

گفت‌وگوها و مقالات آینده‌نگر: مسعود خوانساری • محمدرضا تاجیک • مقصود فراستخواه • پرویز صداقت • علی فاضلی • کاوه زرگران •  
علی اصغر سعیدی • خالد توکلی • شیرزاد عبداللهی • احمد آل یاسین • حمید آذرمند • پدram سلطانی

# آینده‌نگر

ماهنامه اقتصادی | قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان | ۱۹۶ صفحه | شماره ۶۶ | آذر ۹۶

ISSN: 2322-3316

آینده‌نگر  
شماره  
۶۶

چرا عمر کسب‌وکارها در ایران کوتاه است؟ و خبری از پایان رکود نیست؟

## رونق خیالی

گزارش تحلیلی «آینده‌نگر» از حال و روز سرمایه اجتماعی در اقتصاد و جامعه ایران  
**سرمایه فراموش شده**

دیگر کسی به کار آفرینان اعتماد ندارد؟



## Evergreen Line Sets Sail with *OCEAN Alliance*

Our Extensive Network Delivers Unbeatable Service

Evergreen Line is proud to be a founding partner of OCEAN Alliance, an evolutionary leap in global shipping services. With state-of-the-art vessels, we offer an unparalleled choice of port coverage, sailing frequencies and rapid transit times to ensure safe and reliable delivery of your cargo.



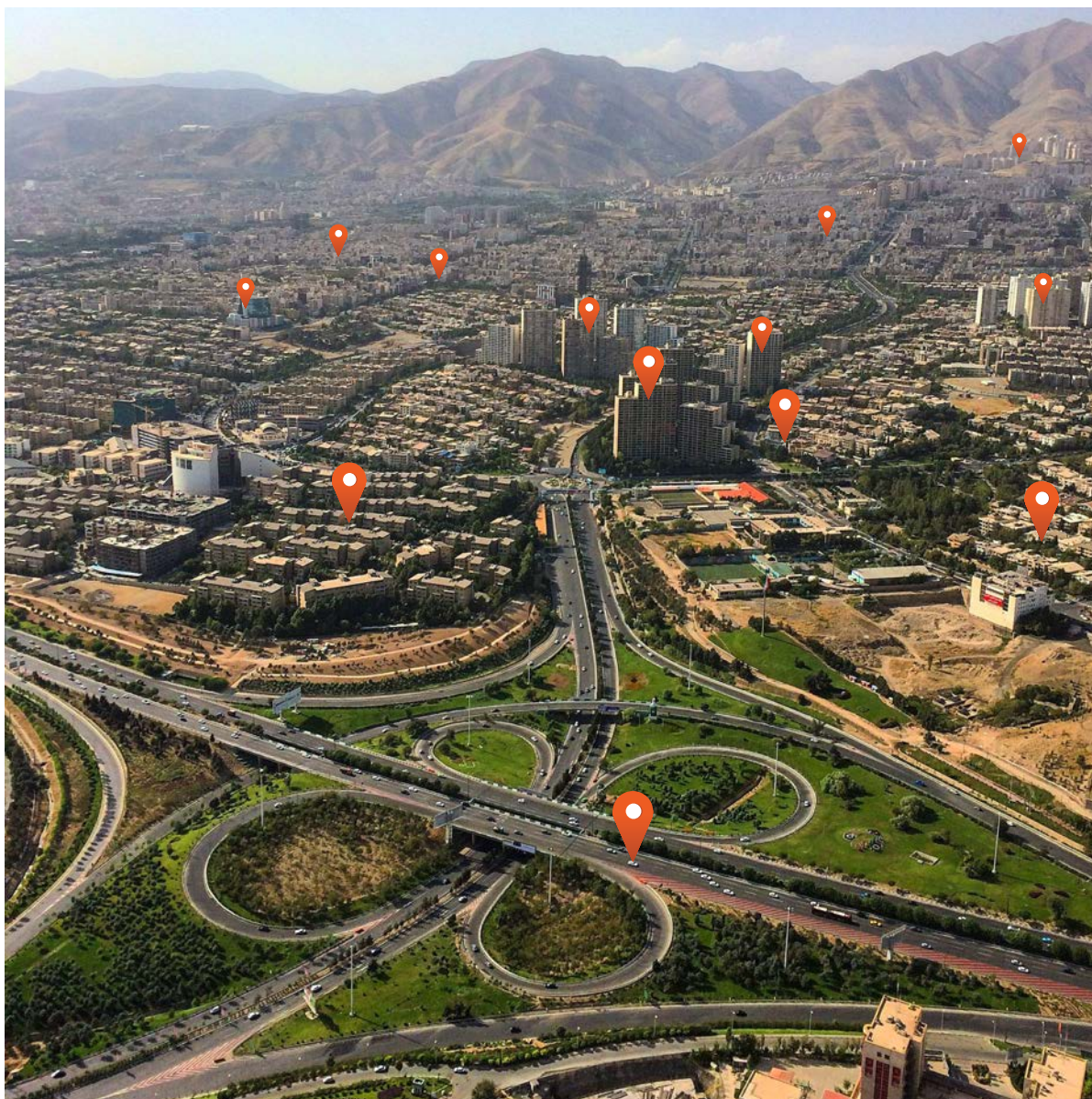
**EVERGREEN LINE**  
[www.evergreen-line.com](http://www.evergreen-line.com)

# Melody

ملودی



[www.giftset.co](http://www.giftset.co)



پرداخت‌های شرکت را  
از راه دور مدیریت کنید.

اینترنت بانک شرکتی



بانک خاورمیانه  
Middle East Bank



[www.middleeastbank.ir](http://www.middleeastbank.ir)  
[info@middleeastbank.ir](mailto:info@middleeastbank.ir)

صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران  
مدیر مسئول: مسعود خوانساری  
شورای سیاست گذاری: بهمن عشقی، مصطفی درویشی  
سر دبیر: بهراد مهرجو  
تحریریه: رضا معطران، محمد عدلی، ریحانه یاسینی، کاوه شجاعی، فرزانه سالمی، آرش پور ابراهیمی  
لیلا ابراهیمیان، نسیم بنایی، صوفیا نصرالهی، ولی خلیلی، زهرا چوپانکار، یزدان مرادی  
مونا مشهدی رجبی، متین دخت والی‌نژاد، زینب کوهیار، ساعد یزدانجو

آلتیه طراحی  
مدیر هنری: رضا دولت‌زاده  
ویرایش عکس: علیرضا لاجورد  
ویراستاری: بابک آتشین‌جان  
ناظر فنی: هانی شمس

مخاطبان ماهنامه آینده‌نگار می‌توانند، دیدگاه‌ها و انتقادات خود را از طریق پست الکترونیک و همچنین شماره تلفن‌های تحریریه با مادر میان بگذارند.  
Email: ayandehnegarmag@gmail.com www.tccim.ir

نشانی: خیابان خالده اسلامبولی، روبه‌روی خیابان ۲۱، پلاک ۸۲  
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران  
تلفن امور اشتراک: ۱۸۶۶ تلفن تحریریه: ۸۸۷۱۵۴۱۳ سازمان آگهی‌ها: ۸۸۸۶۰۶۵۶

چاپ: شرکت رواق روشن مهر



برای دریافت اشتراک

آینده‌نگار

با شماره

۱۸۶۶

تماس بگیرید



بسم الله الرحمن الرحیم

## سر مقاله

اصلاح نظام بانکی و لزوم توجه به تجارب جهانی

## شاخص‌های ماه

افزایش معاملات و قیمت مسکن

## تحلیل گران

افول امپراتوری آمریکا به دست ترامپ

## کامنت ماه

کلید حل مشکلات اقتصادی: بخش خصوصی

## اعداد ماه

کاهش ۵۶ درصدی مرگ کودکان

## ایده‌ها

سکان‌دار سیاست‌های اقتصادی جنگ

## آکادمی

آموزش و پرورش برای توسعه چه می‌کند؟

## روایت

رونق خیالی

## گزارشگر

سرمايه فراموش شده

## راهبرد

مدرنیزه لاک پشتی

## آینده ما

صنعت طلبکار

## توسعه

خاطرات و فراموشی روشنفکران

## نگاه

قیام در شبکه علیه خودرو

## ژورنال

چهار سناریو برای حذف یارانه سه دهک بالا

## تشکله‌ها

درصد صادرات غیر نفتی کشور صنعت غذا است

## همسایه‌ها

ترکیه: همسایه نیمه اروپایی

## کارخانه

پشت پرده دیجی کالا

## کارآفرینان

مسیر پرپیچ و خم کارآفرینی

## تجربه

قواعد ساده در دنیای پیچیده

## آینده پژوهی

«شی» قدرتمندتر

## اکنون میست

بازاری روی ابرها

## گیشه

به خاطر چند میلیارد بیشتر

## کتاب ضمیمه

الگوریتم‌ها به جای مغزها

## پیشنهاد / کتابخانه

جایزه نوبل ادبیات امسال از چه می‌گوید؟



طرح جلد: رضا دولت‌زاده



# اصلاح نظام بانکی و لزوم توجه به تجارب جهانی

## اولویت‌هایی برای اصلاح نظام بانکی



مسعود خوانساری

مدیر مسئول ماهنامه آینده‌نگر  
و رئیس اتاق تهران

نظام بانکی به یکی از مهم‌ترین معضلات اقتصادی کشور تبدیل شده و به تعبیری بانک‌ها از سرویس‌دهی به اقتصاد که یکی از اصلی‌ترین کارهایشان است، بازمانده‌اند و خبری از تجدید ساختار آنها نیست. به همین دلیل از دو منظر می‌توان به موضوع بحران نظام بانکی پرداخت.

### الف. قانون

قانون پولی و بانکی کشور در سال ۱۳۵۱ به تصویب رسید. بعد از پیروزی انقلاب یکی از مسائل عمده که دغدغه همه مسئولان و به‌خصوص روحانیون بود به بحث عملیات بانکی بدون ربا مربوط می‌شد. در همان روزها براساس مصوبه شورای انقلاب تمام بانک‌های خصوصی مصادره و در بانک‌های دولتی ادغام شدند و به کار کلیه صرافی‌ها که در امر مبادلات ارزی و ریالی اشتغال داشتند پایان داده شد. باور همگان این بود که نظام بانکداری اسلامی باید صرفاً در قالب قرض الحسنه و عقود اسلامی صورت پذیرد. در همان روزهای ابتدای انقلاب سازمان اقتصاد اسلامی هم با دیدگاه منطبق بر موازین اسلامی توسط تعدادی از روحانیون و جمعی از بازاریان خیر قصد داشت نظام بانکی اسلامی را راه‌اندازی و اداره کند ولی پس از مدتی مشخص شد که این ایده به سادگی قابلیت اجرایی و انطباق با واقعیت‌های نظام بانکی را ندارد.

با آغاز جنگ و شرایطی که اقتصاد کشور از جهت درآمدهای نفتی، رکود، هزینه‌های بالای جنگ و شناخت بیشتر مسئولان از مسائل اقتصادی پیدا کرده بود، بحث بانک و بانکداری به عنوان یکی از چالش‌های اصلی اقتصادی مطرح شد. بر اساس همان احساس نیاز سال ۱۳۶۲ قانون عملیات بانکی بدون ربا با هدف حذف قرض ربوی و استفاده از عقود اسلامی در مجلس به تصویب رسید. اگرچه این قانون به عنوان قانون دائمی تصویب شد، اما قرار بر این بود که پس از پنج سال اجرای آزمایشی بازبینی شود؛ ولی مشکلات ناشی از جنگ و تحریم نه‌تنها چنین فرصتی را نداد بلکه کمبود بودجه دولت در تمام سال‌های بعد از انقلاب و نیاز به بازسازی کشور مشکلات بانک‌ها را روزبه‌روز پیچیده‌تر کرد.

با گذشت بیش از ۳۰ سال از تصویب این قانون و توسعه نظام بانکی کشور عدم کارایی و کارآمدی قانون عملیات بانکی بدون ربا بر همگان اثبات شده‌است.

در دولت نهم اصلاح قانون بانکی با تدوین لایحه دوگانه بانکداری و بانک مرکزی کلید خورد اما به سرانجام نرسید. در اردیبهشت سال ۱۳۹۴ یک فوریت طرحی که توسط تعدادی از نمایندگان تهیه شده بود به تصویب رسید. در آن موقع مسئولان دولتی و بانک مرکزی متعهد شدند در صورت توقف پیگیری طرح در مجلس، لایحه مربوطه از طرف دولت ارائه می‌شود که این وعده عملی نشد و در نهایت سال ۱۳۹۵ طرح اصلاح قانون عملیات بانکی بدون ربا بر اساس سازوکارهای اصل ۸۵ قانون اساسی به تصویب رسید، ولی با توجه به وقت کم و پایان مجلس و مخالفت‌های زیاد بحق، مجلس فرصت بررسی و تصویب آن را نیافت. (اتاق بازرگانی تهران با استناد به دلایل مستند معتقد بود که پیشنهاد بسیار غیر کارشناسی و عجولانه ارائه شده‌بود).

اکنون مجدداً لایحه قانون بانکداری در مجلس در دست بررسی است که باید به چند نکته در مورد آن توجه کرد:

**اول:** با توجه به اینکه بانک و بانکداری پدیده‌ای جدید است که در دو یا سه قرن اخیر در کشورهای توسعه‌یافته ایجاد شده، باید تجربه آنها را در نظر گرفت.

**دوم:** بهتر است تحلیل درستی از ناکامی و ناکارآمدی قانون فعلی توسط کارشناسان صورت گیرد.

**سوم:** این تصور را باید از ذهن دور کرد که می‌توان با به‌کارگیری تعدادی از مفاهیم اسلامی، بانکداری اسلامی ایجاد کرد.

### ب. بحران فعلی

آنچه پیش از این به آن اشاره شد، ریشه‌های تاریخی بحران بانکداری در ایران و فوریت‌های پیش رو بود. اما اکنون زمان مناسبی است که به مشکلات ریشه‌ای و ساختاری توجه کرد. از جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد:

**اول:** نیاز به نظارت جدی بانک مرکزی بر بانک‌ها به شدت احساس می‌شود.

**دوم:** بهتر است با دقت کارشناسی بانک‌های خوب از بانک‌های بد تفکیک شوند.

**سوم:** موسسات مالی و اعتباری به بحرانی اجتماعی-اقتصادی تبدیل شده‌اند که باید تعیین تکلیف شوند.

**چهارم:** شرایط حاکم بر نظام بانکی ایران با استانداردهای جهانی همخوان نیست و به همین دلیل بهتر است بازنگری در وضعیت بانک‌ها با این نگاه صورت گیرد.

**پنجم:** بانک‌ها باید در مورد دارایی‌های منجمد خود فکری جدی بکنند. این منابع به صورت خاص در بخش مسکن قفل شده‌اند.

باید در نظر داشت که اقتصاد ایران در دوره کنونی به جذب سرمایه ایرانیان مقیم داخل و خارج و همچنین سرمایه‌گذاران خارجی برای حرکت در جهت رونق شدیداً نیاز دارد. به همین دلیل موضوع اصلاح ساختار نظام بانکی ضرورت می‌یابد. به همین جهت می‌توان از تجربه جهان در این عرصه استفاده کرد. پیش از این چندین بار در امریکا، ژاپن و سوئد تجدید ساختار نظام بانکی صورت گرفته و همگی هم با موفقیت همراه بوده‌است، البته که سه عنصر جسارت، قاطعیت و همچنین رفتارهای کارشناسی مزیت نسبی این کشورها برای عبور از بحران بانکی بوده‌است که امروز ما هم به آنها نیاز مبرم داریم. سه مثال زیر می‌تواند بحث را تا حدودی روشن کند:

**ژاپن:** اوایل دهه ۱۹۹۰، ژاپنی‌ها برای عبور از بحران نظام بانکی اقدام به کوچک کردن ترازنامه بانک‌ها کردند. به این معنا که بانک‌ها تصمیم گرفتند دارایی‌های خودشان را کاهش دهند و وجوه حاصل را صرف بازپرداخت بدهی‌های گران‌قیمت‌تر کنند. در گام بعدی از بانک‌ها خواسته شد اگر مطالباتی در ترازنامه وجود دارد که سررسید شده آنها را به روش بهینه وصول کنند و پس از آن بدهی‌های گران‌قیمت خود را واریز کنند. هم‌زمان بانک‌های ژاپنی مستغلات اضافی خودشان را بر اساس قیمت بازار و نه نیازشان (منظور تصور قیمتی است) فروختند و دارایی‌های منجمدشان را به چرخه بازگردانند. از سوی دیگر آنها سپرده‌های گران‌قیمت خود را واریز کردند و به سمت چابک‌سازی و مدیریت اقتصادی‌تر منابعشان رفتند.

**کره جنوبی:** این کشور یک نمونه موفق دیگر در مدیریت بحران بانکی است. کره جنوبی با تعداد زیادی بانک ورشکسته مواجه بود. دولت با تزریق منابع و مدیریت، تعداد ۳۳ بانک را طی ۶ ماه به ۱۷ بانک کاهش داد. به این معنی که تعدادی از بانک‌ها با هم ادغام شدند. کره جنوبی اعتقاد داشت بانک‌ها با موسساتی که در اقتصاد قدرت رقابت ندارند باید از بین بروند یا خودشان را با شرایط جدید سازگار سازند و حمایت دولت و تزریق منابع ملی برای سرپا نگاه داشتن آنها تنها به معنای به تأخیر انداختن بحران است.

**ترکیه:** این کشور طی دو سال اقدام به اصلاح ساختار اساسی بانک‌ها کرد. اما نقطه کانونی رفتارهای اصلاحی ترکیه، هزینه کردن بود به طوری که ترکیه وام بسیار سنگینی از صندوق بین‌المللی پول برای این اصلاحات دریافت کرد. اصلاح ساختار نیاز به هزینه دارد. هر سه تجدید ساختار تصمیمات جسورانه و به‌موقعی تلقی می‌شوند که نجات‌بخش اقتصاد سه کشور بودند. امروز اقتصاد ایران هم به چنین الگوهایی نیاز دارد.

بازنگری ساختاری به این معنا است که نظام تدبیر کشور باز هم به تعریف مجددی از کارکرد اصلی بانکداری برسد. به کارگیری روش‌های مقطعی درمان دردهای اقتصادی کشور نیست. موضوع اساسی این است که امروز همه در کشور بپذیرند که باید به سمت اصلاح حرکت کرد. دیگر زمان شعار نیست. ■

# اتاق بازرگانی تهران از نقدهای سازنده استقبال می‌کند

## پاسخگویی، شرط پیشرفت

اتاق تهران طی دو سال و نیم گذشته تلاش کرده با افزایش دامنه خدمات خود به نهادی پویا در عرصه اقتصاد ایران تبدیل شود. اتاق در این مدت و به خصوص هم‌زمان با اجرای برجام سه هدف را سر فصل امور جاری خود قرار داده است. تسهیل فضای کسب و کار، افزایش و ارتقای سطح دانش و مهارت اعضا و همچنین تلاش در جهت افزایش روابط بین‌المللی به منظور جذب سرمایه‌های خارجی مهم‌ترین رویکردهای اتاق تهران به شمار می‌آیند. تمام آنچه در این دوره صورت گرفت، حرکتی هدفمند در جهت کمک به فعالان بخش خصوصی است. به خصوص اینکه اتاق تهران به عنوان قدیمی‌ترین پارلمان کشور اعتقاد دارد که مجموعه‌های برآمده از جامعه مدنی و با ماهیت تخصصی می‌توانند بسیار موثرتر از دولت‌ها در جهت کمک به پویایی بیشتر بخش خصوصی گام بردارند. بر اساس چنین دیدگاهی مهم‌ترین سر فصل برنامه‌های اتاق حرکت در جهت نوگرایی بیشتر تعریف شد.

**کمک مالیاتی به اعضا** اتاق تهران سال گذشته موفق شد با همراهی دولت و ستاد اقتصاد مقاومتی به دستاوردی بزرگ برسد. به این ترتیب که ستاد اقتصاد مقاومتی دولت را مکلف کرد تا مبنای مالیات بنگاه‌های کوچک و متوسط را ارائه اظهارنامه مالیاتی سال ۱۳۹۴ آنها در نظر بگیرد. به این ترتیب در دوران سخت رکود، بنگاه‌های کوچک و متوسط از امکانی بهره‌مند شدند که کلید حل بسیاری از گرفتاری‌های آنها بود. اتاق تهران در جهت تسهیل شرایط برای کسب و کار اقداماتی مشابه در حوزه بیمه نیز به انجام رساند. همچنین مشاوره‌های بیمه، مالیاتی، گمرک، بانکی و حقوقی اتاق تهران به صورت آنلاین در دسترس صاحبان کسب و کار قرار دارد و آنها می‌توانند از طریق مراجعه به سایت اتاق تهران از این امکان بهره‌مند شوند.

**حل مشکلات از درون** طی دور هشتم، مرکز دآوری اتاق تهران راه‌اندازی شد تا فعالان بخش خصوصی بتوانند مشکلات و مسائل خود را حل کنند. مرکز دآوری اتاق بازرگانی تهران مستند به بند «ج» ماده ۵ «قانون اصلاح مواد از قانون اصلاح اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران»، «قانون اساسنامه مرکز دآوری اتاق ایران» و «بیین‌نامه تشکیلات مرکز دآوری اتاق ایران» در تاریخ ۱۳۹۶/۰۲/۱۷ تأسیس شد. این مرکز با داشتن شخصیت حقوقی مستقل (اما وابسته به اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران)، عهده‌دار ارائه خدمات به اعضای اتاق و اشخاص ثالث از طریق رسیدگی به اختلافات تجاری داخلی و خارجی به منظور حل و فصل نهایی آن است. کمک‌ها و مشاوره‌های مرکز دآوری اتاق تهران تنها به داخل کشور خلاصه نمی‌شود. بلکه در عرصه بین‌المللی هم با تشکیل «کمیسیون امور بین‌الملل» تلاش کرده است تا ضمن ارتقای جایگاه این مرکز در عرصه بین‌المللی، خدمات خود را به طور گسترده در ارتباط با قراردادهای تجاری بین‌المللی ارائه دهد و ضمن جلب اعتماد تجار خارجی به این مرکز، مانع تضییع حقوق تجار داخلی در قراردادهای بین‌المللی منعقد شده شود.

**فرهنگ در خدمت اعضا** اتاق تهران سعی کرد طی این مدت تنها در حوزه کسب و کار فعالیت نکرده باشد و حوزه فرهنگ و اقتصاد را هم پوشش دهد. طی این مدت، ۱۰ عنوان کتاب در حوزه اقتصاد و مشکلات و مسائل روز و آینده کسب و کارها منتشر شده است. کتاب‌هایی مانند «آشوب بزرگ»، «چرا شکست می‌خورید؟»، «۲۰ تغییر بزرگ جهان در سال ۲۰۵۰»، «جهانی از اعداد»، «۱۰۰ سال دگر»، «سرمایه فراموش شده» و «اقتصاد و دولت در ایران». ترجمه آثار روز جهانی و انتشار تالیفات متناسب با نیازهای بخش خصوصی دستورالعمل اجرایی اتاق تهران بوده است. همچنین ماهنامه

«آینده‌نگر» به طور مستمر و اول هر ماه منتشر شده و به دست تمام اعضای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران رسیده است.

**تقدیر از بزرگان** اتاق تهران با برگزاری اولین دوره نشان ملی امین‌الضرب به پاسداشت مقام کارآفرینان کشور پرداخت. این اقدام به این جهت صورت گرفت تا کارآفرینان کارآزموده کشور به عنوان الگوهایی از رفتار مدرن و بهینه پیش روی کارآفرینان جوان کشور قرار گیرند. همچنین ادامه این مسیر زندگی‌نامه ۲۳ کارآفرین کشور به صورت کتاب تدوین شد و فیلم‌های کوتاهی از زندگی دیگر کارآفرینان نیز تهیه شد و در اختیار اعضای اتاق تهران قرار گرفت. جشن امین‌الضرب اسامی نیز با استقبال فعالان بخش خصوصی برگزار خواهد شد.

**هیئت‌های خارجی** به طور حتم یکی از مهم‌ترین رویکردهای اتاق تهران پس از توافق برجام اعزام هیئت‌های تجاری به آن‌سوی مرزها و همچنین پذیرایی از هیئت‌های خارجی در ایران است. این اقدام می‌تواند به توسعه روابط تجاری میان کشورها کمک کند و زمینه را برای امضای قراردادهای مهم اقتصادی نیز فراهم آورد. در آخرین اقدام نیز اتاق تهران میزبان هیئت تجاری اتحادیه اروپا به ریاست کمیسیونر کشاورزی این اتحادیه بود. ایجاد فضای تعامل عزتمندانه با جهان رویکرد مهم اتاق تهران است.

**آموزش برای همه** بخش خصوصی ایران نیاز به بازآفرینی دانش خود دارد. به همین دلیل اتاق تهران با امضای تفاهم‌نامه‌های همکاری با موسسات بین‌المللی آموزشی جهان مانند موسسه Wfi ارتش فرصتی را پیش روی اعضای خود قرار داد تا از به‌روزترین آموزش‌های اقتصادی و مهارتی بهره‌مند شوند. اتاق تهران طی دو سال و نیم گذشته دوره‌های مختلف مهارتی و آموزشی را به صورت منظم و با ارائه تقویم سالیانه برگزار کرده است.

**پاسخ‌گویی در لحظه** نیاز به ارتباط مستمر میان اتاق و اعضا، باعث شد تا مرکز تماس ۱۸۶۶ راه‌اندازی شود. این مرکز هدف خود را پاسخ‌گویی تخصصی و سریع به اعضا قرار داده است. بررسی آماری عملکرد این بخش از اتاق تهران نشان می‌دهد که اقبال اعضای اتاق به مراجعه به مرکز شماره ۱۸۶۶ در حال افزایش است.

**مسئولیت اجتماعی** بیمارستان بازرگانان و سپردن مدیریت دوباره آن به اتاق تهران هم از دیگر اقدامات مهم این دوره بوده است. دی‌ماه سال گذشته، مدیریت بیمارستان بازرگانان تهران با امضای قراردادی میان رئیس اتاق تهران و رئیس کمیته امداد، پس از ۲۵ سال، مجدداً به پارلمان بخش خصوصی بازگشت. اتاق تهران در راستای پاسداشت مسئولیت اجتماعی تفاهم‌نامه‌ای نیز با کمیته امداد امام خمینی منعقد کرده تا بر اساس آن بنگاه‌های فعال در صنعت غذای کشور بخشی از درآمد حاصل از فروش برخی محصولات خود را برای کمک به کودکان دچار سوءتغذیه صرف کنند.

اتاق تهران اعتقاد به شفافیت و حرکت در مسیر کمک به توسعه کشور دارد. تسهیل فضای کسب و کار و همراهی با بخش خصوصی کشور اولویت اصلی اتاق است. در چنین شرایطی اتاق بیش از گذشته زیر ذره‌بین نقد و بررسی صاحب‌نظران قرار می‌گیرد. این رویه‌ای است که اتاق به عنوان نهادی پاسخ‌گو از آن استقبال می‌کند و امیدوار است که فعالان اقتصادی و به خصوص تحلیل‌گران بیش از گذشته به بررسی بی‌طرفانه، خالی از غرض و اخلاق‌مدار اتاق بپردازند. پارلمان بخش خصوصی معتقد به انجام گفت‌وگوهای سازنده است و بنابراین هیچ‌گاه از پذیرش این اصل شانه خالی نمی‌کند. امید اتاق بر این اصل استوار است که نگاه‌های منصفانه و همسو با منافع اقتصادی کشور بتواند پیشران حرکت‌های بعدی این نهاد کهن‌سال و مدرن باشد. ■



# چه می خوانید؟

چرا باید آینده نگر بخوانید و چه مطالبی می خوانید؟

پیشنهادهای نویسندگان  
آینده نگر به شما

## بهراد مهرجو

دبیر دبیر

به این جمله و عدد با دقت توجه کنید: «میزان اعتماد به تجار و بازرگانان از عدد ۱۰ به ۳,۲ رسیده است.» تابستان امسال اتاق تهران نتیجه تحقیق محسن گودرزی در مورد سرمایه اجتماعی را منتشر کرد که نشان می داد وضعیت عمومی جامعه ایران به بحران نزدیک شده است. کتاب سرمایه فراموش شده در میان هیاهوهای اقتصادی و سیاسی ایران کمتر دیده و خوانده شد ولی حالا چند هفته پس از زلزله کرمانشاه، موضوع «سرمایه اجتماعی» به اصلی ترین دغدغه تمام روشنفکران و مسولان کشور تبدیل شده است. جامعه ایرانی در پس چندین دهه توسعه نیمه کاره، شعارزدگی ناشی از پندارهای ایدئولوژیک و تزریق درآمدهای نفتی به مرحله ای از توسعه نامتوازن و حتی ناکام رسیده که دیگر اظهارنظرهای کارشناسی و به خصوص نقل و قول های امید بخش مسئولان در ذهن مردم جایی نمی گیرد. طی یک دهه گذشته اعداد هم معنایشان را از دست داده اند و فسادهای بی مهیا مانجر به افسردگی فکری شهروندانی شده که درآمدهایشان از مرز ماهیانه سه میلیون تومان عبور نمی کند ولی باید روزانه در رسانه ها با اعداد چند هزار میلیاردی مواجه شوند. در چنین فضایی بخش های بدون اتصال به دولت و دستگاه های اجرایی بیشترین محبوبیت را در میان جامعه پیدا کرده اند. در پس این وضعیت بحرانی، تنها لایه ای که ممکن است بتواند خود را به مردم نزدیک کند، کارآفرینانی به شمار می آیند که با سرمایه های اندک و گاهی صفر موفق به رشد شده اند. این گروه هنوز محبوبیت خود را از کف نداده اند و همان اندازه که جامعه تجاری و اقتصاد سنتی ایران پس رفته، این گروه می تواند بالا بیاورد. کارآفرینان در موقعیت سختی قرار گرفته اند، آنها در صورتی که به رانته ها اتصال پیدا کنند، بیش از اندازه در مجالس رسمی و دولتی هم نشین دولتمردان شوند و به نوعی خود را بهره مند از مواهب نفت نشان دهند، به زودی به جمع کسانی افزوده می شوند که محبوبیت اجتماعی برایشان باقی نمی ماند و این بحرانی سخت خواهد بود، جایی که سرمایه اجتماعی فقط محدود به دست سلبریتی ها می شود. کسانی که در پس نگاهشان اندیشه کمتر جایی دارد.

## ولی خلیلی

دبیر بخش کارآفرین ایرانی و کارخانه

تاکنون از سایت های خرید آنلاین مانند دیجی کالا خرید کرده اید؟ می دانید از زمانی که شما سفارش خود را می دهید تا زمانی که کالا به شما تحویل می شود چه روندی طی می شود؟ در بخش کارخانه این شماره به سوله های مرکز پردازش دیجی کالا رفته ایم تا گزارشی از پشت پرده این شرکت به عنوان بزرگترین مرکز خرید آنلاین و اینترنتی کشور تهیه

کنیم. این مرکز که با ۵۰ هزار متر مربع امکان انبار کردن بیش از ۴ میلیون آیتم کالا را در خود دارد. در این گزارش به معرفی بخش های مختلف دیجی کالا خواهیم پرداخت و همچنین برادران محمدی بنیان گذاران این مجموعه از ایده هایشان برای آینده این شرکت خبر می دهند. علاوه بر بخش کارخانه در این شماره مجله و در بخش کارآفرینان ایرانی به معرفی سومبات ها کوپیان موسس شرکت پوشاک ها کوپیان، غلامرضا آگاه پدر کشت نوین پسته در ایران و محمد فاتح بنیان گذار کارخانه هایی مانند روغن نباتی جهان خواهیم پرداخت.

## محمد عدلی

دبیر بخش آینده ما

صنعت دارو در صدر سودده ترین صنایع جهان قرار گرفته است. تولید برای درمان، بازاری تضمین شده دارد و تولید کنندگان این بخش روی افزایش سن جمعیت جهان حساب باز کرده اند. صنعت دارو در ایران نیز موفق شده ۹۷ درصد نیاز دارویی کشور از نظر تعداد اقلام را تامین کند. در بخش آینده ما این شماره به بررسی وضعیت صنعت دارو در ایران و جهان پرداخته شده است. در این بخش همچنین وضعیت صنعت لیزینگ مورد واکاوی قرار گرفته است. صنعتی که در ایران بیشتر با فروش اقساطی خودرو شناخته می شود، در جهان وجوه دیگری نیز دارد.

## کاوه شجاعی

دبیر بخش آینده خارجی

در این شماره، شایعات درباره احتمال نامزدی مارک زاکربریگ مدیرعامل فیس بوک در انتخابات آینده ریاست جمهوری آمریکا را بررسی کرده ایم؛ چون تصور قرار گرفتن او در برابر دونالد ترامپ می تواند جالب باشد. درباره دو تحول مهم در کفش سازی و خودروسازی آینده هم گزارش هایی داریم؛ اینکه چطور آدیداس کارخانه های بی نیاز به کارگر راه اندازی می کند و اینکه چطور خریداران ثروتمند قبل از خرید خودروی لوکس آن را پرو می کنند! یک گزارش هم داریم که نقش طلا در صورت بروز یک بحران عظیم جهانی را بررسی می کند و توضیح می دهد که خرید طلا در قرن بیست و یکم سرمایه گذاری مناسبی نیست.

## لیلا ابراهیمیان

دبیر بخش توسعه و باورقی

دو روی یک سکه را بخوانید؛ یک رو حکایت آن اسطوره یونانی «پروکروستس» است؛ او در جاده ها مسافران را می گرفت و با معیار تخت خود دست و پای عابران را اندازه

قالبش می برید؛ حالا روشنفکران هم به همان صورت، قالبی دارند و معیاری؛ آنها می خواهند جهان را به شکل نظر خود در بیاورند. سوی دیگر روشنفکرانی هستند که از عرش به فرش آمده اند. از یأس و امید جامعه می گویند؛ از درد و تسلی آن؛ اینها دیگر فانوس جادویی برای روشن کردن تمام عرصه های زندگی ندارند. در گوشه ای ایستاده اند و مدام قدرت را نقد می کنند و سیاست هایی که کمتر نفع مردم را به رخ می کشد. اما خود در عرصه یأس و امید، گرفتارند. زمینه برای حرکت آنها فراهم نیست. قدرت آنها را تکنوکرات می خواهد و منتقدان همه نظریه های به عمل در نیامده آنها را مقصر جلوه می دهند. از سویی در عرصه گفتگمانی روشنفکران، باید همسویی با دنیای ارتباطات را در نظر گرفت. در این شماره از ماهنامه آینده نگر نسبت روشنفکران و توسعه در گفت و گو با محمدرضا تاجیک، پرویز صداقت و مقصود فراستخواه بررسی شده است. همچنین در بخش «آکادمی» مسائل متعدد اقتصادی به بررسی گذاشته شده است؛ آموزش و توسعه؛ کارآفرینی در جامعه بحران زده؛ قانون و توسعه؛ پول سبز و آینده تجارت بین الملل؛ رشد اقتصادی در ایران؛ رد پای آب در ایران و توسعه روستایی.

## بمانجان ندیمی

دبیر بخش راهبرد و روایت

جراحی کوتاه بودن عمر کسب و کارهای ایران موضوع پرونده ای است که در این شماره می خوانید. در این شماره می توانید از نظرات افراد موفق استفاده کنید. آنها را از طول عمر بنگاه های اقتصادی را به شما توضیح می دهند. هریک از افرادی که در این پرونده مشارکت داشته اند از منظر جداگانه به این موضوع پرداخته اند. بنابراین پیشنهاد می کنیم پرونده «تاریخ انقضا» را بخوانید. پرونده دیگری که برای این شماره تهیه شده، چالش های نظام توزیع در کشور را واکاوی کرده است. آیا حرکت ما به سمت مدرن شدن این نظام آغاز شده؟ توسعه فروشگاه های زنجیره ای مصداق بارز حرکت به سمت تغییر در ساختار توزیعی کشور است. اما ایران هنوز از سایر کشورها در این زمینه عقب است و باید سریع تر این راه را طی کند. پرونده «مدرنیزه لاک پشتی» به این منظور تهیه شده است.

## زینب کوهیار

دبیر بخش نگاه

خبر تعرض راننده یکی از تاکسی های اینترنتی به یک زن مسافر چند هفته ای رسانه ها را درگیر کرد و بعضی مسافران همیشگی آن را هم ترسانند. هر چند با گذشت زمان همه چیز کم رنگ شد اما دوباره بحث اعتماد بیشتر به



بخش سنتی کسب و کار به میان آمد و بعضی از رقبای این تاکسی یاب هم با دست گذاشتن روی نقص این استارت آپ در جذب راننده برای خودشان تبلیغ کردند تا نشان دهند در فضای رقابت نباید کم گذاشت و باید جنگید. نگاه این شماره به گوشه‌های از سستی‌های کار شرکت‌های استارت آپی پرداخته است.

### متین دخت والی نژاد

دبیر بخش کامنت

برخی کارشناسان می‌گویند مشکلات اقتصادی کشور با توجه به عملکرد ضعیف برخی از دولت‌ها، از دولتی به دولت دیگر منتقل می‌شود و علاوه بر اینکه از این مشکلات کاسته نمی‌شود به شکل جدیدی بر آنها انباشته می‌شود. در نظر سنجی این شماره آینده‌نگر فعالان اقتصادی و کارشناسان مشکلات اقتصادی حال حاضر کشور را نسبت به ۴۰ سال گذشته مقایسه کردند. برنامه‌ریزی در کشور برای حل این مشکلات نیز به شکل برنامه‌های توسعه ۵ ساله نوشته می‌شود؛ شرکت کنندگان در این نظر سنجی نحوه اجرای این برنامه‌ها را نیز تحلیل کردند.

### زهرآ چوپانکاره

دبیر بخش تجربه و کارآفرین خارجی

این شماره شاید بد نباشد که مستقیم به سراغ صفحه ورودی بخش تجربه بروید و نگاهی بیندازید به قوانینی که ایندرا نوبی، مدیرعامل شرکت پیسی از آنها پیروی می‌کند. اولین مدیر زن و غیرامریکایی این شرکت که معتقد است زیادی خوب بودن در کسب و کار همیشه هم لازم نیست. در بخش کارآفرین هم طبق معمول از صنایع و کسب و کارهای مختلف چهره‌هایی را پیدا می‌کنید که شاید برایتان جالب باشند، نمونه‌اش آقای رابرت کوک که با ۹۴ سال سن همچنان دست از سر تجارت شیر مرغ تا جان آدمیزاد برنمی‌دارد، یا فردریک پالسن که در ۶۰ و اندی سالگی تجارت را رها می‌کند و به دنبال اکتشاف به قطب شمال می‌رود.

### مونا مشهدی رجبی

دبیر بخش کامنت خارجی

در این شماره مقاله‌ای از بیزینس مانیستور در مورد وضعیت اقتصادی دنیا در سال‌های اخیر و پیش‌بینی آن در سال‌های آتی آورده شده است. گزارشی تحلیلی در مورد نقش منابع انرژی احیا شدنی در تولید برق هم به منظور تشریح نقش منابع پاک در تولید انرژی در دنیا در

این شماره منتشر شده است. خواندن این مقالات می‌تواند تصویری درست از آینده اقتصاد دنیا و بازار انرژی‌های پاک را در اختیار علاقه‌مندان قرار دهد.

### نسیم بنایی

دبیر بخش اکونومیست و ایده‌ها

شب که می‌شد همه باید با این شعر قدیمی همراه می‌شدند: «تخود نخود هر که رود خانه خود!» اهالی کسب و کار و بازاری‌ها هم چاره‌ای نداشتند جز اینکه کرکره‌های مغازه‌ها را پایین بکشند و به خانه بروند. تا اینکه بالاخره یک روز جف بزوس مدیرعامل شرکت آمازون پی به قدرت بی حد و حصر اینترنت برد و پدیده خرده‌فروشی آنلاین را مد کرد. حالا شب که می‌شود همه در خانه می‌توانند سری به فروشگاه‌های آنلاین بزنند و سبدهای خرید مجازی خود را پر از کالاهای حقیقی کنند و چند ساعت بعد آنها را دریافت کنند. خرده‌فروشی آنلاین یکی از مباحث جذاب و شیرین دنیای امروز است که اکونومیست در گزارشی ویژه در کنار سایر گزارش‌ها و به همراه نمودارها و داده‌ها به آن پرداخته‌است.

### ریحانه یاسینی

دبیر بخش گزارشگر

حرف از سرمایه که می‌شود، اولین چیزی که به ذهن می‌رسد پول‌های فراوان است. اما این تنها بخش سرمایه نیست. سرمایه‌هایی مهم‌تر از پول هم وجود دارند که تا آنها نباشند، نه کسب و کارهای شخصی و نه کل اقتصاد به جایی نخواهد رسید. مردمی که می‌خواهند کالایی بخرند و خدماتی استفاده کنند، کارگری که می‌خواهد با دست‌رنج‌اش کالایی بسازد، کارفرمایی که می‌خواهد تولید و ارزش افزوده اقتصادی داشته باشد و سرمایه‌گذاری که می‌خواهد سرمایه‌اش را در کسب و کاری بیندازد، همه به «اعتماد» نیاز دارند؛ سرمایه‌ای که دیربست گم نشده. این گزارش را که با استفاده از اطلاعات کتاب «سرمایه فراموش شده»، چاپ اتاق تهران، تهیه شده است، بخوانید تا با زیر و بم فضای اعتماد در اقتصاد و جامعه آشنا شوید.

### ساعد یزدانجو

دبیر بخش کتاب ضمیمه

در این شماره آینده‌نگر یک کتاب ضمیمه منتشر شده و به جای قسمتی از کتاب ضمیمه، بخش جدیدی به نام «ایده‌ها» افزوده شده است که تلاش

می‌کند تحقیقات بومی اقتصادی و سیاست‌گذاری را به زبانی ساده و همه‌فهم منتشر کند. در بخش کتاب ضمیمه، کتابی که به نقش پرنسگ الگوریتم‌ها در شرکت «فیس‌بوک» پرداخته، بسیار جذاب و خواندنی است. این کتاب می‌گوید با اینکه رسانه‌های اجتماعی تلاش می‌کنند خود را دموکرات و آزادی‌خواه نشان بدهند، اما در عرصه عمل و پشت پرده، همه کاربران را به زنجیر الگوریتم‌هایی کشانده‌اند که حتی خود مهندسان برنامه‌نویس شبکه‌هایی مثل فیس‌بوک نیز کامل از آنها سر در نمی‌آورند. در بخش ایده‌ها، با تحقیقی مواجه می‌شوید که درباره سناریوهای مختلف حذف یارانه نقدی دهک‌های پردرآمد است. پژوهشگران با چهار سناریوی مختلف، گفته‌اند که در صورت حذف یارانه به شکلی خاص، چه نتایج مشخصی بروز خواهد کرد.

### صوفیا نصرالهی

دبیر بخش گیشه

سینمای ایران از عدد و رقم فراری است. بعید است که یک آمار فروش سراسر سالانه بتوانید به دست بیاورید. تازه از وقتی سیستم مکانیزه فروش بلیت به راه افتاده کار کمی راحت‌تر شده. اما نکته‌ای که همچنان سخت است در آوردن هزینه تولید فیلم‌هاست. برخی تهیه‌کننده‌ها رقم‌ها را بیشتر اعلام می‌کنند تا فیلمشان به عنوان پروداکشنی بزرگ‌تر در مقیاس سینمای ایران در نظر گرفته شود. برخی دیگر از گفتن هزینه واقعی سر بازمی‌زنند چون نگران اند فروش کم گیشه بعدتر نشان بدهد فیلمشان شکست خورده. عوامل تقریباً هیچ‌وقت نمی‌گویند که چه دستمزدی از هر فیلمی دریافت کرده‌اند. با این حال اگر این پرونده را بخوانید متوجه می‌شوید که هزینه تولید یک فیلم در ایران این روزها حدوداً چقدر است. پیشنهاد بعدی این است که هزینه تولیدات سینمای جهان را بخوانید تا متوجه شوید چطور به تفکیک مشاغل شفاف‌سازی هزینه دارند. راستی اگر مقدمه را هم بخوانید نکته‌های جالبی پیدا می‌کنید؛ مثلاً اینکه پرهزینه‌ترین فیلم‌های ایران چقدر فروخته‌اند! اما بخش جذاب پرونده این شماره یک صنعت رو به رشد سرگرمی است: VOD یا پخش آنلاین فیلم و سریال. همان چیزی که این روزها در دنیا مرسوم است. مطرح‌ترین اپلیکیشن‌هایی که می‌توانید در این راستا از آنها استفاده کنید معرفی شده‌اند به علاوه یک گفت‌وگو با مدیر جوان و کارآمد بخش وی‌دی شرکت صباسل که درباره ساز و کار این شرکت‌ها و اپلیکیشن‌ها توضیح می‌دهد. ■



### همکاری ایران و اتحادیه اروپا موفقیت آمیز خواهد بود

ماه گذشته، یک هیئت ۷۰ نفره از ۴۰ شرکت اروپایی وارد ایران شد تا با میزبانی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران و کانون انجمن‌های منابع غذایی ایران با فعالان بخش خصوصی کشور دیدار و مذاکره کند. در این نشست که با هدف توسعه همکاری ایران و اتحادیه اروپا در حوزه کشاورزی، صنایع غذایی و توسعه روستایی برگزار شد، فعالانی از ۱۹ کشور اروپایی حاضر بودند که با هدف ارزیابی بازار ایران برای صادرات کالا، خرید مواد مورد نیاز، ایجاد شرکت‌های مشترک و سرمایه‌گذاری مشترک برای تامین نیازهای بازار دو طرف و بازارهای سوم به تهران سفر کرده بودند. سرپرستی این هیئت با فیل هوگان، کمیسیونر کشاورزی و توسعه روستایی اتحادیه اروپا بود که در کنار مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی تهران روی موفقیت‌آمیز بودن روابط دو طرف با ایجاد بستریهایی مانند روابط بانکی مناسب تاکید کردند. در ابتدای این نشست، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران که میزبان این گردهمایی تجاری بود، در سخنانی با اشاره به افزایش ۶۰ درصدی حجم مبادلات تجاری میان ایران و اتحادیه اروپا در دوره پس از توافق هسته‌ای، گفت: به‌رغم جهش قابل توجه در حجم تجارت دو طرف، همچنان مشکلات بانکی گرهی سخت در روابط اقتصادی ایران و کشورهای عضو اتحادیه اروپاست. در حال حاضر اتحادیه اروپا به عنوان دومین بازار صادراتی ایران مطرح است و این منطقه، ۱۳ درصد از حجم تجارت خارجی ایران در سال را به خود اختصاص داده است. در ادامه این نشست، کمیسیونر کشاورزی و توسعه روستایی اتحادیه اروپا، سخنانش را با این پیش‌بینی مهم آغاز کرد که «همکاری اتحادیه اروپا با ایران بسیار موفقیت‌آمیز خواهد بود».

### ۱۳۹۶/۰۷/۲۶ - اتریش، پرچمدار مناسبات اقتصادی اروپا با ایران

سفیر جدید اتریش در ایران و رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران ملاقات و پیرامون بهبود وضعیت تجاری دو کشور گفت‌وگو کردند. در آغاز این دیدار اشتفان شولتز، سفیر اتریش، به موافقت‌نامه مالی اتریش با ایران و ایجاد خط اعتباری فاینانس



اوبربانک برای پروژه‌های اقتصادی در کشور اشاره کرد و این موافقت‌نامه را مقدمه‌ای برای همکاری‌های مالی سایر کشورهای اروپایی با ایران دانست. رئیس اتاق تهران نیز به حضور اتریش در مناسبات اقتصادی و تجاری با ایران در طول دوره تحریم‌ها اشاره داشت و گفت: پس از توافق برجام نیز شرکت‌های اتریشی جزو اولین مذاکره‌کنندگان اروپایی با بنگاه‌های ایرانی بودند.

### ۱۳۹۶/۰۷/۲۹ - پیشنهادهایی برای تسهیل مجوزهای سازمان محیط زیست



در سی و هشتمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران، مسعود خوانساری به سخنرانی رئیس‌جمهور آمریکا واکنش نشان داد و گفت: سخنان موهوم دونالد ترامپ در میان دولت‌های سایر کشورهای

جهان به ویژه اروپا مورد استقبال قرار نگرفت و نباید نشد. مهم‌تر اینکه در داخل کشور نیز به انسجام و نزدیکی جناح‌ها و طبقات مختلف انجامید. محمدحسین مقیمی، استاندار جدید تهران و رئیس شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران هم در سخنانی، بخش خصوصی را مالک اصلی اقتصاد کشور عنوان کرد و گفت: اگرچه در طول دوران گذشته، تلاش‌هایی برای بازگرداندن اقتصاد به صاحب واقعی آن یعنی بخش خصوصی صورت گرفته است، اما در عمل شاهد آن هستیم که اقتصاد کشور کماکان در دست بخشی‌هایی است که نه دولتی هستند و نه خصوصی.

### ۱۳۹۶/۰۸/۰۲ - ایران و آفریقای جنوبی به دنبال روابط برد-برد اقتصادی

مجمع تجاری مشترک ایران و آفریقای جنوبی، با حضور محمود طریف وزیر امور خارجه، خانم لیندیو زولو وزیر توسعه تجارت آفریقای جنوبی، مسعود خوانساری رئیس اتاق تهران و نایب‌رئیس اتاق ایران، و با حضور بیش از ۱۰۰ نفر از تجار و فعالان اقتصادی دو کشور در محل وزارت خارجه آفریقای جنوبی در پرتوریا



برگزار شد. رئیس اتاق تهران در مجمع تجاری مشترک ایران و آفریقای جنوبی سخنرانی و با رئیس اتاق ژوهانسبورگ دیدار و گفت‌وگو کرد. مسعود خوانساری در مجمع تجاری مشترک دو کشور عنوان کرد که ایران و آفریقای جنوبی به دنبال شکل‌دهی یک بازی برد-برد در مراودات دوجانبه هستند. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با تاکید بر اینکه ظرفیت‌های مناسبی برای همکاری با کشورهای آفریقای جنوبی، اوگاندا و نیجریه وجود دارد، گفت: جمهوری اسلامی ایران با توجه به ظرفیت‌های موجود در قاره آفریقا می‌تواند مبادلات گسترده‌ای با آنها داشته باشد.

### ۱۳۹۶/۰۸/۱۴ - فقدان رقابت و مداخله دولت، موانع اصلی توسعه



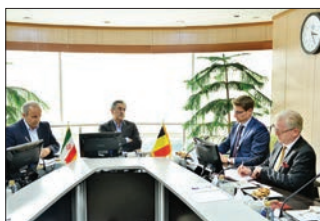
همایش بین‌المللی حمل‌ونقل و لجستیک ایران طی دو روز در مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار شد. در مراسم افتتاحیه این همایش عباس آخوندی وزیر راه و شهرسازی، مسعود خوانساری رئیس اتاق تهران، مهرداد تقی‌زاده معاون

حمل‌ونقل و وزارت راه و شهرسازی، کوروش فتحی سرپرست شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و پائولو بیژونی رئیس انجمن لجستیک اروپا سخنرانی کردند.

در مراسم افتتاحیه این نشست، رئیس اتاق تهران با اشاره به اثرگذاری بالای تحریم‌ها روی حوزه حمل‌ونقل از ضربه خوردن این صنعت و عقب افتادن از رقبا گفت. مسعود خوانساری با بیان اینکه ایران کاملاً توانایی این را داشت که هاب حمل‌ونقل منطقه در دریا، هوا و جاده شود گفت: تحریم‌ها اگرچه در بقیه صنایع کشور نیز اثرگذار بود اما از آنجایی که صنعت حمل‌ونقل باید با بنگاه‌های خارجی قدرتمند رقابت می‌کرد بیشتر از تحریم تاثیر پذیرفت به طوری که فرصت تبدیل شدن به یک بازیگر بزرگ در حمل‌ونقل هوایی و دریایی از کشور ما گرفته شد.

### ۱۳۹۶/۰۸/۱۵ - توسعه پایدار همکاری‌ها با محوریت بنگاه‌های کوچک و متوسط

در ملاقات رئیس فدراسیون اتاق‌های بازرگانی بلژیک با رئیس اتاق تهران، دو طرف نسبت به توسعه همکاری‌های دوجانبه بین بخش‌های خصوصی دو کشور تاکید کردند. در این دیدار که در اتاق تهران برگزار شد، مسعود خوانساری و رنه برناندرز در مورد مسائل مختلفی مانند



تبادل هیئت‌های تجاری تخصصی، بررسی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و مشارکت، نشست‌های مشترک و تبادل اطلاعات و فرآیند صدور ویزای تجاری گفت‌وگو کردند. در ابتدای این نشست مسعود خوانساری با اشاره به نقش اتاق‌های بازرگانی دو طرف در جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ارتقای سطح مبادلات تجاری گفت: امکانات قابل توجهی در اتاق تهران وجود دارد و این اتاق، صنایع بزرگ، متوسط و کوچک پرشماری را در بر می‌گیرد.



## ۶.۵

درصد

بازدهی بازار مسکن در  
۷ ماه اول سال ۹۶

## ۳۴.۴

درصد

میزان افزایش  
معاملات مسکن در  
مهر ۹۶ نسبت به  
مهر ۹۵

### بازار مسکن اوج می‌گیرد؟

## افزایش معاملات و قیمت مسکن

آخرین تحولات بازار مسکن تهران در مهرماه حاکی از این است که افزایش تعداد معاملات در این بازار نسبت به مدت مشابه سال قبل همچنان ادامه دارد و قیمت‌های این بازار نیز فاصله خود را با نرخ تورم کم کرده‌اند؛ از سوی دیگر نرخ تورم نهاده‌های ساختمان‌های مسکونی شهر تهران نیز در فصل تابستان سال جاری نسبت به ۴ فصل قبل، حدود ۹.۹ درصد رشد داشته که در محدوده نرخ تورم است و قاعدتاً نباید بار اضافی بر قیمت مسکن تحمیل کند و منجر به افزایش آن بیش از نرخ تورم شود.

بر اساس گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران، در مهرماه سال جاری تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی پایتخت به ۱۳ هزار و ۸۱۵ واحد رسیده که در مقایسه با مهرماه سال قبل، حدود ۳۴.۴ درصد افزایش دارد. هرچند تعداد معاملات در این ماه نسبت به ماه قبل کاهش ۱۱.۱ درصدی را تجربه می‌کند. در شرایطی که بر اساس آمارهای بانک مرکزی تورم یک سال منتهی به مهرماه سال جاری ۹.۸ درصد اعلام شده، در این ماه متوسط قیمت یک

مترمربع زیربنای واحد مسکونی در شهر تهران به ۴ میلیون و ۷۹۰ هزار تومان رسیده که نسبت به مهرماه سال گذشته ۸.۷ درصد و نسبت به ماه قبل ۰.۷ درصد افزایش دارد. بر این اساس تغییرات قیمتی مسکن شهر تهران ۱.۱ درصد تا نرخ تورم فاصله دارد. گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن تهران در ۷ ماه نخست امسال نشان می‌دهد تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی پایتخت به ۹۹ هزار واحد رسیده که در قیاس با ۷ ماهه نخست سال قبل حدود ۶.۳ درصد رشد دارد. همچنین متوسط قیمت هر مترمربع بنای واحد مسکونی معامله‌شده در این مدت حدود ۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان بوده که از رشد ۶.۵ درصدی و زیر نرخ تورم حکایت دارد. بر این اساس در ماه‌های اخیر بازار مسکن ضمن حفظ رونق نسبی، توانسته بایات بماند که بخش زیادی از آن ناشی از مناسب نبودن این بازار برای سرمایه‌گذاری بوده است. سرمایه‌هایی که در ۷ ماه نخست سال جاری وارد بازار مسکن شده‌اند در مقابل سود بانکی حدود ۸ درصد در این ۷ ماه و در مقابل نرخ تورم، حدود ۲.۸ درصد زیان کرده‌اند. ■

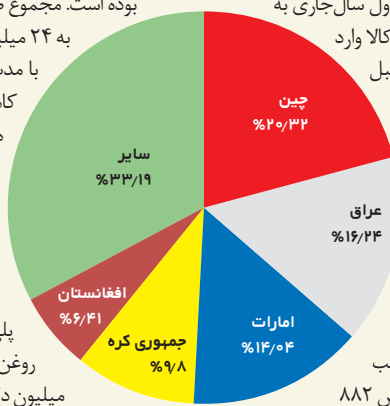
| درصد تغییر |      | ۷ ماه نخست |       |       |                                       |
|------------|------|------------|-------|-------|---------------------------------------|
| ۱۳۹۶       | ۱۳۹۵ | ۱۳۹۶       | ۱۳۹۵  | ۱۳۹۴  |                                       |
| ۶.۵        | ۳.۹  | ۴.۶        | ۴.۳   | ۴.۱   | متوسط قیمت هر متر مربع (میلیون تومان) |
| ۶.۳        | ۱۱.۵ | ۹۸۹۹۷      | ۹۳۱۳۲ | ۸۳۵۴۹ | تعداد معاملات (واحد مسکونی)           |

### افزایش تجارت با چاشنی واردات

## صادرات در مدار نزولی

میلیون دلار، قطعات منفصله جهت تولید خودروی سواری با ۷۳۸ میلیون دلار، وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی‌سی به ارزش ۶۲۵ میلیون دلار و لوبیای سویا با ۵۳۶ میلیون دلار بوده است. مجموع صادرات غیرنفتی ایران در ۷ ماهه سال جاری به ۲۴ میلیارد و ۷۱۰ میلیون دلار رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به میزان ۲.۱۷ درصد کاهش داشته است. همچنین متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی نیز در مدت یادشده به ۳۶۳ دلار رسید که ۸.۰۴ درصد افزایش داشت. اقلام عمده صادراتی کشورمان در مدت یادشده به ترتیب شامل میعانات گازی به ارزش ۴ میلیارد و ۱۱۵ میلیون دلار، پروپان مایع‌شده به ارزش ۸۰۹ میلیون دلار، پلی‌اتیلن گرید فیلم با ۷۵۰ میلیون دلار، سایر روغن‌های سبک و فرآورده‌ها به جز بنزین با ۷۲۵ میلیون دلار و متانول با ۶۶۱ میلیون دلار بوده است. ■

کارنامه عملکرد تجارت خارجی کشور در ۷ ماهه سال جاری نشان می‌دهد که مجموع ارزش صادرات و واردات ایران در مدت یادشده به ۵۲ میلیارد و ۵۲۷ میلیون دلار رسید که این رقم ۶.۲ درصد بیشتر از مدت مشابه سال ۱۳۹۵ است. در ۷ ماهه اول سال جاری به میزان ۲۷ میلیارد و ۸۱۷ میلیون دلار انواع کالا وارد کشور شد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱۴.۸۹ درصد افزایش نشان می‌دهد. عمده‌ترین موارد افزایش واردات به کالاهای اساسی، قطعات منفصله خودرو، خودرو و کالاهای سرمایه‌ای مربوط می‌شود. همچنین در مدت یادشده متوسط قیمت کالاهای وارداتی کشورمان به ازای هر تن به یک هزار و ۳۹۶ دلار افزایش یافت که در مقایسه با پارسال ۸.۸۹ درصد افزایش داشته است. اقلام عمده وارداتی در ۷ ماهه سال جاری نیز به ترتیب شامل برنج یک میلیارد دلار، ذرت دامی به ارزش ۸۸۲



عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی در ۷ ماه ابتدایی سال - درصد

## افزایش بهای دلار، طلا را گران کرد بالانشینی سکه

ماند هم طلای جهانی نوسانات خود را در مسیر صعود پیش برد. سکه تا نیمه نخست امسال کمترین بازدهی را نسبت به سه بازار دیگر داشت اما در ماههای اخیر روند صعودی این کالای استراتژیک سرعت گرفته است به طوری که از ابتدای سال تا نیمه آبان بازدهی ۱۱,۹ درصدی برای سکه بهار آزادی به ثبت رسیده است. بهای سکه تمام بهار امامی در اولین روز کاری سال ۹۶ معادل یک میلیون و ۲۰۱ هزار تومان بود که در نیمه آبان به یک میلیون و ۳۴۳ هزار تومان رسید. ■

بازار طلا و سکه در ماههای اخیر تحت تاثیر بهای جهانی طلا و البته بهای دلار در بازار ایران به نوسان ادامه داد. این دو عامل تعیین کننده در قیمت طلا و سکه در چند مقطع با یکدیگر هم افزایی کردند تا بهای سکه طلا افزایش پیدا کند. در مقطعی که بهای دلار در ایران از ۳۸۰۰ تومان به ۴ هزار تومان افزایش یافت، بهای سکه بهار آزادی نیز از حدود یک میلیون و ۲۵۰ هزار تومان به بالای یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان صعود کرد. این صعود به قدری موفق بود که دیگر قیمت ها به حال قبل بازنگشت چراکه هم بهای دلار بالای ۴ هزار تومان باقی

۱۱.۹

درصد

بازدهی بازار  
مسکوکات از  
ابتدای سال تا  
نیمه آبان ۹۶

تغییرات قیمت سکه تمام بهار آزادی از ابتدای سال تا نیمه آبان ۹۶



۱۴۳

هزار تومان

میزان افزایش  
بهای سکه امامی  
از ابتدای سال تا  
نیمه آبان ۹۶

## بازار سرمایه تا آستانه رکورد تاریخی پیش رفت

### پرواز در بورس

مهرماه به ۸۵ هزار و ۷۰۰ واحد رسید و بالاترین رکورد را در سال جاری به ثبت رساند، تغییر مسیر داد و ۱۶ مهرماه به کانال ۸۴ هزار واحد بازگشت. شاخص کل بورس در نیمه مهر بر روی ۸۵ هزار و ۶۹ واحد قرار گرفت و پس از آن به کانال پایین تر افول کرد. تهدیدهای ترامپ علیه برجام بیشترین تاثیر روانی را بر روی معاملات بورس گذاشت. با عبور از این مرحله اما بار دیگر رونق به معاملات بازگشت. فعالان بازار سرمایه البته در دوران صعود شاخص نیز از روند معاملات راضی نبودند. آنها معتقدند که صعود شاخص ناشی از عملکرد چند شرکت بزرگ است تا تغییر قیمت سهام در اغلب شرکت های بورسی. ■

بازار سرمایه پس از طی کردن یک دوره رکود، در ماههای اخیر موفق شد رشد قابل توجهی را تجربه کند و به رکورد قبلی خود نزدیک شد. شاخص کل بورس در نیمه آبان ماه به ۸۷ هزار و ۸۴۳ واحد رسید که بالاترین رکورد در سال جاری محسوب می شود و فاصله زیادی با رکورد ۸۹ هزار واحدی دی ماه ۹۲ ندارد. شاخص کل بورس در پایان سال گذشته ۷۷ هزار و ۲۳۰ واحد بود که با طی کردن روندی صعودی به ویژه از نیمه تابستان به بعد تا بالای ۸۷ هزار واحد پیش رفته است. این میزان رشد شاخص بورس نشان دهنده بازدهی ۱۳,۷ درصدی بازار سرمایه در ۷ ماه و نیم ابتدایی سال جاری است. شاخص کل بورس پس از آنکه در اوایل

تغییرات شاخص کل بورس از ابتدای سال تا نیمه آبان ۹۶



۱۳.۷

درصد

بازدهی بازار  
سرمایه از ابتدای  
سال تا نیمه آبان  
۹۶

۳.۲

درصد

بازدهی بازار  
سرمایه از نیمه  
مهر تا نیمه آبان  
۹۶

## دلار بالای ۴ هزار تومان پرسه می‌زند دلار رسمی در تعقیب بازار آزاد

۸.۶

درصد

بازدهی دلار از  
ابتدای سال ۹۶ تا  
نیمه آبان

مرکزی به قدری سریع بود که از ۳ هزار و ۲۴۹ تومان در ابتدای تیرماه به بیش از ۳ هزار و ۵۰۰ تومان در میانه آبان رسید. این افزایش قیمت اما با صعود بهای دلار در بازار آزاد، خنثی شد تا همچنان یکسان سازی نرخ ارز یک هدف دست نیافتنی باقی بماند. بهای هر دلار آمریکا از نیمه مهر تا نیمه آبان ۹۶ معادل ۲,۵ درصد افزایش یافت و به ۴ هزار و ۷۱ تومان رسید. بازدهی بازار ارز از ابتدای امسال تا نیمه آبان نیز ۸,۶ درصد بوده است چراکه بهای دلار در این دوره چنین افزایشی را تجربه کرده است. هرچند که بهای یورو در بازار افزایش بیشتری را تجربه کرده است.

بازار ارز پس از طی کردن یک دوره بی ثباتی در اوایل مهرماه، بار دیگر به جزیره ثبات بازگشت. هرچند که سطح قیمت دلار پس از تنش سیاسی ناشی از اظهارات رئیس جمهور آمریکا، افزایش یافت تا دلار در محدوده بالای ۴ هزار تومان باقی بماند. این افزایش قیمت در بازار آزاد که طی یک دوره یک ماهه از ۳۸۰۰ تومان به ۴ هزار تومان رسید، فاصله بازار آزاد با نرخ رسمی را افزایش داد. بانک مرکزی از اوایل تابستان امسال افزایش قیمت رسمی دلار را در دستور کار قرار داد تا فاصله نرخ رسمی و بازار آزاد را کاهش دهد. روند صعودی بهای دلار در بانک

تغییرات قیمت دلار از ابتدای سال تا نیمه آبان ۹۶



۸.۱

درصد

افزایش بهای  
رسمی دلار از  
ابتدای سال تا  
نیمه آبان

## قیمت طلای سیاه مسیر صعودی را طی می‌کند بازار نفت در خدمت نفت فروشان

۲۸

درصد

میزان افزایش بهای  
نفت برنت از ابتدای  
سال تا نیمه آبان ۹۶

امریکایی پرستیژ اکونومیکس اعتقاد دارد روند صعودی قیمت نفت خام که از اوایل تابستان امسال آغاز شده، در ماه‌های آینده نیز ادامه خواهد یافت. به گفته این تحلیل گر، بهای نفت در ماه‌های آینده نیز همچنان روندی صعودی را طی خواهد کرد و اقتصاد جهانی باید خود را برای پذیرش قیمت‌های بالاتر در بازار نفت آماده کند. کاهش موجودی مخازن ذخیره نفت و افزایش تقاضای جهانی از یک سو و اجرای سیاست‌های مالی انبساطی توسط دولت آمریکا در قالب کاهش نرخ مالیات و افزایش مخارج دولت از سوی دیگر باعث شده است که بازار نفت روزهای پررونی را تجربه کند.

نوسانات بازار نفت در یک ماه گذشته برای نفت فروشان خوشایند بود. اواخر خردادماه سال جاری بود که بهای نفت در حوض قیمت قرار داشت. هر بشکه نفت برنت درای شمال تا ۴۴ دلار پایین آمده بود اما روزگار برای کشورهای نفتی تغییر کرد. پایبندی کشورهای نفتی به فریز نفتی و استقبال آنها از تمديد این توافق به افزایش قیمت نفت انجامید تا تحلیل گران بین المللی از تداوم این روند سخن بگویند. هر بشکه نفت برنت درای شمال در نیمه آبان به بالای ۶۴ دلار صعود کرد در حالی که در نیمه مهرماه این شاخص بر روی ۵۶ دلار ایستاد. جیسون شنکر، تحلیل گر برجسته بازارهای جهانی و رئیس مؤسسه

تغییرات قیمت نفت اوپک از نیمه شهریور تا نیمه آبان ۹۶



۶۴.۲۲

دلار

بهای  
نفت برنت  
در ۱۵ آبان ۹۶

## آرامش در بازار کالاهای مصرفی چشم‌انداز تکریمی برای تورم

نقطه نیز چشم‌انداز مناسبی را برای این شاخص نشان می‌دهد. قیمت کالاهای مصرفی در ماه هفتم سال نسبت به شهریور معادل ۰,۴ درصد افزایش یافته است و تورم نقطه به نقطه در مهر امسال نسبت به مهر سال گذشته معادل ۸,۴ درصد بوده است. تکریمی بودن تورم نقطه به نقطه نشان‌دهی برای پایداری تورم تکریمی در ماه‌های آتی است. ■

نرخ تورم که از شهریورماه به محدوده زیر ۱۰ درصد بازگشت، در ماه هفتم سال نیز موفق به باقی ماندن در محدوده تکریمی شد. شاخص قیمت کالاهای مصرفی در مهرماه سال جاری نیز کاهش یافت تا نرخ تورم ۱۲ ماه منتهی به مهر به ۹,۸ درصد برسد. این شاخص در شهریور ۹,۹ درصد بود که نشان می‌دهد روند نزولی این شاخص ادامه دارد. تورم ماهانه و تورم نقطه به

۰.۷

درصد

نرخ تورم ماهانه بخش  
خدمات در مهر ۹۶

| جزئیات نرخ تورم در کالاها و خدمات مختلف - مهر ۹۶ |                            |                                   |
|--------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| گروه‌های اصلی                                    | تغییر شهریور نسبت به مرداد | تغییر شهریور ۹۶ نسبت به شهریور ۹۵ |
| خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها                          | ۰,۵                        | ۱۱,۴                              |
| دخانیات                                          | ۰,۱                        | ۰,۴                               |
| پوشاک و کفش                                      | ۰,۷                        | ۵,۵                               |
| مسکن، آب، برق و گاز و سایر سوخت‌ها               | ۰,۵                        | ۷,۴                               |
| اثاث، لوازم و خدمات مورد استفاده در خانه         | ۰,۳                        | ۸,۳                               |
| بهداشت و درمان                                   | ۰,۵                        | ۷,۹                               |
| حمل و نقل                                        | ۰,۷                        | ۵,۹                               |
| ارتباطات                                         | ۰,۵                        | ۷,۲                               |
| تفریح و امور فرهنگی                              | ۱                          | ۱۰,۹                              |
| تحصیل                                            | ۵,۶                        | ۸,۲                               |
| رستوران و هتل                                    | ۰,۹                        | ۱۱,۹                              |
| کالاها و خدمات متفرقه                            | ۰,۵                        | ۹,۶                               |

۸.۳

درصد

نرخ تورم نقطه به  
نقطه خدمات در  
مهر ۹۶ نسبت به  
مهر ۹۵

## هزینه‌های تولید در مسیر صعود قرار گرفت خیز تورم پیش‌نگر

ماه هفتم سال نیز ۱,۳ درصد بوده است. گزارش مرکز آمار ایران از نرخ تورم تولیدکننده بخش صنعت در تابستان سال جاری نشان‌دهنده دورقمی شدن این شاخص است. بر اساس گزارش این مرکز آماری، نرخ تورم تولیدکننده بخش صنعت در ۱۲ ماهه منتهی به تابستان ۹۶ به ۱۰,۲ درصد رسید. میزان رشد قیمت تولیدکننده بخش صنعت در تابستان ۹۶ نسبت به شاخص فصل قبل معادل ۵,۹ درصد و نسبت به شاخص فصل مشابه سال قبل معادل ۱۳,۱ درصد افزایش را تجربه کرده است. ■

نرخ تورم تولیدکننده در مهرماه امسال نسبت به شهریور معادل ۰,۷ درصد افزایش یافت و به ۸,۹ درصد رسید. هزینه‌های تولید روند صعودی را در حالی طی می‌کند که همچنان نمی‌توان از رونق بخش‌های تولیدی سخن به میان آورد. نرخ تورم نقطه به نقطه تولید دورقمی شده و احتمالاً در ماه‌های آینده نرخ تورم ۱۲ ماهه این بخش نیز به بالای ۱۰ درصد صعود کند. در مهرماه سال جاری نسبت به مهر سال گذشته افزایش ۱۱,۶ درصدی برای هزینه‌های تولید ثبت شده است. طبق گزارش بانک مرکزی تورم ماهانه این بخش در

۱۳

درصد

تورم ماهانه تولید  
در بخش خدمات  
در مهر ۹۶

| نرخ تورم ماهانه و نقطه به نقطه تولید در مهر ۹۶ |                    |                   |
|------------------------------------------------|--------------------|-------------------|
| گروه‌های اصلی تولید                            | درصد تغییر نسبت به |                   |
|                                                | ماه قبل            | ماه مشابه سال قبل |
| کشاورزی، جنگل‌داری و ماهی‌گیری                 | ۱,۳                | ۱۳,۵              |
| ساخت (صنعت)                                    | ۱,۴                | ۱۳,۶              |
| حمل و نقل و انبارداری                          | ۰,۹                | ۶,۷               |
| هتل و رستوران                                  | ۰,۹                | ۱۲                |
| اطلاعات و ارتباطات                             | ۰                  | ۶,۹               |
| آموزش                                          | ۵                  | ۸,۸               |
| بهداشت و مددکاری اجتماعی                       | ۰,۷                | ۸,۷               |
| سایر فعالیت‌های خدمات عمومی، اجتماعی و شخصی    | ۱,۱                | ۱۲,۶              |

۷.۷

درصد

تورم نقطه به  
نقطه تولید بخش  
خدمات در مهر ۹۶  
نسبت به مهر ۹۵



## آسیا: افول امپراتوری امریکا به دست ترامپ



نیک رابر تسون

تحلیل گریسی انان

از قدیم همین‌طور بوده؛ کشورها به دنبال گسترش امپراطوری خود بوده‌اند. تا سال‌ها امریکا ابرقدرتی به شمار می‌رفت که سعی داشت بر همه دنیا حکمرانی کند اما حالا به لطف دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری این کشور، امریکا دیگر نمی‌تواند سلطنت کند و رقبای جدی پیدا کرده‌است: رقبای چشم‌پادامی، شی جین‌پینگ رئیس‌جمهوری چین دیگر یک رئیس‌جمهور ساده نیست؛ او سعی دارد امپراتوری کمونیستی در جهان به راه بیندازد و تاکنون قدم‌های موفقی نیز در این زمینه برداشته‌است. در این بین، حماقت‌ها و هیاهوهای تونیتری ترامپ به او کمک کرده قدم‌های محکم‌تری در این زمینه بردارد. ترامپ تلاش دارد قدرت امریکا را در کشورهای آسیایی حفظ کند و متحدانی برای خودش داشته‌باشد اما چینی‌ها در این مسیر بیکار ننشسته‌اند و پیش از آن دست به کار شده‌اند. آسیا دیگر امپراتوری چین است.

## شبکه‌های اجتماعی: انقلاب ربانی در کسب‌وکارها



لاری بیور

تحلیل گریزنس اینسایدر

هوش مصنوعی پیشرفت‌های محسوسی داشته و مهم‌ترین پیشرفت آن نیز ایلکیشن‌های پیام‌رسان هستند که به عنوان ربات‌های چت به بالاترین سطح پیشرفت خود رسیده‌اند. آنها در حقیقت نرم‌افزارها و برنامه‌های پیام‌رسان هستند که به کاربران اجازه می‌دهند با یکدیگر به راحتی ارتباط برقرار کنند. کسب‌وکارهای مختلف پی به ظرفیت‌های این ربات‌ها برده‌اند و به همین خاطر سرمایه‌گذاری‌های کلانی در این بخش کرده‌اند. بسیاری از معروف‌ترین برندها سعی دارند ربات‌های چت خود را بسازند و کاربران را وادار به استفاده از آنها کنند. هرچند انقلاب ربات‌های چت هنوز در مراحل نخستین است اما انتظار می‌رود تا یک سال آینده پیشرفت‌های چشم‌گیری داشته‌باشد و تحولات بزرگی را ایجاد کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در این بخش با سودهای کلانی همراه خواهد بود به همین خاطر است که کسب‌وکارها به این جریان پیوسته‌اند و با آن همراهی می‌کنند.

## جنگ: خاورمیانه بعد از داعش



پیتر ون بورن

تحلیل گریرویتزر

داعش رفته‌رفته از میان برداشته می‌شود و خاورمیانه از چنگال آن نجات پیدا خواهد کرد. اما پرسشی که مطرح می‌شود این است: «خاورمیانه بعد از داعش در دست چه کسی یا کسانی خواهد بود؟» امریکا با جنگ غیراجباری که در عراق به راه انداخت جرقه بسیاری از این تنش‌ها را زد و بعد زمینه را برای پرورش داعش فراهم کرد. به همین خاطر اکنون برای خاموش کردن آتش فتنه باید هزینه پرداخت کند. با وجود این، انتظار نمی‌رود بعد از پایان دوران داعش، جزو برنده‌های بزرگ این نبرد باشد. اما ایران و عربستان سعودی جزو برندگان اصلی این ماجرا خواهند بود. ایران به عنوان کشور مسلمانی که بیشترین ثبات را دارد بزرگ‌ترین برنده در این ماجرا خواهد بود. انتظار می‌رود امریکا در این منطقه به حاشیه رانده شود. هر چند چنین تغییراتی به نظر عجیب می‌آید اما همه شواهد این‌طور نشان می‌دهد که امریکا قدرت‌ش را در این منطقه به کلی از دست خواهد داد.

## رشد اقتصادی: هند متقاضی انرژی در آینده



ریشی اینگار

تحلیل گریسی انانمانی

چین همیشه ولع انرژی داشته اما به نظر می‌رسد ولع هند از چین هم بیشتر باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد هند از حالا تا سال ۲۰۴۰ به انرژی بسیار بیشتری برای مصرف نیاز خواهد داشت. این نخستین بار است که هند در زمینه تقاضا برای انرژی از چین هم پیشی می‌گیرد. البته این تغییر وضعیت تنها به خاطر افزایش تقاضا و پیشرفت در هند نیست بلکه نوعی عقب‌گرد اقتصادی در چین را نیز نشان می‌دهد؛ یعنی چین در مسیر معکوسی در حرکت است و به همین خاطر مصرف انرژی آن کاهش پیدا می‌کند. این مسئله روی تقاضای این کشور برای انرژی اثرگذار خواهد بود. چشم‌اندازهای جهانی نشان می‌دهد که هندی‌ها در زمینه تقاضا برای انرژی از چین پیش می‌افتند. البته این کشور اهدافی را نیز در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر در نظر گرفته که جای تأمل دارد.

## تکنولوژی: فناوری نوین نه ترسناک، نه قابل اعتماد



نوح اسمیت

تحلیل گریبلومبرگ

نگاهی که به فناوری در آینده وجود دارد عموماً افراطی است؛ عده‌ای کاملاً خوش‌بین و عده‌ای بی‌نهایت بدبین هستند. اما شاید بهترین رویکرد این است که آن را مدیریت کنیم و با برنامه‌ریزی به سراغ آن برویم. کسانی که بسیار خوش‌بین هستند معتقدند پیشرفت تکنولوژی به بشر کمک کرده به بالاترین سطح رفاه در تاریخ دست پیدا کند. البته درست می‌گویند. رفاهی که بشر به آن دست پیدا کرده بدون توسعه تکنولوژی امکان‌پذیر نبود اما این رفاه آن قدر هم قابل اعتماد نیست. از طرف دیگر افرادی که به ماجرا بدبین هستند، لادست‌هایی هستند که به شکلی افراطی به معایب تکنولوژی اشاره می‌کنند. آنها بسیاری از فناوری‌های نوظهور و فواید آنها را نادیده می‌گیرند. شاید وقت آن رسیده که باور کنیم تکنولوژی تنها چیزهایی را به ما می‌دهد که خودمان انتخاب می‌کنیم.

## اقتصاد جهان: نابرابری بعد از دستکاری مالیات جهانی



گابریل زاکمن

تحلیل گریگاردین

کافی است رد پول‌هایی را که به دست می‌آید دنبال کنید، بررسی‌ها نشان می‌دهد حدود ۱۰ درصد از رفاه جهانی توسط عده‌ای مشخص در آن سوی آب‌ها نگهداری می‌شود و بقیه افراد هزینه سنگین آن را پرداخت می‌کنند. شرکت‌ها در این ماجرا نقش بزرگی ایفا می‌کنند. این مسئله، مردم کشورهای اروپایی را بیش از هر نقطه دیگری در جهان درگیر کرده‌است. بازنده بزرگ این ماجراها نیز امریکا و کشورهای بزرگ اروپایی هستند. اصل این ماجرا نیز به سیستم مالیاتی مربوط می‌شود. نگاهی به کشورهایی که وضعیت مالیاتی خود را در چند سال اخیر تغییر داده‌اند تا حدودی جریان را روشن می‌کند و نشان می‌دهد که شکاف طبقاتی با دستکاری نوع دریافت مالیات به کلی زیر و رو می‌شود.



# کلید حل مشکلات اقتصادی؛ بخش خصوصی

اقتصاد ایران همچنان وابسته به نفت است و چالش‌های اقتصادی برای بخش خصوصی افزایش پیدا کرده است

بخش خصوصی به سؤال «مشکلات اساسی و ساختاری اقتصاد ایران در قیاس با ۴۰ سال قبل چقدر تغییر کرده است؟» پاسخ دادند. اکثر پاسخ‌دهندگان به دولتی بودن اقتصاد اشاره داشتند و معتقدند شرایط اقتصاد برای بخش خصوصی در گذشته بهتر بوده و عمده اقتصاد در دست بخش خصوصی قرار داشته است.

کارشناسان ارشد اقتصادی جهان با برنامه‌ریزی‌های درست، کشورهای در رکود را نجات دادند و معتقدند برنامه‌های توسعه‌محور می‌تواند به اقتصاد مرده جان دهد. سؤال سوم این نظرسنجی «چند درصد از برنامه اقتصادی و برنامه‌های توسعه در کشور ایجاد شده است؟» بوده است. کارشناسان بر این باورند که میزان کمی از برنامه‌ها در کشور اجرا شده است. اکثر پاسخ‌دهندگان می‌گویند برنامه‌های درستی در کشور نوشته شده اما در اجرای آن کوتاهی شده است. کارشناسان اقتصادی و بخش خصوصی هر دو به عملکرد برنامه‌ها اعتراض دارند و معتقدند نحوه اجرای برنامه‌ها یکی از مشکلات اساسی کشور است.

در نظرسنجی این شماره آینده‌نگر سید رضی حاجی‌آقامیری، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، عباس آرگون، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، رضا پدیدار، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، مهدی پازوکی، کارشناس اقتصادی، مهدی تقوی، کارشناس اقتصادی، هادی حق‌شناس، معاون سازمان بنادر و کشتیرانی کشور، سید بهاء‌الدین حسینی‌هاشمی، کارشناس اقتصادی، جمشید پژویان، کارشناس اقتصادی، فریال مستوفی، رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران، و حمیدرضا صالحی، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران شرکت کردند. ■

از سال ۲۰۱۵ روند رو به بهبودی در رتبه ایران در گزارش انجام کسب و کار بانک جهانی آغاز شد به طوری که رتبه ایران از ۱۵۲ در سال ۲۰۱۴ به ۱۱۸ در سال ۲۰۱۶ ارتقا یافت. فضای کسب‌وکار در دولت دهم با وجود درآمدهای بالای نفتی دولت

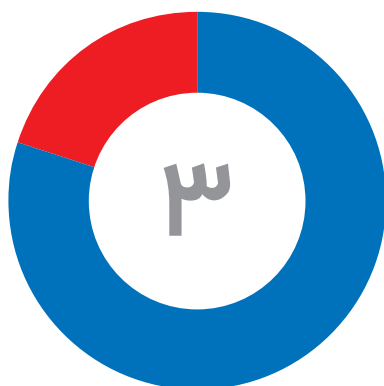
کاهش پیدا کرده بود. در جدیدترین گزارش سهولت انجام کسب و کار، ایران سه رتبه افت داشته به طوری که از ۱۱۷ به ۱۲۰ در بین ۱۹۰ کشور دنیا رسید. در واقع وضعیت کسب و کار ایران طبق گزارش بانک جهانی در سال ۲۰۱۷ تفاوت محسوسی با سال ۲۰۱۶ نداشته است.

برخی از کارشناسان معتقدند سهولت کسب و کار از مهم‌ترین عوامل برای رشد اقتصادی است. به همین ترتیب، بهبود فضای کسب و کار در برنامه دولت قرار دارد. با روی کار آمدن دولت یازدهم و توجه ویژه این دولت به متعادل کردن شرایط اقتصادی، بهبود فضای کسب و کار در دستور کار قرار گرفت. در نظرسنجی این شماره آینده‌نگر در همین راستا کارشناسان اقتصادی به سؤال «آیا طی ۵ سال گذشته تغییر ملموسی در فضای کسب و کار کشور ایجاد شده است؟» پاسخ دادند. برخی از پاسخ‌دهندگان معتقدند با اینکه رتبه کسب و کار جهانی ایران کاهش پیدا کرده، در داخل تغییری در زمان ریاست‌جمهوری حسن روحانی رخ داده است. به دلیل اهمیت بهبود فضای کسب و کار در روند رشد اقتصادی، نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز در برنامه ششم توسعه دولت را مکلف کرده‌اند تا رتبه بهبود کسب و کار در ایران را در پایان این برنامه به کمتر از ۷۰ برسانند. از سوی دیگر کارشناسان اقتصادی همچنان به مشکلات اقتصادی و ابرچالش‌ها، مشابه سال‌های گذشته اشاره می‌کنند، به همین ترتیب کارشناسان اقتصادی

متین دخت والی‌نژاد

خبرنگار

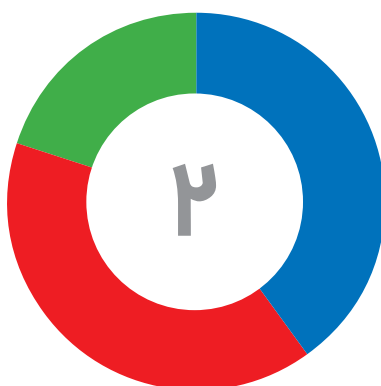
به نظر شما چند درصد از برنامه اقتصادی و برنامه‌های توسعه در کشور ایجاد شده است؟



۸۰ درصد از پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند کمتر از ۵۰ درصد آن اجرا شده است

۲۰ درصد اعتقاد دارند اقتصاد مقاومتی به عنوان یک استراتژی به کار گرفته نشده است

مشکلات اساسی و ساختاری اقتصاد ایران در قیاس با ۴۰ سال قبل چقدر تغییر کرده است؟

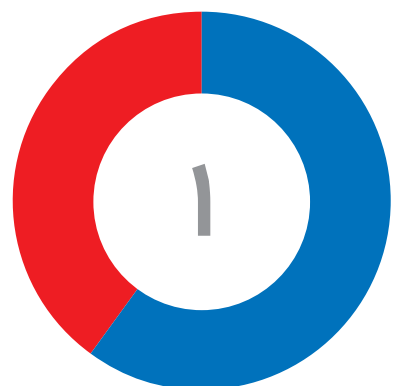


۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند تغییرات منفی داشته است

۴۰ درصد اعتقاد دارند مشکلات گذشته همچنان وجود دارد

۲۰ درصد از اعتقاد دارند قابل قیاس نیست

آیا طی ۵ سال گذشته تغییر ملموسی در فضای کسب و کار کشور ایجاد شده است؟



۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند همچنان فضای کسب و کار با مشکلاتی رو به روست

۴۰ درصد اعتقاد دارند فضای کسب و کار بهتر شده است

رتبه ایران از ۱۵۲ در سال ۲۰۱۴ به ۱۱۸ در سال ۲۰۱۶ ارتقا یافت. فضای کسب و کار در دولت دهم با وجود درآمدهای بالای نفتی دولت کاهش پیدا کرده بود.

## آیا طی ۵ سال گذشته تغییر ملموسی در فضای کسب و کار کشور ایجاد شده است؟

### ۴۰ درصد اعتقاد دارند فضای کسب و کار بهتر شده است

مهدی بازوکی

کارشناس اقتصادی



فضای کسب و کار نسبت به ۵ سال گذشته خیلی بهتر شده است و قبل از برجام اقتصاد ایران بسته بود. در آن زمان حتی بهترین اقتصاددانان‌های عالم نیز در یک اقتصاد بسته هیچ کاری نمی‌توانستند انجام دهند.

مهدی نقوی

کارشناس اقتصادی



در ۵ سال گذشته اقتصاد از این رو به آن رو شد. فضای کسب و کار بهتر شد. باید توجه کرد که حسن روحانی چه اقتصادی را تحویل گرفت. تورم ۴۰ درصد و رشد اقتصادی منفی ۳ درصد، اما در حال حاضر تورم ۸.۵ درصد شده و رشد اقتصادی نیز مثبت شده است. این تغییرات به طور کلی بر فضای کسب و کار نیز تاثیر می‌گذارد و موانعی را که در گذشته در فضای کسب و کار وجود داشت کاهش می‌دهد.

هادی حق‌شناس

معاون سازمان بنادر و کشتیرانی کشور



۵ سال گذشته ترکیب سال‌هایی از تحریم و سال‌های غیرتحریمی بود. تا سال ۹۳ فضای تحریم، کسب و کار کشور را تحت تاثیر منفی قرار داد. اما بعد از آن فضای کسب و کار مثبت بوده است. در دو سال ۹۴ و ۹۵ صادرات غیر نفتی رشد مثبت داشته و سال گذشته رشد اقتصادی دورقمی داشتیم. گرچه طبق آمار بین‌المللی ۴ رتبه تنزل داشته اما اگر داخل کشور این نسبت را با خودمان مقایسه کنیم، بعد از برجام وضعیت بهتر شده است.

سیدبهاءالدین حسینی‌هاشمی

کارشناس اقتصادی



تغییرات قطعاً ایجاد شده است. بعد از برجام وضعیت تجارت و روابط بین‌الملل به شدت تغییر کرد. به طور مثال نفتمان را می‌توانیم بفروشیم. وضعیت حمل و نقل بسیار تغییر کرد. شرایطی پیش آمد و گشایشی در اقتصاد ایجاد شد. اما به دلیل اینکه اقتصاد در رکود بود، سیستم بانکی ما خیلی رونق نداشت و در تکاپو نبود و رشد یا رونق اقتصادی ایجاد نشده است. ■

نگرفت و نسبت سهم درآمدهای توسعه‌ای و عمرانی در کشور در مقایسه با رشدی که مربوط به منابع مالی جاری و حفظ وضعیت موجود برای اداره کشور بود اصلاً نسبت معقولی نبود. اقتصاد برای بخش خصوصی زمانی به رشد و توسعه می‌رسد که کشور در مسیر توسعه قرار بگیرد. مسیر توسعه یعنی اجرای طرح‌های توسعه.

جمشید یزویان

کارشناس اقتصادی



مقداری رکود عمیق‌تر شده است. در کل فضای اقتصادی نتوانست از رکود بیرون آید و ما همچنان از نظر اقتصادی نتوانستیم رشد مناسب و تولید داشته باشیم. اگر تولید داشتیم، به دنبال آن حتماً اشتغال نیز دارای فضای بهتری می‌شد اما من تغییری در این زمینه‌ها نمی‌بینم.

فریال مستوفی

رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران



گزارش بانک جهانی ۲۰۱۸ که منتشر شد، رتبه کسب و کار کشور از ۱۲۰ به ۱۲۴ کاهش پیدا کرد. به این دلیل که نتوانستیم به سرعت کارها را اصلاح کنیم. به عبارتی اصلاحات به کندی صورت گرفت. از طرفی کشورهای دیگر در دنیا سریع‌تر عمل کردند و عملکردشان بهتر از ما بوده است. در کل وضعیت کسب و کار بهبود پیدا کرده اما در شاخص‌ها که توجه کنیم کاهش داشتیم. خود این موضوع نشان می‌دهد که آن‌طور که باید اصلاحات را برای کسب و کار انجام ندادیم. شفافیت در اقتصاد را به صورت جدی نداریم. به همین ترتیب فضای کسب و کار با مشکل روبه‌رو شده است.

حمیدرضا صالحی

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران



یک فضای کسب و کار مطلوب از نظر ما فضایی است که شاخص‌های مورد نظر در رتبه‌بندی فضای کسب و کار در دنیا از جمله رقابت‌پذیری بالا باشد. تا زمانی که شاخص‌های مرتبط با این موضوع مانند نرخ مبادلاتی و حامل‌های انرژی با مشکل روبه‌رو باشد، شاخص رقابت‌پذیری ما بهبود آن‌چنانی پیدا نمی‌کند. مهم‌ترین کار اصلاح زیرساخت‌های اقتصادی است تا فضای کسب و کار و شاخص‌های مهم کسب و کار بهبود پیدا کند. دولت باید اصلاحات شاخص‌های کلان را نیز انجام دهد. از جمله واقعی‌سازی نرخ ارز که خیلی مهم است و می‌تواند در اقتصاد ما نقش مهمی داشته باشد.

۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند

### همچنان فضای کسب و کار با مشکلاتی رو به رو است

سیدرضی حاجی‌آقامیری

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران



دولت باید در اسرع وقت موانعی را که قوانین و مقررات پیش پای کسب و کار و فعالان اقتصادی گذاشته بردارد. اما این کار صورت نگرفته و موانع زیادی جلوی راه فعالان را گرفته است. اصلاحات دیگری که باید انجام شود آن‌قدر به کندی و با نقص و اشکال صورت گرفته که نهایتاً موجب نشده که فضای کسب و کار از وضعیت مناسبی برخوردار شود. هنوز با چالش‌هایی که بعد از برجام برای کشور ایجاد شده نتوانستیم کنار بیاوریم و می‌توانیم بگوییم که برجام بیشترین منفای که داشته معطوف به فعالیت‌های اقتصادی خود دولت بوده که در اقتصاد و شرکت‌های خصوصی و دولتی از آن استفاده کرد. بخش خصوصی واقعی هنوز نتوانسته از نتایج برجام استفاده کند. ممکن است تا حدودی تفاوت‌هایی ایجاد شود اما آن‌طور که انتظار می‌رفت تغییراتی رخ نداده است.

عباس آرگون

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران



بعد از برجام رتبه ایران در کسب و کار افزایش پیدا کرده اما در قیاس با سایر کشورها رتبه تنزل پیدا کرده است. در سال ۲۰۱۵، رتبه ایران ۱۱۶ بود، پارسال ۱۲۰ و امسال ۱۲۴ شده است. دیگر کشورها عملکردشان بهتر از ایران بوده است. در داخل ایران، بیشتر به دلیل قوانین دست و پاگیری که در کشور وجود دارد به نوعی رتبه کاهش پیدا کرده است.

رضا پدیدار

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران



تنها تغییری که در زمینه کسب و کار انجام شده، در زمینه امید به آینده بوده است. اما عملیات امیدوارکننده در این دوره انجام نشد و فضای کسب و کار برای بخش خصوصی محدودتر شد. در حالی که برای سایر بخش‌ها مانند خصوصی‌ها و شرکت‌هایی که بند ناف آنها به دولت وصل است، تغییرات حاصل شد. برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات دولت برای عملیاتی شدن نقطه امید بسیار ضعیف بود. به دلیل منابع مالی محدود فعالیت‌های توسعه‌ای صورت

به دلیل اهمیت بهبود فضای کسب و کار در روند رشد اقتصادی، نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز در برنامه ششم توسعه دولت را مکلف کرده‌اند تا رتبه بهبود کسب و کار در ایران را در پایان این برنامه به کمتر از ۷۰ برسانند.

## مشکلات اساسی و ساختاری اقتصاد ایران در قیاس با ۴۰ سال قبل چقدر تغییر کرده است؟

حمیدرضا صالحی



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

مهم‌ترین علت مشکلات ساختار فعلی، همراه بودن اقتصاد کشور با نفت است. این موضوع اقتصاد کشور را دچار مشکل کرده است. شاهد این بودیم که قبل از اینکه نفت گران شود در سال‌های ۴۷ الی ۴۸ در کشور رشد اقتصادی خیلی خوب بود اما زمانی که قیمت نفت بالا می‌رود رشد اقتصادی کشور پایین می‌آید. همان‌طور که زمانی که نفت در ایران بشکته‌ای ۷ دلار بوده، باز نفت موجب رشد کشور شد. مشکل اساسی اقتصاد نفتی کشور است که باید از آن فاصله گرفت. دولت‌ها در یک دهه گذشته نتوانستند هزینه‌های خود را کاهش و وابستگی خود را به نفت کاهش دهند. منابع غیرنفتی در بودجه تغییراتی نسبت به گذشته داشته اما به کندی پیش رفته است.

### ۲۰ درصد اعتقاد دارند قابل قیاس نیست

رضا پدیدار



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

قابل مقایسه نیست. ساختار سیاسی و اقتصادی ما دچار تحول و دگرگونی شد ولی عملاً حمایت همه‌جانبه که بخش خصوصی به آن نیاز دارد ایجاد نشد. تنها در مقطع اول که طرح‌های دهه اول انقلاب بود، سیاست‌گذاری درستی انجام شد. در دوره سازندگی نیز کشور توانست به طرح‌های توسعه‌ای دست پیدا کند.

سیدبهاء‌الدین حسینی‌هاشمی



کارشناس اقتصادی

نمی‌توان مقایسه کرد. شرایط اقتصادی، بین‌المللی و فرهنگی چنان تغییر کرده که نمی‌توان با ۴۰ سال گذشته مقایسه کرد. به هر حال ۴۰ سال قبل یک شرایط دیگری داشتیم و انقلاب شد، جنگ پیش آمد و تحریم شدیم. همیشه چالش‌های بین‌المللی داشته‌ایم و ضربه‌های بزرگی را در ۸ سال دفاع مقدس دیدیم. اگرچه اقتصاد متکی به خود شد اما آسیب‌های زیادی دیدیم.

مهدی بازوکی



کارشناس اقتصادی

مشکلات کمی بیشتر شده است. محدودیت‌هایی که امروز در بازارهای بین‌المللی چه به لحاظ بازارهای صادراتی و چه وارداتی ایجاد شده، کمی شرایط ما را سخت‌تر کرده است.

### ۴۰ درصد اعتقاد دارند مشکلات گذشته همچنان وجود دارد

عباس آرگون



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

کماکان کشوری وابسته به نفت هستیم. هنوز بخش خصوصی که می‌تواند رشد پایداری را به ارمغان بیاورد شکل نگرفته است. کشور اقتصاد دولتی دارد و تا زمانی که اقتصاد کشور را مبتنی بر اقتصاد بازار نکنیم و نتوانیم از سیستم‌های یارانه‌ای فاصله بگیریم، عملاً رشد محسوسی نخواهیم داشت.

مهدی نقوی



کارشناس اقتصادی

همراه با انقلاب یک سری نابسامانی‌هایی در کشور ایجاد می‌شود. سیستم نیز عوض شده است. در اوایل انقلاب به آن شدت که در دوره ۸ ساله احمدی‌نژاد اقتصاد خراب شد، خراب نشد. دلیل آن نیز این بود که آقای احمدی‌نژاد با هدفمند کردن یارانه‌ها تورم ۴۰ درصد را ایجاد کرد. سیاست‌های غلط اقتصادی اقتصاد کشور را ضربه فنی کرد.

فریال مستوفی



رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران

اصلاح قوانین را در این ۴۰ سال به کندی انجام دادیم. اما از همه مهم‌تر، مسئله اجرا کردن قوانین است. مشکلات را به سادگی روی کاغذ بیان می‌کنیم اما در اجرای آن به کندی عمل می‌کنیم. دولت باید سعی کند قوانین را درست اجرا کند. اصل مشکل در اجرا نکردن قوانین است. اصلاح قوانین صورت گرفته اما آن را اجرا نکرده‌ایم.

### ۴۰ درصد اعتقاد دارند تغییرات منفی داشته است

سیدرضی حاجی آقامیری



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

مشکلات اقتصادی ایران در قیاس با ۴۰ سال گذشته در موارد منفی که شاید به دلیل آن مردم به اعتراض بلند شدند و نمی‌خواستند وضعیت ادامه پیدا کند، تغییر کرده اما متأسفانه این تغییرات نیز به جهت منفی تغییر کرده است. در آن زمان نیز تورم داشتیم، اما به اندازه حال حاضر نبوده است. مخصوصاً در دولت نهم و دهم می‌دانیم که چه بلایی سر نرخ تورم کشور آمد. از طرف دیگر نرخ بیکاری در ۴۰ سال گذشته به اندازه امروز نبود. تغییر مثبتی از ۴۰ سال گذشته تاکنون نداشتیم و مخصوصاً مسئله فساد در فعالیت‌های اقتصادی خیلی بیشتر از گذشته شده است.

هادی حق‌شناس



معاون سازمان بنادر و کشتیرانی کشور

در سال‌های قبل از انقلاب، نقش بخش خصوصی در اقتصاد ایران بیشتر بوده است. همان مقطع زمانی، شرکت‌های بزرگ خصوصی داشتیم. اما امروز پس از ۴۰ سال که مقایسه می‌کنیم شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی افزایش پیدا کرده است دولت حجیم‌تر شده است. بخش عمده پول نفت در هزینه‌های جاری خرج می‌شود. هم قدرت خرید و هم پول نفت صرف هزینه‌های جاری شده است. ساختار شرکت‌ها به نفع بخش دولتی هدایت شده است.

جمشید پژویان



کارشناس اقتصادی

۴۰ سال پیش اقتصاد خیلی کوچک‌تر بود. ۴۰ سال پیش جمعیت ۳۰ میلیونی داشتیم ولی در حال حاضر به ۸۰ میلیون رسیده است. از طرف دیگر بدیهی است که چنین جمعیتی نیاز به اقتصاد بزرگ‌تر و تولید بیشتری دارد که بتواند هم رشد اقتصادی مناسب ایجاد کند و هم اشتغال را تامین کند. اما چنین روندی در اقتصاد نداشته‌ایم و اقتصاد پیشرفتی نداشته است. اقتصاد همراه با رشد و نیاز جمعیت پیشرفت نکرده است.

کارشناسان بر این باورند که میزان کمی از برنامه‌ها در کشور اجرا شده است. اکثر پاسخ‌دهندگان می‌گویند برنامه‌های درستی در کشور نوشته شده اما در اجرای آن کوتاهی شده است. کارشناسان اقتصادی و بخش خصوصی هر دو به عملکرد برنامه‌ها اعتراض دارند و معتقدند نحوه اجرای برنامه‌ها یکی از مشکلات اساسی کشور است.

## به نظر شما چند درصد از برنامه اقتصادی و برنامه‌های توسعه در کشور ایجاد شده است؟

فریال مستوفی



رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران

در برنامه ۵ ساله، هیچ‌وقت نتوانستیم به اهدافی که در برنامه‌ها اعلام می‌کنیم برسیم. این اتفاق نیز به دلیل اجرا نکردن قوانین افتاده است. قوانین کار، کارفرماها را زیر فشار قرار می‌دهد. بانک‌ها نیز از طرف دیگر با مشکل روبه‌رو شدند. در کشور برنامه‌ها به درستی نوشته شده است اما در همه دولت‌ها در اجرای آن کم‌کاری شده و نتوانسته‌ایم به اهدافی که در برنامه‌ها اشاره شده برسیم.

مهدی بازوکی



کارشناس اقتصادی

به طور کلی برنامه‌ها زیر ۵۰ درصد تحقق پیدا کرده است. بهترین برنامه، برنامه سوم بوده که حدود ۶۰ الی ۶۵ درصد تحقق پیدا کرده، اما برنامه چهارم و پنجم زیر ۳۰ درصد تحقق پیدا کرده است.

مهدی تقوی



کارشناس اقتصادی

سازمان برنامه و بودجه از قبل از انقلاب مسئول برنامه‌ریزی بود. آقای احمدی‌نژاد این سازمان را وارد ریاست جمهوری کرد. همه متخصصان این سازمان و افرادی که آموزش دیده بودند بین سازمان‌ها پخش شدند و نظام برنامه‌ریزی ایران، سازمانی را که مسئول برنامه بود منحل کرد و دیگر برنامه‌ها به درستی در کشور اجرا نشد.

هادی حق‌شناس



معاون سازمان بنادر و کشتیرانی کشور

کمتر از نصف اهداف و در برخی مواقع کمتر از یک‌سوم اهداف برنامه ۵ ساله تحقق پیدا کرده است. مشکل اساسی این است که بهره‌وری فوق‌العاده پایین داریم و تنها به فکر افزایش سرمایه‌گذاری فیزیکی هستیم. زیرساخت‌ها را می‌سازیم اما این موارد مورد بهره‌وری قرار نمی‌گیرد، بزرگ‌ترین ضعف‌های اقتصاد ایران این است که بهره‌وری عوامل کار و سرمایه حداقل ممکن است.

حمیدرضا صالحی



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

روند تغییرات به سمت اقتصاد غیرنفتی و هدفمندی یارانه‌ها در دولت نهم و دهم شروع شد و با رشد نامناسب و حرکت‌های اشتباه تبدیل به اتفاق نادرستی شد. در دولت‌های بعدی نیز نتوانستیم شاهد یک تحول جدی در اقتصاد ایران باشیم. منابع درآمدی مالیاتی نسبت به گذشته افزایش پیدا کرده و این می‌تواند یک اصلاح درست زیرساخت اقتصادی کشور باشد. اما می‌بینیم که در زمانی که رکود در کشور بود، بحث افزایش مالیات‌ها ایجاد شد. باید طبق شرایط اقتصادی کشور اجرای برنامه‌ها را در نظر بگیریم. اصلاحات باید در زمان و شرایط مناسب صورت بگیرد.

۸۰ درصد اعتقاد دارند

کمتر از ۵۰ درصد آن اجرا شده است

سیدرضی حاجی‌آقامیری



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

برنامه‌های توسعه‌ای یا برنامه اقتصاد مقاومتی در کشور خیلی کم اجرا شده است. اقتصاد مقاومتی اهداف خوبی دارد و می‌تواند به استقلال ما کمک کند و از گزند خطرانی که از طرف کشورهای دیگر می‌رسد دورمان کند. اما به آنچه در اقتصاد مقاومتی خواسته شده نمی‌توان به صورت جزیره‌ای نگاه کرد. یک ساختارهایی باید در کل کشور اصلاح شود تا بتوانیم به اقتصاد مقاومتی برسیم.

عباس آرگون



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

در کشور برنامه‌های خوبی نوشته می‌شود اما اجرای آن به درستی صورت نمی‌گیرد. در واقع برنامه‌ها عملیاتی نمی‌شود و تنها نوشته می‌شود و بعضاً پایگانی می‌شود. هر سال مشاهده می‌کنیم که وضعیت کشور نسبت به سال‌های گذشته بهتر نمی‌شود و پسرقت داریم. این نشان می‌دهد که به آن چیزهایی که می‌نویسیم عمل نمی‌کنیم.

رضا پدیدار



عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

طرح‌های توسعه اقتصاد مقاومتی اجرا نشده است. توسعه اقتصاد مقاومتی در حقیقت استفاده از ظرفیت‌های پنهان داخلی بود اما ما هنوز از این ظرفیت‌ها استفاده نکرده‌ایم و ظرفیت‌های ما خالی است. یکی از کارهایی که باید حتماً صورت می‌گرفت و دولت در آن ضعیف عمل کرده، توسعه صادرات است. نقش بخش خصوصی به عنوان پیشانی فعالیت هرم اقتصادی کشور، در توسعه صادرات است. دولت در توسعه صادرات و مشوق‌های صادراتی خساست به خرج داد و نگذاشت بخش خصوصی رشد کند. در طی ۴۰ سال، اقتصاد دولتی موجب محدود شدن حضور و فعالیت بخش خصوصی در کشور شد.

۲۰ درصد اعتقاد دارند

اقتصاد مقاومتی به عنوان یک استراتژی به کار گرفته نشده است

سیدبهاء‌الدین حسینی‌هاشمی



کارشناس اقتصادی

اقتصاد مقاومتی به عنوان یک استراتژی به کار گرفته نشده است، زیرا بر مبنای آن باید برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی شود. استراتژی اقتصاد مقاومتی، تکیه بر مزیت‌های داخلی و تولید داخلی جایگزین واردات نیازمند برنامه‌ریزی خاص هستند. مسئله تحریم همچنان گریبان‌گیر کشور است، به همین ترتیب مقداری توجه به ویژگی‌های داخلی نیاز است، اما هنوز به طور کامل این اتفاق نیفتاده است. گام‌های بلندی در برنامه اقتصاد مقاومتی برداشته نشده است.

جمشید پژویان



کارشناس اقتصادی

درواقع اقتصاد مقاومتی عنوانی است که باید از نظر اقتصادی تعریف شود. این واژه اقتصادی نیست. اقتصاد مقاومتی به این معناست که اقتصاد به صورتی تغییر کند که توانایی مقاومت داشته باشد. تفسیر این است که اقتصاد تا جایی که ممکن است کارآمدتر شود و یک اقتصادی که کارآمد باشد توانایی‌های بالایی خواهد داشت به دلیل اینکه بتواند با شوک‌ها و اختلال‌هایی که در اقتصاد به وجود می‌آید برخورد کند. به طور مثال در مقابل کاهش یکباره قیمت نفت آماده باشد. اگر ما تولیدکننده‌ای کارآمد و باکیفیت بودیم می‌توانستیم از این مشکل به راحتی بگذریم. ■



### سازمان‌ها

#### فائو هشدار داد

### همه علیه سوء تغذیه جهانی

ژوزه گزانیو داسیلوا، دبیرکل فائو اخیراً در نشست‌های هم‌وزن بهداشت کشورهای را در سرتاسر جهان خطاب قرار داده و تأکید کرده که باید نظام خوراک و رژیم غذایی اصلاح شود. او معتقد است همه دنیا به تغذیه سالم نیاز دارند و به همین خاطر باید تحولاتی در این زمینه در سرتاسر دنیا صورت بگیرد. برای نخستین بار در این دهه، شاهد سوء تغذیه در برخی از نقاط دنیا هستیم که این مسئله به خاطر تغییرات آب‌وهوایی و تنش‌های سیاسی ایجاد شده‌است. بیش از ۲ میلیون نفر در دنیا از تغذیه مناسب برخوردار نیستند و به قدر کافی خوراکی دریافت نمی‌کنند. از هر سه نفر، دست کم یک نفر در دنیا از سوء تغذیه به نوعی رنج می‌برد. برخی به خاطر گرسنگی و برخی به خاطر اضافه‌وزن. به همین خاطر است که مسئولان بهداشت و سلامت در کشورها باید خودشان را مسئول بدانند و در این زمینه ورود کنند تا با اقدام مناسب وضعیت را بهبود ببخشند.

**۶۰۰ میلیون نفر**  
از مردم دنیا از اضافه‌وزن  
رنج می‌برند

#### سازمان ملل بررسی کرد

### پایان فاجعه بشری در یمن

یمن سه سال است که با جنگ دست‌وپنجه نرم می‌کند. میلیون‌ها نفر به خاطر این جنگ آواره شده‌اند. سردمدار این جنگ عربستان سعودی است که هم به صورت هوایی و هم دریایی یمن را هدف قرار داده‌است. بررسی‌ها نشان می‌دهد یمن در حال حاضر بیش از ۹۰ درصد از مایحتاج روزانه خود را وارد می‌کند. ۷ میلیون نفر در یمن تنها با کمک‌های بشردوستانه قادر به ادامه حیات هستند. بیش از ۵ هزار شهروند در این سه سال جنگ از بین رفته‌اند و هنوز خبری از آتش‌بس نیست. بزرگ‌ترین مشکل یمن، انحصاری است که باعث شده مردم به مایحتاج روزانه خود دست پیدا نکنند. صف‌های طولانی از مردم در انتظار کمک‌های بشردوستانه هستند. همه این عوامل باعث شده وضعیتی فاجعه‌بار به لحاظ انسانی در یمن ایجاد شود.

**۹۰ درصد** از مایحتاج  
روزانه ۷ میلیون نفر از مردم  
یمن از طریق کمک‌های  
بشردوستانه وارد می‌شود

#### جدیدترین آمار بانک جهانی

### کاهش ۵۶ درصدی مرگ کودکان

دنیا متحول شده؛ دیگر کودکان زیر ۵ سال شانس بیشتری برای زنده ماندن و زندگی کردن در این دنیا دارند. بررسی‌ها نشان می‌دهد در ۲۶ سال گذشته میزان مرگ‌ومیر کودکان زیر ۵ سال دست کم ۵۶ درصد کاهش یافته‌است. این پیشرفت حاصل برنامه‌هایی است که کشورهای مختلف در چند دهه گذشته پیگیری کرده‌اند. پیشرفتی که بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۶ حاصل شده نشان می‌دهد بشر توانایی کنترل مرگ‌ومیر را تا حدود زیادی به دست آورده‌است. با وجود همه پیشرفت‌هایی که تاکنون حاصل شده باز هم در سال ۲۰۱۶ روزانه ۱۵ هزار کودک جان خود را از دست داده‌اند که مجموع سالانه آن ۵ میلیون و ۶۰۰ هزار کودک است. به این ترتیب هنوز هم باید تلاش‌های بسیاری در این زمینه صورت بگیرد.

**۱۵ هزار کودک**  
هر روز در سال ۲۰۱۶ از دنیا  
رفته‌اند

#### صندوق بین‌المللی پول خبر داد

### برنده‌های خاورمیانه در رشد

چشم‌انداز اقتصادی در خاورمیانه، آفریقای شمالی، افغانستان و پاکستان تا حدود زیادی تحت تأثیر قیمت نفت است. نفت نیز در این چند مدت اخیر همیشه با کاهش قیمت مواجه بوده و افزایش قیمت آن نیز موقتی بوده‌است. به همین خاطر رشد اقتصادی این منطقه چندان چشم‌گیر و قابل اطمینان نبوده‌است. اما حالا که اقتصاد دنیا کمی به سوی جلو قدم برداشته انتظار می‌رود کشورهای این منطقه نیز با رشد اقتصادی در جهان همراه شوند و از آن نفع ببرند. بررسی‌ها نشان می‌دهد آن دسته از کشورهایی که متکی به صادرات نفت نیستند برندگان اصلی خواهند بود و رشد حدوداً ۲٫۶ درصدی را در سال ۲۰۱۷ تجربه خواهند کرد. اما صادرکنندگان نفت قصه دیگری دارند. آنها تا این اندازه از شرایط نفع نمی‌برند.

**۱٫۷ درصد** برآورد مجموع تولید  
ناخالص داخلی در  
کشورهای صادرکننده  
نفت خام در سال ۲۰۱۷



#### صندوق بین‌المللی پول

#### گزارش داد

### چشم‌انداز مبهم در اقتصادهای نوظهور

درآمد سرانه در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه جزو مواردی است که صندوق بین‌المللی پول به صورت مستمر آن را رصد می‌کند. در جدیدترین گزارش، رشد درآمد سرانه در این کشورها در فاصله سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ پیش‌بینی شده‌است. نگاه دقیق این سازمان به وضعیت درآمد سرانه این کشورها از وضعیتی پرنوسان در این اقتصادها پرده‌برداری می‌کند. مطالعات صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که میزان درآمد سرانه در سال ۲۰۱۷ حدود ۳٫۲ درصد بوده و این رقم تا سال ۲۰۲۲ به حدود ۳٫۶ درصد خواهد رسید. البته بخش عمده‌ای از این رشد اقتصادی مربوط به کشورهای چین و هند می‌شود که بزرگ‌ترین و بااهمیت‌ترین اقتصادهای نوظهور به شمار می‌آیند. این دو کشور سهم ۵۰ درصدی در این رشد دارند.

**۳٫۶ درصد**  
میزان رشد  
درآمد سرانه در  
اقتصادهای  
نوظهور و در حال  
توسعه در سال ۲۰۲۲



هند جزو کشورهایی است که رتبه‌ای خوب در زمینه انجام کسب و کار دارد اما با وجود بهبودی که در این زمینه داشته هنوز هم بر اساس آمار بانک جهانی وضعیت رضایت بخشی ندارد و برای دست یافتن به رشد اقتصادی سریع باید در این زمینه پیشرفت کند.

## رسانه‌ها

### رویترز خبر داد

## غول‌های انرژی دوباره نفتی می‌شوند

دو دهه پیش شرکت بی‌پی (بریتیش پترولیوم) همه‌جا اعلام کرد قصد دارد به انرژی‌های تجدیدپذیر روی بیاورد و میلیاردها دلار هزینه صرف پروژه‌های انرژی‌های تجدیدپذیر کرد. مسئولان این شرکت حتی وعده داده بودند که ایستگاه‌های خورشیدی راهاندازی کنند تا مردم به صورت مستقیم از انرژی‌های تجدیدپذیر بهره‌مند شوند. آنها در آن زمان شعار «فراتر از نفت» را انتخاب کرده بودند. حاصل آن پروژه‌ها نیز تولید پنل‌های خورشیدی در کشورهای پیشرفته بود. اما امروز به نظر می‌رسد غول‌های بزرگی مثل بی‌پی به سوی نفت بازگشته‌اند. آنها دیگر روی انرژی‌های تجدیدپذیر مانند گذشته سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. مدیرعامل این شرکت نیز در گفت‌وگو با رویترز ادعا کرده که شرط‌بندی‌های گذشته روی انرژی‌های تجدیدپذیر جواب نداده و به همین خاطر این شرکت دیگر مانند گذشته به دنبال سرمایه‌گذاری بر روی این پروژه‌ها نیست.

**۸ میلیارد دلار** هزینه شرکت بی‌پی برای  
**انرژی‌های تجدیدپذیر** در یک دهه  
گذشته

### سی‌ان‌ان هشدار داد

## خانه‌هایی که زیر آب می‌روند

حتی سوریه با وجود بحران‌هایی که با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند به توافق پاریس پیوسته اما آمریکا به خاطر رئیس‌جمهوری مانند ترامپ از این توافق خارج شده‌است. شرکت‌های آمریکایی سعی کرده‌اند خودشان را از زیر بار سیاست بیرون بکشند و با تعهدات این توافق همراهی نکنند. در حالی که ترامپ، تغییرات آب‌وهوایی را یک توهم بزرگ می‌داند، دانشمندان از آینده‌ای خطرناک برای آمریکا به خاطر گرمایش زمین خبر می‌دهند. بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از یک میلیون و ۹۰۰ هزار خانه آمریکایی تنها با افزایش ۶ فوتی آب، برای همیشه از بین خواهند رفت. اما می‌توان این شرایط را به راحتی و با کاهش میزان انتشار کربن کنترل کرد. همه اینها مشروط به این است که بحث کردن درباره تغییرات آب‌وهوایی را متوقف کنیم و مقابل آن بایستیم.

**۲ درصد** از خانه‌های آمریکایی به ارزش  
**۸۸۲ میلیارد دلار** با گرمایش زمین به زیر آب  
خواهند رفت

### بلومبرگ نوشت

## عمر افزایش قیمت نفت کوتاه است

قیمت نفت که تا چند وقت با نوسان بسیاری همراه بود این روزها بهبود پیدا کرده و به لطف چند فاکتور مهم، افزایش یافته‌است. یکی از مهم‌ترین فاکتورها، تنش‌ها در عربستان سعودی است که باعث افزایش بی‌سابقه قیمت نفت شده‌است. در کنار آن، اوپکی‌ها نیز مجدداً توافق خود را برای کاهش تولید نفت تمدید کرده‌اند. در این بین بررسی‌ها و آمار موسسه بیکر هیوز نشان می‌دهد که تعداد چاه‌های نفتی فعال در آمریکا کاهش پیدا کرده‌است. مجموع این اتفاق‌ها، روزهای شیرینی را برای نفت و به‌ویژه برای نفت برنت حوزه دریای شمال رقم زده‌است. اما بررسی‌ها در عین حال نشان می‌دهد که نفت به تسلسلی باطل افتاده و دوباره با کاهش قیمت مواجه خواهد شد. تحلیل‌گران معتقدند نفت در محدوده ۵۰ تا ۵۷ دلار در ازای هر بشکه نوسان خواهد داشت.

**۶۲ دلار**  
**قیمت نفت**  
**برنت** حوزه دریای  
شمال در نیمه آبان که در  
دو سال گذشته  
**بی‌سابقه بود**

### بیزنس اینسایدر بررسی کرد

## امکانات جدید توئیتری برای همه

آنها که زیاد با توئیتر سروکار دارند یا به عبارتی توئیتر باز هستند از انقلاب جدید این شرکت آگاه هستند؛ توئیتر به تازگی تصمیم گرفت محدودیت تعداد کلمات برای یک توئیت را از ۱۴۰ کاراکتر به ۲۸۰ کاراکتر برساند. این شرکت ابتدا ۲۸۰ کاراکتر را روی عده‌ای خاص امتحان کرد و اکنون این امکان را برای همه قرار داده‌است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در روزهای نخست عده زیادی به ۲۸۰ کاراکتر می‌رسیدند چرا که برای آنها تازه بود و جذابیت داشت اما اکنون تعداد بسیار کمی از اهالی توئیتر از آن استفاده می‌کنند. کاربران این شبکه اجتماعی به مختصر و مفید نوشتن و همچنین خواندن عادت کرده‌اند. این تحول توئیتر جزو مواردی است که شرکت‌های فعال در این حوزه باید در نظر داشته‌باشند.

**۱ درصد** از کل کسانی که به توئیت‌های  
**۲۸۰ کاراکتری** مجهز شده بودند از آن استفاده  
می‌کردند

### گاردین خبر داد

## نشانه‌های اوبری در ناسا

اوبر برای همه نامی آشناست؛ شرکت حمل‌ونقل اینترنتی که با تاکسی‌های مدرن خود دنیا را متحول کرده‌است. اما حالا به نظر می‌رسد پروژه‌های بلندپروازانه‌تر از تاکسی‌های معمولی اوبر در دست اجراست. شرکت اوبر اخیراً قراردادی را با ناسا به امضا رسانده که محتوای آن «تاکسی‌های پرنده» است. در واقع آنها به دنبال راهاندازی نرم‌افزارهایی هستند که نوعی تاکسی‌های پرنده مستقل را در سطح شهرها گسیل خواهد کرد. این پروژه قرار است نخستین پرواز آزمایشی خود را با چهار مسافر در سال ۲۰۲۰ در آسمان لس‌آنجلس به انجام برساند. اگر این آزمایش نتیجه مثبت بدهد، می‌توان در انتظار بازاری بزرگ و هیجان‌انگیز بود. اوبر مدت‌هاست که به دنبال خدمات‌هایی متنوع است. این پروژه می‌تواند آغازی خوب و جذاب برای این شرکت باشد.

**۲۰۲۰ سال** تحول بزرگ اوبری در  
**ناسا** که قرار است پروژه بلندپروازانه تاکسی‌های پرنده را  
راهاندازی کند



# رفتن به استقبال سال آینده با بیم و امید

مجلات خارجی به تدریج ویژه‌نامه‌های مرور سال و پیش‌بینی سال آینده را منتشر می‌کنند

سال ۲۰۱۷ در حال پایان است و مجلات انگلیسی‌زبان خارجی در حال انتشار نسخه‌ها و ویژه‌نامه‌هایی هستند که سال جاری را مرور کنند و بگویند که در سال آینده چه اتفاقات تلخ و شیرینی خواهد افتاد. بلومبرگ بیزینس ویک از جمله اولین مجلاتی است که به استقبال سال آینده رفته و گفته است که چه سالی خواهد بود. البته موسسه اکونومیست نیز مثل هر سال نسخه «جهان در سال ۲۰۱۸...» خود را چند هفته پیش منتشر کرده و به مشترکان خود پیشنهاد کرده بود که آن را با تخفیف بخرند.

ساعت یزدانجو

دبیر بخش کتاب ضمیمه

قاجاق مواد مخدر «آل کاپو» اختصاص داده بود. در این شماره، گزارشی نیز نوشته شده بود درباره توافقات هسته‌ای آمریکا و چین درباره کره شمالی و مروری تاریخی شده بود بر توافقاتی این چینی که پیشینیان ترامپ انجام داده بودند. نیوزویک علاقه زیادی به موضوعات پزشکی و حوزه سلامت دارد. این شماره نیز تحلیلی منتشر کرده بود درباره اینکه فعالیت بدنی و تمرینات ورزشی آن قدری که تبلیغ می‌شوند می‌توانند برای سلامتی مفید و موثر نباشند. نیوزویک ۲۰ اکتبر نیز جلد خود را به مسکن‌ها اختصاص داده بود و درباره بحران اعتیادآور بودن مسکن‌ها و کاهنده‌های درد گزارش مفصلی را منتشر کرده بود. در این شماره همچنین گزارشی منتشر شده بود درباره اصلاحات نظام مالیاتی آمریکا که توسط استیون منوچین، وزیر خزانه‌داری این کشور، پیشنهاد شده است. بیت کوین و دیگر واحدهای پولی که ارزش آنها به شدت در حال افزایش است نیز از دیگر موضوعات مهم این شماره بود. در همین شماره از نیوزویک مصاحبه‌ای حاوی دو سؤال با محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه کشورمان، منتشر شده. کاریکاتوری از او در حال خواندن کتاب «هنر معامله کردن» نوشته دونالد ترامپ در این شماره منتشر شده بود به همراه یک جمله او که برجسته شده بود: «هنر دیپلمات این است که تمام تلاطم و آشوب را پشت لبخندش پنهان کند».

کشورهایی اختصاص داده بود که پشت سر امواج جهانی شدن وضعیت عمدتاً نامطلوبی به خود می‌گیرند و به شکل مناطقی درمی‌آیند که طوفان از آنجا گذشته است. زیرتیر این شماره چنین بود: «چطور به جاهایی کمک کنیم که به وسیله جهانی‌سازی صدمه می‌بینند؟» و تیر این‌طور بود: «باقی گذاشته‌شده پشت سر». طرح جلد نیز عکسی سیاه‌وسفید از یک شهر مخروبه بود. در این شماره گزارش‌هایی با موضوعات متوقف کردن آزارهای جنسی و خلأ پس از نابودی داعش و برگزیت منتشر شده بود. اکونومیست ۱۴ اکتبر نیز به مناسبت گردهمایی ۱۹ حزب کمونیست چین، طرحی از شی جین‌پینگ را روی جلد برده بود و او را «قدرتمندترین مرد جهان» نامیده بود.

## نیوزویک



۱۰ نوامبر ۲۰۱۷  
مارهای خوش‌خط‌خوال  
در یک هواپیما به  
سراسر جهان سفر  
می‌کنند

آخرین شماره هفته‌نامه نیوزویک وی جلد عکس ترامپ را به همراه برخی از اعضای دولتش کشیده که روی یک هواپیما نشسته‌اند و در حال بذل و بخشش دلارهایی هستند که از مشتشان به اطراف می‌پاشند. یک عضو کابینه نیز در حال سقوط به پایین است. تیرتر جلد این چنین است: «مارهای خوش‌خط و خال در یک هواپیما». گزارش این جلد مربوط به سفرهای ترامپ و آدمهای پولدار اطراف او است که به سفرهای خارجی متعدد می‌روند و در کشورهای مختلف قول کمک‌های اقتصادی می‌دهند. گزارشگر در نهایت نتیجه می‌گیرد که کابینه ترامپ فاسدترین کابینه تاریخ آمریکا است و این کمک‌های اقتصادی هم ضرری بیشتر از فایده دارند. این شماره گزارشی دارد درباره اینکه تا سال ۲۰۲۰ در حدود ۱.۵ میلیارد نفر از ساکنان زمین تبدیل به زانگنشینان خواهند شد. شماره ۲۷ اکتبر نیوزویک طرح جلد خود را به باند خطرناک

## اکونومیست



۱۱ نوامبر ۲۰۱۷  
عقاب آمریکایی با  
مسیری که ترامپ  
پیش می‌رود درون دره  
سقوط می‌کند

آخرین شماره هفته‌نامه اکونومیست در ۱۱ نوامبر، عکسی از یک عقاب را که نماد آمریکا است روی جلد آورده اما موهای عقاب مثل ترامپ زرد است. در تیرتر نیز آورده است: «به‌خطر افتاد: آینده آمریکا در مقام یک قدرت جهانی». بسیاری از تحلیل‌گران می‌گویند که ترامپ با سیاست‌های خود قدرت آمریکا را تضعیف کرده و گزارش اصلی این شماره نیز چنین می‌گوید. اکونومیست در ۴ نوامبر طرح روی جلد خود را به رسانه‌های اجتماعی و تهدیدی که برای دموکراسی به شمار می‌آیند اختصاص داده بود. در این طرح، دستی یک اسلحه به شکل لوگوی شرکت فیس‌بوک را شلیک کرده بود و از انتهای لوله اسلحه دود بلند می‌شد. ماجراهای فیک‌نیوز (اخبار جعلی) در فیس‌بوک که خیلی از آنها ریاست‌جمهوری ترامپ را حاصل آن می‌دانند، افکار عمومی را علیه رسانه‌های اجتماعی شورانده است. در این شماره تحلیلی در این‌باره منتشر شده بود که چه کشورهای دیگری بعد از اسپانیا درگیر جدایی طلبی ایالت‌هایشان خواهند بود. قاجاق عروس به چین نیز از دیگر گزارش‌های خواندنی این شماره بود.

در شماره ۲۶ اکتبر، اکونومیست به مناسبت صدمین سالگرد انقلاب اکتبر روسیه، عکس پوتین را روی جلد گذاشته بود با نمادهایی تاریخی که به لباس او آویزان شده بود و به عنوان تیرتر جلد نوشته بود: «یک تزار متولد می‌شود». این عکس و تیرتر به تحلیل این مجله برمی‌گردد که تلاش کرده بود شرح بدهد روسیه یک قرن بعد از انقلاب اکتبر به چه جایگاهی دست یافته است. بازوی عظیم سرمایه‌گذاری شرکت اپل موضوع یکی دیگر از گزارش‌های این شماره بود. این شماره حاوی یک پرونده مفصل درباره تجارت الکترونیک نیز بود. اکونومیست ۲۱ اکتبر موضوع روی جلد خود را به

## تایم



۱۳ نوامبر ۲۰۱۷  
چین با همین اقتصاد  
دولتی در آینده خواهد  
توانست در رقابت‌های  
تجاری پیروز باشد

شماره آخر مجله تایم در ۱۳ نوامبر منتشر شده و طرح جلد خود را به رسوایی مقامات کاخ سفید در ارتباط با روسیه اختصاص داده است. طرح جلد این شماره شامل سه تن از مقامات است که ارتباطشان با روسیه ثابت شده و جای نفر چهارم خالی است. البته این جلد مربوط به نسخه آمریکایی

بود: «بوتاکس سودآورترین، سمی ترین و محرمانه ترین فرمول دنیا است».

## نیویورکر

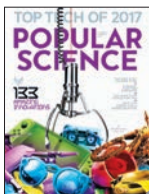
۱۳ نوامبر ۲۰۱۷  
تام کاتن وارث  
ترامپ در آینده حزب  
جمهوری خواه خواهد  
بود



نیویورکر یک هفته نامه فرهنگی است و جلد های آن معمولاً طراحی هایی است که به یکی از داستان ها یا نقدهایش بازمی گردد. نیویورکر کمتر به موضوعات سیاسی و خبری روز می پردازد. طرح جلد آخرین شماره این مجله در ۱۳ نوامبر نیز به یک کتاب فروشی و مشتری ای که در حال تفریح یک کتاب است اختصاص داده شده است. در این شمار مروری بر برنامه های زمستانی سینماها، تئاترها، کنسرت ها و رویدادهای فرهنگی نیویورک در سه ماه آینده منتشر شده است. در همین شماره تحلیلی نیز منتشر شده است درباره تام کاتن که به عنوان وارث ترامپ در حزب جمهوری خواه آمریکا شناخته می شود. او ۴۰ ساله است و جوان ترین نماینده مجلس سنا که از آرکانزاس به این مجلس وارد شده است.

## پاپیولار ساینس

نوامبر و دسامبر ۲۰۱۷  
بهترین فناوری های  
سالی که گذشت



شماره آخر سال ماهنامه پاپیولار ساینس که یک مجله علمی با مخاطبان عمومی است، بهترین فناوری های سال ۲۰۱۷ را مرور کرده است. این فناوری ها در مجله به حوزه های سلامت، سرگرمی، مهندسی، احیای پدیده های از دست رفته، خودرو، گجت، امنیت، هوافضا، خانه و نرم افزار تقسیم شده است و پاپیولار ساینس تلاش کرده در هر یک از این حوزه ها بهترین فناوری ها و ابداعات سال ۲۰۱۷ را مرور کند. مثلاً سلول های کوچکی که به جنگ با سرطان پستان در بدن انسان می روند، رتبه اول فناوری در حوزه سلامت شناخته شده است. در حوزه مهندسی، یک ماشین فکس که دیان ای افراد را ارسال می کند، رتبه اول را کسب کرده است. در حوزه خودروسازی نیز تائیری که یخها را می شکافد رتبه برتر را گرفته است. در این شماره به درمان سرطان و پیشرفت هایی که در این کار نصیب دانشمندان و پزشکان شده پرداخته شده است. گزارشی درباره ابداع یک اجاق گاز هوشمند که برای انسان غذا می پزد هم از دیگر مطالب جالب این شماره است. ■

## فورچون

یکم نوامبر ۲۰۱۷  
نگاهی از درون به  
یک شرکت حوزه  
انرژی: پادشاهی نفتی  
آرامکوی سعودی



شماره آخر مجله فورچون عکس مارک بنی آف، بنیان گذار شرکت «سیلز فورس» را روی جلد خود گذاشته است. او یک کارآفرین اینترنتی است و شرکتش در زمینه محاسبات رایانش ابری کار می کند. گزارشی درباره موفقیت های بنی آف در کسب و کار در این شماره منتشر شده است. این شماره گزارشی خوبی دارد درباره شرکت نفتی «آرامکو»ی عربستان و تلاش کرده نگاهی به درون این شرکت داشته باشد. آرامکو به تدریج در حال تغییر ساختار است و برای رسانه های غربی به شرکت مهمی تبدیل شده است. تأثیر گذاری انقلاب بیت کوین روی زنجیره عرضه قهوه نیز از دیگر تحلیل های این شماره فورچون است و نشان می دهد که واحدهای پولی دیجیتال چطور روی فعالیت های روزمره اقتصادی نیز اثر دارند.

## بلومبرگ بیزینس ویک

۶ نوامبر ۲۰۱۷  
۲۰۱۸ چطور سالی  
خواهد بود با برگزیت،  
بیت کوین، خودروهای  
برقی و ترامپ؟



«آخرین شماره بلومبرگ بیزینس ویک عکس ولیعهد عربستان سعودی را روی جلد برده و تیت زده است: «شاهزاده و انقلاب او». این شماره از هفته نامه به رویدادهای داخلی سیاسی عربستان و نمایش های اصلاحی ولیعهد این کشور پرداخته است.» آخرین شماره هفته نامه بلومبرگ بیزینس ویک نسخه ویژه پیش بینی سال آینده میلادی است. در این شماره تلاش شده است تخمین زده شود که آینده چین، آمریکا و عربستان سعودی چطور خواهد بود. روی جلد این شماره آمیزه ای از موضوعات مختلف است از جمله برگزیت، خودروهای برقی، بانک های مرکزی، امنیت سایبری، سفر فضایی، انرژی های تجدیدپذیر، نفت شیل و غذاهای ارگانیک. شماره ۲ نوامبر نسخه خاورمیانه بلومبرگ بیزینس ویک به شهر «تقوم» پرداخته است که عربستان سعودی با هوش مصنوعی می خواهد بسازد. در همین شماره آینده نگر، مطلبی که بلومبرگ در این زمینه منتشر کرده در بخش آینده پژوهشی منتشر شده است. بلومبرگ بیزینس ویک در شماره ۳۰ اکتبر خود نیز طرح روی جلد خود را به عمل زیبایی بوتاکس اختصاص داده و تیت زده

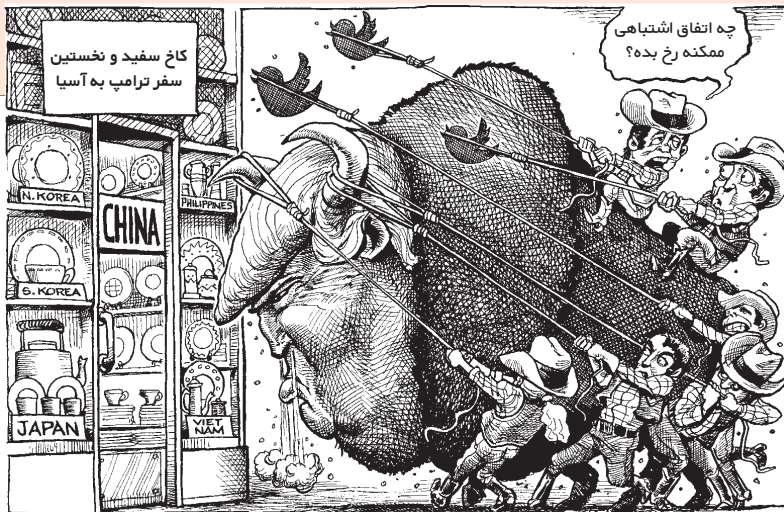
مجله تایم است و نسخه بین المللی مجله تایم، پس زمینه ای دورنگ است که یک جمله به انگلیسی و چینی در آن به چشم می خورد: «چین برد». در این گزارش نوشته شده است که چین آینده اقتصاد دولتی خود را طوری برنامه ریزی کرده تا رقابت های اقتصادی را ببرد. برگشتن ترور به نیویورک نیز از دیگر موضوعات مهم این شماره است که عکس و تحلیل مفصلی را به خود اختصاص داده است. حمله کامیون به شهروندان نیویورکی در روزهای اخیر باعث نگرانی های زیادی در جامعه آمریکا شده است. درگیری دولت مرکزی اسپانیا با مسئولان ایالت کاتالونیا نیز در این شماره مورد توجه قرار گرفته است. در انتهای مجله نیز رسوایی اخلاقی کوین اسپسی، ستاره هالیوودی که نقش اول سریال «خانه پوشالی» را نیز بازی می کند پوشش داده شده است. شماره ۶ نوامبر مجله تایم، گلوله های بزرگ آویزان از زنجیر را که با آنها ساختمان های عظیم را تخریب می کنند به تصویر کشیده و گلوله ها را به صورت سر ترامپ درآورده بود. در زیر تیتر نیز نوشته بود: «چطور کابینه ترامپ در حال فروپاشی دولتی است که ما می شناسیم». در این شماره گزارشی از معرفی شش عضو دوره جدید کمیته «پولیت بورو» در چین نوشته شده بود. این کمیته قدرت شای جین پینگ، رهبر فعلی چین، را افزایش می دهد. گزارشی مفصل و تصویری از پایتخت داعش نیز از دیگر گزارش های این شماره بود. تایم در ۳۱ اکتبر نیز عکس روی جلد خود را به مادر و نوزادی در آغوش هم اختصاص داده بود با این موضوع که چطور آرمان مادر کامل بودن به مادران صدمه می رساند.

## هاروارد بیزینس ریویو

نوامبر و دسامبر ۲۰۱۷  
چطور مطمئن شوید  
آینده دارترین  
نیروهای تان به  
بیشترین ظرفیت های  
خود خواهند رسید



آخرین شماره هاروارد بیزینس ریویو نسخه نوامبر و دسامبر این ماهنامه است. طرح روی جلد این شماره عکس شاتلی است که به سوی فضا شلیک می شود و موضوع عکس پیشنهاد روش هایی که مدیران شرکت ها مطمئن شوند آینده دارترین نیروهایشان به بیشترین ظرفیت هایی که دارند خواهند رسید. دوباره فکر کردن به جمع سپاری که موضوعات مهم این شماره به حساب می آید. جمع سپاری کاری یعنی جمع بندی اطلاعات جمعی و ارائه آن به مخاطبان. مثلاً پیشنهاد کتاب در وبسایت آمازون بر اساس رتبه بندی کاربران نوعی جمع سپاری به حساب می آید. واقعیت افزوده پدیده جدیدی است که این شماره از هاروارد بیزینس ریویو به آن پرداخته و گفته است که چاره رگریتی باید یک استراتژی واقعیت افزوده داشته باشد. واقعیت افزوده یک نمای فیزیکی زنده است که برخی عناصر دیجیتالی به آن اضافه می شوند؛ مثل بازی «پوکمون گو».



## جنگ توئیتی ترامپ

نگاه اکونومیست به سفر ترامپ به آسیا

دونالد ترامپ اخیراً برای نخستین بار به آسیا سفر کرد. از آنجا که او همیشه در حال جنجال آفرینی است، پیش از آغاز سفر تا پایان آن، کارتون‌نویس‌ها او را رها نکردند و واکنش‌های مختلفی نسبت به این سفر نشان دادند. اکثر کارتون‌نویس‌ها نیز بر این باور بودند که سفر ترامپ جرقه تنش‌های جدیدی را می‌زند و فایده‌ای به حال کسی نخواهد داشت.



از مجموعه کارتون‌های Go Comics



بشکه خالی

اعتبار کاخ سفید

Challanoga Vinco Free Press ZEMMETH

کلی بنت، کارتون‌نویست تایمز

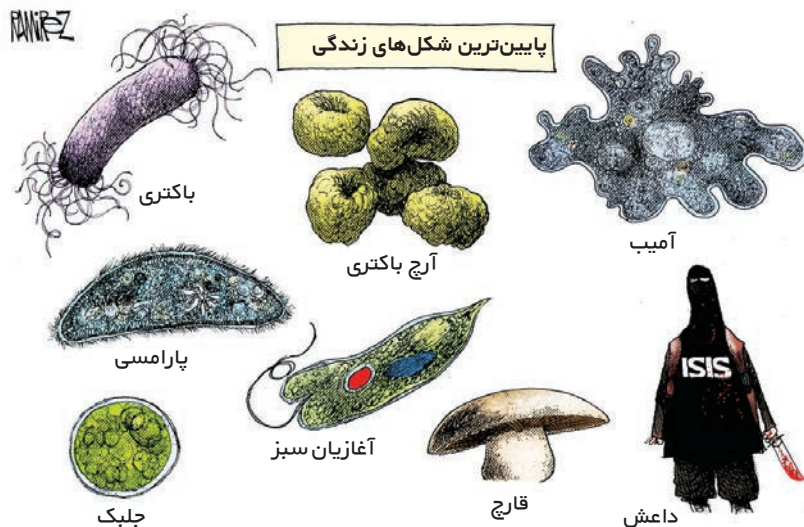


KUPER

پیتر کوپر، کارتون‌نویست نیویورکر



کارتون‌نویست نیویورکر می‌دوونستم یه روز می‌تونم اینا رو بپوشم و آسیایی به پاشنه پام نزنم.



داعش از نگاه میشل رامیرز، برنده جایزه پولیتزر

# ایده‌ها

[ این صفحه‌ها به مرور ایده‌های ناب اقتصادی می‌پردازد. ]

[ ۶ ایده بزرگ ۱. سیاست‌گذاری اقتصادی ]

## سکان‌دار سیاست‌های اقتصادی جنگ

میرمصطفی عالی‌نسب، مردی که هنوز درباره دیدگاه‌هایش اختلاف نظر وجود دارد

هم که به عهده محمد مصدق بود. عالی‌نسب که به دنبال تغییر رویه در فعالیت‌های اقتصادی خود بود با این موج همراه شد. همه فعالیت‌های عادی‌اش را متوقف کرد و به عضویت شورای ۲۵ نفره مشاوران اقتصادی دولت مصدق درآمد. در آن زمان چراغ‌های نفتی که شرکت والور انگلیس به ایران صادر می‌کرد با تحریم مواجه شد. اعضای شورای اقتصادی از جمله عالی‌نسب به دنبال راه‌حلی بودند اما شرایط ناامیدکننده بود. عالی‌نسب بعدها در خاطراتش می‌گفت حتی پیشرفته‌ترین دستگاه‌های پرس در کشور تنها برای ساخت قوطی واکس شفق مناسب بودند. میرمصطفی تصمیم گرفت خودش اقدام کند، سرمایه‌اش را به میدان ریخت و نخستین سماور و اجاق خوراک‌پزی نفتی عالی‌نسب را وارد بازار کرد. حالا برند عالی‌نسب سال‌هاست که در خانه اکثر ایرانی‌ها پیدا می‌شود اما این تمام آن تغییری نیست که میرمصطفی در حیات اقتصادی ایرانی‌ها ایجاد کرد. او سکان‌دار سیاست‌های اقتصادی دولت‌های زمان جنگ بود؛ ماجرا از دولت رجایی شروع شد.

تنها ۵ روز از پیروزی انقلاب اسلامی گذشته بود که به توصیه آیت‌الله بهشتی، ۸ نفر برای تصرف اتاق بازرگانی مأمور شدند. عالی‌نسب یکی از آن ۸ نفر بود. رابطه خوب او با انقلابی‌ها در نهایت باعث شد به عنوان مشاور اقتصادی دولت موقت آغاز به کار کند. سنگ بنای سیاست‌های اقتصادی را یکی‌یکی می‌گذاشتند. حال‌آرد عالی‌نسب نه‌فقط در کارخانه خودش بلکه در مدیریت ایران‌خودرو، شورای پول و اعتبار، سازمان صنایع ملی، مجتمع مس سرچشمه و مجتمع فولاد اهواز به چشم می‌خورد. او از تصمیم‌گیران اصلی اقتصاد در دوران جنگ بود. زمانی که دولت ناگزیر به انتشار بی‌رویه اسکناس‌های بدون پشتوانه می‌شود و اقتصاد را دچار اختلال می‌کند، عالی‌نسب با تجربه‌هایی که از زمان جنگ جهانی دوم داشت طرح سیستم سهمیه‌بندی نیازهای حیاتی مردم را علی‌رغم مخالفت‌های بسیار پیاده کرد و این گونه موفق شد شرایط را تا حدودی کنترل کند. او در روزهای سرنوشت‌ساز ایران از ملی شدن صنعت نفت تا انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی در اقتصاد کشور حضور فعال داشت. هرچند بیش از یک دهه است که دیگر در میان ما حضور ندارد اما هنوز هم اثرگذاری او بر جنبه‌های مختلف اقتصاد ایران قابل مشاهده است. ■

### میرمصطفی عالی‌نسب

سال ۱۲۹۶ بود که در کاظمین به دنیا آمد. تنها تولدش را در عراق بود. پدرش به ایران آمد و در تبریز به فروش جای مشغول شد. میرمصطفی هم همراه با خانواده به تبریز آمد و آنجا بزرگ شد. سنی نداشت که پدرش را از دست داد. خودش همیشه می‌گفت هرچه دارد از مادرش است. کسی که زمانی فروشنده چراغ والور ساخت انگلیس بود. در سال ۱۳۲۹ «صنایع نفت و گاز سوز عالی‌نسب» را راه‌اندازی کرد؛ بخاری‌های نفتی‌ای که آن زمان با عنوان «علاءالدین» معروف بود. در ۳۰ سالگی به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تاجران ایرانی شناخته می‌شد. بنیان‌گذار صنعت نوین ایران در سال ۱۳۸۴ از دنیا رفت.

سال‌هاست که گوشه خانه مادر بزرگ جا خوش کرده و همدم زمستان‌ها و تابستان‌هایش شده؛ سمآوری که نام «عالی‌نسب» هنوز روی آن به چشم می‌خورد. نه‌فقط مادر بزرگ بلکه همه قدیمی‌ترها نام «عالی‌نسب» را می‌شناسند. شاید قصه میرمصطفی عالی‌نسب را ندانند اما تقریباً همه قدیمی‌ها و حتی امروزی‌ها با برندی که این اقتصاددان و صنعت‌گر ایرانی خلق کرد کم‌وبیش آشنایی دارند. ماجرا از دانستن‌های خود عالی‌نسب شروع شد. خودش می‌گفت: «پس از سال‌ها استمرار در مطالعه پیر شدم اما از دانستن سیر نشدم». همین میل به دانستن او را به قله‌های صنعت‌گری در ایران رساند. ماجرا شاید از روزی شروع شد که برای شرکت در دوره‌های آموزشی حسابداری به تهران آمد. سال ۱۳۱۶ بود؛ در بخش حسابداری شرکت تجاری اتفاق آغاز به کار کرد و طولی نکشید که به ریاست حسابداری شرکت رسید. البته

ریاست او را اقیان نکرده؛ هم‌زمان در دوره‌های آموزشی مختلف نیز شرکت می‌کرد از آموزش زبان انگلیسی گرفته تا فرانسه و حتی دوره‌های مختلف حسابداری تا اینکه بالاخره سر از دوره‌های آموزشی یک مرکز وابسته بازرگانی آلمان در زمینه اقتصاد درآورد. همان‌جا بود که مسیر فکری‌اش از افلاطون به مکاتب اقتصادی آلمان رسید. هدفش فهم نیازها، مشکلات و مسائل اقتصادی ایران بود و تا به اینجا مسیر را خیلی خوب پیش رفته‌بود. کم‌کم باید وارد مراحل عملی‌تر می‌شد که این اتفاق هم‌زمان با ملی شدن صنعت نفت افتاد.

### صنایع، ملی می‌شوند

آن روزها همه از مبارزات مردمی برای ملی کردن صنعت نفت می‌گفتند. رهبری مبارزات و ریاست دولت ملی

### نسیم بنایی

دبیر بخش ایده‌ها

### چرا باید خواند:

میرمصطفی عالی‌نسب

اقتصاددان و صنعت‌گر

ایرانی است که هم پیش

از انقلاب اسلامی و

هم پس از آن در حوزه

اقتصاد ایران فعالیت

کرده. دامنه گسترده

فعالیت‌های او از دوران

محمد مصدق شروع

شد؛ در دوره دولت

رجایی گسترش یافت و

در دوره جنگ تحمیلی به

اوج رسید.



مجسمه در میدان مقابل بیمارستان عالی‌نسب واقع در شهرک ارم تبریز

[ ۶ ایده بزرگ ۲. اقتصاد و امنیت ]

## دهه طوفانی اقتصاد

علینقی عالیخانی در دهه طلایی اقتصاد کشور، نام خود به عنوان کنشگر اقتصادی بزرگ، ماندگار کرد



علینقی عالیخانی

و گفت‌وگو کرد به همه نشان داد که نیرویی تازه‌نفس برای اصلاح است. «یأس و ناامیدی، بازار و سرمایه‌گذاران را گرفتار خود کرده‌است و این رکود گریه‌آور است» و این‌گونه از الزام اصلاح امور سخن گفت. اما چگونه باید به جنگ رکود می‌رفت؟ گروه‌های مختلف بازاری‌ها

و متخصص‌ها را دعوت کرد. نظر آنها را درباره چگونگی جلب سرمایه سرمایه‌داران و مبارزه با رکود پرسید. بازار مرکز رونق و رکود کشور بود؛ پول در بازار بود؛ یک تلنگر به بازاریان کافی بود تا پول‌های خود را به کار متصدی املاک تاج‌الملوک شد. علینقی لیسانسش را در رشته علوم سیاسی از دانشگاه تهران دریافت کرد و برای ادامه تحصیل به فرانسه رفت. مدرک دکترای خودش را در علوم اقتصادی دریافت کرد و به ایران بازگشت. به عنوان مشاور در شرکت ملی نفت آغاز به کار کرد. در سال ۱۳۳۷ بعد از انتخاب حسنعلی منصور به عنوان دبیر شورای عالی اقتصاد، به عنوان مشاور این شورا منصوب شد. در سال ۱۳۴۱ نیز به عنوان وزیر در کابینه اسدالله علم فعالیت کرد. در سال ۱۳۵۰ به سراغ فعالیت‌های اقتصادی در بخش خصوصی رفت.

اصلاحات ارضی که در زمان نخست‌وزیری امینی صورت گرفته بود موجب ترس بازار شده بود. دیدار با بازاری‌ها نتیجه چندی در بر نداشت. دیدار با اقتصادخوانده‌ها هم تأثیر زیادی نداشت. عاقبت جوینده یابنده است؛ عالیخانی به تلاش خود برای جلب اعتماد بازار ادامه داد. اطمینان نداشتن به تصمیمات خلق الساعه دولت و همچنین به وضع مقررات صادرات و واردات روی

هم رفته باعث عقب‌نشینی بازار شده بود. کافی بود اطمینان را به بازار بازگرداند، قوانین تثبیت شوند و کمک کنند پول‌هایی که از جیب سرمایه‌دار خارج می‌شود با سود به جیبش بازگردد. حاصل کار این شد که مقررات واردات و صادرات به صورت کتاب چاپ شد و در اختیار بازاری‌ها قرار گرفت تا از عدم تغییر یک‌شبه قوانین هراسی نداشته باشند. اصول دیگری هم برای صادرات و واردات در نظر گرفته شد که در نهایت در برنامه‌ای چهار پنج ساله، اقتصاد کشور را از رکود خارج کرد. حالا سال‌ها از دهه ۴۰ و دوران وزارت عالیخانی می‌گذرد اما ایده‌های او برای خروج از رکود و آزادسازی اقتصاد هنوز هم به عنوان راه‌حلی قابل بحث است. ■

۱۳۴۱ تا ۱۳۴۸؛ تقریباً یک دهه! مسئولیت سیاست‌گذاری‌های اقتصادی یک دهه ایران بر دوش علینقی عالیخانی بود. کسی که نقشی کلیدی در جهت‌گیری‌های اقتصادی ایران داشت. فعالیت‌های او در حوزه اقتصادی ایران به عنوان فردی آگاه نسبت به اقتصاد در دورانی که آمریکا بر ایران سلطه داشت همواره او را با تناقضاتی همراه می‌کرد. بزرگ‌ترین مسئله او نیز سیاست‌های کشاورزی بود؛ در حالی که تا پیش از دوران حاکمیت پهلوی به گواه تاریخ، ایران به لحاظ تولیدات کشاورزی در شمار کشورهای صادرکننده بود، در پایان دوران پهلوی بزرگ‌ترین واردکننده گندم از آمریکا بود. عالیخانی تلاش داشت در طول وزارت خود با اقدامات کلان ملی به رشد اقتصادی ایران کمک کند که در نهایت در کابینه امیرعباس هویدا در سال‌های پایانی دهه ۴۰ مورد کم‌توجهی قرار گرفت و از صحنه کنار رفت.

«آزادسازی قیمت»، «بخش خصوصی»، «واگذاری بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی»؛ همه اینها حتی امروز در نیمه دوم دهه ۹۰ مورد بحث است اما سال‌ها پیش در دهه ۴۰ شمسی کسانی مانند عالیخانی با جسارت درون رژیم پهلوی می‌ایستادند و از اینها سخن می‌گفتند. عالیخانی از معدود فعالان اقتصادی و سیاسی آن دوران بود که برای اقتصاد آزاد تلاش می‌کرد. بر همین اساس بود که او استراتژی خود را در دهه ۴۰ بر پایه پشتیبانی دولت از بخش خصوصی در صنایع بخش خصوصی قرار داد و به این ترتیب فصل صنعتی شدن ایران را ورق زد. رضا نیازمند که در دهه ۴۰ به عنوان معاون عالیخانی فعالیت می‌کرد در گفت‌وگو با شرق می‌گوید: «تا پیش از او، من و وزاری زیادی را دیده‌بودم و با افراد بسیار قوی مانند ابوالحسن ایتهاج و جعفر شریف‌امامی کار کرده‌بودم ولی هیچ‌کدام مانند عالیخانی نبودند. او از معدود دارندگان دکترای دولتی بود».

**تلنگری برای خروج از رکود**  
روزی که برای نخستین بار با کارمندانش در وزارت‌خانه دیدار

چرا باید خواند:

علینقی عالیخانی  
از سال ۱۳۴۱ تا  
۱۳۴۸ مسئولیت  
سیاست‌گذاری و اجرای  
سیاست‌های اقتصادی  
کشور را به عهده  
داشته‌است. او از معدود  
کسانی بود که در دهه  
۴۰ با جسارت از اقتصاد  
آزاد سخن می‌گفت.  
عالیخانی برای نجات  
اقتصاد کشور از رکود به  
سراغ سرمایه‌داران رفت.



«۲ سال»: عمر ریاست حسنعلی مهران بر بانک مرکزی ایران تنها دو سال است اما این دو سال جزو تأثیرگذارترین دورانها در سیاستهای بانک مرکزی بوده است. مهران نه تنها در بخشهای مختلف اقتصاد ایران بلکه در بخشهای مختلف اقتصاد جهان نیز نقش آفرینی کرده است. تقریباً همه در خاندان غلامحسین خان که جد حسنعلی مهران به شمار می آید جزو افراد تحصیل کرده آن دوران بودند و با مدارک تحصیلی خود در بخشهای تأثیرگذار استخدام می شدند.

## [ ۶ ایده بزرگ ۳. بانک مرکزی ]

# بازیگر نقش اول بانک مرکزی

حسنعلی مهران دو سال از حیاتی ترین سالها به عنوان رئیس کل بانک مرکزی خدمت کرد



حسنعلی مهران

در سال ۱۳۱۶ در تهران متولد شد. دوران متوسطه را در دبیرستان البرز سپری کرد. دیپلمش را در رشته ریاضی کسب کرد و برای ادامه تحصیل در سال ۱۳۳۴ به انگلستان رفت. در دانشگاه ناتینگهام در رشته علوم سیاسی و اقتصاد مدرک لیسانس خود را دریافت کرد. مدتی در دانشگاه بریستول تدریس کرد و کمی بعد در صندوق بین المللی پول مشغول به کار شد. سال ۱۳۴۸ بود که در ایران فعالیت های خود را آغاز کرد و در سال ۱۳۵۴ به عنوان رئیس کل بانک مرکزی ایران انتخاب شد. او در کابینه غلامرضا اهارای به عنوان وزیر امور اقتصاد و دارایی مشغول به کار شد و به این ترتیب نام خود را به عنوان یک از دولتمردهای ایرانی دوره پهلوی ثبت کرد. مهران این روزها دوران بازنشستگی اش را در واشنگتن سپری می کند.

«۲ سال»: عمر ریاست حسنعلی مهران بر بانک مرکزی ایران تنها دو سال است اما این دو سال جزو تأثیرگذارترین دورانها در سیاستهای بانک مرکزی بوده است. مهران نه تنها در بخشهای مختلف اقتصاد ایران بلکه در بخشهای مختلف اقتصاد جهان نیز نقش آفرینی کرده است. تقریباً همه در خاندان غلامحسین خان که جد حسنعلی مهران به شمار می آید جزو افراد تحصیل کرده آن دوران بودند و با مدارک تحصیلی خود در بخشهای تأثیرگذار استخدام می شدند. در روزنامه های آن دوران نیز با خوش نامی از اعضای این خاندان یاد شده است. مهران اما با بقیه خیلی فرق داشت، نه به این خاطر که به عنوان وزیر اقتصاد و دارایی ایران انتخاب شد بلکه به خاطر دو سال ریاستش بر بانک مرکزی به شهرت رسید. اردیبهشت ۱۳۹۴ بود که رسانه ها خبر از انتشار کتابی با عنوان «هدفها و سیاستهای بانک مرکزی ایران، از سال ۱۳۳۹ تا ۱۳۵۷» دادند. پیرمرد بالاخره تصمیم گرفت از یکی از حیاتی ترین دورانهای زندگی خودش به شکلی کامل تر بنویسد: حسنعلی مهران رئیس کل بانک مرکزی ایران از چهارم آبان ۱۳۵۴ تا ۲۳ بهمن ۱۳۵۶ بود. او در کتاب خود تلاش کرده قصه بانک مرکزی ایران را بگوید، از آنها که در سال ۱۳۳۹ این بانک را راه انداختند و تا سال ۱۳۵۷ یعنی پیش از انقلاب اسلامی آن را اداره کردند. مهران در مقدمه کتابش نوشته:

«این کتاب داستان بانک مرکزی ایران و کسانی است که این موسسه را ساختند و آن را از آغاز تا ۱۳۵۷ اداره کردند، مخصوصاً کسانی که در مقام رئیس کل بانک مرکزی، مسئولیت نهایی عملکرد این موسسه را در آن سالها بر عهده داشتند.» اما چرا مهران این کتاب را نوشت؟ شاید هر کسی که آن دوران از تاریخ ایران را دیده باشد و توانایی نوشتن داشته باشد با خودش فکر کند درباره آن دوران بنویسد اما انگیزه حسنعلی مهران برای نوشتن تاریخ بانک مرکزی قدری متفاوت است. او می گوید: «هنگام بازنشستگی از صندوق بین المللی پول، قرار بود در مجلس ضیافتی که

### چرا باید خواند:

حسنعلی مهران در

سالهای ۱۳۵۴ تا

۱۳۵۶ به عنوان رئیس

کل بانک مرکزی ایران

مشغول به کار بود. او بعداً

به عنوان وزیر اقتصاد

و دارایی نیز در دوره

پهلوی فعالیت کرد اما

آنچه باعث شهرتش شد،

همان دو سال فعالیت در

بانک مرکزی و نوشتن

کتابی در این باره است.

طبق سنت صندوق برای کارمندان بازنشسته برپا می شود، نطقی ایراد کنم. در این سخنان نگاهی انداختم به دوران خدمتم در صندوق، مخصوصاً به دوران بازگشت به خدمت در صندوق پس از آنکه اجباراً ایران را ترک کردم. دیدم از آغاز خدمت در صندوق بین المللی پول تاکنون، از طریق اداره های که در آن کار می کردم با ۵۸ بانک مرکزی دنیا همکاری داشته ام. پایه این همکاری ها همه برمی گشت به ایامی که در بانک مرکزی ایران مشغول به کار بودم. آنچه در زمینه بانکداری مرکزی فراگرفتم از بانک مرکزی ایران شروع شد و همان نیز پایهای شد که بر اساس آن، کارهای بیشتری در این زمینه در کشورهای دیگر، با یاری همکارانم در صندوق بین المللی پول انجام بدهم. این بود که به فکر نوشتن کتاب افتادم». همین جملات مهران به خوبی نشان می دهد که چطور سیستم بانک مرکزی ایران پایهای برای تنظیم سیستم بانک مرکزی بسیاری از کشورهای دیگر دنیا شد.

### روزهای ریاست

اولین اقدام مهران در بانک مرکزی، انتخاب قائممقام و معاونان کار آمد بود. او که به جای محمد یگانه عهده دار این سمت شده بود، در نظر داشت قائممقامی از داخل بانک با سوابق ممتد اداری و خبره در امور بانکی انتخاب کند و احمد معمارزاده واجد این شرایط بود. بر اساس گزارش تجارت فردا، بعد از بازنشستگی ضیاء شهیدی از او به عنوان مشاور بانکی دعوت به کار کرد و او به عضویت هیئت عامل درآمد. پس از شهیدی، شاپور معتمدشیرازی از ۲۳ بهمن ۱۳۵۴ به عضویت هیئت عامل رسید. سایر اعضای هیئت عامل بانک مرکزی عبارت بودند از: عطاءالله فریدیان دبیر کل شورای پول و اعتبار، شاپور معتمدشیرازی معاون ارزی، جمال حداد معاون اداری، و بهمن همایون معاون اقتصادی بانک. آن دوران یکی از پرچالش ترین دورانهای اقتصاد و سیاست کشور بود که با سیاستهای بانک مرکزی نیز گره خورده بود.

مهران معتقد است سالهای ۱۳۳۹ تا ۱۳۴۱ دوران تأسیس بانک و تثبیت اقتصاد بوده، سالهای ۱۳۴۲ تا ۱۳۴۹ دوران توسعه اقتصاد و سالهای ۵۰ تا ۵۷ دوران رونق نفت بوده است. نکته جالب توجه اینجاست که مهران صادقانه اقرار کرده سیاستهای پولی در دهه ۴۰ با موفقیت و در دهه ۵۰ با عدم توفیق مواجه شده است. نرخ بهره واقعی که در دهه ۴۰ معمولاً مثبت بود، در دهه ۵۰ منفی شد که دلیل آن تورم بالا بود. رشد بالای نقدینگی در آن دوران به سبب بیشتر بودن ریال تزریقی به اقتصاد نسبت به منابع ریالی لازم جهت واردات، موجب افزایش تورم شد و البته افزایش نرخ بهره نیز امکان پذیر نبود. در این دوران سرمایه گذاری به سمت ارز و زمین منحرف شد. به صورت کلی در یک نگاه جامع و بی طرفانه، در این دوره نیز اقدامات زیادی در راستای توسعه کشور صورت گرفت که شاید برخی با توفیق همراه نشد. ■



حسنعلی مهران رئیس کل بانک مرکزی ایران از چهارم آبان ۱۳۵۴ تا ۲۳ بهمن ۱۳۵۶ بود. او در کتاب خود تلاش کرده قصه بانک مرکزی ایران را بگوید، از آنها که در سال ۱۳۳۹ این بانک را راه انداختند و تا سال ۱۳۵۷ یعنی پیش از انقلاب اسلامی آن را اداره کردند.

[ ۶ ایده بزرگ ۴. اقتصاد رفتاری ]

## شکِ معقول

چرا ریچارد تیلر جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۱۷ را دریافت کرد؟



شده‌است. ایده‌ها و کیفیت نوشته‌های او باعث شهرتش به عنوان یک اقتصاددان شد. کتاب او با عنوان «سقله» جزو معروف‌ترین و تأثیرگذارترین آثارش است که با همکاری ساس سانشتاین نوشته شده‌است. پژوهش‌های تیلر در کتابش در این زمینه بود که چرا مردم کمبودها و چیزهایی را که از دست می‌دهند بیشتر از آن چیزهایی که به دست می‌آورند، احساس می‌کنند. او آزمایشی ساده ترتیب داد؛ در این آزمایش تعدادی لیوان به گروهی از افراد داد و سپس به آنها گفت اگر بخواهند می‌توانند آن لیوان‌ها را به کسانی که لیوان ندارند بفروشند. لیوان‌های خیلی کمی جابه‌جا شد و کسانی که صاحب لیوان بودند ترجیح می‌دادند آن را حفظ کنند. این آزمایش در قالب‌ها و شرایط مختلفی انجام شد و نشان داد تصمیم اقتصادی افراد وابسته به شرایط است. حتی دخالت دولت و شرکت هم می‌تواند این تصمیم را تغییر بدهد.

### در کارزار تصمیم‌گیری

برای آقای تیلر، تصمیم‌گیری اقتصادی مانند یک میدان جنگ است که در آن دو نیروی متضاد مقابل یکدیگر قرار گرفته‌اند. بخش «انجام‌دهنده» مغز تمام تمرکز خودش را روی پاداش‌های آنی قرار می‌دهد و بخش «برنامه‌ریز» مغز روی نتایج درازمدت تمرکز می‌کند. این جنگ درونی تقریباً ابدی و همیشگی است. به این ترتیب اولویت‌های انسانی نمی‌توانند در گذر زمان ثابت باشند. همیشه رفتارها و تصمیم‌ها بستگی به شرایط دارد. نکته قابل تأمل این است که در «معماری تصمیم‌گیری» اغلب افراد سعی دارند بخش برنامه‌ریز مغزشان بر بخش انجام‌دهنده پیروز شود چرا که نتایج درازمدت بهتری به همراه خواهد داشت.

بخش دیگری از کارهای تیلر در ارتباط با عدالت در رفتارهای اقتصادی روزمره انسان‌ها بوده‌است. دیدگاه‌های او در مورد اینکه مردم به عدالت اهمیت می‌دهند یا سعی می‌کنند در شرایط دشوار روی رفتارشان کنترل داشته‌باشند و حتی اینکه تلاش می‌کنند چیزهایی را که دارند حفظ کنند و از دست ندهند، همگی بدیهی و پیش‌پاافتاده به نظر می‌آیند. اما واقعیت این است که همین دیدگاه‌های ساده و ابتدایی، بسیاری از نظریه‌های اساسی را زیر سؤال می‌برند. به همین خاطر است که بسیاری از اقتصاددان‌های امروزی تمرکز خود را روی اقتصاد رفتاری قرار داده‌اند. به هر حال اینکه هر کدام از ما چطور حساب و کتاب‌های روزمره خود را انجام می‌دهیم بدون تردید برای هر کسی می‌تواند جذابیت داشته‌باشد. ■



ریچارد تیلر

متولد ۱۲ سپتامبر ۱۹۴۵ است؛ اقتصاددان آمریکایی که در حوزه اقتصاد رفتاری شهرت دارد. نظریه‌های او در زمینه رفتار مالی کاملاً شناخته شده‌است. او در سال ۲۰۱۷ به خاطر سهم بزرگی که در اقتصاد رفتاری دارد به جایزه نوبل اقتصاد دست پیدا کرد. آکادمی سوئد اعلام کرد که او با نظریه خود پلی میان اقتصاد و روان‌شناسی زده و نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری‌های اقتصادی فرد به چه صورت انجام می‌شود. تیلر در سال ۱۹۷۴ مدرک دکترای خود را کسب کرد و رساله‌اش را به «ارزش پس‌انداز یک زندگی: برآورد بازاری» اختصاص داد. «اقتصاد شبه‌عقلانی» و «تفرین برنده» دو کتاب معروف به قلم تیلر هستند. او در سال ۲۰۱۵ کتابی درباره اقتصاد رفتاری نیز نوشته‌است.

صورت حساب کارت اعتباری از راه می‌رسد. شما در یک حساب پس‌انداز آن قدری پول دارید که آن را پرداخت کنید - کاری که انجام دادن آن به نظر معقول و منطقی می‌آید. با یک حساب سرانگشتی هم می‌توان فهمید که نرخ بهره از تراز کارت اعتباری بیشتر از درآمد حاصل از پس‌انداز است. با وجود این شما باز هم پس‌انداز را دست‌نزنده می‌گذارید و تا جایی صورت حساب را می‌پردازید که تراز حساب فعلی‌تان اجازه می‌دهد. کاری که از نظر اکثر اقتصاددان‌ها یک انتخاب احمقانه است در نظر ریچارد تیلر که در روز نهم اکتبر جایزه نوبل اقتصاد را به خاطر فعالیت‌هایش در زمینه اقتصاد رفتاری دریافت کرد، امری کاملاً معقول و منطقی است. آقای تیلر به خوبی نشان داد که چطور منطق انسان‌ها متفاوت از منطق انسان‌های مقتصد داخل مدل‌های اقتصادی است. جهان و به‌ویژه دنیای اقتصاد به خاطر این همکاری او جای بهتری است.

اقتصاددان‌ها اغلب به این تشخیص می‌رسند که مردم عادی در تصمیم‌گیری‌های روزانه خود با کمبود منطق مواجه می‌شوند. اما مدل‌سازی اقتصادی به ساده‌سازی نیاز دارد و اقتصاددان‌ها عموماً فرض را بر این می‌گذارند که نظریه‌های بر پایه انسان‌های آگاه و منطقی نتیجه اقتصادی بهتری به همراه خواهد داشت. البته اندیشمندان فهرستی از موقعیت‌هایی را تهیه کرده‌اند که در آن انسان‌ها مطابق با مدل‌ها و الگوها رفتار نمی‌کنند. اقتصاددان‌هایی مانند هرب سایمون (که نوبل سال ۱۹۷۸ را دریافت کرد)، دانیل کانمن و روبرت شیلر به خاطر تلاشی که در این زمینه داشته‌اند مورد تشویق دیگران قرار گرفته‌اند. اما شاید بزرگ‌ترین تلاش را تیلر کرده‌باشد. او با مطرح کردن اقتصاد رفتاری، درس‌هایی بسیاری برای یاد دادن دارد. تیلر در سال ۱۹۴۵ در نیوجرسی به دنیا آمده و اغلب زندگی شغلی و حرفه‌ای خودش را در دانشگاه کورنل سپری کرده‌است. در سال ۱۹۹۵ به دانشگاه شیکاگو رفته و آنجا ماندگار

### چرا باید خواند:

ریچارد تیلر از معدود اقتصاددان‌هایی است که به اقتصاد رفتاری پرداخته و به خاطر توجه به این بخش از اقتصاد، جایزه نوبل اقتصاد را دریافت کرده‌است. او در حقیقت به خاطر پلی که میان روان‌شناسی و علم اقتصاد زده، این جایزه پرافتخار اقتصاددان‌ها را دریافت کرده‌است.

تصمیم‌گیری اقتصادی مانند یک میدان جنگ است که در آن دو نیروی متضاد مقابل یکدیگر قرار گرفته‌اند. بخش «انجام‌دهنده» مغز تمام تمرکز خودش را روی پاداش‌های آنی قرار می‌دهد و بخش «برنامه‌ریز» مغز روی نتایج درازمدت تمرکز می‌کند. این جنگ درونی تقریباً ابدی و همیشگی است

پتی در سال ۱۶۲۳ به دنیا آمد و از جوانی علاقه خود را به مسائل مانند ساخت ساعت نشان داد اما وارد این حرفه نشد. شهر او رامسی بود، جایی که نزدیک به دریا بود و به همین خاطر او از ۱۴ سالگی به عنوان قایق‌ران کار می‌کرد. این یکی از نقاط عطف زندگی او بود. رفته‌رفته از شهرها و کشورهای دیگر سر درآورد. برای تحصیل به آمستردام و بعداً به پاریس رفت.

## [ ۶ ایده بزرگ ۵. علم اقتصاد ]

# مبتکر تولید ناخالص داخلی

با ویلیام پتی آشنا شوید؛ مردی که اقتصاد را اختراع کرد!



ویلیام پتی

سر ویلیام پتی متولد ۲۶ می ۱۶۲۰، اقتصاددان، دانشمند و فیلسوف انگلیسی است. او را به عنوان فردی مخترع و کارآفرین نیز می‌شناسند. او بیشتر به خاطر نظریاتش در مورد علم اقتصاد شناخته شده است. در واقع او بیشتر در قلب تاریخ اقتصاد و پیش از آدام اسمیت شناخته می‌شود. علاقه او به تحلیل‌های آماری در دوران خودش زیانزد بود و پای این علاقه را به دنیای سیاست هم کشانده بود. پتی از دوران جوانی نبوغ خودش را نشان داد. در نهایت نیز با همین نبوغش بود که موفق شد در زمانی که هنوز خبری از اقتصاد سیاسی نبود از آن بنویسد. او سه اثر بزرگ در حوزه اقتصاد از خود بر جای گذاشت و در ۱۶ دسامبر ۱۶۸۷ از دنیا رفت.

ویلیام پتی ماشین ابداع و اختراع بود. او قایقی عظیم در نوع اولیه‌اش طراحی کرد، موتورهایی به شکل نخستین روی قایق‌ها نصب کرد و ابرزاری تولید کرد که نویسنده می‌توانست با کمک آن یک کاغذ زبردست خودش بگذارد و از نوشته‌اش هم‌زمان یک کپی بگیرد. او مبتکر دنیای نظریه‌ها هم بود. او تنها با فکر کردن روی داده‌ها و الگوهای ساده‌ای که در اختیار داشت موفق شد به عنوان یک مرد انگلیسی ناشناخته به ایده‌های جدیدی دست پیدا کند. «چطور تولید ناخالص داخلی/GDP را اندازه‌گیری کنیم؟» این مهم‌ترین دستاورد پتی بود. البته او ابتکارات دیگری هم داشت: چرا عرضه پول و بانک اهمیت دارند؟ تأثیر بیکاری مستمر بر اقتصاد چگونه است؟ او در واقع با پاسخ به همین پرسش‌ها، بستر علم اقتصاد مدرن را فراهم کرد.

پتی در سال ۱۶۲۳ به دنیا آمد و از جوانی علاقه خود را به مسائل مانند ساخت ساعت نشان داد اما وارد این حرفه نشد. شهر او رامسی بود، جایی که نزدیک به دریا بود و

به همین خاطر او از ۱۴ سالگی به عنوان قایق‌ران کار می‌کرد. این یکی از نقاط عطف زندگی او بود. رفته‌رفته از شهرها و کشورهای دیگر سر درآورد. برای تحصیل به آمستردام و بعداً به پاریس رفت. در پاریس با کارهای توماس هابز آشنا شد و از او تأثیر بسیار زیادی پذیرفت. جمع‌آوری داده و مشاهده و تجربه وقایع در دنیای حقیقی در کانون کارهای او قرار داشت.

در سال ۱۶۴۶ به انگلستان بازگشت. تحصیلات خود را در دانشگاه آکسفورد ادامه داد و به عنوان استاد آناتومی آغاز به کار کرد. در آن زمان تنها ۲۷ سال داشت. زمانی که موفق شد جان یک زن را نجات بدهد به شهرت بسیاری رسید و به عنوان پزشک عمومی به ایرلند دعوت شد. در سفرش به ایرلند بود که بیشتر با اقتصاد آشنا شد. ایرلندی را می‌دید که وضعیت تقریباً راکدی در برابر انگلستان پر از رفاه داشت. رقیب جدی انگلستان را هم بیشتر شناخت: هلند.

## خالق اقتصاد مدرن

زمانی که به ایرلند رسید مطالعات اقتصادی‌اش را آغاز کرد. همه‌چیز برای او به شکل معمایی بود که باید حل می‌کرد. بالاخره به مهم‌ترین اختراعاتش رسید: «تولید ناخالص داخلی». انگلیسی‌ها در فاصله سال‌های ۱۶۵۲ تا ۱۶۷۴ دقیقاً سه مرتبه با هلندی‌ها وارد جنگ شدند. در این دوران، کسانی که صاحب زمین بودند با افزایش مالیات مواجه می‌شدند. از نظر پتی این کار غیرمنصفانه بود و به همین خاطر حساب‌کتاب‌هایش را آغاز کرد. او می‌گفت درآمد کل باید با هزینه کل برابری کند. در آن زمان هر کسی برای گذران زندگی و تهیه خوراک و پوشاک، روزانه ۴۵ پنس نیاز داشت و جمعیت ۶ میلیون نفر بود. هزینه سالانه چیزی حدود ۴۰ میلیون پوند می‌شد. با همین محاسبات بود که او به چیزهای تازه‌تری نیز دست یافت.

