کشور با کاهش نقدینگی دولتی مواجه است و بانک‌ها نیز اعتماد چندانی به شرکت‌های نوپا برای ارائه تسهیلات مالی ندارد. این در حالی است که تشکیل بیش از ۳۰۰۰ شرکت دانش‌بنیان از سوی فارغ‌التحصیلان و استادان دانشگاه‌ها نشان‌دهنده ظرفیت این بخش برای تقویت حمایت از کالای ایرانی است.

براساس آمارها در حال حاضر، حدود ۹ میلیون دانشجو و فارغ‌التحصیل دانشگاهی در ایران حضور دارند که این عدد و رقم به روشنی گویای فرصت‌های بالقوه ایران در حوزه سرمایه انسانی است؛ سرمایه‌ای که در قرن حاضر از نگاه تحلیل گران اقتصادی به عنوان اصلی‌ترین و ارزنده‌ترین ثروت کشورها از آن یاد می‌شود. امروزه ایده‌های نو و خلاقانه، اصلی‌ترین راه زنده‌ماندن صنایع بزرگ است. به همین دلیل بخش عمده تمرکز کشورهای توسعه‌یافته برای دستیابی به پیشرفت بر روی این ظرفیت، متمرکز شده است. نخبگان در هر کشوری، نه تنها فرهنگ‌ساز هستند، بلکه صنعت و اقتصاد کشور را ریل‌گذاری می‌کنند، تا با تحقیق و پژوهش، ظرفیت‌ها و فرصت‌های کشور را مورد ارزیابی قرار دهند و با شناسایی نارسایی‌ها، کاستی‌ها و خلأها در جهت رفع مشکلات و ارتقای

دانشجویان ایرانی وقتی به کشورهای دیگر می‌روند در مهمترین صنایع آن کشورها، تولید دانش و خلاقیت می‌کنند و ما وارد کننده محصولات دانش آموختگان هموطنان خودمان می‌شویم!

تولید تلاش کنند. نقش نخبگان در تقویت اقتصاد کشور به ویژه در سال حمایت از کالای ایرانی به قدری



است که چندی پیش، منصور غلامی، وزیر علوم در یادداشتی به روشنی به فرصت‌ها و توانمندی‌های کشور از جنبه جامعه نخبگان و سرمایه انسانی پرداخت و گفت: «همین دانشجویان ایرانی وقتی به کشورهای دیگر می‌روند در مهمترین صنایع آن کشورها، تولید دانش و خلاقیت می‌کنند و ما وارد کننده محصولات دانش آموختگان هموطنان خودمان می‌شویم، پس اعتماد و باور به جامعه دانشگاهی کشور می‌تواند زمینه‌ساز افزایش کیفیت کالا و تولیدات داخل کشور شود.» حال سوال این است چرا دستگاه‌های دولتی و صنعتی کشور به ایده‌های دانشگاهیان برای ارتقای تولید کالای ایرانی بی توجه هستند؟

مقدمه عبور از عقب‌ماندگی

درک عقب‌ماندگی‌ها، کاستی‌ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی، نخستین لازمه و ضرورت حرکت به سمت پیشرفت و توسعه هر چه بیشتر، بهره‌گیری از قابلیت‌های داخلی کشور است، اما فرو رفتن و غوطه‌ور شدن در کاستی‌ها و عدم باور به توانمندی‌های درونی کشور و جوانان این مرز و بوم، آن هم در شرایطی که امسال به نام کالای ایرانی مزین شده یک انحراف است و باید بیش از گذشته به مقوله تقویت اقتصاد داخلی توجه شود. پیش از این توانمندی جوانان و نخبگان کشور بارها به اثبات رسیده و این بی توجهی چیزی جز انفعال و اشتباه محاسباتی نیست. امروزه با حضور جدی جوانان و بکارگیری این نیروی انرژیک و توانمند می‌توان بسیاری از الزامات حمایت از کالای ایرانی، همچون اصلاح الگوی مصرف، تلاش، مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری و گفتمان سازی در سطح جامعه را نهادینه کرد که البته انتظار می‌رود به موازات این امر، عرصه برای نقش آفرینی جوانان و نخبگان در حوزه‌های تصمیم گیری و تصمیم‌سازی دستگاه‌ها و نهادهای دولتی باز شود، تا این قشر پویا و باطروات که از روحیه جوانی برخوردار هستند با پیاده سازی ایده‌های جدید خود در دایره وسیع‌تری از حوزه‌های اقتصادی اثرگذاری بیشتری پیدا کنند.

