

دیوار کوتاه خصوصی سازی

خصوصی سازی شرکت های کوچکی چون داروگر امر درستی بوده است تا خصوصی سازی شرکت های بزرگ که حساسیت و پیچیدگی های به مراتب بیشتری دارند.

به گزارش سایت خبری پرسون، دکتر علی سرزعی در یادداشتی نوشت: چندی پیش خبری درباره ورشکسته شدن شرکت داروگر منتشر شد. همان طور که انتظار می رفت در فضای ایران بلافاصله خصوصی سازی این شرکت زیر سوال رفت و متهم اصلی ورشکستگی این شرکت خصوصی سازی اعلام شد. اما برای فهم درست موضوع باید به چند پرسش ساده فکر کنیم.

پرسش اول: آیا ورشکسته شدن شرکت ها همیشه چیز بدی است یا ورشکسته شدن برخی شرکت ها بخشی از فرآیند اقتصاد رقابتی است؟

پرسش دوم: آیا شرکت داروگر اگر دولتی می ماند، ورشکست نمی شد؟

پرسش سوم: اگر کسی مال خود را صرف خرید یک شرکت کرده نسبت به آن دلسوتر است و دوست دارد آن شرکت سودآور باشد یا افرادی که هزینه ای برای یک شرکت نمی کنند و حتی خود هزینه ای به آن تحمیل می کنند؟

پرسش چهارم: آیا بازار صنایع آرایشی-بهداشتی بازاری با رقابت شدید است یا بازاری با رقابت کم؟

پرسش پنجم: آیا خصوصی سازی شرکت های کوچک در اولویت است یا شرکت های خیلی بزرگ؟

برای راهنمایی توضیحاتی بدیهی درباره هر کدام از این پرسش ها عرضه می شود؛ ولی مطمئن هستم بیست سال بعد ایرانیان وقتی به مکتوبات این زمان برگردند تعجب می کنند که چرا این حرف های بدیهی در یک مقطعی از زمان غیر بدیهی بوده است.

نخست آنکه ورشکستگی بخشی از فرآیند رقابت است. همان طور که در ورزش جالب نیست یک تیم همیشه اول باشد و جالب تر آن است که رقابت ها نزدیک باشد و هر سال یک تیم بتواند خود را به سکوی نخست برساند، در عرصه اقتصاد نیز جالب نیست که در رقابت بازاری همیشه یک شرکت پیروز باشد. بازارها وقتی رقابتی هستند که شانس بازنده شدن برای برخی شرکت ها وجود داشته باشد و اگر شرکتی نتواند خود را دوباره آماده کند و به رقابت برگردد از گود رقابت حذف خواهد شد؛ یعنی ورشکست می شود. به طور کلی، ورشکستگی نه تنها پدیده بدی نیست، بلکه سازوکاری است برای اینکه اموالی و منابعی که نامولد بودند تغییر مسیر فعالیت یابند و در عرصه مولدتری به کار گرفته شوند.

دوم آنکه آنچه شرکت ها را در رقابت موفق یا ناموفق می سازد، مالکیت دولتی یا خصوصی صاحبان آنها نیست، بلکه توان نوآوری شرکت در عرضه محصولات جدید و مدیریت منابع برای رقابت پذیر ساختن محصولات به لحاظ قیمت و کیفیت است. وقتی شرکت، دولتی است البته انگیزه کمتری برای رقابت پذیر بودن یا نوآوری دارد؛ زیرا در شرکت های دولتی به پیروزی در رقابت بازاری جایزه داده نمی شود و مدیران انگیزه ای برای تقلا ندارند. بنابراین داروگر اگر دولتی بود باز هم ورشکست می شد؛ اما ورشکستگی آن هیچ وقت اعلام نمی شد؛ زیرا دولت مجبور بود سالانه بودجه ای برای جبران ضرر و زیان وارده پرداخت کند.

سوم آنکه عرصه محصولات بهداشتی-آرایشی عرصه ای بسیار رقابتی است و شرکت های فعال در این حوزه همواره با محصولات جدید و بسته بندی های نوین سعی می کنند حضور خود را در بازار حفظ کنند. این در حالی است که در دهه شصت به واسطه بسته بودن اقتصاد، مردم با محصولات بدون تنوع، بسته بندی های ملال آور و بی کیفیت روبه رو بودند. در آن زمان کار به جایی رسیده بود که افراد از خارج از کشور به عنوان سوغات صابون و شامپو هدیه می آوردند. اصلاً معلوم نبود که اگر همان دهه شصت نیز اقتصاد بسته نمی شد، داروگر می توانست آن سهم از بازار ایران را داشته باشد.

چهارم آنکه خصوصی سازی شرکت های کوچکی چون داروگر امر درستی بوده است تا خصوصی سازی شرکت های بزرگ که حساسیت و پیچیدگی های به مراتب بیشتری دارند. اگر دولت نتواند یک شرکت آرایشی-بهداشتی را خصوصی سازی کند دیگر چه شرکت هایی هستند که بتوان واگذاری آنها به بخش خصوصی را مشروع دانست. نهایتاً آنکه هیچ کس به اندازه مالک شرکتی که بابت تملک آن پول داده نسبت به آن حساسیت و دلسوزی ندارد. نه خبرنگاران نه مدیران دولتی و نه توده مردم زیان مستقیمی از ورشکسته شدن یک شرکت نمی کنند و فقط صاحب آن است که بیش از هر کس دیگری متضرر می شود. لذا تصور اینکه دایه ها دلسوتر از مادر شوند بسیار دور از ذهن است.

منبع: دنیای اقتصاد