

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

توسعه
راهبرد



پژوهشکده تحقیقات راهبردی

راهبرد توسعه (راهبرد یاس سابق) / رتبه علمی: ب

سال هفدهم، شماره ۲ (پیاپی ۶۶)، تابستان ۱۴۰۰

ISSN: 1735 - 2460

● صاحب امتیاز: موسسه مرکز پژوهشی مطالعات راهبردی توسعه

● مدیر مسئول: دکتر سید مرتضی نبوی

● سردبیر: دکتر حسن سبحانی

● امتیاز: علمی - ترویجی. طبق نامه شماره ۳/۱۱۵۵۲ مورخ ۸۶/۱۲/۲۷ و نامه تمدید

امتیاز (به شماره ۳/۲۵۹۰۶ مورخ ۹۱/۲/۱۱) وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

● ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات راهبردی توسعه و پژوهشکده تحقیقات راهبردی

● مدیر داخلی: علیرضا تاجریان

● حروفچینی و صفحه آرایی: قربان تاجریان

● نشانی: تهران - خیابان فلسطین شمالی - پایین تر از زرتشت - پلاک ۵۵۴ - طبقه ۳

کدپستی: ۱۴۱۵۷۵۴۳۹۴ - تلفن: ۸۸۹۹۱۱۷۷ - نامبر و سامانه پیام کوتاه: ۰۲۱۸۸۹۹۱۸۰۲

www.tsrc.ir

rahbord.tousee@gmail.com

www.rahbord-mag.ir

آدرس اینترنتی موسسه:

پست الکترونیک:

سامانه ارسال و پی گیری مقالات:

این فصلنامه در پایگاه‌های زیر نمایه می شود:

www.isc.gov.ir

www.magiran.com

www.saminattech.ir

پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

بانک اطلاعات نشریات کشور

سامانه یکپارچه مدیریت نشریات ایران

● چاپ: انتشارات پژوهشکده تحقیقات راهبردی

● قیمت: ۶۰۰۰ تومان

هیأت تحریریه فصلنامه راهبرد توسعه

سردبیر:

دکتر حسن سبحانی استاد دانشگاه تهران

اعضای گروه دبیران:

❖ دکتر سید سعید زاهد زاهدانی: دانشیار دانشگاه شیراز

❖ دکتر حسین عیوضلو: دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)

❖ دکتر محمدرحیم عیوضی: استاد دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)

❖ دکتر منوچهر محمدی: استاد دانشگاه تهران

❖ دکتر عباس ملکی: دانشیار دانشگاه صنعتی شریف

❖ دکتر میثم موسائی: استاد دانشگاه تهران

داوران این شماره:

دکتر ناصر رحمدل، دکتر محسن مهر آرا، دکتر وحید مهربانی، دکتر حسن سبحانی، دکتر محمد کهندل

چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی

با اتکال به قدرت لایزال الهی و در پرتو ایمان و عزم ملی و کوشش برنامه‌ریزی شده و مدبرانه جمعی و در مسیر تحقق آرمان‌ها و اصول قانون اساسی، در چشم‌انداز بیست ساله: ایران کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل.

راهنمای تهیه و ارسال مقالات

خواهشمند است برای ارسال مقاله، به این موارد توجه بفرمایید:

- ۱- نام و نام خانوادگی، میزان تحصیلات، رتبه علمی، شغل، نشانی، کدپستی، شماره تلفن و پست الکترونیکی خود را در برگه‌ای جداگانه قید و ضمیمه مقاله نمایید.
- ۲- حجم مقاله بیش از ۳۰ صفحه و کمتر از ۱۰ صفحه (صفحه ۳۰۰ واژه‌ای) نباشد.
- ۳- در صورت ارسال مقالات ترجمه شده، تصویر متن اصلی مقاله و فهرست کامل منابع آن (با مشخصات دقیق کتاب‌شناسی) را به همراه ترجمه مقاله ارسال فرمایید.
- ۴- برای سهولت در ارزیابی و ویرایش، مقاله بر روی کاغذ A4 و با رعایت فضای مناسب در حاشیه‌ها و میان سطرها، حروف‌چینی شده و یک نسخه پرینت به همراه فایل مربوطه ارسال گردد.
- ۵- مقاله‌های ارسالی از حیث ساختار لازم است مشتمل بر بخش‌های زیر باشد:
الف- **چکیده:** چکیده‌ای ۲۰۰ تا ۳۰۰ کلمه‌ای به همراه واژگان کلیدی تهیه شود و ترجمه انگلیسی آن نیز ارائه گردد.
ب- **پاورقی‌ها:** توضیحات بیشتر در مورد موضوع، معادل‌های خارجی اسامی و اصطلاحات مبهم و مهجور با عنوان «پاورقی‌ها» در پایین صفحه مربوطه آورده شود.
ج- **منابع:** فهرست منابع فارسی و غیرفارسی در پایان مقاله، به طور جداگانه (در ادامه همدیگر؛ ابتدا منابع فارسی و در ادامه منابع غیر فارسی) به ترتیب حروف الفباء آورده شود:
- کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال انتشار)، **نام کتاب**، نام مترجم، شماره جلد، محل انتشار: نام ناشر، نوبت چاپ.
- مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، **نام نشریه**، شماره نشریه.
د- **ارجاعات:** ارجاعات به صورت درون‌متنی پس از نقل مطلب به صورت زیر آورده می‌شود:
- منابع فارسی: (نام خانوادگی، سال نشر: شماره صفحه)
- منابع انگلیسی: (نام خانوادگی، سال نشر: شماره صفحه)، با این توضیح که در اولین مورد به کاربرد نام خانوادگی، عبارت فارسی نام نویسنده در داخل متن به صورت فوق ذکر شده و به صورت لاتین در پاورقی ذکر می‌گردد.
- در صورت تکرار استفاده، ارجاع به صورت کامل، همانند بار اول، نوشته می‌شود و از کاربرد واژه‌های همان، پیشین و مانند آن خودداری شود.
- چنانچه از نویسنده‌ای در یک سال بیش از یک اثر انتشار یافته باشد، این دو اثر با ذکر حروف الفبایی پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۶- راهبرد توسعه در پذیرش یا رد، اصلاح و ویرایش مطالب و نیز نحوه چیش مقالات آزاد است.
۷- ارسال مقاله برای فصلنامه راهبرد توسعه به منزله تعهد نویسنده مبنی بر جدید بودن مطلب و عدم انتشار آن در نشریه دیگری است.
۸- مقالات ارسال شده بازگردانده نمی‌شود.
۹- هرگونه استفاده از مطالب مندرج در این فصلنامه با ذکر کامل نام منبع بلامانع است.

فصلنامه علمی- ترویجی راهبرد توسعه، مجله‌ای است نظری و تجربی که به مسایل مختلف توسعه در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد و هدف از انتشار آن، زمینه‌سازی برای پیشرفت ایران و دستیابی به اهداف چشم‌انداز بیست ساله است. راهبرد توسعه مفتخر است که آوردگاه اندیشه‌ها باشد. به همین منظور هیأت تحریریه فصلنامه راهبرد توسعه، از کلیه استادان، صاحب‌نظران و پژوهشگران برای ارسال مقالات علمی و پژوهشی خود جهت چاپ در این فصلنامه، دعوت به عمل می‌آورد.

فهرست مطالب

- ❖ سخن سردبیر..... ۵
- ❖ میزگرد علمی: آثار اجتماعی، اقتصادی، علمی و سیاسی پدیده کرونا ۷
- ❖ بررسی استراتژی های رقابتی پنج شرکت چندملیتی صنعت رسانه و فناوری اطلاعات ۲۱
ابراهیم محمدحسینی / محمد باغبانی
- ❖ بررسی عوامل کلان اقتصادی مؤثر بر نرخ پس انداز خانوارهای شهری: رهیافت رگرسیون کوانتایل ۴۴
سعید اکبرپور / سید کمال صادقی / مهیا کریم زاده خسروشاهی
- ❖ مهم ترین موانع نهادی خلق دانش ها و فناوری های مولد و اثربخش؛ مطالعه ی موردی: فقدان تقاضای اقتصادی برای دانش و مهارت های مولد و بهره رور ۶۸
سید محمدباقر نجفی / جمال فتح اللهی / وحید احسانی
- ❖ مدل سازی تاثیر بلندمدت سیاست های ارزی بر رشد اقتصادی در ایران: رویکرد پویایی سیستمی ۹۸
محمد غفاری فرد / حسین رضایی
- ❖ مقایسه نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین (مطالعه موردی: منطقه کلانشهری شانگهای) ۱۲۴
پارسا ارباب / مهدی صدیقی
- ❖ منش کارگزاران دولت اسلامی در مواجهه با قشر تولیدکنندگان و تجار برگرفته از آیات و روایات ۱۵۹
امیر حسین خورشیدی اطهر / محمدجواد رضائی
- ❖ بررسی نقش مدیریت جهادی در توسعه کشورها مبتنی بر نهادهای جغرافیایی ۱۷۸
غلامرضا گودرزی / المیرا رقیبی / محمدهادی پوینده
- ❖ بررسی تحلیلی چالش های بازار میوه و تره بار و علل افزایش نامتعارف قیمت در طول زنجیره عرضه بازار میوه ۲۱۰
مصطفی بنی اسدی

سخن سردیبر

توسعه‌یافتگی که به تجربه بشر در یکی دو قرن اخیر، برای خروج از وضعیتی توأم با فقر و ناکارآمدی و اسیر قوانین ناشناخته طبیعی بودن، اطلاق می‌شود؛ از وجوه و جنبه‌های مختلفی قابل مطالعه و بررسی است. به خصوص که در این «صیروت» توانسته است جهانی از فراوانی و وفور، توأم با کارآمدی و تخصص و دانش پشتیبان فهم قواعد و سنت‌های حاکم بر طبیعت را، به ارمغان بشریت بیاورد.

بدیهی است شناخت توسعه‌یافتگی مستلزم شناخت غرب است. آن هم نه غرب جغرافیایی و مصطلح، که غرب مستظهر به یک موقعیت جغرافیایی یعنی اروپا و به یک دین یعنی مسیحیت و به یک فلسفه یعنی نهضت روشنگری و به یک نژاد یعنی نژاد سفید و بالاخره به یک نظام اقتصادی یعنی کاپیتالیسم است (سرژ لاتوشه، غربی‌سازی جهانی، ۴۵). از این روی گستره مباحث بنیادین در فهم توسعه بسیار متنوع و عمیق می‌گردد. در عین حال مطالعه تغییرات حاصله در سبک زندگی و پیش و دیدگاه‌های انسان توسعه یافته، از آن حیث که ریشه‌دار و تعیین کننده بوده است، هم قابلیت بررسی و هم ضرورت انکارناپذیر دارد. در صعوبت ادراک توسعه‌یافتگی همین بس که عده‌ای بسیار، از توسعه مقوله‌ای جدای از مثل غربی‌ها شدن، ادراک نکرده‌اند و همین درک، سرنوشت تلخ «انفعال» و «شیفتگی» را برای آنان و جوامعشان به ارمغان آورده است. بدین سبب شناخت «توسعه»، هم برای فهم آن و هم برای نقد آن، از بایسته‌های دوران ما می‌باشد.

راهبرد توسعه این هر دو مهم را، از اهداف خود می‌پندارد و بر آن است تا آئینه‌ای برای انعکاس مطالعات و پژوهش‌هایی باشد که در فهم توسعه یافتگی و تجارب مبتنی بر مفاهیم منجر به توسعه، مدد رسان می‌باشند. در عین حال نقد توسعه از وجوه مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن، و جستجوی راهکارهایی که توسعه را نه مثل دیگران شدن، که بر آمدن و ارتقاء بر حیات ارزش‌ها و هنجارهای خود می‌داند، از اهداف فصلنامه راهبرد توسعه است. ما از پذیرش مقالاتی که پژوهشی است اما در عین حال، ترویجی و کاربردی از تئوری‌های توسعه و مسائل و نظرات مرتبط با آن است، استقبال می‌کنیم. قاعدتاً محدوده موضوعی مقالاتی که «علمی - ترویجی» باشند باید به توسعه در وجوه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آن معطوف باشد و صد البته باید این مهم در مقالات دیده شود که توسعه یک کل غیر قابل تجزیه به وجوه آن است و تقسیم بندی‌ها، صرفاً نوعی قرارداد برای سهولت مطالعه و پژوهش است. آرزوی ما آن است که از طریق فصلنامه «راهبرد توسعه» و به وسیله مقالات علمی - ترویجی دریافتی، به فضای محتاج به عمیق بررسی شدن توسعه در کشورمان، چنان کمک نمائیم که در ادامه راه، و مشخص و واضح‌تر شدن اهداف توسعه‌ای کشور، به اهداف سند چشم‌انداز نزدیک و ان‌شاء‌الله در مسیر فهم الگوی ایرانی - اسلامی پیشرفت قرار گرفته باشیم.

میزگرد

آقایان: دکتر عباس ملکی^۱، دکتر دکتر سید سعید زاهد زاهدانی^۲ و دکتر سیدمرتضی نبوی^۳ در
میزگرد علمی راهبرد توسعه با عنوان:

آثار اجتماعی، اقتصادی، علمی و سیاسی پدیده کرونا

سردبیر: گذشت حدود ۱۸ ماه از پدیده جهانگیر ویروس موسوم به کرونا و تحمیل مصائب و مرگ و میرهای در مقیاس های باور نکردنی بر قربانیان و مبتلایان، و در پیامد آن واکنش های انسان ها و جوامع بشری برای مواجهه با مشکل، شرایط منحصر به فردی را برای بشریت به وجود آورده است که به نظر می رسد برای دهه ها، اقدامات بسیاری را برای نجات و عبرت آموزی و همچنین وقوف و آگاهی از چگونگی تلقی متفکران ذیربط با موضوعات متأثر شده از این پدیده می طلبد.

ویژگی پدیده های انسانی و از جمله آنچه تحت عنوان کرونا بر انسان عارض شده، آن است که بعضا دارای آثار آنی و کوتاه مدت نیستند و عمده آن ها به دهه ها وقت احتیاج دارند تا آثار و پیامد های خود را نشان بدهند و در مواردی نقطه عطفی در تاریخ بشریت باشند که هر چند برای آیندگان احتمالا چندان عجیب نمی نماید اما برای افرادی که معاصر بروز پدیده هستند اطلاع بعدی از میزان و عمق آثار باقی مانده از پدیده و در بحث ما کرونا، بسیار عجیب و بعضا باور نکردنی خواهد بود.

کرونا به مثابه هوا در همه جا و در همه موقعیت ها ظاهر شد و در این ارتباط هیچ کس را از

۱ - دانشیار سیاست گذاری انرژی در دانشگاه صنعتی شریف

۲ - دانشیار جامعه شناسی و مسئول مرکز تحول در علوم انسانی دانشگاه شیراز

۳ - عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام

امکان ابتلا به خود مستثنی نکرد. در سیاست همان قدر ظاهر شد که در اقتصاد قدرت نمایی کرد و در آموزش و فرهنگ به همان اندازه و عمق قدرت نمایی کرد که در اماکن ورزشی و تفریحی نقش آفرین شد. ویروس یک تازی کرد و ناتوانی انسان روزگار ما را در اوج قابلیت های قابل اعتنایی که دارد برملا نمود تا در واکنشی دیگر همین انسان مورد هجمه قرار گرفته، استعداد و دانش موجود خویش را به کار بگیرد و در قالب ساخت واکسن و دارو، بر گردابی که در آن گرفتار آمده است غالب آید و مرز های دانش را مقدماتا در علوم پزشکی و به دنبال آن در سایر علوم به تحول و تغییرات مشابه و تعیین کننده ای بخواند.

کرونا ی جهانگیر، فقر انسان و آسیب پذیری مشاغل بسیاری را در مقابل شوک های محتمل، عاملی برای رسوایی سوء مدیریت دولت ها و دست اندرکاران نمود و بودجه دولت هایی را به چالش تامین هزینه های معاش و مخارج راه اندازی مشاغل و کمک به مشاغل موقتا تعطیل شده کشاند، باشد تا انسان با تجدید نظر در چگونگی مدیریت های اقتصادی خویش، در هیاتی با قابلیت بیشتر، کار تمثیت امور ملت ها را متعهد شود و روزه های نموده شده به واسطه کرونا را به شیوه هایی متناسب با آنچه فناوری ها برای آینده تدارک دیده اند مسدود نماید.

تغییر شیوه های آموزشی و نقصان های ناشی از مدیریت مجازی آموزش در عین حال، سطح سواد عمومی را در استفاده از امکانات دیجیتال ارتقاء داد و رویکرد جدی و نوینی را در بخصوص آموزش عالی گشود تا احتمالا در آینده مهاجرت برای آموزش را به سکونت در کشور دانشجو و هر از چندگاه سری به دانشگاه محل تحصیل در کشوری دیگر زدن، عملیاتی نماید.

از این قبیل تحولات که فقط مناشی آن ها خود را نموده است در کنار رنج مصیبت بار فوت میلیون ها انسان گرفتار آمده در گرداب بیرحم ویروس، بسیار است و از وجوه و سطوح فراوان می توان و باید در باره آن ها گفت آنقدر که منطقا حجم مقالات منتشر شده و در آستانه انتشار در باره ابعاد کارکرد های ویروس، در مقایسه با آنچه منتشر خواهد شد بسیار اندک خواهد نمود.

مجله "راهبرد توسعه" بر اساس سنت دیرین خویش فرصت میزگرد این شماره خود را با توجه به اهمیت موضوع و نقش آفرینی توسعه ای آن، به بررسی آثار اجتماعی و اقتصادی ویروس کرونا اختصاص داده و طی آن نظر چند نفر از اعضای محترم هیات تحریریه خود را که از اساتید

محترم دانشگاه هم هستند به استماع طلبیده است که ان شاء الله مفید خواهد بود. برای مبنای اساتید ارجمند دعوت می شود دیدگاه ها و تلقی های خود را در خصوص آثار اجتماعی اقتصادی و همچنین علمی و سیاسی پدیده کرونا بیان فرمایند.

عباس ملکی: پیرامون این موضوع سه نکته را بیان می کنم:

۱- با شروع شیوع بیماری کووید-۱۹ در ژانویه ۲۰۲۰ زندگی بشری وارد دور تازه ای شد. عدم قطعیت ها افزایش یافته، آسیب پذیری بازارهای متفاوت و بخصوص بخش مالی بیشتر شده، و بصورت کلی اقتصاد جهانی از رهگذر این ویروس مرگزار لطمات فراوانی را شاهد بود. در هفتم ژانویه ۲۰۲۰ چینی ها اعلام کردند که در شهر ووهان چین ویروسی به نام کرونا یافت شده است. در ۳۰ ژانویه همان سال سازمان بهداشت جهانی اعلام کرد که این ویروس جدید موجب نگرانی در سطح جهانی شده و وضعیت فوق العاده اعلام نمود. در یازدهم مارس همان سال سازمان بهداشت جهانی اعلام کرد که این ویروس در سطح جهانی شایع شده است. حوادثی مانند تصمیمات اوپک، بحران های مالی همچون بحران ۱۹۹۸ در آسیا، رکود جهانی مانند وضعیت ۲۰۰۸، حملات تروریستی بر زیرساخت ها و تاسیسات انرژی مانند حمله به پالایشگاه ها و خطوط لوله، حوادث طبیعی مانند سونامی، توفان و سیل همیشه بر روی قیمت نفت خام تاثیر داشته اند، اما به جرئت می توان گفت که تاثیر ویروس کرونا از لحاظ اندازه و مدت با هیچکدام قابل مقایسه نیست. حتی حوادثی مانند حادثه برج های دوقلو در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و یا حمله ایالات متحده آمریکا به عراق در مارس ۲۰۰۳ - با آن که عراق یکی از تولیدکنندگان نفت است - چنین تاثیری را نداشته است. اگر قیمت نفت خام را بعنوان دماسنج فعالیت های اقتصادی جهانی بدانیم، می توان از روی قیمت های نفت مقدار و کیفیت آسیب های بیماری کووید-۱۹ بر اقتصاد جهانی را شاهد بود. قیمت نفت برنت که در ۲۰۱۹، ۷۰ دلار بود در آوریل ۲۰۲۰ به ۱۵ دلار هر بشکه رسید. قیمت نفت خام وست تگزاس اینترمدییت در آمریکا از ۶۵ دلار در دسامبر ۲۰۱۹ به منهای ۳۷ دلار هر بشکه رسید. بدین معنا که فروشندگان نفت خام در آن روزها مایل بودند که همراه نفت مقدار ۳۷ دلار به فروشنده پردازند تا فقط بتوانند از شر نگاهداری نفت خام رهایی یابند.

۲- از حادثه کووید-۱۹ می توان نتیجه گرفت که

- کووید ۱۹ تاثیرات قابل ملاحظه ای بر بازار انرژی بخصوص نفت خام و مشتقات آن داشته است. اولین تاثیر کم کردن از هزینه های اضافی و تطبیق دادن بنگاه ها با قیمت های بسیار پایین بوده است. در ۲۰۱۹ مصرف نفت خام روزانه جهان به ۱۰۲.۵ میلیون بشکه رسید. این مقدار در پس از شیوع بیماری کووید-۱۹ به ۹۰ میلیون بشکه در روز در ۲۰۲۰ رسید. بنابر نظر مجمع جهانی اقتصاد، در دهه ۲۰۲۰ بصورت متوسط ۱۰ درصد از میزان تقاضای نفت کم شده و در ۲۰ سال پس از آن ۵۰ درصد از آن کاهش خواهد یافت. این مرکز عقیده دارد که تنها در نیمه اول سال ۲۰۲۰، ۱۵۰ میلیارد دلار کمتر در صنعت نفت هزینه شده است. پس اولین تاثیر ویروس کرونا، کم شدن از مصرف نفت خام در ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ و سالهای آتی است.

- تاثیر کووید-۱۹ بر گاز نیز با اهمیت است. پیش بینی می شود که در ۲۰۲۵ قله گازی یعنی بیشترین مصرف گازی جهان اتفاق افتد. مصرف گاز به ۴۲۰۰ میلیارد متر مکعب در ۲۰۲۵ رسیده و پس از آن به اندازه مصرف ۲۰۱۹ یعنی حدود ۳۹۰۰ میلیارد مترمکعب بازگردد. این در حالیست که مصرف جهانی گاز در ۲۰۱۹، ۳۹۰۴ میلیارد متر مکعب بوده و در ۲۰۲۱ به ۳۸۲۳ میلیارد متر مکعب کاهش یافت.

- گذار انرژی که از سالها قبل به معنای انتقال از تولید و مصرف حامل های انرژی همراه با گازهای گلخانه ای بسیار به انرژی های پاک و کمتر آلوده کننده است، با سرعت بیشتری ادامه می یابد. به همین دلیل هم برخی سرمایه گذاران در انرژی های فسیلی از این بازار به انرژی های نو کوچ کردند.

- قیمت فلزات نادر جهان افزایش خواهد یافت. هم اکنون قیمت مس و لیتیوم با افزایش قابل توجهی روبرو بوده است. زیرا استفاده از نیروی الکتریکی در بخش های مختلف بخصوص خودروهای برقی و همچنین استفاده از باتری های لیتیومی افزایش می یابد. قیمت نیکل هم اکنون به بالاترین حد در ۷ سال اخیر یعنی هر تن ۱۹۹۲۰ دلار رسیده است.

- برخی دیگر فرصت های جدید برای سرمایه گذاری در منابع فسیلی پیدا خواهند کرد. بعنوان مثال دولت نروژ بدنبال سرمایه گذاری معادل ۱۲۰ میلیارد دلار در صنایع بالادستی نفت و گاز این کشور است.

- در اقتصاد کشورهای نوظهور افزایش تقاضا برای نفت امری بدیهی است. این بدان معناست که

قله نفتی احتمالاً در جایی بالاتر از ۱۰۰ میلیون بشکه در روز می تواند اتفاق افتد. به گزارش شرکت سینوپک قله مصرف نفت چین در ۲۰۲۶ اتفاق خواهد افتاد که در آن سال چین ۱۶ میلیون بشکه نفت در روز مصرف می نماید.

- بازار انرژی در آینده با عدم قطعیت های بیشتری همراه است. البته نمی دانیم آن عدم قطعیت ها از چه جنسی است. اما می دانیم که نفت و گاز رقیبی جدید به نام انرژی های تجدیدپذیر پیدا کرده است. بنابراین باید هزینه های اضافی این صنعت را کاهش داده و بهره‌وری را افزایش داد.

۳- ذینفعان بازار انرژی از جمله سیاستگذاران، سرمایه گذاران، بنگاه های بزرگ نفت و گاز، و تنظیم گران بخش های انرژی در برنامه ریزی برای آینده باید بیشتر دقت کنند. خصوصاً دولت هایی مانند ایران که به تولید و تجارت نفت خام مشغولند، ریسک های ژئوپلیتیکی ناشی از جابجایی نفت را نیز باید در نظر بگیرند. این ریسک ها در خطوط لوله از تغییرات سیاسی در کشورهای در مسیر خط لوله و تحرک های اجتماعی مخالف مانند گروه های تروریستی شامل می شود. در بخش دریا حملات به کشتی ها و نفتکش ها در دریاها آزاد و تنگه های سوق الجیشی رو به افزایش است. نهایتاً این که تولید کنندگان عمده نفت خام یعنی سه بازیگر آمریکا، روسیه و کشورهای اوپک در پس از کووید-۱۹ احتمال بدست آوردن درآمدهای بالا از نفت کمتر شده و سرمایه گذاری برای کشف حوزه های نفتی جدید با محدودیت روبرو خواهد گشت. مصرف کنندگان نیز که کشورهای آمریکا، چین، هند، ژاپن و اتحادیه اروپا عمدتاً هستند، بصورت هدفمند و با فشار دولت ها در حال کمتر کردن وابستگی خود به انرژی های هیدروکربوری هستند. اما این راه آن چنان هموار نبوده و موانع و بحران های کوچک و بزرگ بر سر راه است. مانند نبود سرمایه گذاری مکفی در صنایع بالادستی کشورهایی مانند ایران و یا بحران کمبود بنزین در بخش پایین دستی در انگلستان. تعامل مابین این بازیگران به مطالعه در چارچوب آینده پژوهی و سناریوپردازی نیاز دارد.

سید سعید زاهد زاهدانی: بعد از حدود ۲ سال از شیوع و ویروس کوید ۱۹ معروف به کرونا، با چهره متفاوتی از جهان و کشور خود مواجهیم. تغییراتی را در سیاست، فرهنگ و اقتصاد ملی و جهانی می بینیم که با توجه به مدت یاد شده این احتمال قوت می گیرد که برخی از این تغییرات بازگشت ناپذیراند. چون مدت نسبتاً قابل توجهی نیز سپری شده است، این تغییرات قابل ارزیابی

بیشتری می باشند.

در بخش سیاست ها، امروزه بسیاری از امور جاری از طریق نظام الکترونیک و شبکه مجازی اداره می شود. مسیر الکترونیکی شدن امور که قبل از شیوع ویروس کوید ۱۹ به کندی در حال پیشروی بود با شرایطی که با شیوع این ویروس فراهم شد در سطح ملی و جهانی شدت گرفت. شدت این تغییرات در نظام اداری جامعه جهانی به حدی است که از آن تعبیر حکمرانی الکترونیک می شود. هر چند در سطح ملی تغییر در جهت الکترونیک شدن امور بسیار زیاد است، اما اخبار جهانی چنین اشعار می دارد که در نظام جهانی این تغییرات بیشتر بوده است. به همین نسبت بهره برداری از این شرایط در سطح ملی نسبت به سطح جهانی بسیار اندک است. دسترسی به اطلاعات از جمله ابزار دقت در مدیریت است. الکترونیک شدن امور به کسانی که امکان دسترسی به اطلاعات بیشتری دارند، قدرت مدیریت بیشتر می دهد. از این رو کسانی که مراکز ذخیره سازی اطلاعات الکترونیک جهانی را دارند از امکان تسلط بیشتری برخوردارند. از آنجا که در سطح ملی برای مدیریت شبکه های مجازی تلاش متمرکز چندانی صورت نگرفته است و اغلب کوشش ها در ساختار سازی شبکه های تخصصی محدودی مانند بانک داری است، می توان گفت از این امکان در مدیریت ملی، استفاده چندانی نسبت به جامعه جهانی صورت نگرفته است. در نظام جهانی با تمهیداتی نظیر "ابر" (cloud) سازی توانسته اند به ریز اطلاعات افراد به خوبی دسترسی پیدا کنند و از این مزیت به نسبت بسیار بالایی بهره برداری نمایند. امروزه تقریباً هر کس با هر دستگاهی که به شبکه مجازی وصل می شود اطلاعات او در مرکز ابر جهانی دسته بندی و ذخیره سازی می شود. این امکان بی نظیری برای اداره کنندگان نظام جهانی است که با دقت و سرعت بسیار زیادی به ریز اطلاعات همه کاربران دسترسی پیدا کنند؛ از این رو با اقتدار بیشتری می توانند منویات مدیریتی خود را تعقیب کنند. دیگر نیاز چندانی به حضور دائم و فیزیکی در محل نیست. اطلاعات اقصاء نقاط جهان از طریق شبکه های مجازی به سمت مراکز ذخیره سازی در حرکت است و امکان حضور اطلاعاتی به آنان در همه کجایه پس کجایه های جهان، تا جایی که یک وسیله الکترونیک ساده، مانند تلفن همراه، وجود داشته باشد می دهد. سرعت این شبکه سازی مدیون شیوع ویروس کوید ۱۹ است.

در چنین حالتی به سختی می توان اطمینان از حصول نتیجه بر اساس آن چه اراده می کنیم داشت. این دخالت در اراده ها به نفع همان مراکز تسلط بر اطلاعات پیش می رود. آنان با پیش

دستی های خود می توانند اراده ها را به سمت و سوی منویات خویش پیش ببرند. لازم به ذکر است که این شبکه داری سوراخ هائی است که اگر کسی قدرت سرک کشی به یکی از این سوراخ ها را داشته باشد به خوبی می تواند در دسترسی به اطلاعات این شبکه سهیم گردد. به نظر می رسد امروزه یکی از میدان های رقابت بر سر قدرت جهانی، در شبکه سازی، ایجاد امنیت شبکه ای و دسترسی به چنین شبکه بی بدیل اطلاعاتی است. این رقابت تنگاتنگ نشان می دهد که هر چه بر قدرت این شبکه اطلاعات افزوده شده است شکنندگی آن نیز بیشتر گشته. هر روز در اخبار جهانی از حک شدن اطلاعات بخشی از نظام های اداری کشور های مختلف می شنویم.

از نظر فرهنگی، با توجه به گستره جهانی این شبکه، لازم است ساده سازی منطق حضور در آن یکی از اهداف طراحان دستگاه های الکترونیکی باشد. این دستگاه ها باید به گونه ای طراحی شوند که هر کس با سطح هوش و سواد بسیار اندکی بتواند از آن استفاده کند و اطلاعات خود را به راحتی در اختیار آن قرار دهد. از این رو یک منطق ساده فراگیر برای دستگاه های الکترونیک و حضور در آن طراحی شده و هر روز این منطق ساده تر و ساده تر می شود. همین منطق، زیر بنای فرهنگ نوین جهانی است که غفلت از آن می تواند به نفع جهان اول و دوم تمام شود. به خصوص کشورهای اسلامی می باید بر این منطق تسلط پیدا کنند. یکی از سازوکارهای این منطق هشتک سازی است که بسیار رایج شده است. شیوع کرونا نیاز به همراهی با این شبکه را ضروری کرده است و موجب شده هر روز این شبکه گسترده تر و عمیق تر عمل کند.

شیوع کوید ۱۹ شرایط صیانت از نفس و سلامت فردی را فراهم کرده و انگیزه ارتباط با دیگران و حضور در جمع را با توجه به همین فردیت قرار داده است. این بیماری همه گیر صیانت از نفس را در سطح فردی به گونه ای پیش برده که همه افکار جهانی را به سمت انسان محوری و خودخواهی فردی سوق داده است. محور اساسی فرهنگ و تمدن مدرن انسان گرایی و سکولاریسم است. شیوع این ویروس، انسان گرایی این فرهنگ را تقویت کرده است. ارتباطات انسانی و حضور در جمع مانند انس و الفت های خانوادگی و دوستی کمتر شده و میل به گوشه نشینی و عافیت طلبی به دور از دیگران افزایش یافته است.

از سوی دیگر در قرون گذشته یکی از مهمترین راه های نفوذ کشورهای استعمارگر اروپائی بر جهان از طریق مسیونر های مذهبی بوده است. این پیام آوران حضرت مسیح (ع) که بر خلاف منویات انسان دوستانه آن حضرت، قصدی جز چنگ اندازی بر منابع کشور های استعمار شده

نداشتند، اغلب با در دست گرفتن چراغ شفا راه خود را باز کرده اند. پیش تازی طب جدید برای حیران کردن انسان های عمدتاً ساکن در قاره های آسیا و آفریقا جهت استعمار آنان در تاریخ معاصر جهان مضبوط است. شیوع کوید ۱۹ از سوئی به این اقتدار طبی ضربه زد و نشان داد که علم بشر در مقابل بیماری ها چندان هم که ادعا می کند، نیست، اما از سوی دیگر تأکید بر واکسیناسیون می تواند یکی از راه های پوشش دادن این ضعف باشد. به هر صورت جهش های متعدد صورت گرفته در این ویروس حیرت جامعه پزشکی را نشان می دهد و یکی از راه های مقابله با از خود باختگی های ایجاد شده به علت حیرت در مقابل پزشکی غرب تأکید بر همین ضعف و احیاناً نشان دادن برخی از کارآئی های طب سنتی در ایران است. هر چند استفاده جدی از مواهب طب جدید و ایجاد نوآوری های تازه در رفع کمبود ها و نواقص آن، خود می تواند موجب حرکت بر فراز این موج باشد. تولید واکسن داخلی، یافتن شیوه های نو در شفای بیماران و از این قبیل، از راه های این حرکت بر فراز موج است.

از نظر اقتصادی بخش مألوف اقتصاد جهانی بر اثر شیوع کرونا به شدت لطمه دیده است. هر چند بخش هائی که در ارتباط با این بیماری هستند، مانند بخش تجارت دارو و درمان، با رونق بسیاری روبه رو شده اند. برخی از مشاغل مانند آنچه در ارتباط با صنعت توریسم است، لطمه بیشتری نسبت به بخش های دیگر خورده اند. این بحران اقتصادی در کشورهایی که محور اجتماعی خود را بر ثروت و ثروت اندوزی و نفع مادی قرار داده اند بسیار گران تمام شده است. دزدیدن فرصت های اقتصادی که در ارتباط مستقیم با شیوع کوید ۱۹ قرار دارد رسوائی های اخلاقی برای آنان به وجود آورده است - مانند دزدیدن کشتی های ماسک اروپا توسط آمریکا در اوایل این همه گیری، یا صادر کردن واکسن های آلوده آمریکا به ژاپن در همین اواخر. جبران خسارت های اقتصادی ناشی از رکود حاصل از شیوع کوید ۱۹ فرصت دزدی در بخش های دیگر اقتصادی را نیز به صورت غیر مستقیم به وجود آورده است - مانند لغو قرارداد ساختن زیر دریائی توسط فرانسه برای استرالیا، که مورد راهزنی آمریکا و انگلستان قرار گرفته است. به طور کلی می توان گفت شیوع کوید ۱۹ بخش هائی از ساختار اقتصادی جهان را متحول کرده و با ادامه آن دیگر نمی توان بر مشاغل گذشته تکیه کرد و باید به فکر ایجاد فرصت های جدید شغلی برای رفع بحران بی کاری ناشی از شیوع این بیماری بود.

اما در کشور ما که مهربانی و رحمت از اجزاء هویت ملیمان می باشد، بحران اقتصادی ناشی از

این بیماری واگیردار هر چند خسارت هائی وارد کرده است، اما موجب احیاء امر مواسات گردید. کمک های فراوان و همه گیر مردمی به آنان که در این بحران اقتصادی متضرر شده اند یکی از جلوه ای بسیار خوب انسانی است که در ایران شاهد آن بوده و هستیم. مواسات در ایران نشان می دهد در جوامعی که معنویت و اخلاق تحت تأثیر سود و منفعت طلبی از بین نرفته است، هنوز می تواند راهگشا باشد و دردهائی را درمان کند که راه دیگر برای درمان آن در اقتصاد سرمایه داری در نظر گرفته نشده است. در کشورهای سرمایه داری معمولاً دولت به کمک آسیب دیدگان می آید و بعد به طرق مختلف با افزایش مالیات این هزینه ها را جبران می کند. این مکانیزم تا جائی پاسخگوست که رونق اقتصادی وجود داشته باشد و کسانی داشته باشند که مالیات پردازند. وقتی رکود همه گیر می شود تأمین مالی با استفاده از روش مالیات گیری دشوار می گردد. اما تکیه بر مهربانی و مواسات سازوکاری است که از روی میل و اخلاص و نه اجبار، انجام می شود و ضمن بالا بردن درجه معنویت و اخلاق، انسجام اجتماعی را نیز افزایش می دهد.

جمع بندی: در یک نگاه کلی و کلان می توان گفت عمده ترین تغییری که شیوع ویروس کوید ۱۹ در جهان ایجاد کرده است تغییر شیوه حکمرانی جهانی است. حکمرانی جهانی که خود را برای اداره جهان از طریق یک نظام الکترونیکی آماده می کرد، با شیوع ویروس کرونا به خود شتاب بی سابقه ای داد و به گسترش و تعمیق خویش پرداخت. امروزه فضای مجازی فارغ از همه مرزبندی های جهانی در همه جا حضور دارد و اطلاعات کاربران آن به راحتی در اختیار کسانی است که بر مراکز جمع آوری این اطلاعات تسلط دارند. گسترش شبکه ملی در این شرایط بسیار حیاتی است و از سوی دیگر لازم است متخصصین شبکه های مجازی ما تلاش نمایند دسترسی خود را به شبکه جهانی روز به روز افزایش دهند. در عین حال لازم است به حفاظت از اطلاعات کاربران ایرانی همت گمارند تا بیش از این در دام طرح های حساب شده از پیش جهان خواران قرار نگیریم.

منطقی که حاکم بر دستگاه های الکترونیک و فضای مجازی است در حال تبدیل شدن به منطق فرهنگ جهانی است. حضور کاربران ایرانی در این شبکه و استفاده از این منطق به نفع ارزش ها و اخلاق اسلامی، تضمین کننده حیات انقلاب اسلامی و البته گسترش آن است. دستگاه های فرهنگی می باید برای این امر حساب دیگری باز کنند و در این مسیر به محتوا سازی های لازم پردازند.

ساختار اقتصادی جهان با شیوع این ویروس در حال تغییر است. تکیه بر نسخه های قبلی اقتصادی، دیگر جواب گو نیست. لازم است در این جابه جایی مناسب اقتصادی، جمهوری اسلامی ایران برای خود جایگاهی مناسب دست و پا کند. افزایش کارگاه ها و نهاد های اقتصادی کوچک و متوسط ریسک پذیری افتادن به دام جریان های متمرکز و غالب جهان را کم می کند.

به حمدالله مکتب اسلام کیمیا است؛ به هر خاک بخورد آن را طلا می کند. اگر از سوئی کناره گیری از جمع موجب افزایش میل به گوشه نشینی و عافیت طلبی شده، اما مواسات، گوشه نشینی و فردگرایی را تا حد بسیار زیادی جبران کرده است. رسیدگی به کمبود های اقتصادی و نیازمندی های زیان دیده گان از رکود اقتصادی ناشی از همه گیری این بیماری، نیاز انسان ها به انسان ها را ملموس تر نموده است و حس همدردی و همراهی با دیگران را افزایش داده است. این نگاه انسانی اگر با افزایش واحدهای متوسط و کوچک بهینه اقتصادی همراه شود، اشتغال زائی و رفع مشکلات اقتصادی را به دنبال خواهد داشت. در ضمن استفاده بهینه از امکانات سرشار اقصا نقاط ایران هم فراهم خواهد شد.

با توجه بیشتر به نظام درمان و پیشگیری کوید ۱۹ و دیگر انواع بیماری ها، و ایجاد نوآوری های پزشکی با توجه به ارزش ها علوم اسلامی و نظریه پردازی در راستای رفع اشکالات طب موجود، این دوران را می تواند به فرصتی مناسب برای گسترش ارزش ها، اخلاق و علوم اسلامی تبدیل نماید. وارد کردن معنویت در طبابت که امروز به یک مطلوب در همان جوامع غربی هم تبدیل شده است، چیزی است که از یک جامعه اسلامی بر می آید. اگر این مهم در این فرصت که همه چشم های جهانی به نظام طب و سلامت خیره شده است، برآورده شود، از همان راهی که غرب توانست نفوذ خود را بر ما و دیگر کشورهای موسم به جهان سوم گسترش دهد، مسیری برای خروج از استعمار و استثمار ایجاد خواهد شد.

سیدمرتضی نبوی: بیماری های واگیردار جهانی (Pandemics) بی سابقه نیستند. مرگبارترین آن موسوم به طاعون سیاه یا «مرگ سیاه» می باشد که در سال های ۱۳۵۳-۱۳۴۶ میلادی در آسیا و اروپا شایع شده و تلفات آن بین ۷۵ تا ۲۰۰ میلیون ذکر شده است. پاندمی ها اوضاع اقتصادی، اجتماعی سیاسی و علمی کشورها را تحت تأثیر قرار داده و منشأ

تحولاتی در این زمینه شده‌اند. اینک دنیا شاهد پاندمی دیگری به نام ویروس کرونا (COVID-19) می‌باشد. این ویروس که وزن آن در دنیا به چند گرم نمی‌رسد آثار شگفتی از خود به جای گذاشته است.

اکثر اقتصادها با رکود و بیکاری گسترده‌ای مواجه شده‌اند ولی برخی اقتصادها هم کمتر از کرونا متأثر شده و رونق اقتصادی‌شان تداوم یافته است. تولید ناخالص داخلی در اکثر کشورها کاهش یافته و تعداد بیکاران به شدت افزایش یافته است برخی مشاغل تقریباً تعطیل شده و مشتریان خود را از دست داده است. مراکز تفریحی شبانه کسب و کار خود را از دست داده‌اند.

آثار اجتماعی - ویروس کرونا ارتباطات اجتماعی را به شدت متأثر ساخته است. در سبک زندگی تغییرات محسوسی ایجاد کرده است. تفریحات و خوشگذرانی‌های شبانه و پایان هفته کاهش یافته و در عوض کانون خانواده پررونق‌تر شده است. پدر و مادر و فرزندان ساعات بیشتری را در کنار هم می‌گذرانند، بماند که این مسئله خود باعث بروز مشکلاتی برای اعضای خانواده شده است.

این پاندمی به رفت و آمدهای خانوادگی و سفرها ضربه کاری زده است. به برخی مشاغل مثل هتلداری، خدمات گردشگری، حمل و نقل و خدمات سیاحتی و زیاتی لطمه فراوان وارد کرده است.

آمار کسانی که زیر خط فقر رفته‌اند و نیاز به مساعدت و کمک دولت و خیران دارند بسیار زیاد شده است. هزینه‌های درمان مبتلایان به ویروس کرونا هم سرسام آور شده است. بیمارستان‌ها حتی در کشورهای به اصطلاح پیشرفته دچار کمبود دارو، تجهیزات و تخت برای بستری بیمار شدند. ماسک تبدیل به یک کالای راهبردی و کمیاب شد که کشورهای به ظاهر متمدن از هم می‌دزدیدند.

کشور عزیز ایران در حالی گرفتار این بلا شد که از تحریم‌های ظالمانه و یکطرفه و تحمیلی آمریکا رنج می‌برد. اما مردم و مسئولان ما رویکرد متفاوتی نسبت به این حادثه فراگیر اتخاذ کردند؛ رویکردی انقلابی و توأم با اعتماد به نفس. نهضت تولید ماسک در هر کوی و برزن به راه افتاد، نهضت کمک‌رسانی مؤمنانه در زمینه‌های توزیع اقلام بهداشتی و غذایی، ضدعفونی اماکن، کمک به پرستاران و کادر پزشکی در بیمارستان‌ها، تدفین اموات و... برپا شد. جبهه جنگ جدیدی در کشور گشوده شد و آن هم جبهه مبارزه در عرصه بهداشت، درمان و امور پزشکی بود. این بار ایثارگران عرصه پزشکی - درمانی پا به میدان مبارزه گذاشتند و باورمندانه

شهادای عزیزی را تقدیم کردند. رهبری هدایت صحنه را به عهده گرفتند و از عموم مردم خواستند که مراسم دست جمعی عبادی را تعطیل کنند و مو به مو دستورات ستاد مبارزه با کرونا را به اجرا بگذارند. و دستورات آن برای تمام مشاغل، ادارات و اشخاص لازم الاجرا تلقی گردید.

آثار علمی - متخصصان عرصه پزشکی و نیروهای علمی و فنی در رشته‌های مختلف بویژه جوانان جهادگر عرصه نوآوری‌ها و مؤسسه‌های دانش بنیان وارد کارزار شدند و تجهیزات تولید اکسیژن و اکسیژن‌رسانی، ماسک‌های تخصصی و داروهای مؤثر در درمان این بیماری را بومی ساختند. مهمتر از همه برای اولین بار دانشمندان جوان داخلی به خود اجازه دادند پایه‌های چند کشور پیشرفته که در امر سرم‌سازی سابقه داشتند، وارد کار شوند و دست به تولید سرمی بومی که صفر تا صد کارهای آن داخلی بود، بزنند. در این کار درخشیدند، توجه جهانی را به خود جلب کردند، و یکی از کم‌عارضه‌دارترین و مؤثرترین سرم ضد کرونا را ساختند و به مرحله تولید انبوه رساندند! این شاهکار علمی یقیناً در تاریخ توسعه علمی این کشور خواهد درخشید و نسل‌های آینده به آن مباهات خواهند کرد حتی طب سنتی ما هم در این عرصه پا به میدان گذاشت و آثار مثبتی را به ثبت رساند و منشأ پیشگیری، درمان و بهبود برخی از بیماران مبتلا به کرونا شد.

یکی دیگر از آثار علمی نشر کرونا، دگرگونی در نظام آموزشی کشور بود. ناگهان کلاس‌های درس در سطح دانشگاه‌ها، مراکز آموزش عالی، دبیرستان‌ها، دبستان‌ها و... تعطیل شد. اگر همین مقدار زیرساخت‌های ارتباطی، فضای مجازی، اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات و سامانه‌های آموزش در کشور نبود. نظام آموزش برای سال‌ها تعطیل و انقطاع آموزشی پدید می‌آمد. به هر حال لنگ لنگان نظام آموزشی جریان یافت و فعالیت علمی تداوم یافت و در مواردی البته با سهولت و دسترسی بیشتر و راحت‌تر. گرچه کلاس و خوابگاهی دایر نبود اما امر ثبت نام، آموزش و امتحان‌ها ادامه یافت و برخی نواقص شبکه‌های ارتباطی - آموزشی برطرف شد. مهارت استفاده از فناوری اطلاعات بویژه در سطح دانش‌آموزان بالا رفت و سواد رسانه‌ای جهش یافت که البته این خود مشکلات اجتماعی بخصوص خود را به همراه آورد که باید در این زمینه نیز تدابیری اندیشیده شود.

آثار اقتصادی - طبعاً اقتصاد کشور ما نیز از کرونا متأثر شد، تعداد بیکاران افزایش یافت افراد

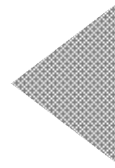
زیر خط فقر گسترش یافتند، مشاغل زیادی تعطیل شد و البته به مدد تحریم ظرف ۲ سال گذشته تولید داخلی رونق یافت. با سرکار آمدن دولت جدید، ورود واکسن و تزریق آن جهش یافت و می‌رود با گسترش عمومی آن مشاغل تعطیل شده دوباره رونق یابد و اقتصاد به جریان عادی خود با تکیه بر تولید داخلی برگردد.

آثار سیاسی - به نظر می‌رسد مهمترین اثر سیاسی کرونا در امریکا ظاهر شد و در اثر آن ترامپ شکست خورد که البته ترور سردار حاج قاسم سلیمانی و یارانش نیز سهم بسزایی در سقوط او داشت. نوع مواجهه مسئولان و مردم با پدیده کرونا در سایه انقلاب اسلامی تا حدی آثار منفی سیاسی را خنثی کرد و به وحدت ملی مدد رساند و منشأ برگزاری انتخاباتی قابل قبول در ۱۴۰۰ شد. یکی دیگر از آثار سیاسی کرونا عریان‌تر شدن چهره امریکا و اروپا و خشونت باطنی آنها برای مردم جهان بود.

سردبیر: از حضور عالمانه اساتید محترم در این میزگرد تشکر می‌کنم.

مقالات

بررسی استراتژی‌های رقابتی پنج شرکت چندملیتی صنعت رسانه و فناوری اطلاعات



ابراهیم محمدحسینی^۱

محمد باغبانی^۲

(تاریخ دریافت ۹۹/۵/۸ - تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۵/۶)

نوع مقاله: علمی ترویجی

چکیده

رویکرد کارآفرینی به شرکت‌ها، استفاده از مدل ماریچ سه گانه (تعامل دولت، دانشگاه و صنعت)^۳ و مدیریت منابع انسانی و برندسازی^۴، از جمله استراتژی‌های اساسی و عوامل موفقیت گول‌های عرصه صنعت رسانه و فناوری اطلاعات در آسیا می‌باشد، سازمان‌هایی که در قالب شرکت‌های چند ملیتی^۵ فعالیت می‌کنند.

بر اساس پیش‌بینی‌ها، آینده اقتصاد دنیا، تحت سلطه شرکت‌های آسیای شرقی خواهد بود و بایستی مردم سرزمین‌های غربی، خود را برای درک هویت فرهنگی کشورهای آسیایی آماده نمایند و صاحبان شرکت‌های غربی هم باید فرهنگ و استراتژی‌های تجاری شرکت‌های آسیایی

۱- دانشجوی دکترای مدیریت رسانه دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) mhoseini.ebrahim@gmail.com

۲- مربی، دکترای مدیریت صنعتی گرایش تولید و عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سقز

۳- Triple Helix

۴- Branding

۵- Multinational Corporation

را مطالعه کنند. تلاش های شرکت های آسیایی در این راستا، چشمگیر بوده است؛ آنها برای تقویت ظرفیت های عملیاتی و ایجاد سهم بازار داخلی، به سرعت دانش و فناوری شرکت های خارجی را جذب کرده اند. علاوه بر این، حمایت گسترده دولت ها از شرکت های آسیایی برای رشد جهانی، آنها را به وام گرفتن سنگین خارجی نیز بی نیاز کرده است. از جمله کشورهایی که توانسته اند در اقتصاد جهان، حرفی برای گفتن داشته باشند، چین و هند هستند. این مقاله، به بررسی پنج هلدینگ رسانه ای آسیایی؛ «علی بابا، هوآوی، لنوو، تنسنت و اینفوسیس» و راهبردهای آنها برای آماده سازی جهت حضور موفق در بازارهای داخلی و رقابت با شرکت های خارجی و راهیابی به بازارهای غرب پرداخته است.

کلید واژه ها: استراتژی، شرکت های آسیایی، مدل مارپیچ سه گانه، کارآفرینی

مقدمه

قاره آسیا، به عنوان یکی از مراکز اصلی کسب و کار و تجارت در جهان، دارای رشد قابل توصیفی است. این سرزمین پهناور همراه با رشد جمعیت، افزایش قدرت خرید مردم و مصرف-گرایی، تبدیل به ظرفیتی قدرتمند و بازاری سودآور برای شرکت های دنیا شده است. گرچه هنوز برخی از فعالان حوزه کسب و کار از وجود فرصت ها و موفقیت روزافزون شرکت های آسیایی غافل اند ولی خلاقیت و قدرت اثربخشی آنها در استفاده از فناوری برای به دست آوردن مشتری ها و مقابله با رقبا چشمگیر بوده است (فیلیپ و دیگران، ۱۳۹۸: پیشگفتار مولفان).

شرکت های آسیایی در راستای تقویت ظرفیت های عملیاتی و کسب سهم در بازار داخلی، به سرعت، دانش و فناوری شرکت های خارجی را جذب کرده اند. علاوه بر این، حمایت گسترده دولت ها از شرکت های آسیایی برای رشد در سطح جهان، آنها را از گرفتن وام های سنگین خارجی نیز بی نیاز کرده است و از جمله کشورهایی که توانسته اند در اقتصاد جهان، حرفی برای گفتن داشته باشند، چین و هند هستند. چشمگیرترین ویژگی پیشرفت اقتصادی آسیا، ظهور چین است. این کشور به احتمال زیاد، تا پایان سال ۲۰۲۰ بر ایالات متحده به عنوان بزرگترین اقتصاد جهان (براساس تولید ناخالص داخلی) پیشی خواهد گرفت. موفقیت اقتصادی اولیه این کشور در درجه اول، مرهون استفاده درست و بهره گیری از مفهوم، «صرفه جویی ناشی از

مقیاس^۱ است (Segers, 2016:1-3).

چین از طریق سرمایه انسانی و نیروی کار، افزایش مهارت‌های منابع انسانی و توسعه نوآوری‌های علمی و تکنولوژیکی، بزرگ کردن مقیاس تولید و توسعه تجارت خارجی توانسته بر محدودیت‌های موجود در منابع خود غلبه کند (پورتر، ۱۳۹۶: مقدمه). هند هم گرچه، هنوز یک کشور فقیر با مشکلات اقتصادی و اجتماعی گسترده است ولی از زمان آزادسازی اقتصادی در سال ۱۹۹۱ به نهمین اقتصاد بزرگ جهان تبدیل شده است. شرکت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات هند به سرعت در بازارهای جهانی نفوذ کرده اند و تجهیزات و امکانات ارزان برای مشتریان در بازارهای سنگاپور، هلند، انگلستان و ایالات متحده فراهم می‌نمایند (Segers, 2016:7).

(۱) - بیان مساله و اهداف

هلدینگ یک شخصیت حقوقی است که جهت دستیابی به اهداف خود باید با اعمال مدیریت استراتژیک، مجموعه شرکت‌های تحت پوشش خود را به گونه ای اداره نماید که با امکان استفاده شرکت‌های تابعه از توانایی‌ها و قابلیت‌های یکدیگر بتواند باعث بهره وری از حداکثر ظرفیت فعلی واحدها گردند (عبدی، ۱۳۹۴: ۱۲).

از سوی دیگر، افزایش شدت رقابت در فضای کسب و کار و تغییرات مداوم و پیش بینی نشده و گاه اساسی در محیط پیرامون بنگاه‌ها، آن‌ها را واداشته تا به فکر استمرار حفظ موقعیت استراتژیک خود در بازار در مقایسه با سایر رقبا باشند. این مفهوم که از آن به ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار یاد می‌شود، پیش تر در گرو ایجاد، اخذ و نگهداشت مجموعه‌ای از منابع خاص بود تا به کمک آن بنگاه بتواند جایگاه خود را در عرصه رقابت حفظ نماید. اما محدودیت‌های موجود در تامین منابعی که بتوانند چنین مزیتی را برای بنگاه‌ها فراهم کنند، بنگاه‌ها را به سوی استفاده از فرصت‌های مشترک به منظور دستیابی به مزیت‌های ناشی از اشتراک گذاشتن منابع و قابلیت‌ها، سوق داد که یکی از مهمترین انواع آن تشکیل شرکت‌های

۱- Economies of scale

هلدینگ یا بنگاه‌های مادر است و می‌توان گفت تشکیل هلدینگ‌ها در حقیقت نوعی پاسخ به ضرورت موجود در محیط پیرامون بنگاه‌هاست زیرا از منظر کافی در دنیای کسب و کار برخوردارست و شرکت‌ها می‌توانند با استفاده از الگوهای مبتنی بر رقابت چندگانه، موقعیت رقابتی ممتاز برای خود فراهم آورند (خاشعی ورنامخواستی و ولیان، ۱۳۹۷: پیشگفتار).

از سوی دیگر، نگهداشت و توسعه محلی برندها در برخی مواقع امری دشوار می‌گردد، فلذا رویکرد و استراتژی ورود و توسعه در بازارها و محل‌های جدید در پیش گرفته می‌شود (استینکامپ، ۱۳۹۹: ۷). هلدینگ‌ها به واسطه تعاملشان با عوامل بازار در پی کسب سود شکل می‌گیرند و به سوی دولت و سایر سازمان‌های فرا بازاری جهت -دهی می‌شوند که هدفش کسب یا ترفیع مشروعیت است و برای پیشبرد این استراتژی است که شبکه سازی و جنبه‌های نظارتی، هنجاری و شناختی نهادهای چندملیتی در کشورهای سرمایه‌گذاری می‌کنند که هماهنگی بین مفهوم اخیر، یعنی مشروعیت اجتماعی یا نظارتی و فنی با هماهنگی مفهوم پیشین (یا هماهنگی مربوط به کشورهای خاستگاه) تفاوت داشته باشد (جانسون، ۱۳۹۸: مقدمه). شرکت‌هایی که دارای استراتژی جهانی هستند، استراتژی رقابتی پیچیده‌ای دارند، چرا که با گسترش محیط بر تعداد عوامل و متغیرها و تهدیدها و فرصت‌ها افزوده می‌شود و گام‌های اولیه جهانی شدن استراتژی از زمانی برداشته شد که در بازارهای کشورهای صنعتی، تکنولوژی موجب افزایش تولید شد و شرکت‌ها برای فروش محصولات خود به سوی بازارهای کشورهای مختلف روی آوردند و رقابت بین شرکت‌ها و افزایش آگاهی مردم، موجب تدوین استراتژی‌های مشتری‌مداری و جلب رضایت مشتریان و در نهایت کیفیت‌گرایی و بهره‌وری بیشتر شد (لمونت، ۱۳۹۵: ۹ و ۱۰).

پنج شرکت چندملیتی صنعت رسانه و فناوری اطلاعات هم‌گام‌های اساسی در حوزه اتخاذ استراتژی برداشته‌اند. حوزه مشاغل حوزه صنعت رسانه و اطلاعات دارای ویژگی‌هایی چون چند ماهیتی بودن، قیمت پایین، صرفه جویی ناشی از مقیاس، تفاوت در ماهیت محصول، همگرایی صنایع و فناوری‌ها، کم‌کشش بودن (تقاضا نسبت به قیمت حساسیت ندارد)، وابستگی به عرضه شدن در بازار و نقش قدرتمند دولت در این صنایع هستند.

در صنایع رسانه‌ای و اطلاعاتی، صلاحیت‌های اصلی ممکن است در زمینه‌های ایجاد محتوا، پلتفرم‌های توزیع (سیستم عامل توزیع)، تسلط بر فناوری پیشرفته، طراحی برتر، بازاریابی مؤثر یا

روابط نزدیک با دولت باشد (Noam, 2019:45). همچنین به دست آوردن مزیت رقابتی و افزایش سودآوری به عنوان یکی از اهداف شرکت‌های فناوری اطلاعات - که دائماً با مسئولیت‌های اجتماعی، نگرانی‌های نظارتی، پیشرفت‌های فنی و منطقی و تغییر ترجیحات مصرف‌کننده، به سختی تا می‌کنند - چالش برانگیز است (Olmsted, 2008: 56).

از سوی دیگر، شرکت‌های موجود در بازار دیجیتال با یک محیط کاری پیچیده و پر از فناوری‌ها و مقررات دائم‌التغیر و تهدیدهای رقابتی روبرو هستند. مخاطرات سرمایه‌گذاری شامل تخصیص میلیاردها دلار برای ساخت و ارائه محصولات و خدمات جدید، خریدها و توسعه بازارهای جدید به نوعی بازدارنده محسوب می‌شود. دیگر آن روزهایی که سازمان‌ها می‌توانستند با بی‌پروایی به راهبرد طولانی مدت تمسک جویند و پیشرفت نمایند، سپری شده است. صنایع رسانه، پیوسته با افزایش هزینه، کاهش درآمد، افزایش رقابت برای جلب توجه مخاطب و زمینه‌های فناوری جدید، دست به گریزند. آنها باید خود را برای تضمین و رشد آینده با این محیط راهبردی سازگار نمایند (کونگ، ۱۳۸۹: ۱۴۶).

هدف از این تحقیق مروری، بررسی عوامل موفقیت پنج غول آسیایی عرصه صنعت رسانه و فناوری اطلاعات در آسیا است. سوال تحقیق هم این است که کسب و کارهای آسیایی، با چه استراتژی‌هایی در حال فتح جهان هستند؟ و از آنجا که تحقیق مورد نظر به روش توصیفی انجام شده است، محقق می‌کوشد به جای طرح فرضیه به سوال تحقیق پاسخ دهد.

(۲) - پیشنهاد تحقیق

در ارتباط با بررسی استراتژی‌های رقابتی پنج شرکت چندملیتی صنعت رسانه و فناوری اطلاعات، تحقیق و پژوهشی‌هایی گسترده انجام نشده و بیشتر تحقیق‌های انجام شده در حوزه صنایع بیمه، ساختمان و بانک‌ها بوده لذا بررسی پیش رو دارای تازگی است.

الهیاری و علی احمدی (۱۳۸۲: ۱۹۲) به نقل از مایکل پورتر، نبود استراتژی توسط شرکت‌ها را یکی از عوامل اصلی شکست آنها می‌دانند و می‌نویسند؛ شرکت‌های ژاپنی به ندرت دارای یک استراتژی می‌باشند و شکست آنان در دهه ۱۹۹۰ ناشی از نبود استراتژی بود.

از سوی دیگر، بازارهای توسعه یافته آسیایی در پژوهش‌ها، مورد غفلت واقع شده است و بولاک، پالپو و کانا (۱۳۹۲: پیشگفتار) در تحقیق‌های خود استدلال می‌کنند که چرا بازارهای

نوظهور نباید از درس های سختی که بازارهای توسعه یافته در مسیر تکامل آموخته اند عبرت بگیرند و از بهترین شیوه های آن، استفاده کنند.

جوکار و مروتی (۱۳۹۵: ۸۲) هم در نتایج تحقیقی که با استفاده از مدل مارپیچ سه گانه (تعامل دولت، دانشگاه و صنعت) انجام شده است به این نتیجه دست یافته اند که صنعت نتوانسته جایگاه مناسب خود را در میان تعاملات سه گانه دانشگاه، صنعت و دولت باز کند، در حالی که ارتباط مستحکم سه رکن دانشگاه، صنعت و دولت، خود عامل شکوفایی هر چه بیشتر صنعت و به تبع آن فناوری است.

آکر (۱۳۹۵: ۲۳-۲۲) در بررسی های خود به این نتایج دست یافته است که استراتژیست ها باید پنج وظیفه مدیریتی ایجاد کنند؛ تحلیل استراتژیک (نیاز به اطلاعات مشتریان، رقبا و روندهای تاثیرگذار بر بازار)، نوآوری، کسب و کارهای چندگانه، خلق مزیت رقابتی پایدار و توسعه پایگاه های رشد.

وی همچنین در نتایج تحقیق های خود (۱۳۹۵: ۲۳-۲۲)، می آورد: دلیل پابرجایی شرکت ها، چهار شرط است؛ یک بازار قدرتمند داخلی، یک مدل و فرمول یکسان در کشورهای مختلف، تلاش برای ایجاد مزیت هزینه در مقایسه جهانی و تمایز مشتری که قابل انتقال باشد.

(۳) - مبانی نظری

تعاریف مفهومی

استراتژی: استراتژی، قلمرو رقابتی سازمان است که هدفش تبیین و مشخص کردن واحدهای کسب و کار، رشد و متنوع سازی آنهاست و موجب ارتقای جایگاه رقابتی می شود (لبافی، ۱۳۹۹).

همچنین استراتژی، یک طرح همه جانبه نگر و تلفیقی است که نقاط قوت و ضعف سازمان را با فرصت ها و تهدیدهای محیطی مرتبط ساخته و دستیابی به اهداف اصلی سازمان را میسر می سازد. استراتژی در مفهوم تجاری، فرمولی گسترده است که سازمان برای نیل به موفقیت به کار می گیرد و برنامه و طرح لازم برای پیروزی در رقابت به طور کامل و به تفصیل در آن منعکس می شود (سوفندی، ۱۳۹۷: ۹۷).

شرکت های چند ملیتی: شرکت های چند ملیتی مفهومی است که از اوایل دهه ۱۹۳۰ میلادی

به بعد در فرهنگ تجارت بین‌الملل نمایان شد و پس از چند دهه به صورت واژه‌ای متداول درآمد.

این شرکت‌ها، شرکت‌هایی هستند که عملیات آن در سطح کشورهای مختلف گسترده است و از یک استراتژی، منابع و عملیات با هدف حفظ مزیت‌های محلی مانند هزینه‌های کار، تخفیف‌های مالیاتی یا دسترسی به بازارهای محلی در سطح جهان استفاده می‌کنند و با یک شرکت بین‌المللی که فقط در کشورهای مختلف کالا می‌فروشد متفاوت است (الوانی، زاهدی و فقیهی، ۱۳۸۸: ۲۴۱).