ایده‌های اقتصادی او بسیار بودند اما بقیه آنها اغلب به کار خودش می‌آمدند. برای مثال او نظریه پولی پیچیده‌ای داشت که تنها خودش می‌توانست از آن بهره بگیرد. اما با همین نظریه‌ها موفق شد نظام پولی و بانکی انگلستان را نقد کند. او با کمی محاسبه نشان می‌داد مشکل هر اقتصاد ناکارآمدی در کجاست و برایش راه‌حلی از نگاه خودش ارائه می‌داد. نظریه‌هایی که او زمانی دور مطرح کرده امروز به نظر ساده و ابتدایی می‌آید. اما همان نظریه‌های ساده امروز پایه و اساس شرکت‌های بزرگی مانند گوگل و ای‌بی‌بی را تشکیل می‌دهد. به هر حال همان‌طور که قایق موتوری‌ای که او در آن زمان اختراع کرد نقطه آغازی برای قایق‌های موتوری پیشرفته بود، نظریه‌هایش نیز نقطه آغاز حرکت به سوی اقتصاد مدرن بودند. به همین خاطر است که او را خالق علم اقتصاد به معنای مدرن و امروزی‌اش می‌شناسند. ■

## چرا باید خواند:

- سر ویلیام پتی
- اقتصاددان قدیمی
- انگلیسی است که
- کمتر کسی او را
- می‌شناسد. خیلی‌ها او
- را با نام ماشین اختراع
- می‌شناسند؛ او در زمانی
- که نظریه‌های اقتصادی
- مورد توجه کسی نبود،
- با داده‌هایی که در اختیار
- داشت مسائلی مانند
- تولید ناخالص داخلی را
- مطرح و در نتیجه بستر
- علم اقتصاد مدرن را
- فراهم کرد.

همه‌چیز برای او به شکل معمایی بود که باید حل می‌کرد. بالاخره به مهم‌ترین اختراعاتش رسید: «تولید ناخالص داخلی». انگلیسی‌ها در فاصله سال‌های ۱۶۵۲ تا ۱۶۷۴ دقیقاً سه مرتبه با هلندی‌ها وارد جنگ شدند. در این دوران، کسانی که صاحب زمین بودند با افزایش مالیات مواجه می‌شدند. از نظر پتی این کار غیرمنصفانه بود و به همین خاطر حساب‌کتاب‌هایش را آغاز کرد.



[ ۶ ایده بزرگ ۶. نابرابری اقتصادی ]

## اتوپای استیگلیتز

جوزف استیگلیتز از چگونگی حل معضل نابرابری می‌گوید



جوزف استیگلیتز

این مسئله باعث قدرت گرفتن بانک‌ها و شرکت‌های بزرگ می‌شود. در عین حال پول از جیب طبقه متوسط می‌رود. همه اینها از نظر او جامعه‌ای با شکاف طبقاتی وسیع را ایجاد کرده‌است. این مسئله نه تنها به اقتصاد بلکه به اخلاق هم مربوط می‌شود. بخش پایانی کتاب استیگلیتز به راهکارهایی برای حل معضلات اقتصادی در زمینه نابرابری می‌پردازد. همان‌طور که فهرستی از عوامل دست به دست هم داده‌اند و نابرابری یا شکاف طبقاتی را شکل داده‌اند، اکنون نیز باید مجموعه‌ای از راهکارها را مورد بررسی قرار داد. از سیاست‌های شرکتی گرفته تا پس‌اندازهای دوران بازنشستگی، همگی جزو مسائلی هستند که از نظر استیگلیتز باید اصلاح شوند. او معتقد است همیشه راهکاری پیروز است که مجموعه‌ای از عوامل را در نظر می‌گیرد نه فقط یک عامل. یکی از مواردی که استیگلیتز به آن توجه دارد، شیوه انجام کسب‌وکار در کشوری مانند امریکا است. برای مثال او به شیوه پرداخت اجاره‌ها و کرایه‌ها اشاره می‌کند و معتقد است این سیستم به گونه‌ای است که به نفع طبقه ثروتمند تمام می‌شود. مسئله دیگری که او به آن اشاره می‌کند سیستم لابی کردن است که روی قوانین پولی تأثیر می‌گذارد. در واقع این لابی‌ها به قیمت اضمحلال اقتصاد تمام خواهد شد. استیگلیتز پیشنهاد می‌کند کرایه‌ها کاهش پیدا کند

چرا که نقشی حیاتی در کاهش نابرابری خواهد داشت. همه تلاش‌ها برای رفع نابرابری اقتصادی زمانی ثمر خواهد داشت که اصلاحات صورت بگیرد. بسیاری از این اصلاحات به اعتقاد استیگلیتز باید در باور انسان‌ها شکل بگیرد. بسیاری از تغییراتی که استیگلیتز برای رفع نابرابری‌های اقتصادی به آنها اشاره می‌کند در حقیقت اصلاحاتی اساسی به شمار می‌آیند که سیاست‌های اقتصادی کشوری مانند امریکا را از پایه به هم می‌ریزند. دنیایی که استیگلیتز در کتابش تصویر می‌کند دنیایی است که در آن همه شهروندان در سطح اقتصادی برابری قرار دارند. از اشتغال گرفته تا مسکن و تحصیل، شرایط برای همه یکسان است. در واقع چیزی که او تصویر می‌کند اتوپایی است که تحقق آن در عین دشواری، امکان‌پذیر است. ■

اگر یک نکته در مورد نابرابری وجود داشته باشد که جوزف استیگلیتز بخواهد آن را بگوید، آن نکته این است که نابرابری یک نتیجه اتفاقی در اقتصاد نیست بلکه یک انتخاب اقتصادی است. این کمی دلسردکننده است اما در عین حال به این معناست که شهروندان و سیاستمداران این فرصت را دارند که مشکلات را پیش از بدتر شدن، حل کنند. «بازنویسی قوانین اقتصاد امریکا: طرحی برای رشد و رفاه اشتراکی» این عنوان یکی از کتاب‌های این برنده جایزه نوبل است. اقتصاددانی که در حال حاضر در دانشگاه کلمبیا به عنوان استاد مشغول به تدریس است. او در کتاب خود پرسشی را مطرح می‌کند: «آیا قوانین اقتصاد امریکا می‌تواند به گونه‌ای بازنویسی شود که به نفع همه باشد و تنها به نفع افراد ثروتمند نباشد؟» استیگلیتز اصرار دارد که پاسخ این پرسش، مثبت است.

## دنیای مسیر اشتباهی

استیگلیتز بر این باور است که تصویر فعلی از دنیا، تصویری است که نشان می‌دهد همه به مسیر اشتباهی رفته‌اند. او یادآوری می‌کند که ۹۱ درصد از کل درآمدی که در فاصله سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ به دست آمده تنها به کام یک درصد از امریکایی‌های ثروتمند بوده و بقیه نفعی از آن نبرده‌اند. او در بخش نخست کتاب خود به سیاست‌ها و نکاتی اشاره می‌کند که اقتصاد امریکا را به این نقطه رسانده‌است. قصه‌ای آشناست: مرگ اتحادیه‌های کارگران، افزایش مالی شدن اقتصاد، و کاهش فرصت‌های ایجاد رفاه برای سایر افراد، تنها باعث شده ثروتمندان، ثروتمندتر بشوند. البته او به فهرستی از دیگر مسائل نیز اشاره می‌کند: ضعف دستمزدها، قوانین ناکارآمد، سیاست‌های غلط فدرال رزرو و تمرکز بر رشد کوتاه‌مدت به جای رشد درازمدت.

برنده بزرگ نوبل اقتصاد به این نکته اشاره می‌کند که علی‌رغم پیشرفت‌های تکنولوژی که باید طبق نظریه‌ها باعث افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها بشود، مصرف‌کنندگان برای خدمات مالی هزینه بیشتری پرداخت می‌کنند.



## چرا باید خواند:

جوزف استیگلیتز

اقتصاددان امریکایی

برنده جایزه نوبل

است که تمرکزش را

روی مسئله نابرابری

اقتصادی و شکاف

طبقاتی قرار داده‌است.

و سعی دارد با بررسی

جامعه‌های مانند امریکا به

دلایل شکاف طبقاتی پی

ببرد و از دل آن مطالعات،

راهکارهایی برای رفع

نابرابری اقتصادی

پیشنهاد بدهد.

«بازنویسی قوانین اقتصاد امریکا: طرحی برای رشد و رفاه اشتراکی»؛ این عنوان یکی از کتاب‌های این برنده جایزه نوبل است. اقتصاددانی که در حال حاضر در دانشگاه کلمبیا به عنوان استاد مشغول به تدریس است. او در کتاب خود پرسشی را مطرح می‌کند: «آیا قوانین اقتصاد امریکا می‌تواند به گونه‌ای بازنویسی شود که به نفع همه باشد و تنها به نفع افراد ثروتمند نباشد؟» استیگلیتز اصرار دارد که پاسخ این پرسش، مثبت است

# آکادمی



## آموزش و پرورش برای توسعه چه می‌کند؟

افزایش بودجه آموزش و پرورش به افزایش بهره‌وری کمک نمی‌کند

«بهره‌وری منابعی که دولت در اختیار آموزش و پرورش قرار داده است، ۳۰ درصد است»؛ این بخشی از گفته وزیر آموزش و پرورش است. این گفته بهانه‌ای است برای ارزیابی نظام آموزش و پرورش. نظامی که پایه سیستم توسعه و پایه آموزش کارآفرین و تولید نیروی کارآمد در اداره ارکان کشور است. شیرزاد عبداللهی به این موضوع می‌پردازد.

تجربه

است. در یک کارخانه خودروسازی ورودی عبارت از سرمایه، زمین، تکنولوژی، نیروی کار، هزینه آب و برق و... و خروجی آن خودروهای تولیدشده است. بهره‌وری یعنی با سرمایه و هزینه نیروی کار و هزینه‌های جاری کمتری، محصول بیشتری با کیفیت بهتر تولید کنیم. بیش از ۹۸ درصد منابع دولتی (بودجه جاری) که عمده‌ترین منبع مالی آموزش و پرورش و بالغ بر ۳۰ هزار میلیارد تومان است، صرف پرداخت حقوق و مزایای کارکنان می‌شود. بودجه عمرانی آموزش و پرورش هم چیزی حدود سالانه یک هزار میلیارد تومان است که توسط دولت در لایحه بودجه گنجانده می‌شود. حدود یک میلیون و ۳۰۰ هزار دانش‌آموز (۱۰ درصد) در مدارس غیردولتی تحصیل می‌کنند و از این طریق آموزش و پرورش سالانه حدود ۳ هزار میلیارد تومان صرفه‌جویی می‌کند. آخرین مدرسه‌ساز هم سالانه یک هزار میلیارد تومان بابت ساخت و تجهیز مدارس به آموزش و پرورش کمک می‌کنند. اگر این منابع را هم لحاظ کنیم، کلاً حدود ۹۰ درصد منابع آموزش و پرورش توسط دولت تأمین می‌شود که بهره‌وری آن به گفته یک مقام رسمی حدود ۳۰ درصد است.

۲ یک معلم و یک کلاس و دیگر هیچ

عوامل تولید در آموزش و پرورش فقط شامل ساختمان مدرسه (سرمایه ثابت) و نیروی انسانی است. همین که آموزش و پرورش اتافی فراهم کند و آن را با تعدادی میز و نیمکت و یک تخته سیاه تجهیز کند

آقای بطحایی وزیر آموزش و پرورش در مهر ۹۵ یعنی یک سال پیش، در جایگاه معاون توسعه مدیریت و پشتیبانی وزارت آموزش و پرورش گفت: «بهره‌وری منابعی که دولت در اختیار ما گذاشته، ۳۰ درصد است.» یعنی از هر صد واحد منابع «ورودی» آموزش و پرورش، «خروجی» سیستم ۳۰ واحد است. اگر حرف معاون وزیر سابق و وزیر فعلی درست باشد معنایش این است که آموزش و پرورش درست کار نمی‌کند و علاوه بر این، محصولی که تولید می‌کند کیفیت ندارد. بهره‌وری در مفهوم اقتصادی آن دو مؤلفه دارد: یکی کارآمدی (درست کار کردن) و دیگری اثربخشی (کار درست کردن) است. کارآمدی یعنی با ورودی کمتری از منابع، خروجی بیشتری داشته باشیم و اثربخشی یعنی کیفیت خروجی منطبق بر اهداف ما باشد. اگر دو عامل کارآمدی و اثربخشی را در سنجش بهره‌وری آموزش و پرورش لحاظ کنیم و سخن معاون سابق توسعه مدیریت این وزارتخانه را هم جدی بگیریم، معنایش این است که بین ۶۰ تا ۷۰ درصد منابع دولتی، در آموزش و پرورش تلف می‌شود. یعنی آموزش و پرورش مانند خودرویی است که مثلاً با سرعت ۲۰ کیلومتر در ساعت حرکت می‌کند و در هر ۱۰۰ کیلومتر ۳۰ لیتر بنزین می‌سوزاند.



شیرزاد عبداللهی

کارشناس آموزش و پرورش

چرا باید خواند:

اگر معتقدید که پایه

هر توسعه‌ای را نحوه

آموزش نیروی انسانی

آن کشور بنامی کند، یا

این آموزش با کیفیت

است که نیروی انسانی

با کیفیت تولید می‌کند،

حتماً این مقاله را

بخوانید. این مقاله به

نارسانی نظام آموزش

و پرورش اشاره دارد.

۱ صرفه‌جویی در آموزش و پرورش

احتمالاً بر اساس همین تحلیل، یکی از برنامه‌های وزیر جدید صرفه‌جویی در مصرف منابع و جلوگیری از اتلاف منابع دولتی اعلام‌شده

و معلمی (آموزش دیده یا آموزش ندیده) سر کلاس بفرستد، مأموریت خود را انجام داده است. آموزش و پرورش ایران به لحاظ شاخص های کمی، پیشرفت های خوبی داشته است. بیش از ۹۵ درصد دانش آموزان ۶ تا ۱۵ سال (پایان دوره اول متوسطه یا کلاس نهم) تحت پوشش هستند. به عبارتی بیش از ۹۵ درصد کودکان واجباتر تعلیم که باید در مدرسه حضور داشته باشند، به مدرسه می روند. حدود ۱۰۵ هزار ساختمان مدرسه داریم که ۱۳ میلیون دانش آموز در بیش از ۶۰۰ هزار کلاس، درس می خوانند. نسبت نیروی انسانی آموزش و پرورش به تعداد دانش آموزان تقریباً استاندارد است. اما از نظر شاخص های کیفی آموزش و پرورش عقب مانده است. ساختمان مدارس و کلاس های درس معماری و سازه مناسبی ندارند و بیش از ۳۰ هزار مدرسه فاقد ایمنی لازم در برابر زلزله هستند. استفاده از تکنولوژی آموزشی و حتی وسایل کمک آموزشی ساده در مدارس مرسوم نیست. اغلب معلمان آموزش لازم برای حرفه معلمی ندیده اند و برخی از آنها از لحاظ روانی و بینشی حضورشان در مدارس خطرناک است. علاوه بر این حداقل نیمی از معلمان انگیزه کافی برای کار کردن و ارتقای دانش و مهارت های خود را ندارند.

### ۳ هزار دکترا در آموزش و پرورش

توزیع نیروی انسانی آموزش و پرورش بسیار نامتوازن است. فشار نمایندگان برای استخدام فارغ التحصیلان بیکار حوزه انتخابیه در ۱۵ سال گذشته سازمان دهی نیروی انسانی را غیرممکن کرده است. وزرا توان مقاومت در برابر افزایش فشار اجتماعی و سیاسی برای ورود بیکاران به آموزش و پرورش را ندارند. مجموعه مسائل باعث شده است که نیروی انسانی آموزش و پرورش به رغم داشتن مدارک تحصیلی دانشگاهی فاقد توانایی حرفه ای باشند. نیروی انسانی آموزش و پرورش شدیداً مشتاق تحصیل در مقاطع بالاتر است. حدود ۲ هزار تن از نیروهای بدنه آموزش و پرورش مدرک تحصیلی دکتری دارند و حدود ۵۰ تا ۷۰ هزار تن مدرک فوق لیسانس. گرفتن مدرک دانشگاهی بالاتر راهی برای افزایش حقوق و مزایای شغلی است و تأثیری در افزایش توان حرفه ای کارکنان ندارد. مصوبه دولت در خصوص محاسبه مزایای مدرک تحصیلی ضمن خدمت فقط در یک مقطع مثلاً از لیسانس به فوق لیسانس با مخالفت کارکنان آموزش و پرورش مواجه شده است. آنها استدلال می کنند که در آموزش و پرورش باید راه دانش افزایی (گرفتن مدرک بالاتر) باز باشد. در حالی که آنچه در شغل معلمی مهم است داشتن دانش و مهارت مرتبط با حرفه در سطح مدارس است و معلوم نیست که مثلاً دانش یک دکترای ریاضی در مدرسه چه کاربردی دارد؟

### صرفه جویی همراه با افزایش حقوق کارکنان

اگر قرار است طبق وعده های که وزیر محترم فعلی و وزرای محترم قبلی داده اند در هزینه ها صرفه جویی شود (البته موفق نبوده اند)، قاعدتاً باید صرفه جویی در هزینه های پرسنلی صورت گیرد، اما وزرای آموزش و پرورش مشکل دیگری هم دارند. آنها باید کارکنان را راضی نگه دارند و با سیاست انقباضی نمی توان کارکنان را خشنود کرد. وزیر آموزش و پرورش، در اولین پیام صوتی - تصویری خود بعد از رأی اعتماد مجلس وعده داد که به عنوان نماینده ۹۵۰ هزار فرهنگی شاغل و حدود ۸۰۰ هزار بازنشسته فرهنگی در هیئت دولت، دنبال «ارتقای معیشت معلمان و بازنشستگان» باشد. در پوپولیستی بودن این شعار همین بس که فرهنگیان بازنشسته هیچ گونه ارتباط سازمانی اعم از مالی و اداری با وزارت آموزش و پرورش ندارند و بعد از بازنشسته شدن پرونده آنها به سازمان بازنشستگی ارجاع می شود. ظاهراً مدیران ما به انجام کارهای کوچک قانع نیستند و مثلاً وزیر آموزش و پرورش ارتقای معیشت ۹۵۰ هزار معلم را کاری کوچک می داند و به همین دلیل ۸۰۰ هزار بازنشسته را هم در شمول وعده های خود قرار می دهد. هر چند این حرف ها موقتاً به محبوبیت گوینده می افزاید، اما سطح انتظارات کارکنان را بالا می برد و در میان مدت، مثل بومرنگ به خود گوینده برمی گردد. نوسان بین پوپولیسم سیاسی برای خرید محبوبیت از یک سو و واقع بینی اقتصادی و دیدن تنگناهای دولت از سوی دیگر، تناقض لاینحل در رفتار و گفتار وزرای آموزش و پرورش است.

### دو ماه آخر سال آموزش و پرورش پول ندارد

وزرای آموزش و پرورش به رئیس جمهور قول می دهند که در «هزینه کرد» منابع

دولتی صرفه جویی و به جای آن منابع جدید غیردولتی خلق کنند، اما به معلمان هم «قول» می دهند به عنوان «نماینده آنها» بودجه بیشتری از دولت بگیرند، اما در عمل به هیچ یک از این دو قول عمل نمی کنند. رئیس سازمان برنامه بودجه، اخیراً آموزش و پرورش را یکی از چهار دستگاهی معرفی کرد که بیشترین بودجه را از دولت می گیرند. در حالی که وزرای دولت روحانی در چهار سال گذشته به رئیس جمهور وعده صرفه جویی و کشف منابع غیردولتی داده اند، «عملکرد بودجه» در آموزش و پرورش هر سال بیشتر از «بودجه مصوب» بوده است. یعنی آموزش و پرورش اعتبارات مصوب خود را که باید در ۱۲ ماه هزینه کند در ۹ یا ۱۰ ماه هزینه می کند و در ماه های آخر سال با کمبود اعتبار برای پرداخت حقوق کارکنان مواجه می شود. حقوق کارکنان هم چیزی نیست که بتوان آن را به تأخیر انداخت. در نتیجه در ماه های پایانی سال آموزش و پرورش بدون سروصدا ۳ تا ۵ هزار میلیارد تومان کسری بودجه خود را از دولت می گیرد. یک مقدار هم از مطالبات کارکنان به سال بعد و سال های بعد منتقل می شود که به «معوقات» معروف اند. تأخیر در پرداخت معوقات یکی از عوامل نارضایتی معلمان است. نام آموزش و پرورش هم با کسری بودجه و معوقات و مشکلات معیشتی کارکنان عجین شده است.

### معلم خرید خدمت با یک سوم حقوق معلم رسمی

صرفه جویی در آموزش و پرورش در تئوری از سه راه امکان پذیر است: ۶-۱- اصلاحات در نیروی انسانی از طریق کاهش تعداد معلمان رسمی و روی آوردن به استفاده از نیروهای خرید خدمتی. یک معلم رسمی با حقوق و مزایا و هزینه های جانبی و اداری (نامرتبی) ماهانه بین ۲ و نیم تا ۳ میلیون تومان برای دولت هزینه دارد. آموزش و پرورش می تواند با یک سوم این مبلغ و از طریق خرید خدمات آموزشی نیروی جایگزین معلم رسمی را تأمین کند. هر سال چند ده هزار تن از کارکنان بازنشسته می شوند، می توان به جای استخدام رسمی نیروی جایگزین، از طریق خرید خدمات جای آنها را پر کرد. این راه حل با موانع جدی در سطح سیاسی به خصوص در بین نمایندگان مجلس روبه رو است. اصلی ترین سیاست دکترا فانی وزیر کابینه اول روحانی کاهش تعداد معلمان رسمی بود که به صورت ناقص و محدود اجرا شد و به اهداف تعیین شده که رساندن کارکنان رسمی به ۷۵۰ هزار تن بود نرسید. ۶-۲- راه حل قابل تصور دیگر افزایش تعداد مدارس غیردولتی و سوق دادن شمار بیشتری از دانش آموزان به این مدارس است تا بار آموزش و پرورش دولتی سبک تر شود. به نظر می رسد در چارچوب قانون تأسیس مدارس غیردولتی که تأسیس و اداره این مدارس به شدت تحت کنترل دولت است، امکان توسعه این مدارس بیشتر از این وجود ندارد، مگر اینکه دولت به مؤسسان و مدیران این مدارس اختیاراتی در زمینه برنامه ریزی درسی و انتخاب کارکنان با معیارهای غیردولتی بدهد که چنین اتفاقی از نظر سیاسی و ایدئولوژیک با موانع جدی روبه رو است.

۶-۳- افزایش بودجه نارضایتی کارکنان را بیشتر می کند: راه حل سوم دم دستی ترین و مخرب ترین راه حل است که در مقیاس وسیع اجرا می شود و آن تأمین بخشی از هزینه های جاری مدارس دولتی از طریق کمک های به ظاهر داوطلبانه ولی در اصل اجباری والدین است. هنگام ثبت نام و در طول سال تحصیلی کشمکش بین اولیا و مدیران و معاونان مدرسه به سر پرداخت پول در اکثر مدارس شهرهای بزرگ در جریان است. وزارت خانه هم مثل ماشین آهنی مرتباً تکرار می کند که اخذ وجه غیرقانونی است. برخلاف تصور عمومی میزان این کمک ها در مقیاس بودجه آموزش و پرورش ناچیز اما پدنامی آن برای دولت و وزارت خانه بسیار زیاد است. به نظر من صرفه جویی در آموزش و پرورش با این بافت متراکم نیروی انسانی و غلبه گفتمان معیشت محور از دفتر وزیر تا مدرسه نه تنها غیرممکن است بلکه بودجه دولتی آموزش و پرورش سال به سال افزایش می یابد و البته بهره وری هم به دلیل نارضایتی کارکنان و نبودن یک سیستم ارزش یابی و نظارت کاهش می یابد. در طول ۴ سال دولت یازدهم بودجه مصوب آموزش و پرورش دو برابر شد و اگر تأمین کسری بودجه در این ۴ سال را به بودجه مصوب اضافه کنیم بودجه سه برابر شده است. پرسش این است که در سیستمی با بهره وری ۳۰ درصد که افزایش بودجه تأثیری در افزایش کارآمدی و اثربخشی و حتی افزایش رضایت کارکنان ندارد، دولت با چه انگیزه های باز هم بودجه این دستگاه را افزایش دهد؟ ■

مفهوم بازساخت روستایی، مفهومی جدید در ادبیات برنامه‌ریزی توسعه روستایی است که با نگاهی به گذشته و سیر تاریخی روستاها، تغییرات و تحولات صورت گرفته در روستاها را به‌عنوان مبنای تصمیمات و الزامات توسعه‌ای در نظر می‌گیرد.

# روستاها در مسیر توسعه

## دگرذیسی فضاهای روستایی؛ قابلیت‌ها و فرصت‌ها

غفلت از توسعه اقتصادی، به توسعه شهری نمی‌انجامد؛ شهرها با پدیده مهاجرت، حاشیه‌نشینی و وابستگی روبه‌رو خواهند شد. با این پیش‌فرض، آینده‌نگر از محمدامین خراسانی در مورد توسعه روستایی پرسیده است. مقاله پیش‌رو از بازساخت روستاها و فرصت‌هایی که برای فعالان اقتصادی و توسعه کشور ایجاد خواهد شد می‌گوید.



محمدامین خراسانی

استادیار دانشکده جغرافیای  
دانشگاه تهران

### چرا باید خواند:

هنوز توسعه

اقتصادی و چگونگی

پرداختن به این

مقوله جزو مواردی

است که درباره آن

نظرات متفاوتی ارائه

می‌شود. این مقاله

درباره اهمیت توسعه

روستایی و چرایی

آن می‌گوید. آن را

بخوانید.

در یادداشت شماره قبل «بازساخت روستایی، کلید واژه تدام روستانشینی ایران» که در ماهنامه آینده نگر منتشر شد به این موضوع پرداختم که دگرگونی‌های گسترده حوزه‌های فرهنگی، نه تنها شرایط اجتماعی روستاها را دستخوش تحول کرده، بلکه پیامدهای اقتصادی این دگرگونی‌ها نیز باعث استقرار فعالیت‌های جدیدی شده است و البته تغییرات محیطی اکولوژیکی که ریشه در تغییرات اجتماعی، اقتصادی مذکور دارند، باعث شده‌اند که ساختارها و کارکردهای تولیدی، سکونت و توسعه‌های روستاها دستخوش تغییر و دگرگونی شود. بر آنم که در این یادداشت، به تحلیل و واکاوی این تغییرات راهبردی و قابلیت‌ها و فرصت‌های ناشی از آن برای بخش‌های مختلف اقتصادی بپردازم. فضاهای روستایی کشور ما به دلایل متعدد، دچار واپس‌ماندگی مضاعف بوده‌اند. منظور از واپس‌ماندگی مضاعف، جا ماندن از فرایند توسعه در سطح ملی در قیاس با شهرها از یک سو، و مضاف بر آن، عقب ماندن از جریان توسعه روستایی در سطح بین‌المللی و غیرقابل قیاس بودن توسعه و رفاه روستایی در کشورهای توسعه‌یافته و ثروتمند با روستاهای ایران، از دیگر سو است. اما طی نیم قرن اخیر، تلاش‌های عمرانی و توسعه‌ای فراوانی برای خروج روستاها از چنین وضعیتی در ساختارهای کلان مدیریتی ایران شکل گرفته است. همچنین تداوم و تقویت پیوندهای روستاها و ساکنان آنها با شهرهای کوچک و متوسط منطقه‌ای و کلان‌شهرهای ملی، زمینه را برای حرکت در مسیر تغییر و جایگزین کردن تصویری جدید از فضاهای روستایی با تصویر رایج و سنتی این سکونتگاه‌ها، مهیا کرده است. به طور کلی می‌توان این تغییرات را در دو گروه عمده، گروه‌بندی و بررسی کرد:

### دگرگونی‌های اجتماعی، اقتصادی

در ارتباط با این دگرگونی‌ها، مطالب چندانی در فضای گفتمان عمومی و مدیریتی کشور ما طرح نمی‌شود. تغییرات اجتماعی متعدد مانند پیری نیروی کار بخش کشاورزی، مهاجرت جوانان، و افزایش دختران مجرد تحصیل کرده روستایی، در زمره تغییراتی هستند که گه‌گاه مورد توجه رسانه‌ها و مدیران قرار می‌گیرند. اما این در حالی است که تغییرات عمیق‌تر و مهم‌تر در این زمینه، دگرگونی‌هایی هستند که به عنوان پیامدهای اقتصادی دگرگونی‌های اجتماعی، فرهنگی رخ نموده‌اند. فشار بیش از اندازه بر منابع بخش کشاورزی که حاصل آن افت عملکرد این بخش و کاهش ارزش افزوده نهایی تولیدات کشاورزی است موجب شده تا نیروی کار جوان و تحصیل کرده روستاها به سمت فعالیت‌های جایگزین در بخش‌های صنعت و خدمات گرایش یابند. مضاف بر اینکه جایگاه شغلی بالاتر و جامعه‌پسندتر این فعالیت‌ها، آینده جذاب‌تری را برای جوانان روستا متصور می‌سازد. مجموعه این شرایط موجب شکل‌گیری وضعیتی جدید برای برنامه‌ریزی اقتصادی

با ویژگی‌های زیر می‌شود:

- کاهش راندمان کشاورزی با شیوه‌های سنتی و مبتنی بر نیروی کار سال‌خورده و کم‌سواد
- گسترش شیوه‌های کشت عمقی مبتنی بر دانش نیروی کار جوان و تحصیل کرده
- زوال و حاشیه‌ای شدن بنگاه‌های صنعتی (صنایع تبدیلی و تکمیلی و صنایع دستی) دارای تکنولوژی ابتدایی در نواحی روستایی
- احیا و گسترش فعالیت‌های صنایع دستی بازارپسند با اتکا به دانش بومی و میراث فرهنگی-تاریخی نواحی و گرایش مجدد بازارهای شهری به میراث صنایع دستی روستاها
- پذیرش گردشگری روستایی و گردشگری کشاورزی به عنوان شیوه جدید کسب و کار و راهبردی منطقه‌ای برای تنوع‌بخشی به معیشت در نواحی روستایی
- اهمیت روزافزون ارائه خدمات در نواحی روستایی با اتکا به تغییر سبک زندگی در بین نسل‌های جدید و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ایجاد و گسترش فزاینده صندوق‌های اعتبارات خرد و تعاونی‌های زنان روستایی.

انتخاب یک مشی راهبردی و فرصت‌شناسانه برای بهره‌گیری از وضعیت جدید در فضاهای روستایی علاوه بر اینکه می‌تواند تهدیدهای شکل گرفته به واسطه تغییرات اجتماعی را مدیریت و تعدیل کند، زمینه بسیار وسیعی را برای سرمایه‌گذاری و رونق کسب و کار در بخش‌های مختلف اقتصادی، حتی در شهرهای مجاور و بخش توزیع و فروش تولیدات روستایی، فراهم می‌کند.

### دگرگونی‌های محیطی، اکولوژیکی

قرار گرفتن بخش مهمی از زمین‌های کشاورزی و منابع طبیعی سرزمین ما در نواحی روستایی موجب شده است که این نواحی، بیشتر و پیش‌تر از شهرها از بحران حاکم بر این منابع متأثر شوند. در حالی که تمام نگاه‌ها و توجهات در این شرایط به سمت چگونگی مدیریت بحران‌های پیش رو است، فرصت‌های متعددی برای ایجاد و راهاندازی کسب و کارهای منطبق با شرایط و الزامات زیست‌محیطی جدید در روستاها شکل گرفته است. فرایندهایی نظیر جایگزینی فناوری‌های جدید و ارزان‌قیمت آبیاری با فناوری‌های ناکارآمد سنتی، تغییر الگوی کشت به سمت محصولات کم‌آبر بومی و غیربومی نواحی از طریق ترویج و توسعه بازارها و فعالیت‌های مکمل بخش کشاورزی، ایجاد و توسعه کشت و بسته‌بندی گیاهان دارویی بومی نواحی، نوآوری‌ها در زمینه ارائه خدمات حمل و نقل عمومی و جابه‌جایی و حمل بار در نواحی روستایی مشابه با الگوهای مدرن و روزآمد شهری، در زمره اهم فرایندهایی هستند که در صورت دریافت توجه و گرایش کافی و مؤثر از سوی سرمایه‌گذاران، کارآفرینان، مدیران نهادهای دولتی متولی توسعه و رفاه روستایی و نه‌ایات سمن‌ها و تشکلات خیریه، می‌توانند علاوه بر اینکه به مدیریت بحران‌های طبیعی و زیست‌محیطی حاکم بر فضای روستایی ما کمک کنند، زمینه را برای ایجاد مسیرهای جدیدتر، نوآورانه‌تر و کارآمدتر توسعه اقتصادی و گسترش بازار عرضه و تقاضا در نواحی روستایی فراهم آورند. لازمه شناخت و توجه به این تغییرات، به رسمیت شناختن دگرذیسی فضاهای روستایی از فضاهایی راکد و کم‌اثر، صرفاً تولیدی، و مبتنی بر فرهنگ و مناسبات سنتی به فضاهایی متغیر، تولیدی-مصرفی و مبتنی بر مناسبات جدید و بی‌سابقه است. اینک در مرحله‌ای تاریخی از حیات نواحی روستایی کشورمان از یک سو و نیز توسعه دانش‌بنیان بخش‌های اقتصادی در کشورمان هستیم. هم‌زمانی این دو مرحله اثرگذار، زمینه مناسبی را برای گذار از ساختارها و رویکردهای ناکارآمد، فراهم کرده است. ■

# نظام آموزشی ایران توسعه آفرین نیست

موانع فرهنگی کتابخوانی و تأثیر نظام آموزشی بر سرانه مطالعه کتاب

اول مهرماه بود که حسن روحانی، رئیس‌جمهوری ایران از کیفیت پایین نظام آموزشی و پایین بودن سرانه مطالعه در ایران گفت. نظام آموزشی مبتنی بر حافظه، خلاق نخواهد بود. به این بهانه از خالد توکلی، جامعه‌شناس توسعه اقتصادی، از ارتباط نظام آموزشی، سرانه مطالعه و توسعه اقتصادی جویا شدیم. این مقاله پاسخی به ارتباط نظام آموزشی و توسعه است.

توکلی



خالد توکلی

دکتری جامعه‌شناسی  
توسعه اقتصادی

## چرا باید خواند:

نیروی انسانی کارآمد  
و ماهر با نوع آموزش  
و سرانه مطالعه  
از تباطؤ مستقیم  
دارد؛ توسعه در کنار  
سرمايه اقتصادی به  
سرمايه انسانی نیاز  
دارد. در این مقاله  
این دوگانه هماهنگ  
بررسی شده و ارتباط  
ارگانیک آن تبیین شده  
است. با هم بخوانیم.

## مقدمه

تردیدی نیست که یکی از مهم‌ترین ابداعات و اختراعات بشر که منجر به تحولاتی اساسی در زندگی اجتماعی، تولید، حفظ، انتقال و تداول فرهنگ و دستاوردهای مادی و معنوی او شد اختراع خط و کتابت بوده است. از این جهت است که همواره، در اغلب جوامع توانایی خواندن و نوشتن برای فرد و برخی از اقشار به مثابه یک امتیاز انحصاری و وجود کتابخانه در هر شهر و هر جامعه نشانی از پیشرفت و فرهیختگی آنجا به شمار آمده است. پس از اختراع صنعت چاپ، با گسترش تحولات اقتصادی، تغییرات ارزش‌های اجتماعی و رواج ژانری ادبی چون «رمان»، نگرش نسبت به خط و کتابت و وضعیت آن در جامعه و در میان اقشار مختلف مردم دچار دگرگونی عمیق و اساسی شد. یکی از آن تغییرات این بود که صنعت چاپ، امکان انتشار انبوه کتاب را فراهم آورد و با سوادآوری از انحصار افراد و اقشار خاص خارج شد. عمومی شدن سواد، نه تنها از اهمیت سواد نکاست بلکه به تدریج و با رواج و گسترش تفکر و اندیشه توسعه، با سوادآوری به یکی از علل و عوامل دست‌یابی به/و یکی از شاخص‌های بنیادی توسعه مبدل شد. در این نوشتار، نقش نظام فرهنگی و آموزشی و مدارس در توسعه و گسترش فرهنگ کتابخوانی مورد بررسی قرار می‌گیرد و با استفاده از نظریات جامعه‌شناسانی چون بورديو، اقتصاددانانی چون آدام اسمیت و شولتز، استدلال می‌شود برخلاف آنچه از این نهاد مهم انتظار می‌رود، نه تنها تأثیر مثبتی بر گرایش دانش‌آموزان و معلمان به کتابخوانی نداشته، با توجه به اینکه نظام آموزشی، توانایی تولید و تبدیل سرمایه فرهنگی به سرمایه مادی را نداشته، آموزش و مطالعه را به کالایی مصرفی تبدیل کرده و کنکورزدگی را در سطح کشور رواج داده است، و تأثیر آن بر میزان و سرانه مطالعه منفی است.

## تعریف مفاهیم و چارچوب نظری

به منظور تحلیل و بررسی نقش مدارس و نظام آموزشی در ترویج و گسترش کتابخوانی از دو نظریه بهره گرفته می‌شود: به اعتقاد بورديو به علت پیچیدگی ساختار اجتماعی جوامع پیشرفته، سرمایه مفهومی چندوجهی است و انواعی دارد لذا نباید آن را صرفاً به سرمایه اقتصادی محدود کرد. در مقاله «شکل‌های سرمایه» از نظر وی، سرمایه اقتصادی عبارت است از مالکیت ثروت‌های مالی و مادی که تقابل و تضاد فقیران و ثروتمندان را به وجود می‌آورد (شویره و فونت، ۱۳۸۵: ۹۷). بورديو جزو اولین کسانی است که از سرمایه‌های دیگر تحت عنوان سرمایه اجتماعی سخن به میان می‌آورد و آن را شامل مجموعه‌ای از منابع بالقوه واقعی مانند تماس‌ها، رابطه‌ها، آشنایی‌ها، دوستی‌ها و دین‌ها می‌داند که وزن اجتماعی و قدرت کنشی و واکنشی کم یا زیاد به فرد در شبکه‌های ارتباطی و پیوندهایی که دارد، می‌بخشد (همان: ۹۸). در نتیجه فرد می‌تواند از سرمایه اجتماعی در جهت استفاده از مزایای مادی و

نمادین بهره بگیرد. نوع دیگری از سرمایه که بورديو برای تحلیل مسائل اجتماعی و نابرابری از آن سخن به میان می‌آورد «سرمایه فرهنگی» است. وی بر این باور است که سرمایه فرهنگی می‌تواند در سه حالت پدیدار شود: ممکن است به شکل رغبت‌های پایدار از گانیسم حالت «رونی‌شده» به خود بگیرد مانند بافرهنگ بودن، تسلط بر زبان و چگونگی بیان، شناخت از جهان اجتماعی؛ همچنین ممکن است این سرمایه به حالت «عینیت‌یافته» تجلی یابد و میراث فرهنگی به شکل اموالی چون تابلوهای نقاشی، کتاب، واژه‌نامه‌ها و... نمایان شود. در حالت سوم، سرمایه فرهنگی به شکل «هادینه‌شده» درمی‌آید و به صورت عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقات ورودی و... ظاهر می‌شود (همان: ۹۷). سرمایه فرهنگی به صورت تنگاتنگ با سرمایه اقتصادی ارتباط دارد به گونه‌ای که بر اساس آن می‌توان نابرابری دانش‌آموزان به لحاظ توانمندی و امکان یادگیری و آموزش را تحلیل کرد (همان: ۹۸). سرمایه «مادین» نوعی دیگر از سرمایه اجتماعی است که بورديو آن را ساخته و پرداخته کرده است. این سرمایه روابط نابرابر و سلسله‌مهراتی را در نظر طرفین رابطه مسلم و طبیعی نشان می‌دهد و در حقیقت به معنای قدرت تسلط غالب به شرط قبول مغلوب است (همان: ۱۰۱-۱۰۰).

بسیاری از جوامع توسعه‌یافته این نکته را پذیرفته‌اند که تولید و پرورش سرمایه انسانی موجب رشد اقتصادی می‌شود، شاید به همین دلیل است که نظریه‌پردازان نوسازی، با سوادآوری را هم به عنوان یکی از عوامل اصلی توسعه انسانی و هم به عنوان یکی از شاخص‌های جوامع توسعه‌یافته آن در نظر گرفته‌اند. اقتصاددانان از آموزش و پرورش تحت عنوان «سرمایه‌گذاری نامرئی» نام برده‌اند که منجر به تولید سرمایه انسانی می‌شود. آدام اسمیت اولین کسی است که رابطه میان اقتصاد و آموزش را مورد بررسی قرار داده است. وی بر این باور است که انسان‌ها با آموزش به سرمایه و ثروت برای جامعه خود تبدیل می‌شوند. پس از آن در دهه ۶۰ شولتز نظریه سرمایه انسانی را ارائه می‌دهد و یکی از نتایج منطقی آن، این می‌شود که از آموزش و فعالیت‌های آموزشی به مثابه یک سرمایه‌گذاری یاد شود که در سطح خرد بر میزان دستمزد و اشتغال فرد و در سطح کلان بر رشد و توسعه اقتصادی، کاهش نابرابری‌ها و تحرک اجتماعی تأثیرگذار است. به عبارت دیگر در نظریه «سرمایه انسانی» از آنجایی که در سطوح مختلف، منافع آینده آموزش، بیشتر از ارزش هزینه‌هایی است که برای آن پرداخت می‌شود در نتیجه آموزش هم برای فرد و هم برای جامعه یک سرمایه‌گذاری سودآور محسوب و انسانی تربیت می‌شود که توانایی تأثیر مثبت بر فرآیند تولید را دارد (معدن‌دار آرائی و سرکار آرائی، ۱۳۸۸: ۶۴). شولتز صراحتاً نظر خود را در مورد نقش بنیادی و مهم سرمایه انسانی ابراز می‌کند و بر این باور است که علت توسعه‌یافتگی یا توسعه‌نیافتگی کشورهای مختلف را باید در میزان سرمایه‌گذاری آنان در آموزش جست‌وجو کرد (همان: ۱۱۴). هاربیسون با مقایسه نقش انسان و منابع طبیعی در فرآیند تولید، معتقد است منابع مادی و طبیعی، متغیرهای منفعل و انسان متغیر فعال تولید است (همان: ۱۱۵).

با توجه به نظریات فوق، آنچه در مورد گسترش فرهنگ کتابخوانی قابل ذکر است این است که از یک سو کتاب، کتابخوانی، تألیف کتاب، داشتن کتابخانه و... به سرمایه فرهنگی تبدیل نشده یا اگر بوده در زمان کنونی دچار فرسایش شده است و از سوی دیگر اگر این سرمایه در میان تعدادی اندک از افراد جامعه و طبقه متوسط شکل گرفته است، قابلیت تبدیل شدن به انواع دیگر سرمایه - به ویژه سرمایه مادی - را نه تنها ندارد، بلکه ممکن است این سرمایه را دچار فرسایش نیز بکند. علاوه بر این، در جامعه به طور عام و در نظام آموزشی به طور خاص، مطالعه کتاب و گسترش فرهنگ کتابخوانی بخشی از آموزش و پرورش تلقی نمی‌شود که باید بر روی آن سرمایه‌گذاری نامرئی کرد. جایگاه کتاب در بیشتر خانواده‌ها همچون دیگر کالاهای مصرفی و حتی کم‌اهمیت‌تر از آنها، تعریف و نقش تربیتی مطالعه

در بسیاری از کشورها قوانینی که تحصیل را اجباری اعلام کردند، به تصویب رسیدند و نهادهای ملی و فراملی متعددی تأسیس شد که متولی امر باسوادی باشند و آن را به عنوان یک حق برای تمامی انسان‌ها در نظر گرفتند.

کشور کافی و متناسب با نیازهای امروزی نمی‌دانند. با توجه به اینکه ثمره و نتیجه نظام آموزشی تولید «سرمایه انسانی» است معلمان معترض‌اند که نباید آموزش را نوعی کالای مصرفی تلقی کرد بلکه باید آن را کالایی سرمایه‌ای دانست که در آینده منافع و مزایای آن برای فرد و جامعه نمایان می‌شود. در حقیقت نگاه مشابهی نسبت به کتاب و کتاب‌خوانی وجود دارد. بدین معنی که کتاب نیز جزو کالاهای مصرفی و در برخی از موارد به عنوان کالایی لوکس در نظر گرفته می‌شود و آثار بلندمدت آن که پرورش سرمایه فرهنگی و انسانی از آن جمله است، مورد توجه قرار نمی‌گیرد. این در حالی است که کتاب به عنوان بخشی از فرآیند آموزش و پرورش در معنای عام آن و مکمل آن باید به شمار آید. در واقع به همین دلیل و بر اساس این نگرش است که در سید مصرف مردم، کتاب جایگاه چندانی پیدا نکرده است و فرزندان خود را به گونه‌ای جامعه‌پذیر نمی‌کنند تا خواندن و مطالعه کتاب را در دوران جامعه‌پذیری، درونی سازند. از همین روی، بسیاری از افراد و خانواده‌ها و حتی در سطحی کلان تر نظام آموزشی و سیاسی نیز حاضر به سرمایه‌گذاری در این زمینه نیستند و سرمایه انسانی را به عنوان عاملی که در رشد توانایی‌های فردی و توسعه اجتماعی، نقشی بی‌بدیل دارد در نظر نمی‌گیرند. بدون تردید هرچه آمار و میزان مطالعه به‌طور خاص و فعالیت‌های مرتبط با کتاب افزایش یابد به همان نسبت سطح کیفیت باسواد، سرمایه فرهنگی و نیروی انسانی جامعه روند صعودی و بهتری خواهد داشت. نظام سیاسی نیز به همین شکل با کتاب و کتاب‌خوانی برخورد می‌کند. وزارت ارشاد که به نوعی متولی این امر است مانند وزارت آموزش و پرورش، بودجه چندانی در اختیار ندارد تا به این وظیفه خود عمل کند اما بیشترین نظارت را اعمال می‌کند.

کنکورزدگی در نظام آموزشی یکی دیگر از عوامل مؤثر بر کتاب‌خوانی است که منجر به کاهش میزان مطالعه در جامعه و در میان معلمان و دانش‌آموزان شده است. در این نوشتار مجال آن نیست تا به صورت مشروح پدیده کنکورزدگی مورد کاندو قرار گیرد اما به‌طور قطع، یکی از پیامدهای این پدیده، کاهش سرانه مطالعه در سطح کشور است. در مدارس و به‌ویژه در مقطع متوسطه دوم، کنکور از چنان اهمیتی برخوردار است که تمامی اهداف و برنامه‌های دیگر آموزشی را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. در بیشتر موارد معرفی کتاب غیردرسی و غیرکنکوری به دانش‌آموزان با مخالفت دانش‌آموزان، والدینشان و مسئولان مدرسه روبه‌رو و در نهایت عمده اهداف آموزش و پرورش صرفاً به موفقیت در کنکور تقلیل داده می‌شود. هدف و آرمان نظام آموزشی، تحت تأثیر پدیده کنکورزدگی، به تربیت دانش‌آموزانی می‌پردازد که در زدن تست بیشترین مهارت را دارند و در مقابل از فرهیختگی، توانایی بیان مطالب، لذت بردن از هنر و ادبیات و... بی‌بهره می‌شوند. بسیاری از خانواده‌ها و مسئولان آموزشی، مطالعه کتاب‌های غیردرسی را مزاحم و مانع موفقیت دانش‌آموزان در کنکور می‌دانند و با آن مخالفت می‌ورزند و به سرزنش معلمانی می‌پردازند که کنکور را اولویت تدریس در کلاس درس نمی‌دانند. از این گذشته، کنکور به دلایل مختلف از جمله محتوای متراکم، فرم و ظاهر نامناسب کتاب‌ها، عدم جذابیت، حجیم بودن کتاب‌ها، اضطراب کنکور و... نه تنها موجب ایجاد علاقه به کتاب نمی‌شود بلکه به تدریج دانش‌آموزان را از کتاب زده می‌کند. در حقیقت کنکور، کتاب را از یک یار مهربان، دانا و خوش‌بین به موجودی وحشی و عنصری مزاحم و نامطلوب تبدیل می‌کند و به تدریج این تصور در میان مردم رواج می‌یابد که کتاب ارزش تربیتی و پرورشی ندارد. در واقع، سلطه کنکور و گردش مالی آن تمامی اهداف دیگر نظام آموزشی را به حاشیه رانده و این نشان از آن دارد که مانند دیگر بخش‌های جامعه، در نظام آموزشی نیز پول‌پرستی رواج یافته و فعالیت‌های دانش‌آموزان و معلمان باید در این راستا قرار بگیرد. کنکور علاقه به رشته تحصیلی و علم را نابود و در مقابل قبولی در رشته‌های سودآور و درآمدزا را محبوب و جالب می‌سازد. علاوه بر این، کتاب‌های کنکور دوران جوانی، وقت و امکان لذت‌بردن از زندگی را از فرد می‌گیرد و ممکن است این نگرش و احساس به کتاب‌های دیگر نیز تسری یابد. کنکورزدگی تنها بر میزان مطالعه دانش‌آموزان تأثیر منفی ندارد، این مسئله و پیامدهای آن معلمان را نیز در بر می‌گیرد. بدین گونه که علاوه بر کم‌بودن حقوق معلمان، درگیر شدن در تست و کنکور و تقاضای مدرسه و دانش‌آموزان برای آن، انگیزه مطالعه را در معلم آن که خود باید مروج و مشوق کتاب‌خوانی باشد به حداقل ممکن کاهش می‌دهد. کنکورزدگی در بیشتر مدارس و در میان بیشتر دانش‌آموزان فضایی حاکم کرده است که معلم کتاب‌خوان و اهل مطالعه، نسبت به معلمی که دانش‌آموزان را برای قبولی در کنکور آماده می‌کند از قرب و ارج کمتری برخوردار باشد. ■

#### منبع

شویره، کرستی‌ن و فونتین، اولیویه (۱۳۸۵): «واژگان بورديو»، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی، چاپ اول. / معدن‌دار آرائی، عباس و سرکار آرائی، محمدرضا (۱۳۸۸): «آموزش و توسعه: مباحث نوین در اقتصاد آموزش»، تهران، نشر نی، چاپ اول.

کتاب‌های غیردرسی و بازدهی آن در درآمدت نادیده گرفته می‌شود. اهمیتی که در نظام آموزشی به کنکور داده می‌شود و کتاب‌هایی که برای آمادگی در این آزمون منتشر می‌شوند در ایجاد چنین نگرشی، نقشی اساسی دارند.

درواقع اهمیت روزافزون سرمایه مادی نسبت به دیگر سرمایه‌ها و راه‌های آسان برای رسیدن به آن موجب شده است که سرمایه فرهنگی و آموزش و تربیت به حاشیه رانده شوند و چنانچه آموزش و مطالعه در سبب مصرف خانواده و افراد قرار گیرد صرفاً به منظور دست‌یابی به سرمایه مادی است، نگاهی که در سطح حاکمیت نیز با توجه به بودجه‌ای که به آموزش و کتاب اختصاص می‌دهد، به چشم می‌خورد.

در این بخش از نوشتار، به پرسش فوق با توجه به نظریاتی که بدان‌ها اشاره شد، پاسخ داده می‌شود: ضعف مفهومی و فرسایش سرمایه فرهنگی: همان‌گونه که اشاره شد سرمایه فرهنگی ابعاد و حالت‌های گوناگونی دارد. اگر بر اساس این حالت‌ها (درونی‌شده، عینیت‌یافته و نهادینه‌شده) پدیده کتاب‌خوانی در ایران تحلیل شود به‌سادگی این نکته را در خواهیم یافت که نسبت به دیگر انواع سرمایه - به‌ویژه سرمایه مادی - در کشور ما مفهومی تحت عنوان سرمایه فرهنگی آن چنان شکل عینی و انضمامی به خود نگرفته است که بتواند بر مناسبات، رفتار و روابط اجتماعی تأثیر تعیین‌کننده داشته باشد. عدم رشد طبقه متوسط، رواج و گسترش آنومی در جامعه، بحران هویت و... مانع از آن می‌شوند تا افراد بخشی از عناصر تشکیل‌دهنده سرمایه فرهنگی را درونی کنند. برای درونی کردن عناصری مانند بافرهنگ‌بودن، تسلط بر زبان، چگونگی بیان و شناخت از جهان اجتماعی بیش از هر چیز باید کتاب خواند و با کتاب مانوس بود. وقتی که در جامعه عناصر فوق‌الذکر از اهمیت چندانی برخوردار نباشند و ارزش به شمار نیایند، به همان نسبت کتاب‌خوانی و مطالعه نیز دارای اهمیت نخواهد بود. از آنجایی که این ویژگی‌ها برای فرد در میان دیگران، امتیازی به همراه نخواهد داشت، تلاشی صورت نمی‌گیرد تا آن را کسب کنند. دلایل و علل فوق در مورد حالت عینیت‌یافته سرمایه فرهنگی نیز صدق می‌کند؛ علاوه بر آن باید به رواج نوکیسگی، عدم ثبات اقتصادی، تورم و ارزش‌افزوده فراوان کالاها و اموالی چون طلا، زمین، مسکن و... نیز اشاره کرد که تقاضا برای کالاهای فرهنگی را کاهش می‌دهد و بدین ترتیب آنها را به سرمایه تبدیل نمی‌کند. امروزه تدوین کتاب یا خلق یک اثر هنری نه تنها به لحاظ اقتصادی مقرون به‌صرفه نیست بلکه به لحاظ فرهنگی نیز مورد توجه جامعه قرار نمی‌گیرد و امتیازی ویژه را به فرد اعطا نمی‌کند. نمایشگاه‌های عرضه آثار هنری کمترین بازدیدکننده را دارد و توجه جامعه را به خود جلب نمی‌کند. حالت نهادینه‌شده نیز از منطق فوق تبعیت می‌کند. دلایل متعددی برای این وضعیت وجود دارد. دست‌یابی آسان به مدرک تحصیلی، چاپ و انتشار مقالات در مجلات قلابی، سطحی و تستی شدن سنجش و ارزیابی تحصیلی و گسترش آموزشگاه‌های رسمی و غیررسمی به‌منظور آموزش مهارت‌های موفقیت تحصیلی در کنکور و المپیادهای مختلف، آن چنان رواج یافته است که تعداد کسانی که به‌سادگی مدارک مختلف و عالی تحصیلی را دریافت داشته به حدی فراوان شده‌اند که دیگر مدرک تحصیلی یا انتشار مقاله در مجلات در جامعه به‌مثابه سرمایه نگرسته نمی‌شود. البته در این میان نباید از بیکاری فارغ‌التحصیلان نیز غافل بود به‌گونه‌ای که بسیاری از افراد جامعه، نگاهی تحقیرآمیز نسبت به مدرک و تحصیل دارند و سال‌هایی را که به اخذ مدرک تحصیلی اختصاص داده‌اند از دست‌رفته تلقی می‌کنند و اینکه اگر افراد به‌جای آن در بازار به کاری مشغول می‌شدند بسیار زودتر به آنچه می‌خواستند دست می‌یافتند. مجموعه عوامل فوق موجب شده است که سرمایه فرهنگی تأثیر تعیین‌کننده‌ای در وضعیت فرد در سلسله مراتب اجتماعی نداشته باشد و پایگاه و جایگاه اجتماعی وی را بهبود نبخشد. فرسایش سرمایه فرهنگی نیز به‌نوبه خود موجب می‌شود که از سوی افراد و جامعه بر روی آن سرمایه‌گذاری نشود و یکی از اصلی‌ترین راه‌های رسیدن به آن و تقویت آن را فراموش کنند. در حقیقت، کتاب هم سرمایه فرهنگی را ایجاد و هم آن را تقویت می‌کند. مطالعه و کتاب‌خوانی حالت‌های مختلف سرمایه فرهنگی را پرورش می‌دهد اما با توجه به اینکه سرانه مطالعه در کشور بسیار پایین است این حالت‌ها و سرمایه فرهنگی در کل دچار فرسایش شده است و اهمیت و تأثیرگذاری گذشته خود را از دست داده است. از سوی دیگر ناچیز بودن اهمیت سرمایه فرهنگی، باعث پایین آمدن انگیزه برای خواندن و مطالعه کتاب می‌شود.

علت دومی که موجب شده است کتاب و کتاب‌خوانی در جامعه گسترش و رواج نداشته باشد و افراد، خانواده‌ها و نظام آموزشی و سیاسی نسبت به گسترش و افزایش آن اهتمام نمی‌ورزند این است که دقیقاً به مطالعه و کتاب‌خوانی نیز همچون آموزش می‌نگرند. بدین معنی که ثمره و نتیجه کتاب‌خوانی را که همانا پرورش سرمایه انسانی است، مهم تلقی نمی‌کنند و با آن همچون دیگر کالاهای مصرفی و شاید کمتر از آن، برخورد می‌کنند. سال‌هاست کارشناسان آموزشی و معلمان نسبت به کم‌بودن بودجه و نامناسب بودن امکانات آموزشی در وزارت آموزش و پرورش، اعتراض دارند و سهم آموزش را از کل بودجه

# نظام مالیاتی؛ سازگار یا ناسازگار با رشد اقتصادی؟

آیا مالیات مانع رشد اقتصادی است؟

موضوع مالیات و نحوه مالیات‌ستانی همیشه برای بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی، موضوعی تازه است. آنها به دنبال راهکارهای مناسبی در نظام مالیاتی می‌گردند. در این مقاله ناسازگاری‌های نظام مالیاتی ایران و نظام مالیات همسو با رشد اقتصادی تبیین شده است.

تجارت

کمینه کردن هزینه‌های تمکین و جمع‌آوری، شفافیت، عدالت و ۵) انعطاف. در صورتی که یک نظام مالیاتی پنج اصل مطرح‌شده را رعایت کند، اثرات مخرب آن روی کارایی به حداقل می‌رسد و حتی می‌تواند به رشد اقتصادی کمک کند. در ادامه هریک از این اصول توضیح داده می‌شود.

با اینکه در ضرورت مالیات‌ستانی تردیدی وجود ندارد، اما وضع مالیات لاجرم به تغییر رفتار آحاد اقتصادی منجر خواهد شد. این تغییر رفتار منجر به تحمیل هزینه‌هایی به اقتصاد می‌شود که باعث کاهش کارایی و فاصله گرفتن از میزان تولید حداکثر اقتصاد می‌شود. برای مثال، اخذ مالیات بر حقوق، هزینه‌های نیروی کار بنگاه را افزایش و در نتیجه تمایل کارآفرینان به استفاده از نیروی کار را کاهش می‌دهد. مالیات سنگین بر شرکت‌ها، افراد را به سمت اشکالی از فعالیت اقتصادی سوق می‌دهد که مالیات کمتری دارند؛ یا کلاً آنها را به فعالیت‌های غیررسمی متمایل می‌کند. لذا منافع رسمی شدن فعالیت‌ها حاصل نشده، شرایطی که می‌توانست به رشد و شکوفایی بنگاه‌ها بینجامد، محقق نمی‌شود. بنابراین سیاست‌گذار در طراحی نظام مالیاتی باید حداکثر تلاش ممکن را برای کاهش واکنش‌های افراد به وضع مالیات انجام دهد. پیشنهاد کلی ادبیات اقتصاد، وضع مالیات‌های با پایه گسترده و نرخ پایین است. مالیات بر مجموع درآمد شخصی به جای مالیات بر اجزای درآمد (مثل حقوق، مشاغل و...) مطلوب‌تر است؛ چراکه مزیت مالیاتی برای راه‌های مختلف کسب درآمد قابل نمی‌شود و در نتیجه تصمیم افراد برای انتخاب شیوه کسب درآمد تحت تأثیر قرار نخواهد گرفت. از این مطلب معمولاً با عنوان خنثایی نظام مالیاتی یاد می‌شود. مطلب دومی که در طراحی نظام مالیاتی همسو با رشد باید مورد توجه قرار گیرد، کمینه کردن هزینه‌های تمکین و جمع‌آوری مالیات است. به هر حال بنگاه‌ها برای گردن نهادن به قوانین و مقررات مالیاتی باید هزینه‌هایی بپردازند. از طرف دیگر دولت نیز برای تشخیص و وصول درآمدهای مالیاتی، منابعی را مصروف می‌کند. منابع صرف‌شده در این دو جهت، صرف فعالیت مولد نمی‌شوند و در واقع تلفات جمع‌آوری مالیات هستند، لذا باید حداقل شوند. توصیه اساسی ادبیات اقتصاد در این راستا توجه به حداکثر سادگی ممکن در وضع قوانین مالیاتی و عدم تغییر مکرر قوانین است.

سومین اصل در طراحی نظام مالیاتی، شفافیت است. ضرورت اولیه مالیات‌ستانی، تأمین منابع برای فعالیت‌هایی بود که وظیفه دولت است. در صورتی که هزینه‌های دولت شفاف نباشند و مشخص نباشد که مالیات گردآوری‌شده به چه مصارفی تخصیص می‌یابد، انگیزه آحاد اقتصادی برای پرداخت مالیات کاهش می‌یابد. از طرف دیگر اگر این

اگر از بنگاه‌های اقتصادی پرسیده شود که مهم‌ترین معضل برای توسعه فعالیت‌های ایشان چیست، بسیاری مشکلات بیمه‌ای و مالیاتی را عنوان خواهند کرد. از طرف دیگر مشاهده می‌شود که دولت‌ها در کشورهای پیشرفته، سالانه سهم نسبتاً بالایی از تولید را به عنوان مالیات اخذ می‌کنند. اگر بیمه و مالیات مانع اصلی برای توسعه بنگاه‌هاست، چرا کشورهایی که بیشترین مالیات را می‌گیرند تولید بالاتری دارند؟ یا به عبارت دیگر چطور بنگاه‌ها در کشورهای پیشرفته توانسته‌اند علی‌رغم مالیات بالا، سطح بالایی از تولید را داشته باشند و رشد اقتصادی را تداوم بخشند؟ در این نوشتار ابتدا به اختصار درباره دلایل توجیه‌کننده اخذ مالیات توسط دولت بحث می‌شود. سپس اصول طراحی یک نظام مالیاتی سازگار با رشد اقتصادی تبیین می‌شود. نهایتاً نیز مثال‌هایی از ناسازگاری‌های نظام مالیاتی ایران با اصول طراحی نظام مالیاتی بهینه ارائه می‌شود.

## چرا دولت‌ها مالیات می‌گیرند؟

دولت‌ها با هدف ارائه خدمات یا کالاهایی که افراد جدا از هم، نمی‌توانند ارائه کنند، تشکیل می‌شوند. در واقع تشکیل دولت، نتیجه یک قرارداد اجتماعی برای برقراری نظم، امنیت و اعمال قوانین در اجتماع است. در این صورت، ذیل همین قرارداد اجتماعی افراد حاضرند از بخشی از درآمد خود صرف‌نظر کنند و آن را به عنوان مالیات، جهت انجام وظایف دولت بپردازند. البته در صورت ارائه خدمات مناسب توسط دولت، ارزش یک ریال هزینه توسط دولت می‌تواند بیش از یک ریالی باشد که در مصرف شخصی صرف می‌شود. برای مثال هزینه کرد در برقراری نظم و آرامش، فضای مناسب برای کسب و کار را فراهم می‌کند؛ برقراری حقوق مالکیت این تضمین را به تولیدکنندگان می‌دهد که کسی تولید آنها را به تاراج نخواهد برد؛ یک نظام آموزش همگانی، فرصت کشف استعدادها از بین همه افراد اجتماع و در نتیجه خلق ایده‌های بهتر را می‌دهد. با توجه به این منطق، می‌توان مبنای میزان مالیاتی را که دولت باید اخذ کند نیز تعیین کرد. اگر منافع حاصل از درآمدهای مالیاتی بیش از هزینه‌های ناشی از آن باشد، دولت با افزایش مالیات می‌تواند خیر بیشتری به اجتماع برساند و علی‌الاصول باید بتواند رأی‌دهندگان را قانع کند که به پرداخت بیشتر مالیات گردن نهند. در ادامه تنها در خصوص اصول طراحی نظام مالیاتی و کاهش هزینه‌های ناشی از اخذ مالیات بحث می‌شود.

## مبانی طراحی نظام مالیاتی همسو با رشد

نظام مالیاتی همسو با رشد اقتصادی باید پنج جنبه را مورد توجه قرار دهد: ۱) کمینه کردن هزینه‌های ناشی از تغییر رفتار آحاد اقتصادی، ۲)



محمد وصال

استادیار اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

## چرا باید خواند:

بنگاه‌ها و فعالان

اقتصادی از مشکلات

خود که یاد می‌کنند

به مالیات و بیمه اشاره

می‌کنند؛ آیا مالیات با

رونق تولید در تضاد

است؛ اگر چنین است

پس چرا بنگاه‌های

توسعه‌یافته در

کشورهای پیشرفته

مالیات می‌پردازند؟

در این مقاله پاسخ این

پرسش را می‌یابید.

تشکیل دولت، نتیجه یک قرارداد اجتماعی برای برقراری نظم، امنیت و اعمال قوانین در اجتماع است. در این صورت، ذیل همین قرارداد اجتماعی افراد حاضرند از بخشی از درآمد خود صرف نظر کنند و آن را به عنوان مالیات، جهت انجام وظایف دولت بپردازند.

و حتی حداقلی از افزایش در مالیات ابرازی نسبت به مالیات قطعی سال گذشته اعمال می‌شد. این افزایش بخشنامه‌ای مالیات‌ها، به علت در نظر نگرفتن نوسانات فعالیت‌های اقتصادی انعطاف نظام مالیاتی را از بین می‌برد. بنگاهی که متحمل زیان شده، به جای دریافت تسهیلات مالیاتی، مظنون شناخته می‌شود و به سختی می‌تواند شرایط خود را برای مأموران مالیاتی توجیه کند. این شکل برخورد با مقوله مالیات، انگیزه افراد را نیز برای گزارش واقعی درآمدها کم می‌کند. چراکه گزارش واقعی مالیات در یک سال، مالیات مورد انتظار بنگاه را به صورت دایمی افزایش خواهد داد.

سومین مثال از ناسازگاری نظام مالیاتی کشور با رشد اقتصادی به اجرای مالیات بر ارزش افزوده بازمی‌گردد. یکی از مزایای کلیدی مالیات بر ارزش افزوده، اخذ مالیات بر ارزش اضافی است که در فرآیند تولید خلق شده است. یعنی بنگاه‌ها به خاطر گردش مالی بالا لزوماً مالیات بالایی نمی‌دهند؛ بلکه تنها در صورتی که حاشیه سود بالایی داشته باشند مالیات زیادی خواهند داد. اجرای این مطلب معمولاً به این صورت است که تفاضل در تعهد مالیاتی حاصل از فروش محصولات و مالیات پرداختی روی نهاده‌های تولید، به عنوان تعهد مالیات بر ارزش افزوده در نظر گرفته می‌شود. در این چارچوب ممکن است بنگاهی نوظهور اقلام سرمایه‌ای زیادی را تهیه و هنوز محصولی تولید نکرده باشد. در این صورت تعهد مالیات ارزش افزوده این بنگاه منفی خواهد بود و دولت باید مالیات پرداختی روی اقلام سرمایه‌ای را مسترد کند. اگر این فرآیند به سرعت طی نشود، فشار نامتعرفی به جریان نقد بنگاه وارد خواهد شد و در شرایط با تورم بالا، عملاً توان سرمایه‌گذاری بنگاه‌های تازه‌وارد محدود می‌شود.

### جمع‌بندی

در این مقاله پنج اصل طراحی یک نظام مالیاتی سازگار با رشد اقتصادی تبیین شد. به نظر می‌رسد نظام مالیاتی ایران طبق این قواعد طراحی نشده است و شواهد متعددی مبنی بر فاصله گرفتن از این اصول وجود دارد. هر چند اصلاحات سال‌های اخیر، از قبیل قانون مالیات بر ارزش افزوده، وضعیت نظام مالیاتی را بهتر کرده است، اما سوءظن به فعالیت‌های اقتصادی، اعمال فشار مضاعف بر فعالیت‌های زیر چتر مالیات و نبود انعطاف لازم، از موانع جدی برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی هستند. ■

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ اگر منافع حاصل از **درآمدهای مالیاتی** بیش از هزینه‌های ناشی از آن باشد، دولت با افزایش مالیات می‌تواند خیر بیشتری به اجتماع برساند.
- ▶ وضع مالیات لاجرم به تغییر رفتار آحاد اقتصادی منجر خواهد شد. این تغییر رفتار منجر به **تحمیل هزینه‌هایی به اقتصاد** می‌شود که باعث کاهش کارایی و **فاصله گرفتن از میزان تولید** حداکثر اقتصاد می‌شود.
- ▶ **سوءظن به فعالیت‌های اقتصادی**، اعمال فشار مضاعف بر فعالیت‌های **زیر چتر مالیات** و نبود انعطاف لازم، از موانع جدی برای **توسعه فعالیت‌های اقتصادی** هستند.
- ▶ سیاست‌گذار در طراحی نظام مالیاتی باید حداکثر تلاش ممکن را برای کاهش واکنش‌های افراد به وضع مالیات انجام دهد. پیشنهاد کلی ادبیات اقتصاد، **وضع مالیات‌های با پایه گسترده و نرخ پایین است**.
- ▶ آخرین اصل یک **نظام مالیاتی کارا، انعطاف** است. بسته به چرخه‌های اقتصادی، نظام مالیاتی باید تغییراتی را اعمال کند. **شرایط رکودی رفتار مالیاتی** کاملاً متفاوتی را طلب می‌کند.

حسن در مردم ایجاد شود که دولت به صورت مؤثری درآمدهای خود را هزینه نمی‌کند (مثلاً به دلیل فساد)، باز هم انگیزه پرداخت مالیات کم می‌شود. در این شرایط پرداخت مالیات یک وظیفه شهروندی و تعهد به قرارداد اجتماعی تلقی نخواهد شد، چراکه طرف دیگر قرارداد، دولت، وظیفه خود را به خوبی انجام نداده است. در کشورهایی که مالیات نقش مهمی ایفا می‌کند، دولت همواره در تلاش است که هزینه‌های خود را به عنوان بهترین فعالیت می‌می‌توانست انجام گیرد، توجیه کند و تنها در صورتی می‌تواند مالیات را زیاد کند که خواسته عمومی برای هزینه‌های جدید شکل گرفته باشد.

اصل چهارم، طراحی یک نظام مالیاتی کارا، عدالت است. شیوه برخورد دستگاه مالیاتی با افراد، شکل‌دهنده نگرش ایشان است. اگر افراد حس کنند کسانی سهم خود را از مالیات نمی‌پردازند یا اینکه نظام مالیاتی ایشان را به دلیل صداقت تنبیه می‌کند، در این صورت حس بی‌عدالتی در ایشان شکل خواهد گرفت و همواره در پی مسیری برای فرار از بار مالیات خواهند بود. البته این اصل با شفافیت و خنثایی ارتباط نزدیکی دارد و در صورت نبود هریک از اینها، احساس عدالت نیز تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.

آخرین اصل یک نظام مالیاتی کارا، انعطاف است. بسته به چرخه‌های اقتصادی، نظام مالیاتی باید تغییراتی را اعمال کند. شرایط رکودی رفتار مالیاتی کاملاً متفاوتی را طلب می‌کند. در بسیاری از کشورها، در پاسخ به رکود، مالیات‌ها کاهش می‌یابند یا مالیات‌های اخذشده مسترد می‌شوند، تا قدرت خرید مردم یا توانایی سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها حفظ شود. جنبه دیگر، انعطاف برای در نظر گرفتن چرخه‌های خاص یک بنگاه است. یک بنگاه ممکن است چندین سال زیان‌ده باشد (به علت زمان‌بر بودن فرآیند سرمایه‌گذاری اولیه). در صورتی که در اولین سالی که این بنگاه به سوددهی می‌رسد، مأمور مالیات سر ببرد و طلب پرداخت مالیات کند، زمان رسیدن به نقطه سربه‌سر بنگاه افزایش می‌یابد و در واقع ورود بازیگران جدید به بازار تنبیه می‌شود. اما اگر اجازه انباشت زیان و کسر آن از تعهد مالیات سال‌های بعد داده شود در این صورت انعطاف لازم برای دوره ورود بنگاه لحاظ شده است.

### سازگاری نظام مالیاتی در ایران با رشد اقتصادی

در کشور ما درآمدهای مالیاتی سهم اندکی از تولید ناخالص داخلی سالانه را به خود اختصاص می‌دهند (حدود ۶ درصد). این واقعیت در کنار ذکر مالیات به عنوان یکی از موانع اصلی فعالیت‌های اقتصادی مؤید ناکارآمدی نظام مالیاتی کشور است. در این قسمت، شواهدی دیگر از ناسازگاری نظام مالیاتی ایران با رشد اقتصادی ارائه می‌شود.

میزان اهمیت ابزارهای مختلف مالیاتی، نشان‌دهنده اهتمام سیاست‌گذار به خنثایی نظام مالیاتی است. ۲۳ درصد از درآمدهای مالیاتی سال ۱۳۹۳ توسط شرکت‌های خصوصی پرداخت شده است. در حالی که مالیات بر حقوق و مالیات بر مشاغل به ترتیب تنها حدود ۹ و ۴ درصد از درآمدهای مالیاتی را تأمین می‌کردند. این اعداد نشانگر این مطلب است که بنگاهداری در قالب شرکت، از منظر نظام مالیاتی پسندیده نیست و بهتر است افراد حقوق‌گیر باشند. البته در سال‌های اخیر افزایش سهم مالیات ارزش افزوده، که پایه گسترده‌ای دارد، اصلاحی در جهت مناسب است، اما به نظر نمی‌رسد فشار مالیاتی بر شرکت‌ها کاهش چندانی یافته باشد.

در گذشته به صورت عرفی و بخشنامه‌ای، قواعدی وجود داشت که کاهش مالیات ابرازی توسط بنگاه‌ها را غیرقابل قبول می‌دانست

# قانون در مسیر بازدارندگی یا همراهی؟

## نسبت قانون با توسعه چیست؟

هر روز در خبرها از نارسایی یا تخلفی می‌شنویم که ریشه در خلأ قانون، قانون بد، تعدد قانون و اجرای ناقص یا نادرست مجریان قانون دارد. به این بهانه باید از حقوق‌دان‌ها پرسید که قانون چگونه در مسیر توسعه عمل می‌کند؟ آیا قوانین مانع توسعه هستند یا برعکس محرک توسعه؟ مهدی موسوی شهری، وکیل پایه یک دادگستری به این سؤالات پاسخ می‌دهد.

تجارت

قانون‌گذار ایرانی متأثر از ضرورت‌ها و نیازهای وقت یا مبنی بر شریعت در بسیاری از قوانین که در حوزه شخصی افراد نیز بوده است بعضاً مقرراتی آمرانه وضع کرده است به نحوی که نمی‌توان برخلاف آن شرط یا توافق کرد.

مثلاً مقررات مربوط به روابط کارگر و کارفرما که تا پنجاه سال پیش کاملاً جنبه خصوصی داشته و در قالب قرارداد اجاره اشخاص بحث می‌شده است، در جهت حمایت از کارگران و بنا به ضرورت، مقرراتی به صورت آمرانه در آن خصوص وضع شده است به نحوی که در اغلب موارد در خصوص رابطه کاری امکان توافق و تراضی برخلاف مفاد قانونی وجود ندارد. مثلاً کارفرما نمی‌تواند کارگر خود را در هر زمانی که تمایل داشت اخراج کند یا بیمه نکند و...

در مبحث مربوط به نکاح و ارث و وصیت به طور کلی احوال شخصیه نیز علی‌رغم اینکه کاملاً جنبه خصوصی دارد و به روابط اشخاص مربوط است اما قانون‌گذار متأثر از مبانی شریعت در روابط خصوصی به نحو آمرانه مداخله کرده است.

### مثال‌هایی برای قانون و مانع توسعه یافتگی

۱ برخی از مقررات مربوط به سازمان تأمین اجتماعی و سخت‌گیری آن اداره در خصوص بیمه اجباری کارگران و کارمندان بخش خصوصی از جهاتی در عرصه توسعه اشتغال، بازدارنده بوده است. صاحبان مشاغل تلاش می‌کنند برای جلوگیری از نظارت‌ها و مقررات سخت‌گیرانه سازمان تأمین اجتماعی از استخدام اشخاص خودداری کنند و عدم استخدام به معنی عدم توسعه نیروی انسانی و عدم توسعه نیروی انسانی به منزله عدم توسعه صنعت و تولید و خدمات است.

۲ مقررات مربوط به حق سنوات در قانون کار که جزو قواعد آمره است، بسیاری از کارگران تلاش می‌کنند اخذ حق سنوات را به زمان بازنشستگی موکول کنند و معمولاً کارفرمایان نیز از این امر استقبال می‌کنند. یکی از عوامل ورشکستگی شرکت‌های بزرگ تولیدی عدم توان بازپرداخت حق سنوات مترکّم شده کارگران است و این یعنی مانع توسعه یافتگی. به عبارت دیگر نه تنها قانون مانع اشتغال شده است بلکه موجب ورشکستگی کارخانه‌جات و شرکت‌ها نیز شده است.

بررسی وضعیت شرکت‌ها و کارخانه‌جات ورشکسته ایران نشان می‌دهد که عمدتاً این شرکت‌ها به خاطر حقوق ادعایی سازمان تأمین اجتماعی از یک طرف و حق سنوات مترکّم شده کارگران از طرف دیگر دچار ورشکستگی شده‌اند.

یکی از مفاهیم پارادوکسی حقوقی، مفهوم قانون و توسعه است. قانون، هم می‌تواند مانع توسعه شود و هم راه‌گشای آن.

### چرا و چگونه قانون می‌تواند مانع توسعه شود؟

پاسخ به این سؤال بسیار ساده است. هرچند اثر قانون نسبت به آینده است (ماده ۴ قانون مدنی) اما دلیل وضع قانون، ضرورت‌های اجتماعی پیش از وضع قانون است. بنابراین قانون به خودی خود جهت نظم بخشیدن یا تنسیق پدیده‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و به طور کلی اموری به وجود می‌آید که قبل از وضع آن در جامعه جریان یافته است.

حال فرض کنید مدتی بعد از وضع قانون در یک مورد خاص، ضرورت‌ها و نیازهای جامعه وضع قانون جدیدی را بطلبد که با مفاد قانون موضوعه سابق در تعارض باشد، در چنین صورتی قانون مصوب و موضوعه قبلی به خودی خود در برابر تغییر و ایجاد وضع جدید مقاومت می‌کند. قانون‌گذار و ضابطان و مجریان قانون نیز از قانون موضوعه و مصوب زمان خود دفاع می‌کنند و به راحتی تسلیم تغییر نمی‌شوند.

همین مقاومت در مقابل تغییر، کشمکش قانون و توسعه را رقم می‌زند، و با توجه به حمایت ارکان حکومت از قانون مصوب، عملاً توسعه یا به طور کامل متوقف می‌شود یا اینکه با کندی صورت می‌پذیرد.

البته منظور ما از قانونی که می‌تواند مانع توسعه باشد قانون آمره است. ولی قوانین تکمیلی چنین وضعیتی ندارند. حقوق‌دانان، از حیث جنبه قابل عدول بودن یا نبودن، قوانین را به آمره و تکمیلی تقسیم می‌کنند. قوانین آمره قوانینی هستند که نمی‌توان برخلاف آنها شرط یا تراضی کرد و چنانچه برخلاف منطوق یا مفهوم آنها هرگونه شرط یا توافقی صورت پذیرد بی اعتبار و باطل هستند. اما قوانین تکمیلی قوانینی هستند که جایی اجرامی شوند که طرفین برخلاف آن تراضی و توافق نکرده باشند یا عرف و عادت جامعه مخالف آن جریان نیافته باشد.

عمده مقررات بانکی و ارزی - مقررات ساختمان‌سازی و شهرسازی - مقررات مربوط به مناقصه‌ها و مزایده‌های دولتی و عمومی، مقررات مربوط به تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی و همچنین مقررات مربوط به توزیع عادلانه آب و برق و گاز و انرژی و معادن و ذخایر سطحی و زیرزمینی و کشتی‌رانی و هوانوردی و... و به طور کلی هر جا که قوانین مربوط به حقوق عمومی و ملی است عملاً قوانین، جنبه آمره دارد.



سید مهدی موسوی شهری

وکیل پایه یک دادگستری  
و مدرس دانشگاه

### چرا باید خواند:

نسبت قانون با توسعه چیست؟  
قوانین چگونه می‌تواند مانع توسعه یا هموارکننده مسیر توسعه باشد؟ پاسخ این پرسش را در این مقاله بخوانید.

مطالعه دلایل ورشکستگی شرکت‌های تجاری نشان می‌دهد یکی از دلایل اصلی ورشکستگی شرکت‌ها و کارخانه‌جات همین قانون عملیات بانکی بدون رباست، و این امر یعنی اینکه قانون، مانع توسعه یافتگی شده است.

## نکته‌هایی که باید بدانید

▶ قانونی که می‌تواند مانع توسعه باشد قانون آمره است ولی قوانین تکمیلی چنین وضعیتی ندارند.

▶ مقاومت در مقابل تغییر، کشمکش قانون و توسعه را رقم می‌زند، و با توجه به حمایت ارکان حکومت از قانون مصوب، عملاً توسعه یا به طور کامل متوقف می‌شود یا اینکه با کندی صورت می‌پذیرد.

▶ قانون همیشه مانع توسعه نیست بلکه در بسیاری از موارد راه‌گشای توسعه است. بیشتر قوانینی که در مجمع تشخیص مصلحت نظام تصویب شده و در جهت رهیافت مجوز عبور از برخی محدودیت‌ها وضع شده‌اند به جهت سدشکنی موجب توسعه بوده‌اند.

▶ یکی از قوانینی که مانع توسعه یافتگی تجاری است مقررات مربوط به پرداخت سودهای کلان به سپرده‌گذاران نزد بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری است.

۳ قانون عملیات بانکی بدون ربا نیز یکی از قوانینی است که نه تنها رباخواری نوین و جدیدی را در قالب عقود شرعی (کلاه شرعی) توجیه کرده است، بلکه اجازه دریافت سود و جرائم کلان با ربح و سود مرکب آن موجب می‌شود که تا ده‌ها برابر مبلغ اصلی وام یا تسهیلات مأخوذه، بازپرداخت شود.

مطالعه دلایل ورشکستگی شرکت‌های تجاری نشان می‌دهد یکی از دلایل اصلی ورشکستگی شرکت‌ها و کارخانه‌جات همین قانون عملیات بانکی بدون رباست، و این امر یعنی اینکه قانون، مانع توسعه یافتگی شده است. هرچند این قانون موجب ثروت‌اندوزی و تکثر ثروت نزد بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری و... می‌شود و کاخ‌هایی که بر ویرانی کارخانه‌جات تعطیل شده و ورشکسته استوار شده‌اند، اما ورشکستگی تجار و شرکت‌های وام‌گیرنده را در بردارد.

۴ یکی دیگر از قوانینی که مانع توسعه یافتگی تجاری است مقررات مربوط به پرداخت سودهای کلان به سپرده‌گذاران نزد بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری است. بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری برای جذب سپرده‌گذار با تبلیغات و وعده اعطای سود بانکی سنگین، اقدام به جذب سپرده‌گذار می‌کنند. اما به جهت بحران‌های اقتصادی و فعالیت‌های کاذب و غیر حرفه‌ای، امکان بازپرداخت اصل و سود توافق شده را به سپرده‌گذاران از دست می‌دهند و همین امر موجب ورشکستگی خودشان از طرفی و تضرر سپرده‌گذاران مالی می‌شود و این امر مفهومی جز مانع توسعه یافتگی ندارد. تجربه موسسه اعتباری کاسپین و امثال آن نشان از این واقعیت دارد که قوانین مربوط به فعالیت‌های مؤسسات مالی و اعتباری و همچنین مقررات مربوط به نظارت بانک مرکزی بر فعالیت این مؤسسات ناکافی است. به عبارت دیگر قوانین ناقص موجب عدم توسعه کسب و کار و تجارت و ملاً ورشکستگی می‌شود.

بنابراین ریشه بسیاری از عقب‌ماندگی‌ها را می‌توان در قوانینی که به صورت غیر کارشناسانه تنظیم شده‌اند یافت. قانون صرفاً در عرصه اقتصادی یا صنعتی یا تجاری مانع توسعه یافتگی نیست بلکه در عرصه فرهنگی و اجتماعی نیز می‌تواند مانع توسعه یافتگی شود. مثلاً در ماده ۱۲ منشور حقوق شهروندی مقرر شده است: «آزادی‌های فردی و عمومی شهروندان مصون از تعرض است. هیچ شهروندی را نمی‌توان از این آزادی‌ها محروم کرد. محدود کردن این آزادی‌ها تنها به قدر ضرورت و به موجب قانون، صورت می‌گیرد.»

ملاحظه فرمودید که به موجب ماده

۱۲ منشور حقوق شهروندی، محدود کردن آزادی افراد تنها به قدر ضرورت و به موجب قانون صورت می‌پذیرد. در این منشور «ضرورت» تعریف نشده است و معلوم نیست این ضرورت را چه کسی می‌تواند تشخیص دهد؟ چه بسا به بهانه تشخیص ضرورت بسیاری از آزادی‌ها را بتوان محدود کرد.

ممکن است گفته شود تشخیص ضرورت به موجب قانونی است که قانون‌گذار وضع می‌کند. مشکل همین قانون است. اگر قوه مقننه هر کشوری کاملاً مردمی باشد و نمایندگان مجلس و قوه مقننه برخاسته از

آرای واقعی مردم باشند و آن نمایندگان منتخب مردم، ضرورت‌ها و نیازهای جامعه را به معنی واقعی دریافته باشند و براساس آن بخواهند قانون‌گذاری کنند، مشکلی به وجود نمی‌آید. اما اگر نمایندگان مجلس و قوه مقننه از ارکان حکومت یا وابستگان حکومت باشند و بنا به تشخیص ارکان حکومت (نه مردم)، آزادی افراد را محدود کنند مشکل دوچندان می‌شود. ضرورت را اگر خود ارکان حکومت (و نماینده مجلسی که وابسته به ارکان حکومت است) تشخیص دهد عملاً این ماده منشور حقوق شهروندی نه تنها در جهت حقوق شهروندی کارگشا نیست بلکه اتفاقاً خود به خود محدودکننده آزادی است و به نوعی می‌توان گفت این قانون، مانع توسعه یافتگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است.

همین ایراد به ماده ۲۶ منشور حقوق شهروندی وارد است. در ماده ۲۶ منشور حقوق شهروندی مقرر شده است: «هر شهروندی از حق آزادی بیان برخوردار است، این باید در چهارچوب حدود مقرر در قانون اعمال شود و...» توجه داشته باشید منشور حقوق شهروندی باید برای حفظ و حمایت از حقوق ملت در مقابل دولت-حکومت وضع شده باشد.

حال اگر مبنای تشخیص ضرورت یا مصلحت خود ارکان دولت یا حکومت باشد یا مبنای معیار محدودکننده آزادی همان قانونی باشد که خود حکومت وضع می‌کند عملاً ما با تعارض روبه‌رو هستیم و نتیجه این تعارض عدم توسعه فرهنگی، اجتماعی است. وقتی که در ماده

۲۶ منشور حقوق شهروندی حق آزادی بیان، در حدود قانونی اعمال می‌شود، عملاً می‌توان با وضع قانون، جلوی آزادی بیان را گرفت یا محدود کرد و با این شگرد منشور حقوق شهروندی منتفی می‌شود و این امر مفهومی غیر از این ندارد که قانون می‌تواند مانع توسعه یافتگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی شود. با وجود این، قانون همیشه مانع توسعه نیست بلکه در بسیاری از موارد راه‌گشای توسعه است. بیشتر قوانینی که در مجمع تشخیص مصلحت نظام تصویب شده و در جهت رهیافت مجوز عبور از برخی محدودیت‌ها وضع شده‌اند به جهت سدشکنی موجب توسعه بوده‌اند. ■



هر چند اثر قانون نسبت به آینده است (ماده ۴ قانون مدنی) اما دلیل وضع قانون، ضرورت‌های اجتماعی پیش از وضع قانون است. بنابراین قانون به خودی خود جهت نظم بخشیدن یا تنسيق پدیده‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و به طور کلی اموری به وجود می‌آید که قبل از وضع آن در جامعه جریان یافته است

# اسکناس‌های سبز و سرنوشت آن

## اقتصاد چین و آمریکا در دوره جدید رقیب هم هستند؟

جهان با نظم دیگری روبه‌رو می‌شود؛ در این نظم نوین آمریکا دیگر ابر قدرت نخواهد بود و جایگاه خود را به اصلی‌ترین رقیب اقتصادی‌اش، چین خواهد داد. این پرسش‌ها بهانه‌ای است که بخواهیم این مقاله را در اختیار خوانندگان مجله آینده‌نگر قرار دهیم.

تجارت



امیرحسین خالقی

پژوهشگر توسعه

چرا باید خواند:

چرا باید چالش چین و آمریکا را جدی گرفت؟  
مدل جهانی اقتصاد  
به چه سمت و سویی می‌رود؟ در چالش بین چین و آمریکا اقتصاد ایران در کجا قرار می‌گیرد. پاسخ این پرسش‌ها را در این مقاله بخوانید.

چین بزرگ‌ترین قدرت‌های نوظهور دنیا به شمار می‌آید؛ پرجمعیت‌ترین کشور دنیا که از اواخر دهه ۱۹۷۰ درهای خود را به روی جهان گشود و اکنون مقصد بسیاری از سرمایه‌گذاری‌ها به شمار می‌آید

در مرحله سوم مشروعیت نظم جدید مورد تردید قرار می‌گیرد و به چالش کشیده می‌شود (دوران جنگ سرد و مواجهه بلوک شرق و غرب) و در مرحله پایانی هم که ناکارآمدی نظم جهانی آشکار می‌شود و گزینه‌های جایگزین مطرح می‌شوند و دوباره همین روال با جنگ جهانی بعدی از سر گرفته می‌شود. از قرن ۱۵ به این سو، رهبران دنیا به ترتیب پرتغال، هلند، بریتانیا (دو دوره متوالی) و آمریکا بوده‌اند و این نظریه توانسته است توصیف تاریخی درستی ارائه دهد. برای قضاوت در مورد رهبر قرن ۲۱ جهان هنوز زود است، ولی آمریکا و چین دو گزینه اساسی به شمار می‌آیند.

چینی‌ها بر این باورند که آمریکا در گذشته و حال از رواج دلار به‌عنوان ارز جهانی بارها به سود خود استفاده کرده است. استفاده از اسکناس سبز در مبادلات بین‌المللی و اعتبارهای بانکی منبع درآمد مطمئنی برای دولت آمریکا بوده است. به باور چینی‌ها بعد از آنکه نیکسون استاندارد طلا برای دلار را در سال ۱۹۷۱ ملغا کرد، آمریکا با ایجاد چرخه‌های رونق و رکود در میان دیگر کشورهای دارنده دلار، از اوضاع به نفع خود بهره برده است. گفته‌اند با توجه به ارز جهانی بودن دلار، آمریکا توانسته است از تورم بالا در امان بماند و البته به دلیل پایین نیامدن ارزش آن، دستش برای چاپ و عرضه نامحدود دلار باز نیست، پس اگر برای هزینه‌هایش نیاز به مقدار بیشتری دلار داشت و ذخیره در دسترس کافی نبود باید چه کند؟

راه آن را هم پیدا کرده‌اند، صدور اوراق قرضه و برگرداندن دلار به آمریکا! به زبان ساده‌تر از یک طرف دلار چاپ می‌شود و عرضه می‌شود، و از طرف دیگر از طریق اوراق دوباره به اقتصاد آمریکا برمی‌گردد. سه بازار کالا (کمدیتی)، اوراق خزانه و سهام آن دلارهای جدید را دوباره جذب می‌کنند. این فرایند چاپ دلار، صادر کردن آن به دیگر کشورها و بازیافت دوباره دلارهاست که امپراتوری مالی آمریکا را ساخته است و از ۱۹ تریلیون دلار تولید ناخالص داخلی شاید ۵ تریلیون آن مربوط به بخش واقعی اقتصاد باشد.

اما یک ترفند دیگر هم نیاز است؛ باید دیگر فرصت‌های سرمایه‌گذاری رقیب را پرریسک‌تر کرد تا افراد به‌سوی خرید اوراق خزانه بروند که بدون ریسک‌اند. برای مثال در دهه ۷۰ در آمریکای لاتین که اقتصاد کشورهای منطقه با توجه به دلار ضعیف رونقی یافته بود، آمریکا برای کاهش تورم، نرخ بهره را بالا برد و این باعث شد که سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری جذاب‌تر، یعنی خرید اوراق خزانه هجوم بیاورند. بحران آمریکای لاتین را فراگرفت و بازار سرمایه آمریکا به رونق افتاد و بهره هم پایین آمد. در آسیای جنوب شرقی هم اتفاق مشابهی افتاد.

اما از نگاه چینی‌ها قضیه پیچیده‌تر است، آنها ادعا می‌کنند آمریکا حتی از جنگ به‌عنوان ابزاری برای حفظ قدرت واحد پول خود بهره می‌گیرد و بسیاری از جنگ‌های آنها را هم باید در همین سیاق فهمید؛ سرنگونی صدام به این دلیل بود که می‌خواست نفت را به‌جای دلار با یورو مبادله کند (دیدگاه

کسانی گفته‌اند وقتی نخستین شعبه مک‌دونالد در مسکو افتتاح شد و سروصدا زیادی به پا کرد، سیاستمداران عالی‌رتبه آمریکایی با یکدیگر نجوا کردند: ما جنگ سرد را بردیم! این گفته را باید در این سیاق فهمید که هر چند آمریکا بزرگ‌ترین قدرت اقتصادی و نظامی دنیا به شمار می‌آید، برای گسترش نفوذ خود ابزارهای نرم دیگری هم در اختیار دارد که از نظر کارآمدی به‌همان اندازه مؤثرند. از مک‌دونالد و مؤلفه‌های فرهنگی لیبرال دموکراسی که بگذریم، بی‌تردید یکی از این ابزارهای قدرت آنها همان اسکناس سبز، دلار است که به‌عنوان ارز غالب جهانی برای بسیاری از مبادلات به کار گرفته می‌شود.

باین‌حال دنیا در سال‌های اخیر چرخه آشکار خورده است و قدرت‌های تازه این سو و آن‌سوی جهان ظهور کرده‌اند، غریب نیست که تصور کنیم کشورها از همه ابزارها برای حفظ جایگاه و گسترش قدرت خود بهره می‌گیرند و درواقع بر رفتار آنها منطق قدرت حاکم است. چین بزرگ‌ترین قدرت‌های نوظهور دنیا به شمار می‌آید، پرجمعیت‌ترین کشور دنیا که از اواخر دهه ۱۹۷۰ درهای خود را به روی جهان گشود و اکنون مقصد بسیاری از سرمایه‌گذاری‌ها به شمار می‌آید و اقتصاد آن از نگاه برابری قدرت خرید حتی از آمریکا هم پیشی می‌گیرد، چینی‌ها به‌ویژه بعد از بحران مالی ۲۰۰۸ و به قدرت رسیدن شی جین‌پینگ (به‌تازگی این رهبر قدرتمند چینی‌ها را مالوئی دوم می‌نامند) در پی به چالش کشیدن قدرت آمریکا هستند. از جزیره‌سازی در دریای چین جنوبی و همکاری‌های گسترده با قدرت دیگر اوراسیا یعنی روسیه که بگذریم در این میان دلار هم بخشی مهمی از بازی است.

اما چرا باید چالش چین و آمریکا را جدی گرفت؟ اجازه دهید برای پاسخ گریزی به ژئوپلیتیک بزنیم. یک دیدگاه جالب در ژئوپلیتیک نظریه «هبری جهان» جرج مَدلسکی است، او با بررسی تاریخی به این نتیجه رسیده است که جهان برای هر دوره ۱۰۰ ساله یک رهبر دارد و یک کشور نظم حاکم بر جهان را تعیین و حفظ می‌کند. در این نظریه از واژه رهبر استفاده می‌شود و این بدان معناست که رهبر پیروانی هم دارد و دیگر کشورها با نظم غالب مخالفتی ندارند. رهبر جهان باید بتواند به‌همه‌جای دنیا دسترسی داشته باشد و از این‌رو کنترل اقیانوس‌ها و دریاها را در دست دارد و توان او با کشتی‌های نظامی و تجاری‌ای که در دسترس دارد سنجیده می‌شود. او باید بتواند یک «بدعت» بگذارد و نظامی نوینان نهد، یعنی نهادهای و ایده‌ها و روال‌هایی را ایجاد کند که امنیت دنیا را تأمین کند (نهادهایی مانند ناتو و سازمان ملل و صندوق بین‌المللی پول را برای رهبر کنونی دنیا یعنی آمریکا در نظر بگیرید). در این دوره ۱۰۰ ساله ۴ مرحله وجود دارد که هر کدام حدود ۲۵ سال طول می‌کشد، مرحله اول جنگ جهانی است که نظم قبلی از بین می‌رود و رهبر جدید خود را نشان می‌دهد (امریکا بعد از جنگ جهانی اول و دوم)، در مرحله بعدی رهبر جدید، نظم خود را در دنیا ایجاد می‌کند و دیگران آن را می‌پذیرند.

در صورت جواب مثبت عرب‌ها به چینی‌ها یکی از بزرگ‌ترین قراردادهای نانوشته دنیا که از سال ۱۹۷۳ میان نیکسون و ملک فیصل سعودی بسته شد و همچنان برقرار است هم عمرش تمام می‌شود: قراردادی که طی آن آمریکا امنیت عرب‌ها را تأمین می‌کند و عربستان هم می‌پذیرد نفت را با دلار قیمت‌گذاری کند و درآمدهای نفتی رادر قالب فرایند بازیافت پترو دلار دوباره در اقتصاد آمریکا سرمایه‌گذاری کند.

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▲ اگر حکام حجاز به پیشنهاد همکاری گسترده چینی‌ها پاسخ مثبت دهند، حامی سنتی خود، آمریکا را از دست خواهند داد و بعید است قراردادهای کلان تسلیحاتی آنها با آمریکا به جایی برسد و چیزی دریافت کنند.
- ▲ چین به عنوان بزرگ‌ترین واردکننده نفت جهان خود را آماده می‌کند تا قیمت‌گذاری نفت را که به‌طور معمول بر اساس دلار انجام می‌گیرد تغییر دهد.
- ▲ چینی‌ها بر این باورند که آمریکا در گذشته و حال از رواج دلار به عنوان ارز جهانی بارها به سود خود استفاده کرده است. استفاده از اسکناس سبز در مبادلات بین‌المللی و اعتبارهای بانکی منبع در آمد مطمئنی برای دولت آمریکا بوده است.

ایران هم به دلیل تحریم‌های خواهد از دلار در مبادلات خود استفاده نکند؛ ایران و روسیه به این وسیله می‌توانند در عمل نفت سیاه خود را به آن فلز زرد پرارزش تبدیل کنند. چنین پیشنهادی از سمت چینی‌ها به روشنی بهتر از دریافت کاغذهای سبز چاپ بانک مرکزی است. ایران و روسیه به این وسیله می‌توانند در عمل نفت سیاه خود را به آن فلز زرد پرارزش تبدیل کنند. چنین پیشنهادی از سمت چینی‌ها به روشنی بسیار بهتر از دریافت کاغذهای سبز چاپ بانک مرکزی امریکاست

ناگفته پیداست که ایران هم به دلیل تحریم‌ها می‌خواهد از دلار در مبادلات خود استفاده نکند و به احتمال زیاد از این گزینه استقبال خواهد کرد؛ ایران و روسیه به این وسیله می‌توانند در عمل نفت سیاه خود را به آن فلز زرد پرارزش تبدیل کنند. چنین پیشنهادی از سمت چینی‌ها به روشنی بسیار بهتر از دریافت کاغذهای سبز چاپ بانک مرکزی امریکاست. درباره این رویکرد تازه البته نفع‌هایی وجود دارد و بسیاری تردید می‌کنند که این ابزار مالی جدید چینی‌ها بتواند در حوزه نفت اثر جدی داشته باشد و با توجه به مداخله‌های گسترده دولت چین در حوزه پولی بعید می‌دانند که این ترند جدید مؤثر افتد. با این حال هنوز برای اظهار نظر زود است و باید منتظر نشست و دید روند اوضاع به کدام سو خواهد بود.

اما جاه‌طلبی چینی‌ها تمامی ندارد؛ آنها پس از آفریقا دنبال سفت کردن جای پای خود در هارتلند هیدروکربوری جهان، یعنی خاورمیانه‌اند. از عربستان هم به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان نفت غافل نیستند. عربستان در این میانه بر سر دوراهی خواهد بود، هرچند با چینی‌ها قراردادهایی بسته است و همکاری‌هایی دارد، ولی اگر حکام حجاز هم به پیشنهاد همکاری گسترده چینی‌ها پاسخ مثبت دهند، حامی سنتی خود، آمریکا را از دست خواهند داد و بعید است قراردادهای کلان تسلیحاتی آنها با آمریکا به جایی برسد و چیزی دریافت کنند. در صورت جواب مثبت عرب‌ها به چینی‌ها یکی از بزرگ‌ترین قراردادهای نانوشته دنیا که از سال ۱۹۷۳ میان نیکسون و ملک فیصل سعودی بسته شد و همچنان برقرار است هم عمرش تمام می‌شود: قراردادی که طی آن آمریکا امنیت عرب‌ها را تأمین می‌کند و عربستان هم می‌پذیرد نفت را با دلار قیمت‌گذاری کند و درآمدهای نفتی رادر قالب فرایندی موسوم به بازیافت پترو دلار (petro-dollar recycling) دوباره در اقتصاد آمریکا سرمایه‌گذاری کند. کار وقتی دشوارتر می‌شود که بدانیم چینی‌ها برای خرید آرامکو، غول نفتی خاورمیانه، هم دندان تیز کرده‌اند که اگر موفق شوند بر روی بخش بزرگی از منابع نفت جهان کنترل خواهند داشت.

چینی‌ها ابرپروژه جاده ابریشم جدید را هم دنبال می‌کنند که بناسط در قالب راه‌های آبی و زمینی کل اوراسیا را به هم پیوند بزند و تجارت میان آنها را به‌طور چشم‌گیری گسترش دهد، سازمان همکاری‌های شانگهای هم قرار است نقش آفرینی‌های جدی‌تری داشته باشد و در اقتصاد بخش مهمی از کره زمین که بیش از ۴۰ درصد جمعیت در آن متمرکزند پررنگ‌تر عمل کند. همه اینها در صورت گسترش و موفقیت معنایی جز پایان امپراتوری آمریکا ندارد. چنان‌که پیش‌تر آمد بعید است این پایان بدون خونریزی باشد، دست‌کم نظریه رهبری جهان به ما می‌گوید که جانشینی یک رهبری جهانی به جای دیگری با یک جنگ جهانی هم همراه خواهد بود که معلوم نیست نتیجه‌اش چه خواهد بود، والله اعلم. ■

جنگ‌های پترو دلار) یا حضور در جنگ یوگسلاوی برای تضعیف یورو بود و گفته‌اند که با شلیک اولین موشک کروز در کابل، شاخص داو جونز ۶۰۰ واحد در یک روز بالا رفت!

به اعتقاد چینی‌ها همین ترند در چند سال گذشته برای آنها به کار گرفته شد، ولی با توجه به دولتی بودن بانک‌ها و کنترل خروج سرمایه اثر آن را خنثی کردند و فرار سرمایه جدی صورت نگرفت. همچنین می‌گویند کره شمالی، سوریه و ایران در خاورمیانه و آسیایسپتیک قرار دارند که این دو منطقه صاحب بیشترین مقدار ذخیره دلاری‌اند و عجیب نیست که با بالا گرفتن احتمال جنگ فرار سرمایه اتفاق بیفتد؛ سرمایه‌هایی که برای خرید اوراق خزانه آمریکا استفاده خواهند شد! نگرانی چینی‌ها از بالا گرفتن تنش‌ها در شبه‌جزیره کره از موضوع تسلیحات و هسته‌ای فراتر می‌رود. به‌ویژه دولت ترامپ که با آنکه زمان زیادی نیست قدرت را به دست گرفته است، حتی در همان صد روز اول در پنج کشور مختلف تحرکات نظامی جدی داشته است: یمن، سوریه، کره شمالی، افغانستان و عراق؛ و گزینه برخورد با ایران هم که همیشه روی میز بوده است. به نظر آنها درخواست افزایش بودجه نظامی ۵۴ میلیارد دلاری و نتوکان‌هایی که صدایشان در این سال‌ها از همیشه بلندتر است، معنایی اقتصادی هم دارد.

اما چینی‌ها هم بیکار ننشسته‌اند، آنها می‌دانند برای تبدیل شدن به قدرت برتر جهان ناگزیر باید ارز خود را جایگزین دلار کنند. سیاست‌های پولی انبساطی چین نشان می‌دهد که یوان دهه‌ها طول می‌کشد تا جایگزین دلار شود. این میان گزینه بهتر جایگزینی طلا به جای دلار است.

چینی‌ها در بورس کالای شانگهای امکان تبدیل یوان به طلا را فراهم کرده‌اند، صادرکنندگان مواد خام به چین علاوه بر یوان و دلار می‌توانند از این گزینه هم بهره بگیرند. تأمین طلا هم از طریق بازار است و نیازی به استفاده از ذخیره طلای دولت نیست. چین بزرگ‌ترین بازار طلای دنیاست و چندی پیش بانک مرکزی روسیه شعبه‌ای در پکن ایجاد کرد که هدف رسمی آن بررسی جنبه‌های فنی انتقال طلا از روسیه به چین بود که بردی برای چشم‌پادامی‌ها به حساب می‌آید. آنها باید نوسان یوان نسبت به دلار را هم کنترل کنند. از آن طرف هم به تدریج ذخیره دلاری و اوراق خزانه آمریکای خود را کاهش می‌دهند.

این کارهای ضروری، تدریجی است و خیلی به درازا خواهد کشید، یک کار دیگر این خواهد بود که چین اعلام کند که پولش را با نرخ ثابت با طلا مبادله خواهد کرد، این به معنای رقیب تراشیدن برای اوراق خزانه آمریکا، یعنی در حال حاضر تنها سرمایه‌گذاری با ریسک صفر، خواهد بود که در صورت پذیرش گسترده به معنای بحران برای دلار و تمام بازارهای مالی غربی است، بحرانی که قضیه ۲۰۰۸ در مقایسه با آن کوچک است. چینی‌ها تاکنون خیلی تهاجمی عمل نکرده بودند، ولی انگار کشتی‌بان را سیاستی دیگر آمده است.

چین به عنوان بزرگ‌ترین واردکننده نفت جهان خود را آماده می‌کند تا قیمت‌گذاری نفت را که به‌طور معمول بر اساس دلار انجام می‌گیرد تغییر دهد. آنها بنا دارند قراردادهای آتی نفت را بر اساس واحد پول خود، یوان پیشنهاد دهند؛ از این پس صادرکنندگان نفت به چین می‌توانند یوان را در بورس شانگهای و هنگ‌کنگ به‌طور کامل به طلا تبدیل کنند! روسیه که پس از قضیه اوکراین با تحریم‌های غرب روبه‌رو شد، زیان زیادی را به دلیل قیمت‌گذاری نفت با دلار متحمل شد. آنها این کاهش قیمت نفت را از چشم آمریکایی‌ها می‌بینند و تمایل دارند که نفت بر مبنای طلا قیمت‌گذاری شود که نوسان آن بسیار کاهش خواهد یافت. می‌دانیم که تا قبل از ۱۹۷۱ دلار بر اساس طلا قیمت‌گذاری می‌شد و نیکسون بساط این پیمان «برتون وودز» را برچید. جالب است که اگر قیمت نفت بر اساس طلا محاسبه شود، نوسان آن بسیار کم خواهد بود.

# اقتصاد در مسیر گام اصلی

چگونه رشدی مطلوب اقتصاد ایران است؟

بارها از رشد اقتصادی و چگونگی آن، و باید‌ها و نیاید‌های آن گفته شده است. این بار بهانه بررسی رشد اقتصادی در ایران مسیر رشد پایدار در اقتصاد ایران است. اقتصاد ایران از کدام مسیر می‌تواند به رشد پایدار برسد؟ حمید آذرمند، تحلیل‌گر اقتصاد ایران، در این شماره به این پرسش پاسخ می‌دهد.

تجلیل‌گر اقتصاد ایران

## مقدمه

از سال‌ها قبل در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه، میانگین رشد اقتصادی کشور، ۸ درصد هدف‌گذاری شده است. رشد اقتصادی ۸ درصد، نرخ رشدی است که کمتر اقتصادی در جهان توانسته است بدان دست یابد و دوره‌ای طولانی آن را تداوم بخشد.

تجربه تاریخی اقتصاد ایران نیز نشان می‌دهد، به رغم هدف‌گذاری‌های بالا، در عمل میانگین رشد اقتصادی ده سال گذشته ۲٫۲ درصد، میانگین رشد اقتصادی بیست سال گذشته ۳٫۵ درصد و میانگین رشد اقتصادی پنجاه سال گذشته کمتر از ۴ درصد بوده است.

دست‌یابی به نرخ رشد‌های بالا و پایدار با محدودیت‌های متعددی مواجه است. در حال حاضر، مهم‌ترین محدودیت‌های رشد اقتصادی در ایران، محدودیت منابع طبیعی (انرژی و آب)، محدودیت تقاضای داخلی، محدودیت بازارهای مالی (نظام بانکی، بازار سرمایه و ابزارهای تأمین مالی)، ضعف زیرساخت‌ها (حمل و نقل و انرژی)، ناکارایی‌ها در سطح اقتصاد خرد (فناوری و فناوری و مقیاس تولید بنگاه‌ها)، کیفیت حکمرانی، کیفیت نهادهای (قوانین و مقررات)، انحصارات، محیط کسب و کار، کیفیت سرمایه انسانی و موانع تجاری است.

مجموع محدودیت‌های ذکرشده، احتمال دست‌یابی به نرخ رشد‌های بالاتر را کاهش می‌دهد و در چنین شرایطی سیاست‌های طرف تقاضا نیز، مانند افزایش مخارج دولت یا افزایش نقدینگی، رشدی ناپایدار ایجاد می‌کند و اثر تورمی دارد. برخی از محدودیت‌های رشد قابل برطرف کردن است و با اصلاح برخی ساختارها و سیاست‌ها می‌توان به نرخ رشد‌های بالاتری دست یافت. با این حال، همان‌طور که در مباحث نظری مطرح شده است و تجربه کشورها نیز مؤید آن است، نرخ رشد‌های بالا، عوارض و تبعات خاص خود را دارد. در این یادداشت، از یک سو به مزایا و ضرورت‌های رشد اقتصادی بالا و از سوی دیگر به هزینه‌ها و مخاطرات پافشاری بر رشد اقتصادی بالا اشاره شده است.

## مزیت‌های رشد اقتصادی بالا

رشد اقتصادی بالا و پایدار، مزیت‌ها و منافعی برای کشور به دنبال دارد که به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود.

### ایجاد اشتغال

در اثر عواملی از جمله تحولات جمعیتی کشور، نرخ مشارکت اقتصادی افزایش یافته است. در چنین شرایطی اگر اقتصاد کشور نتواند متناسب با رشد جمعیت فعال، به حد کافی شغل ایجاد کند، نرخ بیکاری افزایش خواهد یافت. آمارها نیز افزایش ملایم نرخ مشارکت و نرخ بیکاری را تأیید می‌کند. اقتصاد ایران برای ایجاد شغل و کاهش نرخ بیکاری، به ویژه در نیمه دوم دهه ۹۰، به رشد

اقتصادی بالا و پایدار نیاز دارد. روشن است که بیکاری فزاینده تبعات نامطلوبی مانند مشکلات اجتماعی و سیاسی، گسترش اقتصاد پنهان و افزایش مهاجرت نخبگان دارد. بنابراین، دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار برای مواجه نشدن با بحران‌های ناشی از رشد بیکاری، بسیار ضروری است.

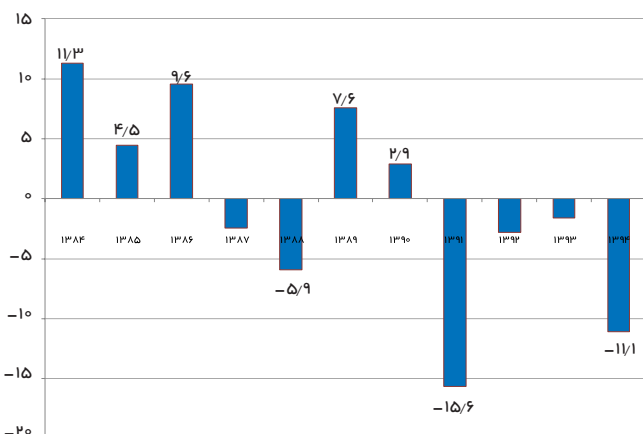
### افزایش درآمد سرانه و رفاه جامعه

رشد اقتصادی بالا و پایدار موجب افزایش درآمد سرانه خالص کشور می‌شود و در نتیجه به بهبود رفاه جامعه کمک می‌کند. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد، طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۴، درآمد سرانه خالص کاهش قابل توجهی داشته است به طوری که درآمد سرانه خالص سال ۱۳۹۴ به قیمت‌های ثابت، حدود ۲۷ درصد کمتر از درآمد سرانه سال ۱۳۸۶ بوده است. کاهش درآمد سرانه به معنی کاهش سطح رفاه جامعه است. جبران این کاهش، مستلزم رشد اقتصادی مستمر و بالا طی چندین سال آینده است. بنابراین، برای جبران کاهش درآمد سرانه سال‌های گذشته و بهبود رفاه جامعه در سال‌های آینده، به رشد اقتصادی بالا و پایدار نیاز است.

### افزایش درآمدهای مالیاتی دولت

کاهش وابستگی بودجه عمومی دولت به درآمدهای نفتی، مستلزم افزایش درآمدهای مالیاتی است که آن هم وابسته به رشد فعالیت‌های اقتصادی بخش‌های مختلف، یا همان رشد تولید ناخالص داخلی غیرنفتی است. با افزایش مستمر تولید ناخالص داخلی کشور، به تناسب امکان افزایش درآمدهای مالیاتی دولت و به تبع آن بهبود ارائه خدمات دولتی فراهم می‌شود. بنابراین برای کاهش وابستگی بودجه دولت به درآمدهای نفتی و افزایش پایداری و توازن بودجه عمومی و همچنین بهبود خدمات دولتی، دست‌یابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار ضروری است.

رشد در درآمد سرانه (خالص) به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۰-۱۰۰۰ ریال



تجربه تاریخی اقتصاد ایران نیز نشان می‌دهد، به رغم هدفگذاری‌های بالا، در عمل میانگین رشد اقتصادی ده سال گذشته ۲،۲ درصد، میانگین رشد اقتصادی بیست سال گذشته ۳،۵ درصد و میانگین رشد اقتصادی پنجاه سال گذشته کمتر از ۴ درصد بوده است.

محل رشد بهره‌وری حاصل شده است. در همان دوره، سهم بهره‌وری در رشد اقتصادی کشورهای هند، پاکستان، آمریکا و ژاپن به ترتیب برابر با ۳۵، ۳۱، ۲۹ و ۲۸ درصد بوده است. رشد متکی بر بهره‌وری، پایدارتر است و عوارض کمتری به دنبال دارد. دوم آنکه، رشد اقتصادی باید کاملاً همراه با مدیریت پایدار محیط‌زیست و صیانت از منابع طبیعی و ثروت‌های زیرزمینی کشور باشد. با افزایش مستمر تولید در کشور، به طور طبیعی به منابع انرژی بیشتری نیاز خواهد بود. اتکال تولید بر منابع تجدیدپذیر و سوخت‌های فسیلی، عوارض محیط‌زیستی نامطلوبی دارد و موجب آلودگی هوا و تخلیه منابع زیرزمینی می‌شود. بنابراین این مسئله حایز اهمیت است که هم‌زمان با هدف‌گذاری برای دستیابی به اهداف رشد اقتصادی بالا، سهم انرژی‌های تجدیدپذیر و انرژی‌های پاک، به ویژه از طریق توسعه نیروگاه‌های بادی و خورشیدی، افزایش یابد. در این بین، سیاست‌گذاری مناسب برای تشویق به صرفه‌جویی انرژی و کاهش اتلاف انرژی و جایگزینی فناوری‌های پر مصرف با انواع کم‌مصرف آن، اهمیت بسیاری دارد. در مورد مصارف آب نیز، این ملاحظه وجود دارد. بخش کشاورزی ایران بسیار بیش از متوسط جهانی آب مصرف می‌کند. در بخش صنعت نیز، بخشی از صنایع کشور مانند پتروشیمی و صنایع معدنی وابستگی زیادی به آب دارند. لازم است، در زمینه بازنگری سیاست‌های کشاورزی و همچنین جای‌یابی احداث بنگاه‌های جدید صنعتی و جایگزینی فناوری‌های پر مصرف و افزایش راندمان آب، سیاست‌گذاری‌های مناسب صورت پذیرد. در زمینه کاهش عوارض تولیدات صنعتی، مباحث مدیریت پسماند و توسعه صنایع بازیافت نیز از اهمیت زیادی برخوردار است.

سوم آنکه، رشد اقتصادی بالا به‌طور اجتناب‌ناپذیری موجب افزایش نابرابری درآمدی و برخی عوارض اجتماعی دیگر خواهد شد. لازم است، هم‌زمان با حمایت از افزایش تولید و رشد اقتصادی، برنامه‌های رفاهی و جبرانی مناسب برای کاهش عوارض اجتماعی به اجرا درآید. البته در اینجا نیز باید توجه کافی داشت که سیاست‌های رفاهی دولت‌ها به گونه‌ای طراحی شود که انگیزه کار و تلاش را از بین نبرد و نافی کارایی و بهره‌وری اقتصاد نباشد.

چهارم آنکه، دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار باید از طریق افزایش ظرفیت‌های طرف عرضه و افزایش ظرفیت تولید و افزایش بهره‌وری اقتصاد حاصل شود. اصرار بر ایجاد رونق و رشد تولید، بدون ایجاد ظرفیت‌های جدید و بدون افزایش بهره‌وری، دولت‌ها را به سوی سیاست‌هایی مانند حمایت از بنگاه‌های ناکارآمد یا سیاست‌های تحریک تقاضا و افزایش مخارج دولتی و افزایش نقدینگی سوق می‌دهد. این گونه سیاست‌ها اگرچه ممکن است رشدی ناپایدار ایجاد کند ولی در نهایت موجب بی‌ثباتی اقتصاد کلان و کاهش توان رقابت‌پذیری اقتصاد در بلندمدت خواهد شد. نکته آخر آنکه، لازم است در هدف‌گذاری‌های اقتصادی واقع‌بین بود. از یک سو لازم است رشدی را هدف‌گذاری کرد که فاصله اقتصاد ایران را با سایر کشورهای منطقه و جهان کاهش دهد. از سوی دیگر، لازم است در هدف‌گذاری‌ها، همه محدودیت‌های رشد و عوارض رشد اقتصادی بالا در نظر گرفته شود. در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های رشد اقتصادی، اگرچه دستیابی به رشد اقتصادی بالا مهم است ولی مهم‌تر از آن، پایداری رشد اقتصادی و مدیریت عوارض رشد است. ■

## بهبود موقعیت کشور در منطقه و جهان

افزایش مستمر تولید ناخالص داخلی هر کشوری با شتابی بیش از سایر کشورها، موجب ارتقای جایگاه آن کشور در منطقه و جهان می‌شود. البته ناگفته نماند که اهمیت و تأثیرگذاری کشورها در اقتصاد جهان، علاوه بر تولید ناخالص داخلی، به مولفه‌های دیگری نیز بستگی دارد که خارج از موضوع این بحث است.

در مورد اقتصاد ایران، رشد اقتصادی بالا و افزایش مستمر تولید ناخالص داخلی، می‌تواند از جمله عوامل افزایش اقتدار کشور و بهبود موقعیت جغرافیای سیاسی کشور باشد. به رغم این واقعیت‌ها، در عمل طی ۱۰ سال گذشته رشد اقتصادی ایران نه‌تنها بیش از سایر کشورهای منطقه و متوسط جهان نبوده بلکه به میزان قابل توجهی کمتر از متوسط منطقه و جهان نیز بوده است.

بر اساس آمارهای بانک مرکزی، متوسط رشد اقتصادی کشور طی ۱۰ سال گذشته برابر با ۲،۲ درصد بوده است. این در شرایطی است که متوسط رشد اقتصادی کشورهای جهان در ۱۰ سال گذشته برابر با ۳،۵ درصد و متوسط رشد اقتصادی کشورهای منطقه برابر با ۳،۸ درصد بوده است. این فاصله بدین معنی است که جایگاه اقتصاد ایران طی ۱۰ سال گذشته در منطقه و جهان کاهش یافته است. بر اساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، میانگین رشد اقتصادی کشورهای جهان طی ۵ سال آینده برابر با ۳،۶ درصد و میانگین رشد اقتصادی کشورهای منطقه برابر با ۳،۴ درصد خواهد بود. براساس برآوردهای نویسنده این مقاله، میانگین رشد اقتصادی ایران طی ۵ سال آینده، در صورت تداوم شرایط فعلی برابر با ۲،۵ درصد خواهد بود. به بیان دیگر، در صورت ادامه شرایط فعلی، فاصله اقتصاد ایران با سایر کشورهای منطقه و متوسط جهان، بیشتر خواهد شد. با این توضیح، اقتصاد ایران به رشدی پایدار و بالاتر از متوسط ۳،۵ درصد نیاز دارد تا مانع تنزل جایگاه اقتصاد کشور در منطقه و جهان شود.

## هزینه‌های رشد اقتصادی بالا

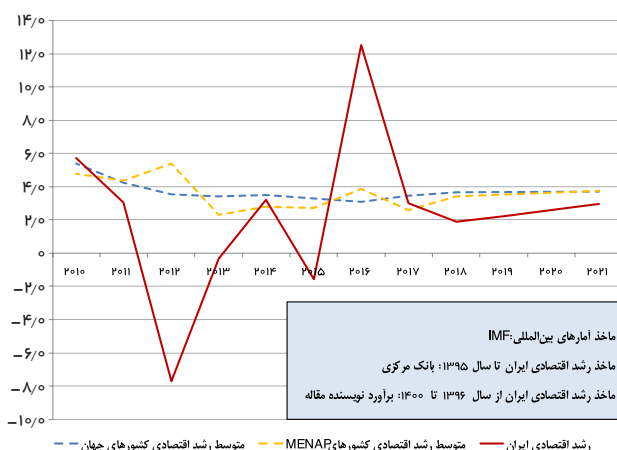
رشد اقتصادی بالا، به رغم همه مزایایی که دارد، هزینه‌ها و عوارض نامطلوبی نیز به دنبال دارد. مهم‌ترین و اصلی‌ترین هزینه رشد اقتصادی بالا، فشار بر منابع طبیعی است. رشد اقتصادی بالا، موجب تخلیه منابع آب، افزایش تولید پسماند، افزایش آلودگی هوا و کاهش منابع و ذخایر تجدیدپذیر کشور می‌شود. اکنون نیز، رشد بخش‌هایی مانند کشاورزی، پتروشیمی، صنایع معدنی و تأمین انرژی، موجب افزایش فشار بر منابع طبیعی و عوارض نامطلوب بر محیط‌زیست بوده است. رشد اقتصادی بالا، حداقل در مراحل ابتدایی خود، برخی عوارض اجتماعی مانند گسترش نابرابری درآمدی را نیز به دنبال دارد. این مسئله همواره مورد انتقاد برخی از اقتصاددانان نسبت به سیاست‌ها و هدف‌گذاری‌های رشد اقتصادی بوده است.

علاوه بر آن، نرخ رشد‌های بالا عوارضی مانند تشدید رونق و رکود چرخه‌های تجاری و در مواردی بروز فشارهای تورمی را نیز به دنبال دارد.

## چگونه رشدی مطلوب اقتصاد ایران است؟

اقتصاد ایران برای کاهش نرخ بیکاری، افزایش درآمد سرانه و سطح رفاه، حفظ جایگاه اقتصادی در منطقه و جهان و تأمین منابع مالی خدمات دولتی، به رشد اقتصادی بالا نیاز دارد. از طرف مقابل، رشد اقتصادی بالا نیز عوارض و هزینه‌هایی به ویژه به لحاظ فشار بر منابع طبیعی و عوارض اجتماعی به دنبال دارد. از سوی دیگر، اصرار بر رشد اقتصادی بالا، معمولاً دولت‌ها را به سوی سیاست‌های تحریک تقاضا مانند افزایش مخارج دولت و افزایش نقدینگی سوق می‌دهد که این گونه سیاست‌ها موجب ناپایداری رشد اقتصادی و بروز فشارهای تورمی و بی‌ثباتی اقتصاد کلان می‌شود. با این توضیحات، رشد اقتصادی مطلوب برای اقتصاد ایران، واجد ویژگی‌هایی است که به طور خلاصه توضیح داده می‌شود:

اول آنکه، بخش معنی‌داری از رشد اقتصادی باید متکی بر بهره‌وری باشد. رشد اقتصادی ایران، عمدتاً متکی بر انباشت عوامل تولید به ویژه موجودی سرمایه ثابت است. چنین رشدی ناپایدار است و موجب تخلیه منابع تجدیدپذیر می‌شود. آمارهای سازمان بهره‌وری آسیایی نشان می‌دهد، رشد بهره‌وری کل عوامل تولید در اقتصاد ایران طی ۴۵ سال گذشته به طور متوسط برابر با منفی ۰،۱ درصد بوده است. به بیان دیگر، در بلندمدت عامل بهره‌وری هیچ سهمی در رشد اقتصادی ایران نداشته است. این در حالی است که در یک دوره ۴۵ ساله، حدود ۳۶ درصد از رشد اقتصادی چین از



## سیاست تجاری در خدمت تولید با ارزش افزوده بیشتر تجربه چین، ترکیه و استرالیا

### تجربه موفقیت

توجه به این مسئله مهم است که سیاست حمایتی تعرفه واردات و مالیات بر صادرات دو سیاست کاملاً جایگزین نیستند و باید در یک چارچوب به هر دو سیاست توجه کرد. بنابراین با در نظر گرفتن این وضعیت که تعرفه واردات کالای نهایی برای کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی در حد پایینی قرار دارد و هدف ایران پیوستن به این سازمان و دستیابی به مزیت‌های عضویت در آن است، کاهش تعرفه واردات مواد خام و اولیه و ایجاد نرخ صفر تعرفه‌ای در نظام تعرفه کشور برای این مواد، سیاستی مهم و اجتناب‌ناپذیر است. به منظور بررسی دقیق‌تر ابزار سیاستی تعرفه واردات و نسبت آن با تعرفه محصولات پایین‌دستی، نگاهی به سیاست چند کشور می‌اندازیم و روی سه زنجیره مواد اولیه و کالا که اهمیت زیادی دارند تمرکز می‌کنیم.

#### چین

قبل از پیوستن به سازمان تجارت جهانی چین متعهد شده بود که تعرفه واردات برای کالاهای نهایی را به میزان قابل توجهی کاهش دهد. به عنوان نمونه چین موافقت کرده بود که تعرفه محصولات صنعتی را از ۳۵ درصد به ۱۷ درصد طی یک دوره ۵ ساله کاهش دهد. تعرفه‌های بالا برای کالای نهایی قبل از پیوستن به سازمان تجارت جهانی نشان دهنده سیاست چین در حمایت از تولیدکنندگان داخلی بوده است. کاهش تعرفه واردات، تولیدکنندگان داخلی را در معرض رقابت با کالای وارداتی قرار می‌داد که از یک طرف می‌توانست اهرمی برای افزایش بهره‌وری باشد و از طرف دیگر سبب فشار به صنایعی می‌شد که توانایی لازم را برای رقابت با کالای وارداتی به دست نیاورده بودند و صنایع نوپا همانند صنایع پایین‌دستی پتروشیمی که در سال‌های انتهایی قرن بیستم مورد توجه دولت چین بودند در این زمره قرار داشتند.

بنابراین هم‌زمان با کاهش تعرفه واردات کالای نهایی، دولت چین در راستای کاهش هزینه تولید و افزایش میزان رقابت‌پذیری صنایع پایین‌دستی تعرفه واردات مواد خام مورد استفاده در صنایع

از نقطه نظر تاریخی ابزار تعرفه واردات مهم‌ترین ابزار سیاست تجاری برای حمایت از تولید کالای نهایی داخلی بوده است اما از طرف دیگر ابزار کمتر مورد استفاده قرار گرفته مالیات بر صادرات کاهشی نیز کارکرد مشابهی با تعرفه افزایشی دارد. این موضوع به طور ویژه برای کشورهای بر خوردار از منابع زیرزمینی و مواد اولیه که اغلب کشورهای در حال توسعه هستند، اهمیت دارد.

سیاست مالیات بر صادرات کاهشی به صورت اعمال مالیات بیشتر بر صادرات مواد خام و کاهش تدریجی مالیات بر حسب میزان ارزش افزوده کالای صادراتی است به گونه‌ای که کالای نهایی می‌تواند معاف از مالیات باشد. به عنوان نمونه کشور چین با داشتن نرخ مالیات بر ارزش افزوده ۱۷ درصد، برای

صادرات نرخ‌های بازپرداخت صفر درصد، ۵ درصد، ۹ درصد، ۱۳ درصد، ۱۶ درصد، و ۱۷ درصد را اعمال می‌کند به طوری که صادرات کالای نهایی همانند کامپیوتر دارای نرخ بازپرداخت کامل است. بنابراین با در نظر گرفتن سیاست حمایت از صنایع پایین‌دستی، سیستم تعرفه فزاینده و مالیات بر صادرات کاهشی می‌تواند در یک راستا عمل کنند با این تفاوت که این دو سیاست از جانب سازمان تجارت جهانی یکسان دیده نشده‌اند. در حالی که تعرفه واردات شدیداً تنظیم و مقررات‌گذاری شده است ۲ و اعضای سازمان تجارت جهانی بیشتر تعرفه‌های وارداتی را در یک سقف مشخصی مقید کرده‌اند، مالیات بر صادرات به صورت مشخص و جدی مقررات‌گذاری نشده است ۳. در حالی که مالیات بر صادرات تحت قواعد کلی رفتار غیر تبعیض‌آمیز بین اعضای سازمان تجارت جهانی قرار می‌گیرد اما در حالت کلی تحت پوشش تعهدات محدودکننده قرار نمی‌گیرند.



پدرام سلطانی

نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

#### در جدول ۱ کدهای تعرفه‌ای مواد خام در نظر گرفته شده آورده شده است

| فصول بررسی شده در سیستم HS                                                                                         | کدهای تعرفه‌ای مورد بررسی                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| فصل ۷۲، چدن؛ آهن و فولاد                                                                                           | کل فصل                                                                                                                                   |
| فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن                                                                                  | تا کد تعرفه ۷۴۱۰                                                                                                                         |
| فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن                                                                                | تا کد تعرفه ۷۵۰۶                                                                                                                         |
| فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن                                                                           | تا کد تعرفه ۷۶۰۷                                                                                                                         |
| فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن                                                                                 | تا کد تعرفه ۷۸۰۴                                                                                                                         |
| فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن                                                                                 | تا کد تعرفه ۷۹۰۵                                                                                                                         |
| فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن                                                                                 | تا کد تعرفه ۸۰۰۵                                                                                                                         |
| فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن                                                                    | از کد تعرفه ۸۱۰۱۱۰ تا ۸۱۰۱۹۳، از کد تعرفه ۸۱۰۲۱۰ تا ۸۱۰۲۹۳، از کد تعرفه ۸۱۰۴۱۱ تا ۸۱۰۴۳۰، ۸۱۰۵۱۰، ۸۱۰۷۱۰، ۸۱۰۸۱۰، ۸۱۰۹۱۰، ۸۱۱۲۱۱، ۸۱۱۲۹۱ |
| مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۵، نمک؛ گوگرد؛ خاک و سنگ؛ گچ؛ آهک و سیمان                                                | کل فصل                                                                                                                                   |
| مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۶، سنگ فلز؛ جوش و خاکستر                                                                 | کل فصل                                                                                                                                   |
| مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۷، سوخت‌های معدنی؛ روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری؛ موم‌های معدنی | کل فصل                                                                                                                                   |
| فصل ۲۸، مواد خام شیمیایی غیرآلی                                                                                    | کل فصل                                                                                                                                   |
| فصل ۲۹، مواد خام شیمیایی آلی                                                                                       | کل فصل                                                                                                                                   |

پایین‌دستی را نیز کاهش داد و هرچقدر تعرفه واردات مواد خام قبل از الحاق به سازمان تجارت جهانی بیشتر بود، میزان کاهش بیشتری در تعرفه واردات به عمل آمد.

میانگین تعرفه واردات برای تمامی مواد خام در سال ۱۹۹۹ در حدود ۷٫۵ درصد بوده است که با پیوستن چین به سازمان تجارت جهانی با ۳ درصد کاهش به ۴٫۵ درصد رسیده است. از طرف دیگر تعرفه واردات کالاهای فرآوری‌شده با ۶٫۳ درصد کاهش از ۱۷٫۱ درصد به حد مرزی ۱۰٫۸ درصد رسیده است. مواد خام شیمیایی، مواد خام معدنی و فلزات به ترتیب دارای بیشترین تعرفه واردات در سال ۱۹۹۹ بودند که با پیوستن به سازمان تجارت جهانی مواد خام شیمیایی، فلزات و مواد خام معدنی به ترتیب بیشترین کاهش در تعرفه واردات را تجربه کرده‌اند. با توجه به افزایش مالیات بر صادرات مواد خام توسط چین بعد از پیوستن به سازمان تجارت جهانی می‌توان نتیجه گرفت که این کشور در راستای حمایت از صنایع پایین‌دستی از هردو ابزار افزایش مالیات بر صادرات مواد اولیه و کاهش تعرفه واردات این مواد، به منظور کاهش هزینه تمام‌شده مواد اولیه این صنایع، استفاده کرده است.

### ترکیه

ترکیه یکی از اقتصادهای نوظهور به حساب می‌آید. به لحاظ تنوع، ترکیه دهمین تولیدکننده مواد معدنی در جهان به شمار می‌آید. در حدود ۶۰ ماده معدنی متفاوت در حال حاضر در ترکیه استخراج و تولید می‌شود. با وجود اینکه ترکیه خود تولیدکننده نفت و گاز طبیعی است اما به طور خالص واردکننده این منابع انرژی به حساب می‌آید. هدف ترکیه تبدیل شدن به یکی از ۱۰ اقتصاد برتر دنیا تا سال ۲۰۳۰ است و به این جهت نیازمند تأمین باثبات مواد خام اولیه با قیمت پایین است. برای بررسی نرخ‌های تعرفه واردات در ترکیه ابتدا نگاهی به نرخ‌های تعرفه میانگین موزون اعمال‌شده روی همه کالاهای طبق آمار بانک جهانی می‌اندازیم. شکل ۱ نرخ‌های تعرفه اعمال‌شده به صورت میانگین موزون روی همه کالاهای سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۱۵ را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در شکل مشاهده می‌شود روند کلی نزولی نرخ‌های تعرفه از سال ۱۹۹۳ از مقدار میانگین ۶٫۱ درصد به میانگین چهارساله منتهی به ۲۰۱۵ در حدود ۲٫۷۵ مشهود است. ترکیه برای واردات کالاهای مختلف تعرفه‌های جداگانه‌ای را اعمال می‌کند. به طور مثال واردات مواد خام آهن و فولاد در فصل ۷۲ سیستم HS از کشورهای مبدأ اتحادیه اروپا، ناحیه تجارت آزاد اروپا، سوریه، تونس، مقدونیه، کرواسی، بوسنی و هرزگوین، مصر، ساحل شرقی و نوار غزه، گرجستان، آلبانی و کوزوو به طور کلی دارای تعرفه صفر است. نرخ‌های تعرفه برای کشورهای در حال توسعه‌ای مثل ایران در برخی کالاهای خام این فصل بیشتر از صفر است و اغلب در بازه کمتر از ۱۵ درصد قرار دارد. با وجود این، بسیاری از کالاهای خام طبقه‌بندی‌شده در این فصل دارای نرخ تعرفه صفر یا معاف از مالیات است.

این بررسی در مورد تعرفه‌های وارداتی ترکیه نشان می‌دهد که توجه به دسترسی صنایع پایین‌دستی، که بخش قابل توجهی از ارزش افزوده صنعت و کل اقتصاد را تولید می‌کند، به مواد خام و اولیه، سیاست اتخاذشده توسط دولت ترکیه است. نرخ‌های تعرفه پایین در مواد اولیه و خام با وجود برخورداری بودن ترکیه از تنوع معدنی قابل توجه و توانایی تولید بالای مواد خام معدنی است. به عنوان مثال ترکیه یکی از صادرکنندگان مهم کرومیت محسوب می‌شود، با وجود این، نرخ تعرفه واردات برای این ماده صفر است. جدول ۳ خلاصه‌ای از تعرفه‌های میانگین واردات برای زنجیره مواد معدنی، فلزات و مواد شیمیایی را برای ترکیه نشان می‌دهد.

جدول ۴ تعرفه محصولات مربوط به حلقه بعدی زنجیره تولید مواد خام هستند و میانگین تعرفه واردات را برای کشور ترکیه در فصول گفته‌شده نشان می‌دهد. همان‌طور که از داده‌های جدول نمایان است برای کشورهای در حال توسعه‌ای همانند ایران تعرفه واردات مصنوعات مواد خام در برخی موارد به طور میانگین از خود مواد خام کمتر است. مثلاً در فصل ۷۲ میانگین نرخ تعرفه‌ها در حدود ۵٫۹ درصد بود در حالی که در فصل ۷۳ میانگین نرخ‌های تعرفه در حدود صفر درصد است. برای فصل ۷۴ واردات مواد خام دارای نرخ تعرفه میانگین در حدود ۰٫۶۸ درصد است در حالی که برای مصنوعات طبقه‌بندی‌شده در ادامه مواد خام در این فصل نرخ میانگین تعرفه واردات در حدود ۰٫۷۱ درصد قرار دارد. در کل می‌توان بیان کرد که نرخ پایه تعرفه واردات چه مواد خام و چه موادی که با یک فاصله از مواد خام قرار دارند برای مبدأ اتحادیه اروپا و کشورهایی که در گروه ذکرشده قرار دارند صفر درصد است. برای کشورهای در حال توسعه که ایران نیز در این گروه قرار دارد در برخی موارد کالاهایی که مرحله اول ارزش افزوده را طی کرده‌اند و از مواد خام به دست می‌آیند دارای تعرفه کمتری نسبت به ماده خام اولیه هستند اما برای کشورهایی که تحت هیچ نوع سیستم تعرفه ترجیحی قرار نمی‌گیرند تعرفه واردات برای هردو ماده خام و کالای فرآوری‌شده بالا است و همچنین افزایش تعرفه‌ها از مواد خام به سمت کالای نهایی مشهود است.

### استرالیا

استرالیا در بین کشورهای توسعه‌یافته به نوعی خاص محسوب می‌شود از این جهت که صادرات عمده این کشور مواد خام هستند و نکته جالب توجه افزایش سهم مواد خام از کل صادرات بین سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۴ تا ۲۰۱۵-۲۰۱۴ از حدود ۳۰ درصد به ۴۵ درصد است و به عنوان مثال سنگ آهن و کنسانتره آن در حالی که در سال ۲۰۰۵-۲۰۰۴ ۴۰٫۲۰۰ درصد از کل صادرات را تشکیل می‌داد در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۴، ۱۷٫۱ درصد از کل صادرات این کشور سنگ آهن و کنسانتره بوده است. استرالیا بزرگ‌ترین صادرکننده سنگ آهن و زغال‌سنگ به حساب می‌آید به طوری که ۳۸ درصد از کل صادرات زغال‌سنگ دنیا و ۵۵ درصد از کل صادرات سنگ آهن دنیا توسط این کشور انجام می‌شود. علاوه بر این، این کشور دارای ذخایر قابل توجه نیکل و آلومینیوم است و در سال

جدول ۳ - میانگین تعرفه واردات مواد خام به ترکیه

| کشورهای در حال توسعه همانند ایران               | اتحادیه اروپا، ناحیه تجارت آزاد اروپا، اسرائیل، سوریه، تونس، مقدونیه، کرواسی، بوسنی و هرزگوین، مصر، ساحل شرقی و نوار غزه، گرجستان، آلبانی، کوزوو | کشورهای در حال توسعه همانند ایران |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| فصل ۷۲، آهن و فولاد                             | صفر                                                                                                                                              | ۵٫۹ درصد                          |
| فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن               | صفر                                                                                                                                              | ۰٫۶۸ درصد                         |
| فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن             | معاف                                                                                                                                             | معاف                              |
| فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن        | صفر                                                                                                                                              | ۳٫۶ درصد                          |
| فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن              | صفر                                                                                                                                              | ۱٫۴ درصد                          |
| فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن              | صفر                                                                                                                                              | ۲٫۱ درصد                          |
| فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن              | معاف                                                                                                                                             | معاف                              |
| فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن | صفر                                                                                                                                              | ۱٫۷ درصد                          |
| مواد معدنی، فصل ۲۵ و ۲۶ و ۲۷                    | صفر                                                                                                                                              | تقریباً صفر                       |
| فصل ۲۸، مواد خام شیمیایی غیر آلی                | صفر                                                                                                                                              | ۰٫۵ درصد                          |
| فصل ۲۹، مواد خام شیمیایی آلی                    | صفر                                                                                                                                              | ۰٫۷ درصد                          |

جدول ۴ - میانگین تعرفه واردات مصنوعات مواد خام از مبدأ ورودی

| کشورهای در حال توسعه همانند ایران | اتحادیه اروپا، ناحیه تجارت آزاد اروپا، اسرائیل، سوریه، تونس، مقدونیه، کرواسی، بوسنی و هرزگوین، مصر، ساحل شرقی و نوار غزه، گرجستان، آلبانی، کوزوو |                                                 |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| در حدود صفر درصد                  | صفر                                                                                                                                              | فصل ۷۳، آهن و فولاد                             |
| ۰،۷۱ درصد                         | صفر                                                                                                                                              | فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن               |
| معاف                              | معاف                                                                                                                                             | فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن             |
| ۲،۹ درصد                          | صفر                                                                                                                                              | فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن        |
| ۱،۵ درصد                          | صفر                                                                                                                                              | فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن              |
| ۱،۵ درصد                          | صفر                                                                                                                                              | فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن              |
| معاف                              | معاف                                                                                                                                             | فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن              |
| ۱،۷ درصد                          | صفر                                                                                                                                              | فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن |
| ۲،۸۸ درصد                         | صفر                                                                                                                                              | فصل ۳۱، کودها                                   |

نرخ‌های تعرفه واردات به استرالیا برای کالاهایی که با یک پله ارزش افزوده روی مواد خام به دست می‌آیند برای فصول مورد نظر ما در جدول ۶ آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود در اغلب فصول، افزایش تعرفه‌ها از مواد خام به کالای فرآوری شده مشاهده می‌شود. با وجود این، نرخ‌های تعرفه در سطوح بسیار پایینی قرار دارند. در فصل ۷۳ که مصنوعات از چدن و آهن و فولاد قرار دارد نرخ میانگین تعرفه واردات به ۴،۶۸ درصد رسیده است. در فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته نرخ تعرفه واردات تمامی کالاهایی که در ادامه مواد خام قرار دارند ۵ درصد است (نرخ تعرفه پایه) و بنابراین چیزی در حدود ۹۲ درصد افزایش نسبت به تعرفه مواد خام را نشان می‌دهد. در فصول ۷۵، ۷۸ و ۷۹ که نرخ‌های تعرفه صفر درصدی مواد خام را داشتیم کالاهای با یک پله ارزش افزوده مشمول نرخ تعرفه میانگین به ترتیب ۱،۱ و ۲،۵ درصدی شده‌اند. در فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن نیز افزایش میانگین تعرفه از ۳،۴ درصد به ۴،۷۵ درصد مشاهده می‌شود. در بقیه فصول نیز تعرفه‌ها در حداقل مقدار خود تثبیت شده‌اند.

| میانگین تعرفه واردات                            | مصنوعات مواد خام |
|-------------------------------------------------|------------------|
| فصل ۷۳، مصنوعات چدن؛ آهن و فولاد                | ۴،۶۸ درصد        |
| فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن               | ۵ درصد           |
| فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن             | ۱ درصد           |
| فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن        | ۴،۷۵ درصد        |
| فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن              | ۱ درصد           |
| فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن              | ۲،۵ درصد         |
| فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن              | صفر              |
| فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن | صفر              |
| فصل ۳۱، کودها                                   | صفر              |

#### تعرفه واردات مواد خام در ایران

ایران با دارا بودن بیش از ۶۰ نوع محصول معدنی متفاوت در بین کشورهای جهان در رتبه پانزدهم کشورهای دارای منابع معدنی غنی قرار گرفته است. این منابع شامل کروم، زغال سنگ، مس، سنگ آهن، سرب، منگنز و روی می‌شوند. تصور بر این است که در ایران صنایع پایین دستی به لحاظ دسترسی به مواد اولیه تولید، دارای مزیت رقابتی نسبت به رقبای بین‌المللی خود باشند. اما نگاهی به تعرفه واردات مواد خام گویای حقیقت دیگری است. جدول ۷ نرخ تعرفه واردات برای مواد خام طبقه‌بندی شده در سه زنجیره عرضه مواد معدنی، فلزات اساسی و مواد شیمیایی را به ایران نشان می‌دهد. با مقایسه نرخ‌های تعرفه واردات این مواد خام به ایران با نرخ‌های پیش تر آورده شده برای کشورهای چین، ترکیه و استرالیا این گمان به ذهن خطور می‌کند که هزینه تمام شده مواد اولیه

۲۰۱۵ چهارمین تولیدکننده بزرگ نیکل در دنیا و بزرگ‌ترین تولیدکننده بوکسیت و دومین تولیدکننده آلومینا بود. این کشور همچنین دارای ذخایر قابل توجه مس است به طوری که در سال ۲۰۱۵ پنجمین تولیدکننده بزرگ مس در دنیا به حساب می‌آمد. به لحاظ ذخایر نقره و روی نیز این کشور در جایگاه بالایی قرار دارد. برای بررسی نرخ‌های تعرفه واردات به استرالیا ابتدا نگاهی به نرخ‌های تعرفه میانگین موزون اعمال شده روی همه کالاهای طبق آمار بانک جهانی می‌اندازیم. شکل ۲ نرخ‌های تعرفه اعمال شده به صورت میانگین موزون روی همه کالاهای برای سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۱۵ را نشان می‌دهد. همان‌طور که در شکل مشاهده می‌شود روند کلی نزولی نرخ‌های تعرفه از سال ۱۹۹۳ از مقدار ۹،۷۵ درصد به میانگین چهارساله منتهی به ۲۰۱۵ در حدود ۱،۸۵ مشهود است. کاهش قابل توجه تعرفه‌ها از سال ۱۹۹۹ به سال ۲۰۰۰ در راستای سیاست‌های قبلی دولت در راستای کاهش تمامی تعرفه‌ها به سطح زیر ۵ درصد بوده است. توجه به نرخ‌های تعرفه واردات مواد خام به خصوص موادی که استرالیا در آنها دارای مزیت قابل توجهی است نشان می‌دهد که تولیدکننده‌های بخش پایین دستی صنایع در دسترسی به مواد خام حداقل با قیمت جهانی متحمل هزینه‌های اضافی نیستند و از این جهت در مقابل رقبای خارجی خود دچار عدم مزیت هزینه ماده خام نیستند. جدول ۵ نرخ‌های تعرفه واردات برای زنجیره‌های عرضه مهم مواد خام را در کشور استرالیا نشان می‌دهد و همان‌طور که از جدول برمی‌آید به جز در سه فصل که تعرفه پایین غیرصفری اعمال می‌شود برای بقیه مواد خام طبقه‌بندی شده در فصول دیگر نرخ تعرفه صفر درصد اعمال می‌شود.

| میانگین تعرفه واردات                            | مواد خام |
|-------------------------------------------------|----------|
| فصل ۷۲، آهن و فولاد                             | ۴ درصد   |
| فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن               | ۲،۶ درصد |
| فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن             | صفر      |
| فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن        | ۳،۴ درصد |
| فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن              | صفر      |
| فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن              | صفر      |
| فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن              | صفر      |
| فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن | صفر      |
| مواد معدنی، فصل ۲۵ و ۲۶ و ۲۷                    | صفر      |
| فصل ۲۸، مواد خام شیمیایی غیر آلی                | صفر      |
| فصل ۲۹، مواد خام شیمیایی آلی                    | صفر      |

صنایع پایین‌دستی در ایران باید به طور قابل توجهی بیشتر از رقبای خارجی آنها باشد. تعرفه واردات قابل توجه برای مواد خام و معافیت صادرات از هر نوع مالیاتی سبب تمرکز هرچه بیشتر تولیدکنندگان مواد خام و اولیه به صادرات این مواد و فشار بیشتر روی تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی بوده است. یعنی از دو کانال تعرفه‌های بالای واردات مواد خام و سیاست انگیزشی معافیت از مالیات بر صادرات، صنایع پایین‌دستی تحت فشار تامین ماده اولیه خود قرار گرفته‌اند که نتیجه آن عمیق نبودن زنجیره تولید در کشور و ارزش افزوده پایین کالای صادراتی و نرخ بیکاری بالا است.

| مواد خام                                                                                                           | میانگین تعرفه واردات |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| فصل ۷۲، چدن؛ آهن و فولاد                                                                                           | ۱۴،۹۸ درصد           |
| فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن                                                                                  | ۵،۳۴ درصد            |
| فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن                                                                                | ۵ درصد               |
| فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن                                                                           | ۹،۶۹ درصد            |
| فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن                                                                                 | ۵ درصد               |
| فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن                                                                                 | ۶ درصد               |
| فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن                                                                                 | ۵ درصد               |
| فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن                                                                    | ۵ درصد               |
| مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۵، نمک؛ گوگرد؛ خاک و سنگ؛ گچ؛ آهک و سیمان                                                | ۵،۹۶ درصد            |
| مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۶، سنگ فلز؛ جوش و خاکستر                                                                 | ۵،۱۹ درصد            |
| مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۷، سوخت‌های معدنی؛ روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری؛ موم‌های معدنی | ۷،۱۵ درصد            |
| فصل ۲۸، مواد خام شیمیایی غیرآلی                                                                                    | ۶،۴۳ درصد            |
| فصل ۲۹، مواد خام شیمیایی آلی                                                                                       | ۹،۲۱ درصد            |

برای مقایسه نرخ‌های تعرفه مواد خام و کالاهایی که با یک پله ارزش افزوده از مواد خام به دست می‌آیند نرخ‌های تعرفه واردات در فصول ۷۳ تا ۸۱ و همچنین فصل ۳۱ از بخش ششم را در جدول ۸ آورده‌ایم. همان‌طور که در جدول نشان داده شده است افزایش تعرفه‌ها با افزایش ارزش افزوده مشاهده می‌شود و در برخی موارد افزایش تعرفه‌ها قابل توجه نیز هست. به عنوان مثال در فصل ۷۴ اختلاف بین تعرفه مواد خام و کالای فرآوری شده ۱۲،۰۸ واحد درصد است که نشان‌دهنده ۲۲۶ درصد افزایش در نرخ تعرفه از مواد خام به کالای فرآوری شده است. در فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن، اختلاف بین تعرفه واردات مواد خام و کالای فرآوری شده‌ای که بلافاصله بعد از مواد خام قرار دارند ۷،۳۱ واحد است که نشان‌دهنده ۷۵ درصد افزایش تعرفه از مواد خام به کالای فرآوری شده است.

| مصنوعات حاصل از مواد خام                        | میانگین تعرفه واردات |
|-------------------------------------------------|----------------------|
| فصل ۷۳، مصنوعات چدن؛ آهن و فولاد                | ۱۸،۵۷ درصد           |
| فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن               | ۱۷،۴۲ درصد           |
| فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن             | ۵ درصد               |
| فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن        | ۱۷ درصد              |
| فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن              | ۵ درصد               |
| فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن              | ۷،۵ درصد             |
| فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن              | ۵ درصد               |
| فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن | ۵ درصد               |
| فصل ۳۱، کودها                                   | ۵ درصد               |

مقایسه تعرفه واردات مواد خام و مصنوعات ساخته‌شده با یک پله ارزش افزوده بین کشورهای ایران، ترکیه و استرالیا در جدول ۹ برای سهولت مقایسه، نرخ‌های تعرفه واردات مواد خام برای سه کشور ایران، ترکیه و استرالیا در کنار هم قرار داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود در هر فصلی نرخ‌های تعرفه واردات مواد خام برای ایران به طور قابل توجهی بالاتر از ترکیه و استرالیا است.

در جدول ۱۰ برای سهولت مقایسه نرخ‌های میانگین تعرفه واردات مصنوعات ساخته‌شده با یک پله ارزش افزوده برای کشورهای ایران، ترکیه و استرالیا آورده شده است. همانند مواد خام اینجا نیز اختلاف فاحشی در میانگین نرخ تعرفه‌ها در فصول مختلف مشاهده می‌شود. به عنوان مثال در فصل ۷۳، مصنوعات چدن؛ آهن و فولاد، میانگین نرخ تعرفه برای ایران ۱۸،۵۷ درصد است در حالی که ترکیه نرخ تعرفه صفر و استرالیا ۴،۶۸ درصد اعمال می‌کند. با توجه به اینکه درصد افزایش تعرفه‌ها از مواد خام به کالای فرآوری شده در حالت کلی برای ایران بیشتر است، انتظار این است که اختلاف بین تعرفه‌ها در کالاهای فرآوری شده نیز بیشتر از اختلاف در مواد خام باشد که چنین نیز هست و نرخ میانگین تعرفه واردات همان‌طور که در شکل‌های ۱ و ۲ دیدیم برای ترکیه و استرالیا به ترتیب در حدود ۲،۷۵ و ۱،۸۵ است در حالی که برای ایران حدود ۱۸ درصد قرار دارد.

با توجه به مسیر طی‌شده توسط سایر کشورهایی که پیش‌تر از ما حرکت می‌کنند و شرایطی که ایران از حیث دارا بودن مواد اولیه دارد، برای تقویت رقابت‌پذیری صنایع پایین‌دستی کشور و افزایش تولید با ارزش افزوده در داخل که منجر به افزایش اشتغال نیز خواهد شد، لازم است که یک سیاست چندوجهی که منجر به کاهش قیمت مواد اولیه در کشور در عین حفظ قدرت تولید و سودآوری این تولیدکنندگان می‌شود به مرحله اجرا درآید. اجرای این سیاست چندوجهی عبارت‌اند از:

با اتخاذ سیاست‌های مالیاتی شیب قیمت مواد اولیه تولید صنایع بزرگ به سمت تأمین و تقویت صنایع مکمل داخلی برگردد. در این راستا لازم است که معافیت مالیات بر درآمد صادرات مواد اولیه پتروشیمی، پالایشی و فلزات پایه حذف شود.

برای رقابتی نگه داشتن بازار مواد اولیه و افزایش بهره‌وری تولید مواد خام و اولیه در کشور، حقوق ورودی مواد اولیه تولید داخل به سطح صفر کاهش یابد.

با تعریف یک ساز و کار سنجش آستانه رقابت‌پذیری، استرداد مالیات ارزش افزوده در صادرات مواد اولیه کالا یا جزئاً متوقف شود.

در بخش‌هایی که لازم است، نرخ خوراک یا سایر حقوق دولتی صنایع بزرگ برای جبران اثر هزینه دو بند فوق بازنگری و تعدیل شود به نحوی که سودآوری متعارف این صنایع برقرار باشد. برای ایجاد صنایع بزرگ جدید یا توسعه تولید صنایع بزرگ موجود، تخفیف‌های خوراک به میزان ۲۰-۱۵ درصد به مدت ۳-۵ سال از زمان بهره‌برداری در نظر گرفته شود به نحوی که ایران جذاب‌ترین قطب سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمی پالایشی و فلزات پایه باقی بماند. نظام رگولاتوری برای حوزه نفت، پتروشیمی و سایر بخش‌هایی که در آنها انحصار دولتی یا قانونی وجود دارد طراحی و راه‌اندازی شود.

در صورت امکان تغییر فناوری، سازوکاری برای تغییر خوراک پتروشیمی‌های مصرف‌کننده خوراک مایع، به خوراک گاز با استفاده از تسهیلات ماده ۱۲ تدارک دیده شود.

کلیه مشوق‌های صادراتی برای صنایع بزرگ (از جمله جواز صادراتی، انتخاب به عنوان صادرکننده نمونه و مانند اینها) حذف شود و منابع آن به تشویق صنایع مکمل آنها (صنایع کوچک و متوسط) منتقل شود.

به عوض مشوق‌های صادراتی برای صنایع بزرگ، مشوق‌ها و الزاماتی در راستای نوآوری، تحقیق و توسعه و سازگاری با محیط زیست مقرر شود تا موجب شود صنایع بزرگ به بومی‌سازی فناوری‌ها و بهره‌وری بیشتر سوق یابند و مخاطرات محیط‌زیستی‌شان به حداقل برسد.

با توجه به اینکه مجموعه اقدامات فوق بازار داخلی مواد اولیه و همچنین محصولات صنایع مکمل آنها را رقابتی خواهد کرد، کلیه مداخلات دستوری دولت در قیمت‌گذاری تولیدات این صنایع متوقف شود.

| میانگین تعرفه واردات (درصد) |                                   |                                                                                                                                                  | مواد خام |                                                                                                                    |
|-----------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| استرالیا                    | ترکیه                             | ایران                                                                                                                                            |          |                                                                                                                    |
|                             | کشورهای در حال توسعه همانند ایران | اتحادیه اروپا، ناحیه تجارت آزاد اروپا، اسرائیل، سوریه، تونس، مقدونیه، کرواسی، بوسنی و هرزگوین، مصر، ساحل شرقی و نوار غزه، گرجستان، آلبانی، کوزوو |          |                                                                                                                    |
| ۴                           | ۵،۹                               | صفر                                                                                                                                              | ۱۴،۹۸    | فصل ۷۲، چدن؛ آهن و فولاد                                                                                           |
| ۲،۶                         | ۰،۶۸                              | صفر                                                                                                                                              | ۵،۳۴     | فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن                                                                                  |
| صفر                         | معاف از تعرفه                     | معاف از تعرفه                                                                                                                                    | ۵        | فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن                                                                                |
| ۳،۴                         | ۳،۶                               | صفر                                                                                                                                              | ۹،۶۹     | فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن                                                                           |
| صفر                         | ۱،۴                               | صفر                                                                                                                                              | ۵        | فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن                                                                                 |
| صفر                         | ۲،۱                               | صفر                                                                                                                                              | ۶        | فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن                                                                                 |
| صفر                         | معاف از تعرفه                     | معاف از تعرفه                                                                                                                                    | ۵        | فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن                                                                                 |
| صفر                         | ۱،۷                               | صفر                                                                                                                                              | ۵        | فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن                                                                    |
| صفر                         | تقریباً صفر                       | صفر                                                                                                                                              | ۵،۹۶     | مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۵، نمک؛ گوگرد؛ خاک و سنگ؛ گچ؛ آهک و سیمان                                                |
| صفر                         | تقریباً صفر                       | صفر                                                                                                                                              | ۵،۱۹     | مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۶، سنگ فلز؛ جوش و خاکستر                                                                 |
| صفر                         | تقریباً صفر                       | صفر                                                                                                                                              | ۷،۱۵     | مواد معدنی بخش پنجم، فصل ۲۷، سوخت‌های معدنی؛ روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری؛ موم‌های معدنی |
| صفر                         | ۰،۵                               | صفر                                                                                                                                              | ۶،۴۳     | فصل ۲۸، مواد خام شیمیایی غیر آلی                                                                                   |
| صفر                         | ۰،۷                               | صفر                                                                                                                                              | ۹،۲۱     | فصل ۲۹، مواد خام شیمیایی آلی                                                                                       |

- GATT Article II
- GATT Article I and Article XI
- Most Favored Nation, MFN, principle
- Garred, J. Export Taxes , Industrial Policy and the Value Chain in China After WTO. (2014).
- Kosovo
- bauxite
- <http://www.infomine.com/countries/iran.asp>

برای تحقق بسته پیشنهادی فوق لازم است با ایجاد اجماع در ذی نفعان دولتی، عمومی و خصوصی آن، به ویژه صنایع بزرگ دولتی و عمومی، دست به اصلاح برخی قوانین و مقررات ناظر بر موارد فوق زد. در این خصوص کاری در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با همکاری کمیسیون‌ها و تشکلهای ذی ربط آغاز شده است که امید است در فرصت کوتاه باقی مانده بتوان به آن جامه عمل پوشاند. ■

پی‌نوشت‌ها

#### 1. Tariff escalation

| میانگین تعرفه واردات (درصد) |                                   |                                                                                                                                                  | مصنوعات مواد خام |                                                 |
|-----------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------|
| استرالیا                    | ترکیه                             | ایران                                                                                                                                            |                  |                                                 |
|                             | کشورهای در حال توسعه همانند ایران | اتحادیه اروپا، ناحیه تجارت آزاد اروپا، اسرائیل، سوریه، تونس، مقدونیه، کرواسی، بوسنی و هرزگوین، مصر، ساحل شرقی و نوار غزه، گرجستان، آلبانی، کوزوو |                  |                                                 |
| ۴،۶۸                        | تقریباً صفر                       | صفر                                                                                                                                              | ۱۸،۵۷            | فصل ۷۳، مصنوعات چدن؛ آهن و فولاد                |
| ۵                           | ۰،۷۱                              | صفر                                                                                                                                              | ۱۷،۴۲            | فصل ۷۴، مس و کالاهای وابسته به آن               |
| ۱                           | معاف از تعرفه                     | معاف از تعرفه                                                                                                                                    | ۵                | فصل ۷۵، نیکل و کالاهای وابسته به آن             |
| ۴،۷۵                        | ۲،۹                               | صفر                                                                                                                                              | ۱۷               | فصل ۷۶، آلومینیوم و کالاهای وابسته به آن        |
| ۱                           | ۱،۵                               | صفر                                                                                                                                              | ۵                | فصل ۷۸، سرب و کالاهای وابسته به آن              |
| ۲،۵                         | ۱،۵                               | صفر                                                                                                                                              | ۷،۵              | فصل ۷۹، روی و کالاهای وابسته به آن              |
| صفر                         | معاف از تعرفه                     | معاف از تعرفه                                                                                                                                    | ۵                | فصل ۸۰، قلع و کالاهای وابسته به آن              |
| صفر                         | ۱،۷                               | صفر                                                                                                                                              | ۵                | فصل ۸۱، دیگر فلزات اساسی و کالاهای وابسته به آن |
| صفر                         | ۲،۸۸                              | صفر                                                                                                                                              | ۵                | فصل ۳۱، کودها                                   |



# .....روایت.....



طول عمر کسب و کارها در ایران کوتاه است؟!

## رونق خیالی

کسب و کارهای ایرانی تاریخ انقضا دارند؟ با نگاهی به بنگاه‌های اقتصادی می‌توانیم پاسخ این سؤال را دریابیم. بیشتر کسب و کارها در ایران عمر چندان طولانی ندارند. می‌توان چند دلیل را برای این چالش متصور بود. نخست اینکه بنگاه‌ها خود را بر اساس فناوری‌های روز پیش نبرده‌اند. دوم اینکه فضای نامناسب کسب و کار مانع بقای عمر بنگاه‌ها در ایران شده است. سوم اینکه مدیریت نادرست یک بنگاه عمر آن را کوتاه‌مدت کرده است. اما گروه دیگری از بنگاه‌های اقتصادی نیز در کشور وجود دارند که به رغم مشکلات زیاد، همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند. بیشتر این بنگاه‌ها خانوادگی هستند. البته خانوادگی بودن بنگاه‌های اقتصادی هم می‌تواند موجب طول عمر زیاد آن کسب و کار باشد و هم می‌تواند به نابودی آن بینجامد. مهم‌ترین موضوعی که می‌تواند ماندگاری یک بنگاه را تا حد زیادی تضمین کند، جدایی مالکیت از مدیریت است. چیزی که در بنگاه‌های اقتصادی ایران به خصوص آن دسته از بنگاه‌ها که خانوادگی هستند، کمتر دیده می‌شود. شرکت‌هایی که توانسته‌اند در این امر موفق عمل کنند، مقاومت بیشتری در برابر مشکلات دارند.

# کسب و کارهای خانوادگی کجا رفت؟

## تفکیک مالکیت از مدیریت موجب طول عمر بنگاه‌ها می‌شود



محمد رضا انصاری

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران

ترتیب بتواند از قدرت سایر مدیران قابل استفاده کند. به هر حال شرکت‌های خانوادگی به ناچار به شیوه سنتی اداره می‌شوند. در این شرکت‌ها بنیان‌گذار بر همه امور واقف است و تا حد ظرفیت و استعداد خود، مسائل را سازمانده می‌کند. ممکن است به شرکت غول‌آسایی هم تبدیل شود؛ ولی در برخی موارد، مدت‌زمان حیات آن به عمر فرد بستگی دارد. اما نیمه دیگر این است که ممکن است در شرکت‌های خانوادگی چون تعداد افراد زیادتر است، کسب و کار تا چند نسل زنده بماند. چرا که نسل‌های بعد نیز برای آن کسب و کار تربیت می‌شوند، رموز مدیریت را یاد می‌گیرند و چون با هم کار می‌کنند، می‌توانند جای یکدیگر را بگیرند. البته این اتفاق در شرایطی رخ می‌دهد که خانواده صمیمی باشند. از این دست کسب و کار در ایران و در دنیا کم نیستند.

در اروپا، با وجود اینکه بیشتر شرکت‌ها سهامی عام می‌شوند، با تفکیک مدیریت از مالکیت، عمرشان زیاد می‌شود، با این حال شرکت‌های خانوادگی همچنان کار می‌کنند. از سویی در مواردی دیده شده شرکت خانوادگی نیست، اما یک خانواده صاحب سهام عمده‌ای از یک شرکت سهامی عام می‌شود که باز هم در کار آنها اختلالی ایجاد نمی‌کند؛ زیرا مالکیت از مدیریت جدا شده است. سرمایه‌داران آمریکایی در شرکت‌های عام سهام‌داران عمده هستند، ولی مدیر نیستند و این موضوع مهمی است.

استفاده از تکنولوژی‌های نوین نیز می‌تواند موجب ماندگاری کسب و کار شود. چرا که در دنیا خلایق در کسب و کار و پیشرفت در زمینه تکنولوژی است که شرکت‌ها را در عرصه رقابت‌های سنگین حفظ کرده است. یعنی شرکت‌هایی می‌توانند ماندگار شوند که متدهای فناوری خود را تغییر دهند؛ روش‌های مدیریتی را تغییر دهند؛ در مدیریت خلاقیت داشته باشند و بتوانند در حل مسائل از تکنولوژی‌های پیشرفته‌تر استفاده کنند. کافی است برای درک اهمیت این موضوع، رقابت بین شرکت‌های مختلف موبایل را ببینید. در تمام این عرصه‌ها همین‌طور است. حتی در بخش‌های خدماتی هم این ویژگی دیده می‌شود. اگر یک شرکت فنی، مهندسی خود را مدرن و به تکنولوژی‌های پیشرفته مجهز نکند و خلاقیت و نوآوری در مدیریت نداشته باشد، حتما در عرصه جهانی ناموفق است. مادر این قضیه با دنیا کمی متفاوت هستیم، زیرا دروازه‌های ایران تقریباً بسته است. ما با دنیا مراد زیادی نداریم. شرکت‌هایی که در بیرون از مرزها با دنیا در ارتباطند، با پدیده‌ای که ذکر کردم کاملاً آشنا هستند. دنیای امروز به‌جز این نیست. اگر شرکتی این موارد را نادیده بگیرد در دنیای اقتصاد امروزی غرق می‌شود.

شیوه‌هایی که در ایران به کار بسته می‌شود و اصولی که بر قانون تجارت ماحاکم است، مشکلاتی را برای دوام شرکت‌ها ایجاد کرده و نمی‌توان دوام آنها را تضمین کرد. بنگاه‌ها و شرکت‌های ما بیشتر یک‌نسلی هستند. نگاه قانون تجارت به شرکت‌های سهامی عام هم به گونه‌ای است که نمی‌توانند روان و راحت به حیات خود ادامه دهند. شرکت‌های سهامی وقتی وارد بورس می‌شوند، باید شفافیت کامل داشته باشند و تمام فعالیت‌های مالی آنها قابل رویت باشد تا از طریق بورس حق معامله سهام داشته باشند. این شرایط از طرفی بسیار مثبت است؛ زیرا شرکت‌ها سالم‌سازی می‌شوند و می‌توانند در دنیا کار کنند، ولی از طرف دیگر با شرکت‌هایی که در بازار به صورت سنتی کار می‌کنند، نمی‌توانند رقابت کنند. در نتیجه باید اصلاحاتی در حمایت از شرکت‌هایی که سهامی عام می‌شوند اتفاق بیفتد تا این جریان بتواند موجب ماندگاری شرکت‌ها شود. بنگاه‌های ما امروز با وضعیت موجود و عدم حمایت از شرکت‌های سهامی عام نمی‌توانند ماندگار باشند؛ زیرا در رقابت سختی قرار دارند. تمایل شرکت‌ها برای تبدیل به سهامی عام شدن و ماندگاری برای چند نسل در شرکت‌های ایران کم است. همچنین کمتر شرکتی را در بخش خصوصی می‌بینیم که سهامی عام و در بورس باشد. این در حالی است که ده‌ها هزار شرکت در کشور کار می‌کند. برای رفع این نقیصه باید حتماً از طریق قانون، بستری برای حمایت از افرادی که به سمت تفکیک مدیریت از مالکیت پیش می‌روند، فراهم شود. در غیر این صورت افراد تمایل دارند به روش‌های سنتی کار را ادامه دهند و در نتیجه باید انتظار داشته باشیم که عمر شرکت‌ها کوتاه باشد. ■

در ایران بنگاه‌ها به شیوه سنتی اداره می‌شوند. به این معنی که پایه‌گذار بنگاه و شرکت، ضمن اینکه مالک است، مدیریت شرکت را نیز بر عهده دارد و آن را از خودش جدا نمی‌کند. نتیجه این نوع مدیریت آن است که مالکیت و مدیریت بر هم منطبق می‌شوند. به همین دلیل در شیوه‌های سنتی دو عارضه اتفاق می‌افتد: یکی وسعت کار شرکت به اندازه توانایی فرد بنیان‌گذار می‌شود؛ دوم عمر شرکت به اندازه عمر بنیان‌گذار است و به همین دلیل شرکت‌های ما عموماً یک‌نسلی هستند. تصادفاً ممکن است نسل بعد همان ظرفیت‌های بنیان‌گذار اولیه را داشته باشد تا بتواند نهادی را که بنیان‌گذار اصلی ایجاد کرده، ادامه دهد. در نتیجه به‌جز موارد نادر که فرزندان ادامه‌دهنده راه نسل قبل هستند و آن را زنده نگه می‌دارند، در بقیه موارد شرکت از بین می‌رود و طول عمر آن برابر با دوران کاری بنیان‌گذار است. تا زمانی که مالکیت عین مدیریت است، یعنی صاحب اصلی شرکت همان بنیان‌گذار شرکت است و سهام غالب شرکت را دارد، با فوت صاحب بنگاه، شرکت هم می‌میرد و عمر بنگاه و کسب و کار نیز تمام می‌شود. مگر اینکه فرزندان، ظرفیت اداره آن بنگاه را داشته باشند یا مانند والدین خود خلاق باشند. اما ماندگاری در دنیا متفاوت است؛ در این شیوه مالکیت از مدیریت تفکیک می‌شود. یعنی صاحب شرکت، صاحب سهام شرکت می‌شود و مدیرانی که برای اداره شرکت انتخاب می‌شوند، افراد لایق و شایسته هستند. عموماً در شرکت‌های سهامی عام تعداد زیادی سهام‌دار وجود دارد که لزوماً مدیر نیستند. مدیر کسی است که قابلیت مدیریت این مجموعه را داشته باشد. در نتیجه این سیستم دوام می‌آورد، زیرا هم سهام می‌تواند به افراد دیگر انتقال یابد و هم مدیریت در جریان جداگانه‌ای که شناخت قابلیت‌ها ملاک آن است، جابه‌جا می‌شود و این شرکت می‌تواند عمر طولانی داشته باشد.

شرکت‌های خانوادگی از یک سو می‌تواند مزیت محسوب شود و از سوی دیگر یک ایراد؛ تجربه من نشان می‌دهد که خانوادگی بودن کسب و کار، هم در ایران و هم در دنیا به دوام آن کمک می‌کند. اگر کسب و کار خانوادگی باشد، به دلیل اینکه چند نفر از اعضای صمیمی خانواده با هم مشغول اداره کردن بنگاه هستند، طبیعتاً اگر یکی از افراد فوت کند، دیگران از پس اداره کسب و کار برمی‌آیند و کار بنگاه به صورت یک کسب و کار خانوادگی ادامه پیدا می‌کند و این حالت موجب دوام شرکت می‌شود. همچنین دیگر لازم نیست این شرکت به سهامی عام تبدیل شود تا به این

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ در بنگاه‌های سنتی، مالکیت و مدیریت بر هم منطبق می‌شوند.
- ▶ شیوه‌های کار در ایران و اصول حاکم بر قانون تجارت نمی‌تواند دوام بنگاه‌ها را تضمین کند.
- ▶ سرمایه‌داران آمریکایی در شرکت‌های عام سهام‌داران عمده هستند، ولی مدیر نیستند.
- ▶ استفاده از تکنولوژی‌های نوین نیز می‌تواند موجب ماندگاری کسب و کار شود.
- ▶ در ایران طول عمر کسب و کارهای خانوادگی معمولاً برابر با دوران کاری بنیان‌گذار است.

واحدهای خانوادگی عمدتاً در دنیا این گونه است که به مرور زمان و با روی کار آمدن نسل‌های دوم و سوم، اختلاف سلیقه‌ها باعث توقف کار و تعطیلی و افت واحد می‌شود. بنگاه‌های خانوادگی می‌توانند هم معضل باشند و هم مزیت؛ اگر کسانی که بنگاه را پایه‌گذاری کرده‌اند، برای نسل‌های آینده خود، برنامه‌ریزی نکنند، زمانی که نسل‌های بعد به عنوان جایگزین نسل‌های پیشین خود وارد بنگاه می‌شوند، آن بنگاه دچار مشکل خواهد شد.

## راز ماندگاری

### نوآوری، بنگاه را زنده نگه می‌دارد



احمد صادقیان

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

عمر بیشتر بنگاه‌های تولیدی در ایران بسیار کوتاه است و یکی از دلایل این امر این است که متأسفانه کشور ما کشوری صنعتی و تولیدی نیست و در این راستا حمایت لازم از بنگاه‌های تولیدی صورت نمی‌گیرد. دلیل دیگری که وجود دارد این است که بیشتر واحدهای تولیدی در کشور به شکل واحدهای خانوادگی به وجود می‌آیند. در مورد واحدهای خانوادگی عمدتاً در دنیا این گونه است که به مرور زمان و با روی کار آمدن نسل‌های دوم و سوم، اختلاف سلیقه‌ها باعث توقف کار و تعطیلی و افت واحد می‌شود. بنگاه‌های خانوادگی می‌توانند هم معضل باشند و هم مزیت؛ زمانی که این بنگاه انسجام دارد و اعضای آن با یکدیگر به صورت مسالمت‌آمیز همکاری می‌کنند، یک مزیت است؛ ولی اگر کسانی که بنگاه را پایه‌گذاری کرده‌اند، برای نسل‌های آینده خود برنامه‌ریزی نکنند، زمانی که نسل‌های بعد به عنوان جایگزین نسل‌های پیشین وارد بنگاه می‌شوند، آن بنگاه دچار مشکل خواهد شد؛ به این ترتیب، نمی‌توان وجود بنگاه‌های خانوادگی را مزیت‌دار مطلق دانست یا برعکس. بلکه موفق بودن یا نبودن یک بنگاه خانوادگی به یک موضوع برمی‌گردد و آن برنامه‌ریزی برای آینده و اداره بنگاه است.

در تمام دنیا برای بنگاه‌های فامیلی برنامه‌هایی دارند که بر اساس آن مشخص می‌شود که چه کارهایی باید برای برقرار ماندن آنها انجام شود. در ایران نیز برخی از این بنگاه‌ها در مدت طولانی دوام آورده‌اند که این، هم مربوط به سیستم مدیریتی آنها است و هم ممکن است به عنوان مثال، بنگاه متعلق به خانواده‌ای باشد که گسترده نبوده و تعداد افراد مالک بنگاه اندک باشد. در نتیجه توانسته‌اند در کنار یکدیگر بنگاه را اداره کنند. ولی در اصل باید از قبل برای بنگاه فکر و برنامه‌ریزی شود تا کسانی که تخصص و توان اداره بنگاه را در هر وضعیتی دارند، در مدیریت بنگاه بمانند. صرف اینکه افراد مالک که سهام‌دار یک بنگاه هستند بخواهند بنگاه را اداره کنند، عارضه‌ای است که بنگاه‌ها به آن دچار هستند.

این در حالی است که به نظر می‌رسد وجود شاخص‌هایی همچون نوآوری باید در اداره بنگاه‌ها مورد نظر قرار گیرد. نوآوری لازمه استمرار یک بنگاه تولیدی است. نباید فراموش کرد که بنگاه‌داری مانند دوچرخه‌سواری است؛ اگر یک واحد تولیدی یا بنگاه اقتصادی نوآوری و به‌روزرسانی نداشته باشد، مانند این است که سوار بر دوچرخه هستید اما رکاب نمی‌زنید و در این صورت قطعاً نمی‌توانید با دوچرخه حرکت کنید.