به راستی اگر بازار ۸۰ میلیون نفری کشور در اختیار تولیدکنندگان باشد، چه تحول بزرگی روی خواهد داد؟ آیا رونق اقتصادی و اشتغال جان خواهد گرفت و سبب بی‌نیازی نسبت به ارز خارجی می‌شود؟ در پاسخ باید گفت حمایت از کالای ایرانی فقط وظیفه مصرف کننده‌ها نیست، بلکه تولیدکنندگان هم وظیفه دارند؛ همچنین دولت و مجلس و سایر مسوولان نظام نیز در این میان مسولیت دارند. از این رو باید برخلاف سیاست استعماری غرب علیه کشورهای دیگر، سعی کنیم تا از وابستگی به نفت خارج شویم و به سمت تولید کیفی بیشتر و مصرف کالاهای ایرانی برویم. در واقع بسیاری از کالاهای خارجی که امروزه در کشور ما زبانزد هستند، به کمک نخبگان و دانش آموختگان، قابل تولید شده‌اند. نخبگانی که پیش از این بسیاری از آنان از کشورهایی نظیر ایران، به خارج از کشور مهاجرت کرده‌اند و در معتبرترین مراکز علمی و تولیدی مشغول فعالیت شده‌اند. در واقع این روند، نوعی فرصت سوزی برای اقتصاد کشورهایی نظیر ایران، محسوب می‌شود. ما می‌توانیم با نگهداشتن نخبگان و استعدادهای برتر کشور و استفاده از توانمندی آن‌ها، شعار حمایت از کالای ایرانی را محقق کنیم و کشور را از وجود کالاهای خارجی بی‌نیاز کنیم. بی شک تحقق چنین شعاری منجر به بی نیازی کشور به محصولات خارجی و افزایش توان داخلی خواهد شد.

متاسفانه بازار ۸۰ میلیونی ایران تا حد زیادی در اختیار کالاهای خارجی قرار گرفته است. هر چند که مردم، جنس ایرانی مرغوب و با قیمت بالا را می‌خرند، اما در واقع، هنر، آن است که جنس ایرانی را در میدان رقابت، بر جنس خارجی، ترجیح بدهیم

البته استعدادها و ظرفیت‌های فراوانی در کشور برای تحقق چنین شعاری وجود دارد، اما هنوز نتوانسته‌ایم این ظرفیت‌ها را به حالت بالفعل درآورده و به جایگاه واقعی خود در جهان با توجه به نیروهای متخصصی که داریم، برسیم.