از جمله ویژگی این شرکت‌ها این است که اتحادهای استراتژیک، مثل سرمایه‌گذاری‌های مشترک و توافقات امتیازدهی، بین شرکت‌های چندملیتی و یک شرکت محلی در کشور میزبان به طور فزاینده‌ای در حال افزایش است؛ زیرا شرکت‌های چندملیتی بدین طریق می‌توانند وارد کشورهای دیگر به خصوص کشورهای کمتر توسعه یافته شوند (ال. ویلن و دیوید هانگر، ۱۳۹۶: ۴۷۴).

مدیریت منابع انسانی: این نوع مدیریت، عبارت است از مدیریت و اداره استراتژیک و پایدار با ارزش‌ترین دارایی‌های شرکت، یعنی کارکنانی که در آن جا کار می‌کنند و در کنار هم برای رسیدن شرکت به اهدافش، کمک می‌کنند. مدیریت منابع انسانی بر اهمیت جلب تعهد کارکنان نسبت به سازمان، ماموریت و ارزش‌های آن تاکید می‌کند، لذا تعهد محور است و همچنین به طرق مختلف به خلق و حفظ مزیت رقابتی شرکت کمک می‌کند و بر افزایش ارزش به ویژه برای سهامداران تاکید می‌ورزد (آرمسترانگ، ۱۳۸۶: ۳۱).

صرفه جویی ناشی از مقیاس: این مفهوم بدان معناست که با افزایش حجم تولید، هزینه متوسط هر واحد کالا کاهش می‌یابد. به عنوان مثال هزینه اولیه تولید یک کالای رسانه‌ای مانند فیلم یا یک بازی رایانه‌ای بسیار زیاد است اما تکثیر آن هزینه چندانی ندارد (روشندل، شریفی و لبافی، ۱۳۹۷: ۳۱).

کارآفرینی^۱: «رابرت هیسریچ^۲ فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌داند که توام با صرف و

۱- Entrepreneurship

۲- ROBERT D. HISRICH

وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است که نتیجه این فرایند از فعالیت های منظمی حاصل می شود که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی ها و فرصت های بازار پیوند می دهد یا به عبارتی فرایند کارآفرینی تنها خلق محصول یا خدمتی جدید نیست بلکه خلق محصول جدیدی است که متناسب با نیازهای بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه نمود (سعیدی کیا، ۱۳۸۲: ۹۴).

برندسازی: فرایند ایجاد یک تصویر منحصر به فرد، تجسمی از محصول با هدف جذب مراجعان و ایجاد جایگاهی در بازار می باشد. برند سازی حس آگاهی ایجاد و به یک محصول کمک می کند منحصر به فرد شود و از این رو، از رقبا متمایز می گردد، برندسازی یکی از اثر بخش ترین روش ها برای افزایش فروش است (سنگری، صابریان و کمپانی، ۱۳۹۸: ۱۵۶).

بازاریابی: بازاریابی، بخشی از فعالیت های بازرگانی شامل شناسایی تقاضا برای کالاها و خدمات و فراهم کردن تسهیلات و کانال برای توزیع و فروش موثر آنهاست (الوانی، زاهدی و فقیهی، ۱۳۸۸: ۲۲۹).

بر اساس مطالعات تجربی، در بحث استراتژی و بازاریابی شرکت های بین المللی، صلاحیت بین المللی شرکت ها، جهت گیری تکنولوژیکی صنعت، منحصر به فرد بودن محصول، ویژگی فرهنگی محصول و نوع محصول و ویژگی های بازار صادرات (شبهات مقررات قانونی و آشنایی با مشتریان و کشور مقصد صادرات، رقابت پذیری بازار صادرات و) مطرح و مورد بررسی قرار گرفته است (Linton. 2018:45).

استراتژی رقابتی^۱: استراتژی رقابتی، یک برنامه عملکرد بلندمدت است که یک شرکت برای دستیابی به اهداف رقابتی، مدنظر قرار می دهد. شرکت، بعد از بررسی نقاط قوت و ضعف رقبا و مقایسه آنها با نقاط قوت و ضعف خود، از استراتژی رقابتی برای پیروزی در رقابت با دیگران، بهره می برد. این استراتژی برای پاسخ گویی و تحمل فشارهای وارده از طرف بازار رقابتی، عملکردهای مختلف شرکت را ترکیب می کند، مشتریان را جذب و جایگاه شرکت را در بازار رقابت، تثبیت می کند. همچنین، مزیت رقابتی، ارائه دهنده چارچوبی غنی برای شناسایی عوامل

زیربنایی در صنایع می‌باشد. امروزه استراتژی رقابتی و شاخه‌های محوری آن در مورد تحلیل صنعت، تحلیل رقبا و تعیین موقعیت استراتژیک به عنوان بخشی پذیرفته شده از فعالیت‌های مدیریتی محسوب می‌شود (پورتر، ۱۳۹۶: ۷۶-۷۴).

معمولاً استراتژی‌های عمومی رقابتی شامل؛ استراتژی رهبری- هزینه، تمایز و تمرکز است. در استراتژی رهبری- هزینه، برتری در رقابت از طریق تولید محصول با کمترین هزینه نسبت به رقبا مطرح است. در استراتژی تمایز، منحصر به فرد بودن محصول از دیدگاه مشتریان در مقایسه با سایر رقبا، مدنظر است و در استراتژی تمرکز، فعالیت شرکت در بخشی کوچک از بازار مطرح می‌گردد (مشاور، ۱۳۹۸: مقدمه).

جدول شماره (۱) استراتژی رقابتی و شایستگی‌های هر فرایند

فروش و بازاریابی	تحقیق و توسعه	تولید	فرآیندها استراتژی رقابتی
بازاریابی برای بازارهای انبوه	نوآوری‌های تدریجی	تولید در سطح جهانی	برتری عملیاتی
بازاریابی تکنیکی	نوآوری‌های جهشی	تولید اولیه	نوآوری محصول
بازاریابی خدمات	ارائه راه حل‌های خاص	ساخت چابک	مشتری مداری

(اللهیاری و علی احمدی، ۱۳۹۲: ۷۵)

مزیت رقابتی^۱: وضعیتی است که بنگاه یا کشوری بتواند برتری خود را در صنعتی در برابر رقبا حفظ کند. مزیت رقابتی صرفاً هزینه‌های تولید، کیفیت و ویژگی‌های محصول را در بر نمی‌گیرد بلکه ابداع محصولات جدید را نیز شامل می‌شود (الکساندر و همکاران، ۱۳۹۰: ۵۷۹).

مارپیچ سه گانه (تعامل دولت، دانشگاه و صنعت): این مدل، بیانگر همپوشانی و تداخل نقش‌ها و مأموریت‌های دانشگاه‌ها، صنعت و دولت با یکدیگر است. دانشگاه، صنعت و دولت، یکی از اثرگذارترین نهادها در توسعه و به ویژه پیشرفت‌های اقتصادی و فناورانه جامعه محسوب می‌شوند. وجود توأم استفاده از علم به عنوان روش‌هایی برای ایجاد مزیت رقابتی در شرکت‌ها، ظهور صنایع دانش بنیان، فعالیت‌های دولت و سرمایه گذاری این نهاد در صنایع پر ریسک

۱- Competitive Advantage

موجب ایجاد اکوسیستمی مناسب برای ظهور و رشد کسب و کارهای مختلف می‌شود (جوکار و مروتی، ۱۳۹۵: ۷۴).

همچنین این مدل برای تحلیل و تبیین نظام نوآوری و سیاست گذاری توسعه فناوری استفاده می‌شود. در این مدل، دانشگاه‌ها، علاوه بر آموزش و پژوهش به کارآفرینی نیز می‌پردازند. صنعت در کنار تولید کالا و خدمات دست به خلق و انتشار دانش می‌زند و دولت هم به سرمایه‌گذاری دارای ریسک در زمینه‌های دانش، فناوری و خدمات می‌پردازد. بدین ترتیب، مرزهای میان دانشگاه، صنعت و کم رنگ شده و نظام و نوآوری از پویایی بیشتری برخوردار می‌گردد. لوندوال^۱ (۱۹۹۲)، نظام ملی نوآوری را به عنوان یک نظام متناسب برپایه تعاملات کاربران و تولیدکنندگان مانند دانشگاه و صنعت معرفی نمود. ارتباط علم و فناوری و به واقع کنش متقابل و پیوند دانشگاه و صنعت، توسعه علم و فناوری را شتاب بخشیده و این شتاب موجب تسریع در رشد و توسعه اقتصادی و صنعتی می‌شود که توسعه صنعتی نیز مستلزم پیشرفت و توسعه فناوری است و ارتباط مستحکم سه رکن دانشگاه، صنعت و دولت خود عامل شکوفایی هر چه بیشتر صنعت و به تبع آن فناوری در کشورهای آسیایی بوده است (جوکار و مروتی، ۱۳۹۵: ۷۳-۷۲).

ساختن بنگاه‌های رقابتی برای فتح جهان

شرکت‌های آسیایی در حال کسب شایستگی و رقابت در اقتصاد جهانی هستند. مزیت‌های رقابتی چون؛ حمایت دولت، بومی سازی تولیدات و اقتصاد صرفه‌جویی ناشی از مقیاس برای ورود آنها به بازارهای بین‌المللی بسیار موثر بوده است. در ادامه مطلب، نحوه موفقیت پنج شرکت آسیایی که تبدیل به شرکت‌های معتبر در غرب شده‌اند، خواهد آمد. تاریخ نیز به ما یادآور می‌شود که حدود پنجاه سال پیش، سونی و تویوتای ژاپنی در غرب کاملاً ناشناخته بودند، اما ۱۵ سال بعد (حدود ۱۹۸۰) آنها مشهور شدند. آن زمان محققان عنوان کردند که این موفقیت و پدیده‌ها، موج اول آسیایی سازی است، که از سالهای ۱۹۷۰-۱۹۹۰ از ژاپن آغاز شد. در موج دوم آسیایی شدن غیر از ژاپن، کشورهای دیگری نیز حضور دارند که وسعت گستردگی آنها در

جهان به مراتب بیشتر از موج اول است (Segers, 2016:9).

(۴) - شرکت های مورد بررسی

(۴-۱) - شرکت علی بابا^۱

شرکت علی بابا مشهور به غول اطلاعات و تجارت الکترونیکی، در سال ۱۹۹۹ تاسیس شد. این شرکت یک امپراتوری مجازی برای خرده فروشان است که اطلاعات و داده‌های بازار را به صورت رایگان از طریق پلتفرم در اختیار مردم قرار می‌دهد. هدف از راه‌اندازی این پورتال این بود که تولیدکنندگان چینی بتوانند با خریداران خارج از کشور ارتباط برقرار کنند. این شرکت در ابتدا با سرمایه‌گذاری مشترک ژاپن و چین تاسیس شد. علی بابا، بسترهای تجارت الکترونیکی را برای بیش از ۲۴۰ کشور جهان فراهم کرده است. از تفاوت‌های این شرکت با رقبایی چون ای بی بی ۲ این است که علی بابا برخلاف دیگر پلتفرم‌ها، از فروشندگان حق کمیسیون خرید و فروش دریافت نمی‌کند. داشتن روحیه کارآفرینی مدیران شرکت، تمرکز بر تامین نیازهای مشتریان، خرید رقبا و ادغام با آنها، انجام مرتب کنترل کیفی محصولات، مشارکت در امور خیریه برای تبلیغ برند، ارائه وام به بازاریان و سرمایه‌گذاری در بازارهای افقی از جمله رویکردهای این شرکت است (Segers, 2016:13-15).

علی‌بابا، نمونه‌ای از «کسب‌وکار هوشمند» فردا است؛ پلتفرمی مبتنی بر فناوری که نقش‌آفرینان مختلف حوزه کسب‌وکار را در قالب اکوسیستم هماهنگ می‌کند و صرفاً کمپانی تجارت آنلاین نیست، بلکه اگر تمامی بخش‌های مربوط به خرده‌فروشی را بردارید و آن‌ها را به صورت آنلاین در قالب یک شبکه پراکنده و داده‌محور از فروشندگان، بازاریاب‌ها، تامین‌کنندگان خدمات، کمپانی‌های تدارکات و تولیدکننده‌ها تبدیل کنید، به علی‌بابا خواهید رسید. به عبارت دیگر، علی‌بابا آنچه را آمازون^۲، ای‌بی‌بی، پی‌پل^۴، گوگل، فِدکس^۵، عمده‌فروش‌ها و بخش خوبی از

۱ - Alibaba

۲ - Ebay

۳ - Amazon

۴ - PayPal

۵ - FedEx

تولیدکننده‌های آمریکایی انجام می‌دهند، خودش انجام می‌دهد و همچنین کمک‌های سالمی را به بخش خدمات مالی ارائه می‌دهد (زننگ، ۲۰۱۸: ۴۶-۳۴).

استراتژی های شرکت

استراتژی بیگ بائو^۱: به منظور پاسخگویی به نیازهای مشتریان در بازار تجارت، گروه علی بابا با خرید رقبا و ادغام آنها در سیستم خود گسترش یافت. این استراتژی، نه تنها در زمینه تمرکز بر فروش محصولات و خدمات به شرکت‌های دیگر است بلکه در زمینه تمرکز تجارت الکترونیکی بین بنگاه و مصرف کننده- که بیشتر شامل خرده فروش ها می‌شود- نیز کاربرد دارد. همچنین علی بابا، بستری را آماده می‌کند تا کاربران (مشتری‌ها) خودشان با یکدیگر معامله کنند و این اقدام علی بابا نوعی نوسازی و بازسازی بود، زیرا یک استراتژی درست، می‌تواند باعث پوست اندازی شرکت و حتی جهانی شدن آن شود (کمپل، ۱۳۹۹: ۵۸).

استراتژی تامین کننده طلا^۲: استراتژی تامین کننده طلا، اصلی ترین استراتژی علی بابا برای ورود به بازار بین المللی است. در وب سایت علی بابا، تولید کنندگان با نماد طلایی به نمایش در می‌آیند و به آنها اجازه می‌دهد در نتایج جستجو، رتبه بالاتری داشته باشند و این نوع مهر تأیید، باعث افزایش اعتماد تأمین کنندگان آنها می‌شود. استراتژی ماریچ سه گانه (تعامل دولت، دانشگاه و صنعت): بر اساس بررسی‌های انجام شده، دولت چین هلدینگ‌ها را در این راستا، حمایت می‌کند به عنوان نمونه، با فراهم ساختن امکان دسترسی آسان مردم به اینترنت پرسرعت، مردم به سمت استفاده از بازار تجارت آنلاین، تمایل پیدا می‌کنند و تاجران، تجارت خود را توسعه می‌دهند همچنین دولت چین در سال‌های اخیر بر بخش سوم یعنی دانشگاه نیز بیشتر تمرکز کرده است (Segers, 2016:30). داده‌های جمع آوری شده یک تحقیق، از دانشگاه های «جیانوتونگ» و «لیورپول» در شانگهای چین در زمینه نوآوری و توسعه منطقه‌ای، نیز نشان دهنده استقبال دانشگاه‌های این کشور از این مدل است (Liu & Huangb, 2018).

۱- Big Bao Strategy

۲-The Gold Supplier Strategy

استراتژی آنلاین به آفلاین^۱:

در سیستم علی بابا، مشتریان می‌توانند محصولات را به وسیله اسکن کردن یک کد دو رقمی، خریداری نمایند و همچنین می‌توانند با اسکن کردن یک کد دیگر، تحویل گرفتن محصول سفارشی خود را اطلاع دهند. مشتریان همچنین با اسکن کردن کدی دیگر، تبلیغات خاصی را که مایلند به آن‌ها اطلاع داده شود، می‌توانند دریافت کنند. علی بابا برای شتاب دادن به این استراتژی، در حال انجام فعالیت‌های مختلفی، از جمله توجیه بانک‌ها به استفاده از سیستم اسکن کد، مجهز کردن موبایل به موارد ویژه و غیره است (پی، ۱۳۹۶).

(۴-۲) - هوآوی^۲؛ گول ارتباطی از راه دور

این شرکت در سال ۱۹۸۷ میلادی تاسیس شد و ابتدا با دیگر شرکت‌های مخابراتی، در ساخت تلفن همکاری می‌کرد. هوآوی در سال ۲۰۱۲ میلادی با ساخت گوشی تلفن همراه وارد کارزار شد. هوآوی محصولات خود را به دسته‌های مختلف ابر، لوله ۳ و دستگاه، به شرح زیر تقسیم می‌کند:

ابر: ابر استعاره‌ای برای اینترنت است. برنامه‌ریزی شبکه ارتباطات از راه دور، طراحی، نگهداری آی پی، مدیریت منابع، تهیه و فعال سازی، تشخیص شبکه و نظارت بر عملکرد، معماری سیستم و خدمات حرفه‌ای از جمله خدمات این شرکت در این بخش است.

لوله: لوله مخفف زیرساخت‌هایی است که اپراتورها قادر به ساختن یک شبکه هستند. محصول نهایی در لوله، ارتباط داده است که شامل روترها، امنیت شبکه و سوئیچ‌های اینترنت است.

دستگاه‌ها: هوآوی، دستگاه‌هایی را برای استفاده شخصی مانند تلفن‌های همراه و تبلت‌ها تولید می‌کند (بی نا، ۱۳۹۳).

مشتری محوری، بهبود کیفیت و خدمات به مشتری، ارائه محصول با قیمت ارزان، ساخت محصولات نوآورانه، ایجاد درآمد مداوم، سازگاری با محیط زیست، بومی‌سازی و توجه بیش از

۱ - Online-o-offline/ O2O strategy

۲-Huawei

۳-Pipe

حد به ایمنی کارکنان از راهبردهای این شرکت است. چشم انداز این شرکت این است که به یکی از مارک‌های برتر تلفن هوشمند در جهان تبدیل شود. از شعارهای اصلی این شرکت، این است که با نوآوری بالا بروید و ترقی کنید. استفاده از روح گرگ به معنی انعطاف پذیری شدید در مواجهه با شکست از دیگر شعارهای این شرکت چندملیتی است. برخی از منتقدان آن می‌گویند به دلیل حمایت بیش از اندازه دولت چین، غرب و به ویژه آمریکا از قدرت این شرکت اظهار نگرانی نموده و موسسان این شرکت را به جاسوسی برای دولت متهم کرده‌اند. موسسان هوآوی می‌گویند: «رشد سریع محصولات آنها در بازارهای توسعه یافته و بازارهای در حال ظهور به این دلیل است که "استراتژی نوآوری مشتری محور" را به کار گرفته‌اند زیرا آن‌ها را قادر می‌سازد تا تولیدات انعطاف پذیر و ایمن ارائه دهیم که با چالش‌های تجاری اپراتورها مطابقت داشته باشد» (Segers, 2016:80-83) و این اقدام هوآوی، استقبال از استراتژی نسل چهارم بازاریابی است زیرا، برای جذب مصرف کنندگان دیجیتال جدید، باید چشم‌انداز قدیمی ولی با تمرکز فناوری جدید را در نظر گرفت و گرچه تاکنون بازاریابی، سه نسل «محصول محور»، «مشتری محور» و «انسان محور» را پشت سر گذاشته است ولی اکنون به دلیل اهمیت اقتصاد دیجیتال، با نسل چهارم به نام نسل بازاریابی «محصول و مشتری محور» روبرو هستیم (فیلیپ و دیگران، ۱۳۹۸؛ پیشگفتار مولفان).

(۳-۴) - لنوو: تلاش برای تقویت موقعیت در بازار اروپا از طریق نوآوری های جدید

این شرکت چینی در سال ۱۹۸۷ میلادی، آغاز به کار کرد. کیفیت بالای محصولات آن و تنوع رایانه‌ها، لپ تاپ و همچنین تلفن‌های هوشمند مخصوص کاربران خصوصی و کاربران حرفه‌ای و سهولت استفاده و فروش اجناس با قیمت مناسب از ویژگی‌های تولیدات آن است. بنیانگذار این شرکت که معروف به پدرخوانده فناوری اطلاعات چین است، قصد دارد لنوو را به بزرگترین شرکت کامپیوتر شخصی جهان و یک رهبر نو ظهور کامپیوتر شخصی تبدیل کند (

۱ - Customer-centric innovation strategy

۲ -Lenovo

بجاری، ۱۳۹۸ و نیکبخت، ۱۳۹۶)

استراتژی تبلیغ برند چهار در یک^۱: نام تجاری اصلی محصولات، لئو است و در زیر مجموعه آن، مارک‌های فرعی نیز وجود دارد. این مارک‌های فرعی دارای نکات برجسته فنی و یا ویژگی‌های خدمات فنی هستند و برای یک گروه مصرفی خاص از جمله برای خانواده‌ها با شعار «لذت بردن خانواده و تحقق رویاها» و برای روستاییان با شعار، «لذت کافی در روستا»، ارائه شده است. از نظر برخورداری از حمایت‌های دولتی، دولت از این شرکت حمایت زیادی نکرده است و تولید کنندگان معتقدند که برای یک شرکت، برند صرفاً محصول را منعکس نمی‌کند بلکه تجسم کاملی از فرهنگ، تاثیر و ارزش اجتماعی شرکت در این راستا اهمیت دارد.

(۴-۴) - تنسنت^۲؛ نمونه ای از شرکت‌های با راهبرد گسترش خرد و نوآوری

این شرکت هلدینگ چینی در سال ۱۹۹۸ میلادی در زمینه ارائه خدمات شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های گروهی، پورتال‌های وب، تجارت الکترونیک، آنتی ویروس‌ها، مرورگر وب، بازی‌های چندنفره آنلاین و خدمات ارزش افزوده مخابرات شروع به فعالیت کرد. برند جوان چینی، بزرگ‌ترین شرکت بازی جهان، یکی از با ارزش‌ترین برندهای فناوری، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی و یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذارهای خطرپذیر جهان است. شبکه‌های اجتماعی، موسیقی، پرتال‌های تحت وب، تجارت الکترونیک، بازی‌های موبایلی و آنلاین، خدمات اینترنتی، خدمات پرداخت، گوشی‌های هوشمند و بسیاری موارد دیگر در دسته‌ی خدمات تنسنت قرار می‌گیرند و هرکدام در میان برترین‌های حوزه خود قرار دارند. از میان مشهورترین دریافت‌کننده‌های سرمایه از تنسنت می‌توان به اسنپ‌چت^۳، اسپاتیفای^۴، تسلا^۵ و فیلم و سریال‌های هالیوودی اشاره کرد و به همین دلیل تنسنت یکی از بزرگ‌ترین بازیگران دنیای فناوری است و امروز فرمانروای شبکه‌های اجتماعی در چین،

۱-Four-in-One” Brand Promotion Strategy

۲-Tencent

۳- Snapchat

۴-Spotify

۵-Tesla

لقب گرفته است و ارزشی بیش از ۵۰۰ میلیارد دلار دارد و به‌عنوان اولین شرکت آسیایی فعال در حوزه فناوری به این درجه رسید و به‌همراه «بایدو»^۱ و علی‌بابا (موسوم به گروه (BAT))، با بازیگران بزرگ «سیلیکون ولی»^۲ یعنی «فیسبوک»، «آمازون»، «تفلیکس» و «گوگل» موسوم به گروه، (FANG) رقابتی جدی دارند (زارع سریزدی، ۱۳۹۸).

استراتژی شرکت

کپی کردن ایده رقبا از جمله استراتژی‌های این شرکت است. این شرکت، عمدتاً محصولات تولید شده مناسب رقبا در بازار چین را کپی می‌کند (Segers, 2016:117). تنسنت در تلاش برای فرمانروایی در بازار شبکه‌های اجتماعی، از کپی کردن محصولات شرکت‌های دیگر هم ابایی نداشت. آن‌ها زمانی قصد تأسیس نسخه‌ای اختصاصی از «ویبو»^۳ برای خود داشتند، شرکت سینا اولین شبکه اجتماعی را به‌نام ویبو عرضه کرده بود و تنسنت هم نسخه‌ای مشابه را در آوریل ۲۰۱۰ میلادی به بازار ارائه کرد. یکی از سیاست‌های دیگر و همیشگی تنسنت در عرضه سرویس‌ها، به توسعه انواع مشابه و رقابت داخلی آن‌ها اختصاص دارد. «وی‌چت»^۴ هم که امروز به عنوان یکی از سرویس‌های فوق موفق شناخته می‌شود، نتیجه یک رقابت داخلی بود (زارع سریزدی، ۱۳۹۸) زیرا موسسان آن معتقدند که نوآوری تنها از طریق تحقیق و توسعه رخ نمی‌دهد بلکه روش‌های دیگری نیز وجود دارد که برخی از آنها عبارتند از انطباق نوآوری، تغییرات مستمر، تقلید و ترکیب دانش موجود به روش‌های جدید (مومنی، صفردوست و محمد روضه سرا، ۱۳۹۴؛ ۸۸).

همچنین اضافه کردن تصاویر کوچک به یک محصول و بومی سازی آن و استفاده از مدل مارپیچ سه گانه از دیگر استراتژی‌های این شرکت است. این شرکت محصولات خود، از جمله

۱ - Baidu

۲ - سیلیکون ولی (Silicon Valley)، به معنی دره سیلیکون، نام رایج و غیررسمی منطقه‌ای در حدود ۷۰ کیلومتری جنوب شرقی سانفرانسیسکو در ایالات متحده آمریکا است. شهرت این منطقه به دلیل قرار داشتن بسیاری از شرکت‌های مطرح انفورماتیک جهان است (مترجم).

۳ - Weibo

۴ - WeChat

بازی‌ها یا نرم افزارهای پیام رسان را به صورت رایگان ارائه می‌دهد (Segers, 2016:122).

(۴-۵) - اینفوسیس^۱: برند جهانی در خدمات مشاوره فناوری

اینفوسیس، یک شرکت هندی است که در سال ۱۹۸۱ میلادی تاسیس شد و در سطح بین‌المللی در امور خدمات مشاوره‌ای اقتصادی، تکنولوژی اطلاعات و مهندسی فعالیت می‌کند. توجه به مصرف کنندگان دیجیتال، فعالیت در عرصه اقتصادهای نوظهور و تجارت‌های جدید، استفاده از شعار فردای پایدار، اعتقاد به باهوشی و هوشمندی در سازمان، بهینه سازی هزینه، افزایش بهره‌وری در فروش و بهبود اثربخشی از دیگر استراتژی‌ها و رویکردهای این شرکت است. این غول فناوری اطلاعات، پنج پروژه انرژی پاک هند - که به اسکار سبز معروف است - را برای قرار گرفتن در فهرست‌های بین‌المللی هدایت می‌کند (Segers, 2016: 149-151).

استراتژی شرکت

استراتژی ماریپچ سه گانه: اینفوسیس از سال ۲۰۰۴ میلادی، روابط گسترده‌ای را با دانشگاه‌ها در سراسر جهان شروع کرده است. این شرکت با برنامه‌ها و ابتکارات مختلف توانسته دانشجویان مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد از دانشگاه‌های بازرگانی، فناوری و هنرهای آزاد را به فعالیت‌های کارآموزی خود جذب کند (بی‌نا، ۱۳۹۱).

استراتژی مدیریت دانش: اینفوسیس پیاده‌سازی مدیریت دانش را از سال ۱۹۹۹ میلادی آغاز کرد. مراحل بلوغ مدیریت دانش در این شرکت را می‌توان در ۴ بازه زمانی دسته‌بندی نمود. گراف دانش: نمودار دانش (گراف دانش) یک پایگاه داده نموداری است که تمام سیستم‌ها، تعاملات و محتوای موجود در سازمان و ارتباطات آن را ترسیم می‌کند. به عبارت دیگر این گراف به مثابه یک نقشه دانش سازمانی عمل می‌کند.

حافظه دیجیتال: حافظه دیجیتال ابزاری برای یادگیری ماشینی و قابلیت استدلال خودکار است که سیستم‌ها را برای خلق بینش از دانش‌ها به هم متصل می‌کند.

فروشگاه دانش: یک پلتفرم دانش حرفه‌ای و سازماندهی شده است که به طور خودکار فرا داده

تولید می‌کند تا اطمینان حاصل شود که دانش مورد نیاز کاربران به راحتی در جستجوهای آن‌ها ظاهر می‌شود.

مرکز دانش: ابزار جستجوی سازمانی است که با یک ساختار گرافیکی از مفاهیم مرتبط، محتویات دانشی پیشنهادی و شبکه‌هایی از همکاران و کارشناسان متناسب با هر پرسش، پاسخ ارائه می‌کند. طی کردن این ۴ مسیر موجب شد تا این شرکت در سال ۲۰۲۰ میلادی در سطح سوم بلوغ مدیریت دانش قرار بگیرد. همچنین در دوران کووید ۱۹ و اختلالات ایجاد شده بر اثر آن، محیط باثبات و قدرتمندی که توسط مدیریت دانش در سازمان وجود داشت به اینفوسیسی کمک کرد تا شرایط کاری کارکنان را تنها طی سه روز به دورکاری تغییر دهد (زمانی، ۱۴۰۰).

(۴-۶) - مقایسه استراتژی شرکت‌ها

در این جدول، به صورت اختصار، استراتژی شرکت‌های مورد بررسی مقاله با هم مقایسه شده است.

نام شرکت	استراتژی‌ها	مقایسه
علی بابا	بیگ بائو (خرید رقبا و ادغام)، تامین کننده طلا (نشان دادن تولیدکنندگان در سایت با نماد طلایی)، ماریپچ سه گانه (تعامل دولت، دانشگاه و صنعت) و آنلاین به آفلاین،	این شرکت به عنوان یک کسب و کار هوشمند، در مقایسه با ۴ شرکت دیگر، دارای بیشترین استراتژی و همچنین نماد خرده فروشی جهانی است.
هوآوی	نوآوری مشتری محور	این شرکت در مقایسه با سایر شرکت‌ها، بیشتر روی نوآوری و خدمت نوآورانه به مشتری، ارائه تولیدات انعطاف پذیر و ایمن که با چالش‌های تجاری اپراتورها مطابقت داشته باشد، تاکید کرده است.
لنوو	تبلیغ برند چهار در یک، تقلید و ترکیب دانش	لنوو صراحتاً معتقد به تقلید نیست بلکه تقلید را در کنار با ترکیب دانش یک دستاورد جدید می‌داند.
تسنیت	کپی کردن ایده رقبا، ماریپچ سه گانه، اضافه کردن تصاویر کوچک به یک محصول و بومی سازی آن	اعتقاد به کپی کردن ایده رقبا، فقط در تسنیت دیده شد.
اینفوسیسی	ماریپچ سه گانه و مدیریت دانش	در مقایسه با شرکت‌های دیگر، تنها شرکتی است که به مدیریت دانش بسیار پایند و از استراتژی‌های اساسی آن است.

نتیجه گیری

کسب و کارهای آسیایی، با چه استراتژی‌هایی در حال فتح جهان هستند؟ این سوالی بود که تحقیق حاضر تا حدودی به آن پاسخ داد. قاره آسیا، به عنوان یکی از مراکز اصلی کسب و کار و تجارت در جهان به ویژه در حوزه فناوری، دارای رشد قابل توصیفی است. رویکرد کارآفرینی به شرکت‌ها، استفاده از مدل مارپیچ سه گانه، مدیریت منابع انسانی و برندسازی، از جمله استراتژی‌های اساسی این شرکت هاست.

همچنین بهره گیری از صرفه جویی ناشی از مقیاس، اعمال مدیریت استراتژیک برای استفاده حداکثری از ظرفیت فعلی واحدها، استمرار حفظ موقعیت استراتژیک خود در فضای کسب و کار پیش بینی نشده، تعامل با بازارهای محلی و جهانی، داشتن استراتژی جهانی و به دست آوردن مزیت رقابتی از عوامل موفقیت پنج هلدینگ رسانه‌ای آسیایی؛ «علی بابا، هوآوی، لنوو، تنسنت و اینفوسیس» است.

چین از طریق سرمایه انسانی و نیروی کار، افزایش مهارت‌های منابع انسانی و توسعه نوآوری‌های علمی و تکنولوژیکی، بزرگ کردن مقیاس تولید و توسعه تجارت خارجی توانسته بر محدودیت‌های موجود در منابع خود غلبه کند و هند هم با فراهم کردن تجهیزات و امکانات ارزان برای مشتریان در بازارهای سنگاپور، هلند، انگلستان و ایالات متحده در حال بازاریابی و بازارگشایی است.

این اقدامات استراتژیک از سوی این پنج شرکت، نشان دهنده، تاکتیک و راهبرد در پاسخ به ضرورت موجود در محیط پیرامون، حرکت به سمت استراتژی‌های جهانی برای حفظ موقعیت استراتژیک خود در بازار و نشانه هوشمندی است.

از سوی دیگر آنها در کنار برخوردار بودن از حمایت‌های دولتی، برای بومی سازی تولیدات، داشتن روحیه کارآفرینی مدیران شرکت، تمرکز بر تامین نیازهای مشتریان، خرید رقبا و ادغام، انجام مستمر کنترل کیفیت محصولات و مشارکت در امور خیریه برای تبلیغ برند به صورت مداوم تلاش کرده اند.

پیشنهادات

- با توجه به تازگی موضوع تحقیق، پیشنهاد می شود سایر محققان، فعالیت این پنج غول آسیایی را به صورت جامع تر و بر اساس تحقیق های اخیر بررسی کنند.
- با توجه به تغییرات محیطی گسترده و قرار گرفتن در محیط کاری پیچیده و پر از فناوری ها و مقررات در حال تغییر و تهدیدهای رقابتی، ضروری است، تحقیق هایی با رویکرد مقایسه ای شرکت های آسیایی با نمونه های مشابه غربی انجام شود.
- بررسی مقایسه ای شرکت های آسیایی و اروپایی از نظر نحوه اتخاذ استراتژی های رقابتی و جهانی و چندملیتی برای تحقیق های دیگر پیشنهاد می گردد.
- با توجه به اینکه شرکت های مورد بررسی تحقیق پیش رو در کشورهای آسیای شرقی قرار دارند، ضرورت دارد، دلیل عوامل رشد این بخش از آسیا در مقایسه با سایر بخش های آن چون آسیای غربی و خاورمیانه در تحقیق های دیگر مورد بررسی قرار گیرد.
- ضروری است با توجه به قرار گرفتن جهان در شرایط کرونایی، تحقیق هایی پیرامون، استراتژی غول های صنعت رسانه آسیایی برای دوران کرونا و پسا کرونا، انجام شود.

منابع

- آرمسترانگ، مایکل (۱۳۸۶). **مدیریت استراتژیک منابع انسانی (راهنمای عمل)**. ترجمه؛ سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران؛ دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ سوم.
- آکر، دیوید (۱۳۹۵). **مدیریت استراتژیک بازار**. ترجمه؛ احمد روستا و سید رامین هاشمی. تهران؛ انتشارات آریانا قلم، چاپ اول، ویراست دهم.
- احمدی، علیرضا و الهیاری، احمد (۱۳۹۲). **استراتژی رقابت و نوآوری در کسب و کار**. تهران؛ انتشارات تولید دانش.
- استینکامپ، یان بندیک ام. (۱۳۹۹). **استراتژی برند جهانی « بازاریابی آگانه جهانی در عصر برندینگ »**. ترجمه؛ سجاد گلپان و ندا قاسمی. تهران؛ نشر آرنا، چاپ اول.
- الکساندر، آلیسون و همکاران (۱۳۹۰). **اقتصاد رسانه، نظریه و کاربرد**، ترجمه؛ عادل پیغامی، تهران؛ دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها، چاپ اول.

- بجاری، اعظم (۱۳۹۸). **داستان برند لنوو؛ امپراطوری بزرگ تولید کننده کامپیوتر و تجهیزات جانبی**، بازیابی شده در

<https://www.plaza.ir/mag/139810/214840/history-of-lenovo-company/>

- پورتر، مایکل (۱۳۹۶). **استراتژی رقابتی: تکنیک‌های تحلیل صنعت و رقبا**، ترجمه؛ جهانگیر مجیدی و عباس مهریوا. تهران؛ انتشارات رسا، چاپ ششم.
- پی، علی (۱۳۹۶). **تازه ترین استراتژی علی بابا برای کنار زدن رقبا چیست؟** سایت خونبرث، لینک کوتاه شده <https://b2n.ir/t10665>
- جانسون، هانس (۱۳۹۸). **استراتژی کسب و کار بین الملل در کشور، بازارهای نوظهور (رویکرد شبکه نهادی)**، ترجمه؛ مهران رضوانی و همکاران. تهران؛ انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- جوکار، طاهره و مروتی، مرضیه (۱۳۹۵). **بررسی وضعیت روابط دانشگاه، صنعت و دولت در تولیدات علمی بر اساس مدل ماریچ سه گانه**، فصلنامه علمی پژوهشی سیاست علم و فناوری، سال هشتم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۵، صص ۸۴-۷۱
- حیدری، عاطفه (۱۳۹۶). **هفت دلیل اصلی موفقیت شرکت علی بابا**، مجله قرمز لینک کوتاه شده مطلب؛ <https://b2n.ir/e53258>
- خاشعی ورنامخواستی، وحید و ولیان، علیرضا (۱۳۹۷). **مدیریت استراتژیک هلدینگ، چارچوبی برای استراتژی‌های سرپرستی**. تهران؛ انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.
- روشندل، طاهر، شریفی، سید مهدی و لبافی، سمیه (۱۳۹۷). **مدیریت رسانه**، تهران؛ انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
- زارع سربزیدی، مهدی (۱۳۹۸). **داستان برند تنسنت، غول جوان و بلندپرواز دنیای فناوری**، بازیابی شده در:

<https://www.zoomit.ir/2019/7/19/338131/tencent-brand-stor/>

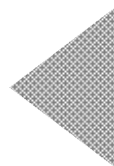
- زاهدی، شمس السادات، الوانی، مهدی و فقیهی، ابوالحسن (۱۳۸۸). **فرهنگ جامع مدیریت**، تهران؛ دانشگاه علامه طباطبایی. چاپ چهارم.
- زمانی، فهیمه (۱۴۰۰). **مدیریت دانش در اینفوسیس**، گروه مشاوره مدیریت دانش دانا، بازیابی شده در لینک کوتاه <https://b2n.ir/s52921>
- زنگ، مینگ (۲۰۱۸). **علی بابا و آینده کسب و کار**، ترجمه توسط نشر نوین، مجله کسب و کار هاروارد، صص ۳۴-۴۶ همچنین قابل دسترسی از طریق لینک زیر

<https://hbrfarsi.org/alibaba-and-the-future-of-business/>

- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۲)، **آشنایی با کارآفرینی**، تهران؛ نشر سپاس، چاپ اول.
- سنگری، نگین، کمپانی، مژگان و صابریان، فاطمه (۱۳۹۸). **بازاریابی رسانه های اجتماعی**، تهران؛ انتشارات ادیبان روز، چاپ اول.
- سوقندی، زهرا (۱۳۹۷). **مدیریت استراتژیک و سیاست های کسب و کار**، مشهد؛ انتشارات متخصصان، چاپ اول.
- صفر دوست، عاصیه، محمد روضه سرا، مریم و مومنی، فرشاد (۱۳۹۴). **تحلیل شکاف نظام مارپیچ سه گانه در صنعت دفاعی کشور**، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره سوم، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۴، صص ۸۱-۱۱۰
- عبدی، عاطفه (۱۳۹۴). **استراتژی شرکت های هلدینگ**. تهران: انتشارات تصویر ذهنی بصیرت، چاپ اول.
- فیلیپ، کاتر و دیگران (۱۳۹۹). **رقبای آسیایی (بازاریابی برای رقابت پذیری در عصر کاربران دیجیتال)**، ترجمه؛ حسین علی سلطانی و فاطمه السادات ابوالمعالی. تهران؛ انتشارات ادیبان روز، چاپ اول.
- کانا، ترن، پالپو، کریشنا و بولاک، ریچارد (۱۳۹۲). **استراتژی های کسب و کار در بازارهای نوظهور؛ راهنمای برنامه ریزی و اجرا**. مترجمان؛ حامد محبی، بنفشه عطرسائی، تهران: انتشارات آریانا قلم، چاپ اول.
- کمپل، اندرو (۱۳۹۹). **استراتژی برای سطح بنگاه های مادر**. ترجمه؛ سید احسان شجاعی و وحیدرضا باقری، تهران؛ انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- کوننگ، لوسی (۱۳۸۹). **مدیریت راهبردی در رسانه؛ از نظریه تا اجرا**. ترجمه؛ دکتر علی اکبر فرهنگی، علیرضا قراگوزلو و مریم خطیب زاده. تهران؛ نشر دانژه.
- لبافی، سمیه (۱۳۹۹). **یادداشت های کلاس درس استراتژی رسانه ای مقطع دکترا**، دانشگاه تهران، پردیس ارس، ترم دوم تحصیلی مدیریت رسانه ۱۳۹۸-۱۳۹۹.
- لمونت، داگلاس (۱۳۹۵). **استراتژی جهانی، چگونه جهانی شویم؟**، ترجمه؛ اسفندیار نوروزی و حسن نصیری قیداری، تهران؛ انتشارات صفیر سیمرغ، چاپ اول.
- مشاور، یوسف (۱۳۹۸). **استراتژی رقابتی**، تهران؛ انتشارات حافظ پژوه، چاپ اول.
- نیکبخت، بنفشه (۱۳۹۶). **داستان برند: لنوو، بزرگ ترین تولیدکننده کامپیوتر شخصی در دنیا**، بازیابی شده در لینک زیر <https://www.zoomit.ir/brand-story/192128-lenovo>
/brand-story

- Chan-Olmsted, Sylvia M (2008). **Competitive strategy media firms(Strategic and Brand Management in Changing Media Markets)**, Lawrence Erlbaum Associates, Publisher Mahwah, New Jersey.
- Linton, Jonathan (2018) **Understanding international product strategy in multinational corporation through new product development approaches and evolution**, *Technovation*, (August–September 2018, Volumes 76–77, Pages 1-78 .
- Noam, Eli M. (2019), **Strategy Planning in Media and Information Firms**, New York, Springer Publishing.
- Rien T. Segers (2016). **Multinational Management (A Casebook on Asia’s Global Market Leaders)**, New York. Springer.
- Yipeng Liua, Qihai Huangb (2018). **University capability as a micro-foundation for the Triple Helix model: The case of China** <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166497218301263?via%3Dihub>.

بررسی عوامل کلان اقتصادی مؤثر بر نرخ پس انداز خانوارهای شهری: رهیافت رگرسیون کوانتایل



دکتر سید کمال صادقی^۱

سعید اکبرپور^۲

مهیا کریمزاده خسروشاهی^۳

(تاریخ دریافت ۹۹/۷/۳ - تاریخ تصویب ۹۹/۱۱/۳)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

چکیده

در ادبیات اقتصادی نرخ پس انداز خانوارها برآیندی از کلیه سیاست‌های اقتصادی، جمعیتی، اجتماعی و نهادی دولت و بخش عمومی می‌باشد که شناسایی اثر هر کدام از این عوامل می‌تواند باعث تسریع فرایند توسعه اقتصادی و همچنین کارایی سیاست‌های رفاه عمومی شود. هدف این پژوهش بررسی عوامل کلان اقتصادی مؤثر بر نرخ پس انداز خانوارهای شهری است. بدین منظور این تحقیق با استفاده از رگرسیون چندکی (کوانتایل) طی بازه ۱۳۶۱-۱۳۹۶ مورد بررسی قرار گرفته است. توزیع نرمال و کرنل نرخ پس انداز خانوارهای شهری حاکی از وجود چولگی منفی شدید و داده‌های پرت در سری زمانی نرخ پس انداز خانوارهای شهری دارد. طبق نتایج

۱- دانشیار، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز

۲- دانشجوی دکتری اقتصاد مالی، پردیس بین‌المللی ارس، دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول) sakbarpour80@gmail.com

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه خوارزمی

حاصل از اجرای رگرسیون کوانتایل متغیرهای رشد اقتصادی، نرخ تورم، نرخ وابستگی، نرخ بهره حقیقی و نرخ ارز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری در چندک‌های مختلف دارند. سرریز رشد اقتصادی بر نرخ پس‌انداز خانوارها در تمامی سال‌ها یکسان نیست و اثرش نیز نامتقارن است. تورم نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته و در چندک‌های پایین تأثیر مثبت و معنادار و در چندک‌های میانی تأثیر منفی و معنادار دارد. در مقابل هزینه‌های تأمین اجتماعی تأثیر مثبت معنادار و متقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته و در بیشتر چندک‌ها باعث افزایش آن می‌شود.

کلمات کلیدی: نرخ پس‌انداز، تأمین اجتماعی، پیمایش هزینه - درآمد خانوار، رگرسیون کوانتایل.

مقدمه

طبق مدل‌های رشد درون‌زا و برون‌زا نرخ پس‌انداز به‌عنوان یک متغیر مهم در توضیح پدیده رشد اقتصادی در داخل کشور مطرح است هرچند به‌اندازه کافی در توضیح تفاوت‌های درآمدی بین کشورها ناموفق بوده است. طبق نظریه رشد هارود - دامار^۱ تأکید رشد اقتصادی به میزان پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری و نسبت سرمایه - تولید افزایشی در اقتصاد بستگی دارد. طبق مدل رشد سولو تغییر دایمی در نرخ پس‌انداز، صرفاً بر سطح متغیرهای حقیقی تأثیر می‌گذارد و بر رشد متغیرها تأثیری ندارد. در این مدل تغییر نرخ پس‌انداز، مسیر رشد متعادل اقتصاد را تغییر می‌دهد؛ یعنی سطح تولید سرانه در هر نقطه‌ای از زمان افزایش می‌یابد^۲، اما نرخ رشد تولید سرانه روی مسیر رشد متعادل را تغییر نمی‌دهد (رومر، ۱۳۸۸: ۳۳). در مدل‌های رشد درون‌زا نرخ رشد تولید سرانه به نرخ رشد دانش بستگی دارد و نرخ رشد تولید دانش نیز تابعی از میزان سرمایه و کار مورداستفاده در تحقیق و توسعه و به سطح اولیه تکنولوژی بستگی دارد؛ بنابراین افزایش سطح پس‌انداز لازمه دستیابی به رشد اقتصادی مستمر می‌باشد و پس‌انداز خانوارها از طریق فراهم‌سازی منابع مالی لازم برای سرمایه‌گذاری و ایجاد ظرفیت‌های جدید دستیابی به

1- Harrod-Domar growth theory

۲- طبق این مفهوم شعار "جهش تولید" با افزایش نرخ پس‌انداز میسر است.

تولید سرانه بالاتر را ممکن می‌سازد (دودکانلوی میلان و همکاران، ۱۳۹۷).

بررسی پویایی‌های نرخ پس‌انداز خانوار در مناطق شهری و روستایی می‌تواند اطلاعات مفیدی را در باره تأثیر سیاست‌های اقتصادی و حمایتی دولت‌ها و کارایی آنها در اختیار سیاست‌گذاران و پژوهشگران و سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) قرار دهد. طبق پیشینه پژوهشی نرخ پس‌انداز خانوار برآیندی از کلیه سیاست‌های اقتصادی، جمعیتی، اجتماعی و نهادی دولت و بخش عمومی می‌باشد که شناسایی اثر هر کدام از این عوامل می‌تواند باعث تسریع فرایند توسعه اقتصادی و رفاه عمومی شود. همچنین عوامل تأثیرگذار بر نرخ پس‌انداز را می‌توان در دودسته یا گروه خرد^۱ و کلان^۲ نیز تقسیم کرد. عوامل خرد مختص ویژگی‌های جمعیتی، روان‌شناختی خانوار بوده و عوامل کلان نیز مربوط به محیط اقتصاد کلان بوده و خارج از اختیار خانوارها می‌باشد (آرون و میهسکو^۳، ۲۰۱۴). طبق نظریه چرخه زندگی مودیگلیانی^۴ (۱۹۹۶) مصرف و پس‌انداز هر عامل تابع چرخه زندگی بوده و شهروندان با مصرف کمتر در دوران جوانی و پس‌انداز بیشتر در این ایام، در دوران بازنشستگی دارای نرخ پس‌انداز منفی می‌شود. نوسانات اقتصادی و تورم با اثر منفی بر نرخ‌انداز رفاه خانوارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (مودیگلیانی، ۱۹۹۶: ۱۷۰). در حالت کلی طرف‌داران اقتصاد کلاسیکی و نئوکلاسیک‌ها معتقدند تنها افزایش نرخ پس‌انداز است که باعث بهره‌وری و افزایش تولید و رفاه می‌شود در حالی طرف‌داران نظریه‌ی کینز درباره‌ی پس‌انداز معتقدند که خست و پس‌انداز چون موجب کنار گذاشتن بخشی از کالاهای تولید شده می‌شوند، در نهایت باعث کاهش نرخ پس‌انداز در اقتصاد می‌شود (منکیو، ۱۳۹۵). همچنین پس‌انداز در اقتصاد اسلامی برخلاف اقتصاد متعارف، در چهارچوب اخلاق اسلامی بحث شده و نوع تحلیل آن متفاوت است (بختیاری و نظری، ۱۳۹۴).

بر طبق آمار صندوق بین‌المللی پول ایران در سال ۲۰۱۵ در بین کشورهای دنیا از لحاظ نرخ پس‌انداز ملی ناخالص با نرخ ۳۴.۵ درصد (دولتی ۱ درصد و خصوصی خانوار ۳۳.۵ درصد) در رتبه ۱۶ قرار دارد. در این رتبه‌بندی کشورهای چین، قطر و سنگاپور در رتبه‌های اول تا سوم قرار

1- Micro

2- Macro

3- Aron and Mihaescu

4- Modigliani

گرفته‌اند. بر طبق آمار بانک جهانی نیز روند نرخ پس‌انداز ملی ایران طی دوره ۱۹۸۰-۲۰۱۶ ابتدا افزایشی بوده و سپس روند نزولی به خود گرفته است. این نرخ در ابتدای دوره ۴۷.۸۶ درصد بوده در حالی که در سال ۲۰۱۶ برابر ۳۷.۴۴ درصد^۱ و در سال ۲۰۱۵ برابر ۳۴.۵۱ درصد بوده است. همچنین نرخ پس‌انداز ناخالص ملی ایران بالاتر از متوسط جهانی است (بانک جهانی، ۲۰۱۹). شایان‌ذکر است که محاسبه نرخ پس‌انداز از بعد کلان و خرد منجر به نتایج متفاوتی می‌شود که در این پژوهش نرخ پس‌انداز خانوارها از که از روش هزینه - درآمد به‌دست آمده مورد توجه قرار گرفته شده است. هدف این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر نرخ پس‌انداز خانوارها در مناطق شهری توسط رگرسیون کوانتایل است. علی‌رغم اینکه مطالعات تجربی بسیاری درباره تعیین‌کننده‌های نرخ پس‌انداز ملی و داخلی هم در داخل کشور و هم در خارج کشور صورت گرفته است، ولی در داخل کشور مطالعات اندکی به بررسی عوامل مؤثر بر نرخ پس‌انداز خانوارها پرداخته‌اند. این پژوهش در راستای پاسخ‌گویی به سؤال مهم مقابل است: آیا شدت تأثیرگذاری متغیرهای توضیحی بر چندک‌های ۱۰ و ۹۰ درصد (دهک‌های اول تا نهم) نرخ پس‌انداز خانوارهای مناطق شهری یکسان است؟ نوآوری این مقاله هم در عنوان و هم در استفاده از داده‌های پیمایشی هزینه - درآمد مرکز آمار ایران (جهت محاسبه نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری) و استفاده از رگرسیون کوانتایل می‌باشد. مزیت مهم استفاده از رگرسیون چارکی پایداری در مقابل داده‌های پرت^۲ یا دورافتاده است که به جهت استفاده از داده‌های پیمایشی برای محاسبه نرخ پس‌انداز این ویژگی بیش‌ازپیش اهمیت می‌یابد؛ چرا که در داده‌های پیمایشی وجود مقادیر پرت مرسوم است.

ادامه مقاله بدین صورت تنظیم شده است؛ در بخش دوم مبانی نظری و پیشینه پژوهشی مرور شده و در ادامه روش‌شناسی مطالعه بیان شده و نحوه تخمین ضرایب و کشش‌ها توسط رگرسیون کوانتایل توضیح داده می‌شود. در بخش بعدی نتایج آزمون‌های تشخیصی و ریشه واحد و مانایی ارائه شده و مدل تصریحی تخمین زده می‌شود. بخش پنجم به بحث و نتیجه‌گیری اختصاص یافته و در آخر نیز پیشنهادهای سیاستی برای پژوهشگران و سیاست‌گذاران ارائه شده است.

۱- مقادیر ۲۰۱۶ به‌صورت پیش‌بینی می‌باشد.

۱- مبانی نظری و پیشینه پژوهشی

به طور کلی، سه تعریف منطبق بر هم از مفهوم پس انداز ارائه می شود که هر یک در زمینه ای کاربرد دارند (کميجانی و رحمانی، ۱۳۷۲). الف) پس انداز، عبارت است از افزایش در ثروت خالص (چه برای خانوار و چه در سطح کل اقتصاد) که در طی یک دوره حسابداری انجام می شود. این افزایش در ثروت خالص می تواند در یکی از اجزای ثروت یعنی موجودی سرمایه - ی حقیقی، پول و یا اوراق مشارکت دولتی در دست مردم باشد. بر اساس این تعریف خالص ثروت بخش خصوصی را می توان به صورت مجموعه ی حقیقی موجودی سرمایه ی بخش خصوصی، پول و اوراق مشارکت دانست. ب) پس انداز، عبارت است از درآمد خرج نشده که این تعریف بیش از تعاریف دیگر مورد توجه بوده و در عین حال محدودتر است و ج) پس انداز عبارت است از عرضه ی سرمایه که در این تعریف پس انداز بیشتر از این دید مورد توجه قرار می گیرد که آیا به عنوان منابع مالی برای تشکیل سرمایه، عرضه ی کافی وجود داشته است. چه بسا طبق تعاریف اول و دوم، پس انداز وجود داشته باشد، اما به عرضه ی سرمایه تبدیل نشده باشد.

پس انداز بخشی از درآمد خانوارهاست که در دوره مورد بررسی به مصرف نرسیده و خانوارها مصرف آن را به امید مصرف بیشتر و بهتر در آینده، به تأخیر انداخته اند. این وجوه معمولاً در بازار مالی (مؤسسات پولی و اعتباری یا بازار سرمایه) سپرده گذاری یا پس انداز می شوند. اقتصاد یک جامعه هر چقدر در جذب پس اندازها و هدایت آنها به سمت سرمایه گذاری های ثابت، موفق تر و به سامان تر عمل کند، در جهت رشد و توسعه بیشتر حرکت خواهد کرد (شریف، ۱۳۸۷). در این مطالعه از تفاوت درآمد و مخارج کل خانوارها به عنوان پس انداز خانوار استفاده شده است که به منظور محاسبه آن از اطلاعات درآمد - هزینه خانوارها که توسط مرکز آمار ایران منتشر می شود استفاده شده است. کینز^۱ معتقد بود که عوامل مختلفی بر تصمیمات مصرف تأثیرگذار است؛ اما در کوتاه مدت مهم ترین عامل تأثیرگذار، درآمد است. پس انداز کردن کم کردن مصرف نیست بلکه تنها کم کردن نسبت درآمد خرج شده در مصارف جاری است. در

1-Keynes

زمانی که درآمدها افزایش می‌یابند بهره‌مندان از آن‌ها تمایل دارند که مصارف خود را توسعه دهند ولی نه به نسبت تمام افزایش درآمد؛ بنابراین کاهش «مطلق» مصارف وجود ندارد. ولی درآمد پس‌انداز شده به تدریج که درآمدها افزایش می‌یابد، به نسبتی سریع‌تر از مصارف توسعه پیدا می‌کنند. در حالت کاهش درآمدها جریان امر معکوس است، یعنی نسبت پس‌انداز تدریجاً هرچه درآمد کمتر می‌شود بیشتر کاهش می‌یابد. همچنین کینز بر این باور بود که پس‌انداز به اصطلاح، نوعی کالای لوکس است؛ بنابراین وقتی درآمد افراد اضافه می‌شود، انتظار می‌رود ثروتمندان در مقایسه با فقیران درصد بیشتری از درآمد خود را پس‌انداز کنند، در نتیجه مطالب مذکور رابطه مثبت بین میزان درآمد و پس‌انداز را نشان می‌دهد (منکیو^۱، ۱۹۹۱). علاوه بر درآمد، رشد درآمد نیز تعیین‌کننده پس‌انداز می‌تواند باشد مودیگلیانی (۱۹۶۶) استدلال می‌کند که نرخ رشد بالاتر (چه به دلیل رشد جمعیت یا رشد بهره‌وری)، با عدم تغییر نرخ‌های پس‌انداز بر اساس گروه سنی، در مجموع پس‌انداز را افزایش می‌دهد، طبق مدل چرخه زندگی کشورهای که رشد درآمد سرانه فزاینده‌ای دارند، باید نرخ پس‌انداز بالاتری نیز داشته باشند. علت این موضوع نیز واضح است، زیرا در شرایط رشد سریع درآمد سرانه، درآمدهای نیروی کار شاغل که در دوران فعالیت خود به سر می‌برند و در این سنین بالاترین پس‌انداز را دارند، نسبت به درآمد افراد بازنشسته و سالخورده با روند بیشتری افزایش می‌یابد و در واقع، سهم نیروی کار در دوران فعالیت از درآمد ملی بالاتر می‌رود و با توجه به نرخ پس‌انداز بالاتر آن‌ها باید پس‌انداز افزایش یابد (مودیگلیانی و برومبرگ^۲، ۱۹۵۴؛ مودیگلیانی و آندو^۳، ۱۹۵۷؛ مودیگلیانی، ۱۹۷۰).

نرخ وابستگی (نسبت جمعیت ۰ تا ۱۴ و بالای ۶۵ سال به جمعیت فعال (۱۵-۶۴ سال)) یکی از دلایل اصلی مؤثر بر نرخ پس‌انداز است. لِف^۴ (۱۹۶۹) به رابطه منفی بین پس‌انداز خانوارها و نرخ وابستگی اشاره می‌کند. زیرا افزایش نرخ وابستگی باعث افزایش تقاضا و مخارج مصرفی می‌شود و از سویی دیگر باعث افزایش مخارج دولت شده و در حالت کلی باعث کاهش پس‌انداز

1-Mankiw

2- Modigliani & Brumberg

3- Modigliani & Ando

4-Leff

می شود (کیلیت و همکاران^۱، ۲۰۰۹). این متغیر خود تحت تأثیر نرخ رشد جمعیت، ساختار سنی جمعیت و نرخ بیکاری است. یکی از کاربردهای مدل سیکل زندگی اهمیت ساختار سنی جمعیت بر روی مصرف و پس انداز است. با توجه به ساختار سنی جمعیت در مرحله کودکی بخش مهمی از ظرفیت‌های اقتصادی صرف برطرف نمودن نیازهای مصرفی این مرحله می‌شود. اما در مرحله دوم و سوم جمعیت واقع در سن اشتغال (۶۴-۱۵) افزایش می‌یابد که این مرحله به فرصت جمعیتی یا پنجره جمعیتی معروف است. در ارتباط با این موضوع رز^۲ معتقد است که در اثر کاهش باروری، ساختار سنی جمعیت تغییر کرده و به این معناست که سرمایه‌گذاری کمتری برای تأمین هزینه‌ها و نیازهای گروه‌های سنی جوان و میان‌سال که در سن اشتغال قرار دارند لازم است. جمعیت در سن کار از پتانسیل بیشتری برای کسب و پس انداز پول برخوردار است. میزان تولید نسبت به مصرف در این دوره افزایش یافته که به معنای افزایش تولید سرانه و به دنبال آن افزایش میزان پس انداز خانوارها است. مرحله سالخوردگی نشان‌دهنده افت اساسی در میزان باروری است که تأمین هزینه‌های این مرحله از زندگی و مصرف بیشتر در این دوره میزان پس انداز خانوارها را کاهش می‌دهد (رز، ۲۰۰۴).

از دیدگاه کلان و بنگاه‌های اقتصادی نرخ بهره قیمتی است که برای دریافت اعتبار یا پول پرداخت می‌گردد و یا برخی در اصطلاح آن را هزینه اجاره پول عنوان می‌کنند. از دیدگاه خانوارها می‌توان گفت نرخ بهره جایزه به تعویق انداختن مصرف (پس انداز) است. در واقع نرخ بهره در اقتصاد سازوکاری را ایجاد می‌کند که جامعه را در تصمیم به چگونگی تخصیص درآمد به کالاها و خدمات در طی زمان راهنمایی می‌کند. نرخ بهره دارای دو اثر درآمدی و جانشینی است. از دیدگاه اثر درآمدی افزایش نرخ بهره واقعی، ارزش فعلی درآمدهای آتی را کاهش می‌دهد و بنابراین تأثیر منفی بر پس انداز دارد. از طرفی طبق اثر جانشینی بازده پس اندازها را افزایش می‌دهد و باعث توجه بیشتر به پس اندازهای حال حاضر می‌شود. به عبارت دیگر، منجر به تعویق مصرف طی دوره شده و تأثیر مثبت بر پس انداز دارد؛ بنابراین تأثیرات نرخ بهره واقعی به وسیله قدرت نسبی این دو اثر متضاد مشخص می‌شود که می‌تواند (لوایزا و همکاران^۳، ۲۰۰۰).

1-Kibet et al.

2-Rooz

3-Loayza et al

بلانچارد و فیشر معتقدند افزایش پس‌انداز تأمین اجتماعی، دقیقاً با کاهش پس‌انداز خصوصی به‌گونه‌ای خنثی می‌شود که پس‌انداز کل تغییری نکند، به دلیل اینکه در نظام تأمین اجتماعی، نرخ بازدهی در نظر گرفته شده با نرخ بازده پس‌انداز خصوصی برابر است، بنابراین درست مثل این است که نظام تأمین اجتماعی بخشی از پس‌انداز هر فرد را برداشته و خود، همان مبلغ را سرمایه‌گذاری کرده است بدیهی است که مصرف‌کننده در مورد اینکه چه کسی پس‌انداز را تحقق می‌بخشد بی‌تفاوت بوده و فقط به نرخ بازده توجه دارد، به این معنا که مصرف‌کنندگان از طریق پس‌اندازهای خصوصی همه پس‌اندازهایی را که نظام تأمین اجتماعی از طرف آن‌ها انجام داده است، خنثی می‌نماید (بلانچارد و فیشر^۱، ۱۹۸۷). اثرگذاری تأمین اجتماعی بر پس‌انداز خانوارها ابعاد مختلفی دارد اولین بعد آن اثر ثروت است که ممکن است موجب شود افزایش بازنشستگی باعث کاهش پس‌انداز افرادی شود که مستمری به آن‌ها تعلق خواهد گرفت. در این صورت، احتمالاً ثروت تأمین اجتماعی جایگزین ثروت شخصی می‌شود. بعد دیگر آن اثر بازنشستگی است که بیان می‌کند تأمین اجتماعی موجب زودتر بازنشسته شدن افراد تحت پوشش می‌گردد و در این موقعیت افراد جامعه به دلیل رویارویی با کاهش مدت اشتغال در طول زندگی بیشتر پس‌انداز کرده و به دنبال آن پس‌انداز خانوارها افزایش می‌یابد و در نهایت بعد سوم اثر ارثیه تأمین اجتماعی می‌باشد که انگیزه‌های پس‌انداز بخش خصوصی را افزایش می‌دهد زیرا با وجود سیستم پرداخت تأمین اجتماعی انگیزه ارث برای نسل‌های آینده پررنگ‌تر جلوه می‌کند، بنابراین پس‌انداز افزایش می‌یابد (بهرامی و پروانه، ۱۳۸۴).

همچنین تورم ناشی از وضعیتی است که در اقتصاد سطح عمومی قیمت‌ها به طور بی‌رویه یا بی‌تناسب و مداوم و غالباً به‌صورت غیرقابل‌بازگشت افزایش می‌یابد. اثر تورم بر پس‌انداز قابل‌بحث است. تورم باعث کاهش ارزش دارایی‌های ثابت مانند اوراق قرضه می‌گردد و از این دیدگاه با کاهش ثروت واقعی، پس‌انداز افزایش می‌یابد. ضمناً در محیط تحدید شده مالی که در کشورمان پابرجاست، با افزایش تورم نرخ واقعی بهره منفی می‌شود و تمایل به مصرف افزایش، در نتیجه میل به پس‌انداز کاهش می‌یابد. در دوران تورم هنگامی که درآمدهای اسمی هماهنگ با افزایش قیمت‌ها افزایش نیابد یکی از اثرات تورم کاهش قدرت خرید

مصرف کنندگان است و بنابراین مجبورند که از خرید بعضی از کالاها و خدمات چشم‌پوشی کنند که این چشم‌پوشی اجباری از مصرف پس‌انداز اجباری خوانده می‌شود (پیرایی و همکاران، ۱۳۹۲)؛ بنابراین رابطه منفی بین تورم و پس‌انداز برقرار است که علت اصلی آن به این صورت است که مردم سعی دارند سطح رفاه خود را ثابت نگه دارند و به دلیل وجود تورم سطح مخارج مصرفی افزایش می‌یابد که در حالت کلی باعث کاهش پس‌انداز خانوارها می‌شود (هوریکا و وان^۱، ۲۰۰۷). به عقیده این اقتصاددان‌ها اثرات مصرفی تورم بیشتر از اثرات سرمایه‌گذاری آن است؛ زیرا تورم باعث افزایش مخارج مصرفی می‌شود که در نتیجه باعث کاهش توان پس‌انداز می‌شود.