به همین دلیل است که نوآوری از ملزومات بنگاه‌داری است. برای این به‌روز شدن باید از تکنولوژی جدید استفاده کرد؛ زیرا دامنه تغییرات در دنیا وسیع است. در سال‌های اخیر شاهد تغییرات اساسی در بخش‌های فروش، بازرگانی، عرضه و تکنولوژی بوده‌ایم. این تغییرات با سرعت در حال رخ دادن است. بنابراین چنانچه بنگاه‌ها خواهان ماندگاری در بازار و استمرار باشند، باید بتوانند با این تغییرات همراه شوند. این اتفاقات در ایران نیز همسو با جهان رخ داده است؛ به‌طور مثال در بخش توزیع کالا به یاد داریم که توزیع چه کیفیتی داشت و محدود به فروشگاه‌های محلی بود و سپس کالاهای فروشگاه‌های هائپر و زنجیره‌ای عرضه شد؛ در حال حاضر نیز کالا و خدمات به صورت عرضه در فروشگاه‌های اینترنتی و تحویل در منزل است (فروش الکترونیک).

این تغییرات ظرف چند دهه در سطح وسیعی اتفاق افتاده است. مثلاً سایت‌هایی همچون علی‌بابا و آمازون یا در ایران دیجی‌کالا، نت‌برگ و... ایجاد شده است. اینها تحولاتی

است که در زمینه تجارت و بیزینس اتفاق افتاده، به همین دلیل تولید نیز باید همراه و همگام با این تغییرات پیش برود؛ بنگاه‌ها در بحث‌های تکنیکال به‌روز باشند و برای ماندن در عرصه بتوانند خودشان را با تغییراتی که در دنیا وجود دارد همگام کنند. اما متأسفانه از آنجایی که ایران کشوری تولیدی و صنعتی نیست پیشرفت اندکی در این ارتباط به وجود آمده و در بخش تولید مشکلات زیادی وجود دارد. به همین دلیل است که این بخش از رشد بازمانده است. دولت باید در این زمینه به فکر چاره باشد. زمانی که بهره بانکی ۱۸ درصد و ۲۰ درصد برای تامین مالی واحدهای تولیدی در نظر می‌گیرند، در حالی که مواد اولیه گران‌تر از همه دنیا تامین می‌شود، واحد تولیدی دیگر قادر به رقابت نیست. در تمام دنیا در زمان بحران، واحدهای تولیدی حمایت می‌شوند و مالیات‌های این واحدها کاهش پیدا می‌کند، اما در کشور ما در حال حاضر حدود ۷۰ درصد بودجه جاری کشور از مالیات تامین می‌شود، مالیات از بنگاه‌هایی گرفته می‌شود که خیلی از آنها تعطیل شده‌اند و بسیاری از آنها با ظرفیت بسیار پایین کار می‌کنند. تمام اینها به تولید آسیب می‌زند؛ بنیة بنگاه را می‌گیرد و بنگاه را به تعطیلی می‌کشاند.

اما در این روزها که بسیاری از بنگاه‌ها به دلیل مشکلات زیاد تولید از ادامه فعالیت بازمی‌مانند، برخی از آنها مانند بنگاه شخصی ما نیز همچنان با همین مشکلات دست و پنجه نرم می‌کنند ولی توانسته‌اند در بازار بمانند. راز ماندگاری ما در این شرایط، انسجام و تعصب و علاقه‌ای است که به ماندگاری وجود دارد. از لحاظ اقتصادی بنگاه ما تا الان باید تعطیل می‌شد؛ اما عشق و علاقه‌ای که ایجاد شده و اعتقادی که به این کار داریم باعث شده است که سرمایه‌گذاری داشته باشیم. از طرفی اعتقاد مرحوم پدر (بنیان‌گذار) به اینکه ایجاد شغل کاری پسندیده است و تولید کار مقدسی است، سبب شده ما نیز همین راه را ادامه بدهیم و در عرصه باقی بمانیم. و گرنه به شدت تحت فشار هستیم؛ اما مجموعه ما دارای چندین شرکت است، نگذاشته‌ایم واحدهایمان به دلیل سودده نبودن تعطیل شوند؛ شرکتی را که یک مقدار سود داشته، ادغام کردیم و بنگاه را اداره کردیم. اما اگر مشکلاتی که به آن اشاره شد، حل نشود ما نیز نمی‌توانیم ادامه بدهیم. البته برای اینکه در بازار ادامه کار دهیم از تکنولوژی‌های جدید استفاده هم می‌کنیم و تاکنون برای تهیه این تکنولوژی‌ها با مشکل و محدودیتی روبرو نبوده‌ایم و مرتب به‌روز شده‌ایم و در حال حاضر نیز در حال سرمایه‌گذاری هستیم، اما وقتی مشکلاتی مانند مسائل بانکی، مالیاتی و تامین اجتماعی در بازار وجود دارد و با ظرفیتی پایین‌تر از ظرفیت اسمی کار می‌کنیم به شرکت فشار می‌آید و آینده‌ای مبهم پیش رو داریم. ■

### نکته‌هایی که باید بدانید

▶ کشور ما کشوری صنعتی و تولیدی نیست و در این راستا حمایت لازم از

بنگاه‌های تولیدی صورت نمی‌گیرد.

▶ نوآوری لازمه استمرار یک بنگاه تولیدی است.

▶ در تمام دنیا در زمان بحران، واحدهای تولیدی حمایت می‌شوند و

مالیات‌های این واحدها کاهش پیدا می‌کند.

▶ برای به‌روز شدن باید از تکنولوژی جدید استفاده کرد، زیرا دامنه تغییرات در دنیا وسیع است.

▶ موفق بودن یا نبودن یک بنگاه خانوادگی به یک موضوع برمی‌گردد و آن

برنامه‌ریزی برای آینده و اداره بنگاه است.

# عبور از پدرسالاری

## علی اصغر سعیدی دغدغه‌های بنگاهداری در ایران را واکاوی می‌کند

دکتر علی اصغر سعیدی، جامعه‌شناس، به ماندگاری یا عدم ماندگاری کسب و کارها در ایران از زاویه‌ای دیگر نگاه می‌کند. او از تجربه بنگاهداری خانوادگی در ایران سخن می‌گوید. تجربه‌ای که نشان می‌دهد در گذشته سیستم‌های پدرسالارانه موجب طول عمر زیاد کسب و کارها می‌شدند. سعیدی چرایی ماندگاری بنگاه‌های خارجی را نیز واکاوی می‌کند و در نهایت به این موضوع می‌رسد که سیاست‌گذاران ایرانی نمی‌توانند از ویژگی‌های خانوادگی بودن یک کسب و کار حمایت‌های لازم را به عمل بیاورند. در حالی که می‌توان با استفاده از شاخص‌هایی که در یک بنگاه فامیلی وجود دارد، به نفع اقتصاد کشور بهره‌مند شد. البته او در بخشی از سخنان خود برای حفظ و انتقال یک بنگاه از نسلی به نسل بعد نسخه‌ای را ارائه می‌دهد که در ادامه می‌خوانید.

■ در اغلب موارد شاهد هستیم که در دنیا کسب و کارهایی که راه می‌افتد و معمولاً به برند هم تبدیل می‌شوند، قدمت دارند. اما در ایران وجود این کسب و کارها چندان پررنگ نیست. چرا بنگاه‌های ایرانی نمی‌توانند مانند خارجی‌ها در بازارها ماندگار باشند؟

دو علت برای این امر وجود دارد. اول اینکه در دنیای جدید، به ویژه از دهه آخر قرن بیستم که بحث جهانی شدن اقتصاد مطرح شد، ورود به جامعه اطلاعاتی پدیده‌ای بود که عمر کسب و کارها را، به دلیل تغییرات سریعی که در بازار اتفاق می‌افتاد، کم می‌کرد. مقالات زیادی در این زمینه تالیف شده اما می‌توان گفت که حرکت از اقتصاد تولید کارخانه‌ای به سمت اقتصاد معرفتی، که پردازش داده‌ها و اطلاعات و به ویژه استفاده از فناوری‌های پیشرفته شبکه‌ای و اطلاعاتی محور اصلی آن است، تاثیر بسیار زیادی در عمر این کسب و کارها گذاشت. هرساله به این کسب و کارها اضافه می‌شود و خیلی از کسب و کارهای دیگر از بین می‌روند. در اواخر دهه ۹۰، وقتی که به عنوان دانشجوی دکترا در یکی از شرکت‌های انگلیسی در قسمت رایانه مشغول به کار بودم، شاهد بودم که این شرکت تا چه میزان به خاطر تغییراتی که در بازار اتفاق افتاد، در حال تغییر بود. به طور مثال در ابتدا شرکت، ایمیل را به صورت دایر آپ می‌فروخت، دو یا سه ماه نگذشته بود که با تغییرات تکنولوژیک مواجه شد و دیگر نیازی به فروش ایمیل نداشت. از وبمیل استفاده می‌کرد و وبمیل را می‌فروخت. بعد از مدتی تمام اینها منسوخ شد و چیزهای جدیدی به وجود آمد. در حال حاضر نیز همین مسئله وجود دارد. جامعه‌شناسی به

دوره گذاری در  
جامعه ایران اتفاق  
افتاده که می‌توان  
نام آن را دوره پس  
از پدرسالاری  
گذاشت

### نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ ورود به جامعه اطلاعاتی پدیده‌ای بود که عمر کسب و کارها را کم می‌کرد.
- ▶ حرکت از اقتصاد تولید کارخانه‌ای به سمت اقتصاد معرفتی تاثیر بسیار زیادی در عمر این کسب و کارها گذاشت.
- ▶ ماندگاری یا عدم ماندگاری یک کسب و کار در ایران هم با تغییرات جهانی که رخ داده در ارتباط است.
- ▶ استارت‌آپ‌ها، در مقایسه با سایر کسب و کارها امکان تغییر بیشتری دارند و امکان دارد عمرشان کمتر باشد.
- ▶ صنایع جدید از آنجایی که به ماشین و تکنولوژی وابسته هستند، تغییرات زیاد و دائمی دارند و این تا اندازه‌ای علت جهانی دارد.

نام ریچارد فنت این موضوع را تحت عنوان فروپاشی کاراکتر و حرفه مطرح کرده و نشان می‌دهد، درست است که ساختمان‌ها سر جایشان هستند، اما خیلی وقت‌ها وظایفشان تغییر می‌کند و این تغییر وظایف روی شخصیت انسان و زندگی اقتصادی تاثیر می‌گذارد. در گذشته اقتصادی داشتیم که ماهیت شغل‌ها ثابت بود. لذا بر اساس این شغل ثابت اتحادیه‌ها عمر و اعضای زیادی داشتند؛ اما سرمایه، به صورت فیزیکی و کارخانه‌ای خودش را نشان می‌داد. وقتی که ارتباطات راه دور رایانه‌ای، دنیای جدیدی را به وجود آورد، نسبت سرمایه فیزیکی به سرمایه مالی هم کاهش پیدا کرد و سرمایه مالی افزوده شد و تحرک‌های زمانی و مکانی زیادی را در بازار به وجود آورد. در حال حاضر شما می‌توانید در زمان کوتاه با یک کلیک سرمایه خودتان را به نقاط مختلف دنیا منتقل کنید و این موارد بود که ساختار را تغییر داد. درست است که سرمایه‌داری باقی ماند، اما سرمایه‌داری مالی شکل جدیدتری پیدا کرد و بحث‌های تحرک نیروی کار هم به خاطر همین تحرک سرمایه اتفاق افتاد و مهاجرت‌های بزرگ نیز ناشی از آن است. از آنجایی که اقتصاد ما با اقتصاد جهانی پیوند دارد این مسئله یعنی همان ماندگاری یا عدم ماندگاری یک کسب و کار، با تغییرات جهانی که رخ داده در ارتباط است. در کشور، ما با اصناف بسیاری مواجه هستیم؛ مثل استارت‌آپ‌ها که از کسب و کارهای جدید است و در مقایسه با سایر کسب و کارها امکان تغییر بیشتری دارند. ولی به عنوان مثال وقتی به صنعت نگاه کنید، صنایع سنتی فلزی که از دوران صفوی در اصفهان به وجود آمد از صنایع فلزی‌ای که جدیداً به وجود آمده، ماندگارتر است. صنایع جدید از آنجایی که به ماشین و تکنولوژی وابسته هستند، تغییرات زیاد و دائمی دارند و این تا اندازه‌ای علت جهانی دارد. اتفاقاً استارت‌آپ‌ها و شغل‌هایی که با تکنولوژی سر و کار دارند، بیشتر در معرض عمر کوتاه‌مدت و از میان رفتن هستند و عمرشان بسیار کوتاه‌تر از شغل‌های قدیمی است. مسئله دیگری که در ایران وجود دارد و متأسفانه ساختار جامعه را در بر می‌گیرد، کوتاه‌مدت بودن جامعه ایران است. ویژگی‌های کوتاه‌مدت بودن ناشی از همان قواعد حقوقی و نهادی موجود در بازار است. البته اقتصاد ما خیلی بر اساس شغل‌هایی با فناوری پیچیده پایه‌ریزی نشده، اما همان میزانی که سرمایه‌گذاران می‌خواهند در صنعت و تکنولوژی‌های مختلف سرمایه‌گذاری کنند، با احترام به مالکیت خصوصی نگاه می‌کنند و چون نهادهای حقوقی در جامعه ایران قوی نیستند و سابقه نیز نشان داده که سرمایه همیشه دچار مخاطره بوده، این باعث می‌شود کسب و کارها طولانی نشوند. زیرانبروی فکری و ریسک‌پذیری که این بنگاه‌ها را حمایت کند، پشت آنها قرار ندارد و تمایل دارند به بخش‌های خدماتی بروند و تلاشی برای وسیع کردن حوزه فعالیت خود ندارند. به نظر من علت اصلی آن همین نهادهای حقوقی است که از حقوق مالکیت دفاع نمی‌کنند در سایر حقوق مانند حقوق کار نیز، نه دولت می‌تواند رابطه میان کارگر و کارفرما را تنظیم کند و نه قانون این را انجام می‌دهد. همچنین دوره گذاری در جامعه ایران اتفاق افتاده که می‌توان نام آن را دوره پس از پدرسالاری گذاشت. در گذشته یک رابطه پدرسالارانه بین کارگر و کارفرما بود و کارگرها حرمت پدری کارفرما را حفظ می‌کردند. کارفرما نیز نگهداری از آنها را وظیفه خودش می‌دانست. در حال حاضر این موضوع تغییر کرده و قوانین جدید وارد شده است. آگاهی در کارگر

وقتی که ارتباطات راه دور رایانه‌ای، دنیای جدیدی را به وجود آورد، نسبت سرمایه فیزیکی به سرمایه مالی هم کاهش پیدا کرد و سرمایه مالی افزوده شد و تحرک‌های زمانی و مکانی زیادی را در بازار به وجود آورد. در حال حاضر شما می‌توانید در زمان کوتاه با یک کلیک سرمایه خودتان را به نقاط مختلف دنیا منتقل کنید و این موارد بود که ساختار را تغییر داد.



منفعت‌طلبی از طرف دیگر تدوین کنیم. در حالی که این امر در کشورهای دیگر اتفاق افتاده است. در شرکتی مانند صنایع بهشهر که متعلق به خانواده لاجوردی و لاجوردیان بود، در ابتدای کار پدر خانواده ترجیح داد که یک حساب شخصی در یک بانک خصوصی برای اعضای خانواده ایجاد کند که افراد درآمدهای خود را در آن بانک پس‌انداز کنند و حق نداشته باشند این پول را در جای دیگر استفاده کنند. چون ایشان گفته بودند که من شاهد این بودم که خانواده برادران اخوان که خانواده تاجر و بعد صنعتگران معروفی در ایران شدند، در معرض خطر قرار گرفتند و دچار اختلاف شدند و برای حفظ اتحاد خانواده، بنگاه را تعطیل کردند. بنابراین برقراری توازن بین این دو در ایران بسیار مشکل است. یکی دیگر از مشکلات در ایران قانون ارث است که هر فردی می‌تواند با گرفتن ارث خود، بنگاه را تضعیف کند. اینها موارد زیادی هستند که باید مورد به مورد بررسی کرد و مشکلات متفاوتی دارند. خانواده بزرگ می‌شود و افراد دیگری به آن اضافه می‌شوند و باید براساس نوع خانواده و کوچکی و بزرگی و نوع فعالیت آن، منشور خانوادگی تهیه شود تا از این نوع خطرات رهایی پیدا کند. به نظرم ما به این مسئله کم می‌پردازیم. حتی بین کارآفرینان این مشکل اساسی است و باید کارهای اساسی صورت گیرد.

■ **شما مقدر بنگاه‌های ایرانی را در آستانه از بین رفتن می‌بینید؟ بنگاه‌هایی که وجود دارند و به سختی چرخ کارخانه را می‌چرخانند، تا چه اندازه در شرایط کنونی اقتصادی می‌توانند دوام بیاورند؟**

وقتی جنبه‌های جامعه‌شناختی این مسائل را مطالعه کردم به این موضوع رسیدم که هنگامی که عمر بنگاه کمی طولانی می‌شود، اگر شرایط بیرونی یا نهادهای حقوقی فشاری به این بنگاه‌ها نیاورند، بنگاه‌ها علی‌رغم شرایط سخت کار خود را ادامه می‌دهند. علت این است که سرمایه‌گذار بنگاه را به عنوان فرزند خود می‌بیند، مخصوصاً اگر عمر بیشتری داشته باشد، به راحتی نمی‌تواند آن را از دست بدهد. هرچقدر این سابقه طولانی‌تر باشد، افراد بیشتر و راحت‌تر در مقابل شرایط سخت دوام می‌آورند. امروزه شاهد هستیم که خیلی از بنگاه‌ها از وضع خودشان و شرایط اقتصادی گله دارند، اما علی‌رغم اینها به کار ادامه می‌دهند. این کسب و کارها یک سرمایه اجتماعی و اقتصادی را طی سال‌ها جمع کردند و نمی‌توانند به راحتی این سرمایه‌ها را کنار بگذارند. البته این به اندازه شرکت و سابقه فعالیت آن بستگی دارد. من فکر نمی‌کنم که این افراد به رغم سختی کشیدن از شرایط کشور بتوانند به راحتی کسب و کار را تغییر دهند یا تعطیل کنند. البته علی‌رغم میلشان نیروهای زیادی را از دست می‌دهند و این برای بسیاری از کارفرماها ناراحت‌کننده است. ولی کار خود را ادامه می‌دهند، به دلیل ویژگی‌هایی که در خود کارآفرینان وجود دارد. ■

و کارفرما به وجود آمده و دیگر نمی‌شود به راحتی منافع کارگاه، کارخانه و محل کار را که در گذشته به عنوان یک خانواده در نظر می‌گرفتند، با هم حفظ کنند. در حال حاضر این یکسان‌نگاری منافع به سختی انجام می‌شود و نیاز به دولت به عنوان نقش سوم برای تنظیم این رابطه وجود دارد. این رابطه، هم به خاطر توصیه‌های نامناسبی که دولت می‌کند و نقش بدی که دولت در این سه‌جانبه‌گرایی بازی می‌کند با مشکل روبه‌روست و هم قوانین و تغییراتی که در ذهنیت کارگر و کارفرما رخ داده است. این مسئله‌ای است که به غیر از نهاد مالکیت خصوصی بر روابط کارگر و کارفرما تأثیر می‌گذارد و تمایل کارفرماها را به پایدار کردن کارشان از طریق اثبات سرمایه کاهش می‌دهد.

■ **این شرایط برای همه کسب و کارها یکسان است؛ ولی شاهد هستیم که بعضی از کسب و کارها در این شرایط یکسان باقی می‌مانند، دلیل این ماندگاری چیست؟ آیا به علت مدیریت خوب است، به‌روز نگه داشتن یا انسجامی که در آن کسب و کار وجود دارد؟**

باید به صورت موردی اینها را بررسی کرد، اما به نظر می‌رسد چیزی که در پایداری کسب و کار به آن توجه نمی‌شود، نقش روابط خانوادگی است. زیرا بنگاه‌های ایرانی که خانوادگی هستند، انعطاف‌پذیری‌شان در مقابل هر مسئله‌ای مانند مشکلات حقوقی و... بیشتر است و چون اینها هدف حفظ یکپارچگی خانواده را در نظر دارند، این فرض که اگر این انسجام از دست برود، هر کسی به دنبال شغلی خارج از بنگاه خانوادگی می‌رود، باعث ماندگاری کسب و کار خانوادگی و از خیلی از جهات به نفع اقتصاد کشور می‌شود. کاریکانوری را در نیویورک دیدم که پدر، افراد خانواده را دور میز جمع کرده و می‌گوید به دلیل تورم باید دو نفر شما را اخراج کنم. طنزی است که نشان می‌دهد خانواده اصلاً نمی‌تواند این کار را انجام دهد. همان‌طور که اگر مشکلی حتی اخلاقی رخ دهد، اعتمادی که به افراد خانواده وجود دارد بیشتر از افراد دیگر است؛ در زمان رکود نیز اینار بیشتری می‌تواند در بنگاه‌های خانوادگی وجود داشته باشد. صاحب بنگاه افراد غیر عضو خانواده را می‌تواند اخراج کند، ولی خانواده خود را نمی‌تواند.

■ **آیا این ویژگی در ایران مورد توجه دولتمردان قرار گرفته است که بخواهند از کسب و کارهای خانوادگی دفاع کنند؟**

ویژگی خانوادگی در ایران خیلی مهم است؛ اما متأسفانه سیاست‌گذاران به این مهم توجه نمی‌کنند. زیرا بیشتر آنها اقتصاددان هستند و این مسائل در اقتصاد مطرح نمی‌شود. باید توجه کرد و روی ویژگی‌های بنگاه‌ها کار کرد و سعی کنیم موارد حقوقی مطرح کنیم که استحکام آنها را بعد از نسل دوم تقویت کند. در بهترین شرایط هم وقتی نسل تغییر می‌کند و پدر خانواده می‌میرد، آفت جدا شدن و تعطیلی بنگاه اقتصادی وجود دارد. وقتی پدر خانواده در قید حیات است، پایداری آن کسب و کار بیشتر است.

■ **در مواردی دیده می‌شود که اختلافات درون خانواده مانع عمر طولانی بنگاه می‌شود. کسب و کارهای خانوادگی در ذات خوب هستند یا بد؟**

البته این موضوع در شرایط مختلف باید بررسی شود. امروزه که بنگاه‌ها خود را کوچک می‌کنند تا در مقابل تغییرات ناگهانی که در اقتصاد رخ می‌دهد، مقاوم‌تر باشند، این نوع کسب و کار رونق بیشتری دارد و ویژگی خانواده یعنی همان پیوندهای عاطفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در آمارهای آمریکا، آلمان و انگلستان نشان داده شده که حتی نیروی کار و درآمد اینها نقش بسیار مهمی در تولید ناخالص ملی داشته است که با سیاست‌گذاری‌های مناسب حمایت می‌شوند. در بسیاری موارد در ایران کسب و کارها در نسل دوم از بین می‌رود. خانواده پیوندهای خود را به سودآوری و منفعت‌طلبی ترجیح می‌دهد. این ویژگی خانواده‌های ایرانی است. این نشان می‌دهد که هنوز ما نتوانسته‌ایم سیاست‌هایی را برای برقراری توازن بین خواست‌های عاطفی از یک طرف و

در گذشته یک  
رابطه پدرسالارانه  
بین کارگر و کارفرما  
بود و کارگرها  
حرمت پدری  
کارفرما را حفظ  
می‌کردند. کارفرما  
نیز نگهداری از آنها  
را وظیفه خودش  
می‌دانست. در حال  
حاضر این موضوع  
تغییر کرده و قوانین  
جدید وارد شده  
است. آگاهی در  
کارگر و کارفرما به  
وجود آمده و دیگر  
نمی‌شود به راحتی  
منافع کارگاه،  
کارخانه و محل کار  
را که در گذشته به  
عنوان یک خانواده  
در نظر می‌گرفتند،  
با هم حفظ کنند

# نفت زدگی اقتصاد

## چرا بنگاه‌های خصوصی در مانده هستند؟



هاله حامدی فر

فعال اقتصادی

کوتاه‌مدت بودن عمر بنگاه‌های اقتصادی در ایران به این دلیل است که کشور ما عمدتاً تولیدمحور و حتی تجارت‌محور نیست. در حقیقت عمده اقتصاد کشور ما اقتصاد مبتنی بر نفت است. به همین دلیل است که اهمیت وجود یا عدم وجود بنگاه‌های اقتصادی برای مسئولان و حتی صاحبان این بنگاه‌ها جانیافته و نقش پررنگی در مقوله اقتصاد کشور پیدا نمی‌کنند. مسئله دیگری که وجود دارد این است که تولید و کار اقتصادی که در کشور انجام می‌شود تا به امروز عمدتاً دولتی بوده و بیشتر بنگاه‌های بزرگ کشور بنگاه‌های دولتی هستند. وقتی بنگاهی به دولت وصل است ریسک‌پذیری در آن بالاتر می‌رود به این معنی که بنگاه تحت هر شرایطی سرپا می‌ماند و در این باره با بنگاه خصوصی تفاوت زیادی دارد. یک بنگاه خصوصی صاحبان سهام دارد و باید توجیه اقتصادی برای ادامه فعالیت آن وجود داشته باشد. اما بسیاری از بنگاه‌های دولتی با وجود عدم توجیه اقتصادی در حال ادامه فعالیت هستند. یعنی لزوماً ادامه کار یک بنگاه به معنای موفقیت و سودآوری آن نیست، بلکه نگرش صاحبان بنگاه برای نگهداری آن بوده است، دولت صاحب این بنگاه است و صرف اینکه برای عده‌ای اشتغال ایجاد شود، بنگاه زیان‌ده را نگه می‌دارد. حتی گاهی از منبع دیگری، به بنگاه سرمایه تزریق می‌کند که آن را سرپا نگاه دارد. اما یک مجموعه خصوصی به مسئله این گونه نگاه نمی‌کند، زیرا در هر حال برای مجموعه سرمایه‌گذاری کرده و باید برای سهام‌داران صرفه اقتصادی داشته باشد تا بنگاه ادامه حیات پیدا کند. در این شرایط اگر بنگاه اقتصادی به سوددهی مطلوب نرسد یا زیان‌ده شود، سرمایه‌گذار کسب و کار را تعطیل می‌کند. این تفاوت عمده‌ای است که بین بنگاه‌های دولتی و خصوصی وجود دارد. مسئله دیگر این است که بسیاری از بنگاه‌ها در ایران، برای بنگاهداری بخش خصوصی تعریف نشده است و این نیز به دلیل اقتصاد مبتنی بر نفت است. اگر شما صادرکننده باشید، چه میزان می‌توانید صادرات داشته باشید که مقابل صادرات نفتی معنی‌دار باشد؟ این فاصله قابل رقابت نیست و اصلاً دیده نمی‌شود. هر چند صادرات غیرنفتی با رویکرد مثبت مورد بحث قرار می‌گیرد؛ اما در عمل تا به حال به عنوان نیاز کشور مطرح نشده است. به طور مثال گفته می‌شود تولید و صادرات خیلی خوب است، ولی در حال حاضر به بخش تولید به چشم اشتغال‌زایی نگاه می‌شود و اهمیت تولید تا حدودی در حوزه اشتغال‌زایی مورد توجه قرار می‌گیرد. کسی نمی‌خواهد بنگاهی که اشتغال‌زایی دارد، تعطیل شود و این تمایل به ادامه

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **کوتاه‌مدت بودن عمر بنگاه‌ها در ایران به این دلیل است که کشور ما تولیدمحور و حتی تجارت‌محور نیست.**
- ▶ **در بنگاه‌های دولتی لزوماً ادامه کار به معنای موفقیت و سودآوری آن نیست.**
- ▶ **بنگاه خصوصی باید برای سهام‌داران صرفه اقتصادی داشته باشد تا ادامه حیات بدهد.**
- ▶ **بسیاری از بنگاه‌ها در ایران، برای بنگاهداری بخش خصوصی تعریف نشده است.**
- ▶ **وقتی جلوی رشد یک بنگاه به دلایل مختلف گرفته می‌شود، شرکت‌ها هم در مراحل بعدی درمی‌مانند.**

کار به خاطر اشتغال‌زایی است نه منافع آن سازمان. زیرا کشور با جمعیت ۸۰ میلیون نفر را با فروش نفت اداره می‌کنیم. وقتی موضوعی اهمیت نداشته باشد و کشور نیازمند تولیدکننده‌ها، صادرکننده‌ها و کارآفرینان نباشد، قاعدتاً استراتژی‌ها و سیاست‌های کشور نیز در مسیر ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای آنها پیش نخواهد رفت. به همین دلیل است که این زیرساخت‌ها در ایران وجود ندارد.

تا ۱۵ سال پیش جایزه‌های به نام جایزه صادراتی به صادرکنندگان تعلق می‌گرفت که سال‌هاست از این جایزه خبری نیست. در بحث تولید نیز اگر کسی بخواهد کار تولیدی شروع کند، به دلیل فراهم نبودن زیرساخت‌ها به اندازه‌ای با مشکلات روبه‌رو می‌شود که در بیشتر موارد کار را رها می‌کند و تنها کسانی این کار را ادامه می‌دهند که عاشق تولید و حاضر به ادامه فعالیت هستند. در کشور ترکیه اگر فردی بخواهد در زمینه داروهای که در کشور تولید نمی‌شود، به ویژه داروهای‌های تک، سرمایه‌گذاری کند، به میزان سرمایه‌گذاری فرد، دولت پول بلاعوض می‌دهد. در کشور چین، دولت برای تولیدکننده قیمت کالا را تعیین می‌کند. به طور مثال دولت محاسبه می‌کند که قیمت کالا باید چقدر باشد تا بتواند بازار خاورمیانه را به دست بیاورد، اگر به طور مثال این رقم ۳ دلار باشد و تولیدکننده بگوید رقم ۶ دلار منطقی است، دولت از تولیدکننده می‌خواهد کالا را در بازار ۳ دلار بفروشد و ۳ دلار باقی را خودش پرداخت می‌کند و این باعث می‌شود که چین به بزرگ‌ترین صادرکننده تبدیل شود. بنابراین این نگرش نیازمند توسعه بنگاه‌های اقتصادی است و در دنیا امتحان پس داده است؛ اما هنوز با اذهان و فرهنگ کشور ما فاصله زیادی دارد.

در ایران اگر یک استارت‌آپ کوچک بخواهد کار خودش را شروع کند و نیاز به سرمایه داشته باشد، تسهیلاتی دریافت نمی‌کند. صندوق‌هایی که در راستای حمایت از صنایع کوچک، استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای دانش‌بنیان ایجاد شده، قوانین و مقرراتی دارد که حتی نمی‌توان از تسهیلاتشان استفاده کرد. برای پرداخت وام ۱۸ درصدی حتماً وثیقه‌ای از فرد می‌خواهد که ۱۲۰ درصد وامی که پرداخت می‌شود، ارزش داشته باشد. در حالی که وقتی چند فارغ‌التحصیل دانشگاهی، می‌خواهند یک کسب و کار راه بیندازند، چنین وثیقه‌ای در اختیار ندارند یا اگر چنین وثیقه‌ای در اختیار داشته باشند، سراغ این تسهیلات نمی‌آیند. البته این مشکل از صندوق نیست؛ زیرا صندوق طبق قوانین و مقررات از پیش تعیین‌شده فعالیت می‌کند؛ اما مشخص است که نگرشی که قوانین و مقررات را تعریف می‌کند، هنوز با نگرشی که لازمه توسعه بنگاه‌های اقتصادی کشوری مثل ایران است، فاصله زیادی دارد. قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان مصوب شده و طبق آن شرکت‌های دانش‌بنیان تا ۱۵ سال از معافیت مالیاتی برخوردار هستند. اما در عمل شاهد هستیم که این معافیت مالی با چه مشکلاتی اختصاص پیدا می‌کند. در این مورد هنوز دست و دل مسئولان حتی برای شرکتی که مورد تایید خودشان بوده، می‌لرزد و این داستان اصلی بنگاه‌های اقتصادی ایران است که جلوی رشد را می‌گیرد. وقتی جلوی رشد گرفته می‌شود، شرکت‌هایی هم که با انگیزه‌های شخصی این مراحل را طی می‌کنند و جلوتر می‌روند، در مراحل بعدی درمی‌مانند.

در بحث دارو با توجه به بحران نقدینگی و عدم برگشت پولی که در صنایع دارو به وجود آمده، مسلمان در آینده نزدیک تعدادی از این شرکت‌ها ورشکست می‌شوند، زیرا چرخه نقدینگی متوقف شده و پیش‌بینی در این مورد وجود ندارد. از طرفی دارو کالایی نیست که شرکت به مردم یا بیمارستان‌ها بگوید تا پول پرداخت نکنند، دارو به آنها تحویل داده نمی‌شود. شرکت‌ها با حداکثر توان دارو را به بازار وارد می‌کنند، اما پولی به دستشان بر نمی‌گردد. اینها اتفاقات و مصداق‌هایی بود که وجود دارد. اگر بنگاه شخصی من در این شرایط بازار بنگاه موفق بوده، به این دلیل است که از قبل به فکر بازارهای صادراتی بوده و تنها با هدف بازارهای ایران فعالیت نکرده‌ایم، همیشه در محصولات سقف کیفیت را در نظر گرفته، تحقیق کرده‌ایم که بهترین محصولی که در این زمینه در دنیا تولید می‌شود چیست و مشابه این محصول را تولید و عرضه کرده‌ایم. در صورتی که بسیاری از بنگاه‌ها محصولی را تولید و به بازار ارائه می‌کنند که رقیب دیگر به راحتی می‌تواند بازار را از دست آنها بگیرد؛ این بنگاه محکوم به فناست. ممکن است در شرایطی مثل جنگ یا تحریم و هر دلیلی که کالا رقیبی ندارد، بتواند در مارکت موفق باشد، ولی اگر برای خود یک آرمان کیفیتی تعریف نکرده باشد، در شرایط عادی به راحتی یک محصول خارجی می‌تواند وارد بازار شود و با کیفیت بالاتر و قیمت مناسب‌تر بازار را از دستش بگیرد. یکی از رازهای ماندگاری بنگاه ما همین در نظر گرفتن بالاترین سطح استاندارد و کیفیت است که باعث شده رقیب نتوانند ما را به راحتی از بازار بیرون بگذارند. ■

# گزارشگر



گزارش تحلیلی «آینده‌نگر» از حال و روز  
سرمایه اجتماعی در اقتصاد و جامعه ایران

## سرمایه فراموش شده

مردم ایران، سال به سال به هم پی‌اعتمادتر می‌شوند. در سال ۵۴، اعتماد عمومی مردم به هم ۵۴ درصد بود. اما آخرین پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در سال ۸۹، اعتماد مردم به همدیگر به ۹ درصد کاهش یافته است. نه مردم به هم اعتماد دارند، نه به دولت اعتماد دارند و نه به فعالان اقتصادی اعتماد دارند. اعتماد کارفرماها به مردم نیز از همه گروه‌ها کمتر است. اعتماد، سرمایه اجتماعی به حساب می‌آید که با رشد اقتصادی رابطه تنگاتنگی دارد؛ چیزی که شاید همان حلقه مفقوده اقتصادی باشد که انگار با توسعه، قهر کرده است.

# سرمایه‌ای به نام اعتماد، دیری ست گم شده

گزارش تحلیلی «آینده‌نگر» از حال و روز سرمایه اجتماعی در اقتصاد و جامعه ایران

را معامله می‌کردند، آن‌هایی که پول لازم داشتند می‌رفتند وام می‌گرفتند و همان‌جا هم بود که تاجر مسجد و مدرسه می‌ساختند و پولش را می‌دادند. به علاوه، بازار نه توده‌ای بی‌شکل و بی‌قاعده حاصل کنار هم قرار گرفتن تصادفی بازرگانان و... بلکه مجموعه‌ای منظم از اصناف بود.»

علی‌اصغر سعیدی، پژوهشگر اقتصادی نیز می‌گوید: «اگر به تاریخ ایران نگاه کنید، همواره تاجر بخش مهمی از جامعه بودند که از طریق روحانیت با مردم ارتباط برقرار می‌کردند. بازار را در نظر بگیرید، بخش مهمی از بازار ارگ بود و بخشی از آن مسجد. بازار، مسجد و ارگ، یعنی طبقه نخبگان، حاکمان، روحانیت و بازار، اصناف، گروه‌های تولیدکننده و فروشنده محور جامعه بودند که در میان مردم زندگی می‌کردند. ارتباط بین روحانیت و بازار را مردم به وجود می‌آوردند. به همین خاطر بازاریان جزو نخبگانی بودند که بخش مهمی از اعتماد مردم را به عنوان سرمایه‌ای برای کار

کت و شلواری تیره‌رنگ، قامتی درشت، تسبیحی در دست و تکیه‌زده به پشتی و صندلی در داخل حجره و مغازه‌ای، شناسنامه‌ای برای بازاری‌ها در دهه ۴۰ و ۵۰ به حساب می‌آید که شکمی برآمده نیز مهر تایید نهایی بر آن است یا حداقل در فیلم‌ها و تصاویر بعد از انقلاب، این نسل چنین بازنمایی شده‌اند. در همین قامت، اگر کراواتی روی پیراهن اضافه و تسبیح درشت‌دانه دست‌ها حذف شود، طبقه صنعت‌گر به تصویر کشیده خواهند شد. دسته اول معتمد مردم بودند و اهالی محل رویشان حساب ویژه‌ای باز می‌کردند. دسته دوم اما ظاهری شبیه به فرنگی‌ها داشتند و نگاه‌ها به آنها با تردید و بدبینی همراه بود. یرواند آبراهامیان در کتاب «مردم در سیاست ایران» می‌نویسد: «در اقتصاد سنتی، بازار چیزی بیشتر از یک فروشگاه بود. انبار غله بود. کارگاه بود. بانک و کانون دینی کل جامعه هم بود. آن‌جا بود که زمین‌دارها محصول‌شان را می‌فروختند، صنعت‌گران کالاهای‌شان را تولید می‌کردند، بازرگانان اجناس‌شان

## ریحانه یاسینی

دبیر بخش گزارشگر

### چرا باید خواند:

این گزارش را بخوانید

تا ببینید اعتماد با

سرمایه‌هایتان چه

می‌کند؛ اگر نیروی کار

به کارفرما و کارفرما

به نیروی کار و همه‌ی

مردم به هم اعتماد

نداشته باشند، چه

به روز کسب و کارها

خواهد آمد

## اصناف غیر قابل اعتماد

مطالعه‌ای را موسسه ایسپا در سال ۱۳۹۳ در تهران انجام داده، و نتایج آن را با مطالعه سال ۱۳۸۴ مقایسه کرده و طی آن برخی شاخص‌ها از جمله اعتماد نهادی را میان مردم تهران اندازه گرفته است، که نشان می‌دهد این شاخص نه تنها وضعیت مطلوبی ندارد، بلکه در گذر ایام ۹ ساله بدتر هم شده است.

| شما به هر کدام از گروه‌ها و اصنافی که نام می‌برم به طور کلی تا چه اندازه اعتماد دارید؟ |            |            |             |       |       |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|-------------|-------|-------|--|
| موضوع / پاسخ                                                                           | غیر شاغلان | کارفرمایان | سایر شاغلان | F     | Sig   |  |
| پلیس راهنمایی                                                                          | ۳/۶۰       | ۲/۰۹       | ۳/۳۲        | ۱۱۰/۰ | ۰/۰۰۰ |  |
| پزشکان                                                                                 | ۳/۸۱       | ۳/۵۵       | ۳/۶۵        | ۴۰/۸  | ۰/۰۰۰ |  |
| قضات                                                                                   | ۳/۲۴       | ۲/۸۴       | ۳/۱۱        | ۳۲/۳  | ۰/۰۰۰ |  |
| استاد دانشگاه                                                                          | ۴/۰۵       | ۴/۰۵       | ۴/۱۵        | ۴/۰   | ۰/۰۱۹ |  |
| کسبه                                                                                   | ۲/۴۹       | ۲/۸۳       | ۲/۶۲        | ۴۲/۴  | ۰/۰۰۰ |  |
| نیروی انتظامی                                                                          | ۳/۴۳       | ۲/۹۷       | ۳/۲۰        | ۶۰/۷  | ۰/۰۰۰ |  |
| ورزشکاران                                                                              | ۳/۸۰       | ۳/۹۶       | ۳/۸۸        | ۱۴/۴  | ۰/۰۰۰ |  |
| روحانیت                                                                                | ۳/۱۲       | ۲/۹۵       | ۳/۱۲        | ۴/۴   | ۰/۰۱۲ |  |
| هنرمندان                                                                               | ۳/۴۶       | ۳/۷۴       | ۳/۵۸        | ۲۸/۸  | ۰/۰۰۰ |  |
| تجار و بازرگانان                                                                       | ۲/۱۲       | ۲/۴۷       | ۲/۱۳        | ۳۱/۷  | ۰/۰۰۰ |  |
| ارتشی‌ها                                                                               | ۳/۵۵       | ۳/۵۶       | ۳/۶۰        | ۲/۶   | ۰/۰۷۷ |  |
| روزنامه‌نگاران                                                                         | ۲/۹۲       | ۳/۱۳       | ۳/۰۵        | ۲۲/۸  | ۰/۰۰۰ |  |
| کارگران                                                                                | ۳/۴۴       | ۳/۳۸       | ۳/۶۰        | ۳۰/۰  | ۰/۰۰۰ |  |



| میزان اعتماد به اقشار اجتماعی |             |
|-------------------------------|-------------|
| موضوع                         | شاخص ۱ تا ۷ |
| معلمان                        | ۴/۸۷        |
| استاد دانشگاه                 | ۴/۶۹        |
| کارگران                       | ۴/۵۰        |
| پزشکان                        | ۴/۳۸        |
| ورزشکاران                     | ۴/۲۷        |
| هنرمندان                      | ۴/۱۴        |
| قضات                          | ۳/۹۷        |
| روحانیون                      | ۳/۹۲        |
| روزنامه‌نگاران                | ۳/۸۶        |
| کارکنان نیروی انتظامی         | ۳/۸۴        |
| نمایندگان مجلس                | ۳/۷۹        |
| متولیان سیاسی کشور            | ۳/۶۸        |
| کسبه                          | ۳/۱۹        |
| تجار و بازرگانان              | ۳/۰۰        |
| بنگاه‌داران                   | ۲/۴۵        |

منبع: ایسپا، ۱۳۸۵.

جایی در تاریخ که مردم نه به همدیگر اعتماد دارند و نه به دولت اعتماد می‌کنند؛ آن هم در روزگاری که تلاش برای جلب اعتماد سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاران به شاه‌کلیدی برای چرخیدن چرخ کارخانه‌ها و توسعه اقتصاد تبدیل شده است.

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ به طور کلی **کارفرمایان نسبت به شاغلان** و هردو گروه نسبت به سایر مردم **بی‌اعتمادی** بیشتری را نسبت به حکومت و اجزای آن و نیز از وضعیت جامعه خود ابراز می‌دارند.
- ▶ **اعتماد عمومی مردم در ایران نه تنها کم است، بلکه در ۹ سال گذشته نیز کمتر شده است.**
- ▶ در میان قوای سه‌گانه، **کمترین اعتماد نسبت به دادگاه‌ها و دادگستری** ابراز شده است و افراد جوان‌تر و نیز کسانی که در سطوح اقتصادی بالاتر هستند، در مقایسه با دیگران اعتماد کمتری نسبت به نهادهای حکومتی ابراز داشته‌اند.
- ▶ هر شهروندی که در نهادهای سازمان‌های غیردولتی فعالیت دارد و عضو است و به عبارتی مشارکت بیشتری دارد در مقایسه با دیگران، **اعتماد بیشتری نسبت به نهادهای حکومتی** نشان می‌دهد.
- ▶ مطالعات متعدد نشان می‌دهد که **طبقات بالای جامعه** یا کسانی که از سطوح تحصیلی بالاتری برخوردارند نسبت به نهادهای رسمی **بی‌اعتمادی** بیشتری ابراز می‌دارند.
- ▶ از نظر نخبگان مدیریتی مهم‌ترین عنصر نظارتی که موجب اعتماد به روند امور می‌شود، سازوکار رقابتی و بازار است که کمترین نقش را در **سازوکارهای نظارتی** ایران نسبت به آنچه انتظار می‌رود دارد.

بی‌اعتمادی هستیم. همین است که کارهایمان پیش نمی‌رود.» پژوهش‌های مختلف نیز زوال اعتماد را تایید می‌کند؛ سطح اعتماد عمومی در جامعه ایران پایین است و فرسایش اعتمادی نیز روندی بلندمدت و مستمر است. بر اساس اطلاعات کتاب «سرمایه فراموش‌شده»، در فاصله سال‌های ۱۳۵۴ تا ۱۳۸۳ سطح اعتماد عمومی از ۵۴ درصد به ۲۴ درصد کاهش یافته است. روند تنزل اعتماد در سال‌های بعد نیز تداوم یافت به نحوی که میزان اعتماد عمومی شهروندان تهرانی از ۱۶ درصد در سال ۱۳۸۲ به ۹ درصد در سال ۱۳۸۹ کاهش یافت. فرسایش اعتماد تنها به شهرهای بزرگ یا برخی گروه‌های اجتماعی یا طبقات بالای جامعه منحصر نمی‌شود، بلکه روندی عمومی و فراگیر است ولی شدت آن در شهرها و گروه‌های مختلف به یک اندازه نیست.

محسن گودرزی می‌نویسد: «چنین وضعیتی با رفتارهای اقتصادی بلندمدت و توسعه‌گرایانه سازگاری ندارد. رفتارهای اقتصادی به ویژه آن گروه از رفتارهای مرتبط با سرمایه‌گذاری، بیش از هر چیز به محیطی قابل پیش‌بینی وابسته است. کنش‌های انسانی معطوف به آینده است یعنی هدفی را در آینده جست‌وجو می‌کند. سرمایه‌گذاری از کنش‌هایی است که به روشنی وابسته به درکی از آینده است. در شرایطی که افراد نسبت به آینده، احساس سردرگمی کنند یا نتوانند آن را پیش‌بینی کنند، گرایش کمتری برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت دارند.»

اما در کنار کاهش اعتماد عمومی، اعتماد به گروه‌های شغلی نیز روندی نزولی طی کرده است. افول آن حتی دامن گیر مشاغل مانند معلمان و استادان دانشگاه یا پزشکان شده که معمولاً در پیمایش‌ها رتبه بالایی در جلب اعتماد مردم دارند. به همین ترتیب، بی‌اعتمادی به نهادهای اجتماعی و دستگاه‌های دولتی نیز بالا رفته است. همه شواهد بیش و کم حاکی از فرسایش مستمر اعتماد اجتماعی است. کسبه، تجار و بنگاهداران، سه گروهی هستند که در رده‌بندی اعتماد به مشاغل مختلف در آخرین رده‌ها قرار می‌گیرند. به این ترتیب، کارفرماها و فعالان اقتصادی کمترین اعتماد را در میان مردم به خود اختصاص داده‌اند. البته، کارفرماها نیز خود به مردم بی‌اعتمادتر

خود جلب کرده بودند.» اما سال‌ها و سال‌ها گذشت و گذشت، حادثه‌ها پشت سر هم رقم خوردند و روزگار چرخید و چرخید تا بازار و بازاریانی که کانون و مرکز جامعه بودند، به غیرقابل اعتمادترین گروه‌ها برای مردم تبدیل شدند. آن طرف ماجرا، کارفرماها نیز بیشتر از تمام گروه‌های دیگر به مردم بی‌اعتماد شدند و هردوی این گروه کنار هم، اعتمادشان را به نهادهای دولتی از دست دادند. اوضاع کار روز به روز هم بدتر شد تا کار به میانه‌های دهه ۹۰ رسید؛ جایی در تاریخ که مردم نه به همدیگر اعتماد دارند و نه به دولت اعتماد می‌کنند؛ آن هم در روزگاری که تلاش برای جلب اعتماد سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاران به شاه‌کلیدی برای چرخیدن چرخ کارخانه‌ها و توسعه اقتصاد تبدیل شده است. اما در همین روزگار، گروهی سر برآورده‌اند که قد و قامتشان در نقطه‌ای مقابل بازاریان قرار دارد. ساده، راحت و اسپرت لباس می‌پوشند. همراه خود نماد مذهبی حمل نمی‌کنند و جین‌پوشی را به کراوات زدن ترجیح می‌دهند. در روزگاری که طومار سرمایه اجتماعی بازار و بازاریان در هم پیچیده شده است، آنها نسخه جدیدی از بازار ارائه کرده‌اند. جوان‌های دهه شصتی و دهه هفتادی با کسب و کارهایی که تمام آن در دنیای رمزها و عددهای مجازی می‌گذرد علیه بازار واقعی قد علم کرده‌اند و اعتماد مردم را روز به روز بیشتر جلب می‌کنند. در میانه دهه ۹۰، شاید باز هم بازار کانون کل جامعه باشد؛ کانونی که در دنیای کدها و کیبوردها و گوشی‌های موبایل زنده است و امید به بازگشت سرمایه‌ای را که دیری است گم شده، زنده نگه داشته است.

## «اعتماد عمومی» در ایران چه وضعیتی دارد؟

در فاصله سال‌های ۵۴ تا ۸۹ اعتماد عمومی در ایران از ۵۴ به ۹ درصد کاهش پیدا کرد

استاد یکی از کلاس‌های جامعه‌شناسی دانشگاه تهران مقابل تخته سفید از این طرف به آن طرف می‌رود و مولفه‌های مختلف روابط اجتماعی را تحلیل می‌کند. او بعد از سال‌ها تحقیق می‌گوید: «می‌دانید مهم‌ترین بحران اجتماعی الان به نظر من چیست؟ اعتماد! خیلی ساده است. مردم به هم اعتماد ندارند، به دولت اعتماد ندارند، دانشگاه به دولت اعتماد ندارد، دولت نه به مردم و نه به دانشگاه اعتماد دارد و به همین ترتیب در تمام سطوح اجتماعی در گیر

«بیشتر افراد جامعه ما قابل اعتماد هستند. شما بیشتر با این نظر موافقت یا مخالف؟»

| نظر                | درصد |
|--------------------|------|
| کاملاً مخالف       | ۱۷/۱ |
| مخالف              | ۴۴/۹ |
| مردد               | ۱۳/۲ |
| موافق              | ۱۸/۷ |
| کاملاً موافق       | ۱/۷  |
| نمی‌دانم / بی‌پاسخ | ۴/۴  |

نتایج نشان می‌دهد که در سال ۱۳۸۴ فقط حدود ۲۰ درصد مردم، بیشتر افراد جامعه را قابل اعتماد می‌دانند و این رقم به نسبت پایین است.

در کنار کاهش اعتماد عمومی، اعتماد به گروه‌های شغلی نیز روندی نزولی طی کرده است. افول آن حتی دامن گیر مشاغل مانند معلمان و استادان دانشگاه یا پزشکان شده که معمولاً در پیمایش‌ها رتبه بالایی در جلب اعتماد مردم دارند

اهمیت می‌دهند، بسیار کم است. رشته جامعه‌شناسی اقتصادی تازه متولد شده و مفهوم سرمایه که جامعه‌شناس فرانسوی به نام بورديو آن را ارائه کرد، به سه نوع سرمایه اصلی شامل سرمایه اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی یا اقتصادی می‌پردازد.<sup>۳</sup>

او ادامه می‌دهد: «بورديو نشان می‌دهد که چطور این سرمایه‌ها به هم تبدیل می‌شوند. پس اعتماد اجتماعی قابلیت تبدیل شدن به سرمایه فیزیکی، یعنی همان اقتصادی را داراست. در رابطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده، عامل اعتماد اجتماعی تعیین‌کننده‌تر از قیمت کالا است. قیمت پایین کالا به تنهایی باعث نمی‌شود که مصرف‌کننده با تولیدکننده رابطه مستمر پیدا کند. علت ادامه روابط را باید در جایی به جز عامل اقتصادی قیمت، جست‌وجو کرد.»

محسن گودرزی در کتاب «سرمایه فراموش‌شده» درباره تأثیر اعتماد بر رشد اقتصادی می‌نویسد: «از دهه ۹۰ میلادی در حوزه مباحث اقتصادی گرایشی رو به رشد نهاد که به رابطه میان جامعه، فرهنگ و اقتصاد توجه داشت. از این منظر، مفاهیمی مثل سرمایه اجتماعی به ویژه اعتماد به مباحث اقتصادی راه یافتند. بخشی از نظریات و تحقیقاتی که در این حوزه شکل گرفت، به بحث اعتماد و زمینه‌های افول یا رشد آن پرداختند. این نظریات پایین بودن میزان اعتماد یا بالا بودن آن را عاملی مؤثر در توسعه اقتصادی می‌دانستند. در جوامعی که اعتماد عمومی و نهادی بالاست، فعالیت اقتصادی با سهولت بیشتری انجام می‌شود. حال آنکه در کشورهایی که اعتماد پایین است، هزینه‌های زیادی بر فعالان اقتصادی بار می‌شود و در نتیجه، فعالیت اقتصادی را با مشکل روبه‌رو می‌سازد.»

بر اساس اطلاعات کتاب «سرمایه فراموش‌شده»، کشورهای با سطح بالاتری از اعتماد عمومی، دارای سطح بالاتری از روابط مشارکتی میان نیروی کار و مدیریت و همچنین سطح بالاتری از اتحادیه‌سازی هستند. وقتی اعتماد عمومی بالاست، اعضای اتحادیه‌ها هم بیشترند. رفتارهای منفعت‌طلبانه و غیرمشارکتی با موانع سختی برای پیوستن به اتحادیه‌ها مواجه می‌شوند. اعتماد متقابل و مشارکت، در از بین بردن این موانع بسیار مؤثر هستند. تحلیل‌های بین‌کشوری همچنین نشان‌دهنده آن هستند که وقتی اتحادیه‌ها قوی‌ترند، روابط میان کارگر و کارفرما مشارکتی‌ترند. اما

از هر گروه دیگری هستند. کارفرمایان بیش از همه گروه‌ها ارزیابی منفی‌تری از وجود و رواج ویژگی‌های مثبت در میان مردم دارند. بیشترین تفاوت هم مربوط به وجود پایداری به قول و قرار است که تفاوت چشم‌گیرتری است.

اعتماد کارفرمایان به خانواده‌هایشان بیش از دیگران است، نکته مهم اینکه کارفرمایان با اعتماد کمتر به جامعه به درون خانواده خود خزیده و نسبت به آنان اعتماد بیشتری ابراز داشته‌اند و از این طریق در برابر بی‌اعتمادی به جامعه واکنش نشان داده‌اند. کارفرمایان همچنین بیشتر از شاغلان، و شاغلان نیز بیشتر از سایر مردم بی‌اعتمادی بیشتری را نسبت به حکومت و اجزای آن و نیز از وضعیت جامعه خود ابراز می‌دارند.

## چرا اعتماد در اقتصاد اهمیت دارد؟

در جوامعی که اعتماد عمومی و نهادی بالاست، فعالیت اقتصادی با سهولت بیشتری انجام می‌شود

دختری جوان، لباس‌هایی شیک و گران‌قیمت به تن دارد و مشغول گشتن پشت و پترین‌های یکی از مگامال‌های پایتخت است. برندهای مختلف کنار هم قرار گرفته‌اند، با نگاهی کوتاه فروشگاه مورد نظرش را انتخاب می‌کند و می‌گوید: «شاید اینجا قیمتش گران‌تر باشد، اما من به این برند اعتماد دارم. جنس‌های فروشگاه‌های دیگر قشنگ‌تر هم که باشند، به چشمم نمی‌آیند.» تمام صورت حاج‌عبدالله را چین و چروک پوشانده و دور سرش، موهایی سفید باقی مانده‌اند. او درباره خریدهای روزمره‌اش می‌گوید: «این فروشگاه‌ها که جدیداً باز شده، تخفیف‌های خوبی می‌دهند. اما از آنها که خرید می‌کنم، به دلم نمی‌نشیند. هر چه برای یخچال می‌خواهم، باید از آقا سید بقال بخرم.» اعتماد، همان چیزی است که هردوی آنها از نسل‌های مختلف، سعی در توضیح آن دارند. علی‌اصغر سعیدی، جامعه‌شناس اقتصادی درباره این سرمایه در اقتصاد برای «آینده‌نگر» چنین توضیح می‌دهد: «بحث اعتماد اجتماعی جدید است و بیشتر کسانی که به یک عامل غیر از عوامل صرفاً اقتصادی در رشد و افول اقتصادها توجه می‌کنند، به آن می‌پردازند. تعداد کسانی هم که به این مولفه

سعیدی:  
عامل اعتماد  
اجتماعی  
تعیین‌کننده‌تر از  
قیمت کالا است.  
قیمت پایین کالا  
به تنهایی باعث  
نمی‌شود که  
مصرف‌کننده با  
تولیدکننده رابطه  
مستمر پیدا کند.  
علت ادامه روابط  
را باید در جایی  
به جز عامل  
اقتصادی قیمت،  
جست‌وجو کرد

رتبه ایران طی سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۶ در شاخص‌های نظام تدبیر<sup>۴</sup>  
با توجه به چنین وضعیتی از شاخص‌های حکمرانی خوب به طور طبیعی نمی‌توانیم انتظار آن را داشته باشیم  
که روابط دولت با دیگران از جمله بخش خصوصی براساس اعتماد و پرهیز از سوءظن باشد.

| شاخص / سال             | ۱۹۹۸ | ۲۰۰۰ | ۲۰۰۲ | ۲۰۰۴ | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۸ | ۲۰۱۰ | ۲۰۱۱ | ۲۰۱۳ | ۲۰۱۴ | ۲۰۱۵ | ۲۰۱۶ |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| آزادی بیان و پاسخ‌گویی | ۲۱   | ۲۳   | ۲۱   | ۱۴   | ۸    | ۷    | ۶    | ۷    | ۴    | ۶    | ۸    | ۱۱   |
| ثبات سیاسی و عدم خشونت | ۳۴   | ۲۴   | ۲۳   | ۲۲   | ۱۷   | ۱۶   | ۶    | ۸    | ۱۱   | ۱۷   | ۱۸   | ۲۰   |
| اثربخشی دولت           | ۳۲   | ۳۵   | ۳۸   | ۴۰   | ۳۳   | ۳۳   | ۳۹   | ۴۱   | ۲۸   | ۳۸   | ۴۷   | ۴۶   |
| کیفیت تنظیم مقررات     | ۵    | ۵    | ۶    | ۹    | ۴    | ۳    | ۳    | ۶    | ۶    | ۵    | ۷    | ۹    |
| حاکمیت قانون           | ۲۴   | ۳۱   | ۳۹   | ۲۹   | ۳۳   | ۲۱   | ۱۸   | ۱۷   | ۱۷   | ۱۳   | ۱۷   | ۲۶   |
| کنترل فساد             | ۲۸   | ۲۶   | ۳۲   | ۵۰   | ۴۳   | ۳۸   | ۱۶   | ۲۰   | ۲۸   | ۳۱   | ۳۲   | ۲۶   |

منبع: WorldWide Governance Indicator (WGI), 2017

\* ارقام جدول نمره ایران را از یک تا صد نشان می‌دهد می‌توان گفت وضعیت این درصد از کشورها بدتر از ایران است. مثلاً رقم ۲۸ برای کنترل فساد در سال ۲۰۱۳ به معنای آن است که ۲۸ درصد کشورها از ایران وضعیت بدتر و ۷۲ درصد وضعیت بهتری دارند.

## کارفرمایان، بی اعتمادتر از همه

این اطلاعات مهم ترین داده هایی است که می توان مقایسه های میان برداشت های کارفرمایان با دیگران و به طور مشخص سایر شاغلان و غیر شاغلان داشت، اگر چه این مطالعه در سال ۱۳۷۹ انجام شده است، ولی گمان نمی رود منطق تفاوت ها تغییر چندانی کرده باشد.

به طور کلی کارفرمایان بیش از سایر شاغلان و آنان نیز بیش از غیر شاغلان، ارزیابی منفی تری از وجود و رواج ویژگی های مثبت در میان مردم دارند. بیشترین تفاوت هم مربوط به وجود پایبندی به قول و قرار است که تفاوت چشم گیر تر است.

برای شاغلان اعم از کارفرمایان و دیگر شاغلان، اهمیت خانواده و کار بیشتر از غیر شاغلان است، ولی هنگامی که به مذهب می رسد، اهمیت آن برای کارفرمایان کمتر از دیگران است، ولی در موضوع سیاست نظرات هر سه گروه تقریباً مشابه است و تفاوت معناداری ندارد.

اعتماد کارفرمایان به خانواده های شان بیش از بقیه است، در حالی که در موضوع اقوام و خویشاوندان و نیز دوستان نه تنها اعتمادشان بیشتر نیست بلکه اندکی نیز کمتر است؛ هر چند سطح معناداری این تفاوت زیاد نیست. نکته مهم اینکه کارفرمایان با اعتماد کمتر به جامعه به درون خانواده خود خزیده و نسبت به آنان اعتماد بیشتری ابراز داشته اند و از این طریق در برابر بی اعتمادی به جامعه واکنش نشان داده اند.

| اگر اجازه دهید، میل دارم نظر شما را درباره اهمیت موضوعاتی مثل کار، مذهب، خانواده و سیاست یک به یک بپرسم. هر کدام برای شما چقدر اهمیت دارد؟ |            |            |             |      |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|-------------|------|-------|
| موضوع / پاسخ                                                                                                                               | غیر شاغلان | کارفرمایان | سایر شاغلان | F    | Sig   |
| کار                                                                                                                                        | ۴/۸۸       | ۵/۰۸       | ۵/۱۷        | ۷۰/۷ | ۰/۰۰۰ |
| خانواده                                                                                                                                    | ۵/۲۹       | ۵/۳۵       | ۵/۳۶        | ۱۱/۲ | ۰/۰۰۰ |
| مذهب                                                                                                                                       | ۵/۰۴       | ۴/۸۲       | ۵/۰۶        | ۱۷/۸ | ۰/۰۰۰ |
| سیاست                                                                                                                                      | ۳/۰۲       | ۲/۹۶       | ۳/۰۳        | ۰/۷  | ۰/۵۱۹ |

| شما (...) خود را چقدر قابل اعتماد می دانید؟ |            |            |             |      |       |
|---------------------------------------------|------------|------------|-------------|------|-------|
| موضوع / پاسخ                                | غیر شاغلان | کارفرمایان | سایر شاغلان | F    | Sig   |
| اعضای خانواده                               | ۴/۸۷       | ۵/۰۶       | ۵/۰۳        | ۵۷/۴ | ۰/۰۰۰ |
| اقوام و خویشان                              | ۳/۴۵       | ۳/۴۱       | ۳/۴۸        | ۵/۵  | ۰/۰۰۷ |
| دوستان                                      | ۳/۳۱       | ۳/۲۴       | ۳/۳۲        | ۱/۱  | ۰/۳۲۹ |

منبع: کتاب سرمایه فراموش شده، چاپ اتاق تهران

می توان فرض گرفت که اگر اعتماد اجتماعی به این گروه کاهش پیدا کرد، نتیجه این ادغام بود. البته موضوعی که دولت، شخص شاه و دربار نسبت به روحانیت و تجار بعد از ملی شدن صنعت نفت و ۱۵ خرداد داشتند، اثرهای پرننگی گذاشت. تقریباً شاه و دربار از دولت، روحانیت و بازار جدا شدند. اما همچنان ارتباط تجار با مردم به سبب ارتباط با روحانیت حفظ شد.»

اما اعتماد مردمی به این گروه های شغلی نیز روز به روز کم و کمتر شد. سعیدی در اینجا نقش را به شخصیت های روشنفکر و ادبی می دهد و می گوید: «در آن زمان این طور تلقی می شد که روز به روز صنعت در حال رشد است. به ویژه با تبلیغاتی که روشنفکرانی مثل جلال آل احمد علیه گسترش جامعه مصرفی داشتند. کسانی که گسترش مصرف را در جامعه انجام می دادند، بیشتر صنعت گران بودند. رفته رفته اعتماد کاهش پیدا کرد و علت اصلی هم این بود که

در جوامعی که اعتماد پایین است، افراد زندگی خود را دستخوش تاثیر نیروهای می بینند که بر آن کنترلی ندارند و اتفاقات را در پرتو مفاهیمی مثل شانس و تصادف تفسیر و فهم می کنند. در جوامعی که سطح اعتماد عمومی بالاست، عمومیت این نوع نگرش ها و انفعال اجتماعی بیش از جوامعی است که سطح اعتماد در آن پایین است. در این جوامع، وقتی افراد تمایل ندارند خود را درگیر روابط بلندمدت کنند و به صورت موضعی و کوتاه مدت با مسائل روبه رو می شوند، احتمال پیش بینی ناپذیری افزایش می یابد. زیرا افراد کنش های خود را معطوف به آینده ها و زمان های دور نمی کنند، برای کوتاه مدت برنامه ریزی می کنند و به اصطلاح «چو فردا شود، فکر فردا می کنند». در نتیجه زنجیره های از روابط کوتاه مدت و موضعی، جهان اجتماعی را می سازند.

## چرا «اعتماد به فعالان اقتصادی» در پایین ترین سطح است؟

در سال ۴۲ اتاق صنایع به وجود آمد و در سال ۴۸ با اتاق بازرگانی ادغام شد. همین ادغام تجار و صنعت گران، پایه های بی اعتمادی را گذاشت

بر اساس اطلاعات کتاب «سرمایه فراموش شده»، در سال ۷۹ پژوهشی در مورد اعتماد میان گروه های مختلف شغلی انجام شده و از شرکت کنندگان در آن خواسته شده بود تا در یک طیف ۷ قسمتی، از اصلاً با نمره صفر تا کاملاً با نمره ۶، میزان اعتماد خود را به گروه های شغلی مختلف انتخاب کنند. در آن زمان، حدود ۱۷ سال پیش، تجار و بازرگانان با نمره ۲،۱ کمترین اعتماد را در میان مردم دارا بودند. بعد از آنها نیز، کسبه با نمره ۲،۴۹ اقبال بدی در میان مردم داشتند و روزنامه نگاران نیز سومین گروهی بودند که با ۲،۹ در سومین جایگاه پایین از لحاظ میزان جلب اعتماد مردمی قرار می گرفتند. این اطلاعات نشان می دهد که بی اعتمادی به فعالان اقتصادی، ریشه در تاریخ دارد. تاریخی که علی اصغر سعیدی، پژوهشگر اقتصادی آن را مربوط به حدود نیم قرن پیش می داند. او از علت بی اعتمادی مردم به آدم های اقتصادی، چنین روایت می کند: «تجار همیشه پیش مردم مورد اعتماد بودند اما از زمانی که برخی از آنها به صنعت گری و کارخانه داری تغییر فعالیت دادند، اعتماد به آنها نیز روز به روز کمتر شد. در دهه ۴۰، تلقی می شد که صنعت گران بیشتر با دولت یا شاه ارتباط دارند و گروهی هستند که بیشتر از طریق حمایت ها و تشویق های دولت رشد کرده اند. به نظر می رسید وقتی که پایگاه بازاری خود را تغییر می دهند، انگار از جامعه جدا می شوند و به دولت می پیوندند. از آن طرف همچنین همواره بدبینی در بین تجار نسبت به صنعت گران وجود داشته است.»

نویسنده کتاب «موقعیت تجار و صنایع در عصر پهلوی»، با تاکید بر تاریخ شکل گیری اتاق بازرگانی به شمایل کنونی می گوید: «تحقیقات نشان می دهد که بخش اعظم صنعت گران از بازار آمده اند؛ به ویژه وقتی که اتاق ایران با اتاق صنعت ادغام شد. در سال ۴۲ اتاق صنایع به وجود آمد و آنها در سال ۴۸ با هم ادغام شدند. اگر چه مخالفت های زیادی از سوی تجار آن زمان به ویژه رئیس وقت محمد خسروشاهی انجام می شد، اما به هر حال ادغام صورت گرفت. بر اثر آن تجار بیشتر در اتاق بازرگانی منزوی شدند و بین تجار و صنعت گران فاصله شکل گرفت. با استناد به پژوهش های مختلفی

سازمانی است. این متغیر که در مورد سازمان‌های مختلف و در چهار محور سازمان‌های دولتی، خصوصی، مدنی و شهرداری تهران سنجیده شده، مورد تحلیل عاملی قرار گرفته است. داده‌های موجود میانگین اعتماد به سازمان‌های مختلف دولتی را حول و حوش رقم ۴ در مقیاس ۰ تا ۱۰ نشان می‌دهد که رقمی پایین‌تر از حد متوسط ۵ و پایین‌تر از سطح متوسط است (قوه مجریه ۴/۲۱، قوه قضاییه ۴/۰۱ و قوه مقننه ۳/۹۸).

او با بررسی تطبیقی نتایج پژوهشی در حوزه «اعتماد نهادی» در سال ۸۴ و ۹۳ نشان می‌دهد که در هر دو مقطع کمترین اعتماد به دادگاه‌ها و دادگستری بوده است. ولی سقوط اعتماد به صدا و سیما در این فاصله ده‌ساله، چشم‌گیرتر از سایر نهادهاست. جزئیات پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین کاهش اعتماد از طرف نسل جوان زیر ۳۰ سال اتفاق افتاده و با بالا رفتن سن نیز تغییر چندانی در میزان اعتماد دیده نمی‌شود.

همچنین کم شدن اعتماد نهادی در میان افرادی با تحصیلات عالی معنادارتر و مشهودتر است. در سطح مناطق تهران نیز در سال ۱۳۹۳ کمترین میزان اعتماد، مربوط به پاسخ‌گویان مناطق ۱، ۲ و ۳ بوده است. مناطقی که در آن کارفرمایان بیشتری به نسبت سایر مناطق ساکن هستند و می‌توان آن را معرف بخش خصوصی در نظر گرفت. به این ترتیب، کارفرماها و فعالان اقتصادی بخش خصوصی بیشتر از تمام مردم به نهادهای کشور بی‌اعتماد هستند.

این در حالی است که در سال ۱۳۸۴، مناطق شرق تهران اعتماد کمتری از خود نشان داده بودند؛ مناطقی که طبقه اجتماعی آن را طبقه متوسط و کارمند تشکیل می‌دهد.

بررسی‌های کتاب «سرمایه فراموش‌شده» نشان می‌دهد که کاهش اعتماد نسبت مستقیمی با شاخص امید به آینده دارد که آن نیز کمتر شده و از رقم ۳۵/۵ از ۱۰۰ در سال ۱۳۸۴ به رقم ۲۹/۵ در سال ۱۳۹۳ رسیده است.

همچنین دولت و نظام اداری در جلب اعتماد گروه‌های تحصیل کرده، ناموفق بوده است. اعتماد به سازمان‌های دولتی میان بی‌سوادان ۵/۱۹ است در حالی که این رقم برای افراد دارای مدرک کارشناسی و بالاتر ۳/۵ است. این تفاوت در میزان اعتماد به نهادهای خصوصی نصف می‌شود و به نهادهای مدنی هم مجدداً کمتر و نزدیک به هم می‌شود. سهم نسبی گروهی که «صلاً» اعتمادی به دستگاه‌های دولتی ندارند بین ۱۹/۹ تا ۲۱/۵ (قوه مجریه و قوه مقننه) تغییر می‌کند، در مقابل، سهم افراد با اعتماد «کامل» برای قوه مقننه ۶/۰ و برای قوه مجریه ۷/۴ درصد است. اعتماد به نهادها و سازمان‌های خصوصی اگرچه اندکی بالاتر، ولی کمتر از حد متوسط ۵ است (۴/۷۷). با این حال سهم گروه فاقد اعتماد تنها ۹/۹ درصد است. میانگین اعتماد به سازمان‌های مدنی نیز وضعیتی مشابه دارد و بین ۳/۰۷ (احزاب و گروه‌های سیاسی) تا ۴/۸۵ (موسسات خیریه، شوراهای محله و شهر و...) نوسان می‌کند. به صورت خاص، سهم افراد فاقد اعتماد به احزاب و گروه‌های سیاسی بسیار بالا و ۳۲/۱ درصد است. در مورد واحدهای خدماتی شهرداری تهران بیشترین میانگین مربوط به واحدهای فعال در عرصه حمل‌ونقل عمومی (۵/۰۱) و کمترین میانگین مربوط به واحدهای ایجاد اشتغال و کارآفرینی (۳/۵۹) است. در بخش اجتماعی شهرداری نیز دو گویه فرهنگ‌سراها و خانه‌های فرهنگ و خانه‌های بهداشت و سلامت شهری به ترتیب میانگینی برابر ۵/۳۲ و ۴/۹۹ دارند. در مجموع میانگین اعتماد به سازمان‌ها تنها در مورد دو واحد شهرداری تهران (یعنی واحدهای

گروه‌های مرجع مردم به صنعت‌گران با دیده تردید نگاه می‌کردند. بی‌اعتمادی به فعالان اقتصادی بعد از انقلاب هم ادامه پیدا کرد، اگرچه که قاطبه فعالان اقتصادی هیچ‌وقت از دولت شاه حمایت نکرده بودند. سعیدی می‌گوید: «بعد از انقلاب وقتی که اطلاعات مختلفی از سهام شرکت‌ها، روابط صنعت‌گران با دولت و... به دست آمد، نشان داده شد که ارتباط خاصی میان آنها نبود، بلکه روشنفکران نسبت به رشد جامعه صنعتی نوعی توهّم داشتند و به نظرشان می‌آمد که طبقه صنعت‌گران را سیاست‌های دولتی و دربار به وجود آورده است. اما خود انقلاب اسلامی نشان داد که فعالان اقتصادی در هیچ مرحله‌ای از انقلاب از شاه حمایت نکردند.»

او ادامه می‌دهد: «بعد از انقلاب اعتماد اجتماعی به بازار هم رفته‌رفته کاهش پیدا کرد؛ اگرچه تجار نقش زیادی در انقلاب داشتند و کمک‌های مالی زیادی کرده بودند. اما به طور خاص در دوران جنگ اعتماد اجتماعی به بازار که طرفدار نظام باز بود، کاهش پیدا کرد. آن هم در اثر تبلیغات گروه‌های چپ در جو انقلاب بود. حتی در دولت مهندس موسوی به تدریج حضور کسانی که قوانین ملی شدن تجارت خارجه و... را وضع می‌کردند، نشان‌دهنده این بود که جو انقلاب از گروه‌های متمول فاصله می‌گیرد. در نهایت در دوره معاصر کاهش اعتماد اجتماعی را ناشی از چپ‌روی و بدبینی روشنفکران نسبت به گروه‌های صاحب سرمایه می‌دانم.»

## «اعتماد نهادی» طی یک دهه چه تغییری کرده است؟

دولت و نظام اداری در جذب اعتماد گروه‌های تحصیل کرده، ناموفق بوده است؛ اعتماد به سازمان‌های دولتی میان بی‌سوادان ۵/۱۹ است، در حالی که این رقم برای افراد دارای مدرک کارشناسی و بالاتر ۳/۵ است

اعتماد مردم به نهادهای مختلف کشور، هر سال کمتر می‌شود. در این میان کارفرماها و گروه‌های تحصیل کرده، از همه به نهادها بی‌اعتمادترند و البته اعتماد مردم به سازمان‌های خصوصی بیشتر از اعتماد به دولت است. محسن گودرزی در کتاب «سرمایه فراموش‌شده» می‌نویسد: «اعتماد به سازمان‌ها و نهادها یا اعتماد تعمیم‌یافته و انتزاعی یکی از متغیرها و مولفه‌های بسیار بااهمیت در تشکیل سرمایه اجتماعی

بعد از انقلاب  
اعتماد اجتماعی به  
بازار هم رفته‌رفته  
کاهش پیدا کرد؛  
اگرچه تجار  
نقش زیادی در  
انقلاب داشتند و  
کمک‌های مالی  
زیادی کرده بودند.  
اما به طور خاص  
در دوران جنگ  
اعتماد اجتماعی  
به بازار که طرفدار  
نظام باز بود،  
کاهش پیدا کرد

| اعتماد به سازمان‌های دولتی |            |                  |       |      |          |      |        |         |
|----------------------------|------------|------------------|-------|------|----------|------|--------|---------|
| ردیف                       | گویه‌ها    | تعداد پاسخ‌گویان | مراتب |      |          |      |        | میانگین |
|                            |            |                  | اصلاً | کم   | تا حدودی | زیاد | کاملاً |         |
| ۱                          | قوه مجریه  | ۴۰۹۹             | ۱۹/۹  | ۲۴/۷ | ۲۹/۹     | ۱۸/۲ | ۷/۴    | ۴/۲۱    |
| ۲                          | قوه قضاییه | ۴۰۹۰             | ۲۱/۱  | ۲۶/۸ | ۲۸/۹     | ۱۷/۰ | ۶/۲    | ۴/۰۱    |
| ۳                          | قوه مقننه  | ۴۰۲۴             | ۲۱/۵  | ۲۵/۹ | ۳۰/۶     | ۱۶/۱ | ۶/۰    | ۳/۹۸    |

| اعتماد به سازمان‌های خصوصی |                            |                  |       |      |          |      |        |         |
|----------------------------|----------------------------|------------------|-------|------|----------|------|--------|---------|
| ردیف                       | گویه‌ها                    | تعداد پاسخ‌گویان | مراتب |      |          |      |        | میانگین |
|                            |                            |                  | اصلاً | کم   | تا حدودی | زیاد | کاملاً |         |
|                            | نهادهای و سازمان‌های خصوصی | ۴۱۳۹             | ۸/۹   | ۲۴/۶ | ۳۸/۶     | ۲۲/۲ | ۵/۷    | ۴/۷۷    |

رفتار مبتنی بر اعتماد در روابط شخصی شده میان عاملان اقتصادی بعدی عقلانی می‌بخشد. کسانی که این رفتار را در پیش بگیرند، از فرصت‌های آتی کسب‌وکار کنار گذاشته می‌شوند.

میان عاملان اقتصادی بعدی عقلانی می‌بخشد. کسانی که این رفتار را در پیش بگیرند، از فرصت‌های آتی کسب‌وکار کنار گذاشته می‌شوند. این طرد نه تنها توسط طرفی که به اعتماد آنها خیانت شده است صورت می‌گیرد، بلکه سایر کسب‌وکارهای موجود در آن اجتماع که با یکدیگر در ارتباط هستند و تجارب خود را در زمینه روابط غیر قراردادی با هم در میان می‌گذارند نیز عامل غیر قابل اعتماد را از چرخه تجارت خارج می‌کنند. بنابراین نهادها هم به عاملان انگیزه لازم را برای رفتار مبتنی بر اعتماد می‌دهند و هم منجر به پخش اطلاعاتی می‌شوند که به عاملان اجازه می‌دهد بتوانند به یکدیگر بر اساس این اطلاعات اعتماد کنند.»

بر این اساس، ضعف اعتماد عمومی نیز بر وضعیت سازماندهی بخش خصوصی اثر نامطلوب گذاشته است. به علت پایین بودن اعتماد عمومی، افراد تمایل کمتری به همکاری و کار جمعی با دیگران دارند، و گرایش دارند همکاران خود را از بین اعضای خانواده یا خویشاوندان و آشنایان نزدیک انتخاب کنند. به همین علت، معمولاً سازماندهی در مقیاس کوچک انجام می‌شود و با تغییرات در نظام خانواده نیز شرکت‌های خصوصی تحت تأثیر قرار می‌گیرند. از دید فعالان بخش خصوصی این عامل مانع از شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ می‌شود.

علی اصغر سعیدی، مدیر گروه برنامه‌ریزی و رفاه اجتماعی دانشگاه تهران آثار بی‌اعتمادی را چنین توضیح می‌دهد: «هر نوع رابطه‌ای چه رابطه تولیدی که بین اجزای تولید اتفاق می‌افتد، چه رابطه مصرف‌کننده و تولیدکننده، نیاز به وجود سرمایه اعتماد دارد. در سطح یک بنگاه اقتصادی وقتی اعتماد کاهش پیدا کند، مثلاً اگر بین مدیران و مالکان باشد، ریسک‌پذیری مدیر را کاهش می‌دهد و سود شرکت را کاملاً پایین می‌آورد. برای همین اگر شرکت‌هایی باشند که صاحبان آن به مدیرانشان سهام شرکت را ندهند، به ویژه به مدیر حرفه‌ای، ریسک‌پذیری کاهش پیدا می‌کند و دود آن به چشم کل شرکت می‌رود. همیشه بین افزایش کارایی بنگاه‌ها با تفکیک بین مالکیت و مدیریت و سهم بالا به مدیران، اختلاف نظر وجود داشته است.»

حمل و نقل عمومی و مجتمع‌ها، فرهنگ‌سراها و خانه‌های فرهنگ از مرز ۵ بالاتر است و می‌توان گفت شهروندان پاسخ‌گو در این مطالعه، اعتماد اندکی به آنها داشته‌اند. در مورد سایر سازمان‌های مورد پرسش نیز، داده‌ها از شرایط خاص بی‌اعتمادی به جای اعتماد حکایت دارند. در حالی که میانگین اعتماد افراد ساکن در پایین‌ترین طبقه شهر تهران به سازمان‌های دولتی برابر ۴/۸۱ است این رقم برای بالاترین طبقه برابر ۳/۱۴ است که این تفاوت بسیار زیادی است. در واقع از آنجا که بخش خصوصی بیشتر در طبقات بالای شهر ساکن هستند این تفاوت را می‌توان به نگاه این بخش تسری داد. این تفاوت در میزان اعتماد به سازمان‌های خصوصی خیلی کمتر می‌شود، ۵ درصد پایین‌ترین طبقه در برابر ۴/۷ درصد بالاترین طبقه. این تفاوت در اعتماد به سازمان‌های مدنی و شهرداری به کلی از میان می‌رود و ناچیز می‌شود.

### دولت قابل اعتمادتر است یا سازمان‌های خصوصی؟

بررسی نتایج به صورت تطبیقی میان دولت و بخش خصوصی، نشان می‌دهد که مردم به نهادهای خصوصی، اعتماد بیشتری نسبت به دولتی‌ها دارند. حدود ۲۰ درصد از مردم به قوه مجریه «اصلاً» اعتماد ندارند و ۲۹ درصد «تا حدودی» اعتماد دارند. این در حالی است که ۸،۹ درصد از پاسخ‌گویان اعلام کرده‌اند که به سازمان‌های خصوصی «اصلاً» اعتماد ندارند و ۲۸ درصد «تا حدودی» اعتمادشان پایرجاست. با این حال در آن سوی طیف میزان کسانی که به دولت «کاملاً» اعتماد دارند از سازمان‌های خصوصی بیشتر است. ۷،۴ درصد از مردم به قوه مجریه کاملاً اعتماد می‌کنند اما در مقابل ۵،۷ درصد از آنها چنین احساسی را به سازمان‌های خصوصی دارند. همچنین ۱۸،۲ درصد از پاسخ‌گویان اعتمادشان به قوه مجریه «زیاد» است و ۲۲،۲ درصد نیز به بخش خصوصی اعتماد زیادی دارند.

علی اصغر سعیدی، جامعه‌شناس اقتصادی معتقد است که این کاهش اعتماد، مربوط به عملکرد خود نهادهای خصوصی نیز می‌شود. او می‌گوید: «گروه‌هایی که مسئولیت اجتماعی خودشان را انجام می‌دهند، با جامعه از طریق فعالیت‌های خیریه‌ای و غیرانتفاعی در ارتباط هستند، به نحوی سعی می‌کنند چه از طریق گسترش فعالیت‌ها و اشتغال‌زایی، چه از طریق روابط با کارگران و جامعه حس وفاداری را بین خود و مردم برقرار کنند و اعتماد اجتماعی بسیار بیشتری را دریافت می‌کنند. همچنین آنهایی که کالاهایی را در بخش خدمات ارائه می‌کنند و بعد از فروش خدمات خوبی می‌دهند، ارتباط معتمدانه خوبی را برقرار می‌کنند.»

سعیدی با تأکید بر جلب اعتماد مردم در کسب و کارهای نوین ادامه می‌دهد: «همان‌طور که به راحتی قابل مشاهده است، اعتماد مردم به استارت‌آپ‌ها بیشتر است. شاخص اعتماد اجتماعی بر اساس میزان تقاضا و پایدار بودن این تقاضا اندازه گرفته می‌شود. در کل افرادی که در بخش خصوصی بیشتر مورد اعتمادند، افرادی‌اند که به وظایف اجتماعی خود بهتر عمل می‌کنند و البته که به نفع فعالیت خودشان است.»

### بی‌اعتمادی با کسب و کارها چه می‌کند؟

با زوال اعتماد سرمایه اجتماعی در شرکت سقوط می‌کند و خود سرمایه اجتماعی روی سرمایه فیزیکی یا اقتصادی اثر می‌گذارد

در کتاب «سرمایه فراموش‌شده» درباره تبعات فراموشی سرمایه اعتماد آمده است: «رفتار مبتنی بر اعتماد در روابط شخصی شده

دولت و نظام  
اداری در جلب  
اعتماد گروه‌های  
تحصیل‌کرده،  
ناموفق بوده  
است. اعتماد به  
سازمان‌های  
دولتی میان  
بی‌سوادان ۵/۱۹  
است در حالی  
که این رقم برای  
افراد دارای مدرک  
کارشناسی و  
بالا تر ۳/۵ است

| مقایسه اعتماد نهادهای در سال ۱۳۸۴ و ۱۳۹۳ نزد مردم تهران                   |      |      |       |      |
|---------------------------------------------------------------------------|------|------|-------|------|
| پرسش / پاسخ                                                               | سال  | زیاد | متوسط | کم   |
| در دادگستری‌ها و دادگاه‌ها چقدر حقوق مردم رعایت می‌شود؟                   | ۱۳۸۴ | ۱۱/۶ | ۳۰/۱  | ۵۸/۳ |
|                                                                           | ۱۳۹۳ | ۱۳/۱ | ۲۰/۲  | ۶۶/۶ |
| در مراکز نیروی انتظامی چقدر حقوق مردم رعایت می‌شود؟                       | ۱۳۸۴ | ۲۰/۲ | ۳۱/۴  | ۴۸/۴ |
|                                                                           | ۱۳۹۳ | ۱۸/۱ | ۲۳/۸  | ۵۸/۱ |
| در تصمیمات مجلس شورای اسلامی چقدر منافع مردم در نظر گرفته می‌شود؟         | ۱۳۸۴ | ۲۲/۴ | ۳۳/۶  | ۴۴/۰ |
|                                                                           | ۱۳۹۳ | ۱۴/۷ | ۲۴/۷  | ۶۰/۶ |
| صداسیما چقدر اطلاعات و اخبار درست در اختیار مردم قرار می‌دهد؟             | ۱۳۸۴ | ۳۱/۰ | ۳۷/۱  | ۳۲/۰ |
|                                                                           | ۱۳۹۳ | ۲۱/۹ | ۲۳/۸  | ۵۴/۳ |
| دولت تا چه اندازه در تصمیم‌گیری‌های خود به منافع همه ملت ایران توجه دارد؟ | ۱۳۸۴ | ۱۸/۱ | ۳۶/۷  | ۴۵/۲ |
|                                                                           | ۱۳۹۳ | ۳۶/۷ | ۲۹/۱  | ۵۴/۹ |

## «سرمایه اجتماعی» چطور افزایش می‌یابد؟

کسی که کالایی را مصرف می‌کند، از طریق آن خودش را بیان می‌کند؛ اعتماد جمعی چیزی ورای حاصل جمع اعتماد تک تک افراد است

زمانه عوض شده است. در دهه ۹۰، منطق بازار حکم می‌کند که قدیمی‌ها از جوان‌های پر شور و شر الگوبرداری کنند و نوآوری‌های آنها را به کار بگیرند. حالا هرچه اعتماد به بازاری‌ها و صاحبان صنایع کم می‌شود، در طیف مقابل آنها اعتماد به جوان‌های دهه شصتی و دهه هفتادی استارت‌آپ‌ها افزایش می‌یابد. تا جایی که در تحلیل علمی جامعه‌شناسی اقتصادی نیز آنها راه خود را پیدا کرده‌اند. علی‌اصغر سعیدی، مدیر گروه برنامه‌ریزی و رفاه اجتماعی دانشگاه تهران می‌گوید: «از طریق شیوه‌های سازماندهی اجتماعی کار، می‌توان افزایش اعتماد را تجربه کرد. از گذر نوع سیستم سازمان اجتماعی پست فوردیسم می‌تواند راه‌گشا باشد. در این روش کار تیمی و رضایت کارمند اصل قرار می‌گیرد و آسایش آن برای کارایی بالا مطرح می‌شود.»

او با تاکید بر نقش مصرف‌کننده می‌گوید: «سرمایه اجتماعی را در رابطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده نیز باید مد نظر داشت. اگر اعتماد بین این دو کاهش داشته باشد، موجب افت میزان سرمایه‌گذاری می‌شود. یکی از ابتکاراتی که شرکت‌ها همواره در بازار رقابت می‌توانند از طریق آن رقبا را بیرون کنند و سهم بیشتری بگیرند، تلاش برای بالا بردن اعتماد است. یک راه ساده آن هم این است که شرکت‌ها به نیازهای واقعی مصرف‌کننده توجه کنند.»

کسی که کالایی را مصرف می‌کند، از طریق آن خودش را بیان می‌کند. سعیدی با تکیه بر این اصل ادامه می‌دهد: «مصرف‌کننده‌ها با مصرف یک خدمت و کالا بیشتر خودشان را می‌خواهند بیان کنند و همین برای تولیدکننده اهمیت دارد. با مصرف برخی کالاها و خدمات، مصرف‌کننده احساس می‌کند که آگاهی‌اش افزایش یافته و توانسته خواسته‌هایش را با مصرف کالا بیان کند؛ چه کالا فرهنگی و چه غیر فرهنگی باشد. با ایجاد این احساس، فرد به کالا و خدمت وفادار می‌شود. از این طریق رابطه مستمری شکل می‌گیرد که در آن اعتماد اجتماعی به آن کالا افزایش پیدا کند.»

با این تفاسیل، اعتماد اجتماعی چیزی فراتر از احساس اعتماد در تک‌تک افراد و مقوله‌ای فردی است. علی‌اصغر سعیدی در انتها می‌گوید: «اعتماد هم در روابط بین فردی وجود دارد و هم به صورت اعتماد اجتماعی به گروه‌های مختلف. جمع اعتماد بالای تک‌تک افرادی که از خدماتی مثل اسنپ و تپسی استفاده می‌کنند، خود اعتماد اجتماعی را شکل می‌دهد. مثل یک روح جمعی که از تک‌تک افراد به وجود آمده ولی چیزی ورای آن و فراتر از آن است. تک‌تک ما مصرف خدمات و کالا را تجربه می‌کنیم ولی وقتی بعد از مدتی حس می‌کنیم نیازهایمان را برآورده کرده، با مصرف آن به نوعی خودمان بیان می‌شویم، خواسته‌هایمان بیان می‌شود و رفته‌رفته این احساس روح جمعی هم پیدا می‌کند که حتی ماحصل جمع اعتمادهای فردی هم نیست، بلکه چیزی ورای آن است که بر اعتماد آینده افرادی که به مصرف این خدمات روی آورند، اثر خواهد گذاشت و مدام باز تولید خواهد شد.»

\* عنوان گزارش بر گرفته از

شعر «طفلی به نام شادی دیر پست گم شده»

محمد رضا شفیعی کدکنی

ضریب همبستگی شاخص‌های نظام تدبیر با درآمدهای صادراتی نفت و گاز به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ در فاصله سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۹۱

| شاخص                   | ضریب همبستگی | سطح معناداری |
|------------------------|--------------|--------------|
| آزادی بیان و پاسخ‌گویی | -۰/۸۵۶       | ۰/۰۰۰        |
| ثبات سیاسی و عدم خشونت | -۰/۸۱۸       | ۰/۰۰۰        |
| اثربخشی دولت           | ۰/۲۱۳        | ۰/۴۶۴        |
| کیفیت تنظیم مقررات     | -۰/۴۴۴       | ۰/۱۱۱        |
| حاکمیت قانون           | -۰/۷۷۳       | ۰/۰۰۱        |
| کنترل فساد             | -۰/۴۸۱       | ۰/۰۸۲        |

با افزایش درآمدهای نفتی (توجه شود به قیمت ثابت و نه جاری) به ترتیب رتبه و شاخص آزادی بیان و ثبات سیاسی و حاکمیت قانون با شدت کاملاً معناداری نزول می‌کنند. کیفیت تنظیم مقررات و کنترل فساد نیز کاهش می‌یابد ولی به دلیل تعداد کم سال‌هایی که آمار در دسترس بوده (۱۴ سال) سطح معناداری آنها قابل توجه نیست. تنها اثر مثبت ولی اندک آن بر اثربخشی دولت است که آن نیز به دلیل خاصه‌خرجی دلاهای نفتی است.

او ادامه می‌دهد: «همچنین زوال اعتماد اجتماعی در سطح کارگران و مدیران لطمه بزرگی به تولید وارد می‌کند. کارگری که به مدیر خود اعتماد نداشته باشد، حتماً احساس او روی محصول نهایی که تولید می‌کند، اثر خواهد گذاشت. به جز این نیز با زوال اعتماد، سرمایه اجتماعی در شرکت سقوط می‌کند و خود سرمایه اجتماعی روی سرمایه فیزیکی یا اقتصادی اثر می‌گذارد.»

از طرف دیگر، میان رشد اقتصادی و اعتماد رابطه مستقیمی وجود دارد. پژوهشگرانی به نام تاک و کیفر با استفاده از داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی نشان داده‌اند که مواردی همچون «اعتماد همگانی»، «حاکمیت قانون»، «آزادی‌های مدنی» و «کیفیت دیوان‌سالاری» با رشد اقتصادی همبستگی دارند. سرمایه اجتماعی از میزان فقر می‌کاهد یا دست‌کم آن را تشدید نمی‌کند. به علاوه یک انحراف معیار افزایش در میزان اعتماد در سطح کشور، سبب افزایش رشد اقتصادی به میزان نیم انحراف معیار می‌شود. البته این رابطه دوطرفه است و رشد اقتصادی هم اعتماد را بیشتر می‌کند.

هرچه اعتماد به بازاری‌ها و صاحبان صنایع کم می‌شود، در طیف مقابل آنها اعتماد به جوان‌های دهه شصتی و دهه هفتادی استارت‌آپ‌ها افزایش می‌یابد

## نکته‌هایی که باید بدانید

▲ در مقایسه میان **اعتماد به نظام سیاسی**، یا به نهادهای سیاسی و یا کنشگران سیاسی، دانشجویان اعتمادشان نسبت به این سه حوزه به ترتیب از نظام سیاسی به سوی کنشگران سیاسی کمتر است.

▲ وجود و درک از **فساد** در ایران بیشترین سهم را در **بی‌اعتمادی سیاسی** دارد، در مقابل وجود و **احساس امنیت** در ایران بیشترین تأثیر مثبت را بر اعتماد سیاسی دارد.

▲ اعتماد تأثیر مثبت بر رشد اقتصادی دارد. وجود این رابطه در ایران نیز ثابت شده است.

▲ وضعیت اعتماد در ایران به شدت متأثر از صمیمیت و آشنایی‌های خانوادگی و دوستی و «**دیگران نزدیک**» است و در سطح انتزاعی و روابط مبتنی بر تعهد و نسبت به «**دیگران دور**» شاخص اعتماد کمتر است و **شکاف** میان این دو اعتماد زیاد است.

▲ مطالعات نشان می‌دهد که در تهران اعتماد **طبقات بالاتر** به نهادهای شهری بیشتر از اعتمادشان به کارگزاران این نهادها است و این قضیه در **طبقات فرودست** معکوس است.

# ..... راهبرد .....



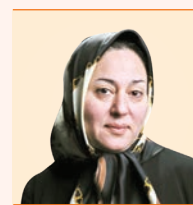
آینده‌نگر نظام توزیع در ایران را بررسی می‌کند

## مدرنیزه لاک‌پشتی

نظام توزیع در ایران در مقابل مدرن شدن مقاومت می‌کند؟! کارشناسان بر این باورند که سیستم توزیع حرکت‌هایی را به سمت مدرن شدن آغاز کرده است؛ اما این حرکت، لاک‌پشت‌وار است و شاید هنوز در جامعه آن‌طور که باید لمس نشده است. از سویی پدیده مدرن شدن در هر جامعه‌ای ممکن است با موانع و چالش‌هایی از سوی قشر سنتی مواجه شود. در این شرایط به دلیل در خطر بودن بخشی از بازار به واسطه جدیدالورودها، امکان دارد کارشکنی‌هایی نیز از سوی قشر قدیمی صورت گیرد. این در حالی است که فعالان اقتصادی عنوان می‌کنند که ساختار توزیعی کنونی در کشور، هزینه‌هایی را به تولیدکنندگان تحمیل می‌کند. به هر حال ایران نمی‌تواند از ساختارهای جهانی دور باشد. نباید فراموش کرد راهی که ما امروز در ابتدای آن هستیم، خیلی وقت است که در کشورهای دیگر طی شده؛ بنابراین ما نیز باید در این مسیر حرکت کنیم.

## توزیع بدون حمل و نقل؟!

فرسودگی ناوگان، نظام توزیع را با چالش مواجه کرده است



سیده فاطمه مقیمی

عضو هیئت رئیسه اتاق تهران

در زنجیره تامین برای یک کالا، آنچه بیش از همه اهمیت دارد تامین به موقع و مورد نیاز از سوی سیستم های حمل و نقل است؛ آن زمان که سیستم حمل و نقل به صورت دائم و منسجم برای حمل محصول به بازارهای هدف و بازارهای مصرفی و رسیدن به دست مصرف کنندگان و خریداران، به خواست خریدار و تقاضای عمل می کند. اما سیستم حمل و نقل کشور دچار مشکلات متعدد است که طبیعتاً فقدان وسایل نقلیه به هنگام نیاز در بازار یکی از آن مسائل است. سال هاست که درباره ناوگان حمل و نقل فرسوده صحبت می شود، ناوگانی که برای دنیای امروز طراحی نشده و از لحاظ کمیت نیز با محدودیت های فراوانی روبه روست؛ بدین جهت که تعداد کامیون ها و واگن هایی که به بازار ورود می کند یا تعداد کشتی هایی که وجود دارد، و حتی ناوگان هوایی از لحاظ کمیت و کیفیت با استانداردها

فاصله فراوانی دارد. در سیستم حمل و نقل شاهدیم که نه تنها در دوران تحریم از ورود دستگاه های جدید جلوگیری شد، بلکه تولیدات داخلی برخی از این اقلام مانند کامیون ها نیز نتوانست نیاز بازار را به اندازه متعادل تامین و برقرار کند. حال با فرسوده شدن و خروج قسمتی از ناوگان حمل و نقل، جایگزین کردن آنها میسر نیست. چنین محدودیت هایی، بازسازی و نوسازی ناوگان حمل و نقل را ضروری کرده است تا چرخه رسیدن محصول به دست مشتریان عقیم نماند. این سیستم باید به گونه ای باشد که باعث نشود شرکت های تولیدی، با وجود مشکلات فراوان در تامین مواد اولیه، تولید و آماده شدن کالا برای حضور در بازارهای داخلی یا جهانی با مشکل رسیدن به موقع کالا به دست مشتریان که نیازمند ناوگانی قوی است، روبه رو شوند.

سال ها درباره این معضل بزرگ سخن گفته شده، اما متأسفانه هیچ گشایشی در این باره اتفاق نیفتاده است؛ اگرچه این سیستم حمل و نقل تنها مانع توسعه تولید نیست و یکی از آن موارد است، زیرا در سیستم توزیع عوامل مختلفی دخیل هستند. در خصوص حمل و نقل ضعف ناوگان یکی از عوامل است اما نمی شود گفت این تنها اصل است و لاغیر. این ناوگان می تواند برای مسیرهای کوتاه و داخلی استفاده شود؛ اما در حوزه بین المللی، به روز بودن یکی از عوامل مهم است، یعنی باید حداقل ها را داشته باشیم تا از این شرایط خارج شویم. از طرفی، در یک خدمت مصرفی، سیستم ها و امکانات باید دائماً به روز شوند و این چرخه نیز محدود به یک بازه زمانی نیست و همیشگی است. به زبانی ساده، این طور نیست که فرضاً با ورود ۱۰ هزار کامیون سیستم حمل و نقل تا ۲۵ سال نیازمندی های خود را تامین می کند و با مشکلی مواجه نمی شویم. بازسازی باید در کنار نوسازی صورت گیرد. با این حال، در بازه زمانی فعلی، عمر ناوگان حمل و نقل در حدود ۱۹ الی ۲۰ سال است که در کشورهای پیشرفته و توسعه یافته این رقم حدود ۵ تا حداکثر ۷ سال است. این اعداد و ارقام چنین می نماید که ناوگان حمل و نقل کشور فرسوده است و نیاز جدی به نوسازی، تغییر و ترمیم دارد. زمانی هم که از کردورهای جدید در منطقه سخن می گوئیم، باید این را هم در نظر داشته باشیم که چنین مطالبه ای با این ناوگان امکان پذیر نیست.

یکی از مشکلاتی که همیشه وارد کنندگان و صنایع ما با آن مواجه هستند، این است که کالاها در مبادی کشور دیو می شوند و در آنجا باقی می مانند، به این دلیل که ناوگانی برای جابه جایی این کالاها وجود ندارد. کارخانه های تولیدی مثل سیمان و گچ در حمل محصول به بنادر برای خروج از کشور با مشکل مواجه هستند و تعداد کامیون ها برای رساندن تولیدات این کارخانه ها به بنادر مربوطه مثل بندر امام یا بندرعباس کافی نیست. این کمبود سبب می شود که همواره کالاها در مبادی این شرکت ها در مبادی معطل شود. از طرفی دولت از گشایش های پس از برجام برای نوسازی ناوگان جاده ای استفاده ای نکرده است؛ فقط در ناوگان هوایی شاهد خرید تعدادی هواپیما بوده ایم و تعدادی هم تعهد شده تا در آینده به ایران تحویل شود. اما در بخش حمل و نقل جاده ای چنین اتفاقی نیفتاده است. ■

## پناهگاه سرخوردگان

چرا خرده فروشی برچیده نمی شود؟

یدالله صادقی، کارشناس امور اصناف که پیش از این رئیس مرکز امور اصناف و بازرگانان و سرپرست معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت بود، به اقداماتی که در خصوص اصلاح نظام توزیع در ایران صورت گرفته اشاره می کند. او اما مشکلات را نادیده نمی گیرد و اعتقاد دارد حرکت سنتی ها به سمت مدرن شدن کند است و آن را به نفع این گروه نمی داند. صادقی معتقد است زیرساخت های لازم برای مدرن شدن تا حدی فراهم است و باید از آن بهره گرفت. او در بخشی دیگر از صحبت هایش به تعدد واحدهای صنفی نیز اشاره دارد اما می گوید تا زمانی که جایگزینی برای برآورده شدن نیاز قشر تحصیل کرده در اقتصاد به وجود نیاید، نمی توان درهای بخش اصناف را هم به روی آنها بست. بنابراین مجوزدهی به ایجاد واحدهای صنفی به رغم ازدیاد آنها ادامه پیدا خواهد کرد. او راهکارهایی نیز برای مدرن شدن نظام توزیع ارائه می دهد. در ادامه مشروح این گفت و گو را با آینده نگر می خوانید.

■ به نظر شما چرا نظام توزیع در ایران به سمت مدرن شدن پیش نرفته است؟

نظام توزیع، نظامی مستقل از سایر نظامات اقتصادی و اجتماعی نیست. نظام توزیع هم بخشی از نظام اقتصادی و اجتماعی جامعه است و به میزان پیشرفت در سایر بخش ها، بخش توزیع نیز متأثر خواهد بود. بنابراین سؤال کلی است ولی فکر می کنم که نظام توزیع هم تا حدودی سایر بخش ها به سمت نو و مدرن شدن پیش رفته است.

■ یعنی به نظر شما ما در این زمینه پیشرفت داشته ایم؟ اما به نظر می رسد که نسبت به دنیا پیشرفت کندی در این زمینه داریم.

بله، عرض کردم که به نسبت سایر بخش های اقتصادی پیشرفت داشته است. با پیشرفت شرکت های آی تی، شرکت های آی تی بیس و دانش بنیان در این زمینه ایجاد شده است، نظیر استارت آپ هایی که در زمینه توزیع خدمات کالا در کشور شکل گرفته که به شکل الکترونیکی کار خود را انجام می دهند. فروشگاه های زنجیره ای، شرکت های پخش و شرکت های لجستیک پدیده هایی هستند که نسبت به گذشته اوج می گیرند. در یک سال اخیر زمینه فعالیت قانونی و توسعه آنها هم فراهم شده است.

■ آیا نظام توزیع ما از خرده فروشی ها به سمت فروشگاه های توزیع زنجیره ای پیش رفته و این موضوع بین مردم جا افتاده است؟

بله، این در بین مردم جا افتاده است. زمینه ایجاد و توسعه این فروشگاه ها ایجاد شده و الان تعداد فروشگاه های زنجیره ای در کشور به بیش از ۲۵۰۰ یا ۲۶۰۰ شعبه رسیده و تعداد شرکت هایی که بخش عمومی و دولتی نیستند، اعم از شرکت های صدرصد خصوصی، رو به گسترش است. حتی در یک یا دو مورد نیز این شرکت ها با سرمایه گذاری خارجی ایجاد شده است. بنابراین نسبت به چهار سال قبل رشد بسیار خوبی کرده اند، زیرا در اصلاحیه قانون نظام صنفی مصوب سال ۹۲، بستر برای ایجاد فروشگاه های زنجیره ای در کشور فراهم شد. همچنین اتحادیه کشوری برای آنها تاسیس شد و امکانات لازم برای رشد و

تا زمانی که سرمایه‌گذاری کافی در بخش‌های مولد اقتصاد صورت نگیرد، نمی‌توانیم در اصناف را به روی مردم ببندیم و نگذاریم کسی کسب و کار کند. به هر حال همه چیز به هم متصل است. ضمن اینکه ما تشویق می‌کنیم به ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای و واحدهای تولیدی صنفی و خدمات فنی. ولی در بخش توزیع هم نمی‌توانیم منع قانونی برای جلوگیری از پروانه کسب ایجاد کنیم.



دارد کاملاً قابل تحقق است.

■ **خود اصناف هم باید تمایل داشته باشند که تحت عنوان یک شرکت فعالیت کنند. این واحدها باید در شرکت شریک شوند؟**

نه، در فرآیند فروش شریک نمی‌شوند. شرکتی تأسیس می‌کند که منابع مالی را از اعضای خود تأمین می‌کند و از سایر منابع تأمین سرمایه نیز می‌تواند وام بگیرد. می‌تواند به جای اعضای خود با تولیدکننده‌ها مذاکره کند و سفارش‌های عمده بگیرد و از تخفیفات مناسب بهره‌مند شود؛ بنابراین کالا را بر اساس برنامه‌ریزی مناسبی که می‌کند، از منابعی که تهیه کرده در اختیار اعضای تحت پوشش قرار دهد و اعضا نیز کالا را با قیمت مناسبی در اختیار مصرف‌کننده قرار دهند. این زمینه وجود دارد. اما واکنش برخی واحدها نسبت به تغییرات بطئی و کند است و این باعث می‌شود که از پدیده‌های روز عقب بمانند. به طور مثال آژانس‌های تاکسی‌سرویس بسیار جنجال کردند که اجازه فعالیت به استارت‌آپ‌های حوزه حمل و نقل داده نشود. ولی چون قانونی بود و پدیده نوپی بود که هزینه‌های آن برای مردم توجه‌پذیر بود آنها جا ماندند و این استارت‌آپ‌ها بخش زیادی از راننده‌هایی را که با آنها هم کار می‌کردند تحت پوشش خودشان قرار دادند و تعداد زیادی از مشتریان را جذب کردند؛ زیرا سیستم آنها با نیازهای امروز و امکاناتی که آی‌تی برای مردم فراهم کرده، منطبق است. مقاومت سنتی‌ها به ضرر خودشان است. می‌توانند سوار این موج‌های نوین شوند و از آنها بهره‌برداری کنند. ضمن اینکه فرزندان اینها هم حاضر به فعالیت در واحدهای پدر خود به شکل سنتی نیستند. آنها هم به دنبال

پیشرفت فعالان این زمینه فراهم شد.

■ **تولیدکنندگان معتقدند که نظام توزیع ما با بحران خیلی جدی مواجه است. این بحران چیست که همه از آن صحبت می‌کنند؟**

اشکالاتی در نظام اقتصادی ما وجود دارد. از جمله آنها می‌توان به مشکلات در حوزه توزیع اشاره کرد. اما دقیقاً نمی‌دانم بحران مدنظر آنها چیست. امروزه بزرگ‌ترین مشکلی که در نظام توزیع کشور وجود دارد این است که نرخ موازنه آن بالاست. یعنی کالا از زمانی که تولید می‌شود تا زمانی که به دست مصرف‌کننده می‌رسد، باید حلقه‌های واسطه کمتری داشته باشد و مستقیم‌تر به دست مردم برسد که این موضوع در ایران با چالش مواجه بوده؛ طبیعتاً اقداماتی چون توسعه فروشگاه‌های مجازی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، و سامان‌دهی و تجهیز شرکت‌های پخش که کالا را مستقیم از تولیدکننده یا واردکننده به عرضه‌کننده نهایی برسانند، به بهبود سیستم توزیع کالا کمک می‌کند. این اتفاقات افتاده و بخش‌نامه‌هایی برای اصلاح نظام توزیع در دستور کار قرار گرفته است.

■ **سنتی‌هایی که در بازار از گذشته فعالیت می‌کردند، در مقابل مدرن شدن مقاومت می‌کنند. دلیل آن را چه می‌دانید؟ آیا اینها کسب و کار خود را در خطر می‌بینند یا اینکه مشکل از آنها است که به سمت مدرن شدن حرکت نمی‌کنند؟**

زنجیره‌ای‌ها و دیجیتال‌ها به دلیل اینکه یکپارچگی در فرآیندهای تأمین کالا انجام می‌دهند، منافعی نصیبشان می‌شود که بعضی از آن منافع را به مصرف‌کننده منتقل می‌کنند. بنابراین مزیت نسبی خوبی برای رقابت با واحدهای سنتی پیدا می‌کنند. واحدهای سنتی نمی‌توانند از این مزیت‌ها برخوردار باشند. طبیعتاً تضاد منافع ایجاد شده و سنتی‌ها در مقابل آن موضع‌گیری می‌کنند.

■ **راهکار این موضوع چیست؟**

واحدهای توزیع سنتی نیز مانند شرکت‌های زنجیره‌ای یا دیجیتال می‌توانند در مورد هلدینگ‌های مشترک اقدام و فرآیندهای مربوط به تأمین و توزیع خود را یکپارچه کنند و سودی را که از این یکپارچگی نصیب آنها می‌شود به مشتری منتقل کنند. در این صورت قدرت رقابتی آنها افزایش پیدا می‌کند. شما تصور کنید فروشگاه محلی نمی‌تواند کالا را زیر قیمت درج‌شده روی آن ارائه دهد اما فروشگاه زنجیره‌ای به راحتی این کار را انجام می‌دهد. اگر چند فروشگاه محلی با هم هلدینگ ایجاد کنند، می‌توانند مانند فروشگاه‌های زنجیره‌ای عمل کنند و مشتری خود را در محل حفظ کنند. اگر این فروشگاه‌ها کالا را در محل با تخفیف به شما ارائه دهند، ترجیح می‌دهید که از آنجا خرید کنید و از حضور در فروشگاه‌های بزرگ بی‌نیاز می‌شوید. این یکی از راه‌های مهم است. البته برخی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای از همین سیستم شکل گرفته است مانند دریانی‌ها که واحدهای خرده‌فروشی موجود را تحت پوشش خود قرار دادند و شرکتی با نام دریانی‌ها تأسیس کردند که الان فعالیت می‌کنند. مدلی که برای نجات این نوع کسب و کارها وجود دارد همین است و این خود نوعی نوگرایی و مدرنیزه کردن و بهینه کردن شبکه توزیع است. در این روش شبکه موجود بهره‌ور می‌شود. چند نهاد مانند شرکت‌های پشتیبانی‌کننده ایجاد می‌شود، منابع به اشتراک گذاشته می‌شود و قدرت چانه‌زنی با تولیدکننده‌ها، واردکننده‌ها و سایر شرکت‌های رقیب افزایش می‌یابد. پس می‌تواند به سبک رفتار فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفتار کند. نمونه موفق این سیستم را در تعاونی‌های صنوف توزیعی که اوایل انقلاب ایجاد شده بودند، می‌بینیم. آن زمان نظام توزیع کالا به شکل متمرکز بود. واردکننده‌ها و تولیدکننده‌ها کالای خود را در اختیار تعاونی‌ها قرار می‌دادند. تعاونی‌ها نیز در اختیار اعضایشان که همین صنوف موجود هستند، قرار می‌دادند و آنها نیز بین مصرف‌کننده توزیع می‌کردند و این مدل به شکل تعاونی، شرکت‌های سهامی خاص یا اشکال حقوقی دیگر که در کشور وجود

برنامه‌های ما  
برای اینکه جمعیت  
اصناف افزایش پیدا  
نکند، این است که  
واحدهای توزیعی  
باید زنجیره‌ای و  
دیجیتالی شوند تا  
بهره‌وری بالایی  
داشته باشند و  
هزینه مبادله را  
کمتر کنند

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **نظام توزیع هم تا حدودی مانند سایر بخش‌ها به سمت نو و مدرن شدن پیش رفته است.**
- ▶ **هیچ سیاست و برنامه‌ای برای منع افزایش این اصناف نداریم.**
- ▶ **کنش بازار اجازه نمی‌دهد واحدهای صنفی جدید شکل بگیرد.**
- ▶ **وقتی بخش‌های مولد اقتصاد نتوانند پاسخ‌گوی متقاضیان جدید ورود به بازار کار شوند، این افراد به اصناف جذب می‌شوند.**
- ▶ **واحدهای صنفی پناهگاهی برای فارغ‌التحصیلان و افراد جویای کار است که از بقیه بخش‌ها سرخورده شده‌اند**
- ▶ **در ایران، به ازای هر ۶۸ نفر یک واحد صنفی توزیعی وجود دارد.**
- ▶ **افزایش واحدهای تولید و خدمات فنی، مهندسی در کشور ایرادی ندارد؛ زیرا اینها منشأ ایجاد ارزش افزوده هستند.**



**میلیون**  
نفر در واحدهای  
صنعتی کار می کنند

اگر به همین حدود  
۳ میلیون واحد  
صنعتی نگاهی  
بیندازیم برای  
حدود ۶ و نیم تا ۷  
میلیون نفر اشتغال  
ایجاد کرده اند.  
بدون اینکه به دولت  
مراجعه کرده باشند  
یا به ازای این  
واحدها تسهیلاتی  
دریافت کرده  
باشند، به ازای هر  
واحد صنعتی در  
کشور، برای ۲ و  
نیم نفر شغل ایجاد  
شده است. در واقع  
بیش از ۷ میلیون  
نفر در این حوزه  
کار می کنند

**۲.۵**

**میلیون**  
واحد صنعتی وجود  
دارد

این هستند که از تکنولوژی های موجود بهره ببرند و در جهت توسعه خود اقدام کنند. این گرایش در نسل های جوان این نوع کسب و کارها وجود دارد.

#### ■ امروز تقریباً ۳ میلیون واحد صنعتی در کشور داریم؛ درست است؟

بر اساس آنچه که در سایت ایرانیان اصناف درج کردیم حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد صنعتی وجود دارد که اینها به صورت آنلاین و براساس پروانه واحد افزوده می شود. اگر به سایت ایرانیان اصناف مراجعه کنید، آمار این واحدها به صورت دقیق و با توزیع جغرافیایی و رسته ها و اتحادیه ها به شما ارائه می شود. این تعداد کاملاً تجزیه و تحلیل آماری شده و در اختیار شما قرار می گیرد. علاوه بر این تعداد، نزدیک به ۳۰۰ هزار واحد هم به شکل غیر مجاز و بدون پروانه کسب فعالیت می کنند که اینها شناسایی و ثبت شده اند. محل فعالیت و نوع کسب و کار آنها و رسته های که کار می کنند به دقت احصا شده و در سایت قرار گرفته است. آمار سایت ایرانیان اصناف آنلاین است و با تغییرات، به روز می شود. این ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار به عنوان رفرنس در سایت قرار گرفته و براساس شناسایی میدانی انجام گرفته است. ممکن است واحدهایی باشند که هنوز شناسایی نشده اند یا واحدهایی باشند که ساختار آنها شبیه سیستم های تجاری باشد ولی جزو این دسته از فعالیت قرار نگیرند. اینها مکان هایی هستند که ممکن است افراد صنعتی در آن فعالیت کنند یا حتی افراد غیر صنعتی در آنها مشغول به فعالیت باشند. ما فقط واحدهایی را صنعتی تلقی می کنیم که مشغول فعالیت در زمینه هایی باشند که به عنوان صنف تعریف شده باشد.

#### ■ آیا این تعداد واحدهای صنعتی توانسته در نظام توزیع ایران تاثیر گذار باشد و به آن کمک کند؟

اگر به همین حدود ۳ میلیون واحد صنعتی نگاهی بیندازیم برای حدود ۶ و نیم تا ۷ میلیون نفر اشتغال ایجاد کرده اند. بدون اینکه به دولت مراجعه کرده باشند یا به ازای این واحدها تسهیلاتی دریافت کرده باشند، به ازای هر واحد صنعتی در کشور، برای ۲ و نیم نفر شغل ایجاد شده است. در واقع بیش از ۷ میلیون نفر در این حوزه کار می کنند. اگر این تعداد را به خانواده تبدیل کنید جمعیت عظیمی را شامل می شود. می توان گفت که حدود یک سوم جمعیت کشور مرتبط با فعالیتهای صنعتی امرار معاش می کنند. به هر حال بخش بسیار مهم و بزرگی هستند و اشتغال سالانه آنها هم خوب است و سالانه ۲۰۰ هزار شغل در کشور ایجاد می کنند. بنابراین نقش برجسته ای در کشور دارند. در واقع ویرین اقتصاد کشور هم محسوب می شوند. از طریق تحولاتی که در این واحدها در جریان است می توان به خیلی از تغییراتی که در متغیرهای کشور ایجاد می شود پی برد. نقش های اجتماعی و سیاسی خاصی هم دارند که موضوع بحث نیست؛ اما در جایگاه خود قابل توجه است. بنابراین جایگاه واحدهای صنعتی از نظر اشتغال و اقتصاد کشور بسیار مهم است.

#### ■ آیا این تعداد واحد صنعتی نیاز کشور است یا خیر؟

به نظر ما این تعداد نیاز نیست. زیرا به ازای هر ۳۸ نفر ایرانی یک واحد صنعتی در کشور وجود دارد. این واحدها به تولیدی، خدماتی فنی و توزیعی تقسیم می شوند. واحدهای تولیدی ارزش افزوده تولید می کنند. واحدهای خدمات فنی که در جامعه وجود دارند و نیاز مردم را مرتفع می کنند نیز ارزش افزوده دارند. یک میلیون و ۲۵۰ هزار واحد داریم که فروشنده هستند و کالا را از مبادی تامین می کنند و در اختیار مصرف کننده قرار می دهند. اگر بخواهیم واحدهای توزیعی را در نظر بگیریم، به ازای هر ۶۸ نفر یک واحد صنعتی وجود دارد. در کشورهای دیگر این نسبت ها متفاوت است و در مورد واحدهای توزیعی این رقم ۱۵۰ تا ۲۰۰ نفر است. در کشورهای پیشرفته مانند آمریکا به ازای هر ۳۰۰ تا ۴۰۰ نفر یک واحد توزیعی وجود دارد. البته ایران در این خصوص با کشورهای در حال توسعه تفاوت چندانی ندارد. افزایش واحدهای تولید و خدمات فنی مهندسی در کشور ایرادی ندارد؛ زیرا اینها منشأ ایجاد ارزش افزوده

هستند. اما برنامه های ما برای اینکه این جمعیت افزایش پیدا نکند، این است که واحدهای توزیع باید زنجیره ای و دیجیتالی شوند تا بهر دوری بالایی داشته باشند. و هزینه مبادله را کمتر کنند.

#### ■ برای واحدهای جدید هم پروانه صادر می کنید؟

بله، ما طبق قانون مجوزهایی را در سراسر کشور صادر می کنیم. در کوچک ترین شهرها هم اتحادیه های صنعتی وجود دارند و برای متقاضیان ایجاد کسب و کارهای صنعتی پروانه صادر می کنند، اما بر اساس بستر الکترونیکی که ما فراهم کردیم و دستورالعمل ها، قواعد و ضوابطی که در اختیار آنها قرار دادیم پروانه می دهند و همین طور نظارت و پایشی که ما به صورت آنلاین انجام می دهیم. یعنی در شهرهای کوچک هم مانند امری که در مرکز کشور اتفاق می افتد پروانه صادر می کنند. بنابراین ما طبق قانون نمی توانیم امر صدور پروانه را متوقف کنیم؛ اما سیاست گذاری ما این است که واحدهای صنعتی به سمت سیستم دیجیتالی بروند. خود آن واحدها هم تمایل ندارند و ضمن اینکه کشتش بازار هم اجازه نمی دهد واحدهای صنعتی جدید شکل بگیرد. ولی ضعف و نکته اساسی که در سیستم اقتصادی کشور وجود دارد این است که در بخش های مولد کشور مانند صنعت، معدن، توریسم و کشاورزی سرمایه گذاری مطلوب صورت نمی گیرد و پاسخ گوی متقاضیان به ویژه فارغ التحصیلان رشته های مختلف نیستند. وقتی این بخش ها نتوانند پاسخ گوی متقاضیان جدید ورود به بازار کار شوند، این افراد به اصناف جذب می شوند. در واقع واحدهای صنعتی پناهگاهی برای فارغ التحصیلان و افراد جوانی کار است که از بقیه بخش ها سرخورده شده اند و برای امرار معاش به حداقل هایی دست پیدا می کنند.

#### ■ اگر در اصناف اشباع شدگی وجود دارد، چرا جلوی مجوزهای جدید گرفته نمی شود؟

ما هیچ سیاست و برنامه ای برای منع افزایش این اصناف نداریم.

#### ■ این طرز فکر درست است یا خیر؟

اگر بخواهیم این بخش را محدود کنیم باید مسیر دیگری را برای مردم باز کنیم. تا زمانی که سرمایه گذاری کافی در بخش های مولد اقتصاد صورت نگیرد، نمی توانیم این بخش را به روی مردم ببندیم و نگذاریم کسی کسب و کار کند. به هر حال همه چیز به هم متصل است. ضمن اینکه ما تشویق می کنیم به ایجاد فروشگاه های زنجیره ای و واحدهای تولیدی صنعتی و خدمات فنی. ولی در بخش توزیع هم نمی توانیم منع قانونی برای جلوگیری از پروانه کسب ایجاد کنیم.

#### ■ گفته می شود برای اعطای مجوز به استارت آپ ها ساخت گیری بیشتری

اعمال می شود؛ آیا این ادعا درست است؟

استارت آپ ها تا یکی، دو سال پیش با تکلیف بودند و متولی خاصی نداشتند. از دو سال گذشته بر اساس اصلاحیه ای که در قانون نظام صنعتی انجام شد و آیین نامه ای که برای اجرای آن نوشته شد، تکلیف استارت آپ ها را مشخص کردیم. استارت آپ ها یا همان فروشنده گان دیجیتال موظف اند که از ما نماد اعتماد بگیرند. هم زمان که نماد اعتماد می گیرند از اتحادیه کسب و کارهای نوین که ایجاد شد، باید پروانه کسب دریافت کنند. بنابراین زیرساخت ارائه سرویس و خدمات به متقاضیان فراهم شد که از خود آنها هستند و با آرای خود افرادی که در این کسب و کارها هستند شکل گرفته و اعضای هیئت مدیره مشغول به کار شدند. کار آنها امروز راحت تر از گذشته است. از طرفی اتحادیه شکل گرفته و پیگیر مسائل و مشکلات هست. به عنوان بازوی کمکی دولت اطلاعات و خواسته های خود را در اختیار دولت قرار می دهد و به عنوان یک نهاد بخش خصوصی و تشکل صنعتی از نظامات حاکم بر کشور مشکلات را پیگیری می کند؛ مانند سایر انجمن ها و اتاق های صنعتی که در کشور فعالیت می کند و پیگیر صدور پروانه و مجوز و رفع مشکلات فعالان این حوزه است. شروع فعالیت کسب و کارهای جدید روز به روز تسهیل می شود و خودشان عهده دار امور خود شده اند. ■

حرکت به سمت توزیع کالا از شیوه‌های نوین در دستور کار است که از جمله آنها عرضه کالا و خدمات به صورت اینترنتی است که نمونه‌های آن را به ویژه در بخش تاکسی‌رانی شاهد هستیم. اتاق اصناف ایران با تشکیل دو اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای و همچنین اتحادیه کسب و کارهای نوین، این مهم را در دستور کار خود قرار داده است.

## سیستم مدرنیزه؟!

### رئیس اتاق اصناف از وضعیت نظام توزیع در ایران می‌گوید



در حال حاضر ۹۰ درصد زنجیره نظام توزیع تولیدات داخلی و ۷۵ درصد کالاهای خارجی کشور در حوزه اصناف رقم می‌خورد. همین ادعا از سوی علی فاضلی، رئیس اتاق اصناف ایران کافی بود که به سراغ او برویم و در مورد چالش‌های نظام توزیع کشور سوالاتی بپرسیم. فاضلی بخشی از صحبت‌هایش را به تاریخچه نظام توزیع در ایران اختصاص داد و از فعالیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای همچون شهروند و رفاه، به عنوان استارت این تغییر یاد کرد. اما او اعتقادی به جمله «نظام توزیع در ایران مدرن نشده» ندارد. بلکه می‌گوید که این تغییر روند صعودی دارد و به سرعت در حال پیشرفت است. البته این را می‌پذیرد که مطابق استانداردهای جهانی رشد نکرده‌ایم اما عنوان می‌کند که شیوه‌های نوین توزیع کالا نیز در دستور کار قرار گرفته است. اقدامات اتاق اصناف در راستای مدرن‌سازی نظام توزیع نیز بخش دیگری از صحبت‌های فاضلی بود. در ادامه مشروح گفت‌وگوی «آینده‌نگر» با او را می‌خوانید.

#### ■ بازارهای مرکزی مانند بازار تهران تا چه اندازه در توزیع کشور نقش دارند؟

بازارهای سنتی در ایران اکنون همچون گذشته در توزیع کالا نقش‌آفرین هستند و همچنان سهم زیادی در تامین کالاهای مورد نیاز مردم دارند. با وجود اینکه در سال‌های اخیر پاساژهای مدرن و مجتمع‌های عرضه کالا افزایش پیدا کرده است، اما بازارهای سنتی در تهران و شهرستان‌ها همچنان مشتریان خاص خود را دارند. هنوز بسیاری از مردم ترجیح می‌دهند کالاهای مورد نیاز خود را از بازارهای سنتی تهیه کنند ضمن اینکه خرید برخی اقلام از دیگر فروشگاه‌های بزرگ هم سهم خود را در تامین سبد خانوار دارد. البته فراموش نکنیم که مدرن شدن نظام توزیع در ایران کاری زمان‌بر است و بر اساس بررسی‌های انجام شده، در حال حاضر سهم فروشگاه‌های زنجیره‌ای در نظام توزیع به ۸ درصد رسیده است و قرار است تا پایان برنامه چشم‌انداز بلندمدت (۱۴۰۴) به ۲۰ درصد افزایش یابد. تغییر نظام توزیع کالا در ایران به روش مدرن تقریباً از حدود سه دهه پیش و با تاسیس و راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه و شهروند شکل گرفته است ضمن اینکه در سال‌های اخیر ساخت مجتمع‌های تجاری بزرگ و پاساژهای فروش کالا روند رو به رشدی دارد. فراموش نکنیم برخی از واحدهای صنفی با گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای دچار چالش شده‌اند که باید تلاش کنیم این چالش‌ها را به حداقل برسانیم.

#### ■ به اعتقاد شما دلایل اینکه نظام توزیع در ایران مدرن نشده چیست؟

اینکه بگوییم نظام توزیع کالا در ایران مدرن نشده، صحیح نیست. همان‌طور که در پاسخ سؤال فوق گفتیم مدرن شدن نظام توزیع در ایران تقریباً از دهه‌های اخیر شروع شده و اکنون هم روند صعودی دارد. هرچند به سطح استانداردهای جهانی نرسیده‌ایم اما حرکت به سمت توزیع کالا از شیوه‌های نوین در دستور کار است که از جمله آنها عرضه کالا و خدمات به صورت اینترنتی است که نمونه‌های آن را به ویژه در بخش تاکسی‌رانی شاهد هستیم. اتاق اصناف ایران با تشکیل دو اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای و همچنین اتحادیه کسب و کارهای نوین، این مهم را در دستور کار خود قرار داده است. رشد فروشگاه‌های زنجیره‌ای با فراهم کردن تسهیلات و حمایت از آنها امکان‌پذیر است. به اعتقاد من اگر امکانات لازم برای راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای فراهم شود، خرده‌فروشی‌های کوچک نیز به این سمت حرکت خواهند کرد. یکی از مشکلات توزیع کالا در حال حاضر وجود دلالان و واسطه‌هاست که ایجاد فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای گامی برای حذف واسطه‌هاست و به اصلاح نظام توزیع و همچنین قیمت کالاهای کمک می‌کند. همچنین دسترسی آسان مصرف‌کنندگان به کالا، صرفه‌جویی در وقت، تامین کالا به‌طور متمرکز و حذف واسطه‌ها، سهیم کردن مصرف‌کننده و تولیدکننده در سود حاصل از توزیع و فروش و ثبات قیمت‌ها از جمله مزیت‌های توسعه فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای است. به اعتقاد من ساختار نظام توزیع کشور نیازمند بازمهندسی جدی است به این دلیل که رعایت حقوق مردم در دنیا یک اصل مهم تلقی می‌شود. البته فرهنگ مشتری‌مداری باید در رأس تمام حوزه‌های اصناف اعم

از تولید، توزیع و خدمات نهادینه شود.

#### ■ ورود نسل جدید شبکه توزیع اینترنتی را چقدر مفید یا مضر می‌دانید؟ آیا این نظام توزیع اینترنتی را باید به مثابه دوران تازه توزیع قلمداد کرد؟

ورود نسل جدید شبکه توزیع به صورت اینترنتی قطعاً مفید است به شرطی که استانداردهای لازم در آن رعایت شود. توزیع کالا به صورت اینترنتی پدیده‌ای جهانی است و یقیناً اصناف ما هم باید به این سمت حرکت کنند؛ البته این کار در ایران باید به صورت تدریجی انجام شود به این دلیل که صاحبان صنوف باید دوره‌های آموزشی لازم را در این خصوص طی کنند. در حال حاضر ۹۰ درصد زنجیره نظام توزیع تولیدات داخلی و ۷۵ درصد کالاهای خارجی کشور در حوزه اصناف رقم می‌خورد.

#### ■ نقش دولت در مدرن‌سازی نظام توزیع چیست؟

دولت برای مدرن‌سازی نظام توزیع باید ابتدا زیرساخت‌های لازم را فراهم کند و سپس با افزایش سطح آگاهی و آموزش اصناف به تدریج صاحبان صنوف مختلف را به سمت نوین‌سازی سوق دهد. اتاق اصناف ایران همچنین تشویق به ادغام واحدهای خرد و شکل‌گیری فروشگاه‌های زنجیره‌ای را مدنظر قرار داده و تشویق به ادغام کسب‌وکارهای کوچک برای تاسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای از جمله اقدامات اتاق اصناف است. اکنون حدود ۲۴۰۰ فروشگاه زنجیره‌ای و بزرگ در کشور فعالیت می‌کنند که نسبت به جمعیت کشور ناچیز است و با استانداردهای جهانی فاصله دارد؛ لذا دولت باید از طریق پرداخت وام لازم و با نرخ سود مناسب برای سرمایه‌گذاران، تسهیلات لازم را فراهم کند. از سوی دیگر تدوین قوانین و آیین‌نامه‌ها و اصلاحات لازم در این زمینه برعهده دولت است و می‌تواند بخش خصوصی را برای بهبود نظام توزیع یاری کند. در حال حاضر سیاست دولت افزایش سهم فروشگاه‌های زنجیره‌ای در نظام توزیع است اما دولت نباید نسبت به وجود ۳ میلیون واحد صنفی که سهم زیادی هم در اشتغال‌زایی دارند، بی‌اعتنا باشد. باید حمایت‌های منطقی و لازم‌الاجرا را از این واحدها انجام دهد. ■

### نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ بازارهای سنتی در تهران و شهرستان‌ها همچنان مشتریان خاص خود را دارند.
- ▶ مدرن شدن نظام توزیع در ایران کاری زمان‌بر است.
- ▶ سهم فروشگاه‌های زنجیره‌ای در نظام توزیع به ۸ درصد رسیده است.
- ▶ اگر امکانات لازم برای راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای فراهم شود، خرده‌فروشی‌های کوچک به این سمت حرکت می‌کنند.
- ▶ ورود نسل جدید شبکه توزیع به صورت اینترنتی به شرطی که استانداردهای لازم در آن رعایت شود، بسیار مفید است.

# حلقه مفقوده زنجیره تامین

## چالش‌های نظام توزیع مواد غذایی چیست؟



کاوه زرگران

رئیس کمیسیون کشاورزی  
اتاق تهران

نگاهی به تجربیات  
و عملکرد نظام  
مدیریت شهری در  
شهرهای بزرگ  
دنیا نشان‌دهنده  
آن است که عمده  
نیاز شهروندان  
به محصولات  
غذایی در این  
شهرها از طریق  
فروشگاه‌های  
زنجیره‌ای در  
مقیاس بزرگ  
و مجهز، تامین  
می‌شود

نظام توزیع کالا یکی از بخش‌های بسیار مهم و جدانشدنی زنجیره تامین مواد غذایی است که در کنار حلقه‌های پیشین تولید مواد غذایی از قبیل کشاورزی و فرآوری، نقش بسیار کلیدی در رسیدن غذای سالم به دست مصرف‌کننده نهایی ایفا می‌کند؛ از این رو برای برخورداری از یک زنجیره کارای تولید مواد غذایی، توسعه این بخش نیز در کنار حلقه‌های کشاورزی و صنایع غذایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به بیان دیگر زنجیره توزیع مواد غذایی که وظیفه انتقال بدون عیب و نقص محصولات غذایی از تولیدکننده به مصرف‌کنندگان نهایی را بر عهده دارد، نقش تکمیل‌کننده زنجیره تامین محصولات غذایی را ایفا می‌کند. امروزه استفاده از ابزارهای نوین نگهداری، حمل و نقل و در نهایت توزیع محصولات غذایی با رعایت استانداردها و با صرف کمترین وقت و هزینه، از شاخص‌های توسعه و پیشرفت نظام توزیع کالا و خدمات در نظر گرفته می‌شود؛ اما توجه به نظام توزیع محصولات غذایی در کشور ما نشان‌دهنده آن است که بخش‌هایی از این پروسه برای رسیدن به نظامی کارا مفقود شده است که نه تنها توزیع کالاهای غذایی، بلکه تولید آنها را نیز تحت تاثیر قرار داده است.

می‌توان گفت اساسی‌ترین چالش نظام توزیع مواد غذایی در کشور ما، تعداد بسیار زیاد واحدهای صنفی در سطح خرده‌فروشی در شهرهای بزرگ است؛ تعدد بسیار بالای این واحدها در سطح شهرهای بزرگی مانند تهران در کنار کوچک بودن مقیاس فعالیت آنها، هزینه‌های بسیار هنگفتی بر نظام توزیع محصولات غذایی کشور وارد کرده است که تبعات آن از طریق افزایش قیمت تمام‌شده تولید کالاها، متوجه مصرف‌کننده نهایی می‌شود و مستقیماً بر قدرت خرید آنها تاثیر گذار است. برای پیگیری علل کلیدی وجود واحدهای خرده‌فروشی در مقیاس کوچک و متعدد در سطح شهرهای بزرگی چون تهران، توجه به طرح تفصیلی شهر و عدم انطباق آن با شرایط واقعی مقیاس و جمعیت کلان‌شهری چون تهران، ضروری است؛ به طوری که امکانات شهری از جانب نهادهای تصمیم‌ساز این حوزه متناسب با نیازهای شهروندان کلان‌شهرها رشد نیافته‌اند.

نگاهی به تجربیات و عملکرد نظام مدیریت شهری در شهرهای بزرگ دنیا که شرایطی مشابه با تهران دارند، نشان‌دهنده آن است که عمده نیاز

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **نظام توزیع کالا یکی از بخش‌های بسیار مهم و جدانشدنی زنجیره تامین مواد غذایی است.**
- ▶ **اساسی‌ترین چالش نظام توزیع مواد غذایی، تعداد زیاد واحدهای صنفی در سطح خرده‌فروشی است.**
- ▶ **چالش دیگر نظام توزیع، وجود حاشیه سودهای بالا، بالخصوص در سطح واحدهای خرده‌فروشی است.**
- ▶ **علت اصلی کندی پیشرفت در کل زنجیره تامین را می‌توان در قوانین تاریخ گذشته جست‌وجو کرد.**
- ▶ **وجود واحدهای خرده‌فروشی در مقیاس کوچک، به مواردی همچون طرح تفصیلی نادرست شهر بر می‌گردد.**

شهروندان به محصولات غذایی در این شهرها از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای در مقیاس بزرگ و مجهز، تامین می‌شود. وجود این فروشگاه‌های بزرگ با استانداردهایی چون انبارهای بزرگ و مجهز، جایگاه‌های تخلیه بار مخصوص برای کامیونت‌های حمل بار، و جای پارک کافی مشتریان، نه تنها هزینه‌های نظام توزیع کالاهای غذایی را تا اندازه بسیار زیادی کاهش می‌دهد و کالاهای با قیمت‌های نهایی پایین‌تری به دست مصرف‌کننده می‌رسد، بلکه از طریق توزیع سریع‌تر و تجهیزات انبارش، کالای باکیفیت بالاتری به دست مصرف‌کننده خواهد رسید. گفتنی است وجود ممنوعیت توقف و تخلیه بار در بخش عمده‌ای از معابر شهری، تخلیه بار توسط کامیونت‌ها و ماشین‌های مخصوص حمل محصولات غذایی را با مشکلات دیدهای روبه‌رو کرده است که این مشکل نیز به همان ابرچالش‌های نامناسب و واحدهای خرده‌فروشی در سطح شهرهای بزرگ بازمی‌گردد. برخلاف عمده ابرشهرها در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته، چنین فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگی با استانداردهای بالا در شهرهای بزرگ کشور ما بسیار به‌ندرت یافت می‌شوند و کمبود آنها در نظام توزیع محصولات غذایی کشور به شدت احساس می‌شود. چالش مهم دیگر نظام توزیع محصولات غذایی در کشور ما همانا وجود حاشیه سودهای بالا بالخصوص در سطح واحدهای خرده‌فروشی است که نه تنها از طریق تاثیر بر قیمت تمام‌شده، رفاه مصرف‌کنندگان نهایی را هدف قرار داده است، بلکه با فشار بر تولیدکنندگان برای به دست آوردن سهمی از شلف واحدهای خرده‌فروشی، کاهش سود تولیدکنندگان فعال در صنایع غذایی را به دنبال داشته است. از طرف دیگر الزام تولیدکنندگان صنایع غذایی در جهت درج قیمت بر روی محصولات تولیدی از جانب نهادهای ناظر بر بازار نیز دست خرده‌فروشان فعال این حوزه را برای طلب کردن حاشیه سودهای بالا و غیرمتعارف باز گذاشته است و سودآوری این فعالیت اقتصادی را تا حد زیادی تحت تاثیر قرار داده است. وجود این نظام قیمت‌گذاری غلط در کشور ما در حالی اتفاق می‌افتد که شیوه رایج و صحیح قیمت‌گذاری که در بسیاری از اقتصادهای پیشرفته و در حال توسعه جهان دنبال می‌شود، نصب برچسب قیمت بر محصولات غذایی از جانب واحدهای نهایی فروش کالا و پیگیری تخلفات این واحدها از طریق لزوم نصب صندوق‌های مکانیزه در این واحدهاست. این مسئله به عنوان یکی از چالش‌های اساسی تولیدکنندگان فعال در صنایع غذایی کشور بارها از طریق نهادهای ذی‌ربط و سیاست‌گذار این حوزه دنبال شده است و پیگیری‌های اتحادیه‌ها و انجمن‌های صنایع غذایی تا جایی پیش رفت که دو ابلاغیه از رؤسای پیشین و وقت وزارت صنعت، معدن و تجارت مبنی بر حذف لزوم نصب برچسب قیمت بر تعدادی از محصولات تولیدی صنایع غذایی که در زمره کالاهای غیراساسی محسوب می‌شوند، از قبیل چیپس و اسنک، انواع شیرینی و شکلات، محصولات صنایع سلولزی و گروهی از محصولات کنسروی، صادر شد. متأسفانه به دلیل حجم‌های رسانه‌ای و انتقال نادرست مفهوم این سیاست و آثار مثبت آن بر رونق تولید و افزایش رفاه مصرف‌کنندگان و آرای منفی مخالفان سیستم‌های نوین قیمت‌گذاری، چندی پیش این سیاست توسط آقای شریعتمداری، رئیس وزارت صنعت، معدن و تجارت کشور، لغو شد.

علت اصلی کندی حرکت رو به جلو در جهت پیشرفت و مدرن‌سازی در کل زنجیره تولید و توزیع مواد غذایی را می‌توان در قوانین تاریخ‌گذشته حاکم بر این زنجیره و عدم تمایل نهادهای تصمیم‌گیرنده برای تغییر این قوانین و پذیرش تبعات احتمالی کوتاه‌مدت آن در ازای نتایج مثبت بلندمدت، جست‌وجو کرد؛ قطعاً پرداخت هزینه‌های تغییر در کوتاه‌مدت، عواید بسیاری برای مصرف‌کنندگان نهایی و فعالان کل زنجیره محصولات غذایی کشور به ارمغان خواهد آورد. ■

# ..... آینده ما .....

## صنعتِ طلبکار

صنعت دارو در ایران و جهان چه جایگاهی دارد؟

صنعت دارو در رتبه‌های ابتدایی جدول سودده‌ترین صنایع جهان قرار دارد. در ایران نیز بازاری ۱۶ هزار میلیارد تومانی برای آن وجود دارد و برای تولیدکنندگان صنعت جذابی به حساب می‌آید. این صنعت اما با دست‌انداز بزرگی مواجه شده که آینده آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. دولت حدود ۷۰۰ هزار میلیارد تومان بدهی به بخش‌های مختلف اقتصاد دارد و سهمی از این بدهی به صنعت دارو رسیده است. پرداخت بدهی از طریق اوراق خزانه نیز نتوانسته رضایت صنعتگران را حاصل کند. کلاف بدهی‌های بخش درمان به‌گونه‌ای در هم پیچیده شده است که برای باز شدن آن چشم‌انداز مناسبی نیز وجود ندارد.

## گرفتار در ریسمان بدهی

صنعت داروی ایران با بازار ۱۶ هزار میلیارد تومانی با چالش طلب از دولت مواجه است

به چالش کشیده شده است. بدهی‌های چند هزار میلیارد تومانی به بیمارستان‌ها، زنجیره‌وار همه بخش‌های درمان را با بحران نقدینگی مواجه ساخته است. تولیدکنندگان دارو که ۹۷ درصد از نیاز کشور را از نظر تعداد دارو تامین می‌کنند به طلبکاران بزرگ بدل شده‌اند. بازار ۱۶ هزار میلیارد تومانی دارو در ایران وابستگی ۳۰ درصدی به واردات دارد اما ۷۰ درصد از ارزش بازار در اختیار تولیدکنندگان داخلی است. صنعت دارو در سال ۲۰۱۶ در میان ۵ صنعت پرسود جهان قرار گرفته است. در ایران نیز طی سال‌های گذشته پیشرفت‌های قابل توجهی در تولید دارو حاصل شده و وابستگی به واردات کاهش یافته است. ۵۵ درصد از مواد اولیه تولید دارو در داخل تولید می‌شود و بخش بسته‌بندی آن نیز کاملاً بومی شده است. این صنعت اما در سال‌های اخیر گرفتار وصول مطالبات خود بوده است. بخش دارو و تجهیزات پزشکی حدود ۸ هزار میلیارد تومان از بیمارستان‌ها و داروخانه‌ها طلب دارند. آنها نیز طلبکار شرکت‌های بیمه هستند اما ابتدای ریسمان بدهی‌ها دست دولت و سازمان تامین اجتماعی است.

## ۱ صنعت دارو در ایران چه جایگاهی دارد؟

## دلایل موفقیت و شکست

سابقه صنعت داروسازی در ایران به ۷ دهه قبل باز می‌گردد هرچند که دانش داروسازی نوین بیش از ۱۱۰ سال پیش به ایران راه یافته بود. پیش از این دوره نیز ایران در طب سنتی و داروسازی پیشینه‌ای ثبت‌شده دارد. کتاب‌هایی در دوره صفویه در زمینه داروسازی به چاپ

دولت یازدهم تازه پا گرفته بود که در میان فضای ملتهب اقتصاد در سال ۹۲، رئیس‌جمهور تصمیم گرفت از بزرگ‌ترین طرح خود رونمایی کند: «بیمه همگانی». نرخ تورم به نزدیک ۴۰ درصد رسیده بود و تورم بخش درمان مثل همیشه در رتبه‌های اول رشد شاخص قرار داشت. رئیس‌دولت به همراه وزیر بهداشت تصمیم گرفته بودند تا از آلام بیماران بکاهند و بار اقتصادی را از دوش آنها بردارند.

هنوز مذاکرات هسته‌ای به سرانجام نرسیده بود که طرح تحول سلامت مایه فخر دولت شد: «قبل از اجرای طرح تحول نظام سلامت، جنازه مسلمان را به گروگان می‌گرفتند. یک نفر که در بیمارستان فوت می‌کرد اجازه نمی‌دادند جسد وی خارج شود تا خانواده وی از همسایه، اقوام، محله و افرادی که منت می‌گذارند، پول قرض می‌گرفتند تا به بیمارستان‌ها پرداخت کنند و جسد بیمار را تحویل بگیرند.» حسن روحانی اواخر خردادماه امسال این چنین به پوشش هزینه‌های درمان از سوی دولت مباحثات کرد. ۴ ماه بعد اما این طرح بزرگ با یک شوک مواجه شد و بیمه سلامت از داروخانه‌ها و بیمارستان‌های غیردولتی رانده شد. دلیل این تغییر رویکرد روشن بود. کمبود منابع مالی به چشم اسفندیار بزرگ‌ترین طرح دولت بدل شده است. از همان زمان که ۶ میلیون دفترچه بیمه سلامت فراتر از برآورد اولیه صادر شد، هشدارها نسبت به تامین مالی این طرح قوت گرفت. ۱۱ میلیون دفترچه بیمه سلامت ایرانیان، بدون آنکه حق بیمه‌ای از صاحبان دفترچه دریافت شود، نیاز به تزریق بودجه دولت دارد. دولتی که با کسری بودجه در امور جاری و عمرانی مواجه شده برای تامین مالی این طرح بزرگ

محمد عدلی

دبیر بخش آینده‌ما

۱۶

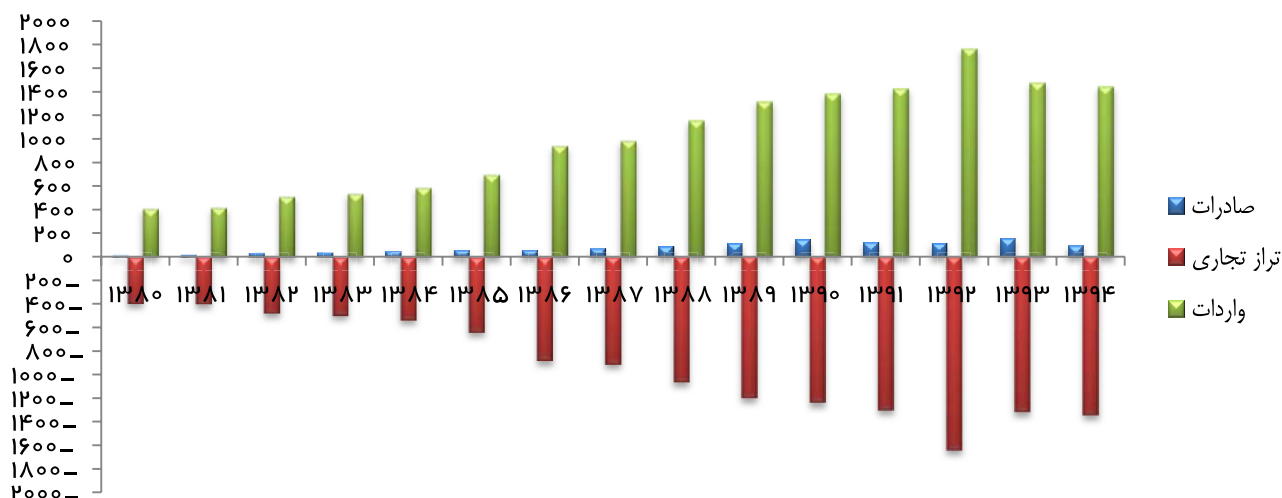
هزار میلیارد تومان

مجموع ارزش

بازار دارو در کشور

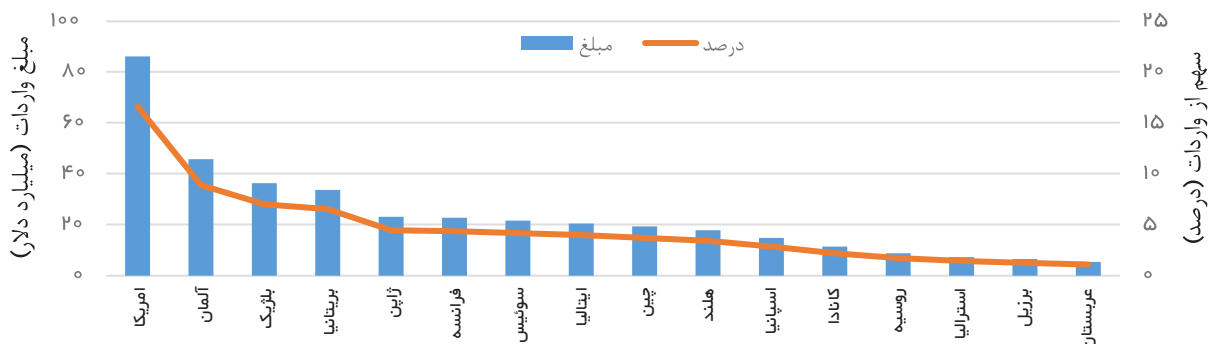
طی سال ۹۵

ارزش واردات و صادرات و تراز تجاری دارویی کشور در سال‌های ۸۰ تا ۹۴ (میلیون دلار)



صنعت دارو در سال ۲۰۱۶ در میان ۵ صنعت پرسود جهان قرار گرفته است. در ایران نیز طی سال‌های گذشته پیشرفت‌های قابل توجهی در تولید دارو حاصل شده و وابستگی به واردات کاهش یافته است. ۵۵ درصد از مواد اولیه تولید دارو در داخل تولید می‌شود و بخش بسته‌بندی آن نیز کاملاً بومی شده است.

مبلغ و سهم کشورهای واردات دارو در سال ۲۰۱۵



دارند. سازمان تأمین اجتماعی از طریق شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی، ستاد اجرایی فرمان امام از طریق شرکت دارویی برکت (سهامی خاص) و بانک ملی از طریق شرکت‌های سرمایه‌گذاری توسعه ملی، گروه توسعه ملی (سرمایه‌گذاری بانک ملی) و شرکت سرمایه‌گذاری ملی ایران مالکیت عمده شرکت‌های دارویی کشور را به خود اختصاص داده‌اند. برآورد می‌شود که سهم بخش عمومی، شبه‌دولتی و حتی دولتی در کارخانه‌ها و بخش تولید دارو بیش از ۷۰ درصد و سهم بخش خصوصی واقعی در این صنایع کمتر از ۳۰ درصد است. بر همین اساس در حال حاضر اصلاح شیوه قیمت‌گذاری داروهای تولیدی و وارداتی و انتقال مالکیت صنایع دارویی به بخش خصوصی واقعی از اولویت بالایی در صنعت دارو برخوردار است. به لحاظ اقلام دارویی، حدود ۲ هزار و ۹۰۰ قلم دارو در فهرست رسمی دارویی کشور ثبت شده است که بیش از دوسوم این اقلام ساخت داخل است. این حجم تولید داخلی مرتبط با دارو (اعم از داروی ساخته‌شده و مواد اولیه)، برای حدود ۲۶ هزار نفر شغل ایجاد کرده است که درصد قابل توجهی از آنها دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. تعداد داروی فروخته‌شده در سال ۱۳۹۳ به

رسیده که اسنادی از قدمت این حوزه در کشور به حساب می‌آید. تحول در این صنعت اما پس از انقلاب اسلامی رقم خورد. در حاضر ۱۰۰ کارخانه تولیدکننده داروهای انسانی در ایران فعالیت می‌کنند و به همین تعداد هم واحدهای تولید مواد اولیه و ملزومات فعال شده‌اند. سالانه حدود ۳۰ تا ۳۶ میلیارد عدد انواع دارو به اشکال مختلف در کشور مصرف می‌شود که حدود ۹۷ درصد آن ساخت داخل است. از نظر ارزش البته این تعداد دارو حدود ۷۰ درصد از ارزش بازار را در اختیار دارند. ۳ درصد از تعداد داروها که ۳۰ درصد از ارزش بازار را به خود اختصاص داده‌اند از کشورهای دیگر از جمله آلمان، سوئیس و امارات به کشور وارد می‌شود.

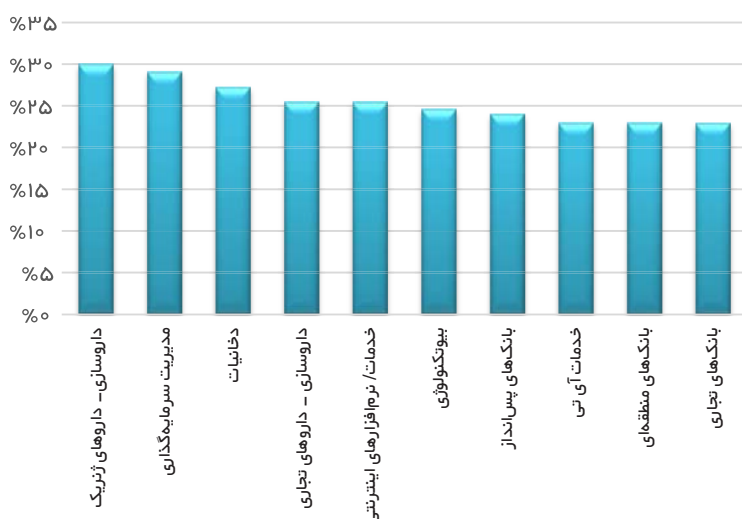
تا پیش از انقلاب اسلامی تولید دارو در کشور عمدتاً به صورت تحت‌لیسانس و در شرکت‌هایی با مدیریت خارجی صورت می‌گرفت و واردات دارو نیز یا به طور مستقیم به وسیله بنگاه‌های خارجی انجام می‌شد یا به طور غیرمستقیم از سوی شرکت‌های داخلی که سرمایه‌گذار اصلی آنها خارجی بود، رقم می‌خورد. پس از پیروزی انقلاب سازمان صنایع ملی ایران عمده این شرکت‌ها را به دستور دادگستری کل کشور، ملی اعلام کرد و پس از یک دوره زمانی طولانی، به نهادها و سازمان‌های مختلف واگذار کرد. از اوایل دهه ۱۳۷۰ نیز خصوصی‌سازی این صنعت و واگذاری به بخش خصوصی در دستور کار قرار گرفت. به طوری که بخش اعظمی از واحدهای تولیدی فعال در حال حاضر غیردولتی محسوب می‌شوند که سهم بالایی از آن در اختیار بخش‌های عمومی و شبه‌دولتی است.

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی در مورد صنایع دارویی کشور آورده است که قدیمی‌ترین واحد داروسازی در کشور، انستیتو پاستور است که در سال ۱۲۹۹ تأسیس شده است. بخش دارویی امیرآباد دانشکده داروسازی دانشگاه تهران و داروسازی دکتر عبیدی هم به ترتیب در سال‌های ۱۳۱۷ و ۱۳۲۰ تأسیس شده‌اند. ۵۴ مورد از شرکت‌های داخلی قبل از انقلاب نماینده شرکت‌های چندملیتی داروسازی بوده‌اند و داروهای خود را تحت لیسانس آنها تولید می‌کردند. در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس که بر مبنای آمارهای سال ۱۳۹۰ نوشته شده، آمده است که انستیتو پاستور و موسسه رازی تنها کارخانه‌های کاملاً دولتی هستند که اولی متعلق به وزارت بهداشت و دومی متعلق به وزارت جهاد کشاورزی هستند و عمدتاً در تولید بعضی واکسن‌ها فعالیت دارند.

طبق تحقیقاتی که بانک خاورمیانه انجام داده، در حال حاضر سه هلدینگ بزرگ حدود ۶۶ درصد بازار داروی کشور را در اختیار

**۴۸**  
هزار میلیارد تومان  
واردات دارو در  
سال ۹۵

رتبه صنایع از نظر سودآوری در سال ۲۰۱۶

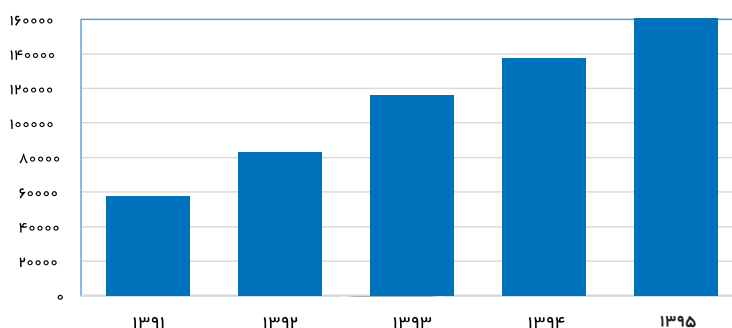


برای ۲۰۰ میلیون دلار آن داروی مشابه داخلی وجود دارد اما از آنجا که برای انواع خارجی آن تقاضا وجود دارد وارد می‌شود. اگر واردات این بخش از داروها محدود شود، از طریق قاچاق تامین خواهد شد. در حال حاضر صنعت داروی ایران زمینه‌های مناسبی برای جذب سرمایه خارجی دارد. برنامه‌ریزی و تولید دارو در بخش نانو و بایو تکنولوژی یکی از زمینه‌های جذب سرمایه است که علاوه بر بازار داخل برای بازارهای صادراتی نیز مطلوبیت دارد. پس از اجرای برجام، اقبال بیشتری از سوی شرکت‌های خارجی برای همکاری با ایران در بخش دارو ایجاد شده است. یکی از مسیرهایی که برای آن مذاکره شده تولید دارو تحت لیسانس کشورهای دیگر از جمله ژاپن، آمریکا و چند کشور اروپایی است. این همکاری‌ها برای بازار داخل و صادرات برنامه‌ریزی می‌شود. از سوی دیگر فعالان این صنعت از آغاز به کار سه شرکت خارجی در ایران برای سرمایه‌گذاری و تولید خبر می‌دهند که تولید انسولین و سایر فرآورده‌ها را طرح‌ریزی کرده‌اند و تا دو سال دیگر قرار است محصولاتشان وارد بازار دارو شود.

### ۳ صنعت دارو در جهان دنیا چقدر از ما جلو زده است؟

صنعت دارو از عظیم‌ترین صنایع جهانی به شمار می‌رود و در رده‌بندی‌های رسمی جزو پرسودترین‌ها قرار دارد. در سال ۲۰۱۵ از ۷۳ هزار میلیارد دلار مجموع تولید ناخالص داخلی کشورهای جهان، ۱.۵ درصد سهم بخش دارو بوده است. صنعتی که در امنیت و سلامت جوامع نقش مهمی ایفا می‌کند در اقتصاد نیز صاحب جایگاه قابل توجهی است. ارزش بازار داروی جهان در سال ۲۰۱۵ حدود یک هزار و ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده است که حدود ۶۴ درصد آن متعلق به کشورهای توسعه‌یافته، ۲۳ درصد مربوط به کشورهای نوظهور نظیر چین، هند، برزیل و روسیه و ۱۳

بازار داروی کشور (میلیارد ریال)



۳۱.۵ میلیارد عدد رسید و این تعداد در سال‌های بعد افزایش یافت. در حال حاضر فناوری‌های نوین مانند نانو و بیوتکنولوژی وارد صنایع داروسازی ایران شده. هرچند به کارگیری این دانش و فناوری‌ها هنوز فراگیر نیست، اما اینکه ایران می‌تواند حدود هزار قلم دارو را به تمامی اشکال دارویی نظیر قرص، کپسول، ویال، آمپول و... تولید کند، دستاورد بزرگی است. با وجود توانایی بالقوه ایران در زمینه تولید و صادرات بسیاری از انواع داروها، صادرات دارویی کشور محدود به چند صد میلیون دلار است و عمده آن به کشورهای افغانستان، روسیه و آلمان صادر می‌شود.

### ۲ فرصت بازار ایران برای خارجی‌ها آیا بازار داروی ایران رشد می‌کند؟

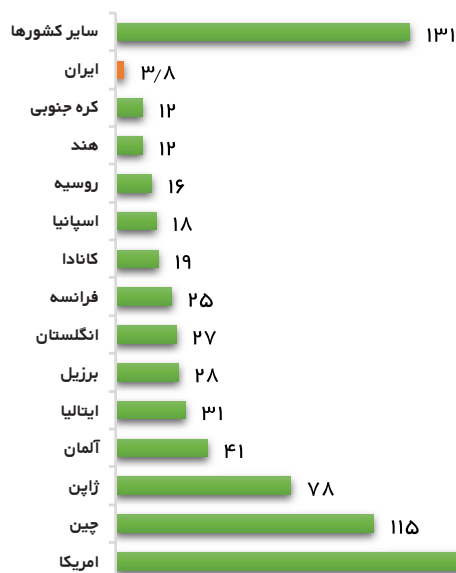
۳۰ درصد از ارزش بازار داروی ایران از واردات تامین می‌شود که به گفته فعالان این صنعت از این واردات ۱.۲ میلیارد دلاری

۳

درصد

از داروی وارداتی کشور معادل ۳۰ درصد ارزش داروهای مصرفی کشور را شامل می‌شود

بازار مصرف داروی کشورها سال ۲۰۱۵



ارقام به میلیارد دلار

۲۶

هزار

شغل در صنعت دارو ایجاد شده است

۹۷

درصد

نیاز داروی کشور از نظر تعداد در داخل تولید می‌شود

۷۰

درصد

نیاز داروی کشور از نظر ارزش در داخل تولید می‌شود

تا پیش از انقلاب اسلامی تولید دارو در کشور عمدتاً به صورت تحت لیسانس و در شرکت‌هایی با مدیریت خارجی صورت می‌گرفت و واردات دارو نیز یا به طور مستقیم به وسیله بنگاه‌های خارجی انجام می‌شد یا به طور غیرمستقیم از سوی شرکت‌های داخلی که سرمایه‌گذار اصلی آنها خارجی بود، رقم می‌خورد.

## ضعف‌ها و قوت‌ها

سجاد حسینی در گزارشی که برای مرکز پژوهش‌های مجلس تهیه کرده، دخالت‌های بیش از حد دولتی را یکی از تهدیدهای نظام دارویی دانسته که باعث سلب اعتماد سرمایه‌گذاران شده است. همچنین واگذاری شرکت‌های دولتی به سازمان‌های وابسته به دولت باعث شده خصوصی‌سازی در عمل محقق نشود.

عدم مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی، نبود قانون حق مالکیت معنوی، وجود مراکز فوریته تکنس‌های، عدم ثبات در تصمیمات اقتصادی کشور، و عدم بازسازی صنعت داروسازی کشور از دیگر مشکلات نظام دارویی کشور است. مرکز پژوهش‌های مجلس همچنین یکی از نقاط قوت نظام دارویی کشور را فهرست داروهای ایران دانسته که وجود آن باعث نظم و تمرکز در نظام دارویی کشور شده است. گستردگی نظام سلامت و بیمه‌های عمومی، ساختار منسجم نظام دارویی، استقرار نظام دارویی ژنریک، وجود صنعت داروسازی داخلی و شبکه وسیع و نظارت‌شده توزیع دارو از نقاط قوت نظام دارویی ذکر شده است.

در گزارشی که سال گذشته کارگزاری بانک رفاه تهیه کرده، نقاط ضعف و قوت صنعت دارو این چنین طبقه‌بندی شده است:

### نقاط ضعف و تهدیدهای موجود در صنعت دارو

- دولت نظارت ویژه بر قیمت‌گذاری داروها دارد.
- در حدود نیمی از مواد اولیه مصرفی وارداتی است.
- تکنرخی شدن ارز
- عدم پرداخت مطالبات شرکت‌های داروسازی از سوی دولت
- اکثر داروهای تولیدی داروهای ژنریک و با تکنولوژی پایین است.

### نقاط قوت و فرصت‌های پیش رو در صنعت دارو

- رشد جمعیت سالمندان
- بازار مصرف بزرگ در منطقه
- افزایش پوشش‌های بیمه درمانی
- استراتژی دولت بر تمرکز خودکفایی دارو
- رفع تحریم‌های بین‌المللی و همکاری با شرکت‌های مطرح داروسازی
- کاهش هزینه تامین مالی به واسطه کاهش نرخ بهره و گشایش ال سی.



### درصد

از مواد اولیه تولید دارو در کشور ساخته می‌شود

جمعیت‌شناختی یکی از عوامل تعیین‌کننده تقاضای جهانی دارو در سال‌های آینده خواهد بود. در حالی که افزایش تشخیص و درمان بیماری‌های مزمن و وجود جمعیت در حال پیر شدن عامل موثر بر بازارهای توسعه‌یافته خواهد بود، رشد جمعیت هم‌زمان با بهبود دسترسی به سیستم بهداشت بهتر جهت گیری بازارهای نوظهور را تعیین خواهد کرد.

درصد آن متعلق به سایر کشورها است.

بیشترین سرانه مصرف دارو در جهان متعلق به آمریکا است که بیش از یک هزار دلار در سال ۲۰۱۵ برآورد شده است. سرانه مصرف دارو در ایران نیز نزدیک به ۵۰ دلار است که فاصله زیادی با سایر کشورها دارد. این اختلاف را به پایین بودن قیمت دارو و درآمد سرانه پایین شهروندان ایرانی نسبت می‌دهند. در سال ۲۰۱۵ در حدود ۵۰۰ میلیارد دلار واردات داروی تمام کشورهای جهان بوده است آمریکا با سهم ۱۶٫۶ درصدی بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. مجموع صادرات دارو در سال ۲۰۱۵ نیز در حدود ۵۰۰ میلیارد دلار برآورد شده که آلمان، سوئیس و آمریکا بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

بخش قابل توجهی از بازار دارویی جهان در اختیار چند شرکت بسیار بزرگ آمریکایی و اروپایی است به طوری که مبلغ فروش ۵ شرکت فایزر آمریکا، جانسون اند جانسون آمریکا، نوارتیس سوئیس، مرک آلمان، رش سوئیس و سانوفی فرانسه در سال ۲۰۱۵ بالغ بر ۳۰۰ میلیارد دلار بوده است که حدود ۳۰ درصد از کل بازار دارو در جهان است.

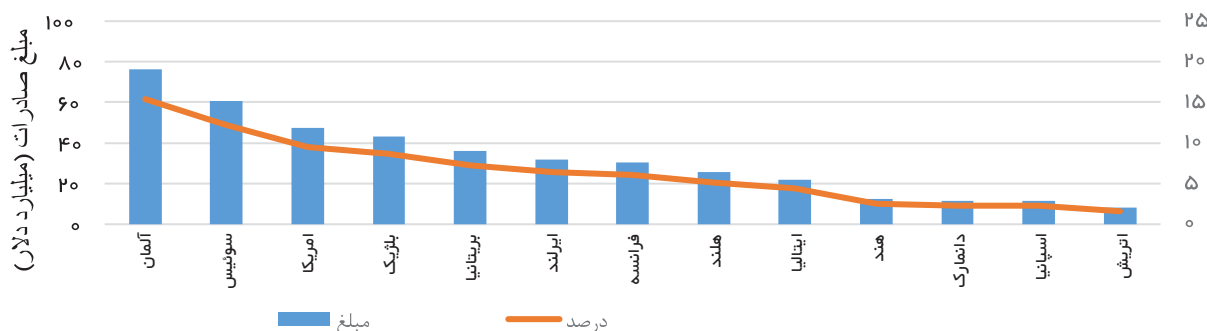
### آینده صنعت دارو در جهان

### اعداد از بازار می‌گویند

میزان مصرف دارو در بازار جهانی در سال ۲۰۱۴ از یک تریلیون دلار عبور کرد و در سال ۲۰۱۵ به ۱٫۰۶ تریلیون دلار رسید. پیش‌بینی مراجع بین‌المللی نشان می‌دهد که این رقم تا سال ۲۰۱۸ به حدود ۱٫۳ تریلیون دلار می‌رسد. در نظر گرفتن نرخ واقعی تبدیل ارزهای مختلف جهان به دلار آمریکا در سال‌های گذشته و پیش‌بینی آن برای سال‌های آتی نشان می‌دهد که میزان مصرف دارو برای کل دوره مربوط به سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸ حدود ۲۹۰ تا ۳۲۰ میلیارد دلار آمریکا افزایش خواهد یافت که در مقایسه با رقم ۱۹۴ میلیارد دلار برای دوره سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ رقم قابل توجهی محسوب می‌شود. این در حالی است که در صورت استفاده از نرخ ارز ثابت، مقدار مطلق رشد مصرف به حدود ۳۰۵ تا ۳۳۵ میلیارد دلار خواهد رسید که نسبت به رقم ۲۱۹ دلار سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ افزایش چشم‌گیری است.

در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸ جمعیت افراد با سن ۶۵ سال به بالا در سطح جهان با نرخ بیشتر از سایر گروه‌های سنی افزایش خواهد یافت و حدود ۳۰ درصد کل رشد سنی جمعیت در پنج سال آتی را به خود اختصاص خواهد داد. به طور کلی تغییرات

مبلغ و سهم کشورها از صادرات دارو در سال ۲۰۱۵



[ تحلیل ]

# حل مشکلات امروز، آینده را می‌سازد

## دولت خریدار اصلی محصولات در صنعت دارو است

به تراز مثبت بازرگانی برساند، صادرات در بخش نانو تکنولوژی و بایوتکنولوژی است. در زمینه داروهای رسمی و شیمیایی رقابتی زیادی در دنیا داریم که برای تسخیر بازارهای آن مسیر دشواری در پیش است اما در بخش نانو و بایو رقابتی ایران کمتر است و حتی ترکیه در این بخش از ایران عقب‌تر است و با یکی از شرکت‌های فروش دانش فنی ایران قرارداد همکاری امضا کرده است.

پیشرفت در تولید و صادرات دارو در شرایطی رقم خواهد خورد که شرایط حاد امروز به نوعی از سوی دولت مدیریت شود. مزیت نسبی ایران در این صنعت می‌تواند دستاوردهای بزرگی را برای کشور رقم بزند. می‌توان حرکت رو به رشد را در این بخش ادامه داد اما در حال حاضر دومینوی خطرناکی در بخش درمان و اقتصاد سلامت کشور ایجاد شده که ممکن است همه دستاوردها را از بین ببرد. از طرفی دولت و وزارت بهداشت که بخش عمده‌ای از اقتصاد درمان را در اختیار دارد، مطالباتی از بیمه‌گراها: جمله بیمه سلامت و تامین اجتماعی دارد بنابراین به طور طبیعی نتوانسته پول بیمارستان‌ها را پرداخت کند. بیمارستان‌ها هم در پرداخت پول دارو و تجهیزات پزشکی ناتوان شده‌اند. در برخی بیمارستان‌ها نیز پرداخت مطالبات بخش دارو به آخرین سرفصل در سیستم حسابداری بدل شده است. از طرف دیگر صنعت دارو نمی‌تواند از ارائه دارو به بیمارستان‌ها دست بکشد. در میان بیمه‌گراها، شرایط بیمه سلامت برای دولت دشوارتر است چراکه این بیمه در اختیار دولت است و به جای ۶ میلیون نفر ۱۱ میلیون نفر را تحت پوشش قرار داده است. هزینه سنگینی که دولت در این بخش باید بپردازد، مشکلاتی را رقم زده و اصل طرح تحول سلامت را با خطر مواجه ساخته است.

دولت راهی جز پرداخت هزینه‌های بیمه سلامت ندارد بنابراین راه‌هایی نظیر اعطای اوراق خزانه را برای جبران بدهی‌ها در نظر گرفته است اما این اوراق برای صنعت، پول نمی‌شود چراکه تبدیل اوراق به پول نقد منوط به پرداخت هزینه است. این بحران فشار زیادی به صنعت دارو تحمیل کرده و ممکن است شرکت‌های بخش، صنعت و سایر اجزای این حوزه را تحت تاثیر قرار دهد. این موضوع آسیب اجتماعی نیز به دنبال خواهد داشت. عدم پرداخت بدهی صنعت دارو از سوی دولت به طور زنجیروار بخش‌های دیگر را نیز درگیر کرده است. به عنوان مثال شرکت‌های دارویی باید مواد اولیه و بسته‌بندی خریداری کنند و آن بخش نیز به صنایع دیگری وابسته است بنابراین چاه بزرگی کنده شده که همه اجزای این صنعت را گرفتار کرده است. در تغییراتی که اوایل آبان رقم خورد، عملاً دارندگان بیمه سلامت از خرید دارو و خدمات از بخش خصوصی محروم شده‌اند و تنها داروخانه‌ها و بیمارستان‌های دولتی دارندگان این بیمه را پذیرش می‌کنند. این نگرانی نیز تقویت شده که طرح تحول سلامت به عنوان یکی از طرح‌های مورد حمایت دولت به شکست نزدیک شود. ■

برای ترسیم آینده صنعت داروی کشور، ابتدا باید شرایط امروز را مورد واکاوی قرار داد. اگر شرایط عادی و پایدار باشد می‌توان در مورد آینده نیز اهداف مشخصی را تعریف کرد اما صنعت دارو در حال حاضر چنین وضعیتی ندارد. همان‌طور که کل صنعت کشور گرفتار مشکلات و مصائب است، صنعت دارو نیز با مسائل دشواری مواجه شده که به طور طبیعی در سرنوشت آن اثرگذار است. صنعت و تجارت در بخش دارو و البته بسیاری از بخش‌های اقتصاد کشور دچار روزمرگی شده و هر روز سعی می‌شود مشکلات به روز آینده موکول شود. تداوم این روند برای صنعت بسیار خطرناک است.

خریدار اصلی محصولات در صنعت دارو، دولت است و تولیدکنندگان باید برای آینده نیز بر روی دولت به عنوان خریدار حساب کنند. سهم دولت در خرید دارو حدود ۷۰ درصد و سهم بخش خصوصی ۳۰ درصد است چرا که بخش درمان در ایران دولتی است. مشکلاتی که دولت در بودجه دارد به بخش دارو نیز منتقل و بدهی‌های سنگینی به این بخش تحمیل شده و چشم‌انداز مناسبی نیز برای آینده این ارتباط وجود ندارد. در حال حاضر دولت ۴ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان به بخش دارو بدهکار است. بخش تجهیزات پزشکی نیز بیش از ۳ هزار میلیارد تومان از دولت طلب دارد که عمدتاً مربوط به بیمارستان‌های دولتی است. پرداختی‌ها در بخش بیمه سلامت نیز با مشکلات جدی مواجه شده و این مسائل به تولیدکنندگان منتقل شده است. از آنجا که طلب‌ها وصول نمی‌شود، بدهی بخش تولید به بانک‌ها و سایر بخش‌های مالی قابلیت پرداخت پیدا نمی‌کند.

در دهه‌های گذشته قدم‌های خوبی در صنعت دارو برداشته شد و شرایط مطلوبی تحقق یافت به طوری که بیش از ۹۷ درصد از نیاز کشور از طریق تولید داخل تامین شد اما اگر مشکلات فعلی مرتفع نشود نمی‌توان روند روزآمد را در این صنعت ادامه داد. در حال حاضر موفقیت‌های بزرگی در فناوری‌های نوین نظیر بایوتکنولوژی و نانو تکنولوژی به دست آمده و همچنان در این زمینه‌ها در حال پیشرفت هستیم. اگر مشکلات فعلی حل نشود، نمی‌توان به ادامه تجهیز صنعت دارو امیدوار بود. با نگاه استراتژیک به این صنعت می‌توان آینده را ترسیم کرد منوط به اینکه مشکلات روزمره حل شود.

البته نقطه‌گذاری‌های مناسبی برای این صنعت شده و طلیعه خوبی طراحی شده است. در بخش‌های نرم‌افزاری و تربیت نیروی انسانی می‌توان به خوبی این طلیعه را دید. در حال حاضر ۱۹ دانشکده داروسازی در رشته‌های مختلف به تربیت دانشجو می‌پردازد و سطح علمی فارغ‌التحصیلان داروسازی نیز مطلوب ارزیابی می‌شود بنابراین آینده خوبی را می‌توان برای این صنعت در کشور متصور بود.