ایده‌ها، کلید موفقیت

یکی از ایرادات وارده بر دانشگاههای کشور در سال های اخیر تکیه بیش از حد بر علم و حوزه تئوریک بوده است. همین مسئله مانع ارتباط تنگاتنگ میان صنعت و دانشگاه شده است. این در حالی است که دانشگاه‌های کشور باید به نیاز مردم توجه کنند و در قالب ایده‌های جدید، به واحدهای صنعتی راهکار ارائه دهند، تا همسو با افزایش اقبال مردم نسبت به کالای ایرانی، کیفیت آنها را بالا ببرند. این امر مستلزم استفاده از دانش روز و توان متخصصان و دانشمندان است. باید به یک نکته مهم توجه داشت که ایران به عنوان یک کشور نفت‌خیز شناخته می‌شود و دولتی که این ثروت را در اختیار داشته باشد، در واقع یک اهرم بزرگ برای نقش آفرینی در اقتصاد را در اختیار دارد، اما همین مسئله می‌تواند عاملی برای انحراف برنامه‌های آن دولت برای تقویت بنیه اقتصاد مولد نیز عمل کند. این همان واقعیتی است که مخالفان پیشرفت و توسعه ایران، به شدت بر روی آن متمرکز هستند. برای نمونه یکی از کارکردهای دستگاه تبلیغاتی آمریکا برای تغییر فرهنگ کار در ایران و کشورهای در حال توسعه، ترویج «اعتقاد به شانس» به عنوان عامل موفقیت است. آنها در صدد هستند با ترویج این تفکر که ابتدا باید تمامی شرایط فراهم باشد تا نخبگان موفق به انجام کار شوند، در واقع نوعی حالت انتظار و ایستایی در لایه‌های نخبه ایران ایجاد کنند، در حالی که خود به خوبی می‌دانند حتی در ساختار اقتصادی و اجتماعی کشورهای خودشان نیز چنین فضای آماده‌ای به نفع فعالیت‌های نخبگان وجود ندارد و دانش آموختگان، باید خود با تلاش و جدیت، بسترهای فعالیتشان را ایجاد کنند. همچنین راهبرد دیگر استعمارگران، این است که از درآمدهای نفت، در بخش عمران و تولید ثروت استفاده نشود تا جامعه، مصرف گرا باشد و سرمایه خود را از دست بدهد. از این رو برای اینکه ثروت جوامعی نظیر ایران، صرف کالاهای مصرفی خارجی شود، کارهای فرهنگی و تبلیغاتی زیادی کرده‌اند تا آن را به نشانه‌ای از تشخص اجتماعی تبدیل کنند. نتیجه آن شده که متاسفانه بازار ۸۰ میلیونی ایران تا حد زیادی در اختیار کالاهای خارجی قرار گرفته است. هر چند که مردم، جنس ایرانی مرغوب و با قیمت بالا را می‌خرند، اما در واقع، هنر، آن است که جنس ایرانی را در میدان رقابت، بر جنس خارجی، ترجیح بدهیم. این همان راهی است که کشورهایی همچون ژاپن آن را پیموده‌اند. واقعیت تلخ‌تر اینکه هم‌اکنون کالای کشورهایی را می‌خریم که ما را تحریم کرده‌اند و این بدان معناست که در واقع ما این دشمنان را تشویق و ترغیب می‌کنیم تا به خباثت‌هایشان ادامه دهند.

دیدگاه

از نخبگان پیش از وقوع بحران راهکار بخواهید

برگزیده جشنواره ملی فن آفرینی و کارآفرینی شیخ بهایی، با اشاره به مشکلات کشور از جمله کمبود آب گفت: متاسفانه زمانی که لازم است، طرح ها و ایده‌های پژوهشگران دیده و استفاده نمی‌شوند، اما پس از مواجهه با بحران، مسوولان از نخبگان جهت دریافت راهکار دعوت می‌کنند. به گزارش ایرنا، کمبود آب یکی از اصلی‌ترین مشکلاتی است که از چند دهه گذشته زندگی عموم مردم به ویژه ساکنین کلان شهرهای کشور را با مشکل مواجه کرده است. واقع شدن ایران در منطقه نیمه بیابانی، کمبود میانگین بارندگی در نقاط مختلف کشور، تغییر عادت زندگی مردم به دلیل رشد شهرنشینی، تغییرات اقلیمی به دلیل آلودگی هوا، کاهش سطح آب های زیرزمینی و بسیاری از موارد دیگر از عوامل تشدید این مشکل به ویژه در یک دهه گذشته است. امسال نیز با توجه به میزان پایین بارندگی در فصل پاییز و زمستان گذشته، دور از انتظار نیست که تا پایان تابستان با بحرانی به مراتب جدی‌تر مواجه شویم، کما اینکه در همین روزهای ابتدایی فصل تابستان این بحران خود را در قالب قطعی برق و افت فشار آب و در مناطقی قطع آب نشان داده است. اما سیر نزولی کاهش نزولات جوی از چند سال گذشته، همواره مسوولان، نخبگان و مردم را دل نگران کرده است به طوری که برخی از پژوهشگران پیشاپیش ایده ها و طرح های نوآورانه ای را برای گریز از این بحران ارایه کرده اند. طرح هایی همچون، حمام پیشرفته هوشمند کم مصرف (دوش سیر کوله با قابلیت تصفیه و استفاده مجدد از آب) در زمینه بهینه سازی الگوی مصرف که می توان با استفاده از آن ۹۰ درصد در مصرف انرژی و ۸۰ درصد در مصرف آب صرفه جویی کرد. اما طرح یاد شده از جمله طرح هایی است که با وجود کاربردی بودن در کاهش مصرف آب، راه به جایی نبرده و در قفسه خاک می خورد.