۱-۱. پیشینه پژوهشی

گولالتی و تیمان^۲ (۱۹۹۷) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر پس‌انداز خصوصی در آمریکای لاتین و جنوب شرق آسیا با استفاده از روش پنل دیتا طی دوره ۱۹۹۵-۱۹۷۵ پرداختند. نتایج این مطالعه نشان‌دهنده آثار منفی کسری بودجه دولت، ترتیبات تأمین اجتماعی، تورم و بار تکفل بر روی پس‌انداز خصوصی است و همچنین بر اساس این مطالعه پس‌انداز بازنشستگی، توسعه بازارهای مالی، درآمد سرانه، رشد تولید و رابطه مبادله بر روی پس‌انداز خصوصی تأثیر مثبت دارند.

احمد و همکاران^۳ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر پس‌انداز خانوارها در کشور پاکستان برای سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۷۲ پرداخته‌اند. در این مطالعه از تکنیک سنجی یوهانسون - یوسیلیوس و مدل تصحیح خطا استفاده شده است. نتایج این مطالعه نشان‌دهنده رابطه معکوسی بین پس‌انداز خانوارها و متغیرهای نرخ وابستگی سنی و تورم است. بعلاوه اثر خارجی پس‌انداز عمومی کمتر از پس‌انداز خصوصی در این کشور است. همچنین از این مطالعه می‌توان این نتیجه را گرفت که یک رابطه مثبت بین متغیرهای درآمد سرانه، نرخ بهره و رشد درآمد سرانه با پس‌انداز خانوارها وجود دارد.

1-Horioka and Wan

2-Dayal-gulalti&Thimann

3- Ahmad

بیزوک و موسالم^۱ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای بر اساس نمونه‌ای شامل ۴۸ کشور توسعه‌یافته و در حال توسعه طی دوره زمانی ۲۰۰۴-۱۹۸۰ با استفاده از تکنیک پانل دیتا به بررسی عوامل تعیین‌کننده پس‌انداز ملی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که نرخ وابستگی در دوران پیری و نرخ شهرگرایی بر پس‌انداز ملی تأثیر منفی دارد. در حالی که نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، نرخ تورم و شرایط تجارت و وضعیت حساب جاری تأثیر مثبت بر روی پس‌انداز ملی داشته‌اند.

هوریکا و وان^۲ (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای به بررسی رفتار پس‌انداز خانوارها در استان‌های چین طی دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۴ پرداخته‌اند. متغیرها شامل نرخ پس‌انداز، نرخ رشد درآمد، نرخ بهره واقعی، نرخ تورم و ساختار سنی جمعیت بود. با بهره‌گیری از روش‌شناسی داده‌های تابلویی پویا نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که نرخ پس‌انداز، نرخ رشد درآمد، نرخ بهره واقعی، بر پس‌انداز خانوارها تأثیر مثبت دارد. تأثیر متغیرهای تورم و ساختار سنی جمعیت بر پس‌انداز خانوارها منفی است.

اسماعیل و رشید^۳ (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به بررسی نقش عوامل تعیین‌کننده پس‌انداز خانوارهای پاکستانی را به روش همگرایی یوهانسون طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۷۵ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که اثر تولید ناخالص داخلی سرانه، رشد تولید ناخالص داخلی سرانه و پس‌انداز عمومی بر پس‌انداز خانوارها در بلندمدت و کوتاه‌مدت مثبت و معنی‌دار بوده و اثر نرخ وابستگی و نرخ تورم بر پس‌انداز خانوارها در بلندمدت و کوتاه‌مدت منفی و معنی‌دار است.

سامانتارایا و پاترا^۴ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای به بررسی تعیین‌کننده‌های پس‌انداز خانوارها به روش ARDL برای کشور هندوستان طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۲ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که میزان تولید ناخالص داخلی، نرخ وابستگی سنی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر پس‌انداز خانوارها در بلندمدت و کوتاه‌مدت دارد. اثر نرخ تورم و نرخ بهره بر پس‌انداز خانوارها در بلندمدت و کوتاه‌مدت منفی و معنی‌دار است.

1-Bebezuk&Musalem

2-Horioka& Wan

3-Ismail& Rashid

4-Samantaraya&Patra

وین و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل تعیین‌کننده پس‌انداز خانوار در آفریقای جنوبی طی دوره ۲۰۰۸ - ۲۰۱۲ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که درآمد خانوار، موفقیت تحصیلی و وضعیت اشتغال تأثیر مثبتی بر پس‌انداز خانوارها دارد. اثر ساختار سنی جمعیت بر پس‌انداز خانوارها منفی است.

کسنگو و اکران^۲ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی تعیین‌کننده‌های پس‌انداز خانوار در آفریقا طی دوره ۱۹۸۰-۲۰۱۶ پرداخته‌اند. آنها بدین منظور از داده‌های فصلی و روش VAR بیزی استفاده کردند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بین میزان پس‌اندازهای خانوار و تولید ناخالص داخلی واقعی، منفی و معناداری وجود دارد. یک رابطه بلندمدت منفی میان پس‌اندازهای خانوار و تعادل بودجه دولتی نشان می‌دهد که هر دو نرخ تورم و تعمیق مالی تأثیر منفی در سطح پس‌اندازهای خانوار دارند.

کرمی و مجتهد (۱۳۸۲) در مطالعه‌ای به بررسی اثر رشد اقتصادی، در آمد سرانه، بار تکفل، تورم و تحولات ناشی از انقلاب بر نرخ پس‌انداز در اقتصاد ایران طی دوره زمانی ۱۳۷۹-۱۳۳۸ پرداخته‌اند. نتایج حاصل از برآورد الگو با استفاده از روش خود توضیح با وقفه‌ای گسترده (ARDL) نشان می‌دهد که الگوی پویای ما به سمت الگوی بلندمدت خود حرکت می‌کند. نرخ پس‌انداز ناخالص ملی نسبت به متغیرهای مستقل، عملکردی یکسان در کوتاه‌مدت و بلندمدت از خود نشان می‌دهد، به‌طوری که اثر رشد اقتصادی و درآمد سرانه بر نرخ پس‌انداز مثبت و اثر نرخ تورم بر نرخ پس‌انداز منفی است. از طرف دیگر اثر بار تکفل بر نرخ پس‌انداز منفی است، لذا هر چه رشد جمعیت بالا باشد یا نرخ بیکاری افزایش یابد باعث افزایش بار تکفل و در نتیجه کاهش پس‌انداز خواهد شد.

بهرامی و اصلانی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل تجربی تعیین‌کننده پس‌انداز بخش خصوصی در اقتصاد ایران را طی دوره ۱۳۴۷-۱۳۸۰ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان‌دهنده آثار مثبت افزایش درآمد قابل تصرف بخش خصوصی، بهبود وضعیت توزیع درآمد و توسعه‌یافتگی هر چه بیشتر بازارهای مالی و اثر منفی افزایش هزینه‌های تأمین اجتماعی بر پس‌انداز بخش خصوصی است.

1-Zwane et al.

2-Kasongo&Ocran

ابریشمی و نامور (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر پس‌انداز خصوصی طی دوره ۱۳۸۱-۱۳۳۸ با استفاده از روش، روش هم‌جمعی یوهانسون - یوسیلیوس پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهند که توسعه نظام مالی و متغیرهای دسترسی به اعتبارات و کسری بودجه تأثیر منفی بر پس‌انداز خصوصی دارند.

سعدی (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر پس‌انداز داخلی ایران با استفاده از روش انگل‌گرنجر و داده‌های سری زمانی طی سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۵۰ پرداخته است. در نهایت به این نتایج دست یافتند که رشد تولید ناخالص داخلی، موازنه حساب جاری، رشد جمعیت، تغییرات قیمت نفت و رابطه مبادله، همگی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر پس‌انداز داخلی دارند و همبستگی بین نرخ پس‌انداز و تورم منفی است.

پیرایی و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل تعیین‌کننده پس‌انداز بخش خصوصی در ایران با استفاده از روش هم‌جمعی یوهانسون - یوسیلیوس و مدل تصحیح خطای برداری طی دوره ۱۳۴۵-۱۳۸۸ پرداخته‌اند. در این مقاله اثر متغیرهایی مانند نرخ واقعی ارزش محدودیت قرض، بار تکفل، تولید ناخالص داخلی، نرخ بهره، نرخ تورم و تحولات ناشی از جنگ و درآمدهای نفتی در اقتصاد ایران مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که اثر تولید ناخالص داخلی، نرخ بهره و شوک‌های حاصل از درآمدهای نفتی در سال ۵۳ بر پس‌انداز خصوصی مثبت و اثر نرخ واقعی ارزش، نرخ تورم، بار تکفل و تحولات ناشی از جنگ تحمیلی بر پس‌انداز خصوصی منفی است از طرف دیگر اثر محدودیت قرض بر پس‌انداز خصوصی مبهم است. در این مقاله ضریب تصحیح خطای برداری منفی و برابر با $0/90$ است و نشان می‌دهد که اگر یک شوک پس‌انداز بخش خصوصی را تحت تأثیر قرار دهد و از تعادل دور کند طی هر دوره کوتاه‌مدت ۹۰ درصد از این انحراف تصحیح و دوباره به تعادل برمی‌گردد.

۲- روش‌شناسی و مدل اقتصادسنجی تحقیق

در این پژوهش از روش رگرسیون کوانتایل برای برآورد ضرایب و کشش‌ها استفاده شده است. زمانی که توابع شرطی چندک‌های متغیر پاسخ موردنیاز باشد، روش رگرسیون چندکی مناسب است. دو مزیت مهم استفاده از رگرسیون چندکی نسبت به روش حداقل مربعات معمولی

(OLS)، پایداری ضرایب در مقابل مقادیرهای پرت^۱ یا دورافتاده متغیر وابسته و امکان دخالت (و تأثیرگذاری) متغیرهای مستقل بر تمامی نقاط و دنباله‌های (نه فقط در میانگین) متغیر است. در مقایسه با روش‌های رگرسیون حداقل مربعات که در آن برآورد توابع شرطی میانگین متغیر وابسته بر پایه مینیمم کردن مجموع مربعات جملات اخلال انجام می‌گیرد، در روش‌های رگرسیون چندک بر اساس مینیمم کردن نامتقارن قدرمطلق موزون جملات اخلال (باقیمانده‌ها) و باهدف برآورد توابع شرطی میانه و دامنه وسیعی از سایر توابع شرطی چندک مطرح می‌گردد (کانکر و هالوک^۲، ۲۰۰۱). رگرسیون چندک به رگرسیون میانه نزدیک بوده و در آن پارامتر رگرسیونی τ امین چندک توزیع به صورت رابطه (۱) تعریف می‌شود:

$$\hat{\beta}(\tau) = \min_{\beta \in R} \left[\sum_{i: y_i \geq x_i' \beta} \tau |y_i - x_i' \beta| + \sum_{i: y_i < x_i' \beta} (1 - \tau) |y_i - x_i' \beta| \right] = \min \sum_{i=1}^n \rho_{\tau}(y_i - x_i' \beta) \quad (1)$$

که در آن $\rho_{\tau}(u)$ بیانگر تابع مقادیر قدر مطلق شیب است. حل این رابطه و یافتن برآورد پارامترها از روش‌های شامل الگوریتم‌های سیمپلکس، الگوریتم برنامه‌ریزی خطی نقاط داخلی و الگوریتم هموارسازی منتهای میسر است. الگوریتم سیمپلکس برخلاف برخورداری از سرعت پایین در حالت تعداد مشاهدات زیاد، نسبت به دو الگوریتم دیگر استوارتر است و برای انواع مختلف داده‌ها، به ویژه داده‌هایی که تعداد زیادی نقاط پرت دارند، می‌تواند یک حل پیدا کند. الگوریتم نقاط داخلی، سرعت عمل بالایی برای تعداد زیاد مشاهدات و تعداد کم متغیرهای توضیحی دارد. الگوریتم هموارسازی منتهای ضمن داشتن ثوری ساده، از سرعت بالایی برای تعداد زیاد متغیرهای توضیحی برخوردار است. همچنین، استنباط آماری مورد استفاده در رگرسیون چندک در انتخاب الگوریتم محاسباتی نقش دارد.

۲-۱. مدل اقتصادسنجی پژوهش

در این پژوهش با الهام از مدل اقتصادسنجی استفاده شده در مطالعه هوا و ارریقرز^۳ (۲۰۱۹) مدل زیر برای بررسی عوامل تأثیرگذار بر نرخ‌انداز خانوارهای شهری و روستایی استفاده شد:

1- Outliers

2- Koenker & Hallock

3- Hua & Erreygers

$$(SRU)_t = \beta_1 + \beta_2 \ln GDP_t + \beta_3 \ln SW_t + \beta_4 \dot{P}_t + \beta_5 \ln DR_t + \beta_6 RIR_t + \beta_7 \ln ER_t + \varepsilon_t \quad (2)$$

که در آن؛

$(SRU)_t$: نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری؛ $\ln GDP_t$ ، لگاریتم طبیعی درآمد سرانه واقعی به قیمت ثابت (بدون نفت) سال ۱۳۹۰؛ $\ln SW_t$ ، لگاریتم طبیعی هزینه‌های تأمین اجتماعی، \dot{P}_t شاخص نرخ تورم، $\ln DR_t$ لگاریتم طبیعی نرخ وابستگی، rir_t ؛ نرخ بهره حقیقی، $\ln ER_t$ ، لگاریتم طبیعی نرخ ارز حقیقی و ε_t ، جزء اخلاص به منظور مدل‌سازی تغییرات پیش‌بینی نشده و اثر شوک‌ها می‌باشد.

همان‌طور که اشاره شد در این پژوهش برای تخمین ضرایب و کشش‌های رابطه (۲) از رگرسیون کوانتایل استفاده خواهد شد. این روش امکان دخالت (و تأثیرگذاری) متغیرهای مستقل و توضیحی بر تمامی نقاط و دنباله‌های متغیر وابسته را داده و نتایج سازگارتری را ارائه می‌دهد. در این راستا تأثیر متغیرهای توضیحی بر متغیر وابسته نرخ‌های پس‌انداز شهری و روستایی در کوانتایل ۹۰ درصد و ۱۰ درصد بررسی خواهد شد. انتظار بر این است که شدت تأثیرگذاری متغیرهای توضیحی بر متغیر وابسته در کوانتایل‌ها مذکور دارای تفاوت معنادار باشد. شایان یادآوری است که در این مطالعه به منظور انجام آزمون‌های تشخیصی آماری و برآورد مدل از نرم‌افزار استی‌تا (Stata) نسخه ۱۲ استفاده شده است.

۳- تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج تجربی

۳-۱. معرفی و توصیف داده‌ها

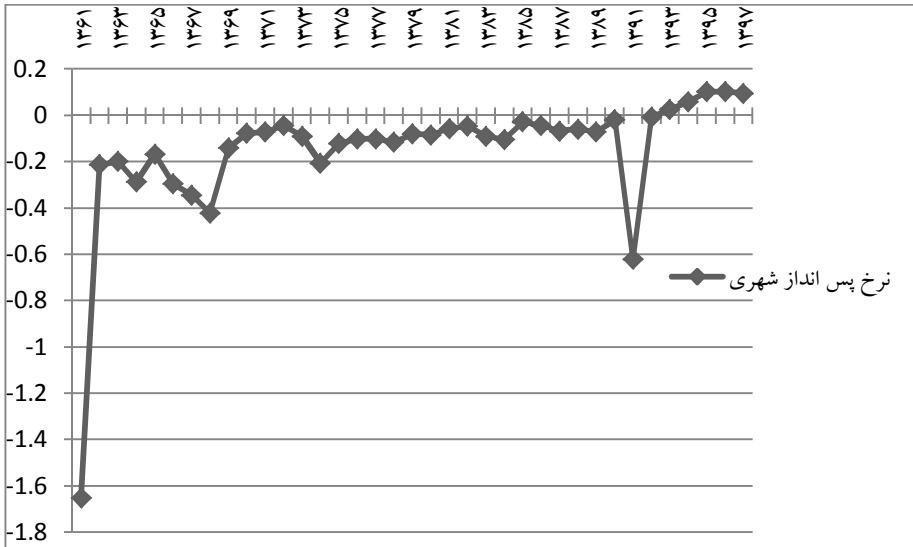
جدول (۲) برخی از مهم‌ترین آمار توصیفی متغیرهای پژوهش طی دوره ۱۳۶۱-۱۳۹۶ نشان می‌دهد. اگرچه میانگین نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری طی دوره ۱۳۶۱-۱۳۹۶ منفی می‌باشد ولی روند آن صعودی بوده و نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری افزایش یافته است (نمودار ۱).

جدول (۱): خلاصه مهمترین آمار توصیفی متغیرهای پژوهش؛ ۱۳۶۱-۱۳۹۶

متغیرها	تعداد مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
نرخ پس انداز خانوارهای شهری	36	-0.16	0.29	-1.65	0.10
درآمد سرانه (حقیقی ۱۳۹۰- میلیون ریال)	36	47.84	12.60	29.09	66.63
تأمین اجتماعی (میلیون ریال)	36	99300000	186000000	95178	736000000
نرخ وابستگی	36	2.44	0.31	1.98	2.84
نرخ ارز حقیقی (ریال)	36	20242.64	5876.282	10601	29476.1
نرخ بهره حقیقی (درصد)	36	-5.71	9.89	-35.18	8.48
نرخ تورم (درصد)	36	18.86	9.33	0.00	49.18

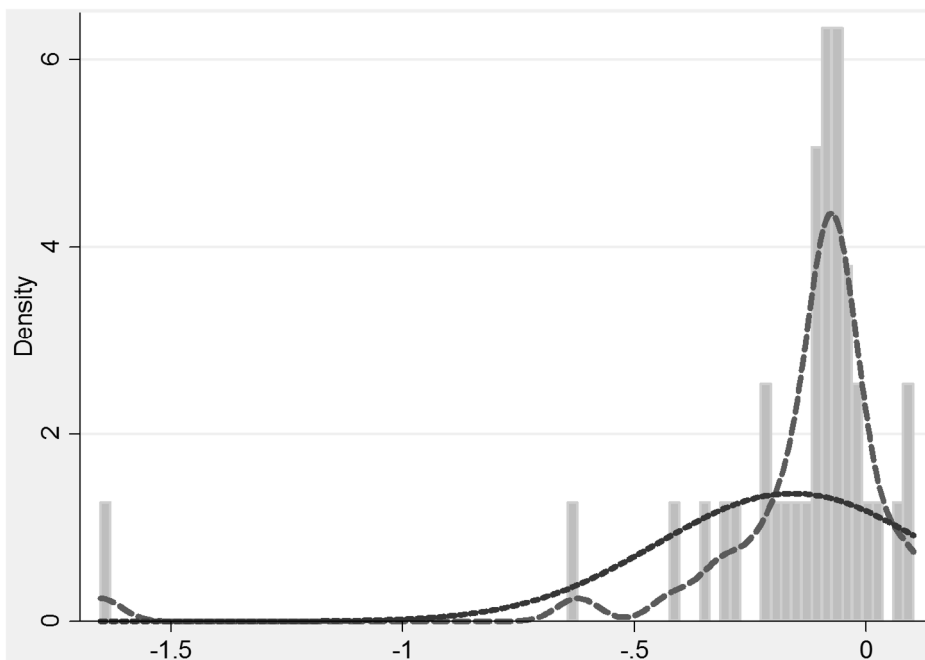
منبع: بانک مرکزی و مرکز آمار

نمودار (۱): روند نرخ پس انداز خانوار طی دوره ۱۳۶۱-۱۳۹۶



منبع: محاسبه شده توسط آمار مرکز آمار ایران

نمودار (۲): نمودار هیستوگرام همراه با توزیع نرمال و کرنل نرخ پس‌انداز خانوار شهری (۱۳۶۱-۱۳۹۶)



منبع: یافته‌ها

طبق نمودار (۲) توزیع نرمال و کرنل^۱ وجود چولگی منفی در توزیع داده‌های نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری را تأیید کرده و حاکی از وجود داده‌های پرت فراوان در مشاهدات می‌باشد؛ بنابراین لازم است برای مدل‌سازی نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری از تخمین‌زنی استفاده کرده که قادر به مدل‌سازی داده‌ها یا مشاهدات پرت بوده و شکل کاملی از رگرسیون را از تمام قسمت‌های توزیع (نه فقط از میانگین) ارائه دهد. همان‌طور که اشاره شد رگرسیون چندکی در مدل‌سازی مشاهدات دارای توزیع‌های چوله کارآمد بوده و بر رگرسیون حداقل مربعات معمولی

1- Kernel Distribution

۲- باتوجه به اینکه نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری در این مقاله از طریق پیمایش به‌دست‌آمده است، این نوع توزیع به واقعیت نزدیک نیز می‌باشد.

برتری دارد.

۲-۳. آزمون‌های ریشه واحد

طبق مبانی اقتصادسنجی با توجه به سری زمانی بودن متغیرهای پژوهش ابتدا لازم است مانایی متغیرها بررسی شوند. در صورت مانایی متغیرها احتمال وجود رگرسیون کاذب بین متغیرهای پژوهش از بین رفته و می‌توان از سطح متغیرها برای مدل‌سازی استفاده کرد. جدول (۲)، نتایج آزمون مانایی^۱ KPSS برای متغیرهای مدل را نشان می‌دهد. در آزمون KPSS فرض صفر مانایی و فرضیه مقابل نامانایی یا ریشه واحد است (Kwiatkowski و همکاران، ۱۹۹۲). طبق نتایج تمامی متغیرهای پژوهش با لحاظ عرض از مبدأ و روند مانایی بوده و فرضیه صفر مانایی در آنها رد نمی‌شود؛ بنابراین می‌توان از سطح متغیرها برای مدل‌سازی استفاده کرده و از خطای رگرسیون کاذب دوری جست.

جدول (۲): آزمون پایایی متغیرهای مدل، آزمون مانایی KPSS

یکبار تفاضل گیری		در سطح		متغیرها
با عرض از مبدأ و روند زمانی	با عرض از مبدأ	با عرض از مبدأ و روند زمانی	با عرض از مبدأ	
-	-	0.139768**	0.598212	lny
-	-	0.083440***	0.184778***	P
-	-	0.097671**	0.707385	lnwt
-	-	0.103043**	0.607959	ln dr
-	-	0.083730**	0.485435	rir
-	-	0.117721**	0.325735**	ln er

منبع: یافته‌ها. **،***،* و * نشان دهنده‌ی معنی‌داری در سطح ۱،۵ و ۱۰ درصد می‌باشد.

۳-۳. نتایج تخمین

جدول (۴)، نتایج تخمین مدل اقتصادسنجی پژوهش توسط رگرسیون کوانتایل طی دوره ۱۳۶۱-۱۳۹۶ نشان می‌دهد. به‌منظور بررسی دقیق‌تر ضرایب به تفکیک ۱۰ چندک (دهک) برآورد و محاسبه شدند.

جدول (۳): نتایج تخمین مدل اقتصادسنجی
پژوهش توسط رگرسیون کوانتایل - متغیر وابسته نرخ پس‌انداز شهری

چندک	۰/۱۰	۰/۲۰	۰/۳۰	۰/۴۰	۰/۵۰	۰/۶۰	۰/۷۰	۰/۸۰	۰/۹۰
متغیرها	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب
lny	-3.971 ***	0.049	0.006	0.307 *	0.285 ***	0.273 **	0.072	-0.191	0.286 ***
P	0.0373 ***	-0.009	-0.009	0.014 *	0.015 ***	0.015 **	-0.012	0.008	0.006 *
lnwt	0.264 ***	0.082	0.082 ***	0.064 ***	0.065 ***	0.067 ***	0.063 **	0.053 **	0.060 ***
lnidr	-3.063 ***	0.393	0.418	0.736 ***	0.742 ***	0.786 ***	0.583	0.430	0.288 *
rir	0.0386 ***	-0.007	-0.008	-0.011	0.012 ***	0.013 **	-0.011	0.008	0.003
lnrer	-0.369 ***	0.208	0.160	0.176 *	0.171 ***	0.175 **	0.048	0.158 **	-0.012
عرض از مبدأ	16.365 ***	3.907	-3.287	4.489 ***	4.376 ***	4.409 ***	2.177	1.131	0.070
Pseudo R ²	0.421	0.275	0.3033	0.287	0.296	0.302	0.332	0.385	0.474

منبع: یافته‌ها. **، * و * نشان‌دهنده‌ی معنی‌داری در سطح ۱، ۵ و ۱۰ درصد می‌باشد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه حقیقی کشور تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته به طوری که در چندک‌های پایین و بالا، تأثیر منفی معنادار و در چندک‌های میانی تأثیر مثبت و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری دارد؛

بنابراین می‌توان گفت که سرریز رشد اقتصادی ملی بر تمامی خانوارهای شهری یکسان نیست و دهک‌های پایین‌تر از منافع رشد اقتصادی ملی بهره‌مند نمی‌شوند.

تورم نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته و در چندک‌های پایین تأثیر مثبت و معنادار و در چندک‌های میانی تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری دارد؛ بنابراین شواهد فراوانی وجود دارد که رگرسیون کلاسیک حداقل مربعات معمولی (که میانگین را مدل‌سازی می‌کند) کارآمد نیست. هزینه‌های تأمین اجتماعی تأثیر متقارن و مثبت بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته در تمامی چندک‌های تحت بررسی داشته و اثر آن در چندک‌های نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری پایین بیشتر است. طبق این نتیجه بایستی تحت پوشش قرارگرفتن خانوارها با نرخ پس‌انداز پایین توسط بیمه تأمین اجتماعی بیش‌ازپیش موردتوجه سیاست‌گذاران قرار گیرد.

نرخ وابستگی نیز در چندک‌های پایین‌تر تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته ولی در چندک‌های بالا تأثیر مثبت داشته و باعث افزایش نرخ پس‌انداز می‌شود. نرخ بهره واقعی نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری در چندک‌های مختلف داشته است. در چندک اول (دهک اول) نرخ پس‌انداز خانوار شهری، نرخ بهره واقعی تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوار شهری داشته ولی در چندک میانی تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوار شهری دارد.

نرخ ارز حقیقی نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته به‌طوری که در انتهای چوله‌ها (چندک‌های اول و آخر) نرخ‌انداز خانوار شهری، نرخ ارز تأثیر منفی بر نرخ پس‌انداز خانوار شهری داشته و در چندک‌های میانی دارای تأثیر مثبت است؛ بنابراین طبق نتایج حاصل از این پژوهش بررسی تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی و جمعیتی بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری توسط رگرسیون حداقل مربعات معمولی دارای تورش بوده و باید از رگرسیون چندکی استفاده کرد. با توجه به ادبیات اقتصادسنجی استفاده از رگرسیون چارکی منجر به حذف تورش تخمین شده و کارایی سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و رفاهی را ارتقاء می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

نرخ پس‌انداز خانوارها از جمله متغیرهای مهم در جهت مقابله با شوک‌ها و نوسانات اقتصادی و همچنین بیانگر رفاه و توسعه اقتصادی است. از سوی دیگر، بررسی پویایی‌های نرخ پس‌انداز خانوار در مناطق شهری و روستایی می‌تواند اطلاعات مفیدی در اختیار سیاست‌گذاران و پژوهشگران و سازمان‌های مردم‌نهاد درباره تأثیر سیاست‌های اقتصادی و حمایتی دولت‌ها و کارایی آنها قرار دهد. در این پژوهش تأثیر عوامل کلان اقتصادی مؤثر بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری توسط رهیافت رگرسیون کوانتایل (چندکی) طی دوره ۱۳۶۱-۱۳۹۶ مورد بررسی قرار گرفت. نمودار هیستوگرام به همراه توزیع کرنل و نرمال نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری حاکی از وجود چولگی منفی شدید و داده‌های پرت داشته و بایستی از رگرسیون چندکی برای مدل‌سازی آن استفاده کرد. نتایج آزمون مانایی حاکی از مانا بودن تمامی متغیرهای تحت بررسی با لحاظ عرض از مبدأ و روند می‌باشد.

طبق نتایج متغیرهای توضیحی شامل رشد اقتصادی، نرخ تورم، نرخ ارز، نرخ بهره و نرخ وابستگی تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته و فقط متغیر هزینه‌های تأمین اجتماعی تأثیر متقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته است. رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه حقیقی کشور تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته به طوری که در چندک‌های پایین تأثیر منفی معنادار و در چندک‌های میانی تأثیر مثبت و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری دارد؛ بنابراین سرریز رشد اقتصادی بر نرخ پس‌انداز خانوارها در تمامی سال‌ها یکسان نیست و اثرش نیز نامتقارن است. تورم نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته و در چندک‌های پایین تأثیر مثبت و معنادار و در چندک‌های میانی تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری دارد. هزینه‌های تأمین اجتماعی تأثیر متقارن و مثبت بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته در تمامی چندک‌های تحت بررسی داشته و اثر آن در چندک‌های نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری پایین بیشتر است. نرخ وابستگی نیز در چندک‌های پایین‌تر تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته ولی در چندک‌های بالا تأثیر مثبت داشته و باعث افزایش نرخ پس‌انداز می‌شود. نرخ بهره واقعی نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری در چندک‌های مختلف داشته است. در چندک اول (دهک اول) نرخ پس‌انداز خانوار شهری، نرخ بهره واقعی تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز

خانوار شهری داشته ولی در چندک میانی تأثیر منفی و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوار شهری دارد. نرخ ارز غیررسمی نیز تأثیر نامتقارن بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری داشته به طوری که در انتهای چوله‌ها (چندک‌های اول و آخر) نرخ پس‌انداز خانوار شهری، نرخ ارز تأثیر منفی بر نرخ پس‌انداز خانوار شهری داشته و در چندک‌های میانی دارای تأثیر مثبت است؛ بنابراین شواهد فراوانی وجود دارد که رگرسیون کلاسیک حداقل مربعات معمولی (که میانگین را مدل‌سازی می‌کند) کارآمد نیست.

توصیه‌های سیاستی و پژوهش: توصیه‌های سیاستی حاصل از این پژوهش ارتباط مستقیم با تصمیم‌گیرهای سیاستی و پژوهشی سیاست‌گذاران و پژوهشگران دارد. طبق نتایج حاصل از این پژوهش توصیه می‌شود:

۱ به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری و روستایی از روش‌های رگرسیون چندک و الگوهای غیرخطی استفاده گردد.

۲ افزایش هزینه‌های تأمین اجتماعی تأثیر مثبت و معنادار بر نرخ پس‌انداز خانوارهای شهری در اغلب کوانتایل‌های مورد بررسی دارد، بنابراین لازم است پوشش بیمه تأمین اجتماعی خانوارها به‌ویژه برای خانوارها با دهک‌های درآمدی بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گیرد.

۳ پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی عوامل تأثیرگذار بر نرخ پس‌انداز روستایی بررسی شده و با نتایج این پژوهش مقایسه شود.

منابع

- مظهری آوا مریم، فتاحی شهرام، سهیلی کیومرث (۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر بر فشار بازار ارز در کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته: رویکرد پنل کوانتایل. **فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی**، ۲۷ (۹۲)، ۲۲۷-۲۵۶.
- رومر، دیوید (۱۳۸۸)، **کتاب اقتصاد کلان پیشرفته، ترجمه مهدی تقوی**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات: تهران.
- بلالی، حمید؛ وحدت مؤدب‌هاجر (۱۳۹۳). مدل‌سازی پس‌انداز خانوار روستایی و بررسی تأثیر سناریوهای مختلف سیاستی بر آن (با بهره‌گیری از رویکرد پویایی سیستم). **تحقیقات اقتصاد کشاورزی**، دوره ۶، شماره ۴ (پیاپی ۲۴)، ۱-۲۰.
- رحیمی، عباس (۱۳۸۶). **پس‌انداز روستایی و نقش عوامل مؤثر بر آن: مطالعه موردی در سه**

- استان کشور، روستا و توسعه، ۱۰، شماره ۱، ۸۵-۱۱۲.
- دودکانلوی میلان، جبرئیل، صادقی، سید کمال، متفکر آزاد، محمدعلی. (۱۳۹۷). **تأثیر ساختار سنی جمعیت و نرخ پس‌انداز بر رشد اقتصادی ایران**: با رویکرد رگرسیون چندک. اقتصاد کاربردی، ۸ (شماره ۲۷)، ۱-۱۲.
 - بختیاری صادق، نظری علی. (۱۳۹۴). تحلیل مقایسه‌ای پس‌انداز بر مبنای اخلاق، در نظریات اقتصاد متعارف و آموزه‌های اسلام. **نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی**. ۱۳۹۴؛ ۴ (۱۳): ۷-۲۰.
 - کمیجانی، اکبر، و رحمانی، تیمور (۱۳۷۲). تحلیلی تئوریک از اهمیت و ماهیت پس‌انداز و بررسی تجربی آن در ایران. **مجله تحقیقات اقتصادی**، ۳۱، ۴۷.
 - شریف، مصطفی (۱۳۸۷). اقتصاد کلان. چاپ اول، **انتشارات مؤسسه اطلاعات**.
 - منکیو، گریگوری (۱۹۹۱). اقتصاد کلان ۲. ترجمه: حمیدرضا برادران شرکا و علی پارسائیان (۱۳۷۵). تهران، **انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی**، اول.
 - منکیو، گریگوری (۱۹۸۶). **کلیات علم اقتصاد**. ترجمه: حمیدرضا ارباب (۱۳۹۱). تهران، نشر نی، چاپ اول.
 - بهرامی، جاوید، و اصلانی، پروانه (۱۳۸۴). بررسی عوامل مؤثر بر پس‌انداز خصوصی در ایران. **فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران**، ۷، ۲۳، ۱۴۵-۱۱۹.
 - پیرایی، خسرو، کشاورزی، محمد، و عربی، حسین (۱۳۹۲). عوامل تعیین‌کننده پس‌انداز خصوصی در ایران با تأکید بر نرخ واقعی ارز و محدودیت قرض. **فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان**، اول، ۹۷-۱۴۴، ۱.
 - مجتهد، احمد، و کرمی، افشین (۱۳۸۲). ارزیابی متغیرهای مؤثر بر پس‌انداز ملی در اقتصاد ایران. **پژوهش‌نامه بازرگانی**، ۲۷، ۲۸-۱.
 - ابریشمی، حمید، و رحیم‌زاده نامور، محسن (۱۳۸۵). بررسی عوامل تعیین‌کننده پس‌انداز خصوصی با تأکید بر عملکرد بازارهای مالی در ایران، **مجله تحقیقات اقتصادی**، ۷۳، ۳۵-۱.

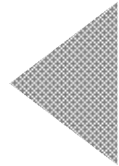
- Hua, T. X., & Erreygers, G. (2019). Applying quantile regression to determine the effects of household characteristics on household saving rates in Vietnam. **Journal of Asian Business and Economic Studies**. ISSN: 2515-964X.
- Koenker, R., & Hallock, K. F. (2001). Quantile regression. **Journal of economic perspectives**, 15(4), 143-156.
- Sotsha, K., Rambau, K., Khoza, T., Mmbengwa, V., & Ngqangweni, S. (2019). Socio-economic determinants of rural household food expenditure: A quantile regression analysis. **OIDA International Journal of Sustainable Development**, 12(02), 19-26.

- Pede, V. O., Luis, J. S., Paris, T. R., & McKinley, J. D. (2011). Determinants of household income: A quantile regression approach for four rice-producing areas in the Philippines. **Asian Journal of Agriculture and Development**, 9(1362-2016-107601), 65-76.
- Samantaraya, A., & Patra, S. K. (2014). Determinants of household savings in India: An empirical analysis using ARDL approach. **Economics Research International**, 2014.
- Bebczuk, R. N., Gasparini, L., Garbero, M. N., & Amendolaggin, J. (2015). Understanding the determinants of household saving: micro evidence for Latin America. **Documentos de Trabajo del CEDLAS**.
- Aron, I.N. and Mihaescu, C. (2014), **Modelling the impact of economic, demographic and social determinants on household saving rate in the former socialist countries** (Central and Eastern Europe), **Procedia Economics and Finance**, Vol. 10, pp. 104-113.
- Loayza, N., Schmidt-Hebbel, K. and Serven, L. (2000), Saving in developing countries: an overview, **The World Bank Economic Review**, Vol. 14 No. 3, pp. 393-414.
- Kwiatkowski, D., Phillips, P. C., Schmidt, P., & Shin, Y. (1992). Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root. **Journal of econometrics**, 54(1-3), 159-178.
- Modigliani, F. (1966). The life cycle hypothesis of saving, the demand for wealth and the supply of capital. **Social research**, 160-217.
- Modigliani, F. (1966). The life cycle hypothesis of saving, the demand for wealth and the supply of capital. **Social Research**, 160-217.
- Modigliani, F. (1970). **The life cycle hypothesis of saving and intercountry differences in the saving ratio. Induction, growth and trade**, 197-225.
- Modigliani, F., & Ando, A. K. (1957). Tests of the life cycle hypothesis of savings: comments and suggestions. **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 19(2), 99-124.
- Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross-section data. **Franco Modigliani**, 1, 388-436.
- Kibet, L. K., Mutai, B. K., Ouma, D. E., Ouma, S. A., & Owuor, G. (2009). Determinants of household saving: Case study of smallholder farmers, entrepreneurs and teachers in rural areas of Kenya. **Journal of Development and Agricultural Economics**, 1(7), 137-143.
- Ross, J. (2004). Understanding the demographic dividend. **POLICY Project Note**.
- Horioka, C. Y., & Wan, J. (2007). The determinants of household saving in China: a dynamic panel analysis of provincial data. **Journal of Money, Credit and Banking**, 39(8), 2077-2096.
- Dayal-gulalti, A., and Thimann, C. (1997). Saving in South East Asia and

Latin America; IMF, working paper, No 97, pp.7-12.

- Ahmad, M. H., Atiq, Z., Alam, S., & Butt, M. S. (2006). The impact of demography, growth and public policy on household saving: a case study of Pakistan. **Asia Pacific Development Journal**, 13(2), 57-72.
- Ismail, A., & Rashid, K. (2013). Determinants of household saving: Cointegrated evidence from Pakistan (1975–2011). **Economic Modelling**, 32, 524-531.
- Zwane, T., Greyling, L., & Maleka, M. (2016). The Determinants of Household Savings in South Africa: A Panel Data Approach. **The International Business & Economics Research Journal** (Online), 15(4), 209.

مهم‌ترین موانع نهادی خلق دانش‌ها و فناوری‌های مولد و اثربخش در ایران^۱



سید محمد باقر نجفی^۲

جمال فتح‌اللهی^۳

وحید احسانی^۴

(تاریخ دریافت ۹۹/۶/۱۶ - تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۳/۲۱)

نوع مقاله: علمی ترویجی

چکیده

بیش از دو دهه است که الگوی تولید دانش بنیان با ظرفیت‌های چشمگیر برای رشد اقتصادی مطرح شده است. یکی از ویژگی‌های اساسی این الگو، خلق، نشر و کاربرد دانش و فناوری در همه فعالیت‌های اقتصادی است. از منظر اقتصادی، می‌توان در یک تقسیم‌بندی، عوامل مؤثر بر خلق، نشر و کاربرد دانش و فناوری و تحقق این الگوی تولید را به دو دسته عوامل جانب عرضه و عوامل جانب تقاضا تقسیم نمود. این مقاله بر عوامل جانب تقاضا متمرکز می‌شود و با استفاده از چارچوب نظری اقتصاد نهادی، نهادها و روابط علی بین نهادی و درون نهادی مؤثر بر فقدان تقاضای اقتصادی برای دانش و فناوری را بررسی می‌کند و تلاش می‌کند از این منظر یکی از

۱- این مقاله بخشی از برون‌دادهای طرح پژوهشی «اثر بخشی پژوهش‌ها در ایران» است که توسط سازمان برنامه و بودجه کشور، تامین مالی شده است.

۲- عضو هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه رازی، نویسنده مسئول: Najafi122@razi.ac.ir

۳- عضو هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه رازی

۴- دکترای توسعه کشاورزی، پژوهشگر

مهم‌ترین موانع نهادی خلق دانش‌ها و فناوری‌های مولد در ایران را شناسایی کند. روش جمع‌آوری داده‌ها، اسنادی-کتابخانه‌ای و روش تحلیل داده‌ها، توصیفی-تحلیلی و با کمک گرفتن از شواهد تجربی کشورهای موفق در به کارگیری الگوی تولید دانش بنیان است. مهم‌ترین یافته‌ی تحقیق این است که مهم‌ترین مانع نهادی خلق دانش‌ها و فناوری‌های مولد و اثر بخش در ایران، فقدان تقاضای اقتصادی برای این گونه دانش‌ها و فناوری‌هاست و اصلاح روند خلق دانش و فناوری‌های مولد و اثر بخش در ایران، مشروط به اصلاح ساختار اقتصادی غالب کشور و تبدیل آن به ساختار اقتصادی مبتنی بر فعالیت‌های مولد و بهره‌ور است.

واژگان کلیدی: دانش و فناوری مولد، اقتصاد رانتي، تقاضای اقتصادی، تقاضای اجتماعی

۱- مقدمه

بشر از آغاز زندگی اقتصادی خود از دانش در فعالیت‌های اقتصادی و تأمین معاش خود کمک می‌گرفته است. حتی انسان‌های اولیه نیز برای تأمین غذای خود مجبور بودند اطلاعاتی در مورد نوع جانوری که می‌خواهند شکار کنند و چگونگی حرکت و واکنش‌های دفاعی او داشته باشند تا بتوانند زندگی خود را تأمین کنند. به تدریج با انباشت تجربی دانش، نقش و اهمیت آن در زندگی بشر افزایش یافت. همچنین انباشت تجربی دانش، منجر به پیدایش انقلاب‌های بزرگ اقتصادی زندگی بشر یعنی؛ انقلاب کشاورزی و امواج سه گانه انقلاب صنعتی شد. در هر یک از این دوران‌ها، متناسب با مهم‌ترین عامل تولید، الگوی تولید نیز تغییر می‌یافت. ویژگی اساسی موج سوم انقلاب صنعتی که انقلاب دانش‌بنیان و اقتصاد دانش بنیان نیز نامیده می‌شود، این است که برای اولین بار، دانش به جایگاه مهم‌ترین عامل تولید و به بالاترین حد اثربخشی خود در طول تاریخ زندگی بشر رسیده است. به همین دلیل، موج سوم انقلاب صنعتی را انقلاب دانایی و وجه اقتصادی آن اقتصاد دانش‌بنیان، نامیده شده است. ظهور الگوی تولید دانش‌بنیان در موج سوم انقلاب صنعتی، تغییرات گسترده‌ای در عرصه فعالیت‌های اجتماعی بشر ایجاد نمود.

انقلاب‌های اقتصادی هیچکدام الزاماً همه جوامع را در بر نمی‌گیرند و همگان از دستاوردهای آن بهره‌مند نمی‌شوند. انقلاب‌های اقتصادی مانند ایجاد یک ظرفیت جدید هستند. تنها جوامعی که آنها و پیش‌نیازهایشان را به هنگام شناسایی نموده و بستر نهادی و سازمانی لازم را تأمین کرده باشند، می‌توانند این ظرفیت‌ها را اجرایی نمایند و از دستاوردهایش بهره‌مند شوند. انقلاب و اقتصاد دانش‌بنیان بر اساس تعریف سازمان همکاری اقتصادی و توسعه اروپا سه بخش اساسی

دارد؛ خلق، نشر و کاربرد دانش. کشورهایی که تا کنون این الگوی تولید را شناسایی و بسترهای نهادی و سازمانی متناسب، آن را اجرایی کرده‌اند، حتی کشورهایی مانند سنگاپور و کره جنوبی که پیش از این در گروه کشورهای در حال توسعه بودند، به دستاوردهای بزرگی دست یافته‌اند. امروز اقتصاد و توسعه ایران با معمای بزرگی روبه‌روست. زیرا با وجود نرخ رشد چشمگیر در خلق دانش، که شواهد آن در ضمن بیان مساله خواهد آمد، حداقل از منظر برخی شاخص‌ها، اما بسیاری از شاخص‌های کلیدی و اساسی توسعه، همچنان که در ضمن بیان مساله شواهد آن ارائه خواهد شد، تأثیر این رشد چشمگیر را از خود نشان نمی‌دهند. معمای بزرگ این است که در عصر اقتصاد دانش‌بنیان که دانش به بالاترین میزان تاریخی قابلیت اثربخشی خود دست یافته، چرا رشد و خلق دانش در ایران آثار متناسبی روی شاخص‌های توسعه به جای نگذارد؟ چه موانع نهادی موجب جلوگیری از بروز آثار رشد علمی شده است؟

در این جا برای روشن‌تر شدن قلمرو بحث، سه نکته بیان می‌گردد. موضوع سخن بر عدم ظهور آثار متناسب است و هرگز مولفین ادعا نمی‌کنند که رشد علمی تاکنون هیچ تأثیری بر روند توسعه در ایران نداشته است. دوم این که موضوع سخن در این تحقیق بر اثربخشی است و نه برون‌دادها یا نتایج. هنگامی که در خصوص «اثربخشی پژوهش» در جامعه صحبت می‌کنیم، لازم است تفاوت واژه‌های «برون‌دادها^۱»، «نتایج^۲» و «تأثیرات^۳» را مورد توجه قرار دهیم (پنفلد^۴ و همکاران، ۲۰۱۴). به نشر یافته‌های حاصل از پژوهش (مانند چاپ مقاله)، پیامدهای اولیه ناشی از نشر یافته‌ها (مانند ایجاد فناوری‌های سخت‌افزاری یا نرم‌افزاری بر اساس یافته‌ها) برون داد یا نتایج و به تغییرات اقتصادی-اجتماعی ناشی از رواج و کاربرد فناوری‌های ایجاد شده، اثربخشی اطلاق می‌شود (هاگز و مارتین^۵، ۲۰۱۲). سومین نکته این که بررسی اثر بخشی علم بر تمام متغیرهای مورد نظر، فرصت بسیار گسترده‌ای می‌طلبد و بسیار بیش از حد مجال یک مقاله است. از این رو در این جا تنها اثر بخشی خلق علم بر بخشی از شاخص‌های توسعه با استناد به پژوهش‌های پیشین

1 - outputs

2 - outcomes

3 - impacts

4 - Penfield

5 - Hughes and Martin

اشاره می‌گردد.

۲- مسأله‌ی تحقیق

سازمان‌ها و مراکز علمی معتبر جهانی روند توسعه‌ی کشورهای گوناگون را از طریق متغیرهای کلیدی و مهمی که هر یک نشان‌دهنده‌ی یکی از ابعاد وضعیت زندگی اجتماعی و رفاه مردم هر کشور است، بررسی و هر سال اعلام می‌نمایند. برای هر یک از متغیرهای اساسی تعیین‌کننده‌ی وضعیت رفاه و سطح زندگی اجتماعی مردم، نیز نماگرهای متناسبی طراحی و تعریف شده‌اند. برخی از مهم‌ترین این نماگرها نیز عبارتند از درآمد سرانه‌ی ملی، شاخص توسعه‌ی انسانی، امید به زندگی، رد پای اکولوژیک^۱، نرخ تورم، نرخ اشتغال، صادرات، نرخ باسوادی، رتبه‌ی جهانی آسانی کسب و کار و نرخ برابری ارزش پول ملی، رقابت‌پذیری جهانی.

باید به خاطر داشت که علم از ابزارهای تفریح و سرگرمی نیست بنابراین انتظار بر آن است که علم اثر بخشی داشته باشد. این اثربخشی باید در جایی از زندگی بشر و در مورد یکی از مسایل و مشکلات صورت پذیرد و یکی از شاخص‌های معتبر آن را نشان دهد. به عنوان مثال، در سه دهه گذشته با هزینه‌های فراوان انسانی و مالی، صدها پایان‌نامه، رساله و مقاله در باره تورم، بیکاری و سایر متغیرهای اقتصادی تالیف شده است. اثر این تلاش‌ها و هزینه‌ها چه بوده است؟ ممکن است ادعا شود پژوهش‌های صورت گرفته قابلیت حل مسائل را داشته است اما در مقام عمل از یافته‌های آن‌ها استفاده نشده است. در این صورت، دو نکته را باید در نظر داشت اول این که علم و پژوهش‌های علمی، رسالت اثربخشی در قالب قابلیت حل مسائل مربوط به قلمرو خود را دارد و دوم این اگر اثربخشی به دلایلی صورت نگیرد باید قابلیت اثربخشی در بررسی‌ها قابل دفاع و اثبات باشد اما بی مسئولیتی علم در برابر مشکلات جامعه و تنزل آن در حد ابزار تفریح و

1 - Ecological Footprint

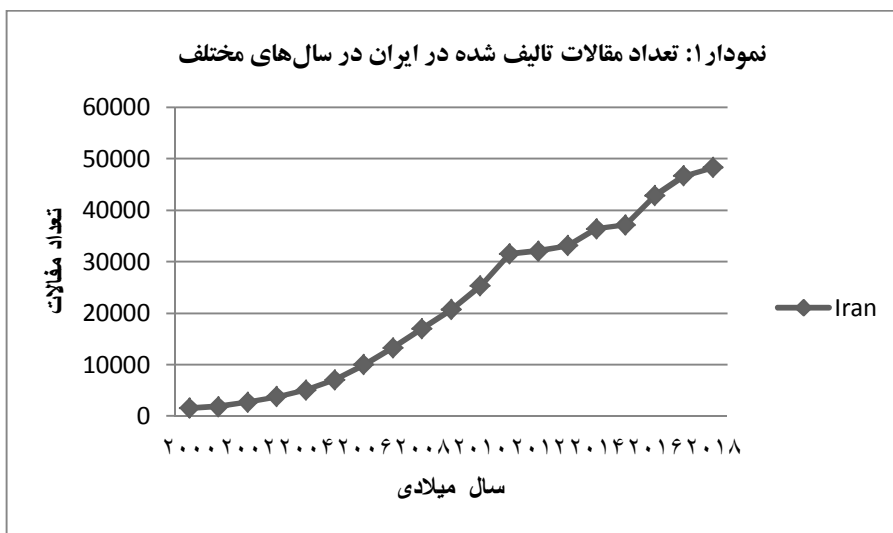
(یکی از شاخص‌های ارزیابی و مقایسه‌ی جوامع از لحاظ وضعیت محیط زیست که به منظور ارزیابی میزان مصرف انسان و اثر این مصرف بر روی محیط زیست محاسبه می‌شود. شاخص رد پای اکولوژیک است. این شاخص نشانگر مقدار مصرف و معادل آن، مقدار زمین یا آبی است که نیازهای مصرفی جامعه را تامین کرده یا پسماندهای تولیدشده در نتیجه‌ی مصارف را جذب می‌کند. این شاخص، این امکان را فراهم می‌آورد که اکوسیستم‌هایی با حاصلخیزی زیستی متفاوت و نواحی متفاوت دنیا با یکدیگر مورد مقایسه قرار گیرند)

سرگرمی به هیچ وجه با موازین علمی و چارچوب‌های فلسفه علم سازگار نیست. در دهه‌های اخیر، بخش عمده‌ای از شاخص‌های درون‌دادی و برون‌دادی نظام آموزش و پژوهش ایران مانند تعداد دانشگاه، تعداد دانشجو، تعداد هیأت علمی و شاخص‌های برون‌دادی مانند تعداد دانش‌آموختگان و تعداد مقالات و غیره بهبود یافته است و سبب شده که مرتبه علمی ایران در جهان با نرخ چشمگیری رشد کند.

جدول ۱: منتخب شاخص‌های دانش در ایران بر حسب تعداد

سال	۱۳۷۹-۸۰	۱۳۸۴-۸۵	۱۳۸۹-۹۰	۱۳۹۴-۹۵
دانش‌آموختگان	۱۳۰۴۱۱	۳۴۰۲۴۶	۵۷۰۷۳۰	۷۹۸۷۳۶
هیئت علمی	۳۹۲۹۴	۴۹۴۲۸	۷۳۷۹۴	۸۱۶۸۳

منبع: مرکز آمار جمهوری اسلامی ایران، سالنامه‌های آماری سالهای مختلف



منبع: (بانک جهانی، ۱، بی تا)

جدول ۲: تعداد درخواستهای ثبت اختراعات افراد ساکن در ایران و کشورهای منتخب OECD طی دوره ۲۰۰۹-۱۹۹۵

کشور	۱۹۹۵	میانگین دوره ۲۰۰۰-۲۰۰۵	میانگین دوره ۲۰۰۵-۲۰۰۹	میانگین دوره ۲۰۱۰-۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶
آلمان	۳۸۱۰۳	۴۵۵۲۵	۴۸۹۹۲	۴۸۲۲۶	۴۷۲۳۲	۴۸۴۸۰
آمریکا	۱۲۳۹۶۲	۱۳۳۱۴۱	۱۸۵۴۸۲	۲۲۵۴۹۹	۲۶۶۲۸۷	۲۹۵۳۲۷
ژاپن	۳۳۳۷۷۰	۳۵۳۵۲۲	۳۷۱۱۳۰	۳۳۴۷۸۸	۲۸۰۴۷۲	۲۶۰۲۴۴
فرانسه	۱۲۴۱۹	۱۳۲۱۶	۱۳۸۲۶	۱۴۵۲۳	۱۴۶۳۳	۱۴۲۰۶
کره جنوبی	۵۹۲۲۸	۶۲۳۹۸	۹۰۱۴۴	۱۲۶۱۵۹	۱۴۸۴۰۵	۱۶۳۴۲۴
ایران	۲۷۸	۳۲۷	۱۶۲۹	۵۰۱۰	۱۱۶۴۹	۱۴۹۳۰

(بانک جهانی، بی تا)

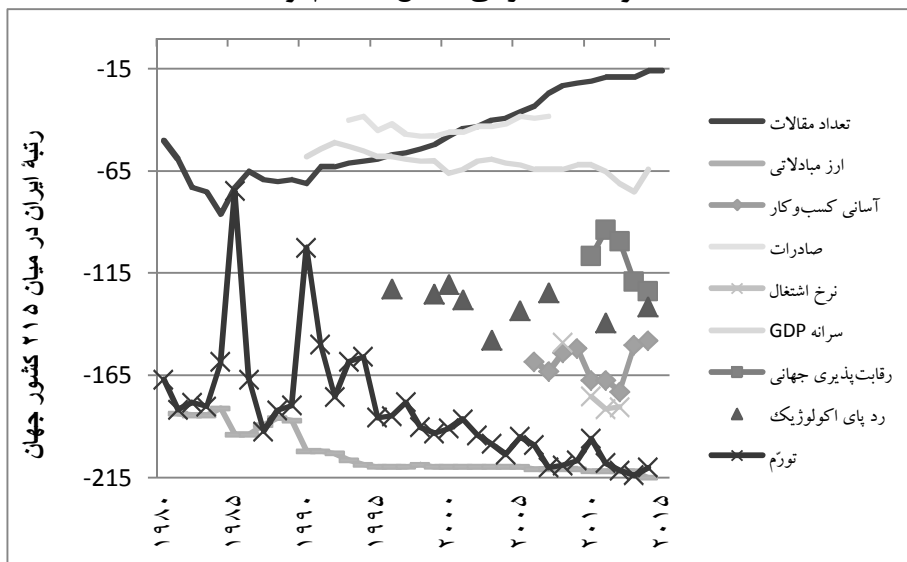
همچنان که در جدول ۱ و نمودار ۱ و جدول ۲ دیده می‌شود، شاخص‌های بروندادی دانش در دوره‌ی زمانی مورد نظر در کشور ایران با رشد چشمگیر روبه‌رو بوده است اکنون باید دید که این رشد علمی، چه تاثیری بر شاخص‌های مختلف ارزیابی وضعیت توسعه‌ی ایران داشته است. به عنوان مثال، یکی از دستاوردهای مورد انتظار از پژوهش‌های علمی و دانش و فناوری تولید شده در اثر آن‌ها، تأثیر گذاری بر توسعه‌ی انسانی و بهبود آن است. شاخص‌های توسعه‌ی انسانی از شاخص‌های بسیار مهم و تعیین کننده است زیرا هم به عنوان یک ابزار در رشد و توسعه‌ی اقتصادی بویژه توسعه‌ی دانش‌بنیان، بسیار تأثیر گذار است و هم به عنوان یک هدف توسعه، اهمیت فراوان دارد زیرا بستر ساز تحقق عملی و ارتقاء سطح توانمندی‌ها و استعداد‌های ذاتی انسان‌ها می‌گردد. به عبارت دیگر، کمک می‌کند انسان‌ها به جایگاه حقیقی خویش برسند. در این جا، تأثیر گذاری دانش و فناوری تولید شده در ایران بر این شاخص به طور کوتاه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بررسی آمارهای توسعه‌ی انسانی بیانگر این است که کشور از نظر شاخص توسعه‌ی انسانی، نه تنها در سطح جهانی رتبه‌ی مناسبی ندارد بلکه حتی در میان کشورهای منطقه نیز از جایگاه مناسبی برخوردار نیست. در آخرین گزارش منتشر شده توسعه‌ی انسانی در سال ۲۰۱۸، ایران در سال

۲۰۱۷ رتبه ۶۰ را در بین ۱۸۹ کشور در جهان کسب نموده و «در ۲۱ کشور منطقه نیز دارای رتبه ۷ بوده است». (بانک جهانی، بی تا)

در ادامه در نمودار ۲، روند تغییرات رتبه ایران از لحاظ تعداد برون‌دادهای پژوهشی با روند تغییرات رتبه کشور از حیث برخی شاخص‌های مهم توسعه با یکدیگر مقایسه شده است. در مورد نمودار ۲ باید توجه داشت که برخی متغیرها منفی تعریف شده‌اند بنابراین افزایش آن‌ها به معنی بدتر شدن وضعیت آن‌هاست مانند نرخ تورم، رد پای اکولوژیک و رقابت پذیری جهانی. به عبارت دیگر در مورد این متغیرها، نزولی شدن منحنی، به معنای افزایش قدر مطلق آن‌هاست.

نمودار ۲، مقایسه روند تغییرات رتبه ایران از لحاظ تعداد برون‌دادهای پژوهشی با روند تغییرات رتبه کشور از حیث برخی شاخص‌های مهم توسعه



(احسانی، اعظمی، نجفی و سهیلی، ۱۳۹۵)

همچنان که در نمودار ۳ دیده می‌شود از سال ۱۹۸۰ تا سال ۲۰۱۵ میلادی، با وجود افزایش چشمگیر تعداد مقالات تالیف شده توسط ایرانیان، میانگین نرخ تورم، رد پای اکولوژیک، رقابت پذیری جهانی، ارز مبادلاتی، همگی در همین مدت شرایط بدتری داشته‌اند برخی متغیرها مانند صادرات و سرانه‌ی GDP نیز تغییر چندانی نداشته‌اند یعنی افزایش تعداد مقالات نتوانسته تاثیر

مثبتی بر آن‌ها داشته باشد.

معمایی که در این جا وجود دارد، این است که دانشی که در سال‌های اخیر در ایران تولید شده تاثیر متناسبی بر عملکرد اقتصادی نداشته و گویا از این منظر، اثر بخش نبوده است. در این جا این پرسش مطرح می‌شود که مهم‌ترین مانع نهادی اثر بخشی دانش و فناوری تولید شده در ایران در قالب تجاری سازی دانش و فناوری چیست؟

۳- الگوی مفهومی تحقیق

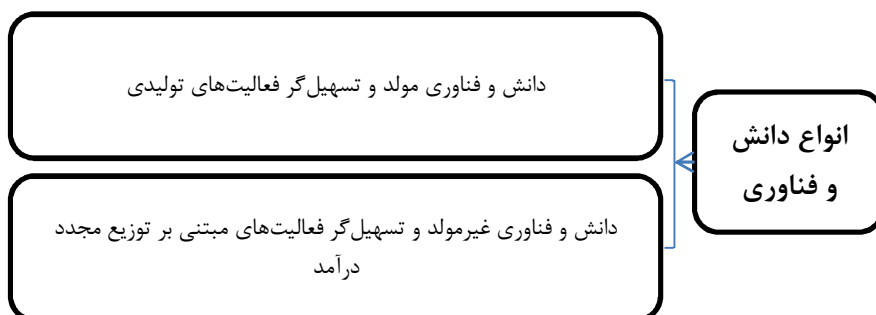
برای تجزیه و تحلیل و یافتن پاسخ مسأله‌ی این تحقیق، از چهارچوب نظری اقتصاد نهادی استفاده می‌شود بدین صورت که پس از تعریف مفاهیم و مبانی نظری یک الگوی مفهومی برای تبیین روابط علی حاکم بر مسأله تحقیق ارائه می‌شود. هدف از این الگوی مفهومی، تبیین روابط علی نهادی حاکم بر مسأله‌ی تحقیق یعنی غیر کافی بودن خلق دانش و فناوری‌های مولد و اثر بخش در ایران است.

۳-۱- تعریف مفاهیم

۳-۱-۱- دانش و فناوری مولد

دانش از جنبه‌های گوناگونی به انواع مختلفی تقسیم شده است. یکی از این جنبه‌ها، نقش دانش در تولید و بهره‌وری است. از این جنبه، نورث دانش و فناوری را به دو دسته تقسیم کرده است؛ نوع اول، دانش و فناوری است که در تولید به کار برده می‌شود و سبب بهبود بهره‌وری می‌گردد. این نوع دانش، دانش و فناوری مولد و بهره‌ور نامیده می‌شود. نوع دوم، دانش و فناوری است که در توزیع مجدد درآمدها و فعالیت‌هایی مانند سرقت، اختلاس، رانت‌خواری و انواع فساد به کار برده می‌شود. این دسته‌ی دوم، دانش و فناوری غیر مولد نامیده می‌شود (نورث، ۱۳۷۷: ۱۲۸). این تقسیم‌بندی در نمودار ۳ دیده می‌شود. البته انواعی از توزیع درآمد هم هستند که قانونی هستند و به طور مستقیم یا غیر مستقیم در راستای توسعه‌ی جوامع به کار برده می‌شوند مانند انواع مالیات‌های کارآ. در این مقاله، فعالیت‌های توزیع مجدد قانونی موضوع بحث نیستند.

نمودار ۳: انواع دانش و فناوری



۳-۱-۲- اقتصاد رانتی

از رانت و اقتصاد رانتی تعریف‌های مختلفی صورت گرفته است. کاتوزیان با ارائه یک تعریف عملیاتی، رانت را چنین تعریف کرده است: منظور از اقتصاد رانتی، اقتصادی است که بیش از ده درصد از تولید ملی خود را از راه‌های غیر تولیدی مانند فروش منابع طبیعی به دست می‌آورد (کاتوزیان^۱، ۱۹۸۱: ۲۴۵). این تعریف، به دلیل عملیاتی بودن، بهتر می‌تواند مبنای ارزیابی قرار گیرد. از این رو با توجه به هدف این تحقیق مناسب‌تر به نظر می‌رسد و در این تحقیق این تعریف مبنای قرار می‌گیرد.