در تجارت دارو نیز یکی از راهکارهایی که می‌تواند صنعت را



محمود تجفی عرب

رئیس کمیسیون اقتصاد سلامت اتاق تهران

۷۰

درصد

صنعت دارو در اختیار دولتی‌ها و شبه‌دولتی‌ها است

۶۶

درصد

بازار دارو در اختیار سه هلدینگ بزرگ است

۱۰۰

کارخانه

تولید دارو در کشور فعالیت می‌کنند

صنعت لیزینگ به عنوان یکی از ابزارهای تامین مالی شناخته می شود که در بسیاری از کشورهای جهان پس از تسهیلات بانکی دومین راه برای تامین مالی به شمار می رود اما در ایران هنوز این صنعت جایگاه قابل توجهی در تامین مالی اقتصاد ندارد. این صنعت در ایران سابقه ای حدود ۴ دهه ای دارد اما در همین مدت نه چندان طولانی نیز چند فراز و نشیب مهم را تجربه کرده است.

## توصیه های آینده نگر درباره صنعت لیزینگ

# چشم تقاضا به صنعت نیمه جان

## شرکت های لیزینگ در ایران با وجود نیاز اقتصاد به افزایش ابزارهای تامین مالی هنوز قدرت نگرفته اند

۸۳

درد

تسهیلات لیزینگ  
در سال ۹۵ به  
خودرو اختصاص  
داده شده است

با مشارکت فنی و مالی فرانسوی ها در ایران شکل گرفت. بانک اعتبارات ایران و تعدادی از صاحبان سرمایه داخلی آن را پایه گذاری کردند. شرکت لیزینگ ایران با سرمایه اولیه یکصد میلیون ریال تأسیس و راه اندازی شد. دو سال بعد دومین شرکت نیز باز با همکاری یکی از مؤسسات بزرگ مالی فرانسه ایجاد شد که بعدها لیزینگ صنعت و معدن نام گرفت. پس از انقلاب اسلامی، فعالیت این شرکت ها متوقف شد و در سال ۱۳۶۰ با تغییراتی در پیکره سهامی آنها مجدداً فعال شدند. در دی ماه سال ۱۳۶۲ با تدوین و تصویب قانون عملیات بانکی بدون ربا، لیزینگ در کشور در قالب عقد اجاره به شرط تملیک که نوعی از عملیات لیزینگ مالی است مشروعیت یافت ولی از آنجا که در قانون، اجرای این عقد کلاً به سیستم بانکی سپرده شده و جایگاهی برای فعالیت مؤسسات اعتباری غیربانکی در نظر تصمیم سازان و سیاست گذاران پولی و مالی کشور وجود نداشت، بانک ها نیز به دلیل گستردگی حجم فعالیت و بوروکراتیک بودن ساختار تشکیلاتی آنها، رغبتی به فعالیت در این صنعت از خود نشان ندادند به جز بانک مسکن که در زمینه اجاره به شرط تملیک واحدهای مسکونی فعال شد. با وجود این، این ابزار نوین اعتباری هیچ گاه مورد اقبال و حمایت دولت

تاریخ ثبت شده اقتصاد ایران در ۷۰ سال گذشته نشان می دهد که پدیده جدیدی در کشور ظهور کرده است. مسئله ای که اقتصاددانان نام آن را «بحران تقاضا» گذاشته اند، تا پیش از سال ۱۳۹۴، در اقتصاد ایران تجربه نشده بود. این بار اقتصاد نه از سمت عرضه که از ناحیه تقاضا تحت فشار قرار گرفته است. سقوط قدرت خرید به خصوص در طبقه متوسط و پایین تر از متوسط که تحت تاثیر رویدادهای انتهای دهه ۸۰ و ابتدای دهه ۹۰ در اقتصاد ایران حادث شده است، خود را در افول تقاضای موثر برای کالاها و خدمات نشان داده است. سعید لیلان: کارشناس اقتصادی معتقد است که تورم بالا در سال های ۸۹ تا ۹۲ و رشد سببرابری بهای ارز در این دوره زمانی، ضربه بزرگی به قدرت خرید خانوارهای کارگری و کارمندی وارد کرده چرا که این رویدادها در میزان افزایش حقوق و دستمزد طبقات متوسط جبران نشده و شکافی عمیق در این بخش ایجاد شده که خود را در تقاضای موثر اقتصاد نشان می دهد. اقتصاد ایران برای رشد تولید نیاز به بالفعل شدن تقاضا دارد تا برای کالاها تولیدی مشتری پیدا شود اما طی دو سال گذشته، بسیاری از خانوارها تنها به نیازهای اساسی خود پاسخ می دهند و خریدها را به حداقل رسانده اند. در میانه سال ۱۳۹۴ که رشد اقتصادی کشور به خطر افتاد، سخن از طرح تحریک تقاضا به میان آمد که تنها به فروش اقساطی خودرو محدود شد. در این طرح موضوع اعطای کارت اعتباری خرید نیز مطرح شد اما نتوانست در میدان عمل خود را نشان دهد. اقتصاددانان از توسعه فروش اعتباری کالا به عنوان یکی از راه های تقویت تقاضا یاد می کنند. خرید کالا از طریق درآمدهای آتی برای خانواده روشی مطلوب است که نیاز به ابزارهای تامین مالی دارد. تجربه نشان داده است که وام بانکی برای مصارف خرد، چندان در دسترس خانواده ها قرار نداشته است. شکست طرح کارت اعتباری نیز که با حمایت بانک مرکزی آغاز شده بود، این موضوع را اثبات کرد. در چنین شرایطی جای خالی سایر ابزارهای مرسوم دنیا در ایران احساس می شود. صنعت لیزینگ در جهان یکی از مهم ترین راه های رسیدن متقاضیان به کالاهای مورد نظرشان است اما در ایران دوران افول لیزینگ ها با چالش تقاضا هم زمان شده است و نمی توان از این ظرفیت به درستی برای تامین مالی بهره برد.

### شرکت های لیزینگ که از بانک مرکزی مجوز دارند

| نام                           | شهر   | نام                 | شهر   |
|-------------------------------|-------|---------------------|-------|
| توسعه پارسه                   | تهران | آتی نگر اقام        | تهران |
| جامع سینا                     | تهران | آتیه الوند          | تهران |
| حکمت ایرانیان                 | تهران | آتیه صبا            | تهران |
| خودرو غدیر                    | تهران | آریا دانا           | تهران |
| رازی                          | تهران | ارزش آفرین گلرنگ    | تهران |
| رایان ساپا                    | تهران | افق اقتصاد          | تهران |
| سپهر صادرات                   | تهران | اقتصاد نوین         | تهران |
| صنعت نفت آیندگان              | تهران | امید                | تهران |
| صنعت و معدن                   | تهران | انصار               | تهران |
| عظیم خودرو                    | تهران | ایران               | تهران |
| ماشین آلات سنگین ایرانیان     | تهران | ایران و شرق         | تهران |
| ماشین آلات و تجهیزات پاسارگاد | تهران | ایرانیان            | تهران |
| ملت                           | تهران | بازنشتگان مشرق زمین | تهران |
| میلاد شهر                     | تهران | بهمین               | تهران |
| کارآفرین                      | تهران | پارس                | تهران |
| کارآمد                        | تهران | پارسیان             | تهران |
| کارساز                        | تهران | پاسارگاد            | تهران |
|                               |       | پیمان کارآفرین      | تهران |

### جایگاه صنعت لیزینگ در ایران

#### لیزینگ ها در ایران چه می کنند؟

سایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تعداد ۳۵ شرکت لیزینگ را به عنوان شرکت های مجاز در بخش نهادهای پولی مجاز قرار داده است که حدود یک سوم آنها همانم بانک ها و بیمه های رایج کشور هستند. صنعت لیزینگ به عنوان یکی از ابزارهای تامین مالی شناخته می شود که در بسیاری از کشورهای جهان پس از تسهیلات بانکی دومین راه برای تامین مالی به شمار می رود اما در ایران هنوز این صنعت جایگاه قابل توجهی در تامین مالی اقتصاد ندارد. این صنعت در ایران سابقه ای حدود ۴ دهه ای دارد اما در همین مدت نه چندان طولانی نیز چند فراز و نشیب مهم را تجربه کرده است. اولین شرکت لیزینگ در سال ۱۳۵۴

در میانه سال ۱۳۹۴ که رشد اقتصادی کشور به خطر افتاد، سخن از طرح تحریک تقاضا به میان آمد که تنها به فروش اقساطی خودرو محدود شد. در این طرح موضوع اعطای کارت اعتباری خرید نیز مطرح شد اما نتوانست در میدان عمل خود را نشان دهد. اقتصاددانان از توسعه فروش اعتباری کالا به عنوان یکی از راه‌های تقویت تقاضای پادمی کنند

و سیاست‌گذاران پولی و اعتباری کشور قرار نگرفت و لیزینگ به مدت بیش از ۱۳ سال و با وجود دولتی بودن شرکت‌های فعال عملاً مهجور باقی ماند. در سال ۱۳۷۳ اولین هسته تشکیلاتی لیزینگ خصوصی به نام پارس لیزینگ پا به عرصه وجود گذشت و بدین ترتیب طلبیه ایجاد شرکت‌های خصوصی لیزینگ برای اولین بار در کشور نمودار شد.

تحولات این صنعت نشان می‌دهد که صنعت لیزینگ عملاً از سال ۱۳۸۱ توانست به صورت جدی و تأثیرگذار در بازار پول و سرمایه کشور شروع به فعالیت کند. از ابتدای دهه ۸۰ بود که افزایش رقابت میان تولیدکنندگان و توسعه بخش خصوصی در اقتصاد ایران بر سر زبان‌ها افتاد و تعدادی از صاحبان صنایع، مدیران باتجربه مالی و صنعتی به ویژه مدیران شرکت‌های بزرگ خودروسازی در جست‌وجوی ابزارهای مطمئن برای یافتن بازار و توسعه فروش اقلام مختلف صنعتی، به ویژه خودرو بودند تا بتوانند با افزایش قدرت خرید در میان اقشار متوسط و رو به پایین جامعه، تقاضای مؤثر برای مصرف این کالاها را ایجاد کنند. تأسیس هسته‌های تشکیلاتی لیزینگ در این دوره قوت گرفت. در کنار حرکت خودروسازان، افراد حقیقی علاقه‌مند به فروش قسطی خودروها نیز، بدون آگاهی از چگونگی این کسب و کار جدید، صرفاً به پشتوانه قوانین مدنی و تجارت، در قالب شرکت‌های بازرگانی نام لیزینگ بر خود نهادند و وارد کارزار شدند. طولی نکشید که طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۴ تعداد قریب به ۳۰۰ شرکت لیزینگ با جمع سرمایه‌گذاری یتی حدود ۳۵۰ میلیارد تومان تأسیس شد. با تصویب و ابلاغ قانون تنظیم بازار غیرمستعمل پولی در این دوره زمانی، بانک مرکزی در مهرماه ۱۳۸۴ در اجرای سیاست‌های نظارتی خود به اداره ثبت شرکت‌ها دستور داد تا از ثبت و تأسیس شرکت‌های لیزینگ جلوگیری شود. بانک مرکزی در نهایت در سال ۱۳۸۶ دستورالعمل مربوط به نحوه تأسیس، فعالیت و نظارت بر شرکت‌های لیزینگ را با ابهامات و کاستی‌های زیاد به تصویب رساند و در چارچوب آن مقرر شد شرکت‌های لیزینگ پس از کسب مجوز فعالیت تحت نظارت بانک موصوف فعالیت خود را رسماً آغاز کنند.

در مقابل این اقدامات اما برخی تصمیمات محدودکننده سرراغ این صنعت آمد. تعیین نرخ دستوری و عدم پیش‌بینی هرگونه ابزار برای تأمین منابع مالی مورد نیاز این شرکت‌ها، دو عامل اصلی رکود فعالیت لیزینگ داخلی به شمار می‌روند. لیزینگ‌ها پس از طی کردن یک دوره نسبتاً موفق در تأمین مالی، با کاهش دامنه فعالیت مواجه شده‌اند. نرخ سود بانکی بالا یکی از عوامل عدم درخشش این صنعت در ایران شناخته می‌شود.

## ۲ نقش لیزینگ‌ها در تأمین مالی لیزینگ‌ها چقدر موثرند؟

خودروسازان و خودروفروران فعال‌ترین بخش اقتصاد ایران در صنعت لیزینگ به شمار می‌روند به طوری که سال گذشته ۸۳ درصد از فعالیت لیزینگ‌های کشور به حوزه خودرو معطوف بوده است و سایر بخش‌ها از جمله کالای بادوام و غیرمنقول و همچنین تجهیزات درمانی سهم اندکی داشته‌اند. محمدصادقی موقعی، دبیرکل انجمن لیزینگ ایران می‌گوید: در کنار افزایش روند سودآوری در صنعت لیزینگ تهدید ساختار مالی معیوب خود را نشان می‌دهد بنابراین با وجود افزایش درآمدهای عملیاتی شرکت‌های لیزینگ در ۱۳۹۵ نسبت به سه سال قبل همچنان سایه مشکلات ترازنامه‌ای بر این صنعت حاکم است.

شرکت‌های فعال لیزینگ در سال ۱۳۹۵ حدود ۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات خرید کالا به مشتریان اعطا کرده‌اند که این رقم نسبت به سال ۱۳۹۴ تا ۳۸ درصد افزایش دارد. از رقم تسهیلات سال ۱۳۹۵ شرکت‌های لیزینگ به مشتریان تا ۷۲ درصد آن در بخش خودروهای سواری، ۱۱ درصد در خودروهای کار و ۱۰ درصد در بخش ماشین‌آلات و تجهیزات مصرف شده است. در این شرایط سهم سایر بخش‌ها شامل کالای بادوام و غیرمنقول و تجهیزات درمانی در مجموع ۷ درصد بوده است.

طبق گفته دبیرکل انجمن لیزینگ، مطالبات شرکت‌های لیزینگ ناشی از عملیات قراردادهای مشتریان در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال قبل افزایش دارد ولی در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال قبل از آن با کاهش مواجه شده

## [ چرا صنعت لیزینگ در ایران ناکام ماند؟ ]

# زیر سایه ریسک تغییرات نرخ

البته در ایران، بخش قابل توجهی از لیزینگ‌های فعال متعلق به بانک‌هاست اما همین لیزینگ‌ها نیز بیش از سرمایه خود قادر نیستند خدمات ارائه کنند چرا که مکلف به رعایت نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار هستند و گرفتن تسهیلات از بانک و تخصیص آن با همان نرخ به لیزینگ صرفه اقتصادی ندارد. این در حالی است که در کشورهای دیگر لیزینگ‌ها اجازه دارند با بانک‌هایی که تسهیلات با بهره مناسب می‌پردازند قرارداد ببندند و در ازای دریافت کارمزد جزئی، تسهیلات دریافتی از بانک را به لیزینگ اختصاص دهند اما در ایران، لیزینگ‌ها به دلیل بالا بودن نرخ بهره، هم برای گرفتن تسهیلات از بانک‌های داخلی محدودیت دارند و هم امکان دریافت اعتبار از بانک‌های خارجی را ندارند.

لیزینگ‌ها در کشورهای دیگر، از بانک‌های داخلی یا خارجی با بهره‌های ۳ تا ۴ درصد تسهیلات می‌گیرند و فعالیت‌های لیزینگ خود را توسعه می‌دهند؛ اما در ایران اگر یک شرکت لیزینگ بخواهد از بانک داخلی تسهیلات بگیرد باید با همان نرخ سودی که از بانک وام می‌گیرد به مشتریان تسهیلات بدهد. در این حالت گرچه به نظر می‌رسد وام

سال‌هاست که در اقتصاد جهانی، صنعت لیزینگ به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر تأمین مالی بازار مورد توجه قرار گرفته اما هنوز نقش لیزینگ در اقتصاد ایران بسیار کم است که علت اصلی آن را نیز باید در پایین بودن کفایت سرمایه شرکت‌های لیزینگ جست‌وجو کرد. از آنجایی که شرکت‌های فعال در عرصه لیزینگ، فقط در حد سرمایه خود می‌توانند تأمین مالی کنند و مانند بانک‌ها اجازه ندارند سپرده بگیرند و با تجهیز منابع، پاسخ‌گوی متقاضیان باشند، دایره فعالیت و اثرگذاری لیزینگ‌ها محدود به ارقامی است که به عنوان سرمایه اولیه در اختیار دارند و تا تسهیلات قبلی را وصول نکنند، نمی‌توانند تسهیلات لیزینگ جدید اعطا کنند.



حسین سلیمی

نایب رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران

از ابتدای دهه ۸۰ بود که افزایش رقابت میان تولیدکنندگان و توسعه بخش خصوصی در اقتصاد ایران بر سر زبان‌ها افتاد و تعدادی از صاحبان صنایع، مدیران با تجربه مالی و صنعتی به ویژه مدیران شرکت‌های بزرگ خودروسازی در جست‌وجوی ابزارهای مطمئن برای یافتن بازار و توسعه فروش اقلام مختلف صنعتی، به ویژه خودرو بودند تا بتوانند با افزایش قدرت خرید در میان اقشار متوسط و رو به پایین جامعه، تقاضای مؤثر برای مصرف این کالاها را ایجاد کنند.

## لِزینگ چه اختیاراتی دارد؟

لِزینگ نوع خاصی از عملیات مالی است که شاید بهترین ترجمه برای آن اجاره اعتباری باشد. در واقع، لِزینگ یک رشته فعالیت اعتباری مبتنی بر روش اجاره است که در آن نوعی قرارداد با توافق میان دو نفر یا بیشتر به‌منظور بهره‌برداری از عین یا منفعت کالای سرمایه‌ای یا مصرفی با دوام که از قابلیت اجاره برخوردار باشد، منعقد می‌شود. در واقع روش لِزینگ، مجموعه‌ای از مبادلات اقتصادی مشتمل بر خرید، اجاره و در نهایت، فروش (تملیک) را در بر می‌گیرد.

۴

هزار میلیارد تومان

تسهیلات خرید  
کالای لِزینگی به  
مشتریان اعطا  
شده که نسبت  
به سال ۱۳۹۴ تا  
۳۸ درصد افزایش  
دارد

و اطلاعات عملیات لِزینگ در این قاره را جمع‌آوری و منتشر می‌کند. مأموریت اصلی لِزینگ حمایت از اعضا در اتحادیه اروپا و سایر موسسات بین‌المللی از طریق حضور فعال در جلسات و مشارکت در موضوعات مورد بحث است. در این کشورها بیشترین حجم عملیات لِزینگ به ترتیب به لِزینگ خودرو سواری، ماشین‌آلات و کارخانه‌جات، خودرو کار و وسایل حمل‌ونقل جاده‌ای اختصاص دارد. از کل لِزینگ خودرو سواری، حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد خودروهای نو و بقیه خودروهای دست‌دوم بوده است. بیشترین حجم عملیات لِزینگ غیرمنقول به ساختمان صنعتی و مسکونی اختصاص یافته است. البته توزیع ترکیب دارایی‌های مورد اجاره و نیز ضریب نفوذ لِزینگ در کشورهای مختلف اروپا متفاوت است. هرچقدر کشورها توسعه‌یافته‌تر باشند، ضریب نفوذ لِزینگ در آنها بالاتر است. بیشترین حجم عملیات لِزینگ در فرانسه به ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی و خودرو کار، در آلمان به خودرو سواری، در ایتالیا به ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی، و در انگلستان و ایرلند و نیز کشورهای اسکندیناوی به خودرو سواری اختصاص دارد. در اروپا عمده بازار لِزینگ معطوف به بخش‌های خدمات و تولید و ساختمان است. در اروپای شرقی و مرکزی که بازارهای نوظهور لِزینگ تلقی می‌شوند، عمده دارایی‌های مورد اجاره خودرو سواری و خودرو کار است. ■

است. این در حالی است که حدود ۲۵ درصد از مطالبات لِزینگ‌ها از مشتریان دارای ماهیت بلندمدت بوده که این به معنای گرایش روزافزون صنعت لِزینگ به اعطای اعتبارات کالایی کوتاه‌مدت است در حالی که ساز و کار لِزینگ بیشتر برای تأمین مالی بلندمدت طراحی شده است. حجم دارایی‌های صنعت لِزینگ در سال ۱۳۹۵ حدود ۷ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به سال ۱۳۹۴ کاهش داشته است. از کل دارایی‌های لِزینگ‌ها ۱۵۰۰ میلیارد تومان را سهام‌داران تأمین کرده‌اند و مابقی شامل ۳۰۰۰ میلیارد تومان تأمین مالی بانک‌ها و ۲۵۰۰ میلیارد تومان اعتبار در مطالبات فروشندگان و پیش‌دریافت‌هاست. سهم اوراق مشارکت در کل تأمین مالی لِزینگ بسیار محدود است.

به دلیل بانک‌محور بودن تأمین مالی در صنعت لِزینگ، سهم هزینه‌های مالی حدود ۷۰ درصد درآمدهاست و تا ۸۰ درصد بدهی‌های شرکت‌های لِزینگ سهم تسهیلات بانکی خواهد بود. تعداد نیروی انسانی فعال در صنعت لِزینگ ۱۲۰۰ نفر برآورد شده است که نسبت به گردش عملیات تعداد قابل توجهی نیست.

## لِزینگ‌ها در کشورهای دیگر چگونه فعالیت می‌کنند؟ لِزینگ در خدمات خدمات

بر اساس تجارب جهانی، صنعت لِزینگ در چهار زمینه اقلام خرد، کوچک، متوسط و بزرگ فعال است. در کشورهای پیشرفته گستره فعالیت لِزینگ معطوف به اقلام متوسط و بزرگ در بخش‌های خنوار، بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های دولتی است. در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، تمرکز فعالیت‌های لِزینگ معطوف به اقلام خرد، کوچک و متوسط برای خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط است. بر این اساس بازار اصلی لِزینگ در ایران شامل اقلام کوچک و متوسط در بخش‌های خانوار و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط است و در موارد نادر نیز لِزینگ اقلام بزرگ برای شرکت‌های صنعتی انجام شده است.

لِزینگ اروپ که در واقع فدراسیون انجمن‌های لِزینگ اروپا است، آمار

این حوزه نیز به واسطه طولانی‌مدت بودن تسهیلات اعطایی و بالا بودن ریسک تغییرات نرخ سود و نوسان قیمت‌های بازار، در مجموع زمینه برای حضور لِزینگ‌ها مساعد نیست. البته در گذشته به صورت محدود لِزینگ مسکن اجرائی شده و اتفاقاً نتیجه آن نیز نامطلوب نبوده، اما در آن دوران نرخ سود تسهیلات بانکی بالا بود و لِزینگ ریسک افزایش نرخ سود در آینده نزدیک را متحمل نمی‌شد و در مقابل قیمت مسکن نیز در روند افزایشی قرار داشت و خریداران با وجود خرید مسکن و پرداخت سود سنگین به تسهیلات بلندمدت متضرر نمی‌شدند. در آن شرایط بازگشت اقساط تسهیلات اعطایی لِزینگ با مشکلی مواجه نمی‌شد و کارها طبق روالی طبیعی در جریان بود اما فرض کنید اگر در سال‌های ۹۰ و ۹۱ که نرخ سود بانکی بالای ۲۵ درصد بود و قیمت مسکن نیز به سقف رسیده بود لِزینگی تسهیلات بلندمدت خرید مسکن می‌پرداخت، با توجه به کاهش قابل توجه نرخ سود بانکی، و عدم افزایش قیمت مسکن در ۵ سال اخیر، خریدار چه وضعیتی پیدا می‌کرد و چه هزینه گزافی می‌پرداخت.

در مجموع، گرچه فعالیت لِزینگ‌ها در ایران با ریسک‌های متنوعی هم برای استفاده‌کننده و هم برای شرکت لِزینگ مواجه است اما توسعه صنعت لِزینگ می‌تواند هم از این ریسک‌ها بکاهد و هم به اقتصاد کمک کند؛ چراکه اندازه صنعت لِزینگ در ایران بسیار کوچک مانده در حالی که نیازهای اقتصاد کشور به تسهیلات لِزینگ چند ده برابر توان این صنعت است و باید تقویت شوند. ■

گرفتن از بانک‌های خارجی صرفه اقتصادی داشته باشد، اما گرفتن وام خارجی در ایران علاوه بر مشکلات اخذ مجوز و جلب نظر مساعد دولت و بانک مرکزی، ریسک تغییر نرخ ارز را نیز به دنبال دارد.

در حقیقت لِزینگ‌های ایرانی در این حوزه با یک مشکل جدی مواجه هستند که عملاً دست آنها را از منابع مناسب بانک‌های بین‌المللی کوتاه می‌کند؛ چراکه با وجود تغییراتی که نرخ ارز در اقتصاد ایران دارد اگر یک شرکت لِزینگ وام ارزی بگیرد، ریسک اینکه جهش نرخ ارز تا سررسید بازپرداخت این وام، عملاً سود عملکرد لِزینگ را کاملاً محو کند و هزینه‌های هنگفت اضافه‌ای نیز به این شرکت وارد کند، بسیار بالاست.

از سوی دیگر وقتی سقف نرخ سود تسهیلات بانک‌های داخلی ۱۸ درصد تعیین شده و فعالان حوزه لِزینگ نیز موظفانده به محدوده این نرخ‌ها پایبند باشند، گرفتن تسهیلات از بانک‌های داخلی و تخصیص آن به متقاضیان لِزینگ معقول نیست؛ کما اینکه لِزینگ‌های بانکی نیز چنین اقدامی انجام نمی‌دهند. در این حالت، شرکت لِزینگی تقریباً همان سود بانکی را می‌گیرند و از محل سرمایه خود تسهیلات لِزینگ اعطا می‌کنند و تنها مزیت استفاده از این تسهیلات برای متقاضی، در مدت‌زمان طولانی‌تر بازپرداخت است که البته باعث بالا رفتن مبلغ نهایی بازپرداخت نیز می‌شود.

در حوزه مسکن اما، گرچه بدون احتساب بانک مسکن، جای نظام بانکی برای تأمین مالی متقاضیان خالی است و میدان فعالیت گسترده‌ای برای لِزینگ‌ها فراهم آمده، اما در

## [ آینده صنعت لیزینگ در ایران چه می‌شود؟ ]

## تحرك «لیزینگ‌های غیربانکی» در راه است



ایمان فرجام‌نیا

مدیرعامل لیزینگ اقتصاد نوین

## محرك‌های توسعه صنعت

## لیزینگ در جهان • تسهیل

معاملات اعتباری (حل مشکل

تضمین و وثیقه) • کمک به

فروش محصولات • مالیات

• ایجاد اشتغال و رفع فقر

و محرومیت • محرك‌های

## اصلی صنعت لیزینگ ایران

• کمک به فروش محصولات

(لیزینگ‌های وابسته) •

• کمک به تخصیص منابع

مالی (لیزینگ‌های بانکی)

• محرك‌های اصلی توسعه

## لیزینگ در آینده • کاهش

• نرخ سود تسهیلات بانکی

• مشکلات فروش در صنایع

تولید کالاهای بادوام •

توسعه صنایع خرد، کوچک

و متوسط • ایجاد اشتغال

• ورود شرکت‌های لیزینگ

خارجی • کمبود منابع

مالی شرکت‌ها و سازمان‌های

عمومی مثل شهرداری، مترو،

راه‌آهن و هواپیمایی • ورود

شرکت‌های لیزینگ موجود

به عرصه لیزینگ بین‌المللی

و اقلام بزرگ • عوامل موثر

## بر تقاضا برای لیزینگ •

• قیمت محصولات لیزینگ

• هزینه‌های جانبی لیزینگ و

نوع وثیقه • دوره اجاره

• سرعت ارائه خدمات

صنعت لیزینگ در ایران در دو مقطع شکل گرفته است: یک‌بار در سال ۱۳۵۴ خورشیدی با مشارکت یک مجموعه فرانسوی که با بروز حوادث دوران انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، مانند بسیاری دیگر از فعالیتهای اقتصادی، معطل و به شرایط خاص حاکم بر فضای کشور و کم‌رنگ شد؛ دومین بار در اواخر دهه ۷۰ که به‌نوعی با آغاز دوران رونق صنایع خودروسازی پا به عرصه وجود گذاشت. بر همین اساس اغلب مردم کارکرد صنعت لیزینگ را در قالب فروش خودرو تعریف می‌کنند؛ گرچه متصدیان این صنعت حتی در بخش خودرویی نیز نتوانستند به‌خوبی از این وسیله خدمات مالی استفاده کنند و صنعت لیزینگ دستخوش بسیاری از ناملایمات و فراز و فرودها شد.

تأخیر حضور مقام ناظر پولی بر ساختار شرکت‌های لیزینگ، یکی از اتفاقاتی بود که در این وضعیت افتاد. حوالی سال‌های ۷۸ تا ۷۹ بود که لیزینگ‌ها پا به عرصه وجود گذاشتند اما نهاد ناظر پولی کشور (بانک مرکزی) در سال ۱۳۸۶ آیین‌نامه مربوط به نظارت بر شرکت‌های لیزینگ را تدوین و از مسیر شورای پول و اعتبار تصویب کرد و از آن تاریخ به بعد بود که شرکت‌های لیزینگ نیز در صدد وفق دادن خود با این آیین‌نامه‌ها و اصلاح ساختار برآمدند. البته این آیین‌نامه در دی‌ماه ۱۳۹۵ تغییر کرد.

در حقیقت لیزینگ یک عملیات شبه‌بانکی است و این تأخیر در فرایند شکل‌گیری شرکت‌های این صنعت در ایران تا زمان تدوین و تصویب آیین‌نامه‌های نظارتی بر لیزینگ در حالی رخ داده که بانک‌ها با وجود همه انتقادات و نقایصی که وجود دارد، در طول ۹۰ سال که از شکل‌گیری آنها در ایران می‌گذرد، از ساختار نظام‌یافته و روان‌مندی برخوردار شده‌اند. در کنار بانک‌ها، صنعت بیمه نیز در تاریخچه بیش از ۸۰ سال خود از یک روال و روند حرفه‌ای برخوردار شده اما صنعت لیزینگ ایران تا مدت‌ها از چنین ساختاری محروم بوده است.

اکنون اما، نیاز صنعت لیزینگ رسیدن به یک ساختار کاملاً حرفه‌ای از جنس بانک‌ها و بیمه‌ها و همچنین حضور مدیران حرفه‌ای و با پیشینه درک لیزینگ و درک دقیق از پول، خلق پول و موضوعاتی از این دست است. به‌عبارت‌دیگر آینده صنعت لیزینگ در ایران منوط به چند اقدام زیرساختی از جمله حرفه‌ای شدن ساختار این صنعت و تقویت حضور مدیران حرفه‌ای خاص صنعت لیزینگ است که اگر رخ دهد، یقیناً می‌تواند چشم‌انداز خوبی در سال‌های آتی داشته باشد.

در این زمینه اقدامات و نقش انجمن ملی شرکت‌های لیزینگ بسیار درخور توجه است و اتفاقاتی که در یک سال گذشته توسط هیئت مدیره و دبیرکل این تشکل در بخش‌های مختلف رخ داده، نشان می‌دهد صنعت لیزینگ ایران نیز حرکت به سمت ساختار حرفه‌ای را آغاز کرده که البته نتیجه بهینه این حرکت، به شدت در گرو حضور و استمرار وجود مدیران حرفه‌ای در این صنعت است.

شاید یکی از دلایلی که باعث برجسته‌سازی نقش لیزینگ می‌شود این باشد که برخلاف بانک‌ها و بازار سرمایه که تأمین منابع مالی طرف تولیدکننده را برعهده دارند، لیزینگ در تمام دنیا، یک ابزار خدمات مالی بسیار قوی برای تأمین منابع مالی خریداران کالاهای لوکس یا کالاهای ضروری گران‌قیمت است. مثلاً یک اتوبوس برای راننده‌ای که با استفاده از آن امرار معاش می‌کند،

یک کالای ضروری اما گران‌قیمت محسوب می‌شود که خرید آن با ورود لیزینگ تسهیل می‌شود؛ یعنی نقطه ورود لیزینگ به تأمین مالی خریداران، نقطه‌ای است که در بازار با یک کالای ضروری گران‌قیمت یا یک کالای لوکس ویژه مواجه می‌شویم که تأمین مالی یکباره آن توسط متقاضی امکان‌پذیر نیست.

از طرفی، فعالیت صنعت لیزینگ، برای ایجاد تحرك در بخش صنایع زیرساختی کشور، تأمین منابع مالی در حوزه حمل‌ونقل و همچنین تأمین مالی تجهیز ماشین‌آلات در صنایع مختلف می‌تواند نقش بسیار مؤثری داشته باشد. در این میان، به‌واسطه بالا بودن قیمت تمام‌شده پول در کشور ما، ساختاری که باید برای عملکرد بهینه لیزینگ‌ها تمهید کرد، استفاده از ساختار لیزینگ اهرمی است. در این ساختار، سودی که شرکت لیزینگ بابت تأمین منابع مالی از خریدار می‌گیرد، به‌نوعی بین خریدار، فروشنده و تأمین‌کننده تسهیم و تقسیم می‌شود تا این نرخ سود شکنندگی کمتری برای خریدار در برگشت پول داشته باشد و لیزینگ نیز با ریسک عدم وصول کمتری کار خود را ادامه دهد؛ گرچه از نظر راقم این سطور لیزینگ‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند و استفاده از ساختار لیزینگ اهرمی در هر دو این دسته‌ها یکسان نیست.

دسته اول، لیزینگ‌هایی هستند که در یک زنجیره تولیدی از کالاهای ضروری گران‌قیمت شکل می‌گیرند. مثلاً لیزینگ‌های خودرویی که درون مجموعه‌های تولید خودرو شکل گرفته‌اند یا لیزینگ‌هایی که تدریجاً در بخش فروش لوازم خانگی گران‌قیمت ضروری مانند یخچال، لباس‌شویی و... در حال شکل گرفتن است و می‌توان آنها را «لیزینگ‌های در زنجیره» نامید که در زنجیره‌ای از کسب‌وکار شکل می‌گیرند.

دسته دوم اما، لیزینگ‌های عمدتاً بانکی هستند که خارج از زنجیره قرار دارند و می‌توان آنها را «لیزینگ‌های بر زنجیره» لقب داد. از آنجایی که قیمت تمام‌شده پول برای این لیزینگ‌ها بسیار بالاست، شاید نسبت به لیزینگ‌های در زنجیره توفیق کمتری داشته باشند؛ چراکه خط‌مشی اصلی لیزینگ‌های در زنجیره، فروش بیشتر محصولات، کاهش موجودی انبار و ایجاد گردش نقدینگی است و اثرات عملکرد آنها، حتی اگر با افت سود یا زین مواجه شوند، در زنجیره و در صورت‌های مالی تلفیقی، آثار جمع جبری خوبی را می‌تواند منعکس کند. اما لیزینگ‌های بانکی، باید بسیار مراقب پولشان باشند و فقط در صورتی می‌توانند به اتکال تأمین منابع موفق باشند و به زنجیره تولید و گردش نقدینگی در سطح اقتصاد ملی بی‌بوندند که بتوانند از یک ساختار اهرمی استفاده کنند.

در پایان می‌توان گفت یقیناً در سال‌های آتی، اتفاقاتی در صنعت لیزینگ ایران رخ خواهد داد؛ چراکه از یک‌سو در خود صنعت لیزینگ این تکاپو رخ داده و اثرات آن را می‌توان در ساختار انجمن ملی لیزینگ مشاهده کرد، زیرا وقتی یک صنعت، صاحب یک سندیکای می‌شود و به دنبال صدای واحد می‌گردد، می‌تواند نویدبخش آینده خوبی برای آن صنعت باشد. از سوی دیگر بازار نیز تدریجاً برای تأمین منابع مالی به صنعت لیزینگ فشار وارد می‌کند چون در بازار تقاضا وجود دارد اما خریدار به منابع لازم برای خرید دسترسی ندارد و این وضعیت، فضایی را برای تحرك لیزینگ‌ها به وجود می‌آورد. ■

# ..... توسعه .....

جایگاه توسعه در حلقه روشنفکران چیست؟

## خاطرات و فراموشی روشنفکران

بحران که خود را به رخ می کشد در تمام عرصه های زندگی، از اقتصاد تا فرهنگ، از محیط زیست تا سیاست و جامعه همه به فکر چاره جویی هستند و به دنبال خردگرایی و عقل محوری؛ در این میان سخن از نقش روشنفکر به میان می آید. چون فرهنگ استعلایی روشنفکری در تعیین اعتبار اندیشه به معیارهای عقلانی و کلی اهمیت می دهد. در این الگو، اندیشه و حقیقت پدیده ای عام و جهانی است که در چارچوب مکانی و زمانی محدود نمی شود و روشنفکر عام گرا دارای دغدغه ها و مسائل عمومی و کلی است. روشنفکران نقشی نخبه گرایانه دارند و از طریق ارتباط با منابع مطلق حقیقت اعم از دین، خرد، لوگوس، روح، ذهن متعالی، خدا و... می توانند به دریافت روشنی از حقیقت نایل شوند و آن را برای توده ها به ارمغان بیاورند؛ اگر چه این روزها از روشنفکران خاص دعوت می کنند تا درباره دغدغه ای خاص اندیشه کنند.



# از تجدد تا تخصص

## سیری در میان خاطرات و تاملات روشنفکران ایرانی

لیلا ابراهیمیان

دبیر بخش توسعه

چرا باید خواند:

ایا روشنفکری در

مقابل توسعه است

یا همراه با توسعه؟

روشنفکری از چپ تا

راست در برابر توسعه

چه نقشی برعهده

دارند؟ پرسشی محوری

اینکه آیا روشنفکران

چپ مسیر توسعه را به

بیراهه بردند تا سهم

روشنفکران لیبرال در این

راهبری یا کزراه چقدر

پوده است؟ این پرونده را

بخوانید.

در تعریف جدید

از روشنفکری

نمی توانیم

تعریف های

ذات باورانه را

که امکان تدقیق

ویژگی ها و

تفاوت ها را از بین

می برند، بپذیریم.

این نکته اما به

معنای نفی امکان

ارائه هرگونه

تعریف از چیزها

و امور نیست، و

نباید در مخالفت

با ذات باوری به

آموزه های قطب

افراطی دیگر یعنی

اسم باوری پناه

ببریم

به تعبیر میلان کوندرا، تجدد زمانی آغاز شد که دون کیشوت آرامش خانه خود را به قصد کشف جهان وا گذاشت. جنبشی که در عصر نوزایش قوام گرفت و در دوران روشنگری به اوج رسید با محوریت «خردمداری». تجدد منادی علم شد و خرد علمی اش سخت چشم دار؛ در کرانه تجدد و در ملکوت علم، اسطوره و خرافه محلی از اعراب نداشت و فردگرایی محور این تجدد بود. به قول معروف رنه دکارت: «می اندیشم، پس هستم»؛ همان فردگرایی که در علم اقتصاد مال اندوزی خوانند. در این دوره فرد محور قانون شد و تفکر سیاسی و حقوق تفکیک ناپذیر فرد در کانون روایت تازه از حاکمیت قرار گرفت. تجدد اگر راوی عرفی شدن بود و سیاست را از الهیات و الهیات را از سیاست زدود، در عین حال منادی سرمایه داری، صنعت، شهرنشینی و تجارت شد. شهر و تجدد همزاد یکدیگرند و تجدد همزاد روشنفکری. همه در سودای اندیشه زدودن درد از جامعه بشری؛ «میان ماندن و رفتن حکایتی کردیم/ که آشکارا در پرده کنایت رفت».

روشنفکران ایرانی هم چون دیگر روشنفکران جهان فردیت و حقوق فرد را پاس داشتند و از انسان گفتند. گویند آنها به تکریم در برابر تمدن غرب ایستادند و زبان از نقد بریستند تا زمانی که از حق به سرزمین و از دشمن به ناله درآمدند و گاه آرمانی که از فردگرایی به سوی دگرذیسی می رفت و گاه بیراهه در پی جست راه حلی به ظاهر درست. شاید برای همین است که زمانی ملک الشعراء بهار حکایت می کرد: «دو دشمن از دو سو ریسمانی به گردن کسی انداختند که او را خفه کنند. هریک سر ریسمان را گرفته و می کشید و آن بدبخت در میانه تقلا می کرد. آن گاه یکی از دو خصم سر ریسمان را رها کرد و گفت: ای بیچاره من با تو برادرم؛ و آن مرد بدبخت نجات یافت. آن مرد که ریسمان گلوئی ما را رها کرده، لنین است.» در این دوره لنین و اندیشه های سوسیالیسم در رأس اندیشه روشنفکران قرار گرفته و روشنفکران ایرانی به نقد یا به همراهی و همدلی با سوسیالیسم سخن گفتند. اما تاریخ بار دیگر دگرذیسی را در انتظار بود؛ یکی از درون و دیگری ریشه در عوامل بیرونی داشت. سوسیالیسم، رویای شکست ناپذیر چپ ها، شکست خورد و در ایران هم انقلابی در راه بود. تاریخ برای روشنفکران آبستن حوادث بود؛ یأس، ناامیدی و چرخش گفتمانی، روشنفکران را به درون خود هدایت کرد یا به عرضه گفتمانی دیگر رهنمون ساخت. آنها این بار کمتر از مسائل و دغدغه های انضمامی جامعه گفتند و بیشتر از سویه فرهنگ نوشتند و تاملات آن. اما روشنفکر کیست و چه باید بگوید؟ شاید دوران عام گویی به سر رسیده باشد و باید خاص بگویند و از تخصص.

نویسندگان دوران تدارک فکری انقلاب مشروطه ایرانی ترکیب «منورالفکری» را برای آنها به کار می بردند و بعدها کلمه «روشنفکر» جایگزین منورالفکر شد. هنوز به دقت معلوم نیست که اصطلاح «روشنفکر» نخستین بار در چه زمان و در کدام متن به کار رفته است؛ فرهنگ دهخدا درباره این کلمه چیزی نگفته است و در فرهنگ معین آمده است: «روشنفکر، آنکه دارای اندیشه روشن است.» بابک احمدی در کتاب «کار روشنفکری» درباره اندیشه روشن می گوید: «فکر علمی

منضبط و مدرن». از دیدگاه تاریخی مفهوم مدرن روشنفکر محصول خردورزی اجتماعی اروپایی است که عنصر تجریدی و بخردانه سنت روشنگری دگرگونی های فکری ناشی از انقلاب های بورژوازی را به شکل استعاره یا نمادین در یک فرد خاص و مشخص یعنی یک موجود اجتماعی، نمایان می کرد. این تبار تاریخی مهر خود را بر کاربرد این اصطلاح زد و هنوز هم بسیاری از مردم روشنفکر راستین را روشنگران و متفکران خردباور، علم باور، معتقد به پیشرفت اجتماعی و به لوازم سیاسی و اجتماعی آن چون حقوق بشر، دموکراسی و غیره می دانند. پیش از پیدایش مفهوم مدرن intellectual این واژه قرن ها با توجه به ریشه لاتینی اش به عنوان صفت و به معنای «عقلی»، «عقلاتی»، «فکری» و «اندیشمندانه» به کار می رفت. بنا به این ریشه شناسی، فهم از میان امور برگزیدن یا «تفاوت قایل شدن میان امور» بود.

در تعریف جدید از روشنفکری نمی توانیم تعریف های ذات باورانه را که امکان تدقیق ویژگی ها و تفاوت ها را از بین می برند، بپذیریم. این نکته اما به معنای نفی امکان ارائه هرگونه تعریف از چیزها و امور نیست، و نباید در مخالفت با ذات باوری به آموزه های قطب افراطی دیگر یعنی اسم باوری (nominalism) پناه ببریم. ذات باوری مشکل ساز است، اما اسم باوری هم چاره کار نیست، و به سهم خود دشواری های زیاد می آفریند. همین که ما می پذیریم امور منفرد و مستقل پذیرای امری مشترک چون اسم هستند، می توانیم فرض کنیم که پذیرای امور مشترک دیگری هم باشند. به گفته علی میرسپاسی در کتاب «روشنفکران ایران: روایت های یأس و امید»، «روشنفکران و کارشان به دلیل فقدان نسبی تعیین طبقاتی مشخص و آزادی بیشتر برای تبعیت از انگیزه های ذهنی درونی، تاحدودی از قید و بند واقعیت های زندگی روزمره آزادند. به همین دلیل است که آنها در جوامع خود در بهترین موقعیت برای ارائه اندیشه های تخیلی قرار دارند. در شرایط مطلوبی که به ندرت پیش می آید، حتی می توانند عامل تغییر در واقعیت های محلی یا جهانی باشند. اما نیروی تخیل روشنفکری فقط هنگامی می تواند به تحقق روحیه های امیدبخش یا خلاقیتی شگفت یاری رساند و از امکانات اجتماعی تازه و واقعی پرده بردارد که فضایی را به دنیای زندگی روزمره اختصاص دهد. یا واقعیت موجود زندگی روزمره به یک چارچوب مرجع کلیدی برای کلیه کارهای اجتماعی روشنفکرانه بدل شود. غالباً تنها در این صورت است که اخلاقیات عمل گرایانه با توجه به خیر اجتماعی می تواند مانع از تسلیم تاملات روشنفکرانه به بروز و ظهور ذهنین خودشیفته، جباریت اندیشه و قهر فکری شود».

آنتونیو گرامشی در کتاب یادداشت های زندان خود می نویسد: «می توان گفت که جمله آدم ها روشنفکرند، ولی همه آنها نقش روشنفکر را در جامعه ایفا نمی کنند.» نقش روشنفکر شاید همان خودانتقادی و ذهن بیدار برای جامعه باشد که از دور باید از درد جامعه بگویند و درمائی برای آن دردها تجویز کنند؛ دور از قدرت و نزدیک به جامعه بایستند. به قول ادوارد سعید در کتاب «نقش روشنفکر»، «روشنفکرانی که به فرمول بندی سیاسی نزدیک ترند از حمایت و پشتیبانی ای که به فرمول بندی سیاسی نزدیک تر است برخوردارند.» ■

روشنفکر خاص به ما می‌گوید ما در پایان دوران آوانگارد قرار داریم. در پایان دوران روشنفکران سالار حقیقت و آگاهی قرار داریم. ما در مقابل پایان دوانگاری متضاد توده‌ها و روشنفکران هستیم. در پایان روشنفکر جهان شمول هستیم.

## [ علم سیاست ]

روشنفکران از عرش به فرش بیایند

# روشنفکران از صفحات واقعی جامعه بگویند

محمدرضا تاجیک و روایت یأس و امید روشنفکران، در گفت‌وگو با «آینده‌نگر»

■ نسبت روشنفکری با توسعه چیست؛ آیا تئوری‌های توسعه در دستگاه اندیشه روشنفکران جایگاهی دارد؟

در مقدمه بحث باید درباره دو مفهوم «توسعه» و «روشنفکر» ایضاح و تنقیح مفهومی انجام دهیم. به نظر من، ما نمی‌توانیم راجع به روشنفکران به عنوان یک هویت یگانه صحبت کنیم. وقتی درباره روشنفکر سخن می‌گوییم، در واقع داریم از گروه روشنفکران صحبت می‌کنیم؛ یعنی خرده‌روشنفکری‌ها و نحله‌های مختلف روشنفکری مخاطب ماست. به بیان زبان‌شناسی دال روشنفکری دالی میان‌تهی است که با بی‌نهایت مدلول می‌تواند جمع بشود. از همین رو با جریان‌های مختلف روشنفکری در طول تاریخ مواجه هستیم. از طرف دیگر با مکاتب، نظریه‌ها و استراتژی‌های مختلفی در زمینه توسعه مواجهیم. توسعه امری فراگفتمانی نیست. هم توسعه و هم روشنفکر امری ساخته و پرداخته گفتمان‌ها هستند. بنابراین ما توسعه‌ها داریم، نه توسعه؛ بستگی دارد از کدام منظر به توسعه نگاه کنیم. پس با گوناگونی تعاریف روشنفکر و توسعه روبه‌رو هستیم که می‌توانیم این تعاریف را دسته‌بندی کنیم. بنابراین می‌توانیم بین هر تیپ روشنفکری و نوع توسعه‌ای که به آن معتقد است رابطه برقرار کنیم. این روابط متفاوت خواهد بود و معنای متفاوتی هم از آن مستفاد می‌شود. بنابراین باید از کلی‌نگری و سطحی‌نگری در ورود به این دو مفهوم بگذریم. باید تلاش کنیم گوناگونی مسئله را ببینیم و بعد بفهمیم مشکل کجاست.

در مورد سؤال شما، من می‌توانم دو نوع یا دو تیپ روشنفکری را از هم تمیز بدهم. اولین نوع از روشنفکری «روشنفکر عام» نام دارد و دیگری «روشنفکر خاص». تجربه روشنفکری ایران شبیه نوع اول روشنفکری یعنی روشنفکری عام است. این روشنفکری در دامن فراروایت مدرنیته متولد می‌شود و محصول عصر روشنگری است. این روشنفکر همان «من» استعلایی کانتی است. همان اگوی «ego» دکارتی است؛ «من» کلی، عام و جهان‌شمول است. «من»‌ای که معاصر خودش نیست. «من»‌ای که سطح و عمق آگاهی‌بخشی‌اش تمام جهان و جهانیان را دربر می‌گیرد و محدود به عصر و نسل خاصی نیست. یعنی برای تمام انسان‌ها سخن می‌گوید. پیام او فراتاریخی است. روشنفکر عام اساساً تاریخی نیست. از این منظر این روشنفکر سالار حقیقت و آگاهی است. بر این فرض استوار است که پر از فانوس است و هیچ وقت در ظلمت قرار نمی‌گیرد. پر از بال و پر است و می‌تواند به اوج پرواز کند. دنبال این است که آگاهی و خودآگاهی را به توده‌ها هدیه کند. یعنی به مثابه یک آوانگارد عمل می‌کند و به مثابه ذهن آگاه و خودآگاه جامعه عمل می‌کند. چنین روشنفکری مفروض این است که می‌تواند با خرد خودمختار نقاد یا عقل استعلایی خودش به حقایق و واقعیت‌ها

حکایت آن اسطوره یونانی «پروکروستس» را یک‌بار بخوانید؛ او در جاده‌ها مسافران را می‌گرفت و با معیار تخت خود دست و پای عابران را اندازه قالبش می‌برد؛ حالا روشنفکران هم به همان صورت، قالبی دارند و معیاری؛ آنها می‌خواهند جهان را به شکل نظر خود در بیاورند. این را محمدرضا تاجیک، استاد «تحلیل گفتمان سیاست» دانشگاه شهید بهشتی می‌گوید. از روشنفکران که سخن می‌گوید نگاهی دوگانه از یأس و امید را با هم دارد؛ از تخصص‌گرایی روشنفکران می‌گوید و آنها را از «عرش به فرش» دعوت می‌کند؛ می‌خواهد روشنفکران از زندگی روزمره مردم بگویند. اما به روشنفکران عام که می‌نگرد، درباره آنها چنین سخن می‌گوید: «آنها قالب نظری خود را از دیگران وام گرفته‌اند و تلاش می‌کنند جامعه خود را به آن شکل در آورند. اینها می‌خواهند جامعه را کاریکاتوریزه کنند.» او معتقد است روشنفکران ابزاری به نام «زبان» و قدرتی به نام «کلام» دارند که باید خود از خود تخطی کنند و بر خود بشورند تا جامعه را آرام و بطنی با خود همراه کنند؛ باید خود هزینۀ این همراهی را بپردازند.

آن گونه که هستند، دست پیدا کند و مردم را از گمراهی‌ها و ضلالت‌ها و کج‌راه‌ها نجات بدهد. چنین روشنفکری «ناتلکتوتل» نام می‌گیرد و بعدها در فضای ایدئولوژیک سوسیالیستی مارکسیستی «پنتلیجنسیا» نام می‌گیرد. این روشنفکر همواره دچار نوعی جدایی از توده‌هاست. یعنی زمانی توده‌ها را می‌پذیرد که آن توده‌ها سوزگی خودشان را پشت درهای او جا بگذارند؛ در او مستحیل شده باشند. ادامه صدا و نظر او باشند و پژواک اندیشه او باشند و نه اینکه خودشان صاحب اندیشه‌ای باشند. بنابراین در دامن مدرنیته با چنین «من» استعلایی روبه‌رو خواهیم بود که با توسل به نوعی عقل استعلایی تلاش می‌کند جامعه را از جهالت به سوی خودآگاهی رهنمون شود.

در مقابل یک روشنفکر خاص داریم. این روشنفکر خاص به ما می‌گوید ما در پایان دوران آوانگارد قرار داریم. در پایان دوران روشنفکران سالار حقیقت و آگاهی قرار داریم. ما در مقابل پایان دوانگاری متضاد توده‌ها و روشنفکران هستیم. در پایان روشنفکر جهان شمول هستیم. من استعلایی مرده است و اگر هم متولد شده باشد اکنون در فضای نظری جدید مرده است. ما نمی‌توانیم در دوران خودمان چنین روشنفکری را تجربه کنیم. روشنفکر خاص باید در ریزبندهای جامعه مستقر بشود. یعنی به طور تخصصی در یک بستر خاص امری خاص را قابل تحقق کند. این روشنفکر به تعبیر فوکو باید مؤلف تاریخ اکنون خودش باشد. نباید فراتاریخی باشد و درباره تمام عصرها و نسل‌ها سخن بگوید. بلکه باید تاریخی باشد. این روشنفکر باید به جای اینکه درباره متافیزیک فهم و اندیشه و رفتار مردم سخن بگوید، درباره اکنونیت خودش و مردم بگوید. یعنی ما در اکنون خود چه هستیم و چه می‌توانیم باشیم و چگونه می‌توانیم از محدودیت‌های معرفت‌شناسی و هستی‌شناسانه خود امتناع کنیم و تبدیل به سوزهای

روشنفکری تلاش کرده‌است برای جامعه‌ای که واقعیت‌های آن تحریف شده‌است تدبیری یبندیشد و تجویزی ارائه کند. اما این تجویز در خورد آن تصور معیوب و کاریکاتوری بوده و لذا چرخه‌ای از صفر به صفر طی شده‌است

آگاه بشویم. پس باید روشنفکر در کانتکست مکان و زمان و در ریزندنه جامعه خود شروع به تغییر جامعه‌اش بکند. نه اینکه از تمامیت جامعه و جهان خود شروع به تغییر بافت‌های جامعه بکند. بنابراین روشنفکر خاص از من استعلایی عبور می‌کند و می‌پذیرد که نگاه و فهم او هم نگاه و فهمی است در میان نگاه‌ها و فهم‌های دیگر. روشنفکر خاص می‌پذیرد فهم او هم محدودیت دارد و او می‌تواند به اندازه کنایی که خواننده است سخن بگوید و نه به اندازه تمام دانش بشری.

#### ■ در تاریخ تحول روشنفکری و عبور روشنفکران از کلی‌نگری به جزئی‌نگری چقدر بحث‌های انضمامی وارد بحث‌های روشنفکران شده است؟

روشنفکر در فرآیند عبور خود از روشنفکر عام به روشنفکر خاص در حقیقت فرآیند عبور از عرش به فرش را هم طی کرده است. از آسمان به زمین می‌آید و تلاش می‌کند از دنیای انتزاعی خودش عبور کند و به دنیای انضمامی انسان‌ها پای بگذارد. از رنج‌ها و ناکامی مردم و فقر مردم و زندگی روزمره مردم و ستمی که بر آنها روا می‌شود سخن بگوید. این روشنفکر می‌خواهد از این موضوعات شور نظری ایجاد بکند؛ نه از مفاهیم بسیار کلی و عام و جهان‌شمول. این روشنفکر از زندگی روزمره شور نظری ایجاد می‌کند نه مسائل نظری عامی که بسیار زیباست ولی به درد پشت ویتترین‌ها می‌خورد. یا به درد نمایش در جامعه و شهری نمایشی به بیان دیور می‌خورد. اگر نه در ساحت زندگی مردم آن مسائل نمی‌تواند نقش داشته باشد. بنابراین چنین روشنفکری به ساحت خاص زندگی اجتماعی می‌آید، به ساحت خاصی به نام *pratic* یا عمل‌گرایی اجتماعی می‌آید. به جای اینکه به تئوری‌های انتزاعی شکل بدهد به نوعی *praxis* شکل می‌دهد. یعنی به تئوری راهنمای عمل شکل می‌دهد. تلاش می‌کند تا این تئوری صرفاً تفسیرکننده جهان نباشد بلکه تغییردهنده جهان هم باشد تا در بطن و متن پراتیک اجتماعی بنشیند و تغییری ایجاد کند و محدودیت‌های اکنون انسان‌ها را فهم کند و آنها را کنار بگذارد تا فضا را برای تغییر و تحول انسان‌ها آماده کند. آن هم در زندگی روزمره مردم و نه در زیست نظری مردم. این روشنفکران در تجربه زیسته مردم وارد می‌شوند تا بتوانند حتی در تجربه زیسته مردم هم نوعی تغییر ایجاد کنند. بنابراین ما در این تغییر شاهد عبور از فضای انتزاعی به فضای انضمامی هستیم.

#### ■ در واقعیت زندگی روزمره جامعه ما چقدر نظر و نظریه روشنفکران در تعیین استراتژی‌های جامعه مؤثر است؟

بستگی دارد که ما با روشنفکری مواجه باشیم که تلاش دارد از ورای کتاب‌ها به جامعه بنگرد یا می‌خواهد از رهگذر نوعی گفت‌وگو و دیالکتیک با واقعیت‌های جامعه خودش فهمی حاصل کند و آن فهم را تئوریزه و راهنمای عمل خود کند. به‌قول ژیلوس استابیزه بسیاری از روشنفکران متاسفانه تلاش می‌کنند از ورای کتاب دیگران مشکلات جامعه‌شان را فهم کنند و تئوریزه کنند و بعد هم آن را حل کنند.

#### ■ یعنی با مسائل جامعه آشنا نیستند؟

به قول مولانا آنها به دلیل شیشه‌ای که روی چشم خود دارند، جامعه را به رنگ همان شیشه می‌بینند و بی‌رنگی را به رنگ نظری خود می‌بینند. چون فرض آنها این است که رنگی را که آنها می‌پندارند رنگ اصل جامعه است، به جامعه حقه می‌کنند. چنین حالتی اجازه نمی‌دهد که چنین روشنفکرانی بتوانند در پراتیک جامعه حضوری پررنگ داشته باشند و نقشی به عنوان راه‌حل در جامعه خود داشته باشند. چنین روشنفکرانی که نمی‌توانند جزو راه‌حل‌های جامعه خود باشند به طور فزاینده خود و آموزه‌هایشان به جزئی از مشکل جامعه

تبدیل می‌شوند و نوعی تأخیر تاریخی در جامعه ایجاد می‌کنند. حکایت آنها شبیه آن اسطوره یونانی، «پروکروستس» است که در جاده‌ها مسافران را می‌گرفت و با معیار تخت خودش دست و پای آنها را که بلندتر بودند می‌پرید و اندازه تخت می‌کرد و آنها که کوتاه‌تر بودند، دست و پایشان را می‌کشید و اندازه تخت می‌کرد. روشنفکران ما نیز گاهی همین معیار و قالب را دارند و می‌خواهند جهان را به شکل نظر خود دربیآورند. جریان روشنفکری ما در تاریخ معاصر دقیقاً همین کار را کرده است. البته آنها این چهارچوب نظری را هم از دیگران وام گرفته بودند. اگر روشنفکر چپ بوده است از سوسیالیسم و مارکسیسم آن را گرفته بوده و اگر لیبرال، پست‌مدرن، یا پست مارکسیست بوده است هم این را از دیگران گرفته و تلاش کرده است جامعه خود را به آن شکل درآورد. بنابراین جامعه خود را کاریکاتوریزه کرده‌است. این جامعه تحریف‌شده است و چنین روشنفکری تلاش کرده است برای جامعه‌ای که واقعیت‌های آن تحریف شده است تدبیری بیندیشد و تجویزی ارائه کند. اما این تجویز درخورد آن تصور معیوب و کاریکاتوری بوده ولذا چرخه‌ای از صفر به صفر طی شده است.

#### ■ به نظر می‌رسد شما این گستره را نقد می‌کنید. اما اگر از درون جامعه روشنفکری به مسائل بیرونی نگاه کنیم می‌بینیم که نظر و نظریه روشنفکران به دلایل متعدد در عمل خیلی به کار جامعه نمی‌آید. این دلایل معطوف به خود جامعه است. این دوگانگی را چطور می‌توانیم تبیین کنیم؟

ویژگی اصلی روشنفکر نقد است اما این نقد مقدم و مرجع است که قبل از اینکه بر اندیشه و رفتار دیگران جاری بشود، بر خود روشنفکر جاری است. روشنفکر باید با شرایط جامعه خود دیالوگ داشته باشد. و متنی متناسب با کانتکس بنویسد. نمی‌شود اگر به مقتضیات کانتکس نقد دارید، تکستی انتزاعی برای جامعه‌ای رؤیایی و خیالی بنویسید. روشنفکر باید متنی بنویسد که با جامعه اکنونش دیالوگ کند و در جامعه اکنونش تغییری ایجاد کند. در غیر این صورت آن متن کاملاً انتزاعی خواهد بود. بنابراین ممکن است جامعه‌ای کاملاً پوپولیستی باشد و مردم آن جامعه روشنفکران را به عنوان مرجع خود نپذیرند، ولی چه کسی می‌تواند ذائقه و چشایی توده‌های مردم را عوض کند؟ به نظر من خود روشنفکر می‌تواند چنین کاری کند. اگر کانتکس را نمی‌پذیرد، به قول حافظ «تغییر ده قضا را». جز روشنفکر کسی کانتکس را تغییر نمی‌دهد.

#### ■ روشنفکران ابزاری برای این کار در اختیار دارند؟ یعنی ابزاری از جنس فراهم بودن فضا برای گفت‌وگو و نقد و حتی شنیدن نقد دارند؟

باید به تولد روشنفکری در غرب توجه کرد. بعد از رنسانس عده زیادی از روشنفکران همان کشیش‌ها و قدیس‌ها هستند. آنها کسانی هستند که از درون یک سنتی می‌جوشند. آن سنت را به کار می‌گیرند و هزینه آن را هم می‌پردازند. در آن زمان برای بسیاری از این افراد احکامی در انگیزاسیون صادر شد که گشته شدند ولی مسیر را برای تغییر آهسته و تدریجی جامعه فراهم کردند. ما می‌دانیم که کانتکس‌ها دفعی تغییر نمی‌کنند، کانتکس‌ها تاریخی و آهسته تغییر می‌کنند. ما سه سده قبل از روشنگری و رنسانس غرب را نمی‌بینیم. ما توجه نمی‌کنیم که غرب دو روشنگری دیگر را تجربه کرد یعنی قرن ۱۲ و شارلمانی را تجربه کرده است. ما نمی‌بینیم که روشنفکران چگونه در مردمی که کاملاً سنتی و متصلب می‌اندیشیدند و هیچ رابطه‌ای با روشنفکران خود نداشتند و خودشان آنها را مجازات می‌کردند،

برخی روشنفکران  
مثلاً روشنفکر  
سوسیالیست،  
چون قاب  
نظری‌شان رنگ  
زمینه اقتصاد  
داشته است،  
همه چیز جز  
اقتصاد برایشان  
رو بیا بوده است.  
چنین روشنفکری  
نگاهش معطوف به  
شرایط انضمامی و  
طبقاتی اقتصادی  
بیشتر بوده تا آن  
روشنفکرانی که  
قاب نظری‌شان  
نگاه آنها را  
معطوف به شرایط  
انضمامی نداشته  
است و بیشتر  
در عالم نظری  
خودشان غرق  
بوده‌اند

روشنفکر در فرآیند عبور خود از روشن فکر عام به روشن فکر خاص در حقیقت فرآیند عبور از عرش به فرش را هم طی کرده است. از آسمان به زمین می آید و تلاش می کند از دنیای انتزاعی خودش عبور کند و به دنیای انضمامی انسان ها پای بگذارد؛ از رنج ها و ناکامی مردم و فقر مردم و زندگی روزمره مردم و ستمی که بر آنها روا می شود سخن بگوید.

آگاهی ما با  
دیگری مان یعنی  
غرب ما را دچار  
نوعی شیذوفرنی  
و حیرانی و  
سرگردانی کرد.  
دچار گم گشتگی  
هویتی شدیم. در  
این فضای گنگ و  
گیجی که به قول  
گرامشی قدیم در  
حال احتضار است  
اما جدید هم امکان  
تولد ندارد، در این  
فضای برزخی  
منورالفکر ما  
متولد می شود

در اولین گام روشن فکران باید از خود تخطی کنند و بر خود بشورند. خودشان را به قول کانت مورد نقد قرار بدهند. آن تأمل انتقادی مورد نظر کانت، مقدمه ای می شود که انسان از صغارت نگاه و فهم و برداشت خود خواسته خارج شود. روشن فکران ما هنوز این را تجربه نکرده اند. ما نباید این برداشت و فهم صغیر خودمان را جهانی ببندیم. روشن فکران ما ایده آل ها و آرمان های خودشان را ایده آل مردم می پندارند. این غلط است. اگر ما می خواهیم روشن فکری باشیم که در پراتیک اجتماعی حضور فعال داشته باشیم، و تغییری ایجاد نکنیم، به قول فوکو روشن فکر باید نه یک گام جلوتر از مردم و نه یک گام عقب تر از مردم باشد. او باید همراه مردم باشد. فوکو می گوید شاید مردم در صحنه و مردم عادی نتوانند درباره ایده های خود سخنرانی کنند یا کتاب بنویسند، اما همیشه رخدادهای بزرگ جهان ترجمان ایده های مردم عادی در صحنه بوده است. فردای رخدادهای بزرگ روشن فکران آستر و روکش نظری خودشان را روی واقعه پهن کردند.

■ شما هم روشن فکران را از همراهی با قدرت انذار می دهید؛ این همان راهی است که برخی آن را تحسین می کنند و عده ای تقبیح می کنند؟

روشن فکر در چنبره یک تثلیث گرفتار شده است. یکی خودش، دیگری مردم و آخری قدرت است. نسبت روشن فکر با این سه منظر باید انتقادی باشد. این فاصله انتقادی، این اتوس و لگوس انتقادی به این معنا نیست که روشن فکر لزوماً و ضرورتاً باید بیرون قدرت بایستد. اگر فوکویی فکر کنیم چنین ساختی اصلاً وجود ندارد. به قولی همه سرای من سرای قدرت است. قدرت همه جا حضور دارد. دیگر قدرت آن معنا را ندارد که قدرت تنها در رأس هرم جامعه و برای افرادی خاص وجود دارد. قدرت مویرگی است و همه جا هست. بنابراین بیرون قدرت بودن وجود ندارد. پس معنای فاصله انتقادی داشتن این نیست که لزوماً بیرون قدرت باشیم. باید فاصله روشن فکر با حقیقت و معرفت هم یک فاصله انتقادی باشد. از این منظر تلاش کند تا راهی ایجاد کند. راهی ایجاد نمی شود مگر اینکه ما بتوانیم نسبت به این تثلیث انتقاد شالوده شکن و واساختاری

چگونه آهسته و پیوسته در طی سه دهه مذاق جامعه را عوض کردند. هیچ وقت دفعتاً نمی توان سر در جامعه مدنی و جامعه آگاه درآورد. تغییر جامعه به جامعه ای آگاه وظیفه روشن فکران است. طبیعی است که قدرت روشن فکر در قدرت کلمات و نظریه های اوست که هر حصاری را می شکند. به قول فوکو، گفتمان ها با قدرت عجین اند، و از گفتمان ها قدرتی ساطع می شود که هیچ حصار و دژی در برابر آن نمی تواند بایستد. این سلاح و قدرت روشن فکری است ولی به نظر من از این قدرت آن طور که باید استفاده نشده است.

■ شما روشن فکران را متهم به سیاست زدگی می کنید؟

من روشن فکران را یک شکل نمی بینم. چنین کاری جفا است که یک حکم را بر همه روشن فکرانمان جاری نکنیم. من نقش بسیاری از روشن فکران را در تغییر و تحولات جامعه گران سنگ می دانم و در تحول آگاهی و خود آگاهی جامعه آنها را بسیار مؤثر می دانم. در عین حال برخی از آنها را هم سدا راه آگاهی جامعه می دانم. کسانی که آگاهی جامعه را به کج راه برده و منجر به تأخیر تاریخی شدند. به خاطر همین ما به جای دو گام به جلو رفتن، دو گام به عقب رفتیم. به این دلیل ما مشغول بازی های فکری شدیم و ندیدیم که تاریخ و جامعه ما دارد عوض می شود. در چنبره بحث های نظری گرفتار شدیم و فضای انضمامی جامعه را ندیدیم. من معتقدم که تغییر جامعه ای مثل ما نیازمند روشن فکر است، اما روشن فکری که با عصای او بشود پیش رفت و با چشم او بتوان واقعیت های جامعه را دید.

■ لطفاً به طور مصداقی در این مورد صحبت کنید؛ یعنی درباره

روشن فکرانی که نظر یا نشان باز دارند بوده و آنها که چنین نبوده اند.

آگاهی ما با دیگری مان یعنی غرب ما را دچار نوعی شیذوفرنی و حیرانی و سرگردانی کرد. دچار گم گشتگی هویتی شدیم. در این فضای گنگ و گیجی که به قول گرامشی قدیم در حال احتضار است اما جدید هم امکان تولد ندارد، در این فضای برزخی منورالفکر ما متولد می شود. این منورالفکر از آغاز منورالفکر پیرامونی است. یعنی از خودش صدا ندارد و به مثابه یک سوژه متولد نشده است و پژواک یک صداست. یعنی ادامه هستی شناسی و معرفت شناسی دیگران است. آن هم ادامه ناقصی از روشن فکری غربی است. بنابراین چه روشن فکر لیبرال، چه روشن فکر سوسیالیست ما تلاش کرده که از ورای جامعه خود به آن نگاه کند. اگر کتاب نقد سیاهکل و حزب توده و چریک های فدایی را خوانده باشید آنجا حرف خوبی مطرح می شود، آنجا گفته می شود چطور شد شما که برای توده های مردم و خلق می جنگیدید، وقتی از جنگل ها فرار کردید، خود توده های مردم شما را به ساواک تحویل دادند؟ جواب می دهد شما تئوری مبارزه کوه فیدل کاسترو را گرفتید، تئوری جنگل چه گوارا را گرفتید، تئوری مبارزه ده مائو و تئوری مبارزه حزب حرفه ای لنین را گرفتید، بدون اینکه به مذاق فرهنگی و معرفتی جامعه توجه کنید و خواستید آن را حقه کنید. این تئوری ها هم با مذاق جامعه و بافت و فراسایون اجتماعی جامعه ما نمی خواند. از ورای تئوری طبقاتی که نوعی پرولتاریا و بورژوازی ایرانی را در نظر گرفته بود، نمی شد جامعه را فهمید، چون جامعه ما نه بورژوازی و نه پرولتاریا را به آن معنا تجربه نکرده بود. همین مشکل در روسیه به عنوان اولین کشوری که در آن مارکسیسم دولتی می شود، به وجود آمد. آنجا هنوز در فئودالیته بود که این تئوری در آنجا حقه شد و به بن بست رسید.

■ وقتی می بینیم نگاه های عاریتی جامعه را به این مسیر

می کشاند، در شرایط جامعه امروز چگونه روشن فکران می توانند

مسیر جامعه را به توسعه موزون هدایت کنند؟

## نکته هایی که باید بدانید

- می توانیم بین تیپ روشن فکری و نوع توسعه ای که به آن معتقد است رابطه برقرار کنیم. این روابط متفاوت خواهد بود و معنای متفاوتی هم از آن مستفاد می شود. باید از **کلی نگرانی و سطحی نگرانی** در ورود به این دو مفهوم بگذریم.
- دو نوع روشن فکری یکی «**روشن فکر عام**» دیگری «**روشن فکر خاص**» وجود دارد. تجربه روشن فکری ایران شبیه نوع اول روشن فکری است. این روشن فکری در دامن **فرار وایت مدرنیته** متولد می شود و محصول عصر روشن گری است.
- روشن فکر عام اساساً تاریخی نیست. از این منظر این **روشن فکر سالار حقیقت و آگاهی** است. بر این فرض استوار است که پر از فانوس است و هیچ وقت در ظلمت قرار نمی گیرد.
- روشن فکر خاص باید در **ریزبندهای جامعه** مستقر بشود. یعنی به طور تخصصی در یک بستر خاص امری خاص را قابل تحقق کند. این **روشن فکر به تعبیر فوکو** باید مؤلف تاریخ اکنون خودش باشد.
- روشن فکر خاص می پذیرد **فهم او هم محدودیت دارد** و او می تواند به اندازه کتابی که خوانده است سخن بگوید و نه به اندازه تمام دانش بشری.
- روشن فکر در چنبره **یک تثلیث** گرفتار شده است. یکی **خودش، دیگری مردم و آخری قدرت** است. نسبت روشن فکر با این سه منظر باید انتقادی باشد.

و بن‌افکن داشته باشیم. این وظیفه روشنفکر است، اما روشنفکر به تعبیر دینی ما باید جهاد اکبر را مقدم بر جهاد اصغر بداند. روشنفکران ما بدون تجربه جهاد اکبر وارد جهاد اصغر شده‌اند. بنابراین چندان موفق نبوده‌اند. به قول بزرگی نظام روشنفکری همواره به مثابه یک نظام توتالیتری کوچک در بطن و متن نظام توتالیتر بزرگ‌تر دیگری بوده است. این نظام خودش دگر خودش را پذیرا نبوده است و خودش ایجاد فراروایت و فراترپیه کرده است. خودش از مفاهیم ایدئولوژی ساخته است و تمام مفاهیم را به ایسم تبدیل کرده است و از خودش بتی ساخته است. چنین روشنفکری دیکتاتور دیگری است در سیمای دیگر و خودش باز تولید‌کننده مناسبات استبداد و در شکل دیگر است.

#### ■ آیا این مربوط به روشنفکران خاص است یا عام؟

عمدتاً عام است. طبیعی است که کسانی که گفتمان خود را بر منزلت استعلایی می‌نشانند و «من» خود را «من» استعلایی می‌دانند و تنه به تنه انبیا و اولیا می‌زنند و حتی اولیا را پیرو خود می‌پندارند، این جور اشخاص وقتی گزاره‌ای می‌گویند، فکر می‌کنند که این است و غیر این نیست. آنها کتابی می‌نویسند که تمام آیات آن از آیات محکم است. آنها یک متن نمی‌نویسند چون متن در سیوری‌تیش معنا پیدا می‌کند، در نقدپذیری و دگرگونی و بازگونی و واسازی و شالوده‌شکنی‌اش معنا پیدا می‌کند. اگر متنی بنویسید که کسی نتواند در آن تردیدی بکند، این متن، متنی ایدئولوژیک است آن هم از نوع ارتدوکس‌اش.

#### ■ برخی معتقدند روشنفکران از مسائل انضمامی رویگردان شده و به مسائل انتزاعی از جنس فرهنگ و سیاست روی آورده‌اند. به نظر شما دلیل این چیست؟

روشنفکران خصوصاً روشنفکران عام در برج عاجی می‌نشستند و خودشان را صاحب ساحت نظر می‌پنداشتند. آنها در آسمان نظری و مفهومی سیر می‌کردند. بنابراین وارد شرایط انضمامی جامعه‌شان نمی‌شدند. این نوع روشنفکر با آن تصویر یا ارزش افزوده خود رابطه برقرار می‌کرده یعنی با آن ارزش افزوده‌ای که به لحاظ نظری به پدیده می‌داده رابطه برقرار می‌کرده و نه با خود واقعه و پدیده. بنابراین دچار فضای جدافتاده از شرایط جامعه‌اش بوده است. در شرایط کنونی خیلی نمی‌شود در جوامع ارگانیک کنونی به بیان دورکیم مثل جوامع مکانیکی گذشته این ساحت‌ها را از هم تفکیک کرد. امروز نمی‌توان ساحت مجزا و متفاوتی به نام اقتصاد و ساحتی به نام فرهنگ و اجتماع قایل شد. امروز این حوزه‌ها سخت‌آلود و یکدیگرند و با هم یگانه شده‌اند. روشنفکر امروز نمی‌تواند صرفاً به فضای نظری مردم بپردازد، بدون آنکه بنیان‌های نظری آنها را لحاظ کرده باشد و وارد زندگی روزمره انسان‌ها شده باشد. بنابراین ما به روشنفکرانی امروز نیاز داریم که مشق، انشا و دیکته خودشان را در صفحات واقعی جامعه بنویسند. دفتری که می‌نویسند و کتابی که می‌خوانند کتاب جامعه خودشان باشد تا دری و روزنه‌ای بگشاید و مسیری را هموار بکند.

#### ■ وقتی موضوعات را تقسیم‌بندی می‌کنیم آیا می‌توانیم بگوییم اقتصاد هم مفهومی در دستگاه فکری روشنفکری مورد عنایت بوده است یا غیبت این مفهوم چیست؟

برخی روشنفکران مثل روشنفکر سوسیالیست، چون قاب نظری‌شان رنگ زمینه اقتصاد داشته است، همه‌چیز جز اقتصاد برایشان روبنا بوده است. چنین روشنفکری نگاهش معطوف به شرایط انضمامی و طبقاتی اقتصادی بیشتر بوده تا آن روشنفکرانی که قاب نظری‌شان نگاه آنها را معطوف به شرایط انضمامی نداشته است و بیشتر در عالم نظری خودشان غرق بوده‌اند. روشنفکران دینی هم داشته‌ایم که کنش

خودشان را در این می‌دانستند که در حلی‌آبادها حضور داشته باشند و زندگی محرومان را از نزدیک ببینند و گرفتاری‌های آنها را از نزدیک فهم بکنند و ببینند که برای آنها چه باید کرد؟ بنابراین گروهی از روشنفکران قبل از انقلاب در این مکان‌ها حضور پیدا می‌کردند. گروهی هم بودند که در کاخ‌های نظری خود می‌نشستند و از آنجا درباره توده‌های مردم سخن می‌گفتند. آنها آنچه را که مردم می‌فهمیدند و درک می‌کردند نمی‌فهمیدند. از این رو تئوری‌های آنها نمی‌توانست در زندگی مردم نقشی داشته باشد و منجر به تغییر اجتماعی و سیاسی شود.

#### ■ شما در مقدمه بحث اشاره داشتید که گفتمان‌های حاکم بر جامعه بر مفهوم توسعه و مفهوم روشنفکر تأثیرگذار است؛ در شرایط امروز جامعه دو نگاه به اقتصاد هست: یکی اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد و دیگری اقتصاد مبتنی بر دولت است. آیا این دو اندیشه در روشنفکران امروزی مصداقی دارد؟ یا آیا راه میانه‌ای هم هست که بتواند مطالبات انضمامی جامعه را پیش ببرد؟

شاید دکت‌ر علی شریعتی درست می‌گفت که بسیاری از روشنفکران ما رادیوگرام‌اند. یعنی پیچ را که باز می‌کنیم تلاش می‌کنند بگویند دیگران چه می‌گویند. اما اگر بگوییم این را که دیگران می‌گویند، تو چه می‌گویی؟ آن وقت چیزی برای گفتن ندارند و آنجا وارد دنیای توتولوژی می‌شوید. آنجا اینها سخنی ندارند. وارد یک کویر معنایی می‌شوید. آنها از خود نظریه و فقهی ندارند. در مورد اقتصاد هم همین‌طور است. ما نه به اقتصاد فردمحور و نه به اقتصاد دولت‌محور به طور کامل تعلق نداریم. در جهان لیبرال بر اقتصاد آزاد پا می‌فشرند و در جهان کمونیستی و سوسیالیستی هم اقتصاد را دولتی کردند. ما در این دنیا هر دو را در عصر پسانقلاب داریم تجربه می‌کنیم. در دهه اول انقلاب تحت تأثیر سوسیالیسم خودآگاه یا ناخودآگاه تلاش کردیم که اقتصاد را دولتی کنیم و دولتی فربه و حداکثری ایجاد کردیم. آن را در تمام ساحت‌های اجتماعی و اقتصادی انسان‌ها وارد کردیم. و تمام امور را به نام عمومی کردن و ملی کردن دولتی کردن را فهمیدیم. ولی اندکان‌دک تغییر گفتمانی داشتیم به نوعی اقتصاد آزاد گرایش پیدا کردیم و تلاش کردیم که اقتصاد را خصوصی کنیم و دولتی حداقلی داشته باشیم و آن فضای دولتی را به اشخاص حقیقی بدهیم. البته نه آن کار توانست گرهی از مشکلات ما بگشاید نه این می‌تواند مشکلات اقتصادی ما را حل کند. گره اساسی جامعه امروز ما گره اقتصادی است. آن چیزی که در فضای عاطفی، روانی، احساسی، اعتقادی مردم ما در شرایط امروزی دارد تأثیر می‌گذارد بیش از هر چیزی وضعیت زندگی انضمامی آنهاست که به وضعیت اقتصادی آنها گره خورده است. مردمی که نان شب ندارند نمی‌توانند فلسفه بیافند. به قول دلوز نخست زندگی کن و بعد فلسفه بیاف. بعد از چهار دهه گفتمان مردم به زندگی کردن شیفت پیدا کرده است و نه فلسفه بافتن. در دهه اول انقلاب بسیاری از مردم ما فلسفه می‌بافتند و بنابراین در رأس تقاضاهایشان مفاهیم انتزاعی بود. اما امروز در رأس خواسته‌های مردم مفاهیم انضمامی است. معطوف به کارشان، معاششان و زندگی روزمره و امنیت شغلی‌شان. روشنفکرها باید از این قالب‌های نظری خارج بشوند و واقعیت جامعه‌شان را ببینند و تلاش کنند با بافت جامعه و با ملاحظات دینی و تاریخی و اجتماعی جامعه خود طرحی نو دراندازند. منظورم این نیست که به یافته‌های علمی دیگران نگاه نکنند. من می‌گویم تئوری ما برای جامعه‌ای متفاوت است و باید این تئوری نشانی از جامعه خود را داشته باشد در غیر این صورت نمی‌تواند مشکلی از جامعه خود رفع کند. ■

نقش بسیاری از روشنفکران در تغییر و تحولات جامعه گران‌سنگ است و در تحول آگاهی و خودآگاهی جامعه بسیار مؤثر. برخی از آنها هم سدره آگاهی جامعه‌اند؛ کسانی که آگاهی جامعه را به کج‌راهه بردند و منجر به تأخیر تاریخی شدند

توسعه پایدار یعنی گام بعدی توسعه، با کل سیاره و کیفیت زندگی انسان در نظر گرفته شد. نباید توسعه را مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک مصادره به مطلوب کند؛ توسعه به معنای توسعه انسانی دغدغه بخش بزرگی از روشنفکران بود که به ابعاد عناصر توسعه توجه داشتند.

## [ نگاه جامعه‌شناس ]

# جدال گفتمانی روشنفکران با امر توسعه

توسعه به کنش روشنفکرانه، انتقادی و تحول‌خواهانه نیاز دارد



مقصود فراستخواه

جامعه‌شناس سیاسی

**چرا باید خواند:**  
**روشنفکران متهم به این**  
**هستند که به توسعه**  
**پایدار و موزون توجهی**  
**نمی‌کنند؛ آنها مسائل**  
**انضمامی را فقط در**  
**اقتصاد خلاصه می‌کنند**  
**و گاه به دلایل متعدد از**  
**جمله سیاست‌زدگی از آن**  
**روگردان هستند. پاسخ**  
**مقصود فراستخواه را در**  
**این مقاله بخوانید.**

توسعه به معنای توسعه همه‌جانبه و موزون می‌تواند برای جامعه پارادایم مناسب‌تری باشد که روشنفکران در آن می‌توانند از طریق کنش‌های معطوف به جامعه و توسعه نهاد دولت حرکت کنند. آنچه جامعه ما نیاز دارد، توسعه همه‌جانبه نهادها و نهاد دولت است

سازمان اجتماعی بالایی داشته باشد بهتر می‌تواند مناقشات و تعارضات را حل و آن را مهار کند. مثلاً مجید تهرانیان یک روشنفکر ایرانی است که در دهه ۵۰ در کتاب‌ها، مقاله‌ها و سمینارها مدل توسعه اقتصادی قبل از انقلاب را به چالش کشیده است. درآمدهای بالای دولت در دهه ۴۰ و ۵۰ انقلاب صنعتی کوچک و رشد بالایی در پی داشت. یعنی توسعه اقتصادی رخ داده بود اما تهرانیان این توسعه اقتصادی را نقد کرد. او گفت این توسعه اقتصادی پایدار نخواهد بود. نهیسی که تهرانیان به جامعه زد، شنیده نشد. تا اینکه همین توسعه اقتصادی معیوب و کنترل نشده و نامتوازن و غیرعادلانه منجر به انقلاب شد. اگر توسعه اقتصادی پایدار و وجود داشت انقلاب هم ممکن نبود. دیدگاه‌های کلاسیک حاکم - که امروز هم دیدگاه نئوکلاسیک حاکم شده - سبب شد توسعه با مدیریت درست شکل نگیرد. توسعه یعنی همبستگی بیشتر، همکاری بیشتر اجتماعی و پاسخ‌گویی بیشتر دولت، مشارکت اجتماعی، جامعه فعال نه دولت فعال؛ اگر این ابعاد را مورد توجه قرار دهیم می‌توانیم بگوییم توسعه شبیه چراغ نیم‌سوز است که دود سیاسی ایجاد می‌کند. مدل‌های توسعه ما به دلیل شرایط تاریخی به اقتصاد تقلیل داده شده و از ابعاد مختلف توسعه غفلت شده است. برای همین این توسعه پایدار نخواهد بود.

آمار تیاسن در کتاب «توسعه به مثابه آزادی» به گسترش افق انتخاب‌ها توسعه می‌گوید. در توسعه موزون باید از جامعه حاشیه‌زدایی و قطبی‌زدایی شود؛ باید توسعه آموزشی، دموکراسی، توسعه شهری و آزادی‌های مدنی مورد توجه قرار بگیرد. اگر مردم بتوانند مشاهدات خود را منظم به دولت انتقال دهند و امکان حل و فصل اختلافات به شکل رضایت‌بخشی وجود داشته باشد، آن موقع توسعه هم ممکن خواهد بود. ولی اگر امکان انتقال مطالبات اجتماعی به حکمرانی وجود نداشته باشد توسعه امری محال است و توسعه پایدار، آرزویی نشدنی. فراهم شدن زندگی با کیفیت برای همه شهروندان توسعه است؛ اینها همان توسعه است که مدام روشنفکران به آن دعوت می‌کنند ولی توزیع ثروت و امکانات و کالا توسط دولت به اقتدارگرایی دولت می‌انجامد نه توسعه جامعه.

در اندیشه روشنفکران ایرانی ردهای این توسعه قابل مشاهده است؛ روشنفکر معاصر به توسعه موزون می‌اندیشد، اغلب آنها به سیاست می‌اندیشند. البته الگوهای متعدد روشنفکری داشتیم که مطالبات دیگری داشتند؛ روشنفکران اپوزیسیون، روشنفکران پارتیزان مانند محمد حنیف‌نژاد، روشنفکران منتقد ساختار، روشنفکران همراه با قدرت؛ برای همین برخی از آن روشنفکران منتقد سیاست بودند که گاهی به سیاست‌زدگی معروفانند و آنچه بر روشنفکران سایه انداخته که کمتر مورد توجه است غفلت از امر انضمامی بود. ولی بخش بزرگی از روشنفکران مثل احسان نراقی به عنوان روشنفکر به توسعه متوازی اندیشید. یا غلامحسین صدیقی یا علی اکبر سیاسی یا محمدعلی فروغی، اینها به توسعه اجتماعی -

اگر نگوئیم اجماعی در بین روشنفکران ایرانی درباره توسعه وجود داشت، حداقل بخش بزرگی از روشنفکران دغدغه توسعه داشتند؛ منتها همه روشنفکران، بر مبنای مکتب کلاسیک، توسعه را صرفاً به معنای توسعه اقتصادی نمی‌دانستند. یعنی توسعه را به معنای توسعه بوروکراتیک یا تقلیل توسعه به توسعه اقتصادی در نظر نداشتند؛ آنها معتقدند امر انضمامی فقط اقتصاد نیست که جامعه فقط به بهای رشد اقتصادی توسعه یابد. اغلب روشنفکران از زمان محمدعلی فروغی، حتی از اواخر دوره قاجار و روشنفکران دوره مشروطه بیشتر توسعه را به معنای آنچه در مکاتب اقتصادی آمده، در نظر نمی‌گرفتند؛ بلکه به توسعه تحول‌خواهانه و رهایی‌بخش و انتقادی گرایش داشتند. تحول‌خواهی خواسته اصلی روشنفکری است. در دیدگاه کلاسیک، توسعه در مقابل دیدگاه‌های رادیکال قرار گرفته و این دوگانه‌گری وجود دارد؛ در فکر کلاسیک، بوروکراسی و اقتصاد به ایدئولوژی زمانه بدل شده و در روشنفکری نوع دوم فکر تحول‌خواهانه در رأس است.

توسعه به معنای اینکه آدم اسمیت یا ژان ژاک روسو در نظر دارد این است که بلوغ جامعه در نتیجه مصرف انبوه است؛ در دهه ۶۰ میلادی توسعه به معنای افزایش تولید خدمات، افزایش کالاها، سرمایه انسانی و تکنولوژی است؛ انسان در این دوره یک نهاده کالایی به‌منظور مصرف انبوه است. این درک کلاسیک از توسعه است؛ در دهه ۷۰ موج انتقادات به این نگاه شروع شد؛ دیگر توسعه فقط انبوه کالاها نبود؛ بلکه در کنار تولید انبوه، رشد ناخالص داخلی و رشد درآمد سرانه، توسعه فرهنگی و توسعه سیاسی، آنچه لوسین پای آن را مطرح کرد، در دستگاه اندیشگی روشنفکران قرار گرفت. این بود که در دهه ۹۰ توسعه پایدار و موزون مطرح شد. توسعه پایدار یعنی گام بعدی توسعه، با کل سیاره و کیفیت زندگی انسان در نظر گرفته شد. نباید توسعه را مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک مصادره به مطلوب کرد؛ توسعه به معنای توسعه انسانی دغدغه بخش بزرگی از روشنفکران بود که به ابعاد عناصر توسعه توجه داشتند.

در دوره‌های اولیه توسعه، به مفهوم توسعه همه‌جانبه توجه نداشتند بلکه به progress توجه داشتند؛ اما بعدها مفهوم توسعه تحول یافت و بخش بزرگی از روشنفکران، توسعه‌خواه شدند. اما این خواستن، تحول بوروکراتیک نبود بلکه با دید تحول‌خواهانه انتقادی مورد توجه قرار گرفت. توسعه یعنی توسعه ظرفیت‌های انسانی، اجتماعی نه توسعه درآمدهای انسان و کالا برای انسان؛ کرامت انسان و آزادی انسان و بالا بردن ظرفیت‌های انسان مورد توجه روشنفکران بود؛ برای همین به توسعه مدنی، سیاسی، فرهنگی و مدنی بیشتر از توسعه اقتصادی توجه می‌شد. ولی این به معنای نادیده گرفتن اقتصاد نبود، بلکه توسعه صرف اقتصادی مورد نظر روشنفکران نبود. توسعه افزایش سازمان یافته ظرفیت‌های انسانی است که در آن توسعه اقتصادی هم مورد توجه است. اگر جامعه بتواند

اقتصادی توجه داشتند. از طرفی روشنفکرانی چون جلال آل احمد یا علی شریعتی روشنفکران تحول خواهی بودند. به یک معنا شرایط بعدی گفتمانی در ایران و توسعه نیافتگی سیاسی ایران سبب شد بخشی از روشنفکران دستگاه فکری شان به سمت سیاست اندیشی سوق پیدا کند. ولی مثلاً صادق هدایت روشنفکر سیاست زده نیست؛ به اعماق فکر می کند.



در مدل های روشنفکری عوام زده، آنها به اعماق توجه نداشتند و توسعه را بیشتر به معنای تسخیر مکان های سیاسی تعبیر می کردند. به نظر می رسد شبهه ای در روشنفکران نفوذ کرده که توسعه را به معنای تسخیر بناهای سیاسی می دانند. در حالی که اگر در جامعه مناسبات اقتصادی و فرهنگی توسعه نیاید در آن موقع تسخیر مکان های سیاسی نه تنها گره گشا نخواهد بود، بلکه مشکلات بیشتری در پی خواهد داشت. اگر جامعه رشد کند دولت هم رشد می کند. با تغییر شکل حکومت مشکل حل نمی شود. همه ابعاد جامعه اگر توسعه پیدا کند دولت هم مجبور به پوست اندازی می شود و خود را با جامعه همراه می کند. توسعه نه به معنای تسخیر مکان های سیاسی است و نه ساختن برج، بزرگراه و مگامال است. توسعه ارتقای ظرفیت های اجتماعی است که هر کدام از روشنفکران سعی کرده اند بخشی از آن را تبیین کنند. مثلاً بخشی از روشنفکران به درون دولت، درون رسانه، یا درون اقتصاد رفتند و این ظرفیت ها را گسترش دادند. هر کدام از آنها کنش روشنفکری است. اما گرایش عامه پسندی وجود دارد که روشنفکران هم پوپولیست می شوند و می خواهند موج سواری کنند. عوام زدگی بخشی از روشنفکران گفتمان آنها را در تسخیر مکان های سیاسی در تحول خواهی عمیق و انتقادی مغلوب می کند.



توسعه یک امر خود به خودی نیست؛ بلکه نیاز به کنش روشنفکرانه، انتقادی و تحول خواهانه دارد؛ این را که الگوهای روشنفکرانه هم نیاز به انتقاد دارد و کارایی گفتمان های روشنفکری برای توسعه و دغدغه های جامعه خالی است می پذیرم؛ اما این را نمی پذیرم که هر روشنفکری که وارد دولت شده یک روشنفکر تکنوکرات است. بلکه بخشی از روشنفکران کنشگران مرزی هستند که در مرز دولت و جامعه

## نکته هایی که باید بدانید

- ▶ در دوره های اولیه توسعه، به مفهوم **توسعه همه جانبه** توجه نداشتند بلکه به **progress** توجه داشتند؛ اما بعدها مفهوم توسعه تحول یافت و بخش بزرگی از روشنفکران، **توسعه خواه** شدند.
- ▶ **بین روشنفکران هم بحران مرجعیت وجود دارد؛** جامعه با مشکلات زیادی روبه روست؛ محدودیت ها سبب شده که **هزینه کار روشنفکری بالاتر رود**. بخشی از مشکلات به این برمی گردد که **حوزه عمومی** ما محدود شده و **مشارکت اجتماعی بالاتر نیست**.
- ▶ روشنفکران از ماشین **تحولات عقب مانده اند**. باید به دنبال الگوهای کارآمدتر باشیم و از اینجا روشنفکران باید پاسخگو باشند و البته روشنفکران باید با درک محدودیت ها و **نقد درونی** خود، با تحلیل های دقیق تر و پیشروتری مطالب خود را معطوف به جامعه مطرح کنند.
- ▶ آمار تیاسن در کتاب «**توسعه به مثابه آزادی**» به گسترش افق انتخاب ها توسعه می گوید. در توسعه موزون باید از جامعه **حاشیه زدایی و قطبی زدایی** شود.
- ▶ الگوهای رایج روشنفکری نیاز به نقد دارد. بخشی از روشنفکران به **ظرفیت های انسانی و اجتماعی**، معرفتی، فرهنگی نهادی جامعه توجه دارند و می خواهند آن را ارتقا دهند؛ اما جامعه رشد کرده و در نتیجه تحولات سریع جامعه، الگوهای موجود نمی تواند پاسخگوی **تحولات اجتماعی** باشد.

تردد می کردند ولی خود را محدود به دولت نمی کردند و وضعیت تکنوکراتی - بوروکراتی محدودی پیدا نمی کردند. بلکه کنشگران خلاق بودند و در جهت پر کردن شکاف دولت و جامعه کار می کردند. اینها پتانسیل جامعه را به حواشی دولت می بردند و گفتمان هایی را در سطوح متعدد اجتماعی وارد می کردند و پیش می بردند. اینها کارهای مهمی انجام داده اند؛ کسانی مثل دکتر صدیقی که روشنفکری بود که وارد دولت هم شد، کار هم کرد، منتقد قدرت و مناسبات موجود بود. او توانست بخشی از تغییرات را نمایندگی کند. روشنفکران در سرشت خود نباید در تکنوکراسی تقلیل یابند؛ همان طور که روشنفکر نباید به اپوزیسیون سیاسی تقلیل یابد. روشنفکر موجود تحول خواهی است که منتقد خواهان تحول و دگرگونی جامعه است. او مناسبات قدرت، جامعه و مردم را نقد می کند. به این معنا او منادی توسعه می شود. اگر ساخت جامعه، فرهنگ، سبک زندگی و دیدگاه های مردم و نهادهای مدنی توسعه یابد، جامعه با تعویض گرامر اجتماعی خود، دولت را دچار تحول می کند. اما برعکس اگر ساخت مناسبات اجتماعی، مردم و جامعه تغییر نکند تغییر قابل توجه سیاسی برای جامعه به وجود نمی آید یا حتی تغییر سیاست مشکلات جامعه را برطرف نمی کند. به این معنا روشنفکران اخیر جامعه ایران تلاش هایی کردند که تا حد زیادی موفق بودند. اما امر انضمامی فقط اقتصاد نیست و توسعه در مفهوم کلاسیک معنا نمی شود و جامعه مهم تر از دولت است. باید قدر و وزن جامعه بیشتر و نسبت به دولت فعال تر شود.



نشینیدن صدای روشنفکران باعث شده که جامعه هزینه های زیادی بپردازد؛ برای همین الگوهای روشنفکری نتوانسته با تحولات و پویای های اجتماعی حرکت کند. اما در عین حال این نیست که عمل روشنفکری را پایان یافته بدانیم و فکر کنیم توسعه یک کار خودبه خودی است؛ اینکه جامعه خودبه خود توسعه اقتصادی می یابد و نیازی به روشنفکر نیست. ما این گونه نتیجه نمی گیریم. توسعه اقتصادی و همراهی با دولت نمی توانند به تنهایی جوابگوی دولت باشند. توسعه به معنای توسعه همه جانبه و موزون می تواند برای جامعه پارادایم مناسب تری باشد که روشنفکران در آن می توانند از طریق کنش های معطوف به جامعه و توسعه نهاد دولت حرکت کنند. آنچه جامعه ما نیاز دارد، توسعه همه جانبه نهادها و نهاد دولت است.



اما در بین روشنفکران هم بحران مرجعیت وجود دارد؛ جامعه با مشکلات زیادی روبه روست؛ محدودیت ها سبب شده که هزینه کار روشنفکری بالاتر رود. بخشی از مشکلات به این برمی گردد که حوزه عمومی ما محدود شده و مشارکت اجتماعی بالاتر نیست. اما مانعی هم در خود روشنفکران است. اینها با تحولات دنیای امروز همگام نیستند. فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) یکی از کلان روندها است که زمینه ساز این موارد شده است. در واقع کلان روندها است که زمینه را برای این پدیده ها فراهم می کنند؛ رسانه های شدن؛ در گذشته جهانی بود و رسانه ای اما الان جهان رسانه ای شده. این خیلی مهم است. شبکه های اجتماعی و عصر شتاب و مسئله انبوه شدن اطلاعات سبب شده که الگوهای تحلیلی و فکری روشنفکران همپای تحولات اجتماعی پیش رود. روشنفکران از ماشین تحولات عقب مانده اند. باید به دنبال الگوهای کارآمدتر باشیم و از اینجا روشنفکران باید پاسخگو باشند و البته روشنفکران باید با درک محدودیت ها و نقد درونی خود، با تحلیل های دقیق تر و پیشرفته تری مطالب خود را معطوف به جامعه مطرح کنند. ■

راه میانی که شما به آن می‌اندیشید، راهی که نه گسست قطعی از ساخت قدرت را دنبال کند و نه آنکه در قدرت منحل شود، مستلزم پیش‌نیازهایی در عرصه سیاست و قدرت است. باید نهادهای دموکراتیک در عرصه جامعه وجود داشته باشد که اگر روشنفکری هم در ارتباط با قدرت قرار می‌گیرد توقع انحلال در قدرت از او نرود.

## [ نگاه جامعه‌شناس ]

# روشنفکری به اقتصاد سیاسی توجه کند

## پرویز صداقت در گفت‌وگو با آینده‌نگر از رابطه روشنفکران و توسعه می‌گوید



وقتی از روشنفکران می‌گویید یک نگاه او به تاریخ دور دست‌هاست: تاریخ روشنفکری بعد از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲؛ همان زمان که یأس بر فضا پاشیده شد. و نگاهی به روزهای بعد از انقلاب دارد؛ همان دوره که بار دیگر روشنفکران به حاشیه رانده شدند. پرویز صداقت، اقتصاددان نتیجه این یأس را اگر در دوره قبل از انقلاب گسست رادیکال از دولت می‌دانست، در دوره بعد از انقلاب نتیجه این به حاشیه نشستن را سکوت در برابر سیاست‌های اقتصادی دولت‌های بعد از جنگ می‌داند. به گفته او یکی از دلایل اجرای سیاست‌های تعدیل در اقتصاد ایران در سه دهه گذشته این بود که صدای انتقادی نسبت به این سیاست‌ها کم‌رنگ بوده است؛ ضرورت دارد روشنفکری ما با مفاهیم اقتصاد سیاسی بیشتر درگیر شود.

### رفته‌اند؟

در دیدگاه شما، روشنفکران به کارشناسان مشاور قدرت و تکنوکرات‌ها تقلیل داده می‌شوند. اتفاقاً از این زاویه، بخشی از «روشنفکران» در همکاری با دولت بسیار فعال بودند؛ در تاریخ معاصر بعد از انقلاب تمامی پروژه‌های شهری که تهران و کلان‌شهرهای ایران را به ویرانه‌های غیرقابل زیست بدل کردند، مبتنی بر طرح‌های به اصطلاح «کارشناسی» همین تکنوکرات‌ها بوده است و براساس تعریف شما به اصطلاح روشنفکران اینها را توجیه کردند. الان آثار بحث‌هایی را که این گروه‌ها در یکی، دو دهه اخیر در مورد جهانی کردن شهر تهران، یا تبدیل تهران به شهر مالی‌محور مطرح کردند به خوبی می‌بینیم. مشکل ما عدم دخالت روشنفکران در مباحث توسعه‌ای نیست بلکه مشکل این است که برخی از روشنفکران چنان درگیر مناسبات قدرت شدند که تعهد اجتماعی خود را کنار گذاشتند. وقتی شهردار وقت تهران در اواسط دهه ۷۰ درگیر پرونده‌های فساد مالی شد (صرف‌نظر از دعوای و تصفیه حساب‌های جناحی) این «روشنفکران» به پای دفاع از او رفتند؛ و به این ترتیب در عمل از ایده شهر کاملاً قطعی شده دفاع کردند که انبوهی از فقر و اکثریت ثروتمندان در آنجا حضور دارند و در آن انواع آسیب‌های اجتماعی بیداد می‌کند. این نشان می‌دهد این گروه از «روشنفکران» به تعهد اجتماعی خود عمل نکرده‌اند.

### ■ روشنفکران ایرانی در گذشته بیشتر تکنوکرات بوده‌اند؛ نسبت بین روشنفکران تکنوکرات و مسئله توسعه را چگونه تبیین می‌کنید؟

روشنفکر را نباید به مشاور قدرت تقلیل داد؛ این همان دیدگاهی است که به ظاهر می‌گوید نقد باید سازنده باشد ولی در عمل خروجی این دیدگاه، توجیه ساختارهای موجود خواهد بود. از طرفی من با دیدگاه توسعه‌ای که مطرح می‌کنید موافق نیستم؛ تمامی این آسیب‌های محیط‌زیستی، تخریب فضا، تقلیل انسان به کالا از همان گرایش و میل شدید به توسعه نشئت می‌گیرد. نقش روشنفکر به‌جز نقد میانی این برنامه‌ها چیز دیگری نمی‌تواند باشد. چطور انتظار داریم روشنفکر به مشاور پروژه‌هایی تبدیل شود که زمینه‌ساز تمام این تخریب‌های زیست‌محیطی در سطح کشور بوده است.

### ■ اجازه دهید روشنفکر و تکنوکرات را از هم جدا کنیم.

ما در جامعه تشکل روشنفکری نداریم؛ مخاطب روشنفکرانی است که در نشریات روشنفکری و فرهنگی قلم می‌زند یا در باب مسائل جامعه و مسائل روشنفکری سخنرانی می‌کند؛ این افراد به‌طور مشخص در سال‌های اخیر آن بهای لازم را به مطالعات در عرصه اقتصاد سیاسی نداده‌اند و با تمرکز بیش‌ازحد بر مطالعات فرهنگی و مسائل غیرسیاسی فضا را برای اجرای آسان پروژه‌های اقتصادی دولت‌های بعد از جنگ فراهم کرده‌اند.

### ■ شما در بحث‌های خود، به گذرگاه‌های تاریخی روشنفکری و روشنفکر واقعی - روشنفکر

### ■ نسبت بین روشنفکری ایرانی و اقتصاد توسعه چیست؛ روشنفکری ایران از چه سویی به توسعه اقتصادی می‌پردازد یا از آن غفلت کرده است؟

رابطه روشنفکران و توسعه از دو زاویه قابل بررسی است: اگر روشنفکری به مثابه یک پروژه عام در نظر گرفته شود، توسعه چه بسا پروژه کلان یا روایتی بزرگ قلمداد شود. گرایشی در روشنفکری پست‌مدرن از دهه ۱۹۸۰ وجود داشته که علی‌الاصول روایت‌های بزرگ را کنار می‌گذاشت و به تلاش‌های خرد تأکید می‌کرد. با توجه به شکست روایت‌های بزرگ در قرن بیستم، این جریان روشنفکری به روایت‌های خرد تأکید دارد. بنابراین، دیدگاه پست‌مدرن مانع از دغدغه روشنفکران در قبال مسائلی مانند توسعه در معنای عام خواهد بود. دیدگاه دیگر البته، دیدگاهی است که تفکر روشنفکری را اولویت بخشیدن به مسائل فرهنگی و اجتماعی می‌داند. مسائل مربوط به توسعه و اقتصاد سیاسی و غیره را در اولویت کاری قرار نمی‌دهد و معتقد است که دل‌مشغولی روشنفکری متفاوت از این مسائل انضمامی است.

ما اگر تحولات ایران بعد از جنگ هشت‌ساله را مورد توجه قرار بدهیم، یکی از مشکلاتی که در حقیقت روشنفکری ما داشته است، بی‌اعتنایی یا کم‌توجهی بخشی از آنان به مسائل اقتصاد سیاسی بوده که در عمل باعث شده که صدای نقد برنامه‌های توسعه اقتصادی در نزدیک به سه دهه گذشته خاموش باشد یا بسیار کم‌طین باشد و بدین ترتیب کمتر شنیده شود. اولویت‌های روشنفکران در حوزه‌های فکری و تأملات فرهنگی تعیین شده که با نیازهای ملموس جامعه متفاوت است. به همین دلیل یکی از دلایل اجرای سیاست‌های تعدیل در اقتصاد ایران در سه دهه گذشته این بود که صدای انتقادی نسبت به این سیاست‌ها کم‌رنگ‌تر از آن بوده که در مقابل این سیاست‌ها قرار گیرد. به این دلیل ضرورت دارد روشنفکری ما با مفاهیم اقتصاد سیاسی بیشتر درگیر شود.

### ■ این بی‌توجهی به اقتصاد سیاسی در میان روشنفکران را چگونه تبیین می‌کنید؟

این بی‌توجهی هم دلیل داخلی دارد و هم بین‌المللی؛ در داخل صدای اصلی روشنفکری ایران بعد از انقلاب از صحنه جامعه حذف شده است؛ این صدا کلاً یا خاموش شده یا امکان و تربیونی برای بیان دغدغه‌های خود نداشته است. در سطح بین‌المللی از اواخر دهه ۱۹۸۰، به بعد شاهد فروپاشی کشورهای سوسیالیستی بودیم. در آن فضا نوعی یأس در فضا پراکنده می‌شد؛ این که بسیاری معتقد بودند اقدامات انقلابی متمرکز نخواهد بود و باید روایت‌های بزرگ را کنار بگذاریم. این یأس بر روشنفکری ایران و جهان حاکم بوده است. همچنین شاهد رشد گرایش پست‌مدرن در قالب مطالعات فرهنگی و پیگیری مطالبات خرد بودیم. همه این عوامل دست‌به‌دست هم داد تا مهم‌ترین مسئله جامعه ما مورد توجه روشنفکران قرار نگیرد. همین عوامل باعث شد که اقتصاددان‌های نولیبرال در سه دهه گذشته بدون وقفه با سیاست‌ها و برنامه‌های پیشنهادی خود یک‌ه‌تا میدان شوند.

### ■ شما معتقدید در دوره‌های روشنفکران ایرانی توسعه‌گرا بوده‌اند اما در دوره معاصر به انزوا

تکنوکرات اشاره کرده‌اید؛ به نظر می‌رسد اگر نظریه و نگاه روشنفکران واقعی هم به عمل تبدیل می‌شد نتیجه‌ای جدای از صورت نظریه به بار می‌آورد.

وقتی درباره روشنفکر صحبت می‌کنیم، از مقاطع تاریخی مختلفی سخن می‌گوییم که سرنوشت و اثر و نمود و بروز روشنفکری متفاوت بوده است؛ اگر تاریخ ۱۳۲۰ به این طرف را در بررسی‌های خود قرار دهیم، در این ۷۶ سال اخیر در مقاطع مختلف روشنفکران شرایط متفاوتی داشتند. برخی در بررسی تاریخ روشنفکری و نقد روشنفکرانی چون جلال آل احمد یا علی شریعتی، آنها را از بستر تاریخی جدا می‌کنند و نظرات این افراد را جدا از بستر تاریخی قرار می‌دهند و همه آنچه را که در سه - چهار دهه گذشته رخ داد ناشی از نظرات این افراد می‌دانند. این دیدگاه تقلیل‌گرایانه و نادرست است. به نظر من، تأثیر منفی‌ای که اقتصاددان‌های لیبرال در دهه‌های گذشته بر مجموعه اقتصاد ایران گذاشته‌اند بسیار بیشتر از ویرانگری یک بمب مگاتنی بوده است. می‌شود کتاب‌های آل احمد و دیدگاه‌های او و ساده‌انگاری و نگاه تقلیل‌گرایانه او نسبت به غرب و دیدگاه ستایش‌آمیز او نسبت به سنت را نقد کرد، اما آن چیزی که الآن در جامعه اتفاق افتاده اگر چه رنگ و لعابی در قالب سنت داشته است اما این امر در ظاهر و در مجموعه شعارها و سخنوری‌ها بوده است. اما در اصل آنچه دنبال کرده‌ایم شبه‌مدیرنیم در اقتصاد و توسعه بنگاه‌های مالی در اقتصاد بوده است که پیامد سیاست‌های پیشنهادی اقتصاددان‌های نئولیبرال بوده است. این ربطی به خطاهای نظری آل احمد یا شریعتی یا دیگر روشنفکرانی از جنس این افراد نداشته است.

#### ■ جایگاه توسعه در اندیشه روشنفکران توسعه چه بود؟

به نظر می‌رسد آن دسته از روشنفکران که بعد از انقلاب در ایران ماندند و نسل جدید روشنفکری که بعد از جنگ به تدریج شکل گرفت اولویت‌ها نسبت به مسائل اقتصاد سیاسی را کنار گذاشت. برخی از این روشنفکران در سال‌های اخیر با توجه پیامدهای سیاست‌های تعدیل متوجه غفلت خود در نادیده گرفتن پیامدهای سیاست‌های اقتصادی شده‌اند.

فکر می‌کنم نقدی که به روشنفکران قبل از انقلاب وارد است این است که از کلیشه‌های فکری از پیش آماده در تحلیل مسائل اقتصاد ایران بهره می‌بردند و بیش از حد به نظریه وابستگی و تئوری‌های مبتنی بر این نظریه اتکا داشتند. به همین دلیل، برخی از دینامیسم‌های درونی اقتصاد و ویژگی حاکمیت سیاسی قبل از انقلاب را نادیده گرفتند. و اینها بعضاً نتوانستند تحلیل درستی از خود انقلاب و اقتصاد ایران ارائه دهد.

البته بخش عمده‌ای از روشنفکران دگراندیش هم از اساس حذف شده‌اند؛ بخشی ناگزیر از مهاجرت شدند و بخشی سکوت پیشه کرده‌اند. این بخش کوچک روشنفکری در مواردی به‌ناگزیر به مسائل فرهنگی روی آورده‌اند و از اقتصاد و نقد سیاست‌های اقتصادی غفلت کرده‌اند یا نسبت به آن بی‌توجه بوده‌اند. اولویت بخشیدن به حوزه‌های فرهنگ و حوزه‌های نظری محض عواملی است که باعث می‌شود روشنفکران از مسائل انضمامی دور شوند.

#### ■ روشنفکران ایرانی به سیاست‌زدگی متهم هستند. آیا این گزاره در بی‌توجهی آنها به اقتصاد تأثیر گذار بوده است؟

به نظر می‌رسد یأس و سرخوردگی اجتماعی مهم‌ترین دلیل بی‌توجهی روشنفکران به مسائل انضمامی است. حذف بخشی از روشنفکران از جامعه و حذف نظریه و اندیشه آنها از نظام دانشگاهی

## نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ گرایشی در روشنفکری پست‌مدرن از دهه ۱۹۸۰ وجود داشته که علی‌الاصول روایت‌های بزرگ را کنار می‌گذاشت و به تلاش‌های خرد تأکید می‌کرد.
- ▶ در گذشته بدنه اصلی روشنفکری ایران چنان خود را از قدرت دور می‌دانست که هیچ تفاهمی را با قدرت مجاز نمی‌دانست و جز به تغییر کلیت قدرت نمی‌اندیشید. شاید این نتیجه کودتای ۲۸ مرداد هم بود.
- ▶ به نظر می‌رسد آن دسته از روشنفکران که بعد از انقلاب در ایران ماندند و نسل جدید روشنفکری که بعد از جنگ به تدریج شکل گرفت اولویت‌هایی نسبت به مسائل اقتصاد سیاسی را کنار گذاشت.
- ▶ اقتصاددان‌های نئولیبرال در سه دهه گذشته بدون وقفه با سیاست‌ها و برنامه‌های پیشنهادی خود بکه تاز میدان بودند.

دلیل این بی‌توجهی است. صدایی که امروز شنیده می‌شود نمایانگر کلیت جامعه روشنفکری ایران نیست

#### ■ قبل از این در دستگاه اندیشه روشنفکران مسائل اقتصادی شائبه داشت؟

بله، لاقلاً به این مسائل بیشتر توجه می‌شد. مثلاً نشریه تحقیقات علوم اجتماعی که پژوهش‌هایی در زمینه مطالعات اجتماعی در ایران انجام داده یا تکنگاری روستایی و اقتصاد کشاورزی را که مطالعه می‌کنید متوجه می‌شوید که روشنفکران قبل از انقلاب به‌رغم همه نقدهایی که بر آنها وارد است و محدودیت‌های ایدئولوژی مسلط بر فضای روشنفکری قبل از انقلاب در ترویج نوعی نگاه قالبی و کلیشه‌ای و جزم‌اندیشانه، تحقیقاتشان به مسائل عینی‌تر جامعه توجه داشت؛ در مقایسه با امروز که عمدتاً شاهد درگیری دانش‌آموختگان در پروژه‌های ریاضی و اقتصادسنجی و آزمون فرضیه‌های کلیشه‌ای هستیم. البته وضعیت دانشکده‌های اجتماعی بهتر از دانشکده‌های اقتصادی بوده است و در دهه‌های اخیر در مواردی شاهد نوعی توجه به مسائل انضمامی در برخی از این دانشکده‌ها بوده‌ایم.

#### ■ آیا نظرها و توجه به سیاست انضمامی در گذشته و اکنون به عمل بدل می‌شود؟

خیر! در گذشته بدنه اصلی روشنفکری ایران چنان خود را از قدرت دور می‌دانست که هیچ تفاهمی را با قدرت مجاز نمی‌دانست و جز به تغییر کلیت قدرت نمی‌اندیشید. شاید این نتیجه کودتای ۲۸ مرداد هم بود. بخش اعظم روشنفکری سیاسی خود را از کلیت نظام موجود چنان دور می‌دید که راهی کاملاً رادیکال را دنبال می‌کرد. فاصله بسیار بزرگی بین روشنفکری ما و نظام حاکم در سال‌های بعد از ۱۳۳۲ وجود داشت که عملاً این دور را نسبت به حرف‌های هم کاملاً بی‌اعتنا می‌کرد. نوعی آنتاگونیسم بین حکومت و روشنفکر وجود داشت. بعد از انقلاب هم وضعیت روشنفکران دگراندیش متفاوت شد.

#### ■ در این نگاه دوگانه و متضاد دوری از قدرت و همکاری با قدرت، کدام سبویه می‌تواند تأثیر گذار در مسیر توسعه باشد یا راه میانه بین این دو کدام است؟

راه میانی که شما به آن می‌اندیشید، راهی که نه گسست قطعی از ساخت قدرت را دنبال کند و نه آنکه در قدرت منحل شود، مستلزم پیش‌نیازهایی در عرصه سیاست و قدرت است. باید نهاد‌های دموکراتیک در عرصه جامعه وجود داشته باشد که اگر روشنفکری هم در ارتباط با قدرت قرار می‌گیرد توقع انحلال در قدرت از آن نرود. این دوگانگی موجود به این دلیل است که حاکمیت هم صدای مستقل روشنفکر را نمی‌خواهد. آنها شبه‌روشنفکر توجیه‌گر می‌خواهند که سیاست‌های قدرت را توجیه کند. اگر فضای دموکراتیک و آزادی وجود داشته باشد که در آن انواع احزاب، تشکل‌ها و اتحادیه‌ها وجود داشته باشد، چنین گسست یا انحلالی پیش نمی‌آید.

#### ■ آیا خود روشنفکران درون خود معتقد به گفت‌وگو و هم‌اندیشی درون‌گفتمانی هستند؟

فضای گفت‌وگو وجود ندارد؛ چون فضای نقد وجود ندارد؛ نهادهای مدنی برای این امر وجود ندارند؛ ازجمله رسانه‌های آزاد وجود ندارد و بنابراین همدلی و گفت‌وگو هم وجود ندارد. در این شرایط که الزام گفت‌وگو فراهم نیست پس در میان روشنفکران هم نقد در شرایط برابر وجود ندارد.

#### ■ حلقه مفقوده اقتصاد توسعه را چه می‌دانید؟

منظور از توسعه چیست؟ تخریب محیط زیست است یا رشد حداکثری اقتصاد؟ من با این مفهوم مناقشه‌برانگیز مشکل دارم؛ اگر معنای توسعه، تخریب طبیعت و محیط زیست و انسان و رشد قطبی شده است باید نگاه انتقادی به آن را ترویج کرد. این کار روشنفکر است که توسعه مخالف مسائل زیست‌محیطی را نقد کند یا رشد عدالت‌محور را ترویج کند یا مطالبات انسانی را در روح توسعه دنبال کند. یا توسعه را با اقتدارگرایی مطالبه نکند. باید نگاهی جامع‌تر و انسانی‌تر به توسعه حاکم کنیم؛ این همان انتظار از روشنفکران دوره معاصر است. در شرایطی قرار داریم که مسائل منطقه‌ای و بین‌المللی فضا را برای تأمل و تعمق و اندیشیدن بسته است. یکی از معضلات بحث روشنفکری جدید این است که نسل قدرتمند جدید روشنفکران شکل نمی‌گیرند؛ نسل جدید سودای مهاجرت و ترک صحنه را دارند. اینها همه مسائلی است که بر روشنفکران و اقتصاد تحمیل شده است. وقتی در سوژه روشنفکری شاهد گسست باشیم، مسائل هم آن چنان که بایسته است صورت‌بندی نمی‌شود و در چارچوب منطقی مورد بحث قرار نمی‌گیرد. اکنون به هر گوشه که نگاه می‌کنیم مسئله و بحران داریم، بحرانی که حاصل آن فضای آتومیک حاکم بر جامعه است و خود روشنفکری هم در بحران است. اینها همه نشانه‌های بن‌بست و بحران است. در این شرایط باید مسائل کلیدی‌تری حل شود و آن مسائل بر اقتصاد اولویت دارد؛ باید از راه اولویت دادن دموکراسی این بحران‌ها را رفع کرد. امروز بحران‌های عرصه سیاست و دموکراسی خواهی بر سایر بحران‌ها اولویت دارد. باید این موارد مورد توجه روشنفکری قرار گیرد تا راه‌حلی برای آن یافت شود. ■

# ..... نگاه .....



دردسرهای خاص شرکت‌های نوپا

## قیام در شبکه علیه خودرو

تنها چالش‌های استارت‌آپ‌ها ارائه ایده اولیه و تامین سرمایه نیست. یک استارت‌آپ حتی در سطح یک اپلیکیشن موبایلی ساده زمانی تبدیل به یک شرکت می‌شود. هرچند شرکت‌های استارت‌آپی سبک‌تر از مشابه سنتی‌شان فعالیت می‌کنند اما نباید فراموش کرد که آنها هم مشکلاتی دارند. یکی از مهم‌ترین این مشکلات رقابت با کسب و کارهای سنتی است که استارت‌آپ‌ها به خدمات قبلی آنها چیزی اضافه و به مشتری عرضه می‌کنند.

# استارت آپ خم رنگری نیست

نگاهی به رقابت سنتی ها و خطای مدرن ها

داستان تعرض یکی از رانندگان که البته با تقلب مجوز کار از اسنپ گرفته بود، می رفت که اسنپ را درگیر یک جنجال بزرگ کند. هر چند که تعرض به زنان در دیگر سرویس های حمل و نقل شهری هم سابقه داشت اما در مورد اسنپ، واکنش ها متفاوت بود. دادستان تهران در این باره گفت: «به مدیر اسنپ هشدار داده می شود تا مواظب باشد که فعالیت های این شرکت، محملی برای ایجاد ناامنی و ارتکاب جرایم نشود. قرار بر این بود که به مردم خدمت ارائه شود نه اینکه راننده اسنپ، زنی را به تپه ها ببرد و به او تجاوز کند و آن گاه با تبلیغات فریبنده و غیر واقعی اسنپ را بزرگ جلوه دهد». وزیر جوان ارتباطات هم به این حادثه واکنش نشان داد و در نهایت شهرام شاهکار موسس اسنپ اعلام کرد که تا اطلاع ثانوی و تا زمانی که تدابیر جدیدی برای استخدام راننده دنبال شود، این فرآیند را ملغی می کند. خیلی از رقبای اسنپ هم از آب گل آلود ماهی گرفتند و با برجسته کردن این نکته که راننده آنها شدن آسان نیست و امنیت بیشتری را برای مسافران فراهم می کنند، سعی می کردند مشتریان از دست رفته اسنپ را مال خود کنند. البته این تلاش آنها در بعضی موارد بی نتیجه بود چرا که به نظر می رسید بعضی از مردم با بروز این حادثه نه فقط به برنامه اسنپ بلکه به تمام تاکسی های اینترنتی بدبین شده اند.

## ما ایرانی ها راحت اعتماد می کنیم؟

استارت آپ ها به طور مشخص عرضه کننده خدمات جدید نیستند. در بیشتر مواقع آنها برای تسهیل دسترسی به خدمات قدیمی یا حذف کاری که خودمان برای خودمان انجام می دادیم شکل گرفتند. اینکه هر

«ترم افزار نفوذی نابود باید گردد»، «سنپ امریکایی نابود باید گردد»، «تمایند تهران، حمایت، حمایت، حمایت»، «مجلسی ها، حمایت، حمایت». اعضای اتحادیه اتومبیل کرایه تهران این شعارها را علیه تاکسی های اینترنتی در مقابل مجلس شورای اسلامی فریاد می کشیدند. رانندگان تاکسی که با ظهور اپلیکیشن های تاکسی یاب و استفاده گسترده مردم از آنها کسب و کارشان را در معرض حذف می دیدند، سال گذشته برای نجات کارشان دست به دامن تجمع خیابانی شدند. واقعیت این بود که تاکسی یاب هایی مثل اسنپ، تپسی و... کسب و کار تاکسی های سنتی را دست کم در مورد دریست بردن مسافر کساد کرده بودند. این شرکت های استارت آپی در آغاز کار با عرضه آسان خدمات و برقراری سیستم امتیازدهی به رانندگان توسط مشتری، دم مسافران را دیدند. همین اقدام آنها باعث شد مردم هر چه بیشتر به استفاده از خدمات تاکسی های اینترنتی روی بیاورند و به تدریج شرکت های استارت آپی شکل بگیرند که حتی برای جذب سرمایه مورد توجه سرمایه گذاران خارجی قرار گرفته اند. اما این رشد برای یکی از مهم ترین استارت آپ های ایرانی بدون هزینه نبود. همان طور که مشابه خارجی اسنپ یعنی اوبر در سراسر دنیا دچار چالش های زیادی شده بود، چاه و چاله های زیادی هم بر سر راه اسنپ برای توسعه فعالیتش در ایران قرار داشت. اسنپ یک بار به دلیل مسائل مربوط به مجوزهای صنفی در معرض پلمب قرار گرفت. پس از آن حذف اپلیکیشن این شرکت از اپ استور به دلیل تحریم ایران توسط اپل خبر ساز شد و در نهایت، در شهریورماه پای یک تخلف دیگر به میان آمد که دستورالعمل استخدام راننده توسط این شرکت را زیر سؤال برد.

## زینب کوهیار

دبیر بخش نگاه

## چرا باید خواند:

مدیریت شرکت های

استارت آپی به راحتی

آب خوردن نیست.

هر چه بزرگ تر شوید،

خطاهای تان هم

بزرگ تر به نظر می آید.



## میلیون

تعداد کل سفرهای  
اسنپ

## اوبر چطور با مخالفان مواجه شد؟

زایدی برای رانندگان داشت. براندون یک مدرس اهل شیکاگو است. ایده پول در آوردن از خودروی شخصی برای براندون جالب بود پس او به اوبر پیوست و بعد از دو هفته فهمید این شیوه کار همانی بوده که همیشه به آن نیاز داشته است. کاترین، مادری اهل سیاتل است که با اوبر کار می کند. او دنبال شغلی برای بیرون آمدن از خانه می گشته است. علاقه کاترین به دیدن مناطق جدید شهر و صحبت با آدم های مختلف باعث شده او از کار کردن با اوبر لذت ببرد. جنی در لس آنجلس اوبر می راند. او کسب و کار خانگی خودش را دارد اما کار کردن با اوبر به او کمک کرده که هم پول بیشتری خلق کند، هم از انعطاف ساعات کار به نفع بیشتر کیک پختن استفاده کند. سین، یک نوازنده است. او در لس آنجلس اوبر می راند و تعریف او از اوبر شاعرانه است. سین می گوید با اوبر می تواند به اهداف و رویاهایش برسد و تجربیات خارق العاده موسیقایی اش را با دنیا سهیم شود. دیوید راننده اوبر در سان فرانسیسکو است. او در پاسخ به این سؤال که چرا با اوبر کار

مثل بیشتر استارت آپ ها داستان اوبر هم از یک مشکل ساده و معمول در شهرها آغاز شده است. مشکل پیدا کردن تاکسی در یک روز بارانی یا برفی که برای همه پیش آمده، برای تراویس کالانیک موسس اوبر در پاریس رخ داد و فیلم جان گرفتن اوبر را کلید زد. حالا اوبر به یکی از بزرگ ترین و باارزش ترین شرکت های استارت آپی دنیا تبدیل شده است. اوبر در مسیری که پیموده توانسته بیش از ۱۰۰ کشور و بالای ۵۰۰ شهر در دنیا را با ایده پیدا کردن تاکسی از طریق اپلیکیشن اوبر در تلفن های هوشمند همراه کند. آثار اوبر البته به همین آسان شدن تاکسی گرفتن در هر شرایطی ختم نمی شود. با راه اندازی اوبر شیوه استخدام، شکل کسب و کار و پرداخت دستمزد در کشورهای توسعه یافته به چالش کشیده شد و از سوی دیگر بخش سنتی که سال ها در سطح مشخصی از مشتری مداری و کیفیت خدمات فعالیت می کرد، با رقیب سرسختی روبه رو شد که حیات آن را به مخاطره کشانده بود. کار کردن با اوبر امتیاز



UBER

گزارش‌ها نشان می‌دهد که سهم اوبر در کنار رقابایی مثل لیفت در آمریکا از بازار سفرهای شهری در سومین فصل سال یک درصد کاهش یافته است با این وجود اوبر در تلاش است تا برای رفع مشکلات از رقبای کم‌نیاورد و مهم‌تر اینکه حتی اگر اوبر از صحنه روزگار محو شود، تاکسی‌یابی اینترنتی هرگز قابل حذف نیست.

| خارجی‌ها                                          | چالش‌های قانونی و مقاومت کسب و کارهای سنتی علیه استارت‌آپ‌ها در جهان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| آمازون                                            | شرکت آمازون در سال ۱۹۹۵ با موضوع فروش آنلاین کتاب ایجاد شد. این شرکت در مسیر توسعه کار فروش محصولات دیگر را هم به کتاب اضافه کرد و پس از مدتی به سائیتی برای خرید و فروش محصولات دست دوم تبدیل شد. امروز می‌توانید همه نوع محصولی را در سایت آمازون پیدا کنید. کالای دیجیتال، لباس، لوازم خانگی و چیزهای دیگر در آمازون عرضه می‌شود اما خبرساز شدن آمازون در زمینه مقابله با مشاغل سنتی مربوط به فروش کتاب آنلاین در این سایت است. با شروع کار آمازون بسیاری از کتاب‌فروشی‌ها در شهرهای مختلف آمریکا تعطیل شد چراکه مردم ترجیح می‌دادند به طور آنلاین کتاب خریداری کنند. گاردین نوشت که از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ بیش از ۵۰۰ کتابفروشی مستقل در انگلستان به دلیل عدم توان رقابت با آمازون تعطیل شده است. البته کتابفروشی‌های مستقل هم دست روی دست گذاشتند. آن‌ها فکر می‌کنند که کاری بیش از کتاب فروختن به مردم انجام می‌دهند در نتیجه تلاش کردند با تقویت اتحادیه و ایجاد مراکز کتاب با ترکیب چند کتابفروشی در کنار آمازون زنده بمانند.                                                                                                                                                                              |
| Airbnb                                            | استارت آپ ایر بی بی از سال ۲۰۰۸ و در آمریکا آغاز به کار کرد. این وب سایت به اشخاص کمک می‌کرد تا خانه، آپارتمان یا اتاق‌های خانه‌شان را به دیگران اجاره دهند. ایده این استارت آپ به خودی خود هیچ مشکل قانونی نداشت اما با بقیه قوانین املاک و مستغلات در شهرهای دیگر در تضاد قرار گرفت و البته با امکان اجاره اقامتگاه توسط افراد، به کسب و کار هتل‌ها هم آسیب می‌زد. اکونومیست در این باره نوشت که این استارت آپ هرچند نتوانسته سهم هتل‌های لوکس از بازار را کاهش دهد اما هتل‌ها در شهرهایی که این استارت آپ خدمات ارائه کرده با ۵۰ درصد کاهش درآمد در دسامبر سال ۲۰۱۲ رو به رو شدند. غیر از مسئله هتل‌ها، ایر بی بی اند بی در بارسلونا به دلیل نقض قوانین گردشگری جریمه شده است. این استارت آپ در شهرهای آمریکا مثل سانفرانسیسکو، نیویورک و نیواورلئان با مشکلات حقوقی رو به رو شد که بعضی هنوز ادامه دارد. البته اوضاع همیشه و در همه جا برای ایر بی بی اند بی بد نبوده است. قانون در بسیاری از کشورها به نفع تکنولوژی عقب‌نشینی کرده است. گاردین در سال ۲۰۱۴ گزارش داد که در فرانسه و انگلستان قوانین به اشتراک گذاشتن ملک شخصی یا اجاره آن به گردشگران و دیگران به نفع استفاده از اینترنت در حال تغییر است. |
| داخلی‌ها                                          | چالش‌های قانونی و مقاومت کسب و کارهای سنتی علیه استارت آپ‌ها در ایران                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| دیوار                                             | «دیوار را خراب می‌کنم» این جمله رئیس اتحادیه مشاوران املاک در اعتراض به سایت خرید و فروش دیوار بود. استارت آپی که از سال ۹۲ برای خرید و فروش انواع محصولات نو و دست دوم توسط مردم ایجاد شد و البته امکان معرفی و فروش املاک هم یکی از گزینه‌های آن است. دیوار با توجه به حذف واسطه از فرایند معرفی و فروش مسکن کسب و کار ۱۲ هزار بنگاه معاملات ملکی در تهران را تهدید می‌کرد به همین دلیل اتحادیه مشاوران املاک با اعلام اینکه دیوار هیچ ارتباطی با بنگاه‌ها نمی‌گیرد، علیه این استارت آپ پرطرفدار موضع‌گیری کرد. البته رئیس اتحادیه مشاوران املاک در بازدید از یک استارت آپ دیگر که در زمینه معاملات ملکی فعالیت می‌کرد توضیح داد که کار بی‌مجاز در زمینه معاملات مسکن را قبول ندارد و فعالیت استارت آپ‌های شفاف و مرتبط با بنگاه‌ها در فضای مجازی مشکل‌زا نیست.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| فین تکی‌ها (زیرین پال، پی‌پینگ، باهمتا و ایدی‌بی) | چند استارت آپ در زمینه امور مالی که در دسته فین تکی‌ها شناخته می‌شوند، در تابستان سال جاری فیلتر شدند. دلیل مسدود شدن سایت این استارت آپ‌ها عدم دریافت نماد اعتماد الکترونیک معرفی شد. در مورد فیلتر کردن این سایت‌ها خیلی از مسئولان اظهار کردند و توپ را توی زمین دیگری انداختند. معاون کمیته فیلترینگ اعلام کرد که بانک مرکزی باید این استارت آپ‌ها را تایید کند و بانک مرکزی هم پاسخ‌گو نیست. از سوی دیگر بانک مرکزی پیش از این داستان به فعالان فین تکی اعلام کرده بود که مجوزی برای فین تکی‌ها صادر نمی‌کند اما آنها اجازه فعالیت دارند. در نهایت زیرین پال، پی‌پینگ و ایدی‌بی پس از یک هفته با ارائه مدارک لازم به مراجع قضایی رفع فیلتر شدند.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

ایرانی‌ها همیشه نگران این هستیم که سرمان کلاه بگذارند و البته اگر به تعداد پرونده‌های کلاهبرداری که مورد رسیدگی قوه قضاییه قرار می‌گیرد نگاه کنیم، شاید به مردم حق دهیم. ۳ تا ۴ میلیون پرونده کلاهبرداری در دستگاه دادرسی کشور وجود دارد و می‌توان گفت به طور کلی اعتماد عمومی مردم ایران در معامله کم است.»

جامعه‌ای بقدر به شرکت‌های استارت‌آپی اعتماد می‌کند هم محل سؤال است. جامعه ایرانی در بین دیگر کشورها چه وضعیتی دارد؟ امیرمحمود حریریچی جامعه‌شناس در گفت‌وگو با آینده‌نگر می‌گوید: «ایرانی‌ها به طور ریشه‌ای در انجام فعالیت‌های اقتصادی دچار نوعی بدگمانی یا نگرانی هستند. شاید این تجربه تاریخی ماست که به این نگرانی دامن می‌زند. ما

و اقسام حواشی را در یک سال گذشته ساخته است. گرایش سیاسی، رسوایی جنسی و مشکلات مالی در یک سال گذشته بزرگ‌ترین شرکت استارت‌آپی دنیا را حسابی درگیر کرده است. حضور کالائیک در هیئت مشاوران اقتصادی رئیس‌جمهور آمریکا به مذاق شهروندان آمریکایی خوش نیامد.

هرچند کالائیک این هیئت را در اعتراض به تصمیم مهاجرتی دونالد ترامپ ترک کرد اما هشتگ اوبر را حذف کن به ریزش مسافران اوبر انجامید. بی‌توجهی واحد منابع انسانی اوبر به آزار جنسی کارکنان این شرکت و شکایت شرکت آلفا از اوبر به دلیل سرقت تکنولوژی خودروهای بدون راننده کار را برای اوبر سخت کرد. کالائیک از مدیریت اوبر استعفا داد و دارا خسروشاهی جای او را گرفت اما ضربه سخت‌تر، موضع‌گیری اقتصادی‌ترین شهر اروپا علیه اوبر بود. لندن اعتبارنامه این شرکت را برای ادامه فعالیت در این شهر تایید نکرد. موج اخبار بد برای اوبر فروکش کرده است اما آثار وقوع رخدادها در آینده‌های نزدیک توسط رسانه‌ها به اوبر گوشزد می‌شود. گزارش‌ها نشان می‌دهد که سهم اوبر در کنار رقبایی مثل لیفت در آمریکا از بازار سفرهای شهری در سومین فصل سال یک درصد کاهش یافته است، با وجود این، اوبر در تلاش است تا برای رفع مشکلات، در برابر رقبای کم‌نیاورد و مهم‌تر اینکه حتی اگر اوبر از صحنه روزگار محو شود، تاکسی‌یابی اینترنتی هرگز قابل حذف نیست. ■

می‌کند می‌گوید: ۵۰ درصد برای پول و ۵۰ درصد برای تفریح و آن تفریح هم با مردم است. لیزا اوبر را محقق‌کننده رویای همیشه مستقل و کارآفرین بودن می‌داند، برای همین او در کلمبیا به اوبر پیوسته است. و ایستر در نایروبی با کار در اوبر وقت بیشتری برای گذراندن با همسر و دخترش دارد. این پیام‌های رانندگان اوبر در سایت این شرکت هرچند برای تبلیغ بیشتر کار در بازارش‌ترین استارت‌آپ دنیا به اشتراک گذاشته شده اما به امتیاز واقعی اوبر اشاره دارد چرا که انعطاف زمان کار و ثروت‌آفرینی در مقابل ضرورت حضور در محل کار با درآمد ثابت، هدیه کمی برای مردم نیست، هدیه‌ای که اوبر آن را با یک اپلیکیشن به ساکنان کره خاکی تقدیم کرده است. اما دنیای کسب‌وکار با دو آجر روی هم گذاشتن و ساخت یک دیوار تمام نمی‌شد. روی هر آجر باید آجر دیگری گذاشت و کنار هر دیوار باید یکی دیگر ساخت تا زمانی که یک خانه ساخته شود و باز روی هر خانه‌ای می‌توان طبقات دیگر بنا کرد. به دلیل سلطه همین قاعده بر فضای کسب‌وکار است که اوبر با وجود همه خوبی‌هایش برای رانندگان، مسافران و دنیا با انتقاداتی روبه‌رو شده است. فرازنشیب‌هایی که اوبر در هشت سال گذشته طی کرده زیر ذره‌بین تحلیل‌گران اقتصادی، علاقه‌مندان به راهاندازی استارت‌آپ، جامعه‌شناسان اقتصادی، حقوق‌دانان و حتی سیاستمداران قرار گرفته است. پیش‌قراول کسب‌وکارهای نوپا در سال ۲۰۱۷ کم نگذاشته و تقریباً انواع

کتابفروشی‌های  
مستقل هم فکر  
می‌کنند که کاری  
پیش از کتاب  
فروختن به مردم  
انجام می‌دهند در  
نتیجه تلاش کردند  
با تقویت اتحادیه  
و ایجاد مراکز کتاب  
با ترکیب چند  
کتابفروشی در کنار  
آمازون زنده بمانند

مجاری انجام می‌شد و می‌شود، در بین مردم ایران به عدم استقبال یا بروز کلاهبرداری‌هایی منجر شد و خدشه بیشتری به اعتماد عمومی وارد کرد. متأسفانه تنها کارتونی از این معاملات به کشور ما وارد شده بود و شاخص‌های اطمینان‌بخش و جلب اعتماد عمومی را در این مورد در نظر نگرفته بودیم. هرچند بسیاری از سایت‌ها خدمات یا کالاهایی را ارائه می‌کردند که مبالغ آن کم بود و مردم به همین دلیل اعتماد و خرید می‌کردند اما در مورد همان مبالغ کم هم کلاهبرداری‌هایی انجام می‌شد که هرچند برای هر فرد مبلغ کمی به نظر می‌آمد اما برای کلاهبردار مبلغ زیادی می‌شد. این در حالی است که در دیگر کشورهای دنیا شیوه پرداخت و دریافت جنس شفاف است. امکان بازبینی اجناس وجود دارد و از سوی دیگر سیستم کم‌نقصی برای رسیدگی به شکایاتی که ممکن است ایجاد شود، شکل گرفته است.»

### خطای پیر، بزرگ‌تر است

با فاصله زمانی کمی از رخداد تلخ تعرض به یک زن مسافر، رانندگان اسنپ در اعتراض به کم بودن کرایه‌ها و عدم پاسخ‌گویی شرکت مقابل ساختمان مرکزی اسنپ تجمع کردند و بار دیگری به مشکلات این شرکت استارت‌آپی اضافه شد. به گفته شهرام شاهکار اسنپ ۱۰ هزار راننده جذب کرده و به ۵۰۰ هزار مشتری خدمت می‌کند. این تاکسی‌یاب اینترنتی به تنهایی ۱۰۰ میلیون سفر را به سلامت به نتیجه رسانده است. هرچند نام‌های دیگری مثل تپسی، کارپینو و... در کنار اسنپ به عنوان تاکسی‌یاب اینترنتی و شرکت‌های استارت‌آپی مطرح است اما اسنپ را می‌توان پیش‌تاز این عرصه برشمرد. پیش‌تازی که هرچه بزرگ‌تر شود، با چالش‌های بیشتری روبه‌رو خواهد شد و خطایش هم بزرگ‌تر به نظر می‌رسد. با وجود این اما تاکسی‌یاب‌های اینترنتی قابل حذف نیستند چراکه در این سال‌ها مطالبه لوکس کرایه خودرو از آژانس‌ها تبدیل به نیاز مردم شده است، نیازی که ممکن است برای پاسخ به آن در آینده هزاران استارت‌آپ دیگر شکل بگیرند و به یک شرکت استارت‌آپی بارزش تبدیل شوند. ■

این جامعه‌شناس ریشه این نگرانی عمومی و بی‌اعتمادی را در قانون می‌داند. حریرچی می‌گوید: «یکی از دلایل نگرانی همیشگی ما در معامله یا کنش‌های اقتصادی این است که فکر می‌کنیم اگر بازنده شویم دستان به هیچ‌جا بند نیست. ما نمی‌دانیم در صورت شکست در معامله یا کنش اقتصادی باید به کجا شکایت کنیم، به سراغ چه کسی برویم و چه زمانی شکایت کنیم. از سوی دیگر با بررسی موارد مشابه به مشکلاتی در زمینه وقت و هزینه رسیدگی به مطالبات و شکایات بر می‌خوریم. همه اینها به نگرانی ما در کنش‌های اقتصادی دامن می‌زند و باعث می‌شود که دست به عصا تر از دیگر ملت‌ها و محتاط‌تر باشیم.»

به گفته این جامعه‌شناس این نگرانی در مورد معاملات اینترنتی هم صدق می‌کند. حریرچی به آینده‌نگر می‌گوید: «با گسترش استفاده از فناوری، خرید و فروش اینترنتی در ایران مثل تمام دنیا رایج شده است اما بنا به دلایلی که گفتیم، مردم در ابتدای امر به این خرید و فروش‌ها سخت اعتماد کردند و اکنون قشر خاصی از مردم با اعتماد به سایت‌های مشخصی به خرید و فروش اینترنتی روی می‌آورند.

نگرانی از عدم رسیدگی به شکایات در معاملاتی که در فضای



تجمع رانندگان تاکسی در برزیل در اعتراض به فعالیت اوبر در این کشور

### نمونه‌ای از اعتراضات علیه اوبر در دیگر کشورهای جهان

|         |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| دانمارک |  | در سپتامبر ۲۰۱۵، ۲۰۰ راننده تاکسی در کپنهاگ پایتخت دانمارک در اعتراض به فعالیت اوبر تجمع کردند. رانندگان به عدم پرداخت مالیات توسط رانندگان اوبر و عدم اجبار این رانندگان به تعهدات بیمه اعتراض کردند. اوبر در پاسخ به این اعتراض عنوان کرد که همراهان اوبر (رانندگان این شرکت) کارمندان اوبر نیستند. آنها رانندگان مستقل هستند و خودشان در برابر مسائل مالیاتی‌شان مسئول‌اند. اعتراض تاکسی‌ران‌های دانمارکی علیه اوبر چندین بار تکرار شده است. در نهایت نماینده اوبر در ۲۸ مارس اعلام کرد که پس از سه سال حضور در دانمارک و ۳۰ هزار داندول اپلیکیشن این شرکت توسط دانمارکی‌ها، به دلیل قانون جدید این کشور در مورد خدمات تاکسی‌رانی فعالیت اوبر را در دانمارک ملغاً می‌کند.                                                                   |
| برزیل   |  | بیش از هزار راننده وسایل نقلیه در پایتخت برزیل و مقابل ساختمان کنگره این کشور علیه اوبر تجمع اعتراضی تشکیل دادند. رانندگان معترض از کنگره خواستند که فعالیت شرکت آمریکایی اوبر را در آمریکای لاتین ممنوع کند. رانندگان در این تجمع اعلام کردند که عرضه خدمات حمل‌ونقل توسط اوبر به کاهش مسافر و درآمد آنها منجر شده است. اوبر در بزرگ‌ترین شهرهای برزیل مثل سائوپائولو، ریودوژانیرو و برازیلیا فعالیت می‌کند. در یک تجمع اعتراضی دیگر رانندگان تاکسی در شلوغ‌ترین ساعات رفت و آمد با پارک تاکسی‌های زردرنگی که روی آن نوشته شده بود «اوبرا بیرون» یک صف پنج‌کیلومتری ایجاد کردند. به گزارش رویترز قانون‌گذاران به عدم فعالیت اوبر در ریودوژانیرو بزرگ‌ترین شهر برزیل رأی دادند، طرحی که برای اعمال آن به موافقت مدیران اجرایی شهر نیاز داشتند. |
| هند     |  | تجاوز یک راننده اوبر در دهلی نو به مسافرش در دسامبر ۲۰۱۴ توسعه فعالیت‌های اوبر را در این کشور با مشکل روبه‌رو کرد. مسئولان حمل‌ونقل شهری دهلی اعلام کردند که مشتریان اوبر درباره گواهی کار این شرکت دچار سوءتفاهم‌اند و فکر می‌کنند اوبر با مجوزی که تمام تاکسی‌های هند با آن کار می‌کنند، فعالیت می‌کند. این در حالی است که اوبر هرگز برای چنین مجوزهایی درخواست نداده است. کالانیک پس از این اتفاق در بیانیه‌ای گفت: «ما همکاری، تکرار می‌کنم، همکاری برای تحویل مجرم و حمایت از قربانی و خانواده‌اش برای درمان او انجام خواهیم داد.» مشابه این حادثه در سان‌فرانسیسکو و لس‌آنجلس هم رخ داده است.                                                                                                                                            |
| هلند    |  | دادگاهی در هلند علیه اوبر اقامه دعوا کرد. براساس نظر این دادگاه اوبر نمی‌تواند با رانندگانی که گواهی‌نامه ندارند کار کنند. راننده تاکسی‌های گواهی‌نامه‌دار می‌توانند با این شرکت همکاری کنند.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| آلمان   |  | بازار آلمان برای اوبر بازار سختی بود. در آلمان خودروی استاندارد برای تاکسی یک مدل لوکس بنز است، چیزی که اوبر نمی‌توانست آن را فراهم کند. در سپتامبر ۲۰۱۴ دادگاهی فعالیت اوبر را در هامبورگ و برلین به دلیل عدم تطابق فعالیت‌هایش با قوانین ممنوع کرد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| کانادا  |  | شهرداری تورنتو علیه اوبر در دادگاه اقامه دعوا کرد. اتهام اوبر به خطر انداختن امنیت عمومی و نقض قوانین عنوان شد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

یک مشکل در کشور ما این است که قوانین برای کسب و کارهای نوپا شکل نگرفته است، چه در این باره که شروع فعالیت یک استارت آپ و ادامه آن را تسهیل کنند و چه در این زمینه که در درجه اول از بروز تخلفات پیشگیری و در درجه دوم اگر خلافی رخ داد با آن به طور مناسب برخورد کنند.

## [ قانون ]

# اعتراض همیشگی رقیب

## استارت آپ تشکل و قانون خودش را می خواهد



حسین میر محمدصادقی

استاد دانشگاه شهید بهشتی

بیش از یک دهه پیش  
به جرایم فضای  
مجازی و حوزه  
رایانه با قوانین  
عادی رسیدگی  
می شد در حالی که  
در بسیاری از موارد  
جرم مصداق قانون  
قرار نمی گرفت.  
بعدها در سال  
۸۸ قانون جرایم  
رایانه ای به تصویب  
رسید

شاهد تجمعاتی علیه فعالیت آن بودیم که در آن تلاش می شد با جهت گیری سیاسی جلوی کسب و کارهای نوپا را بگیرند و حتی شعار می دادند که این کسب و کارها نفوذی اند. این طور اعتراضات همیشه در فضای کسب و کار برای زیاد نشدن رقیب وجود دارد. به طور طبیعی سنتی ها زمانی که با رقیب تازه نفس روبه رو شوند، تلاش می کنند با روش های مختلف با آن مقابله کنند و حتی به رقیب انگ می زنند. تخلفی که در اسنپ رخ داد، یعنی تجاوز یکی از رانندگان به یک زن مسافر، در تاکسی یا دیگر وسیله های حمل و نقل هم سابقه دارد. با یک یا دو تخلف نمی توان یک صنف را زیر سؤال برد و جلوی اشتغال جوانان را گرفت. از سوی دیگر مسئولان باید با موضع گیری درست در این باره ناخواسته گرفتار دام نشوند و اصل کسب و کار را زیر سؤال نبرند. از سوی دیگر باید با تشدید نظارت و رفع نقایص موجود در یک کسب و کار نوپا احتمال بروز چنین اتفاقات ناگواری را به حداقل ممکن رساند. امنیت افراد در سفرهایی که با تاکسی های اینترنتی انجام می شود، در اولویت است و باید از افراد شناخته شده و بدون سوء سابقه در خدمات دهی استفاده کرد و البته این مهم باید در آژانس های کرایه اتومبیل که به طور سنتی فعالیت می کنند هم در نظر گرفته شود. تمام قوانین در ایران، اعم از قوانین مدنی، قانون تجارت و دیگر قوانین مرتبط با بهبود فضای کسب و کار و ایجاد اتحادیه های صنفی، و البته قوانین کیفری با نگاه سنتی به کسب و کارها وضع شده است. در این مورد برای بازنگری قوانین به یک رویکرد جدید نیاز داریم تا تغییرات لازم را ایجاد کند. در وهله اول پیشگیری و در وهله دوم برخورد متناسب با تخلف در فرآیند بازنگری قوانین در اولویت است. ■

## نکته هایی که باید بدانید

- تمام قوانین در ایران، اعم از قوانین مدنی، **قانون تجارت** و دیگر قوانین مرتبط با بهبود فضای کسب و کار و **ایجاد اتحادیه های صنفی**، و البته قوانین کیفری با **نگاه سنتی** به کسب و کارها وضع شده است.
- یکی از استارت آپ های بزرگ ایرانی به اسم اسنپ که در زمینه حمل و نقل شهری فعالیت می کند با یک **چالش امنیتی** روبه رو شد و متأسفانه با یک شیوه غلط در بعضی اظهار نظرها به جای فرد خاطی، **کسب و کار** بود که **مورد اتهام** قرار گرفت و سرزنش شد.
- بیش از یک دهه پیش به **جرایم فضای مجازی** و حوزه رایانه با قوانین عادی رسیدگی می شد در حالی که در بسیاری از موارد جرم مصداق قانون قرار نمی گرفت.
- با توجه به **نقش استارت آپ ها در تولید ثروت و کار آفرینی** به صلاح اقتصاد نیست که از وجود آنها صرف نظر کند.
- تخلفی** که در اسنپ رخ داد، یعنی تجاوز یکی از رانندگان به یک زن مسافر، در تاکسی یا دیگر وسیله های حمل و نقل هم سابقه دارد. با یک یا دو تخلف نمی توان یک صنف را زیر سؤال برد و جلوی اشتغال جوانان را گرفت.

کسب و کارهای نو یا استارت آپ ها بخش عمده ای از اقتصاد کشورها را به خود اختصاص داده اند. با توجه به رشد کسب و کارهای نو می توان گفت سهم آنها از اقتصاد جهان فزاینده و افزایشی است به گونه ای که پیش بینی ها بر این اساس از تعطیلی کسب و کارهای سنتی در آینده ای نزدیک خبر می دهد و اینکه کسب و کارهای نو جای بسیاری از مشاغل سنتی را تنگ و پس از گذشت مدت زمانی آن را حذف می کنند؛ ضمن اینکه استارت آپ ها زمینه اشتغال قابل توجه جمعیت فعال در اقتصاد را فراهم می کنند. بنابراین گریزی از ایجاد کسب و کارهای نو نیست چرا که دنیا به این سمت و سو حرکت می کند و از سوی دیگر با توجه به نقش استارت آپ ها در تولید ثروت و کار آفرینی به صلاح اقتصاد نیست که از وجود آنها صرف نظر کند. اما یک مشکل در کشور ما این است که قوانین برای کسب و کارهای نوپا شکل نگرفته است، چه در این باره که شروع فعالیت یک استارت آپ و ادامه آن را تسهیل کند و چه در این زمینه که در درجه اول از بروز تخلفات پیشگیری کنند و در درجه دوم اگر خلافی رخ داد با آن به طور مناسب برخورد کنند. از سوی دیگر به طور ریشه ای بسیاری از اتحادیه ها و صنف در ارتباط با کسب و کارهای سنتی در ایران شکل گرفته اند و متأسفانه این اتحادیه ها از منافع استارت آپ ها حمایت نمی کنند. هر چند به تازگی با تلاش های معاونت علمی و فناوری دفتر ریاست جمهوری در این زمینه اقداماتی انجام شده است اما باید با دقت بیشتری به پدیده استارت آپ ها پرداخت. به نظر می رسد ایجاد یک تشکل مناسب برای حمایت از استارت آپ ها ضروری است و از سوی دیگر شکل دهی به قوانین نظارتی بر فعالیت آنها به تسهیل و تشویق فعالان این عرصه کمک می کند. نباید از نظر دور داشت که هر نوع حمایت و تدوین قوانین به منظور تسهیل و رسیدگی به امور کسب و کارهای نو به نفع اقتصاد کشور است. پدیده های نو به رویکردهای نو و قوانین نو نیاز دارند. برای مثال بیش از یک دهه پیش به جرایم فضای مجازی و حوزه رایانه با قوانین عادی رسیدگی می شد در حالی که در بسیاری از موارد جرم مصداق قانون قرار نمی گرفت. بعدها در سال ۸۸ قانون جرایم رایانه ای به تصویب رسید و پس از آن به عنوان بخشی از قسمت آخر قانون تعزیرات در نظر گرفته شد. در مواردی میزان مجازاتی که در جرایم سنتی در نظر گرفته شده، با توجه به خسارات بیشتری که جرایم رایانه ای به بار می آورد متناسب نیست. تخلفات در فضای مجازی و کسب و کارهای نوپا یا جلوگیری از بروز آنها پیامدهای متفاوتی در پی دارد و باید قوانین متناسب با آن را تدوین کرد. یکی از استارت آپ های بزرگ ایرانی به اسم اسنپ که در زمینه حمل و نقل شهری فعالیت می کند با یک چالش امنیتی روبه رو شد و متأسفانه با یک شیوه غلط در بعضی اظهار نظرها به جای فرد خاطی، کسب و کار بود که مورد اتهام قرار گرفت و سرزنش شد. پیش از این هم در ماه های اول فعالیت این استارت آپ

آیا در برابر تمام نوآوری‌ها مخالفت وجود دارد؟

## یک صنف متحد برای جلب مخاطب

گفت‌وگو با مهسا محق، مدیر اپلیکیشن‌های زوم و کاناپه که این روزها در حوزه پخش آنلاین فعال است

این روزها استفاده از شبکه‌های اینترنتی برای تماشای فیلم‌ها و سریال‌های روز خیلی مرسوم شده است. به جای خرید دی‌وی‌دی و نگهداری از آنها مردم ترجیح می‌دهند به صورت آنلاین سریال و فیلم‌شان را ببینند که هم جایی اشغال نمی‌کند و هم هر لحظه روی تمامی گجت‌هایشان از لپ‌تاپ گرفته تا موبایل در دسترس است. شرکت صباسل با همکاری دو اپراتور تلفن همراه دو اپلیکیشن زوم و کاناپه را به همین منظور ارائه داده است. با مهسا محق مدیر بخش رسانه‌های صباسل درباره VOD و ویژگی‌های آن و جهت‌گیری صنفی‌شان صحبت کردیم.

دیگر هم باید توجه کرد در سینمای ایران تعداد تولیدات خیلی زیاد است و با توجه به تعداد سالن‌ها ظرفیت اکران محدود. در نتیجه در آینده، آن هم نه آینده دور مثل ۲۰ سال دیگر، که بین ۳ تا ۵ سال، ممکن است تولیداتی مختص وی‌آیدی داشته باشیم که صنعت سینما را رونق خواهد داد. از سمت تبلیغات هم می‌شود به این قضیه نگاه کرد که شیوه‌های جدید تبلیغات به بازار می‌آید که بیشترشان روی تبلیغات ویدئویی مانور می‌دهند و ویدئو خیلی موثر است. اینها را برای امروز نمی‌بینیم ولی در برنامه آینده‌مان هست که اگر تعداد کاربران بیشتر شود، می‌شود همه این کارها را انجام داد. کلاً بحث ویدئو خیلی جای کار و پیشرفت دارد. می‌دانیم که آهسته و پیوسته رفتن در این صنعت و ماندن در آن آینده خوبی دارد.

■ به بحث شهرستان‌ها اشاره کردید؛ آیا باز خوردی گرفته‌اید که در شهرستان‌ها هم از این اپلیکیشن‌ها استقبال می‌شود یا نه؟

بله، باز خوردی که ما گرفته‌ایم این است که در اصفهان، تبریز، شیراز و یزد از اپلیکیشن ما استفاده می‌شود. شاید تعداد کاربران قابل مقایسه با تهران نباشد اما استفاده از اپلیکیشن‌ها در این شهرستان‌ها به چشم می‌آید. حتی فکر کرده‌ایم درصدی از تبلیغات و بازاریابی‌ای را که می‌خواهیم انجام بدهیم روی شهرستان‌ها بگذاریم چون جواب می‌دهد.

■ در حال حاضر محتوای قابل پخش اپلیکیشن‌ها چیست؟ تا بعد به این نکته برسیم که رابطه‌تان با سینما و در حقیقت تولیدکنندگان محتوا چطور است؟ دیده‌ام که این اپلیکیشن‌ها سریال خارجی هم پخش می‌کنند. یعنی با شبکه نمایش خانگی هم در ارتباط هستید؟

ما با شبکه نمایش خانگی در ارتباطیم و با تهیه‌کنندگان سینما هم به طور جداگانه در ارتباط هستیم. فیلم‌های روز از اپلیکیشن‌ها پخش می‌شود. در صنف ما یعنی وی‌آیدی و شرکت‌هایی که این سرویس را ارائه می‌دهند تعریف فیلم روز این است: فیلمی که اکرانش تمام شده و هنوز به شبکه نمایش خانگی نیامده است. ما شروع به مذاکره با تهیه‌کننده‌ها می‌کنیم و درصدی از فروش فیلم در سینما را به عنوان پیش‌پرداخت به تهیه‌کننده می‌دهیم و حق وی‌آیدی فیلم را به مدت یک یا دو سال از آنها می‌گیریم و بعد هم در سود فیلم سهیم هستیم، یعنی وقتی پیش‌پرداخت مستهلک شد در فروش سهیم می‌شوند.

■ در فروش سهیم می‌شوند یعنی هر کاربری که یک‌بار فیلم را ببیند انگار یک بلیت سینما خریده است؟

تقریباً چنین چیزی است. برخی از دوستان تکی یک فیلم را می‌فروشند ولی ما این کار را نمی‌کنیم. بلکه یک اشتراک روزانه می‌گیریم و بعد کاربر بدون محدودیت هر چقدر خواست در طول روز می‌تواند فیلم تماشا کند. این روش معمولاً بهتر جواب می‌دهد. چون اگر بخواهید پنج تا فیلم در روز نگاه کنید و هر کدام دو هزار تومان، خب گران درمی‌آید. اما اگر مبلغ ثابتی بدهید برای کاربر خیلی جذاب است که با آن مبلغ هر چقدر دلش خواست می‌تواند فیلم نگاه کند.

■ یعنی این فرم اشتراک روزانه برای کاربر هم به صرفه‌تر است؟

اگر کاربری باشد که اهل فیلم دیدن است صد درصد برایش به صرفه‌تر خواهد بود.

■ به نظر بهتر است از اینجا شروع کنیم که اصلاً چه شد بازار ایران به سمت پخش آنلاین فیلم رفت؟ اصلاً چطور خودتان سراغ این اپلیکیشن‌ها رفتید؟ چه لزومی برایشان وجود داشت؟

شرکت صباسل دو سال و نیم پیش در خرداد از نقطه نظر تجاری به راه افتاد و همکاری روی اپلیکیشن زوم را با شرکت ایرانسل شروع کرد. ایرانسل یک سری اپلیکیشن تری جی آورده بود که آن زمان اسمش ویدئوخوان بود. اپلیکیشن موسیقی و بازی بودند. چند شرکت روی این اپلیکیشن‌ها شروع به همکاری با ایرانسل کردند و صباسل هم اپلیکیشن زوم را که مخصوص پخش فیلم و سریال بود انتخاب کرد و شروع به کار کردیم. دو، سه ماه بعد من به صباسل اضافه شدم و حدود یک سال بعد اپلیکیشن کاناپه را راه اندازی کردیم. اپلیکیشن کاناپه هم مربوط به پخش فیلم و سریال است اما کاملاً برند خودمان محسوب می‌شود. البته کاناپه با همراهی اپراتور همراه اول کار می‌کند ولی برندش متعلق به خودمان است. این دو اپلیکیشن در زمینه محتوا یک سری تفاوت‌ها با هم دارند اما در زمینه تکنیکی خیلی شبیه هم هستند. برنامه‌های بازاریابی‌شان هم با یکدیگر متفاوت است ولی کلاً در بخش وی‌آیدی (VOD) شرکت صباسل این دو اپلیکیشن را جلو می‌برد.

■ در حقیقت شما الان با دو اپراتور اصلی تلفن‌های همراه همکاری می‌کنید.

تداخلی پیش نمی‌آید؟ نه، راهنشان از هم جداست. کاربران و مسیرها از هم جدا هستند و مشکلی پیش نمی‌آید. هر دو اپراتور هم آگاه هستند که یک طرف کاناپه را داریم و طرف دیگر زوم و همیشه از روز اول همه چیز شفاف بوده است.

■ برگردیم به این نکته که در اپلیکیشن‌های پخش فیلم چه قابلیت و ظرفیتی وجود دارد که اصلاً شرکت صباسل به سمتشان رفت؟ قاعدتاً باز خوردی که اول از زوم گرفتید مثبت بوده که در همان راستا سراغ اپلیکیشن کاناپه هم رفتید.

کلاً بحث ویدئو در کل دنیا رو به رشد است. اتفاقاتی که در ایران می‌افتد هم خیلی از ترندهای جهانی متفاوت نیست. ممکن است اختلاف زمانی داشته باشد اما معمولاً الگوها همان است که در بقیه نقاط دنیا داریم. مثل قضیه استارت‌آپ‌ها که الان خیلی داغ شده و اول در آمریکا و بقیه کشورها اتفاق افتاده بود. در دنیا مصرف دیتای اینترنت به سمت فیلم دیدن و پخش آنلاین رفته است. در ایران هم اگر دقت کنید ممکن است مردم خیلی کتاب نخوانند یا چیزی گوش ندهند اما تماشا می‌کنند. کلاً ذات بشر این است که به تصاویر علاقه بیشتری دارد. این طوری یاد گرفتن هم برایش آسان‌تر و جذاب‌تر است. این مقوله برای ما از اول جذاب بود و حس می‌کردیم با توجه به ترندی که در بقیه جاهای دنیا وجود داشته در ایران هم این اتفاق می‌افتد. و واقعاً هم همین‌طور شد و الان می‌بینیم که به چه شکل دارد پیش می‌رود. در ایران از لحاظ سینما هم که بخواهیم نگاه کنیم باید گفت که تعداد سالن‌های سینما خیلی چشم‌گیر نیست و اکثر سالن‌ها هم در تهران است. وضعیت اینترنت هم روز به روز بهتر می‌شود. هم اینترنت ای‌دی‌اس‌ال و هم اینترنت دیتا. این طوری در شهرهایی که کمتر سالن سینما و امکان نمایش هست می‌تواند خیلی اتفاق بزرگی باشد که مردم به فیلم‌های روز دسترسی پیدا کنند. هم محتوای ایرانی و هم محتوای خارجی. از این نظر به قضیه نگاه کنید موقعیت جذابی است. از سمت

من خودم یک نفره تصمیم نمی گیرم که فیلم ساخته بشود یا نشود. باید مشاوران فیلم نامه را بخوانند و تحلیل کنند و به آن نمره بدهند.

البته خیلی رویش بحث است که اگر اینترنت حجمی نباشد و به سمتی برویم که دیگر حجم ها نامحدود نشوند، خب آن وقت دیگر این راه حل جواب نمی دهد. ولی حالا تا آن موقع این کار را انجام می دهیم و مخاطب استقبال می کند. چون ببینید هنوز آن ذهنیت داندلودی برای مخاطبان ما وجود دارد. اپلیکیشن های ما اجازه داندلود به کاربر نمی دهند و فقط پخش آنلاین است. سیاست ما برعکس خیلی اپلیکیشن ها این است که کاربر عادت کند که لازم نیست هارد و حافظه زیادی برای فیلم هایش مصرف کند و می تواند آنها را آنلاین ببیند. ولی هنوز کاربر این تصور را دارد که خب من یکبار فیلم را نگاه می کنم ولی هزینه اشتراک که داده ام، پول اینترنت هم که داده ام هیچ چیزی هم دستم نیست، این دغدغه را برای کاربران کم می کنیم که قرار نیست پول اینترنت بدهید. علاوه بر اینکه محتوای خارجی ما، یعنی فیلم و سریال خارجی روی اپلیکیشن الان رایگان است و برای آنها از کاربر پولی نمی گیریم چون عقیده ما این است که فعلا نمی توانیم رایت آنها را بگیریم و جزو قانون کپی رایت نیستیم. در نتیجه با وجود هزینه های زیر نویس و سانسور و آماده سازی و بقیه کارها این بخش از محتوا را رایگان در اختیار کاربر قرار می دهیم. فقط برای رونق و ویرتین اپلیکیشن ها از این قضیه استفاده می کنیم و خب چیزی هم نیست که همیشگی باشد. بالاخره یک زمانی می گذرد و این قضیه کپی رایت هم جا می افتد. در مورد محتوای ایرانی هم همه شرکت های عضو صنف رایت فیلم ها را پرداخت کرده اند.

■ **محتوای خارجی را چطور انتخاب می کنید؟ و اینکه مثلا سریال «لیست سیاه» را در اپلیکیشن ها دیده ام و به شبکه نمایش خانگی هم آمده. آیا این همان نسخه شبکه نمایش خانگی است؟**

دو حالت دارد: گاهی یک شرکت محتوای خارجی را دوبله کرده و وی آدی با همان شرکت قرارداد می بندد و نسخه آنها را می گیرد و روی اپلیکیشن اش قرار می دهد یا اینکه تیم های پلتفرم ها خودشان گروه دوبله و سانسور دارند که این کار را برایشان انجام می دهد. در مورد انتخاب سریال ها هم تعداد سریال هایی که محتوایش به نوعی است که می شود با دوبله و سانسور پخش شود محدود است، در نتیجه بیشتر اوقات همان سریال هایی که شبکه نمایش خانگی انتخاب می کند در وی آدی ها هم استفاده می شوند یا اصلا از خود شرکت های شبکه نمایش خانگی خریداری می شوند. به علاوه چون فعلا احساس می کنیم که مخاطبانمان همپوشانی با هم ندارند حتی اگر محتوا یکسان باشد به مشکل بر نمی خوریم.

■ **آیا آماری وجود دارد که استقبال از محتوای خارجی روی اپلیکیشن ها چقدر است و محتوای ایرانی چقدر؟**

بله، ما می توانیم هر روز آمار بگیریم که چقدر هر محصول بازدید کننده داشته است. چون محتوای خارجی روی پلتفرم ها رایگان است از آنها خیلی استفاده می شود. و نکته دیگر اینکه خانواده ها خیالشان راحت است که در این اپلیکیشن ها محتوای خارجی و جذاب روز آماده سازی می شود و به دست فرزندانشان می رسد.

■ **از بین حرف های تان و قواعد نانوشته ای که همه پلتفرم ها رعایت می کنند حس کردم که شرکت های عضو صنف وی آدی گویا خیلی متحد و هم پیمان هستند.**

بله، ما در یک نقطه به این نتیجه رسیدیم که اگر چه رقیب یکدیگر هستیم اما حداقل یکی، دو سالی باید با یکدیگر کار کنیم تا بازار درست شود. از با هم نبودن ما ممکن بود فضای بیرونی خیلی استفاده کند. ما بچه های وی آدی تقریبا همگی از فضای مخابرات و آی تی آمده ایم و بازار سینما را نمی شناختیم. همه مان مشاوران سینمایی گرفتیم تا این فضا را بشناسیم. و خب از هماهنگ نبودن ما ممکن بود سوء استفاده شود. در نتیجه اگر کسی سریالی را توصیه می کند یا قیمتی به من می دهد می داند که انگار این را به هفت، هشت شرکت دیگر هم می گوید. نمی تواند فردا به شرکت دیگری حرف متفاوتی بزند. این قضیه باعث شد که بازار خیلی تنظیم شود.

■ **و آخر کار اینکه آیا در بخش وی آدی سرمایه گذاری خارج از صنف هم صورت می گیرد؟**

سرمایه گذاری به آن شکل که در سینما وجود دارد و مثلا صاحب برند بیاید و شراکت کند نیست ولی قطعاً شرکت ها می توانند سرمایه گذاری کنند. ما صندوق های سرمایه گذاری داریم. در بخش تولید محتوا سرمایه گذار می تواند به ما کمک کند. ■



■ **بعد از اینکه با تهیه کننده قرارداد می بندید دیگر آن فیلم وارد شبکه نمایش خانگی نمی شود؟**

چرا، می تواند وارد شبکه نمایش خانگی هم بشود. این حق وی آدی فیلم است که ما می خریم. اصلا کاری به بازار دی وی دی نداریم. ممکن است زمانی به تهیه کننده ای بگوییم که صرفا برای کاناپه یک برنامه بساز که خب آن وقت قضیه اش فرق می کند، چون خود نقش تهیه کننده و اسپانسر را خواهم داشت. اما حالا فیلمش را اکران کرده و ما فقط قرار است برایش یک کانال فروش جدید بشویم. یعنی نه می خواهیم وضعیت اکران را به هم بریزیم نه با پخش دی وی دی کاری داریم. آنها مسیر خودشان را می روند و مخاطب خودشان را هم دارند. کسی که دی وی دی می خرد دیگر روی موبایلش فیلم تماشا نمی کند. کسی که دی وی دی می خرد می خواهد روز تعطیل با خانواده اش یا دوستانش کنار هم فیلم تماشا کنند. دیگر گوشی تلفن همراه دستش نمی گیرد که با آن فیلم ببیند.

■ **این طور که می گوید بازار وی آدی بیشتر بازار جوان هاست.**

بله و بهتر است بگوییم بازار وقت تلف شده است. مثلا من در ترافیک گیر کرده ام و یک ساعت قرار است در این ترافیک باشم و هیچ کاری هم نمی توانم بکنم. در عوض می توانم سریالی را که دنبالش می کنم ببینم و شب به جای تنها سریال دیدن کنار خانواده باشم. ما دنبال چنین فضاهایی هستیم.

■ **تا جایی که فهمیدم در حوزه وی آدی بازار کاملا رقابتی است. برای اینکه مشترکانتان را بیشتر بکنید چه ایده ای دارید؟**

چیزی که الان برای مخاطبان ما جذابیت ایجاد کرده این است که هزینه های ترافیک اینترنت شان را خود شرکت پرداخت می کند. ما با آی اس پی ها قرارداد می بندیم. فرض کنید مثلا با شاتل. بعد یک سری از آی پی هایمان را به آنها معرفی می کنیم و از آن به بعد ترافیکی که از سمت این آی پی ها می آید هزینه اش با ماست و از کاربر چیزی کم نمی شود.

■ **یعنی اگر من فیلمی را که حجمش ۵۰۰ مگابایت است آنلاین از اپلیکیشن کاناپه می بینم از حجم اینترنت کم نمی شود. درست است؟**

بله، این یکی از راه های ما برای جلب مخاطب است که خیلی هم خوب جواب می گیرد.

# کنار کسب و کارهای نوپا ایستاده ایم

گفت و گو، راه حل تعارض بین سنتی ها و استارت آپ ها



اسماعیل قادری

قائم مقام معاون سیاست گذاری و ارزیابی راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

چطور باید  
باتخلفات  
استارت آپ ها  
برخورد کرد  
درحالی که  
ارزش آفرینی  
آنها علاوه بر  
آثار اقتصادی  
قابل توجه، آثار  
اجتماعی برجسته  
ای هم به همراه  
دارد؟

## نکته هایی که باید بدانید

- ▶ یکی از برنامه های معاونت علمی و فناوری دفتر ریاست جمهوری **ایجاد کارخانه های نوآوری** یا startup factory است.
- ▶ دیگر زمانی که کسب و کارهای نوپا دچار بحران می شوند باید در کنار آنها بایستیم و به خاطر یک اشتباه یا نقصان کوچک، زمینه اشتغال تعداد زیادی از افراد و گردش سرمایه را در بستر فعالیت یک استارت آپ از بین نبریم.
- ▶ برای حمایت از کسب و کارهای نوپا با هیچ کس درگیر نشدیم بلکه سعی کردیم از طریق توسعه تعاملات موضوع را برای بخش سنتی کسب و کار روشن کنیم.
- ▶ قدرت کسب و کارهای نوپا در **ایجاد تحولات اقتصادی** به اندازه ای است که می توان گفت به جای اتکا بر منابع نفتی یا دیگر منابع طبیعی و فروش آن، باید برای **ایجاد اشتغال پایدار و فراوان بر استارت آپ ها تکیه کرد.**

این دغدغه ها از زوایای مختلف به استارت آپ ها بپردازند. یکی از برنامه های معاونت علمی و فناوری دفتر ریاست جمهوری ایجاد کارخانه های نوآوری یا startup factory است. در این برنامه با استفاده از ظرفیت پهنای متروکه در شهر و بهینه سازی آن محلی را برای رونق فرهنگ کار آفرینی و نوآوری برای حضور علاقه مندان به ایجاد استارت آپ ها فراهم می کنیم. علاوه بر این به طور موازی در تلاشیم تا با همکاری نمایندگان مجلس و قوه قضاییه و دیگران موانع قانونی فعالیت استارت آپ ها را از میان برداریم و روند کار را برای جوانان تسهیل کنیم. یک نمونه از تلاش های ما دریافت نماد الکترونیک «تی نماد» است که برای فعالان استارت آپی تسهیل شده است. در جلسات دورهای با مسئولان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری برای رفع موانع فعالیت استارت آپ ها در این زمینه مذاکره می کنیم و در تلاشیم تا جایی که در اختیار دولت و هیئت وزیران است، قوانین را اصلاح، موانع را رفع و فضا را برای فعالیت کسب و کارهای نوپا فراهم کنیم و در هر زمینه ای اگر لازم است، در قالب لایحه مسائل استارت آپ ها را پیگیری خواهیم کرد.