«شیرکو پیری» دانشجوی ارشد رشته مکاترونیک دانشگاه نبی اکرم (ص) تبریز و ارایه دهنده طرح حمام پیشرفته هوشمند کم مصرف در گفت و گو با ایرنا اظهار داشت: این طرح سال ۹۵ در سیزدهمین جشنواره ملی فن آفرینی شیخ بهایی ارایه و عنوان طرح منتخب و تاثیر گذار را کسب کرد و در جشنواره ملی انرژی های تجدید پذیر نیز در همان سال حائز رتبه شد. وی بیان کرد: مهم ترین راهکارها جهت مقابله با بحران کم آبی به دلیل محدود بودن منابع آب صرفا در حوزه بهینه سازی الگوی مصرف خلاصه می شود و این طرح نیز در سال ۹۵ در همین راستا طراحی و ارایه شد، اما متاسفانه نتوانست توجه سرمایه گذاران را به خود جلب کند. پیری با اشاره به اینکه در طرح حمام پیشرفته هوشمند کم مصرف، آب از خروجی آب شهری وارد مخزن سیستم می شود که دارای حجمی برابر ۲۰ لیتر است؛ افزود: این آب طی مراحل مختلف از مجموعه فیلترها عبور کرده و پس از تصفیه دوباره به صورت اتوماتیک به دوش حمام برای استفاده مجدد انتقال می یابد. برگزیده سیزدهمین جشنواره ملی فن آفرینی و کارآفرینی شیخ بهایی ادامه داد: با این ۲۰ لیتر آب تا مدت زمان نامحدودی می توان برای استحمام استفاده کرد، در صورتی که طبق برآوردها در ایران میزان آب مصرفی در ۱۰ دقیقه دوش گرفتن بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ لیتر است. وی افزود: با توجه به اینکه در کشور ما بی آبی و خشکسالی روبه رو هستیم با استفاده از این طرح و بکارگیری آن از سال ۹۵ تاکنون می توانستیم از درصد زیادی از هدر رفت آب جلوگیری کنیم، اما استقبال و حمایت از طرح به عمل نیامد. پیری گفت: بهترین روش برای جلوگیری از هدر رفتن این حجم آب در استحمام، استفاده از دوش با قابلیت بازیابی یا تصفیه آب مصرف شده است، با استفاده از این دوش می توان متوسط مصرف آب را از ۲۰۰ تا ۴۰۰ لیتر به کمتر از ۵۰ لیتر رساند. وی با اشاره به این که با استفاده از این فناوری در حمام منازل در کلان شهرها می توان حجم قابل توجهی از آب را صرفه جویی کرد، گفت: متاسفانه از چنین طرح هایی به وقت خود استفاده نمی شود، اما در زمان بحران از نخبگان خواسته می شود که جلو بیایند و در حل مشکلات کشور وارد عمل شوند. پیری گفت: در کشور چیزی وجود ندارد که جایگزین آب کنیم، چه بسا اگر به موقع وارد عمل می شدیم و از طرح های نخبگان حمایت می کردیم، الان مشکلی در این زمینه نداشتیم، در حالی که متاسفانه در مقابل دیده می شود از طرح های عروسک سازی حمایت های لازم صورت می گیرد و هزینه هایی نیز برای حضور آنها در بازارهای جهانی داده شده است.