۳-۱-۳- تقاضای اقتصادی

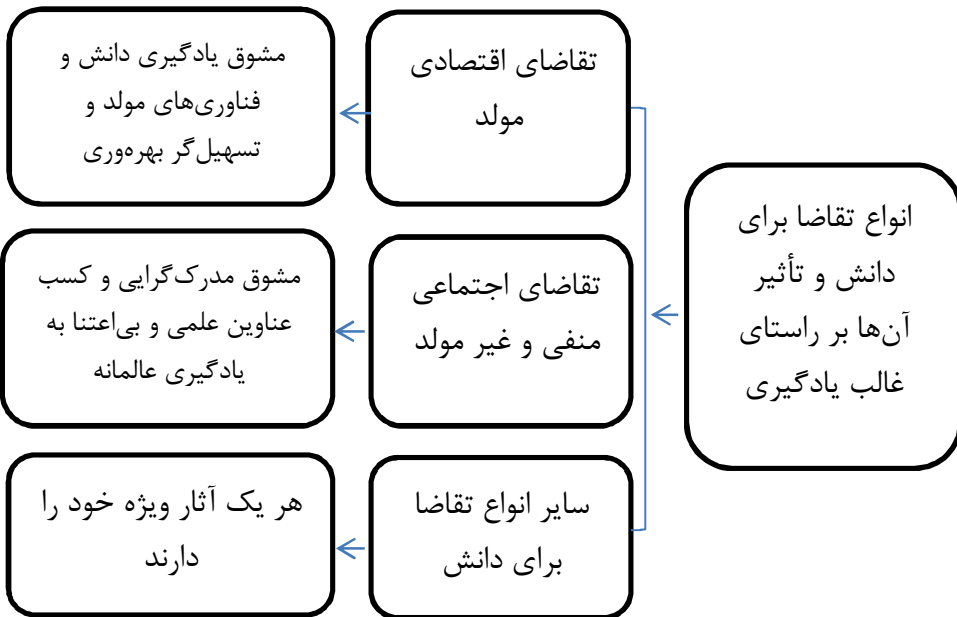
در این مقاله، منظور از تقاضای اقتصادی، تنها تقاضای اقتصادی مولد است که منشأ آن بخش مولد اقتصاد باشد. یعنی تقاضایی که در پاسخ به نیازهای بخش مولد اقتصاد شکل گرفته باشد. به عنوان مثال، وقتی یک کارخانه یا مزرعه یا یک شرکت خدماتی، برای گسترش خط تولید خود یا کامل کردن زنجیره‌ی ارزش فعالیت‌های خود، نیازمند استخدام چند کارگر یا مهندس جدید می‌شود، این نیاز و تقاضایی که در اثر آن شکل می‌گیرد، نیاز و تقاضای اقتصادی مولد نامیده می‌شود. در این بحث، در برابر تقاضای اقتصادی، تقاضای اجتماعی قرار دارد که در ادامه خواهد آمد و از مقایسه‌ی آن دو، مفهوم تقاضای اقتصادی روشن‌تر می‌شود. البته تقاضای اقتصادی غیر مولد که نورث (۱۳۷۷) به آن اشاره کرده نیز وجود دارد که در این مقاله موضوع بحث نیست.

۳-۱-۴- تقاضای اجتماعی

منظور از تقاضای اجتماعی، تقاضایی است که منشأ آن بخش اقتصادی جامعه نباشد. یعنی در پاسخ به نیازهای بخش اقتصادی جامعه شکل نگرفته باشد. بلکه برخاسته از متغیرها و عوامل اجتماعی باشد^۱.

البته تقاضای اجتماعی می‌تواند در جهت مثبت و آموزش و پژوهش مولد نیز شکل گیرد و اثرگذار باشد که در این مقاله موضوع بحث نیستند. همچنان که در نمودار ۴ دیده می‌شود، هر یک از انواع تقاضا برای دانش، آثار و پیامدهای ویژه خود را دارند

نمودار ۴: انواع تقاضا برای دانش و فناوری



۳-۲- مبانی نظری

بلوغ دانش و فناوری به مرحله تجاری سازی و نقش‌آفرینی در رشد اقتصادی و رفاه جامعه، تابع دو دسته عوامل است. عوامل طرف عرضه و عوامل طرف تقاضا. هر یک از این دو دسته، شامل مجموعه‌ای از عوامل هستند. این مقاله تنها بر عوامل طرف تقاضا متمرکز می‌شود. تقاضا نیز

۱- برای اطلاعات بیشتر در این باره ر.ک: میردال، گونار (۱۳۶۶)، «درام آسیایی»، ص ۲۸۸.

دارای ابعاد گوناگونی مانند تقاضای سیاسی، تقاضای اقتصادی، تقاضای اجتماعی، تقاضای مذهبی و غیره می‌باشد. یکی از مهم‌ترین این ابعاد، تقاضای موثر اقتصادی برای دانش و مهارت‌های مولد و بهره‌ور است. این مقاله تنها بر این جنبه از عوامل یا به تعبیر سلبی آن، بر موانع نهادی خلق دانش‌ها و فناوری‌های مولد در ایران متمرکز می‌شود. در این راستا، انواع ساختارهای اقتصادی و تاثیر آن‌ها بر تقاضای دانش و مهارت‌های مولد و بهره‌ور بیان خواهد شد.

در این مقاله، منظور از ساختار اقتصادی، مجموعه‌ای از نهادها و سازمان‌های اجتماعی و اقتصادی هستند که شکل غالب فعالیت‌های اقتصادی جامعه را تعیین می‌کند و در نتیجه یکی از ویژگی‌های آن، این است که به ساختار انگیزشی افراد جامعه شکل می‌دهد و تعیین می‌کند که اکثر افراد یک جامعه، کسب درآمد از راه انجام فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر توزیع مجدد درآمد را ترجیح دهد یا از انجام فعالیت‌های اقتصادی مولد و بهره‌ور.

۳-۲-۱- چگونگی شکل‌گیری راستای خلق دانش و فناوری در هر جامعه

انجام هر فعالیت اقتصادی از تولید فولاد و کامپیوتر گرفته تا دزدی و جیب‌بری، مستلزم برخورداری از دانش و مهارت‌های خاص انجام آن فعالیت است (نورث، ۱۳۷۷: ۱۲۳). بدون برخورداری از مهارت‌های خاص انجام یک فعالیت، نمی‌توان آن را به طور موفقیت‌آمیز انجام داد. بنابراین به طور معمول، در اقتصادی که پاداش‌های اقتصادی بر اساس رقابت عادلانه توزیع می‌شود، افراد و سازمان‌های مختلف از جمله بنگاه‌های اقتصادی، به دنبال انجام فعالیت‌هایی می‌روند که مهارت کافی برای انجام آن را داشته باشند. در نتیجه، دانش و مهارت‌هایی که افراد و بنگاه‌های یک جامعه، امروز فرا می‌گیرند، راستای فعالیت‌های اقتصادی آینده آن جامعه و به تعبیر دیگر، مسیر توسعه‌ی آینده آن جامعه را تعیین می‌کند. اگر در جامعه‌ای، امروز دانش و مهارت‌های مولد و بهره‌ور، یادگیری شده و بسط یابند، آینده‌ی این کشور به سمت فعالیت‌های تولیدی و بهره‌ور پیش خواهد رفت و یادگیری و بسط دانش‌های غیر مولد، کشور را از تولید و بهره‌وری دور خواهد نمود.

به همین دلیل از منظر توسعه، نوع دانشی که افراد و سازمان‌های یک جامعه فرا می‌گیرند و شناسایی عوامل مؤثر بر جهت‌گیری راستای آن، اهمیت فراوان دارد. زیرا می‌توان از آن به عنوان یک متغیر پیش‌بینی و کنترلی در جهت حرکت در راستای توسعه‌ی یک کشور استفاده نمود. بر این اساس، پرسش کلیدی این بحث مطرح می‌شود که: چه عاملی ساختار انگیزشی افراد و

بنگاه‌های هر جامعه را در مورد نوع یادگیری دانش و مهارت شکل می‌دهد؟ و به تعبیر دیگر، تعیین می‌کند که آن‌ها به دنبال یادگیری چه دانش و مهارت‌هایی بروند و آن‌ها را بسط دهند؟ در پاسخ به این پرسش، اقتصاد نئوکلاسیک بر اساس مبانی و هسته سخت کلاسیک خود به عنوان یکی از رایج‌ترین مکاتب جریان اصلی علم اقتصاد و اقتصاد نهادی به عنوان چارچوب نظری این مقاله، هر دو توافق نظر دارند که انگیزه‌ی بیشینه طلبی و نفع شخصی، نقش اساسی در تعیین ساختار انگیزشی افراد و بنگاه‌های هر جامعه در مورد نوع یادگیری دانش و مهارت ایفا می‌کند (اسمیت، ۱۳۵۷ و نورث، ۱۳۷۷). یعنی افراد و بنگاه‌ها به دنبال یادگیری دانش‌ها و مهارت‌هایی می‌روند که نفع شخصی آن‌ها را بیشینه نماید. البته اقتصاد نهادی انگیزه‌ی بیشینه طلبی را تنها یکی از نهادهای تعیین کننده و اثر گذار بر ساختار انگیزشی انسان می‌داند نه تنها عامل تعیین کننده آن.

۳-۲-۲- چگونگی و سازوکار علائم راهنمائی خلق دانش در اقتصادهای مولد و

راتنی

در پی توافق در مورد این که انگیزه‌ی بیشینه طلبی و نفع شخصی، نقش اساسی در تعیین ساختار انگیزشی افراد و بنگاه‌های هر جامعه در مورد نوع یادگیری دانش و مهارت ایفا می‌کند. این پرسش باقی می‌ماند که چرا و چگونه انگیزه‌ی نفع شخصی در جوامع گوناگون علائم راهنمایی گوناگونی از خود صادر می‌کنند که بر اساس آن علائم، یادگیری دانش و مهارت‌های مختلفی دنبال می‌شوند؟

اقتصاد نهادی در پاسخ این پرسش، بر چارچوب نهادی و بویژه نقش ابر نهاد نظام پاداش دهی اجتماعی- اقتصادی تأکید می‌کند. توضیح این که: در همه‌ی کشورها معمولاً هم فعالیت‌های مولد و بهره‌ور و هم فعالیت‌های رانت‌جویانه یا فعالیت‌های اقتصادی توأم با فساد انجام می‌شوند. تفاوت کشورهای مختلف در میزان و درصد انجام هر یک از این فعالیت‌هاست. در کشورهای صنعتی به دلیل وجود ساختارهای نهادی و اجرایی توسعه یافته‌تر، معمولاً غلبه با فعالیت‌های مولد و بهره‌ور است و در کشورهای در حال توسعه، معمولاً غلبه با فعالیت‌های اقتصادی رانت‌جویانه یا توأم با فساد است.

نورث برای دو دسته فعالیت‌های مورد بحث، دو مثال را به عنوان نماد مطرح می‌کند. جنرال موتورز را به عنوان نماد بنگاه‌های اقتصادی که فعالیت‌های مولد و بهره‌ور انجام می‌دهند و مافیا

را به عنوان بنگاه‌های اقتصادی که فعالیت‌های رانت‌جویانه یا توأم با فساد انجام می‌دهند (نورث، ۱۳۷۷: ۱۲۳). هر دو دارای سازمان گسترده، مقیاس بالا در فعالیت‌های اقتصادی و نفوذ سیاسی قدرتمند هستند. وجوه مشترک دیگری هم دارند. یکی از وجوه اصلی تفاوت‌های آن دو، در پاداش‌های اجتماعی و اقتصادی است که توزیع می‌کنند. هر دوی آن‌ها پاداش‌هایشان را در راستای پیشینه‌سازی منافع شخصی اعضای خود توزیع می‌کنند اما منافع شخصی آن‌ها متفاوت است. زیرا راه‌های کسب درآمدشان متفاوت است. در نتیجه، تقاضایشان برای انواع دانش و مهارت نیز متفاوت است.

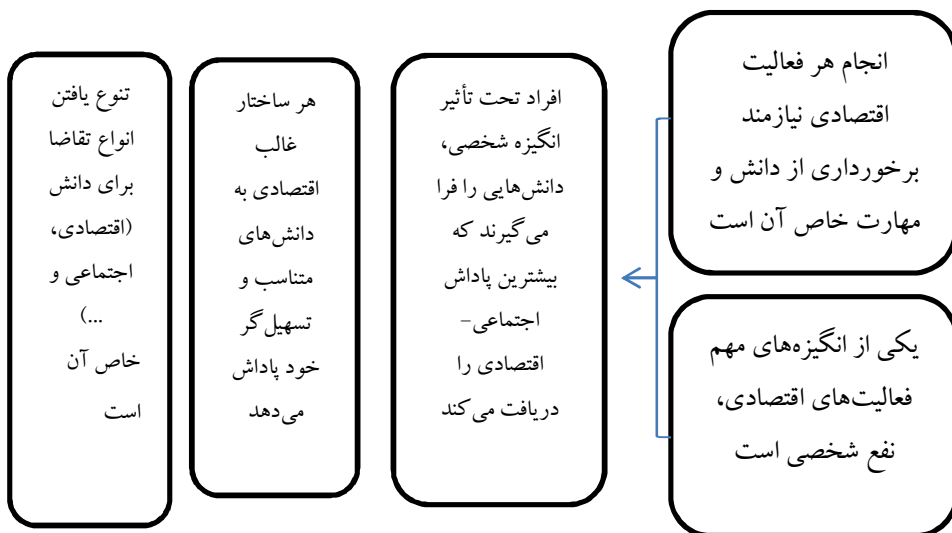
جنرال موتورز از راه تولید، کسب درآمد می‌کند و با فرض برقراری شرایط رقابت عادلانه، تنها از طریق بهبود بهره‌وری و فناوری و ارائه نوآوری در راستای تحقق این دو، می‌تواند سود بیشتری کسب کند. پس تقاضای جنرال موتورز در راستای خلق و یادگیری دانش و مهارت‌های مولد شکل می‌گیرد و در نقطه‌ی مقابل، تقاضای مافیا در راستای خلق و یادگیری دانش و مهارت‌های گسترش رانت‌خواری و افزایش کسب درآمد از راه فساد شکل می‌گیرد (نورث، ۱۳۷۷: ۱۲۸).

این دو گروه سازمان، هر یک بر اساس مقیاس فعالیت‌هایی که انجام می‌دهد، سطحی از تقاضا برای مهارت‌های مورد نیازشان را ایجاد و بر اساس آن، گروهی از کارگزاران اقتصادی را به سمت خود جلب می‌نمایند. در هر جامعه، بر حسب این که مقیاس فعالیت‌ها و در نتیجه تقاضای کدام گروه سازمان بیشتر باشد، بردار نظام پاداش دهی اجتماعی - اقتصادی در همان راستا شکل می‌گیرد و به کارگزاران اقتصادی علامت می‌دهد که بیشتر چه مهارت‌هایی را یاد بگیرند و بسط دهند.

به این ترتیب، علائم راهنمایی خلق و یادگیری دانش و مهارت در جوامع با ساختار اقتصادی مولد و بهره‌ور، به سمت بسط و یادگیری مهارت‌های مولد و در جوامع با ساختار اقتصادی رانت‌جویانه یا توأم با فساد به سمت بسط و یادگیری مهارت‌های افزایش درآمد از راه‌های توأم با فساد جهت می‌گیرد. پس ساختار اقتصادی هر جامعه و علایم و پاداش‌هایی که از نظام پاداش‌دهی برخاسته از آن شکل می‌گیرد، مهم‌ترین عامل نهادی و سازمانی جهت دهی به راستای تولید دانش و یادگیری در هر جامعه هستند. بدیهی است که مهارت‌های تولید شده در راستای رانت‌جویی اغلب نمی‌توانند مولد و بهره‌ور باشد بنابراین نمی‌توانند در عرصه‌ی تولید بهره‌ور نقش‌آفرینی نمایند. از این رو اصلاً امکان و بستر ایجاد تقاضای تولیدی و تجاری سازی

برای چنین دانش‌ها و فناوری‌هایی وجود ندارد. از این رو می‌توان گفت مهم‌ترین مانع نهادی خلق دانش و فناوری‌های مولد در کشورهای با ساختار اقتصادی رانتي مانند ایران که مستندات آن به زودی ارائه خواهد شد، فقدان تقاضای اقتصادی برای دانش و مهارت‌های مولد و بهره‌ور است. در نمودار ۵ چگونگی شکل‌گیری راستای خلق دانش و فناوری و تنوع یافتن تقاضا برای دانایی در هر کشور ارائه شده است.

نمودار ۵: چگونگی شکل‌گیری راستای خلق دانش و فناوری و تنوع یافتن تقاضا برای دانایی در هر جامعه

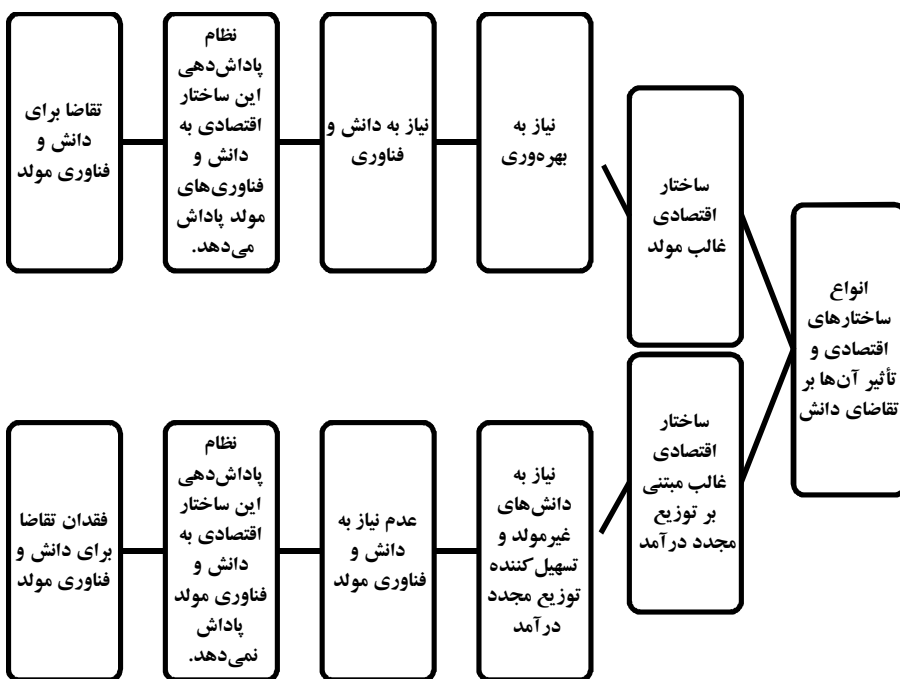


۳-۳-۳ مدل مفهومی تحقیق

از ترکیب مفاهیم و مبانی نظری پیشگفته، یک مدل مفهومی برای پاسخگویی به مسأله این تحقیق تدوین شده که در نمودار ۶ ارائه می‌گردد. مفاد اصلی این مدل مفهومی در مورد عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تقاضا برای دانش و فناوری مولد و بهره‌ور، است. با توجه به نقش تعیین‌کننده تقاضای مذکور در تداوم و اثر بخشیدن به تولید دانش و فناوری مولد و بهره‌ور بسنده و اثربخش در یک کشور، عوامل مؤثر بر آن اهمیت فراوان دارند. پیش‌تر نیز اشاره شد که تقاضای مورد بحث تابع عوامل گوناگونی است اما مبانی نظری تأکید می‌کنند که مهم‌ترین آن‌ها ساختار غالب

فعالیت‌های اقتصادی رایج در یک کشور است. شواهد تجربی مدل نیز به زودی ارائه خواهد شد. پیام اصلی این مدل، این است که وجود تقاضای بسنده و اثربخش برای دانش و فناوری مولد در یک کشور تابع ساختار غالب فعالیت‌های اقتصادی آن کشور است. در نتیجه در کشور رانتی، می‌توان با تزریق و فشار درآمدهای رانتی چند موسسه لوکس پژوهشی ایجاد نمود یا تعداد مقالات را با جوایز ویژه برخی ستادهای حامی ترویج بخش‌هایی از دانش افزایش داد اما نمی‌توان از این اقدامات انتظار بهبود جدی در وضعیت توسعه کشور را داشت. زیرا ساختار غالب فعالیت‌های اقتصادی جامعه که بر مدار توزیع مجدد درآمدهای رانتی می‌گردد، جامعه را به سوی تولید، توزیع و نشر دانش مولد و بهره‌ور دعوت نمی‌کند. بنابراین این فرایند هر چند ممکن است به صورت پراکنده صورت پذیرد اما به صورت بسنده و اثربخش تحقق نخواهد یافت.

نمودار ۶: انواع ساختارهای اقتصادی و تأثیر آن‌ها بر تقاضای دانش



منبع: یافته‌های پژوهش

۴- شواهد تجربی راستای خلق دانش در کشور ایران و کشورهای مولد منتخب

در بحث‌های پیشین، استدلال‌ها و بررسی‌های نظری نشان دادند که تحقق اقتصاد و الگوی تولید دانش بنیان در یک کشور، به شدت متأثر از ساختار اقتصادی آن کشور است و با فرض وجود فضای رقابتی، ساختار اقتصادی تولیدی، جامعه را به سمت تولید دانش‌های مفید و توسعه‌زا راهنمایی می‌کند و ساختار اقتصادی رانتهی، جامعه را از تولید چنین دانش‌هایی دور می‌نماید. در این قسمت، شواهد تجربی موجود در مورد تأثیر ساختار اقتصادی بر تحقق اقتصاد دانش بنیان مورد بررسی قرار می‌گیرد. مطالعه‌ی موردی انتخاب شده برای این بررسی، کشور کره جنوبی و ایران است.

۴-۱- شواهد تجربی راستای خلق دانش در کشور کره جنوبی

ابتدا بر اساس شواهد تجربی، وضعیت تحقق اقتصاد دانش بنیان در کره جنوبی مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس ساختار اقتصادی کره در دهه‌هایی که منجر به تحقق اقتصاد دانش بنیان در کره شده، بررسی خواهد شد. برای سنجش اقتصاد دانش محور از سوی سازمان‌های بین‌المللی الگوهای متفاوتی ارائه شده است. شاخص بانک جهانی، کامل‌ترین شاخص موجود می‌باشد. این شاخص، شامل پنج بخش اصلی عملکرد اقتصاد، مشوق‌های اقتصادی و رژیم‌های نهادی، سیستم ابداعات، آموزش و منابع انسانی و زیرساخت‌های اطلاعاتی است (بانک جهانی، بی‌تا). شاخص اقتصاد دانش محور، نشان می‌دهد که تا چه حد محیط برای به کارگیری مؤثر دانش در جهت توسعه اقتصادی مهیاست. این شاخص میانگین ساده امتیازهای نرمال شده نظام نهادی و انگیزش اقتصادی (متغیرهای موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، کیفیت تنظیم‌گری^۱ و حاکمیت قانون)، آموزش (متغیرهای نرخ باسوادی افراد ۱۵ سال و بیشتر، ثبت نام در دوره متوسطه و ثبت نام در آموزش عالی) نوآوری (متغیرهای مقالات علمی و تخصصی چاپ شده در مجلات، کل پرداخت‌ها و دریافت‌ها در ارتباط با حق امتیاز و حق امتیازهای اعطا شده توسط (USPTO)^۲ و ICT^۳ (متغیرهای دسترسی به تلفن، دسترسی به کامپیوتر و دسترسی به اینترنت) است.

۱- Regulatory Quality

۲- United States Patent and Trademark Office

۳- Information and Communication Technology

بانک جهانی بر اساس شاخص KEI^1 کشورها را به سه گروه کشورهای پیشرو در اقتصاد دانش محور ($10 < KEI < 7$)، کشورهای با شاخص اقتصاد دانش متوسط ($7 < KEI < 4$) و کشورهای با شاخص اقتصاد دانش پایین ($4 < KEI < 0$) که بیشتر به واردات فناوریها می پردازند، تقسیم می کند. همان طور که جدول ۴ نشان می دهد، بر اساس این تقسیم بندی، کشور کره تا سال ۲۰۱۲ که تاکنون آخرین سال اعلام آمارهای مربوطه است، با شاخص ۷.۷۹ اقتصاد دانش محور در گروه کشورهای پیشرو در اقتصاد دانش محور قرار دارد. برای مقایسه و اطلاعات بیشتر اطلاعات چند کشور دیگر هم آورده شده است.

جدول ۴: مقایسه رتبه شاخص های اقتصاد دانش محور کره جنوبی و گروهی از کشورهای منتخب در سال ۲۰۱۲

کشور	رتبه	شاخص KEI	شاخص KI
کره	۱۵	۷/۷۹	۸/۶۵
سنگاپور	۳۱	۸/۲۶	۷/۷۹
امارات	۴۱	۶/۹۴	۷/۰۹
مالزی	۵۲	۶/۱	۶/۲۵
قطر	۶۱	۵/۸۴	۵/۵
ایران	۷۵	۳/۹۱	۴/۹۷

(بانک جهانی، بی تا)

۱- Knowledge Based Economy

اقتصاد دانش بنیان معمولاً با استفاده از دو معیار شاخص دانش (KI) و شاخص اقتصاد دانش (KEI) بررسی می شود. شاخص دانش به اندازه گیری توانایی یک کشور در تولید، اتخاذ و انتشار دانش می پردازد و مبین توسعه بالقوه دانش در کشور خاص می باشد. این شاخص از میانگین ساده امتیازهای نرمال شده عملکرد یک کشور یا منطقه در متغیرهای کلیدی ارکان اقتصادی دانش یعنی آموزش و منابع انسانی، سیستم نوآوری و ارتباطات و فناوری اطلاعات به دست می آید. در مقابل، شاخص اقتصاد دانش بنیان به بررسی مساعد بودن محیط دانش موجود در کشور برای توسعه اقتصادی کارآمد می پردازد.

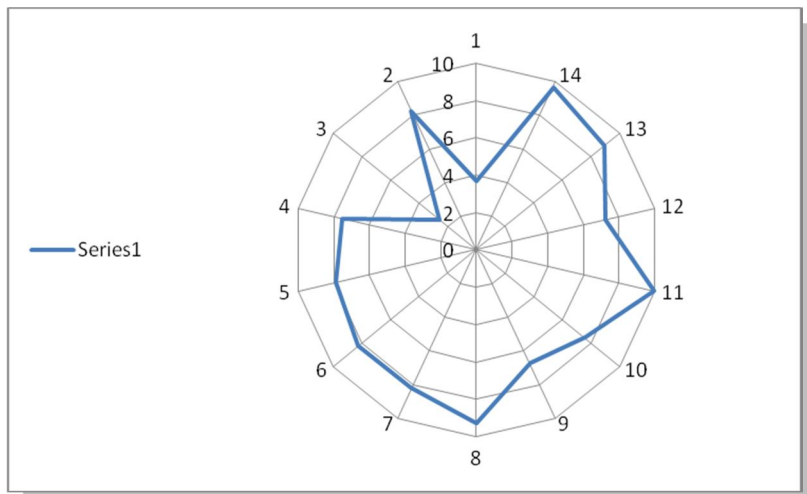
در این قسمت، وضعیت شاخص اقتصاد دانش محور ایران را با برخی از کشورهای در حال توسعه در منطقه (بحرین، قطر، هند) و کشورهایی که طی چند دهه گذشته وارد اقتصاد دانش محور شده‌اند یا اخیراً در شمار کشورهای توسعه یافته قرار گرفته‌اند (فنلاند، سنگاپور، کره) و برخی از کشورهای توسعه یافته مثل ژاپن و میانگین جهانی و میانگین خاور میانه مورد بررسی قرار می‌دهیم. بررسی شاخص‌های دانش محور در ایران، بیانگر عدم توازن بسیار بالا در متغیرهای این شاخص می‌باشد.

شاخص بانک جهانی در جدول ۴، ۵ نمودار ۸ بررسی شده است. اجزای این شاخص عبارتند از:

- ۱- متوسط رشد سالانه GDP، ۲- شاخص توسعه انسانی، ۳- موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، ۴- کیفیت نظم و ترتیب، ۵- قانون و مقررات، ۶- سرانه پرداخت و دریافت حق امتیاز، ۷- سرانه ثبت اختراعات به ازای یک میلیون نفر، ۸- مقالات و مجلات علمی و فنی، ۹- نرخ باسوادی بزرگسالان، ۱۰- نرخ ثبت نام در سطح دوم آموزش، ۱۱- نرخ ثبت نام در سطح سوم آموزش، ۱۲- سرانه تلفن به ازاء هزار نفر، ۱۳- سرانه کامپیوتر به ازاء هزار نفر، ۱۴- سرانه استفاده کنندگان اینترنت به ازای هزار نفر.

در نمودار راداری ۷، شاخص اقتصاد دانش بنیان کره ارائه شده است.

نمودار ۷: شاخص اقتصاد دانش محور کره جنوبی



(بانک جهانی، بی تا)

آمارهای فوق نشان دهندهی وضعیت مطلوب تحقق اقتصاد دانش بنیان در کشور کره جنوبی بر اساس ارزیابی بانک جهانی است.

اکنون باید دید که اقتصاد کره در دهه‌های مشرف به تحقق اقتصاد دانش بنیان از نظر تولیدی، چه شرایطی را طی نموده که منجر به چنین دستاورد درخشانی شده است. برای ارزیابی بهتر، شرایط کره را با چند کشور دیگر پس جنگ جهانی دوم یعنی حدود سه دهه پیش از ظهور اقتصاد دانش بنیان که تحولات آن دوره موجب ظهور اقتصاد دانش بنیان در برخی کشورها شد، می‌پردازیم. اولین کشور منتخب، تایوان است که در دو دهه‌ی پس از پایان جنگ جهانی دوم، بالاترین نرخ رشد اقتصادی جهان را به نام خود ثبت نمود. چین، برزیل، شیلی، مکزیک و هندوستان چند کشور در حال توسعه‌ی پیشرو در این دوره هستند. سه کشور ژاپن ایتالیا و اتریش، کشورهای صنعتی عضو OECD هستند.

جدول ۵: عملکرد مقایسه‌ای رشد اقتصادی کره جنوبی و چند کشور دیگر ۸۷-۱۹۵۰
(نرخ رشد متوسط سالانه)

۱۹۶۴-۸۷	۸۷ ۱۹۵۰-	۱۹۷۹-۸۷	۱۹۷۳-۷۹	۱۹۶۴-۷۳	-۶۴ ۱۹۵۰	
۸/۵	۷/۶	۷/۰	۹/۰	۹/۶	۶/۱	کره جنوبی
۹/۱	۸/۸	۷/۴	۸/۴	۱۱/۰	۸/۳	تایوان
۷/۲	۶/۵	۹/۳	۵/۰	۶/۹	۵/۲	چین
۳/۶	۳/۸	۴/۶	۳/۴	۲/۷	۴/۳	هندوستان
۲/۴	۲/۶	-۴/۰	۲/۳	۴/۹	۳/۰	آرژانتین
۶/۱	۶/۰	۳/۵	۶/۵	۸/۱	۵/۹	برزیل
۲/۲	۳/۰	۱/۶	۲/۳	۲/۸	۴/۲	شیلی
۴/۷	۵/۳	۱/۷	۶/۱	۶/۶	۶/۲	مکزیک
۳/۳	۴/۲	۱/۷	۲/۹	۵/۱	۵/۵	اتریش
۳/۴	۴/۳	۲/۲	۲/۶	۵/۱	۵/۷	ایتالیا
۵/۷	۷/۱	۳/۸	۳/۶	۸/۹	۹/۵	ژاپن

(چانگ، ۱۳۹۲: ۱۲۴)

همچنان که در جدول دیده می‌شود، رشد اقتصاد کره، که نشان دهنده‌ی وضعیت تولیدی این کشور است تا قبل از ۱۹۶۴ خوب بود اما کره در این دوران پیشتاز نبود. از سال ۱۹۶۴ به بعد، نرخ رشد اقتصادی کره شتاب گرفت و پس از تایوان بالاترین نرخ رشد اقتصادی را برای خود به ثبت رسانید. اکنون این سوال پیش می‌آید که منبع رشد اقتصادی کره در این دوران چه بوده است؟ افزایش قیمت مواد خام صادراتی؟ یا افزایش تولید و گسترش بخش تولیدی کشور؟ اطلاعات جدول زیر به روشن شدن پاسخ این پرسش کمک می‌کند.

**جدول ۶: رشد صنایع کارخانه‌ای در برخی کشورهای در حال توسعه‌ی منتخب
(نرخ رشد متوسط سالانه)**

۱۹۷۹-۸۸	۱۹۷۳-۸	۱۹۶۳-۷۲	
۱۱/۷	۲۴/۷	۱۸/۳	کره جنوبی
۱/۵	n.a.	(۱)۶/۷	برزیل
(۳)۱۲/۶	(۲)۹/۵	(۲)۹/۵	چین
۲/۷	-۲/۹	۴/۱	شیلی
۰/۴	۴/۳	۹/۷	یونان
۸/۳	۴/۳	۴/۵	هندوستان
۷/۳	n.a.	n.a.	مالزی
۰/۰	۷/۴	7/8	مکزیک
۶/۸	۷/۱	(۴)۱۷/۰	سنگاپور
۱/۶	۱/۳	۶/۸	آفریقای جنوبی
۱/۵	۳/۳	۱۰/۸	اسپانیا
			(۱) برای سال‌های ۱۹۶۳-۶۹
			(۲) برای سال‌های ۱۹۶۵-۸۰
			(۳) برای سال‌های ۱۹۸۰-۸۷
			(۴) برای سال‌های ۱۹۶۶-۷۲

(چانگ، ۱۳۹۲: ۱۲۵)

جدول بالا نرخ رشد صنایع کارخانه‌ای کره در دوره‌ی زمانی ۱۹۶۳-۸۸ را نشان می‌دهد. مقایسه نرخ رشد صنایع کارخانه‌ای کره با نرخ رشد کل اقتصاد که از ۱۹۵۰-۸۷ به طور میانگین ۸/۵ درصد بوده است، نشان می‌دهد که در تمام این دوران نرخ رشد صنایع کارخانه‌ای کره بیش از نرخ رشد اقتصادی این کشور و در بیشتر این دوران، دو تا سه برابر آن بوده است. بنابراین موتور

پیشران اقتصاد کره در دهه‌های مشرف به تحقق اقتصاد دانش بنیان، صنایع کارخانه‌ای و تاکید بر بخش تولیدی کشور بوده است. بررسی تغییرات بخش‌های اقتصادی کره و سنجش تغییرات هر یک از بخش‌ها در این دوره به شناسایی بیشتر ساختار اقتصادی کره و تغییرات بخش تولیدی آن در دوره‌ی مورد نظر کمک می‌کند جدول زیر اطلاعات مربوط به تغییرات ساختار اقتصادی کره و چند کشور منتخب در دوره‌ی زمانی ۸۶-۱۹۵۶ را ارائه می‌کند.

جدول ۲: تغییر ساختاری در کشورهای در حال توسعه‌ی منتخب ۸۶-۱۹۵۶

ساختار تولید (درصد از GDP-1986)				ساختار تولید (درصد از GDP-1965)				جمعیت (میلیون - ۱۹۸۶)	GNP سرانه (دلار - ۱۹۸۶)	
S	M	I	A	S	M	I	A			
۳۹	19	29	32	۳۱	۱۵	۲۲	۴۷	۷۸۱/۴	۲۹۰	هندوستان
۲۳	34	46	31	۲۳	۳۰	۳۸	۳۹	۱۰۵۴/۰	۳۰۰	چین
۵۰	12	20	30	۴۷	۱۱	۱۸	۳۵	۲۱/۱	۳۰۰	کنیا
۵۶	18	25	20	۴۶	۱۸	۲۵	۳۰	۲۹/۰	۱۲۳۰	کلمبیا
n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	۵۲	۲۴	۴۰	۹	۱۲/۲	۱۳۲۰	شیلی
۵۰	28	39	11	۴۸	۲۶	۳۳	۱۹	۱۳۸/۴	۱۸۱۰	برزیل
۴۹	22	46	6	۴۸	۲۳	۴۲	۱۰	۳۲/۳	۱۸۳۰	آفریقای جنوبی
۵۲	26	39	9	54	۲۱	۳۱	۱۴	۸۰/۲	۱۸۶۰	مکزیک
۴۴	31	44	13	42	۳۳	۴۲	۱۷	۳۱/۰	۲۳۵۰	آرژانتین
۴۵	30	42	12	37	۱۸	۲۵	۳۸	۴۱/۵	۲۳۷۰	کره
n.a.	29 (۲)	n.a.	n.a.	n.a.	۲۲/۱	n.a.	n.a.	۱۹/۴	۳۵۸۰	تایوان
۵۴	۱۸	29	49	49	۱۶	۲۶	۲۴	۱۰/۰	۳۶۸۰	یونان
۵۶	۲۷	37	56	56	n.a.	۳۶	۱۵	۳۸/۷	۴۸۶۰	اسپانیا

(چانگ، ۱۳۹۲: ۱۲۶)

A نماد کشاورزی، I نماد صنعت (معدن، تولید کارخانه‌ای، ساخت و ساز، برق و آب و گاز)، M تولید کارخانه‌ای و S خدمات است.

همچنان که دیده می‌شود، درصد تولید صنعتی و تولید کارخانه‌ای در کره جنوبی که در دهه‌ی ۱۹۵۰، به ترتیب ۲۵ و ۱۸ درصد از کل GDP کشور کره جنوبی را تشکیل می‌دادند، در سال ۱۹۸۶، به ترتیب ۴۲ و ۳۰ درصد از کل GDP کشور کره جنوبی را تشکیل می‌دادند. فراتر از آن، جدول زیر نشان می‌دهد که در دهه‌های پس از جنگ جهانی دوم، در اقتصاد کره نه تنها بخش‌های تولیدی و بویژه تولید کارخانه‌ای افزایش قابل توجه یافته است، بلکه در درون خود صنعت هم بیشترین رشد متعلق به صنایع سنگین و شیمیایی بوده است.

جدول ۸: تغییر ساختاری درون بخش‌های تولید کارخانه‌ای در کره جنوبی و تایوان ۸۴-
۱۹۶۵ (درصد)

صنعت	کشور	۱۹۶۵	۱۹۷۱	۱۹۷۵	۱۹۸۱	۱۹۸۴
سبک	تایوان	۵۱/۲	۵۰/۷	۴۶/۷	۴۳/۴	۴۱/۵
	کره	۶۱/۸	۵۴/۷	۵۱/۶	۴۷/۲	۴۳/۲
سنگین و شیمیایی	تایوان	۴۹/۸	۴۹/۳	۵۳/۳	۵۶/۶	۵۸/۵
	کره	۳۸/۲	۴۵/۳	۴۸/۴	۵۲/۸	۵۶/۸

(چانگ، ۱۳۹۲: ۱۲۹)

همچنان که دیده شد، در سه دهه‌ی پس از جنگ جهانی دوم، اقتصاد کره با رشد اقتصادی چشمگیر مواجه بوده و وزن بخش‌های مختلف اقتصادی نیز به سود بخش‌های تولیدی تغییر کرده است. این امر به خوبی نشان دهنده‌ی این است که اقتصاد کره در سه دهه‌ی مشرف به ظهور اقتصاد دانش بنیان، به شدت به سمت تولید محوری و تغییر ساختاری به سمت گسترش بخش‌های تولیدی پیش رفته است. بنابراین شواهد تجربی نیز تایید می‌کند که ظهور و تحقق اقتصاد دانش بنیان در کشور کره ارتباط مستقیم با گسترش بخش‌های تولیدی داشته است. در واقع، بستر سازی ساختار اقتصادی تولید محور برای تولید دانش ضمنی و نیاز حیاتی بخش تولید رقابتی به سمت بهبود بهره‌وری، عوامل اصلی تحقق اقتصاد دانش محور در کشور کره بوده‌اند. بنابراین بر اساس شواهد تجربی نیز مانند استدلال‌های نظری، می‌توانیم نتیجه بگیریم که به طور کلی، تحقق اقتصاد دانش بنیان میوه یک ساختار اقتصادی تولید محور است. زیرا تنها یک اقتصاد تولید محور نیازمند بهره‌وری است و در نتیجه، تقاضای مؤثر برای دانش و فناوری و بستر کاربردی نمودن آن‌ها پیش می‌آید.

۲-۴- شواهد تجربی راستای خلق دانش در کشور ایران

برای شناسایی راستای تقاضای دانش در ایران و تغییرات آن، از چند متغیر می‌توان استفاده نمود؛ در این مقاله از وضعیت ساختار اقتصادی ایران از منظر تکنولوژی به کار برده شده برای تولید و تحلیل آن برای نشان دادن شدت تقاضا برای خلق دانش‌ها و فناوری‌های مولد و بهره‌ور استفاده می‌شود.

در برخی مطالعات صورت گرفته مرتبط با میزان تأثیرپذیری عوامل گوناگون تولید در تولید کشورها، بر اندازه‌گیری نقش فناوری در فرآیند تولید تمرکز شده است. لعل^۱ فناوری به کار برده شده در فرآیند تولید را به پنج گروه تقسیم کرده است (لعل^۲، ۲۰۰۰: ۷). این پنج گروه عبارتند از:

• محصولات اولیه^۳

این گروه محصولات، وابسته به فناوری نیستند و فناوری در مزیت نسبی آنها نقشی ندارد. البته بعید است که بتوان کالایی یافت که تکنولوژی هیچ نقشی در تولید آن نداشته باشد اما در تولید برخی کالاها مانند بافت فرش دستباف، تکنولوژی نقش بسیار ناچیزی ایفا می‌کند.

• محصولات منبع گرا (RB)^۴

محصولات این گروه معمولا کالاهای ساده و کاربر هستند که مزیت اصلی تولید آنها منابع طبیعی موجود در منطقه است. تولید مواد غذایی ساده و چرم، مثالهایی از این گروه هستند. البته بخشهایی از تولید محصولات این گروه نیز ممکن است سرمایه‌بر باشند. یا به فناوری سطح بالا نیاز داشته باشند مانند استخراج و پالایش نفت.

• محصولات با فناوری سطح پایین (LT)^۵

محصولات این گروه بر اساس تکنولوژی‌های ساده و سطح پایین ساخته می‌شود. این محصولات معمولا از منظر کیفیت یکسان هستند. بنابراین در عرضه این کالاها، رقابت بیشتر بر سر قیمت کالاهاست نه بر سر کیفیت آنها. بخش قابل توجهی از هزینه‌های تولید این گروه را

1- Sanjaya, Lall.

2- Lall

3-Primary Products

4- Resource Based

5- Low Technology

هزینه نیروی کار تشکیل می‌دهد. برخی از محصولات این گروه عبارتند از: محصولات نساجی، پوشاک و کفش.

• محصولات با فناوری متوسط (MT)^۱

محصولات این گروه بر اساس سطح فناوری متوسط ساخته می‌شوند و نیازمند سطح بالای تحقیق و توسعه، مهارت‌های بالا و دوره‌های یادگیری طولانی هستند. خودرو سازی، صنایع شیمیایی و فلزات اساسی در این گروه قرار دارند.

• محصولات با فناوری بالا (HT)^۲

محصولات این گروه بر اساس فناوری بسیار پیشرفته ساخته می‌شوند. کامپیوتر، نرم افزار و صنایع هوا و فضا در این گروه قرار می‌گیرند. یکی از ویژگی‌های محصولات گروه‌های نام برده شده، این است که معمولاً سطح دانش و تکنولوژی به کار برده شده در تولید هر گروه از محصولات، با ارزش افزوده حاصل از تولید آنها رابطه مستقیم دارد.

ممکن است این ایراد به این تقسیم بندی گرفته شود که این تقسیم بندی بر اساس پارادایم فکری عصر موج اول و دوم انقلاب صنعتی صورت گرفته است که در آنها معمولاً سطح تکنولوژی به کار برده شده در هر گروه از محصولات، از منظر رده بندی، ثابت بود اما در عصر انقلاب دانایی که تلاش می‌شود که همه کالاها و فعالیتهای اقتصادی حتی فعالیتهایی مانند ماهیگیری با بالاترین سطح دانش در دسترس، انجام پذیرند، این تقسیم بندی درست نیست.

این اشکال از یک جنبه درست است. زیرا در اقتصاد دانش محور سطح تکنولوژی به کار رفته در تولید و سطح ارزش افزوده تولید شده در فرآیند تولید کالاهای گوناگون ثابت نیست اما به هر حال این تقسیم بندی به ما کمک می‌کند تا کالاها را بر اساس میزان اتکای تولید آنها به هر یک از عوامل تولید در هر مقطع زمان، را مورد بررسی قرار دهیم.

بر اساس محاسبات جهانگرد (۱۳۸۵: ۲۱۸)، حدود ۵۰ درصد از تولیدات صنعتی ایران را محصولات منبع گرا تشکیل می‌دهند. حدود ۲۰ درصد از محصولات صنعتی نیز اختصاص به صنایع با فناوری ساده دارد. بنابراین مجموع صنایع منبع گرا و ساده حدود ۷۰ درصد تولیدات صنعتی ایران را تشکیل می‌دهد که بیانگر سطح پایین فناوری صنعتی ایران است. محصولات با

1-Medium Technology

2- High Technology

فناوری متوسط نیز اندکی کمتر از ۳۰ درصد از تولیدات صنعتی ایران را شامل می‌شود که بیشتر شامل صنایع پتروشیمی و شیمیایی می‌باشد. بخش صنایع با فناوری بالا نیز سهم بسیار ناچیزی بین ۱/۹ تا ۲/۵ درصد از کل محصولات صنعتی ایران را شامل می‌شود که بخش عمده آن محصولات الکترونیکی است.

بنابراین ساختار اقتصاد ایران از منظر سطح فناوری به کار برده شده در تولید، بیشتر (بیش از ۷۰ درصد) مبتنی بر تولید کالاهای منبع‌گرا و دارای تکنولوژی سطح پایین است و سهم تولید کالاهای با تکنولوژی سطح بالا بسیار ناچیز است. آمار سهم درآمدهای نفت و گاز از کل درآمد ملی و درآمد صادراتی ایران، شاخصهای دیگری هستند که به خوبی می‌توانند منبع محور بودن اقتصاد ایران را نشان دهند. این آمارها در جدول زیر ارائه شده‌اند.

جدول ۹: سهم ارزش افزوده واقعی و درآمد نفت در اقتصاد ایران

سال	۱۳۵۲	۱۳۵۷	میانگین	۱۳۵۸	۱۳۵۹	۱۳۶۰	میانگین	۱۳۶۱	۱۳۶۲	۱۳۶۳	۱۳۶۴	میانگین
سهم بخش نفت از درآمد ملی	۳۳/۵	۳۲/۳	۳۵/۲	۲۶/۴	۴/۷	۱۲/۴	۶/۹	۲۰/۹	۱۳/۹	۲۲/۲	۲۲/۲	۲۰/۸
سهم نفت و گاز از صادرات	۹۲/۹	۹۶/۶	۹۶/۶	۹۶/۷	۹۰/۳	۹۴/۸	۹۲	۸۰/۵	۸۳/۲	۸۲/۸	۵۹/۸	۷۰/۴

(بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بی تا)

همچنان که در جدول ۹ دیده می‌شود، در سالهای اخیر بیش از ۳۰ درصد از کل GDP و ۷۰ درصد از درآمد صادراتی کشور از محل استخراج و فروش نفت و گاز تامین شده است. سهم بالای درآمد نفت از درآمدهای ایران به خوبی نشان دهنده یک اقتصاد منبع محور و متکی بر فروش مواد خام است. سایر کشورهای در حال توسعه نیز هر یک وابستگی اقتصادی چشمگیری

به صادرات مواد اولیه و خام دارند. به عنوان مثال، درست ۸۰ درصد درآمد دولت نیجریه از فروش نفت خام به دست می‌آید. این میزان در عربستان سعودی ۷۵ درصد است. کویت، عمان، امارات متحده عربی و آنگولا نیز کم و بیش چنین وضعی دارند. وابستگی ونزوئلا به نفت، ۵۰ درصد و وابستگی روسیه به نفت، نزدیک به سی درصد است (تافلر و تافلر، ۱۳۸۸: ۱۴۵).

البته اقتصاد این کشورها و سایر کشورهای در حال توسعه فقط به درآمد نفت وابسته نیست، بلکه سایر مواد اولیه و خام مانند گاز طبیعی، شمش مس و سایر فلزات و برخی موارد مشابه دیگر نیز نقش قابل توجهی در اقتصاد این کشورها ایفا می‌کنند.

بنابراین اقتصاد ایران بر مدار مصرف دانش و فناوری‌های مولد جدید نمی‌چرخد در نتیجه تقاضای بسنده‌ای هم برای خلق آن ایجاد نمی‌کند. از این رو، تولید دانش و فناوری‌های مولد جدید در ایران با بحران کمبود تقاضای اقتصادی روبه‌رو است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

❖ از منظر اقتصادی و تأثیرگذاری و نقش‌آفرین بودن بر بهره‌وری و فعالیت‌های مولد، دانش و فناوری به دو نوع تقسیم می‌شوند؛ دانش و فناوری مولد و دانش و فناوری تسهیل‌گر فعالیت‌های مبتنی بر توزیع مجدد درآمد.

❖ در هر جامعه‌ای انواع مختلف فعالیت‌های اقتصادی از منظر مولد و بهره‌ور بودن یا مبتنی بر توزیع مجدد درآمد بودن، وجود دارد. اما در هر کشور در هر زمان خاص یکی از آن دو بیشتر رایج است و ساختار غالب فعالیت‌های اقتصادی جامعه را تعیین می‌کند.

❖ انجام هر فعالیت اقتصادی نیازمند برخورداری از دانش و مهارت خاص همان فعالیت است. افراد تحت تأثیر انگیزه بیشینه‌طلبی و نفع شخصی، به دنبال یادگیری دانش‌ها و فناوری‌هایی می‌روند که بیشترین پاداش اقتصادی-اجتماعی را دریافت می‌کند. پس نظام پاداش‌دهی اجتماعی-اقتصادی راستای یادگیری و کسب آموزش در هر جامعه‌ای را تعیین می‌کند.

❖ در ساختارهای اقتصادی مبتنی بر توزیع مجدد درآمد، بنگاه‌ها از طریق تولید، کسب درآمد نمی‌کنند؛ بنابراین به دانش و فناوری مولد و بهره‌ور هم نیازمند نیستند. در

نتیجه نظام پاداش‌دهی این ساختارهای اقتصادی به دانش و فناوری مولد، پاداش بسنده و مؤثر نمی‌دهد. از این رو، در این ساختارهای اقتصادی، تقاضای کافی برای دانش مولد و بهره‌ور شکل نمی‌گیرد.

❖ در ساختارهای اقتصادی مولد و بهره‌ور، افراد و بنگاه‌ها از راه تولید کسب درآمد می‌کنند؛ بنابراین با فرض برقراری شرایط رقابت عادلانه، تنها از طریق بهبود بهره‌وری و فناوری می‌توانند در فرایند رقابت در بازار بمانند و سود بیشتری کسب کنند. این ساختارهای اقتصادی، نیاز حیاتی به دانش و فناوری‌های مولد و بهره‌ور دارند. بنابراین نظام پاداش‌دهی این نظام‌ها، بیشترین پاداش‌ها را به دانش و فناوری بهره‌ور می‌دهد. در نتیجه تقاضای غالب برای ارائه دانش و فناوری‌های مولد شکل می‌گیرد و ایجاد می‌شود.

❖ از منظر اقتصاد نهادی، سازوکار جهت‌دهی به انگیزه‌ی نفع شخصی برای یادگیری و تولید انواع مختلف دانش و فناوری در جوامع مختلف که موجب تکثر و تنوع انگیزه‌های یادگیری و خلق تولید علم در جوامع مختلف نیز می‌شود، ابرنهاد نظام پاداش‌دهی اجتماعی - اقتصادی است.

❖ در همه‌ی کشورها معمولاً هم فعالیت مولد و بهره‌ور و هم فعالیت‌های رانت‌جویانه یا فعالیت‌های اقتصادی توأم با فساد انجام می‌شوند. تفاوت کشورهای مختلف در میزان و درصد انجام هر یک از این فعالیت‌هاست، در هر کشور هر چه ساختارهای اجرایی و نهادی به‌ویژه دولت، توسعه‌یافته‌تر باشد، بیشتر فعالیت‌های مولد و بهره‌ور غالب می‌شوند و در حالت عکس، فعالیت‌های اقتصادی رانت‌جویانه یا توأم با فساد غلبه می‌یابند.

❖ در جوامع با ساختارهای اقتصادی مولد و بهره‌ور، علائم راهنمایی خلق و یادگیری دانش (تقاضای دانش) به سمت یادگیری مهارت‌های مولد و بهره‌ور و در جوامع با ساختارهای اقتصادی رانت‌جویانه یا توأم با فساد، به سمت بسط و یادگیری مهارت‌های افزایش کسب درآمد از راه‌های توأم با فساد جهت می‌گیرد. پس ساختارهای اقتصادی هر جامعه و علائم و پاداش‌هایی که از نظام پاداش‌دهی برخاسته از آن شکل می‌گیرد، مهم‌ترین عامل نهادی و سازمانی جهت‌دهی به راستای تولید

دانش و یادگیری در هر جامعه است. بنابراین مهم‌ترین مانع نهادی اثربخشی دانش در کشورهای با ساختار رانتي، فقدان تقاضای اقتصادی برای دانش و مهارت و فناوری مولد است.

❖ طبق آخرین آمارهای اعلام شده بانک جهانی در سال ۲۰۱۲ که تا کنون آخرین آمارهای اعلام شده در این زمینه است، کشور کره از کشورهای پیشتاز در تحقق اقتصاد دانش‌بنیان است. در منطقه خاورمیانه، امارات متحده عربی دارای رتبه ۴۱، قطر رتبه ۶۱ و ایران رتبه ۷۵ را دارد. بنابراین ایران از این منظر نه تنها در جهان بلکه در منطقه نیز رتبه مطلوبی ندارد.

❖ شواهد تجربی نشان می‌دهد که کره جنوبی در دهه‌های مشرف به دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان (از سال ۱۹۶۴ تا سال ۱۹۸۷) رشد اقتصادی بالایی را تجربه کرده است؛ که در تمام این دوران، نرخ رشد صنایع کارخانه‌ای کره جنوبی بیش از نرخ رشد اقتصادی این کشور و در بیشتر این دوران، دو تا سه برابر آن بوده است. بنابراین، موتور پیشران اقتصاد کره جنوبی در دهه‌های مشرف به تحقق اقتصاد دانش‌بنیان، صنایع کارخانه‌ای و تأکید بر بخش‌های تولیدی کشور بوده است. در درون خود صنعت هم بیشترین رشد متعلق به صنایع سنگین و شیمیایی بوده است. بنابراین شواهد تجربی به خوبی نشان می‌دهد که اقتصاد کره جنوبی در سه دهه‌ی مشرف به ظهور اقتصاد دانش‌بنیان، به شدت به سمت تولیدمحوری و تغییر ساختاری به سمت گسترش بخش‌های تولیدی حرکت کرده است. این امر بسترساز ساختار اقتصادی تولیدمحور و ایجاد تقاضا برای دانش و فناوری‌های مولد و بهره‌ور بوده است.

❖ مجموع صنایع منبع‌گرا و ساده حدود ۷۰ درصد تولیدات صنعتی ایران را تشکیل می‌دهد که بیانگر سطح پایین فناوری صنعتی ایران است. محصولات با فناوری متوسط نیز اندکی کمتر از ۳۰ درصد از تولیدات صنعتی ایران را شامل می‌شود که بیشتر شامل صنایع پتروشیمی و شیمیایی می‌باشد. بخش صنایع با فناوری بالا نیز سهم بسیار ناچیزی بین ۱/۹ تا ۲/۵ درصد از کل محصولات صنعتی ایران را شامل می‌شود که بخش عمده آن محصولات الکترونیکی است.

❖ در سالهای اخیر بیش از ۲۰ درصد از کل GDP و ۷۰ درصد از درآمد صادراتی کشور از محل استخراج و فروش نفت و گاز تامین شده است. سهم بالای نفت در اقتصاد ایران به خوبی نشان دهنده یک اقتصاد منبع محور و متکی بر فروش مواد خام است.

❖ بنابراین ساختار اقتصاد ایران از منظر سطح فناوری به کار برده شده در تولید، بیشتر (بیش از ۷۰ درصد) مبتنی بر تولید کالاهای منبع گرا و دارای تکنولوژی سطح پایین است و سهم تولید کالاهای با تکنولوژی سطح بالا، بسیار ناچیز (حدود ۲ درصد) است. در نتیجه اقتصاد ایران بر مدار مصرف دانش و فناوریهای مولد جدید نمی چرخد در نتیجه تقاضای بسنده ای هم برای خلق آن ایجاد نمی کند. از این رو، تولید دانش و فناوریهای مولد جدید در ایران با بحران کمبود تقاضای اقتصادی روبه روست.

❖ آمار سهم درآمدهای نفت و گاز از کل درآمد ملی و درآمد صادراتی ایران، شاخصهای دیگری هستند که به خوبی می توانند محور بودن اقتصاد ایران و عدم اتکای آن به دانش و فناوریهای مولد را نشان دهند.

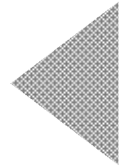
❖ بنا بر آنچه گفته شد، مهم ترین موانع نهادی خلق دانش ها و فناوریهای مولد و اثر بخش فقدان تقاضای اقتصادی برای این گونه دانش ها و فناوریهاست و اصلاح روند خلق دانش و فناوریهای مولد و اثر بخش در ایران، مشروط به اصلاح ساختار اقتصادی غالب کشور و تبدیل آن به ساختار اقتصادی مبتنی بر فعالیت های مولد و بهره ور است.

سپاسگزاری: مقاله حاضر یکی از برون دادهای طرح مطالعاتی با عنوان «اثربخشی پژوهش در ایران: بررسی پژوهش های ایران از نقطه نظر «تأثیر-مدار» و راهکارهای افزایش اثربخشی پژوهش ها در کشور» است. از سازمان برنامه و بودجه کشور به خاطر حمایت از این طرح پژوهشی سپاسگزاریم.

منابع

- احسانی، وحید، اعظمی، موسی، نجفی، سیدمحمدباقر و سهیلی، فرامر ز. (۱۳۹۵). اثربخشی پژوهش‌های علمی داخلی بر شاخص‌های توسعه ایران. **پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات**، ۳۲(۲)، ۳۴۷-۳۱۹.
- اسمیت، آدام (۱۳۵۷)، «**ثروت ملل**»، ترجمه ابراهیم زاده سیروس، چاپ اول، تهران، انتشارات پیام.
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بی تا. **بانک اطلاعات سری زمانی اقتصادی**.
- جهانگرد، اسفندیار (۱۳۸۵)، «**اقتصاد فناوری اطلاعات و ارتباطات**»، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۵.
- تافلر، الوین و تافلر، هیدی (۱۳۸۸)، «**انقلاب در ثروت آفرینی**»، ترجمه رضائی‌نژاد، عبدالرضا، انتشارات فرا، چاپ اول.
- چانگ، ها جون، (۱۳۹۲)، «**اقتصاد سیاسی سیاست صنعتی**»، ترجمه قودجانی، اصلان، نشر نوین طراحان آزاد، چاپ اول.
- مرکز آمار ایران، **سالنامه آماری**، سالهای مختلف کشور
- نورث، داگلاس سی (۱۳۷۷)، «**نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی**»، ترجمه معینی، محمد رضا، انتشارات سازمان برنامه و بودجه کشور، چاپ اول.
- Penfield, T., M. J. Baker, R. Scoble, and M. C. Wykes. (2014). Assessment, evaluations, and definitions of research impact: A review. **Research Evaluation** 23(1): 21-32.
- Katouzian, H. (1981). **The Political Economy of Modern Iran**. London: Macmillan.
- Lall, S.(2000), **The Technological Structure and Performance of Developing country Manufactured Exports, 1985-1998**.
- Hughes, A., and B. Martin 2012. **Enhancing Impact: The Value of Public Sector R&D** – Summary Report. UK Innovation Research Centre. Also available online at: <http://www.uk-irc.org/resources/reports/enhancing-impact-the-value-of-public-sector-rd-summary-report/> (accessed November 20, 2015).
- World bank, n.d, **the World Bank Data**, Indicators. Available at <https://data.worldbank.org/indicator>.

مدل سازی تاثیر بلندمدت سیاست های ارزی بر رشد اقتصادی در ایران: رویکرد پویایی سیستمی



محمد غفاری فرد^۱

حسین رضایی^۲

(تاریخ دریافت ۹۹/۳/۶ - تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۴/۱۸)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

چکیده

تعیین بهینه نرخ ارز در رقابت پذیری کالاهای تولید داخل نسبت به موارد مشابه خارجی نقش مهمی دارد. تعیین سیاستهای ارزی مختلف تاثیر متفاوتی بر متغیرهای کلان اقتصاد از جمله نرخ رشد اقتصادی در بلندمدت خواهد داشت. در این مقاله تلاش شده است تا با طراحی مدل پویایی سیستمی تاثیر تغییرات نرخ ارز بر تولید ملی با استفاده از نرم افزار ونسیم برای دوره زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۲۰ شبیه سازی شود. مدل در چهار حالت متفاوت تثبیت نرخ ارز، جهش چند برابری، افزایش اولیه و افزایش مداوم ارز بر اساس مابه التفاوت تورم داخل از میانگین تورم جهانی شبیه سازی می شود. نتایج نشان می دهد با تثبیت نرخ ارز، تراز تجاری ایران جز در سالهای اولیه همواره منفی شده و در سیاست جهش چند برابری به دلیل تاثیر منفی این جهش تراز تجاری و تولید ملی اندکی بهبود می یابد و در سیاست افزایش اولیه نرخ ارز، نرخ رشد تولید ناخالص ملی نسبت به تثبیت نرخ ارز و جهش یکباره بیشتر است. با توجه به تاثیر مثبت

۱ استادیار علوم اقتصادی، دانشگاه بین المللی اهل بیت (ع)، تهران (نویسنده مسئول) mghaffaryfard@abu.ac.ir

۲ استادیار علوم اقتصادی، دانشگاه پیام تور، دامغان

بلندمدت نظام ارزی مدیریت شناور بر تراز تجاری و تولید پیشنهاد می‌گردد سیاستگذاران پولی کشور تنها سیاستهای ارزی مدیریت شناور را در دستور کار خود قرار دهند.

واژگان کلیدی: تغییرات نرخ ارز، تراز تجاری، رشد اقتصادی، پویایی سیستمی

۱- مقدمه

نرخ ارز از جمله متغیرهای مهم کلان اقتصادی محسوب می‌شود. در صورتی که نظام ارزی متناسب با ویژگی ها و ساختار اقتصادی کشور تعیین نشود تاثیرات منفی در بلندمدت بر متغیرهای کلان اقتصادی از جمله تولید ملی خواهد داشت. در ادبیات اقتصادی تاثیر سیاستهای ارزی شناور، شناور مدیریت شده، خزنده مرزدار و نظام ارزی ثابت بر متغیرهای مختلف اقتصاد کلان از جمله تولید ناخالص داخلی، تورم، تراز تجاری و اشتغال بررسی شده است. با توجه به اینکه منبع اصلی تامین کننده ارز در ایران درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام است. بانک مرکزی به پشتوانه درآمدهای ارزی در سالهای مختلف غالباً سیاست ارزی ثابت یا مدیریت خزنده اتخاذ کرده است بعد از چند سال با جهش ناگهانی همراه بوده است و هر یک از این سیاستها تاثیرات مختلفی بر اقتصاد داشته است.

نکته قابل ذکر این است که پیش‌بینی آثار و ارزیابی سیاستهای ارزی در بازار ارز کشور مستلزم تجهیز نظام تصمیم‌سازی به مدل‌های کاربردی و ابزارهای تکنیکی پیشرفته است. از سوی دیگر برنامه‌ریزی بلندمدت بازار ارز و پیش‌بینی آثار این سیاست‌ها بر اقتصاد کشور مستلزم مدل‌سازی و شبیه‌سازی رفتار بازار پول و بازار کالا در ارتباط با یکدیگر در طول زمان است. برای حصول نتایج دقیق و منطقی باید بازار کالا در کنار بازار پول باهم مدلسازی شود برای تحقق این هدف در این پژوهش، از روش پویایی سیستمی استفاده می‌شود. رویکرد پویایی سیستمی پدیده‌های اجتماعی را به صورت سیستمی و پویا بررسی می‌کند. به این منظور تمام عواملی که نقش مستقیم و موثری در پدید آمدن آن مساله دارند در داخل مرز سیستم قرار داده و آن را در طول زمان بررسی و تحلیل می‌کند.

هدف این مقاله، طراحی یک مدل شبیه سازی پویا به منظور مشاهده تاثیر سیاستهای مختلف ارزی بر تولید ملی است تا به این وسیله سیاستگذاران را در اتخاذ تصمیم مناسب ارزی یاری نماید. در این تحقیق، به منظور تحلیل آثار سیاستهای پولی (ارزی) بر رشد تولید ملی یک الگوی

شبه سازی پویا و سیستمی طراحی شده است. در این مدل تاثیر سیاستهای ارزی (کاهش ارزش پول ملی) بر اساس تعاملات کل اقتصاد (بازار پول، کالا و خدمات و بازار ارز) بر تولید ملی در بلندمدت بررسی می‌شود.

در ادامه ابتدا پیشینه تحقیق در دو بخش مطالعات داخلی و خارجی بیان می‌شود و در ادامه ساختار مدل به تفکیک حلقه های تشکیل دهنده آن تشریح می‌شود. در نهایت نتایج مدل بر اساس سیاستهای مختلف ارزی بیان می‌شود.