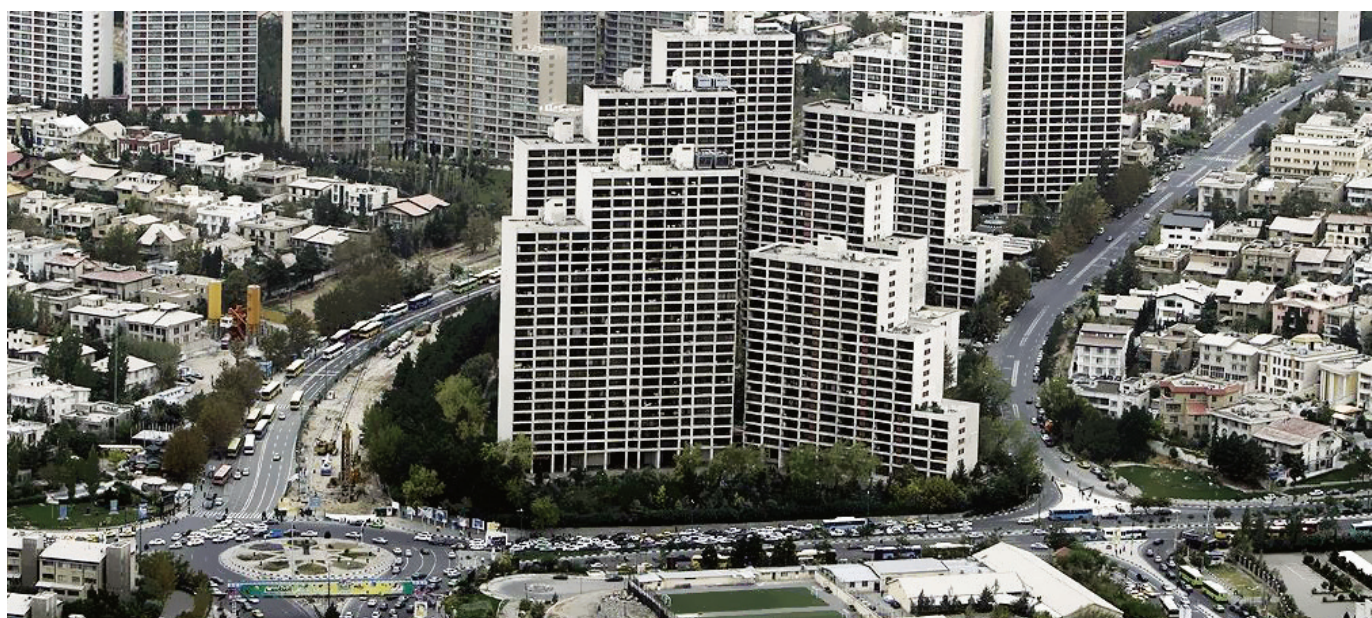
به نظر من تعامل درون سازمانی که بین سه قوه به طور عام و به طور خاص بین سازمان های دولتی به جریان افتاده نتیجه بخش خواهد بود. نکته مهم این است که مسئله استارت آپ ها در کشور فهمیده شده است. مسئولان دولتی به این باور رسیده اند که کسب و کارهای نو فرهنگ و بسترهای خاص خودش را می طلبد. فرهنگ کسب و کارهای نوپا در بین مردم و مسئولان جا افتاده است. این یعنی در مرحله خوبی از کار قرار گرفته ایم و باید در مرحله دوم، بسترهای قانونی کار را فراهم کنیم تا از این فضا به بهترین شکل ممکن بهره ببریم. به نظر من فاصله زیادی تا شرایط ایده آل نداریم چرا که هم اکنون در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خیلی زود به علاقه مندان راه اندازی استارت آپ ها پاسخ می دهیم. مراکز رشد و نوآوری و شتاب دهنده ها از دیگر اجزای پاسخ گو به مطالبات کسب و کارهای نو در اکوسیستم استارت آپی ایران است که به خوبی انجام مسئولیت می کند. با توجه به این اگر استارت آپی با یک مدل قوی کسب و کار می تواند وارد عرصه شود، مطمئن باشد که حامی بزرگی مثل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دارد و ما در کنار جوانان علاقه مند هستیم.

در زمینه برخورد بخش سنتی کسب و کارهای کشور با استارت آپ ها، برای حمایت از کسب و کارهای نوپا با هیچ کس درگیر نشدیم بلکه سعی کردیم از طریق توسعه تعاملات موضوع را برای بخش سنتی کسب و کار روشن کنیم. ماهیت فناوری و ذات آن به گونه ای نیست که بخواهد کسی را از عرصه دور کند. روح کار فناورانه بهبود بخشیدن است نه حذف کردن. فعالیت دو استارت آپ در زمینه حمل و نقل شهری و تاکسی یابی و استقبال مردم از آنها، موجی از اعتراض را در بین بخش سنتی فعال در این زمینه برانگیخت اما توانستیم با گفت و گو با تاکسی رانی و دیگر نهادهای درگیر در این زمینه موضوع را حل کنیم. در واقع در حل تعارض بین بخش سنتی و مدرن جامعه کسب و کار کشور راهی جز گفت و گو نداریم و البته با توجه به تغییر چهره دنیا توسط فناوری و اشتغال زایی موثر استارت آپ ها، گریزی از پذیرفتن آن نیست. با این رویکرد از تمام ابزارها برای توسعه کسب و کارهای نو استفاده می کنیم. ■



# ژورنال

[ این صفحه‌ها به شرح پژوهش‌های بومی اقتصادی و اجتماعی به زبانی ساده می‌پردازد. ]



## چهار سناریو برای حذف یارانه سه دهک بالا

با حذف کمک پولی مستقیم به افراد بر خوردار، رفاه اجتماعی اشخاص آسیب پذیر افزایش می‌یابد

نام پژوهش: اثر عدم تخصیص یارانه نقدی به دهک‌های پردرآمد: مدل‌سازی رفاه اجتماعی در الگوی داده ستانده با رویکرد برنامه‌ریزی خطی  
پژوهشگران: ایمان حقیقی، زهرا شاهی و مهدی اسماعیلی

ساعد یزدانجو

دبیر بخش ژورنال

هدفمندسازی یارانه‌ها از سال ۱۳۸۹ با دو هدف عمده «ایجاد عدالت در توزیع درآمد» و «کارایی در مصرف انرژی» آغاز شده است. با توجه به اینکه هدف اصلی از این سیاست، از بین بردن فقر و بهبود توزیع درآمد است، دو سؤال مهم پیش می‌آید: آیا هدفمندسازی یارانه‌ها به طور بالقوه به بهبود شاخص‌های عدالت منجر خواهد شد؟ آیا عدم پرداخت یارانه به دهک‌های پردرآمد تأثیر چندانی ایجاد خواهد کرد؟

تحلیل آثار هدفمندسازی رایانه‌ها بسیار پیچیده است. هر چند آمار نشان می‌دهد که در سال اول اجرای این طرح، هدف «بهبود کارایی در مصرف انرژی» تا حدی تأمین شده، اما به دلیل تقارن با تحریم اقتصادی ایران، شوک ارزی و ثابت ماندن قیمت انرژی با وجود تورم بالا، تحلیل آثار هدفمندسازی به سادگی ممکن نیست. بنابراین باید آثار بالقوه افزایش قیمت‌های انرژی و پرداخت یارانه نقدی به خانوارها بر رفاه دهک‌های شهری و روستایی و همچنین توزیع درآمد تحلیل شود. پرداخت یارانه نقدی و افزایش قیمت انرژی از کانال‌های گوناگونی بر توزیع درآمد اثر دارد. به نظر می‌رسد کانال مهم اثرگذاری این سیاست، کانال تغییر قدرت خرید خانوارها است. سیاست‌گذاران انتظار دارند با هدفمندسازی یارانه‌ها قدرت خرید خانوارهای فقیر افزایش و قدرت

هدفمندی یارانه‌ها از اتفاقات مهم در اقتصاد یک دهه اخیر ایران بوده که تأثیرات زیادی بر کل کشور داشته است. بعد از اینکه سال‌ها از اجرای این برنامه گذشت و تبعات دادن پول نقد به همه مردم مشخص شد، از سوی برخی کارشناسان پیشنهاد شد که بهتر است یارانه دهک‌های بر خوردار تر حذف شود و به دهک‌های کمتربر خوردار داده شود. حتی فراخوانی نیز برای انصراف داوطلبانه مردم از دریافت یارانه منتشر شد اما اصلاً از آن استقبالی به عمل نیامد تا اینکه دولت به اجبار و بر اساس اطلاعات مالی شهروندان، یارانه برخی از آنان را حذف کرد. در این میان، برخی از تحقیقات دانشگاهی تلاش کردند که نتایج حذف احتمالی یارانه کل طبقات بر خوردار را بر اساس روش‌های علمی پیش‌بینی کنند. یک گروه از این محققان پژوهشی را در این زمینه انجام داده‌اند که نتایج آن را در شماره ۵۲ فصلنامه «تحقیقات اقتصادی» دانشگاه تهران با عنوان «اثر عدم تخصیص یارانه نقدی به دهک‌های پردرآمد: مدل‌سازی رفاه اجتماعی در الگوی داده ستانده با رویکرد برنامه‌ریزی خطی» منتشر کرده‌اند. در انجام این تحقیق، ایمان حقیقی، پژوهشگر مرکز مطالعات تجارت جهانی در دانشگاه پرودو امریکا، زهرا شاهی، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه الزهرا، و مهدی اسماعیلی، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه آزاد، علوم و تحقیقات، نقش داشته‌اند که فکر اصلی آن و نتایجش را در ادامه می‌خوانید.

غنی توجهی ندارد؛ به عبارت دیگر، برای رفاه فقیر و غنی وزن برابر قابل است. دومین تابع، تابع رفاه رالزی است که به حداقل درآمد افراد توجه می‌کند و بر رفاه فقرا تمرکز دارد. سومین تابع نیز تابع رفاه کاب داگلاس است که وزن بیشتری را به رفاه فقرا می‌دهد و البته به رفاه اغنیای نیز می‌پردازد. با تحلیل ماتریس داده‌های خرد که دارای ۵۶ فعالیت تولیدی و ۲۰ طبقه خانوار شامل دهک‌های شهری و روستایی بود، می‌توان با لحاظ تفاوت‌های سبد مصرفی خانوارها و ساختار تکنیکی هزینه فعالیت‌های تولیدی، تحلیل مناسبی از سیاست هدفمندسازی یارانه‌ها ارائه کرد. می‌توان از مجموع محاسبات، این طور دریافت که گاز، برق و بنزین سهم بیشتری نسبت به سایر حامل‌های انرژی در دهک‌های خانوار شهری دارند. در مورد همه حامل‌های انرژی، با افزایش درآمد سهم انرژی در هزینه دهک‌های خانوار کم می‌شود اما در مورد بنزین این گونه نیست. در این مورد، سهم بنزین با افزایش درآمد تا دهک هشتم افزایش می‌یابد اما در دهک نهم و دهم کم می‌شود. این مسئله نشان می‌دهد که دهک‌های ثروتمند از رایانه بنزین سهم بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند و بنابراین حذف یارانه بنزین می‌تواند تا حدودی به بهبود توزیع درآمد منجر شود. در مورد خانوارهای شهری، با افزایش درآمد سهم محصولات زراعی، محصولات غذایی و مسکن در سبد مصرفی کاهش می‌یابد اما سهم پوشاک بالا می‌رود. در مورد خانوارهای روستایی نیز چنین رفتاری مشاهده می‌شود.

### سناریوهای آثار هدفمندسازی

برای شبیه‌سازی آثار هدفمندسازی یارانه‌ها لازم است دو سیاست افزایش قیمت انرژی و پرداخت نقدی به طور هم‌زمان شبیه‌سازی شوند. همچنین محاسبه تورم و نیز شوک حاصل از افزایش حامل‌های انرژی نیز به محاسبات اضافه می‌شوند و در نهایت، می‌توان آثار حذف یارانه دهک‌های ثروتمند را با چهار سناریوی مختلف از نظر گذراند.

اولین سناریو این است که به همه پرداخت نقدی صورت بگیرد و قیمت انرژی افزایش یابد. این سیاست سبب افزایش رفاه خانوارهای فقیر روستایی می‌شود. به عبارت دیگر، فقیرترین دهک روستایی با ۸۶٫۲ درصد و فقیرترین دهک شهری با ۳۹٫۹ درصد افزایش رفاه مواجه خواهد شد. قدرت خرید خانوارهای روستایی نیز بیشتر خواهد شد. اما رفاه چهار دهک از خانوارهای ثروتمند شهری و رفاه سه دهک ثروتمند روستایی کاهش خواهد یافت؛ یعنی یارانه نقدی نمی‌تواند افزایش هزینه‌های آنها را جبران کند. در این سناریو، میزان نابرابری در روستاها نسبت به شهرها کاهش بیشتری دارد. سناریوی دوم این است که یارانه سه دهک ثروتمند شهری و سه دهک ثروتمند روستایی حذف شود اما یارانه هفت دهک دیگر نیز تغییری نداشته باشد. در این سناریو نیز، میزان نابرابری در روستاها نسبت به شهرها کاهش بیشتری می‌یابد. همچنین رفاه خانوارهای روستایی بیشتر از رفاه خانوارهای شهری افزایش پیدا می‌کند. کاهش در سهم دو دهک ثروتمند و افزایش در سهم دو دهک فقیر از درآمدها، سبب کاهش نسبت درآمد دو دهک ثروتمند و دو دهک فقیر می‌شود.

در سناریوی سوم، یارانه پنج دهک ثروتمند شهری و پنج دهک ثروتمند روستایی حذف می‌شود. در این مورد نیز سهم فقرا از کل درآمد، چه در شهر و چه در روستا، افزایش می‌یابد اما مانند دو سناریوی قبلی، این افزایش سهم در میان روستاییان بیشتر خواهد بود. در اینجا نیز میزان نابرابری در روستاها نسبت به شهرها کاهش بیشتری را شاهد خواهد بود.

در آخرین سناریو، یارانه سه دهک ثروتمند حذف می‌شود و یارانه هفت دهک باقی‌مانده افزایش می‌یابد. فرض می‌شود که یارانه دهک‌های باقی‌مانده ۴۳ درصد بیشتر شود، نه اینکه همه یارانه حذف‌شده از سه دهک بین هفت دهک دیگر توزیع شود. در این صورت، سهم دهک‌های فقیر روستایی و شهری به ترتیب از کل درآمدهای روستایی و شهری افزایش پیدا می‌کند. در این مورد نیز رفاه خانوارهای روستایی بیشتر از خانوارهای شهری خواهد بود.

مقایسه این سناریوها می‌تواند راه‌گشای سیاست‌گذاری در این زمینه باشد. بر اساس نتایج حاصل، همه شاخص‌های رفاه و توزیع درآمد در سناریوی آخر (حذف سه دهک و افزایش یارانه نقدی هفت دهک) بیشترین افزایش را نسبت به سه سناریوی دیگر داشته‌اند. تنها استثنا مربوط به شاخص رفاه بنتهامی بود که نسبت به توزیع برابر درآمد، افزایشی ملایم‌تر از دیگر سناریوها نشان می‌دهد. البته اگر کل یارانه حذف‌شده از سه دهک در سناریوی چهارم بین هفت دهک باقی‌مانده توزیع شود، احتمالاً شاخص بنتهامی نیز به اندازه سناریوی اول افزایش خواهد یافت. بنابراین در مجموع، بهترین سناریو برای اصلاح هدفمندسازی یارانه‌ها این خواهد بود که یارانه نقدی خانوارهای فقیرتر افزایش یابد و یارانه سه دهک ثروتمند نیز قطع شود. ■

خرید خانوارهای ثروتمند کاهش یابد یا از افزایش کمتری برخوردار باشد. چند تحقیق تجربی درباره نتایج هدفمندسازی یارانه‌ها روی درآمد‌های خانوار و سطح رفاه در آنها انجام شده است. یکی از آنها، تحقیقی است که در سال ۱۳۹۲ در پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی انجام شد که آثار مرحله اول و دوم هدفمندسازی یارانه‌ها را در مدل تعادل عمومی محاسبه‌پذیر پژوهشکده شبیه‌سازی کرد. این مطالعه نشان می‌دهد که اجرای سیاست هدفمندسازی یارانه‌ها به افزایش در سطح تولید منجر خواهد شد و سطح رفاه خانوارها نیز بهبود خواهد یافت. مطالعه دیگری نیز در سال ۱۳۹۰ توسط مهدی اسماعیلی انجام شد که نشان داد در اثر اجرای سناریوی افزایش قیمت‌های انرژی و پرداخت یارانه نقدی به خانوارها، رفاه چهار دهک ثروتمند روستایی کاهش می‌یابد. همچنین رفاه سه دهک ثروتمند شهری کاهش و رفاه سایر دهک‌ها افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان داد که درصد افزایش در رفاه دهک‌های فقیر روستایی بیش از درصد افزایش دهک‌های فقیر شهری است.

### ابهام در نتایج هدفمندسازی

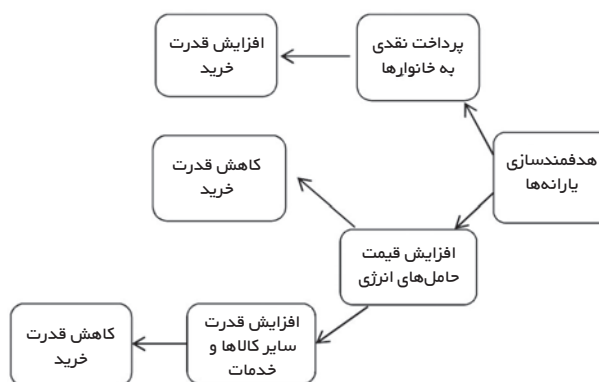
چگونگی تغییر مخارج واقعی خانوار بر اثر پرداخت یارانه نقدی و افزایش قیمت انرژی، در سه مسیر می‌تواند اتفاق بیفتد. همان طور که در نمودار نیز آمده، از یک سو، پرداخت یارانه نقدی به افزایش قدرت خرید منجر می‌شود اما از سوی دیگر، افزایش قیمت انرژی و سایر کالاها و خدمات به کاهش قدرت خرید منجر می‌شود. برآیند این تغییرات بر قدرت خرید در حالت کلی مشخص نیست و بستگی به عوامل گوناگونی دارد. با توجه به اینکه خانوارها در مدل تحقیقی که انجام شده، ناهمگن هستند، سهم هر دهک خانوار از درآمد کل اقتصاد متفاوت است و بنابراین پرداخت نقدی اثر یکسانی بر همه دهک‌ها ندارد. همچنین سهم انرژی در هزینه‌های تولید کالا و خدمات متفاوت است و به همین علت، اثر افزایش قیمت بر خانوارها متفاوت خواهد بود. بنابراین متغیرها و عوامل مختلفی از جمله سهم هر دهک از درآمد کل اقتصاد، سهم کالاها و خدمات در سبد مصرفی هر دهک خانوار، سهم حامل‌های انرژی در این سبد مصرفی، سهم حامل‌های انرژی در هزینه‌های تولید کالاها و خدمات، سهم مواد واسطه و کار و سرمایه در این تولید، شاخص قیمت کالاها و خدمات و شاخص قیمت انرژی، در نظر گرفته می‌شود تا محاسبات علمی بهتر و دقیق‌تر انجام شود.

### رفاه اجتماعی

در تحلیل اینکه حذف یارانه سه دهک ثروتمند چه تاثیری بر آنها خواهد داشت، باید شاخص رفاه اجتماعی نیز مشخص شود. در حالت کلی، رفاه اجتماعی تعبیری است معطوف به وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که حفظ کرامت انسانی و مسئولیت‌پذیری افراد جامعه در قبال یکدیگر و ارتقای توانمندی‌ها، از اهداف آن است. واژه رفاه به حالتی از سلامت، شادی، سعادت، خوب بودن و مساعدت به‌ویژه به صورت پول، غذا و دیگر مایحتاج ضروری اشاره دارد که به نیازمندان ارائه می‌شود. فرمول‌های علمی و تعاریف مشخصی نیز برای آن در علم اقتصاد وجود دارد.

می‌توان گفت که سه تابع رفاه اجتماعی وجود دارد که در این تحقیق نیز مورد استفاده قرار گرفته است؛ تابع رفاه اجتماعی بنتهامی که درآمد تمام جامعه را محاسبه می‌کند و به تفاوت فقیر و

سه اثر متفاوت هدفمندسازی یارانه‌ها بر قدرت خرید



قیمت‌های نفت خام برنت و WTI بین سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ تا ۶۰ درصد کاهش یافت که این اتفاق یکی از سریع‌ترین و بزرگ‌ترین کاهش‌های قیمت نفت در تاریخ استخراج این ماده به شمار می‌رود. با اینکه این سقوط قیمتی خیلی عظیم بود اما بی‌سابقه نبود.



# سیاست‌گذاران نفتی نگران سفته‌بازان باشند

حباب‌های قیمت نفت ایران در چه مقاطع تاریخی به وجود می‌آیند و عوامل عمده آنها چیستند؟

نام پژوهش: بررسی وجود حباب‌های قیمت در بازار نفت ایران  
پژوهشگران: ام‌البنین جلالی و مجید هاتفی مجومرد

ایران کشوری است که همچنان بخش عمده‌ای از اقتصادش به نفت وابسته است. بنابراین تغییرات در قیمت نفت روی بسیاری از مسائل اقتصاد کلان آن تاثیرگذار است. اگر بدانیم که یک حباب قیمتی در برخی از مقاطع تاریخی و بر اثر درگیری‌های عمدتاً سیاسی بین‌المللی در بازار نفت به وجود می‌آید، تا حدی می‌توانیم سیاست‌گذاری‌های خود را تغییر بدهیم و تلاش کنیم اقتصاد کلان کشور در جریان بالا و پایین رفتن قیمت‌های انرژی، با آسیب کمتری مواجه نشود. درباره این حباب‌های قیمتی و دلایل چرایی به وجود آمدن آنها و نیز سیاست‌گذاری متناسب با آنها، تحقیقی به وسیله ام‌البنین جلالی و مجید هاتفی مجومرد، دو دانشجوی دوره دکتری انجام شده است که در شماره ۲۰ فصلنامه علمی - پژوهشی «پژوهشنامه اقتصاد انرژی ایران» منتشر شده است. ایده اصلی پژوهش آنها را در ادامه می‌خوانید.

سرمایه‌گذاران بازار اصولاً نفت را دارایی مالی می‌دانند، نه کالایی مصرفی چراکه آنها نفت را به جای تقاضای واقعی، با هدف کسب سود می‌خرند. بنابراین روابط عرضه و تقاضا قادر به نوسانات زیاد این بازار و وضعیت حبابی نیستند

و ارسال این پیام که به جای حفظ قیمت نفت می‌خواهد سهم بازار خود را حفظ کند. با چنین شرایطی، روشن بود که تقاضای نفت در مقایسه با شوک‌های عرضه نقش کمتری در تعیین قیمت خواهند داشت و قیمت سقوط می‌کند. همین اتفاق هم رخ داد.

سقوط قیمت نفت مستقیماً روی اقتصاد ایران اثر گذاشت. نفت در اقتصاد ایران درآمد بخش دولتی به حساب می‌آید و از طریق خزانه وارد بودجه می‌شود و به این ترتیب، درآمدهای نفتی به اقتصاد کشور تزریق می‌شود. یکی از عوامل‌های مهمی که بودجه ایران بر اساس آن نوشته می‌شود قیمت نفت است. به همین دلیل، اختلاف‌بهای واقعی نفت با قیمت پیش‌بینی شده دولت، موجب بی‌ثباتی در متغیرهای کلان اقتصادی می‌شود. پس سیاست‌گذار اقتصادی نیاز دارد اطلاعات مناسبی را برای تصمیم‌گیری و شناسایی قیمت نفت در اختیار داشته باشد. بروز حباب در بازار نفت، قدرت تصمیم‌گیری را برای سیاست‌گذار اقتصادی ایرانی دشوار می‌کند. بنابراین شناخت، رصد و پیش‌بینی این حباب‌ها در بازار نفت ایران می‌تواند برای

قیمت‌های نفت خام برنت و WTI بین سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ تا ۶۰ درصد کاهش یافت که این اتفاق یکی از سریع‌ترین و بزرگ‌ترین کاهش‌های قیمت نفت در تاریخ استخراج این ماده به شمار می‌رود. با اینکه این سقوط قیمتی خیلی عظیم بود اما بی‌سابقه نبود؛ طی سه دهه گذشته، قیمت‌های نفت ۵ بار در دوره‌هایی هفت‌ماهه سقوط را شاهد بوده است. در این میان، سقوط قیمتی دوره ۸۶-۱۹۸۵ شباهت بسیار زیادی با سقوط ۱۵-۲۰۱۴ داشت. در آن دوره نیز مثل دوره اخیر، عربستان سعودی در واکنش به افزایش عرضه نفت به وسیله کشورهای غیرعضو اوپک، تصمیم گرفت که تولید را افزایش دهد و حمایت از قیمت نفت را متوقف کند.

کارشناسان نفتی چند دلیل را برای سقوط قیمتی دوره ۱۵-۲۰۱۴ ذکر کرده بودند: تولید نفت لیبی پس از خاتمه جنگ‌های داخلی این کشور خیلی زود احیا شد، تولید نفت عراق تحت تاثیر جنگ‌های داخلی شمال و غرب این کشور قرار گرفت؛ آمریکا در تولید نفت شیل موفق عمل کرد و نیز تصمیم اوپک برای حفظ سطح تولید خود در سطح ۳۰ میلیون بشکه

بروز حساب در بازار نفت، قدرت تصمیم‌گیری را برای سیاست‌گذار اقتصادی ایرانی دشوار می‌کند. بنابراین شناخت، رصد و پیش‌بینی این حساب‌ها در بازار نفت ایران می‌تواند برای سیاست‌گذاری اقتصادی کشور بسیار مفید باشد.

آزمون‌های علمی کشف حساب قیمت در بازار نفت ایران نشان می‌دهند که در دوره‌هایی رفتار انفجاری را تجربه کرده است و شواهد مبتنی بر وجود حساب در دوره‌های زمانی تعیین شده وجود داشته است. سپس آزمون‌های تعیین تاریخ وقوع حساب‌ها نشان می‌دهند که بازار نفت سبک ایران از سال ۱۹۸۳ تاکنون، دوره‌های حسابی متعددی را تجربه کرده است. مجموع آزمون‌ها نشان می‌دهند که ۷ دوره حسابی در این دوره زمانی در بازار نفت سبک ایران وجود داشته است که در فوریه تا آوریل ۱۹۸۶، اوت تا اکتبر ۱۹۹۰، ۲۰۰۵، ۲۰۰۶، ژوئن ۲۰۰۷ تا سپتامبر ۲۰۰۸ و ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ رخ داده است.

چرا این حساب‌ها ایجاد شده‌اند؟ دلیل آنها عمدتاً اتفاقات و درگیری‌های سیاسی منطقه خاورمیانه بوده اما علت ریشه‌ای آن، این است که سرمایه‌گذاران بازار اصولاً نفت را دارایی مالی می‌دانند، نه کالایی مصرفی چراکه آنها نفت را به جای تقاضای واقعی، با هدف کسب سود می‌خرند. بنابراین روابط عرضه و تقاضا قادر به نوسانات زیاد این بازار و وضعیت حسابی نیستند. از سوی دیگر، تنش‌های سیاسی اثراتی بلندمدت بر قیمت‌های نفت نخواهند داشت. معمولاً قبل از شروع یک بحران، قیمت‌های نفت افزایش می‌یابد و هزینه ذخیره را افزایش می‌دهد و منجر به انتظارات فزاینده نسبت به قیمت آینده می‌شود. با ظهور بحران، در دسترس بودن آبی نفت مورد شک واقع می‌شود و معامله‌گران بازار نیز این نااطمینانی را افزایش می‌دهند که منجر به ادامه افزایش قیمت‌ها خواهد شد. با این حال، قیمت‌ها به سرعت خود را تعدیل می‌کنند. اما ظاهراً عنصر سفته‌بازی می‌تواند منجر به ایجاد حساب‌های طولانی‌مدت‌تری شود چون شروع به خرید در حجم زیاد می‌کنند و این ذهنیت ایجاد می‌شود که قیمت نفت همچنان افزایش خواهد یافت. این چرخه تا زمان وقوع یک بحران متوقف نخواهد شد. بنابراین سفته‌بازان را می‌توان عامل اصلی ناامنی بازار دانست چراکه آنها با ورود به بازار، قیمت‌ها را تحریف و بی‌ثباتی را تقویت می‌کنند. ناآرامی بازار را افزایش می‌دهند و حساب را ایجاد می‌کنند. در نهایت نیز خروج آنها از بازار منجر به ایجاد بحران مالی می‌شود.

اولین حساب نفت سبک ایران در سال ۱۹۸۶ به وجود آمد و منفجر شد و نیز در ۱۹۹۰ همین اتفاق رخ داد. دلایل رخداد این حساب‌ها وقایع رخ داده در بازار نفت و اثرگذاری شدید آنها بر قیمت این ماده بود. دو حساب بعدی که در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ رخ داد، حاصل شرایط عرضه و تقاضا و اقتصاد جهانی بود. حساب بعدی یک سال طول کشید که ماندگاری بیشتری داشت و وقوعش با بحران وام‌های بدون پشتوانه هم‌زمان بود. حساب‌های سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ هم به بحران‌هایی در مناطق نفت‌خیز ایران ارتباط داشت که منجر به سخت‌تر و پیچیده‌تر شدن شرایط بین‌المللی شد.

مسئله اینجاست که برای سیاست‌گذاری باید در نظر گرفت که با بررسی حساب‌های رخ داده در گذشته بازار نفت ایران، می‌توان عوامل ایجادکننده این حساب‌ها را کشف و با مشخصات حساب تطبیق داد. سپس با در دست داشتن علایم و نتایج حساب‌ها، قدرت جلوگیری از رخداد حساب برای سیاست‌گذار ایجاد می‌شود. در واقع، با پیگیری روند حساب‌های گذشته، علاوه بر تسلط بر شرایط بازار می‌توان از وقوع بحران‌های مالی نشأت گرفته از این حساب‌ها نیز جلوگیری کرد. به عبارت دیگر، برای سیاست‌گذاران ایرانی مهم است که از زمان وقوع حساب‌های نفتی اطلاع داشته باشند تا بتوانند از وقوع بحران‌های مالی جلوگیری و ثبات مالی را حفظ کنند. البته که بازارها و قیمت‌های نفت به عوامل خارجی وابسته هستند که بسیاری از آنها تحت کنترل سیاست‌گذاران ایرانی نیستند اما دست کم این سیاست‌گذاران می‌توانند از میزان خسارات وارده کم کنند و ثبات اقتصادی را تحت کنترل داشته باشند. ■

سیاست‌گذاری اقتصادی کشور بسیار مفید باشد.

آزمون‌های علمی وجود دارند مثل آزمون فیلیپس و همکاران (۲۰۱۶) یا آزمون فیلیپس و شسی (۲۰۱۴) که دو محقق ایرانی (جلالی و هائفی مجومرد) از آنها استفاده کرده‌اند تا دوره‌هایی را کشف کنند که قیمت نفت در آنها رفتار انفجاری دارد و همچنین حساب‌های قیمتی را تاریخ‌گذاری کنند

### رفتار سفته‌بازانه

باید ابتدا این سؤال را مطرح کرد که حساب قیمتی چیست. اگر قیمت دارایی‌ها از قیمت مبنای آن منحرف شوند، می‌توان گفت که حساب وجود دارد. برخی اقتصاددانان حساب را واقعه‌ای اقتصادی می‌دانند که با افزایش‌های شدید در قیمت دارایی و سپس سقوط قیمت همراه است. همچنین اگر سرمایه‌گذاران باور داشته باشند که قادر به فروش یک دارایی با قیمتی بالاتر از آنچه انتظار دارند خواهند بود اما این اتفاق رخ ندهد، یک حساب وجود خواهد داشت. همچنین گفته شده است که وقتی قیمت جاری بازار به نرخ انتظاری تغییر قیمت بازار بستگی داشته باشد، ممکن است قیمت بازار حسابی شود.

قیمت‌های بازار نفت گاهی دارای خصوصیتی می‌شود که با تعریف حساب قیمت منطبق است. به علاوه، نفت منبعی استراتژیک است که ارزش سرمایه‌گذاری بالایی دارد و دارای فضایی سفته‌بازانه است. برخی کارشناسان معتقدند که غالباً سیستم قیمت‌گذاری نفت از عرضه و تقاضای بازار نفت تبعیت نمی‌کند و بنابراین می‌توان گفت که بازار این ماده وارد دوره حساب‌های سفته‌بازی شده است. همین که با استفاده از نرخ جاری و انتظاری نمی‌توان توضیح قانع‌کننده‌ای برای قیمت نفت ارائه کرد، تأیید می‌کند که در قیمت نفت حساب وجود دارد.

وجود حساب در قیمت‌های نفت کل اقتصادهای جهان را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ از آنجا که نفت عامل اولیه مهمی در بسیاری از تولیدات تلقی می‌شود، افزایش قیمت نفت می‌تواند منجر به رکود، بازارهای سهام نامتعادل و فشارهای تورمی شود. در نتیجه جهش قیمت‌های نفت منجر می‌شود به اینکه بانک‌های مرکزی سیاست‌های پولی نادرستی اتخاذ کنند و در صورت انحراف قیمت نفت و انفجار حساب، زیان‌های مالی معناداری بر عوامل بازار تحمیل شود.

بنابراین برای اجرای سیاست‌های مربوط به کاهش صدمات ناشی از انفجار حساب قیمت نفت، اولین قدم این است که محدوده زمانی حساب تعیین شود. آزمون‌های علمی مختلف در این زمینه وجود دارد و البته همچنان موثق بودن تجربی این تکنیک‌ها نیز مورد سؤال است. با این حال، آزمون‌های پیشرفته‌تری هستند که می‌توانند بهتر دوره‌های زمانی حساب‌ها را تشخیص دهند. این آزمون‌ها علاوه بر وقایع ژئوپلیتیک و وقایع سفته‌بازانه، بحران‌ها را نیز پوشش می‌دهند و می‌توان روابط بین حساب‌ها و بحران‌ها را نیز در آنها بررسی کرد.

### اتفاقات سیاسی منطقه

داده‌های مربوط به دوره زمانی قیمت‌های نفت نشان می‌دهد که همبستگی بالایی بین قیمت‌های نفت سبک ایران، نفت سنگین ایران، نفت خام برنت و نفت خام وست تگزاس وجود دارد و این موضوع بیانگر این است که قیمت نفت ایران متأثر از قیمت بازار جهانی نفت است. برای تمرکز بیشتر، پژوهش حاضر روی نفت سبک ایران متمرکز شده اما به دلیل وجود همبستگی، می‌توان گفت که دوره حسابی برای نفت سبک ایران، دوره حسابی برای انواع دیگر نفت نیز به شمار می‌آید.

### سوال

اگر قیمت دارایی‌ها از قیمت مبنای آن منحرف شوند، می‌توان گفت که حساب وجود دارد. برخی اقتصاددانان حساب را واقعه‌ای اقتصادی می‌دانند که با افزایش‌های شدید در قیمت دارایی و سپس سقوط قیمت همراه است. همچنین اگر سرمایه‌گذاران باور داشته باشند که قادر به فروش یک دارایی با قیمتی بالاتر از آنچه انتظار دارند خواهند بود

اولین حساب نفت سبک ایران در سال ۱۹۸۶ به وجود آمد و منفجر شد و نیز در ۱۹۹۰ همین اتفاق رخ داد. دلایل رخداد این حساب‌ها وقایع رخ داده در بازار نفت و اثرگذاری شدید آنها بر قیمت این ماده بود

برای مواردی که بنگاهی به نهادهای عمومی غیردولتی واگذار می‌شود، دولت می‌تواند شرط کند که نهاد عمومی غیردولتی باید ظرف چند سال سهام شرکت را در بازار سهام عرضه کند. با این کار، از یک سو، خود دولت بنگاهداری نمی‌کند و از سوی دیگر، باعث می‌شود تا بخش عمومی بزرگ نشود و علاوه بر این، یک دوره گذار تعریف می‌شود که خصوصی‌سازی را تسهیل می‌کند.

# خصوصی‌سازی‌های آینده ایران باید چگونه باشد؟

نهادهای عمومی غیردولتی درس عبرتی برای اقتصاد کشور شده‌اند



نام پژوهش: نقش نهادهای عمومی غیردولتی در خصوصی‌سازی ایران و آثار آن  
پژوهشگران: بیژن عباسی و مینا اکبری

تجربه نشان داده است که دخالت مستقیم دولت در اقتصاد، به شکل تصدی‌گری اقتصادی، نه تنها نتوانسته مشکلات اقتصادی را مرتفع سازد، بلکه در بسیاری موارد، مانع رشد و توسعه بوده است. از آنجا که بخش خصوصی همواره به دنبال بیش‌تر کردن سود است، کارآمدی دغدغه مهم‌تری برای این بخش محسوب می‌شود؛ در حالی که رسیدن به چنین هدفی در اقتصاد دولتی از اهمیت کمتری برخوردار است چرا که دولت به دنبال ارائه خدمات عمومی است و به دلیل اینکه خدمات ارائه‌شده توسط دولت یارایگان است یا ارزان‌تر از خدمات مشابه، باعث تحمیل هزینه‌های سنگینی به دولت می‌شود. بنابراین خصوصی‌سازی یکی از راه‌های بهینه‌تر کردن اقتصاد است. خصوصی‌سازی خیلی ساده به معنی واگذاری بنگاه‌های دولتی است که فرایندی اجرایی، مالی و حقوقی است و اکثر دولت‌های جهان از اواخر دهه ۱۹۸۰ برای انجام اصلاحات در اقتصاد و نظام اداری کشورشان آن را اجزای می‌کنند. در ایران نیز چند سالی است که سیاست‌های خصوصی‌سازی و کوچک‌سازی دولت مدنظر قرار گرفته است. در این راستا قواعد و مقررات فراوانی در قوانین بودجه و قوانین برنامه توسعه کشور، به‌خصوص قانون برنامه سوم و چهارم توسعه درباره واگذاری بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی مقرر شده است. همچنین سند جامع کشور ما در مورد خصوصی‌سازی قانون، اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه و اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی نیز در همین ارتباط تصویب شده است.

اما مسئله قابل توجه این است که بررسی‌ها و آمارهای اعلام شده از جریان واگذاری‌ها در ایران حاکی از آن است که درصد قابل توجهی از بنگاه‌های دولتی در جریان خصوصی‌سازی نه به بخش خصوصی بلکه مجدداً به بخش عمومی واگذار شده‌اند؛ به طوری که نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی، ستاد فرمان اجرایی، شرکت‌های زیر نظر برخی نهادهای نظامی، سازمان بازنشستگی و نظایر آنها از جمله نهادهایی هستند که بیشترین سهم را از جریان واگذاری‌ها داشته‌اند. این نهادها امروزه به عنوان نهادهای شبه‌دولتی یا نهادهای عمومی غیردولتی شناخته می‌شوند. بنابراین، اصلی‌ترین پرسش این است که مداخله نهادهای عمومی غیردولتی چه آثاری را بر روند خصوصی‌سازی در کشور به همراه داشته و چه درسی باید از این وضعیت برای خصوصی‌سازی‌های آینده کشور گرفت.

## جایگاه بخش خصوصی و عمومی در اقتصاد ایران

بخش عمومی در ایران را می‌توان به دو بخش دولتی و غیردولتی تقسیم کرد. طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، بخش دولتی یکی از پایه‌های نظام اقتصادی کشور است که مداخله مستقیم دولت در اقتصاد در این بخش انجام می‌شود. منظور از مداخله مستقیم این است که دولت با

خصوصی‌سازی در اقتصاد ایران همواره یکی از مسائلی بود که اقتصاددانان و سیاست‌گذاران اقتصادی برای پیشرفت و توسعه اقتصادی آن را پیشنهاد می‌کرده‌اند. در اواخر دهه ۱۳۸۰ و اوایل دهه ۱۳۹۰ خصوصی‌سازی عظیمی در اقتصاد کشور صورت گرفت اما نحوه این خصوصی‌سازی‌ها مورد انتقاد طیف وسیعی از کارشناسان اقتصادی قرار گرفت. اما از منظر حقوقی، کمتر به این مسئله پرداخته شده است. بیژن عباسی، دانشیار حقوق دانشگاه تهران، و مینا اکبری، دانشجوی دکتری حقوق عمومی در پردیس فارابی این دانشگاه، تحقیقی را با عنوان «نقش نهادهای عمومی غیردولتی در خصوصی‌سازی ایران و آثار آن» انجام داده‌اند که نتایج آن در شماره ۲۱ فصلنامه علمی - پژوهشی «برنامه‌ریزی و بودجه» منتشر شده است. آنها تلاش کرده‌اند از زاویه حقوقی به خصوصی‌سازی‌های ایران بپردازند و روش‌هایی را برای خصوصی‌سازی مطلوب در آینده پیشنهاد کرده‌اند که در ادامه فکر اصلی کار پژوهشی آنها را می‌خوانید.

در نظر گرفتن مصالح ملی و منافع جمعی، مدیریت و مسئولیت برخی از واحدهای عمده اقتصادی را تحت انحصار خود درمی‌آورد. البته طبق ابلاغیه سیاست‌های کلی اصل ۴۴ از سوی مقام معظم رهبری، بخشی از مواردی که در اصل ۴۴ ذکر شده بود به بخش خصوصی واگذار شد. طبق ماده ۵ قانون مدیریت خدمات کشوری نیز اداره امور بخش دولتی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، توسط دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های اداری از جمله وزارتخانه‌ها، هیئت دولت و شرکت‌های دولتی صورت می‌گیرد.

اما بخش عمومی غیردولتی که محل مناقشه در خصوصی‌سازی‌ها است طبق ماده ۵ قانون محاسبات عمومی، واحدهای سازمانی مشخصی هستند که با اجازه قانون و به منظور انجام وظایف یا خدماتی که جنبه عمومی دارند تشکیل می‌شوند. فهرست این نهادها نیز طی یک ماده واحد در سال ۱۳۷۳ تصویب شده که اسامی بلندبالایی را شامل می‌شود. موسسات و نهادهای عمومی غیردولتی عمدتاً شامل

اگر بنگاه‌های دولتی مجدداً طی یک فرایند پرهزینه و زمان‌بر به بخش عمومی واگذار شود، نه تنها اهداف موردنظر خصوصی‌سازی محقق نمی‌شود بلکه اثرات سو، بیشتری را بر کشور تحمیل می‌کند.

### راهکارهایی برای آینده

برنامه خصوصی‌سازی در ایران از سوی بسیاری از کارشناسان ناموفق شناخته شده است. سؤال اینجاست که چه الزاماتی باید وجود داشته باشد تا خصوصی‌سازی به طور موفقیت‌آمیزی انجام شود. یکی از الزامات این است که در این برنامه باید حمایت بیشتری از بخش خصوصی انجام و این بخش تشویق به فعالیت و نقش بازی کردن بیشتر شود. برای همین هدف بود که در سال ۱۳۹۰ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار تصویب شد. برای مثال، در ماده ۲۲ این قانون آمده است که «کلیه دستگاه‌های اجرایی مکلفند در انتخاب طرف قرارداد در معاملات خود از جمله پیمانکارها و امثال آنها، چنانچه اشخاص حقوقی بخش عمومی اعم از دولتی و غیردولتی و اشخاص حقیقی و حقوقی بخش‌های تعاونی و خصوصی از لحاظ ضوابط عمومی انتخاب طرف قرارداد در شرایط برابر باشند، اشخاص حقیقی و حقوقی بخش‌های تعاونی و خصوصی را در اولویت قرار دهند».

یکی دیگر از الزامات یک برنامه خصوصی‌سازی موفق در ایران، توجه بیشتر به بخش تعاونی است. شفافیت و ایجاد فضای رقابتی می‌تواند از جمله الزامات دیگر در این برنامه باشد. یکی از دلایل بی‌حرکی در بخش خصوصی، احتمال انتقال کارخانه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به شخصیت‌های ذی‌نقد و مراکز شبه‌دولتی است. بدین خاطر، باید سیاست رقابت‌پذیری در نظر گرفته شود و هر نوع رابطه اداری، رانت‌های اطلاعاتی مضر نسبت به منافع ملی و خارج از معادلات اقتصادی قطع شود. این امر نیازمند کنترل و نظارت دقیق بر حسن اجرای برنامه‌ها است. تجربه نشان می‌دهد هر زمان که خصوصی‌سازی در مسیر صحیح خود قرار نگرفته و نتوانسته عدالت اولیه را در جامعه فراهم کند، نه تنها کمکی به اصلاح ساختار اقتصادی نکرده بلکه شبکه‌های جدید قدرت را به وجود آورده است.

تقویت نهادهای مقررات‌گذار و ناظر نیز از دیگر الزامات یک برنامه خصوصی‌سازی موفق در ایران خواهد بود. کمبود نهادهای مقررات‌گذار و ناظر در کشور نیز از جمله ضعف‌های نظارتی نظام اقتصادی کشور محسوب می‌شود. از آن سو، نهادهای مقررات‌گذار و ناظر موجود نیز تاکنون نتوانسته‌اند به طور کامل اهداف مورد نظر را محقق کنند.

خصوصی‌سازی زمانی روند مطلوب عملیاتی پیدا می‌کند که نرخ سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از نرخ سرمایه‌گذاری بخش عمومی پیشی بگیرد. پیش‌بینی نصاب ۴۰ درصدی به عنوان مجوز برای واگذاری بنگاه‌های دولتی به نهادهای عمومی غیردولتی، در قانون به دلیل احتمال عدم توانایی مالی بخش خصوصی در خرید برخی از بنگاه‌ها بوده است؛ اما دولت می‌تواند از طریق اصلاح قوانین، فعالیت نهادهای عمومی را محدود کند. مثلاً حداکثر ۴۰ درصد از سهم بازار را به نصاب کمتری تغییر دهد. علاوه بر این، برای مواردی که بنگاه‌های عمومی غیردولتی واگذار می‌شود، شرط کند که نهاد عمومی غیردولتی باید ظرف چند سال سهام شرکت را در بازار سهام عرضه کند. با این کار، از یک سو، خود دولت بنگاهداری نمی‌کند و از سوی دیگر، باعث می‌شود تا بخش عمومی بزرگ نشود و علاوه بر این، یک دوره گذار تعریف می‌شود که خصوصی‌سازی را تسهیل می‌کند. در این صورت، علاوه بر اینکه تأمین مالی دولت تحقق پیدا می‌کند، بخش خصوصی واقعی نیز وارد بازار می‌شود. به علاوه، توجه بیشتر به بخش تعاونی، گسترش رقابت و افزایش شفافیت در مراحل مختلف واگذاری نیز می‌تواند در جهت تحقق اهداف خصوصی‌سازی مؤثر باشد. ■

بنیادها و نهادهای ارائه‌کننده خدمات عمومی اجتماعی هستند و از لحاظ نحوه ارتباط با دولت متفاوت با نهادهای دولتی‌اند. برخی از این نهادها مثل شهرداری‌ها برای انجام مأموریت‌های خود متکی به کمک‌های دولتی هستند، برخی کاملاً از دولت مستقل‌اند و برخی تا حد زیادی تحت کنترل دولت هستند و مدیران آنها از سوی مقامات دولتی نصب و عزل می‌شوند.

بخش خصوصی در ایران نیز به دو بخش تعاونی و خصوصی تقسیم شده است. بخش تعاونی یکی از پایه‌های مستقل نظام اقتصادی کشور است که تشکیل‌دهندگان و اداره‌کنندگان آن اصولاً اشخاص خصوصی هستند و بنابراین بخشی از مالکیت خصوصی محسوب می‌شود. اما بخش خصوصی آن بخشی است که تحت تملک و مدیریت افراد حقیقی و حقوقی خصوصی هستند. با این حال، لحن قوانین کشور طوری است که بخش خصوصی در حاشیه قرار می‌گیرد؛ بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی، بخش خصوصی «شامل آن قسمت از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است». بدین ترتیب، قانون اساسی اولویت را برای بخش‌های دولتی و تعاونی در نظر گرفته و بخش خصوصی را صرفاً در محدوده بخشی کوچک و به عنوان مکمل سایر بخش‌ها به رسمیت شناخته است. می‌توان به نوعی گفت که بخش خصوصی فاقد اصالت اولیه در مهم‌ترین قانون کشور یعنی قانون اساسی است. در سه قانون برنامه توسعه نیز بخش خصوصی نقش خاصی نداشت و در قانون چهارم توسعه به آن بیشتر توجه شد. با ابداع سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، به بخش خصوصی اهمیت زیادی داده شد و به متن فعالیت اقتصادی آمد.

### چرا نه به نهادهای عمومی غیردولتی؟

خصوصی‌سازی با هدف کاهش نقش بخش عمومی در اقتصاد و حضور و مداخله مؤثر بخش خصوصی صورت می‌گیرد. اما اگر بنگاه‌های دولتی مجدداً طی یک فرایند پرهزینه و زمان‌بر به بخش عمومی واگذار شود، نه تنها اهداف موردنظر خصوصی‌سازی محقق نمی‌شود بلکه اثرات سو، بیشتری را بر کشور تحمیل می‌کند. خصوصی‌سازی‌هایی که بعد از ابلاغ سیاست‌های اصل ۴۴ انجام شد، به دو روش موسسات عمومی غیردولتی را مالک بنگاه‌های دولتی کرد که عبارت بودند از خرید شرکت واگذار شده توسط این موسسات و نیز واگذاری بنگاه‌ها به این موسسات بابت رد دیون. شواهد حاکی است که ۸۸ درصد بنگاه‌های واگذار شده از طریق مزایده‌ها، به وسیله موسسات عمومی غیردولتی خریداری شده‌اند. همچنین ۴۴ درصد کل بنگاه‌ها بابت رد دیون و سهام عدالت واگذار شده‌اند. با اینکه از سال ۹۳ واگذاری بابت رد دیون متوقف شد اما تا آن زمان، بسیاری از بنگاه‌های دولتی به همین طریق به موسسات عمومی غیردولتی واگذار شده بود.

واگذاری بنگاه‌های دولتی به نهادهای عمومی غیردولتی آثار و عواقب ناگواری داشته است که می‌توان آنها را خیلی خلاصه به صورت موارد زیر فهرست کرد:

- کاهش کارایی بنگاه‌های واگذار شده
- کمرنگ شدن اصل پاسخ‌گویی
- خدشه‌دار شدن اصل شفافیت
- احتمال نقض اصل برابری در استفاده خدمات عمومی و حمایت از حق حاکمیت شهروندان
- از بین رفتن فضای رقابتی و ایجاد انحصار
- انتقال مالکیت شرکت‌های دولتی و منتقل نشدن مدیریت آنها.

### مسئله

بخش خصوصی در  
ایران نیز به دو بخش  
تعاونی و خصوصی  
تقسیم شده است.  
بخش تعاونی یکی از  
پایه‌های مستقل نظام  
اقتصادی کشور است  
که تشکیل‌دهندگان و  
داره‌کنندگان آن اصولاً  
اشخاص خصوصی  
هستند و بنابراین  
بخشی از مالکیت  
خصوصی محسوب  
می‌شود. اما بخش  
خصوصی آن بخشی  
است که تحت تملک و  
مدیریت افراد حقیقی  
و حقوقی خصوصی  
هستند.

تقویت نهادهای  
مقررات‌گذار و  
ناظر نیز از دیگر  
الزامات یک برنامه  
خصوصی‌سازی  
موفق در ایران  
خواهد بود.  
کمبود نهادهای  
مقررات‌گذار و ناظر  
در کشور نیز از  
جمله ضعف‌های  
نظارتی نظام  
اقتصادی کشور  
محسوب می‌شود.  
از آن سو، نهادهای  
مقررات‌گذار و ناظر  
موجود نیز تاکنون  
نتوانسته‌اند به طور  
کامل اهداف مورد  
نظر را محقق کنند

# تشکل‌ها

[ این صفحه‌ها به مرور فعالیت‌های تشکل‌های کشور می‌پردازد. ]



## ۷ درصد صادرات غیرنفتی کشور صنعت غذا است

گزارش کانون انجمن‌های غذایی ایران، کاهش صادرات و افزایش واردات غذایی را نشان می‌دهد

ایران منتشر شده، ارزش صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی از ۲ میلیارد و ۳۳۴ میلیون دلار در شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۵ به ۲ میلیارد و ۲۷۴ میلیون دلار در شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۶ رسیده است. در این مدت، صادرات صنایع غذایی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰ درصد افزایش و محصولات خام کشاورزی نظیر پسته و سیب کاهش چشم‌گیری داشته‌اند. میزان صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی نیز ۲ میلیارد و ۶۵۶ هزار تن در شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۶ بوده است. در این دوره، صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی به لحاظ ارزشی و وزنی ۶،۲ درصد کاهش یافته است. اقلام مهم صادراتی در این دوره عبارت بودند از: لبنیات (۵۰۰ میلیون دلار)، شیرینی و شکلات (۲۵۳ میلیون دلار)، پسته (۲۱۸ میلیون دلار)، خرما (۹۰ میلیون دلار)، انگور خشک‌کرده (۷۸ میلیون دلار) و زعفران (۷۲ میلیون دلار). در این دوره، ایران به بیش از ۱۱۰ کشور دنیا محصولات کشاورزی و صنایع غذایی صادر کرده است. پنج کشور عراق، افغانستان، امارات، پاکستان و آلمان بیش از ۷۰ درصد ارزش صادرات این دوره را به خود اختصاص داده‌اند. در این دوره، صادرات به امارات بیش از ۶۵ میلیون دلار، عراق بیش از ۶۱ میلیون دلار و ویتنام بیش از ۴۷ میلیون دلار نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش یافته است. ارزش صادرات غیر نفتی کشور در شش‌ماهه اول سال جاری ۲۰ میلیارد و ۵۴۴ میلیون ریال بوده است که ۲،۳ درصد کاهش نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان می‌دهد. سهم محصولات کشاورزی و صنایع غذایی در این صادرات ۱۱ درصد بوده که ۷ درصد آن مربوط به صنعت غذا و مابقی مربوط به محصولات خام کشاورزی است. واردات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی در شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۶ به اندازه ۹ میلیون و ۲۶ هزار تن به ارزش حدود ۵ میلیارد و ۹۳ میلیون دلار بوده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳ درصد به لحاظ وزنی و ۲۶ درصد به لحاظ ارزشی افزایش یافته است. اقلام مهم وارداتی در این دوره عبارت بوده‌اند از برنج (۹۹۶ میلیون دلار)، ذرت (۸۱۳ میلیون دلار)،

صنایع غذایی را می‌توان از صنایع بسیار موفق در ایران دانست چراکه این توانایی را دارد که به یکی از صنایع ارزآور غیرنفتی ایران تبدیل شود و فناوری‌اش نسبت به دیگر صنایع در ایران بسیار پیشتر در دسترس است. پیش‌کشوران این صنعت نیز چنین ظرفیتی را تایید می‌کنند. برای مثال، شاه‌رخ ظهیری از فعالان باسابقه صنایع غذایی در ایران، می‌گوید: «در سال‌های گذشته با ورود ماشین‌آلات جدید و تنوع در تولیدات مواد غذایی، تولیدکنندگان توانسته‌اند از لحاظ کیفیت و بسته‌بندی به شرایط استاندارد جهانی نزدیک شوند و خود را با آن تطبیق دهند؛ از طرفی فروش کالاهای آنها به نسبت کالاهای سایر صنایع شرایط بهتری دارد. اگر ایران وارد تجارت جهانی شود، صنعت غذا حرف زیادی برای گفتن دارد. محصولات کشاورزی ما از نظر شرایط آب و هوایی بسیار عالی است در نتیجه محصولات غذایی هم به همان کیفیت و رقابت‌پذیری خواهد بود.» یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی که صنایع غذایی در ایران با آن مواجه‌اند، دخالت بیش از اندازه دولت در کار آنهاست. به گفته کاوه زرگران، عضو هیئت مدیره کانون انجمن‌های صنایع غذایی در ایران، «حدود ۹۰ درصد صنایع غذایی در دست بخش خصوصی است اما بیش از ۹۰ درصد تصمیم‌گیری‌ها توسط دولت انجام می‌شود.» مشکلات مربوط به مالیات، بیمه، سرمایه‌گذاری و صادرات نیز از مسائل عمده گریبان‌گیر صنایع غذایی امروز کشور هستند.

ساعت یزدانجو

دبیر بخش تشکل‌ها

### صادرات ۲،۳ میلیارد دلاری

صنایع غذایی جزو صنایعی در ایران است که می‌تواند به خوبی در صادرات دست‌کم با کشورهای منطقه رقابت کند. اما آمار صادرات نشان می‌دهد که رقم صادرات کمی کاهش داشته اما این کاهش به وضعیت بحرانی نرسیده است؛ طبق آماری که در گزارش کانون انجمن صنایع غذایی

### ضعف بزرگ بسته‌بندی

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات صنایع غذایی ایران در بخش بسته‌بندی است و اتفاقاً بسته‌بندی از مراحل پررنگ زنجیره تولید محصولات غذایی به شمار می‌رود. بسته‌بندی به‌خصوص برای صادرات تولیدات صنایع غذایی امری حیاتی است. بسیاری از کارشناسان صنایع غذایی معتقدند که امروزه صنعت بسته‌بندی یکی از مؤلفه‌های مهم و تعیین‌کننده در صادرات غیرنفتی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر با هدف فروش و بازاریابی مناسب در مناطق مختلف جهان جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است، ولی متأسفانه ضعف این صنعت در ایران باعث شد که کشورهای دیگر محصولات کشاورزی تولید ایران را به صورت فله‌ای و با قیمت بسیار نازل خریداری کنند و عملیات بسته‌بندی را در کشور خودشان انجام دهند و به این ترتیب محصولات ایرانی را با نام کشور خود با قیمت‌های مضاعف به دیگر کشورها صادر کنند. فعالان کسب‌وکار صنایع غذایی معتقدند که مسئولان و دست‌اندرکاران بخش کشاورزی باید توجه کنند که با ایجاد صنایع تبدیلی مرتبط و دارای قدرت و رقابت بین‌المللی، ایران می‌تواند نقش مهمی در کسب ارزش افزوده محصولات تولیدی کشور داشته باشد. واقعیت امر این است که امروزه رقابت در سطح اقتصاد جهانی به سمت متنوع‌سازی پیش می‌رود و تولیدکنندگان باید برنامه‌های فروش برای رقابت هرچه بیشتر در سطح بازارهای جهانی داشته باشند و محصولات جدید با بسته‌بندی‌های روز به بازار عرضه کنند. بی‌توجهی به این صنعت در واقع لطمه اصلی را به صنعت کشاورزی وارد می‌سازد. ایران با توجه به اینکه کشوری است با منابع و محصولات کشاورزی بسیار بالا، هنوز قادر به نشان دادن ظرفیت‌های واقعی تولید خود در بخش کشاورزی به سایر کشورها و بازارهای هدف نیست و این می‌تواند به نوعی برای بخش کشاورزی جبران‌ناپذیر باشد.

### کانونی برای ارتقای صنایع غذایی

کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران در سال ۱۳۸۲ با مشارکت انجمن‌های فعال در صنایع غذایی کشور تشکیل شده است. هدف از تشکیل کانون، ایجاد هماهنگی بین تشکلهای موجود جهت برقراری و حفظ ارتباط منظم با مراجع ذی‌صلاح و پیگیری مسائل و مشکلات اعضا به صورت گروهی، برنامه‌ریزی برای ارائه الگوها و طرح‌های کارشناسی و موثر جهت توسعه بهره‌وری و بهبود صنایع غذایی کشور است. در راستای تحقق این اهداف و به منظور استفاده از پتانسیل و ظرفیت‌های بخش دولتی و خصوصی، کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران در دو مرجع رسمی ثبت تشکلهای خود در کشور (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران) به ثبت رسیده است. این کانون در حال حاضر دارای ۳۵ عضو است. ■

سویا (۴۵۶ میلیون دلار) روغن خام آفتاب‌گردان (۳۰۵ میلیون دلار) و کنجاله (۲۸۵ میلیون دلار). در این دوره، واردات محصولات غذایی نسبت به مدت مشابه سال قبل در محصولات برنج (۵۱۹ میلیون دلار)، روغن خام آفتاب‌گردان (۱۹۰ میلیون دلار)، ذرت (۱۸۴ میلیون دلار)، گوشت قرمز (۸۰ میلیون دلار) و موز (۷۷ میلیون دلار) افزایش یافته است. ارزش واردات غیرنفتی کشور در شش‌ماهه اول سال جاری ۲۳ میلیارد و ۵۹۵ میلیون ریال بوده و سهم کشاورزی و صنایع غذایی ۲۲ درصد بوده است. تراز تجاری محصولات کشاورزی و صنایع غذایی از منفی یک میلیارد و ۶۹۸ میلیون دلار در شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۵ به منفی ۲ میلیارد و ۸۱۹ میلیون دلار در شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۶ رسیده است. افزایش واردات کالاهای اساسی نظیر برنج، روغن، گوشت قرمز، ذرت و کنجاله در کنار کاهش صادرات اقلام اصلی نظیر بسته‌عامل اصلی این افت تراز تجاری بوده‌اند.

### ضعف صنایع تبدیلی

نبود انطباق بین ظرفیت‌های اسمی واحدهای صنایع غذایی با تولیدی که در عمل اتفاق می‌افتد، از جمله مشکلات بزرگ صنایع غذایی در ایران است؛ کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق بازرگانی تهران در آخرین نشست خود به این مسئله اشاره کرده است. در این نشست عنوان شد که یکی از چالش‌های اساسی پیش روی بنگاه‌های صنعتی در کشور از جمله صنایع غذایی، عدم تطابق ظرفیت تولیدی شکل گرفته با نیازهای بازار است؛ اعطای بیش از حد مجوز به بنگاه‌های صنعتی و تأیید طرح‌های غیراقتصادی، باعث خالی ماندن بسیاری از ظرفیت‌های تولیدی و در نتیجه کاهش بهره‌وری عملکرد بنگاه‌ها و کاهش توان رقابت‌پذیری آنها در بازارهای بین‌المللی شده است. از سوی دیگر، یکی از مشکلات اصلی صنعت غذا در ایران بالا بودن قیمت تمام‌شده فرآورده‌های غذایی است. قیمت‌های دستوری مواد اولیه، تورم بالا در دهه اخیر، بهره‌وری پایین و سایر عوامل، موجب افزایش قیمت تمام‌شده تولیدات صنایع غذایی در داخل شده است. این امر به‌علاوه نظام توزیع ناکارآمد در بازار داخل، هزینه‌های بالای حمل‌ونقل، ضعف بسته‌بندی و برندسازی در تجارت خارجی، و کاهش سطح رقابت‌پذیری صنایع غذایی در بازارهای جهانی را به همراه داشته است. در آخرین نشست کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق بازرگانی تهران به چالش‌های صنایع تبدیلی در صنعت غذا نیز اشاره شد. در این جلسه فعالان صنایع غذایی تأکید کردند که شکل‌گیری صنایع تبدیلی در کشور، در اندازه و محل استقرار مناسب نیست و همین امر باعث شده است تا تولیدات این بخش همچنان از شرایط مناسبی برخوردار نباشد. متوسط تولید محصولات در صنعت غذایی ایران، در حدود ۴ تا ۵۰ محصول در دقیقه است در حالی که در جهان این میزان در پایین‌ترین سطح رقمی معادل ۳۰۰ تا ۴۰۰ محصول در دقیقه است. این در شرایطی است که صنایع تبدیلی می‌تواند ظرفیت‌های لازم را برای تغییر و تحول در بخش کشاورزی کشور ارتقا دهد.

### هیئت‌مدیره کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران

|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                      |                                                                                       |                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |  |  | <b>هیئت‌مدیره</b><br><b>کانون</b><br><b>انجمن‌های</b><br><b>صنایع غذایی</b><br><b>ایران</b> |
| بهمن دانایی<br>عضو هیئت‌مدیره                                                       | ولی‌الله داوودآبادی<br>عضو هیئت‌مدیره                                               | سید مهدی آثاریان<br>عضو هیئت‌مدیره                                                  | علیرضا مروت‌پور<br>خزانه‌دار                                                        | رضا باکری<br>عضو هیئت‌مدیره                                                         | محمد رضا هاتفی<br>میتایی<br>نایب‌رئیس<br>هیئت‌مدیره                                 | کاوه زرگران<br>عضو هیئت‌مدیره و<br>دبیرکل                                            | سید محمد رضا<br>مرتضوی<br>رئیس هیئت‌مدیره                                             |                                                                                             |
|  |  |  |  |  |  |  |  |        |
| احمد شکرپور<br>بازرس                                                                | مسعود عبادی‌پور<br>عضو هیئت‌مدیره                                                   | پیمان فروهر<br>عضو هیئت‌مدیره                                                       | میراسلام تیموری<br>عضو هیئت‌مدیره                                                   | احمد آزادمر<br>عضو هیئت‌مدیره                                                       | مجید پارسیایی<br>خزانه‌دار                                                          | فرهاد آگاهی<br>عضو هیئت‌مدیره                                                        | محسن لزومیان<br>عضو هیئت‌مدیره                                                        | جمشید مغازهای<br>عضو هیئت‌مدیره                                                             |

صنعت جهانی دارو پس از حوزه نفت و پتروشیمی و بالاتر از صنایعی همچون مواد غذایی، مخابرات، انرژی و غیره سودآورترین صنعت در میان حوزه‌های مختلف صنعتی در سطح جهان محسوب می‌شود.



## ۹۵ درصد مواد اولیه دارو وارداتی است

اتحادیه واردکنندگان دارو می‌تواند در سیاست‌گذاری‌های حوزه دارو نقش پررنگی بازی کند

تولیدی فعال در بازار دارویی کشور بالغ بر ۶۸ هزار میلیارد ریال بوده که دربرگیرنده ۶۶ درصد از کل فروش ریالی بازار بود. ۳۴ درصد مابقی معادل ۳۵ هزار میلیارد ریال توسط شرکت‌های وارداتی انجام پذیرفت. همچنین فروش عددی شرکت‌های دارویی تولیدی فعال در بازار دارویی کشور بالغ بر ۲۸ میلیارد عدد بود که دربرگیرنده ۹۸ درصد کل فروش عددی بازار بوده است و ۲ درصد مابقی معادل ۳۵ میلیون عدد توسط شرکت‌های وارداتی انجام پذیرفته است. به عبارت ساده‌تر، ۳۴ درصد ریالی و ۲ درصد عددی از داروی کشور وارداتی است.

در ایران، قیمت‌گذاری تقریباً تمامی داروهای شیمیایی توسط سازمان غذا و دارو صورت می‌گیرد. مدل مورد استفاده در قیمت‌گذاری دارو نیز مدل Cost Plus است. انتقادات بسیاری بر این مدل که یکی از قدیمی‌ترین مدل‌های قیمت‌گذاری است وارد شده و باعث منسوخ شدن آن در اکثر کشورها شده است. مهم‌ترین ایراد آن نیز از بین بردن زمینه و انگیزه رقابت و کاهش هزینه در بین بنگاه‌ها است که باعث شده تا بسیاری از کشورهای در حال توسعه نیز از سایر روش‌های قیمت‌گذاری مانند قیمت‌گذاری مرجع یا نسبی استفاده کنند که در آنها پایین‌ترین قیمت عرضه در کشور یا کشورهای هدف مبنای قیمت‌گذاری قرار می‌گیرد.

اما از آن سو، داروهای وارداتی دارای قیمت بالایی هستند؛ دلایل محکمی برای گران‌تر بودن داروهای وارداتی وجود دارد؛ اولین دلیل این است که بخش قابل توجهی از داروهای وارداتی، داروهای پیچیده، جدید و برند هستند که قیمت به شدت بالایی دارند در حالی که بخش عمده تولیدات کشور را داروهای ژنریک و قدیمی تشکیل می‌دهند که تا حدودی دچار مازاد عرضه نیز شده‌اند. همچنین داروهای وارداتی که مشابه آنها در داخل تولید می‌شود مشمول تعرفه‌های گمرکی بالا (۴۰ تا ۶۵ درصد)

سالانه بالغ بر ۴ میلیارد دلار در کشور دارو مصرف می‌شود که حداقل یک میلیارد دلار آن سهم داروهای وارداتی است. با اینکه میزان واردات دارو از نظر حجمی در قیاس با داروهای ساخت داخل خیلی نیست اما گردش مالی زیادی را از صنایع دارویی کشور به خود اختصاص می‌دهد. این آمار را در اواخر سال گذشته، مدیرعامل شهرک دارویی برکت، اعلام کرد.

با وجود این، صنعت دارو در کشور دچار مشکلات زیادی است و همین امر باعث می‌شود که واردات دارو همچنان لازم به نظر برسد. یکی از مشکلات صنعت داروسازی در کشور قیمت تمام‌شده بالای آن است. به گفته علی آهنگر محله، کارشناس و تحلیل‌گر پاسارگاد تحلیل، صنعت داروسازی به دلیل اثرگذاری بر سلامت انسان‌ها و جوامع بشری همواره از مهم‌ترین ارکان نظام سلامت در دنیا بوده و امروزه این صنعت به عنوان یکی از صنایع کلیدی و استراتژیک در جهان مطرح است و برخورداری از سطح بالای توانمندی در این بخش، توسعه‌یافتگی کشورها محسوب می‌شود. صنعت دارویی ایران نیز از جمله کلیدی‌ترین و راهبردی‌ترین صنایع کشور است که در گسترش توانمندی‌ها و قابلیت‌ها در این حوزه و خودکفایی در زنجیره ارزش آن (تحقیق و توسعه، تولید مواد اولیه دارویی، تولید اقلام و فرآورده‌های نهایی)، توانسته است موقعیت و جایگاه کشور را در منطقه و در سطح مجامع بین‌المللی ارتقای شایان توجهی ببخشد.

### صنعت پر درآمد

صنعت جهانی دارو پس از حوزه نفت و پتروشیمی و بالاتر از صنایعی همچون مواد غذایی، مخابرات، انرژی و غیره سودآورترین صنعت در میان حوزه‌های مختلف صنعتی در سطح جهان محسوب می‌شود. در سال ۹۴، فروش ریالی شرکت‌های دارویی

موضوع تا جایی جدی است که مثلاً داروی تولید داخل هم توان رقابت با داروهای وارداتی را ندارد.»

### بحث بر سر قیمت‌گذاری

در تابستان امسال برخی از مقامات وزارت بهداشت اعلام کردند که قیمت محصولات دارویی وارداتی در داخل در کشور گران است و در برخی موارد گران‌تر از کشورهای دیگر ارائه می‌شود. اتحادیه واردکنندگان دارو با انتشار بیانیهای به این ادعا پاسخ داد که نشان‌دهنده مشکلات عمده این صنف بود. در جوابیه اتحادیه واردکنندگان دارو آمده بود: «قیمت داروهای وارداتی همانند داروی تولید داخل با دقت و وسواس فراوان توسط اداره کل نظارت بر امور دارو و مواد مخدر سازمان غذا و دارو و بر طبق ضوابط مشخص و معین بررسی، تعیین و پایش می‌شود. قیمت‌گذاری داروهای وارداتی با روشی شناخته‌شده در دنیا با نام قیمت‌گذاری مرجع یا Reference pricing انجام می‌شود. در این روش مرسوم، قیمت یک داروی وارداتی نمی‌تواند از قیمت همان دارو در کشورهای دیگر بالاتر باشد. سازمان غذا و دارو برای قیمت‌گذاری هر قلم داروی وارداتی قیمت همان دارو را در کشورهایی مانند ترکیه، اسپانیا، یونان، عربستان و الجزایر که دارای کمترین قیمت‌ها هستند ملاک محاسبات خود قرار می‌دهد که در نتیجه قیمت اکثر داروهای وارداتی کمتر از قیمت‌های دارو در کشورهای همسایه و به خصوص حوزه خلیج فارس است که البته یکی از دلایل مهم آن هم بزرگ‌تر و رقابتی بودن بازار ایران است.»

میزان عوارض داروهای وارداتی هم بالاست و به همین دلیل قیمت داروهای خارجی زیاد است. در جوابیه اتحادیه واردکنندگان دارو نیز به این مورد اشاره شده است: «تعدادی از داروهای وارداتی دارای مشابه تولید داخل هستند که عوارض گمرکی آنها ۳۲ درصد است. ضمن اینکه این میزان حقوق و سود برای دارو در دنیا بی‌نظیر است. بدیهی است نتیجه این امر افزایش قیمت برای مصرف‌کننده است که بالطبع این افزایش هیچ ارتباطی با قیمت خرید داروی مربوطه و شرکت واردکننده آن ندارد.» در جوابیه اتحادیه واردکنندگان دارو، به مشکل قاچاق دارو نیز اشاره شده است: «تجربه نشان داده است که گاهی برخی مدعیان واردات ارزان‌تر دارو با توجه به عدم ارتباط با خود شرکت‌های داروسازی بین‌المللی و تولیدکننده اصلی دست به دامن واسطه‌های نامعتبر (قاچاقچیان) کشورهای همسایه می‌شوند و متأسفانه راه را برای واردات داروهای تقلبی و قاچاق به کشور هموار و آسیب‌های جبران‌ناپذیری به سلامت بیماران وارد می‌کنند.»

### مواد اولیه وارداتی

با اینکه صنایع دارویی داخلی در کشور فعالیت زیادی دارند و سطح وسیعی از نیازهای دارویی را پوشش می‌دهند اما باید تأکید کرد که قسمت عمده مواد اولیه دارویی جزو اقلام وارداتی هستند. طبق اعلام مقامات مسئول، ۹۵ درصد مواد اولیه دارویی در کشور وارداتی است. این آمار، نشان‌دهنده اهمیت بالای بخش واردات در حوزه دارویی کشور است. تعرفه واردات دارو ۴۰ درصد اما تعرفه واردات مواد اولیه دارو ۲۶ درصد تعیین شده است. در کشور بیش از ۷۰ کارخانه داروسازی فعالیت دارند که این کارخانه‌ها، محصولات نهایی را تولید و به بازار عرضه می‌کنند و ۵۱ کارخانه نیز مواد موثر دارویی را تولید می‌کنند. همچنین ۲۰۰ شرکت بازرگانی دارویی در ایران وجود دارند که در زمینه واردات و صادرات یا تجارت دارو فعال‌اند.

### اتحادیه‌ای به نمایندگی از بخش خصوصی

اتحادیه واردکنندگان دارو به استناد بند «ک» ماده ۵ قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و با موافقت و نظارت اتاق ایران در سال ۱۳۸۵ تأسیس و با حداقل ۲۵ نفر عضو تشکیل شد و دارای شخصیت حقوقی مستقل و استقلال مالی است و به صورت صنفی و غیرانتفاعی فعالیت می‌کند. در سال‌های اخیر، این اتحادیه طرف مشورت سیاست‌گذاری‌های مربوط به تولید دارو در کشور قرار گرفته و نقش پررنگ‌تری در راهبری صنایع دارویی کشور بر عهده گرفته است. ورود این اتحادیه به تصمیم‌گیری‌های چندجانبه عرصه دارو، می‌تواند راه را برای وارد شدن هرچه بیشتر بخش خصوصی در این حوزه هموارتر کند. ■

می‌شوند. دلیل سوم گران بودن داروهای وارداتی این است که بخش عمده واردات دارو از کشورهای پیشرفته صورت می‌گیرد که قیمت دارو در آنها به نسبت سایر کشورها بالاتر است. بنا به آنچه که شرکت پاسارگاد تحلیل ارائه کرده، باید توجه کرد که گران‌تر بودن داروی وارداتی به صورت تیغی دولبه عمل می‌کند، یعنی از یک طرف در جهت تشویق مصرف‌کننده به مصرف داروی داخلی عمل می‌کند اما از طرف دیگر می‌تواند باعث القای کیفیت پایین‌تر داروی داخلی شود و از آن مهم‌تر باعث می‌شود تا شرکت‌های پخش‌کننده و داروخانه‌ها تمایل بیشتری به فروش داروی خارجی داشته باشند. همچنین این امر باعث شده تا واردات دارو صرفه و سود بیشتری نسبت به تولید دارو در کشور پیدا کند.

ناصر ریاحی، رئیس هیئت‌مدیره اتحادیه واردکنندگان دارو، نیز معتقد است که تولیدکنندگان داخلی نمی‌توانند قیمت تمام‌شده دارو را کاهش دهند و به همین علت در رقابت با داروهای خارجی موفق به گرفتن سهم بازار بیشتر نمی‌شوند. او به خبرگزاری مهر می‌گوید: «در صنعت دارو به دلیل پایین بودن تعداد کارگران ما چندان با این موضوع درگیر نیستیم ولی به طور کلی بالا بودن هزینه‌های کارگری در کشور ما الان یکی از چالش‌های اصلی تولید و بالا رفتن قیمت تمام‌شده است؛ برای مثال، هزینه دستمزد کارگر در کشور ما به دلار حدود ۵۰۰ دلار در ماه است در شرایطی که دستمزد کارگر در کشورهای دیگر که رقیب ما هستند مانند هند، چین، امارات، مصر و... به صورت متوسط ۲۰۰ دلار است. هزینه‌های دیگر ما هم در تولید به مراتب بیشتر است و همه اینها به افزایش قیمت تمام‌شده یک محصول منجر می‌شود و قدرت رقابت را از ما می‌گیرد و صادرات را در بسیاری از کالاها از جمله دارو غیرممکن می‌کند. این

### هیئت‌مدیره اتحادیه واردکنندگان دارو



داریوش افشار  
نایب‌رئیس



ناصر ریاحی  
رئیس



ناصر ایوبیان  
عضو هیئت‌مدیره



محمد مهدی تابعی‌قانون  
عضو هیئت‌مدیره



احمد آتش‌هوش  
عضو هیئت‌مدیره



امین همایون فرد  
دبیر اتحادیه



سیامک ستوده  
عضو هیئت‌مدیره



شکراه معماریان  
عضو هیئت‌مدیره

بخش خصوصی خیلی راحت نمی تواند وارد حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شود. کار در این حوزه نیازمند سرمایه گذاری فراوان است و شاید به همین دلیل است که شرکت های خصوصی خیلی راحت تر توانسته اند در این عرصه پا بگذارند.

## یک دهم درصد گردش «فاوا»ی جهانی برای ایران

فدراسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات تلاش می کند بخش های مختلف این عرصه را به هم پیوند دهد



امروز شاهد تاثیر این فناوری بر صنعت بانکداری یا حمل و نقل شهری هستیم، به سرعت و در آینده نزدیک شاهد تاثیر این فناوری بر بسیاری از کسب و کارهای دیگر نیز خواهیم بود. بر این اساس ماهیت این صنعت در حال تغییر و در حال تبدیل شدن به ماهیتی فرابخشی و تعاملی با سایر بخش های اقتصاد است.

### دشواری های ورود بخش خصوصی

حوزه هایی مانند ارتباطات زیرساخت، کسب و کارهای اینترنتی و شبکه های اجتماعی از جذاب ترین بخش های فناوری برای جلب سرمایه گذار خصوصی به شمار می آید. حوزه هایی که دولت نیز در آنها از ورود بخش خصوصی استقبال می کند. در همین راستا هم محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت قبلی، از افزایش سرمایه گذاری های بخش خصوصی در حوزه زیرساخت سخن گفته و تاکید کرده بود که دولت تدبیر و امید تا آن زمان حدود ۶ هزار میلیارد تومان در بخش توسعه زیرساخت های ارتباطات و فناوری اطلاعات سرمایه گذاری کرده و افزون بر ۴ برابر این رقم نیز توسط بخش خصوصی انجام شده است.

با این حال، بخش خصوصی خیلی راحت نمی تواند وارد حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شود. کار در این حوزه نیازمند سرمایه گذاری فراوان است و شاید به همین دلیل است که شرکت های خصوصی خیلی راحت تر توانسته اند در این عرصه پا بگذارند. سورنا ستاری، رئیس بنیاد ملی نخبگان، به خوبی این وضعیت را تشریح کرده است: «نوآوری از دل بخش خصوصی پدیدار می شود، هنر دولت را می توان در سوق دادن پژوهشگاه ها و مراکز علمی و تحقیقاتی به سوی حمایت و هدایت ظرفیت نیروی انسانی تحصیل کرده، در مسیر شکل دادن کسب و کارهای فناورانه و استارت آپ ها دانست. تا پژوهشگاه های دولتی زمینه رشد شرکت های خصوصی و برون سپاری را فراهم نکنند، نمی توانند با نوآوری، مشکلات را حل کنند. تجربه نشان داده است کارآمدی و نوآوری با تکیه به درآمد دولت حاصل نمی شود بلکه دولت باید با نقش هدایتگری و راهبری سیاست گذار امر پژوهش باشد.»

خسرو سلجوقی، عضو کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق بازرگانی ایران، بزرگ ترین چالش موجود در بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات را نبود راهبردی مشخص در این بخش می داند. به گفته او، کشوری مانند کوبا روی زیست فناوری

فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) عبارتی کلی دربرگیرنده تمام فناوری های پیشرفته نحوه ارتباط و انتقال داده ها در سامانه های ارتباطی است که می توانند یک شبکه مخابراتی، چندین کامپیوتر مرتبط با هم و متصل به شبکه مخابراتی، اینترنت و همچنین برنامه های استفاده شده در آنها باشند. فناوری اطلاعات و ارتباطات دارای بخش های بسیار متنوعی است که با توجه به رواج فناوری های ارتباطی در ایران و گستردگی استفاده از آن در شهرها و روستاهای کشور، می توان گفت به یکی از بخش های مهم اقتصاد کشور تبدیل شده است. حوزه های متفاوتی، از تولید نرم افزار و تجارت الکترونیک تا امنیت شبکه و مهندسی برق و مخابرات و نشر دیجیتال و مکان یابی را می توان جزو فعالیت هایی در نظر گرفت که شامل حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات می شوند.

گردش مالی فناوری اطلاعات در جهان ۳ هزار و ۸۰۰ میلیارد دلار است که سهم ایران از این بخش حدود ۶ تا ۷ میلیارد دلار است؛ یعنی ۰،۱ درصد گردش مالی جهانی فناوری اطلاعات و ارتباطات. حجم گردش مالی بازار فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور در برنامه ششم توسعه ۱۰۰ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده است. سهم تولید فناوری اطلاعات و ارتباطات از تولید ناخالص داخلی کشور ۲،۷ درصد است و آمارهای منتشر شده حاکی است گردش مالی بازار ICT کشور اکنون ۷۰ هزار میلیارد تومان است و قانون گذار پیش بینی کرده این رقم به ۱۳۰ هزار میلیارد تومان تا پایان برنامه ششم توسعه برسد.

### تغییرات عمده بازار

فناوری ارتباطات و اطلاعات از زمانی که در ایران رایج شده، تغییرات زیادی کرده است. به گفته کارشناسان این حوزه، طی سالیان اخیر تعداد قابل توجهی از نیروی کار فارغ التحصیل این حوزه وارد بازار کار شده اند و این روند کماکان رو به گسترش است. به مرور این نیروی عظیم به کنشگرانی مهم در این عرصه تبدیل خواهند شد. رشد شرکت های استارت آپی خود بیانگر اهمیت این نیروی عظیم است. پتانسیلی که این نیروی عظیم وارد صنعت می کند باعث تغییرات زیادی در پارادایم های سنتی در این بازار خواهد شد. وجود این نیروها علاوه بر اینکه بازار کار را تحت الشعاع قرار می دهد باعث آشنایی هرچه بیشتر مردم با فناوری اطلاعات می شود و میزان تقاضا در این بازار را افزایش می دهد.

با گسترش شبکه اینترنت پهن باند، شبکه تلفن همراه و افزایش میزان استفاده از گوشی های هوشمند، تبلت ها و نظیر این ابزارها، مردم به استفاده کنندگان و به تبع خریداران این صنعت تبدیل شده اند. این موضوع باعث می شود آرام آرام بازارهای سنتی که عمدتاً در اختیار شرکت ها، صنایع و سازمان ها بود جای خود را به بازار بسیار بزرگ تر و فراگیرتر مردم دهد. هرچند این بازار در چند سال گذشته بیشتر معطوف به خدمات ارتباطی و اینترنت بوده است، اما به مرور فناوری اطلاعات نیز نقش عمده ای در این بازار خواهد داشت. ظهور و پیدایش سرویس های عمومی و بزرگ مانند اسنپ، تپسی، دیجی کالا و... و اقبال بسیار خوب مردم به این سرویس ها خود شاهی بر این مدعاست. به زودی این فناوری جزء لاینفک زندگی مردم خواهد شد و نقشی حیاتی در اقتصاد بازی خواهد کرد.

در حال حاضر فناوری اطلاعات دیگر خود یک بخش کوچک از اقتصاد نیست، بلکه همه بخش های اقتصاد تحت تاثیر این فناوری قرار دارند. بسیاری از کسب و کارهای سنتی تحت تاثیر این فناوری تخریب می شوند و ماهیت جدیدی پیدا می کنند. اگر

نمایشگاه‌های منطقه در حوزه ICT داشته و امسال نیز ۱۲ شرکت حاضر شدند و دستاوردهای خود را معرفی کردند.

به گفته طلایی، ۲۹ استارت‌آپ ایرانی در بخش Startup Movement جیتکس حضور داشتند که حضور ۱۲ استارت‌آپ با حمایت اتاق بازرگانی تهران، ۶ استارت‌آپ با حمایت اتاق بازرگانی اصفهان و ۱۰ استارت‌آپ با حمایت سازمان نظام صنفی رایانه‌ای صورت گرفته بود. با توجه به نیروی متخصص و جوانی که سالانه از دانشگاه‌ها فارغ‌التحصیل می‌شوند و پتانسیل موجود در شرکت‌های ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، ایران کشور مهم منطقه خلیج فارس برای سرمایه‌گذاری و مشارکت با غول‌های این حوزه در جهان و حضور پررنگ‌تر در بازار منطقه خواهد بود. طلایی با تأکید بر اینکه در حال حاضر شرایط خوبی برای حضور شرکت‌های خارجی که تمایل دارند در ایران سرمایه‌گذاری کنند به وجود آمده‌است، گفت: «برنامه‌ها و تسهیلاتی که دولت ایران برای همکاری شرکت‌های خارجی با شرکت‌های ایرانی فراهم ساخته، فضای مناسبی برای تأمین نیازهای داخلی و توسعه صنعت فاوا در ایران به وجود آورده‌است. با توجه به اینکه شرکت‌های فعال در ایران آماده حضور در بازارهای بین‌المللی شده‌اند، جیتکس فرصتی فراهم کرده تا بین شرکت‌های ایرانی و خارجی ارتباطی برای حضور پررنگ‌تر در منطقه ایجاد شود. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تسهیلات زیادی به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌دهد و از طرفی شرکت‌های خارجی که به عنوان شرکت دانش‌بنیان در ایران ثبت می‌شوند نیز می‌توانند از این تسهیلات برخوردار شوند.»

با مقایسه حقوق و دستمزد یک نیروی انسانی متخصص در ایران و اروپا می‌توان به مزیت نسبی تولید نرم افزار و محتوا در ایران پی برد و یکی از ابزارهای مهم برای معرفی این زمینه‌های مثبت، نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی مانند جیتکس و سیت است. استارت‌آپ‌های ایرانی در نمایشگاه جیتکس امسال حضور چشم‌گیری داشتند؛ مجموعاً ۴۶۵ استارت‌آپ از ۴۰ کشور در سالن Startup Movement جیتکس حضور داشتند که از این تعداد ۲۹ استارت‌آپ ایرانی بودند. با انتخاب هیئت داوران جیتکس، ۵۴ استارت‌آپ به مرحله نهایی راه یافتند تا به معرفی توانمندی‌های خود بپردازند که با انتخاب ۴ استارت‌آپ از ایران بیشترین تعداد به کشورمان تعلق گرفت که برای اولین گام برای حضور در مجامع بین‌المللی بسیار مثبت است. ۴ استارت‌آپ ایرانی نیز موفق شدند دستاوردها و توانمندی‌های خود را به سرمایه‌گذاران دنیا معرفی کنند، اما در نهایت نتوانستند جایزه ۱۸۰ هزار دلاری را از آن خود کنند.

#### فدراسیونی از تشکل‌های فعال در فاوا

فدراسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران از ترکیب چند تشکل فعال در این حوزه در سال ۱۳۹۴ تأسیس شده است. این فدراسیون مجموعه‌ای از تشکل‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات است که به منظور ارتقای جایگاه و نقش بخش خصوصی در توسعه اقتصادی کشور، تقویت فرهنگ کارآفرینی و روحیه جمعی، ساماندهی امور مربوط، استفاده از تجربیات علمی و عملی دست‌اندرکاران و تبادل نظر و ارتباط نزدیک با تشکل‌های عضو و به‌هنگام کردن آن برای نیل به اهداف قانونی توسعه و دفاع از حقوق و منافع مشروع و قانونی اعضا و بهره‌گیری و استفاده از خرد جمعی و تقویت و ارتقای نقش و جایگاه مدیریت، با توجه به ضرورت برقراری تبادل نظر و موثر کردن نقش تشکل‌ها در اقتصاد کشور تأسیس شده است. تشکل‌های عضو این فدراسیون عبارت‌اند از اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان نرم‌افزار ایران، اتحادیه شرکت‌های فنی و مهندسی حفاظت الکترونیک و شبکه‌های ایمنی، اتحادیه صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی، مشاوران و پیمانکاران صنعت مخابرات، اتحادیه صنایع لوح فشرده ایران، انجمن تولیدکنندگان نرم‌افزار تلفن همراه، انجمن ناشران دیجیتال، سندیکای تولیدکنندگان تجهیزات فناوری اطلاعات ایران، سندیکای شرکت‌های شناسایی و مکان‌یابی رادیویی، سندیکای صنعت برق ایران و سندیکای صنعت مخابرات ایران.

تمرکز کرده تا بتواند با تقویت این بخش، در مقابل امریکا مقاومت کند. یا در نمونه‌ای دیگر، کره جنوبی هم تمرکز خود را بر روی خودرو و صنایع الکترونیکی قرار داده و راهبرد مخصوص به خود را دارد. سلجوقی در گفت‌وگو با خبرگزاری مهر تأکید کرده است که راهبرد مشخصی در این زمینه در کشور وجود ندارد. به گفته او، نبود یک راهبرد مشخص در کشور باعث شده که فضای لازم برای حضور بخش خصوصی و فعالیت اقتصادی این بخش، وجود نداشته باشد؛ در این زمینه اصل ۴۴ مصوب شده بود، اما به معنای واقعی نبود و به بخش خصوصی هم قدرت لازم داده نشد.

خلاً موجود در بخش خصوصی باعث شده است تا اقتصاد شبه‌دولتی، اقتصاد حاکم در نظر گرفته شود تا شاید این اقتصاد، راهکاری برای پر کردن خلأ عدم حضور بخش خصوصی باشد و بتواند یک اطمینان امنیتی برای نظام تأمین کند. مشکل دیگر در این زمینه، قوانین و مقرراتی است که بر نظام اقتصادی کشور حاکم شده است. مسواری چون قانون کار، قانون بیمه، قانون مالیات و همچنین عوارض مختلفی که اخذ می‌شوند، باعث عدم اقتصادی بودن هزینه تمام‌شده در بخش تولید شده است.

#### سرمایه‌گذاری خارجی

شرکت‌های بزرگ فناوری اطلاعات و ارتباطات تمایل دارند که در این حوزه در ایران سرمایه‌گذاری کنند. نشانه‌های این تمایل را اواخر مهرماه امسال می‌شد در نشست‌هایی که در حاشیه نمایشگاه «جیتکس ۲۰۱۷» برگزار شد دید. در این نشست، محمدرضا طلایی، رئیس فدراسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق بازرگانی ایران، با اعلام آمادگی بخش خصوصی برای همکاری با شرکت‌های خارجی و برنامه‌های حمایتی دولت در برقراری و گسترش ارتباطات بین‌المللی حوزه ICT، اطلاعاتی در مورد تشکیل پایوبیون ایران در جیتکس ۲۰۱۷ ارائه داد و گفت: کشور ایران طی سه سال گذشته حضور پررنگی در نمایشگاه جیتکس به عنوان یکی از مهم‌ترین

#### هیئت‌مدیره فدراسیون اطلاعات و ارتباطات



افشین کلاهی  
نایب رئیس  
هیئت‌مدیره



محمدرضا طلایی  
رئیس هیئت‌مدیره



سید حسن میرزایی  
بازرس



عبدالرضا نوروزی  
عضو هیئت‌مدیره



سعید رسول‌اف  
عضو هیئت‌مدیره  
و منشی



ویدا سینا  
خزانه‌دار



محمود سفار  
عضو علی‌البدل



شهرام حاجی  
قربانی  
عضو علی‌البدل



سید فرزاد  
حجاری فرهمند  
دبیر



مرتضی کوهنورد  
دبیرکل

# .....همسایه‌ها.....

[ این صفحه‌ها به مرور وضعیت اقتصادی کشورهای همسایه و فرصت‌های ایران برای سرمایه‌گذاری در آنها می‌پردازد. ]

ترکیه را بشناسیم

## همسایه نیمه‌اروپایی

رشد بالا، نیروی کار جوان و حرفه‌ای، و موقعیت استراتژیک ترکیه باعث شده این کشور به مقصد مناسبی برای سرمایه‌گذاران خارجی بدل شود

مقتضیات این امر در اداره کشور پذیرفت؛ اما مذاکرات در نهایت به نتیجه نرسید. یکی از بزرگ‌ترین تحولات سیاسی ترکیه در سال‌های اخیر، بروز اعتراضات به تخریب پارک گزی استانبول و وقوع تظاهرات ضددولتی در همان چارچوب بود. همچنین در سال گذشته میلادی کودتای نافرجامی علیه دولت رخ داد که باعث شد عده‌ای از کارکنان دولتی به جرم همدستی با کودتاچیان، دادگاهی یا از کار برکنار شوند. ترکیه در عین حال در سال‌های اخیر با تهدید امنیتی داعش و بروز چند حمله تروریستی در شهرهای بزرگ خود مواجه بوده است.

### نظام اداره ترکیه

ترکیه سیستم فدرال ندارد و استان‌های مختلف این کشور، تابع دولت مرکزی در آنکارا هستند. در حال حاضر رجب طیب اردوغان از حزب عدالت و توسعه رئیس‌جمهور ترکیه است و برخلاف رؤسای جمهور سابق این کشور که قدرتی کمتر از نخست‌وزیر داشتند، نقش

### ۱ ترکیه را بهتر بشناسیم

ترکیه یکی از مهم‌ترین همسایگان و شرکای تجاری ایران است. این کشور از لحاظ جغرافیایی در موقعیت ویژه‌ای قرار دارد: بخش اعظم آن در آناتولی در غرب آسیاست اما بخشی کوچک از این سرزمین نیز جزو جنوب شرقی اروپا محسوب می‌شود. ترکیه با هشت کشور همسایه است: از شمال غربی با یونان و بلغارستان، از شمال شرقی با گرجستان، از جنوب با عراق و سوریه و از شرق با ایران، ارمنستان و منطقه نخجوان آذربایجان. ترکیه همچنین با سه دریای اژه، سیاه و مدیترانه مجاورت دارد. پایتخت ترکیه آنکارا است اما عملاً بزرگ‌ترین شهر این کشور و مرکز تجاری آن استانبول است که هم در آسیا و هم در اروپا واقع شده است. بین هفتاد تا هشتاد درصد از جمعیت ترکیه ترک هستند اما اقلیت‌های دیگری مثل کردها، ارمنی‌ها، یونانی‌ها، گرجی‌ها و اعراب نیز در این کشور زندگی می‌کنند. ترکیه مدنی که می‌شناسیم بعد از تحولات عظیم جنگ جهانی اول و تأثیر آن روی امپراتوری عثمانی شکل گرفت. این تحولات باعث ملفی شدن امپراتوری عثمانی در سال ۱۹۲۲ میلادی و اعلام جمهوریت ترکیه در سال ۱۹۲۳ شد. در این زمان مصطفی کمال (آتاتورک) رئیس‌جمهور ترکیه شد و تا پایان حیاتش در سال ۱۹۳۸ سیاست‌های اصلاحی و گاه رادیکالی را در این کشور به اجرا درآورد. در دهه‌های بعد، حرکت ترکیه به سمت دموکراسی چندحزبی با چالش‌های مختلفی از جمله وقوع کودتاهای نظامی مواجه بود و در عین حال مناقشات مختلفی با گروه‌های اقلیت - از جمله حزب کارگران کردستان - در این کشور وجود داشت. ترکیه سال ۲۰۰۵ کمپین خود را برای پیوستن به اتحادیه اروپا آغاز کرد و تحولاتی را نیز برای منطبق شدن با

### کاوه شجاعی

دبیر بخش همسایه‌ها



اصلی را در اداره این کشور بر عهده دارد. رفراندومی که در سال جاری در ترکیه برگزار شد، تغییراتی را در قانون اساسی شامل شده که اختیارات اردوغان را در اداره کشور بیشتر کرده است. وقتی این تغییرات به صورت کامل به اجرا دربیایند، نظام ترکیه از پارلمانی به ریاست جمهوری تغییر خواهد کرد.

### اقتصاد ترکیه

صندوق بین‌المللی پول، اقتصاد ترکیه را جزو بازارهای نوظهور طبقه‌بندی می‌کند و برخی اقتصاددانان هم این کشور را جزو کشورهای صنعتی شده جدید می‌دانند. اقتصاد ترکیه تا حد زیادی بر پایه صنعت و بعد از آن هم بر پایه بخش خدمات پیش می‌رود. ترکیه جزو تولیدکنندگان بزرگ محصولات نساجی، موتور، کشتی، تجهیزات حمل و نقل، مصالح ساختمانی، وسایل منزل و لوازم برقی است؛ اما بخش کشاورزی در این کشور نیز اهمیت زیادی دارد.

ترکیه در زمینه صادرات مواد غذایی کشاورزی در دنیا جایگاه بالایی دارد و بزرگ‌ترین تولیدکننده فندق، انجیر، زردآلو، به و انار در دنیا محسوب می‌شود. اما محصولات دیگری مثل هندوانه، خیار، نخود، گوجه‌فرنگی و فلفل نیز صادر می‌کند. بنا بر آماري که تا سال ۲۰۰۹ جمع‌آوری شده، بخش کشاورزی ترکیه نزدیک به ۳۰ درصد از اشتغال در این کشور را تشکیل می‌دهد اما هنوز بسیاری از سنت‌ها و روش‌های قدیمی در عرصه کشاورزی نیز به قوت خود باقی مانده‌اند.

صنایع خودروسازی، پتروشیمی و لوازم برقی نیز در سال‌های اخیر رونق زیادی یافته‌اند و از بخش‌هایی مثل نساجی و تولید لباس که به صورت سنتی نقش زیادی در صادرات ترکیه داشته‌اند پیشی گرفته‌اند. در ترکیه بالاترین نرخ مالیات بر درآمد شخصی ۳۵ درصد و بالاترین نرخ مالیات شرکتی نیز ۲۰ درصد است. مالیات‌های دیگر مثل مالیات بر ارزش افزوده و مالیات محیط زیست نیز در این کشور اعمال می‌شود. کسری بودجه در ترکیه به صورت متوسط ۱.۲ درصد از تولید ناخالص داخلی است. تجارت در اقتصاد ترکیه نقشی مهم دارد و ارزش صادرات و واردات در مجموع بالغ بر ۵۹ درصد از تولید ناخالص داخلی می‌شود. ثروت در ترکیه به صورت مشخص در مناطق غربی و شمال غربی این کشور متمرکز شده است و تا مدت‌ها بخش‌های شرق و جنوب شرقی این کشور از فقر، بیکاری و رشد پایین اقتصادی آسیب دیده‌اند. اما در یک دهه اخیر، این مناطق از آتاتولی نیز از سطحی از استاندارد اقتصادی بهره‌مند شده‌اند.

ترکیه خودش تولیدکننده نفت و گاز طبیعی است اما میزان تولید انرژی اصلاح‌کفاف نیازهای این کشور را نمی‌دهد و ترکیه به شدت وابسته به نفت و گاز وارداتی است. با وجود این، ترکیه مناسبات گسترده‌ای را با شرکای خارجی خود در بخش انرژی برقرار کرده است و به دنبال آن است که از منابع انرژی داخلی مثل انرژی‌های تجدیدپذیر در این خصوص بهره‌بردار. همچنین وقتی خط لوله گاز طبیعی مشترک ترکیه-آذربایجان تکمیل شود و انتقال گاز دریای خزر به ترکیه و اروپا افزایش دهد، منابع انرژی وارداتی ترکیه هم تنوع بیشتری خواهد یافت.

### فراز و نشیب‌های اقتصاد ترکیه

ترکیه در سال ۲۰۰۱ بحران مالی سختی را پشت سر گذاشت و از آن پس در چارچوب برنامه صندوق بین‌المللی پول به انجام اصلاحات مالی روی آورد. این اصلاحات باعث تقویت پایه‌های اقتصادی این کشور شد و ترکیه تا سال ۲۰۰۸ توانست رشد اقتصادی خوبی -که به صورت متوسط در سال بالغ بر ۶ درصد می‌شد- داشته باشد. در این دوران، خصوصی‌سازی گسترده در بخش‌های صنایع اصلی، بانکداری، حمل و نقل، تولید انرژی و ارتباطات رخ داد. اما از سال ۲۰۰۹ به بعد که وضعیت جهانی نیز تحت تأثیر بحران مالی قرار گرفت، رشد اقتصاد ترکیه نیز معضلاتی را تجربه کرد و رشد تولید ناخالص داخلی در این کشور پایین آمد. با وجود این، بازارهای مالی ترکیه و نیز نظام بانکی این کشور که از قانونمندی نسبی برخوردار بودند باعث شدند ترکیه قادر به گذراندن بحران مالی باشد و تولید ناخالص داخلی دوباره در سال ۲۰۱۰ رشدی ۹ درصدی را تجربه کند. در واقع صادرات گسترده و جذب سرمایه‌گذاری در تداوم رشد تولید ناخالص داخلی ترکیه نقش زیادی داشتند.

از سال ۲۰۱۴ تاکنون بهروری و رشد دوباره در ترکیه دستخوش معضلاتی شده و برای تأمین رشد مورد نیاز، وابستگی شدیدی به سرمایه‌گذاری خارجی به وجود آمده و همین مسئله، اقتصاد را در برابر عوامل پیش‌بینی نشده آسیب‌پذیر کرده است. اقتصاد ترکیه همچنین به دلایلی معضلات

امنیتی در این کشور در چند سال اخیر و تضعیف بخش گردشگری از این بابت، ضربه خورده و از پتانسیل خود ضعیف‌تر عمل کرده است. همچنین رشد تورم و بیکاری باعث کاهش ارزش لیر ترکیه در برابر دلار شده است. البته بدهی‌های دولت در حد ۳۲ درصد از تولید ناخالص داخلی باقی مانده است اما بدهی‌های بخش بانکی و شرکت‌ها در یک دهه اخیر سه برابر شده که در مقایسه با سایر بازارهای نوظهور کاملاً بالاتر است. این مسئله، اعتماد سرمایه‌گذاران خارجی به ثبات درآمدت در اقتصاد ترکیه را تا حدی خدشه‌دار کرده است.

در این میان، سیاست‌های اخیر دولت ترکیه روی ارائه وام‌های اعتباری متمرکز بوده که به گفته برخی از اقتصاددانان، مانع برنامه‌های اصلاحات اقتصادی در این کشور شده است. مخالفان این سیاست‌ها می‌گویند دولت نقش زیادی در برخی بخش‌های استراتژیک بازی می‌کند و از نهادهای اقتصادی برای تأمین اهداف سیاسی استفاده می‌کند. اما هم‌زمان، ارائه وام با شرایط خوب به صاحبان کسب و کارهای کوچک در ترکیه باعث شده که سیاست‌های دولت ترکیه در میان مردم طرفدار داشته باشد. با وجود این، برخی نهادهای اعتبارسنجی بین‌المللی رتبه ترکیه را در سال‌های اخیر به دلیل چنین سیاست‌هایی پایین دانسته‌اند.

### آینده ترکیه

بسیاری از مقامات و چهره‌های اصلی عرصه تجارت در ترکیه بر سر این نکته اتفاق نظر دارند که برای بالا بردن رشد صادرات، باید به بازارهایی فراتر از کشورهای غربی چشم دوخت. مثلاً در گذشته، اتحادیه اروپا و در صدر آن آلمان مقصد بیش از نیمی از صادرات ترکیه بود. اما حالا این رقم کاهش پیدا کرده و به جای آن، مقاصد دیگری مثل کشورهای همسایه ترکیه - مثل عراق و ایران و روسیه - بیشتر مورد توجه قرار دارند و بنا بر پیش‌بینی رئیس بانک مرکزی ترکیه، احتمالش هست که عراق به تدریج به بزرگ‌ترین مقصد صادرات ترکیه بدل شود. ایجاد مناطق آزاد تجاری با کشورهای همسایه و بستن معاهدات مبنی بر عدم نیاز به ویزا با کشورهای مختلف به منظور تسهیل مناسبات صاحبان کسب و کار نیز در برنامه دولتمردان ترکیه قرار دارد. همچنین مقاصد مختلفی در آفریقا توسط ترکیه مورد بررسی قرار گرفته‌اند و برنامه ترکیه برای حضور در این بازارها این است که صاحبان کسب و کار به خصوص در بخش خصوصی ترکیه در این مقاصد سرمایه‌گذاری‌های گسترده داشته باشند.

### دورنمای اقتصاد ترکیه از دید بانک جهانی

آخرین گزارش بانک جهانی درباره ترکیه ماه پیش منتشر شده است. در این گزارش آمده: «عملکرد ترکیه از سال ۲۰۰۰ تاکنون قابل توجه بوده است. ثبات در حوزه مالی و اقتصاد کلان مهم‌ترین ویژگی عملکرد ترکیه است که باعث کاهش بیکاری و افزایش درآمدها شده و ترکیه را به کشوری با درآمد بالای متوسط تبدیل می‌کند. ترکیه توانسته بین سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵ میزان فقر را نصف کند. در همین دوره ترکیه به سرعت شهری شده، راه را برای تجارت خارجی باز کرده و بخشی از قوانینش را با اتحادیه اروپا هماهنگ کرده است.»

با آنکه دورنمای رشد در ترکیه خوب به نظر می‌رسد - انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۷ و در میان‌مدت شاهد رشد سالانه ۴ درصدی باشیم - این کشور در حرکت به سمت لیگ کشورهای با درآمد بالا با چالش‌هایی روبه‌روست. دستاوردهای ترکیه در حوزه اقتصاد کلان هم اخیراً به چالش کشیده شده است. چالش‌های داخلی و اوضاع نامناسب منطقه روی صادرات، سرمایه‌گذاری و رشد ترکیه تأثیر منفی گذاشته است.

احیای اقتصاد در سال ۲۰۱۷ کاملاً به تزریق محرک‌های مالی به بازار وابسته بوده و این را نمی‌توان راه‌حلی طولانی‌مدت به حساب آورد. طی سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ حدود ۳ میلیون آواره سوری وارد ترکیه شده‌اند و این باعث چالش‌های جدید سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - به خصوص در مناطق شهری - شده است.

### آیا تجارت با ترکیه دشوار است؟

طبق برآورد بانک جهانی، انجام کسب‌وکار و بازرگانی در ترکیه نه خیلی سخت است نه آسان. ترکیه در میان ۱۹۰ کشور جهان به لحاظ آسانی انجام کسب و کار رتبه ۶۹ را دارد. (ترکیه در مقایسه با سال پیش ۶ پله سقوط کرده که دلیل آن احتمالاً سخت‌گیری‌های پس از کودتای نافرجام جولای ۲۰۱۶ است). به هر حال این نکته را فراموش نکنید که به دلیل فاصله نزدیک دو

طبق گزارش اخیر بانک جهانی، ثبات در حوزه مالی و اقتصاد کلان مهم ترین ویژگی عملکرد ترکیه است که باعث کاهش بیکاری و افزایش درآمدها شده و ترکیه را به کشوری با درآمد متوسط بالا تبدیل می کند.

آینده خواهد بود.

**۸- سنگ های طبیعی** ترکیه چهارمین تولیدکننده سنگ طبیعی در دنیا است و ۴۰ درصد ذخایر سنگ مرمر در این کشور قرار دارد. اما صنعت استخراج و پردازش سنگ در این کشور آن چنان پیشرفته نیست و جای خالی سرمایه گذاری خارجی اینجا احساس می شود.

**۹- مواد شیمیایی** تقاضا در حوزه مواد شیمیایی طی سال های اخیر به شدت افزایش یافته است و شاهد رشد خارق العاده ای در این بخش بوده ایم.

**۱۰- توریسم** ترکیه در طول سال های اخیر ششمین کشور دنیا به لحاظ تعداد توریست های خارجی بوده که از این کشور بازدید کرده اند. گردشگری یکی از حوزه های کلیدی در اقتصاد این کشور است.

**۱۱- فندق** ۸۰ درصد فندق دنیا در ترکیه تولید می شود. اگر قصد سرمایه گذاری در بخش کشاورزی ترکیه را دارید فندق را فراموش نکنید چرا که پرورش آن در خاک مناسب این کشور آسان تر از هر کار دیگر است.

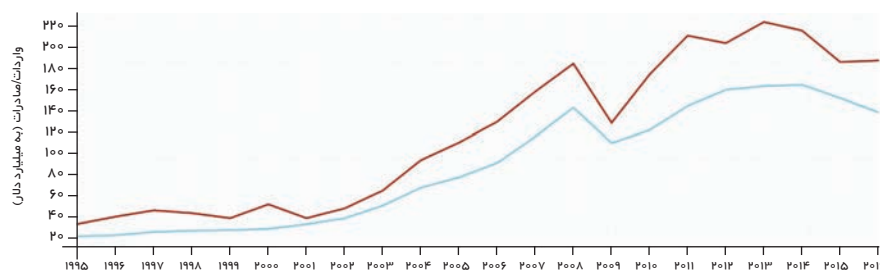
**۱۲- فروشگاه لوازم خانگی و الکترونیکی** برندهای ترکیه ای در این حوزه - مثل beko و vestel - به سرعت در حال فراگیر شدن و کسب اعتبار در کشورهای اروپایی و آسیایی هستند.

## ۵ چالش های سرمایه گذاری در ترکیه

وزارت بازرگانی امریکا در گزارشی در مورد چالش های سرمایه گذاری در ترکیه نوشته است: جمهوری ترکیه بازار نویدبخش اما پیچیده و پرچالشی برای تجار خارجی به حساب می آید و برای ورود به آن به انعطاف پذیری و سرسختی بیشتری نیاز دارید. صادرکنندگانی که قصد ورود به ترکیه را دارند با همان چالش هایی روبرو خواهند شد که در باقی کشورهای نیمه توسعه یافته دیده می شود: سیاست گذاری های گه گاه ناسازگار و متناقض، نبود شفافیت در مناقصه ها و تصمیمات دولتی، و همچنین چارچوب قانونی غیرقابل پیش بینی و زمان بر. به همین خاطر صبر و برنامه ریزی دقیق کلیدهای موفقیت در بازار ترکیه به حساب می آیند.

## ۶ تراز تجاری ترکیه

در سال ۲۰۱۶ ترکیه تراز تجاری منفی داشت و صادراتش ۴۹.۱ میلیارد دلار کمتر از وارداتش بود. همان طور که در نمودار می بینید تراز تجاری ترکیه در سال های اخیر همیشه منفی بوده است.



## ۷ به ترکیه چه صادر کنیم؟ چه از آن وارد کنیم؟

ترکیه در سال ۲۰۱۶ حدود ۱۴۲.۶ میلیارد دلار کالا به سراسر دنیا صادر کرد که در مقایسه با سال ۲۰۱۲ حدود ۶۵ درصد کاهش، و در مقایسه با سال ۲۰۱۵ حدود ۰.۹ درصد کاهش نشان می دهد. در سال ۲۰۱۶ واردات ترکیه ۱۹۸.۶ میلیارد دلار بود که اینجا شاهد کاهش ۱۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۲ و کاهش ۴.۲ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۵ هستیم.

| مهم ترین صادرات ترکیه (به ترتیب ارزش به دلار) |                      |                                               |
|-----------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------|
| ۱                                             | وسایل نقلیه          | ۱۹.۸ میلیارد دلار (۱۳.۹ درصد کل صادرات ترکیه) |
| ۲                                             | ماشین آلات           | ۱۲.۴ میلیارد دلار (۸.۷ درصد)                  |
| ۳                                             | سنگ ها و فلزات قیمتی | ۱۲.۲ میلیارد دلار (۸.۵ درصد)                  |
| ۴                                             | پوشاک بافتنی         | ۸.۹ میلیارد دلار (۶.۲ درصد)                   |

کشور و توافقات دوجانبه تجاری، انجام تجارت در ترکیه و حتی راه انداختن کسب و کار در آنجا برای ایرانی ها خیلی هم دشوار نیست.

| رتبه ترکیه به لحاظ آسانی کسب و کار و بازرگانی در میان ۱۳۰ کشور جهان |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| ثبت ملک                                                             | ۵۴  |
| گرفتن مجوز برق                                                      | ۵۸  |
| اجرایی کردن قراردادها                                               | ۳۳  |
| گرفتن مجوز ساخت                                                     | ۱۰۲ |
| بازرگانی با خارج از مرزها                                           | ۷۰  |
| حمایت از سرمایه گذاران اقلیت                                        | ۲۲  |
| اعلام ورشکستگی و جمع کردن کسب و کار                                 | ۱۲۶ |
| پرداخت مالیات                                                       | ۱۲۸ |
| گرفتن وام                                                           | ۸۲  |

## ۴ فرمتهای سرمایه گذاری در ترکیه در کدام حوزه ها سرمایه گذاری کنیم؟

رشد بالا، نیروی کار جوان و حرفه ای، و موقعیت استراتژیک ترکیه باعث شده این کشور به مقصد مناسبی برای خارجی هایی بدل شود که دنبال به راه انداختن کسب و کار کوچک (Small Business) در منطقه هستند. اما در کدام حوزه ها سرمایه گذاری به صرفه است؟

**۱- ساخت و ساز:** حوزه ساخت و ساز یکی از مهم ترین مقاصد سرمایه گذاری دولتی و خصوصی در ترکیه است. تعداد شرکت های ترک فعال در این حوزه بالاست اما همچنان در بخش زیرساخت های انرژی و محیط زیست جای خالی شرکت های تازه نفس حس می شود. علاوه بر تأسیس شرکت ساختمانی، فروش مواد خام و مصالح ساختمانی به شرکت های ترک هم از دیگر گزینه های ورود به این حوزه است.

**۲- فناوری اطلاعات:** به خاطر قوانین سخت و سخت دولتی ورود به این بخش آسان نیست اما اگر بتوانید با شرکت های سرویس دهنده کنونی ارتباط بگیرید و با آنها قرارداد ببندید جای زیادی برای رشد خواهید داشت.

**۳- بازار خودرو:** با آنکه فقط ۲۵ درصد جمعیت ترکیه خودروی شخصی دارند، طبقه متوسط از سال ۲۰۰۰ رشد خوبی را تجربه کرده و باید در این حوزه منتظر فرصت های بزرگی باشیم. فروش قطعات و لوازم یدکی به شرکت های تولید کننده خودرو هم یکی از راه های ورود به این بخش است.

**۴- انرژی:** بخش انرژی یکی از معدود بخش هایی است که دولت ترکیه با روی باز از سرمایه گذاران خارجی استقبال می کند. طبق اعلام دولت بخش انرژی تا سال ۲۰۲۰ نیازمند ۱۳۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری است.

**۵- غذای آماده:** تعداد زنان شاغل در ترکیه مرتب در حال افزایش است و به همین خاطر تقاضا برای غذاهای بسته بندی آماده و غذاهای یخ زده روز به روز بالاتر می رود. صنعت غذایی در سال های اخیر رشد پیوسته ای داشته اما شهری شدن سریع این کشور باعث شده این بازار با سرعت بالایی رشد کند.

**۶- نساجی:** صنعت نساجی یکی از مهم ترین بخش های اقتصاد ترکیه است و حدود ۱۰۸ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور را شامل می شود. با این حال تقاضا برای پوشاک در این کشور بالاست و اگر قصد سرمایه گذاری بزرگ در این کشور دارید باید این بخش را در نظر بگیرید.

**۷- محیط زیست:** حرکت سریع ترکیه به سمت شهری شدن باعث ایجاد نیاز جدی در این حوزه شده است. جمع آوری زباله و بازیافت آنها یکی از حوزه های پرسود و دست نخورده طی سال های

## ۸ شرکای تجاری ترکیه

(به ترتیب ارزش صادرات/واردات به دلار)

### واردکنندها

در سال ۲۰۱۶ حدود ۶۰ درصد صادرات ترکیه روانه این ۱۵ کشور شده است. همان‌طور که می‌بینید آلمان بیشترین واردات را از ترکیه داشته، اما سریع‌ترین رشد در میان واردات از ترکیه را ایران دارد که بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۶ وارداتش حدود ۱۴۵ درصد افزایش داشته است. در رتبه دوم آمریکا با حدود ۱۰۵ درصد افزایش قرار دارد و در رتبه سوم انگلیس با ۹۷٫۵ درصد رشد واردات از ترکیه قرار دارد. در بین ۱۵ شریک تجاری ترکیه فقط دو کشور سوئیس و فرانسه طی این بازه زمانی واردات خود را از این کشور کاهش داده‌اند: سوئیس ۳۱٫۹ درصد و فرانسه ۲٫۹ درصد.

|    |                   |                                           |
|----|-------------------|-------------------------------------------|
| ۱  | آلمان             | ۱۴ میلیارد دلار (۹۸ درصد کل صادرات ترکیه) |
| ۲  | انگلیس            | ۱۱٫۷ میلیارد دلار (۸۰٫۲ درصد)             |
| ۳  | عراق              | ۷٫۶ میلیارد دلار (۵۴ درصد)                |
| ۴  | ایتالیا           | ۷٫۶ میلیارد دلار (۵۳ درصد)                |
| ۵  | امریکا            | ۶٫۶ میلیارد دلار (۴۶ درصد)                |
| ۶  | فرانسه            | ۶ میلیارد دلار (۴۲ درصد)                  |
| ۷  | امارات متحده عربی | ۵٫۴ میلیارد دلار (۳۸ درصد)                |
| ۸  | اسپانیا           | ۵ میلیارد دلار (۳۵ درصد)                  |
| ۹  | ایران             | ۵ میلیارد دلار (۳۵ درصد)                  |
| ۱۰ | هلند              | ۳٫۶ میلیارد دلار (۲۵ درصد)                |
| ۱۱ | عربستان سعودی     | ۳٫۲ میلیارد دلار (۲۲ درصد)                |

### صادرکنندها

مهم‌ترین کشورهای صادرکننده به ترکیه در سال ۲۰۱۶ کشورهای چین، آلمان، روسیه، ایتالیا و آمریکا بوده‌اند. در این میان بیشترین کسری تراز تجاری را به ترتیب کشورهای چین، روسیه، آلمان، کره جنوبی، هند، آمریکا، ژاپن، ایتالیا، جمهوری چک و مالزی به ترکیه وارد کرده‌اند. یعنی صادرات این کشورها به ترکیه بسیار بالاتر از وارداتشان از این کشور بوده است. کسری تراز تجاری ترکیه با چین منفی ۲۳ میلیارد دلار است.

|    |                   |                                             |
|----|-------------------|---------------------------------------------|
| ۱  | چین               | ۲۵٫۴ میلیارد دلار (۱۳ درصد کل واردات ترکیه) |
| ۲  | آلمان             | ۲۱٫۵ میلیارد دلار (۱۱ درصد)                 |
| ۳  | روسیه             | ۱۵٫۲ میلیارد دلار (۸ درصد)                  |
| ۴  | امریکا            | ۱۰٫۹ میلیارد دلار (۵٫۸ درصد)                |
| ۵  | ایتالیا           | ۱۰٫۲ میلیارد دلار (۵٫۴ درصد)                |
| ۶  | فرانسه            | ۷٫۳۶ میلیارد دلار (۳٫۹ درصد)                |
| ۷  | کره جنوبی         | ۶٫۳۸ میلیارد دلار (۳٫۴ درصد)                |
| ۸  | هند               | ۵٫۷۶ میلیارد دلار (۳ درصد)                  |
| ۹  | اسپانیا           | ۵٫۶۸ میلیارد دلار (۳ درصد)                  |
| ۱۰ | انگلیس            | ۵٫۳۲ میلیارد دلار (۲٫۸ درصد)                |
| ۱۱ | ایران             | ۴٫۷ میلیارد دلار (۲٫۵ درصد)                 |
| ۱۲ | ژاپن              | ۳٫۹۴ میلیارد دلار (۲٫۱ درصد)                |
| ۱۳ | امارات متحده عربی | ۳٫۷ میلیارد دلار (۲ درصد)                   |
| ۱۴ | لهستان            | ۳٫۲۴ میلیارد دلار (۱٫۷ درصد)                |
| ۱۵ | بلژیک             | ۳٫۲ میلیارد دلار (۱٫۷ درصد)                 |

|    |                       |                             |
|----|-----------------------|-----------------------------|
| ۵  | تجهیزات الکترونیک     | ۷٫۸ میلیارد دلار (۵٫۵ درصد) |
| ۶  | آهن و فولاد           | ۶٫۲ میلیارد دلار (۴٫۳ درصد) |
| ۷  | پوشاک غیربافتنی       | ۵٫۹ میلیارد دلار (۴٫۲ درصد) |
| ۸  | مواد پلاستیکی         | ۵ میلیارد دلار (۳٫۵ درصد)   |
| ۹  | محصولات آهنی و فولادی | ۵ میلیارد دلار (۳٫۵ درصد)   |
| ۱۰ | میوه و آجیل           | ۳٫۹ میلیارد دلار (۲٫۷ درصد) |

### سریع‌ترین رشد در میان صادرات ترکیه (بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶)

|    |                       |                                    |
|----|-----------------------|------------------------------------|
| ۱  | الیاف مصنوعی (Staple) | ۵۸۵ درصد رشد (۶٫۴ میلیون دلار)     |
| ۲  | آثار عتیقه و هنری     | ۲۷۸٫۴ درصد رشد (۷٫۷ میلیون دلار)   |
| ۳  | حیوان زنده            | ۲۴۳٫۶ درصد رشد (۲۸ میلیون دلار)    |
| ۴  | خمیر چوب              | ۱۸۳ درصد رشد (۲۴ میلیون دلار)      |
| ۵  | سرب                   | ۱۷۵٫۷ درصد رشد (۲۶۸ میلیون دلار)   |
| ۶  | گیاهان و درختان زنده  | ۱۵۱٫۲ درصد رشد (۳۷۲٫۴ میلیون دلار) |
| ۷  | ماهی                  | ۸۰ درصد رشد (۷۴۴٫۷ میلیون دلار)    |
| ۸  | چرم، گل مصنوعی، مو    | ۷۰٫۸ درصد رشد (۲۸ میلیون دلار)     |
| ۹  | کاکائو                | ۶۵٫۵ درصد رشد (۱۹۶٫۲ میلیون دلار)  |
| ۱۰ | قلع                   | ۶۴٫۴ درصد رشد (۲ میلیون دلار)      |

### مهم‌ترین واردات ترکیه

|    |                            |                                               |
|----|----------------------------|-----------------------------------------------|
| ۱  | ماشین‌آلات                 | ۲۷٫۳ میلیارد دلار (۱۳٫۷ درصد کل واردات ترکیه) |
| ۲  | سوخت‌های معدنی از جمله نفت | ۲۷٫۲ میلیارد دلار (۱۳٫۷ درصد)                 |
| ۳  | تجهیزات الکترونیکی         | ۲۰٫۱ میلیارد دلار (۱۰٫۱ درصد)                 |
| ۴  | وسایل نقلیه                | ۱۷٫۸ میلیارد دلار (۹ درصد)                    |
| ۵  | آهن و فولاد                | ۱۲٫۶ میلیارد دلار (۶٫۳ درصد)                  |
| ۶  | مواد پلاستیکی              | ۱۱٫۶ میلیارد دلار (۵٫۹ درصد)                  |
| ۷  | سنگ‌ها و فلزات قیمتی       | ۷٫۲ میلیارد دلار (۳٫۶ درصد)                   |
| ۸  | تجهیزات فنی و درمانی       | ۴٫۶ میلیارد دلار (۲٫۳ درصد)                   |
| ۹  | مواد شیمیایی آلی           | ۴٫۴ میلیارد دلار (۲٫۲ درصد)                   |
| ۱۰ | هواپیما / فضاپیما          | ۴٫۳ میلیارد دلار (۲٫۲ درصد)                   |

### سریع‌ترین رشد در میان واردات ترکیه (بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶)

|    |                                        |                                    |
|----|----------------------------------------|------------------------------------|
| ۱  | شکر                                    | ۱۶۴٫۴ درصد رشد (۲۵۷٫۲ میلیون دلار) |
| ۲  | تجهیزات مربوط به تولید گوشت قرمز، ماهی | ۱۵۷ درصد رشد (۱۰۸ میلیون دلار)     |
| ۳  | سبزی‌جات                               | ۶۲٫۹ درصد رشد (۴۵۶٫۷ میلیون دلار)  |
| ۴  | کاکائو                                 | ۵۸٫۶ درصد رشد (۲۱۶ میلیون دلار)    |
| ۵  | دستگاه‌های پرداخت فلز، سنگ‌شکن         | ۵۸٫۵ درصد رشد (۱۲۶٫۴ میلیون دلار)  |
| ۶  | سبزی‌جات و مواد غذایی گیاهی            | ۴۶٫۵ درصد رشد (۱۰۹ میلیون دلار)    |
| ۷  | هواپیما / فضاپیما                      | ۳۶٫۵ درصد رشد (۴۳ میلیون دلار)     |
| ۸  | خمیر چوب                               | ۳۲٫۶ درصد رشد (۷۴۲٫۹ میلیون دلار)  |
| ۹  | دیگر محصولات با منشأ حیوانی            | ۲۸٫۹ درصد رشد (۸۷٫۳ میلیون دلار)   |
| ۱۰ | کلاه، روسری و سربند                    | ۲۷٫۹ درصد رشد (۶۴۸ میلیون دلار)    |

# .....کارخانه.....

[ آینده‌نگر در هر شماره اقدام به گزارش نویسی توصیفی از کارخانه‌های صنعتی بخش خصوصی می‌کند. این روش در بسیاری از ماهنامه‌های اقتصادی معتبر جهانی مرسوم است. ]



گزارش مجله آینده‌نگر از داخل مرکز پردازش دیجی کالا

## پشت پرده دیجی کالا

برسد (در تهران از طریق سیستم توزیع دیجی کالا و در شهرستان‌ها از طریق سیستم توزیع دیجی کالا یا پست).

به گفته برادران محمدی مرکز پردازش دیجی کالا در واقع بزرگ‌ترین مرکز در نوع خود در خاورمیانه محسوب می‌شود با ۵۰ هزار متر مربع فضا و ظرفیت نگهداری ۴ میلیون آیتم کالا که هم‌اکنون حدود ۲ میلیون آیتم کالا در آن نگهداری می‌شود. این مرکز پردازش که چندماهه است دیجی کالا به آن منتقل شده و نسبت به مرکز قبلی پردازش دیجی کالا چندین برابر ظرفیت دارد در ۶ ماه و در زمینی که پیش از این یک مرغداری بوده، ساخته شده است. مرکز کنونی پردازش دیجی کالا دارای بیش از ۱۰۰ هزار قفسه کوچک و ۲ هزار قفسه بزرگ برای قرار گرفتن ۱۵۰ هزار نوع کالا است و ظرفیت پذیرش روزانه این مرکز ۳۰۰ هزار کالا است. اصل عملیات پشت صحنه دیجی کالا هم‌اکنون در دو سوله غربی و شرقی مجموعه انجام می‌شود که یکی از آنها به «نبار و پردازش» کالاها اختصاص دارد و دیگری به «عملیات» در

«کسب و کارهای اینترنتی و نوین مثل کوه یخ هستند که تنها بخش خیلی کوچکی از آن قابل دیدن است و پشت صحنه بسیار بزرگ‌تری دارند که در معرض دید نیست ولی اصل عملیات در آنها اتفاق می‌افتد تا یک کالا به دست

مشتری برسد. در واقع این بخش پردازش سفارش‌ها و زیرساخت‌هاست که کمتر دیده شده و می‌شود.» این گفته حمید محمدی، یکی از برادران دوقلو بنیان‌گذار دیجی کالا است. شما برای اینکه بتوانید قسمت زیر آب کوه یخ دیجی کالا را ببینید باید به مرکز پردازش دانش که کمی آن‌سوتر از چهارراه ایران خودرو است بروید و وارد سوله‌های مخصوصی شوید که همه پشت صحنه دیجی کالا در آن رخ می‌دهد. در واقع بعد از اینکه شما و هزاران مشتری دیگر دیجی کالا در روز سفارش‌تان را نهایی می‌کنید و پرداخت را انجام می‌دهید تازه همه چیز در این سوله‌ها شروع می‌شود تا کالا با کالاهای سفارش داده‌شده در بهترین شرایط و کمترین زمان به دستتان

### ولی خلیلی

دبیر بخش کارخانه



دیجی کالا بخش بسیار مهمی دارد که شاید وجه تمایزکننده آن از بسیاری از سایت های فروش آنلاین داخلی و خارجی باشد و آن بخش تولید محتوا است.

کنند. البته برای این کار سیستم خاصی در این مجموعه پیاده سازی شده است و آن مربوط به کد و سریالی منحصر به فرد است که روی هر کالا و روی قفسه ها وجود دارد و به کارگران این امکان را می دهد که در سریع ترین زمان کالاها را که روزانه از بیش از ۵ هزار فروشنده به دیجی کالا ارسال می شوند، قفسه گذاری کنند و در مقابل کالاهای زیادی را از قفسه ها بردارند و طبق سفارش ها آماده کنند. در دستان هریک از کارگران این بخش دستگاهی شبیه موبایل وجود دارد که به آن «هند هلد» می گویند و سفارش ها با کد و بارکد مخصوص روی آن درج می شود و با توجه به این اطلاعات کارگران سفارش ها را از قفسه برمی دارند و روی نقاله برای انتقال به سوله بعدی می گذارند. در مجموعه دیجی کالا برای انتقال و جابه جایی کالاها دو کیلومتر مسیر نقاله وجود دارد. بعد از اینکه سفارش ها از قفسه ها برداشته شدند و روی نقاله جا گرفتند از سوله غربی به سمت سوله شرقی که محل «عملیات» نام دارد فرستاده می شوند. اولین مقصد کالاها در این سوله اتاقک مربع شکل پر از شبکه های است شبیه لانه کبوتر که به همین نام هم شناخته می شود و محل اصلی دسته بندی سفارش ها و آماده سازی نهایی آنها است. بالای سر این بخش تلویزیونی وجود دارد که روی صفحه آن سفارش ها و تعداد آیت هایش مشخص شده و مرحله



مرکز پردازش دیجی کالا در واقع بزرگترین مرکز در نوع خود در خاورمیانه محسوب می شود با ۵۰ هزار متر مربع زیر بنا.

دیجی کالا کار از انبار کردن شروع می شود که در اصل مرحله ای حتی قبل از سفارش دادن مشتریان است، نقطه ای که کالاهایی که مخاطبان روی سایت و یا اپلیکیشن دیجی کالا می بینند در انبارها آماده می شود تا در صورت سفارش در سریع ترین زمان به دست آنها برسد. یکی از مدیران دیجی کالا توضیح می دهد که حرکت کالاها برای سفارش و بسته بندی در دیجی کالا به شکل حرف یو (U) است و اولین نقطه آن «ترمینال ورود» نام دارد که ۱۲ گیت (ورودی) است و کالاها (روزانه به صورت میانگین بین ۵۰ تا ۱۰۰ هزار کالا وارد می شود) از طریق آنها وارد انبار می شوند. در ابتدای هر ورودی یک کارگر ایستاده که وظیفه اش بازرسی تک تک کالاهایی است که می خواهد وارد انبار شود. بعد از این مرحله نوبت به ثبت کالاها در سیستم و جای گرفتن آنها در قفسه ها می رسد؛ یکی از نکات جالب در دیجی کالا این است که پردازش و قفسه بندی ها به صورت تصادفی صورت می گیرد و این گونه نیست که قفسه ها هر کدام به گروهی از کالاهای خاص و شبیه هم اختصاص داشته باشند. برای مثال یک مسواک می تواند در کنار یک کتاب جای بگیرد؛ ولی نکته مهم این است که نوع پردازش ها به گونه ای است که اولاً بهر موری افزایش پیدا می کند و دوماً کارگران این بخش خیلی سریع تر می توانند به کالاها دسترسی پیدا

## برنامه های آینده دیجی کالا چیست؟

برادران محمدی، بنیان گذاران و مدیران عامل دیجی کالا از ایده شکل گیری این شرکت تا برنامه های آینده آن می گویند

### ایده دیجی کالا چگونه شکل گرفت

۱۱ سال پیش در سال ۱۳۸۵ دیجی کالا بر مبنای یک تجربه شخصی و خرید دوربین عکاسی در ذهن ما شکل گرفت؛ در واقع اتفاقی را که برای ما بعد از تحقیق بسیار زیاد برای خرید یک دوربین عکاسی رخ داد فرصتی دیدیم برای راه اندازی یک سایت راهنما و خرید اینترنتی کالاهای دیجیتال. داستان به این شکل بود که دوربین دیجیتال تازه آمده بود (شاید دو، سه سال بود) و علاقه به عکاسی دیجیتال ما را به فکر خرید دوربین انداخت، علاقه داشتیم جدی و حرفه ای عکاسی کنیم، خلاصه تصمیم گرفتیم با هم یک دوربین اس آل آر دیجیتال بخریم، شاید آن زمان بالای یک میلیون تومان قیمت داشت و گران بود. چون پول پس اندازمان بود و باز حمت به دست آورده بودیم، برایمان خیلی مهم بود که دوربین درستی بخریم. بنابراین شروع کردیم به بررسی کردن که چه دوربینی باید بخریم، با چه تجهیزات و لنزی و... با دوستان و کسانی که عکاسی می کردند، صحبت کردیم و توی اینترنت هم سرچی کردیم و دیدیم یک سایت هایی هست مثل دی پریویو (dpreview.com) که کارشان اصلاً همین است؛ راهنمایی و نقد و بررسی کردن محصولاتی که دارای پیچیدگی هستند؛ مثل دوربین، وسایل صوتی و تصویری و... پس، از طریق این سایت ها با محصولات مختلف، برندهای متنوع و مقایسه مدل ها با همدیگر و امکاناتشان آشنا شدیم و تصمیم نهایی را برای خرید دوربین گرفتیم؛ خرید نیکون D70. بعد از آن یک مغازه پیدا کردیم در جمهوری که دوربین را داشت، کلی ذوق داشتیم و خیالمان

راحت بود که بالاخره دوربینی را که می خواستیم پیدا کرده ایم، دوربین را خریدیم و آمدم خانه ولی تا جعبه را باز کردیم متوجه شدیم که لنز دوربین را عوض کرده اند و لنز ضعیف تری روی آن گذاشته اند که نه لرزشگر دست داشت و نه فوکوس خودکار. به جزئی ترین موضوعات توجه کرده بودیم ولی در نهایت سسر لنزی که اهمیتش خیلی زیاد بود سرمان کلاه رفته بود. یعنی یک تجربه خوشایند بررسی و انتخاب یک محصول دیجیتال به پایان تلخ خرید منتهی شد ولی خب جمع بندی آن تجربه ناخوشایند ما را به فکر خوشایند راه اندازی دیجی کالا انداخت. البته



هم اکنون میزان اشتغال مستقیم در دیجی کالا به ۲۵۰۰ نفر رسیده است.

دیجی کالا در واقع بزرگ‌ترین مرکز در نوع خود در خاورمیانه محسوب می‌شود با ۵۰ هزار متر مربع فضا و ظرفیت نگهداری ۴ میلیون آیتم کالا که هم‌اکنون حدود ۲ میلیون آیتم کالا در آن نگهداری می‌شود. این مرکز پردازش که چندماهی است دیجی کالا به آن منتقل شده نسبت به مرکز قبلی پردازش دیجی کالا چندین برابر ظرفیت دارد.



«لانه کیوتر» محل اصلی دسته‌بندی سفارش‌ها و آماده‌سازی نهایی آنها است.

کالاهایی که در سایت دیجی کالا برای فروش گذاشته می‌شوند، وجود دارد. استودیوهایی که نسبت به ابعاد و نوع کالاها از هم جدا شده‌اند؛ مثلاً با وارد شدن به استودیو اول مانکن‌هایی را می‌بینید که لباس‌هایی را پرو کرده‌اند و در حال عکس گرفتن هستند، در استودیوی بعدی ماشین‌های اسباب‌بازی را جلوی پرده سفید گذاشته‌اند و در حال پیدا کردن بهترین زاویه برای ثبت تصویرشان هستند و در یکی دیگر از استودیوها دختر جوان عکاسی را می‌بینید که از یک ست قابلمه تفال با صبر و حوصله عکاسی می‌کند. این تصویر در واقع همان عکس‌هایی هستند که در کنار توضیحات کالای ارائه‌شده برای فروش روی سایت دیجی کالا قرار می‌گیرند و به گفته مسئول بخش تولید محتوا یکی از بخش‌های پربازدید و جذاب برای مخاطبان دیجی کالا است. مسئول تولید محتوا همچنین می‌گوید با توجه به طرح ارائه کالاها از سوی تولیدکنندگان و صاحبان کالا این امکان هم وجود دارد که تیم حرفه‌ای عکاسان دیجی کالا با تجهیزات برای عکاسی به محلی که کالا در آن قرار دارد اعزام شوند.

اما در کنار ۸ استودیوی عکاسی در بخش تولید محتوا کارمندان زیادی را می‌بینید که در ردیف‌های منظم در کنار هم نشسته‌اند و مشغول جست‌وجو کردن و نگارش مطالب هستند.



حرکت کالاها برای سفارش و بسته‌بندی در سوله‌ها به شکل حرف یو (U) است.

آماده‌سازی آن هم با رنگ مشخص است. سفارش‌هایی که چند دقیقه از آماده‌سازی‌شان گذشته باشد و مورد توجه قرار نگرفته باشند در این صفحه قرمز می‌شوند تا کارگران نهایی کردن آنها را در اولویت قرار دهند. بعد از این مرحله سفارش‌ها داخل سبد و دوباره روی نقاله قرار می‌گیرند تا برای رفتن به مرحله چک نهایی، بسته‌بندی و ارسال آماده شوند. به گفته برادران محمدی هدف‌گذاری آنها به شکلی است که کل انجام مراحل ثبت سفارش تا آماده‌سازی سفارش برای ارسال به مشتری در داخل مجموعه پردازش حداکثر ۲۰ دقیقه زمان ببرد.

### تولید محتوا موازی پردازش

در کنار سوله‌های انبار، پردازش و عملیات؛ دیجی کالا بخش بسیار مهمی دارد که شاید وجه تمایزکننده آن از بسیاری از سایت‌های فروش آنلاین داخلی و خارجی باشد و آن بخش تولید محتوا است. بخشی که در طبقه دوم سوله انبار جای گرفته و حتماً ورود به آن شما را شگرت خواهد کرد. سالن بزرگ و کشیده‌ای که در وسط آن سه اتاق جلسه شیشه‌ای جای گرفته و سمت چپ آن کارمندان تولید محتوا نشسته‌اند و سمت راست هم ۸ استودیوی عکاسی از انواع

نمی‌شود. همچنین میانگین تعداد بازدیدکنندگان از سایت و اپلیکیشن موبایلی دیجی کالا روزانه ۱,۷ میلیون نفر است.

### چشم‌انداز آینده دیجی کالا چگونه است

دیجی کالا الان دیگر تبدیل به یک هلدینگ شده است و از مجموعه‌ای از شرکت‌ها تشکیل شده است که بخش خرده‌فروشی آنلاین تنها یکی از زیرمجموعه‌های شرکت است. برنامه ما برای آینده تبدیل شدن دیجی کالا به بزرگ‌ترین فروشگاه اینترنتی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا است؛ ما می‌خواهیم به مهم‌ترین مرجع برای خرید آنلاین در منطقه تبدیل بشویم و برای این کار به دنبال فراهم کردن مجموعه‌ای از بهترین و کامل‌ترین کالاها با بهترین قیمت هستیم تا افراد بتوانند در منطقه خاورمیانه و کشورهای همسایه علاوه بر مشتریان کنونی‌مان در داخل کشور، خرید لذت‌بخش و آسان با خدمات قابل اعتماد از دی‌جی کالا داشته باشند. ما می‌خواهیم دیجی کالا به اولین مقصد جست‌وجوی هر خرید آنلاین و اینترنتی در منطقه خاورمیانه تبدیل شود و مشتریان از طریق ما بهترین اطلاعات را درباره خریدشان به دست بیاورند. اما خب می‌دانیم که دیجی کالا در حال حاضر از نظر میزان فروش و مشتری اولین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا نیست و شرکت بزرگ‌تری به نام «سوک» که اخیراً توسط آمازون خریداری شده است، در این منطقه فعالیت می‌کند و ما باید با این شرکت و چند شرکت مشابه آن رقابت کنیم. ما می‌دانیم که هدفمان بزرگ است ولی در این راه پتانسیل‌های بالایی هم داریم. در حال حاضر دیجی کالا از نظر میزان مراجعه اولین فروشگاه آنلاین در منطقه خاورمیانه است و هدف ما این است که در این منطقه تبدیل به اولین از نظر فروش و سفارش‌های روزانه هم بشویم.

ما همه چیز را از صفر شروع کردیم و هیچ برنامه‌ریزی بزرگی هم برای سرمایه‌گذاری و نقشه راه نداشتیم. حتی شناخت آن‌چنانی هم از خرید آنلاین و اینترنتی نداشتیم و دیجی کالا را با پول توجیبی راه‌اندازی کردیم. شاید جالب باشد بدانید که آن زمان ما حتی آمازون را به عنوان یک کتاب‌فروشی آنلاین می‌شناختیم.

### تصویری از شرایط کنونی دیجی کالا

ما کار را در دیجی کالا با یک تیم خیلی کوچک ۷ نفره شروع کردیم؛ دوتا مترجم داشتیم که تیم تولید محتوا بودند، یک پیک موتوری داشتیم که کالاها را تحویل می‌داد، یک حسابدار و یک نفر هم که خرید می‌کرد و خود ما هم همیشه پای کار بودیم و هر کاری می‌کردیم. ما حالا بعد از ۱۱ سال شرکت توسعه بسیاری پیدا کرده است؛ ما سال گذشته جشن ورود دوهزارمین نیرو را در شرکت گرفتیم و هم‌اکنون نیز میزان اشتغال مستقیم ما در دیجی کالا به ۲۵۰۰ نفر رسیده است. دیجی کالا هم‌اکنون رتبه ۳ الکسا را در ایران از نظر بازدید دارد و بعد از گوگل و آپارات بیشترین میزان بازدید را در بین سایت‌های فارسی‌زبان دارد. متوسط رشد سالیانه دیجی کالا بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ درصد بوده است و در سال‌های اخیر به صورت میانگین رشد ما حدود ۱۰۰ درصد بوده است و این تقریباً همه ابعاد کار از تعداد سفارش‌های گرفته تا مبلغ سفارش‌ها و تعداد مشتریان را شامل می‌شود. علاوه بر اینها سهم دیجی کالا از خرید خرده‌فروشی آنلاین در کشور حدود ۹۱ درصد است که اخیراً هم کمی بیشتر شده است. البته در این محاسبه خریدهای خرده‌فروشی صورت گرفته در شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام و تلگرام وجود ندارد زیرا قابل رصد دقیق نیستند. خرید خدمات آنلاین مانند خرید بلیت، تور و... را هم شامل



روزانه به صورت میانگین بین ۵۰ تا ۱۰۰ هزار کالا وارد سوله‌های دیجی کالا می‌شود.



فرهنگ سازی دیجی کالا برای کارگروهی، روحیه سازمانی، نتیجه محوری و... روی دیوار نقش بسته است.

همگی نشان‌دهنده حجم بالای کار ما در این مجموعه است.» در وسط سالن تولید محتوا همچون بسیاری از بخش‌های دیگر این مجموعه، تلویزیونی آویزان است که روی آن منحنی عملکرد نیروهای بخش درج شده است. دایره‌هایی که نشان می‌دهند کار در چه مرحله‌ای است و آیا نیروها از برنامه‌ریزی عقب‌تر هستند یا اینکه همه چیز خوب پیش می‌رود. سیستمی که بالای سر کارمندان تولید محتواست و آنها را به تلاش بیشتر تشویق می‌کند. البته در فرهنگ سازمانی مجموعه دیجی کالا تشویق نیروها به کار و تلاش بیشتر را می‌توان در جای‌جای این مجموعه و به خصوص روی دیوارهای شیشه‌ای دید؛ دیوارهای شیشه‌ای بزرگی که روی آنها تصویر یک سیل بزرگ نقش بسته است که تیری در وسط آن خورده و رویش نوشته شده: «رویکرد سازنده و نتیجه‌محور و کار گروهی».

### شما عرضه‌کننده کالا در دیجی کالا باشید

در آینده نزدیک مدل کسب و کاری که به گفته برادران محمدی به سایت (پلتفرم) دیجی کالا اضافه خواهد شد، عرضه مسقیم کالا از سوی تولیدکنندگان و صاحبان کالا در این مجموعه است. آنها به دنبال این هستند که در آینده خیلی نزدیک به ۱۰۰ هزار تولیدکننده و فروشنده کالا این امکان را بدهند که از طریق دیجی کالا به صورت مستقیم محصولات خود را برای فروش عرضه کنند و علاوه بر مشتریان داخلی حتی بتوانند به دنبال جذب مشتری در یک بازار ۲۰۰ میلیون نفری در کشورهای همسایه و منطقه هم باشند.

### فرهنگ سازمانی و اندیشه‌های کاری در دیجی کالا

از دو سال پیش به صورت گسترده روی فرهنگ سازمانی در دیجی کالا کار و پروژه‌ای را تعریف کرده‌ایم که به زودی کتاب آن که «فرهنگ سازمانی دیجی کالا» است، منتشر می‌شود. برای ما در رأس همه چیز مشتری‌محوری قرار دارد؛ نقطه شروع هر فکر، ایده، تصمیم و اولویتی باید مشتری باشد. باید در تیم ما رویکرد سازنده وجود داشته باشد و افرادی که روحیه ساختن و نتیجه‌محوری دارند باید در این مجموعه مشغول به کار شوند. کار گروهی برای رسیدن به اهداف بزرگ همواره لازم است و افراد باید این توانایی را داشته باشند که در کنار هم یک تیم را تشکیل بدهند. و در نهایت افرادی که در دیجی کالا کار می‌کنند باید اشتیاق برای حرکت رو به جلو داشته باشند و همواره به بهبود فکر کنند؛ اینها مهم‌ترین اندیشه‌های سازمانی در دیجی کالا است.

این بخش از دیجی کالا از روز اول راه‌اندازی این مجموعه (زمانی که تعداد کارمندان مجموعه با در نظر گرفتن برادران محمدی تنها ۷ نفر بوده است، دو نفر مسئول تولید محتوا بوده‌اند) حضوری قوی داشته است و در واقع یکی از ویژگی‌های اصلی این مجموعه فروش آنلاین محسوب می‌شود. این بخش وظیفه تولید کاتالوگ آنلاین همه کالایی را که برای فروش روی سایت دیجی کالا قرار می‌گیرد برعهده دارد و در آن اطلاعاتی درباره جزئیات کالا، مشخصات آن و نقد و بررسی‌اش دیده می‌شود؛ اطلاعاتی که به خریدار دید کاملی از کالا می‌دهد. مسئول بخش تولید محتوای دیجی کالا برای اینکه گستردگی کار این بخش را نشان دهد، می‌گوید: «به صورت میانگین ما روزانه برای هزار کالا اطلاعات درج می‌کنیم، از ۷۰۰ کالا عکس می‌گیریم و از ابتدای سال تاکنون چیزی حدود ۱۰۰ هزار کالا روی وبسایت دیجی کالا ثبت کرده‌ایم که

### دیجی کالا به «یونی کورن» تبدیل می‌شود

اوایل تابستان سال ۱۳۹۳ یعنی سه سال پیش مجله معتبر اقتصادی اکونومیست در گزارشی تحقیقی درباره ارزش مهم‌ترین شرکت‌های استارت‌آپی ایران، ارزش تقریبی شرکت دیجی کالا بزرگ‌ترین و پرقدرت‌ترین سایت اینترنتی فروش کالا در ایران را ۱۵۰ میلیون دلار پیش‌بینی کرد، اما حالا با گذشت بیش از سه سال از آن زمان حمید محمدی در پاسخ به این سؤال که ارزش شرکت دیجی کالا چقدر است، می‌گوید: «همان‌طور که می‌دانید ارزش‌گذاری چیزی نیست که در حساب و کتاب و دفتر رسمی یک شرکت ثبت شده باشد و بگویید که این ارزش دیجی کالا یا یک شرکت دیگر است؛ ارزش‌گذاری را شما باید با ضرب تعداد سهام در نرخ روز هر سهم به یک نوعی محاسبه کنید. بنابراین درباره شرکتی مانند دیجی کالا شما نمی‌توانید بگویید که ارزش این شرکت چقدر است زیرا ارزش یک شرکت چیزی است که برای آن معامله‌ای اتفاق افتاده است. امروز ممکن است فرد یا افرادی بگویند با این قیمت و ارزش‌گذاری حاضر هستند مقداری از درصد سهام این شرکت را بخرند و یا در آن سرمایه‌گذاری کنند و این می‌شود ارزش‌گذاری در آن لحظه و زمان. بنابراین عدد دقیقی نمی‌توان برای دیجی کالا عنوان و اثبات کرد که ارزش دیجی کالا این قدر است. اما برای اینکه ذهنیت داشته باشیم از جایگاه دیجی کالا، برنامه ما این است که خیلی زود و در کمتر از یک سال آینده به اولین «یونی کورن» در ایران تبدیل شویم. یعنی ارزش مجموع سهام گروه یک میلیارد دلار را رد کند. همچنین یکی از برنامه‌ریزی‌های ما برای حضور در بورس است و در حال بررسی و انجام کارهای مقدماتی آن هستیم؛ البته هنوز زمانی برای این حضور مشخص نیست.»

# ..... کارآفرین .....

## مسیر پرپیچ و خم کارآفرینی

«نگویید نمی‌دانم چطور باید وارد بازار کار شد، طراحی موفق هستند که تنها به دانسته‌های دانش‌کده اکتفا نکنند. طراحی امروز بسیاری از دانشجویان ما شبیه به کشیدن عکس است. مسائل مختلفی در دنیای مد امروز وجود دارد که از آن باید بهره برد. باید ماشین، نخ، کلبه مواد اولیه این مسیر را بشناسید اما این کار با دانشگاه امکان‌پذیر نیست بلکه باید وارد محیط کار شوید و تجربه بیاموزید و تحقیق کنید، با مراکز خارج کشور ارتباط برقرار کنید. راه این کار بسیار طولانی است و جوانان امروز بسیار شتاب‌زده هستند.» این‌ها جملات مردی است که چهارده فعالیت جدی در حوزه پوشاک کشور دارد و همچنان با جدیت کارش را در شرکت هاکوپیان با امید پیش می‌برد. سومیات هاکوپیان مانند بسیاری از کارآفرینان روحیه ساختن دارد و خستگی‌ناپذیری و همین روحیه را هم به گفته خود دوست دارد به نیروهایی که در مجموعه‌اش حضور دارند منتقل کند. در این شماره از بخش کارآفرین به زندگی افرادی همچون هاکوپیان خواهیم پرداخت.



## محمدصادق فاتح و داستان چای و روغن نباتی جهان

# کارآفرینی که ترور شد

### ولی خلیلی

دبیر بخش کارآفرین ایرانی

کارآفرینی که تجارت، صنعت،

شهرسازی و فعالیت‌های

گسترده خیریه را با هم تلفیق

کرد و تنها فعال صنعتی بود

که قبل از انقلاب توسط چریک‌های فدایی ترور شد؛ اینها

ویژگی‌های محمدصادق فاتح است. او در سال ۱۲۷۷ شمسی

در خانواده‌ای بازرگان و مذهبی در یزد به دنیا آمد. تا ۱۳ سالگی

در مکتب‌خانه تحصیل کرد و پس از آن در حجره پدرش که

یکی از بازرگانان مشهور بود، مشغول کار شد. خودش گفته

اولین نصیحت پدر به او این بود: «امروز، روز تولد تجاری توست

و سرمایه واقعی‌ات راستی، درستی، انجام تعهدات و خوش‌قولی

است.» محمدصادق صبح‌ها باید به کاروان‌سرا می‌رفت تا قند

و چای وارداتی از هندوستان و سایر مال‌التجاره‌هایی را که به

وسیله قاطر و شتر از بندرعباس به یزد می‌رسید، دریافت کند و

پس از پرداخت کرایه، معاملات را در دفتر ثبت کند و گزارش

آنها را به پدرش بدهد. کاری که در آن با وجود سن کمش

خوش درخشید و همین شد که پدر پس از مدتی مسئولیت

دفاتر تجارتی، صندوق، تحویل اجناس به فروشنده و دریافت

اقساط وام را به او واگذار کرد؛ البته به صورت نامحسوس بر

کارش نظارت می‌کرد و همیشه به دنبال این بود که فضا را

برای رشد او مهیا کند. تقریباً یک سال از حضور محمدصادق

در حجره پدر گذشته بود که او سرمایه‌اندکی در اختیارش قرار

داد تا کار مستقلی را شروع کند ولی در معاملاتی همه را از

دست داد و به حجره پدر بازگشت. محمدصادق فاتح گفته بعد

از بازگشت، پدر دومین نصیحت را به او کرد و گفت: «این ضرر در واقع به نفع توست و تجربه

تو را زیاد می‌کند.» پس از آن مجدداً سرمایه‌ای را به محمدصادق داد که بخشی از آن برائ

حوادث غیرقابل پیش‌بینی دوران جنگ جهانی اول از بین رفت.

### از بیرجند تا مشهد

در اوایل قرن ۱۴ شمسی تجارت در شرق کشور بین هندوستان، زاهدان، بیرجند و

مشهد رونق فراوانی داشت و همین موضوع باعث شد تا محمدصادق فاتح بعد از صحبت

با پدرش از یزد راهی بیرجند شود و دفتر تجاری آنجا را راهاندازی کند. او همچنین بعد

از دو سال و با توسعه کارش به مشهد رفت و باتوجه به صداقت در کار خیلی زود به

یکی از تجار مهم و خوشنام این شهر تبدیل شد تا جایی که شرکت نفت براساس همین

اعتبار، نمایندگی فروش نفت و بنزین خراسان را به او واگذار کرد. البته حضور فاتح در

مشهد چندان طولانی نشد زیرا با تصویب و اجرای قانون انحصار تجارت در سال ۱۳۰۹

فعالیت بازرگانان (خصوصاً در شهرستان‌ها و مناطق دور از پایتخت) مقید به ده‌ها مجوز و

پروانه شد و پیچیدگی کار به جایی رسید که فاتح مجبور شد برای ادامه کار کلیه اراضی

کشاورزی، املاک و... را بفروشد و به تهران بیاید. بعد از حضور فاتح در تهران و راهاندازی

تجارت‌خانه در تهران، او سفرهای متعددی به هندوستان، ژاپن و اروپا کرد و توانست از این

راه، معامله‌های بزرگ و پرسودی انجام دهد و پس از این سفرها به صورت گسترده وارد

تجارت چای شود و به همراه برادرزنش شرکت چای جهان را راهاندازی کند.



محمدصادق فاتح صبح زود و هم‌زمان با کارگران در کارخانه حاضر می‌شد و در مورد رعایت نظم بسیار سخت‌گیر بود؛ به‌گونه‌ای که کارگران پس از سوت شروع به کار، حق ورود به کارخانه را نداشتند. او گاهی نیمه‌شب‌ها از شیفت شب کارخانه بازدید می‌کرد. فاتح در آخرین یادداشت‌هایش زندگی‌اش را حاصل ۵۰ سال تجربه و ۱۶ ساعت کار روزانه می‌دانست.

### چای جهان

چای جهان مشهورترین و موفق‌ترین شرکتی است که

محمدصادق فاتح در طول چند دهه فعالیت اقتصادی خود تاسیس

کرد و بسیاری او را با همین برند می‌شناسند. اداره شرکت چای

جهان به این صورت بود که فاتح کارهای بسته‌بندی، فروش،

تبلیغات و بازاریابی و... را در تهران و داخل کشور انجام می‌داد و

برادر همسرش محمدعلی غضنفر که ۱۴ سال در هند زندگی کرد،

کارها را در هندوستان پیش می‌برد و ترتیب صادرات چای به تهران

را می‌داد. همچنین در دهه ۲۰ آنها با توسعه کار در لاهیجان و

رامسر، دو کارخانه فراوری چای خریدند که کارخانه لاهیجان در

سال ۱۳۴۵-۱۳۴۴ به مبلغ ۵ میلیون تومان به شرکت گلستان

فروخته شد.

### حاجی آباد کرج و فعالیت صنعتی

در کنار تجارت از نیمه‌های دهه ۲۰ محمدصادق فاتح وارد کار

ساخت و ساز در بخش‌هایی از کرج که حالا به استانی مستقل

بدل شده است، شد. او در اواخر دوره رضاشاه، اقدام به خرید

زمین‌های گسترده‌ای در کرج و شروع ساخت‌وساز در آنجا کرد.

فاتح از سال ۱۳۲۰ به بعد، در کنار تجارت چای، به تفکیک

زمین‌ها و آماده‌سازی آنها برای ساخت منازل مسکونی، مراکز

خدمات عمومی و درخت‌کاری پرداخت با این کارها به‌تدریج

منطقه بیابانی حاجی‌آباد به یکی از مراکز آباد و پرارزش کرج

تبدیل شد. آباد شدن این منطقه ثروت او را افزایش داد. فاتح

زمین‌هایش را به انبوه‌سازان نمی‌فروخت، بلکه به هرکس به اندازه

نیاز یک واحد می‌فروخت. همین مسئله نقش موثری در افزایش ارزش املاک او و توسعه منطقه

حاجی‌آباد داشت. فاتح در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ فعالیت‌های گسترده‌ای در این منطقه کرد و شرکت

آبادانی جهان را در این منطقه راهاندازی کرد که مسئولیت ساخت‌وساز در جهان شهر کرج را

به‌عهده داشت. در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ ساخت شهرک نمونه و احداث ۴۰۰ دستگاه ساختمان

کارگری باتوسعه فعالیت‌های اقتصادی محمدصادق فاتح در این منطقه کرج در دستور کار قرار

گرفت که در نهایت ۲۰۰ دستگاه آن به بهره‌برداری رسید. فاتح، اقدام به درخت‌کاری خیابان‌های

جهان‌شهر کرج کرد و به آن رسیدگی دائم داشت؛ درختانی که هنوز در این منطقه به یادگار

باقی مانده‌اند. در آن زمان، خانه‌ها آب لوله‌کشی شهری نداشت؛ از این رو بر سر هر کوچه، شیر

آبی نصب کرد.

### ورود به فعالیت‌های صنعتی

در کنار این فعالیت‌های تجاری و ساختمانی در دهه ۳۰ محمد فاتح که یکی از

سهام‌داران چیت‌سازی ری بود، تصمیم گرفت وارد فعالیت‌های صنعتی هم بشود و کارخانه

نساجی راهاندازی کند. البته فارغ‌التحصیلی پسرش در رشته مهندسی نساجی از انگلستان

نقش مهمی در این تصمیم داشت. فاتح سهام خود را در چیت ری فروخت و به همراه

محمدعلی غضنفر (برادرزنش که گفته می‌شود او هم فارغ‌التحصیل نساجی بود) در ۸ مهر

۱۳۳۳ اقدام به تاسیس کارخانه جهان چیت در حاجی‌آباد کرج کرد؛ کارخانه‌ای که در سال

۱۳۳۵ به بهره‌برداری رسید. کارخانه با هدف تبدیل پنبه خام و ابریشم مصنوعی به چیت،

خانه فاتح در کرج با ۵۰۰ متر زیربنا که متعلق به دوره پهلوی است در فهرست میراث ملی به ثبت رسیده است. همچنین خانه پدری او در یزد با قدمت ۱۵۰ ساله و خانه حاج عبدالوهاب فاتح با قدمت ۱۰۰ ساله در اختیار میراث فرهنگی قرار گرفت.



کارخانه روغن نباتی جهان

### اعتراض کارگران، ترور فاتح

با نزدیک شدن به دهه ۵۰ شمسی مبارزات سیاسی به خصوص از نوع کارگری و کمونیستی‌اش شدت گرفته بود، فعالیت‌هایی که با شروع مبارزات چریک‌های فدایی خلق در سال ۱۳۴۹ در برخی از نقاط و جمع‌های کاری به شدت شعله‌ور شد که یکی از آنها کارخانه‌های زیرمجموعه محمدصادق فاتح بود. کارگران این کارخانه‌ها به وضعیت معیشت، بیمه، حقوق و دستمزد و... اعتراض داشتند و همین شد که دست به اعتصاب زدند و ۹ اردیبهشت ۱۳۵۰ کارگران کارخانه فاتح در دسته‌ای ۲۰۰ تا ۵۰۰ نفره به سمت تهران حرکت کردند و زمانی که به کاروان سراسنگی رسیدند با نیروهای ژاندارمری درگیر شدند و بر اثر تیراندازی ۳ کارگر (و به روایت نصرالله حدادی تهران شناس ۲۰ نفر) جانشان را از دست دادند و تعدادی هم زخمی شدند. این حادثه برای فاتح بسیار تلخ بود و البته گران تمام شد و بعد از آن دو سال به کارخانه نیامد و در نهایت هم به ترور او از سوی چریک‌های فدایی منجر شد. چریک‌های فدایی، سه سال و سه ماه پس از کشته شدن کارگران، به انتقام خون آنان در دادگاهی غیبی، فاتح را محکوم به اعدام کردند و در ۲۰ مرداد ۱۳۵۳ هنگامی که او از تخریش عازم محل کار خود بود، در محل پل ستاری فعلی او را ترور کردند. او در حاجی‌آباد کرج، یعنی همان محلی که حدود ۳۵ سال فعالیت داشت، در کنار برادر همسرش مهندس غضنفر دفن شد. محمد صفری لنگرودی و اعظم روحی آهنگران (ترورکنندگان فاتح) دو سال بعد، یعنی در ۷ شهریور ۱۳۵۵ تیرباران شدند. پس از ترور فاتح اداره کارخانه‌ها و فعالیت‌های شرکت‌های او برعهده اعضای خانواده و فرزندانش قرار گرفت تا اینکه بعد از انقلاب کارخانه و دارایی‌ها در سال ۱۳۶۲ توقیف و در سال ۱۳۶۴ مصادره شد. البته خانه محمود فاتح در شمیران تهران در نیمه اول دهه ۱۳۷۰ و حدود ۱۵ سال پس از انقلاب از سوی دادگاه انقلاب به خانواده‌اش برگردانده شد.

### بنیاد خیریه فاتح

حوزه اجتماعی و خیریه فعالیت‌های محمدصادق فاتح ترکیبی از اشکال مدرن و سنتی بود. توجه او به تأسیس بنیاد خیریه در کنار وقف بخشی از زمین‌ها و دارایی خویش، جامعیت و تنوع این فعالیت‌ها را نشان می‌دهد. او دو مسجد به نام رسول اکرم و مسجد جامع ساخت و علاوه بر اهدای زمین، در آغاز ۱۵۰ هزار تومان به این کار اختصاص داد بعد از فوتش مسجد به بهره‌برداری رسید، احداث دبستان جهان چیت و راهنمایی فاتح (بعداً به بنت‌الهدی و عالم‌بخش تغییر نام داد) از دیگر فعالیت‌های او است. احداث دبستان در تهران و مشهد، کمک به ساخت بیمارستان سوانح سوختگی شهید مدنی، احداث خوابگاه دانشجویی در دانشگاه تهران، و تأسیس دو ساختمان برای پیکار با بی‌سوادی کارگران و ساکنان محله، از دیگر اقدامات او بود. درخت‌های کهن سال، زمین‌های سبزی و پارک‌های امروز جهان‌شهر، یادآور تلاش مردی زاده کویر است که به زندگی اهمیت می‌داد. بنیاد خیریه فاتح در سال ۱۳۵۲ در جهان‌شهر کرج به ثبت رسید. سرمایه اولیه بنیاد، ۱۸ هزار تومان بود. بنیاد به هیچ حزب سیاسی وابسته نبود و حق دخالت در سیاست را نداشت. هدف بنیاد، گسترش فرهنگ عمومی از طریق تأسیس مدرسه، کتابخانه، مسجد، فیلم آموزشی، انواع کمک نقدی و غیرنقدی به دانش‌آموزان و دانشجویان، خدمات بهداشتی مثل تأسیس درمانگاه، آموزشگاه پرستاری، پرورشگاه، مهد کودک، خوابگاه و... بود. درآمد بنیاد را موسسان از طریق واگذاری زمین، ساختمان، اجاره املاک زراعتی، و وجه نقدی و سهام تأمین می‌کردند. ■

جلوار، پاتیس، پارچه پرده‌ای و میلی تأسیس شد. قدرت تولید کارخانه ۱/۵ میلیون متر از انواع پارچه بود. قسمت چاپ، رنگ‌رزی، تکمیل و گل‌زنی، حدود سه برابر تولید کارخانه ظرفیت داشت. مساحت کارخانه، ۱۰۰ هزار مترمربع و زیربنای آن، ۳۴ هزار مترمربع بود. ماشین‌آلات آن با قیمت حدود یک میلیون لیره از انگلستان، آلمان و بلژیک خریداری شد. این شرکت اساساً خانوادگی بود با وجود این، فاتح در اداره مستقیم کارخانه مشارکت نداشت. حضور و کنترل او از طریق خویشاوندانش صورت می‌گرفت. کاظم فرهنگی خواهرزاده فاتح، مدیرعامل کارخانه بود. سرمایه شرکت، بعد از چند مرحله در اوایل دهه ۵۰ به ۴۵۰ میلیون ریال افزایش یافت. کارخانه ۳ مهندس، ۳۹ کارمند و ۱۶۰۰ کارگر داشت. زیربنای آن ۳۸ هزار مترمربع بود و سالیانه ۲۰ تا ۲۴ میلیون متر از انواع پارچه‌های نخی پنبه‌ای و الیاف مصنوعی تولید می‌کرد. گفته می‌شود محصول روزانه این کارخانه ۷۰ هزار متر پارچه بوده است. علاوه بر این در سال ۱۳۴۹، کارخانه جهان چیت کارگاه دیگری به نام آرمه در حاجی‌آباد کرج تأسیس کرد که ۲۴۰ پرسنل و ۵۴۵۸ مترمربع زیربنا داشت. این کارخانه، سالیانه ۱۴۰۰ تن انواع نخ، کیسه‌هایی از نخ پلاستیکی، توری پنجره و... تولید می‌کرد. همچنین کارخانه پشم‌بافی جهان با شراکت محمدصادق فاتح و محمدعلی غضنفر در کنار این مجموعه‌ها تأسیس شد. کارخانه در اوایل سال ۱۳۳۹ در کیلومتر ۱۰ جاده ساوه در زمینی به مساحت ۵۵ هزار متر و زیربنای ۱۲ هزار متر ساخته شد. این کارخانه ۲۰۰۰ دوک ریسندگی و ۶۰ دستگاه بافندگی داشت که آنها را از آلمان خریده بودند. تولید سالیانه شرکت ۷۰۰ هزار متر پارچه و ۱۰۰ هزار تخته پتو بود.

### روغن نباتی جهان

در کنار کارخانه‌های حوزه نساجی مهم‌ترین فعالیت صنعتی محمدصادق فاتح را باید در «روغن نباتی جهان» دنبال کرد؛ محصولی که خیلی زود به برندی مهم در کشور تبدیل شد و به رقیبی برای شرکت‌های بهشهر و قو. کارخانه روغن نباتی جهان در ۱۵ آبان ۱۳۳۴ برای تولید روغن نباتی از روغن دانه‌های پنبه‌ای در حاجی‌آباد کرج با سرمایه‌گذاری فاتح و محمدعلی غضنفر تأسیس شد. کلیه فعالیت‌های تولیدی، اعم از روغن کشی، پالایش، چاپخانه، ظروف فلزی، پت (PET) تولید هیدروژن و... در این کارخانه انجام می‌شد. میزان تولید آن، سالیانه ۷۵ هزار تن بود که به تولید انواع روغن جامد و مایع در وزن‌های ۹۰۰ گرمی تا ۱۷ کیلوگرمی می‌پرداخت. ظرفیت تولید آن پس از انقلاب گسترش یافت و تولید روزانه آن ۲۶۰ تن روغن جامد و مایع بود. این کارخانه اولین تولیدکننده لستین خوراکی بود و سالیانه ۲۵۰ تن از آن و ۷۰ هزار تن کنجاله تولید می‌کرد. اما این کارخانه بعد از انقلاب مصادره شد. در اواسط سال ۱۳۸۵، ۶ درصد از روغن مورد نیاز کشور را تأمین می‌کرد. کارخانه در اواخر دهه ۸۰ به کیلومتر ۱۵ بزرگراه زنجان-قزوین منتقل شد. سهام‌داران فعلی آن، بنیاد شهید با ۴۷/۵ درصد سهام و ستاد اجرایی فرمان امام با ۶/۸ درصد سهام هستند. بقیه سهام در اختیار سایر شرکت‌های سرمایه‌گذاری و عمومی است.

البته محمدصادق فاتح و محمدعلی غضنفر دو شریک و خویشاوند در اواسط دهه ۱۳۴۰ به صورت دوستانه مالکیت شرکت‌ها را بین خود تقسیم کردند. فاتح مالکیت چای جهان و جهان چیت را گرفت و غضنفر مالکیت روغن نباتی جهان و پشم‌بافی جهان را به‌دست آورد.



نگاهی به ۴ دهه فعالیت کاری و زندگی هاکوپیان، کارآفرین ارمنی صنعت پوشاک کشور

## نماد پوشاک ایرانیان



### ولی خلیلی

دبیر بخش کارآفرین ایرانی

از زمانی که شاه عباس صفوی بخشی از ارمنه را از کشورشان به ایران کوچ داد، این مهاجران که صنعتگرانی زیر دست بودند در رشته‌ها و شاخه‌های مختلف صنعتی در شهرهای مهمی مانند تهران، اصفهان، تبریز، ارومیه و... مشغول به کار شدند و توانستند کارگاه‌های مختلف زرگری، فلزکاری، بلورسازی و... را در ایران راهاندازی و تاسیس کنند و موفقیت‌های بسیاری به دست آورند. در این بین یکی از مشاغل که ارمنه مهاجر تبریز بسیار در آن داشتند خیاطی و دوخت لباس بود؛ شغلی که حالا با گذشت بیش از ۳۰۰ سال از کوچ آنها به ایران هنوز در آن چیره دست هستند و مشهور. در این بین البته نام برخی از ارمنه بیش از دیگران شنیده می‌شود که بدون شک سومبات هاکوپیان، بنیان‌گذار پوشاک مردانه هاکوپیان یکی از آنهاست. نامی که برای بسیاری از مردان ایرانی یاد و خاطره کت و شلوار عروسی‌شان را زنده می‌کند.

سومبات هاکوپیان متولد ۱۱ دی سال ۱۳۳۳ در تبریز است و حدود دو ماه دیگر ۷۳ ساله می‌شود. او در دوران نوجوانی و از سال ۱۳۳۵ یعنی زمانی که ۱۲ ساله بود وارد حرفه خیاطی و تولید لباس و پوشاک شد و سال‌های بسیاری در کارگاه‌های مختلف کار کرد و تجربه اندوخت تا اینکه در سال ۱۳۴۶ (۱۱ سال بعد از شروع کار) با دریافت پروانه دوزندگی مردانه اولین کارگاه تولیدی خود را راهاندازی کرد. تاسیس این کارگاه در واقع هم‌زمان بود با تحولات مهمی که در صنعت مد و پوشاک در جهان و به خصوص ایران عصر پهلوی در حال وقوع بود؛ در این سال‌ها علاقه جوانان به مدها و لباس‌های اروپایی افزایش چشم‌گیری یافته بود و دولت و حاکمیت نیز مردم را به استفاده از پوشاک نوین به خصوص کت و شلوار تشویق می‌کردند. یکی از ابتکارات مهم سومبات هاکوپیان در این سال‌ها اجرای نخستین نمایش مد زنده در ایران بود. او در اوایل دهه ۵۰ به عنوان طراح و خیاطی جوان، نمایش مد زنده‌ای برگزار کرد و مدسازی را در ایران پایه نهاد و همین موضوع هم باعث شد که خیلی زود و با وجود جوانی (۲۷-۲۸ ساله) مشتریان بسیاری پیدا کند و حتی شرکت‌های دولتی نیز برای دوخت لباس‌های ویژه به او مراجعه کنند. او در این سال‌ها در کارگاه خود به‌جز گرفتن سفارش دوزندگی لباس‌های مردانه و زنانه‌ای مثل کت و شلوار، پیراهن، جلیقه و... از سال ۱۳۵۲ طراحی و دوخت یونیفورم برگزارکنندگان بازی‌های آسیایی در تهران، لباس‌های رسمی اعضای ارکستر سمفونیک تهران، یونیفورم کادر پروازی ایران‌ایر و فرودگاه‌های مختلف کشور، و شرکت‌های مختلف نفتی را پذیرفت و این موضوع به شهرت بیشترش منجر شد.

اما برای هاکوپیان جوان سقف آرزو در همین حد نبود، او به دنبال این بود که بتواند روزی یک برند جهانی پوشاک در ایران راهاندازی کند و برای رسیدن به این هدف دید که نیاز به

آموزش‌های لازم دارد و تجربه نمی‌تواند کافی باشد برای همین در نیمه‌های دهه ۵۰ با سفر به آلمان دوره آکادمی خیاطی مولر را که یکی از معتبرترین دوره‌ها در حوزه طراحی پوشاک در جهان محسوب می‌شود پشت سر گذاشت و بعد به ایران بازگشت و با جدیت بیشتر کارش را دنبال کرد و در کنار طراحی و تولید انواع پوشاک در سال ۱۳۵۴ اولین ژورنال مد ایران را به نام «هوکپ» منتشر کرد.

البته با نزدیک شدن به سال‌های پایانی دهه ۵۰ شمسی و با وقوع انقلاب و شروع جنگ و تغییر فضای فرهنگی کشور، برای چند سال هاکوپیان همچون بسیاری از صنایع دیگر با چالش‌هایی روبه‌رو شد که سومبات هاکوپیان در گفت‌وگو با سایت تخصصی نخ و سوزن آن را این‌گونه تعریف کرده است: «واقعیت این است که در ابتدای امر برند ما به صورت سفارشی کار می‌کرد اما به مرور کار به صورت تولید انبوه رسید. البته مشکلات در این عرصه بسیار فراوان بود. در زمان جنگ بخش خصوصی با فشار زیادی روبه‌رو شد. زیرا مواد اولیه به سختی وارد کشور می‌شد. البته من معتقدم که اگر به کاری ایمان داشته باشید، می‌توانید آن را پیش ببرید. ضمن اینکه مشکلات پس از انقلاب مختص ایران نیست بلکه این اتفاق در کشور فرانسه نیز افتاده است. با وجود مشکلات زیادی که در بخش تهیه مواد اولیه وجود داشت ما استانداردهای لازم را تغییر ندادیم. با تغییر این استانداردها می‌توانستیم مصرف مواد اولیه را کاهش دهیم، اما من معتقدم این کار اجحاف در حق مشتری است. این دوران با سختی‌های بسیاری گذشت اما سرانجام به گسترش رسیدیم. من معتقدم که باید به مشتری و کارکنان خودمان وفادار باشیم. یعنی کیفیت را مدنظر قرار دهیم. ضمن اینکه بخش خصوصی باید روی پای خودش بایستد. من افتخار می‌کنم که تا امروز از کمک‌های دولتی بهره‌ای نبرده‌ام.»

با پایان یافتن جنگ، هاکوپیان بار دیگر به فکر توسعه کار افتاد و چندین سال زمینه‌چینی‌های لازم را انجام داد تا اینکه در دهه ۸۰ کارگاه خود را به واحدی صنعتی تبدیل کرد و ضمن تجهیز آن با فناوری‌ها و ماشین‌آلات روز، زمینه اشتغال‌زایی قابل توجهی را فراهم کرد. همچنین در کنار این فعالیت‌ها سومبات هاکوپیان برای به‌روزرسانی آموزش‌ها در صنعت طراحی و تولید پوشاک چند جلد کتاب تدوین و ترجمه کرد تا دانشجویان و علاقه‌مندان طراحی و تولید پوشاک از طریق آنها بتوانند با آخرین تحولات این حوزه آشنا شوند. او همچنین در زمینه فعالیت‌های آموزشی با دانشگاه‌های شریعتی و الزهرا همکاری دارد و به تدوین و تدریس روش‌های نوین مدل‌سازی در پوشاک و تعویض روش‌های فرسوده و ناکارآمد می‌پردازد. هاکوپیان درباره شروع تدریس در دانشگاه در مصاحبه‌ای با سایت باشگاه ثروت گفته: «تا دهه ۷۰ شرایط برای فعالیت بخش خصوصی همچنان محدود بود. در آن هنگام مدرسه عالی سمیه



دیدار هاکوپیان با علی لاریجانی و قول مساعد رئیس مجلس برای حمایت از تولید پوشاک داخلی و جلوگیری از قاچاق پوشاک به داخل کشور

هاکوپیان برای بیش از ۴ دهه فعالیت در حوزه صنعت پوشاک کشور، سال ۱۳۹۴ به عنوان پیش کسوت صنعت، معدن و تجارت و کارآفرین برتر کشور شناخته شد و از سوی معاون اول رئیس جمهور مورد تقدیر قرار گرفت. علاوه بر این شرکت هاکوپیان دارنده نخستین گواهی نامه مدیریت کیفیت و بیش از بیست جایزه بین المللی در صنعت پوشاک است.