۲- پیشینه تحقیق

بررسی‌های تجربی انجام شده در بسیاری از کشورها، به‌ویژه در کشورهای آسیایی و آفریقایی نشان می‌دهد که ارتباطی قوی میان انحراف نرخ واقعی ارز از مقدار تعادلی و عملکرد شاخصهایی نظیر صادرات و رشد اقتصادی وجود دارد. سیاست کاهش ارزش پول داخلی در مقابل ارزهای خارجی موجب افزایش قیمت کالاهای خارجی نسبت به کالاهای داخلی می‌شود لذا رقابت پذیری در بین صنایع داخلی و در سطح بین‌المللی را افزایش خواهد داد در این صورت تراز پرداختها بهبود خواهد یافت. (کندیل، ۲۰۰۰). اما موفقیت در اجرای سیاست کاهش ارزش پول داخلی در ارتقای موازنه تجاری به این شرط تحقق می‌یابد که امکان افزایش تولید و عرضه کالاها برای پاسخگویی به تقاضای خارجیان وجود داشته باشد. (گویتیان، ۱۹۷۶)^۱ و (دورنبوش، ۱۹۸۶)^۲. این دیدگاه در مطالعه تجربی مندوزا^۳ که در سال ۱۹۹۲ برای ۷ کشور صنعتی انجام داده است. مورد آزمون و تایید قرار گرفته است. این شرایط میتواند باعث تحریک و رونق تولید شود (ابراهیم، ۲۰۰۷) به عنوان نمونه گیلفاسون و اشمید (۱۹۸۳) نشان می‌دهند که کاهش ارزش پول ملی آثار انبساطی در اقتصاد دارد.

بر اساس مبانی اقتصادی، کاهش ارزش پول یک کشور سبب می‌شود تا قیمت کالاهای صادراتی یک کشور در بازارهای خارجی و بر حسب پول آن کشور کاهش یابد. در نتیجه تقاضا برای کالاهای داخلی در رقابت با کالاهای خارجی بیشتر شود. در حالیکه دیدگاه‌ها و نظریات سنتی

1 - Guitian, 1976

2 - Durnbusch, 1986

3 - mendoza

نشان می دهند که سیاست کاهش ارزش پول داخلی موجب افزایش تولید می شود، اما مباحث نظری بر ایجاد برخی اثرات انقباضی تأکید دارند. در صورتیکه شرط مارشال- لرنر برقرار نباشد آنگاه کاهش ارزش پول داخلی باعث کاهش در سطح تولید ملی و در نهایت کاهش تقاضا خواهد شد (مید، ۱۹۵۱)^۱ همچنین گیلفاسون و رادترکی (۱۹۹۱) بیان می کنند که در اقتصادهایی که شرط مارشال- لرنر نقض می شود، کاهش ارزش پول به کاهش تولید می انجامد.

تانگ^۲ (۲۰۱۵) با استفاده از روش خود توضیح برداری هم انباشته تاثیر نرخ ارز بر رشد اقتصادی کشور چین را بررسی کرد. نتایج نشان می دهد که در بلند مدت ارتباط مستقیمی بین رشد اقتصادی و نرخ ارز در اقتصاد چین مشاهده نشده است. چگیزیم و ایکنا^۳ (۲۰۱۶) با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی تاثیر نرخ ارز بر رشد اقتصادی در کشور نیجریه را مورد بررسی قرار دادند و هر گونه ارتباط بین این دو متغیر را رد کرده اند. امان و همکاران^۴ (۲۰۱۷) در پاکستان تاثیر نرخ ارز بر رشد اقتصادی را با استفاده از معادلات همزمان بررسی کرده اند و نشان می دهند که افزایش نرخ ارز چگونه از طریق کانال های تجارت خارجی و حساب سرمایه موجب افزایش تولید ناخالص داخلی این کشور طی سالهای ۱۹۷۶ الی ۲۰۱۰ شده است. الاجد و ابراهیم^۵ (۲۰۱۷) به ارزیابی تاثیر تکانه های ارزی بر رشد اقتصادی کشور غنا پرداخته اند نتایج حکایت از کاهش رشد اقتصادی این کشور در برابر نوسانات نرخ ارز است. بارگولیل و همکاران^۶ (۲۰۱۸) تاثیر منفی نوسانات نرخ ارز بر رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و درحال توسعه را با استفاده از روش رگرسیون پویا مورد بررسی قرار داده اند.

مطهری و دیگران (۱۳۹۶) با استفاده از روش مارکوف سوئیچینگ نحوه اثر گذاری نرخ ارز بر رشد اقتصادی ایران طی سالهای ۱۳۵۴ الی ۱۳۹۴ را بررسی کرده اند نتایج نشان می دهد وقتی نرخ ارز از حد استانه ای آن کمتر باشد ارتباط مثبتی بین نرخ ارز و رشد اقتصادی در ایران وجود دارد.

1 - Meade, J, E, ۱۹۵۱

2- tang

3- Chikeziem, F., Ikenna, U

4- Aman, Q., Ullah, I., Khan, M. I. & Khan, S

5- Alagidede, P., & Ibrahim, M

6- Bargaullil, A. Ben-Salha, O., and Zmami, M

فعال جو و نظری (۱۳۹۷) اثر غیرخطی نرخ ارز واقعی بر تراز تجاری ایران را با رویکرد رگرسیون انتقال ملایم بررسی کرده اند. نتایج حاصل از برآورد الگو، ضمن تایید اثر غیرخطی نرخ ارز واقعی بر تراز تجاری حاکی از این می باشد که اثرگذاری متغیرهای نرخ ارز واقعی بر تراز تجاری بسته به رژیمی دارد که اقتصاد در آن قرار گرفته است.

الیاس پور و دیگران (۱۳۹۷) تاثیر نااطمینانی نرخ ارز بر تراز تجاری ایران بر اساس رهیافت الگوی تلاطم تصادفی نامتقارن بررسی کرده اند نتایج نشان می دهد که در بلندمدت، نرخ ارز واقعی تاثیر منفی و معنی داری بر صادرات غیرنفتی، واردات و تراز تجاری ایران دارد. هم چنین نااطمینانی نرخ ارز واقعی تاثیر مثبت بر صادرات غیرنفتی و تراز تجاری ایران و تاثیر منفی بر واردات ایران دارد.

ایرانمنش، جلایی، زاینده رودی (۱۳۹۸) با برآورد پارامترهای مدل با استفاده از روش بیزین طی دوره زمانی ۱۳۶۸-۱۳۹۵ اثر تکانه ارزی بر تراز تجاری را در مورد ایران بررسی کرده اند، نتایج نشان میدهد که شوک مثبت وارد شده از ناحیه نرخ ارز منجر به افزایش در صادرات نفتی و غیرنفتی شده است. طهرانچیان و دیگران (۱۳۹۷) اثر نوسانات نرخ ارز بر تولید بخش های مختلف اقتصادی ایران را با استفاده از روش خود رگرسیون استانه ای طی سالهای ۱۳۵۳ الی ۱۳۹۴ مورد بررسی قرار می دهد نتایج نشان میدهد نوسان نرخ ارز در بخشهای مختلف اقتصادی در مقادیر قبل از سطح استانه ای و بعد از آن اثر متفاوتی بر تولید خواهد داشت.

معیری و دیگران (۱۳۹۷) با استفاده از روش فیلترینگ هودریک پرسکات تکانه های ارزی در ایران را طی سالهای ۱۳۶۸ الی ۱۳۹۱ بررسی کرده اند و با استفاده از روش پنل دیتا تاثیر منفی آنرا بر تولید فعالیتهای عمده اقتصادی ایران تحلیل کرده اند.

ابوالحسن بیگی و مهدوی (۱۳۹۸) رابطه نرخ ارز با تراز تجاری ایران تحت شرایط نااطمینانی با رویکرد غیرخطی بررسی کرده اند نتایج حاکی از آن است که بی ثباتی اقتصاد کلان در ایران، قابل تفکیک به دو رژیم شامل بی ثباتی بالا و پایین است. اثر مستقیم نرخ ارز حقیقی بر تراز تجاری در هر دو رژیم مثبت و معنادار است. یعنی با افزایش نرخ ارز تراز تجاری در هر دو رژیم بهبود می یابد.

فشاری، ابوالحسنی هستیانی، رضایی میرفاندد (۱۳۹۸) با استفاده از الگوی تعادل عمومی پویای تصادفی اثر بخشی رژیم های ارزی بر متغیرهای اقتصادی را بررسی کرده اند نتایج نشان میدهد

اگر مردم مطابق سیاست های اقتصاد مقاومتی به مصرف تولیدات داخلی تمایل بیشتری نشان دهند، رژیم ارزی شناور که در آن امکان نوسان نرخ ارز بیشتر است برای اقتصاد ایران در مقایسه با نظام ارزی ثابت و شناور مدیریت شده مناسب تر است.

فانگ و همکاران (۲۰۰۶) نیز اثرات خالص تغییرات نرخ ارز و ریسک این تغییرات را بر صادرات هشت کشور آسیای شرقی آزمون نمودند و پی بردند که افزایش نرخ ارز، صادرات را افزایش می دهد، ولی افزایش نوسانات نرخ ارز ممکن است صادرات را کاهش دهد که این، تأثیر اصلی افزایش نرخ ارز را خنثی می کند.

با رویکرد پویایی سیستمی مطالعات داخلی اندکی در موضوع اقتصاد کلان انجام شده است. دکتر مشایخی (۱۹۹۱) به بررسی سیاست های مختلف ارزی بر متغیر کلان نرخ تورم در کشورهای صادرکننده نفت خام پرداخته است. در این تحقیق او اثر نظام ارزی ثابت و شناور را بر درآمدهای دولتی، درآمدهای ارزی و کسری بودجه را در قالب یک الگوی پویای دینامیک مدل سازی و شبیه سازی است کرده است. نتایج تحقیق نشان می دهد در زمان بروز شوک درآمد نفتی، تورم در نظام ارزی شناور کمتر از نظام ارزی ثابت بوده ولی بودجه دولتی در نظام ارزی ثابت با شدت بیشتری کاهش می یابد. پورمعصومی و همکاران (۱۳۸۷)، ایجاد بملی (۱۳۸۸)، محقر و همکاران (۱۳۹۲)، حاجی غلام سریزدی (۱۳۹۰) با رویکرد پویایی سیستمی در موضوعات مختلف اقتصاد کلان تحقیق و مطالعه کرده اند. یاماگوچی (۲۰۱۳) به بررسی و مدل سازی زیرسیستم های اقتصادی ژاپن پرداخته و در نهایت با ترکیب آن ها یک مدل حسابداری اقتصاد کلان ارائه نموده است. ساختار اقتصاد کلان کشور ژاپن را با تکیه بر ساختار پولی و ارزی به صورت پویا مدل سازی کرده است.

۳-روش شناسی پژوهش

گاهی در تحلیل پدیده های مختلف اقتصادی، ارتباط دو طرفه اجزاء با یکدیگر را با ثابت در نظر گرفتن سایر عوامل بررسی می کنند، در صورتی که در غالب موارد، اجزاء ارتباط متقابل با یکدیگر دارند، در این شرایط، نتایج صحیحی حاصل نمی شود. برای تحلیل سیستم ها، رویکرد

پویایی سیستمی نسبت به دیگر رویکردهای رایج مناسب‌تر است. در این رویکرد، مساله به صورت سیستمی شبیه‌سازی می‌شود و از این طریق می‌توان صحت ذهنیت مدل‌ساز و مدل طراحی شده را بررسی کرد.

رویکرد پویایی سیستمی روشی برای تجزیه و تحلیل حل مساله و شبیه‌سازی سیستم است.^۱ این تکنیک روشی برای تجزیه و تحلیل سیستمها و مسائل پیچیده به کمک ترسیم نمودارها و شبیه‌سازی رایانه‌ای محسوب می‌شود که در دهه ۱۹۶۰ توسط فارستر در دانشگاه MIT توسعه داده شد.^۲ در واقع رویکرد پویایی سیستمی یک روش مناسب برای تجزیه و تحلیل اجزای سیستمی است که دارای روابط علی معلولی، زیربنای منطقی و ریاضی، تاخیرات زمانی و حلقه‌های بازخورد است.^۳ نمودار علی - معلولی و نمودار جریان ابزاریست که برای فهم بهتر مدل‌سازی سیستم‌های پویا استفاده می‌شود.

در روش پویایی سیستمی برای تحلیل پدیده‌ها، روابط درونی و متقابل اجزاء سیستم در طول زمان بررسی می‌شود. مدل‌سازی در پویایی سیستمی ابزاری است که به مدیران و سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا به وظایف اصلی و تحلیل روندهای کلی توجه کنند و از نگرش جزئی به مشکلات و مسائل پرهیز کنند. فرایند مدل‌سازی چرخشی و بازگشتی است؛ بدین معنا که این فرایند بر عملکرد افراد در دنیای بیرونی تأثیر می‌گذارد و عمل بیرونی نیز متقابلاً بر مدل و اصلاح آن تأثیر مستقیم دارد. مراحل مدل‌سازی در رویکرد پویایی سیستمی در شکل (۱) نشان داده شده است

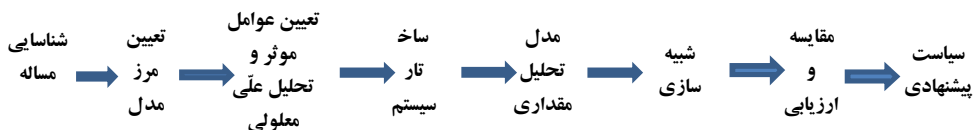
1- Barlas, Y, (2002)

2- Forrester, J. W. (1969)

3 - Forrester, J. W. (1968)

4 - chen, ching ho; Liu, Wei-lin; Liaw, Shu-liang; yu, Chien-Hwa, (2005)

شکل (۱) - ساخت یک مدل با استفاده از رویکرد پویایی شناسی سیستم



۴- تعیین مساله و رفتار فعلی سیستم

نخستین مرحله در مدل سازی پویایی سیستمی، بررسی رفتار گذشته و فعلی آن سیستم است. با این کار رفتارهای مرجع سیستم شناسایی می شود و با کمک رفتار متغیرهای مرجع فرضیه دینامیکی مدل تعیین می شود.

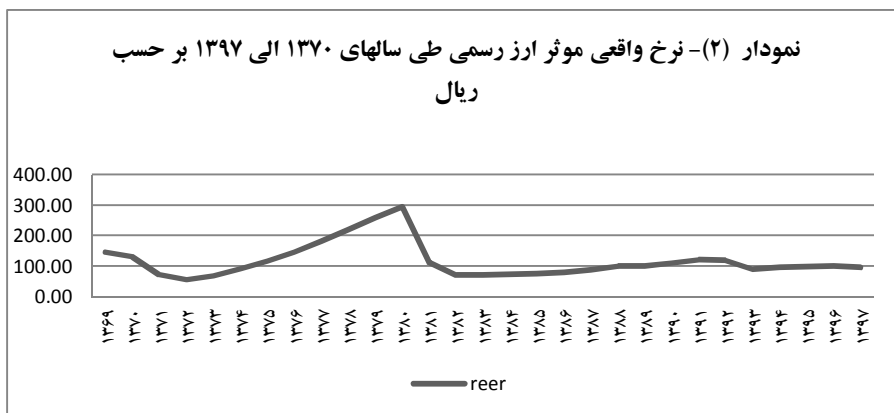
دو دیدگاه بنیادی در زمینه نرخ ارز و مدیریت ارز در کشور وجود دارد. یک گروه موافق افزایش نرخ ارز برای حمایت از تولید داخلی و کاهش واردات بوده و گروه دیگر مخالف این سیاست بوده و بر این عقیده اند که افزایش نرخ ارز اثرات تورمی داشته و سبب کاهش تولید می شود. جهت بررسی دیدگاه اول لازم است که روند نرخ ارز واقعی مؤثر^۱ در ایران با نرخ ارز رسمی مقایسه شود. مطابق نمودار (۱)، نرخ ارز رسمی^۲ از ۶۸ ریال در سال ۱۳۶۹ به ۴۰۸۶۴ ریال در سال ۱۳۹۷ افزایش یافته است. این در حالی است که مطابق نمودار (۲)، نرخ واقعی ارز با وجود افزایش نرخ ارز رسمی در بیشتر دوره مورد نظر روند نزولی را طی کرده است

۱ - نرخ ارز واقعی مؤثر عبارت است از نسبت وزنی نرخ ارز یک کشور به متوسط نرخ ارز در کشورهای طرف تجاری آن کشور ضربدر نسبت شاخص قیمت مصرف کننده در آن ها. وزن این شاخص علارت است از سهم متوسط تجارت با آن کشور.

۲ - آمار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

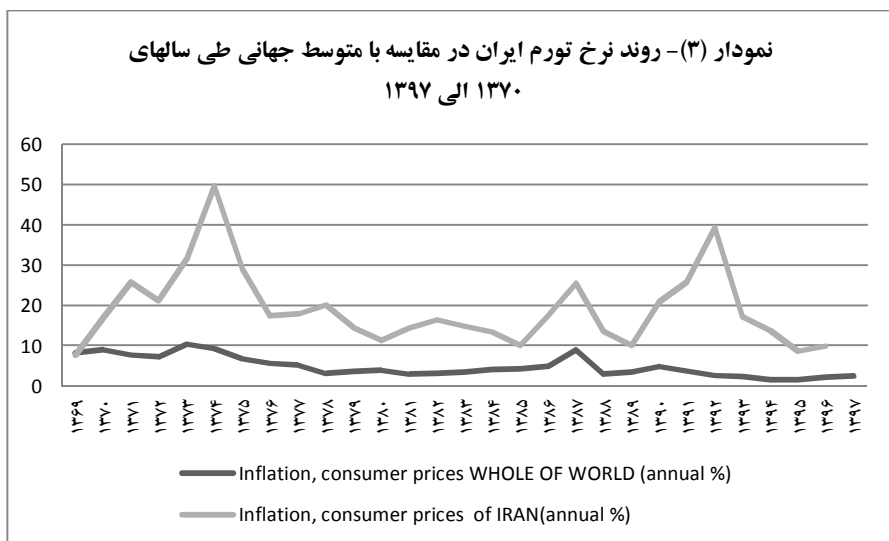


بر اساس نمودار (۲)، نرخ ارز واقعی ایران در مقایسه با نرخ ارز کشورهای عمده طرف تجاری ایران از مقدار ۱۴۶ ریال در سال ۱۳۶۹ به ۹۴ ریال در سال ۱۳۹۷ کاهش یافته است. افزایش نسبی تورم ایران نسبت به کشورهای طرف تجاری می تواند از مهمترین عوامل این روند کاهشی محسوب شود (نمودار ۳).



منبع- شاخص های توسعه جهانی (WDI)

اگر نرخ ارز اسمی با توجه به ما به التفاوت نرخ تورم داخلی از متوسط جهانی افزایش می یافت نرخ ارز حقیقی روند کاهشی را تجربه نمی کرد. روند کاهشی نرخ ارز واقعی سبب کاهش نسبی قیمت کالاهای وارداتی و لذا افزایش واردات و کاهش صادرات می شود .

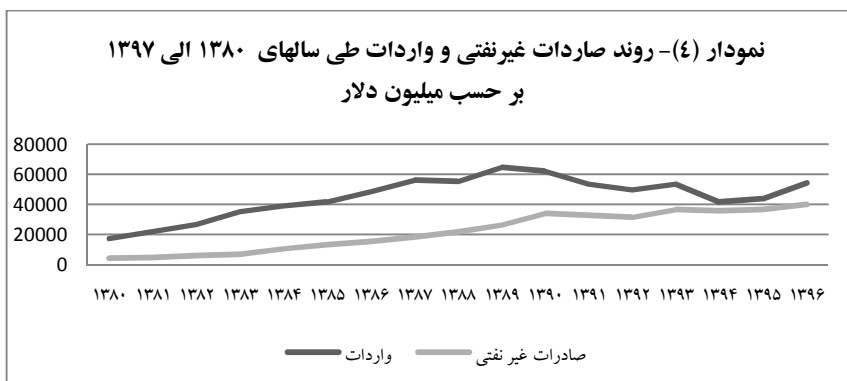


با توجه به روند نرخ واقعی ارز، می توان دریافت که نرخ ارز اسمی به اندازه تفاوت نرخ تورم داخلی و خارجی افزایش نیافته است. مطابق با نمودار (۳) نرخ تورم کشور از متوسط جهانی بیشتر است. کاهش نرخ واقعی ارز سبب کاهش نسبی قیمت کالاهای وارداتی و افزایش قیمت کالاهای داخلی، یعنی افزایش واردات و کاهش صادرات می شود.

مطابق نمودار (۳)^۱، صادرکننده های ایرانی قدرت رقابتی خود را در بازارهای جهانی رفته رفته از دست داده اند. می توان یکی از علل این کاهش رقابت پذیری کالاهای ایرانی را افزایش قیمت های داخلی و هزینه های تولید دانست. تداوم این شرایط باعث رکود و کاهش تولید داخلی و در نتیجه کاهش انباشت سرمایه شده و اقتصاد را به یک اقتصاد صادرکننده متکی به نفت و مواد اولیه تبدیل می کند. از طرف دیگر امکان افزایش نرخ ارز متناسب با اختلاف تورم داخلی و خارجی نیست، چراکه بایستی در این حالت قیمت مواد اولیه، کالاهای سرمایه ای و واسطه ای که عمدتاً وارداتی هستند^۲ (جدول ۱)، به مقدار زیادی افزایش یابد که اجرای این سیاست در اقتصاد باعث ایجاد یک ابر تورم از کانال افزایش هزینه های تولید می شود.

۱ - منبع: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

۲ - منبع: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران



لذا مشاهده می شود با توجه به جریان سیاستهای اقتصاد بین الملل افزایش یا تثبیت نرخ ارز هر دو دارای معایب و مشکلاتی برای اقتصاد ایران است، به این معنا که افزایش نرخ ارز از یک طرف سبب افزایش صادرات و افزایش توان رقابت تولید کالاهای داخلی شده که رقیب وارداتی دارند ولی از طرف دیگر سبب افزایش هزینه های تولید و سرمایه گذاری از کانال افزایش قیمت کالاهای سرمایه ای و واسطه ای وارداتی می شود. همچنین تثبیت نرخ ارز سبب کاهش تقاضای کالاهای داخلی و کاهش صادرات می شود ولی با توجه به اینکه حدود ۷۰ درصد واردات کشور را کالاهای واسطه ای و سرمایه ای تشکیل می دهد (جدول ۱)، تورم تا حد زیادی کنترل می شود (البته کوتاه مدت).

جدول (۱) - ترکیب کالاهای وارداتی طی سالهای ۱۳۸۹-۱۳۹۶

سهم از کل واردات	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	
۶۴/۷	10436.5	6220.3	8200.4	10436.5	6220.3	8200.4	10436.5	39592.6	مواد اولیه و کالاهای واسطه ای
۱۷/۷	11533.46	1437.31	8575.5	11533.46	1437.31	8575.5	11533.46	40261.92	کالاهای سرمایه ای
۱۷/۱	8494.97	1048.96	7791.51	8494.97	1048.96	7791.51	8494.97	36115.41	کالاهای مصرفی
۰/۳	7863.8	381.55	8255.61	7863.8	381.55	8255.61	7863.8	33208.03	کالاهای طبقه بندی نشده

با توجه به تاثیرات متضاد تثبیت و نوسان نرخ ارز بر اقتصاد، استفاده از رویکرد پویایی سیستمی برای ارزیابی تاثیرات این گونه سیاستها بر متغیرهای کلان ضروری به نظر می رسد. در رویکرد

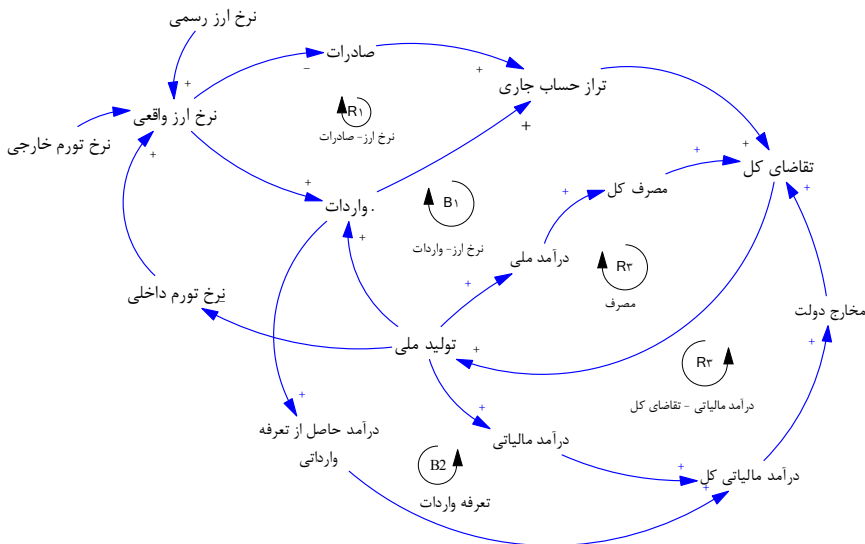
پویایی سیستمی، مساله و مشکلی شناسایی شده و مناسب با مساله مدل‌سازی می‌شود. در واقع هدف محقق از انجام تحقیق و حل مساله، مرز مدل را تعیین می‌کند. بنابراین برای اجرای مدل و سناریو سازی نیز متغیرهای سیاستی و متغیرهای هدف متناسب با مساله تعیین می‌شود. در این مقاله مساله تاثیر سیاستهای مختلف ارزی بر متغیرهای کلان اقتصادی است و بنابراین نظام ارزی و تغییرات نرخ ارز پارامتر سیاستی و تاثیرات نرخ ارز بر تولید ملی و تراز پرداختها متغیر هدف است. اینکه چرا در اقتصاد ایران دولتها نرخ ارز را این گونه انتخاب می‌کنند مساله ای دیگر است که در این مقاله به آن پرداخته نشده است و شاید بتوان گفت این سوال را نتوان با رویکرد پویایی سیستمی پاسخ داد زیرا رویکرد پویایی سیستمی محدودیتهای خود را دارد.

۵-مدل پیشنهادی

برای محاسبه تولید ناخالص داخلی از سه روش متفاوت مخارج، ارزش افزوده و درآمدی استفاده می‌شود. روش مخارج از جمله آنهاست که در این تحقیق از آن استفاده می‌شود. در قدم اول چارچوب محاسبه تولید ملی در بازار کالا و خدمات بر مبنای تقاضای کل مدل‌سازی شود. نرخ ارز از دو طریق تقاضای کل و عرضه بر تولید ملی موثر است.

۵-۱-جانب تقاضا:

نمودار (۵)- روابط علی و معلولی تغییرات نرخ ارز بر تقاضای کل



تقاضای کل از ۴ بخش مصرف کل، مخارج سرمایه ای، مخارج دولتی و خالص صادرات تشکیل شده است. با توجه به اینکه نرخ تورم در ایران طی چهار دهه گذشته همیشه دورقمی بوده است (به جز معدود سالهایی)^۱، بنابراین برای تحلیل تاثیرات بازار ارز بر تراز تجاری از نرخ واقعی ارز استفاده می شود. افزایش نرخ ارز قدرت رقابت محصولات داخلی نسبت به تولیدات خارجی را افزایش می دهد در نتیجه صادرات افزایش و واردات کاهش می یابد. به این ترتیب تراز تجاری و به تبع آن تقاضای کل و تولید ملی افزایش می یابد (حلقه نرخ ارز - صادرات R1 و نرخ ارز واردات B1). کاهش واردات سبب کاهش درآمد دولت حاصل از تعرفه های وارداتی می شود (حلقه تعرفه واردات - B2) درآمد مالیاتی دولت با افزایش درآمد ملی افزایش می یابد و در نتیجه آن بودجه دولت و مخارج دولتی افزایش می یابد (حلقه تقویت کننده درآمد مالیاتی - تقاضای کل R3). مصرف کل تابع مستقیمی از درآمد ملی است. با افزایش درآمد ملی، مصرف کل افزایش می یابد. برای محاسبه درآمد ملی، استهلاك و خالص مالیات های غیرمستقیم را از تولید ناخالص داخلی (عرضه کل) کسر می کنیم. میزان استهلاك تابعی از حجم تولید ناخالص داخلی است. خالص مالیات های غیرمستقیم از زیر مدل درآمد های دولت محاسبه می شود (حلقه مصرف R4).

۵-۲- جانب عرضه

افزایش نرخ ارز سبب افزایش نرخ واقعی ارز در اقتصاد می شود. افزایش نرخ واقعی ارز موجب افزایش قیمت کالاهای وارداتی می شود در نتیجه کالاهای سرمایه ای و واسطه ای با هزینه بیشتری وارد کشور می شود به این طریق انتظار داریم واردات کالاهای سرمایه ای و واسطه ای کاهش می یابد و در بلندمدت می تواند بهره وری عوامل تولید و به تبع آن تولید ناخالص داخلی (تقاضای کل) را کاهش دهد و بالعکس (حلقه تعادلی بهره وری - تولید ملی B3)، به این معنا که کاهش نرخ ارز واقعی (عدم تعدیل نرخ ارز اسمی نسبت به افزایش تورم داخلی نسبت به تورم جهانی) از یک سو سبب کاهش صادرات و افزایش واردات می شود و همین امر تقاضای تولید داخل را کاهش می دهد و تولید ملی آسیب جدی می بیند ولی از سوی دیگر به واسطه

تغییرات نرخ ارز بر سطح عمومی قیمت‌ها نیز اثر دارد. افزایش نرخ ارز اسمی از طریق افزایش قیمت کالاهای وارداتی اعم از نهایی و سرمایه ای باعث افزایش سطح عمومی قیمت‌ها خواهد شد که این مساله سبب افزایش تورم داخلی نسبت به میانگین جهانی خواهد شد و در نتیجه می تواند اثر مثبت اولیه افزایش نرخ ارز خنثی شود (حلقه تعادلی تورم - نرخ واقعی ارز B_4). همچنین افزایش تورم داخلی سبب کاهش نرخ بهره واقعی سپرده های بانکی می شود، کاهش سود واقعی حاصل از سپرده ها سبب کاهش سپرده گذاری بانکی، هزینه تامین مالی تولید را بالا می برد در نتیجه تولید کاهش می یابد (تورم - بهره واقعی B_5)

۶- بیان روابط ریاضی مدل

در این قسمت اهم روابط ریاضی و توابع بخش ارزی در نرم افزار ونسیم بیان می شود. با توجه به روابط بالا، TD تقاضای کل اقتصاد، Cex مخارج مصرفی، Iex مخارج سرمایه‌ای، Gex مخارج دولتی، Tca تراز پرداختها، INr نرخ رشد درآمد ملی و $IN(0)$ مقدار اولیه درآمد ملی، NI درآمد ملی rTD مجموع تقاضای واقعی اقتصاد، $r.TDg$ نرخ رشد تقاضای واقعی کل اقتصاد، $rTD(-1)$ تقاضای واقعی دوره قبل. Iex . مخارج کل سرمایه‌گذاری از دو جزء DI سرمایه‌گذاری داخلی و FI سرمایه‌گذاری خارجی تشکیل شده است. سرمایه‌گذاری داخلی از دو جزء di سرمایه‌گذاری ثابت و ste سرمایه‌گذاری متغیر (تغییر در موجودی انبار و اشتباهات آماری) تشکیل می‌شود. $s.e.r$ نرخ رشد تغییر در موجودی انبار و اشتباهات آماری، Ir نرخ رشد سرمایه‌گذاری داخلی، Dfi سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. همچنین rTD مجموع تقاضای واقعی اقتصاد، $r.TDg$ نرخ رشد تقاضای واقعی کل اقتصاد، $rTD(-1)$ تقاضای واقعی دوره قبل، همچنین $SMOOTH$ تابع هموارسازی نمایی است که از دو بخش تشکیل شده است. در بخش اول نام متغیر مورد نظر و در قسمت دوم تعداد دوره‌های هموارسازی نوشته می‌شود.

برای اینکه مدل علی- معلولی قابل اجرا باشد ، نمودارهای جریان حالت را بر اساس نمودارهای علی ترسیم کرده و روابط ریاضی آن را وارد می کنند. نحوه عملکرد مدل های پویایی سیستمی به اینگونه است که با تغییر پارامترهای سیاستی ، متغیرهای هدف تغییر می کنند و به این طریق می توان تاثیر سیاست های مختلف (پارامترها) را بر متغیرهای هدف مشاهده نمود. در این مدل، نرخ ارز اسمی و درصد تغییر نرخ ارز اسمی پارامترهای سیاستی بوده و متغیرهای نرخ رشد ملی و تولید ملی و تراز پرداختها متغیرهای هدف محسوب می شوند.

1-1	$Cex+Gex+Iex.+Tca=TD$	Billio n rial
1-2	$=Cex$	Billio n rial
1-3	$)) \cdot NI(, NI \times IN r(NI= INTEG$	Billio n rial
1-4	$=Gex$	Billio n rial
1-5	$DI+FI=Iex$	Billio n rial
1-6	$) \times Ir) + ste \cdot DI = (I($	Billio n rial
1-7	$Dfi=FI$	Billio n rial
1-8	$Ir= constant$	perce nt
1-9	$s.e r= constant$	perce nt
1-10	$) s er(o, ste= INTEG(s er(o) \times s. e. r$	Billio n rial
1-11	$+f.r.TD) \setminus TD/(=rTD$	Billio n rial
1-12	$) / rTD(-1) \setminus (r TD-rTD(-=r.TDg$	perce nt
1-13	$, r TD \setminus) = DELAY FIXED(r TD, \setminus rTD(-$	Billio n rial
1-14	$Ir= constant$	perce nt
۵1-1	$s.e r= constant$	perce nt

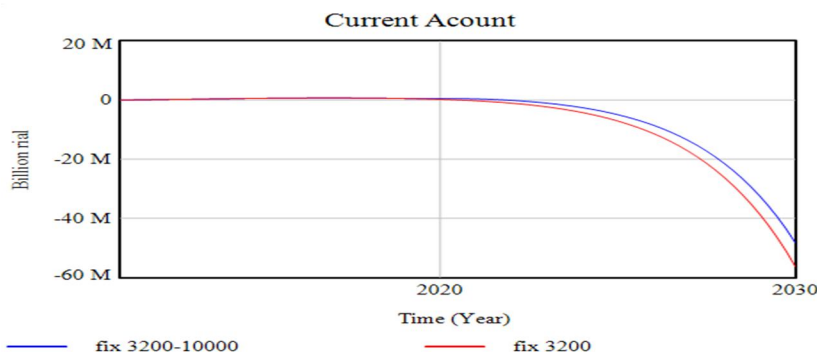
۷-۱ اجرای مدل و تحلیل‌های سیاستی

با استفاده از مدل پویای سیستمی ذکر شده، می‌توان تاثیر تغییرات نرخ ارز را بر نرخ رشد تولید ناخالص داخلی ارزیابی کرد. سال مبنا، ۱۳۹۶ در نظر گرفته شده است.^۱ مدل را برای بازه زمانی ۱۳۹۶-۱۴۲۰ با استفاده از نرم‌افزار ونسیم اجراء می‌کنیم.

سناریوی اول: تثبیت نرخ ارز در مقایسه با جهش چند برابری

با فرض اینکه نرخ ارز اولیه ۳۲۰۰۰ ریال^۲ است. روند تراز تجاری و تولید ناخالص داخلی را با فرض ثبات نرخ ارز تا سال ۱۴۲۰ اجرا می‌کنیم. سپس نرخ ارز را در جهش چند برابری به ۱۰۰۰۰۰ ریال افزایش می‌دهیم.

نمودار (۷) - روند تراز تجاری با فرض ثبات نرخ ارز و جهش چند برابری



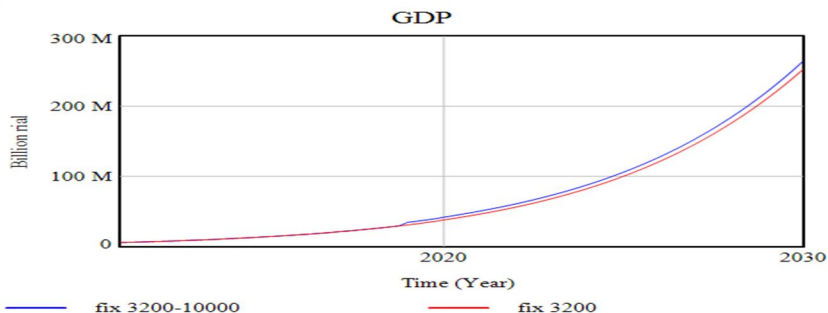
با توجه به نمودار (۷) در صورت تثبیت نرخ ارز در چند سال اول اجرای مدل به دلیل اینکه صادرات بیش از واردات است تراز پرداختها مثبت ولی در ادامه به دلیل اینکه واردات بیش از صادرات می‌شود تراز پرداختها منفی می‌شود. همچنین با توجه به نمودار فوق با افزایش نرخ ارز از ۳۲۰۰۰ ریال به ۱۰۰۰۰۰ ریال تراز پرداختها بهبودی نسبی خواهد داشت. مطالعات پیشین نیز بیان شد^۳ نوسانات شدید نرخ ارز نتیجه منفی بر صادرات خواهد داشت به گونه ای که تاثیر منفی

۱ - با توجه به اینکه آخرین آمار منتشر شده بانک مرکزی سال ۱۳۹۶ است به همین دلیل سال ۱۳۹۶ سال شروع مدلسازی در نظر گرفته می‌شود.

۲ - نرخ ارز در سال شروع مدل

حاصل از نااطمینانی و نوسانات نرخ ارز بر تراز پرداختها، تاثیر مثبت افزایش نرخ ارز را تا حدی خنثی می کند.

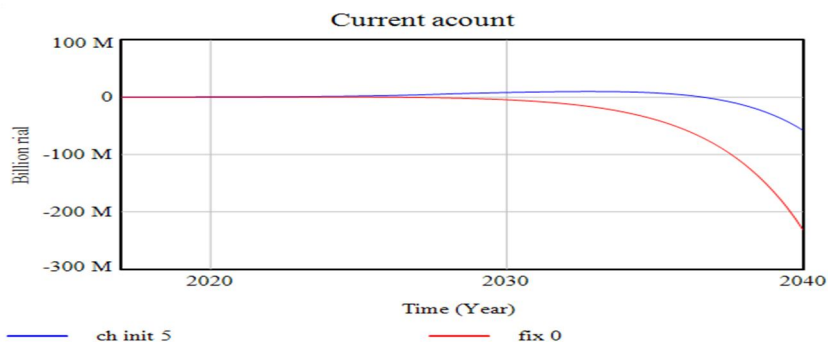
نمودار (۸) - روند تولید ناخالص ملی با فرض ثبات نرخ ارز و جهش چند برابری



سناریوی دوم: تضعیف 20 درصدی نرخ ارز

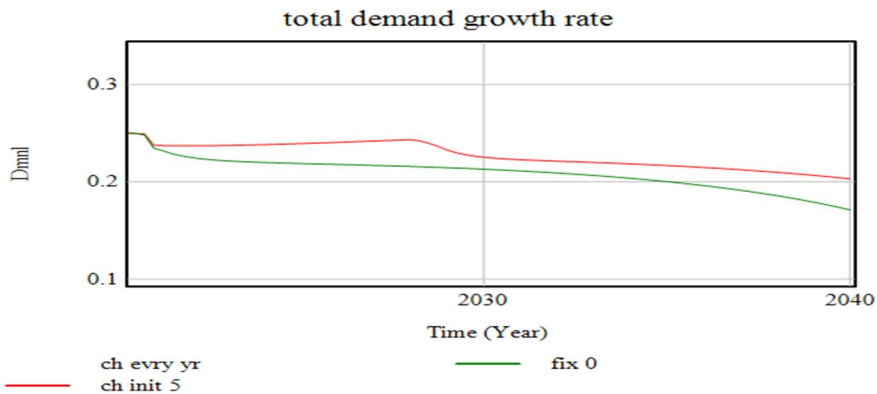
تضعیف پول ملی سبب افزایش قیمت کالاهای وارداتی و ارزان شدن کالاهای داخلی نسبت به مدت مشابه تثبیت نرخ ارز می شود. این امر موجب افزایش قدرت رقابت کالاهای تولید داخلی نسبت به مشابه خارجی آن می شود بنابراین حجم صادرات افزایش و واردات کاهش می یابد. در نتیجه انتظار داریم تراز پرداختها بهبود یابد نرخ ارز را ۲۰ درصد افزایش می دهیم و تاثیر آن را بر تراز تجاری و تولید ناخالص داخلی در مقایسه با شرایط ثبات نرخ ارز بررسی می نماییم (نمودار ۹).

نمودار (۹) - مقایسه روند تراز تجاری در دو حالت تثبیت و افزایش ۲۰ درصدی نرخ ارز



همانطور که در نمودار (۹) مشاهده می شود با توجه به تاثیر مثبت افزایش نرخ ارز بر صادرات و تاثیر منفی آن بر واردات، تراز تجاری در بیشتر دوره مورد بررسی مثبت است و فقط در چند سال انتهایی دوره شیبه سازی منفی می شود ولی نسبت به تثبیت نرخ ارز وضعیت مناسبتری دارد. از طرف دیگر با توجه به نمودار (۱۰) نرخ رشد تولید ملی به واسطه افزایش نرخ ارز بیش از تثبیت آن می شود.

نمودار (۱۰) - مقایسه روند نرخ رشد تولید ناخالص ملی در دو حالت تثبیت و افزایش ۲۰ درصدی نرخ ارز

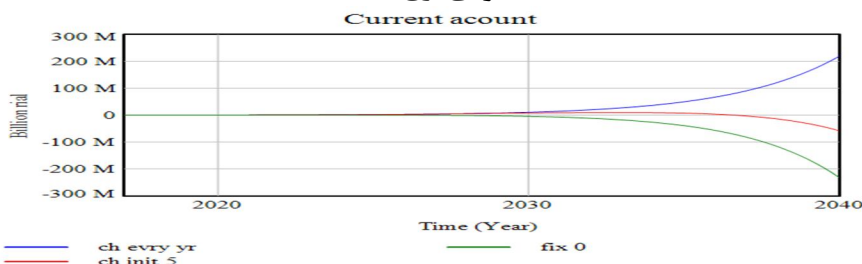


سناریوی سوم: تضعیف مداوم نرخ ارز

نرخ ارز را به طور متوالی طی سالیان مختلف افزایش می دهیم. به گونه ای که در سال اول ۲۰ درصد و طی سالیان مختلف هر سال بر اساس مابه التفاوت تورم داخلی از تورم جهانی نرخ ارز را افزایش داده می شود. با توجه به نمودار (۱۱) همواره تراز پرداختها در کل دوره شیبه سازی روند مثبت دارد

نمودار (۱۲) - مقایسه روند تراز تجاری در سه حالت تثبیت، تضعیف یکباره و تضعیف

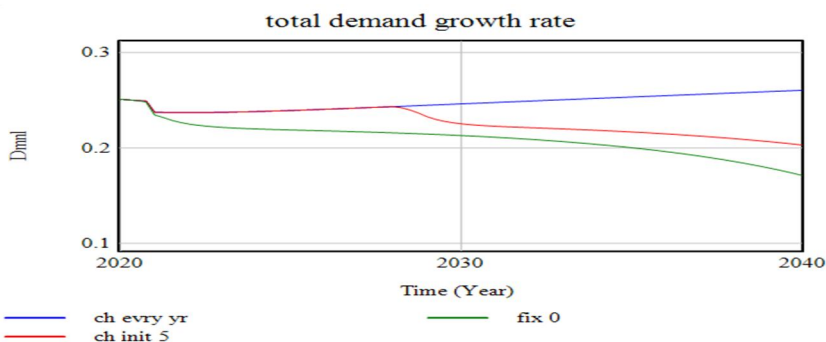
متوالی نرخ ارز



با توجه به اینکه تراز تجاری، یکی از اجزاء تشکیل دهنده تولید ناخالص ملی است اثرات متفاوت تغییرات نرخ ارز را بر تولید ملی بررسی می‌نماییم. با توجه به تاثیرپذیری متفاوت صادرات و واردات از تغییرات نرخ ارز و بهبود نسبی تراز تجاری در افزایش مداوم نرخ ارز، انتظار بر این است که تولید ناخالص ملی بهبود یابد (نمودار ۱۳).

نمودار (۱۳) - مقایسه روند نرخ رشد تولید ناخالص ملی در سه حالت تثبیت، افزایش یکباره و

افزایش متوالی نرخ ارز



نتیجه گیری

با توجه به اهمیت نرخ ارز در اقتصاد و انتخاب صحیح نظام ارزی مناسب، تلاش شده است تا با معرفی و برآورد مدل پویایی سیستمی ارتباط بین نوع سیاستهای ارزی با تولید ملی بررسی شود و سپس نظام ارزی مطلوب برای اقتصاد ایران معرفی و پیشنهاد شود. با استفاده از مدل پویایی سیستمی ذکر شده، می‌توان تاثیر کاهش نرخ ارز را بر تراز پرداختها و تولید ناخالص داخلی ارزیابی کرد. سال مبنا، ۱۳۹۶ در نظر گرفته شده است. برای تحلیل حساسیت، مدل را برای بازه زمانی ۱۳۹۶-۱۴۲۰ با استفاده از نرم‌افزار ونسیم در چهار حالت متفاوت نرخ ارز اجراء شد.

با فرض اینکه نرخ ارز اولیه ۳۲۰۰۰ ریال^۱ است. روند تراز تجاری و تولید ناخالص داخلی را با فرض ثبات نرخ ارز تا سال ۱۴۲۰ اجرا می‌کنیم. سپس نرخ ارز را در جهش چند برابری به ۱۰۰۰۰۰ ریال افزایش می‌دهیم. در صورت تثبیت نرخ ارز در چند سال اول اجرای مدل به دلیل اینکه صادرات بیش از واردات است تراز پرداختها مثبت ولی در ادامه به دلیل اینکه واردات بیش از صادرات می‌شود تراز پرداختها منفی می‌شود. همچنین با افزایش نرخ ارز از ۳۲۰۰۰ ریال به ۱۰۰۰۰۰ ریال تراز پرداختها بهبودی نسبی خواهد داشت. تغییرات شدید نرخ ارز نتیجه منفی بر صادرات خواهد داشت به گونه ای که تاثیر منفی حاصل از نااطمینانی و نوسانات نرخ ارز بر تراز پرداختها، تاثیر مثبت افزایش نرخ ارز را تا حدی خنثی می‌کند.

ارز را ۲۰ درصد افزایش می‌دهیم و تاثیر آن را بر تراز تجاری و نرخ رشد تولید ناخالص ملی در مقایسه با شرایط ثبات نرخ ارز بررسی می‌نماییم. با توجه به تاثیر مثبت افزایش نرخ ارز بر صادرات و تاثیر منفی آن بر واردات، تراز تجاری در بیشتر دوره مورد بررسی مثبت است و فقط در چند سال انتهای دوره شبیه سازی منفی می‌شود ولی نسبت به تثبیت نرخ ارز وضعیت مناسبتری دارد. از طرف دیگر نرخ رشد تولید ملی به واسطه افزایش نرخ ارز بیش از تثبیت آن می‌شود.

نرخ ارز را به طور متوالی طی سالیان مختلف افزایش می‌دهیم. به گونه ای که در سال اول ۲۰ درصد و طی سالیان مختلف هر سال بر اساس مابه التفاوت تورم داخلی از تورم جهانی نرخ ارز را افزایش داده می‌شود. نتایج مدل نشان می‌دهد همواره تراز پرداختها در کل دوره شبیه سازی روند مثبت دارد. با توجه به تاثیرپذیری متفاوت صادرات و واردات از تغییرات نرخ ارز و بهبود نسبی تراز تجاری در نظام ارزی مدیریت شناور شده، نتایج مدل نشان می‌دهد نرخ رشد تولید ناخالص ملی نسبت به دیگر سیاستهای ارزی بهتر شود.

با توجه به ماهیت نرخ واقعی ارز و اثرات نامتقارن آن بر تراز پرداختها و به تبع آن تولید ناخالص داخلی، به شرطی افزایش نرخ ارز تاثیر مثبتی بر تولید ناخالص داخلی خواهد داشت که درصد تغییرات نرخ ارز رسمی بیش از مابه التفاوت نرخ تورم داخلی از نرخ تورم خارجی باشد. در این صورت انتظار داریم با افزایش نرخ ارز، تراز پرداختها و تولید ناخالص داخلی نسبت به تثبیت

نرخ ارز رسمی بهبودی نشان دهد.

توصیه های سیاستی:

- ایجاد سازوکار بازار جهت تعیین نرخ ارز بر اساس توان داخلی اقتصاد با حداقل مداخله بانک مرکزی (دولت)

- اعمال سیاستهای ارزی مدیریت شناور توسط بانک مرکزی و پرهیز شدید از چند نرخ کردن بازار ارز

- اعمال سیاست لنگر نرخ تورم توسط بانک مرکزی برای تحقق ثبات و پایداری در بازار ارز
- تلاش برای بهبود فضای کسب و کار و حمایت از صادرات با هدف افزایش منابع ارزی و اشتغال

- با توجه به آثار بلندمدت سیاست های ارزی بر تولید ناخالص داخلی، هرگونه تغییر نرخ ارزی می بایست در افق بلند مدت در قالب مدل های سیستمی و آینده نگر در اقتصاد ایران تحلیل شود تا آثار منفی اعمال سیاستها به حداقل برسد.

توجه به این نکته حائز اهمیت است که انتخاب نظام ارزی مناسب و پایبندی به آن، علت تامه در رشد تولید ملی نیست بلکه در یک نگاه سیستمی، جهت تحقق رونق و جهش تولید، تمامی بخش ها و سیاستهای اقتصادی و سیاسی باید به نحو صحیح عمل نمایند و عملکرد صحیح هر بخش در تحقق آن هدف، مستقلا مهم است.

منابع

- امینی ، علیرضا، زارع ، سحر (۱۳۹۶) تحلیل نقش نرخ واقعی ارز و نوسانات آن بر صادرات صنعتی ایران *نشریه اقتصاد مالی*، سال یازدهم شماره ۳۸ صص ۹۹-۱۲۰
- ایجاد ی ، بهرننگ. (۱۳۸۸). "مدیریت درآمدهای نفتی در ایران با رویکردپویایی شناسی سیستم" *پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد اندیر*، دانشگاه تبریز.
- پورمعصومی، سعید (۱۳۸۹)، "یک مدل دینامیک سیستم برای تجزیه و تحلیل اقتصاد سیستم - انرژی ایران" شریف، *فصلنامه مهندسی صنایع و مدیریت* ، شماره ۲، ۱-۲۶.
- تمیزی، علیرضا ، شهبازی ، ساناز(۱۳۹۷) بررسی تاثیر نوسان نرخ ارز بر بخش گردشگری ایران *نشریه گردشگری و توسعه*، سال هفتم شماره ۴ صص ۱-۱۷

- توکلین، حسین، افضل‌ی وجیه (۱۳۹۵). مقایسه عملکرد اقتصاد کلان در رژیم های مختلف ارزی، **پژوهشنامه اقتصادی**، پیاپی ۶۱ (تابستان)، ص ۷۷.
- جلایی، سید عبدالمجید، نجاتی، مهدی، ه باقری، فرخنده (۱۳۹۵). بررسی تاثیر تکانه های نرخ ارز بر سرمایه گذاری و اشتغال در ایران با رهیافت مدل های تعادل عمومی قابل محاسبه **فصلنامه پژوهشهای اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)**، سال شانزدهم شماره ۲- تابستان
- حاجی غلام سریزدی، علی (۱۳۹۰)، " تحلیل تأثیر تورم بر مسائل اجتماعی با استفاده از رویکرد پویایی های سیستمی"، **اولین کنفرانس ملی رویکرد سیستمی در ایران**، شیراز، ۷ و ۸ دی
- راسخی سعید، شهرزادی میلاد و عبداللهی محمدرضا، (۱۳۹۱). اثر نامتقارن نرخ ارز و نوسان آن بر صادرات غیرنفتی ایران، **پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی**، شماره ۷.
- طهرانچیان، امیر منصور، راسخی، سعید، مصطفی پور، یلدا (۱۳۹۷). اثرات آستانه ای نوسانات نرخ ارز بر ارزش افزوده بخش های اقتصاد ایران **فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران**، پیاپی ۲۸ (زمستان)، صص ۶۱-۸۵.
- طهرانچیان، امیر منصور، راسخی، سعید و مصطفی پور یلدا (۱۳۹۷). اثرات آستانه ای نوسانات نرخ ارز بر ارزش افزوده بخش های اقتصاد ایران **فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران**، پیاپی ۲۸ صص ۶۱-۸۵.
- عزیز نژاد صمد و کمیجانی، اکبر (۱۳۹۶). تغییرات نرخ ارز و اثر آن بر نوسانات متغیرهای منتخب اقتصاد کلان در ایران **فصلنامه پژوهشهای اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)**، سال هفدهم شماره ۱، صص ۱۲۱-۱۴۳.
- عزیزنژاد، صمد؛ هوروانی، حسین؛ نادعلی، محمد (۱۳۸۹). بررسی تاثیر پایه پولی با تاکید بر فروش تکلیفی ارز توسط بانک مرکزی، **مجله مجلس و راهبرد**، پاییز زمستان - ۱۳۸۹ شماره ۶۴، صص 101-126.
- کمیجانی اکبر، سبحانیان سیدمحمد هادی، بیات سعید (۱۳۹۱)، اثرات نامتقارن رشد درآمدهای نفتی بر تورم در ایران با استفاده از روش VECM، **پژوهشنامه اقتصادی**، شماره ۴۵، صص ۲۰۱ تا ۲۲۶
- محمدزاده پ، اصغرپورح، بهشتی م و رضازاده ع. (۱۳۹۰). بررسی مدل پولی تعیین نرخ ارز در کشورهای منطقه MAENA: رویکرد هم‌انباشتگی تابلویی. **فصلنامه پژوهش های اقتصادی ایران**، سال شانزدهم، شماره ۴۹: ۱۵۱-۱۷۵.
- مروت، حبیب، شاه حسینی، سمیه، فریدزاد، علی (۱۳۹۶)، بررسی آثار تغییرات نرخ ارز بر تولید بخش های مختلف اقتصاد ایران **فصلنامه مجلس و راهبرد**، پیاپی ۹۱-پاییز
- مطهری، محب الله، لطفعلی پور، محمدرضا، احمدی شادمهری محمدطاهر (۱۳۹۶). اثرات نرخ ارز واقعی بر رشد اقتصادی در ایران: یافته هایی جدید با رویکرد غیرخطی **فصلنامه نظریه های کاربردی اقتصاد**، سال چهارم شماره ۴ (زمستان)، صص ۱۷۵-۱۹۸.

- معیری، فرزاد، زاینده رودی، محسن، جلالی اسفندآبادی، سیدعبدالمجید، محرابی، حسین (۱۳۹۶) بررسی تاثیر جهش پولی نرخ ارز بر وقوع چرخه های تجاری در اقتصاد ایران (با استفاده از روش تجربی لوکاس و مدل رگرسیون خودتوضیح برداری) **نشریه مدلسازی اقتصاد سنجی**، سال دوم شماره ۳ (پیاپی ۶، تابستان) صص ۹-۳۱.
- معیری، فرزاد، زاینده رودی، محسن، جلالی اسفندآبادی، سیدعبدالحمید، مهرابی بشرآبادی، حسین (۱۳۹۷)، بررسی تاثیر جهش پولی نرخ ارز بر فعالیت های عمده و اصلی اقتصاد در ایران **فصلنامه پژوهشهای اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)**، سال هجدهم شماره ۲، صص ۱۰۵-۱۲۴

- Ahmad Fida B, Ali Shah S.Z and M. Zakaria.(2012). Estimating Equilibrium Real Exchange Rate Through NATREX Approach: A Case of Pakistan. *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(4)3642-3645, 2012.
- Ajmad, R. D, M., & Qayyum, A. (2011). Pakistan: Breaking out of stagflation into sustained growth. Pakistan institute of development economics Islamabad Pakistan. *The Lahore Journal of Economics*. 16: 13-30
- Alagidede, P., & Ibrahim, M. (2017). On the causes and effects of exchange rate volatility on economic growth: Evidence from Ghana. *Journal of African Business*, 18(2), 169-193.
- Aman, Q., Ullah, I., Khan, M. I. & Khan, S. (2017). Linkages between approach). *European Journal of Law and Economics*, 44(1), 157-164.
- Asseery, A. and Peel, D.A. (1991) "The Effects of Exchange Rate Volatility on Exports: Some New Estimates", *Economic Letters*, 37(2), pp. 173-177.
- Bailey, M.J., Trvias, G.S. and Ulan, M. (1987) "The Impact of Exchange Rate Volatility on Export Growth: Some Theoretical Considerations and the Empirical Results", *Journal of Policy Modeling*, 9(1), pp. 225-244.
- Barguelli, A. Ben-Salha, O., and Zmami, M. (2018). "Exchange Rate Volatility and Economic Growth". *Journal of Economic Integration*, 33, 1302-1336
- Barlas, Y. (2002) System dynamics: systemic feedback modeling for policy analysis in knowledge for sustainable development—an insight into the encyclopedia of life support systems. Paris, France, *Oxford, UK: UNESCO Publishing*—Eolss Publishers.
- Blinder. A. S., & Rudd. J. B. (2010). The supply-shock explanation of the great stagflation revisited. *Paper presented at the NBER conference on the great inflation, Woodstock, VT*, February revision.
- chen, ching ho; Liu, Wei-lin; Liaw, Shu-liang; yu, Chien-Hwa, (2005) Development of a dynamic strategy planning theory and system for sustainable river basin land use management, *Science of the*

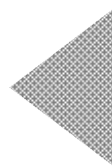
Total Environment, 17, pp1-21.

- Chit M.M, Rizov M and Willenbockel D, (2010). Exchange Rate Volatility and Exports: New Empirical Evidence from the Emerging East Asian Economies, *The World Economy*
- Chung-Rou , F., & Shih-Yi, Y. (2013). The impact of oil price shocks on the large emerging countries' stock prices: Evidence from China, India and Russia. *International Review of Economics & Finance* . *China economic review*, 34, 293-310.
- Cooper, R. N. (1971), "Currency development in developing countries", International Finance section, Princeton University, *Essay in International Finance*, 86
- Dornbusch,R,(1988), "Open Economy Macroeconomics",2nd edition, *New York* .
- Fang, W.S., Lai, Y.H. and Miller, S.M. (2006) "Export Promotion through Exchange Rate Changes: Exchange Rate Depreciation of Stabilization?", *Southern Economic Journal*, 72(3), pp. 611–626.
- Forrester, J. W. (1968) Principles of systems (Second preliminary edition). *Cambridge, MA: Wright-Ilen*
- Forrester, J. W. (1969) Urban dynamics. *Cambridge, MA: The M.I.T. Press*.
- Hassanain K. (2006). "Monetary Control in the UAE", *United Arab Emirates University Department of Economics*, P.O.Box 17555, Alain, U.A.E.
- Lane D.C &Oliva. R, (1998) The greater whole: Towards a synthesis of system dynamics and soft systems methodology, *European Journal of Operational Research*,no 107,pp214-235.
- Meade,J,E,(1951),"The Theory of International Economy Policy I: The Balance of Payment", *Oxford University Press*
- Morecraft John(2007), Strategic Modeling and Business Dynamics, Chapter 10: Model validity, mental models and learning, *John Wiley*,.Press, Inc.
- Radzicki, Micheal J(1972). "Expectation Formation and Parameter Estimation in Uncertain.Phelps-Brown, E.H The Underdevelopment of Economics, *The Economics, The Economic Journal*, vol. 82,p.6
- Siregar R. (2011). The Concepts of Equilibrium Exchange Rate: A Survey of Literature. *Staff Paper* No.81.
- Sterman John(2001), System Dynamics Modeling: Tools for Learning in A Complex World, *California Management Review*, Vol. 43 No. 4, Summer.
- Tang, B. (2015). Real exchange rate and economic growth in China: A Cointegrated VAR Approach. *Munich Personal RePEc Archive*
- Thurow, L. (1983), *Dangerous Currents*. New York: Random House, pp 104-107 See also: Leontief, W.(1971), *Theoretical Assumptions*

- and No observed Facts., *American Economic Review*, vol. 61(1), pp.1-7
- Yamada, H. (2013), "Does the Exchange Rate Regime Make a Difference in Inflation Performance in Developing and Emerging Country?: the Role of Inflation Targeting", *Journal of International Money and Finance*, Vol. 32, PP.
 - Yamaguchi, K. (2003), "Principle of accounting systems", *presented at the 21nd international conference of SYSTEM DYNAMICS* Society, Newyork city, USA, July 20-24.
 - Yamaguchi, K. (2004), " Money supply and creation of deposits", *presented at the 22nd international conference of SYSTEM DYNAMICS* Society, University of Oxford, England, July 25-29.
 - Yamaguchi, K. (2012), "Does money matter on the formation of business cycles and economics recession?", *presented at the 30nd international conference of SYSTEM DYNAMICS* Society, st. Gallen, Swithcherland, July 22-26.
 - Yamaguchi, K. (2012), "On the monetary and financial stability under a public money system", *presented at the 30nd international conference of SYSTEM DYNAMICS* Society, st. Gallen, Swithcherland, July 22-26.
 - Yamaguchi, K. (2013) money and macroeconomics dynamics, *Japan futures research center*, AWAJI. Island, Japan.
 - Yamaguchi, Kaoru, (2011), “ working of a public money system of open macroeconomics – modeling the American monetary act completed – (a Revised version)”, *Doshisha University Kyoto* 602-8580, Japan.
 - Yamaguchi, Kaoru,(2007), “ balance of payments and foreign exchange dynamics–SD macroeconomic modeling”, *Doshisha University Kyoto* 602-8580, Japan.

مقایسه نسل های قدیم و جدید شهرهای

جدید در چین (مطالعه موردی: منطقه کلانشهری شانگهای)



پارسا ارباب^۱

مهدی صدیقی^۲

(تاریخ دریافت ۹۹/۴/۱۹ - تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۱/۱۴)

نوع مقاله: علمی ترویجی

چکیده

مفهوم عمومی شهر جدید، با تمرکز بر ماهیت متمایز چین در قالب ضرباهنگ سریع رشد و توسعه شهری، بازتاب دهنده ابعاد اختصاصی این رویکرد مبنی بر شهرسازی مقدم بر شهرنشینی است. از این رو، نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین، با استناد به نمونه منطقه کلانشهری شانگهای، رهیافتی در مواجهه با افزایش فزاینده جمعیت شهرنشین هستند که در عین حال، ارتقاء سریع رشد اقتصادی و متعاقباً بهبود رقابت پذیری و کاهش نابرابری های منطقه ای را هدفگذاری می کنند. کلانشهر شانگهای و منطقه کلانشهری شانگهای، بستر تبلور این جریان هستند که نخست و ناگزیر بر ابعاد کمی توسعه متمرکز است، اما به تدریج، ابعاد کیفی آن را نیز مخاطب قرار می دهد. این چنین، اگر نسل قدیم شهرهای جدید بر تدارک مسکن در خدمت فعالیت های صنعتی و سپس کارکرد اقتصادی تاکید داشتند، نسل جدید، توسعه مسکونی را به

۱- استادیار دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

parsaarbab@ut.ac.ir

۲- کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری، گروه شهرسازی پردیس البرز، دانشگاه تهران، تهران، ایران

عنوان محرکی برای رشد اقتصادی و متعاقبا زیست پذیری و کیفیت زندگی، هدفگذاری می کنند. اگر نسل قدیم با اتکا به مدل صنعتی اتحاد جماهیر شوروی، توسعه حومه شانگهای و پراکنده رویی شهری مبتنی بر الگوی تک مرکزی را دنبال می کردند، نسل جدید به دنبال ساختار فضایی چندمحور، چندلایه و چندمرکزی منطقه کلانشهری شانگهای است. آنچه در سیر تحول ایجاد و توسعه نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در منطقه کلانشهری شانگهای قابل توجه است، تقلیل نقش دولت مرکزی و تفویض اختیار به دولت های محلی و شرکت های توسعه و ساخت است که متمم آن، تغییر در مکانیزم سرمایه گذاری است. توجه به سایر ابعاد و ویژگی های این جریان، می تواند برای سایر کشورها، از جمله ایران، که این سیاست هم چنان در آن ها موضوعیت دارد، شناسایی و کاربست تدابیری را در پی داشته باشد که با لحاظ اشتراکات شکلی و محتوایی و افتراقات زمینه ای و اختصاصی، راهگشا خواهند بود.

کلیدواژه ها: برنامه ریزی شهری، شهرهای جدید، توسعه شهری، منطقه کلانشهری، شانگهای،

چین

۱- مقدمه

همانگونه که شولتر می گوید فرصت جهت آبادی گزیدن در سرزمین های بکر برای انسان امروزین بسیار به ندرت دست داده است و چنین رویدادی را می باید از وقایع صرفا تاریخی به شمار آورد. یکی از این فرصت ها، جنبش نوشهرها و شهرهای پسا جنگ جهانی به ویژه در انگلستان است که منجر به شکل گیری چارچوب فکری شهرهای جدید و سپس احداث آن ها برای حل مشکلات بر مبنای سیاست تمرکززدایی در فضاهای شهری پر تراکم شد. اثرات این سیاست، مبنی بر تقدم شهرسازی بر شهرنشینی در قالب ایجاد و توسعه شهرهای جدید به عنوان اجتماعات از پیش برنامه ریزی شده بر اساس اهداف مشخص، با جمعیت و مساحت تعریف شده، فاصله معین از مادر شهر و برخورداری از تمام امکانات و تسهیلات لازم برای یک محیط مستقل، تا به امروز در سراسر جهان نمود یافته است (زیاری، ۱۳۸۵؛ بصیرت، ۱۳۹۵).

تجارب ایجاد و توسعه شهرهای جدید در دنیا از منظر ماهیت برنامه ریزی و هدفگذاری در عرصه راهبردی و متعاقبا میزان تحقق پذیری و موفقیت در عرصه عمل، موضوعی مهم و مورد توجه از سوی پژوهش های بسیاری با موضوع شهرهای جدید است. در این میان، تمرکز بر فرآیند تغییر و تحول رویکردهای جدید در مقایسه با نمونه های گذشته و قدیمی، می تواند

نگاهی متفاوت، متمایز و در عین حال راهگشا نسبت به پژوهش های یاد شده با هدف شناسایی جایگاه، انتظارات، مسائل و پاسخ های گذشته و کنونی در مسیر نیل به کارآمدی سیاست ایجاد و توسعه شهرهای جدید باشد. بر این اساس، اینکه مبتنی بر تجربه نسل قدیم شهرهای جدید در نیمه دوم قرن بیستم میلادی، نسل جدید یا نسل های آتی این شهرها، از اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم تاکنون، در چه مسیری هدفگذاری شده، برنامه ریزی شده و توسعه یافته اند، جهت گیری متفاوتی با هدف طرح و تدقیق مسئله در حوزه مطالعه شهرهای جدید و متعاقباً کاربری آن در عرصه عمل است (ارباب و بصیرت، ۱۳۹۵). به همین منظور مقاله حاضر، ایجاد و توسعه نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین را، با تمرکز بر منطقه کلانشهری شانگهای، از منظر اهداف، الگوها و نقش ها، نقاط قوت و ضعف، مسائل و چالش ها و نیز ارتباط با ابعاد آمایش سرزمین، اسناد، طرح ها، برنامه ها و استراتژی های محلی، منطقه ای و ملی، مورد مذاقه قرار داده است. سیاست ایجاد و توسعه شهرهای جدید، مولفه ای از سیاست شهرنشینی است و بر این اساس، سیر تحول مذکور، شامل دوره های برنامه ریزی شهری سراسری در چین است که کلانشهر شانگهای و منطقه کلانشهری شانگهای به ترتیب در مقاطع زمانی ۱۹۴۶، ۱۹۵۸، ۱۹۶۰، ۱۹۷۲، ۱۹۸۳، ۱۹۸۶، ۲۰۰۱، ۲۰۰۶ و ۲۰۱۰ م. و با اهتمام نسبت به تمرکززدایی و کاهش نابرابری های منطقه ای دنبال نموده است (Shi and Chen, 2015; Tan, 2010). این مسیر در عین حال، گویای حرکت از پاسخ به چالش های جمعیتی منتج از افزایش فزاینده شهرنشینی به سمت تعدیل مسائل زیست محیطی، توجه به حساسیت های اکولوژیکی و توسعه شهری پایدار در کشور چین است.

در دنیای بیش از پیش جهانی و متصل امروز، بیش از نیمی از مردم در شهرها زندگی می کنند. این میزان در قرن اخیر از ۳۰ درصد در دهه ۱۹۵۰ م، به بیش از دو برابر افزایش خواهد یافت به نحوی که پیش بینی می شود که تا افق ۲۰۵۰، شهرها حدود ۷۰ درصد از جمعیت جهان را در خود جای دهند. این در حالی است که مقصد و محل این شهرنشینی فزاینده، که بالغ بر ۲.۵ میلیارد ساکن شهری است، عمدتاً شهرهای کشورهای در حال توسعه خواهند بود (Arbab, 2018; UN DESA, 2015). چین از جمله کشورهایی است که از هنگام اجرای اصلاحات

اقتصادی و اعمال سیاست درهای باز^۱ در اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ م.، یکی از سریع ترین رندهای اقتصادی دنیا را داشته است، کشوری که در حال حاضر دومین اقتصاد بزرگ دنیا را پس از ایالات متحده در اختیار دارد و بزرگترین صادر کننده و دومین وارد کننده کالا در جهان است. در همین حال، این کشور با چالش های بزرگی در روند شهرنشینی و شهرگرایی نیز روبرو است که ریشه در رشد روزافزون جمعیت، تراکم بالای جمعیت و رشد سریع شهرنشینی دارند. آخرین جمعیت برآورد شده چین در سال ۲۰۱۸، حدوداً معادل ۱.۴ میلیارد نفر در ناحیه جغرافیایی به وسعت ۹.۶ میلیون کیلومتر مربع است. از سال ۱۹۷۸ تا ۲۰۰۶ م. و در بازه ای حدوداً ۳۰ ساله، میزان جمعیت شهرنشین در چین از ۱۸ درصد به حدود ۲.۵ برابر یعنی ۴۴ درصد افزایش یافته که همراه با انتقال جمعیتی بالغ بر ۴۰۰ میلیون نفر به شهرها بوده است. این در حالی است که برآوردهای فعلی حاکی از مهاجرت جمعیتی بالغ بر ۵۰۰ میلیون نفر طی ۳۰ سال آینده به شهرهای چین است که متعاقباً نرخ شهرنشینی این کشور را به بیش از ۷۰ درصد افزایش خواهد داد (Xue, Wang, and Tsai, 2013).

چین دارای فرهنگی طولانی و غنی است که الگوی شهری خاص خود را شکل داده است. الگوی شهری سنتی در چین، شهر دیواری^۲ است که برنامه ریزی آن، قواعد و استانداردهای خاصی را دنبال می کرد. شاید نخستین قاعده برنامه ریزی در این کشور به سلسله ژو^۳ در هزار سال قبل از میلاد بازگردد، زمانی که رسماً قوانین برنامه ریزی شهری ثبت گردید (Wu, 2015). این کشور طی چند دهه اخیر دستخوش تحولات بزرگ مقیاس شهری و گسترش سریع شهری بوده است (Yin, Liu, and Wang, 2018). در حوزه شهرنشینی، مسائل متعددی پیش روی چین قرار دارد. کمبود مسکن، بزرگ ترین چالش شهری این کشور است. هر ساله، میلیون ها نفر از روستاها به نقاط شهری مهاجرت می کنند و متعاقباً تامین مسکن قابل استطاعت برای آن ها، یکی از مشکلات مهم دولت است. مشکلات ترافیکی، دیگر مسئله مهم در این کشور است که به دنبال مدرنیزاسیون و افزایش خودروهای شخصی و از طرف دیگر، کمبود حمل و نقل عمومی پدیدار شده اند. مسئله بعدی، کمبود زمین است. رشد شهرنشینی و صنعتی

1- Open Door Policy

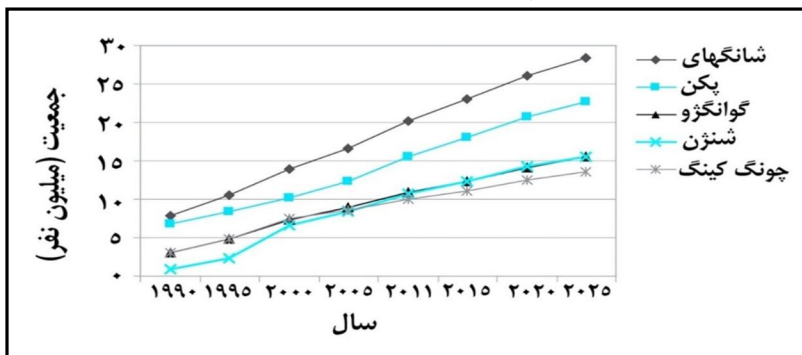
2- Walled City

3- Zhou Dynasty

شدن، با کاهش مستمر زمین های زراعی چین همراه بوده است. این در حالی است که بخش وسیعی از مناطق این کشور توسط کوه ها و بیابان های سنگی و مراتع خشک پوشانده شده که عملاً برای کشاورزی نامناسب اند (بصیرت، ۱۳۹۵).

در این میان، راهبردها و جهت گیری های اخیر، حاکی از عزم راسخ این کشور برای توسعه متعادل تر است. قاعده مند شدن شهرها و نواحی جدید نیز از جمله موارد مورد تصریح در این خصوص است. در حال حاضر شهرنشینی و تحولات شهری این کشور در نتیجه مجموعه ای از سیاست ها و جریان های تمرکززدایی^۱، بازاری شدن^۲ و جهانی شدن^۳ به واسطه میراث نظام های نهادی و در بستر سرعت سریع توسعه همراه با مواجهه با مشکلات مختلف در حال شکل گیری است. در این میان، واقعیات شهرها، مدیریت و نحوه اداره و پاسخ دهی موثر و کارآمد آن ها به نیازهای فزاینده جمعیت شهری، نقش به سزایی را دارا هستند (UNDP, 2013; Liu et al., 2014; Yin, Liu, and Wang, 2018). تصویر ۱، روند رشد جمعیت در ۵ کلانشهر چین را نشان می دهد. توافق ۲۰۲۵ م، کلانشهرهای شانگهای، پکن، گوانگژو، شنژن و چونگ کینگ در مجموع جمعیتی بالغ بر ۸۵ میلیون نفر را در خود جای خواهند داد. این در حالی است که اگر این شهرها در قالب مناطق کلانشهری خود مورد توجه قرار گیرند، ابعاد موضوع بسیار وسیع تر خواهد بود.

تصویر ۱: روند رشد جمعیت در پرجمعیت ترین کلانشهرهای چین (۲۰۲۵-۱۹۹۰ م.)



(UNDP, 2013)

- 1- Decentralization
- 2- Marketization
- 3- Globalization

۲- روش تحقیق

بر این اساس، پژوهش حاضر در جایگاه یک مقاله مروری، تجارب ایجاد و توسعه شهرهای جدید را از منظر ماهیت برنامه ریزی و هدفگذاری در عرصه راهبردی و متعاقبا میزان تحقق پذیری و موفقیت در عرصه عمل، به صورت ساختاریافته و در قالب مقایسه نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین با تمرکز بر منطقه کلانشهری شانگهای، مورد مذاقه قرار می دهد. ارزش افزوده این مرور جامع و متعاقبا محتوای منتج از آن در این مقیاس، دلالت ها، تفسیر و استفاده از یافته ها، سنتز آن ها و هم چنین نمایش شواهد در سطحی فراگیر است که به کشف نواحی مورد نیاز برای انجام تحقیقات بیشتر منجر خواهد شد که خود مولفه ای کلیدی برای خلق و کاربست چارچوب های نظری و مدل های مفهومی است (Snyder, 2019; Van Wee, 2016 and Banister, 2016).

روش اصلی تحقیق، مرور پژوهش های مرتبط و شناسایی شده است که در اینجا به جای فراهم کردن پایه ای برای خود محقق، نقطه شروع خوبی را برای همه علاقمندان به یک حوزه به خصوص، برنامه ریزی و توسعه شهرهای جدید در معنای عام و نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در در معنای خاص، فراهم می سازد (Pare and Kitsiou, 2016). تکمیل کننده این مسیر، پژوهش موردی برای امکان سنجی چرایی و چگونگی در زمینه و صورت واقعی، منطقه کلانشهری شانگهای، می باشد (Yin, 2003). این چنین، نخست به ماهیت شهرهای جدید در چین پرداخته می شود. سپس، ایجاد و توسعه نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین، با تمرکز بر منطقه کلانشهری شانگهای، مورد توجه قرار می گیرد. متعاقبا، نسل های قدیم و جدید از منظر اهداف، الگوها و نقش ها، نقاط قوت و ضعف، مسائل و چالش ها و نیز ارتباط با ابعاد آمایش سرزمین، اسناد، طرح ها، برنامه ها و استراتژی های محلی، منطقه ای و ملی، مورد مقایسه و بحث قرار می گیرند. به این ترتیب و همانطور که در مقدمه نیز تبیین گشت، چرایی و چگونگی کارآمدی سیاست ایجاد و توسعه شهرهای جدید به واسطه تحلیل و مقایسه جایگاه، انتظارات، مسائل و پاسخ های گذشته و کنونی هدفگذاری شده است، رهیافتی که می تواند با لحاظ اشتراکات شکلی و محتوایی و افتراقات زمینه ای و اختصاصی در سایر کشورها، از جمله ایران، مورد کاربست قرار گیرد. این چنین، بخش پایانی مقاله ضمن بحث و نتیجه گیری در قالب مقایسه ابعاد و ویژگی های نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در منطقه کلانشهری

شانگهای، توصیه های سیاستی در خصوص برنامه ریزی برای ایجاد و توسعه نسل دوم شهرهای جدید در ایران را نیز در پی دارد.

۳- ماهیت شهرهای جدید در چین

مفهوم شهر جدید به طور گسترده ای با روش ها و اهداف توسعه و ساخت و ساز شهری متفاوت است. در بریتانیا، شهر جدید به عنوان یک جامعه شهری جدید مطابق با قانون ساخت و ساز شهر جدید تعریف شده است. در فرانسه، شهر جدید به مناطق بزرگ مسکونی حومه های درونی و شهرهای اقماری نواحی حاشیه ای اشاره دارد. در ژاپن، یک شهر جدید عمدتاً به شهرهای جدید اقماری و شهرهای اصلی کسب و کار در اطراف شهر مرکزی ارجاع دارد. شهرهای جدید ایالات متحده شامل تمامی مناطق شهری تازه تاسیس شده، شهرهای دوباره ساخته شده یا شهرهای اقماری در اطراف شهرهای بزرگ و یا بر اساس شهر اصلی می باشند. بنابراین، به طور کلی، تمام شهرها و شهرک هایی که اخیراً ساخته شده اند، می توانند یک شهر جدید نامیده شوند. در یک معنای محدود، شهر جدید به طور اختصاصی به شهرهایی در حومه های شهرهای بزرگ اشاره دارد که اخیراً و به منظور پراکنده ساختن یا جذب کردن جمعیت شهر مرکزی و نیز انجام بخشی از عملکرد شهرهای مرکزی، در عین حال که یک شهر نسبتاً مستقل هستند، برنامه ریزی شده و توسعه یافته اند (Shi and Chen, 2015).

در چین، اصطلاح شهر جدید بسیار کلی و عمومی مورد استفاده قرار می گیرد و می تواند هم زمان به سکونتگاه های جدید یا پروژه های بازآفرینی شهری اشاره کند. از لحاظ کاربری زمین، یک شهر جدید در چین می تواند به دلیل مقیاس وسیع آن، صرفاً پروژه مسکونی باشد. همچنین می تواند به یک مرکز مالی جدید، یک شهر لبه ای مشتمل بر ساختمان های اداری خوشه ای یا یک پردیس طراحی شده دانشگاهی اطلاق گردد. از لحاظ موقعیت، شهر جدید شامل توسعه یک منطقه تجاری در مجاورت یک منطقه ساخته شده از شهر است. نمونه هایی از این شهرهای جدید شامل شهر جدید رودخانه پرل یا مروارید^۱ در گوانگژو، ناحیه یا محله جدید ژنگدونگ^۲ از ژنگژو، یا شهر جدید هگسی^۳ از نانجینگ می باشد. این شهرها شبیه به کنری وورف^۴ در لندن

1- Pearl River

2- Zhengdong

3- Hexi

4- Canary Wharf

یا لادفانس^۱ در پاریس هستند که به طور معمول به عنوان شهر جدید شناخته نمی شوند. دیگر انواع شهرهای جدید مانند ییژوانگ^۲ از پکن یا سانگژیانگ^۳ در شانگهای، در فاصله ای از منطقه مرکزی واقع شده و به معنای واقعی کلمه، شهرهای جدید مستقل هستند. این شهرهای جدید بزرگ، مناطق صرفاً مسکونی نبوده، بلکه شامل ترکیبی از توسعه های مسکونی، صنعتی و اداری هستند. بر این اساس، شهر جدید چینی، متنوع و متفاوت از شهرهای جدید و شناخته شده پساجنگ در بریتانیا است، مبنی بر اینکه به عنوان یک قطب رشد^۴ در منطقه شهری و در مقابل جذابیت های شهر مرکزی ساخته می شود. هم چنین، شهرهای جدید بازتاب دهنده رویکرد توسعه برنامه ریزی شده و رسمی در مقابل تحولات بدون برنامه و غیر رسمی در حومه های چینی هستند. این در حالی است که در چین، شهر جدید در واقع یک پلتفرم سرمایه گذاری و تامین مالی^۵ است. برنامه ریزی نقش فعالی در فرآیند خلق مفاهیم توسعه جدید ایفا می کند، در حالی که ایجاد و بهره برداری از یک شهر جدید متکی بر یک پلتفرم سرمایه گذاری و تامین مالی به منظور افزایش سرمایه در زمینه تضمین زمین است (Wu, 2015). جدول ۱، تلقی های متفاوت و متنوع از شهر جدید در چین را در قالب مفاهیم شهر جدید، شهر جدید اقماری و منطقه جدید شهری نشان می دهد. بر این اساس و همانطور که به تفصیل تبیین خواهد شد، سیر تحول ساخت و توسعه شهرهای جدید در چین در چارچوب نسل های قدیم و جدید، در بستر مفاهیم شهر جدید اقماری و شهر جدید، متبلور شده و متمایز می شود.

1- La Defense

2- Yizhuang

3- Songjiang

4- Growth Pole

5- Investment and Financing Platform

جدول ۱: مفاهیم شهر جدید، شهر جدید اقماری و منطقه جدید شهری در چین

شهر جدید	منطقه جدید شهری	شهر جدید اقماری	
یک شهر نسبتا مستقل واقع در حومه های شهرهای بزرگ که اخیرا با هدف پراکنده ساختن جمعیت و به عهده گرفتن بخشی از عملکردهای شهر مرکزی، برنامه ریزی شده و توسعه یافته است.	یک شهر نسبتا مستقل که عمدتا صنعتی و از نظر عملکردی متنوع است و دارای یک مرکز خوشه بندی جدید و قطب رشد اقتصادی پیرامونی در فرآیند گسترش و توسعه است.	جوامع شهری جدید یا شهرک های صنعتی	مفهوم
بیشتر وابسته به شهر درونی، مقیاس و سطح اداری متوسط	مقیاس بزرگتر، سطح اداری بالاتر، ساختار صنعتی متنوع، یکپارچگی میان صنعت و شهر	مقیاس کوچک، سطح اداری پایین و ساختار نسبتا منفرد صنعتی	مشخصه
شهر جدید سانگزیانگ، شهر جدید نانکیانو ^۷ ، شهر جدید کینگپو ^۸ و...	منطقه جدید پودونگ ^۴ (شانگهای)، منطقه جدید بینهای ^۵ (تیانجین)، منطقه جدید شیان-شیانیانگ ^۶ (شانتشی) و...	شهر جدید کائولو ^۱ (منطقه جدید پودونگ)، شهر جدید سیجینگ ^۲ (منطقه سانگزیانگ)، شهر جدید پوجیانگ ^۳ (منطقه مینهانگ) و...	نمونه

(Shi and Chen, 2015)

۴- ایجاد و توسعه نسل قدیم شهرهای جدید در چین

ایجاد و توسعه شهرهای جدید در چین را باید در چارچوب ملاحظات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی و متعاقبا سیاست های ملی و منطقه ای وسیع تری که برنامه توزیع مجدد جمعیت را با ساخت و ساز و یکپارچگی نقش های مناطق کلانشهری ترکیب می کند، مورد توجه قرار داد (مدرس و دیگران، ۱۳۸۴). بر این اساس، شهرهای جدید در دوره سوسیالیسم چین به عنوان شهرهای اقماری^۹ با ماهیت صنعتی و به واسطه اعمال سیاست از بالا به پایین معرفی

- 1- Caolu
- 2- Sijing
- 3- Pujiang
- 4- Pudong New Area
- 5- Binhai New Area
- 6- Xi'an-xianyang New Area
- 7- Nanqiaue
- 8- Qingpu
- 9- Satellite Towns

شدند (Wu, 2015). این شهرهای اقماری که اساسا شهرهایی صنعتی یا مبتنی بر صنعت در شانگهای بودند، با نسل نخست شهرهای اقماری در انگلستان که عمدتا برای حل مشکل مسکن بودند، متفاوت هستند (Shi and Chen, 2015). آن ها که نخست در شانگهای و پکن عملیاتی شدند، نتیجه مستقیم تقلید چین از مدل صنعتی اتحاد جماهیر شوروی بودند که بر تمرکز گره گونه تعداد زیادی از کارخانه های تولیدی تاکید داشت (Fung, 1981; Tan, 2010). در شانگهای، شهرهای جدید در برنامه کلانشهری سال ۱۹۴۸ م. در دوره جمهوری چین (۴۹-۱۹۱۲ م.) و پس از جنگ دوم چین و ژاپن (۴۵-۱۹۳۷ م.) مطرح شدند که در چارچوب اولین تلاش ها برای توسعه حاشیه شانگهای بودند. بنابراین، به منظور پاسخگویی به رشد سریع شهری و احیای بزرگترین مرکز بین المللی مالی در شرق دور، دولت ملی برنامه جامعی را برای توسعه چندین شهر جدید در پیرامون این شهر که هریک ظرفیت ۱/۶ تا ۱/۸ میلیون نفر داشته باشند تهیه نمود. در نتیجه، ده منطقه صنعتی تخصصی در حاشیه شهر اصلی ساخته شدند و به دنبال آن، ۹ پروژه مسکونی در قالب روستاهای کارگری ایجاد گردید. این استراتژی توسعه حومه ای مبتنی بر مدل تک مرکزی^۱، صرفه جویی در تامین خدمات عمومی را هدفگذاری می کرد. ده سال بعد، در سال ۱۹۵۶، زمانی که شانگهای به عنوان بزرگترین پایگاه صنعتی در چین شناخته شد، شهرداری، توسعه چندین شهر اقماری را برای میزبانی توسعه وسیع صنعتی پیشنهاد نمود. این مقطع زمانی تا حدی با تغییر سیاست های ملی شهری از مدل اتحاد جماهیر شوروی به سمت تاکید بر عدم تمرکز جمعیت و صنایع با توجه شهرهای کوچک و متوسط همراه بود. ده روستای مجاور استان های جیانگسو^۲ و ژجیانگ^۳ تحت اداره شهر قرار گرفتند. بعد از آن، قدرت اداره رسمی در سرتاسر مناطق داخلی به شهرداری تفویض گردید و این چنین، طرح کلی برای ساخت پنج شهر اقماری صنعتی در یک بازه ۱۵ ساله آغاز گردید (Shen, 2011).

در سال ۱۹۵۸، طرح جامع شانگهای پیشنهاد مذکور را دنبال نمود و ایجاد پنج شهر جدید اقماری (مینهانگ^۴، ووچینگ^۵، آنتینگ^۶، سانگژیانگ و جیادینگ^۱) را تثبیت کرد. در دهه ۱۹۷۰ م.

1- Monocentric Model

2- Jiangsu

3- Zhejiang

4- Minhang

5- Wujing

6- Anting

صنایع پتروشیمی بزرگ در جینشان (جینشانوی)^۲ واقع در جنوب شانگهای و صنایع آهن و فولاد در بائوشان^۳ واقع در شمال این شهر توسعه یافتند (Wu, 2015). به این ترتیب، برنامه ریزی و توسعه نمونه های بعدی از شهرهای جدید آغاز گردید که با هدف ایجاد دو پروژه صنعتی بزرگ مقیاس مورد توجه قرار گرفتند (Shen, 2011). برای حمایت از شرکت های بزرگ دولتی و بهره گیری از توسعه های جدید، شانگهای دو شهر جدید را برای این مکان ها برنامه ریزی کرد و متعاقباً طرح جامع ۱۹۸۰ م. شانگهای، یک سیستم شهری و دو کریدور رشد^۴ ویژه را تعریف نمود. کریدور شمالی در امتداد رودخانه های ووسانگ و یانگ تسه به سمت شهر جدید در بائوشان (ووسانگ) و کریدور جنوبی به سمت ووچینگ، مینهانگ و نهایتاً شهر جدید جینشان در جنوب توسعه می یافتند (Wu, 2015). در اواخر دهه ۱۹۸۰ م، دو شهر جدید مذکور تا حدودی توسعه یافته و به تدریج و با احداث مسکن و سایر امکانات مسکونی، نیمی از کارگران در آن ها مستقر شدند (Shen, 2011).

تصویر ۲ و جدول ۲ موقعیت و مشخصات ۷ شهر جدید اقماری (نسل قدیم) در شانگهای را نشان می دهند. پیش فرض فاصله ۲۰ الی ۷۰ کیلومتری شهرهای جدید اقماری نسبت به شهر مرکزی (شانگهای) از سوی برنامه ریزان این بود که مطمئناً این فاصله مانع از جذب آن ها و همینطور مشکل گسترش شدید ساخت و ساز تحت تاثیر شهرهای بزرگ گردد. در عین حال این فاصله، مزیت های متقابل اختصاصی در تولید صنعتی و دیگر روابط و وابستگی های عملکردی را نیز حفظ می کرد (Fung, 1981). شایان ذکر است که تا این مقطع زمانی، توسعه شهرهای اقماری عمدتاً با سرمایه گذاری دولت در صنایع و مسکن دولتی^۵ انجام می گشت (Wu, 2015).

1- Jiading

2- Jinshan(wei)

3- Baoshan

4- Growth Corridors

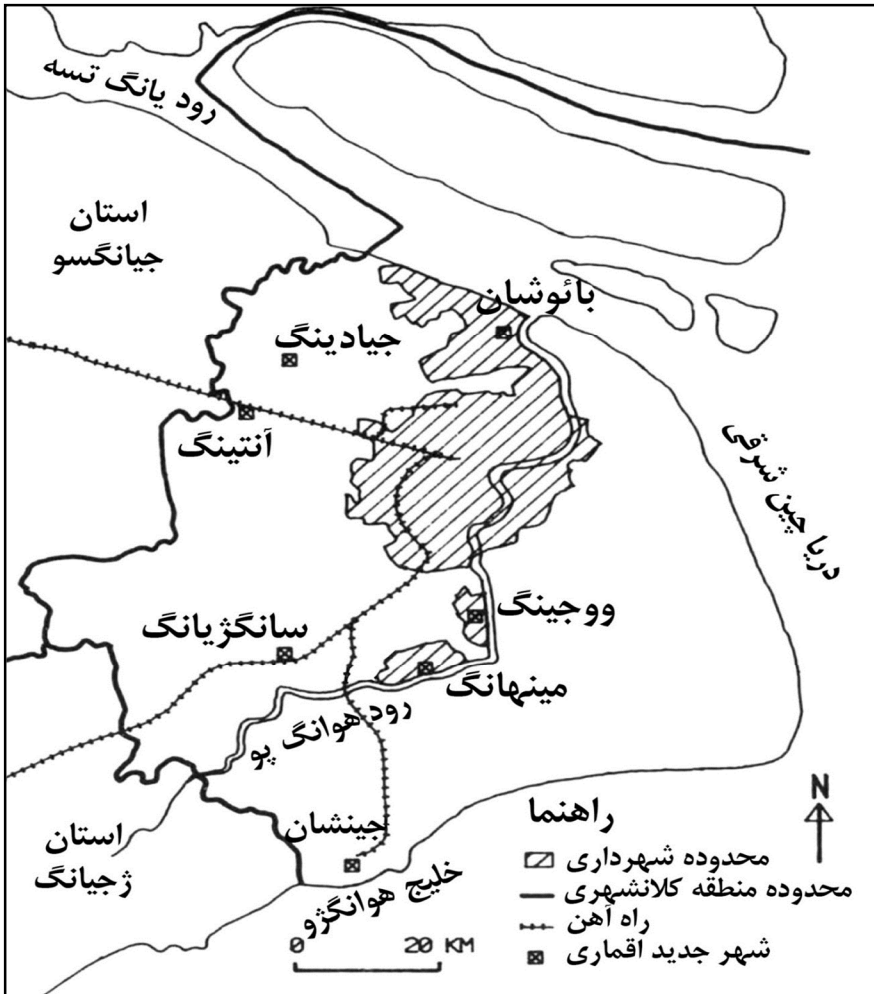
5- Public Housing

جدول ۲: مشخصات شهرهای جدید اقماری (نسل قدیم) در منطقه کلانشهری شانتگاهی (۱۹۹۰ م.).

نام شهر	صنایع عمده	فاصله از مرکز (کیلومتر)	مساحت (کیلومتر مربع)		جمعیت (۱۰ هزار نفر)		ارزش صنعتی		آغاز ساخت
			موجود	برنامه ریزی شده	موجود	برنامه ریزی شده	کارگر (۱۰ هزار نفر)	تولید صنعتی (میلیارد دلار)	
کل									
مینهانگ	ماشین آلات	۳۱	۲۰.۷	۶۰	۱۰.۷	۵۰	۱.۰۳	۰.۳۲	۱۹۵۸
ووجینگ	شیمیایی	۲۵	۲۰.۷	۶۰	۲.۵	۵۰	۱.۰۳	۰.۳۲	۱۹۵۸
جیادیگ	علوم و تحقیقات	۳۳	۷.۶	۲۱.۴	۷	۲۵	۵.۶	۰.۲۹	۱۹۶۰
آنتینگ	اتومبیل	۳۳	۵	۱۶.۷	۲.۷	۱۵	۲	۰.۷۲	۱۹۵۹
سانگژیاگ	ابزار ماشینی	۴۰	۷.۳	۲۰	۸.۲	۲۵	۳.۸	۰.۱۱	۱۹۶۰
جیشان	پتروشیمی	۷۲	۱۰	۷۱	۱۰	۴۵	۶.۱	۰.۶۰	۱۹۷۲
بائوشان	آهن و فولاد	۱۸	۴۴.۸	۱۰.۵	۲۴	۵۰	۱۶.۹	۲.۱	۱۹۸۳

(Atash and Wang, 1990; Haixiao, 2006; Wu, 2013)

تصویر ۲: موقعیت شهرهای جدید اقماری (نسل قدیم) در منطقه کلانشهری شانگهای



(Atash and Wang, 1990)

به طور مشابه، در دهه ۱۹۵۰ م. یک مجتمع صنعتی در حومه پکن برنامه ریزی شده بود که بعدها به شهرهای اقماری صنعتی تبدیل گردید. این شهرهای اقماری که از شهر اصلی خیلی دور

نبودند، به عنوان خوشه های پراکنده^۱ یا خوشه های حاشیه ای^۲ شناخته می شدند، بدین معنا که توسعه های جدید در موقعیت های خاصی خوشه بندی شده اما این خوشه ها در سراسر منطقه شهری پراکنده می شدند. در سال ۱۹۹۰ م، طرح جامع پکن ده خوشه در منطقه شهری خود مشخص کرد که در واقع شهرهای اقماری بودند. با این حال، به جز شرکت های بزرگ دولتی که توانایی توسعه زیرساخت های خود را در حومه داشتند، فقدان مکانیزم های مالی به این معنا بود که شهرهای چینی نسبتاً فشرده بوده و نمی توانستند پراکنده رویی شهری وسیع مقیاس را ببینند. اقدامات برنامه ریزی برای این شهرها در این دوران کاملاً محدود بود، زیرا برنامه ریزی عملاً در طی انقلاب فرهنگی ۷۶-۱۹۶۶ م. رها گردید. متعاقباً در دوره پس از اصلاحات اقتصادی نیز برنامه ریزی توسعه های جدید در حومه ها تا زمان معرفی بازار زمین محدودیت داشت (Wu, 2015).

موقعیت شهرهای جدید اقماری شانگهای را باید در شرایط زمینه ای اهداف خود یعنی افزایش شمار فعالیت های اقتصادی در منطقه کلانشهری و هم زمان، تمرکززدایی از جمعیت و فعالیت از شهر مرکزی درگیر ازدحام به شهرهای اقماری، مورد ارزیابی قرار داد. بر این اساس، این نسل از شهرهای جدید در چین، نقش به سزایی را در افزایش فعالیت های اقتصادی و تمرکززدایی از آن ها در منطقه کلانشهری ایفا نمودند. در مقابل اما حقیقت این است که آن ها در خصوص هدف دیگر یعنی پراکنده ساختن جمعیت شهر مرکزی، تقریباً ناکام بودند. یکی از علل اصلی این عدم موفقیت، عدم تکامل آن ها مبنی بر فقدان مسکن و خدمات عمومی کافی و متعاقباً عدم توانایی در جذب شمار بالایی از جمعیت ساکن یا خواهان سکونت در شانگهای بود. نبود سیستم حمل و نقل عمومی متناسب میان شهر مرکزی و شهرهای اقماری و هم چنین نبود فرصت های شغلی کافی از جمله علل اصلی دیگر این ناکامی بودند. چالش های دیگری چون فقدان دسترسی به برخی از کالاهای حیاتی یا فرصت های آموزشی متعدد و متنوع از دیگر موارد قابل توجه در این زمینه هستند که خود تابعی از علل مذکور بودند (Atash and Wang, 1990).

1- Dispersed Clusters

2- Fringe Clusters

۵- ساخت و توسعه نسل جدید شهرهای جدید در چین

از اواخر دهه ۱۹۹۰ م.، استراتژی ایجاد نواحی توسعه اقتصادی و فناوری^۱ با چالش های ورود چین به سازمان تجارت جهانی، تشدید رقابت بین شهری و تغییر مقیاس دولت به منظور تقویت کنترل مرکزی، مواجه شده است. بر این اساس، استراتژی ساخت شهرهای جدید شامل سه ملاحظه ویژه بازسازی شانگهای به عنوان یک کلانشهر جهانی و به منظور پاسخ به رقابت منطقه ای، اتخاذ توسعه زمین به عنوان محرکی برای رشد اقتصادی و نهایتاً ارتقاء توسعه فشرده به عنوان پاسخی به کنترل زمین تقویت شده، می باشد (Shen and Wu, 2017). بر این اساس، توسعه شهرهای جدید به عنوان یک استراتژی توسعه شهری کلیدی، مجدداً در آغاز قرن بیستم میلادی پدیدار گشت. این چنین، در دوره ای که شهرهای چینی، حومه نشینی شتاب زده ای را تجربه کردند، تغییرات عمده ای در برنامه ریزی شهرهای جدید شروع شد (Wu, 2015). شهرهای جدید این دوره، نه تنها شامل گونه سنتی شهرهای اقماری توسعه یافته در شهرهای بسیار بزرگ نظیر شانگهای است، بلکه تولیدات فضایی جدید شهری تحت نام هایی چون منطقه جدید^۲، ناحیه یا محله جدید^۳، شهرک دانشگاهی^۴ یا اکوشهر^۵ را نیز در بر می گیرد (Li and Chiu, 2017).

شانگهای به عنوان بزرگترین کلانشهر چین با منطقه اداری به مساحت ۶۴۳۰ کیلومتر مربع، تا سال ۲۰۰۰ همچنان متراکم و فشرده باقی ماند. بیشتر تحولات حومه شهری تحت سلطه صنعت قرار داشت و حومه ها، هم چنان تصویری دور و متروک را ارائه می کردند. تا سال ۲۰۰۰، مناطق مرکزی که فقط ۵ درصد (حدود ۳۰۰ کیلومتر مربع) از کل منطقه اداری را تشکیل می دادند، ۴۲ درصد (حدود ۷ میلیون نفر) از کل جمعیت (۱۶/۵ میلیون نفر) را در خود جای می دادند. در حالی که میانگین تراکم جمعیت برای کل شانگهای به ۲.۶ هزار نفر در هر کیلومتر مربع افزایش یافته بود، چهار منطقه اصلی این شهر (هوانگ پو^۶، جینجان^۷، لوآن^۸ و هنگ کو^۱) با تراکمی بالغ

1- Economic and Technological Development Zones (ETDZs)

2- New Area

3- New District

4- University Town

5- Eco-City

6- Huangpu

7- Jinan

8- Luwan

بر ۳۵ هزار نفر در هر کیلومتر مربع، ازدحامی انبوه را به نمایش می گذاشتند. در همین زمان، تراکم جمعیتی در مناطق حومه ای بیرونی کمتر از ۲ هزار نفر در کیلومتر مربع بود (Shen, 2011).

بر این اساس، طرح جامع شانگهای (۲۰۲۰-۱۹۹۹م). مبتنی بر مفهوم ساختار باز چندمرکزی^۲، ایده های جدیدی را برای ساختن یک سیستم شهری متشکل از شهر داخلی، شهرهای جدید، شهرک های مرکزی و شهرک های معمولی^۳ ارائه کرد (Shi and Chen, 2015). طبق این برنامه، سیستم شهری چهار سطح شامل شهر مرکزی شانگهای با جمعیت ۸ میلیون نفر، ۹-۱۱ شهر جدید با جمعیت ۲۰۰ الی ۴۰۰ هزار نفر، ۲۲ شهرک مرکزی با جمعیت ۵۰ هزار نفر و نهایتاً ۸۸ شهرک تجاری با جمعیت ۲۰ الی ۳۰ هزار نفر را شامل می شد (Wu, 2015). ساخت و توسعه این شهرها عمدتاً روی شهرهای با زیرساخت موجود دنبال گردید و این چنین، تثبیت شهرهای اقماری در قالب شهرهای جدید بزرگ تر در حومه ها پیشنهاد شد. هدف این شهرهای جدید، میزبانی هم زمان فعالیت های صنعتی و مسکونی و تدارک خدمات عمومی بهتر بود. این چنین، انتظار می رفت که به شهرهای کم و بیش مستقل تبدیل شوند (Henriot, 2017; Wu, 2015).

طرح مذکور، آماده شد تا منطقه کلانشهری شانگهای را به «ساختاری چندمحور، چندلایه و چندهسته ای»^۴ تبدیل کند (Shen and Wu, 2017). چندمحور بودن به معنای تمرکز توسعه جدید در طول سه شریان اصلی حمل و نقل، محور شانگهای-تانجینگ، محور شانگهای-هانگژو و محور کناره رودخانه-ساحل بود. چندلایه بودن به مفهوم ایجاد یک سیستم شهری پنج سطحی شامل یک شهر مرکزی، شهرهای جدید، شهرک های مرکزی، روستاهای مرکزی و روستاها بود. در نهایت، چندهسته ای بودن به شهر مرکزی و چندین شهر جدید در حومه اشاره داشت. این ساختار فضایی همانطور که اشاره شد، بر بازنگری در مورد نقش استراتژیک شهرهای حومه ای و مناطق حاشیه ای شانگهای دلالت داشت که در دهه ۱۹۵۰ م. پیشنهاد گردید. با این وجود، تفاوت و تمایزاتی نیز به چشم می خورد. دور تازه توسعه حومه، بازسازی شانگهای به عنوان یک

1- Hongkou

2- Multi-Centre Open Structure

3- Inner City, New Cities, Central Towns, and Ordinary Towns

4- Multi-Axis, Multilayer, and Multinuclear Structure

شهر جهانی، استفاده از توسعه مسکونی به عنوان محرکی برای رشد اقتصادی و نهایتاً متمرکز نمودن توسعه در شهرهای جدید حومه ای به منظور مدیریت توسعه و جلوگیری از پراکنده رویی، هدفگذاری می کرد (Shen, 2011).

با چنین رویکردی، یک پروژه آزمایشی موسوم به یک شهر و نه شهرک^۱ در بازه ۲۰۰۵-۲۰۰۱ م. آغاز به کار کرد که به سکوی پرشی برای شانگهای جهت رسیدن به مقام شهر جهانی تبدیل شد. در عین حال، هدف این پروژه، ارتقاء اثر نیروی ضد مغناطیسی^۲ حومه مبنی بر قابلیت جذب بسیار بالای شهر داخلی یا مرکزی یعنی شانگهای بود که از گذار از مدل شهر مرکزی به مدل شهر چندمرکزی نشأت می گرفت (Hartog, 2009; Shen and Wu, 2017). این چشم انداز از آنجا اتخاذ گردید که بر خلاف چشم انداز حومه گرایی در مناطق کلانشهری در امریکا که رشد حومه شهری منجر به یک ساختار فضایی چندمرکزی^۳ شده بود، حومه گرایی در چین هنوز در مرحله اولیه توسعه با حومه هایی تحت تسلط شهرهای مرکزی قرار داشت (Zhou and Ma, 2000).

این چنین، یک شهر و نه شهرک در قانونی با عنوان «درباره پروژه های پیشگام ارتقاء توسعه شهری در حومه منطقه کلانشهری شانگهای»^۴ در سال ۲۰۰۱ م. اعلام گشت که مرتبط با یازدهمین برنامه اقتصادی پنج ساله شانگهای (۲۰۱۰-۲۰۰۶) بود و یک سیستم شهری سلسله مراتبی را با تاکید بر توسعه شهرهای جدید پیشنهاد می کرد. متعاقباً، ۱۴۰ شهرک کوچک نیز در حومه شانگهای توسط دولت های محلی پیشنهاد شدند تا به بخشی از برنامه شهرهای جدید تبدیل شوند (Chen, Wang, and Kundu, 2009). برخی معتقد بودند که اگر بخواهیم دلتای رود یانگ تسه را رهبری کنیم، در رقابت های بین المللی شرکت کنیم و به یک شهر جهانی تبدیل شویم، به هیچ عنوان نباید از توسعه سالم مناطق حومه ای غافل شده و این چنین، حومه باید به جای کمر بند عبور و مرور به مقری پر جنب و جوش تبدیل گردد. در این فرآیند، یک شهر و نه شهرک در مسیر انتظارات کاهش تنش ها از شهر مرکزی (شانگهای) گام برداشته،

1- One City and Nine Towns

2- Anti-Magnetic Force Effect

3- Polycentric Spatial Structure

4- About Pioneer Projects of Promoting Urban Development in Suburbs of Shanghai Metropolitan Area

به صورت مستقل در موقعیت های خود عمل می کنند و آرزوی کسب رتبه شهر جهانی را محقق خواهند نمود (Xue and Zhou, 2007).

برجسته ترین ویژگی این طرح این بوده که با هدف ارتقاء یک تصویر جهان شهری و بین المللی^۱ در ارتباط با کلانشهر شانگهای، شهرهای جدید به سبک های متمایز غربی ساخته شوند. این چین، سانگژیانگ به عنوان یک شهر بر اساس سبک انگلیسی و نه شهر دیگر شامل آنتینگ در جیادینگ با سبک آلمانی، لودیان^۲ در بائوشان با سبک سوئدی، ژوجیاجیلئو^۳ در کینگپو با سبک چینی، فنگجینگ^۴ در جیشان با سبک امریکای شمالی، پوجیانگ^۵ در مینهانگ با سبک ایتالیایی، گائوکیائو^۶ در پودونگ با سبک هلندی، ژوپو^۷ در نانهای با سبک اروپایی-امریکایی، فنگچنگ^۸ در فنگژیان با سبک اسپانیایی و بوژن^۹ در چونگمینگ با سبک اروپایی-امریکایی هدفگذاری شدند (Shi and Chen, 2015; Xue and Zhou, 2007; Wu, 2015).
چینی ها به هنر کپی کردن شهرت دارند، اما در عین حال این تقلید را با اولویت ها و زمینه خود نیز تطبیق داده اند (Hartog, 2009). جدول ۳ مشخصات شهرهای جدید پروژه آزمایشی یک شهر و نه شهرک را ارائه می کند.

1- Cosmopolitan Image

2- Luodian

3- Zhujiajiao

4- Fengjing

5- Pujiang

6- Gaoqiao

7- Zhoupo

8- Fengcheng

9- Buzhen

جدول ۳: مشخصات شهرهای جدید (نسل جدید)
 پروژه یک شهر نه شهرک در منطقه کلانشهری شانگهای

نام شهر	ناحیه	اهداف توسعه	جمعیت برنامه ریزی شده	مساحت (کیلومتر مربع)	فاصله (کیومتر)	سبک
سانگزیانگ	سانگزیانگ	تحقیق و آموزش	۵۰۰ هزار نفر	۲۱	۳۴	انگلیسی
آنتینگ	جیادینگ	صنایع خودرو	۵۰ هزار نفر	۶۸	۲۸	آلمانی
لودیان	باوشان	گردشگری و سکونت	۳۰ هزار نفر	۱۲	۲۱	اسکاندیناویایی
ژوجیا جیانو	کینگپو	گردشگری	۲ هزار نفر	۹	۴۴	چینی (شهر آبی)
فنگچینگ	جینشان	تجارت	۴۰ هزار نفر	۱۴	۵۸	کانادایی
پوجیانگ	مینهانگ	سکونت	۱۰۰ هزار نفر	۱۵	۱۶	ایتالیایی
گائو کیائو	پودونگ	سکونت	۷ هزار نفر	۳۹	۱۵	هلندی
ژوپو	نانهوی	-	۳۰ هزار نفر	-	۱۵	اروپایی - امریکایی
فنگچینگ	فنگزیان	تجارت و صادرات	۹۶ هزار نفر	۹	۳۹	اسپانیایی
بوژن	چونگمینگ	-	-	-	-	اروپایی - امریکایی

(Ranhagen, 2014; Xue and Zhou, 2007)

متعاقبا هسته اصلی اکثر این شهرهای جدید تکمیل شده، صدها هزار خانه و امکانات محقق شده و صدها هزار دیگر نیز در دست برنامه ریزی و ساخت قرار گرفتند. در عین حال، مسائلی چون جدایی گزینی اجتماعی، ناپیوستگی مناظر شهری و کمبود فضاهای عمومی مفید نیز وجود داشتند (Hartog, 2009). از بعد فیزیکی اما تا سال ۲۰۰۵ م، سطح دستاوردها فوق العاده بود، به نحوی که در مجموع توسعه اراضی به مساحت ۴۱۰۰ هکتار شامل ۷ میلیون متر مربع واحد مسکونی و بالغ بر ۳ میلیون متر مربع امکانات و تسهیلات عمومی به پایان رسید. با محوریت این پروژه، توسعه شهری در حومه ها رونق یافت به نحوی که در اواخر ۲۰۰۴ م، بیش از ۶۰۰ کیلومتر مربع مناطق شهری وجود داشت و نرخ شهرنشینی در حومه به ۵۸ درصد رسید. پروژه یک شهر و نه شهرک تا حد زیادی سطح برنامه ریزی و توسعه شهری را در حومه ها بهبود داد و تجربه ارزشمندی را برای توسعه حومه ای آتی فراهم نمود. بر این اساس، این پروژه، چارچوب اصلی سیاستگذاری برای اجرای برنامه عظیم کلانشهری شانگهای را تنظیم نمود (Shen, 2011). تصویر ۳ موقعیت شهرهای جدید پروژه یک شهر و نه شهرک را نشان می دهد.

در اواخر ۲۰۰۴ م.، تمرکز جمعیت شهری در سانگژیانگ، جیادینگ-آنتینگ و لینگانگ را پیشنهاد نمود که در مجموع شامل بالغ بر ۸۰۰ هزار تا ۱ میلیون نفر ساکن جدید می شد (Henriot, 2017). بر این اساس، سیستم شهری ۱۹۶۶، مجدداً به دنبال بهینه سازی ساختار فضایی منطقه شانگهای و تغییر تدریجی آن از حالت تک مرکزی به چند هسته ای به عنوان روندی تکاملی بود. در این میان، تسریع در توسعه شهرهای جدید به یک انتخاب مهم استراتژیک برای شانگهای تبدیل شده بود. ۹ شهر جدید، هر یک در یکی از نه ناحیه بیرونی شهر، برنامه ریزی گردید که باید در قالب فازهایی توسعه یابند که خود بازتاب استراتژی توسعه بلندمدت شهری از سوی دولت بر این مبنا است که موفقیت شهرها و شهرک های جدید روندی کوتاه مدت نیست (Shen and Wu, 2017; Shi, and Chen, 2015).

دولت امیدوار بود تا این شهرهای جدید حداقل نیمی از کل ساکنان حومه شهر را شامل شوند که حدوداً ۵.۵ میلیون نفر در افق ۲۰۲۰ م. بود (Shen, 2011). واقعیت این است که هجوم جمعیت مهاجر به منطقه کلانشهری شانگهای، یکی از عوامل اصلی و محرک برای رشد این شهرهای جدید بوده است. بر این اساس، این استراتژی تا حد زیادی موفق عمل کرده است، هر چند که در جلوگیری کامل از شکل گیری سکونتگاه های غیر رسمی ناکام بوده است (Wu, 2015). در حال حاضر، پی ریزی و تنظیم برنامه کلی این شهرهای جدید به اتمام رسیده و متعاقباً ساخت آن ها در قالب آزادسازی اراضی، احداث زیرساخت ها، پیکربندی خدمات اجتماعی و ورود صنایع انجام شده است. بر این اساس، پیشرفت کلی ساخت و توسعه آن ها به نتایج اولیه رسیده است (Shi and Chen, 2015). جدول ۴ مشخصات شهرهای جدید برنامه سیستم شهری ۱۹۶۶ را ارائه می کند.

جدول ۴: مشخصات شهرهای جدید (نسل جدید) برنامه سیستم شهری ۱۹۶۶ در منطقه کلانشهری شانگهای

نام شهر	مساحت مجموع (کیلومتر مربع)	مساحت ساخت و ساز (کیلومتر مربع)	جمعیت ^۱ (هدف)	جمعیت (۲۰۱۰)	جمعیت مهاجر (درصد)	حجم و مکانیزم سرمایه گذاری	چشم انداز
بانوشان	۸۱	۵۱	۶۵۰،۰۰۰	-	-	-	فولاد بانوشان مبتنی بر اقتصاد تولید و تدارک فولاد
مینهانگ	۱۹۴	۱۶۵	۱،۰۵۰،۰۰۰	-	-	-	هوافضای مینهانگ مبتنی بر اقتصاد هوافضا و نوآوری های فناوری
کینگپو ^۲	۵۴	۱۱۹	۷۰۰،۰۰۰ ^۰	۳۴۹،۰۰۰	٪۶۶	سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه، بالغ بر ۱ میلیارد دلار تا ۲۰۱۱	کینگپو سبز با مناظر آبی سنتی مبتنی بر صنایع گردشگری، فراغت و نمایشگاه
جیادینگ	۲۲۴	۱۴۷	۱۱۵۰،۰۰۰ ^۰	۴۷۳،۰۰۰	٪۷۹	سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه، بالغ بر ۱،۴ میلیارد دلار تا ۲۰۰۹	اتوجیادینگ به عنوان یک گره جدی برای صنعت خودرو و دفاتر مرکزی شرکت ها
جیشان	۸۱	۴۱	۴۱۰،۰۰۰ ^۰	۲۰۵،۰۰۰	٪۶۶	سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه	سیلیکون ولی صنعت پتروشیمی مبتنی بر پتروشیمی و صنایع وابسته
سانگژ یانگ	۱۶۰	۱۲۰	۱۱۰،۰۰۰ ^۰	۶۸۴،۰۰۰	٪۷۰	سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه،	شهر فرهنگی زیست پذیر با بازار املاک حومه محور و مبتنی بر

۱- در موارد فوق، جمعیت هدف به واسطه بازنگری طرح های جامع (۲۰۲۰-۲۰۱۰) تغییر کرده و افزایش یافته است.

۲- شهر جدید کینگپو به شهر جدید دریاچه دیانسان (Dianshan Lake) تغییر کرده است.

نام شهر	مساحت مجموع (کیلومتر مربع)	مساحت ساخت و ساز (کیلومتر مربع)	جمعیت ^۱ (هدف)	جمعیت (۲۰۱۰)	جمعیت مهاجر (درصد)	حجم و مکانیزم سرمایه گذاری	چشم انداز
						بالغ بر ۱.۵ میلیارد دلار تا ۲۰۰۵	آموزش عالی و به عنوان قطب جنوب شرقی شانگهای
چنگکیائو	۲۸	۲۶	۲۰۰۰۰۰	۱۱۳۰۰۰	-	سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه	شهر آبی-باغی مبتنی بر اقتصاد سبز و صنعت گردشگری و فراغت
نانکیائو	۸۴	۶۱	۷۵۰۰۰۰ ^۰	۳۰۳۰۰۰	٪۴۷	سرمایه گذاری مشترک دولت، شرکت های تجاری، مردم و خارج از کشور	اکوشهر هوشمند مبتنی بر برنامه ریزی و طراحی پایدار، اقتصاد کم کربن و به عنوان قطب جنوب شانگهای
لینگانگ ^۱	۲۹۶	۱۶۵	۸۳۰۰۰۰	۲۱۲۰۰۰	٪۷۹	سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه، بالغ بر ۱.۸ میلیارد دلار تا ۲۰۰۸	مرکز کشتیرانی بین المللی مبتنی بر بندر بین المللی یانگشان و صنعت تولید تجهیزات

(Shen, 2011; Shi and Chen, 2015; Wu, 2015)

علاوه بر شهرهای جدید، توسعه اراضی غیر کشاورزی در مناطق پیرامونی به واسطه نواحی عملگری^۲ بسیاری توسط دولت مورد سرمایه گذاری قرار گرفت که شامل شهرهای دانشگاهی و مناطق وسیع مسکن قابل استطاعت^۳ می باشد. تسهیل رشد منطقه کلانشهری شانگهای و توسعه وسیع و سریع مناطق پیرامونی نتیجه اتخاذ چنین رویکردی بوده است. با افزایش روزافزون ارزش زمین در منطقه مرکزی، بسیاری از موسسات تحقیقاتی و به ویژه دانشگاه ها، اقدام به ساخت

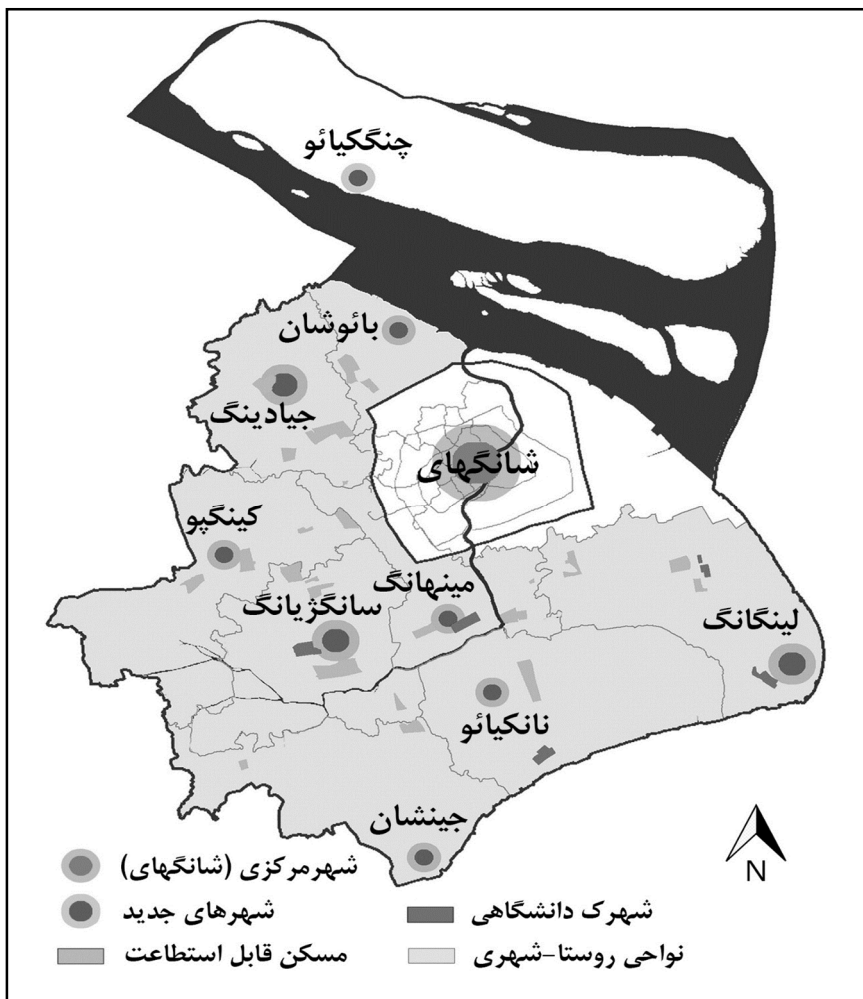
۱- شهر جدید لینگانگ به شهر جدید نانهوی (Nanhui) تغییر کرده است.

2- Function Zone

3- Affordable Housing

فضاهای دانشگاهی جدید در نواحی روستا-شهری^۱ کردند که در قالب شهرک های دانشگاهی ظاهر گشت. در حال حاضر، در مجموع ۹ شهرک دانشگاهی شامل سانگزیانگ، مینهانگ، فنگزیان، لینگانگ و نانهای در نواحی روستا-شهری شانگهای و در مساحتی بالغ بر ۲۱ کیلومتر مربع وجود دارد. علاوه بر این، به منظور کاهش فشارهای ناشی از افزایش سریع قیمت مسکن، دولت شانگهای از سال ۲۰۰۳ م. تاکنون، ۳۱ منطقه وسیع مسکن قابل استطاعت را در نواحی روستا-شهری مشخص کرده است. وسعت اراضی این پروژه ها تاکنون بالغ بر ۱۳۱ کیلومتر مربع می باشد. با افزودن پارک های صنعتی برنامه ریزی شده به شهرک های دانشگاهی و پروژه های مسکن قابل استطاعت، مجموع مساحت این اراضی به بیش از ۶۵۰ کیلومتر مربع می رسد که معادل ۶۰ درصد از اراضی در دست ساخت در منطقه پیرامونی شانگهای است. این میزان، جدای از اراضی اختصاص یافته به امکانات و تسهیلات عمومی است (Tian, Ge, and Li, 2017). تصویر ۴، موقعیت شهرهای جدید در برنامه سیستم شهری ۱۹۶۶ شانگهای و همینطور شهرک های دانشگاهی و پروژه های مسکن قابل استطاعت را نشان می دهد.

تصویر ۴: موقعیت شهرهای جدید (نسل جدید) برنامه سیستم شهری ۱۹۶۶ در منطقه کلانشهری شانگهای



(Tian, Ge, and Li, 2017)

هدف اصلی از ایجاد نسل جدید شهرهای جدید در منطقه کلانشهری شانگهای، جذب سرمایه و استعدادها، خوشه های صنعتی و قطب های رشد اقتصادی جدید است و این موضوع، یکی از تفاوت های میان نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین است. دولت اهمیت زیادی را به رشد عملکردی این شهرهای جدید ضمیمه کرده، هرچند که تاکنون شهر جدید دارای

عملکرد کاملاً کامل شکل نگرفته است و این چنین، عدم توسعه یکپارچه صنعت و شهر، مانع از تبدیل شدن شهر جدید به یک قطب رشد منطقه ای واقعی شده است (Shi and Chen, 2015). با این وجود، چشم انداز این شهرها بسیار متفاوت از برنامه های پیشین برای مناطق توسعه اقتصادی است. شهرهای جدید نه به عنوان موقعیت های درجه دوم یا فرعی، بلکه در جایگاه یک جلودار سرمایه گذاری استراتژیک^۱ برای یک منطقه کلانشهری چندمرکزی^۲ هستند. ضمن آنکه دولت اهمیت ویژه ای به ساخت و سازهای زیربنایی و مناظر زیبایی داده است (Shen, 2011; Shen and Wu, 2017).

این استراتژی با هدف جذب سرمایه در املاک و مستغلات و از طریق ارائه مشوق های زیرساختی دنبال می شود. با این وجود، دولت نمی تواند این پروژه ها را صرفاً از طریق دستورات اداری معین کند، بلکه باید به واسطه بازار بر توسعه حومه تاثیر گذارد (Shen and Wu, 2017). توسعه شهر جدید به عنوان مکانیسم شهرسازی و شهرنشینی در حومه شانگهای، به گونه ای اتفاق افتاده است که دولت به جای بازار، اساساً بر جابجایی منابع مسلط است، انواع مسکن را انتخاب می کند و ساخت زیر ساخت ها را نیز اداره می کند (Wang, Kundu, and Chen, 2010). این چنین، دولت های محلی توسعه این نسل از شهرهای جدید را هدایت و مدیریت کرده اند. شرکت های توسعه شهر جدید در عمل به توسعه دهندگان اصلی در بازار زمین تبدیل شدند و متعاقباً شرکت های املاک و مستغلات، اراضی خدماتی را برای ایجاد جوامع برنامه ریزی شده دریافت کردند. علاوه بر این، برنامه ساخت و توسعه این شهرهای جدید با برنامه های اقتصادی ۵ ساله دهم (۲۰۰۵-۲۰۰۱)، یازدهم (۲۰۱۰-۲۰۰۶)، دوازدهم (۲۰۱۵-۲۰۱۱) و سیزدهم (۲۰۲۰-۲۰۱۶) شانگهای مرتبط بوده اند (Henriot, 2017; Wu, 2015).

هرچند که هم چنان، ایده های طراحی ناکارآمد باعث کاهش جذابیت شهرهای جدید و توانایی آن ها در تمرکززدایی به واسطه جذب و پراکنده ساختن جمعیت در منطقه کلانشهری می شود (Shi and Chen, 2015)، اما در مقایسه با شهرهای اقماری صنعتی پیشین و مربوط به عصر اقتصاد برنامه ریزی شده، نسل جدید شهرهای جدید در چین از نقطه نظر مشخصات کاربری زمین و عملکردهای شهری به طور جامع تری برنامه ریزی شده اند. ساخت و توسعه این شهرهای

1- Strategic Investment Frontier

2- Polycentric Metropolitan Region

جدید نه تنها بر توسعه اقتصادی بلکه بر زیست پذیری و کیفیت زندگی تمرکز دارند. این رویکرد برنامه ریزی به قصد ترویج مصرف در کنار تولید و هم چنین اشتیاق برای خلق مناظر شهری متمایز و جذاب به منظور ارتقاء رقابت پذیری، پی ریزی شده است (Li and Chiu, 2017).

سرمایه گذاری قابل توجه در ساخت زیرساخت ها نتیجه چنین رویکردی بوده است. توسعه سریع شبکه حمل و نقل عمومی در مناطق پیرامونی یکی از مصداق های بارز آن است. بیش از شش خط مترو تا مناطق روستا-شهری گسترش یافته که به طور قابل ملاحظه ای دسترسی ترافیکی را افزایش و متقابلاً زمان رفت و آمد میان این مناطق و شهر مرکزی (شانگهای) را کاهش می دهد. پیش از ۲۰۰۰ م. در شانگهای صرفاً چهار بزرگراه وجود داشت که تعداد آن تا ۲۰۰۹ م. به ۱۴ مورد شامل حدوداً ۸۰۰ کیلومتر راه افزایش یافت و از این میزان حدوداً ۶۵۰ کیلومتر در مناطق روستا-شهری قرار داشت. متعاقباً از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۹ م.، میزان سفر ساکنان از شهر مرکزی به حومه از ۱.۷ به ۲.۳ بار در روز افزایش یافت که حاکی از افزایش ۱۰ میلیون مسافر به ۱۸ میلیون مسافر در هر روز بوده است. بنابراین، ارتباط میان شهر مرکزی و مناطق پیرامونی به طور قابل توجهی بهبود یافته و در نتیجه افراد بیشتری جذب مناطق پیرامونی شانگهای شده اند (Tian, Ge, and Li, 2017). بر این اساس شهرهای جدید در بازسازی اجتماعی-فضایی مناطق پیرامونی نقش به سزایی ایفا نموده و در حال پیدا کردن عملکرد در مسیر ترغیب توسعه منطقه کلان‌شهری شانگهای هستند. طرح جامع جدید شانگهای که در ۲۰۱۶ م. ابلاغ شده است، به دنبال تهیه راهنمای برنامه ریزی شهری برای دوره ۲۰۴۰-۲۰۱۶ م. ابلاغ شده برای تداوم توسعه و ساخت و ساز در ۵ شهر جدید جیادینگ، کینگپو، سانگژیانگ، نانکیائو و نانهوی-لینگانگ است. با این وجود، این برنامه، اهداف جدید جمعیتی ارائه نکرده است (Henriot, 2017).

بحث و نتیجه گیری

ایجاد و توسعه شهرهای جدید در چین را باید در چارچوب ملاحظات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی این کشور و هم زمان از منظر مولفه ای از سیاست برنامه ریزی شهری و برنامه ریزی کلان‌شهری در پیوند با سیاست های فراتر منطقه ای و ملی که شکل دهنده به

بازتوزیع جمعیت و توسعه در مناطق کلانشهری هستند، مورد واکاوی قرار داد. این چنین، تلقی عام از مفهوم شهر جدید به عنوان شهرسازی مقدم بر شهرنشینی، با تمرکز بر ماهیت متمایز چین مبنی بر ضرباهنگ سریع رشد و توسعه شهری، بازتاب دهنده ابعاد اختصاصی این رویکرد مبنی بر توسعه برنامه ریزی شده و رسمی در پاسخ به واقعیات و تحولات بدون برنامه و غیر رسمی خواهد بود. از این رو، ایجاد و توسعه نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در چین با استناد به نمونه منطقه کلانشهری شانگهای، در واقع رهیافتی در مواجهه با افزایش فزاینده جمعیت شهرنشین و هم زمان، ارتقاء سریع رشد اقتصادی و متعاقبا هدفگذاری برای بهبود رقابت پذیری و کاهش نابرابری های منطقه ای است. کلانشهر شانگهای و سپس منطقه کلانشهری شانگهای، بستر تبلور این جریان است که نخست و ناگزیر بر ابعاد کمی توسعه متمرکز است، اما به تدریج، بر ابعاد کیفی آن نیز ورود می کند.