بتوان گفت که کلمه مدسازی برای اولین بار در ایران بر زبان ها جاری شد. این موضوع به طور گسترده توجه رسانه های داخلی و خارجی را به خود جلب کرد و من در گام بعدی با بهره گیری از مدل های ارائه شده در این نمایش اولین ژورنال رنگی مد ایران را به نام «هوکرب» در همان سال چاپ و منتشر کردم. موضوع انتشار این ژورنال و برگزاری نمایش زنده مد تحت پوشش اخبار بین المللی قرار گرفت و خبرگزاری روتترز نه تنها این خبر را به خارج از کشور مخابره کرد، بلکه در مورد چند نمونه از مدل های ارائه شده اظهار نظر و از دیدگاه هنری اعلام داشت که بخشی از مدل ها، الهامی از لباس های دهه ۱۹۳۰ اروپا بوده است که برای این خبرگزاری بسیار تعجب برانگیز بود که یک طراح ایرانی در آن سال ها به تاریخ لباس اروپا نگریسته است. حتی دو مدل از لباس های تاریخی ایران الهام گرفته شده بود که مورد توجه ویژه ای قرار گرفت. با این اقدام روتترز، نام هاکوپیان از مرزهای ایران عبور کرد و به شهرت رسید. او در ادامه گفته: «علی رغم جوان بودن خود من و شرکت هاکوپیان، در بین مشتریان جایگاه ویژه ای به دست آوردم و من به این نتیجه رسیدم که باید برای آینده یک برنامه بلندمدت طراحی و تنظیم کنم. این کار هم انجام شد ولی در سال ۱۳۵۷ انقلاب ایران به پیروزی رسید و طبق روال همه انقلاب ها، تغییرات در تمامی ابعاد به ویژه در بعد فرهنگی به وقوع پیوست و فرهنگ مصرف لباس به طور موقت تغییر کرد و عده ای به این باور رسیدند که مد و لباس به شکل آن روز در جامعه جایی نخواهد داشت. از طرف دیگر با شروع جنگ تحمیلی این اندیشه بیش از پیش تقویت شد به طوری که در اوایل دهه ۶۰ کارخانه های لباس دوزی که عمدتاً در اختیار دولت قرار داشتند با تعطیلی مواجه شدند. ولی من با آگاهی از تاریخ انقلاب ها به ویژه از جنگ جهانی دوم، دریافتیم که چگونه بعد از جنگ و تثبیت انقلاب همه چیز به ویژه هنر طراحی لباس به شرایط عادی بازمی گردد و همچنین تجربه کشورهای اروپایی این پیش نگری مرا محقق کرد. با توجه به اعتقاد راسخ ما در پیشرفت این حرفه، برای جلوگیری از تعطیلی کارخانه های دولتی همکاری های موفقیت آمیزی انجام دادیم و علی رغم محدودیت هایی که برای بخش خصوصی در آن زمان جریان داشت ما از حرکت باز نایستادیم و با ابتکارات بسیار خلاقانه طرح های خود را در نمایشگاه های بین المللی بازرگانی که در تهران برگزار می شد ارائه کردیم. غرفه های ما همیشه مورد توجه بازدید کنندگان داخلی و خارجی قرار می گرفت و این امر ما را بیش از پیش به آینده امیدوار می کرد. همچنین در دهه ۸۰ که روزنه ای برای فعالیت بخش خصوصی گشوده شد، ما گام بی سابقه دیگری در مسیر فعالیت های گسترده خود برداشتیم که در سال ۸۱ به نتیجه رسید و شرکت هاکوپیان آخرین تکنولوژی هزاره سوم را در طراحی و دوخت که در بسیاری از موارد عصر صنعتی را نیز پشت سر نهاده بود برای اولین بار به ایران آورد و با افتخار تمام این پروژه را در کمتر از دو ماه نصب و راه اندازی کردیم و به بهره برداری رساندیم.»

او همچنین در گفت و گو با سایت تخصصی نخ سوزن، به جوانان که وارد صنعت پوشاک و طراحی می شوند توصیه های ویژه ای کرده است: «تغویید نمی دانم چطور باید وارد بازار کار شد. طراحانی موفق هستند که تنها به دانسته های دانشکده اکتفا نکنند. طراحی بسیاری از دانشجویان امروز ما شبیه به کشیدن عکس است. مسائل مختلفی در دنیای مد امروز وجود دارد که از آن باید بهره برد. باید ماشین، نخ و کلیه مواد اولیه این مسیر را بشناسید. اما این کار با دانشگاه امکان پذیر نیست بلکه باید وارد محیط کار شوید و تجربه بیاموزید و تحقیق کنید و با مراکز خارج کشور ارتباط برقرار کنید. راه این کار بسیار طولانی است اما جوانان امروز بسیار شتاب زده هستند.»

که امروز دانشگاه شریعتی است برای ارتقای سطح علمی خود در رشته الگوسازی و مدل سازی از من درخواست همکاری کرد که من آن را پذیرفتم و اولین دوره کلاس های ویژه را برای مدرسان آن مدرسه عالی برگزار و از این طریق یک سیستم نوین اروپایی را جایگزین روش های کهنه و فرسوده و غیر کارا کردم. چند ترم نیز به تدریس به دانشجویان پرداختم. مدتی بعد، از دانشگاه الزهرا دعوتی در همین زمینه دریافت داشتم و چند سالی در آن دانشگاه تدریس کردم و همان سیستم نوین اروپایی را از طریق تدوین جزوات تخصصی و حرفه ای آموزش دادم که در کل سیستم آموزش عالی در این رشته تحول چشم گیری ایجاد کرد. در پی این تحولات آموزشی در مقطع عالی، برای اولین بار رشته مهندسی پوشاک در دانشگاه امیرکبیر دایر شد که بار دیگر از من دعوت به همکاری به عمل آمد و من نهایت همکاری را انجام دادم و به مدت ۳ یا ۴ ترم در آن دانشگاه به آموزش دانشجویان پرداختم. علاوه بر اینها مطرح کردن ایده راه اندازی و تأسیس انجمن طراحان لباس و پارچه از دیگر فعالیت های اجتماعی سومبات هاکوپیان است، انجمنی که خود او به ریاست هیئت مدیره اش انتخاب شد. هاکوپیان برای بیش از ۴ دهه فعالیت در حوزه صنعت پوشاک کشور سال ۱۳۹۴ به عنوان پیش کسوت صنعت، معدن و تجارت و کارآفرین برتر کشور شناخته شد و از سوی معاون اول رئیس جمهور مورد تقدیر قرار گرفت. علاوه بر این شرکت هاکوپیان دارنده نخستین گواهی نامه مدیریت کیفیت و بیش از بیست جایزه بین المللی در صنعت پوشاک است.

در حال حاضر شرکت واحد صنعتی پوشاک هاکوپیان اولین و بزرگ ترین طراح و تولید کننده تمام صنعتی پوشاک در ایران شناخته می شود. در سایت این شرکت نوشته شده: «با راه اندازی تکنولوژی هزاره سوم صنعت پوشاک در خطوط تولیدی شرکت هاکوپیان، هنر خیاطی با صنعت در هم آمیخته است. فرایند تولید کت و شلوار و پیراهن در کارخانه های هاکوپیان در بومهن تهران انجام می گیرد. هاکوپیان برای تأمین پارچه و مواد اولیه محصولات خود با برترین تولید کنندگان از کشورهای ایتالیا، آلمان، انگلستان و ترکیه همکاری می کند. همچنین از همان ابتدا با هدف افزایش و تضمین کیفیت محصولات، کارشناسان هاکوپیان برای آموختن دانش نوین صنعت پوشاک به دوره های تخصصی مختلف مد و پوشاک در کشورهای اروپایی اعزام می شوند.»

هاکوپیان هم اکنون ۲۴ فروشگاه زنجیره ای در سراسر کشور و بیش از ۴۰۰ هزار مشترک دارد. همچنین یکی از ویژگی های جالب این شرکت استفاده از نیروهای جوان کار آزموده و با سرپرستی کارشناس ایتالیایی است.

## نقش هاکوپیان در صنعت پوشاک ایران چه بوده است؟

سومبات هاکوپیان در پاسخ به این سؤال که هاکوپیان در تحولات صنعت پوشاک چه نقشی داشته است، با بیان اینکه این بیشترین سؤالی است که از او پرسیده می شود، گفته: «من از نیمه دوم دهه ۴۰ وارد مد و مدسازی شدم و در اواخر آن دهه با یک آکادمی مد در اروپا ارتباط برقرار کردم و نشریات آن را بطور مرتب دریافت می کردم. این رابطه تا به امروز ادامه دارد. در اوایل دهه ۵۰ هنر مد و مدسازی به ویژه در پوشاک زنانه از طریق نمایش زنده مد در اماکن عمومی مانند سالن هتل ها، از کنج خانه ها خارج شد و به میان مردم آمد. در اوایل دهه ۵۰ مدل های من به ویژه در رشته مردانه به روی صحنه آمد و در سال ۱۳۵۳ در فستیوال مد برگریز، مدل های من در طراحی و دوخت اول شد و در پی آن در سال ۵۴ با ارائه مجموعه ای از مدل های

زنانه و مردانه، من گامی در مد لباس ایران برداشتم که تا آن زمان در ایران سابقه نداشت. این گام جدید و بی سابقه اجرای یک نمایش باشکوه و زنده مد برای اولین بار در ایران بود که آن را در هتل کنتیننتال تهران برگزار کردم. این نخستین بار بود که یک مدساز ایرانی به طور مستقل این نمایش را در چنین سطحی برگزار می کرد و شاید



هاکوپیان هم اکنون ۲۴ فروشگاه زنجیره ای در سراسر کشور و بیش از ۴۰۰ هزار مشترک دارد. همچنین یکی از ویژگی های جالب این شرکت استفاده از نیروهای جوان کار آزموده و با سرپرستی کارشناس ایتالیایی است

غلامرضا آگاه چگونه زمین‌های زیر کشت کرمان را به پسته‌کاری تبدیل کرد

## مرد پسته خندان

پسته را به هندوستان، فرانسه، انگلستان، آلمان، چین و... شروع کرد و با موفقیت در صادرات پسته به شهرهای مختلف اروپایی و آسیایی، به فکر بازار آمریکا افتاد که بکر بود و صادرات به این کشور را هم شروع کرد. او از طریق سفارت آمریکا آدرس اتاق‌های بازرگانی و شرکت‌های مهم تجاری این کشور را گرفت و مکاتبات را با آنها شروع کرد و در نهایت موفق شد در سال ۱۳۰۷ با دو شرکت آمریکایی مبادلات تجاری را به صورت محدود آغاز کند. همچنین موفقیت دیگر او این بود که توانست تعدادی از کشاورزان منطقه را مجاب کند که به جای پنبه و روناس در زمین‌هایشان پسته کشت کنند، اتفاقی که باعث می‌شد غلامرضا آگاه به محصول بیشتری برای صادرات دسترسی داشته باشد. البته این کار با اعتراض کشاورزان بزرگ منطقه روبه‌رو شد ولی با حمایت پدر غلامرضا از او که از بزرگان منطقه بود، این اعتراض‌ها به جایی نرسید. با افزایش مساحت زمین‌های زیر کشت پسته در رفسنجان و هم‌زمان گسترش فعالیت‌های تجاری آگاه با آمریکا، از یک سو میزان محصول هر سال افزایش پیدا می‌کرد و از سوی دیگر صادرات به آمریکا بیشتر می‌شد. در این سال‌ها و با وجود جوانی، غلامرضا آگاه برای خود نامی دست و پا کرده بود تا جایی که در سال ۱۳۱۲ داور، وزیر دارایی به رفسنجان رفت تا وضعیت صادرات پسته را بررسی و ارزیابی کند. او در بازدید از مزارع پسته و محصول صادراتی به آمریکا، به آگاه گفت که کار بزرگی برای کشور کرده است. تشویق آگاه از سوی وزیر دارایی باعث شد که استقبال مردم از کشت پسته در منطقه رفسنجان افزایش یابد و به مناطق دیگر این استان هم برسد.

### سفر به اروپا به نمایندگی دولت و گرفتن امتیاز دولتی

دو سال بعد از سفر داور به رفسنجان، غلامرضا آگاه از سوی دولت به عنوان نماینده برای حضور در نمایشگاه بین‌المللی بروکسل به اروپا اعزام شد، البته هزینه سفر را آگاه خود پرداخت کرد و این سفر برای او دستاوردهای بسیاری داشت. او با خود ۸۳ من پسته و نمونه‌هایی از محصولات ایران را برده بود و به کشورهای آلمان، انگلستان، فرانسه و ایتالیا هم سفر کرد و به تبلیغ محصولات ایران به خصوص پسته پرداخت. همچنین او در راه برگشت، از مصر، فلسطین، لبنان و سوریه هم بازدید کرد. یکی از نکات مهمی که او در این سفر متوجه شد این بود که شرکت‌های آمریکایی که در حلب پسته کشت می‌کردند با قیچی پسته را خندان می‌کردند و او نیز با بازگشت این روش را در بین کشاورزان جا انداخت و ترویج کرد. آگاه بعد از بازگشت از فرنگ شعبه جدیدی از تجارت‌خانه‌اش را در کرمان افتتاح و تلاش کرد تا کارش را گسترش دهد. او در این دوران در کنار پسته به تجارت کرک هم پرداخت و توانست با مکاتبات با شرکت‌های آلمانی و تغییر مسیر صادرات از طریق بندرعباس و با کشتی به آلمان، هزینه‌ها را کاهش دهد و اعتماد آلمانی‌ها را جلب کند. در سال ۱۳۱۷ غلامرضا آگاه از دولت درخواست کرد به مدت ۱۲۰ سال امتیاز پسته‌کاری در استان کرمان به او واگذار شود. دولت وقت زمان این قرارداد را به یک‌سوم کاهش داد و آگاه از همان سال در مناطق بافت،

در سال‌های گذشته به دلیل بحران آب در استان کرمان، خنده از روی لب کشاورزان پسته‌کار کرمان و رفسنجان و سیرجان رفته است و تولید پسته در این استان که زمانی بیش از ۸۰ درصد پسته کشور را تولید می‌کرد به نصف رسیده است. حتی پیش‌بینی می‌شود اگر بحران کنونی ادامه داشته باشد و راهکاری برای حل مشکل آب ارائه نشود تا ۱۰ سال دیگر کشت پسته در استان کرمان به صفر خواهد رسید. پسته‌ای که کشت آن در این استان حدود ۱۰۰ سال است به صورت گسترده انجام می‌شود و مهم‌ترین درآمد بخشی از کشاورزان کرمانی محسوب می‌شود. اما داستان کشت گسترده پسته در کرمان چگونه شروع شد؟

در کشت گسترده محصولی که ریشه آن در کرمان به حدود ۱۰۰ سال پیش بازمی‌گردد، خانواده غلامرضا آگاه نقشی اساسی داشتند. آنها از اولین صادرکنندگان پسته ایران به آمریکا و اروپا هستند. غلامرضا آگاه در سال ۱۲۸۰ شمسی در مشهد متولد شد. یک‌ساله بود که با خانواده از مشهد به یزد رفتند. او در کودکی به مکتب‌خانه رفت و صرف و نحو را آموخت. سپس در ۱۵ سالگی به رفسنجان رفت و با سرمایه اولیه‌ای که پدرش به او داده بود کسب و کاری کوچک راه انداخت. در آن زمان کسب و کار اصلی مردم رفسنجان کشاورزی بود و بیشتر گندم، جو، روناس و کمی هم پسته می‌کاشتند. کشاورزان این منطقه گندم و جو خود را به یزدی‌ها و روناس و پسته را هم به بندرعباسی‌ها و زاهدانی‌ها می‌فروختند و مقدار کمی را هم صادر می‌کردند. غلامرضا آگاه از نوجوانی به کشاورزی علاقه‌مند بود و در این زمینه استعداد داشت و همین شد که تصمیم گرفت وارد این راه شود و بخشی از زمین‌های آبا و اجدادی‌اش در رفسنجان را به کشت پسته اختصاص دهد. او تقریباً از اوایل قرن بیستم (۱۲۹۷ شمسی) کشت پسته را شروع کرد و کشاورزان دیگر را هم باتوجه به قیمت مناسب پسته تشویق کرد که این محصول را کشت کنند و بفرشند. غلامرضا آگاه همچنین در برداشت و استحصال پسته تغییراتی به وجود آورد؛ در آن زمان با زدن چوب روی پسته پوست آن را می‌کنند و با دندان خندان می‌کردند و حتی پسته را در آب می‌شستند تا تمریز شود ولی آگاه پول بیشتری به کشاورزان داد تا هم پوست پسته‌ها را با دست بکنند و هم با ضربه سنگ خندان کنند؛ کاری که باعث تمیزی بیشتر پسته و آسیب نرسیدن به آن می‌شد. غلامرضا آگاه حدود ۲۰ ساله بود که صادرات

شرکت سهامی  
صادرات پسته ایران  
یکی از شرکت‌های  
فعال بود که  
غلامرضا آگاه از  
موسسان آن بود. این  
شرکت شعبه‌هایی  
در کرمان، رفسنجان،  
تهران و هامبورگ  
و نیویورک داشت  
و اعضای آن را  
تولیدکنندگان پسته  
تشکیل می‌دادند  
که هدف اصلی‌شان  
مرغوبیت و توسعه  
صادرات پسته بود



در سال ۱۳۱۷ غلامرضا آگاه از دولت درخواست کرد به مدت ۱۲۰ سال امتیاز پسته کاری در استان کرمان به او واگذار شود. دولت وقت زمان این قرارداد را به یک سوم کاهش داد و آگاه از همان سال در مناطق بافت، چاه چغوک، سرچشمه و... شروع به پیوند پسته و بادام کرد.

معاون اتاق بازرگانی، صنایع و معادن کرمان بود.

### شرکت بازرگانی خانوادگی و کنار گذاشتن کار

خانواده آگاه در سالهای دهه ۴۰، دو شرکت بازرگانی در خارج از کشور تأسیس کردند. شرکت بازرگانی اروپایی را ایرج آگاه، فرزند غلامرضا آگاه و شرکت بازرگانی آمریکایی را اکبر امین، پسر خاله آگاه اداره می کرد. در ابتدا شرکت بازرگانی اروپایی بیشتر محصولات پسته را به فرانسه، آلمان و انگلستان صادر می کرد ولی بعدها بازارهای ایتالیا نیز رونق بسیار گرفت و متقاضی زیادی پیدا کرد تا جایی که میزان پسته صادراتی این شرکتها به سالی ۳۰ هزار تن رسید. غلامرضا آگاه در دهه ۱۳۵۰ هم در کنار اعضای خانواده فعالیت گسترده صادرات و بازرگانی پسته انجام می داد تا اینکه با پیروزی انقلاب تجارت پسته با کاهش روبه رو شد. از طرف دیگر قدرت های محلی در سالهای بعد از انقلاب تا حدی به او فشار آوردند که او مجبور به کنار گذاشتن تجارت پسته شد؛ موضوعی که برای او شاید بسیار گران تمام شد زیرا آگاه چند دهه با تمام بزرگان و علما روابطی بسیار حسنه و نزدیک داشت ولی در نهایت مجبور شد کار را رها کند. در طول سال های فعالیت غلامرضا آگاه ابعاد فعالیت های او به گونه ای بود که با سیاستمداران کشور روابطی نزدیک داشت. اسدالله علم وزیر دربار پهلوی طی دو نامه (سال های ۱۳۴۰ و ۱۳۴۸) از غلامرضا آگاه تشکر کرده است. در نامه اول به تغییراتی که آگاه در شیوه تولید، بازاریابی و فروش پسته به وجود آورده است اشاره و از او به خاطر تلاش هایش قدردانی می کند و در نامه دوم هم به خاطر اهدای ۲۰ عدد گردو، و ۱۰ عدد مغز بادام برزیلی از او تشکر کرده است. همچنین در اواخر آذر ۱۳۴۰ سید ضیاءالدین طباطبایی (نخست وزیر کودتای ۱۲۹۹) به خاطر کشت زیتون در مناطق خاص به غلامرضا آگاه تبریک گفت. علاوه بر اینها وزیر کشاورزی در دهه ۴۰ به خاطر کوشش آگاه در درخت کاری در استان کرمان به او مدال درجه ۳ نقره اهدا کرد. در سال ۱۳۴۵ سپهبد باتمانقلیچ مسئول آستان قدس رضوی نیز یک سهم و نیم از ۹۶ سهم زمین وقفی مزرعه شاه آباد کرمان را برای عمران و آبادی در اختیار آگاه قرار داد. او با علما نیز روابط نزدیکی داشت و در محافل مذهبی، اجتماعی و حتی علمی هم شرکت می کرد. هنگامی که سه فنانورد آمریکایی برای اولین بار در اکتبر ۱۹۶۹ (۱۳۴۸) به ایران آمدند، آگاه چند کیلو پسته اعلا به رسم هدیه برای آنها فرستاد و آنها هم بعد از بازگشت به آمریکا برای او پیام تشکر ارسال کردند. در جهان، در کتاب های بسیاری که در ارتباط با پسته منتشر شده است به غلامرضا آگاه و نقش او در کشت پسته در جنوب شرقی ایران اشاره کرده اند. آگاه بعد از اینکه در دهه ۱۳۶۰ با محدودیت هایی در فعالیت های تجاری و کشاورزی روبه رو شد، کار را رها کرد. او در سال ۱۳۶۵ در ۸۵ سالگی درگذشت. ■

اوا از طریق سفارت  
امریکا آدرس  
اتاق های بازرگانی  
و شرکت های مهم  
تجاری این کشور را  
گرفت و مکاتبات را  
با آنها شروع کرد و  
در نهایت موفق شد  
در سال ۱۳۰۷ با دو  
شرکت آمریکایی  
مبادلات تجاری را  
به صورت محدود  
آغاز کند



چاه چغوک، سرچشمه و... شروع به پیوند پسته و بادام کرد و علاوه بر پسته در منطقه کوه های جبال بارز، مقداری بادام در کوه های منطقه بافت کاشت. همچنین تعدادی از درختان میوه هسته دار را به بادام کوهی پیوند زد. او برای دسترسی به این مناطق همچنین ۵۱۰ کیلومتر از راه های کوهستانی بافت و جبال بارز را تسطیح و ماشین رو کرد. با افزایش تقاضا پسته رفسنجان و کرمان، خیلی زود وضعیت کشاورزان منطقه بهتر شد و دستمزد کارگران هم افزایش یافت.

همچنین آگاه در سال ۱۳۱۹ قراردادی با نماینده دولت به امضا رساند که طبق آن متعهد شد در دو سال اول قرارداد ۵ هزار درخت، در سال های سوم و چهارم ۱۰ هزار درخت و سال های پنجم و ششم ۱۵ هزار درخت را پیوند بزند و محصول هر سال کمتر از قبل نباشد. او همچنین تعهد کرد علاوه بر پرداخت تمام عوارض و مالیات های مربوط به فرآورده های حاصله، طبق مالیات هایی که از فرآورده های املاک اربابی گرفته می شد، ۲۵ درصد از عواید خالصی را که از پیوند، حاصل می شد به دولت بپردازد. طبق این قرارداد بعد از چهار سال زمین ها و درخت ها به اداره کل کشاورزی تحویل می شد.

### تأسیس شرکت خشکبار

در کنار فعالیت های گسترده کشاورزی و تجارت کرک، غلامرضا آگاه و تعدادی از همشهریانش در سال ۱۳۱۵ دو شرکت تأسیس کردند که یکی از آنها شرکت خشکبار بود که با سرمایه یک میلیون ریال توسط آگاه، دیلمقانی، هرندی، ارجمند و مصطفی کمال تأسیس شد. شرکت دیگر هم کنبرا بود که با سرمایه ۷۲۰ هزار ریال توسط غلامرضا آگاه، محمدحسن برخوردار، ابوالقاسم هرندی و شهریار راوری در سال ۱۳۱۵ تشکیل شد. در کنار اینها شرکت سهامی صادرات پسته ایران هم یکی از شرکت های فعالی بود که غلامرضا آگاه از موسسان آن بود. این شرکت شعبه هایی در کرمان، رفسنجان، تهران و هامبورگ و نیویورک داشت و اعضای آن را تولیدکنندگان پسته تشکیل می دادند که هدف اصلی شان مرغوبیت و توسعه صادرات پسته بود. این شرکت از ماشین آلات مدرن و خودکار برای ضد عفونی کردن، بو دادن، نمک زدن و بسته بندی پسته در قوطی های فلزی، مقوایی و... به نام های آریا و آپادانا استفاده می کرد. در واقع این شرکت اولین موسسه ای بود که در ایران زمینه بسته بندی مدرن پسته را فراهم کرد و از نشان استاندارد برای کالاها و محصولاتش استفاده کرد. آگاه در کنار فعالیت های کشاورزی، تجاری و صنعتی در زمینه های اجتماعی و فرهنگی هم حضوری فعال داشت. او طبع شعر داشت و گاهی شعر می گفت و با دوستانش انجمن شعر و ادب یزد را تأسیس کرده بودند. او همچنین در سال های ۱۳۲۳ تا ۱۳۳۵ سه دوره عضو انجمن شهر رفسنجان، یک دوره رئیس انجمن شهر کرمان و چندین دوره عضو و



## داروسازان دریانورد

ارنستو برتارلی و خانواده‌اش از دریا تا خشکی

### دوران ارنستو

ارنستو برتارلی، پسر فابیو و نوه پیترو در سال ۱۹۶۵ در شهر رم به دنیا آمد. تا زمانی که شرکت در رم قرار داشت و ارنستو هنوز به سنی نرسیده بود که وارد امور شرکت شود، این شرکت زیر نظر واتیکان اداره می‌شد. اوایل دهه ۷۰ بود که خانواده برتارلی عمده سهام شرکت را در بورس عمومی از آن خود کرد و شاید برای بیرون رفتن از سایه واتیکان بود که کسب‌وکار شرکت و خانواده برتارلی همگی با هم به سوئیس نقل مکان کردند. یک سال پس از موفقیت داروی این شرکت در زایمان به روش لقاح مصنوعی بود که سهام سرنو در بازار بورس سوئیس عرضه شد. سال ۱۹۹۶ شرکت داروی گونال-اف را روانه بازار کرد تا جایگزین پرگونال شود و در همان زمان، فابیو که با سرطان درگیر بود جایگاه خودش در شرکت را به پسر ۳۱ ساله‌اش ارنستو سپرد. از زمانی که او مدیریت سرنو را به دست گرفت، این شرکت تمرکزش را از صنایع دارویی به حوزه بیوتکنولوژی تغییر داد. در طول یک دهه‌ای که او مدیرعامل سرنو بود، میزان فروش شرکت به ۳ برابر قبل رسید.

در اواخر دهه ۹۰ میلادی شرکت چند داروی بسیار موفق را به بازار عرضه کرد. یکی از این محصولات داروی ریفب بود، دارویی برای کنترل علائم بیماری ام‌اس و همچنین داروی سیژن که برای مداوای اختلالات هورمونی در کودکان تجویز می‌شد. سال ۲۰۰۰ سهام سرنو در بازار بورس نیویورک هم عرضه شد و درآمدی معادل ۱٫۸ میلیارد دلار به همراه آورد. سال ۲۰۰۶ خانواده برتارلی ۶۴٫۵ درصد از سهام سرنو را در ازای ۸٫۶ میلیارد دلار به شرکت آلمانی مرک واگذار کردند.

در حال حاضر ارنستو از فعالیت شرکت وای پوینت سود می‌برد، شرکتی که در حوزه مدیریت اموال و علوم زیستی (علوم زیستی به تمامی رشته‌های علمی از قبیل زیست‌شناسی، پزشکی، انسان‌شناسی و بوم‌شناسی گفته می‌شود که با موجودات زنده، فرایندهای زیستی و روابط متقابل آنها با یکدیگر و زیست‌بوم آنها سروکار دارد) فعال است. بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ او در هیئت مدیره شرکت UBS AG هم فعالیت داشت، یک شرکت خدمات مالی و بانکداری سوئیسی که شعبه‌های مرکزی آن در شهرهای بازل و زوریخ سوئیس مستقر است و انواع خدمات

نام شرکت سوئیسی سرنو حتی پس از واگذاری هم مترادف با نام خانواده ایتالیایی برتارلی است. خانواده‌ای که سه نسل مالکان این شرکت بودند. سرنو در سال ۱۹۰۶ تاسیس شد، پیترو برتارلی (پدر بزرگ ارنستو) از ابتدای تاسیس همراه این شرکت بود و تا سال ۱۹۳۵ دیگر به عنوان مدیرعامل شرکت شناخته می‌شد و کار توسعه خطوط تولید این شرکت زیر نظر او انجام شد. این شرکت دارویی یکی از پیشگامان حوزه باروری است. در سال ۱۹۴۹ سرنو با کار بر روی هورمون گونادوتروپین که باعث ایجاد تخمک بیشتر می‌شود، به صورت جدی وارد حوزه درمان ناباروری شد، در نتیجه دارویی با نام پرگونال روانه بازار شد. این محصول چند سال بعد به عنوان دارویی استاندارد از سوی سازمان جهانی بهداشت مورد تایید قرار گرفت و در سال ۱۹۷۸ اولین کودک حاصل لقاح مصنوعی با کمک همین دارو در انگلستان متولد شد.

پرگونال تبدیل به بستر اصلی توسعه بین‌المللی سرنو شد، سال ۱۹۶۵ بود و حالا فابیو برتارلی (پسر پیترو) مدیرعامل شرکت بود. در دوره مدیریت او شرکت از ایتالیا به سوئیس منتقل شد و در اواسط دهه ۷۰ شهرت و توسعه شرکت روندی به شدت صعودی را طی کرد.



### زهرای چوپانکاره

دبیر بخش کار آفرین خارجی

### او کیست؟

ارنستو برتارلی شرکت داروسازی سرنو را از پدرش به ارث برد و همراه با خواهرش دانا مالکیت آن را در اختیار گرفت. او تا سال ۲۰۰۶ و فروش این شرکت خانوادگی، به عنوان مدیرعامل آن فعال بود. برتارلی با ۱۵٫۶ میلیارد دلار ثروت در رده ۷۶ فهرست ثروتمندان جهان ایستاده است.

پس از درگیری پدرش با بیماری، جای او را به عنوان مدیرعامل شرکت سرنو گرفت

شرکت دارویی سرنو در ایتالیا تاسیس شد و پیترو برتارلی از ابتدای کار به این شرکت پیوست

۱۹۹۸

۱۹۹۵

۱۹۶۵

۱۹۰۶

فابیو برتارلی، پدر ارنستو از دنیا رفت و کنترل شرکت در اختیار فرزندان قرار گرفت

فابیو برتارلی مدیریت شرکت سرنو را بر عهده گرفت و در همان سال پسرش ارنستو برتارلی در شهر رم به دنیا آمد

در اواخر دهه ۹۰ میلادی شرکت چند دارویی بسیار موفق را به بازار عرضه کرد. یکی از این محصولات داروی ریپف بود، دارویی برای کنترل علائم بیماری ام‌اس و همچنین داروی سیزن که برای مداوای اختلالات هورمونی در کودکان تجویز می‌شد. سال ۲۰۰۰ سهام سرنو در بازار بورس نیویورک هم عرضه شد و درآمدی معادل ۱٫۸ میلیارد دلار به همراه آورد.



## مادر برتارلی‌ها

ماریا آپریس برتارلی، مادر ارنستو و همسر فابیو سال‌های جوانی‌اش را در کشور تونس گذرانده بود، جایی که در رشته هنر تحصیل کرد. او در سال ۱۹۶۴ با فابیو برتارلی ازدواج کرد. از سال ۱۹۸۴ تا ۱۹۹۹ رئیس شرکت ASBV (فعال در حوزه ژنتیک) بود و در حال حاضر ریاست بنیاد برتارلی را بر عهده دارد.

علاقه فابیو برتارلی به دریا و دریانوردی سبب شد تا خانواده‌اش همراه او زمان زیادی را روی آب‌های آزاد سپری کنند و پس از مرگ او هم برای زنده نگه داشتن خاطره او تصمیم گرفتند که این کار را از طریق کمک به نجات دریا، جانداران دریازی و جوامع محلی مقیم در کنار اقیانوس‌ها و دریاها انجام دهند. بنیاد برتارلی در سال ۹۸ و به یاد فابیو برتارلی تأسیس شد. هدف این بنیاد حفاظت از دریا است و حمایت از تحقیقات مربوط به علوم زیستی و جوامع محلی حاشیه دریاها. این بنیاد که توسط ارنستو و دونا تأسیس شد حالا توسط مادر و فرزندانش اداره می‌شود و تلاش می‌کند تا با شراکت با سازمان‌های مردم‌نهاد و دولت‌ها و سرمایه‌گذاران محلی پروژه‌هایش را در نقاط مختلف دنیا اجرا کند.

مالک گرند هتل پارک در شهر گشتاد در سوئیس است؛ هتلی که در سال ۲۰۰۳ خرید و تبدیل به یک سرمایه‌گذاری موفق شد، و همچنین کانتری کلاب ژنو که یکی از اصلی‌ترین باشگاه‌های ورزشی در این شهر است. هتل فایو سیزن او در شهر کن در جنوب فرانسه یکی دیگر از دارایی‌های اوست و علاوه بر اینها، دونا در حال ساخت یک مجموعه تفریحی مجلل در منطقه آگزوما در باهاما است که قرار است تا سال ۲۰۲۰ به پایان برسد. ■

بانکی، بانک‌داری اختصاصی، مدیریت سرمایه‌گذاری و مدیریت دارایی و بانک‌داری شرکتی برای شرکت‌های بزرگ و سازمان‌ها در سراسر جهان ارائه می‌دهد.

ارنستو در سال ۲۰۰۰ وارد حوزه ورزش شد و تیم قایق بادبانی Alinghi را تأسیس کرد که در سال ۲۰۰۳ و در جریان مسابقات آمریکا موفق شد تیم قایق‌رانی نیوزیلند را شکست دهد. این نخستین تیمی بود که در تاریخ مسابقات قایق‌رانی جام آمریکا موفق شده بود تا در نخستین دوره شرکتش، جام قهرمانی را از آن خود کند. از سال ۱۸۵۱ این جام نصیب هیچ تیمی از قاره اروپا نشده بود. زمانی که تیم در سال ۲۰۰۳ برنده جام شد و جام را به اروپا برگرداند، ارنستو خودش هم به عنوان راهنما، مسیر تیم قایق‌رانی را همراهی می‌کرد و در سال ۲۰۰۷ در مسابقات قایق‌رانی اسپانیا هم با حضور او در تیم بود که Alinghi از عنوان قهرمانی خود دفاع کرد. ارنستو برتارلی در طول فعالیت خود در شرکت سرنو توانست با مدیریت و رهبری درست سود شرکت را به سه برابر برساند و پس از آن هم توانایی‌اش را در نشان دادن مسیر درست در حوزه ورزش به کار برد و توانست یکی از موفق‌ترین تیم‌های قایق‌رانی نوظهور را در برابر حریفان قدر به موفقیت برساند.

شرکت سرنو حالا نام مرک سرنو را بر خود دارد. این شرکت در ۴۴ کشور دنیا فعال است و در ۸ کشور کارخانه و خط تولید دارد و محصولاتش در ۹۰ کشور به فروش می‌رسند. حالا مرکز تحقیقات و توسعه شرکت در سوئیس، آمریکا و ایتالیا متمرکز شده است. بیش از ۴ هزار و ۷۰۰ نفر برای این شرکت کار می‌کنند. ساختمان مرکزی این شرکت در سال ۲۰۰۶ به خانواده برتارلی بازفروش شد تا شرکت جدید با نام جدید و مالکان جدید در ساختمان جدیدی در قلب ژنو مستقر شود.

## دونا

علاقه به دریا و دریانوردی در خانواده ایتالیایی برتارلی موروثی است. دونا برتارلی، دختر فابیو هم مانند برادرش به این حوزه علاقه‌مند است و در کنار تاجر، به عنوان دریانورد هم شناخته می‌شود. دونا در سال ۱۹۶۸ در رم به دنیا آمد. او از سال ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۷ در شرکت خانوادگی‌شان فعالیت داشت و مدیر امور عمومی و تخصصی شرکت بود و بنیاد سرنو را تأسیس کرد.

دونا در سال ۲۰۱۱ به همراه یان گویچارد، باشگاه دریانوردی اسپیندریفت را تأسیس کرد و از آن به بعد قایق‌سواری و مسابقه قایق‌رانی یکی از بارزترین وجوه زندگی او قلمداد می‌شود. این باشگاه مالک مجهزترین قایق‌های مسابقه‌ای در مدل‌های گوناگون است و حضور فعالی در مسابقات قایق‌رانی دارد. اما عشق به دریا سبب نشده که او از تجارت بر روی خشکی غافل بماند. او

او شرکت سرنو را به شرکت آلمانی داروسازی مرک واگذار کرد. این واگذاری به قیمت ۸٫۶ میلیارد دلار انجام شد

ارنستو از طریق عرضه سهام در بازار بورس نیویورک ۱٫۸ میلیارد دلار به دارایی شرکت افزود



# آلمانی خوب

## هاسو پلاتنر، شاخص ترین چهره تکنولوژی در آلمان

به فعالیت ادامه دهد. و پس از بازنشستگی تمرکز عمده خود را بر روی بخش تحقیقات گذاشت تا جایی که در رسانه‌ها از او به عنوان یکی از مهم‌ترین اسپانسرهای خصوصی تحقیقات علمی نام برده شد. پسر بچه‌ای که در برلین جنگ‌زده و آلمان رو به زوال بعد از جنگ جهانی دوم رشد کرد، تبدیل به یکی از چهره‌هایی شد که توانستند با تمرکز بر روی حوزه صنعت و تکنولوژی نام این کشور را کم‌کم از خاطرات جنگی محو کنند و روی دیگری از کشور خودشان را به دنیا نشان دهند. به خاطر همین فعالیت‌ها بود که او چند دکترای افتخاری کسب کرد. مجله مدیریت در آلمان جایزه «رهبری برای اتحاد جهانی» را به او اهدا کرد، از او با عنوان «مرشد تکنولوژی» نام برد و تصویرش را در راهروی مشاهیر خود آویخت، جایی برای قدردانی از کسانی که اقتصاد و توسعه اجتماعی در آلمان را ارتقا می‌بخشند. در سال ۲۰۰۱ مجله تایم چاپ اروپا از او به عنوان اولین چهره مهم در حوزه آی‌تی نام برد. سال ۲۰۰۴ گرهارد شرودر، صدراعظم سابق آلمان در مراسمی که به مناسبت تولد پلاتنر ترتیب داده شده بود شرکت کرد و در مورد او گفت: «ما به تعداد بیشتری هاسو پلاتنر و SAP نیاز داریم تا آلمان را دوباره به لحاظ اقتصادی به حرکت درآوریم. پلاتنر یک شرکت بین‌المللی تاسیس کرد تا ثابت شود که شرکت‌های آلمانی می‌توانند در صدر سلسله‌مراتب شرکت‌های حوزه فناوری در جهان قرار گیرند.»

### داستان ۵ نفر

سال ۱۹۷۵ زمانی که شرکت زیراکس اعلام کرد که قرار است از صنعت کامپیوتر خارج شود از شرکت آی‌بی‌ام خواست تا سیستم و داده‌های زیراکس را با کمک تکنولوژی این شرکت در قالب جدید منتقل کند. داده‌ها در اختیار شرکت قرار گرفت و پنج مهندس همکار آغاز به کار بر روی یک نرم‌افزار جدید کردند، دیتما هاپ، کلاوس چیرا، هانس ورنر هکتور، کلاوس ولنروث و هاسو پلاتنر. اما در میانه کار متوجه شدند که قرار نیست سیستم جدیدی را که مشغول طراحی آن بودند دنبال کنند و همین شد که این پنج نفر به جای رها کردن طراحی سیستم تصمیم گرفتند شرکت را رها کنند.

سال ۱۹۷۲ که شرکت تحلیل سیستم و توسعه برنامه (SAP)

سال ۱۹۴۴ احتمالاً یکی از بدترین سال‌های به دنیا آمدن در شهر برلین بود. یک سال مانده بود تا پایان رسمی جنگ جهانی دوم و دیگر مشخص بود که عطش قدرت و جنگ‌طلبی آدولف هیتلر قرار است به زور بمباران شهرهای آلمان فرو بنشیند. برلین شهری کلیدی برای حمله بود و مدام از سوی نیروهای شوروی و فرانسه مورد هجوم واقع می‌شد. این همان سالی بود که هاسو پلاتنر در این شهر به دنیا آمد، در شهری که از سه سال قبل از تولدش مورد هجوم گاه به گاه بود. هنوز یک ساله نشده بود که ارتش شوروی از سه جناح به برلین حمله کرد، روز ۲۰ آوریل ۱۹۴۵ برلین طعمه توپخانه شوروی شد و این حمله تا تسلیم کامل شهر ادامه پیدا کرد.

پلاتنر اولین سال‌های زندگی و کودکی‌اش را در این شهر جنگ‌زده گذراند. در نوجوانی بود که او را به شهری دیگر فرستادند، پدر و مادرش از هم جدا شدند و او به ناچار راهی یک مدرسه شبانه‌روزی در ایالت باواریا شد و در ۱۵ سالگی استقلال اجباری از خانواده را تجربه کرد. پدرش جراح چشم بود اما هاسو تصمیم گرفت که به جای او راه پدربزرگش را دنبال کند. برای همین وارد رشته مهندسی شد و در دانشگاه مهندسی کالبروهه تحصیل کرد و پس از فارغ‌التحصیلی به عنوان فروشنده در شرکت IBM در شهر منهایم مشغول به کار شد.

### داستان هاسو

۲۸ سالگی زمانی بود که او فهمید دیگر کارمند دیگران بودن برایش کافی نیست برای همین در سال ۱۹۷۲ از IBM استعفا داد و بلافاصله در همان سال همراه با چهار مستعفی دیگر شرکت، شرکت SAP را راه‌اندازی کردند. یکی از انگیزه‌های این گروه کوچک برای ترک هم‌زمان شرکت این بود که مدیران اصلی ایده آنها را برای طراحی یک بسته نرم‌افزار مالی برای کسب‌وکارهای مختلف نادیده گرفتند و دست رد به سینه آنها زدند. اتفاقی که سبب تاسیس شرکتی مستقل شد که حالا به عنوان سومین تولیدکننده نرم‌افزار در جهان شناخته می‌شود.

هاسو پلاتنر تا سال ۲۰۰۳ به عنوان یکی از دو مدیر اصلی این شرکت مشغول به کار بود، پس از آن از سمت خود کناره‌گیری کرد تا به عنوان مشاور ارشد نرم‌افزار و رئیس هیئت مشاور شرکت

### او کیست؟

هاسو پلاتنر، تاجر آلمانی و یکی از موسسان SAP است. سومین شرکت مستقل تولیدکننده نرم‌افزار در دنیا که به خاطر تولید نرم‌افزارهای سازمانی در زمینه مدیریت عملیات تجاری شهرت دارد. پلاتنر با ۱۴ میلیارد دلار دارایی در رده ۸۷ فهرست بلومبرگ قرار دارد.

سال ۲۰۰۴ گرهارد شرودر، صدراعظم سابق آلمان در مراسمی که به مناسبت تولد پلاتنر ترتیب داده شده بود شرکت کرد و در مورد او گفت: «ما به تعداد بیشتری هاسو پلاتنر و SAP نیاز داریم تا آلمان را دوباره به لحاظ اقتصادی به حرکت درآوریم.»

همراه با چهار همکارش از شرکت استعفا دادند تا شرکت SAP را تاسیس کنند

۱۹۷۲

۱۹۶۸  
پس از فارغ‌التحصیلی در رشته مهندسی کارش را در شرکت IBM آغاز کرد

هاسو پلاتنر در شهر برلین در آلمان متولد شد.

۱۹۴۴

۲۸ سالگی زمانی بود که پلاتنر فهمید دیگر کارمند دیگران بودن برایش کافی نیست، برای همین در سال ۱۹۷۲ از آی بی ام استعفا داد و بلافاصله در همان سال همراه با چهار مستعفی دیگر شرکت، شرکت SAP را راه اندازی کردند. یکی از انگیزه های این گروه کوچک برای ترک هم زمان شرکت این بود که مدیران اصلی ایده آنها را برای طراحی یک بسته نرم افزار مالی برای کسب و کارهای مختلف نادیده گرفتند.



تاسیس شد، تنها خودشان پنج نفر بودند و توانستند یک مشتری جذب کنند: شعبه آلمان شرکت صنایع امپریال کمیکال. برای اولین مشتری شان سیستمی برای محاسبه و پرداخت دستمزد کارمندان و حسابداری طراحی کردند، شیوه کارشان کاملاً با خدماتی که آی بی ام ارائه می داد متفاوت بود، آن شرکت اطلاعات را به صورت مکانیکی بر روی کارت پانچ (یکی از روش های قدیمی برای ورود اطلاعات به کامپیوتر و سایر وسایل الکترونیکی) وارد می کرد و در عوض آنها اطلاعات را مستقیم بر روی یک سیستم الکترونیکی ذخیره می کردند که تمامی فعالیت ها و داده های مشتری روی آن به ثبت می رسید. آنها نام سیستم جدیدشان را سامانه رایانش بی درنگ (Real-time computing) گذاشتند. چرا که در این روش دیگر لازم نبود که کامپیوترها اطلاعات را از روی کارت های پانچ بخوانند، کاری که معمولاً یک شب به طول می انجامید. به خاطر همین قابلیت منحصر به فرد در آن زمان بود که محصولات این شرکت تا اواخر دهه ۹۰ میلادی علامت R را بر روی خود داشتند.

یک سال بعد اولین محصول تجاری شرکت به بازار عرضه شد؛ SAP R/98. این محصول یک سیستم مشترک با قابلیت انجام کارهای مختلف را به مشتریان پیشنهاد می داد. این گونه بود که آنها می توانستند از یک ذخیره واحد داده ها استفاده کنند.

کار شرکت به خاطر همین نوآوری ها و رقابت بموقع در بازار تکنولوژی مدام توسعه پیدا کرد. تا سال ۱۹۷۷ دیگر شرکت در حال نصب سیستم های خود برای مشتریان در خارج از مرزهای آلمان بود؛ دو شرکت اتریشی که تصمیم گرفته بودند از تکنولوژی جدید استفاده کنند.

آغاز دهه ۹۰ هم زمان شد با پایان جنگ سرد و فروپاشی دیوار آهنی فرضی که میان کشورهای بلوک شرق و غرب وجود داشت تا مانع از ارتباط آزادانه ساکنان کشورهای زیر نفوذ شوروی با دیگران نشود. شرکت SAP خیلی سریع پیشگام شد تا از اولین شرکت هایی باشد که قدم به سرزمین های شرق اروپا می گذارند و فعالیت هایش را در این کشورها آغاز کرد. شرکت خیلی زود به سراغ کمپانی روسی ZPS رفت و مشغول تهیه نسخه روسی دومین نسخه از نرم افزار خود شد. تا این سال تعداد کارکنان شرکتی که با پنج نفر بنا شد، به عدد ۲ هزار و ۷۰۰ نفر رسیده بود. پای شرکت آلمانی در دهه ۹۰ به آمریکا هم باز شد و مشتریان یک به یک به سراغش می آمدند. سال ۱۹۹۵ شرکت برگر کینگ نامش را به عنوان هزارمین مشتری SAP به ثبت رساند. سال بعد به دلیل همین موفقیت ها نام این شرکت برای سومین سال متوالی از سوی انجمن روزنامه نگاران تجاری اروپا به عنوان شرکت برگزیده سال اعلام شد. سال ۱۹۹۷ سالی به یادماندنی در تاریخ این شرکت بود، در این سال برای نخستین بار درآمد شرکت

پس از کسر مالیات به رقم میلیارد رسید، فروش تا ۶۰ درصد افزایش پیدا کرده بود و تعداد کارکنان شرکت به ۱۳ هزار نفر می رسید. در این سال دیگر می شد گفت که SAP تبدیل به یک پادشاهی در حوزه تکنولوژی شده است. همه این موفقیت ها سبب شد تا شرکت یک سال پس از ثبت این موفقیت وارد بازار بورس نیویورک شود. هاسو پلاتنر ورود شرکت به وال استریت را «ضروری و یک دستاورد به یادماندنی» توصیف کرد. سال ۲۰۰۰ و آغاز قرن تازه هم زمان شد با تبدیل شدن شرکت به تولیدکننده جهانی نرم افزارهای تجارت الکترونیک با ۲۴ هزار کارمندی که در ۵۰ کشور جهان در خدمت این برند آلمانی بودند.

SAP در حال حاضر از شناخته شده ترین نام ها در حوزه تولید نرم افزار است. این شرکت از سال ۲۰۱۲ تمرکز عمده خود را بر روی تکنولوژی رایانش ابری (مدلی برای فراهم کردن دسترسی آسان بر اساس تقاضای کاربر از طریق شبکه به مجموعه ای از منابع رایانشی قابل تغییر و پیکربندی مثل شبکه ها، سرورها، فضای ذخیره سازی، برنامه های کاربردی و سرویس ها، تا این دسترسی بتواند با کمترین نیاز به مدیریت منابع با نیاز به دخالت مستقیم فراهم کننده سرویس به سرعت فراهم شود) گذاشته است. SAP همچنان در دنیایی که رقابت در حوزه تکنولوژی بسیار فشرده تر از دهه ۷۰ میلادی است تلاش دارد تا برتری خود را حفظ کند. سال گذشته این شرکت قرارداد کار مشترک با کمپانی اپل به امضا رساند تا سهمی در تولید آی پد و آی فون داشته باشد. ■

سال ۱۹۹۷ سالی به یادماندنی در تاریخ این شرکت بود، در این سال برای نخستین بار درآمد شرکت پس از کسر مالیات به رقم میلیارد رسید، فروش تا ۶۰ درصد افزایش پیدا کرده بود و تعداد کارکنان شرکت به ۱۳ هزار نفر می رسید. در این سال دیگر می شد گفت که SAP تبدیل به یک پادشاهی در حوزه تکنولوژی شده است

مجله تایم اروپا از او به عنوان شاخص ترین چهره حوزه آی تی در این قاره نام برد

۲۰۰۳

۲۰۰۱

۱۹۸۸

پلاتنر از سمتش به عنوان یکی از دو مدیرعامل شرکت استعفا داد و کارش را به عنوان رئیس هیئت نظارت ادامه داد

SAP تبدیل به یک شرکت سهامی عام شد

# دوک خوش شانس

هیو گراسونر، اشراف زاده سرمایه گذار

## او کیست؟

هیو گراسونر که با لقب اشرافی هفتمین دوک وست مینستر شناخته می شود، مدیر عامل گروه گراسونر است. او با ۱۲.۹ میلیارد دلار ثروت در رده ۹۶ فهرست بلومبرگ قرار دارد.

در رده بندی ثروتمندترین های دنیا، گونه های مختلفی از ثروتمندان وجود دارند که در زیر دو دسته بندی عمده قرار می گیرند؛ آنها که ثروتشان را ساخته اند، آنها که ثروتشان را به ارث برده اند. وقتی در این میان عنوان اشرافی هفتمین دوک وست مینستر مطرح می شود به این معناست که این لقب و البته این ثروت از هفت نسل قبل تر می آید، از دورانی که عنوان دوک وست مینستر توسط ملکه ویکتوریا به خاندان گراسونر اعطا شد. هیو گراسونر وارث ثروتی است که از سال ۱۶۷۷ تا به امروز برای او به یادگار مانده و در طول زمان نحوه اداره آن تغییر کرده است. در قرن هفدهم میلادی دوک کسی بود که سوار بر اسب به شکار می رفت و گاهی به املاکش سرکشی می کرد، در قرن بیست و یکم، دوک را می توان در سمت مالک گروه تجاری گراسونر پیدا کرد.

شرکتی که در حوزه سرمایه گذاری و توسعه املاک در بیش از ۶۰ شهر دنیا فعالیت دارد.

هیو گراسونر در سال ۱۹۹۱ به دنیا آمد و سال گذشته و در ۲۵ سالگی به لقب هفتمین دوک وست مینستر ملقب شد، جایگاهی که با درگذشت ناگهانی پدرش به او رسید. میراث او که از سال ۱۶۷۷ تاکنون عمر کرده است شامل ۳۰۰ هکتار از منطقه بلگراویا و میفر در لندن است. خاندان گراسونر مالک پنج منطقه روستایی در انگلستان، ولز، اسکاتلند و اسپانیا است و وسعت این املاک به بیش از ۱۵۰ هزار هکتار می رسد. سال ۲۰۱۶ و پس از مرگ گراسونر پدر، رسانه های انگلیس نوشتند که نیمی از لندن حال به یک پسر ۲۵ ساله به ارث رسیده است. هیو البته پیش از تبدیل شدن به دوک هفتم وست

## ۱۸۱۹: ظهور بلگراویا

در قرن ۱۸ میلادی خانواده گراسونر کم کم شروع به ساخت و ساز در بخش میفر کردند تا تبدیل به محله ای (در زمان خودش) مدرن برای سکونت اهالی لندن شود، تا قرن ۱۹ دیگر مغازه ها و ساختمان های دیپلماتیک هم به این محله نقل مکان کرده بودند. بعد نوبت به بلگراویا رسید، زمینی که در فاصله میان هایدپارک و رودخانه تیمز قرار داشت. پایان دوره جنگ های ناپلئون و تبدیل عمارت مجلل باکینگهام به کاخ جرج چهارم که در آن حوالی بود سبب رشد بلگراویا شد. در سال ۱۸۲۰ خانواده گراسونر با همراهی توماس کابیت، استاد معماری، طرح ساخت یک میدان باشکوه و خیابان های جانبی اش و باغ های شخصی را در این محله کشیدند و پیاده کردند.



## ۱۶۷۷: خانواده و زمین

تاریخچه خاندان گراسونر به حدود هزار سال پیش می رسد، به زمانی که ویلیام فاتح در قدرت بود. اما ریشه های کسب و کار آنها در حوزه زمین داری آن قدرها هم به عقب بر نمی گردد، این دوره در خاندان از زمانی آغاز شد که زمین های بخش غربی لندن شامل باتلاقی ها، مراتع و باغ ها در پی ازدواج مری دیویس و سر توماس گراسونر در سال ۱۶۷۷ به مایملک این خانواده ملحق شد. آن زمین های باتلاقی و مراتع امروز تبدیل به دو محله گران قیمت لندن یعنی محله میفر و بلگراویا شده اند. بخش قابل توجهی از دارایی این خانواده برخاسته از همان باتلاقی هایی است که حالا تبدیل به قلب پایتخت انگلستان شده اند.



هیو گراسونر، سومین فرزند جرالده به دنیا آمد

۱۹۹۱

جرالد گراسونر و ناتالی فیلیپس، پدر و مادر هیو با هم ازدواج کردند

۱۹۷۸

پدر هیو عنوان دوک را از پدرش به ارث برد

۱۹۷۹

۲۰۰۴

گروه تجاری گراسونر اولین دفتر اصلی اش را در چین و در شهر شانگهای افتتاح کرد

خاندان گراسونر مالک پنج منطقه روستایی در انگلستان، ولز، اسکاتلند و اسپانیا است و وسعت این املاک به بیش از ۱۵۰ هزار هکتار می‌رسد. سال ۲۰۱۶ و پس از مرگ گراسونر پدر، رسانه‌های انگلیس نوشتند که نیمی از لندن حال به یک پسر ۲۵ ساله به ارث رسیده است.

هیو گراسونر وارث ثروتی است که از سال ۱۶۷۷ تا به امروز برای او به یادگار مانده و در طول زمان نحوه اداره آن تغییر کرده است. در قرن هفدهم دوک کسی بود که سوار بر اسب به شکار می‌رفت و گاهی به املاکش سرکشی می‌کرد؛ در قرن بیست و یکم، دوک را می‌توان در سمت مالک گروه تجاری گراسونر پیدا کرد



زمین‌های بخش غربی لندن شامل باتلاق‌ها، مراتع و باغ‌ها در پی ازدواج مری دیویس و سر توماس گراسونر در سال ۱۶۷۷ به مایملک این خانواده ملحق شد. آن زمین‌های باتلاقی و مراتع امروز تبدیل به دو محله گران قیمت لندن یعنی محله میفر و بلگروایا شده‌اند

مینستر، برای خودش شغلی در شرکت بیو بین داشت، یک شرکت سازگار با محیط‌زیست که سال ۲۰۱۳ تأسیس شده و در حوزه بازیافت تفاله قهوه و تبدیل آن به سوخت ارگانیک است. برخلاف اغلب خانواده‌های اشرافی، هیو و خواهرش در مدرسه محلی درس خواندند و دوره دبیرستان را در یک مدرسه خصوصی کوچک گذراندند. هیو دوران دانشگاه را هم در یک دانشکده دولتی گذراند و در آن دوران کاپیتان تیم فوتبال دانشگاه بود. از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۳ دوره لیسانس را در رشته مدیریت حومه شهر گذراند و بعد از این دوران بود که در شرکت بیو بین مشغول به کار شد. نشریه تلگراف چاپ لندن سال گذشته میزان سرمایه‌گذاری‌های شرکت گراسونر در حوزه‌ها و کشورهای مختلف را بررسی کرد. این شرکت ۲٫۷ درصد در حوزه صنعتی، ۳۰٫۴ درصد در حوزه ملک و ساختمان‌های مسکونی، ۱٫۹ درصد در حوزه هتل‌سازی، و ۳۵٫۲ درصد در حوزه خرده‌فروشی سرمایه‌گذاری می‌کند. در حال حاضر بیش از ۶۱ درصد سرمایه‌گذاری‌های این شرکت در بریتانیا است، ۱۶ درصد در امریکای شمالی، ۹٫۷ درصد در آسیا و بخشی دیگر هم در آلمان، اسپانیا، برزیل، رومانی، سوئد و آفریقا. این شرکت در سال ۲۰۱۶ معادل ۱۳ میلیارد پوند (۲۶ میلیارد دلار) دارایی ثبت شده داشت. ■

## ۲۰۰۰: ساختار شرکتی

ساختار کسب‌وکار خانوادگی کم‌کم تبدیل به سازوکار شرکتی شد و به عنوان یک گروه تجاری ادامه کار داد. در آوریل سال ۲۰۰۰ این ساختار شکل گرفت. در ذیل این گروه جدید تجاری گروهی از شرکت‌های عامل منطقه‌ای و وابسته به گراسونر قرار داشتند. پس از قرن‌ها زمین‌داری و ساخت و ساز، عاقبت در سال ۲۰۰۰ بود که اولین گزارش عملکرد سالانه گراسونر به عنوان یک شرکت منتشر شد. سال ۲۰۱۱ تمامی سرمایه‌گذاری‌های مستقیم گراسونر در حوزه املاک تجمیع و از آن به بعد به عنوان قسمتی واحد از شرکت و به صورت مجزا از سرمایه‌گذاری‌های دیگر شناخته شدند.



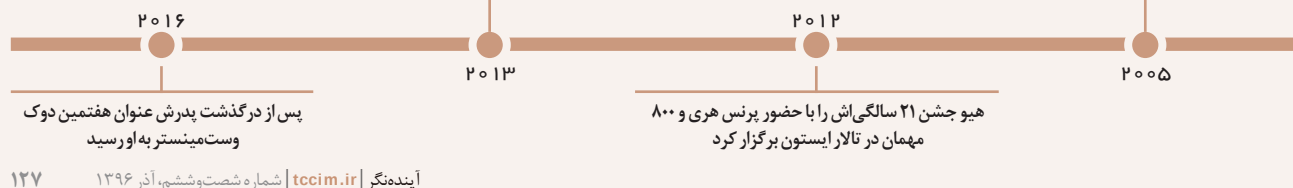
## ۱۹۵۰: توسعه بین‌المللی

در نیمه دوم قرن بیستم خانواده گراسونر کارش را توسعه داد، تصمیم بر این شد که این خاندان اشرافی، مهارت‌هایش را در حوزه مدیریت املاک، سرمایه‌گذاری و ساخت و توسعه به صورت بین‌المللی ارائه کند. کسب‌وکار گراسونر پایش را به امریکای شمالی گذاشت، اولین پروژه بین‌المللی خاندان انگلیسی در سال ۱۹۵۰ با ساخت و ساز در جزیره آناسیس در نزدیکی ونکوور آغاز شد. بعدتر در سال ۱۹۹۴ گراسونر کارش را در حوزه آسیا و اقیانوسیه گسترش داد و دو سال بعد هم پروژه‌هایش در اروپا را آغاز کرد. بسیاری از این پروژه‌ها با همکاری این خانواده با سرمایه‌گذاران دیگر انجام شدند. در این دوران بود که کم‌کم کار خانوادگی بیشتر و بیشتر و چهره یک کسب‌وکار تجاری به خود می‌گرفت و مقدمات تبدیل آن به یک شرکت فراهم بود.



او که رابطه نزدیکی با خاندان سلطنتی بریتانیا دارد به عنوان پدرخوانده پرنس جرج، فرزند پرنس ویلیام و همسرش کیت انتخاب شد

گروه گراسونر بخش تازه‌ای از شرکت را با عنوان مدیریت سرمایه در بازار املاک تأسیس کرد





فرینگ که کارش را با تمرکز بر داروهای دیابت آغاز کرده بود بعدتر به سراغ حوزه‌های گسترده‌تری رفت و تاکنون در زمینه‌های تخصصی کودکان، غدد، گوارش، ناباروری، زنان و زایمان، ارتوپدی و اورولوژی اقدام به تولید داروهای تخصصی کرده است

# یک میلیارد در اقیانوس منجمد شمالی

فردریک پالسن، مدیر ماجراجوی شرکت فرینگ

به سمت مدیریت اجرایی گروه تجاری فرینگ رسید. پالسن جونیور که دیگر در جایگاه پدرش نشسته بود در سال ۲۰۰۶ تصمیم گرفت دفتر مرکزی شرکت را از سرزمین مادری به کشوری دیگر منتقل کند و از آن سال به بعد این شرکت در شهر سینت پرکس در سوئیس واقع شده است. در دو دهه گذشته این شرکت با یک سود نسبتاً ثابت روند رشد خود را طی کرده است. حالا فرینگ در ۶۰ کشور دنیا فعال است، محصولاتش در ۱۱۰ کشور عرضه می‌شود و حدود ۵ هزار نفر برای آن کار می‌کنند. این شرکت کارخانه‌های داروسازی خودش را دارد که در چند کشور اروپا، آمریکای شمالی، هند و چین مستقر هستند و در حال ساخت یک مرکز جدید تولید در آمریکا است. فرینگ که کارش را با تمرکز بر داروهای دیابت آغاز کرده بود بعدتر به سراغ حوزه‌های گسترده‌تری رفت و تاکنون در زمینه‌های تخصصی کودکان، غدد، گوارش، ناباروری، زنان و زایمان، ارتوپدی و اورولوژی اقدام به تولید داروهای تخصصی کرده است.

فرینگ در دهه ۵۰ میلادی ساخته شد و در دهه ۶۰ اولین موفقیت‌های چشم‌گیرش در زمینه داروسازی رقم خورد؛ داروی وازوپرسین (برای کاهش ادرار برای بیماران دیابت) و اکسی توسین (برای تسهیل زایمان و کاهش عوارض پس از آن). اما یکی از دلایل عمده شهرت پالسن جونیور نه به خاطر نقشش در صنعت دارویی بلکه به خاطر ماجراجویی‌هایش در حوزه پژوهش است.

فردریک پالسن ۶۵ ساله، سال ۲۰۱۳ از انجمن مکتشفان در آمریکا جایزه دریافت کرد، نشریه فوربز درباره او نوشت: «ژانویه سال ۲۰۱۳ او پس از یک دوره ۱۳ ساله تبدیل به اولین انسانی شد که توانسته تمامی هشت قسمت قطب‌های زمین را ببیند. او در سال ۲۰۰۷ به وسیله یک کپسول به عمق اقیانوس منجمد رفت. کپسول او یک جور زیردریایی خیلی کوچک یک‌نفره بود که از رخنه یخی در قطب شمال وارد آب شد و حدود ۵ ساعت در عمق دریا ماند. او چند سال قبل از کارهای اجرایی شرکت کناره‌گیری کرد و حالا بیشتر وقتش و سودی را که از شرکت می‌برد صرف پروژه‌های علمی و تحقیقاتی و اکتشافات و سفرهایش می‌کند.» بخشی از این کارهای تحقیقاتی در واقع صرف امور خیرخواهانه می‌شوند و در برخی نقاط دورافتاده در کشورهای مختلف انجام می‌گیرند. ■

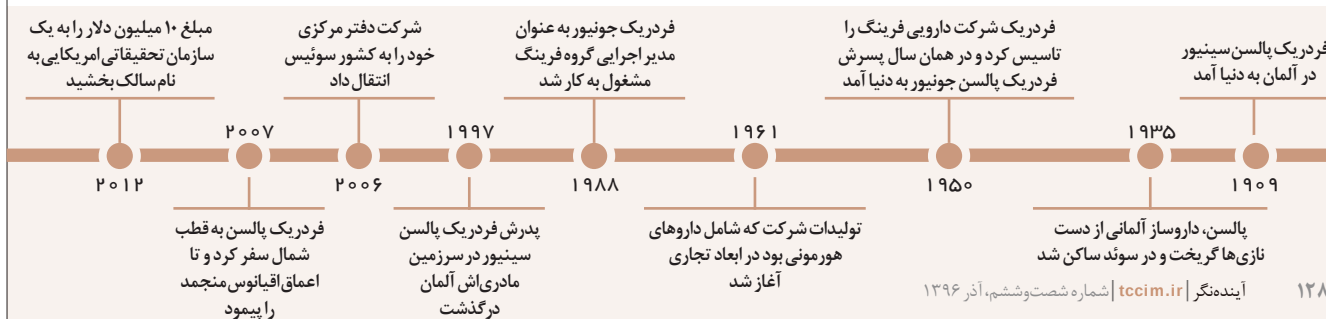


## او کیست؟

فردریک پالسن  
جونیور مالک و  
مدیرعامل شرکت  
داروسازی فرینگ  
است، شرکتی  
سوئیزی که به  
صورت خاص بر  
روی داروهای مربوط  
به بیماری دیابت و  
اختلالات هورمونی  
کار می‌کند. این  
شرکت در سال  
گذشته ۲ میلیارد دلار  
درآمد داشت. پالسن  
با ۷،۵۰۰ میلیارد دلار  
در رده ۲۱۲ فهرست  
بلومبرگ قرار دارد.

دکتر فردریک پالسن یک داروساز و محقق آلمانی بود که در دوره جنگ جهانی دوم از دست نازی‌ها فرار کرده و همراه خانواده‌اش ساکن سوئد شده بود. در سال ۱۹۵۰ در شهر مالمو در سوئد شرکت نوردیسکا هورمون را راه‌اندازی کرد که ابتدا شامل دو اتاق بود برای انجام تحقیقات و فراهم آوردن مقدمات ساخت داروهای هورمونی. این همان سالی بود که پسرش فردریک جونیور به دنیا آمد. شرکتی که پالسن تاسیس کرده بود چهار سال بعد به فرینگ تغییر نام داد. این همان شرکتی است که امروز پسرش ریاست آن را بر عهده دارد. فردریک جونیور که در سایه کسب‌وکار داروسازی پدرش بزرگ شده بود خیلی زود فهمید که می‌خواهد همان راه را ادامه بدهد و یگراست به سراغ اصل مطلب رفت. در دانشگاه کریستین آلبرشت در آلمان در رشته شیمی تحصیل کرد و بعد دوره مدیریت کسب‌وکار را در دانشگاه لوند سوئد گذراند.

سال ۱۹۷۶ بود که او کار در شرکت پدرش را آغاز کرد و هفت سال بعد توانست مسئول اداره واحد سوئد شود و در سال ۱۹۸۸ هم



# تجربه

[ این صفحه‌ها به مرور تجربیات کار آفرینی می‌پردازد. ]

## قواعد ساده در دنیای پیچیده

درس‌هایی از ایندرا نویی، مدیرعامل موفق شرکت پیسی

که باور داری این چیزی بوده که واقعا به نفع شرکت تمام می‌شده، اشکالی ندارد که داد و بیداد راه بیندازی و همه‌چیز را به هم بریزی. کارمندان چنین برخوردی را به گوش بقیه می‌رسانند و بعد همه می‌فهمند که این موضوع چقدر برایت اهمیت دارد.»

### «کوتاهمدت» اهمیت دارد

یافتن تعادل میان نوآوری‌های کوتاهمدت و بلندمدت یک نکته کلیدی در کار مدیریت بنگاه‌های بزرگ است. نویی می‌گوید: «بخشی از سرمایه‌گذاری‌ها و کارهای شما قرار است در کوتاهمدت جواب بدهند. دیدن این نتایج سبب می‌شود که برایتان فضای تنفس ایجاد شود و برای برنامه‌ریزی‌های بلندمدت جسورتر شوید.» سرمایه‌گذاران در شرکت‌های بزرگ تحمل مدیری را ندارند که به آنها می‌گوید سه تا پنج سال صبر کنید تا نتیجه کارم را به شما نشان دهم.

### خودتان مشتری هستید

نویی می‌گوید: «بیست سال پیش میزهای پذیرایی حاشیه جلسات شرکت پیسی پر بود از قوطی نوشابه‌های قندی. چند سال بعد نوشیدنی‌های رژیمی و بدون قند جای آنها را گرفتند و حالا در این جلسات بیشتر شرکت‌کنندگان آب معدنی می‌خورند. نکته دقیقا همین جاست؛ لازم نیست مشاوره‌ای استخدام کنید که به شما بگوید بازار چه می‌خواهد، فقط کافی است خودتان نگاهی به همین میز پذیرایی جلسات شرکت بیندازید.»

سال ۲۰۰۶ ایندرا نویی به عنوان اولین مدیرعامل زن شرکت پیسی انتخاب شد، او همچنین اولین مدیرعامل این شرکت بود که در آمریکا به دنیا نیامده بود. از زمانی که او برای این سمت انتخاب شد، فروش ۴۰ میلیارد دلاری پیسی در سال ۲۰۰۷ تبدیل به ۶۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ شد. نشریه کسب‌وکار دانشگاه استنفورد در مطلبی به دلایل موفقیت از زبان نویی پرداخته است و چهار راهکاری که او برای مدیران دارد.

### زهرا چوپانکاره

دبیر بخش تجربه

### از گذشته فاصله بگیرید

تفکر تجاری متعارف می‌گوید که رهبران تغییر باید تاریخ و فرهنگ شرکتشان را حفظ کنند. اما نویی معتقد است که این قاعده کلی گاهی بیش از اندازه مورد تاکید قرار می‌گیرد و گاهی فکر می‌کند که گذشته شاید بیشتر بر سنگینی بار شرکت اضافه کند. نویی می‌گوید که گاهی لازم است مدیر بگوید: «دوستان، ما وقت زیادی نداریم، باید تغییر را شروع کنیم و خودتان حدس بزنید! این تغییر قرار است سخت و دردناک باشد.»

### زیادی خوب نباشید

استیو جابز که به‌از کوره در رفتن‌هایش معروف بود به نویی نصیحتی کرده است: «زیادی خوب نباش!» او این نصیحت را خوب به خاطر دارد: «وقتی که واقعا آن نتیجه‌ای که انتظارش را داشتی برآورده نشده در حالی



# آنچه خوبان همه دارند تو یکجایی؟

## نتیجه مطالعه هاروارد بیزینس ریویو درباره ویژگی‌های مدیران موفق

جذب مدیری با شخصیت کاریزماتیک و برون‌گرا هستند در حالی که احتمال اینکه مدیران با شخصیت درون‌گرا بتوانند خواسته‌های هیئت مدیره و سرمایه‌گذاران را محقق کنند، بیشتر است. مهم‌ترین نتیجه این مطالعه رسیدن به چهار ویژگی در مدیران موفق بود و وقتی که هیئت مدیره یک شرکت بر اساس این چهار خصوصیت دست به انتخاب مدیر می‌زنند از شانس بیشتری برای جذب گزینه درست برخوردار می‌شوند. باید این را گفت که پیدا کردن مدیری که همه این چهار ویژگی را به صورت هم‌زمان داشته باشد بسیار نادر است. این چهار رفتار مدیریتی به نظر بسیار ساده می‌آیند اما نکته مهم این است که با ثبات و به صورت پیوسته به کار گرفته شوند، کاری که برای بسیاری از مدیران یک چالش بسیار بزرگ است.

### تصمیم‌گیری سریع و قاطع

افسانه‌هایی در مورد مدیران اجرایی که دقیقاً می‌دانند چه می‌خواهند و چگونه شرکت‌هایشان را به موفقیت‌های باورنکردنی می‌رسانند، در دنیای کسب‌وکار فراوان است. اما ما به این نتیجه رسیدیم که بهترین مدیران اجرایی همیشه هم با تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه شناخته نمی‌شوند، در واقع آنها را بیشتر باید با صفت «قاطعیت» توصیف کرد. این دسته از مدیران زودتر، سریع‌تر و با عزمی راسختر تصمیم می‌گیرند. آنها حتی در موقعیت‌های مبهم و در حوزه‌های ناآشنا و اطلاعات ناقص به صورت مداوم همان شکل از تصمیم‌گیری را در پیش می‌گیرند، مدیرانی که آنها را مدیران قاطع می‌نامیم در تحقیقات انجام‌شده حدود ۱۲ برابر بیشتر از سایر

مدیر اجرایی مقامی است که نمی‌توان به راحتی در آن موفق شد. از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۳ حدود یک‌چهارم از مدیران اجرایی فهرست «فورچون ۵۰۰» (رده‌بندی سالانه مجله فورچون از برترین شرکت‌های امریکایی بنا بر میزان درآمدزایی) به صورت ناخواسته مجبور به ترک موقعیتشان شدند. نشریه هاروارد بیزینس ریویو نگاهی داشته است به رفتار مدیران گوناگون در شرکت‌های مختلف و پس از تحقیقاتی که انجام داده، چهار رفتار مشترک را در میان مدیران موفق شناسایی کرده است. این مطلب ترجمه بخش‌هایی از این مقاله است.

در بیش از دو دهه گذشته ما به عنوان مشاور هیئت‌مدیره‌ها، سرمایه‌گذاران و مدیران اجرایی مشغول کار بوده‌ایم. در این مدت شاهد بودیم که میان تصور هیئت‌مدیره شرکت‌ها از مدیر قابل با قابلیت‌هایی که واقعا باعث موفقیت یک مدیر می‌شوند چقدر تفاوت وجود دارد. بخشی از این تفاوت ناشی از تصویری است که «فورچون ۵۰۰» از یک مدیر موفق ساخته است؛ تصویر یک مرد سفیدپوست بلندقامت که مدرکی از یک دانشگاه سرشناس دارد و می‌تواند زیر فشار، تصمیمات درست بگیرد. و جالب است که چه تعداد کمی از مدیران موفق که با آنها صحبت کردیم، با این نشانه‌ها همخوانی دارند. نتیجه این شد که مطالعه‌ای ۱۰ ساله با عنوان «پروژه ژنوم مدیران اجرایی» رقم بخورد. هدف این مطالعه، شناسایی ویژگی‌های خاص مدیران موفق بود. در این مطالعه از پایگاه داده‌ای شامل ۲ هزار مدیر استفاده کردیم که سوابق، نحوه عملکرد و نتایج کار آنها را نشان می‌داد. در طول این مطالعه بسیاری از باورهای عام در خصوص چهره یک مدیر توانمند زیر سؤال رفت، به عنوان مثال هیئت مدیره شرکت‌ها معمولاً مایل به

هیئت مدیره  
شرکت‌ها  
معمولاً مایل به  
جذب مدیری  
با شخصیت  
کاریزماتیک و  
برون‌گرا هستند در  
حالی که احتمال  
اینکه مدیران  
با شخصیت  
درون‌گرا بتوانند  
خواسته‌های  
هیئت مدیره و  
سرمایه‌گذاران  
را محقق کنند،  
بیشتر است



در زمان سروکله زدن با مسائل ضد و نقیض، رهبرانی که مدیران توانایی هستند به همه حق حرف می دهند اما حق رای نمی دهند. این مدیران خوب گوش می کنند و از همه می خواهند که نظر بدهند اما تصمیماتشان را بر پایه رضایت عمومی نمی گیرند.

نه چندان راحت به دست آید.

در زمان سروکله زدن با مسائل ضد و نقیض، رهبرانی که مدیران توانایی هستند به همه حق حرف می دهند اما حق رای نمی دهند. این مدیران خوب گوش می کنند و از همه می خواهند که نظر بدهند اما تصمیماتشان را بر پایه رضایت عمومی نمی گیرند.

### سازگاری فعالانه



برای توضیح ضرورت مهارت سازگاری رهبران کسب و کار با تغییرات ناگهانی دو مثال خیلی نزدیک وجود دارد: اتفاقاتی که پس از برگزیت (خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا) و انتخابات ریاست جمهوری امریکا (و انتخاب ترامپ) رخ داد. تحلیل های ما نشان می دهند مدیرانی که توانایی سازگاری دارند ۶۷٪ برابر امکان موفقیت بیشتری را پیش رو دارند. خود مدیران بارها و بارها گفته اند که این توانایی از جمله ضرورت های حیاتی مدیریت است.

بیشتر مدیران می دانند که باید تمرکزشان را میان چشم انداز کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تقسیم کنند اما مدیران سازگار وقت بسیار بیشتری (حتی تا ۵۰ درصد زمانشان) را بر روی چشم انداز بلندمدت می گذارند. سایر مدیران به صورت میانگین ۳۰ درصد از زمانشان را صرف برنامه ریزی بلندمدت کرده بودند. ما باور داریم که تمرکز بلندمدت به مدیران این توانایی را می دهد که نشانه ها را زودتر از دیگران ببینند. مدیران با توانایی سازگاری بالا معمولاً بازه وسیعی از اطلاعات را در نظر می گیرند: آنها شبکه ها و منابع اطلاعاتی گسترده ای را رصد می کنند، در اطلاعاتی که شاید در نگاه اول به کسب و کارشان بی ربط به نظر برسد، نشانه هایی از ارتباط پیدا می کنند. در نتیجه آنها تغییرات را زودتر حس می کنند و برخی حرکت های استراتژیک را در پیش می گیرند تا بتوانند از منافع موجود در تغییرات بهره بگیرند.

### نتایج قابل اعتماد



قابلیت ارائه محصول قابل اعتماد احتمالاً قدرتمندترین قابلیت است که مدیران موفق دارند. در نمونه هایی که ما در نظر گرفتیم مدیرانی که بیشترین امتیاز در قابل اعتماد بودن را کسب کردند، دو برابر بیشتر از بقیه شانس این را داشتند که برای موفقیت کاری در نظر گرفته شوند و ۱۵٪ برابر بیشتر از دیگران امکان موفقیت در این موقعیت ها را داشتند. هیئت های مدیره شرکت ها و سرمایه گذاران عاشق مدیر ثابت قدم هستند و کارکنان به مدیران قابل پیش بینی اعتماد بیشتری دارند.

رهبران کسب و کار اغلب اهمیت قابل اعتماد بودن در موارد خطر را نادیده می گیرند. سیمون، یک مدیر بسیار مستعد بود، کسی که به عنوان معجزه گر در شرکتش شناخته می شد. در جایی که جلو افتادن ۲ درصدی در برنامه کار شرکت به عنوان یک پیروزی در نظر گرفته می شد، او موفق شده بود به ۱۵۰ درصد از فروش مورد نظر اولیه دست پیدا کند. او علی رغم برخی شکست های کوچک در گذشته، با موفقیت مدیریت بزرگ ترین بخش یک شرکت را بر عهده داشت. سرانجام او تصمیم گرفت تا برای ارتقا به عنوان مدیر اجرایی شرکت اعلام آمادگی کند. هیئت مدیره به شدت تحت تاثیر عملکرد استثنایی او قرار گرفت اما آنها دقیقاً سر در نمی آوردند که او چگونه به این موفقیت رسیده است. در نتیجه به اینکه این موفقیت تکرارپذیر باشد شک کردند و در عوض به سراغ گزینه ای «طمئن تر» رفتند که به ارائه نتایج اثباتی و قابل پیش بینی در طول چند سال متمادی شهره بود. ■

مدیران امکان رسیدن به موفقیت را دارند. جالب است که مدیرانی که بالاترین ضریب هوشی را دارند گاهی بیشترین درگیری را برای اتخاذ تصمیم قاطعانه دارند. هرچند حاصل تصمیم های آنان اغلب خوب است اما به خاطر میلشان به کمال گرایی و رسیدن به درست ترین راه حل، گاهی فرایند تصمیم گیری شان بیش از اندازه به طول می انجامد و تیمی که با آنها کار می کند، بهای بالایی برای این تردید در تصمیم گیری می پردازد. این مدیران باهوش اما کند در تصمیم گیری عاقبت در تنگنا قرار می گیرند، نیروهای همکارشان اغلب یا دچار سرخوردگی می شوند یا آنها هم در دام احتیاط بیش از اندازه می افتند که ممکن است منجر به شکست کل کسب و کار شود. به همین دلایل است که وقتی به رده بندی مدیران ضعیف نگاه می کنیم می فهمیم که تنها ۶ درصد از امتیاز پایین آنها به این دلیل است که خیلی زود دست به تصمیم گیری زده اند و ۹۴ درصد امتیاز پایین آنها به خاطر تصمیم گیری های دیر هنگام بوده است. مدیران موفق این نکته را خوب می دانند که تصمیم غلط اغلب بهتر از تصمیم نگرفتن است. بیشتر تصمیمات را می توان بعداً لغو کرد اما باید بیاموزید که مسیر تصمیم گیری را با سرعتی مناسب طی کنید. و وقتی تصمیم گرفته و مسیر انتخاب شد باید بدون تردید در همان راستا حرکت کرد.

### مشارکت برای تاثیرگذاری



وقتی مدیر روشی روشن را برای کسب و کارش تعریف کرد، باید این ایده را در میان کارکنان و سهامداران شرکت جا بیندازد. ما به این نتیجه رسیده ایم که مدیران توانا تعادل میان دانش عمیق نسبت به اولویت های ذی نفعان شرکت و تمرکز همیشگی بر روی ارائه نتایج کار را حفظ می کنند. آنها در مرحله اول درک درستی از نیازها و اولویت های سهامداران به دست می آورند و بعد دیگران را با خود همراه می کنند تا کار اجرای کم نقصی داشته باشد و همه حول ارزش های تعیین شده برای شرکت دور هم بایند. یافته های ما نشان می دهد مدیرانی که سهامداران را در نتایج کار سهیم می کنند ۷۵ درصد بیشتر از سایر مدیران در کار خود موفق هستند.

مدیران موفق در همراه کردن همه حول هدف تعریف شده و برقراری ارتباطات منظم و باقاعده و استراتژی های تاثیرگذار، نسبت به دیگران برتری دارند. مادالین بل، مدیر اجرایی بیمارستان کودکان فیладельیا می گوید: «هنگام تصمیم گیری های بزرگ من یک نقشه سهامداران درست می کنم. در این نقشه تمامی افراد مهمی که باید با تصمیم من همراه باشند مشخص می شوند. اعتراض ها و نگرانی های آنها را شناسایی می کنم و بعد فکر می کنم از چه طریقی انرژی و وقتی را که قرار است صرف مخالفت کنند به سمتی هدایت کنم که نتایج مثبتی داشته باشد. من به آدم ها این اطمینان را می دهم که حضور آنها برای پروژه اهمیت دارد و قرار است که در پیروزی سهیم باشند. اما دست آخر باید با شیوه ای واضح و روشن به همه بفهمانید که این شما هستید که تصمیم می گیرید و انتظار دارید که بقیه هم همراهی تان کنند.»

مدیرانی که سهامداران را درگیر کار می کنند انرژی شان را صرف کسب علاقه دیگران یا محافظت از کارکنانشان در برابر تصمیمات دردنک نمی کنند. در واقع هر دوی این رفتارها به صورت معمول در میان مدیران با قابلیت های پایین تر دیده می شود. در عوض مدیران کارآزموده راه دیگری برای حمایت از کارمندانشان دارند؛ در آنها این اطمینان را به وجود می آورند که قرار است تیم را به سوی موفقیت رهبری کنند، حتی اگر این موفقیت به قیمت برخی شیوه های نه چندان پُرطرفدار و

۷۵

درصد

موفقیت بیشتر برای مدیرانی که سهامداران را در نتایج کار خود سهیم می کنند

مدیران موفق این نکته را خوب می دانند که تصمیم غلط اغلب بهتر از تصمیم نگرفتن است. بیشتر تصمیمات را می توان بعداً لغو کرد اما باید بیاموزید که مسیر تصمیم گیری را با سرعتی مناسب طی کنید. و وقتی تصمیم گرفته و مسیر انتخاب شد باید بدون تردید در همان راستا حرکت کرد

## SONY

سونی کلی مدل و محصول تولید می‌کند و با این حال نمی‌تواند وری هیچ کدام دست بگذارد و بگوید: این محصول بهترین و به‌روزترین تکنولوژی ما را در خود دارد. اما اپل یک گوشی معرکه را تنها در دو رنگ عرضه می‌کند و با جرئت می‌گوید: این بهترین است

## خاطره‌ای که محو می‌شود

دلایل شکست سونی از دید نیویورک تایمز

شرکت سونی، غول حوزه تکنولوژی یکی از آن نمونه‌هایی است که باید سرگذشتش را در کلاس‌های کسب و کار و مدیریت آموزش دهد تا آنهایی که به سراغ استارت‌آپ‌ها می‌روند و حتی مدیران باسابقه‌ای که بر صدر مجموعه‌های بزرگ نشسته‌اند بدانند که چگونه یکی از نمادهای تکنولوژی از تکنولوژی شکست خورد و نتوانست در رقابت بازار جدید خود را به پای رقبای برساند و از نفس افتاده و خسته، یک به یک سنگ‌هایش را واگذار کرد. نشریه نیویورک تایمز نگاهی داشته است به اینکه «چگونه سونی از کارناوال تکنولوژی عقب افتاد؟» در این مطلب ترجمه بخش‌هایی از این گزارش را می‌خوانید.

● آنچه بر سر سونی آمد داستان موقعیت‌های ازدست‌رفته و کشمکش‌های داخلی فاجعه‌بار است، داستان شرکت مغروری که نمی‌خواست یا نمی‌توانست خودش را با واقعیت‌های بازار جهانی منطبق کند. اشتباه اساسی سونی این بود که نتوانست سوار برخی از بزرگ‌ترین موج‌های نوآوری‌های تکنولوژیک در چند دهه اخیر شود: موج دیجیتال، تغییرات نرم‌افزاری و اهمیت یافتن اینترنت. یک به یک حوزه‌هایی که سونی در آنها در حال رقابت بود (از حوزه سخت‌افزار گرفته تا نرم‌افزار و ارتباطات و محتوا) تبدیل به کلافی سردرگم از تکنولوژی‌های جدید و رقبای پیش‌بینی نشده شد. تمامی این تغییرات فقط باعث شدند که درگیری‌های داخلی در بدنه شرکت سونی نمایان تر شود.

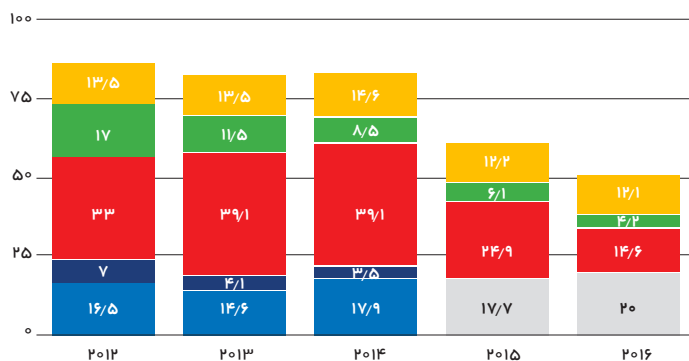
● با مجموعه و سابقه‌ای که سونی در حوزه موسیقی داشت و تجربه‌اش در حوزه الکترونیک، این امکان را در اختیار داشت که بسیار پیش از شرکت اپل به تکنولوژی آی‌پاد که در سال ۲۰۰۱ رونمایی و به بازار وارد شد دست پیدا کند. آکیو موریتا، یکی از بنیان‌گذاران سونی

نام «سونی» در جهان ابزارهای الکترونیک مانند نام زئوس در میان خدایان یونان باستان بود. نامی بزرگ و به‌یادماندنی که هنوز هم بی‌شک در قالب لپ‌تاپ‌ها و گوشی‌های همراه، همراه همین نسل‌های جدیدتر هم مانده است. اما حالا سال‌ها است که این نام از آسمان هفتم به زمین افتاده و دیگر کسی او را هم‌تراز زئوس نمی‌داند.

## زهر اچوپانکاره

دبیر بخش تجربه

مقایسه وضعیت آمازون با سایر شرکت‌های خرده‌فروشی آمریکا در بازار سرمایه



سیستم‌های سرگرمی کامپیوتری (PS2, PS3, PS4)  
سیستم‌های سرگرمی قابل حمل (PS Vita, PSP)  
پلی استیشن ۴  
دوربین دیجیتال  
تلویزیون‌های ال‌سی‌دی

با مجموعه و سابقه‌ای که سونی در حوزه موسیقی داشت و تجربه‌اش در حوزه الکترونیک، این امکان را در اختیار داشت که بسیار پیش از شرکت اپل به تکنولوژی آی‌پاد که در سال ۲۰۰۱ رونمایی و به بازار وارد شد دست پیدا کند. آکیو مورتا، یکی از بنیان‌گذاران سونی در دهه ۸۰ پیش‌بینی کرده بود که قرار است تکنولوژی دیجیتال و محتوای رسانه‌ای با هم ترکیب شوند.

برای انطباق خودشان با شرایط جدید توانایی و سرعت لازم را ندارند، می‌گیرند. اما در ژاپن شرایط متفاوت است، در این کشور هیچ یک از تولیدکنندگان در حوزه الکترونیک در ۵۰ سال گذشته نتوانسته‌اند در رده‌بندی شرکت‌های برتر وارد شوند، و شرکت‌های قدیمی‌تری مثل سونی با وجود تمامی مشکلاتی که دارند همچنان در رده بالا قرار دارند و بخشی از بهترین استعدادهای این کشور را به خود جذب می‌کنند. نکته اساسی این است که اگر می‌خواهید به عنوان خالق یک تکنولوژی جذاب شناخته شوید باید این جذابیت را خلق کنید. مشکل سونی این است که این توانایی برای خلق جذابیت را از دست داده است و سال‌های زیادی است که در همین مرحله قرار دارد. دیگر نمی‌توان کتمان کرد که با همه محبوبیت‌ها و شهرت پیشین، محو شدن نام برند سونی چند وقتی است که آغاز شده است. ■

## سونی دیروز، سونی امروز

نشریه گاردین هم به موضوع ظهور و سقوط سونی پرداخته است. این نشریه فهرستی تهیه کرده که دوره اوج و نزول این شرکت را نمایان می‌کند. شرکتی که با موسیقی اوج گرفت و نتوانست خودش را در اوج نگاه دارد. آنچه در اواخر دهه ۷۰ از سوی سونی تولید شد و با نام «واکمن» شهرت جهانی پیدا کرد، خلافتی شرکتی بود که نتوانست تحولی در حوزه موسیقی ایجاد کند، این شرکت اما در گذر زمان بیشتر و بیشتر از حوزه خلافت دور شد.

● سونی شیوه گوش دادن ما به موسیقی را تغییر داد، اتفاقی که با تولید «واکمن» در سال ۱۹۷۹ رقم خورد. نسخه اولیه این محصول توسط یکی از موسسان شرکت یعنی ماسارو ایبوکا تهیه شد که می‌خواست در پروازهای طولانی از ژاپن به آمریکا وسیله‌ای بدون سیم برای پخش موسیقی داشته باشد. هرچند این محصول برای نوارهای کاست طراحی شده بود اما سونی این نام را برای پخش‌کننده‌های سی‌دی، مینی‌دیسک و ام‌پی‌تری هم حفظ کرد.

● سال ۱۹۶۱ سونی به عنوان نخستین شرکت ژاپنی سهام خودش را در آمریکا عرضه کرد.

● در سال ۱۹۸۹ سونی وارد هالیوود شد و با ۳٫۴ میلیون دلار سرمایه شرکت کلمبیا پیکچرز را خرید و نام آن را به سونی پیکچرز اینترتینمنت تغییر داد.

● سال ۲۰۱۳ سونی از تولید لپ‌تاپ دست کشید و بخش «واپو» (نامی که بر روی لپ‌تاپ‌های سونی بود) را فروخت. بعد از آن هم نوبت به فروش تلویزیون براویا رسید که در طول ۹ سال ۴۶ میلیون دلار ضرر به این شرکت وارد آورد.



در دهه ۸۰ پیش‌بینی کرده بود که قرار است تکنولوژی دیجیتال و محتوای رسانه‌ای با هم ترکیب شوند و تجربه‌ای کاملاً جدید را عرضه کنند. اما این اتفاق برای سونی رخ نداد. در واقع مهندسان این شرکت در برابر قدرت بخش رسانه سونی مقاومت می‌کردند.

● زمانی که سرانجام بخش‌های مختلف شرکت با هم به توافق رسیدند تا همکاری را آغاز کند، سونی در دو جبهه بسیار مهم رقابت را واگذار کرده بود: تلویزیون و دستگاه‌های بی‌سیم پخش موسیقی. هم برای عرضه تلویزیون‌های فلت دیر شده بود و هم برای ارائه محصولی دیجیتال مانند آی‌پاد.

● پس از فروش ناموفق، سونی فروشگاه آنلاین موسیقی‌اش را که برای رقابت با آی‌تیونز شرکت اپل تاسیس کرده بود از دور خارج کرد، سرویسی که تنها سه سال نتوانست دوام بیاورد. از همان زمان تاکنون هم این شرکت دیگر نتوانست محصول قابل رقابتی در این حوزه عرضه کند. از طرف دیگر شرکت‌های چینی و کره‌ای تولیدکننده محصولات

ارزان هم روزبه‌روز عرصه را بر سونی تنگ‌تر کردند.

● یکی از حوزه‌ها (و شاید تنها حوزه) که سونی در آن پیش‌تاز بود و نتوانست بر سر این محصول به خوبی وارد دنیای دیجیتال و اینترنت شود، حوزه بازی‌های ویدئویی بود. این شرکت کنسول بازی پلی‌استیشن ۳ را به عنوان یک سیستم سرگرمی یکپارچه به بازار عرضه کرد که به عنوان قطب اتاق پذیرایی عمل می‌کرد و اینترنت و تلویزیون را به یکدیگر متصل می‌کرد. اما وسواس سونی بر روی بخش سخت‌افزار اینجا هم به زیانش تمام شد. تاخیر شرکت در طراحی کنسول بلو ری پخش دی‌وی‌دی سونی را مجبور کرد که عرضه محصول را به تعویق بیندازد. از سویی فروش پلی‌استیشن ۳ هم با مشکل مواجه شد چون مدل‌های رقیبی که از سوی شرکت نینتندو و مایکروسافت عرضه شده بودند هزینه کمتری برای مشتریان داشتند. علاوه بر این سونی در ورود به بازار بازی‌های آنلاین هم دیر دست به کار شد و همین تاخیر فرصت را در اختیار مایکروسافت گذاشت تا در این بازار را ابتدا جلو بيفتد.

● آنچه بر سر سونی آمد نشانه‌ای است از پهنه وسیع‌تری از مشکلات که صنایع الکترونیک ژاپن با آنها روبه‌رو هستند. با وجود اینکه مدیران ارشد این شرکت‌ها را می‌توان خیلی سریع متهم کرد اما یک مسئله عمیق‌تر این است که به نظر می‌رسد شرکت‌های بزرگ از ایده‌های جدید خالی شده‌اند. یک دهه پیش این شرکت‌ها نوآوران جدی عرصه تکنولوژی بودند و تولید، طراحی و عرضه محصولات را رهبری می‌کردند از تلویزیون گرفته تا دوربین‌های دیجیتال و پخش‌کننده‌های موسیقی، اما امروز تعداد محصولات باقی‌مانده‌ای که بتوانند ادعا کنند در حوزه تولید در سطح بین‌المللی پیشرو هستند بسیار بسیار اندک است. عمده بازار محصولات حوزه دیجیتال و الکترونیک در اختیار شرکت‌هایی مانند اپل و سامسونگ است. یکی از مدیران سابق این شرکت می‌گوید: «سونی کلی مدل و محصول تولید می‌کند و با این حال نمی‌تواند وری هیچ کدام دست بگذارد و بگوید: این محصول بهترین و به‌روزترین تکنولوژی ما را در خود دارد. اما اپل یک گوشی معرکه را تنها در دو رنگ عرضه می‌کند و با جرئت می‌گوید: این بهترین است.»

● شکست‌های سونی تنها برای این شرکت دردآور نیست بلکه مشکلی برای کشور ژاپن است. در آمریکا، تکنولوژی‌های نوین معمولاً توسط شرکت‌های جوانی عرضه می‌شوند که «گذشته»شان آنها را عقب نگه نمی‌دارد. این ستاره‌های نوظهور به تدریج جای غول‌هایی را که

# شکست‌های بزرگ

## توليدات مهجور برندهای معروف را بشناسید

طراحی و تولید یک محصول یک ماجرا است، یک ماجرای طولانی و سخت و دشوار اما سخت‌تر از آن بازخوردی است که این محصول در بازار و میان مشتریان دارد. گاه حتی بزرگ‌ترین شرکت‌ها هم نمی‌توانند محصولی را به اعتبار بردشان در میان مشتریان جا بیندازند. نشریه بیزینس اینسایدر نگاهی انداخته است به ۲۴ محصولی که بدترین نوع شکست را در بازار تجربه کردند. در این بخش چند نمونه معروف آنها را می‌بینید.

### فورد ادسل - ۱۹۵۷



نام فورد ادسل را حالا مترادف شکست در ارائه محصول می‌دانند. بیل گیتس گفته است که این مورد یکی از موارد جالب برای او در حوزه تجارت بوده است. فورد ۴۰۰ میلیون دلار بر روی طراحی و ساخت این محصول سرمایه‌گذاری و آن را در سال ۱۹۵۷ به بازار عرضه کرد اما آمریکایی‌ها این ماشین را نمی‌خریدند. چون به دنبال اتومبیلی جمع‌وجورتر و با صرفه اقتصادی بیشتر بودند. تنها حدود ۱۰۰ هزار دستگاه از این ماشین فروخته شد و پس از این شکست تنها سه سال پس از ورودش به بازار تولید و عرضه آن متوقف شد.

### سونی بتاماکس - ۱۹۷۵



در دهه ۷۰ نبردی میان دستگاه‌های پخش ویدئویی بتاماکس و وی‌اچ‌اس در گرفت. سونی دستگاه بتاماکس خود را دقیقاً زمانی روانه بازار کرد که رقابیش عرضه دستگاه‌های وی‌اچ‌اس را شروع کرده بودند. سونی تمام تمرکز خودش را بر روی عرضه این محصول گذاشت و در عوض دستگاه‌های وی‌اچ‌اس که برتری خود را نشان داده بودند خیلی زود بازار را تسخیر کردند. هرچند بتاماکس به لحاظ فنی بر رقیب خود برتری داشت اما وی‌اچ‌اس پیروز شد تنها به این دلیل ساده که از سوی چند شرکت عرضه شد و می‌شد همه‌جا آن را پیدا کرد.

### کوکای جدید - ۱۹۸۵



در اوایل دهه ۸۰ شرکت کوکا در حال شکست خوردن از رقیبش، پپسی بود. کمپین بزرگ تبلیغاتی پپسی سبب رشد تعداد مشتریان شده بود و در عوض کوکا تصمیم گرفت محصولی ارائه دهد که طعمی شبیه‌تر به پپسی داشته باشد. این محصول در واقع در تست مزه‌ای که پیش از تولید رسمی آن انجام شد موفقیت به دست آورد اما کوکا به این نتیجه رسید که طعم این نوشابه برای مشتریان غلط‌انداز است و برای همین چند هفته بعد این محصول را رها کرد و به همان فرمول قدیمی خودش برگشت. تنها تفاوتی که ایجاد شد در نام بود؛ محصول این شرکت از آن به بعد کوکاکولا نامیده شد.

### اپل نیوتن - ۱۹۹۳



دستگاه نیوتن نمونه‌ای است از روزگار بدی که شرکت اپل پیش از تبدیل شدن به ارزشمندترین شرکت دنیا، از سر گذرانده است. این دستگاه در دسته ابزارهایی بود که به آنها دستیار دیجیتال می‌گفتند (یک دستگاه کوچک قابل حمل شخصی با سیستم عامل). به نوشته نشریه فوربز علت شکست نیوتن این بود که قیمت پایه آن از ۷۰۰ دلار شروع می‌شد، بسیار بزرگ بود و سیستم شناسایی دست‌خطش آن قدر بد کار می‌کرد که حتی در یکی از قسمت‌های انیمیشن «خانواده سیمپسون» آن را مسخره کردند. البته چند سال بعد اپل با روانه کردن آی‌پد به بازار این شکستش را به خوبی جبران کرد و حتی به خاطر وجود آی‌پد دیگر کسی نامی از عنوان «دستیار دیجیتال» نمی‌برد.

### مایکروسافت زون - ۲۰۰۶



زون محصولی بود که برای رقابت با آی‌پاد به بازار آمد و البته نتوانست در این نبرد پیروز شود. رابی بیچ، یکی از مدیران سابق مایکروسافت در مورد این محصول می‌گوید: «ما جسارت لازم را نداشتیم و برای همین تبدیل شدیم به شرکتی که به دنبال شرکت اپل می‌دود. محصولی که عرضه شد حقیقتاً محصول بدی نبود اما به هر حال یک نمونه از چیزی بود که اپل زودتر به بازار عرضه کرده بود. و هیچ‌کس لازم ندید که با خودش بگوید: الان می‌روم و این چیزی را که مایکروسافت ساخته می‌خرم.»

### گلکسی نوت ۷ سامسونگ - ۲۰۱۶



در مورد گلکسی نوت ۷ سامسونگ چه می‌شود گفت که تا الان ناگفته مانده است؟ نوت ۷ که قرار بود یکی از شاخص‌ترین محصولات سامسونگ باشد تنها یک مشکل کوچک داشت: گاهی آتش می‌گرفت یا منفجر می‌شد. ممکن بود ماشین سوخته‌ای ببینید و بعید نبود که به خاطر یکی از همین گوشی‌ها به آتش کشیده شده باشد. تکرار این اتفاق سبب شد که حمل این گوشی در پروازها ممنوع شود و شرکت سامسونگ ناچار شد کل خط تولید آن را متوقف کند. ■

# ..... آینده‌پژوهی .....

## «شی» قدرتمندتر

چین در دوره دوم رهبری فعلی در چه مسیری پیش خواهد رفت؟



[ آینده شهرها ]

# نئوم: شهر علمی - تخیلی سعودی در وسط صحرا

خورشید، دریا و ربات‌ها؛ جدیدترین ابرشهر جهان در کجا ساخته خواهد شد؟



درون صحرا اعلام شده بود و تبلیغات زیادی نیز روی آن صورت گرفت اما بعدتر، آن طور که لازم بود انتظارات را برآورده نکرد؛ یکی از این شهرهای اعلام شده، شهری اداری بود که با بودجه ۱۰ میلیارد دلار در حوالی ریاض باید ساخته می‌شد. اما این شهرها عمدتاً خالی از سکنه و ناتمام باقی مانده‌اند.

جیمز دورسی، کارشناس امور خاورمیانه در دانشگاه فناوری ناتیانگ سنگاپور، می‌گوید که شهر نئوم «تلاشی است برای ایجاد یک منطقه اقتصادی که بهینه‌تر و به‌روزتر از همه مناطق اقتصادی است و این نشان می‌دهد که اکنون زمان اصلاح فرا رسیده و عربستان سعودی در این راه قدم برمی‌دارد.» او می‌گوید: «سؤال این است که آیا کسی می‌تواند یک ابرشهر را از بقیه اقتصاد غیربهرینه و ناکارآمد کشور دور نگه دارد.»

ساختن ابرشهر نئوم مثال دیگری از تمایلات شاهزاده محمد است درباره این موضوع که پول‌ها را به سمت پروژه‌ها سرازیر می‌کند بدون اینکه به چگونگی تامین منابع مالی این پروژه‌ها اهمیت بدهد. آنچه که اخیراً درباره برنامه‌های این ابرشهر رونمایی شده، شامل برنامه ایجاد یک پارک بازی وسیع، یک مرکز معالجه و درمانی گردشگری و یک خط ساحلی گردشگری در جده در ساحل دریای سرخ به ارزش ۴٫۸ میلیارد دلار است.

پروژه ساخت ابرشهر نئوم که ردیابی از برنامه کلان‌تر مشهور به «چشم‌انداز ۲۰۳۰» در آن به چشم می‌خورد، اگر نخواهیم بگوییم بلندپروازانه است، هیچ چیز خاص دیگری نیست: منطقه خلیج فارس همین حالا هم پر است از آسمان‌خراش‌هایی که پا در شن و ماسه دارند، چه ابوظبی باشد چه دبی. هیچ کلان‌شهری از این نظر که یک مرکز بین‌المللی تجاری باشد به بزرگی دبی نیست اما نئوم قصد دارد

روی یک شبه‌جزیره ماسه‌ای در جنوب غرب عربستان سعودی، تنها چیزی که افق صحرا را قطع می‌کند، یک هواپیمای آب‌نشین درهم شکسته و درب‌وداغان مدل «کاتالینا» است که در سال ۱۹۶۰ خلبان امریکایی‌اش آن را همان جا گذاشته و رفته و اکنون با گرافیتی‌ها و نوشته‌هایی به زبان عربی پوشیده شده است.

اما اینجا که ولیعهد عربستان سعودی برنامه ریخته نامش «نئوم» باشد، شهری خواهد بود که از نظر وسعت بزرگ‌تر از دبی است و تعداد ربات‌هایی بیشتر از انسان‌ها در آن حضور دارند. محمد بن سلمان، ولیعهد عربستان، در چشم‌انداز خود به این شهر به چشم یک «پرش متمدنانه از انسانیت» نگاه می‌کند که جایی دور از محدودیت‌های سنتی عربستان سعودی و مرکزی برای کسب‌وکار خواهد بود در حوزه تولیدات پیشرفته، بیوفناوری، رسانه‌ها و خطوط هواپیمایی.

ولیعهد عربستان در یک مصاحبه که در ریاض درباره این شهر انجام داده گفته است: «ما یک ربات مهم می‌خواهیم برای شهر نئوم، اولین رباتی که مال خود نئوم باشد، یک ربات درجه یک. هر چیزی دارای یک رابطه با هوش مصنوعی خواهد بود و دارای اینترنت اشیا؛ هر چیزی.»

این شهر علمی - تخیلی با برج‌های اداری سربه‌فلک کشیده و هتل‌های پنج‌ستاره نشان‌دهنده تلاش کنونی عربستان سعودی برای تغییر کشوری است که زمانی در پول نفت غرقه بود اما حالا با تنگناهای مالی جدی روبه‌رو شده است. نئوم می‌تواند مدل کوچکی از عربستان سعودی ۲۰۰ باشد، در حالی که رهبر جدید ۳۲ ساله این کشور در حال بازسازی همه اقتصاد کشور است تا آن را با جهان مدرن سازگار کند؛ کاری که حاکمان قبلی این کشور نتوانستند انجامش بدهند. ساخت شهرهای عظیم دیگری نیز پیش از این در عربستان و

گلن کری  
ویوین نرثیم  
کریستوفر کانن

گزارشگر اقتصادی

ترجمه: ساعد یزدانجو

دبیر بخش کتاب ضمیمه

منبع: بلومبرگ

چرا باید خواند:

عربستان سعودی یکی

از رقبای منطقه‌ای ایران

است که سیاست‌هایش

این روزها خصمانه‌ترین

سیاست‌ها نسبت به

کشور ما به حساب

می‌آید. ساخت یک شهر

مدرن در این کشور با

پول‌های نفتی می‌تواند

برای فعالان اقتصادی

کنجکاوای برانگیز باشد.

کلید توسعه دویی این بود که سرمایه‌گذاری‌های خارجی و کارگران خارجی که می‌توانستند آزادانه‌تر از دیگر نقاط خلیج فارس در آن زندگی کنند به شدت به آنجا سرازیر شد. بسیاری از فعالیت‌های گردشگری که در کشورهای منطقه محدودیت داشت، در دویی آزادانه انجام می‌شد. اما در عربستان سعودی محدودیت‌های زیادی وجود دارد.

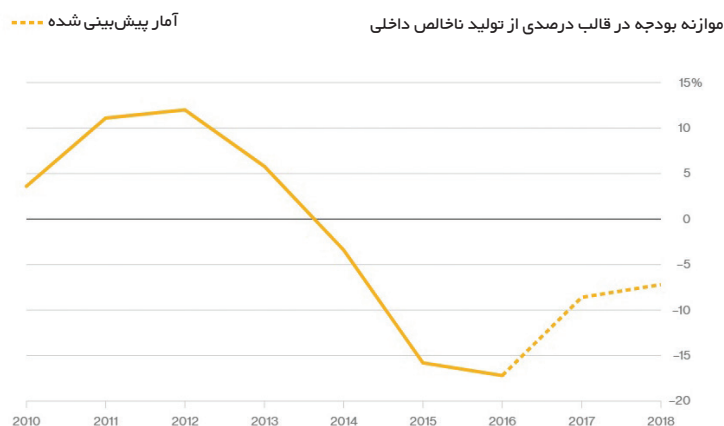
کلمه «نئوم» ترکیبی از کلمه غربی «نئو» به معنی جدید و کلمه عربی «مستقبل» به معنی آینده است. این شهر تقریباً در منطقه‌ای واقع خواهد شد که به «راس‌الشیخ حمید» شناخته می‌شود؛ یک شبه‌جزیره که ۵۰ کیلومتر تا آب‌های دریای سرخ فاصله دارد و اگر به غرب پیچید ۵ کیلومتر بعد به جاده ساحلی عربستان سعودی خواهید رسید

سرمایه‌گذاری و ایجاد شغل است. صندوق سرمایه‌گذاری عربستان سعودی همین حالا هم ۲۰ میلیارد دلار در تاسیسات زیربنایی گروه «بلک استون» سرمایه‌گذاری کرده و ۴۵ میلیارد دلار نیز در یک صندوق سرمایه‌گذاری حوزه فناوری وابسته به «سافت بانک» سرمایه گذاشته است.

کلید توسعه دویی این بود که سرمایه‌گذاری‌های خارجی و کارگران خارجی که می‌توانستند آزادانه‌تر از دیگر نقاط خلیج فارس در آن زندگی کنند به شدت به آنجا سرازیر شد. بسیاری از فعالیت‌های گردشگری که در کشورهای منطقه محدودیت داشت، در دویی آزادانه انجام می‌شد. اما در عربستان سعودی که محدودیت‌های خشک زیادی وجود دارد، بسیاری از مسائل نادیده‌گرفته‌شده است که همین مسائل روی کسب‌وکار و تجارت تأثیر می‌گذارد. تا همین چند وقت پیش حتی زنان اجازه رانندگی نداشتند و کنار هم بودن زنان و مردان هنوز در اغلب مکان‌های عمومی ممنوع است. این کشور به دلیل اشباع تفکر وهابی که یک نوع تفکر بنیادگرایانه است و گروه‌های افراطی مثل القاعده و داعش را تشویق به فعالیت می‌کند، مورد انتقاد واقع شده است. با این حال، به نظر می‌رسد که عربستان سعودی با همه این محدودیت‌ها می‌خواهد شهری بسیار مدرن و علمی-تخیلی با فناوری‌های بالا بسازد که سبک زندگی آن بسیار با شهرهای دیگر این کشور متفاوت است. ■

| اندازه شهر نئوم در مقایسه با شهرهای دیگر |         |
|------------------------------------------|---------|
| شهر                                      | جمعیت   |
| ریاض                                     | ۶۵۰۶۷۰۰ |
| جده                                      | ۳۴۳۰۶۹۷ |
| دویی                                     | ۲۸۶۷۵۴۴ |
| نیویورک                                  | ۸۵۳۷۶۷۳ |
| نئوم                                     | ۰       |
| کویت                                     | ۵۶۸۵۶۷  |
| شهر صنعتی ملک عبدالله                    | ۵۰۰۰    |
| دوحه                                     | ۹۵۶۴۵۷  |

کسری بودجه فزاینده عربستان سعودی



که این شهر را پشت سر بگذارد.

دهه‌ها طول کشیده است تا دویی به شکل یک مقصد گردشگری با ۲۰۹ میلیون نفر سکنه دربیاید؛ شهری که بلندترین برج جهان در آن واقع است و دفاتر بسیاری از بانک‌های بین‌المللی همچون استاندارد چارتر در آن قرار دارد. فرودگاه بین‌المللی دویی شلوغ‌ترین فرودگاه جهان بعد از فرودگاه‌های آتلانتا و پکن است.

به گفته شاهزاده محمد بن سلمان، با اینکه شهر برنامه‌ریزی شده نئوم نمی‌تواند با دویی رقابت کند اما پیش‌تر تکمیل‌کننده آن و بقیه بخش‌های خلیج فارس است. این شهر «تقاضاهای جدید، نه تقاضاهایی مشابه دویی» را ایجاد خواهد کرد. شاهزاده می‌گوید که «این شهر به دویی کمک خواهد کرد. به بحرین کمک خواهد کرد. به‌خصوص به کویت کمک خواهد کرد.» چرا که می‌تواند سریع‌تر و ارزان‌تر از حالا به اروپا صادرات داشته باشد. دویی و دوحه روی هم به بیش از ۱۲۰ میلیون مسافر در سال از طریق فرودگاه و بندر خدمات می‌رسانند، در حالی که در دویی ترافیک کانتینرها بر مسافران غلبه دارد.

کلمه «نئوم» ترکیبی از کلمه غربی «نئو» به معنی جدید و کلمه عربی «مستقبل» به معنی آینده است. این شهر تقریباً در منطقه‌ای واقع خواهد شد که به «راس‌الشیخ حمید» شناخته می‌شود؛ یک شبه‌جزیره که ۵۰ کیلومتر تا آب‌های دریای سرخ فاصله دارد و اگر به غرب پیچید ۵ کیلومتر بعد به جاده ساحلی عربستان سعودی خواهید رسید.

زمینی به مساحت ۲۵ هزار و ۹۰۰ کیلومتر مربع برای توسعه منطقه شهری آن که با اردن و مصر هم‌مرز است اختصاص داده شده است. این منطقه که بیش از دو برابر مساحت کشور همسایه عربستان، قطر، است به این دلیل انتخاب شده است که یک «منطقه استراتژیک» و نزدیک به مسیرهای کشتی‌رانی بین‌المللی است. امسال مصر یک قرارداد با عربستان سعودی امضا کرد که طی آن، دو جزیره مهم را به عربستان واگذار کند. این دو جزیره پروژه نئوم را به صحرای سینامنتصل می‌کنند.

با راندن ماشین در این منطقه که متعلق به شهر آینده عربستان است، مسیر با صحرا، خورشید تابان که همه چیز را می‌سوزاند و تپه‌های سفید و نمادهای صحرایی همراه است. در کنار آب و در امتداد مسیر، یک پایگاه گارد ساحلی عربستان سعودی و یک برج مخابراتی واقع شده است. حوالی این خلیج و ساحل هیچ چیز دیگری دیده نمی‌شود، به جز همان هواپیمای مدل کاتالینا. شاهزاده سعودی همین حالا هم می‌داند که چه چیزی را می‌خواهد در داخل ساحل تغییر بدهد و چه چیزی در این منطقه ظاهر خواهد شد. خلیج نئوم به عنوان یک مرکز عملیاتی کار خود را برای این شهر شروع خواهد کرد. او می‌گوید که «اینجا مثل همپتون در نیویورک خواهد شد.» اما پروژه به این معنی نخواهد بود که در چشم‌انداز اقتصادی آن، فرصت‌های شغلی بیشتری برای جمعیت جوان سعودی که مدام در حال افزایش است وجود خواهد داشت. شاهزاده محمد می‌گوید: «وظیفه نئوم این نیست که برای سعودی‌ها شغل ایجاد کند. وظیفه نئوم این است که مرکزی جهانی برای هر کسی در تمام جهان باشد.»

چشم‌انداز ۲۰۳۰ با ایجاد بزرگ‌ترین صندوق سرمایه‌گذاری نفتی جهان استحکام بیشتری یافته و تقویت شده است. تخمین زده می‌شود دارایی‌های این صندوق سرمایه‌گذاری در حدود ۲ هزار میلیارد دلار باشد. این صندوق در تمام جهان سرمایه‌گذاری کرده و وظیفه‌اش

[ آینده چین ]

## «شی» قدرتمندتر

چین در دوره دوم رهبری کنونی در چه مسیری پیش خواهد رفت؟



تام میچل

گزارشگر حوزه چین

منبع فایننشال تایمز

چرا باید خواند:

چین یکی از دو اقتصاد

بزرگ جهان است که

تغییر سیاست گذاری

در آن، بر همه کشورها

تأثیر خواهد گذاشت.

فعالان اقتصادی علاقه

زیادی دارند که همواره

دگرگونی های چین را

دنبال کنند.

از نوزدهمین کنگره حزبی که در هفته های گذشته برگزار شد انتظار می رود که «تفکر شی جین پینگ» در ساختار حزب کمونیست محترم دانسته شود؛ تفکری که می تواند سومین ایده بزرگ در کنار تفکر مائو تسه دونگ و دنگ شیائوپینگ باشد

شی جین پینگ در دسامبر سال ۲۰۱۲ در اولین سفر خود در مقام دبیر کل تازه منصوب شده حزب کمونیست چین، به شهر جنوبی شنژن سفر کرد و حلقه گلی نثار مجسمه بزرگی بزرگتر از اندازه واقعی دنگ شیائوپینگ کرد. ادای احترام شی به دنگ که از شنژن به عنوان یک محدوده آزمایشی برای اصلاحات اقتصادی تاریخی اش استفاده کرده بود، نشان می داد که دبیر کل جدید نیز همان سیاست های پدر چین مدرن را ادامه خواهد داد. شی در آن برنامه گفت: «حزب کمونیست باید محکم مسیر درست اصلاح را دنبال کند و فرصت های جدیدی به وجود بیاورد. ما باید در این مسیر به سوی کشور و مردمی سعادت مند، راسخ و تزلزل ناپذیر برویم.»

چند روز پیش، شی جین پینگ دوره دوم خود را در مقام رهبری چین شروع کرد و اکنون این سؤال پیش آمده است که آیا از قدرت خود استفاده خواهد کرد تا میراث اصلاحات دنگ شیائوپینگ را ادامه بدهد یا در عوض، برنامه ای محدودتر را برای دفاع از موقعیت حزب حاکم و متحدان خود پی خواهد گرفت.

حامیان رئیس جمهور چین استدلال می کنند که مبارزه ضد فساد سفت و سخت او و دفاع شدیدترش از ادعاهایی مربوط به قلمروی ملی چین از حمایت های مردمی بهره مند است و به او این امکان را داده که سرمایه سیاسی حیاتی را عاید خود کند. شی در اولین دوره رهبری خود عمدتاً با مردان و زنانی احاطه شده بود که به وسیله پیشینیان او تربیت شده بودند. اما بعد کنگره حزب، او «تیم خود» را روی کار آورد و استدلال ها به این سمت می رود که او در نهایت با چالش های اقتصادی و مالی روبه رو خواهد شد. با این حال، شی نشان داده است که تمایل دارد دورانی جدید را در تاریخ نوین چین آشکار کند که متمایز از دوران دنگ و مائو تسه دونگ، رهبران انقلابی کشور، تعریف می شود. لی جیگوآنگ، استاد دانشگاه سینگهوا در پکن و یکی از ستایندهای شی، می گوید: «مائو دخالت کنندگان خارجی را شکست داد و دنگ به گرسنگی پایان داد. شی درباره داشتن اعتماد به نفس در نظام سیاسی و اقتصادی ما صحبت می کند... این یک نقطه عطف کلی است.»

شی در یکی ادارات بزرگ چین در دوران دنگ، به طور عامدانه تفاوت بین حزب کمونیست و دولت چین را در حوزه کارگری محو کرد و همچنین طیفی از اصلاحات مالی و اقتصادی را که به زودی با آشفتگی و بی نظمی روبه رو می شوند متوقف کرده یا در مسیر عکس قرار داده است.

این شکوه و شکایت پشت پرده در پکن وجود دارد که شی خودش را به عنوان ارباب پویایی های قدرت داخلی حزب به اثبات رسانده و رقبا را خود را تصفیه و دیگران را مرعوب کرده است. اما وقتی که موقع استفاده از قدرت انباشته برای پیش راندن اصلاحات دشوار فرا می رسد، مثل اصلاحاتی که دنگ انجام داد، منتقدان رئیس جمهور

استدلال می کنند که او به یک ببر کاغذی تبدیل می شود. شی جین پینگ توانسته طی دوره اولین رهبری خود، جایگاهش را تثبیت کند و کسانی را دور خود جمع کند که پنج سال آینده چین را پیش می برند. البته با اینکه در اجلاس ۱۹ حزب کمونیست چین او دوباره برگزیده شد و دوره جدیدش در ماه مارس سال آینده شروع خواهد شد، اما تیم جدیدی را انتخاب کرده است که تا آخرین لحظات دوره فعلی، نامشخص خواهد بود. با این حال، می توان حدس هایی در مورد آنها زد و گفت که همه از نزدیکان و همفکران شی هستند و البته افرادی خواهند بود که خیلی تغییراتی مهمی را در چین ایجاد نخواهند کرد.

تنها استثنا در این باره، می تواند آقای وانگ باشد که مهم ترین تکنوکرات چین در امور مالی است. او نیز عضو پولیتبورو است، یعنی کمیته ای قدرتمند در کمیته مرکزی حزب که نقش زیادی در اداره کشور و انتصاب های آن بازی می کند. او می تواند شدیداً مورد استقبال مقامات رسمی خواهان اصلاح و بخش خصوصی قرار بگیرد و نشانه ای از خواست شی برای اعمال اصلاحات اقتصادی به شمار رود.

طبق گفته بسیاری از کارشناسان، بیشتر مردم می خواهند که وانگ عضو پولیتبورو باشد اما تنها شی جین پینگ می داند که این طور خواهد بود یا نه. وانگ اکنون ۶۹ ساله است و طبق مقررات، افراد ۶۸ ساله و مسن تر نمی توانند عضو پولیتبورو باشند. شی سنت شکنی کرد و وانگ را نگه داشت، این کار یک رسم و روال می شود که بالقوه می تواند به او اجازه دهد که در دوره سوم نیز به عنوان دبیر کل حزب بین سال های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۷ خدمت کند.

از نوزدهمین کنگره حزبی که در هفته های گذشته برگزار شد انتظار می رود که «تفکر شی جین پینگ» در ساختار حزب کمونیست محترم دانسته شود؛ تفکری که می تواند سومین ایده بزرگ در کنار تفکر مائو تسه دونگ و دنگ شیائوپینگ باشد. همچنین پیش بینی می شود که کنگره نوزدهم کمیته مرکزی حزب (که به طور سنتی حدود ۲۰۰ عضو دارد)، پولیتبورو (با ۲۵ عضو) و کمیته های دیگر با افراد وفادار به شی پر شود.

اگر نام شی در ساختار حزب در کنار مائو و دنگ قرار بگیرد، بیش از گذشته قدرت در دست خود خواهد داشت. آن هم فقط یک سال بعد از اینکه به طور رسمی از سمت «رهبر مرکزی» حزب استعفا داد. در اوایل سال ۲۰۱۶، شی همچنین عنوان «فرمانده کل» نیروهای مسلح چین را به ساختار اضافه کرد؛ سمتی که از سال ۱۹۵۴ به صورت رسمی وجود نداشت. اما چنین اگراندیشمان هایی بیشتر به عنوان نشانه ای از ضعف دیده می شود، نه به عنوان نقطه قوت. دنگ این مسئله را در سال ۱۹۸۰ در یک سخنرانی که مربوط به روابط بین حزب و دولت بود، تذکر داد: «تمرکز بیش از حد قدرت باعث

این شکوه و شکایت پشت پرده در پکن وجود دارد که شی خودش را به عنوان ارباب پویایی های قدرت داخلی حزب به اثبات رسانده و رقبای خود را تصفیه و دیگران را مرعوب کرده است.



سقوط بازارها در سال ۲۰۱۵ و اتفاقاتی که برای واحد پولی چین در اوایل سال ۲۰۱۶ رخ داد، این کار بیشتر دنبال شد. همین اواخر، کابینه شی میزان سرمایه گذاری مستقیم خارجی را با حجم زیادی از سرمایه گذاری های شرکت های دولتی و خصوصی از داخل کشور تحت تاثیر قرار داد و شرکت های داخلی را ترغیب کرد که شرکت های خارجی را به بیرون برانند.

این کار باعث ناراحتی برخی مقامات رسمی در چین شده است؛ کسانی که احساس می کنند شی در مسیر ادبیات و لحن دو سیاست اصلاحی حزب پیش نمی رود. این دو سیاست عبارتند از یک سند سیاستی که در نوامبر سال ۲۰۱۳ تصویب شد و اعلام کرد که بازار باید «قش تعیین کننده ای» در اقتصاد بازی کند و دفاعی که در ژانویه همان سال از تجارت جهانی آزاد در مجمع جهانی اقتصاد در داوز انجام شد.

همین چندی پیش، صندوق بین المللی پول برای ارزیابی اقتصاد چین آمار کابینه شی را مرور کرد که مربوط به ۱۴ چالش مربوط به کاهش بدهی و ریسک مالی شرکت ها، تسهیل کنترل های ارزیابی خارجی و اصلاح بنگاه های دولتی چین بود. صندوق نتیجه گرفت که شی تنها در ۱۲ حوزه از این چالش ها تنها «برخی» پیشرفت ها یا پیشرفت هایی «محدود» داشته است. شی متمرکز شده است روی ادغام بنگاه های دولتی با هم و ایجاد بنگاه های دولتی بزرگ تر تا مشکلات دومین اقتصاد بزرگ جهان را با یکپارچه سازی کمتر کند. به جای باز کردن واقعی بخش های تحت تسلط دولت، شرکت های خصوصی ترغیب شده اند که تنها سهام اقلیتی در تعداد انگشت شماری از بنگاه های دولتی و پروژه های زیربنایی که توسط دولت هدایت می شوند داشته باشند.

در هر حال، به طور کلی می توان گفت که دوران دوم شی آغاز خواهد شد با اصلاحاتی که سرعت و عمق آنها خیلی کمتر از آنچه که وانمود می شود به نظر می رسد و نیز، قدرت سیاسی وفاداران شی بیش از گذشته خواهد شد. بنابراین باید گفت که اقتصاد چین مسیر فعلی را طی خواهد کرد و این کشور در ایجاد تغییرات در برنامه بیش از گذشته محافظه کاری نشان خواهد داد. ■

خیانت بیشتر کسانی خواهد شد و این کار به هزینه تجمیع قدرت رخ خواهد داد. «دنگ در اواسط و اواخر دهه ۱۹۸۰ جایگاه محکمی داشت و دارای تسلط زیاد بر امور سیاسی چین بود؛ البته تنها یک سمت رسمی داشت که عبارت بود از ریاست کمیسیون مرکزی نظامی حزب که بر ارتش رهایی خلق نظارت می کرد. قدرت دنگ در دهه بعد از آن نیز بدون اینکه حتی عنوانی رسمی داشته باشد ادامه یافت. در سال ۱۹۹۲ او توانست برنامه اصلاحات اقتصادی خود را پیش ببرد، برنامه ای که بعد از اینکه او دستور برخورد با اعتراضات دانشجویان در میدان تیان آن من را در سال ۱۹۸۹ صادر کرد متوقف شده بود. وقتی که شی در سال ۲۰۱۲ به مجسمه دنگ ادای احترام کرد، خاطرات «تور جنوبی» دنگ در اواخر دوراناش زنده شد که در نواحی شانگهای و شنژن انجام شد و اقتصاد چین را متحول کرد.

جود بلانشت، تحلیل گری که کتابی درباره سیاست چین مدرن نوشته، استدلال می کند که رغبت شی برای محو کردن مرزهای آشکار بین حزب کمونیست و دولت چین «نوعی عدول مستقیم از فکر اصلاحات سیاسی دنگ» به شمار می رود. برای مثال، با اختیار دادن به «گروه های رهبری حزب» که سیاست های خرد اقتصادی و مالی را از سال ۲۰۱۵ انجام می دهند، شی اقتدار سنتی معاون خود و شورای دولتی را بر اقتصاد کاهش داد. او وقتی به گروه های رهبری حزب امکان عمل بیشتری داد که لی، معاونش، دستور داد بازار در حال سقوط سهام به قیمت ایجاد آشوب و بی نظمی در اقتصاد نجات پیدا کند. طبق گفته دو نفر که از بحث های داخلی سیاست گذاری در آن زمان اطلاع داشتند، مقامات رسمی در گروه های رهبری شی اعتقاد داشتند که دخالت شورای دولتی در بازار در نهایت با ضدحمله مواجه خواهد شد و به آنها این امکان را خواهد داد که قدرت بیشتری پیدا کنند. یک مقام دولتی می گوید که اکنون نگران این است که لی، معاون شی، ضعیف ترین معاون تاریخ جمهوری خلق چین باشد.

برعکس دوران دنگ که اصلاحات خطرناک بود اما در نهایت با موفقیت انجام شد، شی از سال ۲۰۱۳ تعداد آزادسازی های مالی را به عنوان اولین ثبات و پایداری برعکس کرد و به خصوص بعد از

صندوق بین المللی پول برای ارزیابی اقتصاد چین آمار کابینه شی را مرور کرد که مربوط به ۱۴ چالش مربوط به کاهش بدهی و ریسک مالی شرکت ها، تسهیل کنترل های ارزیابی خارجی و اصلاح بنگاه های دولتی چین بود. صندوق نتیجه گرفت که شی تنها در ۱۲ حوزه از این چالش ها تنها «برخی» پیشرفت ها یا پیشرفت هایی «محدود» داشته است

## [ آینده امور مالی ]

## حسابداری و حسابرسی در تنازع برای بقا

فناوری حسابداران را ترسانده اما آنها نیز بیکار ننشسته‌اند

در آن سال‌ها، ظرف چند روز یا حتی چند ساعت انجام می‌شود. یک حسابرس تازه‌کار دیگر که اخیراً این صنعت را ترک کرده تا به کسب‌وکار بانک وارد شود نیز تأیید می‌کند که سفر تنهایی به مقصدهای دوردست برای برداشتن صورت موجودی، این روزها به ندرت انجام می‌شود. او در یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های حسابداری در پنج سال اول کاری خود، تنها دو بار این چنین بازدیدهایی را داشته است که یکی از آنها مربوط به شمارش هزاران دستگاه پنکه بوده که در غرب میانه انبار شده بودند. او می‌گوید: «این روزها، نرم‌های حسابداری موازنه بین حساب‌ها و تست‌های مختلف حسابداری را انجام می‌دهد و مرور و بازبینی این ابزار خیلی راحت‌تر از گذشته است. البته شما هنوز هم باید سندها را مرور کنید و آنها را در کمدها و فایل‌های حسابداری وارد کنید اما کارهاییدی خیلی کمتری هست که انجام دهید.»

هر چهار شرکت حسابداری عظیم جهان - شرکت‌های ای‌وی، دلویتی، کی‌پی‌ام‌جی و پی‌دابلو‌سی - به سمت کارآمد ساختن و جمع‌وجور کردن فعالیت‌های خود حرکت کرده‌اند و وظایف کسل‌کننده و تکراری را در فرایند کاری خود حذف کرده‌اند، از ترس اینکه کل کسب‌وکارشان را که در فهرست مشاغل در خطر نابود شدن است از دست ندهند. اما هر چهار شرکت اصرار دارند که تغییرات فناوری در دهه آینده نمی‌تواند باعث از بین رفتن همگانی حسابداری شود یا وظایف آن را در معرض خطر قرار دهد. جین ماکراکیس که از مدیران شرکت «دلویتی» است اعتقاد دارد فناوری باعث آزاد شدن حسابداران تازه‌کار خواهد شد: «بخش بزرگی از نقش یک حسابرس به صورت تعاملی و مواجه شدن با مردم است و این کار نیاز به توان قضاوت دارد. این کارها یک نوع توانایی بشری است که به احتمال زیاد با اتوماسیون جایگزین نخواهد شد. من می‌توانم تغییر در نقش‌ها و وظایف افراد را ببینم اما خود این نقش‌ها لزوماً از بین نخواهند رفت. افراد جوان احتمالاً در شغلی خواهند دید که دارای تنوع گسترده‌تر از وظایف سابق حسابداری است.» اما برخی دیگر از افراد نیز این خوش‌بینی را ندارند و به آینده حسابداری با شک و تردید نگاه می‌کنند. کاترین رامانا، استاد کسب‌وکار این اندازه که از حساب‌رسان و حسابداران در زمانه کنونی حمایت می‌کند پشتیبانی کند. همچنین اتفاقات جدیدی افتاده است که حسابداری و حسابرسی آنها بسیار متفاوت است و باید مهارت‌های دیگری را به حسابداران آموزش داد. مثلاً زنجیره بلوکی در انتشار ارزهای مجازی از جمله این اتفاقات هستند.»

در هر صورت، حوزه حسابداری و حسابرسی با تغییراتی که در فناوری رخ داده و با ظهور فناوری‌های جدید، تغییر زیادی کرده‌اند و حتی در میان مشاغل در حال انقراض قرار گرفته‌اند. اما خود حسابداران و شرکت‌های حسابداری کمتر این‌طور فکر می‌کنند و به نظر می‌رسد که در آینده، حسابداری با تغییراتی که در وظایف خود انجام می‌دهد، بتواند به بقای خود ادامه دهد. ■

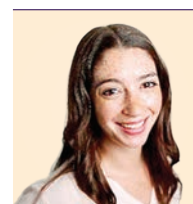


نانسی اتوبلو اولین حسابداری بود که به شرکت «ای‌وی»، یک شرکت حسابداری، در سال ۱۹۸۰ ملحق شد. او که کل عمر کاری خود را در این شرکت گذرانده، به یاد می‌آورد که از چه تجهیزات و ابزارهای پیچیده‌ای برای نوشتن فهرست صورت موجودی اقلام مختلف شرکت و حسابداری آنها استفاده می‌کرد. او می‌گوید که چنین وظایفی که قبلاً به عهده ارتشی با ۸۰ هزار حسابدار شرکت بود، از بین رفته است. او که اکنون معاون گروه کارشناسان شرکت است می‌گوید: «ما می‌توانیم از اتوماسیون برای ارزیابی صورت موجودی استفاده کنیم. بسیاری از کارهاییدی کاملاً تغییر کرده است.»

تصویربرداری ماهواره‌ها، پهپادها، هوش مصنوعی و ریزتراشه‌ها صرفاً برخی از فناوری‌های جدیدی هستند که شرکت‌های حسابداری برای کاهش وظایف زمان‌بر و پیش‌پاافتاده مورد استفاده قرار می‌دهند. این کارها را قبلاً حساب‌رسان کم‌سابقه انجام می‌دادند و حالا فناوری‌ها، میشل هینگلیف که در ماه مه امسال به ریاست حسابرسی در شرکت حسابداری «کی‌پی‌ام‌جی» منصوب شده، می‌گوید که حجم کاری امروز برای کسانی که تازه به شرکت می‌پیوندند بسیار متفاوت شده است. وقتی او در سال ۱۹۸۵ وارد شرکت شد، بسیاری از وظایف بود که «شما فقط باید انجام آنها را می‌پذیرفتید». این کارها عبارت بودند از ساعت‌ها اضافه کردن دستی اعداد در یک دفتر حسابداری ۴۰ برگه و امید به اینکه محاسبات فرد با محاسبات همکارش منطبق باشد. اگر اعداد با هم سازگار نبود، دو حسابدار تازه‌وارد باید کنار هم می‌نشستند و کار را از اول شروع می‌کردند. او می‌گوید: «حالا این وظایف با نرم‌افزار اکسل سه دقیقه‌ای انجام می‌شود.»

همچنین او اضافه می‌کند که طی مسیرهای طولانی به انبارها عمدتاً کاری متعلق به گذشته به حساب می‌آید: «در اولین سال کارم، ما در یک هفته در یک انبار نشستیم تا اقلام آن را مستندسازی کنیم. حالا با فناوری و تحلیل‌گرها، وظایف عادی هر حسابداری در اولین سال کارش

حوزه حسابداری و حسابرسی با تغییراتی که در فناوری رخ داده و با ظهور فناوری‌های جدید، تغییر زیادی کرده‌اند و حتی در میان مشاغل در حال انقراض قرار گرفته‌اند. اما خود حسابداران و شرکت‌های حسابداری کمتر این‌طور فکر می‌کنند



مدیسون مریچ

تحلیل‌گر امور مالی

منبع: فایننشال تایمز

چرا باید خواند:

فناوری‌ها مشاغل

آینده را تغییر خواهند

داد. دانستن اینکه یکی

از بخش‌های کلیدی

اقتصاد یعنی حسابداری

در آینده در معرض خطر

جدی است، برای فعالان

اقتصادی مفید خواهد

بود.

پزشکان امیدوارند که نتایج مشابهی را در پیوندهای قلب از بدن افراد بیمار کسب کنند. اما هیچ تضمینی در این باره وجود ندارد. گلدبرگ می گوید: «ما به بدن فرد ویروس خیلی جدی ای را وارد می کنیم.» بنابراین قبل از اینکه افراد برای این آزمایش های پیوند قلب یا کلیه نام نویسی کنند، باید ثابت شود که آنها فهمیده اند ممکن است درمان نشوند.

## [ آینده پزشکی ]

# قلب های پیوندی بیشتر برای آیندگان

با پیشرفت داروسازی می توان با استفاده از اعضای بیمار دیگران هم عمل پیوند انجام داد



الکساندرا سیفرلین

گزارشگر حوزه پزشکی

منبع: تایم

چرا باید خواند:

مشکلات قلبی از

جمله مصائب بزرگ

پزشکی در یک قرن

گذشته بوده است.

پیشرفت های پزشکی

در آینده برای این

مشکل نیز در پی

راه حل خواهد بود.

این راه حل ها برای

کسانی که روندهای

جوامع آینده را دنبال

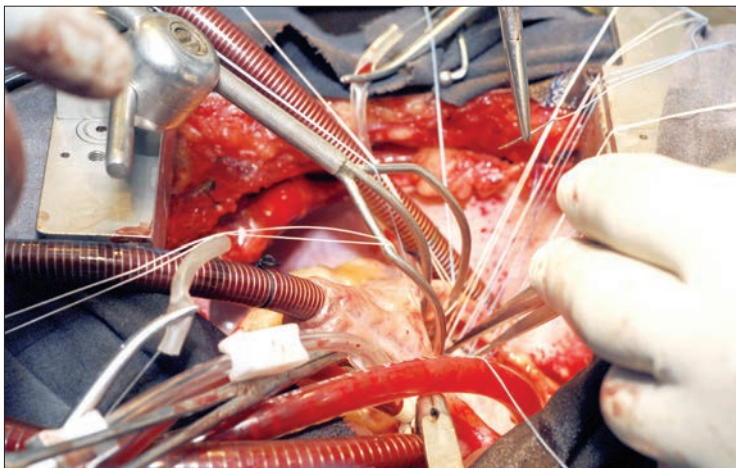
می کنند خواندنی

است.

اکنون ویروسی در بدن خود ندارند. پزشکان امیدوارند که نتایج مشابهی را در پیوندهای قلب از بدن افراد بیمار کسب کنند. اما هیچ تضمینی در این باره وجود ندارد. گلدبرگ می گوید: «ما به بدن فرد ویروس خیلی جدی ای را وارد می کنیم.» بنابراین قبل از اینکه افراد برای این آزمایش های پیوند قلب یا کلیه نام نویسی کنند، باید ثابت شود که آنها فهمیده اند ممکن است درمان نشوند. جیانجیولیو بعد از بحث های زیاد با همسر و پزشکانش، اولین کسی است که در آزمایش پیوند قلب مبتلا به هیپاتیت سی شرکت می کند. بعد از سه ماه در انتظار ماندن، او در ۱۸ ژوئن امسال یک قلب اهداشده از کسی که مبتلا به هیپاتیت سی بود دریافت کرد. او می گوید: «این برنامه زندگی مرا نجات داد.» در سال ۲۰۱۶، به فهرست انتظار ملی برای پیوند قلب ۴ هزار و ۳۴۴ نفر اضافه شدند اما فقط ۳ هزار و ۱۹۱ نفر قلب دریافت کردند. دکترهای مرکز درمانی پن می گویند که استفاده از قلب هایی که مبتلا به هیپاتیت سی هستند می تواند به کاهش شکاف بین قلب های پیوندی و افراد منتظر پیوند کمک کند. بسیاری از بیمارستان های دیگر نیز در حال تحقیقات مشابه روی این کار هستند.

بسیاری از افراد حاضرند که خود را به تیغ جراحی بسپارند. کران شلات ۶۴ ساله که یک عمل پیوند کلیه مبتلا به هیپاتیت سی را انجام داده، می گوید: «برخی اوقات شما باید ریسک کنید» روند ریکاوری عمل قلب زمان می برد اما اکنون جیانجیولیو راحت تر تنفس می کند و می تواند برخی از فعالیت های فیزیکی را انجام دهد. او می گوید: «ترسی از این تصمیم گیری وجود نداشت. این کار می توانست جان مرا نجات بدهد و می تواند هر سال جان خیلی از افراد را نجات دهد.»

این چنین پیشرفت هایی در پزشکی، می تواند در آینده پیوند اعضا را از بدن افرادی که دارای بیماری های حاد اما قابل درمان هستند بسیار بیشتر کند و بنابراین میزان تلفات بر اثر منتظر ماندن در صف انتظار پیوند را تا حد زیادی کاهش دهد.



در آمریکا هر سال حدود هزار عدد از قلب های اهدایی کنار گذاشته می شوند چون آلوده به بیماری هستند که از طریق جریان خون به دیگر اعضای فردی که قلب را دریافت کرده سرایت می کند. اما این بیماری ها اکنون می توانند مداوا شوند.

تام جیانجیولیو ۵۸ ساله دو سال است که در فهرست انتظار ملی برای پیوند قلب قرار دارد. عضلات قلب او ضعیف شده اند و پزشکان گفته اند که باید یک قلب جدید به او پیوند زده شود. او هر روز امیدوار است که جزو ۲۰ نفری نباشد که روزانه در صف انتظار پیوند جان خود را از دست می دهند. او که برای شرکت «واتر فور» کار می کند، می گوید: «شما صبح از خواب بیدار می شوید و از خود می پرسید آیا تا شب که به رختخواب برمی گردم می توانم زنده بمانم. مثل این است که وارد یک تونل شوید اما در انتهای تونل نوری نبینید.»

در یکی از بیمارستان های فیلادلفیا به جیانجیولیو پیشنهاد عجیبی شد که در مورد یکی از آزمایش های پزشکی در زمینه پیوند قلب انجام می شد. به او گفته شد که می تواند یک قلب سالم و جوان داشته باشد اما ممکن است به ویروس هیپاتیت سی مبتلا شود.

در آمریکا هر سال حدود هزار عدد از قلب های اهدایی کنار گذاشته می شوند چون آلوده به بیماری هستند که از طریق جریان خون به دیگر اعضای فردی که قلب را دریافت کرده سرایت می کند. اما این بیماری ها اکنون می توانند مداوا شوند. در مورد هیپاتیت سی، در چند سال گذشته چندین داروی جدید و بسیار موثر در سطح فدرال مورد تایید قرار گرفته اند و در ۹۸ درصد مواقع توانسته اند این بیماری را مداوا کنند. راندالین مک لین، مدیر درمانی برنامه پیوند قلب بیمارستانی که جیانجیولیو به آن مراجعه کرده، می گوید: «مروزه هیپاتیت سی قابل درمان است و ما می توانیم از اعضای که مبتلا به این بیماری هستند استفاده کنیم و بابت افزایش مرگ و میر نیز نگرانی نداشته باشیم. این توانایی فرصتی برای ما فراهم کرده است تا ذخیره اهدای عضو خود را افزایش دهیم.»

به دلیل اینکه بسیاری از افراد به دلیل استفاده از مواد مخدر و مشروبات مخدرها جان خود را ناگهان از دست می دهند، بسیاری از قلب هایی که از این طریق به دست می آید، آلوده به ویروس هیپاتیت سی هستند که افراد معتاد به آن آلوده بوده اند. موارد آلودگی به هیپاتیت سی از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ نزدیک به سه برابر شده که اغلب ناشی از استفاده از سرنگ های آلوده در موقع استفاده از مواد مخدر بوده است. دکتر دیوید گلدبرگ، یکی از دو مدیر مرکز تحقیقات پزشکی و بیماری های مسری در دانشگاه پنسیلوانیا، می گوید: «جوان ها، برخلاف مردم سالم به دلیل آوردن مواد مخدر می میرند. بنابراین ظرفیت زیادی برای اهدای عضو آنان وجود دارد.»

قلب تنها عضوی نبوده است که توانسته از این روش برای افزایش شمار پیوندهایش استفاده کند. در سال ۲۰۱۶، مرکز پزشکی پن روی موارد پیوند کلیه به افراد با کلیه هایی که آلوده به هیپاتیت سی بوده اند کار کرده است. این آزمایش ها تا اندازه ای با حمایت مالی شرکت های داروسازی مثل «مِرک» انجام شده است. این شرکت یکی از تولیدکنندگان داروی جدید «زیپاتیر» برای مبتلایان به هیپاتیت سی است. افرادی که در این آزمایش ها شرکت دارند، بعد از عمل پیوند کلیه برای چند روز در بیمارستان می مانند تا ویروس در خون آنها ظاهر شود و سپس طی ۱۲ هفته شروع به استفاده از دوزهایی از داروی «زیپاتیر» می کنند. تاکنون کمتر از ۳۰ نفر از این طریق پیوند انجام داده و قلب دریافت کرده اند اما همه کسانی که دوره زمانی استفاده از دارو را طی کرده اند،

## [ آینده اقتصاد جهان ]

## اقتصاد منهای سیاست

## حذف محوریت امریکا در جهت گیری اقتصاد دنیا

تا انتهای دهه جاری میلادی، اقتصادهای صنعتی شاهد تقویت نرخ رشد اقتصادی خود خواهند بود. امریکا می تواند از فشارهای ناشی از رکود دهه گذشته خارج شود و اروپا هم بحران بدهی های دولتی را پشت سر خواهد گذاشت. بازگشت ثبات نسبی و آرامش به بازارهای مالی این دو منطقه را می توان مهم ترین دستاورد دهه جاری دانست.

چین هم که در سال های اخیر احتمال مواجهه با بحران های مالی و مشکلات ناشی از افت نرخ رشد اقتصادی را داشت، در ماه های جاری نشانه هایی از اصلاحات را به نمایش گذاشته است. اصلاحاتی که ریشه در سیاست های دولتی اخیر این کشور دارد و بعد از تلاش دولت برای تنزل نرخ رشد اقتصادی و حفظ آن در سطحی معقول ایجاد شد. مسئله ای که می تواند نویدبخش شرایط اقتصادی پایدار و سازنده در این کشور پهناور و پرجمعیت آسیایی باشد.

## بی ثباتی سیاسی کمتر شد

حال سؤال این است که چرا برآوردهای اقتصادی دنیا در ماه های اخیر تغییر کرده است؟ آیا تحولی مهم در اقتصاد دنیا اتفاق افتاد که گزارش ها و اخباری در مورد آن منتشر نشده است؟ آیا دنیا تحت تاثیر تزیق های سال های قبل، سیاست های اصلاحی دولتی فعلی یا پایان یافتن دوره های تنش سیاسی و مشخص شدن نتیجه انتخابات در کشورهای صنعتی اروپایی و امریکایی است؟

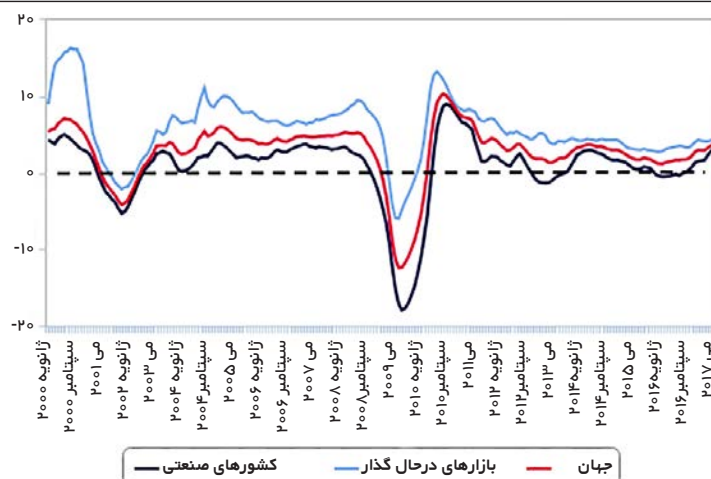
در سال ۲۰۱۶ برای اولین بار تاثیر بی ثباتی و شوک سیاسی روی فاکتورهای اقتصادی دنیا افزایش یافت. در سال ۲۰۱۷ این تاثیر به اوج خود رسید و دلیل آن هم حضور دونالد ترامپ در کاخ سفید به عنوان رئیس جمهوری کشور امریکا بود. او فردی است که نه تنها در زمینه سیاست تجربه ای ندارد، بلکه موفقیتش در فعالیتهای اقتصادی هم با تردیدهای زیادی روبه رو است. تجربه فعالیت او در کمتر از یک سال اخیر در کاخ سفید هم نشان دهنده سیاست های جنجالی و بحث برانگیزی است که می تواند ساختار اقتصادی و سیاسی دنیا را تحت تاثیر قرار دهد.

اما حال بعد از ۱۰ ماه از کار او در امریکا، بسیاری از تحلیل گران شدت تاثیر گذاری فاکتور سیاست روی اقتصاد را کمتر ارزیابی می کنند و معتقدند بخش زیادی از سیاست های پیشنهادی دولت تازه امریکا، اجرا نمی شود. بنابراین دلیل اصلی افزایش نرخ رشد اقتصادی برآورد شده در دنیا، کاهش بی ثباتی سیاسی در جهان است. در واقع برگزاری انتخابات در کشورهای اروپایی و امریکایی و مشخص شدن نتیجه انتخابات و سیاست های دولت های جدید موجب شد تا دنیا در وضعیت باثبات تری قرار بگیرد. هم اکنون دنیا می داند که رئیس جمهور امریکا چگونه تصمیم گیری می کند و سیاست هایش - چه درست و چه نادرست- را چگونه وضع و اجرا می کند. کشورهای صنعتی اروپایی هم دولت های تازه خود را معرفی کرده اند و این دولت ها دیدگاه های متعادل تری نسبت به دیدگاه های دولت تازه امریکا دارند که این مسئله می تواند از شدت

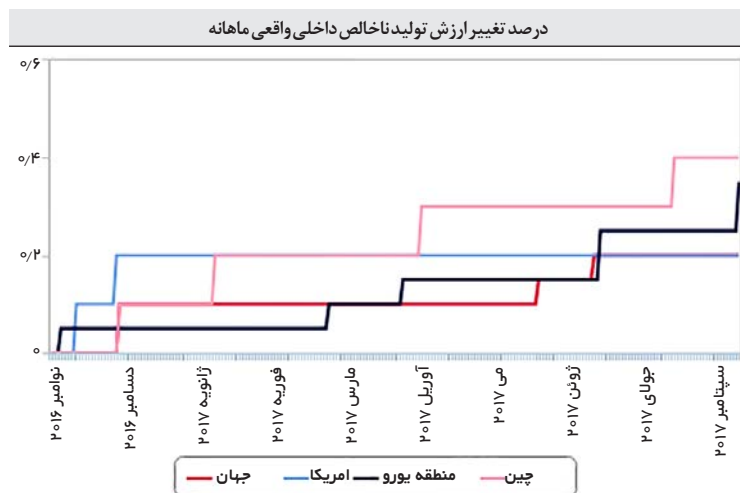
با گذشت ده سال از آغاز بحران اقتصادی، بالاخره اخبار خوشی در مورد روند رشد اقتصادی دنیا به گوش می رسد. اخباری که از افزایش نرخ رشد اقتصادی و تداوم این روند افزایشی در سال های آتی حکایت دارد. اخباری که نشان می دهد محوریت رشد اقتصادی دنیا تغییر کرده است و این بار بازارهای در حال رشد هستند که کنترل موتور رشد اقتصاد را در دست دارند و بازارهای صنعتی و توسعه یافته را از میدان خارج کرده اند. طبق آخرین برآورد انجام شده توسط موسسه بیزینس مانیتر، در سال ۲۰۱۷ میلادی ارزش تولید ناخالص داخلی دنیا با سرعت ۳.۱ درصد رشد می کند که ۰.۱ درصد بیشتر از برآوردهای قبلی است. این بالاترین نرخ رشد اقتصادی پیش بینی شده از سال ۲۰۱۱ تاکنون است دلیل آن هم پایان یافتن سال های سخت بحران و آغاز دوره رشد و ثبات است. انتظار می رود در فاصله سال های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۱ نرخ رشد اقتصادی دنیا با سرعت ۳ درصد در هر سال حرکت کند که رشد قابل قبولی است و می تواند در روند ایجاد ثروت در دنیا تاثیر گذار باشد.

بررسی آمارها و پیش بینی های اقتصادی نشان می دهد که اقتصاد در منطقه یورو و ژاپن در بهترین وضعیت طی نه سال اخیر قرار گرفته است. ارزیابی عملکرد اقتصادی دنیا هم حکایت از رسیدن نرخ رشد اقتصادی و صنعتی به بهترین وضعیت طی شش سال اخیر دارد که هردو خبر بسیار خوب است. زیرا این کشورهای صنعتی طی سال های اخیر دچار تنش ها و مشکلات زیادی بودند و تاثیر و نقش آنها در اقتصاد دنیا باعث شده بود تا این بحران ها را به دیگر کشورها صادر کنند. صادراتی که نه تنها برای کشورهای صادر کننده منفعتی ندارد، بلکه کشورهای دیگر را هم دچار شوک های بزرگ کرد.

تولید صنعتی در دنیا - درصد تغییر فصلی



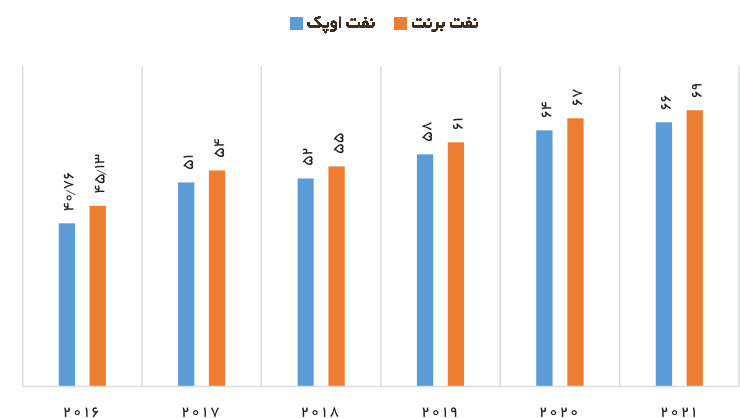
سال‌های سخت اقتصاد دنیا پایان یافته است. دیگر بانک‌های مرکزی سیاست‌های پولی سهل را در پیش نمی‌گیرند و دیگر نرخ بهره بانکی برای تقویت انگیزه برای وام‌گیری روند کاهشی طی نمی‌کند. دنیای امروز دنیای ثبات نسبی اوضاع اقتصادی و افزایش سرعت رشد است.



رشد اقتصادی در کشورهای صنعتی (درصد)

| نام کشور         | ۲۰۱۶ | ۲۰۱۷ | ۲۰۱۸ | ۲۰۱۹ |
|------------------|------|------|------|------|
| کشورهای صنعتی    | ۱.۶  | ۲.۱  | ۱.۸  | ۱.۸  |
| کشورهای گروه هفت | ۱.۴  | ۲    | ۱.۷  | ۱.۷  |
| اتحادیه اروپا    | ۱.۹  | ۲.۱  | ۱.۸  | ۱.۷  |
| اروپا            | ۱.۸  | ۲.۱  | ۱.۸  | ۱.۶  |
| استرالیا         | ۲.۵  | ۲.۱  | ۱.۸  | ۲.۲  |
| آلمان            | ۱.۹  | ۲    | ۱.۸  | ۱.۶  |
| ژاپن             | ۱    | ۱.۸  | ۰.۵  | ۰.۴  |
| بریتانیا         | ۱.۸  | ۱.۵  | ۱.۳  | ۱.۴  |
| آمریکا           | ۱.۵  | ۲.۱  | ۲.۱  | ۲    |

پیش‌بینی قیمت نفت (دلار)



ندارد زیرا ترامپ به عنوان فردی که تجربه‌ای در دنیای سیاست ندارد و هیچ ارزیابی‌ای در مورد عملکرد او در عرصه سیاسی و تصمیم‌گیری‌های او وجود ندارد، به عنوان رئیس‌جمهور وارد کاخ سفید شد. مرکز مطالعاتی بلومبرگ متوسط تغییر نرخ رشد اقتصادی آمریکا تا سال ۲۰۱۸ را برابر

فشارهای دولت آمریکا روی فضای سیاسی و اقتصادی دنیا بکاهد. به همین دلیل سطح بی‌ثباتی سیاسی در جهان تنزل یافته است.

## رشد شاخص‌های کلیدی در سال ۲۰۱۷

از ابتدای سال جاری تاکنون شاخص‌های کلیدی اقتصادی در دنیا رشد کرده است. این رشد نه تنها در کشورهای صنعتی بلکه در بازارهای در حال گذار هم مشاهده شد و زمینه را برای اصلاح وضعیت اقتصادی فراهم کرد. انتظار می‌رود رشد شاخص‌های کلیدی اقتصادی تا فصل آخر سال ۲۰۱۷ ادامه داشته باشد و اقتصاد دنیا هم تحت تاثیر رشد فعالیت‌های صنعتی، ارتقای ارزش بازار سهام در بازارهای در حال گذار و توسعه زیرساخت‌های مالی و خارج شدن اقتصادهای صنعتی از رکود قرار بگیرد. آمارهای منتشر شده توسط بلومبرگ نشان می‌دهد در فاصله سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ نرخ رشد شاخص تولیدات صنعتی در دنیا منفی بود. البته تا اواسط سال ۲۰۰۹ این روند کاهشی و در فاصله سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰ افزایشی بود که حاصل آن رسیدن سرعت رشد تولیدات صنعتی به مرز صفر درصد در سپتامبر سال ۲۰۱۰ بود. از آن سال تاکنون شاهد نوسانات زیادی در ارزش تولیدات صنعتی بودیم که دلیل این نوسانات را می‌توان در ایجاد بحران بدهی‌های دولتی در اروپا، تصمیم مردم بریتانیا به خروج از اتحادیه اروپا و در نهایت بحران در اقتصاد ژاپن مشاهده کرد. ولی با تعدیل شدن تاثیر تمامی این عوامل تنش‌زا و انتظار افزایش سرعت رشد اقتصادی دنیا از سال ۲۰۱۶ تاکنون سرعت رشد تولیدات صنعتی هم در جهان افزایش یافت. پیش‌بینی‌ها از رسیدن سرعت رشد تولیدات صنعتی به مرز ۵ درصد در انتهای سال جاری خبر می‌دهد. در این زمان متوسط سرعت رشد تولیدات صنعتی در کشورهای صنعتی برابر با ۴ درصد و در بازارهای در حال گذار برابر با ۶.۵ درصد خواهد بود و این دو دسته از کشورها هم‌زمان توسعه فعالیت‌های صنعتی و افزایش حجم تولید محصولات صنعتی را تجربه خواهند کرد.

## اقتصاد دنیا دیگر امریکامحور نیست

بررسی شاخص‌های صنعتی و اقتصادی تهیه شده توسط مرکز تحقیقات بیزینس مانیتر نشان می‌دهد بازارهای در حال گذار در سال جاری و سال‌های آتی عملکرد بسیار خوبی خواهند داشت. همچنین، با وجود اینکه انتظار می‌رفت آمریکا محور رشد اقتصادی دنیا و عامل افزایش زیرساخت‌های توسعه در جهان باشد، ولی محوریت رشد اقتصادی در دنیا از آمریکا خارج شده است و بازارهای در حال گذار درصدد تبدیل شدن به موتورهای تازه‌ای برای تقویت سرعت رشد اقتصادی جهان هستند.

در ابتدای سال ۲۰۱۷ انتظار می‌رفت آمریکا بتواند تاثیر چشم‌گیری روی افزایش سرعت رشد اقتصادی دنیا داشته باشد زیرا صحبت از اصلاحات اقتصادی در این کشور و ارائه انگیزه‌های مالی مختلف به بخش‌های مختلف صنعتی در این کشور بود. اما از آن زمان تاکنون، تحولات اقتصادی مثبتی در اروپا و چین اتفاق افتاده است و این دو منطقه توانستند افزایش سرعت رشد اقتصادی را تجربه کنند. اروپا بحران بدهی را به طور کامل پشت سر گذاشت و حتی شوک خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا هم نتوانست مانع از رشد اقتصادی این منطقه شود. چین هم با سیاست‌هایی که در پیش گرفت توانست نرخ رشد اقتصادی خود را به سطحی پایدار بازگرداند و زمینه را برای تداوم رشد اقتصادی در همین سطح کنونی فراهم کند.

بررسی آمارها نشان می‌دهد بعد از انتخابات دسامبر سال ۲۰۱۶ در آمریکا، انتظار افزایش نرخ رشد اقتصادی در این کشور تا سال ۲۰۱۸ وجود

دارد که به بزرگ‌ترین و تاثیرگذارترین اقتصاد دنیا در سال ۲۰۱۸ تبدیل شود و حتی گمانه‌زنی‌هایی در مورد تبدیل شدن این کشور به بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا وجود دارد. گمانه‌زنی‌هایی که به نظر می‌رسد تا تحقق آن راه درازی در پیش نباشد.

### عملکرد اقتصادی کشورهای صنعتی

نرخ رشد اقتصادی کشورهای صنعتی در سال‌های آتی افزایش خواهد یافت. انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۷ نرخ رشد اقتصادی این کشورها به مرز ۱٫۲ درصد برسد و در سال‌های پیش رو در مرز ۱٫۸ درصد قرار بگیرد. نرخ رشد فصلی اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته هم سیر افزایشی به خود گرفته است و همین مسئله سبب شد تا هزینه‌های مصرفی خانوارها هم رشد کنند. پیش‌بینی می‌شود در سال جاری هزینه‌های مصرفی خصوصی در آمریکا با سرعت ۲٫۷ درصد نسبت به سال قبل رشد کند در حالی که در نیمه اول سال جاری نرخ رشد هزینه‌های مصرفی خصوصی در آمریکا برابر با ۲٫۵ درصد پیش‌بینی شده بود. در سال ۲۰۱۸، هزینه‌های مصرفی بخش خصوصی در آمریکا با سرعت ۲٫۱ درصد افزایش خواهد یافت که یک دلیل مهم آن طوفان‌های اخیر آمریکا و تاثیر آنها روی اقتصاد خانوارهای آمریکایی است. البته شمار زیادی از تحلیل‌گران اقتصادی بر این باورند که ارزیابی دقیق تاثیر این بحران‌ها روی اقتصاد آمریکا در شرایط فعلی امکان‌پذیر نیست ولی با توجه به بزرگی دو طوفان اخیر و شدت بالای تاثیرگذاری آنها، افت توان مصرفی خانوارها و کاهش هزینه‌های مصرفی خصوصی اولین تاثیر آن خواهد بود.

رشد تقاضا و مصرف در کشور سوئد باعث شد تا هزینه‌های مصرفی خصوصی در سال جاری ۲٫۲ درصد و سرمایه‌گذاری ثابت ۶٫۴ درصد رشد کند. در نتیجه تولید ناخالص داخلی در فصل دوم سال جاری ۳٫۱ درصد افزایش یافت و متوسط رشد تولید ناخالص داخلی در سال جاری را به مرز ۳ درصد رسانید. این در حالی است که پیش‌تر متوسط رشد تولید ناخالص داخلی در این کشور برابر با ۲٫۴ درصد پیش‌بینی شده بود. در پایان باید به این نکته توجه کرد که اقتصادهای صنعتی توانستند از موج بحران‌های مالی و اقتصادی رها شوند و با وجود اینکه احتمال نوسان در نرخ رشد اقتصادی این کشورها وجود دارد، باز هم اروپا در شرایط مطلوبی به سر خواهد برد.

### عملکرد اقتصادی بازارهای در حال گذار

بازسازی اقتصادی کشورهای در حال توسعه و بازارهای در حال گذار ادامه دارد که دلیل آن رشد تقاضا در بازارهای صنعتی و توسعه‌یافته و ثبات نسبی نرخ ارز و قیمت کالاهای اساسی تا انتهای دهه جاری میلادی است. این ثبات ریشه در ثبات نسبی سیاست‌های اقتصادی دنیا دارد. از طرف دیگر انتظار نمی‌رود رئیس‌جمهوری آمریکا که تهدید به خروج از توافق هسته‌ای ایران و کشورهای صنعتی کرده است، بتواند در این مسیر موفقیتی به دست آورد و دنیا را با خود همراه کند. بنابراین هر سیاستی در این زمینه در پیش بگیرد روی بازار نفت و تعاملات اقتصادی ایران با دنیا تاثیرگذار نخواهد بود و قیمت نفت تحت تاثیر این مسئله قرار نمی‌گیرد. پیش‌بینی می‌شود در سال جاری سرعت رشد تولید ناخالص داخلی در دنیا به مرز ۴٫۵ درصد برسد و ۰٫۴ درصد بیش از سال قبل خواهد بود. اما این رشد متوقف نخواهد شد و در سال ۲۰۱۸ شاهد رسیدن سرعت رشد اقتصادی به مرز ۴٫۷ درصد خواهیم بود. باید در نظر داشت که قیمت پایین کالاهای اساسی از قبیل نفت و فلزات اساسی در سال جاری و انتظار باقی ماندن قیمت‌ها در همین سطح

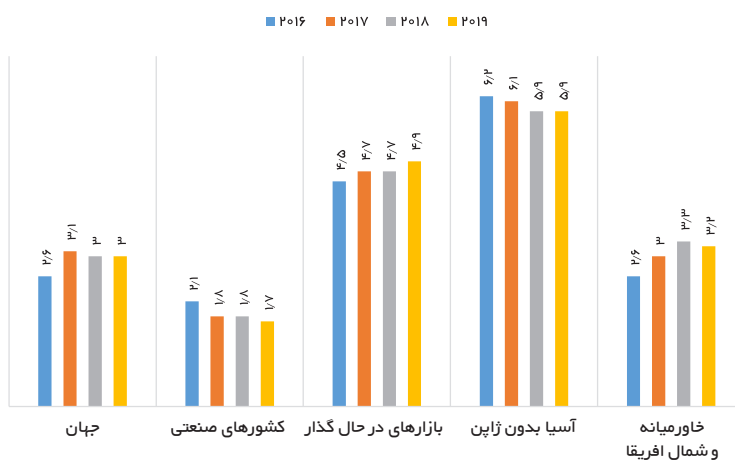
با ۰٫۲۱ درصد در هر ماه اعلام کرد که نسبت به سال ۲۰۱۶ بدون تغییر است. این ثبات ناشی از عدم تاثیرگذاری سیاست‌های دولت روی شاخص‌های اقتصادی امریکا است.

در حالی که متوسط تغییر نرخ رشد اقتصادی اروپا بعد از تجربه افزایش پلکانی از نزدیک ۰٫۰۵ درصد در ماه‌های پایانی سال ۲۰۱۶ به مرز ۰٫۳۷ درصد در ماه جاری میلادی رسید، انتظار می‌رود با تداوم این روند افزایشی تا سال ۲۰۱۸، متوسط تغییر نرخ رشد اقتصادی در این منطقه از مرز ۰٫۵ درصد در ماه بگذرد. به این معنا که اروپا با سرعت بیشتری اصلاح شده است و اقتصاد امروزش زیرساخت‌های قوی‌تری دارد. سرعت رشد این شاخص در چین بیش از منطقه یورو بود و در انتهای سال ۲۰۱۷ از مرز ۰٫۴ درصد در هر ماه گذشت. چین این پتانسیل را

| نرخ بهره (درصد) |      |      |      |      |      |               |
|-----------------|------|------|------|------|------|---------------|
| ۲۰۲۱            | ۲۰۲۰ | ۲۰۱۹ | ۲۰۱۸ | ۲۰۱۷ | ۲۰۱۶ |               |
| ۲               | ۲    | ۲    | ۱٫۵  | ۱    | ۰٫۵  | امریکا        |
| ۰٫۷۵            | ۰٫۲۵ | ۰    | ۰    | ۰    | ۰    | اتحادیه اروپا |
| ۰٫۵             | ۰٫۲۵ | ۰    | -۰٫۱ | -۰٫۱ | -۰٫۱ | ژاپن          |

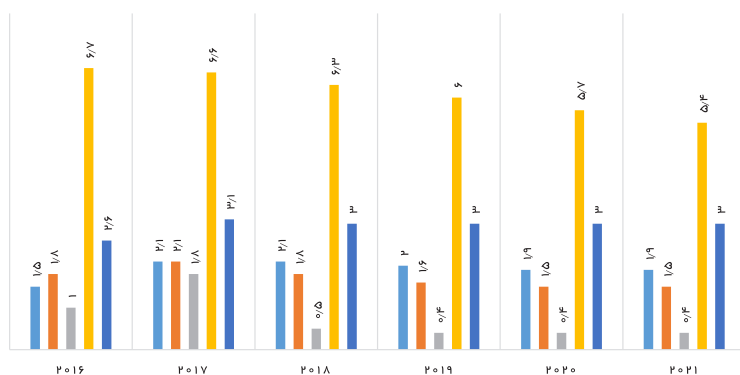
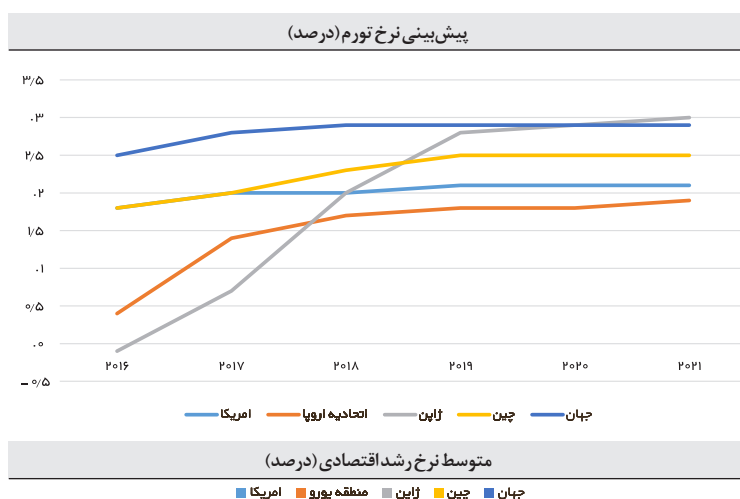
| نرخ رشد اقتصادی بازارهای در حال گذار (درصد) |      |      |      |                      |
|---------------------------------------------|------|------|------|----------------------|
| ۲۰۱۹                                        | ۲۰۱۸ | ۲۰۱۷ | ۲۰۱۶ |                      |
| ۴٫۷                                         | ۴٫۷  | ۴٫۵  | ۴٫۱  | بازارهای در حال گذار |
| ۲٫۵                                         | ۲٫۳  | ۱٫۵  | -۰٫۵ | امریکای لاتین        |
| ۲٫۷                                         | ۲٫۴  | ۲٫۱  | ۲٫۴  | خاورمیانه            |
| ۵٫۹                                         | ۶٫۱  | ۶٫۲  | ۶٫۳  | در حال گذار در آسیا  |
| ۲٫۷                                         | ۲٫۸  | ۳    | ۱٫۷  | در حال گذار در اروپا |
| ۲                                           | ۱٫۶  | ۰    | ۱٫۷  | عربستان              |
| ۳٫۴                                         | ۲٫۹  | ۲٫۲  | ۳    | امارات               |
| ۶٫۱                                         | ۶٫۳  | ۶٫۳  | ۶٫۸  | مالزی                |
| ۲٫۹                                         | ۳٫۳  | ۴٫۳  | ۲٫۹  | ترکیه                |
| ۱٫۷                                         | ۱٫۶  | ۱٫۵  | -۰٫۲ | روسیه                |

پیش‌بینی نرخ رشد اقتصادی منطقه‌ها (درصد)



بعد از انتخابات دسامبر سال ۲۰۱۶ در آمریکا، انتظار افزایش نرخ رشد اقتصادی در این کشور تا سال ۲۰۱۸ نمی‌رود زیرا ترامپ به عنوان فردی که تجربه‌ای در دنیای سیاست ندارد و هیچ ارزیابی‌ای در مورد عملکرد او در عرصه سیاسی و تصمیم‌گیری‌های او وجود ندارد به عنوان رئیس‌جمهور وارد کاخ سفید شد.

ژاپن تنها کشوری در دنیا بود که در سال گذشته نرخ بهره بانکی منفی را در کشور اجرا می‌کرد. در سال جاری متوسط نرخ بهره بانکی در آمریکا به مرز یک درصد رسید ولی در اتحادیه اروپا و ژاپن در همان سطح قبلی باقی ماند و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۸ هم در همین سطح باقی بماند. ولی مسئولان اقتصادی آمریکا ثبات نرخ بهره در سطح پیشین را نادرست می‌دانند و در نظر دارند میزان نرخ بهره را به ۱.۵ درصد و در سال ۲۰۲۰ به مرز ۲ درصد برسانند. در سال ۲۰۲۰ نرخ بهره بانکی در اتحادیه اروپا ۰.۲۵ درصد و در ژاپن هم ۰.۲۵ درصد خواهد بود. در سال ۲۰۲۱ نرخ تورم در آمریکا ۲.۱ درصد، در اتحادیه اروپا ۱.۹ درصد و در ژاپن برابر با ۳ درصد خواهد بود. ■



| متوسط نرخ برابری ارز |      |       |       |      |        |                    |
|----------------------|------|-------|-------|------|--------|--------------------|
| ۲۰۲۱                 | ۲۰۲۰ | ۲۰۱۹  | ۲۰۱۸  | ۲۰۱۷ | ۲۰۱۶   |                    |
| ۱.۱۷                 | ۱.۱۷ | ۱.۱۵  | ۱.۱۰  | ۱.۱۳ | ۱.۱۱   | دلار به یورو       |
| ۱۲۳                  | ۱۲۲  | ۱۲۱   | ۱۱۷   | ۱۱۲  | ۱۰۸.۸۱ | ین به دلار         |
| ۶.۹۱                 | ۶.۸۵ | ۶.۷۹  | ۶.۷۴  | ۶.۸۱ | ۶.۶۵   | یوان به دلار       |
| ۶۳.۸                 | ۶۴   | ۶۱.۹۰ | ۶۰.۳۹ | ۵۸.۹ | ۶۷     | روبل روسیه به دلار |
| ۳.۹۷                 | ۳.۸  | ۳.۷۵  | ۳.۵   | ۳.۴۶ | ۳.۰۲   | لیر ترکیه به دلار  |
| ۶۵.۷                 | ۶۵   | ۶۶.۹۹ | ۶۶.۳۳ | ۶۶   | ۶۷.۱۹  | روپیه هند به دلار  |

تا انتهای سال آینده، باعث شد تا اقتصادهای وابسته به آنها - از قبیل اقتصادهای نفتی - رشد بالایی اقتصادی را تجربه نکنند. در سال جاری متوسط نرخ رشد اقتصادی برزیل برابر با ۰.۳ درصد و متوسط نرخ رشد اقتصادی نیجریه برابر با ۰.۶ درصد پیش‌بینی شده است. انتظار می‌رود در سال جاری متوسط نرخ رشد اقتصادی کشورهای وابسته به کالاهای اساسی به ۱.۵ درصد برسد و در سال بعد از مرز ۲.۵ درصد بگذرد. این در حالی است که پیش‌تر متوسط نرخ رشد اقتصادی این کشورها در سال جاری و سال بعد به ترتیب برابر با ۱.۸ درصد و ۲.۹ درصد پیش‌بینی شده بود. به هر حال اقتصاد دنیا در حال تجربه سال‌های متفاوتی است. سال‌هایی که دیگر آمریکا تأثیر چندانی در تسریع رشد اقتصادی ندارد و این اروپا و آسیا هستند که می‌توانند موتور محرک اقتصاد باشند. در این سال‌ها دنیا چشم به سیاست‌هایی دوخته است که می‌تواند تحولاتی کوچک ولی پایدار ایجاد کند نه سیاست‌هایی که جهان را به سمت و سوی شوک‌های بزرگ هدایت کند؛ دنیایی پایدارتر و باتبات‌تر از قبل که زندگی مرفه‌تری برای ساکنانش فراهم می‌کند.

#### پایان دوره بحرانی اقتصادی نزدیک است

این مجموعه از تحولات مثبت اقتصادی نشان می‌دهد که دیگر سال‌های سخت اقتصاد دنیا پایان یافته است. دیگر بانک‌های مرکزی سیاست‌های پولی سهل را در پیش نمی‌گیرند و دیگر نرخ بهره بانکی برای تقویت انگیزه برای وام‌گیری روند کاهشی طی نمی‌کند. دنیای امروز دنیای ثبات نسبی اوضاع اقتصادی و افزایش سرعت رشد است.

طبق مطالعات انجام‌شده در ماه سپتامبر سال جاری، اغلب بانک‌های مرکزی در کشورهای صنعتی و بازارهای در حال گذار سیاست تسهیل شرایط پولی و مالی را پایان داده‌اند یا در حال آماده‌سازی شرایط برای این کار هستند. در اغلب این کشورها، افزایش نرخ بهره بانکی و افزایش محدودیت در اعطای وام‌های صنعتی و تولیدی در دستور کار قرار گرفته است و دیگر تزریق به اقتصاد معنایی ندارد. البته نمی‌توان گفت که سرعت افزایش نرخ بهره بانکی در تمامی بازارهای صنعتی مشابه است. مثلاً در بریتانیا به دلیل شرایط تازه‌ای که ایجاد شده است، امکان افزایش سریع نرخ بهره بانکی وجود ندارد ولی در کشورهای عضو اتحادیه اروپا سرعت افزایش نرخ بهره بالاتر خواهد بود. با توجه به عملکرد بازارهای مالی و صنعتی اتحادیه اروپا، از ابتدای سال ۲۰۱۸ روند افزایش نرخ بهره شروع و تزریق به اقتصاد به تدریج متوقف خواهد شد؛ مسئله‌ای که روی تصمیم‌های سرمایه‌گذاران در این منطقه، میزان تولید و سطح رشد فعالیت‌های صنعتی تأثیر بسزایی خواهد داشت.