سیر تحول ایجاد و توسعه شهرهای جدید در چین، در چارچوب نسل های قدیم و جدید، در قالب مفاهیم شهر جدید اقماری که عمدتاً متوجه جوانب کمی توسعه است و متعاقبا، شهر جدید و تولیدات فضایی جدید مرتبط که علاوه بر ابعاد کمی، کیفیت توسعه را نیز مخاطب قرار می دهند، متمایز می شود. این چنین، اگر نسل قدیم شهرهای جدید در منطقه کلانشهری شانگهای بر تدارک مسکن در خدمت فعالیت های صنعتی و متعاقبا کارکرد اقتصادی تاکید داشتند، نسل جدید این شهرها، توسعه مسکونی را به عنوان محرکی برای رشد اقتصادی و متعاقبا زیست پذیری و کیفیت زندگی، هدفگذاری می کنند. اگر نسل قدیم شهرهای جدید با اتکا به مدل صنعتی اتحاد جماهیر شوروی، توسعه حومه و پراکنده رویی شهری مبتنی بر الگوی تک مرکزی را دنبال می کردند، نسل جدید این شهرها به دنبال ساختار چندمحور، چندلایه و چندمرکزی منطقه کلانشهری شانگهای، متشکل از شهر مرکزی (کلانشهر شانگهای)، شهرهای جدید، شهرک ها و روستاها است.

هدف نخست از ایجاد و توسعه نسل قدیم شهرهای جدید، افزایش شمار فعالیت های اقتصادی در منطقه کلانشهری شانگهای است که از این حیث می توان گفت موفق عمل کرده اند. هدف دوم، تمرکززدایی از جمعیت و فعالیت کلانشهر شانگهای است که از این نظر، توفیق چندانی حاصل نشده است. در مقابل، اهداف کلیدی ایجاد و توسعه نسل جدید این شهرها، افزایش رقابت پذیری و رشد اقتصادی در منطقه کلانشهری شانگهای و هم زمان، بهینه سازی ساختار

فضایی چندهسته ای و چندعملکردی آن است که در هر دو، موفقیت نسبی حاصل شده است. آنچه در سیر تحول نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در منطقه کلانشهری شانگهای قابل توجه است، تقلیل نقش دولت مرکزی و تفویض اختیار به دولت های محلی و شرکت های توسعه و ساخت، در فرآیند تولی و مدیریت ساخت و توسعه این شهرها می باشد. متمم این تحول مدیریتی، تغییر در مکانیزم سرمایه گذاری و حرکت به سمت سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه و سرمایه گذاری هم زمان در ایجاد و توسعه شهرک های دانشگاهی، مسکن قابل استطاعت و پارک های صنعتی در نسل جدید شهرهای جدید، به جای سرمایه گذاری مستقیم دولت در صنایع و مسکن دولتی در نسل قدیم است.

سایر ابعاد و ویژگی های عام و اختصاصی نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در منطقه کلانشهری شانگهای در قالب جدول ۵، ارائه و مقایسه شده اند. توجه به مسائل و چالش های مطرح و مورد مواجهه در این سیر تحول نیز، خود مجدداً گویای حرکت تدریجی از مقاصد کمی توسعه در ارتباط مستقیم با افزایش فزاینده جمعیت به سمت مقاصد کیفی توسعه در قالب پایداری، رقابت پذیری و کاهش نابرابری است. از این رو، عدم تکامل فیزیکی، عدم وجود سیستم حمل و نقل عمومی متناسب و فقدان دسترسی به خدمات عمومی و فرصت ها، جای خود را به عدم توسعه متعادل اشتغال و مسکن، عدم شکل گیری تکامل کامل عملکردی، کمبود فضاهای عمومی، طراحی ناکارآمد، ناپوستگی مناظر و جدایی گزینی اجتماعی داده است.

توجه به ابعاد و ویژگی های عام و اختصاصی این سیر تحول، می تواند برای سایر کشورها، از جمله ایران، که ایجاد و توسعه شهرهای جدید در آن ها، هم چنان موضوعیت دارد، شناسایی و کاربست تدابیری را در پی داشته باشد که با لحاظ اشتراکات و افتراقات زمینه ای، قطعاً موثر و راهگشا هستند. در حال حاضر، ضمن تداوم توسعه نسل نخست شهرهای جدید، برنامه ریزی برای ایجاد و توسعه نسل دوم شهرهای جدید در کشور با تعریف ماموریت هایی چون مشارکت بخش خصوصی، اختلاط گروه های اجتماعی، تحقق بخشی به سیاست های کلان آمایشی، گذر از مسئله اسکان جمعیت به کیفیت سکونت و هم چنین تنوع بخشی و تمرکز بر کارکردهای تخصصی شهرهای جدید، در حال پیگیری است. بر این اساس و با استناد به سیر تحول ایجاد و توسعه شهرهای جدید در چین در چارچوب نسل های قدیم و جدید در منطقه کلانشهری شانگهای، می توان توصیه های سیاستی به شرح ذیل را در خصوص برنامه ریزی برای ایجاد و

توسعه نسل دوم شهرهای جدید در ایران، ارائه نمود:

- تمرکز بر توسعه مسکونی به عنوان محرکی برای ارتقاء رقابت پذیری و رشد اقتصادی در خدمت بهبود زیست پذیری و کیفیت زندگی؛
- اتخاذ ساختار چندمحور، چندلایه و چندمرکزی برای توسعه مناطق کلانشهری مشکل از شهر مرکزی، شهرهای جدید، شهرک ها و روستاها؛
- تفویض اختیار از دولت مرکزی به دولت های محلی و شرکت های توسعه و ساخت در فرآیند تولی و مدیریت ساخت و توسعه شهرهای جدید؛
- انجام سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه در ایجاد و توسعه شهرک های دانشگاهی، مسکن قابل استطاعت و پارک های صنعتی؛

در این میان، اگر به ایجاد و توسعه شهرهای جدید در چین و نمونه منطقه کلانشهری شانگهای، به عنوان یک جریان پیوسته و تکامل یابنده توجه شود، دو مشخصه بارز و کلیدی در ارتباط با اتخاذ تدابیر مذکور حائز اهمیت است. مشخصه نخست، تثبیت توسعه نسل قدیم شهرهای جدید به واسطه بازتعریف آن ها در برنامه ریزی برای ایجاد و توسعه نسل جدید است. مشخصه دوم که به صورت نسبی در هر دو نسل قدیمی و جدید مشهود است، وجود پیوند و یکپارچگی میان ایجاد و توسعه شهرهای جدید و اسناد، طرح ها، برنامه ها و استراتژی های محلی، منطقه ای و ملی مرتبط است که طرح جامع شانگهای، برنامه های اقتصادی پنج ساله شانگهای، استراتژی ایجاد نواحی توسعه اقتصادی و فناوری، پروژه های پیشگام ارتقاء توسعه شهری در حومه منطقه کلانشهری شانگهای و جهت گیری برای اجرای سه تمرکز وسیع و توسعه حومه های شانگهای، از جمله مصادیق عینی آن ها در ارتباط با کلانشهر شانگهای و منطقه کلانشهری شانگهای هستند. از این رو، لازم است تا تعریفی روشن از جایگاه و کارکرد شهرهای جدید نسل اول و دوم کشور به صورت یکپارچه و هم پیوند در نمونه های داخلی این اسناد، طرح ها و برنامه ها شامل برنامه های ۵ ساله توسعه، طرح های آمایش استانی و سند ملی آمایش سرزمین، طرح های توسعه و عمران ناحیه ای، طرح های کالبدی منطقه ای، طرح های مجموعه شهری، طرح های جامع شهری و نیز سایر طرح های موضعی یا موضوعی دیگر با تاثیرات کالبدی- فضایی در مناطق کلانشهری، مورد توجه قرار گیرد.

جدول ۵: مقایسه ابعاد و ویژگی های نسل های قدیم و جدید شهرهای جدید در منطقه کلانشهری شانگهای

ابعاد و ویژگی ها	نسل قدیم شهرهای جدید شانگهای	نسل جدید شهرهای جدید شانگهای
دوره زمانی	۲۰۰۰-۱۹۴۶ م.	۲۰۰۱ م. تاکنون
تلفی و مفهوم	شهر جدید اقماری	شهر جدید (تنوعی از رویکردها و تولیدات فضایی جدید)
ماهیت	منفرد صنعتی و وابسته	چندبعدی و نسبتا مستقل
مقیاس توسعه	کوچک مقیاس	مقیاس متوسط و بزرگ
عملکرد	- تدارک مسکن در خدمت فعالیت های صنعتی - صرفه جویی در تامین خدمات عمومی - توسعه کمی و فیزیکی - تاکید بر کارکرد اقتصادی	- توسعه مسکونی به عنوان محرک برای رشد اقتصادی - تدارک بهتر خدمات عمومی - توسعه متعادل و کیفی - تاکید بر زیست پذیری و کیفیت زندگی
مدل توسعه	- مدل صنعتی اتحاد جماهیر شوروی - تمرکز گره گونه کارخانه ها و صنایع تولیدی - توسعه حومه و پراکنده رویی مبتنی بر الگوی تک مرکزی	- ساختار چندمحور، چندلایه و چندمرکزی منطقه کلانشهری - متمرکز نمودن توسعه و مدیریت پراکنده رویی مبتنی بر الگوی چندمرکزی
اهداف ساخت و توسعه	- افزایش شمار فعالیت های اقتصادی در منطقه کلانشهری - تمرکززدایی از جمعیت و فعالیت شهر مرکزی (کلانشهر شانگهای)	- افزایش رقابت پذیری به واسطه جذب سرمایه و استعدادها و توسعه قطب های رشد اقتصادی در منطقه کلانشهری - بهینه سازی ساختار فضایی منطقه کلانشهری شانگهای در قالب یک ساختار باز چند هسته ای و چند عملکردی
استراتژی اصلی توسعه	- فاصله قابل توجه از شهر اصلی (شانگهای) با هدف عدم تاثیر پذیری از تحولات شهر مرکزی - مزیت نسبی در تولید صنعتی و متعاقبا شکل گیری روابط و وابستگی های عملکردی	- تثبیت شهرهای جدید اقماری در قالب توسعه شهرهای جدید بزرگتر - رشد و تکامل عملکردی شهرهای جدید با اهمیت دادن به زیرساخت ها و ساخت و سازهای زیربنایی
متولی ساخت و توسعه	- دولت مرکزی - شهرداری	- دولت های محلی - شرکت های توسعه و شرکت های املاک و مستغلات
مکانیزم سرمایه گذاری	- سرمایه گذاری مستقیم دولت در صنایع - سرمایه گذاری مستقیم دولت در مسکن دولتی (عمومی)	- سرمایه گذاری مشترک دولت و شرکت های توسعه - سرمایه گذاری هم زمان در ایجاد و توسعه شهرک های دانشگاهی، مسکن قابل استطاعت و پارک های صنعتی
موقعیت	- افزایش فعالیت های اقتصادی - تمرکززدایی از فعالیت های اقتصادی در منطقه کلانشهری	- تسهیل رشد منطقه کلانشهری و توسعه وسیع و سریع پیرامون - جذب شمار بالای جمعیت مهاجر به منطقه کلانشهری
ناکامی	- ناکامی در پراکنده ساختن جمعیت شهر مرکزی (تمرکززدایی از کلانشهر) - عدم توانایی در جذب شمار بالای جمعیت	- عدم تبدیل شهر جدید به یک قطب رشد منطقه ای واقعی - ناکامی در جلوگیری کامل از شکل گیری سکونتگاه های غیر رسمی
مسائل و	- عدم تکامل (هم مسکن و هم خدمات عمومی)	- عدم توسعه متعادل اشتغال (صنعت) و شهر (مسکن)

ابعد و ویژگی ها	نسل قدیم شهرهای جدید شانگهای	نسل جدید شهرهای جدید شانگهای
چالش ها	<ul style="list-style-type: none"> - عدم وجود سیستم حمل و نقل عمومی متناسب - میان شهر مرکزی (شانگهای) و شهرهای اقماری - عدم وجود فرصت های شغلی کافی - فقدان دسترسی به برخی از کالاهای حیاتی - فقدان دسترسی به فرصت های آموزشی متعدد و متنوع 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم شکل گیری تکامل کامل عملکردی - کمبود فضاهای عمومی مفید - طراحی ناکارآمد و متعاقبا کاهش جذابیت - ناپیوستگی مناظر شهری - جدایی گزینی اجتماعی

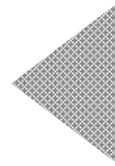
منابع

- ارباب، پارسا و میثم بصیرت. ۱۳۹۵. "مطالعه تطبیقی ایجاد و توسعه نسل اول و دوم شهرهای جدید: نمونه کره جنوبی." *۷مایش سرزمین* ۸(۲): ۲۷۹-۳۰۹.
- بصیرت، میثم، ۱۳۹۵. *تجارب جهانی نسل نوین شهرهای جدید*. تهران: مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی.
- زیاری، کرامت الله. ۱۳۸۵. *برنامه ریزی شهرهای جدید*. تهران: سمت.
- مدرس، علی، هونگ لی کیو، چون پینگ ژونگ و زینگوانگ دنگ. ۱۳۸۴. "شهرهای جدید، مرزهای جدید: بررسی نمونه ای شهر شهیزی واقع در زینجیانگ چین." مقاله ارائه شده در همایش بین المللی شهرهای جدید، تهران، ۱۶-۱۲ اردیبهشت.
- Arbab, Parsa. 2018. "Greener Cities Partnership as a Consensual Reference Framework toward Sustainable Urban Development." *Ecology, Environment and Conservation* 24(1): 12-21.
- Atash, F., and X. Wang. 1990. Satellite Town Development in Shanghai, China: an Overview. *Journal of Architectural and Planning Research* 7(3): 245-257.
- Chen, X., L. Wang, and R. Kundu. 2009. "Localizing the Production of Global Cities: A Comparison of New Town Developments around Shanghai and Kolkata." *City & Community* 8: 433-465.
- Fung, K. 1981. "Satellite Town Development in the Shanghai City Region." *The Town Planning Review* 52(1): 26-46.
- Haixiao, Pan. 2006. *Shanghai from Dense Mono-center to Organic Poly-center Urban Expansion*. Hayama: Institute for Global Environmental Strategies (IGES).
- Hartog, Harry den. 2009. "Shanghai New Towns: Searching for Community and Identity in a Sprawling Metropolis." Paper presented at the 4th International Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU), Amsterdam, Nov. 26-29.

- Henriot, C. 2017. "À l'ombre de Shanghai: une petite ville nouvelle, relais de l'urbanisation et de l'urbanité métropolitaine." *L'Espace géographique* 46(4): 329-345.
- Li, Jie, and L. H. Rebecca Chiu. 2017. "Urban Investment and Development Corporations, New Town Development and China's Local State Restructuring – the Case of Songjiang New Town, Shanghai." *Urban Geography* 39(4): 1-19.
- Liu, Xin-jing, Wei Yu, Xiao-jing Wang, Rong Sheng, Shu-cheng Zhang, and Shi-lin Liu. 2014. "Research on newly urbanized towns and districts in China." *Journal of Shanghai Jiaotong University (Science)* 19(2): 251-256.
- Pare, G., and S. Kitsiou. 2016. "Methods for Literature Reviews." In *Handbook of eHealth Evaluation: An Evidence-based Approach*. Edited by F. Lau and C. Kuziemsky. 157-179. Victoria (BC): University of Victoria.
- Ranhagen, Ulf. 2014. *Five new towns in Shanghai: Present situation and future perspectives*. Stockholm: KTH Royal Institute of Technology.
- Shen, Jie, and Fulong Wu. 2017. "The Suburb as a Space of Capital Accumulation: The Development of New Towns in Shanghai." *Antipode* 49(3): 761-780.
- Shen, Jie. 2011. *Suburban Development in Shanghai: A Case of Songjiang*. Ph.D. Thesis in Geography and Planning. Cardiff University.
- Shi, Yishao, and Yongjian Chen. 2015. "New City Planning and Construction in Shanghai: Retrospective and Prospective." *International Journal of Urban Sciences* 20(1): 49-72.
- Snyder, H. 2019. "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research* 104: 333-339.
- Tan, Xueven. 2010. "New-Town Policy and Development in China." *The Chinese Economy* 43(3): 47-58.
- Tian, Li, Biqing Ge, and Yongfu Li. 2017. "Impacts of state-led and bottom-up urbanization on land use change in the peri-urban areas of Shanghai: Planned growth or uncontrolled sprawl?" *Cities* 60(Part B): 476-486.
- UNDP. 2013. *China National Human Development Report 2013 – Sustainable and Liveable Cities: Towards Ecological Civilization*. Beijing: China Translation and Publishing Corporation.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs (UN DESA). 2015. *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision*, New York: United Nations.
- Van Wee, Bert, and David Banister. 2016. "How to Write a Literature Review Paper?" *Transport Reviews* 36(2): 278-288.

- Wang, Lan, Ratoola Kundu, and Xiangming Chen. 2010. "Building for what and whom? New Town Development as Planned Suburbanization in China and India." *Suburbanization in Global Society* 10:319-345.
- Wu, Fulong, 2013. "The Evolution of New Towns in China: from Industrial Satellite Towns to Eco-Cities." Paper presented at the Tongji Urban Knowledge Sharing Workshop: New Towns and New Districts in China – Challenges and Opportunities, Shanghai, Nov. 12-13.
- Wu, Fulong, 2015. *Planning for Growth Urban and Regional Planning in China*. New York: Routledge.
- Xue, C., and M. Zhou. 2007. "Importation and adaptation: building 'one city and nine towns' in Shanghai: a case study of Vittorio Gregotti's plan of Pujiang Town." *Urban Design International* 12: 21-40.
- Xue, Charlie Q.L., Ying Wang, and Luther Tsai. 2013. "Building New Towns in China – A Case Study of Zhengdong New District." *Cities* 30: 223-232.
- Yin, Guanwen, Yungang Liu, and Fenglong Wang. 2018. "Emerging Chinese new towns: Local government-directed capital switching in inland China." *Cities* 79: 102-112.
- Yin, Robert K. 2003. *Case Study Research: Design and Methods*. London, Sage.
- Zhou, Yixing, and Laurence J. C. Ma. 2000. "Economic Restructuring and Suburbanization in China." *Urban Geography* 21(3): 205-236.

منش کارگزاران دولت اسلامی در مواجهه با قشر تولیدکنندگان و تجار برگرفته از آیات و روایات



امیرحسین خورشیدی اطهر^۱

محمدجواد رضائی^۲

(تاریخ دریافت ۹۹/۷/۳۰ - تاریخ تصویب ۹۹/۱۰/۲۶)

نوع مقاله: علمی ترویجی

چکیده

از اصلی‌ترین دغدغه‌های پژوهشگران علوم اقتصادی چگونگی دخالت دولت در اقتصاد است. این امر در نظام اقتصادی اسلام با بیان‌های متعددی از امیرمومنان مورد بحث قرار گرفته است که اهمیت بررسی آن را دوچندان کرده است. این مقاله با بررسی آیات و روایات و بویژه با بررسی نهج البلاغه به ارائه منش کارگزاران در مواجهه با قشر تولیدکنندگان و تجار به عنوان یکی از اقشار مورد تاکید امیرمومنان در نامه مالک اشتر، می‌پردازد. این مقاله ابتدا با بیان تقسیم‌بندی قشرهای مختلف مردم در نهج البلاغه به بیان وظیفه همگانی دولت در مواجهه با این اقشار که به طور عموم قابل طرح است، پرداخته و در ادامه به بررسی وظایف اختصاصی دولت در مواجهه با قشر تولیدکنندگان و تجار می‌پردازد که ضمن بررسی ضرورت ورود دولت به امر تولید به بحث در مورد حیطه‌های ورود دولت در امر تولید می‌پردازد. در پایان این مقاله به یک سؤال مهم نیز پاسخ می‌دهد و آن این است که اگر تراحمی بین این اصول ذکر شده کارگزاران بوجود بیاید، این رفتار چگونه خواهد بود که این مقاله باتوجه به برخی منابع فقهی به اهم و مهم ولی

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع)، نویسنده مسئول

khorshidi.athar@isu.ac.ir

۲- استادیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد

فقیه جامعه ارجاع داده است.

کلیدواژه: قشر تولید کننده و تجار، نهج البلاغه، کارگزاران، اهم و مهم

۱- مقدمه

یکی از اصلی ترین دغدغه های پژوهشگران علوم اقتصادی، بررسی چرایی و چگونگی مداخله و مشارکت دولت در اقتصاد است، این چالش مهم که ذهن پژوهشگران از مکاتب مختلف را نیز درگیر نموده است، به حدی مورد اهمیت است که می توان گفت تفاوت اصلی مکاتب مختلف اقتصادی به این مسئله باز می گردد (دادگر، ۱۳۸۰، صص. ۲۳-۳۵).

نظام اقتصادی اسلام یک نظامی است که دارای مجموعه ای از اصول، فلسفه و روش تحلیل می باشد که زیربنای چارچوب تنظیم فعالیت های اقتصادی را تعیین کرده اند (منذر قحف، ۱۳۸۴، ص. ۷) از این رو باید نقش نهادهای این نظام مشخص باشد تا بتواند به تنظیم اصول و چارچوب ها و نیز به منصفه ظهور رساندن آنها تلاش کند. در همین زمینه دولت که به عنوان کارگزار اصلی دولت اسلامی در جامعه محسوب می شود، پایه و برنامه ریز اصلی همه فعالیت های مربوط به جامعه و اجتماع می باشد. طبق بیان امام علی (ع) بزرگترین حقی که خداوند قرار داده حق والی بر مردم و مردم بر والی است (خطبه ۲۱۶ نهج البلاغه).

در نظام اقتصادی اسلام، دولت به عنوان نهادی که تنظیم گر، عدالت بخش و امنیت ده است در نظر گرفته می شود (حسن ارسنجانی، ۱۳۴۲، صص. ۶۷-۶۸) لذا پرداختن به اصول اساسی برنامه ریزی دولت (یا به تعبیر دیگر رابطه دولت با شئون جامعه) از مهمترین ضروریات بررسی چگونگی دخالت دولت در نظام اقتصادی اسلام می باشد. ما در این مقاله با بررسی آیات و روایات و با تاکید بر نامه های امام علی (ع) به برخی کارگزاران خویش به استخراج این اصول و بدون نمودن آن البته در حیطه تولید می پردازیم. آنچه مشخص است این است که امام علی (ع) در چارچوب این نامه ها، قوانین حکومت عدل اسلامی و اصول آن را بیان فرموده اند و واقعیت این است که تمام حکومت ها در تمام مکان ها و زمان ها، مخاطب این نامه هستند (شیخ رباط، ۱۳۹۴، ص. ۲۰).

۱-۱) دولت

مفهوم دولت آنقدر پیچیده و دشوار است که می توان اذعان داشت این مفهوم و حتی بررسی

ماهیت آن هم سهل است و هم ممتنع (صدیق سروسنانی، ۱۳۸۴، ص. ۱۲)، از این رو اغلب اندیشمندان که به بررسی این نهاد و شیوه‌های دخالت و مشارکت این نهاد در بخش‌های اجتماعی پرداخته‌اند، ابتدا به تعریف این واژه از نگاه مکتب خود اقدام کرده‌اند.

در تقسیم بندی‌های مرسوم دولت را به اشکال مختلفی تقسیم می‌کنند: گاهی از حیث قدرت قلمرو دخالت در اقتصاد آن را به سه دسته کلاسیک، کینزی و مارکسیستی تقسیم می‌کنند و گاهی هم بر حسب جانشینی و مکملی به چهار دسته بی تفاوت، متمرکز، برنامه‌ریز متمرکز و حداقل کلاسیکی تقسیم بندی می‌کنند. (فاطمی ابهری، ۱۳۸۲) و در نهایت با توجه به این تقسیم بندی‌ها به تعریف این واژه پرداخته‌اند.

معمولاً در علوم سیاسی، دولت به دو مفهوم اطلاق می‌شود: گاهی به مجموعه خاصی از (افراد و حاکمان) گفته می‌شود که در این معنا دولت مترادف با حکام و کسانی است که قانون را وضع، اعلام و اجرا می‌کنند؛ گاهی نیز دولت به مجموعه خاصی از (نهادهای برتر) اطلاق می‌شود که با پشتوانه قدرت برتری که در اختیار دارند قوانین را اجرا می‌کنند (رنی، ۱۳۷۴، ص. ۱۳). در این جا هر دو مفهوم از دولت مدنظر است یعنی وظایف دولت در قانون‌گذاری و نیز وظایف دولت نسبت به اجرا البته با نگاه به تولید.

۱-۲) نظام اقتصادی اسلام

نظام اقتصادی به یک مجموعه‌ی هماهنگی از نهادهای حقوقی و اجتماعی که در بطن آن‌ها، برخی وسائل فنی سازمان یافته به پیروی از برخی انگیزه‌های برتر، به منظور برقراری تعادل اقتصادی، مورد استفاده قرار گرفته است، می‌گویند (لاژوژی، ج ۱، ص. ۱) که به تعبیر دیگر نظام اقتصادی، عبارت است از مجموعه مرتبط و منظم عناصری که به منظور ارزشیابی و انتخاب در زمینه تولید، توزیع و مصرفی که برای کسب بیش‌ترین موفقیت فعالیت می‌کنند (نمازی، ۱۳۷۴، ص. ۱۲) در این مقاله مقصود از نظام اقتصادی اسلام نظر شهید صدر می‌باشد که نظام اقتصاد اسلامی را مذهب اقتصادی می‌داند و در تعریف مذهب اقتصادی بیان می‌دارند که مذهب اقتصادی، مشتمل بر قواعد اساسی است که در زندگی اقتصادی، به دیدگاه عدالت اجتماعی مرتبط می‌شود.

۳-۱) وظیفه همگانی دولت:

از آنجائی که دولت زعیم همه مردم است^۱ لذا وظایفی نسبت به همه مردم دارد که باید آن‌ها را رعایت کند (مصباح یزدی، ۱۳۸۸، ج. ۱، ص. ۲۳). این اصول در واقع اصول کلی برنامه‌های دولت می‌باشد و سیر کلی برنامه‌های دیگر به این اصول اولیه باز می‌گردد از همین رو می‌توان گفت که مالیات دهندگان از آنجایی که همه مردم هستند (اعم از کارمند و تاجر و اهل جزیه) نیز در این قسمت جای می‌گیرند (مِنْهَا أَهْلُ الْجَزِيَّةِ وَالْخَرَاجِ مِنْ أَهْلِ الذَّمَّةِ وَ مُسْلِمَةِ النَّاسِ).

۴-۱) وظیفه اختصاصی متناسب با اقشار مختلف دولت:

اما اگر جزئی‌تر بنگریم دولت در سه دسته مختلف وظایف متفاوتی دارد و هر دسته اصول خاص خود را می‌طلبد که باید بر اساس آن اصول برنامه‌ریزی انجام گیرد. لازم به تاکید است که این اصول در طی همان اصول اولیه همگانی است ولی مختص به هریک از این اقشار. این سه دسته عبارت است از:

- قشر پائین: (الطَّبَقَةُ السُّفْلَى مِنْ ذَوِي الْحَاجَةِ وَالْمَسْكِينَةِ) دولت وظیفه سامان بخشیدن و کمک به قشر پائین جامعه (یعنی نیازمندان و مستمندان) را دارد (عهد نامه مالک).
- کارگزاران و کارمندان در این نامه از این دسته به سه عنوان یاد شده است:
الف: قضات دادگستر (قُضَاةُ الْعَدَلِ). ب: کارگزاران عدل و نظم اجتماعی (جُنُودُ اللَّهِ) (عَمَالُ الْإِنصَافِ وَ الرَّفْقِ) ج: نویسندگان (كُتَّابُ الْعَامَّةِ وَالْخَاصَّةِ)
- تجار و تولیدکنندگان: (التُّجَّارُ وَ أَهْلُ الصَّنَاعَاتِ) تجار و صنعتگران به عنوان موتور محرک اقتصادی شناخته می‌شوند اما این موتور محرک نیاز به پشتیبانی و حمایت‌هایی دارد که دولت باید آن را انجام دهد. این دسته را در دو قشر تجار و بازرگانان و نیز صنعتگران در این نامه یافته می‌شود که ما در

۱- با همه دوست و مهربان باش... زیرا مردم دو دسته‌اند، دسته‌ای برادر دینی تو، و دسته دیگر همانند تو در آفرینش. (نهج

این مقاله به صورت عمومی تجار و تولیدگران نام‌گزاری کردیم. این مقاله به اصول مربوط به این قشر را بیان و تحلیل می‌کند.

۲- پیشینه

در طبقه بندی‌های وظایف دولت برخی با این مسئله که اهداف و وظایف دولت در اسلام چیست به بررسی این مفهوم به طور کلی پرداخته‌اند و این سؤال را از دید کلان‌نگر پاسخ داده‌اند (عظیمی شوشتری، ۱۳۸۸ و یوسفی شیخرباط، ۱۳۹۴) اما برخی دیگر جزئی‌تر وارد این مسئله شده‌اند و وظایف دولت در هر بخش از بخش‌های یک اجتماع را مجزا بررسی کرده‌اند به همین ترتیب عده‌ای از پژوهشگران وظایف دولت اسلامی را در بخش اقتصاد بررسی کرده‌اند و نحوه ورود دولت به این عرصه را مورد تحقیق قرار داده‌اند (مالک، ۱۳۸۲؛ ناصر جهانیان، ۱۳۸۰؛ موسویان، ۱۳۸۲ و رفیعی آتانی، ۱۳۸۶) اما برخی دیگر به بررسی جزئی‌تر مسئولیت‌های دولت اسلامی در زیربخش‌هایی از اقتصاد و دیگر بخش‌های مختلف پرداخته‌اند (لشکری و همکاران ۱۳۹۰؛ جهانیان، ۱۳۸۰ و ندری، ۱۳۸۸).

این مقاله قصد دارد تا براساس نامه امام علی (ع) به مالک اشتر نخعی (نامه ۵۳) دولت را از حیث وظایف به چهار دسته (که ذیل دو عنوان کلی مطرح شده‌است و شامل: وظایف عام دولت، وظایف اختصاصی قشر تولیدکننده و تجار، وظیفه اختصاصی قشر کارمند و کارگزار و در نهایت وظیفه اختصاصی قشر پائین جامعه است) تقسیم کند، چرا که امام علی در این نامه می‌فرماید: «ای مالک بدان! مردم از گروه‌های گوناگونی می‌باشند که اصلاح هر یک جز با دیگری امکان ندارد، و هیچ یک از گروه‌ها از گروه دیگر بی‌نیاز نیست» (نهج البلاغه، ترجمه دشتی، ص ۵۷۳). کاملاً مشخص است که اگر اصلاح این قشرها برعهده جناب مالک (به عنوان کارگزار) نبود، احتیاجی به بیان کردن و شناساندن این گروه‌ها نیز نمی‌بود. اما آنچه این مقاله به دنبال آن است این است که چارچوب دخالت دولت در اقتصاد با تاکید بر قشر تجار و تولیدکنندگان چگونه باید باشد و نیز در صورت بروز تعارض و تراحم میان اصول استنباط شده، اولویت‌بندی اصول دخالت در اقتصاد چگونه می‌باشد.

۳- اصول برنامه‌ریزی دولت از حیث وظایف:

همانگونه که گفته شد دولت از حیث وظایف متناسب با هر قشری دو وظیفه دارد. از طرفی هر

قشری اصول خاص خود را می‌طلبد که با در نظر گرفتن خاصیت منحصر به فرد آن قشر که موجب تمایز آن نسبت به اقشار دیگر می‌شود و نیز رابطه آن قشر با اقشار دیگر تنظیم می‌شود.^۱ اما از طرف دیگر در این اصول اولیه ثابتی که برای همه قشرها یکسان می‌باشد نیز جزو وظایف دولت است که رعایت کند. در این قسمت به طور مختصر اصول اولیه همگانی را بیان می‌کنیم و سپس به بیان اصول اختصاصی قشر تجار و صنعتگران می‌پردازیم.

۳-۱) اصول اولیه همگانی:

از آنجایی که گفتیم دولت نسبت به همه آحاد جامعه مسئولیت‌هایی را دارد که باید این مسئولیت‌ها را با اصول خاص مورد تایید نظام اسلام تنظیم و اجرا کند لذا این اصول را نسبت به آحاد جامعه اعم از قشر تولید کنندگان و تجار تا قشر پائین باید در نظر بگیرد. این اصول اولیه عبارتند از:

➤ رعایت کرامت ذاتی همه انسان‌ها:

کرامت ذاتی به عنوان یکی از نعمت‌هایی که خداوند به انسان داده است شناخته می‌شود و اهمیت این نعمت به قدری است که علاوه بر اینکه همگان (از هر آئینی) از آن برخوردارند، نسبت به حق کرامت انسانی همدیگر نیز مسئولیت دارند و باید رفتارهای متقابل هم این اصل را رعایت کند. (جعفری، ۱۳۹۲)

دولت هم به عنوان نهادی که همواره با همه مردم در ارتباط است و تصمیماتش روی همه مردم اثر می‌گذارد ناگزیر است در همه تصمیمات خود اعم از برنامه ریزی اقتصادی این اصل را در نظر بگیرد.

➤ تعلیم و تربیت صحیح

دولت موظف است تا سطحی از تعلیم و تربیت را در اختیار همه مردم قرار دهد تا همگان از موهبت سواد برخوردار شوند (خطبه ۳۴ نهج البلاغه)^۲ در بیان آیت الله جوادی آملی «مهم‌ترین هدف حکومت اسلامی در بخش فرهنگی به معنای جامع،

۱- ای مالک بدان! مردم از گروه‌های گوناگونی می‌باشند که اصلاح هر یک جز با دیگری امکان ندارد، و هیچ یک از گروه‌ها

از گروه دیگر بی‌نیاز نیست (نهج البلاغه / ترجمه دشتی؛ ص ۵۳)

۲- وَ تَعْلِمُكُمْ كَيْلًا تَجْهَلُوا وَ تَأْدِيبُكُمْ كَيْمًا تَعْلَمُوا

جهالت زدایی و ضلالت روبی است؛ تا با برطرف شدن جهل و نادانی، علم، کتاب و حکمت جایگزین گردد و با برطرف شدن ضلالت و گمراهی اخلاقی و انحراف عملی، تزکیه و تهذیب روح جانشین شود» (جوادی آملی، ۱۳۸۷، ص. ۳ تا ۵).

➤ رعایت عدالت اجتماعی:

عدالت اجتماعی در اینجا به این معنی است که برابری در استفاده از مواهب اجتماعی برای هر یک از افراد جامعه در نظر گرفته شود (نامه ۵۳). از آنجائی که همه در آفرینش یکسانند لذا حق مساوی در دریافت حق خویش دارند و این حق یکی از معیارهای عدالت در نهج البلاغه می باشد (نعمتی، ۱۳۹۴، ص. ۴) بر طبق آیه شریفه (لقد أرسلنا رُسُلنا بالبیّنات وأنزلنا معهم الكتاب والمیزان ليقوم الناس بالقسط وأنزلنا الحديد فيه بأسٌ شديد...)^۱ هدف عمومی همه پیام آوران و زمامداران حکومت اسلامی در طول تاریخ، همانا قسط و عدل جامعه شمرده شده است (قرائتی، ۱۳۸۳، ج. ۹، ص. ۴۸۷).

۲-۳) اصول اختصاصی تولیدکنندگان و تجار

همانطور که گفته شد برای برنامه ریزی اقتصادی علاوه بر رعایت کردن اصول کلی و همگانی باید اصولی نیز مجزا برای برخی قشرهای خاص تنظیم گردد. تنظیم شدن و اجرا شدن این اصول مستلزم شناخت و تفکیک بین این اصول اختصاصی هر قشر باهم و نسبت آنها با یکدیگر می باشد. نسبت این اصول با هم عموم و خصوص من وجهاند چون ممکن است برخی از قشرپائین جزئی از کارمندان باشند و... اما ما در این مقاله فقط اصول اختصاصی مربوط به قشر تولیدکنندگان و تجار را بیان می کنیم چرا که دولت موظف است که در میدان تولید به کار برخیزد و پایه و اساس تولید مطلوب را متکی بر موازینی که اسلام آورده است، بریزد و بر عملی شدن آن نظارت جدی کند (حکیمی، ۱۳۸۰، ج. ۶، ص. ۲۶۹). بر این اساس رویکرد اصلی این مقاله در این قسمت پاسخ به دو پرسش مهم که یکی مقدمه دیگری است، می باشد: ۱- چرا باید دولت به امر تولید ورود کند؟ و دو اینکه اساسا حیطة و نحوه ورود دولت به امر تولید به چه میزان و مقداری است.

الف) ضرورت ورود دولت به امر تولید:

اهمیت تولید در یک کشور بر همگان آشکار است. اما سؤال اینجاست که چرا باید دولت به امر تولید ورود کند؟ آیا اصلاً ضرورتی دارد که دولت وارد این قضیه شود؟ آیا دخالت دولت در تولید جزء وظایف دولت اسلامی است؟ این سؤالاتی است که در این قسمت به آن پاسخ می‌دهیم.

▪ پاسخ اول: امیرالمومنین (ع) در مورد فقر می‌فرمایند که: «لَوْ مَثَلَ لِي الْفَقْرُ رَجُلًا لَقَتَلْتُهُ»، با توجه به این که خود امیرالمومنین فقرا را کمک می‌کردند و مورد لطافت قرار می‌دادند بیان این مطلب حاکی از یک مفهوم مهم است و آن این است که امر تولید و اشتغال‌زایی خیلی بهتر است از فقیر پروری (جوادی آملی، ۹۳/۱۲/۲۳). در کنار این باتوجه به آیه: «الَّذِينَ لَا يُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَ هُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ كَافِرُونَ» سوره فصلت که در مکه نازل شده است و در مکه هنوز قواعد فقهی مشخص نشده است که بگوئیم منظور از زکات در اینجا همان زکات مصطلح فقهی است لذا در این جا منظور از زکات پرداختن و فراهم آوردن شرایط کار تولید است. (جوادی آملی، ۹۳/۱۲/۲۳).

▪ پاسخ دوم: آنچه از تاریخ فقه‌های شیعه بر می‌آید تاکید بر تولیدات اسلامی و رونق آن بوده است به طوری که حتی به تاسیس شرکت‌های تولیدی بزرگ و حمایت از برخی شرکت‌های تولیدی مثل شرکت الاسلامیه که آیاتی همچون ملا محمدحسن مامقانی، شرایبانی، آخوند خراسانی، میرزااحسین نوری، میرزااحسین تهرانی، مرحوم سید صاحب عروه و...- از آن حمایت کردند.^۱ حتی در نامه مرحوم صاحب عروه به میرزا رحیم ایشان بر اساس قاعده نفی سیل، در وهله نخست به رونق بخشیدن به کسب و کار و تولیدات داخلی و در وهله بعد به مصرف

تولیدات داخلی اشاره می‌کنند (زنگنه شهرکی، ۱۳۹۱، صص.

۱۵-۱۷).

جمع‌بندی: با توجه به تاریخ فقه‌های شیعه و نیز با توجه به آیات و روایات مطروحه در بالا دولت موظف است برنامه‌ریزی کامل و جامعی از بکارانداختن تولید انجام دهد چراکه یکی از اصلی‌ترین و مهمترین وظایف دولت اسلامی برنامه‌ریزی در راستای تولید، تامین سرمایه و مدیریت منابع مالی موجود در فعالیتهای اقتصادی است (شجاعی حقیقی، ۱۳۹۴، صص. ۴).

(ب) حیطه ورود دولت:

پس از پاسخ به پرسش ابتدائی نوبت به سؤال دوم می‌رسد که حیطه و اصولی که دولت باید در تولید دخالت کند چیست؟ آیا می‌توان اصول معین و مدونی از نحوه ورود دولت به امر تولید داشت؟ در این قسمت به سئوالاتی از این قبیل پاسخ می‌دهیم.

• اصل اول: فراهم آوردن شرایط تولید و در اختیار گذاشتن منابع کافی برای تولید:

اگر قبول کنیم که دولت باید در عرصه تولید وارد گردد (چه مستقیماً و چه غیر مستقیم) آماده‌سازی برای تولید یکی از وظایف دولت است که باید انجام دهد. در این باره اندیشمندان مسلمان نکاتی را گفته‌اند که برای نمونه به چند مورد از آنان اشاره می‌کنیم:

۱- ابویوسف که نویسنده اولین کتاب اقتصاد اسلامی با نام "الخراج" است معتقد است اگر گزارشی برسد که انهار خراب شده است و زمین‌های زیادی معطل مانده است، اگر هزینه به صلاح بود باید از بیت المال تامین گردد تا تولید از پانیاftند. (یوسفی شیخ رباط، ۱۳۹۵: صص ۷۰-۱۰۰)

۲- بر طبق برخی آیات قرآن کریم که صحبت از فراهم شدن امکان توسعه زندگی توسط خداوند روی زمین، (ثقفی تهرانی، جلد ۲، صص. ۴۱۱) از همین رو فراهم آوردن این امکان هم اگر موجب توسعه و گسترش فعالیت‌های اقتصادی گردد امری پسندیده و مطلوب است. (جوادی آملی ۱۳۹۸/۱۱/۳)

برنامه‌ریزی صحیح و ایجاد زمینه رشد تولید از وظایف حکومت اسلامی است (خلیلیان اشکذری، ۱۳۸۴، صص. ۴). در کنار این با توجه به اینکه منابعی که در اختیار داریم محدود و کم می‌باشد لذا یکی دیگر از وظایف دولت تخصیص منابع و رعایت

اولویت‌ها در سرمایه‌گذاری است. در نتیجه دولت باید با رویکرد اولویت‌دهی به فعالیت‌ها سرمایه‌گذاری لازم و زمینه‌سازی مناسب در امر تولید را انجام دهد.

● اصل دوم: امر به تهیه و تربیت نیرو

از وظایف دیگر دولت رهایی افراد از جهل و نادانی و پرورش نیروهای متعهد و متخصص می‌باشد (بعد اقتصادی حیات معقول در آیات و روایات دکتر محمدجمال خلیلیان اشکذری). این وظیفه خطیر به آموزش به عنوان موتور محرک اقتصاد نگاه می‌کند بطوریکه سی (Cee, 2010, p. 7) معتقد است که آموزش مردم سبب رونق و رشد اقتصاد می‌گردد

امام علی (ع) در یکی از نامه‌های خود دو سفارش در مورد آموزش و تربیت می‌کنند که به ظاهر سفارش اول در مورد آموزش همگانی است چرا که می‌فرمایند: «...و شما را آموزش دهم تا بی سواد و نادان نباشید، (نهج البلاغه، ترجمه دشتی، ص. ۸۷) و بعد از این سفارش می‌فرمایند که: و شما را تربیت کنم تا راه و رسم زندگی را بدانید (نهج البلاغه، ترجمه دشتی، ص. ۸۹) مشخص است که عبارت اول همان خروج از بی‌سوادی است و عبارت دوم منتهی به تربیت تخصصی در جهت کشف استعداد و تقویت استعدادها می‌باشد.

● اصل سوم: تعدیل درآمدها با استفاده از مالیات و زکات و خراج:

برخی امور وجود دارند که از سویی مردم برای ادامه حیات خود به آن‌ها نیاز دارند در حالی که کسی یا گروهی عهده دار آن نمی‌شود، علاوه بر این رفع فقر نسبی و افزایش درآمد افرادی که اشتغال به کار دارند ولی درآمد آنان همه نیازمندی‌های آنان را کفاف نمی‌نماید اینان نیز همه از مسؤولیت‌های دولت اسلامی است. دولت وظیفه دارد که به طور فقر را در سطح جامعه ریشه کن و زمینه توازن معقول درآمدها را به وجود آورد. یکی از عوامل مهم انجام چنین مسؤولیتی تأمین‌های اجتماعی است. بنابراین یکی از وظایف اقتصادی دولت فراهم کردن زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، حقوقی این تأمین‌هاست.

تنوع فعالیت‌های اقتصادی از یک سو، و نقش رو به افزایش دولت‌ها در جهت افزایش کمی و کیفی خدمات عمومی، تعهدات دولت در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی و تلاش در جهت تحقق رشد اقتصادی و توزیع عادلانه درآمد، پرداخت و دریافت مالیات را به مسئله‌ای مهم و تأثیرگذار تبدیل کرده است. (آقائزوری، ۱۳۸۹، ص. ۵) مالیات به عنوان وسیله‌ای که دو وظیفه عمده دارد مورد توجه است: اولین وظیفه آن تامین درآمد‌های دولت است لذا باید متناسب تامین کالاها و خدمات عمومی گردد. از همین روست که مرحوم کاشف الغطاء به فتحعلی شاه اجازه اخذ مالیات می‌دهد (صالحی نجف آبادی، ۱۳۹۳، ص. ۲۹۶ به نقل از (کشف الغطاء) ۳۹۴).

اخذ مالیات که از وظایف دولت اسلامی است نیز آدابی دارد که باید رعایت گردد. این آداب نیز در نصوص اسلامی آمده است و دارای اهمیت بالایی است چراکه بر طبق نصوص نحوه اخذ مالیات بر افزایش سرمایه اجتماعی دولت اسلامی و نیز بر افزایش میزان مالیات اثر گذار است.

الف) رعایت انصاف و توجه به خواسته‌های مالیات دهندگان:

امام علی (ع) در مورد رعایت انصاف در برخورد با مالیات‌دهندگان (بدون توجه به میزان مالیات آنان) می‌فرماید: «پس خود، داد مردم را بدهید و در معاشرت با آنان انصاف را فرو مگذارید و برای برآوردن نیازهایشان، حوصله به خرج دهید. شما خازنان رعیت و وکیلان امت و سفیران امامان هستید. کسی را که نیازی دارد، در برآوردن آن درنگ مکنید، آن‌سان که به خشم آید و او را از مطلوبش باز ندارید» (نهج البلاغه، نامه ۵۱). پس باید به خواست مالیات‌دهندگان نیز توجه شود و آن را در صورت توان برآورده

۱- اجازه می‌دهم که آنچه برای هزینه جنگ و سرکوبی اهل کفر و طغیان، نیاز دارد، از خراج و درآمد زمینهای مفتوح العنوة و نظیر آن و نیز از زکات طلا و نقره و جو و گندم و خرما و کشمش و شتر و گاو و گوسفند بگیرد. و اگر اینها خرج جنگ را تامین نکرد و راه دیگری برای تامین هزینه جنگ و دفع شرّ این دشمنان شقاوتمند وجود ندارد، مجاز است از اموال مردم سرحدات و مرزنشینان بگیرد، تا از جان و ناموس آنان دفاع کند. و اگر باز هم خرج جنگ تامین نشود، از اموال مردم دیگر، که از مرز دورند، به اندازه هزینه جنگ بگیرد

ساخت. این عمل علاوه بر این که جایگاه حاکم را در قلوب مالیات دهندگان بهبود می بخشد موجب می شود میزان مالیات هم افزایش یابد چرا که طبق بیان مولا علی (ع) به مالک اشتر اگر مردم ثمرات مالیات را ببینند در دادن آن ترغیب می شوند.

ب) تأمین رضایت و اعتماد با تخفیف مالیاتی:

دولت وظیفه دارد نسب به مردم با اکرام مواجه شود. اگر به دلیلی کسانی از دادن میزان مالیات مشخص شده بر نیایند و دارای دلیلی موجه باشند، دولت باید به آنها تخفیف بدهد. اما اگر بتوانند مالیات مقرر را بپردازند ولی در زندگانی روزمره به مشقت بیافتند در این جا هم دولت باید علاوه بر برطرف کردن مشقت هایشان به آنها تخفیف مالیاتی بدهد. «هرگاه از سنگینی خراج یا آفت محصول یا بریدن آب یا نیامدن باران یا دگرگون شدن زمین _ چون در آب فرو رفتن آن یا بی آبی _ نزد تو شکایت آوردند، از هزینه و رنجشان بکاه، آن قدر که امید می داری کارشان را سامان دهد. (نهج البلاغه، نامه ۵۱).

نهج البلاغه، نامه ۵۳).

• اصل چهارم: نظارت بر بازار و جلوگیری از احتکار

امروزه نظارت بر عملکرد زیرمجموعه ها، یکی از اصول مدیریتی به ویژه در زمینه اقتصادی به شمار می رود. از جمله روش های امام علی (ع) در راستای نظارت بر بازار و حتی کارگزاران خویش، ترسیم خطوط کلی اخلاقی و رفتاری در حیطه اقتصادی برای کارگزاران خویش بوده است که در انجام وظایف خود از چارچوب کلی حکومت علوی منحرف نشوند (شجاعی حقیقی، ۱۳۹۴، ص. ۷).

در مورد احتکار امام علی (ع) عملاً وقوع احتکار را عیب والی می داند که نظارت مناسبی نداشته است: «به کار آنان بنگر، چه در آنجا باشند که خود به سر می بری و یا در شهرهای دیگر و با این همه بدان که میان بازرگانان بسیار کسانی که معاملتی بد دارند، بخیلند و در پی احتکارند. سود خود را می کوشند و کالا را به هر بها که خواهند می فروشند، و این سود جویی و گرانفروشی زبانی است برای همگان، و عیب است بر والیان. پس بایدت از احتکار منع نمود که رسول خدا (ص) از آن منع فرمود. و باید خرید و فروش آسان صورت پذیرد

و با میزان عدل انجام گیرد. با نرخهای- رایج بازار- نه به زیان فروشنده و نه خریدار. و آن که پس از منع تو دست به احتکار زند او را کیفر ده و عبرت دیگران گردان، و در کیفر او اسراف مکن.» (نهج البلاغه، ترجمه شهیدی، ص. ۳۳۵).

• اصل پنجم: اهمیت دادن به کار دیگران:

اهمیت گذاشتن به کار دیگران موجب ترغیب آنان بر آن کار می‌شود. در قرآن کریم هم از عبارت *إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا* که معنایش این است که پدر ما تو را می‌خواند تا به تو جزای آب دادنت به گوسفندان ما را بدهد (طباطبایی، ۱۳۷۸، ج. ۱۶، ص. ۳۵). اشاره به موضوع اهمیت دادن به کار دیگران دارد. دولت نیز موظف است به کار تولیدکنندگان دولتی و کارگزاران و کارمندان خویش اهمیت بدهد و طبق بیان مولای متقیان: «سپس کوشش هر یک از آنان را به دقت بشناس، و زحمت کسی را به دیگری نسبت مده، و در اجر و مزدش به اندازه رنجی که برده کوتاهی مکن» (نامه ۵۳)

اصل ششم: بازرسی مداوم

امام علی در پایان سفارشات خویش در مورد کار کارگزاران دولتی می‌فرماید: «سپس رفتار کارگزاران را بررسی کن، و جاسوسانی راستگو، و وفا پیشه بر آنان بگمار، که مراقبت و بازرسی پنهانی تو از کار آنان، سبب امانت داری، و مهربانی با رعیت خواهد بود.» (نهج البلاغه، ترجمه دشتی، ص. ۵۷۹).

• اصل هفتم: برخورد عاطفی کردن:

عدم سخت بودن کار به این معنی که کار از توانایی شخصی که بر عهده اوست خارج باشد نیز از مهمترین اصول این بخش است. در آیه *(وَمَا أَرِيدُ أَنْ أُشَقَّ عَلَيْكَ)* یعنی این که نه اصل کار شاق است نه ما کارفرمای سختگیری هستیم، هیچ کدام و برخورد ما هم برخورد صالحانه است (جوادی آملی، ۹۱/۰۷/۱۲).

• اصل هشتم: دادن حقوق کافی

حقوق یک کار باید به اندازه زحمتی که آنان می‌کشند باشد تا از فرار کردن و بی رغبتی نشان دادن نسبت به آن کار به دور باشیم و در کنار این حجت اینکه حق الزحمه آنان را نداده باشیم و دست به خیانت بزنند را برداشته‌ایم. در همین باره امام می‌فرماید: «سپس جیره

آنان را فراوان ده، زیرا این برنامه برای آنان در اصلاح وجودشان قوت است، و از خیانت در آنچه زیر دست آنان می‌باشد بی‌نیاز کننده است، و اگر از فرمانت سر برتابند و یا در امانت خیانت کنند بر آنان حجت است» (نهج البلاغه، ترجمه انصاریان، ص. ۲۹۷ و ۲۹۶)

۴- تزامم و تداخل مسؤلیت ها

اکنون که اصول و راه‌های دخالت دولت در اقتصاد را در نظام اقتصادی اسلام استنباط نمودیم لازم است تا به یک سؤال مهم نیز پاسخ دهیم: اگر چند اصل از اصول فوق باهم تزامم پیدا کرد، کدام یک بر دیگری ارجحیت و اولویت دارد؟ برای مثال اگر بین برخورد عاطفی دولت و بازرسی مداوم تزامم بوجود بیاید دولت چگونه باید رفتار کند؟

۴-۱) تزامم:

تزامم، در اصطلاح عبارت است از تنافی دو حکم دارای ملاک در مقام امتثال، به سبب آن که مکلف، به انجام هر دو در یک زمان قادر نمی‌باشد (صدر، ۱۳۷۵، ج. ۷، ص. ۲۶). در این جا بنا به تقسیم انواع تزامم متوجه می‌شویم تزامم امتثالی^۱ رخ داده است یعنی دولت اسلامی در یک زمان قادر نیست دو تکلیف از تکالیف فوق را انجام دهد و فقط می‌تواند یک تکلیف را انجام دهد. با توجه به تعریف فوق مکلف، دولت است و اگر تزاممی در هریک از این اصول باهم پیش بیاید چگونه باید این تزامم برطرف شود؟ در اینجا ابتدا تزامم پیش آمده برای مکلف را در نظر می‌گیریم سپس به حکومت می‌پردازیم:

۴-۲) رفع تزامم

هرگاه دو حکم شرعی الزامی متوجه مکلفی شود و او توان امتثال هر دو را با هم نداشته باشد مسئله از دو حال خارج نیست:

۱. یا هر دو حکم از هر نظر متعادل بوده و هیچ برتری و امتیازی بر یک دیگر ندارند

۱- تزامم امتثالی، مقابل تزامم ملاکی و تزامم حفظی، و به معنای تنافی میان دو یا چند حکم فعلی در مقام امتثال است؛ یعنی علت تنافی و تزامم، عجز و ناتوانی مکلف از انجام متعلق آن احکام در یک زمان است؛ پس تزامم امتثالی در جایی است که مکلف در یک زمان با دو تکلیف فعلی رو به رو شود و نتواند آن دو را امتثال کند، مثل: وجوب نجات دادن دو نفر که در یک زمان در حال غرق شدن هستند، در حالی که مکلف فقط توانایی نجات یکی از آن دو را دارد. (صدر، محمد باقر، بحوث فی علم الاصول، ج ۴، ص ۲۰۳)

تبادل متزاحمین) که فرد مخیر است به انتخاب یکی از حکم ها.

۲. یا یکی از دو حکم بر دیگری برتری دارد (تراجیح متزاحمین). در اینجا باید حکم اهم را انجام دهد (جمعی از پژوهشگران مرکز اطلاعات و منابع اسلامی، ۱۳۸۹، ج. ۱، ص. ۳۱۰).

این در مواردی که فرد دچار تراحم شود در مورد اجتماع و حکومت اسلامی هم تراحم‌هایی ممکن است پدید بیاید چون جهان طبیعت محکوم تراحم است در این صورت قاعده این است که تشخیص تراحم و تشخیص اهم و مهم یا ضروری و غیرضروری باید به دست ولی باشد (جوادی آملی، ۱۳۷۶، ص. ۱۰۱). اگر بگوییم در جایی که جنبه اجتماعی کلان وجود دارد هر کسی می‌تواند تراحمات را تشخیص دهد، این درست نیست و این یکی از جاهایی است که جنبه ولایی دارد و تشخیص آن باید دست شخص معینی باشد و الا اختلال نظام به وجود می‌آید که خود یک قاعده است و لذا در تراحمات تکالیف اجتماعی و سیاسی و کلان، این به عهده اشخاص به‌طور مجزا قرار نگرفته است چون این موجب اختلال نظام می‌شود، بلکه به دست ولی و حاکم سپرده می‌شود و محوریتی می‌خواهد که همان محوریت ولایت است و یکی از ابعاد ولایت فقیه و ... همین بحث اهم و مهم است. (استاد علیرضا اعرافی ۹۰/۱۲/۰۲) مطلب دیگری که در ذیل این بحث‌ها باید به آن توجه کرد و فراتر از قانون اهم و مهم است، رعایت مصالح است. ممکن است واقعاً تراحم به آن معنا پیدا نشده است ولی حاکم مصالحی را می‌بیند که بر اساس آن می‌گوید مناسب نیست الان چنین اقدامی انجام دهیم ولو تراحم هم نیست. این هم یک محدوده است که مبتنی بر بحث ولایت مطلقه است. (استاد علیرضا اعرافی ۹۰/۱۲/۰۲)

جمع بندی

این مقاله ضمن بیان تقسیم بندی اقشار مردم در عهدنامه مالک اشتر به بررسی و بیان روش دخالت دولت در امر تولید و اصول حاکم بر رفتار دولت با قشر تولید کننده و تاجر پرداخت. اساساً آنچه مشخص است این است که پرداختن به همچنین موضوعی علاوه بر بررسی دقیق، منبعی دقیق از منابع روایی می‌خواهد که از این رو کتاب نهج البلاغه به عنوان منبع اصلی گرفته

شد. این مقاله سپس با مشخص کردن سه اصل همگانی در منش دولت در برخورد با همه اقشار مردم، در ادامه به بیان هشت اصل اختصاصی برخورد دولت با قشر تجار و صنعتگران پرداخت که به طور خلاصه در زیر بدان اشاره شده است.

استخراج این اصول گرچه به خودی خود دارای اهمیت بسزایی است اما مهمتر از آن فهم این نکته است که جهان طبیعت محکوم به تراحم است فلذا باید دید که در صورت بروز تداخل و تراحم بین اصول فوق الذکر، منش دولت چگونه باید باشد. برای مثال اگر بین برخورد عاطفی کردن و بازرسی مداوم تداخلی بوجود بیاید بر چه اساسی منش دولت باید تعیین گردد؟ پاسخ به این مسئله برگرفته از دروس فقها و برخی کتب فقهی که به علت قلت محتوا به دروس برخی علمای حاضر (که در دوران حکومت اسلامی هستند و این مسئله را درک نموده اند) محدود شده است، پرداخت. و نهایتاً اهم و مهم حاکم اسلامی را راهی برای حل تراحم بین این اصول دانستیم.

جدول شماره (۱) - خلاصه اصول منشی کارگزاران دولت اسلامی در مواجهه با قشر

تولید کننده و تجار

رعایت کرامت ذاتی همه انسان ها	اصول همگانی	منش کارگزاران دولت اسلامی در مواجهه با قشر تولید کنندگان و تجار برگرفته از آیات و روایات
تعلیم و تربیت صحیح		
رعایت عدالت اجتماعی		
اصل اول: فراهم آوردن شرایط تولید و در اختیار گذاشتن منابع کافی برای تولید	اصول اختصاصی تولید کنندگان و تجار	
اصل دوم: امر به تهیه و تربیت نیرو		
اصل سوم: تعدیل درآمدها با استفاده از مالیات و زکات و خراج		
اصل چهارم: نظارت بر بازار و جلوگیری از احتکار		
اصل پنجم: اهمیت دادن به کار دیگران		
اصل ششم: بازرسی مداوم		
اصل هفتم: برخورد عاطفی کردن		
اصل هشتم: دادن حقوق کافی		

منابع

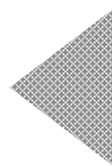
- قرآن کریم
- نهج البلاغه
- انصاریان، حسین؛ مترجم (۱۳۸۸)، **ترجمه نهج البلاغه**، قم: دارالعرفان.
- ارسنجانی، حسن (۱۳۴۲)، **حاکمیت دولت ها**، چاپ اول سازمان کتاب های جیبی ۱۳۴۲ ص ۶۷-۶۸
- آقائظری، حسن (۱۳۸۹)، «ناهنجاری فرهنگی - اقتصادی درآمد مالیاتی کشور و راه حل ها با رویکرد آموزه های اسلامی»، **معرفت اقتصاد اسلامی**، سال اول، شماره دوم، بهار و تابستان ۱۳۸۹، ص ۹۵ - ۱۰۸.
- آقا نظری، حسن (۱۳۷۲)، «درآمدی بر بخش عمومی در اقتصاد اسلامی»، **معرفت**، بهار ۱۳۷۲ - شماره ۴ ISC (۷ صفحه - از ۴۵ تا ۵۱).
- اعرافی، علیرضا (۹۰/۱۲/۰۲)، **درس خارج فقه**.
- ثقفی تهرانی، شیخ محمد (۱۳۵۸)، **تفسیر روان جاوید**، تهران: انتشارات برهان، ۱۳۵۸.
- جعفری، محمد تقی (۱۳۹۲) (سخنران)، «آزادی بیان و کرامت انسانی»، **آزما**، آذر ۱۳۹۲ - شماره ۹۹ (۲ صفحه - از ۲۶ تا ۲۷).
- جهانیان، ناصر (۱۳۸۰)، «نقش دولت در توسعه از دیدگاه امام خمینی (ره)»، **اقتصاد اسلامی**، پاییز ۱۳۸۰ - شماره ۳ صفحه - از ۵۵ تا ۷۴).
- جهانیان، ناصر (۱۳۸۰)، «جایگاه دولت در اقتصاد اسلام»، **اقتصاد اسلامی**، دوره ۱، شماره ۱ زمستان ۱۳۸۰ صفحه ۱۲۹-۱۵۸.
- جهانیان، ناصر (۱۳۸۲)، «جایگاه دولت در اقتصاد اسلامی»، **اقتصاد اسلامی**، سال سوم ۱۳۸۲ شماره ۱۰
- جهانیان، ناصر (۱۳۸۸)، «پیشرفت عادلانه و وظایف دولت دینی»، **اقتصاد اسلامی**، سال نهم پاییز ۱۳۸۸ شماره ۳۵.
- جمعی از پژوهشگران مرکز اطلاعات و منابع اسلامی (۱۳۸۹)، **فرهنگ نامه اصول فقه**، ج ۱، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۷)، «فلسفه و اهداف حکومت اسلامی»، **مجله الکترونیکی اسراء**، ۱۳۸۷ شماره ۲.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۶)، **حکمت نظری و عملی در نهج البلاغه**، قم: مرکز نشر اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله (۹۳/۱۲/۲۳)، **درس تفسیر**.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۸/۱۱/۳)، **درس اخلاق**.
- جوادی آملی، عبدالله، (۹۱/۰۷/۱۲)، **درس تفسیر سوره مبارکه قصص** جلسه ۱۰.
- حکیمی، محمدرضا، علی و محمد؛ مترجم: آرام، احمد (۱۳۸۰)، **ترجمه فارسی الحیات**، ج اول، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، تهران ۱۳۸۰.