اما وضعیت در آمریکا چگونه خواهد بود؟ همان‌طور که می‌دانیم در سال‌های بحران اقتصادی نرخ بهره بانکی در آمریکا به پایین‌ترین سطح در تاریخ رسید و بالغ بر سه سال در همین سطح باقی ماند. از سال گذشته بانک مرکزی روند افزایش تدریجی نرخ بهره بانکی را آغاز کرد که دولت تازه آمریکا مخالفت‌های زیادی با این سیاست کرد. حال که رئیس‌فدرال رزرو آمریکا در حال تغییر است، ممکن است سرعت افزایش نرخ بهره بانکی در آمریکا کاهش پیدا کند ولی بدون شک این سیاست در کشور اجرا خواهد شد زیرا اقتصاد آمریکا دیگر توان ادامه کار با نرخ بهره نزدیک به صفر درصد را نخواهد داشت.

در مورد اینکه نرخ دقیق نرخ بهره بانکی در کشورهای مختلف به چه سطحی می‌رسد، مطالعات زیادی انجام شده است. طبق مطالعات بی‌زینس مائیتور در سال گذشته نرخ بهره بانکی در آمریکا برابر با ۰.۵ درصد، در اروپا برابر با صفر درصد و در ژاپن برابر با منفی ۰.۱ درصد بود.

## [ آینده انرژی ]

## جهت گیری تازه در بازار انرژی

## سهام انرژی های احیاشدنی در تولید برق دنیا به یک چهارم رسید

مونا مشهدی رجبی

دبیر بخش آینده پژوهی

منبع مرکز بین المللی

مطالعات انرژی های پاک

چرا باید خواند:

دنیا در حال تغییر است

و نوع انرژی مصرفی

دنیا هم به سرعت تغییر

می کند. استفاده از

انرژی های احیاشدنی

در تولید برق می تواند

تجولی بزرگ در صنعت

ایجاد کند و به همین

دلیل مطالعه عملکرد

دنیا در این زمینه

اهمیت زیادی دارد.

تحولات سال ۲۰۱۶ میلادی تأثیرات زیادی روی بازار انرژی های احیاشدنی در دنیا داشت ولی نتوانست مانع از رشد تقاضا در این بازار و کاهش سرمایه گذاری شود. از جمله این تحولات می توان به تداوم قیمت پایین نفت در بازار جهانی، کاهش قیمت تکنولوژی های مورد استفاده در صنعت انرژی های احیاشدنی از جمله پیل های خورشیدی و تجهیزات مورد استفاده برای تولید انرژی باد و افزایش توجه به مسئله نگهداری انرژی برای استفاده در ساعت و روزهای بعد از تولید اشاره کرد. کاهش قیمت نفت و گاز طبیعی در بازار جهانی باعث شد تا سرمایه گذاری در منابع احیاشدنی دیگر صرفه اقتصادی قبلی را نداشته باشد. در این زمان متوسط هزینه های که برای تأمین سوخت های فسیلی باید صرف می شد کاهش چشم گیری پیدا کرد و می توان از این عامل به عنوان عامل بازدارنده نام برد. اما کاهش قیمت تکنولوژی استفاده شده در صنعت تولید انرژی های احیاشدنی هم نقش محرک در این بازار داشت. در واقع هزینه تولید منابع احیاشدنی را تنزل داد و به همین دلیل انگیزه بیشتری برای سرمایه گذاری در این بازار ایجاد کرد. اما این پایان ماجرا نبود. افزایش توجه دنیا به مسائل زیست محیطی و نگرانی در مورد تبعات انتشار گازهای آلاینده موجب شد تا استفاده از منابع احیاشدنی اهمیت بیشتری پیدا کند.

به گزارش مرکز بین المللی مطالعات انرژی های احیاشدنی، از سال ۲۰۱۱ تاکنون تقاضای انرژی در دنیا با سرعت ۱۸ درصد در هر سال رشد کرد. البته سرعت رشد در کشورهای در حال توسعه بسیار بیشتر از این نرخ و در کشورهای صنعتی و توسعه یافته بسیار پایین تر از این نرخ بود. یک دلیل مهم را می توان تلاش کشورهای در حال توسعه برای کاهش انتشار گازهای آلاینده و ضعف های زیرساختی موجود در این کشورها در بخش استفاده از منابع احیاشدنی دانست. در کشورهای صنعتی پیش از این هم توجه به مسائل زیست محیطی زمینه را برای استفاده از منابع احیاشدنی فراهم کرده بود.

یک دلیل مهم برای استفاده از منابع احیاشدنی، کاهش انتشار گاز دی اکسید کربن و گازهای آلاینده دیگر است. این گازهای آلاینده سلامت و بقای ساکنان زمین را تحت تأثیر قرار داده اند و به همین دلیل کنترل آنها برای جهانیان اهمیت زیادی دارد. در نتیجه انتشار این گازهای آلاینده، دمای زمین افزایش یافته است و خشک سالی در بخشی از دنیا و سیل و بارندگی های مرگبار در بخش های دیگر دنیا به وجود آمده است. به همین دلیل است که کنترل آلودگی های منتشر شده در هوا و کاهش استفاده از

منابع فسیلی اهمیت بسیار زیادی دارد.

طبق گزارش منتشر شده توسط مرکز بین المللی مطالعات انرژی های پاک، در سال ۲۰۱۶ برای سومین سال متوالی انتشار گاز دی اکسید کربن از سوخت های فسیلی و صنایع مصرف کننده سوخت های فسیلی رشد محسوسی نداشت. این در حالی است که در دهه اول قرن بیست و یکم متوسط سرعت رشد انتشار گاز دی اکسید کربن برابر با ۲.۲ درصد در هر سال بود. دلیل اصلی کاهش انتشار گازهای آلاینده، کاهش استفاده از زغال سنگ به عنوان منبع انرژی و افزایش تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی بود.

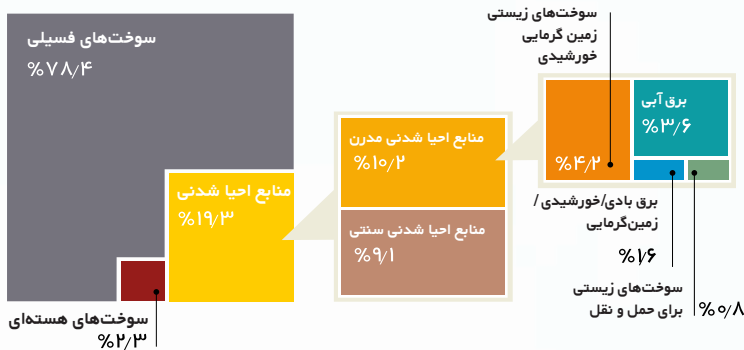
آمارها نشان می دهد در سال ۲۰۱۶ برای دومین سال متوالی تولید زغال سنگ در دنیا کاهش یافت و مصرف آن هم سیر نزولی به خود گرفت. کاهش مصرف در کشورهای در حال توسعه به خصوص در چین بسیار محسوس بود. این کشور نیروگاه های زغال سنگی را با نیروگاه های فعال با انرژی های احیاشدنی جایگزین کرد تا مانع از انتشار گازهای آلاینده شود. اما افت تولید و مصرف زغال سنگ در دنیا هم زمان شد با قیمت پایین نفت و گاز طبیعی که زمینه را برای افزایش استفاده از این منابع فراهم کرده است به همین دلیل سیاست کاهش تولید و مصرف زغال سنگ آن طور که انتظار می رفت بازار را تحت تأثیر قرار نداد.

در این سال ها استفاده از سوخت های فسیلی در بخش گرمایشی و حمل و نقل دنیا رشد کرده است زیرا سرمایه گذاری در انرژی های احیاشدنی در شرایطی که قیمت نفت پایین بود و انتظاری برای افزایش قیمت این منبع انرژی وجود ندارد، صرفه اقتصادی نداشت. از طرف دیگر هنوز هم در شمار زیادی از کشورهای دنیا یارانه های تخصیص داده شده به منابع احیاشدنی انرژی کمتر از یارانه های نفت و گاز است و مردم انگیزه اقتصادی بیشتری برای استفاده از انرژی های فسیلی دارند.

باید در نظر داشت، تعداد زیادی از کشورهای دنیا از سال ۲۰۱۶ سیاست های لازم برای کاهش یارانه های انرژی های فسیلی را اجرا کردند که ایران هم یکی از این کشورها بود. ایران در این زمینه موفقیت زیادی به دست آورد و توانست قیمت منابع انرژی فسیلی و فرآورده های آن را به قیمت جهانی نزدیک کند ولی هنوز تا کاهش وابستگی اقتصادی به انرژی فسیلی راه درازی در پیش دارد. ایران و کشورهای خاورمیانه، دارای اقتصادی وابسته به نفت هستند و یارانه های حوزه انرژی در این کشورها بسیار زیاد است. از طرف دیگر این کشورها به دلیل دارا بودن منابع فسیلی

در سال گذشته ۴۷ درصد از ظرفیت تولید برق اضافه‌شده به کل توان برق تولیدی دنیا را برق خورشیدی تشکیل می‌داد و انرژی بادی و آبی به ترتیب ۳۴ درصد و ۱۵.۵ درصد از ظرفیت برق اضافه‌شده را به خود اختصاص دادند. البته هنوز هم سهم برق تولیدشده با استفاده از انرژی آب بیش از برق تولیدشده با دیگر منابع پاک است ولی سرمایه‌گذاری روی افزایش توان تولید برق خورشیدی بیش از دیگر منابع است.

سهم انرژی‌های احیاشدنی به کل مصرف انرژی در سال ۲۰۱۵



اروپا یکی از  
قاره‌های پیشگام  
در تولید برق با  
انرژی‌های پاک  
است. در سال  
گذشته ۸۶ درصد  
از ظرفیت‌های  
جدید تولید برق  
در این منطقه در  
نیروگاه‌های بادی  
و خورشیدی ایجاد  
شد

حال سؤال اینجاست که کدام کشورها بیشترین رشد تولید برق با منابع احیاشدنی را تجربه کردند و در کدام کشورها بیشترین سرمایه‌گذاری در این زمینه انجام شده است؟

طبق مطالعات انجام‌شده توسط مرکز بین‌المللی انرژی‌های پاک، ظرفیت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی در کشورهای در حال توسعه بیش از کشورهای صنعتی رشد کرد و چین هم در این عرصه پیشگام بود. یک دلیل مهم در این زمینه را می‌توان اشباع نسبی بازار انرژی‌های احیاشدنی در کشورهای صنعتی و سرمایه‌گذاری مداوم و پیوسته در این کشورها از ابتدای قرن بیست و یکم تاکنون دانست.

طی شش سال گذشته چین بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار در بخش انرژی‌های احیاشدنی و تولید برق با استفاده از این منابع بود اما علاوه بر چین کشورهای هند و مکزیک و شیلی هم به عنوان کشورهایی که بیشترین رشد در تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی را تجربه کردند، معرفی شدند. مسئله اینجاست که جهانیان بیش از سرمایه‌گذاری در استفاده از منابع احیاشدنی در صنایعی از قبیل حمل و نقل و غیره در بخش تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی سرمایه‌گذاری کردند. در نتیجه موفق شدند تا کارایی مصرف انرژی در این بخش را افزایش دهند و هزینه تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی را تقلیل دهند. از طرف دیگر برای ایجاد امکان ذخیره‌سازی و نگهداری برق تولیدی با این روش هم مطالعات زیادی انجام دادند و حال باتری‌هایی را روانه بازار کرده‌اند که قدرت ذخیره‌سازی انرژی تامین‌شده از طریق منابع احیاشدنی را دارد. اما این پایان راه نیست.

سرمایه‌گذاری روی خودروهای الکتریکی و خودروهای فعال با انرژی حاصل از منابع احیاشدنی به خصوص انرژی خورشید گام بعدی است. استفاده از این خودروها می‌تواند باعث ارتقای کیفی هوا شود و مصرف انرژی فسیلی را تقلیل دهد. در سال‌های اخیر خودروهای الکتریکی توسط

ارزان‌قیمت، سرمایه‌گذاری کمی در تولید انرژی‌های پاک انجام داده‌اند و نمی‌توان انتظار داشت در آینده نزدیک در این کشورها منابع احیاشدنی جایگزین منابع فسیلی شود.

### سهم انرژی‌های احیاشدنی در کل مصرف دنیا

تا سال ۲۰۱۵، انرژی‌های احیاشدنی تنها ۱۹.۳ درصد از کل مصرف انرژی دنیا را به خود اختصاص داده بودند. در میان منابع احیاشدنی، سوخت‌های زیستی و گیاهی که برای تامین گرما و پخت و پز در مناطق روستایی و در کشورهای در حال توسعه به کار می‌رفتند ۹.۱ درصد از کل مصرف انرژی‌های احیاشدنی را به خود اختصاص داده بودند و ۱۰.۲ درصد از مصرف انرژی در این منطقه به انرژی‌های احیاشدنی مدرن اختصاص داشت. سهم انرژی برق آبی ۳.۶ درصد از کل انرژی مصرفی در دنیا بود و دیگر منابع انرژی احیاشدنی که برای تولید برق به کار می‌رفتند ۱.۶ درصد از کل انرژی مصرفی دنیا را به خود اختصاص دادند. استفاده از منابع احیاشدنی برای تولید گرما ۴.۲ درصد و استفاده از سوخت‌های زیستی و گیاهی برای حمل و نقل ۰.۸ درصد از کل مصرف انرژی‌های احیاشدنی را به خود اختصاص داده بودند.

نکته مهم این است که در ده سال اخیر سهم منابع انرژی احیاشدنی در کل انرژی مصرفی در این کشورها تغییر محسوسی نداشته است، در حالی که سرعت رشد تولید و مصرف منابع احیاشدنی بسیار بالا بود. دلیل این مسئله را می‌توان در بالا بودن سرعت رشد مصرف انرژی در دنیا مشاهده کرد. در واقع سرعت بالای رشد تولید انرژی‌های احیاشدنی متناسب با سرعت رشد تقاضا برای انرژی در دنیا است و به همین دلیل سهم انرژی‌های احیاشدنی در طول زمان ثابت مانده است.

### صنعت برق، پیشگام استفاده از انرژی‌های احیاشدنی

در سال ۲۰۱۶ ظرفیت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی در دنیا با سرعت بالایی رشد کرد. در سال‌های اخیر بیشترین رشد در بخش تولید برق خورشیدی مشاهده شد زیرا سرمایه‌گذاری‌های زیادی در این بخش انجام شد و نتیجه مثبتی هم از این سرمایه‌گذاری‌ها حاصل شد. در سال‌های اخیر پنل‌های خورشیدی نه تنها برای تولید برق در نیروگاه‌ها استفاده شد بلکه در بسیاری از خانه‌ها و مزارع کوچک هم از این پنل‌ها برای تولید برق استفاده شد. خودروهای خورشیدی هم از تکنولوژی‌های مدرنی هستند که با استفاده از پنل‌های خورشیدی کار می‌کنند و توسعه آنها می‌تواند به معنای افزایش تولید و مصرف انرژی خورشیدی در دنیا باشد. اما تولید برق بادی و برق آبی هم با تجربه رشد ۲۰.۱ درصدی و ۱.۷ درصدی در رده بعدی در صنعت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی قرار دارند. این در حالی است که به دلیل قیمت پایین نفت و گاز طبیعی در بازار، سرعت رشد مصرف انرژی‌های احیاشدنی در بخش تولید گرما و حمل و نقل بسیار پایین بود و تنها سرمایه‌گذاری در تولید برق با استفاده از این منابع پاک با استقبال زیادی روبه‌رو بود.

در دنیا رشد کرده است.

### تولید یک چهارم برق دنیا با انرژی های احیاشدنی

در سال ۲۰۱۶، استفاده از منابع احیاشدنی برای تولید برق در دنیا رکورد تازه ای را ثبت کرد. در این سال ۱۶۱ گیگاوات از ظرفیت تولید برق اضافه شده در دنیا را تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی تشکیل می داد. در این سال ظرفیت تولید برق در دنیا با ۹ درصد افزایش نسبت به سال قبل از آن به ۲۰۱۷ گیگاوات رسید. دلیل افزایش سهم انرژی های احیاشدنی در این عرصه را می توان افزایش توجه به محیط زیست و انتشار گازهای آلاینده در دنیا دانست. مسئله ای که امروزه نه تنها در کشورهای صنعتی بلکه در کشورهای در حال توسعه دنیا هم مشکل آفرین شده است. در سال گذشته ۴۷ درصد از ظرفیت تولید برق اضافه شده به کل توان برق تولیدی دنیا را برق خورشیدی تشکیل می داد و انرژی بادی و آبی به ترتیب ۳۴ درصد و ۱۵۵ درصد از ظرفیت برق اضافه شده را به خود اختصاص دادند. البته هنوز هم سهم برق تولید شده با استفاده از انرژی آب بیش از برق تولید شده با دیگر منابع پاک است ولی سرمایه گذاری روی افزایش توان تولید برق خورشیدی بیش از دیگر منابع است.

نکته دیگر اینکه ۶۲ درصد از ظرفیت اضافه شده در تولید برق را نیروگاه های فعال با انرژی های احیاشدنی به خود اختصاص دادند و این رکوردی مهم برای این صنعت محسوب می شود. در انتهای سال گذشته نیروگاه های فعال با منابع انرژی احیاشدنی ۳۰ درصد از ظرفیت تولید برق دنیا را به خود اختصاص دادند و این ظرفیت برای تامین ۲۴۵ درصد از کل انرژی برق مصرفی دنیا کفایت می کرد. نیروگاه های آبی تامین کننده ۱۶۶ درصد از انرژی الکتریسیته مصرفی دنیا هستند و بالغ بر ۸ درصد از انرژی برق مصرفی در دنیا با استفاده از دیگر منابع احیاشدنی از قبیل باد و خورشید و سوخت های زیستی و غیره تامین می شود.

مسئله دیگر این است که کدام کشورها بیشترین ظرفیت نصب شده تولید برق با منابع احیاشدنی را دارند؟

شرکت های خودروسازی بزرگ تولید شده است و پیش بینی می شود تا یک دهه آینده خرید و فروش خودروهای فسیلی در کشورهای صنعتی ممنوع شود. در صورت تحقق این پیش بینی می توان مصرف انرژی های پاک را در صنعت حمل و نقل هم شاهد بود و سهم انرژی های فسیلی را در تامین انرژی در جهان به حداقل رسانید.

### سرعت مصرف انرژی های پاک، بیشتر از رشد تقاضا

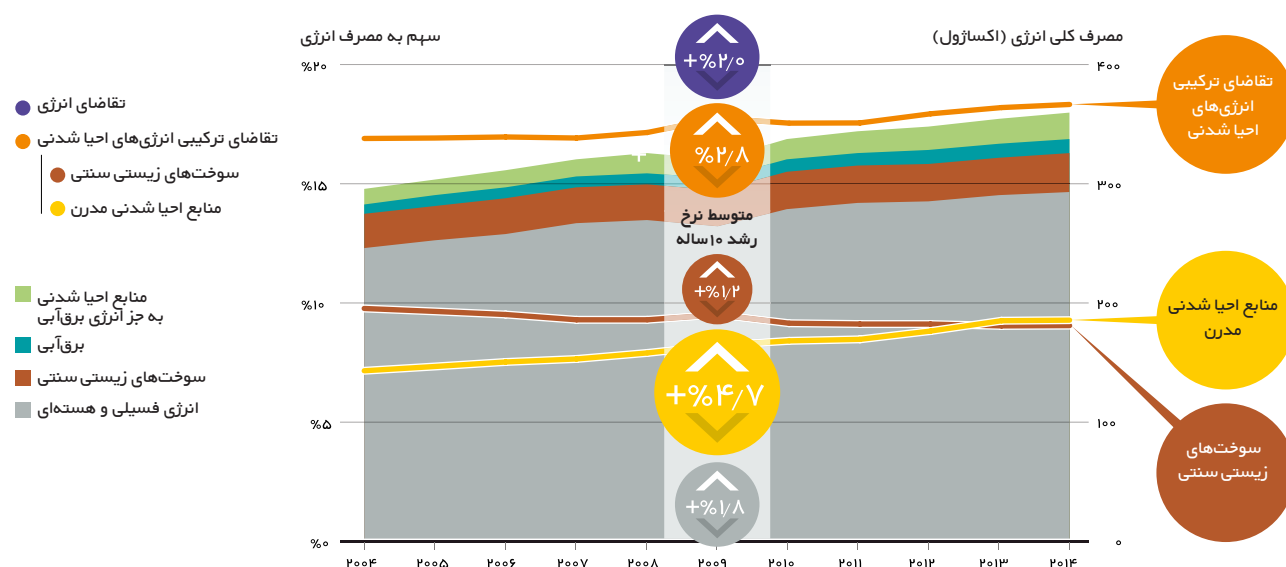
بررسی آمارها نشان می دهد سرعت رشد مصرف انرژی های پاک در دنیا بیش از سرعت رشد مصرف انرژی بوده است و مصرف انرژی های احیاشدنی مدرن هم با سرعتی دو برابر سرعت مصرف انرژی در دنیا افزایش یافت. این نشان می دهد در سال های آتی و در صورت تداوم سرمایه گذاری در بخش انرژی های پاک در دنیا، انرژی های احیاشدنی خواهند توانست سهم بزرگی در بازار انرژی دنیا به خود اختصاص دهند.

به گزارش اداره اطلاعات انرژی امریکا طی ده سال گذشته مصرف انرژی در دنیا با سرعت ۲ درصد در هر سال رشد کرد ولی نرخ رشد تولید انرژی با استفاده از منابع احیاشدنی - سنتی و مدرن - در این بازه زمانی برابر با ۲۸ درصد در هر سال بود. البته در این سال ها مصرف منابع انرژی مدرن بیشتر از منابع سنتی بود. آمار نشان می دهد سرعت رشد مصرف منابع احیاشدنی مدرن برابر با ۴۷ درصد در سال بود در حالی که مصرف منابع انرژی احیاشدنی سنتی از جمله سوخت های گیاهی برابر با ۱۲ درصد در هر سال بوده است. در بازه ده ساله منتهی به سال ۲۰۱۴، نرخ رشد مصرف سوخت های فسیلی و منابع انرژی هسته ای برابر با ۱۸ درصد در هر سال بود.

این آمارها را از منظر دیگری هم می توان مورد بررسی قرار داد. اول اینکه نرخ رشد مصرف منابع انرژی احیاشدنی در دنیا بیش از متوسط نرخ رشد تقاضای انرژی بود. دوم اینکه مصرف منابع انرژی احیاشدنی مدرن با سرعتی دو برابر سرعت رشد تقاضای انرژی در دنیا افزایش یافت و سوم اینکه مصرف سوخت های زیستی سنتی با سرعتی نصف سرعت رشد تقاضا

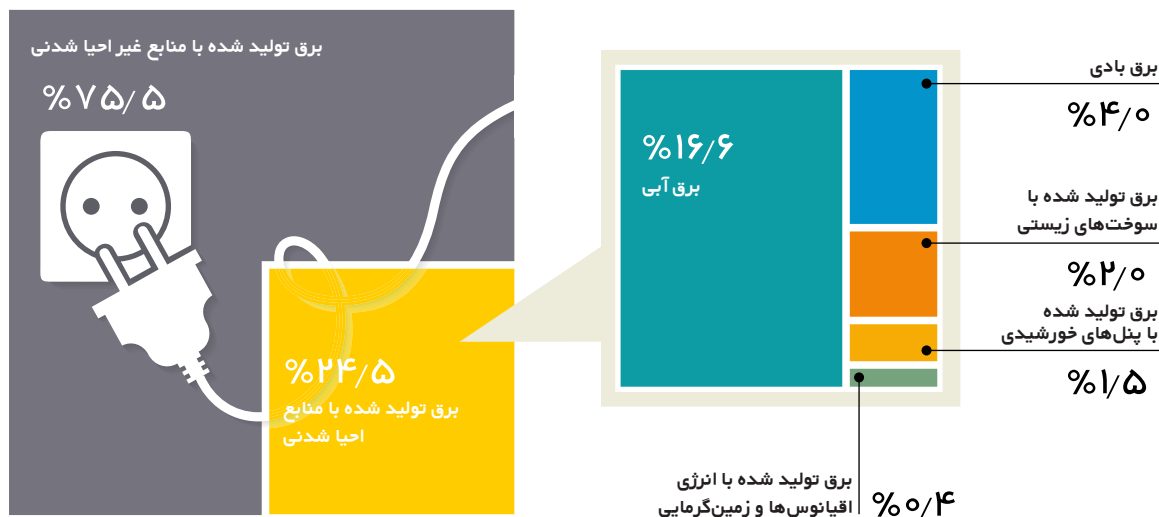
خاور میانه به دلیل دارا بودن ذخایر ارزشمند نفت و گاز طبیعی، سرمایه گذاری کمی در تولید انرژی های پاک انجام داده است. ولی افت قیمت انرژی در دنیا و بالا گرفتن بحث مشکلات زیست محیطی ناشی از انتشار گازهای گلخانه ای سبب شد تا موج ورود به بازار انرژی های پاک در این منطقه هم وارد شود

رشد تقاضای منابع انرژی احیاشدنی در مقایسه با مصرف انرژی در دنیا، بازه ۲۰۱۴ تا ۲۰۴۰



در سال ۲۰۱۶، ۳۶ شرکت بزرگ خرید برق پاک را در دستور کار خود قرار دادند و انتظار می‌رود تا انتهای سال جاری شمار شرکت‌هایی که در این مسیر حرکت می‌کنند به ۸۷ شرکت برسد. برخی از این شرکت‌ها اعلام کردند بین ۳۶ تا ۶۵ درصد از انرژی برق مورد نیاز خود را از نیروگاه‌های فعال با انرژی‌های احیاشدنی خریداری می‌کنند.

#### سهم انرژی‌های احیاشدنی در تولید الکتریسیته دنیا تا پایان سال ۲۰۱۶



اندکی گران‌تر از برق تولیدشده با استفاده از منابع فسیلی است- این منبع انرژی باید وارد بازار مصرف شود. در واقع باید خریداری برای این محصول وجود داشته باشد. این مسئله از این جهت مهم است که قیمت برق تولیدشده با منابع احیاشدنی در حال حاضر بیشتر از برق تولیدشده با انرژی فسیلی است و باید دید که کدام گروه‌ها هستند که حاضرند برای این سرمایه‌گذاری هزینه‌پردازند؟

در پاسخ باید گفت تعداد زیادی از شرکت‌های بزرگ سرمایه‌گذار در این زمینه، متعهد هستند تا سهمی از انرژی برق تولیدشده در این نیروگاه‌ها را خریداری کنند. در سال ۲۰۱۶، ۳۶ شرکت بزرگ خرید برق پاک را در دستور کار خود قرار دادند و انتظار می‌رود تا انتهای سال جاری شمار شرکت‌هایی که در این مسیر حرکت می‌کنند به ۸۷ شرکت برسد. برخی از این شرکت‌ها اعلام کردند بین ۳۶ تا ۶۵ درصد از انرژی برق مورد نیاز خود را از نیروگاه‌های فعال با انرژی‌های احیاشدنی خریداری می‌کنند. برخی از شرکت‌ها خواستار سرمایه‌گذاری برای ساخت نیروگاه خورشیدی در محل شرکت و با سرمایه‌گذاری خود شدند تا هم برای مطالعه در این زمینه سرمایه‌گذاری کرده باشند و هم از منافع حاصل از آن برخوردار شوند. سه شرکت بزرگ آمریکایی هم اعلام کردند از سال ۲۰۱۸ تمامی برق مورد نیاز خود را از نیروگاه‌های تولید برق پاک خریداری می‌کنند تا از این طریق به مسئولیت‌های اجتماعی خود به بهترین شکل عمل کرده باشند.

#### تولید برق با انرژی‌های پاک در آسیا

چین از نظر ظرفیت‌های نصب‌شده نیروگاه‌های آبی و بادی و خورشیدی در دنیا پیشگام است. افزایش ظرفیت تولید نیروگاه‌های خورشیدی در این کشور و افزایش نصب پنل‌های خورشیدی موجب شد تا ظرفیت تولید برق در این کشور طی سه سال اخیر ۴۵ درصد رشد کند. اما در دیگر کشورهای آسیایی که در دهه اول قرن بیست و یکم، بیشتر روی تولید برق آبی سرمایه‌گذاری کرده بودند، تغییر فضای سرمایه‌گذاری مسئله دیگری است. روند غالب در قاره آسیا به این صورت است که در سال گذشته سهم تولید برق آبی در آسیا نسبت به کل انرژی برق تولیدشده با منابع احیاشدنی کاهش یافته است و سرمایه‌گذاری روی تولید برق خورشیدی با افزایش ۱۳ درصدی همراه بود. به عنوان مثال در

آمارها نشان می‌دهد چین بالاترین ظرفیت ایجادشده تولید برق با استفاده از انرژی‌های احیاشدنی را دارد. یک‌چهارم از کل ظرفیت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی در دنیا، در کشور چین ایجاد شده است و توان تولید ۵۶۴ گیگاوات برق را دارد. در این کشور هر ساله ۳۰۵ گیگاوات برق آبی و بالغ بر ۲۶۰ گیگاوات برق با استفاده از انرژی خورشید و باد و منابع سنتی تولید می‌شود. بعد از چین کشورهای آمریکا، برزیل، آلمان و کانادا قرار دارند. ژاپن و هند و ایتالیا و اسپانیا و بریتانیا از این نظر در رده‌های بعدی قرار دارند. کشورهایی که بالاترین ظرفیت سرانه تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی به استثنای انرژی آبی را دارند ایسلند، دانمارک، سوئد و آلمان هستند.

اما اگر ظرفیت تولید برق آبی را نادیده بگیریم و کشورها را بر مبنای توان تولید برق خورشیدی و بادی طبقه‌بندی کنیم، شاهد خواهیم بود که چین در جایگاه اول و کشورهای آمریکا و آلمان در جایگاه دوم و سوم قرار دارند.

#### سهم هر منطقه از انرژی‌های احیاشدنی

در سال ۲۰۱۶ ظرفیت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی به استثنای آب ۹۲۱ گیگاوات بود. آب بزرگ‌ترین منبع احیاشدنی تولید انرژی برق است و بعد از آن، باد بیشترین سهم را دارد و در این آمارها ظرفیت تولید برق آبی در نظر گرفته نشده است. در سال گذشته ظرفیت تولید برق بادی معادل ۴۸۱ گیگاوات بود، برق خورشیدی ۴۰۰ گیگاوات و برف با استفاده از سوخت‌های گیاهی ۱۲۰ گیگاوات بود. ۲۱ گیگاوات برق هم با استفاده از انرژی زمین‌گرمایی و انرژی اقیانوس‌ها تولید شد.

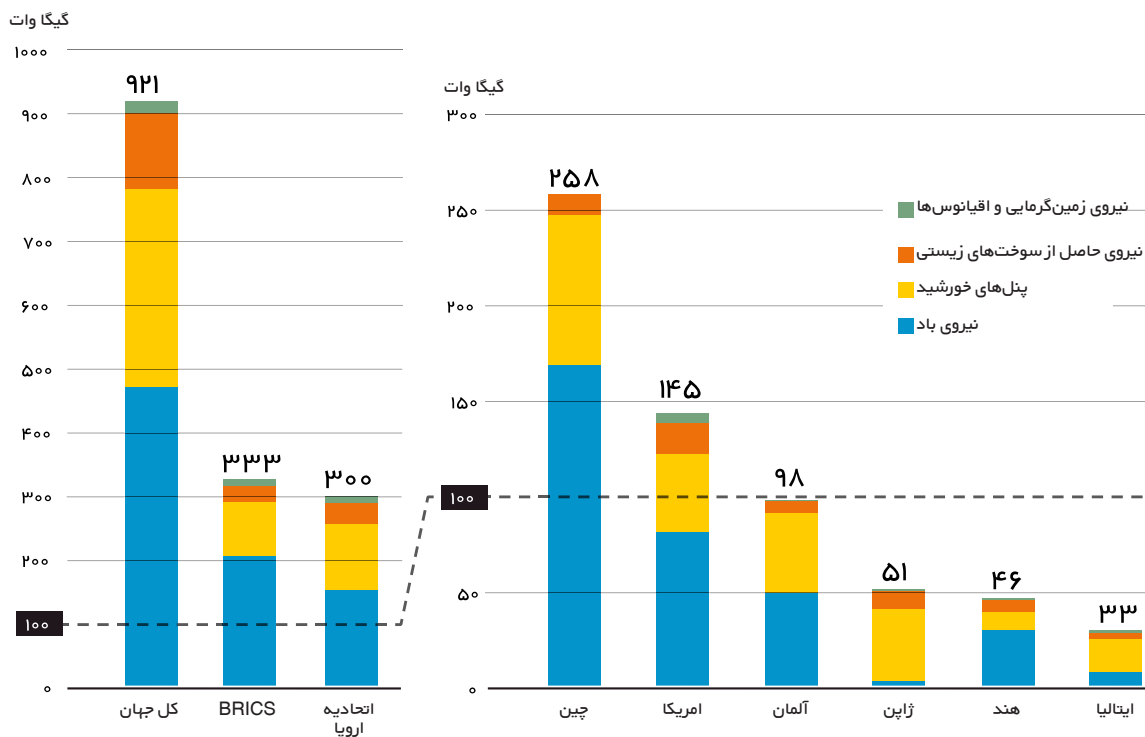
ظرفیت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی در کشورهای «بریکس» که شامل برزیل، روسیه، هند، چین و افریقای جنوبی است ۳۳۳ گیگاوات بود در حالی که ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا ۳۰۰ گیگاوات برق با کمک منابع احیاشدنی تولید کردند.

در سال گذشته ظرفیت تولید برق با منابع احیاشدنی به استثنای آب، برابر با ۲۵۸ گیگاوات بود در حالی که آمریکا ۱۴۵ گیگاوات، آلمان ۹۸ گیگاوات، ژاپن ۵۱ گیگاوات، هند ۴۶ گیگاوات و ایتالیا ۳۳ گیگاوات برق با منابع احیاشدنی تولید کردند.

اما در مرحله بعد از تولید برق با استفاده از انرژی‌های پاک - که امروزه

تعداد زیادی از کشورهای دنیا از سال ۲۰۱۶ سیاست‌های لازم برای کاهش یارانه‌های انرژی‌های فسیلی را اجرا کردند که ایران هم یکی از این کشورها بود. ایران در این زمینه موفقیت زیادی به دست آورد و توانست قیمت منابع انرژی فسیلی و فرآورده‌های آن را به قیمت جهانی نزدیک کند ولی هنوز تا کاهش وابستگی اقتصادی به انرژی فسیلی راه‌درازی در پیش دارد

ظرفیت تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی در سال ۲۰۱۶



### تولید برق با انرژی‌های پاک در اروپا و امریکا

اروپا یکی از قاره‌های پیشگام در تولید برق با انرژی‌های پاک است. در سال گذشته ۸۶ درصد از ظرفیت‌های جدید تولید برق در این منطقه در نیروگاه‌های بادی و خورشیدی ایجاد شد. با توجه به قوانین تازه‌ای که در این منطقه وضع شده است، انتظار می‌رود ظرفیت تولید برق با انرژی‌های پاک در این منطقه با سرعت بالاتری رشد کند و به تدریج سهم انرژی‌های پاک به کل انرژی برق تولیدشده در این منطقه افزایش یابد.

در سال گذشته ۱۵ درصد از ظرفیت تولید برق در امریکا را تولید برق با استفاده از منابع احیاشدنی تشکیل می‌داد. این در حالی است که در سال ۲۰۱۵، ۱۳٫۵ درصد از انرژی برق در این کشور با استفاده از منابع احیاشدنی تولید شده بود. در کشور کانادا اصلی‌ترین منبع پاک تولید انرژی برق، آب بود. این کشور طی یازده سال گذشته بیشترین سرمایه‌گذاری را در تولید برق آبی کرد. در استرالیا ۵۹ درصد از ظرفیت تولید برق با انرژی احیاشدنی را برق آبی، ۳۲ درصد را انرژی بادی و ۱۰ درصد را انرژی خورشیدی تشکیل می‌داد.

به هر حال صنعت انرژی‌های پاک صنعتی در حال توسعه و بسیار مهم است. این صنعت ابعاد وسیعی دارد که در این مقاله تنها به استفاده از انرژی‌های احیاشدنی در تولید برق اشاره شد. در صورتی که قصد مطالعه ابعاد مختلف این صنعت را داشته باشیم باید به نقش انرژی‌های احیاشدنی در صنعت حمل و نقل، در تولید گرما و سرما، در تامین انرژی مورد نیاز برای پخت و پز خانگی و در صنایع انرژی‌بر هم توجه کنیم تا ارزیابی صحیحی در مورد این بازار و آینده آن انجام دهیم.

هند ظرفیت تولید برق خورشیدی و بادی ۲۴ درصد رشد کرد و تولید برق با استفاده از سوخت‌های زیستی با رشد ۸ درصدی نسبت به سال قبل همراه بود. دو کشور اندونزی و ترکیه به عنوان کشورهای پیشگام در نصب تجهیزات نیروگاه‌های تولید برق با استفاده از انرژی زمین گرمایی در تمامی جهان معرفی شده‌اند.

### تولید برق با انرژی‌های پاک در خاورمیانه

خاورمیانه به دلیل دارا بودن ذخایر ارزشمند نفت و گاز طبیعی، سرمایه‌گذاری کمی در تولید انرژی‌های پاک انجام داده است. ولی افت قیمت انرژی در دنیا و بالا گرفتن بحث مشکلات زیست‌محیطی ناشی از انتشار گازهای گلخانه‌ای سبب شد تا موج ورود به بازار انرژی‌های پاک در این منطقه هم وارد شود. در سه سال اخیر کشورهای خاورمیانه سرمایه‌گذاری‌هایی در تولید برق خورشیدی و بادی انجام دادند. بعد از تکمیل این پروژه‌ها خاورمیانه می‌تواند ۲۰۰ گیگاوات برق با استفاده از منابع احیاشدنی تولید کند. بیشترین سرمایه‌گذاری‌ها در این زمینه در عمان، امارات (به خصوص ابوظبی و دبی)، اردن، فلسطین و عربستان سعودی انجام شد.

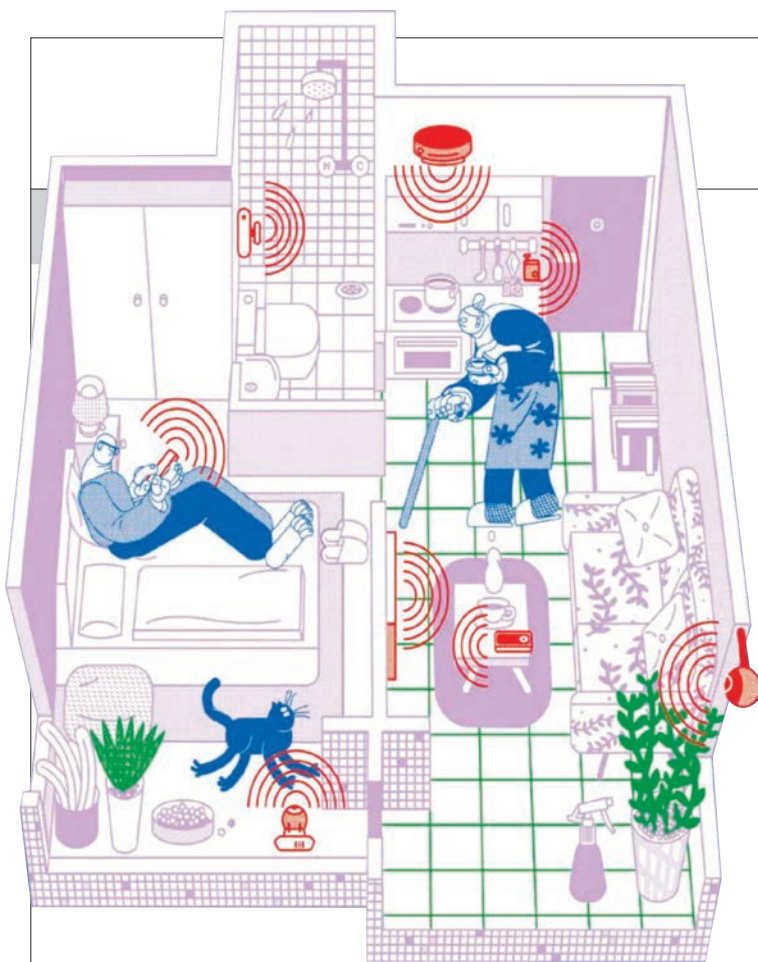
عربستان در سال گذشته خبر از سرمایه‌گذاری در تولید برق خورشیدی و ساخت نیروگاه خورشیدی وسیع داد. سیاست ساخت این نیروگاه در کشوری مانند عربستان که دارای ساعات طولانی نور خورشید است می‌تواند سیاست بسیار درستی باشد. عربستان از جمله کشورهایی است که سرانه مصرف سوخت‌های فسیلی در تولید برقش بسیار بالا است و با راه‌اندازی این نیروگاه خورشیدی می‌تواند مصرف سوخت فسیلی و انتشار گازهای آلاینده را تقلیل دهد.

سرمایه‌گذاری روی خودروهای الکتریکی و خودروهای فعال با انرژی حاصل از منابع احیاشدنی به خصوص انرژی خورشید گام بعدی است. استفاده از این خودروها می‌تواند باعث ارتقای کیفی هوا شود و مصرف انرژی فسیلی را تقلیل دهد.

[ آینده سالمندی ]

## تکنولوژی در خانه مادر بزرگ

خدمات مانیتورینگ سالمندان چطور آینده مراقبت از  
والدین را تغییر می‌دهد؟



گول‌های تکنولوژیک مختلفی امروزه به دنبال سهم خود از بازار ۵۰ میلیارد دلاری مراقبت از راه دور از والدین هستند و البته مردم هم به شدت به خرید چنین خدماتی تمایل نشان می‌دهند چون خیالشان را از بابت والدین سالمند راحت می‌کند

آمازون نیز در برخی شهرهای امریکا خدمات منزل هوشمند را ارائه داده است و تنظیمات مختلفی را برای مراقبت از سالمندان در آن لحاظ کرده است.

اینکه چطور بازار مراقبت از راه دور از سالمندان ناگهان این قدر بزرگ شده، درواقع مسئله‌ای جمعیت‌شناسانه است. تا سال ۲۰۲۰ میلادی امریکایی‌ها باید از ۱۱۷ میلیون سالمند مراقبت و نگهداری کنند و ابعاد مختلفی از زندگی - از تحویل غذا تا تامین امنیت در خانه و سیستم‌های نظارت بر سلامت آنها- را در این راستا پوشش دهند. تحقیقی که توسط موسسه مشاوره پارکاسوشیپز انجام شده نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۲۱، افراد بالغ امریکایی باید سالانه ۵۰۹ دلار صرف مراقبت از هر یک سالمند در خانواده خود کنند و این رقمی است که در مقایسه با ارقام سال ۲۰۱۶، افزایشی ۶۹ درصدی را نشان می‌دهد و قاعدتا رو به افزایش هم خواهد بود.

واقعیت این است که همه در زندگی روزمره خود گرفتاری‌های مختلفی دارند: از شغل و رسیدگی به بچه‌ها گرفته تا حل معضلات اجتماعی و روانی و جسمی. محاسباتی که شرکت رندکوپر در این خصوص انجام داده، نشان می‌دهد که مراقبت از سالمندان سالانه ۵۲۲ میلیارد دلار هزینه به خود اختصاص خواهد داد و به همین دلیل است که بسیاری از مردم به دنبال استفاده از تکنولوژی برای راحت کردن کارها و نیز کاهش هزینه‌های خانوار در این خصوص نیز هستند. طبق تحقیقی که در سال ۲۰۱۶ انجام شده، تاکنون تنها ۷ درصد از آنها برای مراقبت از سالمندان به تکنولوژی روی آورده‌اند اما این رقم رو به افزایش است.

دورنمای جدیدی که در بازار مراقبت از راه دور ایجاد شده، باعث شده استارت‌آپ‌های زیادی نیز وارد این عرصه شوند و هر یک با خدمات تکنولوژیک متفاوتی در آن سهمی شوند. خدمات مختلفی مثل ثبت زمان و مدت خواب سالمندان یکی از موفق‌ترین خدمات در این عرصه بوده و از لحاظ پزشکی هم به بهبود مراقبت از آنها کمک کرده است. به نظر می‌رسد آینده مراقبت از سالمندان بسیار روشن باشد و هر سال پیشرفت بیشتری در آن صورت بگیرد. ■

یکی از مشغله‌های ذهنی همیشگی افراد بالغ در دنیای شلوغ و مدرن امروزی این است که چطور وقت کافی را صرف مراقبت از والدین سالمند خود کنند و چطور از این بابت خیالشان راحت باشد. این روزها تکنولوژی چنان پیشرفت کرده که این هدف هم می‌تواند به آسانی برآورده شود.

مثلا مورد جین هلگسن را در نظر بگیرید. او پرستار بازنشسته‌ای است که حالا ۷۱ سال دارد و تنها زندگی می‌کند. او اخیرا شب سختی را گذراند چون حال عمومی‌اش خوب نبود و دائم از جا بلند می‌شد. یک حسگر که بالای تخت او نصب شده، اطلاعات وضعیت او را در این خصوص برای دخترش بریت که در همان نزدیکی زندگی می‌کند می‌فرستاد و او آماده بود که در صورت تشدید آنها شبانه مادرش را به بیمارستان ببرد. اما این کار ضرورتی پیدا نکرد و حال جین به تدریج بهتر شد. روز بعد، جین گوشی آیفونش را برای چک کردن اینکه چه مهمانی پشت در است و باز کردن در برای او به کار گرفت؛ بدون اینکه لازم باشد از جا بلند شود. او همچنین دمای دستگاه تنظیم حرارت را با همان گوشی خود در موقع لزوم تغییر می‌داد.

واقعیت این است که گجت‌های هوشمندی که جین دارد در خانه‌اش در حومه شهری در مینه‌سوتا، امریکا استفاده می‌کند خیلی جدید نیستند. اما شرکتی به نام بست‌بای حالا دارد خدمات متصل کردن تمام این امکانات هوشمند را در خانه ارائه می‌دهد و در عین حال مشتریان می‌توانند سیستم نظارت دائمی روی خانه را هم از این طریق در اختیار بگیرند.

این خدمات در چارچوب برنامه‌ای ارائه می‌شود که بست‌بای به صورت آزمایشی در حال اجرای آن است و امید دارد که در آینده، آن را به سیستم موفق مراقبت از راه دور برای سالمندان تبدیل کند. هیوبرت جولی مقام ارشد اجرایی بست‌بای در این خصوص می‌گوید خدمات مبتنی بر حسگرها از یک سو بسیار دقیق هستند و از سوی دیگر، حریم خصوصی افراد را خدشه‌دار نمی‌کنند و از این جهت، کاملا مناسب دنیای امروزند. این تکنولوژی برای بازار مراقبت از سالمندان - که هنوز جای کار زیادی دارد- قدم بزرگی محسوب می‌شود. بست‌بای درواقع حالا به یکی از چندین شرکت تکنولوژیکی بدل شده که به دنبال سهم خود از بازار ۵۰ میلیارد دلاری مراقبت از راه دور از والدین هستند. گول‌های بزرگی در این بازار حاضرند و مشغول رقابت شدیدی هستند: گوگل، مایکروسافت و سامسونگ همگی در تلاش‌اند خانه‌های هوشمندی را مجهز به دوربین‌های مخصوص و دستگاه تنظیم درجه حرارت و تنظیمات امنیتی به مشتریان ارائه دهند و در این راه، از تکنولوژی‌های هوش مصنوعی برای حرف زدن و فرمان گرفتن از سالمندان از طریق گوشی‌های تلفن بهره می‌برند.

منبع: استار تریبون

چرا باید خواند:

سالمندان و فرزندان

دور از آنها می‌توانند

در سایه تکنولوژی

زندگی راحت‌تری

داشته باشند، بخوانید

تابا آینده مراقبت از

راه دور آشنا شوید.

[ آینده کار ]

# دستمزدها از نفس می افتند

## درسره‌ای ایجاد تعادل در بازار کار مدرن

آمده و به ۴.۴ درصد رسیده که پایین‌ترین سطح آن در ده سال اخیر است. اما اوضاع نیروی کار در آمریکا همچنان خوب نیست و دستمزدها بالا نمی‌رود.

در اقتصادهای حوزه یورو نیز رشد دستمزد ساعتی در سه ماهه دوم سال جاری نسبت به سال گذشته ۲ درصد بود. اما این مسئله با احیای اقتصاد اروپا در سال‌های اخیر متناسب نیست و خیلی از آن عقب‌تر است.

مسئله عدم رشد دستمزدها، مشکلی جدی برای اقتصاد جهانی است. اقتصاددانان انواع توجیهات را برای این مسئله ارائه داده‌اند که از جمله آنها می‌توان به مقررات زیاده از حد دولتی اشاره کرد. اما واقعیت این است که اگر دستمزدها بالا نرود، خانوارها نمی‌توانند پول بیشتری خرج کنند و این برای رشد اقتصادی بد است. بله، مسئله به همین سادگی است.

البته مشخص است که اوضاع نیروی کار در مقایسه با روزهای سخت بحران مالی سال ۲۰۰۸ خیلی بهتر شده. مثلاً آماري که آمریکا منتشر کرده نشان می‌دهد که درآمد خانوارهای این کشور در سال ۲۰۱۶ به میزان ۳.۲ درصد بالا رفته است. اما این مسئله به افزایش دستمزدها ربطی ندارد. آمریکایی‌ها در واقع دارند بیشتر کار می‌کنند یا شغل‌های بیشتری دارند.

بنا بر آماري که صندوق بین‌المللی پول در آوریل امسال ارائه داد، سهمی که از درآمدهای ملی به نیروی کار می‌رسد، از دهه ۱۹۸۰ به بعد دائماً در حال کاهش بوده است. حتی در اقتصادهایی مثل چین نیز می‌توان این وضع را مشاهده کرد و البته این در حالی بوده که فقر در این کشور به وضوح کاهش پیدا کرده است. اما بررسی مجموعه عوامل نشان می‌دهد که منفعت ناشی از رشد اقتصادی به میزان فزاینده‌ای نصیب سرمایه‌گذاران شده و نیروی کار از آن بی‌بهره مانده است.

یکی از علل این وضع به وضوح به جهانی شدن برمی‌گردد. نیروی کار هم عملاً در دنیای جهانی‌شده‌ی امروز در وضعیتی قرار گرفته که کارگران در یک کشور در رقابت مستقیم با کارگران در سایر کشورهای دنیا قرار گرفته‌اند و شکاف دستمزد بین این رقبا هم بسیار زیاد است. در عین حال در سال‌های اخیر ربات‌ها نیز جای نیروی کار سنتی را در برخی از مشاغل گرفته‌اند. بنا بر گزارش صندوق بین‌المللی پول، نیمی از افت سهم درآمد نیروی کار از رشد اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته را می‌توان به پیشرفت تکنولوژی و قرار گرفتن ماشین به جای انسان نسبت داد. همچنین در سال‌های اخیر، نقش سنتی اتحادیه‌های کارگری در موضوع فشار برای افزایش دستمزدها کاملاً از بین رفته است. مثلاً در سال ۱۹۸۳، بیش از ۱۶ درصد از کارگران آمریکایی در این اتحادیه‌ها عضو بودند اما این رقم در سال گذشته میلادی تنها ۶ درصد بود.

اولین چیزی که در دانشگاه درباره اقتصاد یاد می‌دهند قانون عرضه و تقاضاست. اگر تقاضا برای چیزی بالا باشد اما عرضه آن محدود بماند، قیمتش بالا می‌رود. شاید قاعده اقتصادی منطقی‌تر و سراسرستری از این وجود نداشته باشد.

اما ژاپن - که کمتر کسی در بقیه دنیا توانسته از اقتصادش سر در بیاورد - ظاهراً دارد خلاف این قاعده پیش می‌رود. ماجرا به دستمزدها مربوط می‌شود. بازار کار ژاپن در دهه‌های اخیر فشرده‌تر از هر زمان دیگری بوده است. نرخ بیکاری در این کشور تنها ۲.۸ درصد است که در خود این کشور هم در ۲۳ سال اخیر بی‌سابقه بوده است. در عین حال، نسبت تعداد مشاغل موجود با متقاضیان شغل به سطحی رسیده که از اوایل دهه ۱۹۷۰ تاکنون دیده نشده بود. مسن‌شدن جمعیت ژاپن و کاهش جمعیت نیروی کار را کنار این وضعیت بگذارید و آن وقت به این نتیجه می‌رسید که حتماً دستمزدها در ژاپن در حال افزایش‌اند. بر اساس وضعیت فعلی بازار، سالانه باید حداقل ۲ درصد به دستمزدها در این کشور اضافه شود. اما اوضاع اصلاً این‌طور نیست. دستمزدها در همین ماه جولای گذشته تنها ۰.۵ درصد نسبت به سال قبل افزایش پیدا کرد. این در حالی بود که میزان کل درآمد - که شامل مزایا هم می‌شود - به میزان ۰.۳ درصد پایین آمد. اخیراً نشانه‌هایی از احتمال افزایش دستمزدها در ژاپن دیده شده، اما به هر حال هر نیروی کار در ژاپن احساس می‌کند آنچه در بازار این کشور رخ می‌دهد با آنچه او دریافت می‌کند فاصله زیادی دارد.

مثل بسیاری از موارد دیگری که در خصوص ژاپن رخ داده، شاید بتوانیم این مورد را هم جزو استثناها قرار دهیم. اما واقعیت این است که به رغم احیای اقتصاد جهان، رشد دستمزدها در بسیاری از اقتصادهای دنیا رخ نداده است. مثلاً در آمریکا نرخ بیکاری پایین

### کاوه شجاعی

دبیر بخش آینده‌پژوهی

منبع: بلومبرگ

چرا باید خواند:

این گزارش به

موضوعی می‌پردازد

که به همه ما

حقوق بگیران مربوط

می‌شود؛ اینکه آینده

دستمزدها چقدر از

موفقیت شرکت‌ها

تاثیر خواهد پذیرفت.

۲

درصد

رشد دستمزد در  
اتحادیه اروپا



همه در توکیو سر کار می‌روند.

در کره جنوبی یک مالیات تنبیهی اعمال شده که بر مبنای آن، شرکت‌هایی که درصد خاصی از سود خود را صرف افزایش دستمزد، ارائه تشویقی یا سرمایه‌گذاری نکنند باید آن را بپردازند.



در دنیای جهانی‌شده امروز، کارگران در یک کشور در رقابت مستقیم با کارگران در سایر کشورهای دنیا قرار گرفته‌اند و شکاف دستمزد بین این رقبا هم بسیار زیاد است

۱۶

درصد

کارگران اروپایی  
عضو اتحادیه‌های  
کارگری هستند

اصولا همه دوست دارند بگویند که هرکس در کارش سخت‌کوش‌تر باشد حتماً نفع بیشتری نصیبش خواهد شد؛ اما در فرهنگ سرمایه‌داری امروز و در زمینه دستمزدها اصلاً چنین چیزی مشاهده نمی‌شود

زیادی می‌رساند اما سهم زیادی از آن نصیب کارکنان نمی‌شود. بنا بر گزارشی که در سال جاری میلادی توسط پی‌اسکیل اینک منتشر شد و اطلاعات تحلیلی در بر دارد، سه‌چهارم از مدیران عامل و اجرایی در شرکت‌های مورد بررسی مزایای زیادی از بابت موفقیت شرکت به دست آورده بودند اما اینکه سهمی حتی کوچک در این خصوص نصیب کارکنان دیگر در این شرکت‌ها شده باشد، تنها در کمتر از نیمی از موارد مشاهده می‌شد.

در نظر گرفتن سهم کارکنان شرکت‌ها در موفقیت آنها از یک سو منصفانه است و از سوی دیگر، می‌تواند وفاداری و تمایل کارکنان به تداوم نقش‌آفرینی در این موفقیت را بالا ببرد. مجموعه این وضع باعث افزایش بهره‌وری می‌شود و نوعی سیاست برد-برد است.

طبعاً بسیاری از مدیران عامل به چنین رویکردی روی خوش نشان نخواهند داد. در چنین شرایطی می‌توان از روش‌های متعادل‌سازی مثل استفاده از سیاست‌های مالیاتی استفاده کرد تا مدیران شرکت‌ها چاره‌ای جز تدبیراندیشی برای توزیع موفقیت شرکت نداشته باشند. مثلاً در کره جنوبی، سناریوی مشابهی به صورت آزمایشی در جریان است. در سال ۲۰۱۵، وزیر دارایی کره جنوبی که از تلنبار شدن پول در دست شرکت‌های بزرگ به ستوه آمده بود، یک مالیات تنبیهی را اعمال کرد که بر مبنای آن، شرکت‌هایی که درصد خاصی از سود خود را صرف افزایش دستمزد، ارائه تشویقی یا سرمایه‌گذاری نکنند باید آن را بپردازند. البته هنوز مشخص نیست که این سیاست توانسته موثر باشد یا نه. اما به نظر می‌رسد که دولت کره جنوبی در این خصوص بسیار جدی است. دولت رئیس‌جمهور جدید - مون جائه این - وعده داده که مشوق‌های مالیاتی مناسبی را برای شرکت‌هایی که دستمزدها را بالا ببرند و مشاغل جدیدی ایجاد کنند ارائه دهد.

احتمالاً بازارهای آزاد در ابتدا از این رویکرد خوششان نمی‌آید. اما شاید با گذشت زمان و ایجاد تغییر در قوانین کار بتوان امید داشت که دستمزدها هم تکانی بخورند و افزایش پیدا کنند. در دنیای بسیار تکنولوژیک امروز که مهارت و استعداد کارکنان در آینده شرکت‌ها نقش بسیار زیادی دارد، طبیعی است که به تاکتیک‌های جدید هم توجه نشان داده شود. در غیر این صورت، همه طرفین در درازمدت ضرر خواهند کرد. ■

برخی از عوامل نیز به سیاست‌های داخلی کشورها و قوانین آنها در عرصه کار مربوط بوده است؛ مثل قانونی در ژاپن که به کارفرماها اجازه داده کارکنان بیشتر و بیشتری را در موقعیت‌های شغلی کم‌درآمد و نیمه‌وقت به خدمت بگیرند و جایی برای حفاظت از حق نیروی کار باقی نماند.

در شرایط جدید، موفقیت شرکت‌ها در بازار نیز تغییری در وضعیت نیروی کار آنها ایجاد نمی‌کند و مزایای آن به مدیران و سهام‌داران می‌رسد. گزارشی که انستیتو سیاست اقتصادی اخیراً منتشر کرده نشان می‌دهد مزایای ناشی از موفقیت شرکت‌های آمریکایی که در سال ۲۰۱۶ نصیب مدیران عامل شده، ۲۷۱ برابر بیشتر از نیروی کار در این شرکت‌ها بوده است. این نسبت در سال ۱۹۶۵ میلادی ۲۰ برابر بود.

حالا پرسشی که در خصوص آینده دستمزدها وجود دارد این است که چطور می‌توان این چالش را به سمت وضعیت متعادل‌تری کشاند. قرار نیست زمان به عقب برگردد و تحولات دهه‌های اخیر از بین برود و به دورانی که نیروهای کار محلی‌تر بودند بازگردیم. دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا مدعی است که این کار را می‌کند و مشاغل از دست‌رفته سنتی را به کارگران آمریکا در مناطق کمتر توسعه‌یافته بازمی‌گرداند. اما واقعیت این است که روند جهانی شده اقتصاد آمریکا و اقتصادهای دیگر دنیا را نمی‌توان دوباره به عقب برگرداند.

در این میان، برخی اقتصاددانان از جمله هری هولزر عضو ارشد موسسه بروکینگز پیشنهادهایی دارند. او می‌گوید فرصت‌های شغلی زیادی با درآمد خوب در کشوری مثل آمریکا وجود دارد که خالی مانده است؛ چون نیروی کار سنتی در این کشور برای انجام این کارها تربیت نشده و مدرک دانشگاهی در این خصوص نیز ندارد. یک راه برای استفاده از این فرصت‌ها این است که شرکت‌ها با موسسات آموزشی محلی وارد مشارکت شوند و راه‌های آلترناتیو برای آموزش نیروی کار برای مشاغل مخصوص را به کار بگیرند. در چنین شرایطی، احتمال آن وجود دارد که رکود دستمزدها نیز به دلیل تزریق این خون‌های تازه به بازار کار و رشد بهره‌وری از بین برود.

راه‌حل دیگر این است که فعالیت اتحادیه‌های کارگری در عرصه دستمزدها دوباره احیا شود. ارتباط مستقیمی بین این اتحادیه‌ها و بهبود دستمزد کارگران وجود دارد. تحلیلی که در سال ۲۰۱۳ توسط اداره آمار کار آمریکا ارائه شده نشان می‌دهد که کارگران اتحادیه‌دار می‌توانند از افزایش دستمزدها بهره بیشتری در مقایسه با کارگران غیراتحادیه‌دار ببرند. حتی کارگرانی که در شرکت یا کارخانه مورد نظر عضو اتحادیه هم نیستند از این مزیت بهره خواهند بود.

اما مسئله اتحادیه‌های کارگری در اکثر نقاط دنیا با مخالفت‌هایی مواجه است. جالب است که مثلاً رابرت رایش وزیر سابق کار آمریکا اعلام کرده که بهتر است دولت این کشور راه تشکیل اتحادیه‌ها را هموار کند چون در نهایت حضور آنها از جنبه‌های مختلفی موثر است.

احتمال دیگری که می‌تواند در عرصه افزایش دستمزدها موثر باشد، در یک چارچوب قدیمی سرمایه‌داری یافت می‌شود: دستمزد بر اساس عملکرد. اصولاً خیلی‌ها دوست دارند بگویند که هرکس در کارش سخت‌کوش‌تر باشد حتماً نفع بیشتری نصیبش خواهد شد. اما در فرهنگ سرمایه‌داری امروز اصلاً چنین چیزی مشاهده نمی‌شود. موفقیت کلی شرکت‌ها به مقامات و سرمایه‌گذاران آن سود

## PEOPLE FIRST



[ آینده آمریکا ]

## رئیس جمهور فیس بوک، رئیس جمهور آمریکا؟

آیا مارک زاکربرگ خود را برای نقش آفرینی متفاوتی در آینده آماده می کند؟

معضل دیگر از دیدگاه منتقدان این بود که سیستم تبلیغات فیس بوک به آگهی دهنده اجازه می دهد آگهی مورد نظر خود را در معرض دید کاربری که مثلاً دیدگاهی نژادپرستانه یا غیرانسانی را در پروفایل خود یا جزو علایق خود ذکر کرده، قرار بدهد. پولی که این آگهی دهنده به فیس بوک می دهد در واقع این کمپانی را شریک جرم آگهی دهنده می کند که مقاصدش همیشه واضح یا منطبق بر هنجارها نیست و کنترلی نیز روی محتوای آن وجود ندارد.

با وجود این، در همه اخبار انتخاباتی و دعوای دموکرات ها و جمهوری خواهان، به نظر می رسد که این انتقادات چندان جدی نیستند. فیس بوک هم در دفاع از خود تاکید کرده بود که کارکرد این شبکه اجتماعی، ممانعت از عملکرد کاربران خود در حمایت یا حمله به نامزدهای ریاست جمهوری آمریکا نبوده و اصولاً کنترل تمام محتوای پست شده توسط کاربران امکان پذیر نیست.

اما ماجرا زمانی جدی شد که کمیته اطلاعاتی سنای آمریکا بحث در خصوص درآمدزایی فیس بوک از فعالان اینترنتی خارجی - که در این مورد روس بودند - را مطرح کرد. ادعایی که علیه فیس بوک مطرح شد این بود که فرصت های تبلیغاتی بی شماری از طریق این پلتفرم در اختیار افرادی قرار گرفته که به صورت غیررسمی روی نتیجه انتخابات سال گذشته آمریکا تاثیر گذاشته اند و به خصوص فضا را به سمت حمایت از دونالد ترامپ تغییر داده اند (در یکی از موارد، پستی که مبنی بر خبر جعلی حمایت پاپ از دونالد ترامپ بود با استفاده از تبلیغات فیس بوک در معرض

با هر معیاری که در نظر بگیریم، مارک زاکربرگ یکی از قدرتمندترین چهره های امروز دنیاست. سکوی رسانه ای او - فیس بوک - نزدیک به یک چهارم از جمعیت جهان را به عنوان کاربر جذب خود کرده و قدرت تبلیغاتی و مانور زیادی به آن بخشیده است. اما ماجراهایی که در یکی، دو سال اخیر برای زاکربرگ و فیس بوک اتفاق افتاد با سال های قبل تفاوت زیادی دارد. در یک کلام، همه چیز در این مورد ناگهان سیاسی شده است. جنبه ای از فعالیت فیس بوک که به خصوص در رسانه های آمریکا زیر ذره بین قرار گرفته، نقش این شبکه اجتماعی در پیروزی دونالد ترامپ بود. از یک سو بحث انتشار و اشتراک گسترده فیس بوکی اخبار جعلی علیه هیلاری کلینتون در زمان کمپین های انتخاباتی سال گذشته میلادی مطرح بود و از سوی دیگر، نقشی که فیس بوک با فروش آگهی های سیاسی در این زمان ایفا کرده بود مورد انتقاد قرار داشت.

ماجرا به صورت ساده از این قرار است: فیس بوک با الگوریتم هایی کار می کند که اخبار و ویدئوها را بر مبنای علایق احتمالی کاربران به آنها نشان می دهد. این مسئله به شدت کار را برای آگهی دهندگان آسان می کند؛ چون فیس بوک به آنها اجازه می دهد دقیقاً به گروه مخاطب مورد نظرشان دسترسی پیدا کنند. در چنین شرایطی، کاربر با مجموعه ای از اطلاعات تصادفی مواجه نیست، بلکه الگوریتم ها و آگهی دهندگان تصمیم گرفته اند که چه محتوایی را بیشتر به او نشان دهند. در چنین شرایطی، در بحبوحه انتخابات آمریکا نیز کسی که طرفدار ترامپ بود فقط محتوای به سود او را در فید فیس بوک خود می دید.

ترجمه فرزانه سالمی

خبرنگار آینده پژوهی

منبع: بلومبرگ

چرا باید خواند:

در دنیای امروز، قدرت

دست چهره هایی مثل

مدیر عامل فیس بوک

است، بخوانید تا

بدانید او می خواهد از

این قدرت در آینده چه

استفاده ای کند.

مخاطبان می‌دانند که زاکربرگ دوست دارد چطور استیکش را کباب کند یا اینکه بچه‌هایش چه زمانی به دنیا آمده‌اند، اما عملاً در جنبه‌های سیاسی و اجتماعی، او طرفدار مواضع مبهم و غیردردسرساز است و همین باعث می‌شود در سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها پیش از حد ماشینی و فکرشده به نظر بیاید

## بالاخره چقدر پول گرفتید؟

آماري که توسط فیس‌بوک منتشر شده نشان می‌دهد که این شرکت در سال ۲۰۱۶ میلادی ۲۸ میلیارد دلار درآمد - عمدتاً از محل تبلیغات - داشته و کمپین‌های دو نامزد اصلی انتخابات ریاست جمهوری آمریکا مجموعاً ۸۱ میلیون دلار در راه تبلیغات انتخاباتی در فیس‌بوک خرج کرده‌اند. این آمار در جریان حضور وکلای اصلی سه شرکت فیس‌بوک، گوگل و توییتر در کمیته اطلاعاتی سنای آمریکا و پاسخ‌گویی به سؤالات درباره نقش این شرکت‌ها در جریان کمپین‌های تبلیغات ریاست جمهوری آمریکا ارائه شد. تحقیقات در این خصوص هنوز ادامه دارد.

کشور کلید خورده بود.

مجموعه فعالیت‌های سیاسی زاکربرگ آن قدر گسترده است که حرف و حدیث زیادی درباره‌اش ایجاد شده است. البته تمام این حواشی در حالی مطرح می‌شود که زاکربرگ داشتن هر قصدی برای نامزدی در انتخابات را رد می‌کند و فقط به این اذعان دارد که فعالیت‌های اخیرش جنبه‌های سیاسی نیز دارند. زاکربرگ در گفت‌وگو با بلومبرگ می‌گوید اقدامات اخیرش به این منظور انجام شده که دنیا جای بهتری شود و این ربطی به سیاست ندارد. او می‌گوید می‌خواهد به صورت دائمی خودش را در معرض چالش‌های شخصی قرار دهد و در این راه پیشرفت کند و این فعالیت‌ها را هم باید در همین چارچوب در نظر گرفت. مثلاً یکی از این چالش‌های شخصی، یادگیری زبان ماندارین (یکی از گویش‌های چینی) بوده است. زاکربرگ می‌گوید در مسیر جست‌وجوی شخصی‌اش می‌خواهد درک کند که مردم در هر نقطه‌ای از جهان چطور زندگی می‌کنند.

سفرهای ایالتی او اما شکی باقی نگذاشته که ماجرا خیلی جدی‌تر از این حرف‌هاست. زاکربرگ در تلاش است تصویری از مدیرعامل فیس‌بوک ارائه دهد که با تصویر ماشینی و تبلیغاتی این شرکت فاصله داشته باشد. خودش هم می‌گوید: «مردم به مردم دیگر می‌توانند اعتماد کنند، نه به نهادهای». این حرف قشنگی است، ولی باید دید چه نتیجه‌ای از آن به دست می‌آید. زاکربرگ در گذشته نشان داده که وقتی حرف‌هایش جدی گرفته نشود، خودی نشان خواهد داد و همه را سر جایشان خواهد نشاند. (او را در سال‌های آغازین در دانشگاه هاروارد و بعد هم در وال‌استریت جدی

دید تعداد زیادی از کاربران رأی‌دهنده قرار گرفته بود). در همین راستا به تدریج مشخص شد که مسئول تحقیق در مورد ارتباط احتمالی کمپین دونالد ترامپ با روسیه نیز موضوع فیس‌بوک را تحت بررسی دارد و معتقد است که جرایمی در چارچوب فعالیت فیس‌بوک در آن زمان رخ داده است. این وضعیت، به تدریج چهره‌ای را که زاکربرگ سعی کرده از فیس‌بوک ترسیم کند تغییر داد. البته در اینکه کمپانی فیس‌بوک در موقعیت ممتازی قرار دارد هیچ شکی نیست. ارزش این کمپانی از سال ۲۰۱۵ تاکنون دو برابر شده و به ۵۰۰ میلیارد دلار رسیده است. این یعنی که مارک زاکربرگ پنجمین شخص ثروتمند جهان است. با وجود این، نتیجه انتخابات سال گذشته آمریکا چنان برای مخالفان ترامپ سنگین بود که فیس‌بوک هم به عنوان عاملی که به پیروزی او کمک کرده مورد حمله قرار گرفت.

در پی این جنجال‌ها، فیس‌بوک با سرعت سیستم تبلیغات خود را تغییر داد. اما کار از کار گذشته بود چون منتقدان فیس‌بوک در داخل آمریکا به این نتیجه رسیده بودند که این شبکه اجتماعی حالا آن قدر قدرتمند شده که نمی‌توان آن را بدون نظارت به حال خود رها کرد.

این اتفاق در حالی افتاد که فیس‌بوک از مدت‌ها پیش با محدودیت‌هایی در فعالیت خود در کشورهای عضو اتحادیه اروپا مواجه بود. از یک سو قوانین آنتی‌تراست اروپایی قرار داشته و از سوی دیگر، دولت‌هایی که به فعالیت فیس‌بوک به خصوص در زمینه تحلیل اطلاعات کاربران و استفاده از آنها با دیده سوءظن می‌نگرند. اما این نگاه حالا در آمریکا هم در خصوص فیس‌بوک به وجود آمده است. جالب اینجاست که زاکربرگ از این بابت هم از سوی دموکرات‌های لیبرال و هم از سوی جمهوری‌خواهان ناسیونالیست آمریکا هدف حمله قرار گرفته است. دموکرات‌ها او را یک انحصارطلب رسانه‌ای قلمداد می‌کنند و جمهوری‌خواهان هم معتقدند فعالیت او در جهت جهانی‌سازی همه‌جانبه به ضرر آمریکا است.

### سفرهای غیرعادی (و سیاسی)

اما در این میان زاکربرگ اهداف دیگری را پیش برده که شاید در سال‌های گذشته به نظر غیرعادی می‌آمدند. او مجموعه‌ای از سفرها به نقاط مختلف آمریکا را کلید زده که ظاهراً قرار است فضا را نسبت به او و اهداف بزرگ شرکتی‌اش تلطیف کند. او در جریان این سفرهای ایالتی با رانندگان کامیون یا کارگران معدن زغال‌سنگ در ایالت‌هایی مثل کارولینا یا داکوتا دیدار و گفت‌وگو کرده است. این سفرها را دیوید پلاف برنامه‌ریزی کرده که پیش‌تر مدیر کمپین باراک اوباما بوده. همچنین عکاسی که در مجله نیوزویک وظیفه پوشش برنامه‌های کاخ سفید و رئیس‌جمهور را به عهده داشت، حالا در خدمت زاکربرگ است. محافظان او هم دست کمی از نیروهای سرویس امنیتی آمریکا ندارند.

این سفرها و افرادی که زاکربرگ برای انجام آنها به خدمت گرفته، خیلی‌ها را به این فکر انداخته که لابد او برنامه‌های بزرگ‌تری را برای تحول چهره عمومی خود برای آینده در ذهن دارد. این احساس وقتی تقویت شد که خبر آمد زاکربرگ بسیاری از چهره‌های اجرایی ارشد کاخ سفید در زمان ریاست جمهوری باراک اوباما و حتی یکی از افراد رتبه‌دار در کمپین هیلاری کلینتون را نیز حالا به عنوان مشاور در کنار خود دارد. خیلی‌ها معتقدند راهی که زاکربرگ در آن حرکت می‌کند قرار است به حضور در کاخ سفید منتهی شود.

برنامه‌های دیگری که زاکربرگ اخیراً رهبری‌شان کرده شامل ۷۵ میلیون دلار سرمایه‌گذاری در یک برنامه سلامت و بهداشت در افریقا می‌شود و همچنین برنامه‌ای را در بر می‌گیرد که در زمان باراک اوباما برای ارائه مجوز حضور در آمریکا به فرزندان مهاجران غیرقانونی در این

محافظه‌کاران  
آمریکایی از شعار  
«اتصال بیشتر  
مردم» که توسط  
زاکربرگ مطرح  
می‌شود دل خوشی  
ندارند و می‌گویند  
او در تلاش است  
رویکرد خودش  
را جایگزین  
اجتماعات سنتی  
به خصوص  
در کلیساهای  
مکان‌های مشابه  
بکند.



رای‌دهندگان در حال رای‌دادن ماشینی در ایالت ایلینوی آمریکا

## استقبال از رسانه - رئیس جمهور

برخی اعضای دولت ترامپ می گویند زاکربرگ به دنبال این است که نامزد حزب دموکرات در انتخابات سال ۲۰۲۰ شود. ظاهراً جمهوری خواهان خیلی هم از چنین سناریویی برای انتخابات بعدی ریاست جمهوری آمریکا بدشان نمی آید. الکس کانتنت یکی از استراتژیست های سیاسی حزب جمهوری خواه که برای مارک رابینو یکی از نامزدهای اولیه حزب در کمپین جمهوری خواهان هم کار کرده است در این خصوص می گوید: «زاکربرگ و رسانه اش گزینه مناسبی برای نامزدی ریاست جمهوری اند. فرض کنید اگر پنجاه سال پیش، ناشر نیویورک تایمز تصمیم می گرفت نامزد ریاست جمهوری شود، چه پیش می آمد. حالا هم همان است، با این فرق که فیس بوک امروز از نیویورک تایمز گذشته خیلی قدرتمندتر است.»

نگرفتند که اشتباه بود. بنابراین در این مورد هم بهتر است، او جدی گرفته شود. تمام این حرف ها ما را به نقطه نظر اولیه این گزارش برمی گردانند: اینکه زاکربرگ و فیس بوک در دنیای امروز قدرت زیادی گرفته اند و دولتی مثل آمریکا اصلاً نمی خواهد لحظه ای چشم از آنها بردارد.

## تلهای به نام ترامپ

خود زاکربرگ می گوید مکاشفه سیاسی اش از سال گذشته میلادی شروع شده؛ یعنی زمانی که کمپین های تبلیغات ریاست جمهوری آمریکا مراحل اولیه خود را پشت سر می گذاشت. ترامپ با شعارهای ناسیونالیستی اش - که از دیدگاه زاکربرگ کاملاً ضد جهانی شدن بودند - داشت طرفدارانی برای خودش جمع می کرد (مسئله جهانی شدن و ارتباط کامل جهانی چیزی است که فیس بوک و رقبايش روی آن متمرکزند و دنبال تحققش هستند). جنبش های مشابهی نیز در اروپا در حال شکل گیری بود.

در آوریل سال ۲۰۱۶ نیز اتفاقی افتاد که در چارچوب رویکرد زاکربرگ اتفاق جدیدی بود. او هیچ وقت از نامزد خاصی در انتخابات حمایت نکرده بود اما در آن زمان در جریان یکی از کنفرانس های فیس بوک به یکی از

زاکربرگ گاهی از  
هر دو سوی طیف  
مورد حمله قرار  
دارد. دموکرات ها و  
رایک انحصار طلب  
رسانه های قلمداد  
می کنند و  
جمهوری خواهان  
هم معتقدند  
فعالیت او در جهت  
جهانی سازی  
همه جانبه به ضرر  
آمریکا است



زاکربرگ در جریان سفر ایالتی اش با نیروهای ارتش آمریکا هم گفت وگو کرد.

مواضع دونالد ترامپ در خصوص دیوار سازی در مرز آمریکا با مکزیک اشاره کرد و علیه آن موضع گرفت: «در دنیای امروز باید به جای دیوار کشیدن، پل بسازیم.» او نامی از ترامپ نبرد اما تأکید کرد که مردم جهان را باید به هم نزدیک کرد و فیس بوک هم جایی برای همین کار است.

این نظر زاکربرگ در رسانه ها بازخورد زیادی داشت و تیتراهای مشابه «حمله زاکربرگ به دونالد ترامپ» را به همراه آورد. اما حتی همین اظهار نظر زاکربرگ هم به سیاقی همیشگی او بسیار مهم بود. مدیرعامل فیس بوک بیش از هر مدیرعامل سرشناس دیگری در دنیا راجع به زندگی خودش حرف زد. مخاطبان می دانند که او دوست دارد چطور استیکش را کباب کند یا اینکه بچه هایش چه زمانی به دنیا آمده اند. اما عملاً در جنبه های سیاسی و اجتماعی، او طرفدار مواضع مبهم و غیردر دسرساز است. این مسئله باعث می شود او در سخنرانی ها و مصاحبه ها بیش از حد ماشینی و فکر شده به نظر بیاید. این مسئله برای کسی که می خواهد وارد سیاست شود چندان نکته مثبتی نیست. مواضع اولیه او در مورد اتهاماتی که در خصوص انتشار اخبار جعلی در فیس بوک در زمان انتخابات آمریکا مطرح شده بود نیز شبیه مواضع کسی بود که از سیاست چیزی نمی داند. زاکربرگ در آن زمان در پاسخ به منتقدان اخبار جعلی گفت: «اینها بخش بسیار کمی از محتوای فیس بوک را تشکیل می دهند و احمقانه است که بگویم رأی دهندگان بر اساس آنها تصمیم می گیرند. آنها تصمیمات خود را بر اساس تجربه زیسته می گیرند.» اما او اشتباه می کرد.

دفاع زاکربرگ از فیس بوک به شکلی متناقض انجام شد و نتیجه منفی در بر داشت. علش این بود که اتفاقاً کار فیس بوک عملاً همین است که کاربران را به دیدن ماجراها از دریچه چشم این شرکت وادارد. آگهی دهندگان سالانه ۲۸ میلیارد دلار برای ارائه تبلیغاتشان در فیس بوک خرج می کنند، دقیقاً به همین دلیل که مردم تصمیمات خود را بر اساس چیزی که در فیس بوک ببینند می گیرند. این درست همان چیزی بود که زاکربرگ در سخنانش از پذیرش آن شانه خالی کرد. نتیجه این شد که کمپین دونالد ترامپ توانست آزادانه از تریبون فیس بوک استفاده کند. در واقع تبلیغات به شکل اخبار واقعی به خورد کاربران داده شد. حتی استیو بنن استراتژیست دست راستی دونالد ترامپ هم پیش تر به قدرت فیس بوک اذعان کرده بود و موتور تحلیل داده های آن را برای استفاده در تبلیغات انتخاباتی به رسمیت شناخته بود.

حتی هیلاری کلینتون هم به نقشی که فیس بوک احتمالاً ناخواسته در پیروزی ترامپ ایفا کرد اشاره داشته است. او گفته که فیس بوک بزرگترین پلتفرم خبری در جهان است و با آن قدرت عظیم، باید مسئولیت پذیری عظیمی هم می آمد که در جریان انتخابات نیامد.

بعد از آنکه اظهار نظر تناقض آمیز زاکربرگ در مورد فیس بوک و رأی دهندگان مورد انتقاد زیادی قرار گرفت، او موضع خود را تعدیل کرد. در اواخر ماه دسامبر گذشته او اذعان کرد که فیس بوک باید بخشی از مسئولیت محتوایی را که توسط کاربران پست می شود به عهده بگیرد. یک ماه بعد هم سفرهای ایالتی اش را کلید زد.

## از فیس بوک تا تگزاس

اولین مقصد سفرهای ایالتی زاکربرگ، تگزاس بود. او در این ایالت با نیروهای پلیس در دالاس و رهبران مسیحی در واکو دیدار کرد و حتی در یک مراسم کابویی شرکت کرد. او در مورد سفرهایش می گوید: «نکته جالب درباره اداره شرکتی مثل فیس بوک این است که همیشه برای کار به شهرهای بزرگ در کشورهای دیگر می روی، اما خیلی از شهرهای کوچک در کشور خود را هیچ وقت نمی بینی. به نظرم آمد که باید به

وقتی خبر آمد زاکبرگ بسیاری از چهره‌های اجرایی ارشد کاخ سفید در زمان ریاست جمهوری باراک اوباما و حتی یکی از افراد رتبه‌دار در کمپین هیلاری کلینتون را نیز به عنوان مشاور در کنار خود دارد، شایعات درباره مسیر سیاسی او تقویت شد.

## رازهای همسر مارک زاکبرگ بودن

پزشک اطفال است اما امروز به عنوان یکی از موسسان نهاد چن-زاکبرگ شناخته می‌شود که از دسامبر ۲۰۱۵ با ۹۹ درصد از سهام این زوج در شرکت فیس‌بوک (بالغ بر ۴۵ میلیارد دلار) آغاز به کار کرد و اهداف علمی، تحصیلی و درمانی را دنبال می‌کند. پریسیلا چن در ایالت ماساچوست آمریکا در خانواده‌ای از پناهندگان چینی اهل ویتنام به دنیا آمد و ابتدا در دانشگاه هاروارد و سپس در دانشگاه کالیفرنیا درس خواند. او ۳۲ ساله است و به خاطر برنامه‌هایش در نهاد چن-زاکبرگ به عنوان یکی از چهره‌های معطوف به آینده دنیا مطرح شده است.



پریسیلا چن، همسر زاکبرگ

و کسی نمی‌تواند در فیس‌بوک متعرض نقش و اختیارات او شود. این ماجرا طبعاً صدای عده‌ای از سرمایه‌گذاران فیس‌بوک را درآورد و به شکایت حقوقی نیز منجر شد. اما ظاهراً این هزینه‌ای است که زاکبرگ تمایل دارد آن را بپردازد. پس احتمالش وجود دارد که فکر ریاست جمهوری در آینده هم در سر او وجود داشته باشد.

### فیس‌بوک آینده

ماجراهای پس از انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و فشارهایی که در این خصوص بر فیس‌بوک وارد آمد، حالا زاکبرگ را به این سمت کشانده که به جای شعار «متصل‌شدن و افزایش ارتباطات»، به دنبال «توانمندسازی مردم برای تقویت اجتماعات و نزدیک کردن جهان» باشد. او می‌گوید از این راه می‌توان بزرگ‌ترین چالش‌های پیش روی بشر از جمله مقابله با تغییرات اقلیمی، درمان بیماری‌ها و مقابله با خشونت را به نتیجه رساند. (این در حالی است که یکی از معضلات بزرگ خود فیس‌بوک این بوده که ویدئوهای حاوی صحنه‌های خشونت‌بار و تحریک به خشونت را بلافاصله شناسایی و حذف کند). محافظه‌کاران آمریکایی از چنین رویکردی اصلاً دل خوشی ندارند و می‌گویند زاکبرگ در تلاش است رویکرد خودش را جایگزین اجتماعات مردمی به خصوص در کلیساها و مکان‌های مشابه کند. از آن سوی طیف سیاسی نیز این اعتراض به گوش می‌رسد که میلیون‌ها نفر از مردمان جهان که در فقر به سر می‌برند کوچک‌ترین ارتباطی با فیس‌بوک ندارند و اقدامات زاکبرگ نقشی در زندگی آنها ایفا نخواهد کرد. اما همین اعتراضات هم نشان می‌دهند که زاکبرگ وارد گفت‌وگویی شده که پتانسیل مطرح‌شدن در رادیو و تلویزیون و بحث در میان مردم را دارد. احتمالش هست که او راه جدید قدرت را هم درست انتخاب کرده باشد. ■

تمام این جوامع مختلف توجه کرد.» ظرف شش ماه بعد از کلید خوردن سفر نگراس، تور آمریکایی زاکبرگ به نوعی سکوی سیاسی تبدیل شد. زاکبرگ معتقد است محبوبیت فزاینده احساسات ناسیونالیستی در آمریکا آن‌طور که ترامپ ادعا می‌کند ناشی از رکود اقتصادی در برخی ایالت‌ها نبوده، بلکه ماجرا به رکود اجتماعی مربوط می‌شده است. به اعتقاد زاکبرگ، عضویت در گروه‌های اجتماعی مثل کلیساها و باشگاه‌های ورزشی جوانان به وضوح پایین آمده و احساس در کنار هم بودن از میان رفته است. (این ایده را رابرت پوتنام استاد علوم سیاسی دانشگاه هاروارد در کتاب سال ۲۰۰۰ خود با عنوان «تنهایی بولینگ بازی کردن» مطرح کرده بود). زاکبرگ هم در همین زمینه نامه‌ای شش هزار کلمه‌ای را در ماه فوریه در فیس‌بوک منتشر کرد و در آن نوشت: «بسیاری از چالش‌های پیش روی ما همان‌قدر که اقتصادی‌اند، اجتماعی هم هستند. ارتباط بین ما و گروه‌هایی بزرگ‌تر از خودمان قطع شده است.»

این بحث در حالی مطرح است که بسیاری از تحقیقات به این نکته اشاره دارند که شبکه‌های اجتماعی ممکن است باعث تشدید احساس تنهایی شوند. حتی ژورنال آمریکایی داروهای پیشگیرانه نتایج تحقیقی را منتشر کرد که بر مبنای آن، کاربرانی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت زیادی دارند بیشتر از دیگران احساس تنهایی می‌کنند. زاکبرگ اما ماجرا را این‌طور نمی‌بیند و معتقد است که بهترین راه برای بهتر شدن جوامع، استفاده بیشتر از قابلیت‌های ارتباطی فیس‌بوک است. نظرسنجی‌ای که خود فیس‌بوک انجام داده نشان می‌دهد تنها ۵ درصد از کاربران فیس‌بوک در این خصوص مثل زاکبرگ فکر می‌کنند. آیا طرز فکر زاکبرگ می‌تواند برای او رأی هم جمع کند؟

### رئیس‌جمهور؟ واقعا؟

تا اینجا تصویری از هرچه را که در بیش از یک سال اخیر در مورد فیس‌بوک و زاکبرگ رخ داده، دیدیم. باز هم پرسش اصلی همین باقی می‌ماند که آیا او واقعا می‌خواهد رئیس‌جمهور شود و آینده آمریکا را با دیدگاه خودش شکل دهد؟

واقعیت این است که واکنش بعضی‌ها نسبت به پتانسیل زاکبرگ برای ریاست جمهوری چندان هم منفی نیست. از آنجا که در حال حاضر دونالد ترامپ در آمریکا بر سر قدرت است، بسیاری از گروه‌های سیاسی و اجتماعی به خصوص از طیف دموکرات می‌خواهند با حضور چهره باهوش و پرسر و صدایی مثل زاکبرگ، راه کنار زدن ترامپ در انتخابات آینده ریاست جمهوری آمریکا را هموار کنند. البته خیلی‌ها هم در سلیکون ولی معتقدند که امکان ندارد او خودش را در دام انتخابات بیندازد و این سؤال را هم می‌پرسند که اگر او دنبال ریاست جمهوری نیست پس در برنامه‌های سیاسی اخیرش دنبال تامین چه هدفی است؟

یکی از چهره‌هایی که در این خصوص گمانه‌زنی کرده، نیتان هابارد یکی از مقامات اجرایی سابق توییتر است. او در مجموعه‌ای از توییت‌های خود این تئوری را ارائه داد: «زاکبرگ دنبال ریاست جمهوری نیست، بلکه می‌خواهد بفهمد نقش این محصولی که به مردم ارائه داد (فیس‌بوک) در انتخاب ترامپ چه بود. او تازه فردای انتخابات فهمید از طریق فیس‌بوک راهی را هموار کرده بوده که خودش آن را پیش‌بینی نمی‌کرد و درکش هم نمی‌کند. این برای کسی که فیس‌بوک را بنیان گذاشته خیلی ترسناک است.» اما اگر این‌طور است و زاکبرگ دنبال ریاست جمهوری نیست، چرا او مدتی پیش یک تغییر حقوقی جنجال‌برانگیز در چارتر شرکتی فیس‌بوک انجام داد؟ بر اساس بند جدید، غیبت یا استعفای بنیان‌گذار فیس‌بوک در صورت به عهده گرفتن پست در دولت عملاً قانونی و بی‌مشکل خواهد بود

فیس‌بوک با  
الگوریتم‌هایی  
کار می‌کند که  
اخبار و ویدئوها  
را بر مبنای علایق  
احتمالی کاربران به  
آنها نشان می‌دهد.  
این مسئله به  
شدت کار را برای  
آگهی‌دهندگان  
آسان می‌کند  
و البته در زمان  
انتخابات در دسترس  
درست می‌کند

[ آینده اروپا ]

# برگزیت‌های اروپای شرقی در راه‌اند؟

## بررسی آینده احتمالی لهستان، چک و مجارستان

را به خطر انداخته‌اند. شکافی عمیق بین هسته اصلی اتحادیه اروپا - مثل فرانسه و آلمان - و رهبران برخی کشورهای اروپای شرقی به وجود آمده است؛ همان چیزی که سال‌ها جلوی چشم اروپایی‌ها بود اما صاحبان کسب و کار و نیز سیاستمداران نمی‌خواستند به آن توجه کنند. درست مثل دوران پیش از برگزیت، صحبت‌هایی در عرصه سیاسی این کشورها مطرح می‌شود که قبلاً شاید مانور به نظر می‌آمد اما حالا کاملاً معنی‌دار است: اروپای شرقی دنبال رهایی از قواعد بروکسل و رسیدن به خودمختاری است و انبوهی از چهره‌های پوپولیست هم آماده جهش به صحنه و تامین این اهداف‌اند.

موفق‌ترین جهش را فعلاً آندری بابیش در جمهوری چک انجام داده است. او که از همان ابتدا در رسانه‌ها به عنوان میلیاردر پوپولیست و همتای دونالد ترامپ معرفی شده بود، حالا در انتخابات پارلمانی جمهوری چک به همراه حزبی آنو (ضدفساد و ضد اتحادیه اروپا) پیروزی بزرگی به دست آورده است. او ابایی ندارد از اینکه بگوید عده خاصی از مهاجران را از این کشور برگشت خواهد داد و کاری خواهد کرد که دولت هم به خوبی بیزنس خود او عمل کند. البته اگر بخواهیم منصفانه قضاوت کنیم، او چهره متعادل‌تری نسبت به دونالد ترامپ است (و حتی در عرصه کسب و کار هم موفق‌تر بوده) و دائم زیر تمام کاسه‌کوزه‌ها نمی‌زند. مثلاً بابیش حداقل تلاش دارد که احترام دستگاه قضایی جمهوری چک را حفظ کند و در مورد مسئله مهاجرت هم گفته که دست رد به سینه مهاجران جدید از او کراین نخواهد زد ولی مهاجران عرب را نخواهد پذیرفت (او خودش هم مهاجری از اسلواکی بوده است).

اما بابیش و برگزیت به هم چه ارتباطی دارند؟ احتمالش خیلی زیاد است که او به سرمدار جدا شدن برخی کشورهای اروپای شرقی از اتحادیه اروپا تبدیل شود. او عملاً مخالف موضعی است که رهبرانی مثل امانوئل مکران رئیس‌جمهور فرانسه در خصوص وحدت بیشتر اتحادیه اروپا مطرح می‌کنند. بابیش معتقد است که اتحادیه اروپا در اروپای شرقی مداخله بی‌مورد می‌کند و باید جلویش را گرفت و در این راه، برخی مواضع میانه‌رو او کاملاً رنگ می‌بازند. به همین جهت است که صاحب‌نظران معتقدند بابیش را نیز باید در اردوی رهبرانی مثل ویکتور اوربان (مجارستان) و یاروسلاو کاجینسکی (لهستان) قرار داد؛ دقیقاً همان افرادی که قابلیت جدا کردن اروپای شرقی از اتحادیه اروپا را دارند.

کاجینسکی به صورت رسمی در لهستان بر سر قدرت نیست اما رهبری حزب راست‌گرای قانون و عدالت را در این کشور به عهده دارد؛ حزبی که خود بر منصب قدرت است. کاجینسکی منتقد همه‌جانبه انگلار مرکل است و به خصوص در زمینه مهاجرت به او حملات زیادی می‌کند. او همچنین دائم با اتحادیه اروپا - چه به شکل نهاده و چه به شکل شخصی - سرشاخ است. از یک سو، او



کاجینسکی و اوربان

برخی تحولات بزرگ زمانی رخ می‌دهند که دنیای کسب و کار غرق پیروزی‌های خودش است. دو سال پیش، این طور به نظر می‌آمد که انگلیس از لحاظ اقتصادی منطقی‌ترین کشور اروپاست و لندن هم طبق معمول به عنوان مرکز مالی از ثبات خارق‌العاده‌ای برخوردار بود. حالا اما انگار دورانی دراز از آن زمان سپری شده و بی‌ثباتی شدید ناشی از برگزیت، تا سال‌ها بعد نیز گریبان انگلیس را رها نخواهد کرد.

امروز اگر به عقب نگاه کنیم، دو نکته خود را نشان می‌دهند. اول اینکه عواملی بی‌ارتباط با منطق کسب و کار در دوران پیش از وقوع برگزیت وجود داشت که کسی نمی‌خواست آنها را جدی بگیرد. مهم‌ترین آنها عصبانیت عمومی در جامعه انگلیس از موضوع جهانی‌شدن و افزایش مهاجرت به این کشور بود. دوم اینکه مجموعه‌ای از تصمیم‌گیری‌های سیاسی کوتاه‌مدت در انگلیس کاملاً اشتباه محاسباتی از کار درآمدند. مثلاً طی سالیان دراز، حمله به اتحادیه اروپا رویکرد معمول سیاستمداران انگلیسی بود. اگر دیوید کامرون اندکی به نشانه‌های سیاسی دور و برش در این خصوص توجه کرده بود آیا واقعا رفراندوم در مورد برگزیت برگزار می‌شد؟ آیا چهره‌هایی که امروز رهبری احزاب در انگلیس را به دست دارند هرگز پایشان به این صحنه باز می‌شد؟

اینها تصاویر و مباحثی است که در ذهن صاحبان کسب و کار و سیاست در انگلیس دائم مرور می‌شود و هنوز هم تحلیل آنها آسان نیست. اما همان عصبانیت‌های فروخورده و همان مانورهای سیاسی کوتاه‌مدت که برگزیت را به همراه آوردند، حالا دروازه‌های شرق اروپا



«بابیش»، نخست‌وزیر جدید چک

### کاوه شجاعی

دبیر بخش آینده‌پژوهی

منبع: بیزنس ویک

چرا باید خواند:

این روزها همه

می‌خواهند از اتحادیه

اروپا جدا شوند. این

گزارش را بخوانید تا

بینید حرف حساب

کشورهای اروپای

شرقی در این مورد

چیست.

سه رهبر پوپولیست در عرصه سیاسی جمهوری چک، لهستان و مجارستان حداقل از یک نقطه مشترک برخوردارند: هر سه در داخل کشورشان محبوب‌اند و البته صاحبان کسب و کار هم طرفدار آنها هستند.

موج مهاجرت به اروپا هم هست. در چنان شرایطی در انگلیس طبعاً مردم به چیزی که ظاهراً برایشان نفعی نداشت رأی ندادند و قطعاً در اروپای شرقی هم به چنین چیزی رأی مثبت (مانند در اتحادیه اروپا) نخواهند داد.



کاپینسکی و اوربان

تنها علت اینکه کشورهای اروپای شرقی هنوز با سر و صدا از فراندوم برای جدایی از اتحادیه اروپا حرف نزده‌اند دقیقاً همین است که آنها تجربه برگزیت را به چشم دیده‌اند. از سوی دیگر هم اعضای قدرتمندتر اتحادیه اروپا اخیراً آن قدر از بابت برگزیت دچار درسر شده‌اند که نمی‌خواهند اعضای دیگری از اتحادیه اروپا را نیز از دست بدهند.

در چنین شرایطی، دو شخصیت احتمالاً نقش مهمی در آینده اروپای شرقی ایفا خواهند کرد. یکی از آنها امانوئل مکرون رئیس‌جمهور فرانسه است. او در جریان کمپین انتخاباتی خود از اینکه به سرپیچی کشورهای مثل لهستان و مجارستان از قوانین اتحادیه اروپا بی‌توجهی می‌شود انتقاد کرد. او تأکید کرد امکان اینکه کشوری بخواهد از مزایای اقتصادی حضور در اتحادیه اروپا بهره‌بردار اما از لحاظ سیاسی قوانین آن را نقض کند، وجود ندارد. با وجود این، مکرون طرفدار این هم هست که ادغام و یکپارچگی بیشتری در اتحادیه اروپا به وجود بیاید و حوزه یورو تقویت شود. این موضع، برخی کشورهای اروپای شرقی را که در حوزه یورو نیستند به شدت خشمگین می‌کند. پس یک بخش از آینده اتحادیه اروپا مستقیماً به این مسئله مربوط می‌شود که مکرون در تحقق اهداف خود در این خصوص موفقیتی به دست می‌آورد یا نه.

شخصیت دوم اما کاپینسکی است. او چنان نگاه پارانوئیدی به اتحادیه اروپا دارد که بسیار بعید است کسی از رهبران اروپایی قادر باشد ریسک معامله با او و ادغام بیشتر لهستان در اتحادیه اروپا را به جان بخرد. در چنین شرایطی، لهستان کاملاً در معرض جدافتادگی از اروپا قرار خواهد داشت. با این اوصاف، احتمال بروز شکافی شبیه برگزیت در مرزهای شرقی اتحادیه اروپا در آینده اصلاً دور از ذهن نیست؛ فقط معلوم نیست که ابعاد آن چقدر خواهد بود. ■

پس از برگزیت خواهان پس‌گرفتن قدرت از دست بروکسل شده و از سوی دیگر هم به شکلی ناموفق تلاش کرده که جلوی انتخاب هم‌وطنش دونالد توسک را به ریاست شورای اروپا بگیرد. در همین میانه، اتحادیه اروپا هم بیکار نمانده و تحقیقاتی در خصوص آنچه کاپینسکی به عنوان اصلاحات در حزب قانون و عدالت انجام داده - اما بیشتر به پاکسازی مخالفان شبیه بوده - به جریان انداخته است. در چنین شرایطی ممکن است لهستان به خاطر نقض قوانین اتحادیه اروپا، حق رأی خود را در شورای اروپایی از دست بدهد.

کاپینسکی قبلاً با افتخار گفته بود که می‌خواهد ورشو را به بوداپست تبدیل کند و همین نشان‌دهنده تأثیری است که ویکتور اوربان نخست‌وزیر مجارستان روی او گذاشته است. اوربان شخصیتی بسیار دیپلماتیک‌تر از کاپینسکی است و در گذشته هم ضد شوروی بوده است. او حالا به شدت ضد اتحادیه اروپا است ولی اصولاً عاقل‌تر از همتای لهستانی‌اش کاپینسکی عمل می‌کند و قبل از اینکه اتحادیه اروپا بخواهد اقدامی تلافی‌جویانه یا تنبیهی انجام دهد، موضع خود را تعدیل می‌کند. او در داخل با انتقاداتی هم مواجه است و پوسترهایی در مجارستان از او و دوستان تجاری‌اش توسط مخالفان منتشر شده که آنها را به شکل گانگستر ترسیم کرده است. با وجود این، انتظار می‌رود که ویکتور اوربان باز در انتخابات سال آینده مجارستان پیروز شود.

این سه رهبر پوپولیست که در عرصه سیاسی جمهوری چک، لهستان و مجارستان حضور دارند، حداقل از یک نقطه مشترک برخوردارند: هر سه در داخل کشورشان محبوب‌اند و البته صاحبان کسب و کار هم طرفدار آنها هستند. صاحبان کسب و کار معتقدند که شکاف‌ها با اتحادیه اروپا خطر خیلی زیادی ندارد و نباید از آن ترسید. آنها اقتصاد کشورهای خودشان را نسبتاً خوب می‌بینند و رهبران پوپولیست ذکر شده را هم رهبرانی پراگماتیک می‌دانند که قادرند در لحظه مناسب، از اتخاذ مواضع رادیکال پرهیز کنند. آنها همچنین معتقدند کشوری مثل آلمان که از لحاظ اقتصادی به شدت با کشورهای اروپای شرقی در هم تنیده شده است، تمایلی به وخیم کردن مناسبات خود با این کشورها نخواهد داشت و در نهایت می‌توان راه کنونی را در کنار اندکی زهر چشم‌گرفتن از اروپا ادامه داد.

بایش که از بین سه چهره یادشده، بیزینس‌من موفق‌تری است دقیقاً همین رویکرد را در ذهن دارد. او می‌داند که اگر فراندومی در خصوص جدایی جمهوری چک از اتحادیه اروپا برقرار کند، احتمالش زیاد است که مردم رأی به جدایی بدهند. به همین دلیل است که او چنین خطری نمی‌کند چون برای کشوری با مساحت کوچک جمهوری چک اصلاً منطقی نیست که به فکر جدایی از اتحادیه اروپا باشد.

این دیدگاه به خصوص از ابعاد تجاری کاملاً منطقی به نظر می‌رسد. اما به همان دیدگاهی شباهت دارد که پیش از برگزیت فراندوم برگزیت و خروج از اتحادیه اروپا در انگلیس و در میان صاحبان کسب و کار وجود داشت؛ اینکه در لحظه رأی‌گیری، هر قدر هم که رأی‌دهنده ناراضی باشد به عقل خود رجوع خواهد کرد و رأی به ماندن در اتحادیه اروپا خواهد داد. اما رأی‌هایی که در فراندوم برگزیت به صندوق ریخته شد نشان داد که ذهن مردم این‌طور کار نمی‌کند. دهه‌هاست که سیاستمداران در گوش مردم و رسانه‌ها خوانده‌اند که اتحادیه اروپا به هیچ دردی نمی‌خورد و علت و بانی



محل مذاکرات انگلیس و اتحادیه اروپا

مواضع امانوئل  
مکرون در  
خصوص ادغام  
بیشتر در اتحادیه  
اروپا باعث  
عصبانیت رهبران  
کشورهایی از  
اروپای شرقی  
است که جزو  
حوزه یورو  
نیستند

مدل فیوچرکرفت فقط برای ارائه  
در بازار آلمان تولید شد و استقبال  
خوبی از آن به عمل آمد.



## [ آینده بازار کفش ورزشی ]

# کفش‌ها سریع‌تر می‌دوند

روند تولید کفش ورزشی چطور مشتری‌پسندتر و سریع‌تر می‌شود

سریع در فروشگاه‌ها هم ببینند و آنها را بخرند. این روند با روند تولید طولانی کفش در کشورهای آسیایی و سپس ورود آنها به بازار همخوانی ندارد. اما برندهای فشن پیش از برندهای کفش ورزشی به همین نتیجه رسیده بودند و راه‌های مختلف برای تولید و رساندن سریع محصولات مد روز به فروشگاه‌هایشان را امتحان کرده بودند.

نکته دیگر این است که آدیداس و برندهای دیگر به فکر تطبیق مشخصات هریک از کفش‌های عرضه‌شده با بازارهای مختلف افتاده‌اند. مثلاً مشخصات جغرافیایی هریک از بازارهای بزرگ - مثل بارانی بودن هوای لندن - در طراحی و تولید مدل‌های کفش مورد توجه قرار می‌گیرد و امکانات جدید برای آنها در نظر گرفته می‌شود. مثلاً کفش‌های ورزشی برای بازار شانه‌های مناسب دویدن در فضاهای بسته خواهند بود و کفش‌های ورزشی برای بازار لس‌آنجلس برای هوای گرم این شهر طراحی خواهند شد. از آنجا که همه‌چیز به شکل ماشینی و سریع انجام می‌شود، مجموعه‌ای از اهداف برند تولید کفش از این راه برآورده خواهد شد.

در برندهای دیگر تولید کفش ورزشی نیز رقابت شدیدی برای ماشینی‌شدن تولید و سرعت ارائه محصول به بازار مشاهده می‌شود. مثلاً برند نایکی در شرکتی سرمایه‌گذاری کرده که سرهم‌کردن قسمت بالای کفش را با سرعتی ۲۰ برابر انسان می‌تواند انجام بدهد. شرکت فیتز در سن‌دیه‌گو هم مشغول راه‌اندازی برنامه‌ای است که بر اساس آن، مشتریان با ارسال مشخصات و عکس مخصوص از پای خود، کفشی کاملاً منطبق با آن را دریافت خواهند کرد. تحولات در بازار کفش در حالی رخ می‌دهد که برندهایی مثل آدیداس جزو کارفرماهای بزرگ بوده‌اند و حدود یک میلیون نفر در ۶۳ کشور جهان در هزار کارخانه و کارگاه برای تولید کفش‌های آدیداس کار می‌کنند. ایجاد کارخانه‌های تولید سریع کفش به این معنی نیست که کارخانه‌های قبلی و نیروی کار آنها ناگهان ناپدید خواهند شد. واقعیت این است که در بازار رقابتی کفش ورزشی، برندی مثل آدیداس به رشد سالانه بین ۱۰ تا ۱۲ درصد در تولید نیاز دارد و این یعنی تا سال ۲۰۲۰ میلادی باید ۴۰ میلیون جفت کفش ورزشی جدید تولید کرده باشد. با این اوصاف، کارخانه‌های مدرن و سریع تنها بخشی کوچک از این روند عظیم تولید را تشکیل خواهند داد و روش سنتی تولید کفش همچنان سر جای خود باقی خواهد ماند؛ مگر آنکه روند تولید چنان از لحاظ تکنولوژیک دستخوش تغییر شود که دیگر نیازی به روش‌های تولید سنتی نباشد. ■

در سالن تولید کفی‌های کفش آدیداس در کارخانه جدید این برند در آلمان، همه‌جا از تمیزی برق می‌زند. قطره‌های کوچک پلاستیک سفید وارد دستگاه می‌شوند، ظرف مدتی کوتاه ذوب می‌شوند و شکل می‌گیرند و سپس کفی‌های کفش آماده می‌شوند و بیرون می‌آیند. تنها یک کارگر در این سالن مشغول نظارت بر امور است.

اینجا کارخانه فوق‌سریع و فوق‌مدرن تولید کفش آدیداس است؛ تجربه‌ای که درست در جهت خلاف آن رویه‌ای عمل می‌کند که برندها در دهه‌های اخیر در پیش گرفته بودند. برخی از برندها حالا تمایل دارند که از تولید کفش توسط نیروی کار انبوه و ارزان در کشورهای آسیایی دست بردارند. سیستم پیشرفته تولید در کشورهایی مثل

آلمان دارد دقیقاً همین هدف آنها را با سرعت و بهروری بالا برآورده می‌کند. کارخانه‌ای که توصیفش رفت بین مونیخ و فرانکفورت قرار دارد و مساحتش اندازه یک زمین فوتبال است، این کارخانه تا پاییز سال آینده قادر خواهد بود روزانه ۱۵۰۰ جفت کفش و سالانه ۵۰۰ هزار جفت کفش را تنها با ۱۶۰ نفر نیروی کار تولید کند و با سرعت به بازار بفروستد. برند آدیداس با تاسیس چنین کارخانه‌ای دنبال آن است که خود را به رقیب بزرگش نایکی برساند و از آن پیشی بگیرد. ماشینی‌شدن و سرعت‌بخشی به روند تولید کفش حالا اولویتی است که می‌تواند پیش‌تاز بازار را ظرف زمان کوتاهی کنار بزند.

روند تولید کفش در کشورهای آسیایی با نیروی کار ارزان - از جمله در چین و ویتنام - معمولاً روندی طولانی است. علتش این است که از یک سو همه کارها با دست انجام می‌شود و از سوی دیگر، هریک از اجزای کفش توسط شرکت‌های جداگانه تولید می‌شود و کار از هریک از آنها به دیگری انتقال می‌یابد تا بقیه مراحل تولیدش انجام شود. این وضعیت در جهان امروزی چندان به‌صرفه نیست.

نکته دیگر این است که روش جدید تولید سریع آدیداس از برندهای فشن مثل اچ‌اندام و زارا تأثیر پذیرفته است. آنچه که در جهان امروز مد می‌شود و از مد می‌افتد، برای مشتریان اهمیت زیادی دارد. آنها ترجیح می‌دهند محصولاتی را که در هفته‌های مد دیده‌اند خیلی

منبع: فاینانشال تایمز

چرا باید خواند:

کفش ورزشی بازار

رقابت سنگینی دارد.

پخوانید تا ببینید

برندها برای افزایش

کیفیت و کمیت

محصولات خود چه

نوآوری‌هایی را به کار

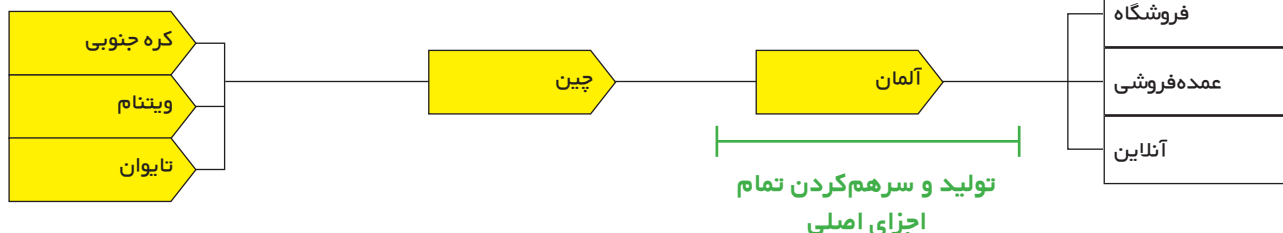
می‌گیرند.

کل مراحل تولید یک جفت کفش ورزشی آدیداس نزدیک به سه ماه طول می‌کشد چون اجزای آن در کشورهای مختلف تولید می‌شود. کارخانه سریع جدیدی که این برند در آلمان راه انداخته، مدت‌زمان تولید یک جفت کفش را به یک روز تقلیل خواهد داد

تولید بخش‌های پاشنه،  
پنجه، لایه رویی و محافظ

تولید کفی کفش و قسمت  
بالای کفش و سرهم‌کردن آن

توزیع





[ آینده خودروهای لوکس ]

## وقتی خودرو را قبل از خرید پرو می کنید!

آیتم جدیدی به کلکسیون ماشین ثروتمندها اضافه شد

**منبع: بیزینس ویک**  
**چرا باید خواند:**  
**این گزارش را بخوانید**  
**تابییند صنعت**  
**خودروی لوکس دنیا**  
**چطور مشتریان**  
**فوق پولدارش را راضی**  
**نگه می دارد.**

حتی اگر پول خرید یکی از ۱۵۰ استون مارتین والکری را - که قرار است دو سال دیگر به بازار بیاید - داشتید باز هم نمی توانستید به نمایشگاه بروید و یکی بخرید. این خودروی ۲۶ میلیون دلاری طوری دقیق و ظریف طراحی شده که خریداران باید قبل از نهایی شدن ساخت، آن را پرو کنند. والکری تازه ترین عضو باشگاه انحصاری خودروهای سوپر اسپرت است که از نظر قابلیت های حرکتی، امکانات و میزان لوکس بودن در میان کلاس های خودرو، بالاترین رده را دارد. خودروهای سوپر اسپرت گران ترین خودروها به حساب می آیند. والکری محصول همکاری برند انگلیسی خودروهای لوکس استون مارتین با آدرین نیویی مهندس مسابقات فرمول وان است. به همین خاطر یک خودروی دوگانه به حساب می آید که هم خصوصیات ماشین مسابقه را دارد و هم می شود آن را در خیابان راند. در ساخت والکری فیبر کربن به کار رفته و موتور وی-۱۲ آن قدرت باورنکردنی ۱۰۰۰ اسب بخار را دارد. کلا قرار بوده ۱۵۰ دستگاه والکری تولید شود و تمام آنها همین حالا به فروش رفته است. خریداران این خودروی سوپر اسپرت جزو ثروتمندترین افراد دنیا هستند که در کلکسیون خود ماشین های گران فراوانی دارند، اما این یکی کمی فرق می کند. ماریک رایشمن از مسئولان ارشد استون مارتین می گوید: «خریداران این مدل هیجان زده اند. خودرو از مدت ها پیش به آنها نشان داده شده و تک تک آنها آن را پرو کرده اند.» درست خواندید. آگوست گذشته خریداران این مدل در کالیفرنیا در جلسه های خصوصی آن را تماشا کردند، سوارش شدند و بعد مشخصات فیزیکی تک تکشان ثبت شد. والکری در کالیفرنیا ماشینی ۹۵ درصد آماده به حساب می آید: بعضی از سیستم ها مثل قطعات موتور هنوز نهایی نشده اند و تست ماشین در جاده در مرحله بعدی قرار دارد. بدنه والکری به شدت متفاوت و رادیکال طراحی شده و مهندسان استون مارتین باید مطمئن شوند ماشین با این سرعت بالا در جاده به پرواز در نخواهد آمد. والکری تا سال ۲۰۱۹ به خریداران تحویل داده نخواهد شد. رایشمن درباره طریقه شخصی سازی والکری می گوید: «وقتی درباره مشخصات ماشینتان تصمیم گرفتید، در رنگ های انتخابی تان برای شما یک مدل کوچک

و دقیق از آن را می سازیم (یک هجدهم اندازه والکری واقعی). شما دوباره شروع به انتخاب و تغییر مشخصات می کنید و رنگ و جنس بخش های مختلف را آن قدر عوض می کنید و این روند آن قدر تکرار می شود تا نظرتان تامین شود.» برای یکی از مشتریان که خواستار رنگی کمیاب بوده تا حالا ۱۰ نوع از این مدل ها ساخته شده است. این حد از شخصی سازی مکرر تقریباً همه بخش های ماشین را شامل می شود: از جنس صندلی، داشبورد و سقف گرفته تا حاشیه دوزی ها. میزان انعکاس نور بدنه و حتی روکش چرخ ها هم توسط مشتری انتخاب می شود. شخصی سازی در کابین نیازمند اندازه گیری دقیق مشخصات فیزیکی راننده است. کابین راننده که درون فریم حشره مانند والکری قفل شده، یک مثلث دنج است: راننده و مسافر به یک ضلع آن مثلث تکیه می دهند و دو ضلع دیگر آرام آرام به سمت نقطه ای در جلو شیب پیدا می کنند. پای راننده و شخص کناری اش تقریباً در این نقطه به هم می رسد. هیچ فضایی، حتی یک نگهدارنده لیوان بین دو صندلی نیست. هر دو صندلی مستقیماً به کف و دیواره کابین وصل شده اند. صندلی ها هم کاملاً فیکس هستند و فقط پدال ها و فرمان پردکمه قابلیت تنظیم دارند. برای کنترل و راحتی حداکثر، تمام بخش های صندلی با اندازه دقیق لیزری وزن، قد، دور کمر و اندازه دست راننده تنظیم شده اند. در مراسم پرو در کالیفرنیا، مارک گانتلت مدیر فروش وی آی پی استون مارتین می گوید: «شما اساساً در این ماشین، مثل راننده های مسابقات اتومبیل رانی می نشینید. پاهای شما از حالت عادی رانندگی بالاتر خواهد آمد.» خبرنگار بیزینس ویک که در جلسه حاضر بوده به همراه ۱۵۰ خریدار ماشین را تست کرد. «بعد از جملات گانتلت درباره ماشین مسابقه اصلاً انتظارش را نداشتم که نشستن در والکری این قدر راحت باشد.» البته رایشمن تأکید می کند که سرنا ویلیامز - تنیسور و سفیر برند استون مارتین - زمانی که ۶ ماهه باردار بوده توی آن نشسته و مشکلی پیش نیامده است: «قد من ۱۹۳ سانتی متر است و توی ماشین با خانم ویلیامز جا شدم.» تمرکز تیم رایشمن روی این مسئله است که این موشک زمینی را در رانندگی روزانه قابل استفاده کنند. «ما می خواهیم این ماشینی باشد که بتوانید در خیابان سوارش شوید و لذتش را ببرید.» اما انتظار نداشته باشید راحتی باقی ماشین های لوکس نصیبتان شود. رایشمن می گوید: «توی ماشین دستگاه تهویه هوا کار گذاشته ایم چون کابین بسیار کوچک است و این کار سختی نبود. اما دیگر از صندلی ماساژور خبری نیست.» از سیستم صوتی هم خبری نخواهد بود. در والکری فقط صدای غرش موتور را خواهید شنید. ■

| بزرگ ترین صادر کنندگان خودرو در سال ۲۰۱۶ |           |                                                     |
|------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------|
| ۱                                        | آلمان     | ۱۵۱.۹ میلیارد دلار (۲۱.۸ درصد کل صادرات خودرو جهان) |
| ۲                                        | ژاپن      | ۹۱.۹ میلیارد دلار (۱۳.۲ درصد)                       |
| ۳                                        | امریکا    | ۵۳.۸ میلیارد دلار (۷.۷ درصد)                        |
| ۴                                        | کانادا    | ۴۸.۸ میلیارد دلار (۷ درصد)                          |
| ۵                                        | انگلیس    | ۴۱.۳ میلیارد دلار (۵.۹ درصد)                        |
| ۶                                        | کره جنوبی | ۳۷.۵ میلیارد دلار (۵.۴ درصد)                        |
| ۷                                        | اسپانیا   | ۳۵.۶ میلیارد دلار (۵.۱ درصد)                        |
| ۸                                        | مکزیک     | ۳۱.۴ میلیارد دلار (۴.۵ درصد)                        |
| ۹                                        | بلژیک     | ۳۰.۳ میلیارد دلار (۴.۳ درصد)                        |
| ۱۰                                       | جمهوری چک | ۱۸.۸ میلیارد دلار (۲.۷ درصد)                        |

| بزرگ ترین وارد کنندگان خودرو در سال ۲۰۱۶ |          |                                                     |
|------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------|
| ۱                                        | امریکا   | ۱۷۲.۳ میلیارد دلار (۲۴.۷ درصد کل واردات خودرو جهان) |
| ۲                                        | آلمان    | ۵۱.۳ میلیارد دلار (۷.۳ درصد)                        |
| ۳                                        | انگلیس   | ۴۶.۱ میلیارد دلار (۶.۶ درصد)                        |
| ۴                                        | چین      | ۴۴ میلیارد دلار (۶.۳ درصد)                          |
| ۵                                        | فرانسه   | ۳۰.۹ میلیارد دلار (۴.۵ درصد)                        |
| ۶                                        | بلژیک    | ۳۱.۴ میلیارد دلار (۴.۵ درصد)                        |
| ۷                                        | ایتالیا  | ۲۷.۵ میلیارد دلار (۳.۹ درصد)                        |
| ۸                                        | کانادا   | ۲۶.۴ میلیارد دلار (۳.۸ درصد)                        |
| ۹                                        | اسپانیا  | ۱۸.۳ میلیارد دلار (۲.۶ درصد)                        |
| ۱۰                                       | استرالیا | ۱۵.۹ میلیارد دلار (۲.۳ درصد)                        |

[ آینده چین ]

## شاخ به شاخ با سرمایه گذاری خارجی در چین

آیا دولت چین و شرکت های چندملیتی در آینده بیشتر از هم فاصله می گیرند؟

وعده ها فرسوده شده اند: «تصمیم گیری ها در حوزه کسب و کار و سرمایه گذاری را نمی توان با تکیه بر وعده های طرف مقابل انجام داد. ما نیاز داریم که وعده های لفظی طرف مقابل را به شکل عملی هم در باز شدن بازار ببینیم»

درواقع نیز به رغم وعده هایی که توسط دولت چین داده شده، چین هنوز در میان ۶۲ کشوری که از لحاظ باز بودن نسبت به سرمایه گذاری مستقیم خارجی، توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه مورد بررسی قرار گرفته اند، در مقام ۵۹ قرار داده شده است. در عین حال، سرمایه گذاری مستقیم خارجی دارد اهمیتش را در عرصه اقتصاد چین از دست می دهد. در سال ۲۰۱۶، سرمایه گذاری مستقیم خارجی تنها یک درصد از تولید ناخالص داخلی چین را تشکیل داد و این در حالی بود که در سال ۲۰۰۶ این رقم حدود ۲۳ درصد و در سال ۱۹۹۶ نیز ۴۸ درصد بود.

## چین و غرب با هم جوش نمی خورند

در دورانی که شی در چین بر سر قدرت بوده، برخی شرکت های خارجی در چارچوب کمپین ضد فساد او هدف قرار گرفته اند و گاهی هم بحث تشدید قوانین آنتی ترست در بین بوده است. در سال ۲۰۱۳ سه شرکت تولید شیر خشک از جمله ابوت، دنون و مید جانسن به صورت جمعی ۱۱۰ میلیون دلار جریمه شدند چون اتهام تبانی برای بالا نگه داشتن قیمت به آنها وارد شده بود. همچنین گلاکسواسمیت کلاین، غول دارویی انگلیسی در سال ۲۰۱۴ متهم شد که جرایم اقتصادی مرتکب شده و از این بابت ۵۰۰ میلیون دلار جریمه شد و آن را پرداخت هم کرد. شرکت های خارجی احتمالاً از این تجربیات درس گرفته اند و روش های محتاطانه تری را برای تداوم حضور در چین در پیش گرفته اند.

اما یکی از بزرگ ترین نگرانی های شرکت های چندملیتی در چین این است که تکنولوژی های خارجی در موارد زیادی در چین کپی می شوند و سپس طبق سیاست های داخلی چین به شدت مورد حمایت قرار می گیرند و قوانین لازم برای دفاع از حقوق شرکت اصلی هم ناکافی است. به همین جهت بوده که اکثر شرکت های خارجی به برنامه «حمایت از محصولات ساخت چین تا سال ۲۰۲۵» بدین بوده اند. بر اساس این برنامه، قرار است چین در ده صنعت از جمله هوانوردی، وسایل نقلیه با انرژی های جدید و بیوتکنولوژی پیشرفت سریعی بکند. مثلاً در حوزه ربات ها هدف چین این است که تا سال ۲۰۲۰ بیش از پنجاه درصد از ربات های فروش رفته در این کشور را ساخت چین (تولید داخل) کند. این در حالی است که این رقم در حال حاضر ۳۱ درصد است.

تنها راهی که برای تحقق این هدف دشوار وجود دارد، این بوده که دولت چین یارانه های فراوان، وام های کم بهره، معافیت های



ریات انسان نما که خطاطی چینی می کند. این ربات در نمایشگاه سال گذشته رباتیک در پکن به نمایش گذاشته شد.

سال هاست که شرکت های چندملیتی از رویکرد دولت چین در قبال سرمایه گذاری خارجی گله دارند و موانع پیش روی فعالیت خود را بسیار زیاد و دست و پاگیر می دانند. پس از روی کار آمدن دونالد ترامپ در امریکا برخی مواضع امریکا علیه چین تندتر هم شد و احتمالاً روی شرکت های خارجی را برای حرف زدن دوباره در مورد محدودیت های فعالیت در چین باز کرد.

این موضوع شاید کمی متناقض به نظر برسد، چون شی جین پینگ رئیس جمهور چین همواره در سخنرانی های خود از باز بودن فضای این کشور به روی سرمایه گذاری صحبت می کند و در گذشته هم به اصلاحات بازار روی خوش نشان داده است. او در مجمع جهانی اقتصاد در داووس در سال گذشته میلادی در اظهار نظری که هدفش می توانست دونالد ترامپ باشد، تاکید کرد که سیاست های سفت و سخت حمایت گرانه داخلی مثل این است که کشوری خودش را در یک اتاق تاریک حبس کند. این سخنان درواقع می توانست نشانه گیری از رویکرد آینده دولت چین و روی خوش نشان دان به سرمایه گذاری مستقیم خارجی قلمداد شود.

اما ظاهراً شرکت های چندملیتی معتقدند که او خیلی هم به این موضع اعتقادی ندارد. در یک نظرسنجی از ۴۶۲ شرکت امریکایی که توسط اتاق بازرگانی امریکا در چین انجام شد، ۶۰ درصد از پاسخ دهندگان اعلام کردند امیدی ندارند که در سه سال آینده، بازارهای چین بیشتر به رویشان باز شود. دیدگاه مشابهی از سوی اروپایی ها نیز مطرح شده است. متز هاربرن، رئیس اتاق بازرگانی اتحادیه اروپا در چین گفته که اروپایی ها از کنار آمدن با

## منبع: بیزینس ویک

## چرا باید خواند:

پخوانید تاباذهنیت

رهبران چین در

خصوص پذیرش یا

عدم پذیرش حضور

بازیگران خارجی در

عرصه سرمایه گذاری

در این کشور و

آینده پکن در چین

شرایطی آشنا شوید.

سیاستمداران چینی همواره نگران این مسئله بوده‌اند که اگر درهای کشور را خیلی آزادانه به روی بازیگران خارجی باز کنند، احتمال اینکه غربی‌ها بر آنها تسلط پیدا کنند وجود خواهد داشت.



دولت چین دهه‌ها به دنبال انتقال تکنولوژی خارجی به این کشور بود و به تدریج بازیگران داخلی خود را در عرصه‌های مختلف صنعتی تقویت کرد؛ اما هم‌زمان، محدودیت‌هایی نیز برای رقبای خارجی به وجود آورد

در ماه‌های اخیر  
وعده‌گشایش  
بخش‌هایی مثل  
خدمات، معدن و  
صنعت هوانوردی  
غیرنظامی چین به  
روی شرکت‌های  
خارجی داده شده  
است

کرده، این‌طور به نظر می‌رسد که آمریکا دیگر از اینکه با چنین محدودیت‌های مواجه باشد خسته شده است.

البته ظاهراً دولت چین به حساسیت‌هایی که در این خصوص در میان شرکت‌های چندملیتی به وجود آمده، توجه نشان داده و درصدد برآمد

که سیاست‌های جدیدی نیز در این خصوص اتخاذ کند. مثلاً در ماه ژانویه گذشته، دولت شی یک سیاست جدید معروف به «سند شماره پنج» را عمومی کرد که بر اساس آن، وعده گشایش بخش‌هایی مثل خدمات، تولید و معدن به روی شرکت‌های خارجی داده شده است. دولت چین همچنین اعلام کرده که در تلاش است محدودیت‌ها در سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت هوانوردی غیرنظامی خود را کاهش بدهد. بخش‌های خودروسازی و بیمه نیز ممکن است در همین راستا شرایط جدیدی را تجربه کنند.

با وجود این، کارشناسانی مثل گائو ژیکایی - که پیش‌تر به عنوان بانکدار سرمایه‌گذار با مورگان استنلی و همتای چینی‌اش کار می‌کرد - معتقدند که به رغم وعده‌ها در خصوص گشایش بیشتر راه سرمایه‌گذاری در چین، نمی‌توان انتظاری غیرمنطقی و بالا از دولت چین داشت. در دهه ۱۹۹۰، چین نه‌تنها برای سرمایه‌گذاری، بلکه برای مدیریت فنی و مسائل دیگر نیز به غرب وابسته بود و چاره‌ای جز پذیرش همکاری‌ها نداشت؛ اما امروزه اوضاع خیلی تغییر کرده است. شرکت‌های خارجی چندان برای چین جذاب نیستند چون قابلیت خاصی - که خود چین در حال حاضر از آن بی‌بهره باشد - در اختیار ندارند. به اعتقاد گائو ژیکایی، «چین حالا یکی از بزرگ‌ترین کشورها از جنبه جمعیت، کاربران اینترنت، مشترکان تلفن همراه و غیره است. در چنین شرایطی، عجیب نیست که دولت چین بخواهد جهان را وادار به پذیرش رویکردهای مورد نظر خودش کند و رشته کار را خودش به دست بگیرد. آینده ممکن است به همین شکل پیش برود.»

مالیاتی و زمین‌های بی‌اجاره در اختیار سازندگان ربات بگذارند و در عین حال شرایط خوبی را برای خریداران این ربات‌ها نیز فراهم کند. با کمک‌های دولتی، شرکت‌های ربات‌ساز چینی مثل ای‌دی‌بودار، سیاسون ربات و آنهویی قادر خواهند بود در آینده نزدیک شرکت‌های بزرگی مثل ای‌بی‌بی سوئیس و فانوک ژاپن را در حوزه رباتیک به چالش بکشند؛ آن هم در بازاری که بیش از ۱۱ میلیارد دلار ارزش دارد.

با این اوصاف می‌توان تصور کرد که وقتی ویلبر راس وزیر تجارت آمریکا یک ماه پیش به چین سفر کرد، چرا از رویکرد دولت چین در این خصوص خوشش نیامد و از آن انتقاد کرد. درواقع زور دولت چین برای جلوراندن چنین برنامه‌هایی در داخل کشور بالاتر از انتظار شرکت‌ها و دولت‌های خارجی است. جف مون که تا سال گذشته نماینده تجاری آمریکا در امور چین بود، در خصوص سیاست‌های حمایت‌گرانه داخلی چین گفته: «دولت چین دهه‌ها به دنبال انتقال تکنولوژی خارجی به این کشور بود و به تدریج بازیگران داخلی خود را در عرصه‌های مختلف صنعتی تقویت کرد و هم‌زمان، محدودیت‌هایی برای رقبای خارجی به وجود آورد. درواقع ناسیونالیسمی که در این راستا به صنایع چین تزریق شده، اوضاع را پیچیده کرده و کار شرکت‌های خارجی را نیز برای فعالیت در چین دشوار ساخته است.»

اما رویکردی که شی جین‌پینگ در پیش گرفته است، در گذشته نیز در چین وجود داشت. مثلاً در دهه ۲۰۰۰ میلادی، چین تصمیم گرفت راکتورهای بزرگ هسته‌ای پیشرفته‌ای بسازد. در این راستا شرکت‌های دولتی چین مثل شرکت انرژی هسته‌ای عمومی و شرکت ملی هسته‌ای چین در مواردی وارد همکاری با شرکت‌های غربی شدند. به تدریج شرکت‌های چینی در این زمینه قدرت گرفتند و بخش زیادی از امور را خودشان به دست گرفتند. اما در سال ۲۰۱۴ دولت آمریکا پنج مقام چینی را متهم کرد که تکنولوژی هسته‌ای را از چند شرکت آمریکایی از جمله وستینگ‌هاوس سرقت کرده و آنها را به شرکت‌های چینی ارائه داده‌اند. کسی نمی‌تواند ادعا کند که حقیقت این ماجراها را می‌داند یا نه. اما واضح است که سیاست اصولی چین این است که بازیگران داخلی را در عرصه صنایع مختلف به هر نحوی که شده تقویت کند و لزومی نمی‌بیند که به بازیگران خارجی روی خوش نشان دهد و حتی بروز جنجال‌های بزرگ هم نمی‌تواند این عزم دولت چین را خدشه‌دار کند.

#### تصویری از ذهنیت حال و وعده‌های آینده

جان تورنتون که در دهه ۱۹۹۰ در جریان آغاز فعالیت گلدمن ساکس در چین حضور داشت و حالا هم مدیر اجرایی شرکت باریک گلد است، می‌تواند تصویری از آنچه در این خصوص در ذهن دولتمردان چینی جریان دارد ارائه بدهد. او می‌گوید سیاست‌گذاران چینی همواره نگران این مسئله بوده‌اند که اگر درهای کشور را خیلی آزادانه به روی بازیگران غربی باز کنند، احتمال اینکه غربی‌ها بر آنها تسلط پیدا کنند وجود خواهد داشت: «به همین جهت بوده که در بیست سال اخیر و حتی شاید در زمانی طولانی‌تر، رهبری چین چاره‌ای نداشت به جز آنکه سرعت گشایش و اصلاحات برای پذیرش سرمایه‌گذاری خارجی را به شدت کنترل کند.» با توجه به انتقاداتی که دونالد ترامپ هم در این خصوص علیه چین مطرح





[ آینده قطب شمال ]

## منابع گرما از قطب شمال بیرون می‌آیند

آیا سردترین بزرگراه آبی جهان می‌تواند کانال سوئز دوم باشد؟

بالا نمی‌آید و دما منفی ۲۰ درجه است و آلودگی هم به دلیل عملیات در منطقه به شدت بالاست. با وجود این، ۱۷۰ هزار نفر ساکن نوریلسک هستند و زندگی‌شان نیز به حمل و نقل مواد استخراج‌شده از طریق همان گذر دریای شمال وابسته است. آنچه که از نوریلسک خارج می‌شود باید با قطار باری به یک شهر بندری به نام دادینکا برسد و از آنجا با کشتی‌های باربری و یخ‌شکن و از طریق گذر دریای شمال راهی بازارهای داخلی و خارجی شود. این کشتی‌های یخ‌شکن ساخت آلمان و فنلاند هستند و هر سفرشان به سمت غرب بین ۵ تا ۷ روز طول می‌کشد. در بندر دادینکا تنها طی ۳ ماه در فصل تابستان می‌توان به سمت شرق و به سمت بازارهای اقیانوس آرام حرکت کرد و در این دوران هم اکثر کشتی‌ها بار نیکل را جابه‌جا می‌کنند. تداوم حرکت بارهای معدنی از نوریلسک به سمت بازارهای داخلی و خارجی برای آینده اقتصاد روسیه بسیار حیاتی است.

### مهم‌ترین پروژه‌های توسعه در قطب شمال

دو بندر جدیدالتاسیس در ساحل شرقی شبه‌جزیره یامال، نشانگر نقش حیاتی گذر دریای شمال در توسعه منابع هیدروکربنی روسیه در قطب شمال‌اند. یکی از آنها بندر سابتا در خلیج اوب است که یک نیروگاه گاز طبیعی مایع (ال‌ان‌جی) در آن قرار دارد و سیستم حمل و نقل دریایی قطب شمال قرار است حمل و نقل بار از آن را هم تحت پوشش قرار دهد. این پروژه یکی از پیچیده‌ترین و پیشرفته‌ترین پروژه‌های توسعه در کل قطب شمال به شمار می‌آید. در این مسیر، یک ناوگان از ۱۵ کشتی حمل‌کننده ال‌ان‌جی که خودشان یخ‌شکن هم هستند باید گاز را از طریق یامال از محدوده روسیه در قطب شمال خارج کنند و آن را به بازارهای جهانی برسانند. هریک از این کشتی‌های خاص، قابلیت حمل ۱۷۰ هزار متر مکعب ال‌ان‌جی را دارند. این کشتی‌های باربری گول‌پیکر - که یخ‌شکن سرخود هم هستند و درازایی برابر با ۳ زمین فوتبال دارند - در شرکت دووی کره جنوبی و در بخش

گذر دریای شمال (ان‌اس‌آر) یک اتوبان آبی عظیم است و در یکی از سردترین و دورافتاده‌ترین مناطق زمین قرار دارد. دما در زمستان در این منطقه به منفی ۴۰ درجه سانتی‌گراد می‌رسد و ضخامت یخ در آن به بیش از ۲ متر. اما روسیه به این اتوبان آبی - که طول ۷ منطقه زمانی و مساحتی بیش از ۵۵۰۰ کیلومتر را در خود جا داده - توجه خاصی دارد و آن را کلید آینده تجارت خود می‌داند. البته روسیه کاملاً حق دارد؛ چون ثروت عظیمی از ذخایر طبیعی در این منطقه نهفته است و گذر دریای شمال، کلید رسیدن به آن است. این ثروت حتی در مرحله کنونی نیز بین ۱۵ تا ۲۰ درصد از اقتصاد روسیه را شامل می‌شود و در آینده می‌تواند بخش بسیار بزرگ‌تری از تولید ناخالص داخلی این کشور را به خود اختصاص دهد. بر اساس تعریف روسیه، گذر دریای شمال شامل آن آب‌های ساحلی و راه‌های دریایی است که در مناطق اقتصادی مخصوص روسیه از نوایا زملیا در غرب تا تنگه برینگ در شمال اقیانوس آرام کشیده شده‌اند. این روزها حرف و حدیث زیادی درباره این بزرگراه آبی و احتمال تبدیل شدن آن به نوعی کانال سوئز شمالی مطرح می‌شود؛ کانالی که می‌تواند راهی برای تجارت جهانی در مسیر قطب شمال باشد. اما در واقعیت، توسعه این ذخایر و نقش‌آفرینی آنها در امنیت اقتصاد روسیه، مهم‌ترین کارکرد این بزرگراه آبی است و البته روسیه در این راه با چالش‌های زیادی مواجه است.

### قطب شمال شهر هم دارد

بسیاری از چیزهایی که درباره قطب شمال می‌دانیم به نظر غیرواقعی می‌رسند، از جمله اینکه شهری هم در قطب شمال وجود داشته باشد. اما مثلاً شهر دورافتاده نوریلسک در ۳۲۰ کیلومتری مدار شمالگان، درواقع در نزدیکی بزرگ‌ترین مجموعه معدنی و متالورژیکی جهان قرار دارد و جای مهمی است. ۲۰ درصد از نیکل دنیا، نیمی از پالادیوم دنیا و مقادیر قابل توجهی پلاتینیوم و مس از این مرکز استخراج می‌شود. در نوریلسک، خورشید در ۳ ماه از سال



لاوسن دابلیو بریگم

عضو هیئت علمی دانشگاه فرینکس آلاسکا و کاپیتان سابق نیروی دریایی آمریکا با تخصص روی یخ‌شکن‌های قطب شمال و قطب جنوب

منبع: ویلسون کوارترلی

چرا باید خواند:

آینده اقتصادی

روسیه تا حد زیادی

به بزرگراه آبی قطب

شمال وابسته است.

یخ‌انید تابینید

باربرهای یخ‌شکن

در این بزرگراه سرد

چطور مواد خام را به

غرب و شرق منتقل

خواهند کرد.



برخی صاحب‌نظران معتقدند که گذر دریای شمال احتمالا نمی‌تواند به یک راه تجاری مطمئن و معمولی - از نوع کانال سوئز و کانال پاناما- تبدیل شود و ترافیک تجارت جهانی را پذیرا باشد.

تغییرات اقلیمی  
و گرم‌شدن زمین  
باعث عقب‌نشینی  
کلی یخ‌های قطب  
شمال شده و مسکو  
به تدریج قابلیت  
آن را پیدا خواهد  
کرد که سردترین  
بزرگراه آبی جهان  
رادر زمان‌های  
بیشتری برای  
حمل و نقل ذخایر  
انرژی قطب شمال  
مورد استفاده قرار  
دهد

یکی از مسیرهای دریایی که  
با رونق‌گرفتن حمل و نقل از  
طریق بزرگراه دریایی قطب  
شمال ممکن است زودتر از  
بقیه از سکه بیفتد، مسیر  
سیاتل، ونکوور به بندرهای  
شمال اروپا است



نیروگاه ال‌ان‌جی در سابتا

۲۰۱۶ تنها ۲۳ کشتی از کل گذر دریای شمال عبور کرده‌اند. این در حالی است که فقط در سال ۲۰۱۶ بیش از ۱۶ هزار کشتی از کانال سوئز رد شده‌اند. خود روسیه سال‌ها راه دریایی قطب شمال را جایگزینی برای روش‌های متعارف حمل کالا بین اروپا و شرق آسیا معرفی کرده است. مقامات روس این‌طور استدلال می‌کنند که مسیر حمل کالا از طریق بزرگراه دریایی قطب شمال خیلی کوتاه‌تر از تنگه‌های باب‌المندب و ملاکا و نیز کانال سوئز است. مثلا کالاهایی که بین یوکوهاما و هامبورگ و از طریق بزرگراه دریایی قطب شمال جابه‌جا شوند در زمان کوتاه‌تری به مقصد می‌رسند (تخمینی که در این خصوص زده شده، ۳۰ تا ۳۵ روز در برابر ۴۵ روزی است که مسیرهای متعارف دریایی حمل کالا برای رسیدن به مقصد نیاز دارند). این مسئله از نظر تعداد روزها صحت دارد، اما مسیر جنوبی دریایی هنوز هم مزایای زیادی دارد: در تمام طول سال می‌توان از آن استفاده کرد، بندرهای مختلفی در مسیر وجود دارند و حرکت از طریق کانال سوئز نیز آسان است. اما در مقابل، بزرگراه دریایی قطب شمال در شرایط فعلی‌اش هنوز برای کشتیرانی مدرن و حمل کالا کاملاً آماده نیست. نکته دیگر هم این است که در میان ۱۱ بندری که در طول بزرگراه دریایی قطب شمال قرار گرفته‌اند، تنها یکی یعنی همان بندر سابتا می‌تواند سالانه بیش از ۵۰۰ هزار تن بار را اداره کند و بقیه این بندرها سالانه کمتر از ۷۰ هزار تن بار را اداره می‌کنند. از سوی دیگر، هنوز تجهیزات کاملی برای تعمیر و سوخت‌گیری کشتی‌های باربری در مسیر دریایی قطب شمال وجود ندارد.

با وجود این، برخی صاحب‌نظران می‌گویند یکی از مسیرهای دریایی که با رونق‌گرفتن حمل و نقل از طریق بزرگراه دریایی قطب شمال ممکن است زودتر از بقیه از سکه بیفتد، مسیر سیاتل/ونکوور به بندرهای شمال اروپا است. در این میان البته معضلات دیگری هم وجود دارد. مثلا اینکه روسیه هنوز با قوانین کشتی‌های حرکت‌کننده در آب‌های قطبی که در اول ژانویه سال جاری میلادی به امضا رسید، تطبیق پیدا نکرده است چون برخی از قوانین بین‌المللی در این خصوص با قوانین داخلی روسیه تناقض دارد. شرکت‌های بیمه دریایی فعلا منتظرند تا نتیجه این تطبیق را ببینند.

با همه اینها، در اینکه بزرگراه دریایی قطب شمال می‌تواند تضمینی برای آینده اقتصاد روسیه باشد شکی وجود ندارد. با توجه به اینکه تغییرات اقلیمی و گرم‌شدن زمین باعث عقب‌نشینی کلی یخ‌های قطب شمال شده و می‌شوند، مسکو قابلیت آن را پیدا خواهد کرد که سردترین بزرگراه آبی جهان را به شکل آسان‌تر و در زمان‌های بیشتری برای انتقال ذخایر انرژی قطب شمال مورد استفاده قرار دهد. ■

کشتی‌سازی و مهندسی ساخته می‌شوند و مشتری اصلی آنها کشورهای مثل روسیه هستند. در آگوست سال ۲۰۱۷، اولین کشتی از این کلاس با نام کریستف دو مارجرى توانست بدون آنکه هیچ کشتی یخ‌شکنی آن را اسکورت کند، از نروژ در طول گذر دریایی شمال حرکت کند. در آینده، چنین کشتی‌هایی می‌توانند در تمام طول سال از سابتا از طریق گذر شمالی به سمت بندرهای روس و اروپایی حرکت کنند. آنها همچنین در ۳ ماه تابستان از طریق گذر شمالی به سمت بازارهای آسیایی خواهند رفت. به تدریج این روند می‌تواند به حرکت باربرهای غول‌پیکر در زمان‌های بیشتری از سال - مثلا ۶ ماه - با یا بدون همراهی یخ‌شکن‌ها بینجامد و باز هم شرایط بهتری را برای اقتصاد روسیه رقم بزند.

یک مجتمع مهم بندری دیگر در قطب شمال نیز بندر نووی است که پایانه صادرات نفت در ساحل غربی خلیج اوب به شمار می‌آید. این بندر جدید، تکمیل‌کننده میدان نفتی یامال است که عملیات در آن توسط گازپروم‌نفت - یکی از شرکت‌های فرعی وابسته به غول دولتی گازپروم روسیه - انجام می‌شود. شرکت کشتی‌سازی روسی سوو کام‌فلوت با استفاده از یخ‌شکن‌ها موفق شده در تمام طول سال، از آب‌های کم‌عمق دهانه خلیج اوب عبور کند و حمل و نقل نفت به سمت غرب تا مورمانسک و بعد تا اروپا را به سرانجام برساند. سرگئی فرانک مدیرعامل سوو کام‌فلوت اخیرا پیش‌بینی کرد که بندر نووی در آینده قادر به صادرات ۸.۵ میلیون تن نفت باشد. توسعه بندر نووی نیز مثل سابتا به شدت وابسته به عملکرد مناسب بزرگراه آبی قطب شمال است.

#### اهمیت بنادر قطب شمال برای روسیه

تمرکز روسیه روی توسعه سابتا و بندر نووی کاملا توجیه‌پذیر است. ذخایر نفت و گاز طبیعی بیش از نیمی از درآمد فدرال روسیه را تشکیل می‌دهد و به رغم پایین‌بودن قیمت نفت و تحریم‌های بین‌المللی - که به اقتصاد روسیه ضربه زده‌اند - پروژه‌های مربوط به بنادر قطب شمال همچنان جزو اولویت‌های دولت روسیه قرار دارند. ظاهرا استراتژی درازمدت روسیه این است که از گذر دریای شمال برای انتقال ذخایر طبیعی انرژی به اروپا و نیز آسیا استفاده کند. در این راه، روسیه با چالش‌هایی مواجه است؛ به خصوص با توجه به این مسئله که از جولای سال جاری میلادی پروژه قطب شمال دچار کسری بودجه شده و وزارت توسعه اقتصادی روسیه نمی‌تواند در شرایط کنونی اقتصادی این کشور، سرمایه لازم را برای تمام پروژه‌های عظیم و پرهزینه در گذر دریای شمال تامین کند. چالش دیگری نیز که پیش روی روسیه قرار گرفته، بررسی پتانسیل ارتباط پروژه‌های قطب شمال با پروژه راه ابریشم جدید چین است. در پروژه چین، توسعه حمل و نقل و زیرساخت‌ها در تمام حوزه‌ها از جمله حوزه دریایی مورد توجه است. وزرای خارجه روسیه و چین پیش‌تر در این خصوص باهم دیدار کرده و از توسعه «جاده ابریشم روی یخ» صحبت کرده‌اند اما مشخص نیست که این انطباق تا چه حد قابل انجام باشد.

#### کانال سوئز شمالی در راه است؟

برخی صاحب‌نظران معتقدند که گذر دریای شمال احتمالا نمی‌تواند به یک راه تجاری مطمئن و معمولی - از نوع کانال سوئز و کانال پاناما- تبدیل شود و ترافیک تجارت جهانی را پذیرا باشد. البته بررسی نقشه‌ها نشان می‌دهد که گذر قطب شمال می‌تواند مسافت بین برخی بندرهای اروپایی و آسیایی را کمتر از کانال سوئز کند اما واقعیت این است که وجود دائمی یخ در آب‌های قطب شمال، حرکت کند کشتی‌ها و نیاز به تجهیزات تخصصی‌تر در آن منطقه، همگی باعث کاهش جذابیت این مسیر در مقایسه با راه‌های دیگر تجارت جهانی می‌شوند. بر اساس آمار موجود، در فاصله سال‌های ۲۰۱۱ تا

## [ آینده صنعت خاویار ]

خاویار چینی  
چطور جهان را گرفت

بهترین خاویار جهان دیگر از روسیه و ایران نمی آید؛  
البته رستوران دارها صدایش را در نمی آورند



هرکدام از ماهی ها یک شماره شناسایی دارند و  
روی هرکدام از قوطی های خاویار یک کد است که  
مشتري می تواند به کمک آن رنگ ماهی و باقی  
مشخصات فیزیکی اش را بررسی کند

تا همین چند سال پیش روسیه و ایران بازار جهانی صادرات خاویار را در قبضه خود داشتند. اما صید بی رویه این ماهی در دریای خزر باعث شد آنها به گونه ای در حال انقراض تبدیل شوند؛ عرضه خاویار دچار اختلال شد و کشورهای دیگر از جمله ژاپن و چین شروع به پر کردن خلأ کردند. شسائون ریبن، مدیر «گروه تحقیق بازار چین» می گوید: «صادرات خاویار چینی بیشتر خواهد شد چون ایران و روسیه هم مشکل تحریم را دارند هم ذخایر شان محدود است. خیلی رستوران ها خاویار چینی را می خرند چون کیفیتش خوب است، قیمتش منطقی و ذخیره اش تمام نشدنی.»

کالوگا کوئین سالانه ۶۰ تن خاویار از آب می گیرد و این باعث شده - طبق گفته خودشان - به بزرگترین تولیدکننده خاویار در جهان تبدیل شوند. پتروسیان پنج نوع خاویار این شرکت را می فروشد که برای خرید ۳۰ گرم از گرانترین نوع باید ۲۱۰ دلار هزینه کرد. ماهی ها در استان ژجیانگ چین در دریاچه ای مصنوعی پرورش داده می شوند که کوهستان هوانگشان با آبی سرد و تازه آن را سیراب می کند. هرکدام از ماهی ها یک شماره شناسایی دارند و روی هرکدام از قوطی ها یک کد است که مشتری می تواند به کمک آن رنگ ماهی را و همچنین مشخصات فیزیکی اش را ببیند.

با این همه پتروسیان می گوید نمایندگان شرکتش هر سال چندین سفر به چین می روند تا کیفیت را کنترل کند: «ما آب و ماهی را چک می کنیم. هر چیزی را که از چین می آید به طور مخصوص بررسی می کنیم تا مطمئن شویم که استانداردهای ما را رعایت می کنند.» فهرست آشپزهای درجه یکی که خاویار چینی استفاده می کنند کم کم در حال بزرگ شدن است. یکی از آنها رومین چپل آشپز رستوران فرانسوی پیر گانیر در شانگهای است. او درباره این خاویار می گوید: «مزماش خالص تر و پالایش شده تر از اکثر وارداتی هاست. اما اینکه از کجا می آید، این را هنوز به مشتری نمی گوییم، مگر اینکه بپرسند.»

نام چین را کنار هر محصول غذایی بیایید احتمال اینکه مخاطب را عصبی کنید وجود دارد. مخاطبان حق دارد. چینی ها بارها در حوزه مواد غذایی دچار رسوایی بین المللی شده اند: آنها گوشت هایی را به فروش رسانده اند که قبلا در ماده سفیدکننده خیس خورده بوده، یا آب سیبی که به آن ضدیخ زده بودند. چین رسماً در بخش کنترل کیفیت در حوزه مواد غذایی بدنام به حساب می آید. حالا تصور کنید چینی ها تصمیم بگیرند خاویار بفروشند. شرکت Kaluga Queen که در ۵۰۰ کیلومتری جنوب غربی شانگهای خاویار تولید می کند از

این قضیه آگاه است. لیلی لیو، مدیر بازاریابی اش به بیزینس ویک می گوید: «بزرگترین مانع ما در صادرات، اطمینان پایین به ایمنی و سلامت غذای چینی بوده است.» با این همه، وقتی اولین سری از قوطی های خاویار چینی در سال ۲۰۰۶ برای مشتریان ارسال شد، کالوگا کوئین به سرعت به خاویار انتخابی ۲۱ رستوران ۳ ستاره میشلن در پاریس - از ۲۶ رستوران - تبدیل شد. حالا ریک رپرتر، سرآشپز سرشناس غذاهای دریایی آن را در رستوران سه ستاره اش در نیویورک (لو برناردن) سرو می کند. هواپیمایی لوفت هانزا هم به مسافران کلاس بیزینس خود خاویار چینی می دهد. خاویار کالوگا کوئین حتی بخشی از غذای باراک اوباما در اجلاس سال ۲۰۱۶ گروه بیست بود. اما چون مشتریان هنوز برندهای چینی را با کپی های ارزان یکی می دانند در کمتر رستورانی به کشور مبدأ خاویارهای کالوگا کوئین اشاره می شود. الکساندر پتروسیان قائم مقام فروشگاه های مشهور پتروسیان که محصولات کالوگا کوئین را در فروشگاه هایش در سراسر دنیا می فروشد روی قوطی هایش به نام چین اشاره نمی کند. قوطی های ۳۰ گرمی این خاویارها به طور میانگین ۱۵۰ دلار ارزش دارند. او می گوید: «فروش خاویار چینی در ۳ سال اول واقعا دشوار بود. خیلی سخت بود که مشتریان را قانع کنیم که جنس بی ارزش نمی خرند. البته خاویار چینی ارزان هم وجود دارد اما ما داشتیم یکی از بهترین های بازار را می فروختیم.»

منبع: بیزینس ویک

چرا باید خواند:

این گزارش را بخوانید

تابییند چطور با

فول صادرات خاویار

روسیه و ایران،

کشورهای دیگر به

سرعت خلا را پر

کرده اند.

#### بزرگترین واردکنندگان خاویار در سال ۲۰۱۶ در سال ۲۰۱۶ کشورهای جهان مجموعاً ۹۲.۸ میلیون دلار خاویار وارد کردند

|    |                   |                                                    |
|----|-------------------|----------------------------------------------------|
| ۱  | امریکا            | ۱۳.۶ میلیون دلار (۱۴.۷ درصد کل واردات خاویار جهان) |
| ۲  | فرانسه            | ۹.۷ میلیون دلار (۱۰.۴ درصد)                        |
| ۳  | ژاپن              | ۷.۴ میلیون دلار (۸ درصد)                           |
| ۴  | آلمان             | ۶.۷ میلیون دلار (۷.۲ درصد)                         |
| ۵  | عمان              | ۴.۸ میلیون دلار (۵.۲ درصد)                         |
| ۶  | سوئیس             | ۴.۱ میلیون دلار (۴.۴ درصد)                         |
| ۷  | امارات متحده عربی | ۳.۷ میلیون دلار (۴ درصد)                           |
| ۸  | انگلیس            | ۳.۳ میلیون دلار (۳.۵ درصد)                         |
| ۹  | مالزی             | ۳.۱ میلیون دلار (۳.۳ درصد)                         |
| ۱۰ | استرالیا          | ۲.۷ میلیون دلار (۲.۹ درصد)                         |

#### ۷ صادرکننده اصلی خاویار جهان در سال ۲۰۱۶

|   |         |                                                  |
|---|---------|--------------------------------------------------|
| ۱ | چین     | ۲۲.۱ میلیون دلار (۲۲ درصد کل صادرات خاویار جهان) |
| ۲ | امریکا  | ۱۷ میلیون دلار (۱۶.۹ درصد)                       |
| ۳ | ایتالیا | ۱۳.۶ میلیون دلار (۱۳.۶ درصد)                     |
| ۴ | فرانسه  | ۱۱.۵ میلیون دلار (۱۱.۴ درصد)                     |
| ۵ | آلمان   | ۹.۶ میلیون دلار (۹.۵ درصد)                       |
| ۶ | بلژیک   | ۳.۳ میلیون دلار (۳.۳ درصد)                       |
| ۷ | کانادا  | ۳.۱ میلیون دلار (۳.۱ درصد)                       |

(میزان صادرات خاویار توسط ایران در سال ۲۰۱۶ حدود ۹۳۳ هزار دلار بوده است.)

# ..... اکونومیست .....

## بازاری روی ابرها

نگاهی به خرده‌فروشی آنلاین در جهان

کسانی که در سال ۲۰۱۷ خرید می‌کنند کمتر به خاطر می‌آورند که زندگی در دهه ۹۰ چگونه بود. اینترنت وجود داشت اما اگر کسی نیاز به خرید داشت باید از خانه یا محل کارش بیرون می‌رفت. اما یک روز جف بزوس پی به قدرت اینترنت برد. ایده او ایجاد شرکتی بود که بتواند مصرف‌کننده و تولیدکننده را در هر نقطه‌ای از دنیا در کنار هم قرار بدهد. ایده‌اش را با کتاب آغاز کرد. البته در آن زمان همه راضی نبودند. رقابایی برای آمازون به روی کار آمدند اما هیچ‌کدام به موفقیت چندانی دست پیدا نکردند. حالا خرده‌فروشی آنلاین بخشی از بازارهای جهانی را در اختیار گرفته و انتظار می‌رود این پیش‌رفت در آینده سرعت بیشتر بگیرد.



### عقب‌افتاده

چینی‌ها تلاش بسیار زیادی کردند تا بتوانند ارزش خود را به عنوان ارزی بین‌المللی معرفی کنند. آنها موفق شدند یوان را وارد سبد ارزی صندوق بین‌المللی پول کنند و از این طریق به آن اعتبار ببخشند. البته در آن زمان که کریستین لاگارد رئیس صندوق بین‌المللی پول با این کار موافقت کرد، یوان وضعیت نسبتاً بهتری داشت. این روزها به نظر می‌رسد ارزش چشم‌پادامی‌ها متوقف شده و وضعیت خوبی ندارد. سهم این ارز در بازارهای بین‌المللی در حال سقوط است.

یوان، سهم در پرداخت بازارهای بین‌المللی، درصد

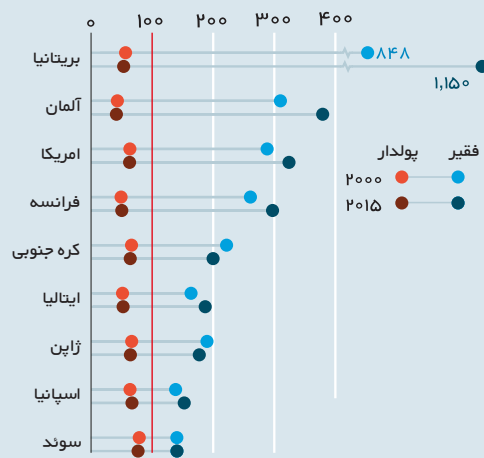


### پولدارها، پولدارتر می‌شوند

«منطقه‌های فقیر در اقتصادهای پیشرفته و ثروتمند نمی‌توانند خودشان را با برنده‌های فرآیند جهانی شدن همسو کنند» این را اکونومیست در جدیدترین گزارش خود عنوان کرده‌است. بر اساس این گزارش ثروتمندان هر روز ثروتمندتر می‌شوند در حالی که بخش‌های فقیرنشین در همان وضعیت خود باقی می‌مانند یا حتی فقیرتر می‌شوند.

سرانه تولید ناخالص داخلی در فقیرترین و ثروتمندترین مناطق

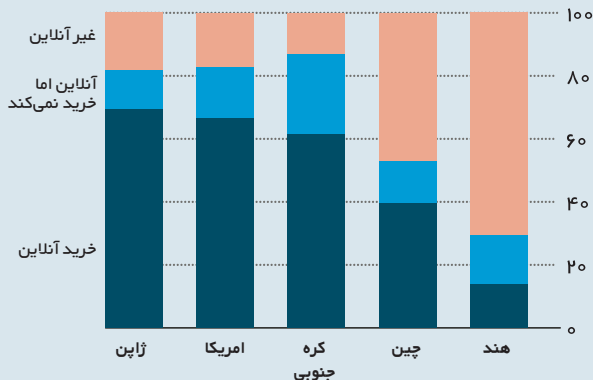
متوسط ملی=۱۰۰



### فضایی برای رشد

این روزها افراد بسیار زیادی به اینترنت دسترسی دارند و می‌توانند بسیاری از نیازهای خود را از این طریق برآورده کنند. یکی از نیازهای انسان مصرف‌ده امروز نیز «خرید» است. بررسی‌های اکونومیست نشان می‌دهد افراد بسیاری به صورت آنلاین خرید می‌کنند اما هنوز فضای بسیاری برای رشد در این زمینه وجود دارد.

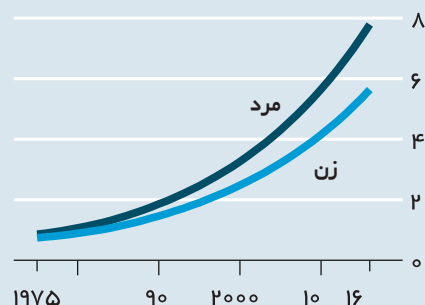
استفاده از اینترنت، درصد جمعیت، ۲۰۱۶



### ارقام چاق

تعداد کودکان و بزرگسالان مبتلا به اضافه‌وزن و چاقی در جهان در عرض چهار دهه، ده برابر شده‌است. سازمان بهداشت جهانی در گزارشی که اکونومیست آن را بررسی کرده نشان داده‌است که در دهه ۷۰ میلادی کمتر از یک درصد افراد ۵ تا ۱۹ ساله به اضافه‌وزن مبتلا بوده‌اند. اما در سال ۲۰۱۶ این رقم به ۷ درصد یا ۱۲۴ میلیون نفر رسیده‌است. بررسی‌ها نشان می‌دهد حدود یک‌پنجم از کل جوانان اضافه‌وزن داشته‌اند. انتظار می‌رود این رقم‌ها تا سال ۲۰۲۲ به اوج خود برسد.

شیوع در میان ۵ تا ۱۹ ساله‌ها/درصد



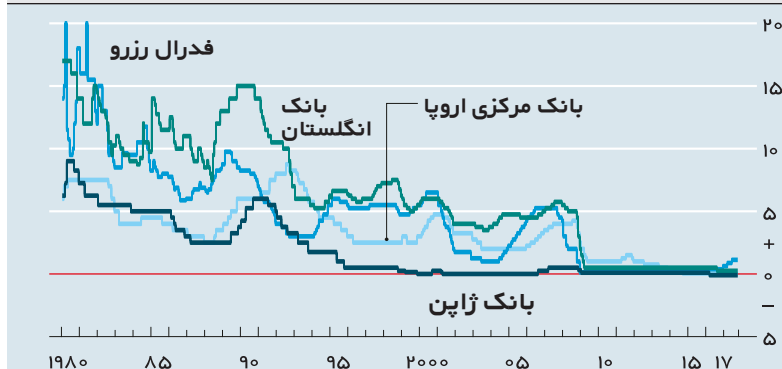
## روزهای عمو «شی»

شی جین پینگ پنج سال است که به عنوان رئیس‌جمهوری چین در کشور چشم‌بادامی‌ها مشغول به کار است. به همین مناسبت مجله اکونومیست در تایم‌لاینی به تحولات این پنج سال پرداخته‌است.

پنج سال قدرت شی جین پینگ



جایی برای رفتن نیست / شاخص نرخ بهره، درصد



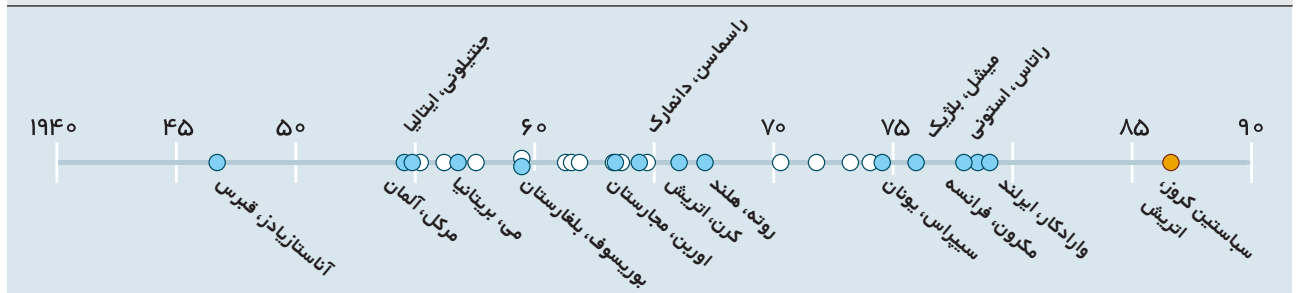
## دنیای نرخ پایین بهره

پیشرفته‌ترین اقتصادهای جهان این روزها با مشکل نرخ بهره پایین مواجه هستند. آنها به دنبال راهکارهای تازه‌ای برای مقابله با رکود و بحران اقتصادی هستند اما در عین حال نرخ بهره خیلی پایین به مسئله‌ای پیچیده برای آنها تبدیل شده‌است. حالا باید منتظر طلوع سیاست‌های پولی و مالی جدیدی در دنیا باشیم. بانک‌های مرکزی برای رونق بخشی به اقتصاد باید فکر تازه‌ای برای نرخ بهره بکنند.

## جوان‌تر از همیشه

چندی پیش انتخاباتی در اتریش برگزار شد که در آن جوان‌ترین رهبر اروپایی به قدرت رسید. به همین مناسبت هفته‌نامه اکونومیست به بررسی سن و سال رهبران اروپایی پرداخته و جوان‌ترین و مسن‌ترین‌ها را مشخص کرده‌است.

رهبران اروپایی، بر اساس تاریخ تولد



تنها چهار ماه می‌گذرد از زمانی که عربستان سعودی، امارات متحده عربی، بحرین و مصر مرزهای خود را به روی قطر بستند و روابط دیپلماتیکشان را با این کشور قطع کردند. این چهار کشور از جزیره کوچکی که بزرگترین ثروتش گاز است درخواست کرده‌اند از بسیاری از گروه‌ها حمایت نکند و همچنین شبکه الجزیره را تعطیل کند. بزرگ‌ترین حمایتگر این شبکه تلویزیونی، قطر است. الجزیره محبوب‌ترین شبکه عربی در سرتاسر دنیاست.

از بسیاری از گروه‌ها حمایت نکنند و همچنین شبکه الجزیره را تعطیل کنند. بزرگ‌ترین حمایتگر این شبکه تلویزیونی، قطر است. الجزیره محبوب‌ترین شبکه عربی در سرتاسر دنیاست. حالا این دعوا کاملاً شخصی شده‌است. همین چند وقت پیش بود که دیپلمات‌ها در قاهره به سمت یکدیگر توهین و بد و بیراه پرتاب می‌کردند. مقامات رسمی در دوحه که پایتخت قطر است انتظار دارند این دعوا سال‌ها ادامه پیدا کند.

قطر می‌تواند شرایط را تا حدودی

متعادل کند اما برایش هزینه‌هایی به همراه خواهد داشت. بر اساس برآوردهای موسسه مودی که آژانس رتبه‌بندی بزرگی در دنیا به شمار می‌آید، دولت قطر حدود ۳۹ میلیارد دلار پول به اقتصاد این کشور تزریق کرده که تقریباً همه این پول از ذخایر ۳۴۰ میلیارد دلاری آن تأمین شده‌است. سال گذشته نیمی از توریست‌های قطر را افرادی از سایر کشورهای حوزه خلیج فارس تشکیل می‌دادند. اما از ماه ژوئن تاکنون تعداد آنها ۷۰ درصد کاهش یافته‌است. نرخ اشغال هتل‌ها در این تابستان ۵۰ درصد بوده‌است. این میزان حدود ۱۰ درصد کمتر از سال گذشته است. معاملات سقوط کرده‌اند.

چرا باید خواند:

چندی پیش برخی از

کشورهای عربی از جمله

عربستان سعودی و امارات

متحده عربی، قطر را

تحریم کردند. حالا چند

ماهی از این ماجرا می‌گذرد

و انتظار می‌رود این دعوا

تا سال‌ها ادامه پیدا کند،

ما برنده‌ها و بازنده‌های

ما چرا چه کشورهایی

هستند؟

همه ضرر کردند

البته این بایکوت به دیگر کشورهای حوزه خلیج فارس نیز آسیب‌هایی وارد کرده‌است، از جمله کشورهایی که جرقه آن را روشن کردند و این مشکل را به وجود آوردند. دویی در این میان بازنده‌ای ویژه است چرا که مرکز خدمات در این منطقه به شمار می‌آید. شرکت‌های قطری که کسب‌وکار خود را در امارات متحده عربی انجام می‌دادند همه از شرکای محلی بهره می‌گرفتند و حالا آنها دچار آسیب‌های جدی شده‌اند. یکی از مدیرهای روابط عمومی یکی از شرکت‌ها خبر داده که بعد از قطع رابطه با قطر ناچار شده‌اند بخشی از نیروهای خود را تعدیل و اخراج کنند. آژانس‌های املاک نیز برآورد کرده‌اند که این بحران بیشترین تأثیر را روی بازار ملک در دویی بگذارد: قطری‌ها تنها در سال گذشته زمین‌هایی با ارزش حدودی ۵۰۰ میلیون دلار در دویی خریداری کرده‌بودند.

در جنوب دویی آسمان خراش‌هایی وجود دارند که می‌درخشند؛ آنها در جبل علی به عنوان پررفت‌وآمدترین اسکله این منطقه قرار دارند. بیش از یک‌سوم بارها و محموله‌های خلیج فارس در این منطقه رد و بدل می‌شوند. تا پیش از بایکوت قطر، ۸۵ درصد آنها متعلق به قطر بود. بارها و بارها همسایه‌ها برای به دست آوردن این بازار تلاش کرده‌بودند. حالا این بازار برای همسایه‌ها باز شده‌است. قطر در این بخش زیانی نکرد. همه زیان برای امارات متحده عربی بود.

بحران‌هایی که برای کشورهای حوزه خلیج فارس در خلال این نزاع قطری به وجود آمد، بسیار زیاد است. در این بین برخی از کشورهای غیر عربی از ماجرا نفع می‌برند. آنها بازارهای رقیب خود را کسب کرده‌اند و به راحتی فعالیت‌های اقتصادی خود را پیش می‌برند. ایران نیز از جمله برنده‌های این ماجرا بود. حال باید دید ماجرای دعوای عربی به کجا می‌رسد.



[ اقتصاد همسایه ]

## خلیج اقتصادی

بایکوت قطر به مجریان آن آسیب وارد می‌کند

بزرگ‌ترین بیمه‌گر قطر حالا باید خودش سیاست‌هایش را مشخص کند. سال گذشته بیمه قطر حدود ۱۱۰ میلیون ریال قطر (۳۰ میلیون دلار) بابت بیمه از دفتر ابوظبی دریافت کرد. اما در ماه سپتامبر اعلام کرد به خاطر مشکلات دیپلماتیکی که ایجاد شده، امارات متحده عربی گواهی تجاری‌اش را تجدید نخواهد کرد و در نتیجه این شرکت بیمه ناچار است شعبه‌های خود را در پایتخت امارات تعطیل کند. ارزش سهام این شرکت از ابتدای تابستان تاکنون ریزش ۳۰ درصدی را تجربه کرده‌است. تنها چهار ماه می‌گذرد از زمانی که عربستان سعودی، امارات متحده عربی، بحرین و مصر مرزهای خود را به روی قطر بستند و روابط دیپلماتیکشان را با این کشور قطع کردند. این چهار کشور از جزیره کوچکی که بزرگ‌ترین ثروتش گاز است درخواست کرده‌اند

۳۹

میلیارد دلار

پولی که دولت قطر در سال گذشته به اقتصاد خود تزریق کرده‌است

[ اقتصاد همسایه: آرامکو ]

## پادشاهی در بورس

سال گذشته سعودی‌ها اعلام کردند که قصد دارند بخشی از سهام شرکت نفت آرامکو را به عنوان بزرگ‌ترین شرکت نفت دنیا بفروشند. ناگهان توجه بازارهای مالی به این سو جلب شد. محمد بن سلمان که حالا شاهزاده سعودی به شمار می‌آید، از آماده‌سازی قرارداد برای این فروش بزرگ خبر داد. ارزش آرامکو به گفته شاهزاده سعودی، ۲ تریلیون دلار است. این فروش در کانون تحولات اقتصادی عربستان سعودی قرار داشت. اما ظاهراً قرارداد با استثنائات جالبی همراه است. برخی از کشورها به صورت استثنای در فهرست عمومی قرار دارند و برخی نیز از فهرست کنار زده شده‌اند. این ابهامی که در این زمینه وجود دارد می‌تواند باعث در دسر آرامکو نیز بشود. شرکت‌های نفت ملی همیشه برای سرمایه‌گذاران جذاب بوده‌اند. اما آرامکو در صورتی محل تجمع سرمایه‌گذاران و سرمایه‌هایشان می‌شود که همه‌چیز در آن با شفافیت همراه باشد و همه بدانند چه خبر است. به نظر می‌رسد سعودی‌ها برای دستیابی به هدف خود راه پر پیچ‌وخمی در پیش رو داشته‌باشند.

امروز سرمایه‌گذاری کنید، فردا سود به دست بیاورید؛ این تمام چیزی است که کاپیتالیسم و سرمایه‌داری می‌گوید. کاپیتالیسم همین است. آمازون در فاصله سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ حدوداً ۴ میلیارد دلار از دست داد اما حالا امپراتوری‌ای ساخته که از طریق آن همان پول را به دست می‌آورد. به ندرت پیش می‌آید که شرکت‌های بزرگ و غول‌ها تحمل ضررهای هنگفت را داشته باشند و به سرعت توسعه پیدا کنند.

## [ اقتصاد شرکت‌ها ]

# سود و زیان‌های میلیاردی

شرکت‌هایی که سالانه بیش از یک میلیارد دلار از دست می‌دهند جذاب، خطرناک و به لحاظ آماری متفاوت‌اند



چرا باید خواند:

شرکت‌هایی وجود دارند که سالانه بالای یک میلیارد دلار از دست می‌دهند با این هدف که به سودهای کلانی در ادامه راه خود دست پیدا کنند. تعداد کمی از آنها به غول‌های بزرگی تبدیل می‌شوند، اما رمز موفقیت آنها چیست؟

ایوس سینت لارنت، لیدی گاگا، دیوید بووی. برخی از افراد مطابق قواعد و قوانین بقیه رفتار نمی‌کنند. آیا این قضیه در مورد شرکت‌ها هم صادق است؟ اکثر رؤسای شرکت‌ها مدام گلایه می‌کنند که برده سودهای کوتاه‌مدت شده‌اند. شرکت تسلا را به عنوان شرکت تولیدکننده خودروهای برقی در نظر بگیرید. امسال تاکنون اهداف تولید خود را از دست داده است و در این بین یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار پول نقد (پولی که شرکت‌ها بعد از کسر سرمایه اولیه به دست می‌آورند) باخته است. اهمیتی ندارد. اگر ایلان ماسک موسس این شرکت زیاد درباره خودروهای بدون راننده صحبت کند، سهامش به سرعت افزایش پیدا می‌کند. تسلا تنها یکی از صدها شرکتی است که حتی اگر میلیاردها دلار از دست بدهد رویای خودش را دنبال می‌کند. عجیب و غریبی این شرکت‌ها دقیقاً مثل عجیب‌وغریبی همان ستاره‌ها و طراحان مد و لباس است. امروز سرمایه‌گذاری کنید، فردا سود به دست بیاورید؛ این تمام چیزی است که کاپیتالیسم و سرمایه‌داری می‌گوید. کاپیتالیسم همین است. آمازون در فاصله سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ حدوداً ۴ میلیارد دلار از دست داد اما حالا امپراتوری‌ای ساخته که از طریق آن همان پول را به دست می‌آورد. به ندرت پیش می‌آید که شرکت‌های بزرگ و غول‌ها تحمل ضررهای هنگفت را داشته باشند و به سرعت توسعه پیدا کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد تنها ۳٫۳ درصد از کل شرکت‌های آمریکایی در سال ۲۰۱۶ بیش از یک میلیارد دلار پول نقد از دست داده‌اند. در سال ۲۰۰۷ سهم آنها ۱۴ درصد و در سال ۱۹۹۷ زیر یک درصد بود. اکثر بازنده‌های میلیارد دلاری این روزها، شرکت‌های حوزه انرژی هستند که به خاطر سقوط قیمت نفت به خاک سیاه نشسته‌اند. اما ضرر و زیانی که به بار آورده‌اند، کاملاً تصادفی است. البته شرکت‌هایی نیز وجود دارند که زندگی را با سرعت تند دوست دارند. نت‌فلیکس، اوبر و تسلا جزو شرکت‌های حوزه تکنولوژی هستند که معتقدند مدل کسب‌وکار آنها صنایع را متحول خواهد کرد. دو شرکت فعال در حوزه انرژی نیز در کنار آنها قرار دارند. این پنج شرکت روی هم رفته در یک دهه گذشته بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار سوزانده‌اند اما ارزش آنها در بازار حدود ۳۰۰ میلیارد دلار است. ترکیب ارزش‌های کلان با ضررهای هنگفت نشان می‌دهد که کارآفرینی، کاری بسیار گیج‌کننده و پیچیده است.

### حوزه تحریف حقیقت

استیو جابز موسس شرکت اپل یکی از آن کارآفرین‌های پیچیده بود. می‌گفتند او «حوزه تحریف حقیقت» دارد یعنی نوعی شخصیت کاریزماتیک که می‌تواند در این فضای کاری، کارآفرینی کند. در دنیای کاری امروز، حضور رهبری کاریزماتیک تقریباً اجباری و الزامی است. این رهبر رویاهایی در سرش دارد و می‌داند چطور آنها را عملی کند. مثل رهبر بسیاری از شرکت‌ها که رویاهای خودشان را محقق می‌کنند. در واقع آن رویا یا خیال، موتور محرک شرکت می‌شود.

اما هر رویایی باید با رشد مداوم، اعتبار کسب کند. شرکت‌ها معمولاً آمار و ارقامی می‌دهند که این رشد را تأیید کند. مثلاً شرکت‌های انرژی در زمینه میزان نفت و گازی که از عمق زمین استخراج کرده‌اند اعدادی را ارائه می‌دهند. شرکت‌هایی مثل اوبر از تعداد سفرهایشان می‌گویند. به این ترتیب هر شرکتی عدد و رقمی را بیان می‌کند که نشان بدهد در مسیر رشد قرار دارد و به آن رویای اولیه دست پیدا می‌کند. سرمایه‌گذاران باید باور کنند که آن عدد نهایی بالاخره محقق می‌شود؛ این کار با سودهایی که به صورت مستمر به دست می‌آید امکان‌پذیر است. اما همیشه باید عنصر سومی نیز باشد که این وضعیت ادامه پیدا کند. آن عنصر سوم چیست؟ سومین عنصر، تأمین مالی است. شرکت‌ها دائم پول از دست می‌دهند و باید این پول را از محلی جبران کنند. اینجاست که پای مبتکر امور مالی به میان می‌آید. سرمایه‌گذاران تشنه رشد هستند؛ آنها شرکت را به لحاظ مالی تأمین می‌کنند و در عین حال عطش رشد برای خودشان را برطرف می‌کنند. روی هم رفته، این عوامل می‌توانند وضعیتی را ایجاد کنند که رئیس یک شرکت مانند استیو جابز کارآفرینی کند. اما هرچه شرکت‌ها بزرگ‌تر می‌شود و به عبارتی غول بزرگ‌تری می‌شوند، راه ناهموارتر و سخت‌تر می‌شود. سودهای کلان شاید وسوسه‌انگیز باشند اما خطرناک هم هستند.

تعداد شرکت‌هایی که ضررهای بیش از یک میلیارد دلاری در سال‌های گذشته داشته‌اند کم نبوده؛ همین حالا در لاس‌وگاس شرکت‌هایی وجود دارند که ضرر یک میلیارد دلاری را تجربه کرده‌اند اما شانس پیروزی آنها در این کارزار بسیار پایین است. بعید است این شرکت‌ها بتوانند به غول‌هایی مانند آن پنج شرکت بزرگی که گفته شد تبدیل بشوند. شرکت‌هایی که پول‌های کلانی را از دست می‌دهند ناگهان در دورهای خاص، شیر می‌شوند. سرمایه‌گذاران در آنها بالا می‌روند و به غول‌هایی با سود فراوان تبدیل می‌شوند. به هر حال از دست دادن یک میلیارد دلار یا بیشتر در سال برای یک شرکت، اتفاقی پرخطر است. کم پیش می‌آید کسب‌وکاری بتواند در این شرایط خودش را نجات بدهد و به سودهایی چند برابر آن پول اولیه‌ای که از دست داده، برسد. ■

استیو جابز موسس شرکت اپل یکی از کارآفرین‌های پیچیده بود. می‌گفتند او «حوزه تحریف حقیقت» دارد یعنی نوعی شخصیت کاریزماتیک که می‌تواند در این فضای کاری، کارآفرینی کند. در دنیای کاری امروز، حضور رهبری کاریزماتیک تقریباً اجباری و الزامی است. این رهبر رویاهایی در سرش دارد و می‌داند چطور آنها را عملی کند

[ خرید آنلاین ]

## بازار نو

## تجارت الکترونیک رنگوبوی تازه‌ای به کسب‌وکار و زندگی روزمره داده و شرایط بهتر شده‌است



شارلوت هوارد

گزارش‌گر بخش بازار در  
اکنونومیست

## چرا باید خواند:

تجارت الکترونیک یا

خرده‌فروشی آنلاین

یکی از پدیده‌های

نوظهور است که

فضای کسب‌وکارها را

به کلی تغییر داده‌است.

تصور مغازه‌ها

و فروشگاه‌های

خالی از مشتری و

مصرف‌کننده قدری

دشوار است اما شاید

یک روز این اتفاق

پیدا شود.

در انبارهایی در سرتاسر دنیا انتظار می‌کشند: اسباب‌بازی‌ها، تلفن‌ها، لباس‌ها، تلویزیون‌ها، ملافه‌ها، لپ‌تاپ‌ها و خیلی چیزهای دیگر. خرده‌فروش‌های آنلاین در چین خودشان را برای «روز مجردها» در ۱۱ نوامبر آماده می‌کنند؛ یکی از روزهایی که بیشترین خرید در دنیا در آن صورت می‌گیرد. سال گذشته علی‌بابا به عنوان یکی از غول‌های تجارت الکترونیک چین، فروش خود را در این دوره به ۱۸ میلیارد دلار رساند. این روزها مردم در اکثر نقاط دنیا خودشان را برای کریسمس آماده می‌کنند. کسانی که هدیه می‌دهند همیشه در مغازه‌های مختلف درگیر بودند. اما حالا به فروشگاه‌های آنلاین هجوم آورده‌اند و از خانه یا محل کار به صورت آنلاین هر چیزی را که می‌خواهند، سفارش می‌دهند.

در یک دهه گذشته حجم تجارت الکترونیک در جهان با متوسط نرخ ۲۰ درصد در سال رشد کرده‌است. اما هنوز سهم خرده‌فروشی آنلاین آن قدر زیاد نیست، بررسی‌ها نشان می‌دهد سال گذشته سهم خرده‌فروشی آنلاین از کل در سرتاسر جهان، ۸٫۵ درصد بوده‌است. کره جنوبی جزو کشورهایی است که بالاترین نرخ خرده‌فروشی آنلاین را دارد اما باز هم حجم آن بر اساس گزارش یورومانیتر به ۱۸ درصد می‌رسد. آمریکا بزرگ‌ترین بازار مصرف‌کننده را دارد، تنها ۱۰ درصد از کل خرید و فروش‌ها به صورت آنلاین صورت می‌گیرد. در بسیاری از کشورهایی که اقتصاد متوسط یا ضعیفی دارند، حجم خرده‌فروشی آنلاین در حداقل است. برای مثال در هند و برزیل سهم خرده‌فروشی آنلاین کمتر از ۵ درصد است.

اما دلایل زیادی وجود دارد که نشان می‌دهند سهم بازار خرده‌فروشی آنلاین افزایش پیدا خواهد کرد. مردم در کشورهای ثروتمند به قدری رشد کرده‌اند که وقت خود را صرف خرید حضوری نمی‌کنند و به صورت آنلاین چیزهای مورد نیاز خود را سفارش می‌دهند. در کشورهای فقیرتر، هرروز درآمدها افزایش پیدا می‌کند و افراد بیشتری به اینترنت و تلفن همراه

دسترسی پیدا می‌کنند که این امر می‌تواند به خرید آنلاین کمک کند. گلدمن ساکس انتظار دارد در چین با وجود کند بودن نرخ رشد تجارت آنلاین، هزینه‌ها در این بخش بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ بیش از دو برابر شود. بر اساس گزارش یورومانیتر، در آمریکا سهم تجارت الکترونیک از یک‌دهم در سال گذشته به یک‌ششم در سال ۲۰۲۱ خواهد رسید. در بریتانیا این رقم به یک‌پنجم خواهد رسید.

## عصر غول‌ها

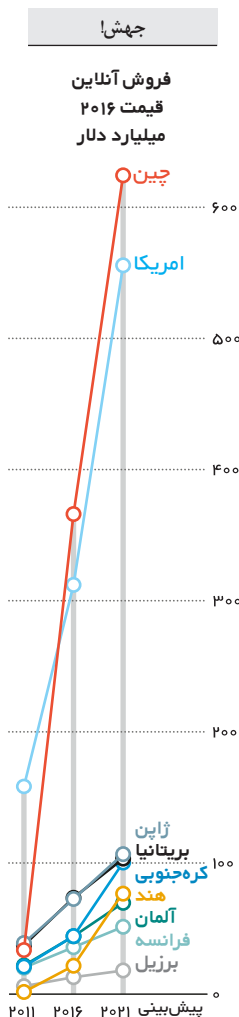
امریکا و چین به عنوان دو اقتصاد بزرگ جهان، موفق شده‌اند دو غول بزرگ این صنعت را ایجاد کنند یعنی آمازون و علی‌بابا. جف بزوس آمازون را به عنوان یک کتاب‌فروشی آنلاین راه‌اندازی کرد. نخستین بار نیز ایده را به صورت رسمی در سال ۱۹۹۷ مطرح و اجرا کرد. جک مائیز علی‌بابا را در سال ۱۹۹۹ راه‌اندازی کرد. از آن زمان تاکنون هردو در این صنعت پیشرفت‌هایی باورنکردنی داشته‌اند. هردو تلاش کرده‌اند امپراتوری خود را به سایر نقاط دنیا نیز گسترش بدهند. آمازون در حال حاضر در ۱۴ بازار، سایت دارد و به دنبال رشد بیشتر است. علی‌بابا نیز از جنوب شرق آسیا به برزیل و روسیه رسیده‌است.

البته این غول‌ها تنها نیستند. در آمریکا وال‌مارت هنوز بزرگ‌ترین خرده‌فروشی حقیقی است و با هزینه‌های بسیار تلاش می‌کند آمازون را کنار بزند. برخی از فعالیت‌ها حتی به خرید سهام نیز رسیده‌است. در چین نیز علی‌بابا با رقبای جدی مثل تن‌سنت همراه است. شرکت‌های کوچک و بزرگ تجارت الکترونیک در سرتاسر دنیا فعالیت می‌کنند و به شیوه‌های مختلفی حمایت می‌شوند. به لطف پیشرفت تکنولوژی این شرکت‌ها هر روز بزرگ و بزرگ‌تر می‌شوند. تجارت الکترونیک در ابعاد مختلفی روی اقتصاد و جامعه اثر می‌گذارد و به همین خاطر فراتر از یک صنعت به آن نگاه می‌شود. در اکثر کشورها، خرده‌فروشی یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در زمینه اشتغال به شمار می‌آید. در آمریکا از هر ۹ نفر یکی مشغول به خرده‌فروشی است. خرده‌فروشی آنلاین روی این مشاغل تأثیر می‌گذارد. به‌علاوه کسب‌وکارها به شیوه‌های مختلف از این قضیه متأثر می‌شوند. قضیه از آنجا پیچیده می‌شود که شرکت‌هایی مانند آمازون و علی‌بابا خود را به عنوان خرده‌فروش معرفی نمی‌کنند. آمازون تنها کالا نمی‌فروشد؛ کارهایی در زمینه حمل‌ونقل هواپیمایی انجام می‌دهد، فیلم تولید می‌کند، دستیارهای صوتی تولید می‌کند و همه این کارها فراتر از خرده‌فروشی است. یکی از مهم‌ترین کسب‌وکارهای آمازون نیز بخش کلاد (ابر) است. علی‌بابا حتی از آمازون هم فعالیت‌هایش وسیع‌تر است. این شرکت نه تنها در زمینه خرید و سرگرمی بلکه در زمینه شبکه‌های اجتماعی و پرداخت نیز مشغول است. فعالیت‌های این شرکت‌ها، پول‌های هنگفتی را ایجاد می‌کند.

مصرف‌کنندگان نیز در این میان جای بررسی دارند. آنها به چیزهای تازه‌ای دست یافته‌اند. آنها از انتخاب کالاهای بیشتر و همچنین شفافیت قیمت بهره‌مند شده‌اند. به جای اینکه وقت خود را در مغازه‌ها و صفا به هدر بدهند، با یک کلیک هر آنچه بخواهند انتخاب می‌کنند. شرکت‌ها دیگر آنها را نادیده نمی‌گیرند. کیفیت کالاها بهتر شده و خدمات پیشرفت کرده‌است.



هنوز سهم خرده‌فروشی آنلاین آن‌قدر زیاد نیست، بررسی‌ها نشان می‌دهد سال گذشته سهم خرده‌فروشی آنلاین از کل در سرتاسر جهان، ۸,۵ درصد بوده‌است. کره جنوبی جزو کشورهایی است که بالاترین نرخ خرده‌فروشی آنلاین را دارد اما باز هم حجم آن بر اساس گزارش یورومانیتر به ۱۸ درصد می‌رسد. آمریکا بزرگ‌ترین بازار مصرف‌کننده را دارد، تنها ۱۰ درصد از کل خرید و فروش‌ها به صورت آنلاین صورت می‌گیرد.



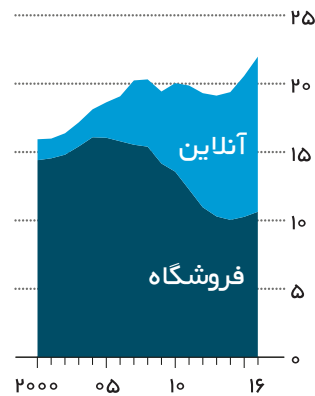
### از تحولات آینده

زمانی یکی از خیابان‌های نیویورک در منتهی، زیباترین بخش شهر به شمار می‌آمد اما حالا به جایی با مغازه‌های خالی تبدیل شده‌است. البته تجارت الکترونیک همه خرده‌فروشی‌ها را معدوم نمی‌کند. مغازه‌ها و فروشگاه‌هایی که خدمات و کالاهای خاص و باکیفیت ارائه می‌دهند احتمالاً فعلاً باقی خواهند ماند و زنده خواهند بود. اما اتفاقات و تحولاتی نیز در حال رخ دادن است. این اتفاقات به‌ویژه در کشوری مانند آمریکا کاملاً محسوس است چرا که یک‌دهم از کل تجارت‌ها به صورت آنلاین صورت می‌گیرد. اگر سهم این تجارت الکترونیک افزایش پیدا کند بدون تردید باید منتظر تحولات بزرگ‌تری نیز در این کشور بود. این فقط زندگی فروشگاه‌ها و فروشگاه‌هایی نیست که تغییر می‌کند؛ زندگی مصرف‌کننده‌ها نیز تغییر می‌کند. روزهای آنها شکل دیگری به خود می‌گیرد. همه اینها نگاهی جدیدی را شکل می‌دهد.

تجارت الکترونیک عصری طلایی برای مصرف‌کنندگان رقم زده‌است. آنها می‌توانند با خیال راحت از میان انبوه کالاها، آن دسته باکیفیت را برای خود انتخاب کنند. به‌علاوه وقت و هزینه کمتری هم صرف می‌کنند. حالا کسب‌وکارها باید تمرکز خود را بر روی بخش‌های دیگری بگذارند و برای چیزهای دیگری با هم رقابت کنند. البته تأثیرات عمیق تجارت الکترونیک بر بخش‌های فیزیکی اقتصاد به تازگی خودش را نشان می‌دهد. فروش‌های حقیقی کوچک می‌شوند و مغازه‌ها شکل جدیدی به خود می‌گیرند. در حالی که تقاضا برای فروشگاه‌های حقیقی کم می‌شود، همه به دنبال انبارهای بزرگ برای نگهداری و ذخیره کالاها می‌گردند. شهرها با مساحت‌های بزرگ به مکانی برای ذخیره کالا در انبار تبدیل شده‌اند. نمی‌توان آینده مغازه‌ها و فروشگاه‌های حقیقی را بدون خریداران و مصرف‌کنندگان به راحتی تصور کرد. اما به نظر می‌رسد این اتفاق بالاخره یک روز می‌افتد. یک روز آنها مجبور می‌شوند مغازه‌ها را ترک کنند. پرسشی که در این میان وجود دارد این است که دولت‌ها چه کار می‌کنند؟ آنها چه بلایی بر سر شرکت‌ها می‌آورند وقتی قدرت گرفتن آنها را در شبکه‌های اینترنتی مشاهده کنند؟ به هر حال این صنعت در حال رشد است و غول‌های بزرگی را تحویل داده‌است. ■

### فصل نو

#### آمریکا، میلیارد دلار



در این میان، بازار کسب‌وکارهایی که به صورت حقیقی فعالیت می‌کردند نظیر بسیاری از مال‌ها و فروشگاه‌ها را کد شده‌است. همه اینها اثراتی را به دنبال داشته‌است.

### فراتر از خرید

کسانی که در سال ۲۰۱۷ خرید می‌کنند کمتر به خاطر می‌آورند که زندگی در دهه ۹۰ چگونه بود. اینترنت وجود داشت اما اگر کسی نیاز به خرید داشت باید از خانه یا محل کارش بیرون می‌رفت. اما یک روز جف بزوس پی به قدرت اینترنت برد. ایده او ایجاد شرکتی بود که بتواند مصرف‌کننده و تولیدکننده را در هر نقطه‌ای از دنیا در کنار هم قرار بدهد. ایده‌اش را با کتاب آغاز کرد. البته در آن زمان همه راضی نبودند. رقبایی برای آمازون به روی کار آمدند اما هیچ‌کدام به موفقیت چندانی دست پیدا نکردند.

حالا آمازون پول پاره می‌کند. جالب اینجاست که وارد بخش‌های مختلف شده و از بخش‌های دیگر کسب‌وکارش به سود بیشتری دست پیدا می‌کند. سال گذشته ۷۴ درصد از درآمد این شرکت از طریق کسب‌وکار کلا (ابر) بوده‌است. آقای بزوس به ارزش این بازار پی برده و سعی دارد آن را ارتقا بدهد. در حقیقت او سودهای درازمدت را به سودهای کوتاه‌مدت ترجیح می‌دهد. آمازون مأموریتی دارد «بزرگ‌ترین شرکت مشتری‌محور جهان» باشد. این اعتقاد جف بزوس است و در این راستا فعالیت می‌کند. به همین خاطر است که زمینه‌های مختلف کاری را امتحان می‌کند. به هر حال آمازون یکی از تأثیرگذارترین شرکت‌ها در زمینه تجارت آنلاین است.

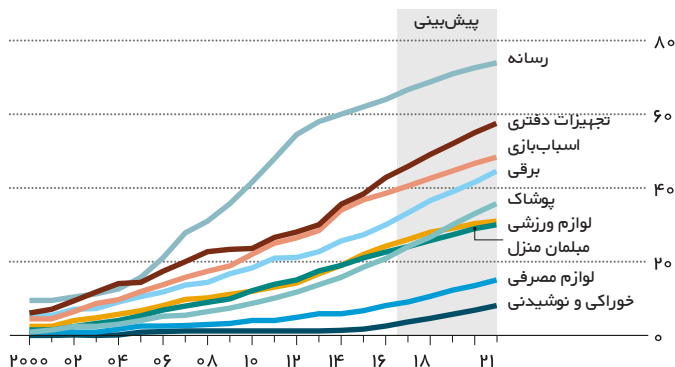
### جهانی شدن

سپتامبر ۲۰۱۴ بود که جف بزوس اعلام کرد قصد دارد در هند سرمایه‌گذاری کند. او در اتوبوسی رنگارنگ در بنگلور می‌چرخید و این خبر را به گوش همه می‌رساند. از همین جا بود که سرمایه‌گذاری ۵ میلیارد دلاری در هند آغاز شد. این بخشی از برنامه آقای بزوس برای جهانی کردن آمازون بود. دو ماه بعد سروکل جک مای علی بابا هم در دهلی پیدا شد. او اظهار کرد: «ما بیشتر از اینها در هند سرمایه‌گذاری می‌کنیم». یک سال بعد علی بابا هم ۵۰۰ میلیون دلار به صورت دیجیتالی در هند سرمایه‌گذاری کرده‌بود. هردو غول به دنبال سودهای کلان در هند هستند و امید بسیاری هم به آن دارند. البته آنها در خانه خودشان سعی کرده‌اند از حوزه یکدیگر دور بمانند. آمازون کسب‌وکار بسیار کوچکی در چین برای خودش راه انداخته‌است. علی بابا هم استراتژی متفاوتی در آمریکا دارد. رئیس علی بابا می‌گویند: «مردم همیشه از من می‌پرسند پس چه زمانی به آمریکا می‌روی؟ و من همیشه به آنها می‌گویم آنجا آمازون کارش را خوب انجام می‌دهد؛ چرا باید به آنجا برویم؟» به جای آن، هردو به سایر بازارها نظیر بازارهای اروپایی هجوم آورده‌اند و در آن بخش‌ها با یکدیگر رقابت می‌کنند.

به هر حال اقتصادها رشد می‌کنند و همه می‌خواهند کسب‌وکاری برای خودشان راه بیندازند. آمازون و علی بابا موفق شده‌اند موفقیت خود را در زمینه تجارت الکترونیک به عنوان غول‌های این عرصه به دیگران عرضه کنند. البته مدل کسب‌وکار این دو غول بزرگ تغییراتی داشته و در بازارهای مختلف به شکل‌های مختلفی ظاهر شده‌است. آن دسته از کسب‌وکارهای تازه‌کاری که مدیر باهوش‌تری داشته‌اند موفق شده‌اند بهترین مدل را برای خود استخراج کنند.

### ستاره‌های آنلاین

#### آمریکا، نفوذ هر بخش در تجارت الکترونیک، درصد



[ بانک‌ها و محیط‌زیست ]

# ارزش من چقدر سبز است؟

وام‌دهندگان نسبت به ردپاهای کربنی خود بی‌احتیاط‌تر شده‌اند

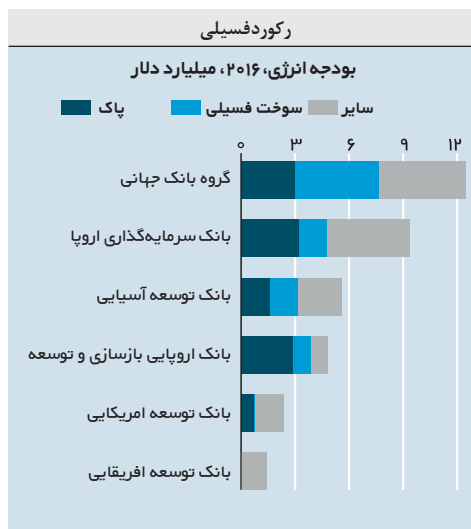
چرا باید خواند:

- بانک‌ها و موسسه‌هایی
- مانند بانک جهانی از
- پروژه‌های توسعه‌ای
- حمایت می‌کنند اما
- انها وظیفه دارند از
- پروژه‌هایی حمایت
- کنند که به محیط‌زیست
- آسیبی وارد نمی‌کند.
- این روزها فعالان
- محیط‌زیستی بانک
- جهانی را به عدم حمایت
- از محیط‌زیست متهم
- کرده‌اند.

اوایل چینج  
اینترنشنال  
یک گروه مدافع  
محیط‌زیست است  
که برآورد کرده  
بانک جهانی به جز  
سرمایه‌گذاری بر  
روی پروژه‌های  
کم‌کربن اما ویرانگر،  
برای هر دلاری  
که در سه سال  
گذشته برای انرژی  
سبز مانند انرژی  
خورشیدی و بادی  
سرمایه‌گذاری  
کرده، دست‌کم  
۹۹ سنت روانه  
سوخت‌های  
فسیلی و آنها را  
تقویت کرده‌است

بانک جهانی به توپ بسته می‌شود. کشورهای در حال توسعه حسابی سروصدا به پا کرده‌اند و می‌خواهند نقش پررنگ‌تری در مدیریت آن داشته‌باشند. دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا از جانب دولت خودش در این کشور، بانک جهانی را حسابی مورد نقد قرار داده‌است. حرف حسابش هم این است که بانک جهانی بیش از اندازه به چین وام می‌دهد. کارکنان این سازمان نیز تقریباً همگی علیه جیم یونگ کیم رئیس بانک جهانی هستند. هر لحظه امکان دارد علیه او شورش کنند. اما حالا دسته جدیدی به منتقدان بزرگ این سازمان اضافه شده‌است: طرفداران محیط زیست. در واقع موج جدیدی علیه بانک‌هایی راه افتاده که کشورها را برای توسعه ملی به لحاظ مالی تأمین می‌کنند. اکنون بانک جهانی و بسیاری از دیگر موسسه‌های مشابه در مظان اتهام قرار دارند و دلیل اصلی هم ردپای کربنی آنهاست.

این واقعاً سخت و دردناک است. جالب اینجاست که موسسه‌ها و بانک‌هایی که برای توسعه تأمین مالی می‌کنند جزو طلایه‌داران دوستداران محیط‌زیست هستند و سعی دارند ابتدا موسسه‌هایی را تأمین مالی کنند که قدمی برای کاهش تغییرات آب‌وهوایی برمی‌دارند. ده سال پیش بانک سرمایه‌گذاری اروپایی نخستین اوراق سبز جهان را منتشر کرد تا طرح‌های حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر را تقویت کند. بانک جهانی از سال ۲۰۱۰ تاکنون از هیچ تأسیسات زغال‌سنگی حمایت نکرده‌است. در فاصله سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶، بانک جهانی و پنج وام‌دهنده منطقه‌ای دیگر در آمریکا، آسیا، آفریقا و اروپا ۱۵۸ میلیارد دلار به کشورهای در حال توسعه دادند تا مقابل تغییرات آب‌وهوایی بایستند و تأثیرات آن را به حداقل برسانند. آنها میزان انتشار کربن خود را به صورت روزانه منتشر می‌کنند؛ از تأمین نور دفترهای کاری‌شان گرفته تا هر آنچه که منجر به انتشار اندکی کربن در



۱.۵

میلیارد دلار

در فاصله سال‌های  
۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵ بر  
روی انرژی‌های  
سبز سرمایه‌گذاری  
شده‌است

اعداد در دسراسر

سرتاسر جهان می‌شود. اما اخیراً فعالان محیط‌زیست ادعا کرده‌اند که این بانک‌ها و موسسه‌ها بدون نگرانی از توسعه‌هایی که آلوده‌کننده هوا هستند، حمایت کرده‌اند.

اوایل چینج اینترنشنال یک گروه مدافع محیط‌زیست است که برآورد کرده بانک جهانی به جز سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های کم‌کربن اما ویرانگر، برای هر دلاری که در سه سال گذشته برای انرژی سبز مانند انرژی خورشیدی و بادی سرمایه‌گذاری کرده، دست‌کم ۹۹ سنت روانه سوخت‌های فسیلی و آنها را تقویت کرده‌است. هلنا رایت یکی از کارشناسان در لندن معتقد است در فاصله سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵، حدود ۱.۵ میلیارد دلار بر روی انرژی‌های سبز سرمایه‌گذاری شده‌است. مثلاً بانک اروپایی بازسازی و توسعه، سهم ۹ درصدی در این بخش داشته‌است. یافته‌های کارشناسان محیط‌زیستی به محل بحث بانک‌ها تبدیل می‌شود. وام‌هایی هستند که به وام‌های قهوه‌ای موسوم شده‌اند. این وام‌ها نیز محل بحث‌اند. به هر حال بانک‌ها باید بین پروژه‌هایی که به سوخت‌های فسیلی اولویت می‌دهند و پروژه‌های پرهزینه انرژی‌های تجدیدپذیر، یکی را انتخاب کنند. اکثر اوقات آنها چیزی را انتخاب می‌کنند که ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر است. به همین خاطر این بحث‌ها به میان می‌آید.

در میان تمامی موسسه‌ها و بانک‌هایی که در این زمینه فعالیت می‌کنند، در حال حاضر بانک جهانی بیش از بقیه مورد بحث قرار گرفته‌است. رئیس بانک جهانی اخیراً گزارش‌هایی در زمینه مجموع دی‌اکسید کربن تولیدی منتشر کرده اما باز هم به پروژه‌هایی که این بانک بودجه آنها را تأمین کرده هیچ اشاره‌ای نکرده‌است. به همین خاطر است که فعالان محیط‌زیست می‌گویند باید چهارچوبی مشخص شود و فعالیت‌های موسسه‌ها و بانک‌ها از طریق آن رصد شود. در واقع آنها به دنبال شفافیت هستند. با این کار می‌توانند بفهمند هر سازمانی از چه پروژه‌هایی حمایت کرده و تا چه میزان در تولید کربن نقش داشته‌است. جنبشی که در زمینه بانک جهانی به راه افتاد به همه دنیا سرایت کرده‌است.

بانک‌های چینی به تازگی وارد عرصه‌ای شده‌اند که بانک جهانی سال‌ها پیش به آن قدم گذاشته و چون می‌خواهند پیروز میدان باشند، این قضیه را در مورد بانک جهانی پیگیری می‌کنند. آنها هم‌زمان از پروژه‌هایی می‌گویند که تمرکزش را روی زیرساخت‌های پایدار گذاشته‌است. در حقیقت چشم‌بادامی‌ها سعی دارند در این زمینه با بانک‌های غربی رقابت کنند و با شعارهایی که می‌دهند به نظر می‌رسد در این زمینه موفق نیز باشند. ■

یکی از عقاید رایج درباره اقتصاد جهان این است که آسیایی‌ها نسبت به سایر بخش‌ها و مناطق دنیا، بیشتر به دنبال مقرون به صرفه بودن و صرفه‌جویی هستند. دلیل آن نیز در نمونه‌های تاریخی، فرهنگی و سیاسی این منطقه خلاصه می‌شود. لی کوآن یو از جمله نظریه‌پردازان سنگاپوری بود که همیشه اصرار داشت آسیایی‌ها بسیار صرفه‌جو هستند و این جزو ارزش‌های مهم آسیایی به شمار می‌آید.

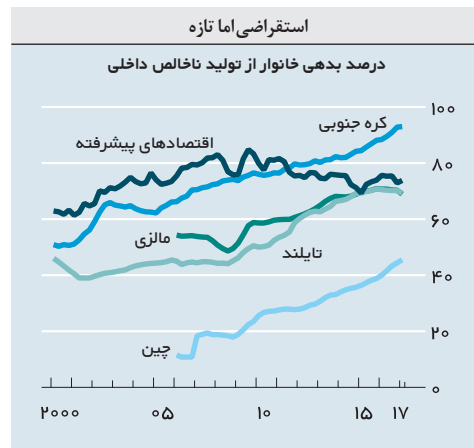
## [ اقتصاد آسیا ]

# ارزش‌های خاموش

مصرف‌کنندگان آسیایی احتیاط را کنار گذاشته‌اند و از کارت‌های اعتباری خرج می‌کنند

### چرا باید خواند:

آسیایی‌ها همیشه به «صرفه‌جو» بودن معروف بوده‌اند. اما حالا نگاهی به وضعیت بدهی‌های خانوار نشان می‌دهد میزان مصرف در این منطقه رو به افزایش است. در حالی که زمانی صرفه‌جویی جزو ارزش‌های آسیایی به شمار می‌آمد، حالا بدهی‌ها این ارزش‌ها را خاموش می‌کنند.



### بار سنگین بدهی‌ها بر دوش خانوار

آسیا از چالاک‌های اقتصادی برخوردار است و به همین خاطر به نظر می‌رسد جای نگرانی زیادی در مورد افزایش بدهی‌های خانوار نباشد. در گذشته خانواده‌ها واقعاً محتاط بودند و به این راحتی هزینه نمی‌کردند. در کره جنوبی بود یا در سنگاپور، تفاوتی نداشت، هر خانواده‌ای می‌دانست حداقل و حداکثری که می‌تواند مصرف کند چقدر است. اما اکنون وضعیت تغییر کرده‌است. بانک‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد این تغییر بودند.

بزرگ‌ترین خطر از نگاه کارشناسان اقتصادی، نرخ بهره در آسیاست. بر اساس بررسی‌هایی که تاکنون در این منطقه صورت گرفته، نرخ بهره ثابت برای درازمدت در این منطقه بسیار کم است. در این شرایط کافی است بانک مرکزی حرکتی داشته‌باشد، بدهی‌های خانوار ناگهان سر به فلک می‌گذارد. در واقع اقدامات بانک مرکزی روی درآمدها تأثیر می‌گذارد و با این شرایط مصرف، اوضاع خانوار آسیایی بسیار وخیم خواهد شد. در حال حاضر می‌توان به راحتی نقاط در دسرخیز را شناسایی کرد. دولت‌ها باید آنها را هدف قرار بدهند. به هر حال افزایش بدهی‌های خانوار می‌تواند به راحتی به مشکل بزرگ و لاینحل تبدیل بشود. بسیاری از خانواده‌های کم‌درآمد در کره جنوبی همین حالا با مشکل بزرگ بدهی‌ها مواجه شده‌اند. گذر زمان، بار بدهی‌ها را بر دوش آنها سنگین‌تر می‌کند. در این شرایط افراد فقیر چاره‌ای ندارند جز اینکه از بقیه قرض بگیرند و روزگارشان را سپری کنند. آنها گاهی به هزینه‌های درمانی نیاز دارند و گاهی به هزینه خوراک و پوشاک احتیاج پیدا می‌کنند پس چاره‌ای جز قرض گرفتن ندارند. بدهی‌ها می‌توانند خیلی راحت ارزش‌های آسیایی را زیر سؤال ببرند.

یکی از عقاید رایج درباره اقتصاد جهان این است که آسیایی‌ها نسبت به سایر بخش‌ها و مناطق دنیا، بیشتر به دنبال مقرون به صرفه بودن و صرفه‌جویی هستند. دلیل آن نیز در نمونه‌های تاریخی، فرهنگی و سیاسی این منطقه خلاصه می‌شود. لی کوآن یو از جمله نظریه‌پردازان سنگاپوری بود که همیشه اصرار داشت آسیایی‌ها بسیار صرفه‌جو هستند و این جزو ارزش‌های مهم آسیایی به شمار می‌آید. نکته جالب توجه این است که تا سال‌ها داده‌ها نیز این‌طور نشان می‌دادند که خانواده‌های آسیایی بسیار مراقب پول خرج کردن خود هستند و تا جای ممکن احتیاط می‌کنند تا چیزی اضافه خرج نشود. اما در چند سال اخیر مصرف‌گرایی موفق شده به این منطقه نیز سرایت کند و این مردم صرفه‌جو را هم گرفتار کرده‌است. حالا خیلی‌ها تصور می‌کنند آن دوره صرفه‌جویی تنها یک دوره گذار بود که آسیایی‌ها از آن عبور کردند و حالا مانند بسیاری از دیگر نقاط جهان گرفتار مصرف‌گرایی شده‌اند. درصد بدهی خانوار در اقتصادهای پیشرفته نسبت به تولید ناخالص داخلی از سال ۲۰۰۸ که بحران بزرگ اقتصادی رخ داد همین‌طور کاهش پیدا کرده‌است. داده‌های به‌دست‌آمده از بانک بین‌المللی تسلمنت نیز این مسئله را تأیید می‌کند. اما در تعدادی از کشورهای آسیایی درصد بدهی خانوار مسیر معکوس را در همین فاصله زمانی طی کرده‌است. بیشترین درصد افزایش مربوط به چین بوده که در آن مجموع خانوارهای چشم‌بادامی حدود ۴٫۵ تریلیون دلار در یک دهه گذشته قرض گرفته‌اند. البته خانوارهای چینی از رقم‌های بسیار کوچکی حرکت خود را شروع کرده‌اند. کره جنوبی، تایلند و مالزی به نسبت درآمد، افزایش بیشتری را تجربه کرده‌اند. مصرف‌کنندگان در هنگ‌کنگ و سنگاپور در همین فاصله زمانی بسیار بیشتر قرض گرفته‌اند.

افزایش بدهی تا اندازه‌ای مشخص به نظر پدیدهای سالم در هر اقتصادی می‌آید. یکی از نقدهایی که به اقتصاد آسیایی وارد می‌شود این است که وزن کمتری در اقتصاد جهان داشته‌است. آنها کالاهای بسیار زیادی تولید می‌کنند اما همچنان به روزه‌های خارجی و غربی به چشم امید برای فروش آن کالاهای نگاه می‌کنند. اما افزایش بدهی تاکنون کمک‌هایی در این زمینه کرده‌است و دینامیک این جریان را تغییر داده‌است. هزینه خرده‌فروشی در آسیا به جز ژاپن در پنج سال گذشته بیش از ۱۰ درصد رشد داشته‌است. در این میان، دسترسی به کارت‌های اعتباری برای خرید خانه، ماشین و پوشاک جزو مواردی است که به این جریان کمک کرده‌است. به هر حال بدهی می‌تواند خطرناک باشد. صندوق بین‌المللی پول اخیراً در مقاله‌ای به بررسی این مسئله در کوتاه‌مدت پرداخته‌است. افزایش بدهی‌های مصرف‌کننده در کوتاه‌مدت برای رشد اقتصادی مفید است و نرخ بیکاری را پایین نگه می‌دارد. اما بعد از گذشت مدتی در درازمدت این روند کاملاً معکوس می‌شود.

۴.۵

تریلیون دلار

مجموع بدهی خانوار  
چینی در یک دهه  
گذشته

افزایش بدهی‌های خانوار می‌تواند به راحتی به مشکلی بزرگ و لاینحل تبدیل بشود. بسیاری از خانواده‌های کم‌درآمد در کره جنوبی همین حالا با مشکل بزرگ بدهی‌ها مواجه شده‌اند. گذر زمان، بار بدهی‌ها را بر دوش آنها سنگین‌تر می‌کند

[ خطوط هوایی قطر ]

## دیپلماسی هواپیمایی

اکبر الباکر، رئیس صنعت هوایی ای که بیشترین صحبت‌ها را به خود اختصاص داده، جهانی می‌شود

را به خاطر یارانه‌های دولتی که دریافت می‌کند نقد کرده‌اند. آنها معتقدند که برنامه درازمدت خط هوایی قطر این است که به کمک یارانه‌ها تمامی رقبای خود را در این صنعت از گردونه رقابت خارج کند. مسئولان این خط هوایی در ماه ژوئن اعلام کردند قرار است ۱۰ درصد از سهام خطوط هوایی امریکایی را خریداری کنند. اما این جریان با بحث‌ها و تنش‌های بسیاری همراه شد.

جالب اینجاست که این خط هوایی در خلیج فارس هم هیچ دوستی ندارد. رقبای محلی آن خطوط هوایی امارات و اتحاد هستند. آنها از انحصار فعلی قطر می‌توانند سود ببرند. بسیاری از تحلیل‌گران معتقدند خطوط هوایی قطری و اتحاد بیش از آن که با امریکایی‌ها رقابت کنند با یکدیگر در رقابت هستند. اتفاقی که در جریان انحصار قطر رخ داد می‌تواند به نفع خطوط هوایی رقیب تمام شود.

حالا که دشمنان در خاورمیانه دورتادور باکر را گرفته‌اند او چاره‌ای ندارد جز اینکه سرمایه‌گذاری‌های جدیدی داشته‌باشد. برخی می‌گویند او قصد دارد ابتدا سری به سایر نقاط دنیا بزند و بعد پادشاهی خطوط هوایی در خلیج فارس را به دست بیاورد. یعنی به جای اینکه خطوط هوایی در همین منطقه را خریداری کند قدم‌های بلندتری برداشته و به سراغ خطوط هوایی دیگری رفته‌است. البته برخی می‌گویند باکر مهارت‌های دیپلماتیک کافی برای پیش بردن اهدافش ندارد. کسانی که با او کار می‌کنند از سخت‌گیری‌هایش در محیط کار می‌گویند اما باز هم بقیه خارج از محیط کار او را دست‌کم می‌گیرند. به هر حال او چندین سال پیش موفق شد استارت‌آپی کوچک را به غولی بزرگ در خاورمیانه تبدیل کند. اکنون نیز بعید نیست بتواند این غول خاورمیانه‌ای را به اژدهایی هفت‌سر در جهان تبدیل کند. او حتی دعوت‌هایی از سوی کشورهای نظیر هند دریافت کرده که می‌تواند آینده‌اش را دگرگون کند. هرچند او در خلیج فارس ضربه خورده اما احتمالاً در سایر نقاط جهان به زودی خواهد درخشید. ■

رؤسای خطوط هوایی (ایرلاین‌ها) اغلب اسم‌های شناخته‌شده‌ای هستند دلیلش هم نوع رفتار آنهاست که توجه همه را به خود جلب می‌کند. حالا مایکل اولری از رایان‌ایر باشد یا ریچارد برنسون از ویرجین آتلانتیک، فرقی نمی‌کند. به هر حال توجه عموم به سوی آنها جلب می‌شود. اما در این صنعت شخصی وجود دارد که با فاصله از بقیه ایستاده‌است: اکبر الباکر؛ او مدیرعامل شرکت هواپیمایی قطر ایرلاین است. همه او را به خاطر رفتارهای نامنتظرانش در نشست‌های مطبوعاتی می‌شناسند. علاوه بر آن، این شخصیت معمولاً حمله‌های جذابی به شرکت‌های رقیب خود می‌کند که باعث شده توجه بیشتری را به خود جلب کند. او از واژه «شغال» برای ایرباس و بوئینگ استفاده کرده و گفته‌است: «بیازی نیست با این اشغال‌های امریکایی سفر کنید»

باکر به تازگی رققای جدیدی پیدا کرده‌است. ژوئن امسال بود که عربستان سعودی، امارات متحده عربی، بحرین و مصر با توافقی جمعی، قطر را تحریم کردند. آنها عبور هر گونه هواپیمایی قطری را از آسمانشان ممنوع اعلام کردند. این اقدام منجر به لغو و تعطیلی بیش از ۵۰ پرواز روزانه به این کشورها شد و در نهایت هزینه‌های معادل یک‌دهم کسبوکار برای این خط هوایی به همراه داشت. به‌علاوه سود سالیانه ۵۰۰ میلیون دلار نیز از دست رفت.

چنین شوک بزرگی در این مقیاس وسیع می‌توانست هر خط هوایی‌ای را که در بخش خصوصی فعالیت می‌کند به کلی از پای دریاورد. اما خطوط هوایی قطر از سال ۲۰۱۳ تاکنون به صورت کامل در اختیار دولت‌ها بوده‌است. تحلیل‌گران بر این باورند که این صنعت در قطر کاملاً زیان‌بار است و خودش را به انحصار هتل‌ها و به کمک برخی گروه‌ها روی پا نگه داشته‌است. همه اینها دست به دست هم داد تا مسئولان در مورد خط هوایی قطر به چیزهای تازه فکر کنند. اکنون آنها می‌خواهند این پادشاهی کوچک را به نمایش عمومی در سرتاسر جهان بگذارند.

### وقتی خط هوایی قطر یک استارت‌آپ کوچک بود

سال ۱۹۹۶ بود که امیر قطر شیخ حامد بن خلیفه الثانی، آقای باکر را به عنوان مسئول خطوط هوایی قطر انتخاب کرد. در آن زمان خط هوایی قطر یک استارت‌آپ تازه‌کار بود که باید به یک خط هوایی جهانی تبدیل می‌شد. باکر پیش‌تر در خطوط هوایی قطری فعالیت می‌کرد و با امور آن به صورت مختصر آشنایی داشت. هرچند این خط هوایی با تجربه‌ای اندک کارش را آغاز کرد اما خیلی زود اعتماد مسافران را به خود جلب کرد. تعداد مسافران این خط هوایی در سال ۲۰۱۶ به بیش از ۳۲ میلیون نفر رسید.

رقبای این خط هوایی همیشه می‌گفتند حمایت‌های دولتی این شرکت را به یک خط هوایی ویژه و خاص تبدیل کرده‌است. سه غول بزرگ امریکایی که در این زمینه فعالیت می‌کنند نیز بارها این شرکت

چرا باید خواند:

نام خطوط هوایی

قطر جزو نام‌های

آشناست. البته نام

رقبای آن مانند اتحاد

وامارات نیز به گوش

همه آشناست. خط

هوایی قطر در عرض

دو دهه از استارت‌آپی

کوچک به غولی بزرگ

تبدیل شده و اکنون

برای جهانی شدن قدم

برمی‌دارد؛ این مسیر

چگونه پیش می‌رود؟

QATAR  
الخطوط الجوية القطرية

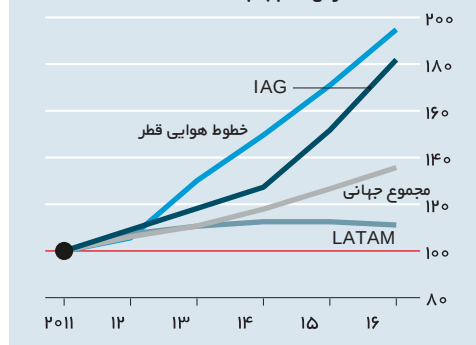
۵۰۰

میلیون دلار

سود سالانه که به خاطر تحریم قطر از دست خطوط هوایی این کشور رفت

کدام محاصره؟

مسافرانی که جابه‌جا شده‌اند، ۲۰۱۱=۱۰۰



# گیشه.....

## به خاطر چند میلیارد بیشتر

هزینه تولید یک فیلم سینمایی در سینمای ایران چقدر است و آیا با فروش در گیشه تناسب دارد؟

تا چند سال پیش فیلمی که فروش یک میلیارد تومان را در می کرد جشن می گرفت و نامش در خبرگزاری ها و روزنامه ها ثبت می شد و همه به عنوان فیلم موفق از آن یاد می کردند. فروش میلیاردی به معنای موفقیت مالی سازندگان فیلم بود. الان دیگر کسی فروش یک میلیارد تومان را جدی نمی گیرد. قیمت بلیت های سینما تفاوت چندانی نکرده در نتیجه نمی شود گفت که تعداد مخاطبان به طرز قابل ملاحظه ای در عرض این یک دهه دچار تغییر شده. پس جریان چیست؟ ماجرا به هزینه تولید فیلم ها برمی گردد. این روزها برای ساخت یک فیلم معمولی و نه حتی پر هزینه و فاخر باید حداقل یک میلیارد تومان هزینه کرد. اغلب اوقات با مخارج پخش و غیره رقم بزرگ تری هم می شود. در نتیجه اگر فیلمی در گیشه یک میلیارد تومان بفروشد حتی هزینه تولیدش را هم برنگردانده چه برسد به اینکه عوامش سود کنند.

صوفیا نصرالهی

منتقد سینما



اولین قدم برای صنعتی شدن سینما:

## تناسب دخل و خرج

در سال‌های اخیر این موضوع بررسی شده که فروش گیشه‌ها با هزینه تولید در سینمای ایران همخوانی دارد یا نه

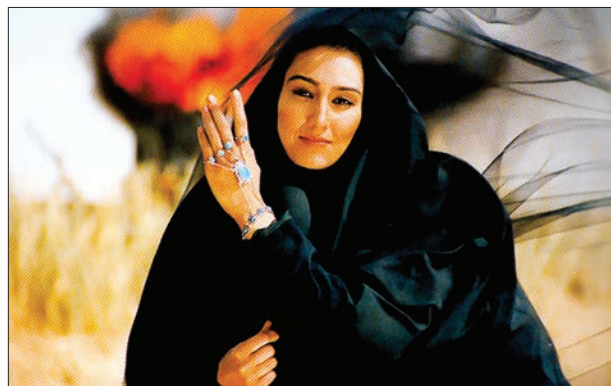
می‌شود. این یعنی ۹۰ درصد محصولات سینمای ایران باید بالای یک میلیارد بفروشند. اتفاقی که در سال‌های اخیر فقط برای چیزی بین ۱۵ تا ۲۰ درصد فیلم‌ها افتاده است.

نتیجه منطقی معادله این می‌شود که با توجه به هزینه‌ها، ساخت فیلم سینمایی به صرفه نیست. این تازه در مورد تولیدات عادی سینمای ایران است. اگر به فیلم‌های پرهزینه سینمای ایران نگاه کنید متوجه می‌شوید که این عدم تناسب دخل و خرج در مورد آنها با درصد خیلی بالاتر اتفاق می‌افتد. پرهزینه‌ترین فیلم تاریخ سینمای ایران در حال حاضر «محمد رسول‌الله(ص)» ساخته مجید مجیدی است که به دلیل مشارکت عوامل حرفه‌ای سینمای جهان از جمله فیلمبردار و طراح صحنه اسکاری یا آهنگسازی مثل ای.آر. رحمان هندی و ساخت لوکیشنی در زمینی وسیع که شهرک پیامبر اعظم نام گرفته است، ۴۰ میلیون دلار هزینه ساختش شد. در حالی که علی‌رغم روزهای زیاد اکران در نهایت فروش فیلم به ۱۵ میلیارد تومان رسید. فیلمی که هزینه تولیدش حداقل ۲۰ برابر بیشتر از سایر محصولات سینمای ایران بود، در نهایت حتی نتوانست پر فروش‌ترین فیلم تاریخ سینمای ایران شود. این اتفاق در مورد سایر فیلم‌های پرهزینه هم افتاده است: فیلم «راه آبی ابریشم» محمد بزرگنیا با حضور عوامل هنگ‌کنگی و آسیای شرقی برای موسیقی و جلوه‌های ویژه ساخته شد. از لحاظ فنی فیلم خوش‌سر و شکلی بود اما به لحاظ قصه فیلم ضعیفی به شمار می‌رفت. هزینه تولید فیلم ۶ میلیارد تومان بود اما وقتی اکران شد کمتر از ۳۰۰ میلیون تومان فروخت. «ملک سلیمان» شهریار بحرانی محصول سال ۱۳۸۷ با هزینه ۵ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان تولید شد و در اکران کمی بیش از یک میلیارد تومان فروخت. البته عوامل فیلم فروش کم آن را گردن خیلی چیزها از جمله کپی غیرقانونی فیلم می‌اندازند اما واقعیت این است که نقاط ضعف متعدد فیلم مانع از فروش آن شد. اولین بیگ‌پروداکشن سینمای ایران سال ۱۳۸۲ ساخته شد: فیلم «دوئل» احمد رضا درویش که آن زمان اولین فیلمی بود که صداگذاری به شیوه دالبی داشت و برای تصحیح صدای فیلم به خارج از کشور رفته بودند. فیلمی که در آن سال بیش از یک میلیارد تومان صرف ساختش شده بود. عددی که برای ۱۴ سال پیش رقم هنگفتی است اما در گیشه بیش از ۷۰۰ میلیون تومان نفروخت و حتی نتوانست هزینه تولیدش را بازگرداند.

همه این مثال‌ها عنوان شد که بگویم زمانی در سینمای ایران اصلاً به این موضوع اهمیت نمی‌دادند که فروش فیلم در گیشه تناسبی با هزینه‌اش دارد یا نه. بنیاد فارابی می‌توانست به فیلم‌های فاخر وام‌های کلان بدهد و فیلم‌های دولتی ساخته می‌شدند که در نهایت حتی اگر فروش هم نمی‌کردند جزو کارنامه فرهنگی وزارت ارشاد آن دوره محسوب می‌شدند؛ حتی اگر در تاریخ سینما نامی از آنها باقی نمی‌ماند! اما با رکود اقتصادی، وقتی در همه حوزه‌ها از جمله فرهنگ و هنر دچار مشکلات مالی شدیم، دیگر فارابی هم توان لازم برای کمک به فیلم‌ها را ندارد. و اتفاقاً شروع خوبی است. همین که به فکر افتاده‌ایم که ببینیم چقدر باید برای تولید فیلم هزینه کنیم که با توجه به متوسط رقم فروش فیلم‌ها در گیشه به صرفه باشد، یعنی اولین قدم‌ها را برای صنعتی شدن سینمایمان برداشته‌ایم. برای اینکه بین عرضه و تقاضا تناسبی برقرار شود. در حقیقت بعید است بتوانیم هزینه‌های تولید سینمای ایران را کاهش بدهیم. از دست‌مزد عوامل گرفته تا تجهیزات فنی و لوکیشن‌ها و تازه در مراحل بعدی پخش و تبلیغات، همه ارقام بالا رفته. در نتیجه برای ادامه چرخه سینما و به سود رساندن باید تدابیری برای فروش بیشتر فیلم‌ها ببینیم. یا تمهیداتی برای اکران فیلم‌ها قابل شویم و تولیداتمان را کنترل کنیم تا وقتی که چرخه اقتصادی سینما بتواند بدون کمک‌های دولتی راه خودش را از طریق گیشه و مخاطب و بخش خصوصی مثل شبکه نمایش خانگی باز کند. بعد می‌شود دوباره تولیدات را گسترده‌تر کرد؛ وقتی که یاد گرفتیم جوری فیلم بسازیم که عایدی‌اش بیشتر از هزینه‌هایش شود. ■

مدت‌هاست که اهالی سینمای ایران از آینده آن ابراز نگرانی می‌کنند. تا سه-چهار سال پیش به مدت چند سال با افت شدید مخاطب روبه‌رو بودیم. هر فیلمی که از مرز یک میلیارد عبور می‌کرد یک پیروزی بزرگ برای سینما محسوب می‌شد. هر چند قیمت بلیت هر سال مقدار کمی افزایش داشت اما باید اعتراف کرد که سینما در ایران نسبت به بقیه کشورهای جهان سرگرمی ارزان‌تری است و قیمت بلیت‌های سینما معادل است. نمی‌شود منکر شد که تعداد مخاطبان سینما نسبت به دهه ۶۰ مثلاً کاهش پیدا کرده ولی واقعیت اینجاست که این مشکل گریبان‌گیر همه کشورهای دنیاست. در نتیجه در شرایط فعلی می‌توانیم نتیجه بگیریم که اوضاع سینمای ایران و فروشش خیلی هم بد نیست. نگاهی به جدول فروش همین امسال اگر داشته باشیم سه فیلم بالای جدول، که هرسه کم‌دی هم هستند فروش بالای ۱۵ میلیارد تومان داشته‌اند. این یعنی «گشت ۲» ساخته سعید سهیلی، «هنگ عنبی ۲: سلکشن رويا» ساخته سامان مقدم و «خوب، بد، جلف» اولین فیلم پیمان قاسم‌خانی در مقام کارگردان. آثاری بوده‌اند که سود خوبی نصیب سازندگانشان شده است. «گشت ۲» و «هنگ عنبی ۲» که اصلاً موفق شدند از «فروشنده» اصغر فرهادی و «من سالوادور نیستم» منوچهر هادی هم جلو بزنند و لقب پر فروش‌ترین فیلم‌های تاریخ سینمای ایران را از آن خودشان کنند.

بعد از آنها نوبت به «اکسیدان» حامد محمدی، «ماجرای نیمروز» محمدحسین مهدویان، «ساعت پنج عصر» مهران مدیری، «رگ خواب» حمید نعمت‌الله، «زیر سقف دودی» پوران درخشنده و «برادر خسرو» احسان بیگلری می‌رسد. تلفیقی از فیلم‌های کم‌دی و درام‌هایی با مایه‌های مختلف از سیاسی گرفته تا اجتماعی و آخری که در حقیقت روان‌شناسانه است. این فیلم‌ها بالای یک میلیارد و نیم فروخته‌اند. یعنی در چهار ماه اول سال، ده فیلم توانسته‌اند نه تنها هزینه تولیدشان را بازگردانند، که به سود هم برسند. حالا بگذریم از این نکته که پخش‌کننده‌های سینما و سینماداران به شدت نگران وضعیت سینمای ایران در شش ماه دوم سال هستند و معتقدند شورای صنفی نمایش بایستی سیاستی همه فیلم‌های پر فروش را نیمه ابتدایی سال اکران کرده و برای نیمه دوم فیلم مهمی باقی نمانده. موضوع اینجاست که علی‌رغم رونق چند سال اخیر و اینکه دیگر فروش بالای یک میلیارد و خرده‌ای فیلم‌ها نکته شگفت‌انگیزی نیست، دخل و خرج سینمای ایران تناسبی ندارد. در حال حاضر تقریباً ۹۰ درصد تولیدات سینمای ایران، چه در داخل یک آپارتمان بگذرند چه لوکیشن‌های خارجی هم داشته باشند در کمترین حالت ۸۰۰ میلیون تومان هزینه‌شان



فیلم دول سال ۱۳۸۲ با هزینه بالای یک میلیارد تومان ساخته شد، اما خوب نفروخت

به طور کلی رقم دریافتی سوپرستارها را بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیون می‌شود تخمین زد و گاهی هم به بودجه فیلم نگاه می‌کنند و با توجه به آن دستمزدها مشخص می‌شود. برخی تهیه‌کنندگان می‌گویند هزینه دستمزد سوپرستارها بین ۲۵ تا ۳۰ درصد هزینه تولید فیلم است.

## گزارش محرمانه

**تقریباً هیچ آمار رسمی‌ای برای اینکه نشان دهد در سینمای ایران تقسیم هزینه‌های یک فیلم به چه صورت است، وجود ندارد؛ عوامل فیلم‌ها دوست ندارند دستمزدهایشان را اعلام کنند**

میلیون تومان شروع می‌شود و برای کارگردانی که خودشان نقش ستاره را دارند و اسمشان در تیتراژ فیلم بخشی از هزینه‌ها را جبران می‌کند به ۷۰۰ میلیون هم رسیده است. متوسط بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ میلیون است.

### فیلم‌نامه‌نویس

می‌شود گفت آنها جزو مظلوم‌ترین عوامل هستند. به جز یکی، دوتا فیلم‌نامه‌نویس مثل پیمان قاسم‌خانی که با حضور در تلویزیون برای مردم تبدیل به چهره‌ای آشنا شد و ستاره فیلم‌نامه‌نویسان کم‌دی است، بقیه فیلم‌نامه‌نویسان برای عامه مردم اسمی‌اشناشی نیستند و در نتیجه کمتر پیش می‌آید نام یک فیلم‌نامه‌نویس در تیتراژ به خودی خود باعث فروش بیشتر فیلم شود. در حالی که آمار نشان می‌دهد مخاطب سینما بیش از هر چیزی به قصه توجه دارد و فیلم‌های پرفروش‌تر آنها هستند که قصه‌های پرکشش برای مردم دارند. رقم پرداختی برای فیلم‌نامه هم متغیر بوده و فیلم‌نامه متوسطی که یک فیلم‌نامه‌نویس جوان و ناشناخته نوشته باشد بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان قیمت‌گذاری می‌شود. اما متوسط قیمت فیلم‌نامه‌های افراد صاحب‌سبک که البته تعدادشان زیاد نیست، بین ۸۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان است. فیلم‌نامه‌نویسان با تجربه در مواردی حدود ۲۰۰ میلیون تومان هم بابت فیلم‌نامه دریافت کرده‌اند اما به طور کلی میانگین دریافتی برای یک فیلم‌نامه‌نویس که کار اولش نباشد و فیلم‌نامه نسبتاً خوبی هم نوشته باشد بین ۵۰ تا ۸۰ میلیون تومان است.

### عوامل فنی

گروه فیلم‌برداری متشکل از مدیر فیلم‌برداری و دستیارانش (می‌تواند یک یا چند دستیار داشته باشد) به صورت گروهی بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون دستمزد دریافت می‌کنند. دستمزد گروه صدا‌برداری کمتر است و بین ۵۰ تا ۶۰ میلیون برای یک فیلم متوسط دستمزدشان است. دستمزد طراح صحنه و لباس و چهره‌پردازان بین ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان تخمین زده می‌شود. منشی صحنه که باید همراه و همپای کارگردان باشد به طور متوسط بین ۴ و نیم تا ۵ میلیون تومان در ماه دستمزد دریافت می‌کند و از آنجایی که زمان تولید یک فیلم به صورت متوسط ۴۰ جلسه مفید طول می‌کشد می‌توان مدت‌زمان کلی تولید یک فیلم را بین ۴ تا ۵ ماه در نظر گرفت. در نتیجه یک منشی صحنه حرفه‌ای به صورت متوسط برای تولید یک فیلم نزدیک به ۲۰ میلیون تومان دستمزد دریافت می‌کند. پس از اتمام فیلم‌برداری نوبت به تدوین و اتالناژ و کارهای فنی پایانی فیلم می‌رسد. یک گروه تدوین متشکل از یک تدوینگر و دو دستیار به صورت گروهی بین ۵۵ تا ۸۰ میلیون تومان برای تدوین یک فیلم دستمزد دریافت می‌کنند. مدیر تولید و مشاور کارگردان هم بخشی از هزینه فیلم را به خودشان اختصاص می‌دهند که روی هم چیزی بین ۹۰ تا ۱۳۰ میلیون تومان می‌شود. اگر حداقل این هزینه‌ها را هم جمع بزنیم به این نتیجه می‌رسیم که تولید یک فیلم در ایران حداقل یک میلیارد تومان هزینه خواهد داشت که البته بخش اعظمی از آن به ستاره‌های فیلم می‌رسد. اما نکته اینجاست که این کف هزینه همه ماجرا نیست. در این فهرست رقم دریافتی آهنگ‌سازان را نداریم که بنا به شهرتشان در موسیقی فیلم رقمشان خیلی متفاوت است و خود آنها گروهی از نوازندگان هم دارند. تازه به جز همه اینها توجه کنید که در قرن بیست‌ویکم ساخت فیلم بدون تبلیغات معنا ندارد. در نتیجه با اضافه کردن هزینه تبلیغات به نظر می‌رسد هر فیلم ایرانی برای بازگشت سرمایه‌اش حداقل باید دو میلیارد تومان بفروشد. ■



### بازیگران

طبق آمار تخمینی اگر در فیلمی یکی از سوپرستارهای سینما بازی کند به تنهایی بیش از ۶۰ درصد هزینه‌های فیلم مربوط به دستمزد آن بازیگر می‌شود. حتی دستمزد این سوپرستارها هم متغیر است. مثلاً شهاب حسینی قبل از دریافت جایزه جشنواره کن دستمزد پایین‌تری داشت تا بعد از آن. البته بسیاری از این سوپرستارها اگر قرار باشد در فیلم‌های کارگردانان فیلم‌اولی یا کارگردانان کهنه‌کار بازی کنند چک سفید امضا می‌کنند و دستمزدشان را پایین می‌آورند. به طور کلی رقم دریافتی سوپرستارها را بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیون می‌شود تخمین زد و گاهی هم به بودجه فیلم نگاه می‌کنند و با توجه به آن دستمزدشان مشخص می‌شود. برخی تهیه‌کنندگان می‌گویند هزینه دستمزد سوپرستارها بین ۲۵ تا ۳۰ درصد هزینه تولید فیلم است. البته بازیگران معمولی که نقش‌های اصلی فیلم نیستند دستمزدشان بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان است. در نتیجه فکر نکنید هر کسی که بازیگر است درآمد چندصد میلیونی دارد.

### کارگردان

در سینمای جهان بیشترین دستمزد نصیب کارگردان و تهیه‌کننده می‌شود. اینجا معادلات کمی به هم ریخته است. بسیاری از کارگردانان خودشان تهیه‌کننده فیلم هم هستند اما این به معنای دستمزد دوبرابری‌شان نیست. بیشتر اوقات کارگردانی که خودشان تهیه‌کنندگی را هم برعهده دارند بیشتر ضرر می‌کنند. کارگردانان فیلم‌اولی بیش از ۳۰-۴۰ میلیون دستمزد نمی‌گیرند. همه چیز خیلی بستگی به این دارد که سرمایه‌گذار فیلم چه کسی باشد. دیده شده که برخی سرمایه‌گذاران دستمزد بیشتری به کارگردانان داده‌اند. گستره دستمزد کارگردانان باسابقه‌تر بیشتر است. از ۱۵۰

رضا عطاران در حال حاضر بیشترین دستمزد در میان بازیگران دریافت می‌کند

# وقتی تهدیدها فرصت می شوند

درباره پخش کننده‌های آنلاین فیلم‌ها و سریال‌ها در بستر اینترنت که نمونه‌های خارجی موفق هم دارند و تعدادشان در ایران هم رو به افزایش است

## چرا پخش کننده‌های اینترنتی

همه چیز از اینجا شروع شد که چندین بار تلاش شد تا شبکه‌های خصوصی تلویزیون شود. اما قوانین پیچیده و نظارت‌ها به گونه‌ای بود که هر بار صدا و سیما توانست انحصار را حفظ کند. وقتی تلاش‌ها برای ایجاد شبکه‌های خصوصی تلویزیونی به جایی نرسید با پا گرفتن اینترنت‌های پرسرعت، ایده‌هایی برای تأسیس شبکه‌های تلویزیونی اینترنتی مطرح شد. در بستر اینترنت قوانین متفاوت‌تر بود و امکانش وجود داشت که این بار بتوانند صدا و سیما را متقاعد به داشتن رقیب بکنند. اینکه چرا نشد مهم نیست. مهم این است که به هر حال بازار همیشه وقتی متقاضی داشته باشد مسیر خودش را پیدا می‌کند. در همین راستا اولین بازار ایجاد شده شبکه نمایش خانگی بود که باید مفصل به آن پرداخت که چطور رشد کرد و در فضایی که به وجود آورد چقدر توانست مخاطب جلب کند و هزینه‌ها چطور به سود رسیدند که الان خیلی از کارگردانان و عوامل در جبهه نه فقط تلویزیون، که حتی سینمای ایران علاقه‌مند به کار در حوزه شبکه نمایش خانگی هستند و سرمایه‌گذار هم خیلی راحت‌تر جذب آن حوزه می‌شود تا مثلاً سینما.

خب حالا محصولاتی داشتیم که خارج از ظرفیت سینما و تلویزیون تولید می‌شدند و باید جایی برای پخش پیدا می‌کردند. سوپرمارکت‌ها البته برای عرضه این محصولات بودند اما خرید دی‌وی‌دی همیشه مشکلات خودش را دارد، در حالی که حتی این روزها مخاطب فیلم‌های خارجی هم به جای خرید دی‌وی‌دی فیلم‌ها آنها را از اینترنت دانلود می‌کند چون هم دستش در انتخاب زیرنویس باز است، هم خیلی ساده‌تر می‌تواند با وسایل دیجیتال آنها را تماشا کند. پخش کننده‌های دی‌وی‌دی دیگر کمتر مرسوم هستند و در عوض هر وسیله دیجیتالی که داشته باشید یک پورت یواس‌بی دارد که می‌توانید خیلی راحت فلش‌تان را به آن بزنید و فیلم دانلود شده را تماشا کنید. یا حتی با استفاده از سرویس‌های آنلاین فیلم را ببینید.

ایده سرویس‌های آنلاین در کشورهای خارجی باعث شد کم‌کم تفکر VOD در ایران شکل بگیرد. VOD در حقیقت مخفف Video on Demand (برنامه ویدئویی درخواستی ضبط شده) یکی از مجموعه خدمات قابل ارائه از طریق IPTV است. البته طبعاً حالا باید تعریفی از IPTV هم ارائه داد: IPTV سیستمی است که در آن با استفاده از پهنای باند وسیع اینترنت، خدمات تلویزیون دیجیتال ارائه می‌شود. دسترسی به شبکه‌های اطلاع‌رسانی، حضور مجازی در کلاس‌های آموزشی و جابه‌جایی زمان در پخش برنامه‌های تلویزیونی تنها بخشی از انواع خدماتی است که از طریق زیرساخت‌های مخابراتی و پروژه IPTV قابل دریافت است. آنچه از تعریف تلویزیون تعاملی (IPTV) برای ما می‌شود دریافت کرد این است که IPTV پروژه‌های مشترک میان صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت ارتباطات و

فناوری اطلاعات باشد. در حقیقت به دلیل نبود بازار رقابت برای شبکه‌های تلویزیونی از ساختار اینترنت و ارتباطات برای جلب کردن گروه جدیدی از علاقه‌مندان استفاده شده است. اول می‌ترسند تهدیدی برای سینما باشد. همان‌طور که زمانی آمدن دی‌وی‌دی به بازار باعث شد مردم بیشتر در خانه‌هایشان فیلم‌ها را تماشا کنند اما نکته جالب اینکه تهیه‌کنندگان سینما یعنی بخش صنعتی سینما از آن استقبال کرد.

سیروس تسلیمی تهیه‌کننده سینما درباره راهاندازی پروژه سامانه نمایش درخواستی (VOD) می‌گوید: «شاید ۱۰ درصد قیمت واقعی فیلم‌های ما از طریق فروش دی‌وی‌دی‌هایشان در بازار دریافت شود. یعنی ۹۰ درصد رایت فیلم‌ها رایگان است و این مشکلی است که همیشه وجود داشته است. همچنان که در بحث موسسه رسانه‌های تصویری گفته می‌شود، استانی به بزرگی اصفهان فقط ۱۰ نسخه از فیلم‌ها می‌خرد چون مابقی کپی می‌شود. با این شیوه میلیاردها تومان از پول اصلی بدنه سینما در اختیار کسانی قرار می‌گیرد که کمترین زحمت را می‌کشند. البته اینکه VOD این مشکل را حل کند یک کار تکنیکی و فنی است و در وهله دوم نیازمند بازاریابی است.»

در حقیقت VOD به دلیل نیاز فرهنگی نبود که به وجود آمد بلکه اتفاقاً کاملاً خاستگاه اقتصادی داشت. حتی رئیس سابق سازمان سینمایی گفته بود که این سیستم پخش قرار است به اقتصاد سینمای ایران کمک کند.

## نمونه خارجی

باید به این نکته توجه کرد که در کشورهای خارجی این شبکه‌ها خودشان تولیداتی هم دارند. مشهورترینشان این روزها شبکه نتفلیکس است. شبکه‌ای اینترنتی که سال ۱۹۹۷ تأسیس شد و متخصص در زمینه VOD است. هر روز تعداد محصولات شاخص بیشتر می‌شود اما آن محصولی که احتمالاً نامش به گوش همه خورده «خانه پوشالی» است که از قضا از آنجایی که قانون کپی‌رایت در ایران وجود ندارد در حال حاضر در بیش از نیمی از سرویس‌های VOD ایران هم سریال محبوب نتفلیکس در حال پخش است! نتفلیکس هم در ابتدا مثل پخش کننده‌های ایرانی فقط محصولات دیگران را به بازار عرضه می‌کرد و سال ۲۰۱۲ اولین سریالش یعنی همین «خانه پوشالی» را تولید کرد و حالا از قطب‌های مهم فرهنگی و پای ثابت جوایز هم شده. یعنی در حقیقت این آینده‌ای است که می‌توانیم برای VODهای ایرانی هم متصور باشیم. در حال حاضر ۱۹۰ کشور دنیا می‌توانند اشتراک شبکه نتفلیکس را داشته باشند و محصولات آن را به صورت قانونی تماشا کنند. عایدی نتفلیکس در سال ۲۰۱۶ چیزی معادل ۸۸۳ میلیارد دلار بوده است. ۱۸۷ میلیون دلار از درآمد نتفلیکس فقط مربوط به پخش آنلاین در اینترنت بوده است.

نتفلیکس روی موبایل‌ها، کامپیوترهای شخصی، لپ‌تاپ‌ها و حتی سیستم‌های سینمای خانگی و کنسول‌های بازی‌های ویدئویی قابل دریافت است. سایتی که هر سال تقریباً ۱۹۴ میلیون نفر را جذب می‌کند! رقم شگفت‌انگیزی است. درآمد نتفلیکس از بخش تولیدات اریژینال‌اش در سال ۲۰۱۶ معادل ۵ میلیارد دلار بوده است. پرداخت پول برای گرفتن اشتراک نتفلیکس معمولاً ماهانه است اما نتفلیکس اعلام کرده که برای مشتریان وفادارش، کسانی که به طور مداوم و پشت هم اشتراکشان را برای شبکه تمدید می‌کنند، قیمت‌ها



شاید ۱۰ درصد قیمت واقعی فیلم‌های ایرانی از طریق فروش دی‌وی‌دی‌هایشان در بازار دریافت شود. یعنی ۹۰ درصد رایت فیلم‌ها رایگان است.

#### نماوا

جدی‌ترین رقیب فیلمو و آیو در حال حاضر نماواست که به گروه اینترنتی شاتل مرتبط است. تعداد آثاری که روی این سایت می‌توانید ببینید از تنوع خوبی برخوردار است: ۱۸۰۰ فیلم، ۲۵ سریال و ۱۵۰ انیمیشن روی نماوا بارگذاری شده‌اند. رتبه الکسایش ۳۰۴ است و ویژه‌نامه اریژینالی هم به نام «آنکت» دارد که به سینمای ایران و جهان می‌پردازد. نماوا طبعاً برای کاربران شاتل و بعد‌های وب و آسیاتک ترافیک رایگان دارد. مشکل بزرگش فقط اینجاست که در حال حاضر قابلیت دانلود برای برنامه‌هایش وجود ندارد. یعنی فقط می‌توانید آنلاین آنها را تماشا کنید.

#### فیلمنت

اشتراک ماهیانه ۱۰ هزار تومان و ترافیکی که این‌بار برای مشترکان خیلی محدودتری یعنی فقط کاربران شاتل و آسیاتک ترافیک رایگان دارد. برنامه‌هایی که روی فیلمنت بارگذاری شده‌اند قابلیت دانلود دارند. ۸۰۰ فیلم ایرانی و خارجی، ۱۵ سریال و ۱۷۰ انیمیشن روی این سایت در دسترس شما هستند. اما شهرت فیلمنت از یکی از برنامه‌های اریژینالی می‌آید که توسط خود تیم فیلمنت تهیه شده و فقط هم در این VOD قابل مشاهده است. برنامه اینترنتی «۳۵» با اجرای فریدون جیرانی در حال حاضر یکی از مهم‌ترین برنامه‌های هفتگی درباره سینماست که راستش را بخواهید گاهی اوقات تیتراژی که به مطبوعات و علاقه‌مندان سینما می‌دهد از برنامه تلویزیونی «هفت» که از صدا و سیما درباره سینما پخش می‌شده بالا می‌زند.

#### زوم

این یکی از VODهایی است که جدیداً وارد بازار شده. سرویس زوم ایرانسل، یک سرویس ارزش افزوده بر بستر پهن باند برای دسترسی کاربران ایرانسل به محتوای تصویری با کیفیت است. این محتوا ممکن است شامل محتوای زنده، آرشیوی یا هرگونه محتوای تصویری دیگر از قبیل فیلم سینمایی، سریال، کلیپ، نماهنگ و... باشد. زوم ایرانسل ابتدا برای کاربران اعتباری و جهت دستگاه‌های اندرویدی عرضه خواهد شد ولی در آینده نزدیک جهت کاربران دائمی و سایر سیستم‌های عامل نیز در دسترس خواهد بود. این پخش‌کننده آنلاین حتی برای عضویت هم به شدت متکی به سایت ایرانسل است. نحوه استفاده از محتوای ارائه‌شده به سه شکل خواهد بود: الف) محتوای رایگان (free) که بدون نیاز به پرداخت وجه قابل مشاهده و استفاده است. ب) ایجاد اشتراک (subscription)، کاربر با خرید اشتراک امکان دسترسی به محتواهای تعریف‌شده را در بازه زمانی مورد اشتراک خواهد داشت. ج) خرید موردی (pay per view)، که کاربر برای دیدن و دسترسی به هر محتوا، هزینه آن را جداگانه پرداخت خواهد کرد. مدت اشتراک در ابتدا به صورت اشتراک روزانه با قابلیت تمدید خودکار است ولی در آینده نزدیک سایر انواع اشتراک از قبیل هفتگی و ماهانه نیز به سرویس اضافه خواهد شد. پرداخت هزینه استفاده در ابتدا تنها از موجودی شارژ سیم کارت (برای مشترکان اعتباری) امکان‌پذیر است ولی در آینده نزدیک از طریق درگاه‌های پرداخت بانکی نیز امکان‌پذیر خواهد بود. واقعیت این است که در حال حاضر پلتفرم سایت زوم برای ارتباط برقرار کردن چندان راحت نیست.

#### کاناپه

کاناپه اپلیکیشن نمایش ویدئو بر بستر موبایل و وب و محصولی از شرکت صباصل آریاست. محتوای رایگان هم دارد به علاوه فیلم‌های ایرانی که حقوق آنها خریداری شده و با خرید اشتراک کاناپه می‌توانید آنها را مشاهده کنید. در کاناپه حتی می‌توانید به فیلم‌های مستند برجسته هم دسترسی داشته باشید. اپیدو، پلان (که مربوط به رایتل است)، آی‌سینما و تعداد دیگری از پخش‌کننده‌های اینترنتی دیگر هم وجود دارند که هنوز به اندازه بقیه نتوانسته‌اند مخاطب گسترده جلب کنند. ■

را بالا نمی‌برد. مخاطبان غیروفاقدار که فقط گاهی برای دیدن یک سری محصولات خاص مشترک می‌شوند ممکن است هر بار با رقم جدیدی برای استفاده از خدمات این پخش‌کننده مواجه شوند.

#### پخش‌کننده‌های آنلاین ایرانی

یک نگاه گذرا نشان می‌دهد که ریشه بیشتر VODهای ایران در شرکت‌های خصوصی به خصوص در زمینه ارتباطات است. بیشتر ارائه‌کنندگان اینترنت پرسرعت از جایی به بعد تصمیم گرفته‌اند به‌جز واگذاری سرویس‌های اینترنتی به مشترکانشان خدمات دیگری هم ارائه بدهند. یکی از این خدمات زدن سایت‌هایی برای پخش آنلاین فیلم‌ها بوده است. این سایت‌ها که معمولاً برای مشترکانی که از اینترنت پرسرعت آن شرکت استفاده می‌کنند تخفیف‌های ویژه‌ای برای عضویت قابل است، به سادگی و با پر کردن یک فرم و پرداخت مبلغی محصولات تصویری‌شان را در اختیار شما قرار می‌دهند. البته که میزان حجم مصرفی اینترنت را هم باید به هزینه‌های آن اضافه کنید اما در عوض هروقت بخواهید می‌توانید محصول موردعلاقه‌تان را تماشا کنید، آن را در فهرست علاقه‌مندی‌هایتان قرار دهید و به این ترتیب هیچوقت آن را گم نخواهید کرد. تعداد این پخش‌کننده‌ها بیشتر از آن شده که بشود به همه‌شان پرداخت. ولی روی مهم‌ترین‌هایشان مروری خواهیم داشت:

#### فیلمو

تعداد مخاطبان و کاربرانش نشان می‌دهد که در حال حاضر مهم‌ترین شبکه پخش‌کننده اینترنتی ایران است. هزینه اشتراک ماهانه فیلمو فقط ۱۰ هزار تومان است. و برای کسانی که از اینترنت ایرانسل، همراه اول یا آسیاتک استفاده می‌کنند حجم رایگان دارد؛ به این معنا که با تماشای محصولات از سایت فیلمو انگار که اصلاً از اینترنت‌تان استفاده نکرده باشید. در حالی که برای دیدن فلان سریال از یک سایت دیگر باید حجمی را برای دانلود مصرف می‌کردید و دوباره حجم جدید می‌خریدید. اما اگر از اینترنت‌های گفته‌شده استفاده می‌کنید میزان حجمی که برای استفاده از فیلمو صرف شده رایگان است. محصولاتی که در فیلمو هستند برای مشترکانش قابلیت دانلود دارد. به علاوه فیلمو یکی از اولین VODهای ایران است که برای خودش برنامه ویژه هم تولید کرده. تعداد ویژه برنامه‌هایش به نسبت بقیه پخش‌کننده‌های اینترنتی زیاد است: «هشتگ»، «خشت خام»، «بان»، «بازی‌شو»، «چارگوش» و «دید در شب» فقط تعدادی از برنامه‌هایی هستند که توسط تیم تولید فیلمو به صورت اریژینال تهیه می‌شود و شامل موضوع‌های بیشتر فرهنگی و بعد اجتماعی است. میان برنامه‌هایشان «دید در شب» با اجرای رضا رشیدپور بارها تیتراژ یک رسانه‌ها را با گفت‌وگوهای تند و تیز و بی‌پرده مجری و مهمانان جالبش تأمین کرده است.

۱۸۰۰ فیلم، ۴۰ سریال و ۲۹۰ انیمیشن روی این سایت بارگذاری شده‌اند یعنی تنوع محصولات برای مشترکان زیاد است. درضمن اگر از کسانی هستید که رتبه الکسا هم برایتان اهمیت دارد این سایت بهترین رتبه الکسا را میان VODهای ایرانی دارد. (اینجا باید درباره عدد رتبه الکسا در اینترنت توضیح داد. الکسا سایتی است که درحقیقت رتبه‌بندی همه سایت‌های جهان را برعهده دارد. هر دامنه‌ای که ثبت شود براساس تعداد بازدیدکنندگان، تاریخچه‌ای که دارد و جزئیات فنی به تفکیک جغرافیا و خیلی دقیق و ظریف در رتبه‌بندی جهانی بررسی می‌شود.)

#### آیو

هزینه اشتراک آیو ماهانه ۱۲ هزار تومان است. این یکی برای مشترکان همراه اول، رایتل، پارس آنلاین، فناوا و مجدداً آسیاتک امکانات حجم رایگان فراهم کرده است. باران تلکام شرکت مادر آیو است. آیو اپلیکیشنی هم برای موبایل دارد که برنامه‌های زنده تلویزیون را می‌توانید از آن ببینید. در حقیقت در حال حاضر این تنها VOD است که پخش زنده تلویزیون هم دارد.

# در هالیوود فیلم نامه‌نویسان همیشه اولویت دارند

برآیند هزینه تولید یک فیلم و دستمزد عوامل در هالیوود متغیر است. در فیلم‌های مستقل همه چیز با ۲۰ میلیون دلار انجام می‌شود و در بلاک‌باسترها فقط یک سوپرستار به تنهایی ۲۰ میلیون دلار دستمزدش است

فیلم هم نظارت داشته باشد. به جایش فیلم را به دنی بویل سپردند. میانگین دستمزد کارگردانان در هالیوود برای یک فیلم بین ۷۵۰ هزار دلار تا ۱٫۵ میلیون دلار است. بسته به سابقه‌شان در فیلمسازی و موفقیت‌هایشان در گیشه یا نزد منتقدان دارد. آنجلینا جولی برای دومین فیلمی که کارگردانی کرد یعنی «تشکسته» فقط یک میلیون دلار از استودیوی یونیورسال گرفت.

## تهیه‌کننده

اینجاست که تفاوت‌ها با سینمای ایران پررنگ می‌شود. در هالیوود استودیوها دستمزد تهیه‌کننده‌ها را هم پرداخت می‌کنند ولی در سینمای ایران این تهیه‌کننده است که دستمزد همه را می‌دهد. در نتیجه اینجا از دستمزد تهیه‌کننده‌ها خبر نداریم. آنها کسانی هستند که همیشه هزینه می‌کنند و سودشان را بعد از اکران فیلم باید محاسبه کرد اما در هالیوود استودیوها بیشترین رقمی که به یک تهیه‌کننده در حال حاضر پرداخت می‌کنند ۲٫۵ میلیون دلار است. به اضافه درصدی که از فروش گیشه‌ها به تهیه‌کنندگان طبق توافق می‌رسد. برای مثال سایمون کینبرگ برای تهیه‌کنندگی فیلم «دپول» ۲ میلیون دلار دستمزدش را جلوتر از استودیو گرفت و بعد از اینکه فیلم در سرتاسر جهان ۷۸۲ میلیون دلار فروخت، ۳۸ میلیون دلار اضافه‌تر از آنها دریافت کرد. حتی تهیه‌کنندگان در رده‌های پایین‌تر هم می‌توانند انتظار داشته باشند که از فیلمی با بودجه متوسط، مثلاً ۳۵۰ هزار دلار دستشان را بگیرد. با وجود این، شغلشان مثل قدیم دیگر بریز و پاش ندارد.

## فیلم‌نامه‌نویس

خبر خوب برای عوامل سینما در هالیوود این است که همچنان جایگاه فیلم‌نامه‌نویسان حفظ شده و آنها با یک فیلم‌نامه هم می‌توانند دستمزد خوبی بگیرند. بالاترین دستمزد فیلم‌نامه‌نویسان در حال حاضر متعلق به سایمون کینبرگ است که برای فیلم‌نامه فیلم‌های «هران ایکس» ۸ میلیون دلار دریافت کرد. نویسندگان تراز اول که می‌توانند با بازنویسی فیلم‌نامه‌های دیگران میلیون‌ها دلار بیشتر پول دربیاورند. برای نمونه همین آقای کینبرگ هفته‌ای ۳۵۰ هزار دلار از بازنویسی فیلم‌نامه دیگران نصیبش می‌شود. و تازه او گران‌قیمت‌ترین دکتر فیلم‌نامه در هالیوود هم نیست. (دکتر فیلم‌نامه اصطلاحی است که از روزگار دوران طلایی هالیوود و سلطه استودیوها باب شد. آنها کسانی را داشتند که فیلم‌نامه‌ها را بررسی و باب میل مخاطبان بازنویسی‌شان کنند.) خبر بد این است که با افزایش روزافزون شبکه‌های کابلی و اینترنتی و نویسندگان فوق‌العاده‌ای که پرورش می‌دهند و دستمزدهای کمتری که به فیلم‌نامه‌نویسان می‌دهند و رقمش حتی از مصوبه اتحادیه نویسندگان هم پایین‌تر است، خطر کسادشدن کسب و کار فیلم‌نامه‌نویسان در سینما وجود دارد.

## رؤسای استودیوها

رقم پایه حقوقشان از ۵ میلیون دلار شروع می‌شود اما با فروش فیلم‌ها این عدد می‌تواند دو یا حتی سه برابر شود. اما همه چیز بستگی به عملکرد فیلم‌ها در گیشه دارد و گرنه آنها ممکن است ضرر هم بدهند چون در حقیقت مالکان اصلی فیلم‌ها هستند.

## عوامل فنی

کسانی هستند که این وسط دستمزدشان افزایش داشته است. گرمورها الان ساعتی ۴۶٫۲۲ دلار می‌گیرند که از سال ۲۰۱۴ چیزی معادل ۴٫۱ درصد افزایش دستمزد داشته‌اند. عوامل صابرداری، نه مدیر صابرداری بلکه رده‌های پایین‌تر مثل آنهایی که بوم صدا را نگه می‌دارند حالا ۴۷ دلار در ساعت درمی‌آورند که معادل ۶٫۱ درصد افزایش دستمزد از سال ۲۰۱۴ است. ■

معادلات زمانه عوض شده. حتی در سینمای جهان هم ساز و کار دستمزدها تغییر کرده است. در حال حاضر در هالیوود تهیه‌کنندگان اجرایی و مسئولان فنی گاهی درآمدهایی در حد برخی از بازیگران دارند. هالیوود رپورتر در گزارشی دستمزدهای عوامل مختلف را برآورد کرد. به این نکته هم باید توجه کرد که در سینمای جهان که تولیدات گسترده و در ژانرهای گوناگون است، مثل سینمای ایران بازه خیلی دقیق و مشخصی برای هزینه تولید فیلم‌ها وجود ندارد. فیلم‌های مستقل کم‌بودجای داریم که با چیزی حدود ۲۰ میلیون دلار تولید می‌شوند (۸۰ میلیارد تومان) و فیلم‌هایی داریم که به بلاک‌باستر شهرت دارند و فیلم‌های پرهزینه‌ای اکثراً در ژانر ابرقهرمانی یا اکشن هستند و هزینه تولیدشان بالای ۱۵۰ میلیون دلار است و گاهی حتی تا ۳۰۰ میلیون دلار هم می‌رسد.

## ستاره‌های سینما

زمانی برخی بازیگران درجه یک فیلم‌ها می‌توانستند بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون دلار تقاضای دستمزد کنند تا جلوی دوربین بروند. البته در حال حاضر دیگر تقریباً چنین اتفاقی نمی‌افتد به جز کسانی مثل جنیفر لارنس که سال گذشته برای بازی در فیلم «مسافران» ۲۰ میلیون دلار دستمزد گرفت. در حال حاضر دواین جانسون و لئوناردو دی‌کاپریو بین بازیگران مرد بهترین دریافتی‌ها را دارند که البته اولی پرکارتر و دومی کم‌کارتر است. اما حتی دواین جانسون هم برای گرفتن ۲۰ میلیون دلار کار ساده‌ای در پیش ندارد. کیانو ریوز چند سال پیش برای هر فیلم ۱۵ میلیون دلار می‌گرفت به علاوه مقداری از سهم فروش هر فیلم ولی حالا فقط بین ۲ تا ۲٫۵ میلیون دلار دریافت می‌کند. یکی از تهیه‌کنندگان پیش‌بینی کرده: «هرچه قراردادهایی از این دست بیشتر شوند که بازیگر دستمزد کمتری بگیرد ولی در سود فیلم شریک شود، هوشمندانه‌تر و مدرن‌تر خواهد بود.»

## کارگردان

گران‌ترینشان این روزها کریستوفر نولان است که برای «دانکرک» ۲۰ میلیون دلار دریافت کرد. یکی از تهیه‌کنندگان ارشد هالیوود می‌گوید: «این روزها قراردادهای خیلی پیچیده شده‌اند چون دیگر کارگردانی مثل اسکورسیزی به ندرت یافت می‌شود. کسی که امضای خودش را داشته باشد.» اما حتی کارگردان درجه‌یکی مثل دیوید فینچر هم وقتی استودیو از آینده پروژه‌ای که به او ارائه می‌دهد مطمئن نباشد، دچار دودرسد می‌شود. فینچر از فیلم «استیو جابز» کناره‌گیری کرد چون نتوانست استودیو را راضی کند که ۱۰ میلیون دلار دستمزدش باشد و به علاوه بتواند روی فروش



نولان برای ساخت فیلم دانکرک ۲۰ میلیون دلار دستمزد گرفت

# ..... کتاب ضمیمه .....

## الگوریتم‌ها به جای مغزها

چطور فناوری ذهن‌های ما را به  
چیزی زیادی تبدیل می‌کند؟

فیس‌بوک یکی از جذاب‌ترین رویاهای  
آمارگران است؛ تعدادی از بزرگ‌ترین  
مجموعه‌های اطلاعاتی در تاریخ بشر  
و توان آزمون هماهنگی‌های معنادار  
در این آمار از نظر ریاضی. وقتی  
کامرون مارلو، رئیس سابق گروه علوم  
اطلاعاتی فیس‌بوک، این فرصت را  
توصیف می‌کرد، می‌گفت: «برای اولین  
بار، میکروسکوپی داشتیم که نه تنها  
به ما اجازه می‌داد رفتارهای انسانی  
را در سطحی بسیار عالی که هرگز  
نمی‌توانستیم مشابه آن را ببینیم  
آزمایش کنیم، بلکه همچنین به ما  
اجازه می‌داد آزمایش‌هایی را انجام  
بدهیم که میلیون‌ها کاربر در معرض آن  
قرار می‌گرفتند.»





**جهان بدون ذهن؛  
تهدید وجودی فناوری بزرگ**  
فرانکلین فوئر  
انتشارات پنگوئن  
۲۰۱۷



**درباره نویسنده**  
فرانکلین فوئر یک روزنامه‌نگار است که درباره فناوری نیز مطلب می‌نویسد. او خبرنگار بین‌المللی در مجله «آتلانتیک» است و قبلاً نیز دبیر مجله «نیو ریپابلیک» بوده است. فوئر در حال حاضر در واشنگتن زندگی می‌کند.

مشأ دقیق قدرت فیس‌بوک الگوریتم‌ها هستند. این مفهومی است که تقریباً در همه حکایت‌های شرکت‌های غول فناوری طوطی‌وار تکرار می‌شود، اما با وجود این در بهترین حالت، برای کاربران خود مبهم و ناشناخته باقی مانده است

## الگوریتم‌ها به جای مغزها

چطور فناوری ذهن‌های ما را به چیزی زیادی تبدیل می‌کند؟

مترجم: ساعد یزدانجو

همه ارزش‌هایی که دره سیلیکون مدعی آنهاست، ارزش‌های دهه ۱۹۶۰ هستند. شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری خودشان را در مقام پلتفرم‌هایی برای رهایی شخصی ارائه می‌کنند. هرکسی حق دارد در رسانه‌های اجتماعی درباره ذهنیت خود صحبت کند، ظرفیت‌های فکری و دموکراتیک خود را به عرصه اجرا درآورد و فردیت خود را ارائه کند. در حالی که تلویزیون یک رسانه منفعل بود که شهروندان را در عمل به افرادی لخت و کندذهن تبدیل می‌کرد، فیس‌بوک مشارکتی و قدرت‌دهنده است. این ابزار به کاربران اجازه می‌دهد به شدت بخوانند، به خود فکر کنند و عقاید خود را شکل دهند.

ما نمی‌توانیم به طور کامل این زبان بازی و لحن سخن گفتن را کنار بگذاریم. بخش‌هایی از جهان وجود دارند، حتی در امریکا، که در آنجا فیس‌بوک شهروندان را تشویق می‌کند و آنها را قادر می‌سازد که خود را در مخالفت با قدرت سازماندهی کنند. ولی نباید قبول کنیم که درک فیس‌بوک از خود خیلی ساده و بی‌غل و غش است. فیس‌بوک یک نظام از بالا به پایین به‌دقت مدیریت‌شده است و یک میدان عمومی صاف و ساده نیست. این ابزار از برخی الگوهای گفت‌و شنود تقلید می‌کند اما این یک خصلت ظاهری است.

ماک زاکربرگ یک پسر خوب است اما می‌خواهد بد باشد یا شاید فقط کمی تخس. قهرمانان دوران بزرگ‌سالی او هکرهای اصلی هستند. آنها دزدان بدخواه اطلاعات یا تروریست‌های سایبری نیستند. هکرها به قهرمان زاکربرگ هستند، در مقابل اقتدار با احترام عمل نمی‌کنند. آنها آدم‌های خبره‌ای از نظر فنی، کابوی‌هایی بی‌اندازه کاردان و رهاسیده از تفکر مرسوم هستند. آنها در آزمایشگاه‌های موسسه فناوری ماساچوست (دانشگاه ام‌آی‌تی) در طول دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، هر قانونی را شکستند تا در ساختن هر چیزی در اوایل رایانه‌ای شدن دخالت کنند، مثل نمونه‌های عالی اولین بازی‌های ویدیویی و پردازنده‌های کلمات. آنها در وقت آزاد خود، بازی ذهنی «ایپیک برنکز» را انجام می‌دادند تا توجه خود را روی زیرکی خود بیشتر کنند، یک گاو زنده را روی سقف خوابگاه کمبریج بردند، یک بالن هوا را اندازی کردند که با آرم «ام‌آی‌تی» تزئین شده بود و به‌طور معجزه‌آسایی از زیر زمین بازی در وسط مسابقه فوتبال هاروارد - ییل ظاهر شد.

دشمن بزرگ هکرها بوروکرات‌هایی بودند که دانشگاه‌ها، شرکت‌ها و دولت‌ها را اداره می‌کردند. بوروکرات‌ها هم درست مثل هکرها از کارآمدتر کردن جهان حرف می‌زدند. اما آنها واقعاً افراد کم‌خردی بودند که ورقه‌های اداری را سیاه

ما نمی‌توانیم به طور کامل این زبان بازی و لحن سخن گفتن را کنار بگذاریم. بخش‌هایی از جهان وجود دارند، حتی در امریکا، که در آنجا فیس‌بوک شهروندان را تشویق می‌کند و آنها را قادر می‌سازد که خود را در مخالفت با قدرت سازماندهی کنند. ولی نباید قبول کنیم که درک فیس‌بوک از خود خیلی ساده و بی‌غل و غش است. فیس‌بوک یک نظام از بالا به پایین به‌دقت مدیریت‌شده است و یک میدان عمومی صاف و ساده نیست. این ابزار از برخی الگوهای گفت‌و شنود تقلید می‌کند اما این یک خصلت ظاهری است.

ما نمی‌توانیم به طور کامل این زبان بازی و لحن سخن گفتن را کنار بگذاریم. بخش‌هایی از جهان وجود دارند، حتی در امریکا، که در آنجا فیس‌بوک شهروندان را تشویق می‌کند و آنها را قادر می‌سازد که خود را در مخالفت با قدرت سازماندهی کنند. ولی نباید قبول کنیم که درک فیس‌بوک از خود خیلی ساده و بی‌غل و غش است. فیس‌بوک یک نظام از بالا به پایین به‌دقت مدیریت‌شده است و یک میدان عمومی صاف و ساده نیست. این ابزار از برخی الگوهای گفت‌و شنود تقلید می‌کند اما این یک خصلت ظاهری است.

در واقعیت امر، فیس‌بوک گره‌گاهی از قواعد و دستورالعمل‌ها است برای طبقه‌بندی اطلاعات؛ قواعدی که به وسیله شرکت برای رسیدن به حد نهایت سود شرکت اندیشیده شده است. فیس‌بوک همیشه در حال شنود کاربران خود است، همیشه بر آنها نظارت دارد و از آنها در قالب موش‌های آزمایشگاهی در آزمایش‌های رفتاری‌اش استفاده می‌کند. در حالی که فیس‌بوک این تصور را ایجاد می‌کند که حق

وقتی که او سرانجام یک محوطه برای شرکت خودش به دست آورد، یک نشانی حاکی از نخوت برای آن درست کرد: «وان هکر وی». او یک ساختمان مجتمع بزرگ با شکل کلمه «هکر» درست کرد که از بتون درست شده بود. در وسط محوطه پارک مانند دفتر کارش، یک فضای تجمع و قرار ملاقات بزرگ درست کرد که آن را «میدان هکر» نامید. البته این مکان میعادگاهی بود که کارکنانش در آنجا جمع می شدند و هر شب یک «هکاتون» بود. رویدادی که در آن برنامه نویسان رایانه و افراد دیگری که درگیر توسعه نرم افزار هستند، از جمله طراحان گرافیکی، طراحان واسط کاربری و مدیران پروژه گرد هم می آیند و در توسعه پروژه های نرم افزاری و گاهی سخت افزاری با یکدیگر همکاری می کنند. همان طور که او به گروهی از کسانی که می توانستند کار آفرین باشند گفته است، «ما همه این خصایل را طوری کسب کرده ایم که انگار می خواهیم یک فرهنگ هکری بسازیم».

بسیاری از شرکت ها به طور مشابهی از فرهنگ هکری تجلیل می کنند - به عنوان ایجاد کنندگان شکاف در میان ما و اصلاح کننده سیستم - اما هیچ یک از آنها به اندازه فیس بوک جلو نرفته بودند. تا آن زمان که زاکربرگ شروع به تمجید از محسنات و خصایل نیکوی هک کردن کرد، نام بسیاری از روش های اصلی کار خود را درست کرده و چکیده آنها را یک فلسفه مدیریتی که تنها اشاره ای به مبارزه جویی و مخالف خوانی داشت وارد کرده بود. او در یکی از مصاحبه هایش به مصاحبه کننده گفت که هکرها «فقط گروهی از دانشمندان علوم رایانه هستند که خیلی سریع در حال تلاش برای تهیه مدل و فهم چیزی هستند که امکان وقوع داشته باشد. برای همین است که من مهندسانمان را ترغیب می کنم آن کار را اینجا انجام دهند». هک کردن به معنی کارمند خوب بودن است، یعنی کسی که یک شهروند مسئولیت پذیر فیس بوک به حساب می آید. این فرد یک نمونه کوچک از کسی است که در روشی قدم برمی دارد که در آن شرکت از زبان رادیکال فردگرایی استفاده می کند و آن را برای خدمت به دنباله روی و همرنگی به کار می گیرد.

زاکربرگ مدعی بود که روح هکر بودن در یک شعار ترغیب کننده خلاصه شده است: «سریع حرکت کن و اشیا را بشکن». واقعیت این است که فیس بوک سریع تر از آنچه زاکربرگ حتی می توانست تصور کند حرکت کرد. همان طور که همه ما می دانیم، شرکت او یک خوشمزه بازی خوابگاهی بود، چیزی که مثل یک دارو برای درمان بی خوابی عمل می کرد. به همان اندازه که مخلوق او رشد کرد، این ابداع نیاز داشت که مقیاس جدید شرکت را برای سرمایه گذارانش، کاربران و جهان توجیه کند. فیس بوک احتیاج داشت که سریع رشد کند و بزرگ شود. این شرکت در طول عمر کوتاه خود، از یک تعریف از خود به تعریف از خود دیگری رفته است. این شرکت خودش را یک ابزار می نامید، یک خدمت عمومی و یک پلتفرم. این شرکت درباره گشودگی و باز بودن و ارتباط داشتن و اتصال صحبت

می کردند و به شدت از اطلاعاتی که در دست داشتند حفاظت می کردند، حتی وقتی آرزو داشتند آن اطلاعات به اشتراک گذاشته شود. وقتی هکرها به روشنی روش های بهتری برای انجام دادن کارها را مهندسی کردند - جعبه ای که مکالمات رایگان از فاصله های دور را امکان پذیر می سازد، ساختاری که ممکن است یک سیستم عامل را بهبود دهد - بوروکرات ها پا در کفش آنها کردند و انگشت میانی دستشان را برای آنها تکان دادند. هکرها کلی کیف کردند و لذت بردند از اینکه سر مردانی کت و شلوار پوش شیره مالیده اند.

وقتی که زاکربرگ در پاییز سال ۲۰۰۲ به دانشگاه هاروارد وارد شد، مدت ها بود که روزگار طلایی هکرها سپری شده بود. آنها آن موقع پچه های سن داری بودند، دست مایه حکایت هایی خوب به شمار می رفتند و برخی از آنها نیز درگیر نزاع هایی گنگ و پر رمز و راز علیه بشر شده بودند. اما زاکربرگ می خواست که هک کند و همچنین مثل زمان های قدیم به هنجارها بی اعتنا باشد. او در دبیرستان با ور رفتن با کدهای برنامه نویسی وب سایت «آی او ال»، توانست قفل این شرکت را که مانع ورود از بیرون می شد بشکند و برنامه ارسال پیامک خود را توسعه داد و به آن اضافه کرد. او به عنوان دانشجوی سال دوم دانشگاه، وبسایتی را راه اندازی کرد که «فیس مش» نامیده بود - با این هدف پر از مزاحمت طبع که مشخص کند جذاب ترین پسر دانشگاه کیست. زاکربرگ از کاربران می خواست که تصاویر دو دانشجوی را با هم مقایسه کنند و سپس یکی از آن دو را که خوش تیپ تر به نظر می رسید معین کنند. برنده هر جفت دانشجوی به مرحله بعدی تورنمنت هورمونی خود می رفت. زاکربرگ برای سرهم بندی کردن این وبسایت نیاز به عکس افراد داشت. او این عکس ها را از سرورهای مختلف دانشگاه هاروارد سرقت کرد. او وقتی که ابداع خود را کامل کرد، در وبلاگش نوشت: «یک چیز مشخص است و آن این است که برای ساختن این سایت از روی هوا برخی چیزها را قاپیدم، این خیلی خوب است».

این تجربه کوتاه او از شورش و اغتشاش، در نهایت به عذرخواهی او از کمیته انضباطی دانشگاه هاروارد و نیز از زنان دانشگاه ختم شد و همچنین به فکر کردن و چاره اندیشیدن برای جبران آبروی ازدست رفته اش انجامید. او در سال های پس از آن، نشان داده است که مبارزه طلبی و سربیزی واقعا خصلت طبیعی او نیست. بی اعتمادی

او به مقامات رسمی به حدی بود که در جست و جوی الگو گرفتن از دان گراهام بود، رئیس هیئت مدیره شرکت «واشنگتن پست» در آن زمان، در مقام پیر و مرشدش. بعد از اینکه او فیس بوک را راه اندازی کرد، سایه به سایه بسیاری از غول های شرکت های امریکا را تعقیب کرد برای اینکه تا جایی که می تواند سبک مدیریتی آنها را از نزدیک مورد مطالعه و مذاقه قرار دهد.

با این حال، اشتیاق جوانی زاکربرگ به هکرها هرگز از بین نرفت - یا بهتر است گفته شود که او این اشتیاق را به مظهر جدید و بالغ تر و پخته تر خود وارد کرد.



زاکربرگ (عکس در خوابگاه دانشگاه هاروارد در سال ۲۰۰۴ گرفته شده) مدعی بود که روح هکر بودن در یک شعار ترغیب کننده خلاصه شده است: «سریع حرکت کن و اشیا را بشکن». واقعیت این است که فیس بوک سریع تر از آنچه زاکربرگ حتی می توانست تصور کند حرکت کرد. همان طور که همه ما می دانیم، شرکت او یک خوشمزه بازی خوابگاهی بود، چیزی که مثل یک دارو برای درمان بی خوابی عمل می کرد

کرده است. و در تمام تلاش‌هایی که برای تعریف خودش به خرج داده، سعی کرده مقاصد و نیت خود را روشن کند.

با اینکه فیس‌بوک گاه‌ب‌گاه در باره شفافیت دولت‌ها و شرکت‌ها صحبت کرده، آنچه واقعا می‌خواهد بهبود بخشد شفافیت افراد است - یا آنچه خودش در مواقع مختلفی «شفافیت رادیکال» یا «نهایت شفافیت» نامیده است. نظریه‌ای که پشت سر این راهبرد وجود دارد این است که با به اشتراک گذاشتن جزئیات خصوصی خود، بی‌نظمی و آشوب اخلاقی زندگی‌های ما ضدهفونی و بیمه می‌شود. با ظهور این تهدید که اطلاعات ناراحت‌کننده ما منتشر خواهد شد، ما بهتر رفتار خواهیم کرد. و شاید فراگیری عکس‌های متهم‌کننده و افشاگری‌های زشت به ما تکانی بدهد تا در برابر گناهان دیگران صورت‌تر شویم. زاکربرگ گفته است: «روزهایی که شما تصویری متفاوت نزد دوستان محل کار یا همکاران خود و دیگر افرادی که می‌شناختید احتمالا خیلی سریع در حال به پایان رسیدن است. داشتن دو هویت برای خود مثالی از نبود یکپارچگی و وحدت است.»

نکته این است که فیس‌بوک یک زاویه نگاه قوی و پدرمنشانه درباره آنچه برای شما بهترین است دارد و تلاش می‌کند شما را به آنجا منتقل کند. زاکربرگ گفته است: «رساندن مردم به نقطه‌ای که باز بودن و گشودگی بیشتر در آن است، یک چالش بزرگ است. اما من فکر می‌کنم ما این کار را خواهیم کرد.» او دلیلی دارد برای اینکه باور داشته باشد به آن هدف خواهد رسید. فیس‌بوک با اندازه‌ای که دارد، قدرت‌های فوق‌العاده بزرگی را جمع کرده است. زاکربرگ گفته است: «از خیلی جنبه‌ها، فیس‌بوک بیشتر شبیه یک دولت است تا یک شرکت سنتی. ما این جامعه بزرگ از مردم را داریم و بیشتر از دیگر شرکت‌های حوزه فناوری، واقعا در حال سیاست‌گذاری هستیم.»

### سیاست مهندسی

زاکربرگ بدون اینکه بداند وارث یک سنت سیاسی دیرینه است. طی ۲۰۰ سال گذشته، غرب در محقق کردن یک خیال‌پردازی دایمی ناتوان بوده است، رویایی که در پی آن ما سیاستمداران مفت‌خور را بیرون می‌اندازیم و آنها را با مهندسان جایگزین می‌کنیم؛ یعنی حکومت کردن با خط‌کش مهندسی. فرانسوی‌ها اولین کسانی بودند که در پیامدهای خونین انقلاب خود که جهان را به هم ریخت به این مفهوم پر و بال دادند. محفلی از تأثیرگذارترین فیلسوفان این کشور (به‌خصوص هنری دو سن‌سیمون و آگوست کنت) در میان ماجراهای این کشور گیر کرده و مردد مانده بودند. آنها از استحکامات باستانی قدرت انگل‌وار متنفر بودند - یعنی لردهای فئودال، کشیشان و نظامیان - اما همچنین نگران آشوب و بلوای عوام‌الناس بودند. آنها برای اینکه میانه را بگیرند، شکلی از تکنوکراسی را پیشنهاد کردند - مهندسان و تکنیسین‌های جوراجور با نوعی بی‌طرفی خیرخواهانه حکومت کنند. مهندسان نظم کهن قدرت این جامعه را کنار می‌گذاشتند، در حالی که با روح علم حکومت می‌کردند. آنها جامعه را با عقلانیت و نظم روبه‌رو می‌کردند.

این رویا از آن موقع روشنفکران را مفتون خود کرده است، به‌ویژه امریکایی‌ها



حتی اگر  
الگوریتم‌ها  
بدون فکر کردن  
فرایندهای خود  
را پیاده‌سازی  
می‌کنند - و حتی  
اگر بیاموزند که  
الگوهای جدید را  
در اطلاعات دریابند  
- باز تاب‌دهنده  
ذهنیت خالقان  
خود و حالت‌های  
تمرین‌کنندگان با  
آنها هستند

را. جامعه‌شناس بزرگ، تورستین ویلن، که مشتاق وارد کردن مهندسان به قدرت بود، در سال ۱۹۲۱ کتابی را درباره مورد مطالعاتی خود نوشت. پیش‌بینی خیلی ساده تبدیل به یک واقعیت شد. در دوران پس از جنگ جهانی اول، نخبگان امریکایی اصلا وحشت‌زده بودند از احساسات و مسائل روانی غیرمنطقی‌ای که به وسیله آن درگیری ایجاد شده بود - بیگانه‌هراسی، نژادپرستی، ظهور سلاخی کردن مردم و شورش. و وقتی که واقعیت‌های حیات اقتصادی تا این حد پیچیده شوند، سیاستمداران خطور احتمال دارد آنها را مدیریت کنند؛ امریکایی‌ها از هر مسلک و مرامی، در آرزوی موفقیت تسکین‌دهنده مشهورترین مهندس زمانه بودند: هربرت هورور. در سال ۱۹۲۰، فرانکلین دی روزولت - که البته در سال ۱۹۳۲ جانشین هورور شد - جنبشی را برای ریاست‌جمهوری هورور ساماندهی کرد.

تجربه هورور در انتها به‌سختی یک خیال‌پردازی خوشحال‌کننده از حکمرانی یک پادشاه مهندس را به واقعیت بدل ساخت. با این حال، نسخه‌ای متفاوت از این رویا، در قالب مدیرعامل‌های شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری به ثمر نشسته است. هنوز مهندسان بر ما حکومت نمی‌کنند اما آنها به نیروهای مسلط در حیات امریکایی تبدیل شده‌اند - بالاترین و تأثیرگذارترین لایه نخبگان ما.

راه دیگری هم برای توصیف این پیشرفت تاریخی وجود دارد. خودکارسازی سوار بر امواج است. طی دوران انقلاب صنعتی، ماشین‌آلات جایگزین کارگران یدی شدند. ابتدا ماشین‌ها نیاز به اپراتورهای انسانی داشتند. با گذشت زمان، ماشین‌ها تقریباً بدون هیچ مداخله انسانی کار می‌کردند. طی قرن‌ها، مهندسان کارگران فیزیکی را خودکارسازی می‌کردند. نخبگان مهندسی جدید ما فکرها را مهندسی کرده‌اند. آنها به قدری فناوری‌ها را کامل کرده‌اند که فرایندهای فکری را کناری گذاشته‌اند و بنابراین مغز را به عضوی اضافی از بدن تبدیل کرده‌اند. یا همان طور که مدیرعامل سابق گوگل و یاهو، ماریسا مایر، زمانی استدلال کرده بود، «شما باید کلمات و جملات را کمتر انسانی و بیشتر قطعاتی محصول ماشین در نظر بگیرید». مسلماً ما شروع به برون‌سپاری کارهای فکری خود به شرکت‌هایی کرده‌ایم که به ما آنچه باید یاد بگیریم، موضوعاتی که باید مورد توجه قرار دهیم و مواردی را که باید بخریم توصیه می‌کنند. این شرکت‌ها می‌توانند مزاحمت‌هایی را که برای زندگی ما دارند با استدلال‌هایی از سن‌سیمون و آگوست کنت توجیه کنند: آنها برای ما کارآمدی را فراهم می‌کنند؛ آنها نظم را با زندگی انسان مواجه می‌سازند.

هیچ‌کسی بهتر از زاکربرگ نمی‌تواند ایمان به قدرت مهندسی را به جامعه منتقل کند. او به یک گروه از برنامه‌نویسان نرم‌افزار گفته بود: «شما می‌دانید، من یک مهندس هستم و فکر می‌کنم بخش اساسی عادات فکری مهندسی این امید و اعتقاد است که شما چیزی را که آن بیرون است تحویل می‌گیرید و آن را خیلی خیلی بهتر از چیزی که امروز هست می‌کنید. هر چیزی، چه سخت‌افزار باشد چه نرم‌افزار، چه یک شرکت، چه یک اکوسیستم برنامه‌نویسی. شما می‌توانید هر چیزی را تحویل بگیرید و آن را خیلی خیلی بهتر کنید» اگر فقط این فکر زاکربرگ بتواند حکم‌فرما شود، جهان بهبود خواهد یافت - و حکم‌فرما هم خواهد شد.

## مزایا و مخاطرات الگوریتم‌ها

منشأ دقیق قدرت فیس‌بوک الگوریتم‌ها هستند. این مفهومی است که تقریباً در همه حکایت‌های شرکت‌های غول فناوری طوطی‌وار تکرار می‌شود، با وجود این، در بهترین حالت، برای کاربران خود مبهم و ناشناخته باقی مانده است. از لحظه ابداع الگوریتم‌ها، امکان پذیر بود که قدرت آنها و ظرفیت انقلابی آنها دیده شود. الگوریتم‌ها به منظور خودکار کردن تفکر و برداشتن تصمیم‌گیری‌های دشوار از روی شانه‌های انسان و پایان دادن به مجادلات مناقشه‌انگیز نوشته شدند.

اساس الگوریتم کاملاً ساده و خالی از پیچیدگی است. کتاب‌های درسی و آموزشی آنها را از نظر مواد و محتواشان مقایسه می‌کنند - سلسله‌ای از مراحل دقیق و مشخص که بدون اینکه به آنها فکر شود دنبال می‌شوند. الگوریتم با معادله که یک جواب درست دارد متفاوت است. الگوریتم‌ها صرفاً روند حل کردن یک مسئله را دنبال می‌کنند و چیزی درباره اینکه مراحل آنها در نهایت به کجا هدایت می‌شود نمی‌گویند. این مواد و محتویات قطعات ضروری ساخت نرم‌افزار هستند. برنامه‌نویسان نمی‌توانند خیلی ساده به رایانه دستور بدهند که، فرض کنید، در اینترنت جست‌وجو کن. آنها باید به رایانه مجموعه‌ای از دستورهای مشخصی را بدهند تا بتواند آن وظیفه را انجام دهد. این دستورها باید فعالیت‌های آشفته انسانی را به اطلاعات تبدیل کند و آنها را وارد فرایند منظمی بکند که به زبان ماشین به آن داده شده است. اولین این کار را بکن... بعد آن کار را. فرایند ترجمه، از یک مفهوم به یک فرایند و به یک نرم‌افزار، ذاتاً تقلیل‌گرایانه است. فرایندهای پیچیده باید به یک سلسله از انتخاب‌های دوتایی تقسیم شوند. در اینجا یک معادله برای اینکه پیشنهاد بدهد چه لباسی بپوشید وجود ندارد بلکه یک الگوریتم می‌تواند خیلی ساده برای آن نوشته شود - الگوریتمی که کار خود را از طریق مجموعه‌ای از سؤالات با پاسخ این یا آن انجام می‌دهد (صبح یا شب، زمستان یا تابستان، آفتابی یا بارانی) و با هر انتخاب، به مرحله بعدی می‌رود.

در اولین دهه‌های کار با رایانه، اصطلاح «الگوریتم» خیلی مورد اشاره قرار نمی‌گرفت. اما وقتی که دانشکده‌های علوم رایانه‌ای شروع به توسعه در دانشگاه‌ها در دهه ۱۹۶۰ کردند، این اصطلاح صاحب نشان اصالت جدیدی شد. گرایش عمومی به آن باعث اضطراب و وضعیت بود. برنامه‌نویسان، به‌خصوص در دانشگاه، مضطرب بودند از اینکه صرفاً تکنیسین نیستند. آنها شروع به توصیف خود کار خود به عنوان کاری الگوریتمی کردند، تا حدی به این دلیل که کارشان آنها را به یکی از بزرگ‌ترین

ریاضی‌دان‌ها همه اعصاب مرتبط کرده بود - یک دانشمند جامع‌الاطراف ایرانی به نام محمد بن موسی الخوارزمی، یا همان طور که در زبان لاتین شناخته می‌شود، الگوریتمی. طی قرن دوازدهم میلادی (ششم هجری)، ترجمه‌های الخوارزمی اعداد عربی را به غرب معرفی کرد؛ قواعد او در جبر و مثلثات پیشرو بود. دانشمندان علوم رایانه‌ای با توصیف الگوریتم در قالب عنصر بنیادین برنامه‌نویسی، خود را به یک تاریخ بزرگ مرتبط کردند. اینجا مقصداری زرنگی در نام‌گذاری اتفاق افتاده است: نگاه کنید، ما

تازه‌وارد نیستیم، ما با مسائل انتزاعی و نظریه‌ها کار می‌کنیم، درست مثل ریاضی‌دانان! در این تصویرسازی از خود نوعی زرنگی وجود داشت. الگوریتم ممکن است اساس علوم رایانه‌ای باشد اما دقیقاً یک مفهوم علمی نیست. یک الگوریتم یک سیستم است، مثل لوله‌کشی یا سلسله‌ای از دستورهای نظامی. اما برخی سیستم‌ها، مثل برخی ارتش‌ها، خیلی معتبرتر از برخی دیگر هستند. دانش فنی، محاسبات و خلاقیت برای اینکه یک سیستم درست کار کند لازم است. یک سیستم یک مصنوع انسانی است، نه بدهیات ریاضی. ریشه‌های الگوریتم بی‌تردید انسان است اما خط‌پذیری انسان کیفیتی نیست که ما در آن دست داشته باشیم. وقتی که الگوریتم‌ها تقاضای یک وام را رد می‌کند یا قیمت یک پرواز با هواپیما را تعیین می‌کند، به نظر غیرشخصی و غیرقابل انعطاف می‌رسد. این‌طور انتظار می‌رود که یک الگوریتم عاری از خطا، شهود، احساس یا بخشش باشد.

افرادی که در دره سیلیکون دارای اشتیاق و عطش به الگوریتم هستند، خیلی در قبال توصیف توانایی‌های دل‌بستگی‌های خود فروتنی نشان نمی‌دهند. الگوریتم‌ها همیشه جذاب و ارزشمند بوده‌اند اما پیشرفت در رایانه‌ای شدن آنها را به مراتب قدرتمندتر ساخته است. تغییر بزرگ هزینه رایانه‌ای شدن بود: این هزینه به‌شدت کاهش یافت، درست مثل خود ماشین‌آلات، و به یک شبکه جهانی متصل شد. رایانه‌ها می‌توانستند توده‌های عظیمی از اطلاعات مرتب‌نشده را روی هم انباشته کنند و الگوریتم‌ها می‌توانستند به این اطلاعات حمله کنند تا الگوها و ارتباطاتی را پیدا کنند که تحلیل‌گران انسانی آنها را نمی‌یابند. این الگوریتم‌ها در دستان گوگل و فیس‌بوک قدرتمندتر از همیشه شده‌اند. هرچه در آنها بیشتر جست‌وجو شود، آنها اطلاعات بیشتر و بیشتری را روی هم جمع می‌کنند. ماشین‌های این شرکت‌ها همه پاره‌های جست‌وجوهای گذشته را جذب و از این پاره‌ها برای رسیدن دقیق‌تر به نتایج دلخواه خود استفاده می‌کنند.

در کلیت وجود انسان، خلق دانش به زحمت قدم برداشتن با آزمون و خطا است. انسان‌ها ممکن است در ذهنیت خود نظریاتی درباره اینکه جهان چطور کار می‌کند داشته باشند، آن‌گاه شواهدی را آزمایش می‌کنند تا دریابند که آیا فرضیه‌های آنها وقتی با واقعیت روبه‌رو می‌شوند، باقی می‌ماند یا ابطال می‌شوند. الگوریتم‌ها این روش علمی را وارونه می‌کنند - الگوهای هستند که از درون اطلاعات سر برمی‌آورند و از درون اصلاح‌شدن‌ها، بدون اینکه توسط فرضیه‌ها هدایت شوند. کریس اندرسون، سردبیر

وقت مجله «وایرد»، در مقاله‌ای استدلال می‌کرد: «ما می‌توانیم نگاه کردن به مدل‌ها را متوقف کنیم. ما می‌توانیم اطلاعات را بدون فرضیاتی درباره آنچه ممکن است نشان بدهند تحلیل کنیم. ما می‌توانیم اعداد را به درون بزرگ‌ترین خوشه‌های رایانه‌ای که جهان تا به حال دیده پرتاب کنیم و به الگوریتم‌های آماری اجازه بدهیم الگوهای را که علم نمی‌تواند پیدا کند بیابند.»

در سطحی، این امر غیرقابل انکار است. الگوریتم‌ها می‌توانند زبان‌ها را بدون اینکه لغات را درک کنند به‌سادگی با



در سطح تعریف، الگوریتم‌ها نامرئی هستند. اما ما معمولاً می‌توانیم حضور آنها را حس کنیم؛ این حس را داشته باشیم که جایی در دور دست، در حال تعامل با یک ماشین هستیم. این چیزی است که الگوریتم فیس‌بوک را تا این حد قدرتمند کرده است

### یک میکروسکوپ بی نظیر

مارک زاکربرگ به طرزی فریبکارانه وانمود می کند یک منتقد صادق و خوب در قبال الگوریتم‌ها است. این امر نشان می دهد که او چطور به طور ضمنی فیس بوک را در مقابل رقیب خود در شرکت گوگل قرار داده است. در سرتاسر شرکت لری پیچ، الگوریتم پادشاه است - یک حکمران سرد و خشک. در توصیه های این شرکت ردپایی از نیروی زندگی وجود ندارد و فهم این موتور جست و جو برای رسیدن به نتایج و تصمیم گیری ها بسیار سطحی و کم است. فیس بوک اما با تصویر مفصلی که فرد از خود ارائه می کند، با دقت بیشتری به سمت جهان خود کار و اتمی شده پیش می رود. زاکربرگ می گوید: «هر محصولی که شما استفاده می کنید باید شما را از دوستانان متمایزتر کند».

آنچه مورد اشاره قرار می دهد، خوراک خبری فیس بوک است. در اینجا توضیحی مختصر درباره پاره هایی از انسانیت که ظاهر را در فیس بوک برای بقا مقاومت می کنند لازم است: خوراک خبری این شرکت به ترتیب تاریخی کار می کند اما به صورت معکوس و این در مورد همه وضعیت های خبرهای به روز شده، مطالب و عکس هایی که دوستان شما در فیس بوک به اشتراک گذاشته اند صادق است. خوراک خبری برای تفریح و سرگرمی درست شده است اما همچنین درگیر حل کردن یکی از مسائل اساسی مدرنیته است؛ یعنی مسئله ناتوانی ما برای غریب کردن انبوهی از اطلاعاتی که بیش از همیشه در حال رشد و همواره در حال افزایش هستند. روی کاغذ پاسخ این سؤال روشن است که چه کسی بهتر از دوستان می تواند به ما توصیه کند چه مطالبی را باید بخوانیم و چه چیزهایی را باید ببینیم. زاکربرگ به این افتخار می کند که خوراک خبری شرکتش فیس بوک را به یک «روزنامه شخصی شده» تبدیل کرده است.

متأسفانه، دوستان ما در شبکه های اجتماعی مطالب خیلی زیادی را برای ما غریب می کنند. در عمل معلوم شده است که آنها دوست دارند خیلی زیاد به اشتراک بگذارند. اگر ما بخواهیم که فقط مطالب آنها را بخوانیم یا لینک هایی را که به اشتراک گذاشته اند دنبال کنیم، ممکن است که فقط تعداد کمی از آنها را فرصت کنیم ببینیم یا شاید حتی در انبوه چیزهایی که به اشتراک گذاشته اند غرق شویم. بنابراین فیس بوک انتخاب های خود را درباره آنچه باید خوانده شود ارائه می کند. الگوریتم های این شرکت هزاران چیزی را که کاربر فیس بوک ممکن است ببیند غریب می کند و آنها را به سبدهای کوچکی از موارد انتخابی تقلیل می دهد. و سپس در میان این چند ده مورد، تصمیم می گیرد که چه موردی را ممکن است شما برای اول خواندن ببینید.

در سطح تعریف، الگوریتم ها نامرئی هستند. اما ما معمولاً می توانیم حضور آنها را حس کنیم؛ این حس را داشته باشیم که جایی در دوردست ما در حال تعامل با یک ماشین هستیم. این چیزی است که الگوریتم فیس بوک را تا این حد قدرتمند کرده است. بسیاری از کاربران - طبق اعلام بهترین تحقیقات، ۶۰ درصد آنها - کاملاً از حضور این الگوریتم بی اطلاع هستند. اما حتی اگر آنها از تاثیر آن آگاه باشند هم در واقعیت تغییری حاصل نخواهد شد. الگوریتم فیس بوک نمی تواند بیشتر از این در پرده ابهام بماند. این الگوریتم تقریباً در تمام گوشه و کنارهای ناشناخته پخش شد. الگوریتم فیس بوک بیش از ۱۰۰ هزار نشانه را تفسیر می کند تا تصمیم خود را درباره اینکه کاربر چه چیزی را ببیند بگیرد. برخی از این نشانه ها برای همه کاربران فیس بوک اعمال می شود: برخی از آنها عادات های مخصوص کاربران و عادات های

کشف الگوهای ساختار جملات ترجمه کنند. آنها می توانند مطابقت ها، تقارن ها و هماهنگی هایی را کشف کنند که انسان تا به حال هرگز به جست و جوی آنها نیز فکر نکرده است. الگوریتم های شرکت خرده فروشی «وال مارت» دریافته اند که افراد وقتی که خود را برای طوفان های سهمگین آماده می کنند، شدیداً تارت توت فرنگی می خرند. با وجود این، حتی اگر الگوریتم ها بدون فکر کردن فرایندهای خود را پیاده سازی می کنند - و حتی اگر بیاموزند که الگوهای جدید را در اطلاعات دریابند - باز تاب دهنده ذهنیت خالقان خود و حالت های تمرین کنندگان با آنها هستند. شرکت های «آمازون» و «نت فلیکس» از الگوریتم ها استفاده می کنند تا توصیه هایی درباره کتاب ها و فیلم ها ارائه کنند. (یک سوم فروش شرکت آمازون از همین توصیه ها ریشه می گیرد). این الگوریتم ها در جست و جوی درک ذائقه های ما هستند، ذائقه های مصرف کنندگان فرهنگی که ذهنیت هایی مشابه هم دارند. با این حال، الگوریتم ها توصیه هایی به طور بنیادین متفاوت ارائه می کنند. «آمازون» شما را به سوی آن نوع کتاب هایی هدایت می کند که قبلاً دیده اید. «نت فلیکس» کاربران را به سوی فیلم های غیرمشابه سوق می دهد. برای این تفاوت دلیلی تجاری وجود دارد: فیلم های پرفروش در سینماها برای «نت فلیکس» هزینه بیشتری نسبت به سریال هایی دارد که به طور آنلاین دیده می شوند. سودها بیشتر از مواقعی حاصل می شوند که تصمیم بگیرید فیلم هایی را نگاه کنید که وضعیت مبهم تر و ناشناخته تری از فیلم های پرفروش دارند. دانشمندان علوم رایانه ای کلمات قصاری دارند که توصیف می کند چطور الگوریتم ها به طور بی وقفه در جست و جوی گیر انداختن الگوها هستند: آنها می گویند اطلاعات را شکنجه می دهند تا وقتی که اعتراف کنند. با این حال، این استعاره الزامات آزمایش نشده ای را هم در خود دارد. اطلاعات، همچون قربانیان شکنجه، به استنطاق کنندگان خود آن چیزی را می گویند که آنها می خواهند بشنوند.

علوم رایانه ای همچون علم اقتصاد مدل های ترجیحی و فرضیات کورکورانه ای درباره جهان دارند. وقتی برنامه نویس ها تفکر الگوریتمی را آموزش می بینند، به آنها گفته می شود که کارآمدی را به عنوان یک مفهوم فوق العاده محترم بشمارند. این امر کاملاً قابل درک است. یک الگوریتم با تعداد بدترکیب و بی قوراهای از مراحل ماشین آلات را ضایع و خراب می کند و یک سرور مَلاس مانند، سروری بلااستفاده خواهد بود. اما کارآمدی یک ارزش نیز به حساب می آید. وقتی ما به کارها سرعت می بخشیم، ضرورتاً باید گوشه های تیز آن را ببریم؛ به عبارت دیگر، باید مسائل را کلی کنیم و در نتیجه، جزئیات از دست می روند.

الگوریتم ها صرف نظر از اینکه چقدر آسایش یا اعجاز به همراه می آورند، می توانند بیانی عالی از تفکر منطقی باشند. آنها می توانند مجلدات کتاب های درهم برهم قرن نوزدهم را در چند میلی ثانیه جست و جو و موارد مورد نظر را استخراج کنند؛ آنها ما را در تماس با دوستان قدیمی دوران مدرسه ابتدایی نگه می دارند؛ آنها خرده فروشان را قادر می کنند بسته های خرید را مثل برق دم در خانه ما تحویل دهند. خیلی زود، این الگوریتم ها خودروهای بدون راننده را هدایت خواهند کرد و جای دقیق سرطان در حال پیشرفت را در اعضا و جوارح ما مشخص می کنند. اما برای انجام همه اینها، الگوریتم ها پیوسته ما را ارزیابی می کنند. آنها تصمیم هایی را برای ما و از طرف ما می گیرند. مسئله اینجاست که وقتی ما فکر کردن را به ماشین برون سپاری می کنیم، در واقع، در حال برون سپاری سازمان هایی هستیم که این ماشین ها را اداره می کنند.

## فکر مهندسی

خود کارسازی تفکر: البته ما در روزهای ابتدایی این انقلاب هستیم، اما می‌توانیم جایی را ببینیم که این پدیده به سمت آن در حال حرکت است. الگوریتم‌ها بسیاری از وظایف اداری و مذهبی را که زمانی انسان‌ها انجام می‌دادند به کناری نهاده‌اند و به‌زودی آنها شروع به جایگزین کردن کارهای خلاقانه‌تری هم خواهند کرد. در شرکت «نت‌فلیکس»، الگوریتم‌ها ژانر فیلم‌هایی را برای ساخت پیشنهاد می‌دهند. برخی از خبرگزاری‌ها و خطوط خبری از الگوریتم برای نوشتن مطالب درباره جرایم، بازی‌های بیس‌بال و زلزله - که تکراری‌ترین کارهای ژورنالیستی است - استفاده می‌کنند. الگوریتم‌ها هنرهای زیبا و سمفونی‌های موسیقی‌ها یا دست‌کم چیزی شبیه به آنها را درست می‌کنند.

این یک خط‌سیر ترسناک است، به‌خصوص برای کسانی از ما در این حوزه‌های کاری. اگر الگوریتم‌ها بتوانند فرایند خلاقیت را شبیه‌سازی کنند، آنگاه دلیل کمی برای رشد خلاقیت انسانی باقی خواهد ماند. چرا خود را با فرایند شکنجه‌آور و ناکارآمد نوشتن یا نقاشی کردن ناراحت نکنیم اگر یک رایانه بتواند چیزی تولید کند که در ظاهر به همان اندازه خوب و بدون دردسر است؟ چرا باید بازاری بیش از اندازه گران‌قیمت برای فرهنگ والا به وجود بیاید، وقتی که این هنر می‌تواند این‌قدر فراوان و ارزان باشد؟ هیچ انسانی تلاش نمی‌کند در مقابل خودکار شدن مقاومت کند بنابراین چرا باید تلاش‌های خلاقانه راه متفاوتی را طی کند؟

عادات فکری مهندسی در قبال بت‌انگاری کلمات و تصاویر، در قبال یگانگی و تعالی هنر، در قبال پیچیدگی اخلاقی یا در قبال بیان‌های احساسی، صبر و تحمل کمی دارند. مهندسی به انسان در مقام اطلاعات، عناصر سیستم و انتزاعات نگاه می‌کند. به همین دلیل است که فیس‌بوک این‌قدر کم در قبال در معرض آزمایش گذاشتن کاربرانش دغدغه خاطر دارد. کل تلاش خودکارسازی این است که انسان قابل‌پیش‌بینی شود - برای تخمین رفتارهایش که دستکاری آنها را آسان‌تر می‌کند. با این‌قسم از فکر کردن خونسردانه و این میزان شکل‌های تکه‌تکه شدن وحدت و رازآلودگی زندگی انسانی، راحت خواهد بود. دریابیم که چطور ارزش‌های دیرپا شروع می‌کنند به مورد بی‌اعتنایی واقع شدن. به همین دلیل است که مفهومی مثل حریم خصوصی این‌همه وزن کمی در محاسبات مهندسان دارد و ناکارآمدی صنعت نشر و ژورنالیسم این میزان در معرض تخریب به نظر می‌رسد. فیس‌بوک ممکن است هرگز قدم در این راه نگذارد اما الگوریتم‌ها به این معنی هستند که اراده آزاد انسان را از بین می‌برند، وظیفه انتخاب را از عهده انسان خارج می‌کنند و قدرت تشخیص جهت درست را کم می‌کنند. الگوریتم‌ها احساس قدرت مطلق را قوت می‌بخشند و این اعتقاد را ترویج می‌کنند که رفتار ما می‌تواند جایگزین شود، بدون اینکه حتی آگاه باشیم که دستانی در حال هدایت ما به سمتی که بهتر دانسته شده هستند. همواره خطر عادت فکری مهندسی وجود دارد چراکه این عادت فراتر از ریشه‌هایش حرکت می‌کند و به چیزهای درونی ساختمان انسان و طراحی یک جهان اجتماعی کامل می‌کشد.

دوستان آنها را انعکاس می‌دهند. شاید فیس‌بوک دیگر خودش هم به طور کامل از گوشه و کنار الگوریتم خودش سر درنیآورد - این نرم‌افزار فیس‌بوک که اندازه‌اش ۶۰ میلیون خط کد برنامه‌نویسی است، یک برنامه پیچیده و تودرتو است و جایی است که مهندسان لایه پشت لایه دستورهای تازه به آن اضافه کرده‌اند.

با توجه به پریشانی و تودرتویی این الگوریتم، تصور کنید که یکی از آن رایانه‌های ابتدایی می‌خواست با چراغ‌های نوری چشمک‌زن خود و ردیف‌هایی از جزئیات که هر انتخابش موجب روشن یا خاموش شدن یکی از چراغ‌ها می‌شد، این الگوریتم را اجرا کند. برای اینکه الگوریتم‌ها درست کار کنند، مهندسان نرم‌افزار بخشی از آن را دستکاری می‌کنند تا ببینند به نتیجه دلخواه می‌رسند یا نه. این مهندسان به طور بی‌وقفه سازگاری‌های کوچکی را در اینجا و آنجای نرم‌افزار به وجود می‌آورند، تا وقتی که ماشین بتواند رضایت آنها را کسب کند. حتی با ملایم‌ترین ناز و نوازش این الگوریتم، فیس‌بوک آنچه را کاربرانش می‌بینند و می‌خوانند تغییر می‌دهد؛ می‌تواند عکس‌های دوستان شما را کمتر یا بیشتر همه‌گیر کند؛ می‌تواند پست‌هایی را با محتواهایی که از خود تعریف می‌کنند تنبیه کند و آنها را که فکر می‌کند دوز و کلک هستند دور کند؛ می‌تواند ویدئوها را بیشتر از متون تبلیغ کند؛ می‌تواند از لایک‌هایی که مطالب می‌خورند، مطالب پُرطرفدار «نیویورک تایمز» و «بازفید» را تشخیص دهند و آنها را ارائه کنند. یا اگر ما بخواهیم خیلی ملودراماتیک با فیس‌بوک برخورد کنیم، می‌توانیم بگوییم این شرکت به طور مستمر سعی در اصلاح چگونگی نگاه کاربرانش به جهان دارد. این شرکت همواره در پی اصلاح کیفیت اخبار و عقایدی است که اجازه می‌دهد از طریق هیاهو و جاروجنجال دیده شوند و نیز در کار سازگار کردن کیفیت گفتمان سیاسی و فرهنگی به منظور جلب توجه کاربران برای چند لحظه معدود است.

اما مهندسان چطور می‌فهمند که با یک نشانه و مشکل در نرم‌افزار چطور باید برخورد کنند و چقدر سخت به آن واکنش نشان دهند و آن را در تصمیم‌گیری‌ها دخالت دهند؟ کلیت و تمام یک رشته، یعنی علوم اطلاعات، است که نوشتن و اصلاح الگوریتم‌ها را هدایت می‌کند. فیس‌بوک یک تیم دارد که عبارت‌اند از افراد بسیاری، از دانشگاهیان گرفته تا کسانی که روی کاربران آزمایش‌های مختلفی انجام می‌دهند. فیس‌بوک یکی از جذاب‌ترین رویاهای آمارگران است؛ تعدادی از بزرگ‌ترین مجموعه‌های اطلاعاتی در تاریخ بشر و توان آزمون هماهنگی‌های

معنادار در این آمار از نظر ریاضی. وقتی کامرون مارلو، رئیس سابق گروه علوم اطلاعاتی فیس‌بوک، این فرصت را توصیف می‌کرد، با لذت فراوانی که از اطلاعات و داده‌های موجود در این شرکت می‌برد، شروع کرد. مارلو گفت: «برای اولین بار، ما میکروسکوپی داشتیم که نه تنها به ما اجازه می‌داد رفتارهای انسانی را در سطحی بسیار عالی که هرگز نمی‌توانستیم مشابه آن را ببینیم آزمایش کنیم، بلکه همچنین اجازه می‌داد آزمایش‌هایی را انجام بدهیم که میلیون‌ها کاربر در معرض آن قرار می‌گرفتند»



در واقعیت امر، فیس‌بوک گره‌گاهی از قواعد و دستورالعمل‌ها است برای طبقه‌بندی اطلاعات؛ قواعدی که به وسیله شرکت برای رسیدن به حد نهایت سود شرکت اندیشیده شده است. فیس‌بوک همیشه در حال شنود کاربران خود است، همیشه بر آنها نظارت دارد و از آنها در قالب موش‌های آزمایشگاهی در آزمایش‌های رفتاری‌اش استفاده می‌کند



## آواز متفاوت مرغ سحر

### آلبوم «امشب کنار غزل‌های من بخواب»

خواننده: همایون شجریان / آهنگ‌ساز: فردین خلعتبری  
ناشر: موسسه فرهنگی، هنری آوای بارید

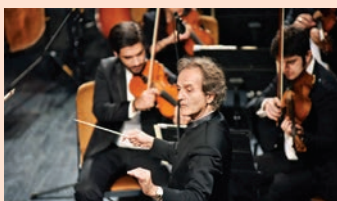
بعد از چند همکاری پیاپی همایون شجریان با سهراب پورناظری در آلبوم‌های موفق مثل «نه فرشته‌ام، نه شیطان» و آلبوم‌های موسیقی فیلم‌های «رگ خواب» و «آرایش غلیظ» حالا شاهد همکاری همایون با یک آهنگ‌ساز قدیمی‌تر هستیم: فردین خلعتبری که در این سال‌ها مطرح‌ترین همکاری‌هایش با علیرضا قربانی به‌خصوص در ساخت تیتراژهای سریال‌های تلویزیونی بوده است. هر آلبومی از همایون شجریان در سال‌های اخیر مترادف موفقیت بوده است. او به سبکی دست پیدا کرده که هم می‌تواند علاقه‌مندان موسیقی سنتی را راضی کند و هم عامه مردم از شنیدن کارهایش لذت ببرند. ویژگی دیگری که باعث شده آلبوم «امشب کنار غزل‌های من بخواب» تبدیل به اثری کنجکاو برانگیز شود این است که به‌جای اشعار شعری کلاسیک سراغ ترانه‌های مرحوم افشین یدلله‌ی رفته‌اند. ترانه‌سرای جوانی که همین سال گذشته در یک تصادف درگذشت. آلبوم جدید همایون خیلی پر و پیمان است. برعکس آلبوم‌های معمول خواننده‌های سنتی که کم‌قطعه هستند ۱۶ ترک دارد اما باید اعتراف کرد که توانایی‌های آوای همایون شجریان آن‌طور که باید و شاید در این آلبوم به کار گرفته نشده. بیشتر قطعات تصنیف‌هایی هستند که خوانندشان نیازمند تکنیک ویژه‌ای نبوده است و خوانندگان متوسط‌تر هم از پس آن برمی‌آیند. اما به هر حال همایون شجریان توانسته تبدیل به یک برند شود. برندی که چه کنسرت روی صحنه ببرد و چه آلبوم منتشر کند طرفدارانش آن را تبدیل به اثری موفق می‌کنند. در اثنای انتشار این آلبوم خبر رسید که قرار است سال آینده کنسرت-نمایش «سی» هم دوباره برگزار شود و رایزنی‌ها برای استادیوم سرپوشیده آزادی است. اگر این اتفاق بیفتد همایون شجریان رکورد بیشترین تعداد مخاطب در کنسرت را که پیش از این هم با تور «نه فرشته‌ام، نه شیطان» در اختیار خودش بود، می‌زند. قیمت آلبوم آخر همایون شجریان ۱۴ هزار تومان است.



## نوای باوقار سازهای غربی در ایران

### کنسرت ارکستر سمفونیک تهران

رهبر: شهرداد روحانی / تاریخ اجرا: آذرماه / سبک: موسیقی کلاسیک  
ارکستر سمفونیک تهران یک جوهرهایی همیشه مورد ظلم واقع شده است. بودجه واقعا اندکی که به این تنها ارکستر سمفونیک اصلی کشور اختصاص داده می‌شود در اکثر موارد کفاف دستمزد نوازنده‌ها را هم نمی‌دهد. به‌جز آن معمولاً دست رهبران ارکستر را برای تربیت درست ارکستر سمفونیک باز نمی‌گذارند. در حالی که این بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین ارکستر تهران است که سال ۱۳۱۲ توسط غلامحسین مین‌باشیان بنیان گذاشته شد. به هر حال بعد از کش و قوس‌های فراوانی که در یک دهه اخیر ارکستر سمفونیک تحمل کرد، به خصوص دوران اوجی که با علی‌رهبری، رهبر ارکستر بین‌المللی داشت و بعد که به دلیل اختلافات، رهبری قهر کرد و از ایران رفت یک دوره رکود طی کردند، الان مدتی است که ارکستر با رهبری شهرداد روحانی به ثبات خوبی رسیده. اهل موسیقی می‌دانند که شهرداد روحانی از خانواده‌ای موزیسین آمده و زمانی قدرش را دانستیم که او را در کنسرت مشهور «آکروپولیس» یانی به عنوان نوازنده ویولن و رهبر ارکستر دیدیم. ارکستر سمفونیک با شهرداد روحانی اجراهای گوش‌نوازی داشته و می‌شود باطمینان، رفتن به این کنسرت را توصیه کرد. کنسرتی که در تالار وحدت برگزار می‌شود و طی آن ارکستر سمفونیک قطعاتی از ریچارد اشتراوس، پروکیفیف، جوزپه وردی و موریس راول می‌نوازند. آهنگ‌هایی که اکثراً تم رمانتیک دارند. قیمت بلیت ارکستر سمفونیک در طول این سال‌ها تقریباً ثابت و بین ۴۵ تا ۱۰۰ هزار تومان بوده و بلیت‌های این اجرا هم همین مبالغ است.



## پدیده‌های روزگار جدید از دل فضای مجازی

### آلبوم درنادئون

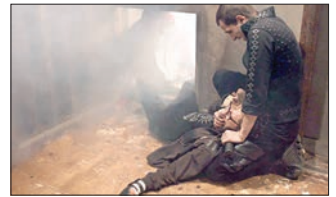
نوازنده‌ها: مهرداد مهدی، آسو کهزادی / ناشر: موسسه خانه هنر منظومه خَرَد  
ممکن است اسم این آلبوم یا این دو نوازنده را نشنیده باشید. اما آلبومشان از زمانی که منتشر شده تا بیشتر از یک ماه بعد از انتشار هر هفته جزو پرفروش‌های سایت بیپ‌تیونز، مرجع فروش دیجیتالی بود. برای آلبومی که شامل ۲۰ قطعه بی‌کلام است تقریباً یک رکورد به شما می‌رود به خصوص که قیمت آلبوم هم ۱۲ هزار تومان است. مهرداد مهدی پیانیست، آهنگ‌ساز، تنظیم‌کننده و نوازنده آثار پیاتزولا در ایران است. او پیش از این آلبوم «حوالات شخصی» را منتشر کرده بود. آسو کهزادی آهنگ‌ساز و نوازنده ویولن است. هر دو تجربیاتی در زمینه ساخت موسیقی برای تئاتر و فیلم دارند. آلبوم «درنادئون» در سبک پاپ و نیویج و شامل دنووازی آکاردئون و ویولن است. مهدی کارش را با نواختن پیانو از کودکی شروع کرده اما از جایی به بعد تصمیم گرفته سراغ سازی ارزان‌تر برود که شیوه نواختنش به پیانو نزدیک باشد. آکاردئون را به همین منظور انتخاب کرده و مدتی در ارمنستان زیر نظر یکی از استادان برجسته برای نواختن این ساز که اتفاقاً در موسیقی ارمنی جایگاه مهمی دارد آموزش دیده است. او و آسو کهزادی دست به حرکت جالبی برای معرفی آثارشان زدند: آنها در خیابان اجرا می‌کنند. بعد از اجراهایشان توسط سلبریتی‌های فضای مجازی فیلم‌هایی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شد که به مشهور شدنشان کمک کرد. همین حالا هم اعلام کرده‌اند با وجود انتشار آلبومشان همچنان به اجراهای خیابانی و کنسرت‌های جمع و جور خانگی‌شان ادامه خواهند داد.



سینما

## هجوم

کارگردان: شهرام مکرری



همه فیلم‌هایی که در گروه هنر و تجربه اکران می‌شوند بیشتر از مخاطب‌پسند بودن قاعدتا منتقدپسند هستند. به دلیل سئانس‌های کم طبعاً فروش این فیلم‌ها زیاد نیست اما این وسط یک پدیده هم وجود دارد: شهرام مکرری. مکرری با ساخت فیلم کوتاه وارد سینما

شد. فیلم‌های کوتاهش از یک ساختار مهندسی شده بهره می‌برند. روایتی دایره‌شکلی داشتند و از یک نقطه شروع می‌شدند و بعد از دیدن قصه از زاویه دیدهای متفاوت دوباره به همان نقطه شروع برمی‌گشتند. اولین فیلم بلندی که ساخت «شکان، انگشتر متبرک و چند داستان دیگر» توقیف شد و اولین فیلم بلندی که از او به نمایش درآمد «ماهی و گربه» بود. فیلمی که در یک پلان سکانس بدون کات ساخته شده بود. حالا تصویرش را بکنید فیلمی تا این حد متفاوت موفق شد که نزدیک به یک میلیارد تومان در همین گروه هنر و تجربه فروش کند. در حالی که متوسط فروش خیلی از فیلم‌های این گروه به ۵۰ میلیون تومان هم نمی‌رسد. البته سئانس‌هایی که به «ماهی و گربه» اختصاص داده بودند زیاد بود اما در مورد فیلم جدیدش که این روزها در گروه هنر و تجربه اکران است با توجه به سئانس‌های محدودش نمی‌توان نظر داد که به همان موفقیت مالی می‌رسد یا نه. فیلمی که اصلاً مدتی توقیف بود و معلوم نبود بتواند اکران شود. فیلمی پلیسی-معمایی با همان ساختار بازیگوشانه ویژه مکرری که بازیگران مطرحی مثل بابک کریمی و لوون هفتون هم در آن حضور دارند. دیدن هر فیلمی از مکرری نگاه تازه‌ای به سینماست جدا از اینکه بعدتر خواهید دید چطور منتقدان خارجی کارهایش را تحسین می‌کنند.

سینمای جهان

## دانکرک

کارگردان: کریستوفر نولان

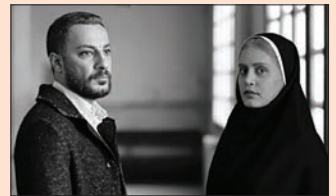


اگر این بحث مجوز اکران فیلم‌های خارجی تصویب شود «دانکرک» کریستوفر نولان موفق می‌شود در سینماهای ایران هم پرفروش شود. فیلمی که اتفاق گیشه سینماهای جهان در تابستان بود. کریستوفر نولان با ساخت فیلم‌های جاه‌طلبانه‌ای

مثل «شوالیه تاریکی» و «میان ستارهای» طرفداران زیادی پیدا کرد. فیلم‌های جمع‌وجورتر قبلی‌اش مثل «ممنتو» البته به مذاق منتقدان بیشتر خوش می‌آمدند. اما بنظر می‌رسد بالاخره نولان به تعادلی رسیده که توانسته هم رگ خواب منتقدان و هم تماشاگران را به دست بیاورد. «دانکرک» فیلمی است که برای پرده‌های عظیم آیمکس ساخته شده. معنای واقعی سینما. فیلمی که روایتی از جنگ جهانی دوم را سه جبهه زمینی، دریایی و هوایی است. نولان یکی از بزرگ‌های مهم جنگ جهانی دوم را تصویر می‌کند. زمانی که سربازان متفقین در خلیج دانکرک گیر افتاده‌اند و آلمان‌ها محاصره‌شان کرده‌اند و حالا باید هرچه زودتر خلیج را تخلیه کنند. کارگردانی حیرت‌انگیز نولان در این فیلم شانس زیادی برای دریافت اسکار دارد. جلوه‌های ویژه فیلم تقریباً از تمامی آثار سال ۲۰۱۷ پیشی می‌گیرد. با این فیلم کریستوفر نولان خودش را به عنوان گران‌ترین کارگردان سینمای جهان هم تثبیت کرد. او برای کارگردانی پروژه عظیم «دانکرک» ۲۰ میلیون دلار دستمزد گرفت. خوبی‌اش این است که فیلم هیچ صحنه غیرقابل پخش مطابق با شئون‌ات ما ندارد و می‌تواند بهترین گزینه برای نمایش در سینماهای ایران باشد. نسخه بلوری‌اش هم به زودی به بازار می‌آید. این فیلمی است که باید دید.

سینما

## خفه‌گی



کارگردان: فریدون جیرانی

فیلم در سه هفته اول اکرانش توانست صدرنشین گیشه شود. شاید فکر کنید برای فیلمی از فریدون جیرانی چندان هم اتفاق عجیبی نباشد اما «خفه‌گی» با فیلم‌های قبلی جیرانی فرق دارد. جیرانی همیشه ملودرام‌ساز خوبی بود

ولی ملودرام‌هایش را زیادی احساساتی یا ترسناک یا انتقادی می‌ساخت اما این بار یک اثر استیلیزه با ساختاری متفاوت ساخته. اصلاً همین که مردم برای دیدن یک فیلم سیاه و سفید در شهرهای بزرگ صف می‌کشند خودش جای تعجب دارد. برای فیلمی که قصه‌اش عجیب و غریب است. زنی که توسط شوهرش در بیمارستان روانی گذاشته شده و پرستاری که می‌خواهد به او کمک کند. پرستار صحرا مشرقی است. آنهایی که کارنامه فیلمسازی جیرانی را دنبال کرده‌اند می‌دانند که نام خانوادگی مشرقی برای کاراکترهایش مثل یک اسم رمز است. مشرقی‌ها قهرمانان اصلی کارهای جیرانی هستند. آنها صاحب اصول و اخلاقیات ویژه خودشان‌اند. فیلم جیرانی می‌تواند نقطه عطف کارنامه‌الناز شاکر دوست محسوب شود که تا پیش از این بهترین بازی‌اش را در «بی‌وفا»ی اصغر نعیمی دیده بودیم و حالا بعد از سال‌ها در فیلمی متفاوت توانسته بازی قابل قبولی داشته باشد اما ستاره یک‌تاز فیلم نوید محمدزاده است. «خفه‌گی» خیلی زود مرز یک میلیارد را رد کرد و با توجه به استقبال خوبی که از آن شده هیچ بعید نیست در دوره‌ای که صدر گیشه دست کم‌دی‌هاست بتواند یکی از درام‌های پرفروش امسال شود.

تئاتر

## الیور توئیست



کارگردان: حسین پارسایی

بعد از موفقیت فوق‌العاده نمایش «اعتراف» اولین کار شهاب حسینی که به فروش میلیاردی دست پیدا کرد و موفقیت نمایش‌های همایون غنی‌زاده که بازیگران مشهور در آنها حضور پیدا می‌کردند، حالا «الیور

توئیست» هم یک اتفاق است. نمایشی به کارگردانی حسین پارسایی که سال‌ها در سمت‌های اجرایی تئاتر حضور داشت و حالا نمایشی موزیکال روی صحنه برده آن هم با حضور دو ستاره که عکسشان را روی پوستر در خیابان‌ها می‌بینید: نوید محمدزاده و مهناز افشار. خیلی‌ها شاید ندانند که نوید محمدزاده اصلاً اول ستاره تئاتر بود. حضور مهناز افشار اما روی صحنه تئاتر همیشه با نقدهایی همراه بوده است. به هر حال وجود چنین نمایش‌هایی به چرخه اقتصادی تئاتر کمک می‌کند علاوه بر اینکه دیدن نسخه جدیدی از «الیور توئیست» چارلز دیکنز همیشه هیجان‌انگیز است. تئاتر موزیکال «الیور توئیست» بر اساس نسخه سینمایی این اثر و توسط محمدرضا کوهستانی دراماتورژی شده است و شرکت حریر هنر شرق تهیه‌کننده‌اش است. نمایشی که در تالار وحدت روی صحنه می‌رود چون در حقیقت سالن تئاتر دیگری نداریم که ظرفیت یک اجرای موزیکال پرستاره را داشته باشد. داستان «الیور توئیست» را هم که یادتان هست؟ پس‌رکی که از نوانخانه بیرون می‌زند، وارد گروه گدایان می‌شود و دست آخر بخت و اقبال به سراغش می‌آید.



## مطالعه، تجارت پرسود!

### منفعت واقعی در چیست؟

#### پروانه شفاعی

خبرنگار

افرادی که کتاب می‌خوانند دامنه‌ی لغات بالاتری نسبت به کسانی که اهل مطالعه نیستند، دارند. آنها بهتر می‌توانند احساسات خود را بیان کنند و منظور خود را به طرف مقابلشان برسانند. کتاب خواندن تمرکز بالایی می‌خواهد. شاید در ابتدا سخت باشد که ساعت‌ها بنشینید و کتاب را در دست بگیرید و بخوانید اما پس از مدتی این عمل، لذت‌بخش خواهد شد و به شما آرامش خواهد داد. کتاب می‌تواند شما را از جهان واقعی و بیرونی‌تان جدا سازد و در جهان خیالی دیگری فرو ببرد که همین کار موجب بالا بردن تمرکزتان می‌شود. تحقیقات نشان داده است افراد کتاب‌خوان به مراتب تمایل بیشتری به بازدید از موزه‌ها و شرکت در کنسرت‌ها دارند. آنها همچنین سه برابر افرادی که هیچ کتابی نمی‌خوانند داوطلب در کمک به خیریه‌ها هستند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت افراد کتاب‌خوان نسبت به جهان اطرافشان فعال‌تر و پویاترند که این نه تنها به خود بلکه به بهبود وضعیت اجتماعی نیز کمک می‌کند. همچنین جهانی که در کتاب به تصویر کشیده شده است می‌تواند به قدرت تخیل شما کمک کند و زاویه‌ی دیدتان را نسبت به جهان اطرافتان گسترش دهد. و صدها فایده‌ی دیگر که در اینجا بیش از این، مجال بیان آن نیست... «کتابی که می‌خوانی نباید به جای تو فکر کند بلکه باید تو را به اندیشیدن وادارد.» (جیمز مک‌واش)



**هَرَس**  
نسیم مرعشی  
انتشارات: چشمه



**کلاه رئیس جمهور**  
آنتوان لورین  
مترجم: رویا درخشان  
انتشارات: کوله‌پشتی

### روایتی متفاوت از جنگ ایران و عراق

دومین رمان نسیم مرعشی تجربه‌ای است متفاوت از رمان نخستینش. اگر «پاییز فصل آخر سال است» روایت بلا تکلیفی و تردیدهای یک نسل آرمان‌خواه بود و سرگشتگی‌شان، «هرس» رازهایی است که سرنوشت پسران و مردانی را رقم می‌زد که در لایه‌های تاریخی غلیظ گم شدند. «هرس» روایتی برآمده از دل تاریخ جنگ طولانی ایران و عراق است. داستان مردی که سال‌ها بعد از پایان جنگ پی همسر گم‌شده‌اش می‌گردد و او را در مکانی عجیب پیدا می‌کند. زنی که در گذشته‌اش پی آن بوده تا پسر بزرگ و برای این کار دست به رفتاری عجیب می‌زند که شاید نفرین او می‌شود. مرعشی با استفاده از فضاهای متعدد روایی، سرنوشت این خانواده را در دوره زمانی طولانی روایت می‌کند. قصه آدم‌هایی که برای گذر از خاطراتی دور یا نزدیک ناچار به بازخوانی آنها شده‌اند. به همین خاطر «هرس» رمانی است قصه‌گو با چندین روایت فرعی مهم که مخاطبش را در عین تماشای شهر به دل طبیعت مرموز خوزستان هم می‌برد و با خود همراه می‌سازد. این کتاب با ظرافتی که غالباً از دیدگاه زنانه برمی‌آید، دلایل ناآرامی بعضی از بچه‌های یک خانواده و متانت بعضی دیگر در همان خانواده را مرور کرده و قربانی جنگ بودن را در چیزی به جز نقص عضو یا لمس موشک‌باران... تبیین کرده است. پلات یک خطی داستان را اگر در قالب ساختار و نثر روایی غیر از آنچه حالا حاضر است می‌خواندیم، کتاب در نظرمان چیزی متفاوت از آنچه که در رمان‌های فارسی قدیمی و چه بسا بازاری موجود است جلوه نمی‌کرد. اما حالا نویسنده، یک کتاب موجز و جذاب را در شکلی درست و قابل قبول نگارش کرده است، چنان‌که حتی اگر با مختصات فرهنگی و زبانی جنوب کشور آشنایی نداشته باشید حاضرید اسم‌ها و واژه‌های ناآشنا را گوگل کنید و بعد ادامه دهید و از خواندن داستان لذت ببرید. کلام آخر اینکه «هرس» به عنوان کتابی که داستان آن در دورانی روایت می‌شود که نویسنده اش در آن زمان کودک بوده، حتی می‌تواند جذابیت‌های فرامتنی هم داشته باشد و به سادگی می‌شود خواندنش را به هر سخت‌پسندی توصیه کرد.

### خودیابی

کتاب «کلاه رئیس جمهور» اثر آنتوان لورین درباره آدم‌های معمولی است که رویاهایی دارند اما دنبال آنها نمی‌روند و احتیاج به چیز یا کسی دارند که آنها را به سوی خواسته‌شان سوق دهد تا بتوانند زندگی خود را تغییر دهند. آنتوان لورین در این کتاب برشی از زندگی را از طریق گفت‌وگوی شخصیت‌ها رقم زده است. از این رو می‌توان رمان «کلاه رئیس جمهور» را رمان شخصیت‌محور نامید. گذشته از شخصیت‌های اصلی، تعداد زیادی شخصیت‌های واقعی نیز در این رمان دیده می‌شود. موضوع این رمان به سیاست و اخلاق محدود نمی‌شود. اگر چه همه اینها را در پناه طنز و حکمت در خود دارد. لورین انسان‌ها را در بزنگاه‌های مختلف نشان می‌دهد. واکنش‌هایشان را در کنش‌های مختلف رقم می‌زند اما اینها بن‌مایه اصلی این رمان نیست. واگوی عنوان، بهترین راه برای دستیابی به آن است. کلاه، استعاره «خودیابی» است. باور به خویشتن. دستی که پرت می‌کند به راهی که توانایی دوییدن را در آن داری. کارمندی دودن‌پایه با به دست آوردن کلاه، ارتقای شغلی می‌یابد. زنی که در مرداب روابط شخصی گرفتار است، به مدد کلاه به حرکت خلافت‌اش ادامه می‌دهد و انسانی گرفتار در اشرافیت بورژوازی، تولدی دوباره را تجربه می‌کند و تغییر را سرلوحه زندگی خود قرار می‌دهد. «کلاه رئیس جمهور» رمز توانستن آدمی است؛ بیدارکننده قدرت نهفته انسان که گاهی در وجود او به خواب می‌رود. آنتوان لورین در متنی برای خوانندگان ایرانی خود نوشت: «می‌دانید تا چه اندازه از اینکه کتابم به زبان شما ترجمه شده است، تحت تأثیر قرار گرفته‌ام. اینکه با شما هم‌صحبت هستم و اینکه شما بتوانید داستان‌های مرا بخوانید، برایم افتخار بزرگی است. می‌دانم که بعضی از شما قبلاً کتاب «دفترچه یادداشت قرمز» را خوانده‌اید و امیدوارم این داستان هم به دلتان بنشیند.»

**حکایت عشقی بی قاف**  
**بی‌شین بی‌نقطه**  
مصطفی مستور  
انتشارات: چشمه



**مکت پیرامون یک رابطه خوشایند**

کتاب «حکایت عشقی بی‌قاف بی‌شین بی‌نقطه» مجموعه‌ای است که شش داستان کوتاه را دربر دارد: «مردی که تا پیشانی در اندوه فرو رفت»، «چند روایت معتبر درباره اندوه»، «چند روایت معتبر درباره کشتن»، «سوفیا»، «چند روایت معتبر درباره خداوند» و «حکایت عشقی بی‌قاف بی‌شین بی‌نقطه». در این داستان‌ها ما اغلب با مؤلفه‌هایی روبه‌رو هستیم که در آنها هم‌نشینی نوعی خوانش متافیزیکی با روابط ساده و روزمرگی انسانی-اجتماعی محور اصلی داستان‌ها را تشکیل می‌دهند. در این مؤلفه‌ها عناصر تکرار شونده‌ای مانند سکون سنگین زمان، توجه به جزئیات بی‌اهمیت و تبدیل شدن یک ماجرا به پرتره‌ای از ناکامی‌های هستی‌شناسانه، خوانش داستان‌ها را کمی خاص می‌کند. مصطفی مستور در اعم داستان‌های این کتاب کوشیده تا با مکت پیرامون یک رابطه خوشایند، شیطن‌آمیز و یا تلخ انسانی، زوایایی را روشن کند که زندگی از هم‌گسیخته آدم‌هاش را موجب شده است. این مجموعه داستان را باید ادامه منطقی ذهنیتی دانست که نویسنده در دو کتاب «چند روایت معتبر» و «استخوان خوک و دست‌های جذامی» اجرا کرده است. در داستان اول می‌خوانیم: «داشت شروع می‌شد که خفه‌اش کردم. درست وسط جمله بود که نقطه گذاشتم. نمی‌خواستم کلام تمام شود. نمی‌خواستم جمله معنا پیدا کند. نیمه‌شب بود، گمانم، ناگهان آمد. یا بهتر بگویم داشت می‌آمد که من یک گام پس رفتم. نقطه را گذاشتم و عقب کشیدم. نقطه را گذاشته بودم وسط کلمه. حتی فرصت تمام شدن کلمه را هم نداده بودم چه برسد به تمام شدن جمله و نمی‌دانم نقطه را کجای کلمه گذاشته بودم. شاید روی دال یا بر قوس واو یا روی لبه دندان سین.»

**مجمعه جوان**  
لاله زارع  
انتشارات: هیلا (ققنوس)



**راز یک جنایت**

لاله زارع نویسنده‌ای باهوش، خلاق و دارای قلمی پرطرفدار است که ما او را بیشتر با عنوان مؤلفی معمایی و جنایی نویسنده می‌شناسیم. کسی که می‌تواند خواننده را همراه با پیچ و خم داستانی مهیج و پلیسی تا پایان کتاب همراه سازد. در این اواخر کتابی جنایی به عنوان «مجمعه جوان» در ژانر جنایی-معمایی از ایشان به چاپ رسیده است که ظرف مدت کوتاهی جزو پرفروش‌های ماه جاری بوده است. این کتاب اولین رمان پلیسی مجموعه «زمان زائر» است که به تازگی توسط انتشارات ققنوس کلید خورده است. کتاب «مجمعه جوان» راز یک قتل را می‌گشاید. قرار است خانم زارع هر بار با یک سوژه جنایی شخصیت اصلی را وارد میدان قصه‌های خود کند و مخاطب همواره ماجرا را از دید او نگاه و دنبال می‌کند. رمان با روایت شواهد یک قتل آغاز می‌شود. درباره هر قتل معمولاً سوالاتی مطرح می‌شود. اینکه قاتل کیست؟ چگونه مرتکب قتل شده است؟ و چرا؟ قهرمان داستان سروان نیروی انتظامی، روزبه افشار است که هر بار با پرونده قتلی روبه‌رو می‌شود و درصدد حل این قتل برمی‌آید. در بخشی از این کتاب می‌خوانیم: «به عدد بیست و چهار داخل تقویم روی میزش خبره ماند. گوشی‌اش را باز کرد و نگاهی به جملاتی که داخل دفترچه یادداشتش نوشته بود، انداخت: «تغییر شغل، خوشنام، عاشق تکبیر گفتش شدم.» سر راه و قبل از برگشتن به اداره سری هم به مهمانپذیر نادر زده بود. نمی‌فهمید چرا خیلی از مهمانپذیرها و هتل‌های آن منطقه اسمشان نادر است. لابد چون این اسم قدیمی خاطرات خوبی را برای ساکنین محله تداعی می‌کرد.»

**ظهور ژاپن مدرن**  
ویلیام جی. بیزلی  
مترجم: شهریار خواجهیان  
انتشارات: ققنوس



**تحولی شکفت**

این کتاب نشان می‌دهد که چگونه ژاپن در کمتر از یک نسل، از جامعه‌ای پسا فئودالی به اشکال آغازین تولید صنعتی گام برداشت. تجربه‌ای دردناک برای ژاپنی‌ها که ناچار از پشت سر گذاشتن سنت و آسیایی‌گری و رفتن به سوی تجدد و غرب‌گرایی شدند. سرزمین ژاپن از چهار جزیره هوکایدو، هونشو، شیکوکو و کیوشو تشکیل شده که تا نیمه قرن نوزدهم میلادی کشوری ناشناخته بود که عمدتاً زیر سایه سنگین تاریخی و تمدنی همسایه بزرگ خود، چین به سر می‌برد و کمتر نامی از آن در تاریخ روابط شرق و غرب از عهد باستان، سده‌های میانه و حتی عصر جدید تا نیمه قرن نوزدهم برده شده بود. اینکه چگونه ژاپن در کمتر از پنج دهه توانست به یک قدرت بزرگ آسیایی تبدیل شود و حتی در آغاز قرن بیستم (۱۹۰۴) روسیه را که یک امپراتوری قدرتمند اروپایی بود در نبرد برق‌آسا شکست دهد و پس از چند دهه عملاً به یک قدرت صنعتی و نظامی قاره‌ای و حتی بین‌قاره‌ای تبدیل شود و سپس به دنبال ۱۵۰ سال اصلاحات و ضد اصلاحات نظامیگری و جنگ و اشغال نظامی، در پایان قرن بیستم خود را تا سطح یک قدرت بزرگ اقتصادی در جهان ارتقا دهد، موضوعی است که کتاب حاضر به بررسی و واکاوی آن می‌پردازد. سرگذشت ژاپن و روند تحول و پیشرفت تقریباً پیوسته آن در ۱۵۰ سال گذشته از بسیاری جهات برای ایرانیان تأمل‌برانگیز و عبرت‌آموز است. اصلاحات میجی که تقریباً دو دهه پس از اصلاحات امپریکس صورت گرفت، آغاز روندی شد که ژاپن کنونی را ساخت. البته با این تفاوت مهم که در ایران صدراعظم اصلاح‌طلب بود، شاه محافظه‌کار و مترجم؛ اما در ژاپن شاه یا امپراتور میجی خود مبتکر و پیش‌برنده اصلاحات شد.

**سرمایه در قرن بیست و یکم**  
توماس پیکتی  
مترجم: اصیلان قودجانی  
انتشارات: نقد فرهنگ

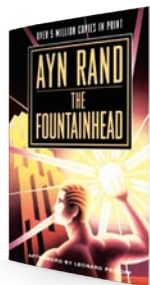


**نابرابری همواره رشد می‌کند**

این کتاب شفافیت‌نامه یک متفکر مصلح و خیرخواه برای سرمایه‌داری است. مثل نسخه یک پزشک. توزیع ثروت و درآمد یکی از موضوعات جنجالی روزگار ما در سطح جهانی است و کار جدید توماس پیکتی، اقتصاددان فرانسوی، زلزله‌ای در مطالعات مربوط به این عرصه ایجاد کرده است. این کتاب بر یک ادعای ساده موسوم به رابطه نابرابری استوار است: «تفاوت بازگشت سرمایه از نرخ رشد اقتصادی بیشتر است. بنابراین نابرابری همواره رشد می‌کند.» منظور پیکتی از سرمایه تقریباً همان ثروت است. پیکتی مدعی است از آنجایی که نرخ عایدی‌های ناشی از ثروت (شامل سود، سود سهام و اوراق قرضه، انواع اجاره از اجاره مستغلات تا ماشین‌آلات و بهره وام) همواره از نرخ رشد اقتصادی بیشتر است، در نتیجه سهمی از درآمد ملی که به سرمایه تعلق می‌گیرد بیشتر از سهمی است که به نیروی کار تعلق می‌گیرد. بنابراین نابرابری به صورت سیستمی فزاینده است. پیکتی تلاش می‌کند بر اساس داده‌های تاریخی و نیز برخی روابط بسیار ساده ریاضی این ادعای خود را تقویت کند. مفاهیم دیگری نیز در کار پیکتی مطرح شده است که به سرمایه تعلق می‌گیرد یا توصیه سیاستی مبتنی بر این ادعای اساسی است. «سرمایه‌داری موروثی» یکی از این مفاهیم است. پیکتی بر اساس اصل نابرابری نتیجه می‌گیرد که سرمایه‌داری فعلی، آن‌گونه که گفته می‌شود برابری‌ساز نیست. به این مفهوم که به دلیل پیشی گرفتن نرخ بازده سرمایه از نرخ رشد، همواره این قشر ثروتمند هستند که به طور خودکار، برنده مسابقه هستند. پیکتی بر اساس داده‌های تاریخی مدعی می‌شود که روند نابرابری همواره فزاینده بوده است.

### سرچشمه

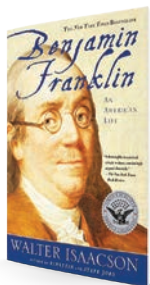
آین راند / انتشارات: آمازون



مارک کوپان یکی از معدود میلیاردرهایی است که کاملاً مستقل و خودساخته به موقعیتش رسیده؛ او در گفت‌وگو با بیزنس اینسایدر تأکید کرده که هر کارآفرینی باید این کتاب را بخواند. از نظر او در این کتاب هر کسی می‌تواند با روحیه اصیل کارآفرینی آشنا شود. پرسش اصلی که نویسنده در این کتاب مطرح می‌کند این است که: «چه کسی قرار است مانع من بشود؟» او می‌گوید هیچ‌گاه یک کارآفرین برای شروع کار خود نباید به دنبال کسی باشد که فضا را برای او مهیا کند بلکه باید به دنبال کسانی باشد که می‌خواهند او را متوقف کنند و در واکنش به آنها مسیرش را ادامه بدهد.

### بنجامین فرانکلین

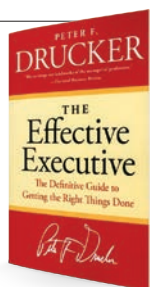
والتر آیزاکسون / انتشارات: آمازون



ایلان ماسک مدیر عامل شرکت تسلا در گفت‌وگو با بیزنس اینسایدر این کتاب را اثرگذارترین کتاب در زندگی‌اش معرفی کرده‌است. او معتقد است فرانکلین به عنوان یک کارآفرین بزرگ می‌تواند الگویی خوب برای کسانی باشد که به دنبال راهاندازی کسب‌وکار خودشان هستند. فرانکلین کارآفرینی بود که خودش از زیر صفر شروع کرد و به بزرگ‌ترین موفقیت‌ها در تاریخ دست پیدا کرد. والتر آیزاکسون نویسنده این کتاب نیز با مهارت زیادی موفق شده زندگی‌نامه این کارآفرین را به رشته تحریر دریاورد و داستانی خواندنی از آن خلق کند. او زندگی‌نامه‌های دیگری نیز نوشته‌است.

### مدیر اثرگذار

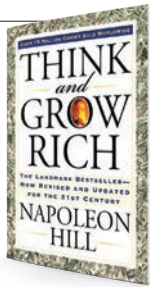
پیتر دراکر / انتشارات: آمازون



جف بزوس مدیرعامل آمازون سه کتاب را به عنوان اثرگذارترین کتاب‌ها در عمرش معرفی کرده و کتاب «مدیر اثرگذار» یکی از آن سه کتاب است. او معتقد است هر کسی می‌خواهد مدیر موفق باشد باید این کتاب را بخواند. دراکر موفق شده به شکلی ساده مفهوم مدیریت را به مخاطب خود از طریق این کتاب آموزش بدهد. برای مثال یکی از مواردی که او در این کتاب روی آن تأکید دارد این است که مدیر و کارمند هر دو باید اهداف مشخصی داشته‌باشند و برای دست یافتن به آن اهداف قدم بردارند. در این کتاب شما یاد می‌گیرید که چطور مدیریت زمان و تصمیم‌گیری در شرایط بحران را انجام بدهید و به‌علاوه برخی عادت‌های بد در مدیریت را کنار بگذارید.

### بیندیش و ثروتمند شو!

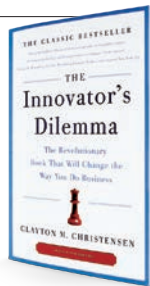
ناپلئون هیل / انتشارات: وایلد



دایموند جان یکی از فعالان عرصه کسب‌وکار پوشاک در دنیاست که تاکنون سرمایه‌گذاری‌های موفق و خیره‌کننده‌ای داشته‌است. او در برنامه تلویزیونی «شارک تنک» نیز شرکت کرده و به عنوان یکی از موفق‌ترین سرمایه‌گذاران در دنیا مطرح است. او در گفت‌وگو با بیزنس اینسایدر کتاب ناپلئون هیل را که کتابی کلاسیک در حوزه کسب‌وکار محسوب می‌شود بهترین کتابی که خوانده، معرفی کرده‌است. او معتقد است این کتاب موفق شده زندگی‌اش را دگرگون کند. این کتاب به او یاد داده در زندگی‌اش هدف داشته‌باشد و مسیر مطلوب برای دست یافتن به آن هدف را طی کند.

### موقعیت دوگانه مبتکر

کلینتون کریستنسون / انتشارات: آمازون



مدیرهای خوب باید کتاب‌های خوب در زمینه شیوه‌های راهاندازی کسب‌وکارهای بزرگ و موثر را بخوانند. برخی از شرکت‌های بزرگ امروزی به جای اینکه کارهای خلاقانه انجام بدهند مانند دایناسورهای میلیون‌ها سال پیش عمل می‌کنند. نویسنده این کتاب سعی دارد دلایل این نگاه برخی از شرکت‌ها را عنوان کند و سپس راه‌حلی برای آن مطرح می‌کند. در واقع می‌توان گفت این کتاب به هر کسی یاد می‌دهد چطور شرکتش را به بهترین نحو معرفی کند. این کتاب به نیروهای آشوبگر در محیط کسب‌وکار اشاره می‌کند و سپس راه‌های مقابله با آنها را بیان می‌کند.

### چیزهای مخفی از پیدایش جهان

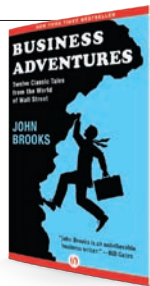
رنه ژرارد / انتشارات: آمازون



پیتر تیل، میلیاردر بزرگ و یکی از سرمایه‌گذاران اصلی در فیس‌بوک، معتقد است رنه ژرارد، فیلسوف فرانسوی، با این کتاب زندگی شغلی و حرفه‌ای‌اش را دگرگون کرده‌است. او نخستین بار زمانی که ترم اول دانشگاه استنفورد بود این کتاب را خواند و از همان زمان تصمیم گرفت به عنوان فردی کارآفرین آغاز به کار کند. او از این فیلسوف فرانسوی شیوه رقابت کردن و کنار آمدن با رقبایش را در کسب‌وکارش یاد گرفته و معتقد است با آموخته‌هایش از این کتاب، هزینه‌های کمتری در زندگی متحمل شده‌است. در این کتاب مخاطب یاد می‌گیرد که همه به نوعی سعی در رقابت دارند و به همین خاطر هر روز باید بیش از گذشته تلاش کرد.

### ماجراهای کسب‌وکار

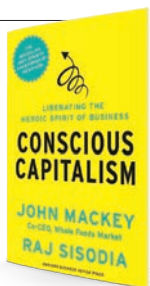
جان بروکس / انتشارات: آمازون



عنوان کتاب فریاد می‌زند که می‌تواند بسیار جذاب باشد؛ ماجراجویی‌هایی در قالب کسب‌وکار! جان بروکس از نیویورکر در قالب مجموعه داستان‌هایی این کتاب اثرگذار و جذاب را تهیه کرده‌است. کتاب ماجراهای کسب‌وکار جزو پرفروش‌ترین کتاب‌های نیویورک تایمز است. جالب اینجاست که این کتاب جزو کتاب‌های مورد علاقه بیل گیتس و وارن بافت است. از نظر گیتس این کتاب به خوبی نشان می‌دهد که چه مدیرانی می‌توانند قوی باشند و نقاط ضعف آنها کجاست؛ چالش‌های آنها را نشان می‌دهد و به آنها می‌آموزد چطور از موقعیت‌های بحرانی نجات پیدا کنند.

### سرمایه‌داری هوشیار

جان مکی و راج سیسودیا / انتشارات: آمازون



کیپ تیندل مدیرعامل یکی از معروف‌ترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای، کتاب «سرمایه‌داری هوشیار» را اثرگذارترین کتاب در زندگی‌اش معرفی کرده و معتقد است هر کارآفرین یا رهبر کسب‌وکاری باید آن را بخواند. او از دوستان صمیمی جان مکی نیز به شمار می‌آید. او می‌گوید در این کتاب یاد گرفته که سودآورترین شرایط در هر کسب‌وکاری، وضعیت برد-برد است. در واقع هیچ‌گاه کسی نباید در بازی کسب‌وکار بازنده باشد؛ بازنده‌ای در یک سو می‌تواند سوی دیگر را نیز بازنده کند. شرکت‌هایی که بیشتر در این مسیر قدم برمی‌دارند به موفقیت‌های بیشتری نیز دست پیدا می‌کنند.





Welcome To the  
Packaging World



# ASAN PACK

Fully Integrated Packaging Solution [ASANPACK.COM](http://ASANPACK.COM)