- خلیلیان اشکذری، محمدجمال(۱۳۸۴)، «بعد اقتصادی حیات معقول در آیات و روایات»؛ **معرفت**، اردیبهشت ۱۳۸۴ - شماره ۸۹ (ISC صفحه - از ۱۰ تا ۱۷).
- دادگر، یدالله(۱۳۸۰)، «مروری بر ادبیات جایگاه دولت در اقتصاد» **فرهنگ اندیشه** سال اول تابستان ۱۳۸۰ شماره ۲.
- دشتی، محمد، مترجم(۱۳۷۹)، **ترجمه نهج البلاغه**، قم: مشهور.
- زنگنه شهرکی، جعفر(۱۳۹۱)، «قاعده «نفی سبیل» در آرای فقهی و مواضع سیاسی صاحب عروه» **فقه**، مقاله ۶، دوره ۱۹، شماره ۷۳، پاییز ۱۳۹۱، صفحه ۱۴۸-۱۹۴.
- رفیعی آتانی، عطاءالله(۱۳۸۶)، «جایگاه دولت در نظام اقتصادی اسلام (دولت مصالح)» **اقتصاد اسلامی**، سال هفتم زمستان ۱۳۸۶ شماره ۲۸.
- شجاعی حقیقی، مریم؛ مردانی (گلستانی)، مهدی(۱۳۹۴)، «مؤلفه های مدیریت اقتصادی امام علی علیه السلام با تاکید بر نهج البلاغه»، **حدیث حوزه**، بهار و تابستان ۱۳۹۴ - شماره ۱۰ (۲۸ صفحه - از ۴۸ تا ۷۵).
- صالحی نجف آبادی، نعمت الله(۱۳۹۳)، **ولایت فقیه، حکومت صالحان**، تهران: امید فردا.
- صدر، محمد باقر، تقریر: هاشمی شاهرودی، محمود(۱۳۷۵)، **بحوث فی علم الاصول**، قم: دایره معارف الفقه الاسلامی طبقاً لمذهب اهل البیت علیهم السلام، مرکز الغدیر للدراسات الاسلامیه.
- صدیق سروسنتانی، رحمت اله؛ سلامی، غلام حیدر(۱۳۸۴)، «بازگشت به دولت به عنوان یک نهاد اجتماعی» **نامه علوم اجتماعی**، بهار ۱۳۸۴، دوره ۱۱، شماره ۳ (پیاپی ۲۵) از صفحه ۱۴۱ تا صفحه ۱۶۵.
- طباطبایی، محمدحسین (نویسنده)، موسوی، محمدباقر (مترجم)(۱۳۷۸)، **المیزان فی التفسیر القرآن**، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- عظیمی شوشتری، عباس علی(۱۳۸۸)، «اهداف و وظایف کلی دولت در اسلام»، **معرفت سیاسی**، بهار و تابستان ۱۳۸۸ - شماره ۱ (30) ISC صفحه - از ۹۹ تا ۱۲۸.
- فاطمی بهری، مرضیه(۱۳۸۲)، «بررسی انواع دولت ها و نقش آنها در توسعه» **نمایه پژوهش**، بهار و تابستان ۱۳۸۲ - شماره ۲۶ - ۲۵ (۴۲ صفحه - از ۲۸۳ تا ۳۲۴).
- قحف، منذر(۱۳۸۴) «دین و اقتصاد: نظام اقتصادی اسلام و علم تحلیل اقتصاد اسلامی» مترجم میرمعزّی حسین، **اقتصاد اسلامی**، سال پنجم ۱۳۸۴ شماره ۱۸.
- قرائتی، محسن(۱۳۸۳)، **تفسیر نور**، ج ۹، مرکز فرهنگی درسهایی از قرآن، تهران ۱۳۸۳ ش، چاپ یازدهم
- لاژوری، ژوزف، **نظام های اقتصادی**، ج ۱، ترجمه شجاع الدین ضیائیان، دانشگاه تهران.
- لشکری، محمد؛ پاننده ایمان دوست، صادق(۱۳۹۰)، «نقش دولت اسلامی در توسعه اقتصادی»، **مطالعات اقتصاد اسلامی**، سال سوم بهار و تابستان ۱۳۹۰ شماره ۲.

- مالک، محمد رضا (۱۳۸۲)، «وظایف و مسؤولیت های دولت اسلامی در اقتصاد»، **اقتصاد اسلامی**، زمستان ۱۳۸۲ - شماره ۱۲ (32 ISC صفحه - از ۳۷ تا ۶۸).
- مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۸۸)، **نظریه سیاسی اسلام**، ج ۱، قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- موسویان، سید عباس (۱۳۸۲)، «جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام»، **اقتصاد اسلامی**، سال سوم ۱۳۸۲ شماره ۱۰.
- ندری، کامران؛ قلیچ، وهاب (۱۳۸۸)، «نقش حاکمیتی دولت اسلامی در بهبود توزیع درآمد» **اقتصاد اسلامی**، سال نهم پاییز ۱۳۸۸ شماره ۳۵.
- نعمتی، محمد؛ جهانین، فرزاد (۱۳۹۴)، «معیار و راهبردهای عدالت اقتصادی در نهج البلاغه»، **فصلنامه پژوهشنامه نهج البلاغه**، سال سوم - شماره ۱۰ - تابستان ۱۳۹۴.
- نمازی، حسین (۱۳۷۴)، **نظام های اقتصادی**، ج ۱، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۳۷۴.
- یوسفی شیخ رباط، محمدرضا (۱۳۹۵)، **سیر اندیشه اقتصادی متفکران مسلمان**، تهران: سازمان سمت، ۱۳۹۵.
- یوسفی شیخ رباط، محمدرضا؛ بابایی، فهیمه (۱۳۹۴)، «طراحی مدل حکمرانی خوب بر اساس نامه مالک اشتر و مقایسه آن با اصول حکمرانی خوب بانک جهانی» **اقتصاد اسلامی**، سال پانزدهم بهار ۱۳۹۴ شماره ۵۷.

- cee. (2010), *Voluntary National Content Standards in Economics*, New York, Council for Economic Education. National Council on Economic Education (1997), *Voluntary National Content Standards in Economics*. New York: National Council on Economic Education

بررسی نقش مدیریت جهادی در توسعه کشورها مبتنی بر نهادهای جغرافیایی



غلامرضا گودرزی^۱

المیرا رقیبی^۲

محمدهادی پوینده^۳

(تاریخ دریافت ۹۹/۶/۲۱ - تاریخ تصویب ۹۹/۹/۲۶)

نوع مقاله: علمی ترویجی

چکیده

از آثار و ثمرات انقلاب اسلامی ایران، الگویی برای تحقق توسعه است که «مدیریت جهادی» نام دارد. مدیریت جهادی با درس‌هایی از «مدیریت اسلامی» و «علم مدیریت»، توان رساندن کشورهای در حال توسعه و عقب‌مانده را به توسعه‌ی مطلوب داراست؛ در پی پاسخ این سوال که دقیقاً مدیریت جهادی در تحقق توسعه چگونه ایفای نقش خواهد کرد و از چه مسیری ابواب توسعه را به روی کشورهای توسعه نیافته یا کمتر توسعه یافته خواهد گشود؟ این مقاله انجام شده است. فرض اصلی بر این است که مدیریت جهادی برای اصلاح اصلی‌ترین نهاد جغرافیایی یعنی دولت، ورود و با اجتماعی کردن قدرت دولت، توسعه را محقق می‌کند. هر کشوری که بخواهد از این مدل مدیریتی بهره‌گیرد باید به شرایط نهادی خود توجه کند و مدیریت سیاسی فضا در

۱- دانشیار مدیریت، دانشکده مدیریت و معارف دانشگاه امام صادق(ع) (نویسنده مسئول) rgodarzi@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد علوم قرآن دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم

۳- دکترای جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران

آن کشور به گونه‌ای انجام پذیرد که اصلی‌ترین نهاد مؤثر در توسعه یعنی دولت را سامان دهد و اصلاح کند. دولت در صورتی می‌تواند اهداف عالی و پایدار توسعه را محقق کند که قدرت خود را در سازماندهی صحیحی به بهترین شکل توزیع کند و با مدیریت جهادی می‌توان مدیریت سیاسی کشور را اصلاح کرد. با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، از طریق روش توصیفی-تحلیلی، «مدیریت جهادی» در میانه‌ی دو عنوان «مدیریت اسلامی» و «مدیریت سیاسی فضا» تعریف شده است. و نیز با روش تاریخی، تاثیر مثبت مدیریت جهادی دوله‌النبی (ص) - دولت مردمی صدر اسلام- و اثرات منفی مردمی نبودن دولت مدرن در ایران در نیل به توسعه بررسی شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که این مدیریت فقط برای ایران و انقلاب اسلامی نبوده بلکه برای هر کشوری که بخواهد از آن برای نیل به توسعه استفاده کند، کاربرد دارد.

واژگان کلیدی: مدیریت جهادی، نهاد، توسعه، دولت، مدیریت سیاسی فضا

۱- مقدمه

انقلاب اسلامی ایران، انقلابی مقدس بوده که با حفظ ویژگی برتر خود یعنی اتکا به مردم توانسته چهار دهه از عمر خود را پشت سرگذارد. ثمرات پربرکت انقلاب اسلامی برای سایر ملل و مردم جهان، برای رهایی از استکبار معدودی از دول پرمدعای غربی که در اداره‌ی سایر کشورها به هر شیوه دخالت کرده تا مانع توسعه‌ی آنها شوند نیز شیرین بوده و باید انقلابیون در این زمینه و صدور آثار پرمفعت انقلاب تلاش کنند. یکی از ثمرات انقلاب اسلامی، الگویی مدیریتی است که منتج به توسعه‌ی مطلوب می‌شود. این الگو مدیریت جهادی نام دارد. این نوع مدیریت، بسته-ای کامل و جامع از معارف و درس‌های درون دینی و بخش‌های صحیح سایر علوم متداول جهانی اعم از علوم مدیریتی و غیر آن را شامل می‌شود. از نمونه‌های بارز مدیریت جهادی در تاریخ انقلابی اسلامی، دفاع مقدس و تشکیلات سپاه پاسداران بوده و به همین دلیل، عده‌ای از صاحب‌نظران مدیریت جهادی را فقط منحصر به ایران می‌دانند و توان بررسی آن را تنها در محدوده‌ی سرزمینی ایران دارند. (حسنی‌نیک و مختاریان‌پور، ۱۳۹۷) البته که صحیح است یعنی این دو زمینه از بهترین نمونه‌های مدیریت جهادی می‌باشد ولی این نوع نگاه به مدیریت جهادی، پایین آوردن ارزش و سطح بالای قدرت و توان این الگوی مدیریتی در اداره‌ی امور کشورها و

نیل به اهداف توسعه‌ای را داراست. لازم به ذکر است که مدیریت جهادی یکی از ثمرات انقلاب اسلامی است و باید به گونه‌ای تعریف شود که قابلیت صدور داشته باشد و برای سایر ملل و نحل نیز مزه‌دهنده‌ی توسعه باشد فلذا علاوه بر ایران، سایر کشورهای توسعه نیافته یا کمتر توسعه یافته را می‌تواند به توسعه مطلوب و مانا برساند. از این رو بر آن شدیم با توجه به علوم مرتبط و به روز، به بررسی این نوع مدیریت پردازیم. مدیریت جهادی در درون خود بحث‌هایی از علوم جغرافیایی را در کنار عناوینی از علم اقتصاد و جامعه‌شناسی را شامل می‌شود و در ضمن از حدود و ثغور قوانین الهی اسلام نیز خارج نمی‌شود. در پاسخ به این پرسش که پس چطور برای کشورها و ملت‌های غیر مسلمان می‌تواند کارایی داشته باشد؟ جواب این است که قوانین بین-المللی و حقوق بشر اسلام آن قدر جامعیت دارد که فقط درون دینی نبوده و برای خارج از امت اسلام نیز راه‌گشاست. (جوادی آملی، ۱۳۹۶: آیات ۱۰-۶ سوره صف؛ ۱۳۹۷: آیات ۳۵-۱۹ سوره معارج)^۱ بنابراین در میان بحث‌هایی از مدیریت اسلامی و جغرافیای سیاسی، الگوی مدیریت جهادی قابل تعریف است.

۲- پیشینه تحقیق

نوروزی و یارقلی (۱۳۹۶) در صدد ارائه مدلی برای مدیریت جهادی، به ویژگی‌های فردی و اجتماعی یک مدیر جهادی در رابطه با اخلاق و حوزه‌ی مسئولیتش پرداخته‌اند و در این پژوهش، عملیاتی شدن مدیریت جهادی را در ویژگی‌های مدیر جستجو کرده‌اند. با بررسی ویژگی‌های مدیر جهادی از منظر قرآن و نهج‌البلاغه و دانشمندان علم مدیریت، ظهور مدیریت جهادی را منوط به رعایت آن ویژگی‌ها توسط مدیر، عنوان کرده‌اند. در این صورت مدیر، یک مدیر جهادی شده و مدیریت جهادی به منصف ظهور می‌رسد. حیدری تفرشی (۱۳۹۳) نیز به ابعاد و مولفه‌های مدیریت جهادی می‌پردازد. مغایرت با سرمایه‌داری، تکاثر و شیوه‌های تکنوکراتی را از ابعاد مدیریت جهادی برمی‌شمارد. مدیریت جهادی را در بنیان‌های فکری، همچون مدیریت

۱- این بخش از تفسیر تسنیم تا زمان نگارش این مقاله به چاپ نرسیده و فایل‌های صوتی جلسات از پایگاه علوم و حیاتی اسراء دریافت شده است. جلسه ۴ سوره صف به تاریخ ۱۳۹۶/۱۲/۲۲ و جلسه ۶ سوره معارج به تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۶. در مجموع این دو جلسه آیت الله جوادی توضیحاتی در خصوص همگانی و راه‌گشا بودن احکام اسلام حتی مستجابات برای مسلمان و غیر مسلمان ولو مشرکین می‌فرماید.

اسلامی می‌داند و به جهت اخلاقی و شرعی به استخراج مولفه‌های آن از آیات و روایات می‌پردازد. در پژوهشی دیگر، احمدیان (۱۳۹۳) به مدلسازی مدیریت جهادی از طریق «بعثت»، «جهاد» و «راه یابی» می‌پردازد. از نظر احمدیان، انگیزش به همراه انقلاب درونی که بعثت نام دارد می‌تواند همراه جهاد-جهاد اکبر و جهاد اصغر- وارد مرحله راه یابی یعنی کشف و بروز استعدادها و خلاقیت‌های بدیع در حوزه مدیریت شود؛ در این صورت مدیریت جهادی محقق می‌شود. با استفاده از مستندات قرآنی و روایی و نیز بیانات رهبر انقلاب به این مدلسازی پرداخته شده است. در مقاله سلطانی (۱۳۹۳) چالش‌ها و الزامات مدیریت جهادی بررسی شده است. چالش‌های ساختاری و رفتاری و زمینه‌ای مدیریت جهادی را حاصل از حاکمیت دیوانسالاران بر نهادهای انقلابی دانسته است. عناصر فیزیکی و غیرانسانی سازمان (ساختار) و ارتباطات انسانی و زنده سازمان (رفتار) و اوضاع محیطی سازمان (زمینه) را دچار آسیب‌هایی دیده است که در صورت حل آنها، نهادهای انقلابی دیگر مشکلی به جهت اداره شدن جهادی ندارند. در این پژوهش به امر نهادها در مدیریت پرداخته شده است و تنگنای مدیریت جهادی را سبب عقب ماندن حاکمیت مدیریت جهادی از توسعه دانسته است. با توجه به الزامات رویکردی، مدیریتی، منابع انسانی و ساختاری، تلاش شده تا در پیچ‌های به روی مدیریت انقلابی و جهادی در سازمان‌های ج.ا.ا. باز شود. عبدی و طاهری هشی (۱۳۹۴) به پردازش مفهوم مدیریت جهادی در قرآن اقدام کرده‌اند. تحقق مدیریت جهادی در جامعه اسلامی را در گرو تقرب مدیران به خدای سبحان دانسته و ویژگی‌های مدیر جهادی از نهج البلاغه استخراج شده است. در پژوهشی دیگر، منطقی (۱۳۹۵) به گامی در مدیریت جهادی می‌پردازد که مرتبط با تناسب سازمان‌های جامعه اسلامی با شرایط بومی و دینی است. از نظر این تحقیق برای ظهور مدیریت جهادی در جامعه اسلامی باید سازمان‌های جهادی به جهت تحول نظام اداری ایجاد شوند تا ساختارهای رفتاری و فرهنگی مدیران، جهادی شود. نوری (۱۳۹۵) هم به اشتراکات و افتراقات مدیران جهادی با مدیریت رایج نظر می‌اندازد و تعیین هدف و برنامه‌ریزی به علاوه مسیر تحقق هدف را در این دو نوع مدیریت، با کاوش نظرات قرآن از تفاسیر کتاب الهی برای مشخص کردن ویژگی‌های مدیران جهادی در نظر می‌گیرد.

در این پژوهشها و البته تحقیقات بسیار دیگر، به ابعاد، ویژگی‌ها و شاخصه‌های مدیریت جهادی و مدیر جهادی در منابع اسلامی یعنی قرآن و روایات به ویژه مجموعه روایات امام علی (ع) در

قلب کتاب نهج البلاغه پرداخته شده است. اما به الگوی مدیریت جهادی پیامبر(ص) و توسعه‌ی دولت ایشان نپرداخته‌اند. و نیز به مدیریت جهادی به عنوان الگوی پیشرفت ایران نگریسته و آن را در دفاع مقدس و سازمانهای جهادی در کنار نظام اداری پرچالش ایران مورد بررسی قرار داده‌اند. تمامی این تحقیقات لازم بوده اما از جهت ارتباط مدیریت جهادی با سایر علوم مثلاً علوم جغرافیایی، مباحث پر دامنه دولت، موضوعات گوناگون مدیریت، پژوهشی مجزا صورت نگرفته است. الگوسازی مدیریت جهادی برای صدور و قالب‌سازی آن برای توسعه‌ی غیرایران در تحقیقات مربوط به مدیریت جهادی مشاهده نمی‌شود. در پژوهشهای مدیریت جهادی صرفاً اشاراتی به ارتباط آن با مدیریت اسلامی و مبحث نهاد شده است اما از کاوش دقیق این ارتباط خبری نیست. به نظر رسید باید جایگاه مدیریت جهادی در مسیر نیل به توسعه در ارتباط با سایر علوم همچون علوم مدیریتی - مدیریت اسلامی، مدیریت سیاسی فضا - مشخص شود و الگوی توسعه از دل این رابطه استخراج شود. نشان دادن قدرت مدیریت جهادی برای اصلاح ساختار سیاسی کشورها از طریق نهادهای جغرافیایی برای هموار کردن مسیر توسعه لازم می‌باشد.

۳- مفاهیم نظری تحقیق

۳-۱- مدیریت جهادی

«مدیریت» در عربی و فارسی به یک معناست و در هر دو زبان برای اداره کردن و گرداندن کار- وظیفه‌ای که توسط مدیر انجام می‌گیرد- تعریف می‌شود (آذرنوش، ۱۳۹۱: ۳۲۷؛ دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۲: ۱۸۱۵۶). و در اصطلاح یعنی؛ فرآیند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی بر مبنای یک نظام ارزشی پذیرفته شده که از طریق برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین شده، صورت می‌گیرد، است (رضایان، ۱۳۹۳: ۸). و «جهاد» جهاد از ریشه‌ی (جهد) یعنی: «مبارزه، نبرد، جهاد، کوشش» (آذرنوش، ۱۳۹۱: ۱۵۳). و در زبان فارسی جهاد یعنی: «قصد که به سوی دشمن کنند بحرب، کارزار کردن با دشمنان در راه خدا» (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۵: ۶۹۵۶). از معانی لغوی جهاد به طور مستقیم معنای «کوشش فراوان در مقابل دشمن یا دشمنان» حاصل می‌شود. راغب نیز معنای جهاد را به معنی طاقت و مشقت گرفته‌است و «جهد» را با فتح جیم به معنای سختی و با رفع آن به معنای گستردگی و وسعت کوشش و زحمت گرفته‌است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲: ۲۰۸). اصطلاح

جهاد در حدود و ثغور تعاریف دینی یعنی «بذل جان و مال و توان در راه اعتلای اسلام و برپا داشتن شعائر دین است. (اصلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۵)» مدیریت جهادی صرفاً به معنای اجرای فرآیند مدیریت با تمام توان و تلاش جهادی نیست. علاوه بر اینکه «مدیریت جهادی با این مفهوم که اکنون در اذهان شکل گرفته اشاره به یک معنا و مفهوم قرآنی، دینی و اسلامی دارد (اسکندری، ۱۳۹۵: ۱۶)»، از تجربه‌های انقلاب اسلامی رشد کرده‌است و درحقیقت مولود انقلاب، همزمان با شکل‌گیری و رشد انقلاب اسلامی است که قابلیت صدور دارد.

۳-۲ نهاد

واژه‌ی «نهاد» به دو صورت کاربرد دارد یعنی «نهاد» و «نهاد» و چند معنی دارد؛ «استقرار، طینت و آفرینش (معین، ۱۳۷۱، ج ۴: ۴۸۶۲)» و همچنین «گذاشتن، فطرت، طبع، مزاج (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۴: ۲۰۲۲۵)» جزء معانی نهاد می‌باشد. از مفهوم نهاد از یک طرف یک مفهوم مکانی یا مادی استنباط می‌شود و از طرفی یک مفهوم ذهنی، موضوعی یا معنوی از آن استنباط می‌شود که اشاره به باورها، هنجارها و مقررات دارد (قلی‌پور، ۱۳۸۴: ۱۴). در تفکیک معنایی «نهاد» و «نهاد» ذکر این نکته ضرورت دارد که «نهاد» یک امر درونی است و با «نهاد» که یک امر بیرونی است، تفاوت دارد «نهاد» ناظر بر مسائل ساختاری و کارکردی است (ایروانی، ۱۳۷۷: ۱۵-۱۴). آنچه که اینجا مدنظر ماست نهاد به عنوان یک امر بیرونی است.

نهادهای صرفاً مجموعه‌ای از سازمان‌های بزرگ و آشنا نیستند. بلکه طیف وسیعی از متغیرهای جهت‌دهنده رفتار انسان‌ها را شامل می‌شوند؛ از ذهنی‌ترین قواعد رفتاری حاکم بر رفتار عمومی گرفته تا سازمان‌های غیر رسمی مانند خانواده و نهادهای مدنی، بنگاه‌ها، قوانین رسمی و غیررسمی و نهایتاً سازمان‌های بزرگ اقتصادی و سیاسی و اجتماعی جز نهادهای محسوب می‌شوند (قالیباف، ۱۳۹۶: ۳۲). نهاد در وهله‌ی اول یک مفهوم جغرافیایی است که از یک محیط جغرافیایی تا محیط جغرافیایی دیگر متفاوت است. نهادهای طی فرایندهای جغرافیایی حاصل از تعاملات انسان و مکان شکل می‌گیرند (قالیباف و پوینده، ۱۳۹۹: ۳۵).

۳-۳ توسعه

توسعه را باید جریانی چند بعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی عامه‌ی مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه‌کن کردن فقر مطلق است، توسعه در اصل باید نشان دهد که مجموعه نظام اجتماعی هماهنگ با نیازهای

متنوع اساسی و خواسته‌های افراد و گروه‌های اجتماعی در داخل نظام، از حالت نامطلوب گذشته خارج شده و به سوی وضع یا حالتی از زندگی که از نظر مادی و معنوی بهتر است سوق می‌یابد. (دینی، ۱۳۷۰: ۸۴) و عده‌ای توسعه را امری ارزشی دانسته و بر این باورند که مفهوم توسعه مفهومی ایدئولوژیک است و تعریف و حدود آن را جامعه‌ای تعیین می‌کند که قرار است دیگران را با روند خود همساز کند. لذا توسعه نمی‌تواند مفهومی بی‌طرف و عاری از ارزش‌ها باشد. به تعبیر دیگر، توسعه یک میدان سیاسی، معنایی و اخلاقی است. از نگاهی دیگر، توسعه را باید به منزله پویش نهادمندی تعریف کرد و آن را فرایند نهادمندشدن جامعه خواند. به این معنا که؛ همزمان جمعی از عوامل در مسیر از پیش تعیین‌شده حرکت کنند و نهادسازی به معنای بسط نهادهای جدید اقتصادی، آموزشی، سیاسی و غیره ایجاد شود. به طور کلی، پویش توسعه، معطوف به گسترش نهادهای تنظیم‌گر، هدایت‌گر و مهارکننده رفتار و نیازهای انسانی، و هدف آن، بسط انتخاب‌های فردی در زندگی اجتماعی است. پویش هدف‌گرای توسعه، صرف نظر از تجربه خاص آن، به پایه‌ریزی نظام مردم محور و انسان‌مدار و گسترش زمینه‌های بسط انتخاب‌های فردی (مشارکت و آزادی) می‌انجامد. مردم‌محوری یا دموکراسی مفهومی نیست که به رأی دادن و مشارکت انتخاباتی تقلیل پذیر باشد، بلکه در منظومه توسعه، مفهومی بنیادین است که میوه عقلانیت و حاکمیت نظام محاسبه‌گر قانونی است، این مفاهیم به شیوه‌ای درهم تنیده و بازنشندنی با هم گره خورده‌اند. (عنبری، ۱۳۹۰: ۲۱-۱۸)

۳-۴ دولت

دایره‌ی معنایی «دولت» بسیار گسترده است. به گونه‌ای که تعاریف متعدد فراوانی از آن وجود دارد. «هنگام بررسی مفهوم دولت باید آگاه بود که این مفهوم پیچیده‌ترین مفهوم در سیاست است، هر کس عمیقاً بدان بپردازد از این نکته آگاه خواهد شد. این امر تنها نتیجه‌ی تاریخ درهم پیچیده و یا اهمیت خاص مفهوم دولت در اوضاع سیاسی امروز نیست، بلکه علت آن دوپهلویی و پیچیدگی این مفهوم است. (بشیریه، ۱۳۷۱: ۱۷)» دولت یک مفهوم انتزاعی و متشکل از چهار عنصر یعنی مردم، حاکمیت، حکومت و سرزمین می‌باشد، و چون این مفهوم، انتزاعی بوده در هنگام بحث حول «دولت» بازوی اجرایی آن یعنی حکومت قصد می‌شود (قالیباف و پوینده و قره‌بیگی، ۱۳۹۵). پس منظور از دولت، بعد اجرایی-اداری آن می‌باشد. لذا هر کجا از این تحقیق از دولت نام برده شد، منظور نظام اداری-اجرایی حاکم بر یک کشور است.

۳-۵- مدیریت سیاسی فضا

مدیریت سیاسی فضا از اصطلاحات کاربردی در حوزه‌ی علوم جغرافیایی است که برای تعریف آن ابتدا به تعریف «سیاست» و سپس «فضا» پرداخته می‌شود. «سیاست» در لغت به معنای: پاس داشتن ملک، حکم راندن بر رعیت، حکومت و ریاست (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۸: ۱۲۲۲۵). عبارت است از؛ «سیاست، مطالعه، اعمال قدرت و نفوذ که به شکل وسیع در جوامع انسانی جریان دارد. (جاسمی، ۱۳۵۸: ۲۵۴)» «فضا» در لغت به معنای: میدان و عرصه، زمین فراخ، آنچه گشاد بود از زمین (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۵: ۱۵۱۴۴). و در اصطلاح اینطور تعریف می‌شود که «فضا به دنبال مکان شکل می‌گیرد. به بیان دیگر در اثر پیوستگی و تداوم ارتباطات انسان با مکان، مکان رفته رفته تبدیل به فضا می‌شود، [فضا] کاملاً حاصل از روابط متقابل بین انسان و مکان می‌باشد. یعنی فضایی که در آن از یک طرف با عناصر طبیعی و عناصر انسانساخت انسانی روبرو هستیم و از طرف دیگر معنا و هویت ... در آن به نهایت می‌رسد. (قالیاف و پوینده، ۱۳۹۹: ۲۳)» با این تعریف، لازم می‌نماید منظور خود را از «مکان» بیان کنیم، «مکان» یعنی «طبیعی که انسان با آن ارتباط پیوسته برقرار می‌کند. لذا آن قسمت از طبیعت که بکر است و انسان‌ها اثری بر آن نگذاشته‌اند و با آن در ارتباط مستمر نیستند، «مکان» نمی‌باشد. (قالیاف و پوینده، ۱۳۹۹: ۲۲)»

با مشخص شدن مفاهیم مذکور، نوبت به آن رسیده است که منظور خود را از «مدیریت سیاسی فضا» بیان کنیم. در اینجا، منظور از مدیریت، مدیریتی است که در ارتباط با فضای جغرافیایی باشد و بازیگران سیاسی، حکومت و عوامل و ارکان آن باشد و فضا، سطح کشور و محدوده‌ی کشور در نظر است، در نتیجه مدیریت سیاسی کشور، معنای مورد نظر می‌باشد. در مدیریت سیاسی کشور، دو وجه باید بررسی شود که همان وجه تقسیم‌بندی مدیریت سیاسی فضا است؛ اول «سازماندهی سیاسی فضا» و دوم «توزیع فضایی قدرت».

۳-۵-۱ سازماندهی سیاسی فضا

سازماندهی سیاسی فضا، تقسیم‌بندی یک پهنه‌ی سرزمینی بر اساس عوامل و محدوده‌های همگن اجتماعی، محیطی، اقتصادی، سیاسی و اداری به منظور اداره و مدیریت پهنه‌ی سرزمین و بهره برداری مطلوب و منطقی از منابع در راستای برقراری توسعه‌ی پایدار و به منظور ایفای نقش سیاسی می‌باشد (احمدی پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۹). سازماندهی سیاسی فضا سطوح محلی، ملی،

بین‌المللی و جهانی را شامل می‌شود، طی آن بخشی از سطح زمین که توسط مرز محدود شده است، برای ایفای نقش‌های سیاسی سازماندهی می‌شود. مهم‌ترین اهداف انجام این فرآیند، ارائه خدمات بهینه به شهروندان و سپس اداره افراد ساکن در محدوده مرزهای سرزمینی است. در سطح ملی سازماندهی سیاسی فضا، گستراندن سازمان اداری در بعد جغرافیایی و فضایی با تقسیم‌بندی فضای کشور است که به تقسیمات کشوری تعبیر می‌شود (احمدی‌پور و میرازی تبار، ۱۳۹۰) به بیان دیگر؛ سازماندهی سیاسی فضا عبارت است از فرایند تقسیم فضا یا همان محیط جغرافیایی و ایجاد تشکیلات خاص براساس ملاحظات سیاسی (قالیاف و پوینده، ۱۳۹۹: ۱۱۱).

۳-۵-۲ توزیع فضایی قدرت

در توضیح توزیع فضایی قدرت، این نکته یادآوری می‌شود که منظور از فضا کشور است و توزیع قدرت در محدوده مرزهای کشور مدنظر است. منظور از قدرت، قدرت سیاسی است که چگونگی توزیع آن مهم است. قدرت سیاسی یعنی؛ «هرگاه قلمرو اعمال قدرت از پهنه‌ی خصوصی و محدود فراتر رود و کل یک گروه یا همه جامعه سیاسی (کشور-ملت) را هدف قرار دهد و اعمال فشار و زور یا احتمال به کار بردن گونه‌ای از فشار و اجبار باشد به آن قدرت سیاسی می‌گویند که ویژه‌ی دولت است. (قالیاف و پورموسی و امید آوج، ۱۳۹۰)» پس توزیع فضایی قدرت عبارت است از پخش قدرت متمرکز سیاسی در پهنه‌ی سرزمین و برخوردار کردن نهادها و سازمان‌های مردمی و دولت محلی از اقتدار تصمیم‌گیری و اجرا در امور مربوط به نحوی که متضمن امنیت و وحدت ملی و توسعه پایدار همه جانبه و پویا در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی باشد (پیشگاهی فرد و همکاران، ۱۳۹۲). بنابراین توزیع فضایی قدرت بیانگر نحوه‌ی سازماندهی قدرت در اندام‌های فضایی به منظور ایفای نقش‌های سیاسی است (حافظنیا و قالیاف، ۱۳۸۰).

۴- روش تحقیق

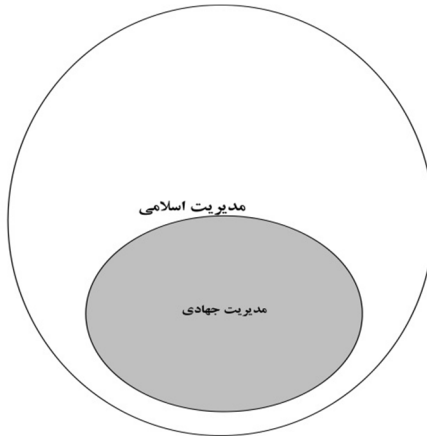
روی آورد پژوهش میان‌رشته‌ای می‌باشد و در ابتدا با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی به بررسی چارچوب مدیریت جهادی و ارتباط آن با مدیریت اسلامی و مبحث نهاد پرداخته می‌شود. با استفاده از نظریه‌ی منتخب مدیریت جهادی، حلقه‌ی وصل آن با مدیریت سیاسی فضا بررسی و با

تحلیل آن، اثر مدیریت جهادی در مسیر توسعه و اکاوی می‌شود. در ادامه با بهره‌گیری از روش تحقیق تاریخی با دو نمونه مهم تاریخی، تحقق یا عدم تحقق توسعه از منظر مسیر اصلی تحقیق، واکاوی می‌شود. با استدلال از موضوعات عیان تاریخی، کاربرد مدیریت جهادی در توسعه‌ی کشورها مشخص خواهد شد. در این راستا منابع مورد استفاده از نوع کتابخانه‌ای خواهد بود. روش تحقیق تاریخی یکی از راهبردهای تحقیق است که نسبت به دیگر روش‌های تحقیق به خصوص در قلمرو تحقیقات مدیریتی کمتر مورد استفاده بوده و جای استفاده از این روش برای تحقیقات مدیریت در کشور تقریباً خالی است (محمدی نسب، ۱۳۸۹). پژوهش تاریخی بازسازی سیستماتیک و عینی گذشته است که از طریق گردآوری، ارزیابی، تعیین صحت و سقم و ترکیب حوادث به منظور اثبات وقایع و تحصیل نتیجه‌ای قابل دفاع صورت می‌گیرد و غالباً بر فرضیه‌ای معین مبتنی است (محمدی نسب، ۱۳۸۹ به نقل از ایزاک و ویلیام، ۱۳۷۴).

۵- چارچوب بندی مدیریت جهادی

مدیریت جهادی صرفاً به معنای اجرای فرآیند مدیریت با تمام توان و تلاش جهادی نیست. مفهوم دقیق «مدیریت جهادی» تنها از جمع بین دو مفهوم «مدیریت» و «جهاد» نتیجه نمی‌شود بلکه به عنوان یک نظریه و مفهوم مستقل قابل طرح و تبیین است. مدیریت جهادی یکی از جلوه‌های بارز مدیریت اسلامی است. به بیان دیگر مدیریت اسلامی یک فضا و مکتب تفکری بزرگتری است که می‌توان از دل این مکتب فکری و عملیاتی، شکل‌ها و رویکردهای مختلف مدیریتی بیرون بیاید. یکی از آن رویکردها مدیریت جهادی است. پس به این بیان مدیریت جهادی اصول، مبانی و ریشه‌های خود را از مدیریت اسلامی می‌گیرد (گودرزی، ۱۳۹۵: ۲۴۰). ارتباط مدیریت جهادی با مدیریت اسلامی، حالت عموم و خصوص مطلق است. در این معنا تمامی گزاره‌های نظری و عملی مدیریت جهادی لزوماً یکی از انواع مدیریت اسلامی است (اصلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۲).

شکل شماره (۱) - مدل مفهومی ارتباط مدیریت جهادی با مدیریت اسلامی

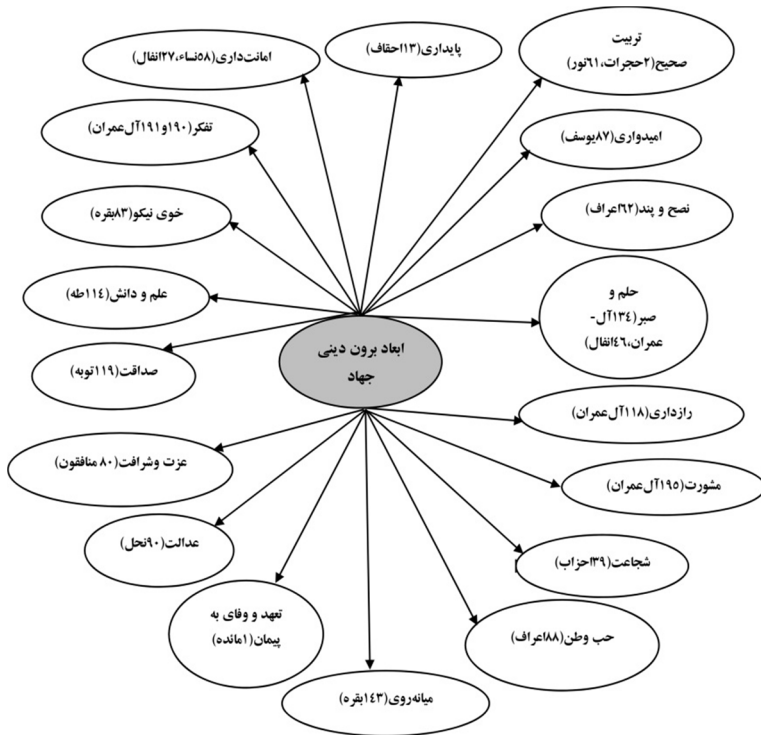


مدیر هر سازمانی امروزه یک مسئله مهم پیش روی خود دارد و آن سرعت شتابان توسعه و تحولات است و از طرف دیگر مدیر جامعه اسلامی باید مسیر مدیریت خود را به گونه‌ای ریل گذاری کند که پیشرفت و توسعه به همراه ارزش‌های اسلامی ایجاد شود، «لذا مدیریت اسلامی اجرای همان وظایف مدیریت در چارچوب اصول علمی به همراه رعایت ارزش‌های اسلامی است. به همین دلیل در این نگاه نمی‌توان مدیریت علمی را با مدیریت ارزشی در تقابل دانست به این دلیل که اگر ارزش را به معنای عام آن در نظر بگیریم مدیریت در هر نظامی، مستلزم رعایت ارزش‌های آن نظام است. (چیت‌سازیان و جوانعلی آذر، ۱۳۹۴: ۲۰۶)» یک نوع رویکرد به تعریف مدیریت اسلامی، نگاه تأسیسی و بلند مدت به آن است که با توجه به فاصله‌ای که از تولد علم مدیریت رایج دارد، نیاز به تجربه و پختگی بیشتری است.^۱ رویکرد دوم، تعریف مدیریت اسلامی بر مبنای دانش مدیریت است که چهار رکن علم مدیریت را در قالب ارزشها و معارف اسلامی باز تعریف می‌کند که این نظر، مورد پذیرش است. (چیت‌سازیان و

۱- برای مطالعه بیشتر مراجعه کنید: کارگروه بنیادین مدیریت اسلامی، (۱۳۹۵)، نقشه جامع مدیریت اسلامی (نجما)، قم: دانشگاه قم، چاپ اول.

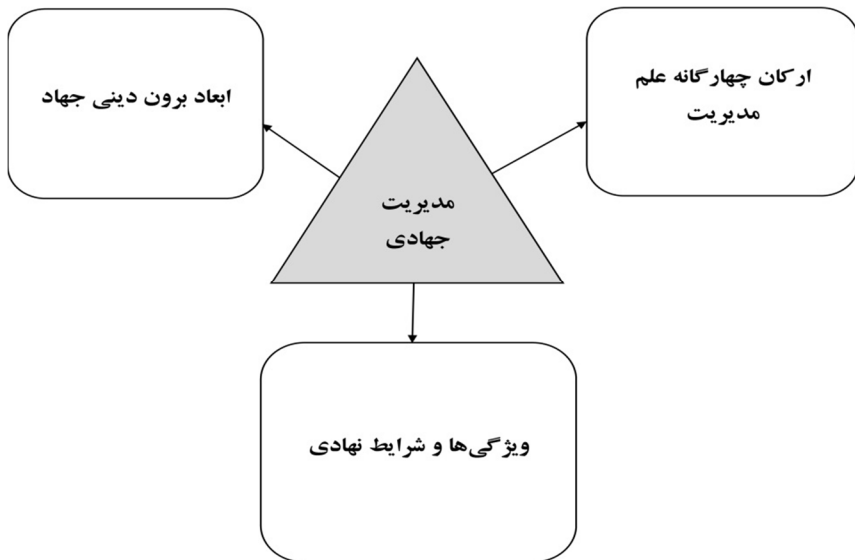
جوانعلی آذر، ۱۳۹۴: ۲۰۶) با توجه به این نگاه در خصوص مدیریت اسلامی، مدیریت جهادی سعی در پیاده‌سازی چارچوب مدیریت در قالب مفهوم والا و گسترده جهاد در میان تمام ارزشهای اسلامی دارد. دستورات و معارف اسلام فقط مباحث درون‌دینی نیست، برای غیرمسلمانان نیز راه‌گشاست. جهاد دارای ابعاد گسترده‌ایست که برای همه مدیران کاربرد دارد؛ یعنی مدیران غیرمسلمان در جوامع غیر اسلامی هم اگر از آن استفاده کنند در مدیریت خود موفق خواهند شد. در اینکه بسیاری از ارزش‌های اسلامی در معنای جهاد نهفته است، به این دلیل است که جهاد ابتدایی، مقابله و مجاهده با خواهش‌های درونی و تمایلات شخصی است که به جهاد اکبر تعبیر می‌شود. برای اجرای هر چه بهتر چهار رکن مدیریت، مدیر هر سازمانی، باید در این سمات کوشش کند. ابعاد جهاد، گزاره‌های قرآنی فراوان دارد اما مسائلی برون دینی است که به هر سیستمی برای تفوق و توسعه‌ی سازمانی آن از سوی مدیریت آن کمک شایان خواهد کرد. (ر.ک: بسبیج، ۱۳۸۶؛ احدی‌شعار و همکاران، ۱۳۹۳)

شکل شماره (۲) - ابعاد برون دینی جهاد



بنابراین یکی از رویکردهای مدیریت اسلامی، مدیریت جهادی است. این رویکرد، برای هر کشوری که بخواهد آن را مدل مدیریتی خود قرار دهد، قابل استفاده است اما لازم است که آن را بومی‌سازی کند؛ «به بیان بهتر مدیریت جهادی‌ای که من اجرا می‌کنم با مدیریت جهادی‌ای که کشور الف اجرا می‌کند، با آن که برای ب مهم است یا مناسب است، متفاوت می‌باشد (گودرزی، ۱۳۹۵: ۲۴۱)». به همین دلیل توجه به ارزش‌ها و محیط عملکرد نهادی در پیاده‌سازی مدیریت جهادی در هر کشوری مهم است. لذا مدیریت جهادی از سه ضلع تشکیل شده است: «اول؛ اصول علمی مدیریت، دوم؛ ویژگی‌ها و مبانی مأخوذ از «جهاد»، سوم؛ توجه به ویژگی‌ها و شرایط نهادی». (گودرزی، ۱۳۹۵: ۲۴۶-۲۴۱) مدیریت جهادی با عنایت به نهادهای هر کشور می‌تواند به فعلیت برسد و از این طریق راهکار توسعه را ارائه می‌دهد. مدیریت جهادی، اصول علمی مدیریت را با ویژگی‌های جهادی در عرصه‌ی اصلاح و بازسازی نهادها، پیاده می‌کند.

شکل شماره (۳) - ابعاد مدیریت جهادی



۵-۱ الگوی نهادمند مدیریت جهادی در توسعه کشورها

توسعه، پوییش نهادمند مرم گرا تعریف شد. پس برای توسعه کشورها، توجه به نهادهای کشور و مردمی کردن آنها، باید مورد توجه قرار گیرد. توسعه به لایه‌های مختلف اجتماع مربوط می‌شود.

امروزه در مباحث توسعه، جامعه شناسان و مردم شناسان در کنار صاحب نظران علوم توسعه قرار گرفته اند. (فورتادو، ۱۳۵۷: ۸۵) پس در این که توسعه، مردمی است و بدون دخالت مردم محقق نمی شود شکی نیست. از طرفی طبق تعریف نهاد، در وهله اول منظور از نهاد همان نهادهای جغرافیایی است. لذا توسعه، همان مردمی کردن نهادهای جغرافیایی کشور است. مدیریت جهادی، دانش مدیریت را با ویژگی های جهادی، در راستای اصلاح نهادهای جغرافیایی هر کشور، برای دستیابی به توسعه به کار می بندد.

شکل شماره (۴) - روند شکل گیری توسعه



از طرف دیگر، اساساً دولتها و حکومتها برای پایداری خود باید به امر توسعه اهتمام ورزند. زیرا «توسعه نیافتگی یکی از معضلات اجتماعی امروز است و زیربنایی ترین و کلان ترین مشکل هم محسوب می شود. (قالیباف، ۱۳۸۸: ۲۴۴) البته منظور، کشورهای توسعه نیافته یا کمتر توسعه یافته می باشد. اگر دولتها به اهداف توسعه ای دست نیابند، به مشکلات مشروعیت برمی خورند. «روند توسعه تأثیر مستقیم بر کارآمدی نظام حکومتی می گذارد. توسعه نشان دهنده کارآمدی است. اگر توسعه اتفاق نیفتد، مشروعیت حکومت به مخاطره می افتد. توسعه در حفظ ملل، پایدار ماندن شئون ملی، همبسته ماندن انسانها با حکومت و همچنین در ارج گذاری و معیار سنجی نظام حاکم، دارای اهمیت خاصی است. (صدریه، ۱۳۷۰: ۴۷)» بنابراین دولتها وقتی می توانند ثبات سیاسی داشته باشند که کارآمدی خود را به مردم ثابت کنند و این در صورتی اتفاق می افتد که توسعه ایجاد کنند. و اصلی ترین مسیر ایجاد توسعه، اصلاح نهادهای جغرافیایی و مردمی کردن این نهادها توسط دستگاه دولت و حاکمیت است. متوسلی جایگاه نهادها را در تحقق هدف توسعه توسط مدیران یک کشور اینگونه توضیح می دهد: «حتی اگر تصمیم گیرندگان اقتصادی- سیاسی یک کشور اهداف و اغراض شخصی را بر اهداف ملی اولی ندانند و به سازندگی و

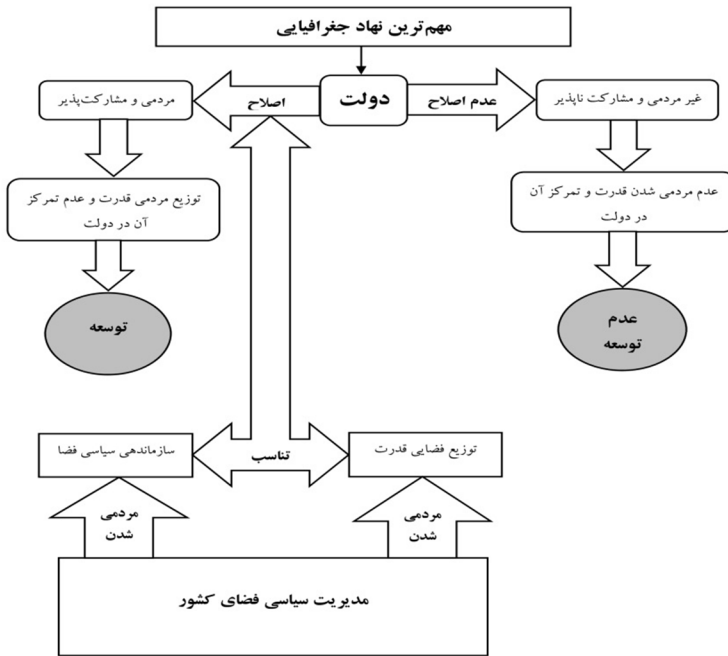
افزایش رفاه مردم تمایل و تعهد داشته باشند، لزوماً اصلاحات نهادی در کشور صورت نخواهد گرفت. مثلاً اگر مسئولان، در خصوص شناخت و درک عدم تعادل‌های نهادی اطلاعات و دانش لازم را نداشته و قادر به طراحی و اعمال نهادها و اتخاذ ترتیبات مناسب نباشند، انجام اصلاحات موفقیت آمیز نخواهد بود. (متوسلی، ۱۳۸۲: ۱۵۲) یعنی لاجرم برای نیل به توسعه، باید به اصلاح نهادها همت شود. این دقیقاً همان مسیری است که مدیریت جهادی برای توسعه کشورها بدان اهتمام دارد. اگر مدیران کشور، آگاهی و دانش کافی در خصوص ارکان مدیریت داشته باشند و متصف به اوصاف جهاد باشند اما در خصوص اشکالات نهادی فضای جغرافیایی کشور، آگه نباشند لذا توسعه حاصل نخواهد شد.

۱-۱- اصلاح نهاد اصلی توسعه و مردمی کردن دولت

دولتها برای ثبات خود باید نهادهای جغرافیایی را مردمی کنند تا توسعه در دسترس قرار گیرد، لذا باید سراغ مهمترین و بزرگترین نهاد جغرافیایی رفته تا بقیه نهادها که ذیل این نهاد قرار می‌گیرند، در امتداد اصلاح نهاد اصلی، به خودی خود اصلاح شوند. «در میان نهادهای مهم توسعه، نهادهای سیاسی و اداری جامعه یا همان نظام حکمرانی، تعیین می‌کند یک کشور ظرفیت تحقق اهداف توسعه را دارد یا دچار تنگناهای نهادی است. (قالیاف، ۱۳۹۶: ۳۲)» تجربه توسعه در کشورهایی که طی نیم قرن گذشته توانسته‌اند از کشورهای کمتر توسعه یافته به کشورهای توسعه یافته و تولیدکننده تکنولوژی‌های پیشرفته تبدیل شوند نشان می‌دهد اصلاح نظام اداری پیش نیاز اساسی توسعه است. (قالیاف، ۱۳۹۶: ۲۵) یکی از مبانی توسعه در هر جامعه‌ای، نظام اداری و مدیریت آن است. بدیهی است که نظام اداری مطلوب و کارآمد، می‌تواند تسهیل‌کننده و زمینه‌ساز تحقق هدفهای برنامه توسعه قرار گیرد. چرا که نظام اداری هر کشوری، سیستم تنظیم‌کننده کلیه فعالیتها برای نیل به هدفهای از پیش تعیین شده است. (میرمحمدی و حسن پور، ۱۳۹۰) دولت بزرگترین نهاد جغرافیایی یک کشور است چون محدود به محیطی خاص نمی‌شود و تمام محدوده‌ی سرزمینی کشور را در برمی‌گیرد، لذا باید ابتدا خود دولت اصلاح شود؛ یعنی این نهاد، مردمی شود. «الگوی دگرگونی اداری، سیاسی و اجتماعی متضمن تعمیق نهادهای دموکراتیک جامعه در راه توسعه مشارکت مردم در امور سیاسی و اداری می‌باشد. (قوام، ۱۳۶۸)» اعمال حاکمیت ملی یا تثبیت اراده عموم معمولاً از دو طریق صورت می‌پذیرد؛ یکی از طریق دربرگیری لایه‌های اجتماعی کشور، و دیگری از راه دربرگیری

بخش های جغرافیایی آن. (حیدری، ۱۳۸۴) این بدان معناست که تمام بخش های جغرافیایی و تمام مردم از هر لایه و طبقه اجتماعی، باید در حاکمیت ملی و اعمال قدرت دولت نقش داشته باشند. ایفای نقش مردم در اعمال قدرت و زور مشروع دولت در تمام فضای جغرافیایی کشور، یعنی ساماندهی جدید مدیریت سیاسی فضا باید انجام شود؛ به بیان دیگر نهاد دولت برای مردمی شدن لاجرم سازماندهی سیاسی فضا باید مردمی، و قدرت در تمام اندامهای فضایی آن با مشارکت مردم اعمال شود.

شکل شماره (۵) - الگوی مردمی کردن نهاد دولت در راستای هدف توسعه



جلب مشارکت مردمی، نهادهای مدنی و مشارکت آنها و نهایتاً واگذاری طیف گسترده‌ای از اختیارات به مردم و شهروندان با هدف کاستن از بار وظایف و هزینه‌های دولت از جمله مقتضیات ارتقای کیفیت عملکرد نظام حکمرانی کشور است. آنچه که «مردمی یا اجتماعی کردن قدرت سیاسی» نامیده می‌شود. (قالیباف، ۱۳۹۶: ۸۰) عدم مردمی کردن قدرت سیاسی در تعداد قابل توجهی از کشورها، آنها را به کشورهای توسعه نیافته یا کمتر توسعه یافته مبدل کرده

و اهداف توسعه‌ای در اینگونه کشورها را در دوردستها قرار داده است. «ساختار و شکل کنونی توزیع فضایی قدرت سیاسی با توجه به برنامه‌ریزی و توزیع قدرت از بالا به پایین، سبب تکوین ناکارآمدی در مدیریت اینگونه کشورها شده است. چرا که در اثر حضور بیش از حد و اثرگذاری زیاد نهادها و کنش‌گران دولتی و نقش ضعیف و کم‌رنگ نهادها و کنش‌گران مردم پایه و نیز دخالت نهادهای دولتی در اداره‌ی امور نهادهای مردمی، عملاً مشارکت مردمی که وجه بارز حکمروایی خوب است به شدت نادیده گرفته شده است. (پیشگاهی فرد و همکاران، ۱۳۹۲)»

برای اصلاح توزیع فضایی قدرت یا همان مردمی کردن قدرت سیاسی، الگوی مدنظر، سپردن امور محلی به مردم و انجام امور حاکمیتی توسط مرکز دولت یا به اصطلاح بهتر، دولت مرکزی می‌باشد. «امور حاکمیتی، اموری هستند که با سطح جغرافیایی ملی یا به عبارتی محیط جغرافیایی کشور سر و کار دارند. همان طور که از نام این امور پیداست این امور در ارتباط مستقیم با دولت یا حکومت می‌باشند. در واقع وظایف اصلی مربوط به حاکمیت می‌باشند. امور محلی، اموری هستند که با سطح جغرافیایی محلی یا به عبارتی نقاط پیوسته جمعیتی در قالب روستاها و شهرها و محلات شهری سر و کار دارند. این امور که از آنها تحت عنوان امور مربوط به تصدیگری نیز یاد می‌شود از جنس امور خدماتی-رفاهی محسوب می‌شود که در زمره وظایف اصلی حکومت‌ها محسوب نمی‌شوند. مشغولیت حکومتها ودولتها به این امور باعث افزایش حجم آنها و در نهایت ناکارآمدی شان می‌شود. (قالیاف و پوینده، ۱۳۹۹:ص ۹۶)»

طبق تعریف «سازماندهی سیاسی فضا»، در هر کشوری طبق ملاحظات سیاسی، بخش‌های محلی و فروملی وجود دارد که به تقسیمات کشوری معروف است. منظور از تفکیک امور محلی از امور حاکمیتی این است که به هر بخش از تقسیمات کشوری، اداره امور همان منطقه به مردمی که در همان قسمت زندگی می‌کنند سپرده شود. تا این گونه، قدرت دولت، با سامانی مناسب توزیع شود. بدین منظور باید در توزیع فضایی قدرت، دقت کافی صورت گیرد تا متناسب با تقسیمات کشوری باشد. از طرفی برای اینکه مردم پایبند به سازماندهی منطقه خود باشند، می‌بایست در انجام تقسیمات کشوری تعلقات و احساس مکانی^۱ مردم در نظر گرفته شود. به

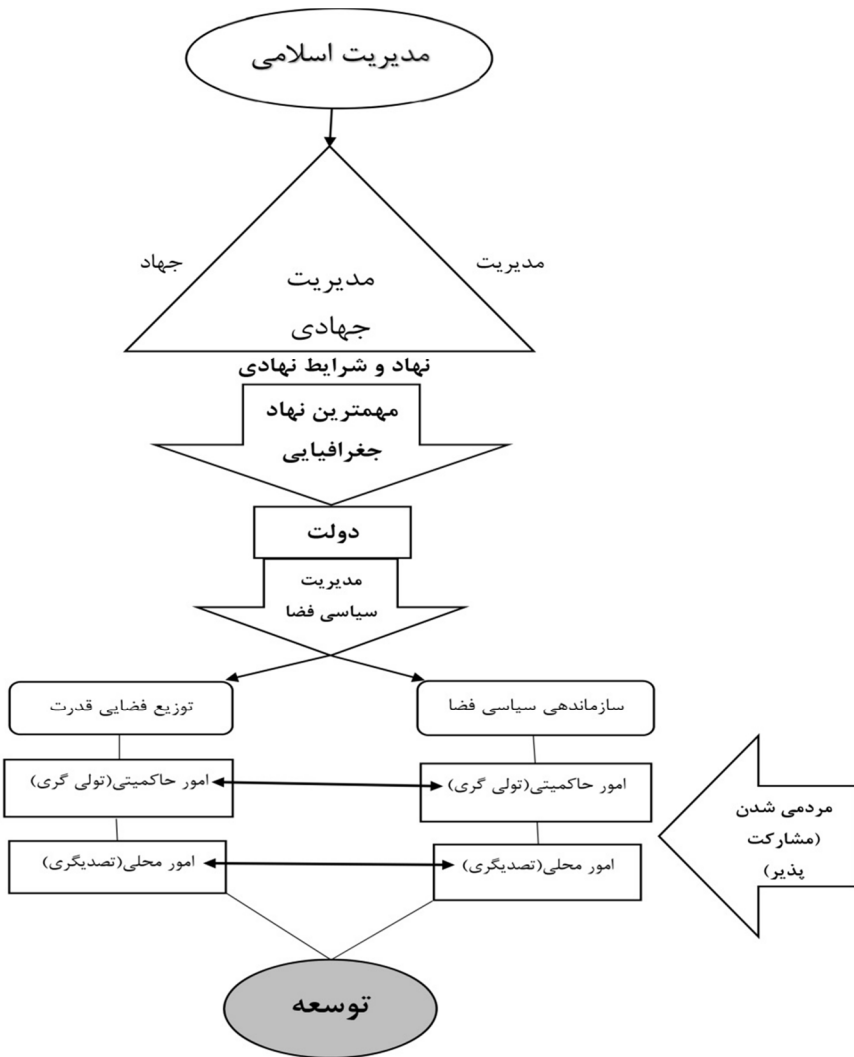
۱- حس مکانی را می‌توان حس منحصر به فرد حاصل از تعاملات انسانها با محیطهای جغرافیایی در نظر گرفت خواه محیط

همین دلیل در الگوی ارائه شده، این نکته به خوبی به چشم می‌خورد که هر دو قسم از مدیریت سیاسی کشور، باید مردمی و متناسب با هم باشد.

۶- الگوی نهایی توسعه محور مدیریت جهادی حاصل از تحلیل راهکار تحقیق

مدیریت جهادی با دارا بودن ابعاد برون‌دینی مفاهیم و ارزشهای اسلامی و با تکیه به دانش مدیریت، تلاش بیشینه‌ی خود را در اصلاح نهادهای مهم توسعه‌در قدم اول نهادهای جغرافیایی - مبذول می‌دارد. در این میان با اصلاح اصلی‌ترین و مهمترین و البته بزرگترین نهاد توسعه که تمام فضای جغرافیایی کشور را در برمی‌گیرد یعنی دولت، مؤده‌دهنده‌ی توسعه می‌باشد. اساساً دولتها برای حفظ خود باید مدیریت جهادی را پیاده‌سازی کنند تا توسعه‌ی مطلوب محقق شود و خود پایدار بمانند. مدیریت جهادی با توان خود، تفکیک امور حاکمیتی از امور محلی را در راستای اصلاح مدیریت سیاسی کشور انجام می‌دهد و بخشی بزرگ از قدرت دولتها را میان مردمانشان تقسیم می‌کند. وقتی قدرت دولت، مردم محور شد، توسعه که امری مردم‌گراست محقق می‌شود.

شکل شماره (۶) - نقش مدیریت جهادی در توسعه مبتنی بر اصلاح نهاد دولت



۷- مطالعه دو پدیده تاریخی و بررسی تأثیر مردمی شدن قدرت دولتها در توسعه دو نمونه تاریخی، یکی نمونه موفق دولةالنبي(ص) در صدر اسلام و دیگری نمونه ناموفق دولت مدرن در ایران -چه قبل از انقلاب اسلامی و چه بعد از انقلاب اسلامی- نشان دهندهی تاثیر تفکیک امورحاکمیتی از امور محلی و توزیع صحیح قدرت در قالب اصلاح مدیریت سیاسی

فضا در راستای نیل به توسعه است. تحقیقات متعدد در موضوعات مدیریت پیامبر(ص) و دولت مدرن در ایران انجام شده، اما در اینجا فقط از نگاه تفکیک امور حاکمیتی از امور محلی در میزان تحقق توسعه نگریسته می‌شود. مسئله مهم در این واکاوی تاریخی، ظهور و عدم ظهور اداره‌ی جهادی جامعه است، که در *دوله‌النبی(ص)* منجر به توسعه شد. دلیل انتخاب دو نمونه با فاصله‌ی زمانی بسیار، شباهت توپوگرافیکی این دو و نیز ارائه تاثیر ابعاد برون دینی جهاد در مدیریت کارآمد است که مصداق *اتم* و اکمل آن رسول الله(ص) می‌باشد. این دو پدیده تاریخی با هم و به موازات همدیگر کاوش خواهد شد تا نتیجه‌ی مطلوب سریعتر حاصل شود.

حکومت پیامبر(ص) علی‌رغم نوپا بودن، نمونه کاملی از یک الگوی اولیه و مطلوب مدیریت سیاسی فضا به شمار می‌آید. مدیریت فضای رسول خدا(ص) توانست همه نیروی‌های واگرا در سازمان قبیله‌ای را که در یک فضای آشفته سیاسی متکی بر فرهنگی جاهلی و بدون قانون قرار داشت را مدیریت کرده و با تقسیم کار و جهت دهی اجتماعی آنها را به همگرایی و تعامل و صلح و دوستی با فرهنگ غنی مملو از ارزشهای دینی منجر و روبرو کرده و یک جامعه متحد و منسجم بنام امت را شکل دهد. حدود سیاسی قلمرو حاکمیت اسلامی با مدیریت مدبرانه رسول خدا و کارگزاران اصلح به رسمیت شناخته شد و اداره آن به نحوی صورت گرفت که به سرعت شهری با سازه تمدنی به نام *مدینه‌النبی* متمایز از یثرب تاسیس شد. (حافظنیا و همکاران، ۱۳۹۶) طبق آیات قرآن، شخص پیامبر(ص) تبیان قرآن و روشنگر تعالیم آن است. (نحل: ۸۹، حشر: ۷، نساء: ۱۰۴؛ طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱: ۱۱) لذا مصداق *اتم* و اکمل ابعاد برون دینی جهاد که در قرآن آمده و الگوی بی‌نظیر جهاد نفسانی شخص رسول الله(ص) می‌باشد که با اولویت قرار دادن مردم در دولتشان و سپردن امور به ایشان با ایجاد نظام اداری کارآمد و توسعه‌گر، بهترین مدیریت جهادی را بروز دادند.

حضرت رسول(ص) از ابتدا مردم را در حکومت دخیل و امور را تا حد امکان به خود مردم واگذار کرده و از وسعت بی دلیل دولت اسلامی در صدر اسلام جلوگیری کردند. پایه‌ها و چارچوب تشکیل دولت اسلامی در یثرب، همان است که امروزه برای مشارکت‌پذیری و توسعه محور بودن دولت از آن الگو گرفته‌ایم.

در خصوص یثرب باید گفت که کاملاً فضای متفاوتی با مکه داشت و این امر از نظر پیامبر(ص) دور نبود. رسول اکرم(ص) داهیه‌ای و با هوشمندی تمام، مقدمات هجرت به آنجا را ترتیب داد.

در مورد شهر یثرب فیرحی می‌نویسد: «در دوره‌ی جاهلی ساکنان یثرب به دو گروه اصلی تقسیم می‌شدند که عبارت بودن از یهود و عرب.» (فیرحی، ۱۳۸۵: ۱۹۰-۱۸۹) به گفته‌ی النجّار یهودیان ۵۹ قلعه که اصطلاحاً «أطم» نامیده می‌شد و عرب‌ها ۱۳ اطم داشتند. که با درایت مردی از خزرج به نام مالک بن عجلان پس از مدتی که قدرت در دست یهودیان بود، قدرت آنان را از هم پاشید و عربهای یثرب نیرو گرفتند و به تعداد ۱۲۷ اطم به گسترش یافتند. (النجار، ۱۹۵۶: ۳۲۷-۳۲۵) اما اعراب مدینه، به رغم موفقیت‌هایی که در یثرب داشتند، هرگز قادر به تأسیس یک نوع دولت مرکزی نشدند. در نتیجه از فروپاشی حکومت یهود به بعد ساختاری از زندگی مدنی و سیاسی شکل گرفت و تداوم پیدا کرد که بر «استقلال هر قبیله و عشیره» استوار بود. به هنگام هجرت پیامبر (ص) به یثرب، نه تنها اعراب بلکه قبایل یهودی نیز از نظر سیاسی از یکدیگر جدا بودند. یثرب بر خلاف مکه، شهری متمرکز و متراکم نبود. (فیرحی، ۱۳۸۵: ۱۹۱-۱۹۰) مردم یثرب به علت دوری محله‌ها از هم و وسعت شهر، و نیز اشتغال مردم قبایل به زراعت، ارتباط سیاسی عمیقی با هم نداشتند. همچنین به علت عدم وجود دولت مرکزی هنگامی که اختلافی بین دو یا چند قبیله رخ می‌داد تا مدت‌ها با هم درگیر نزاع و جنگ می‌شدند. (احمدالعلی، ۱۳۸۱: ۱۷۰۴۰) مکه جنگ‌گریز ولی مدینه جنگ‌طلب و غیرمتحد بود. پس زمانی که پیامبر (ص) اراده فرمود به یثرب هجرت کند و دولت اسلامی را بنا نهد با توجه به شرایط یثرب اقدامات اولیه را انجام داد.

تعداد ۱۲۷ اطم نه به معنای وجود ۱۲۷ قبیله در یثرب است بلکه هر قبیله و عشیره تعدادی اطم داشتند. «در آن هنگام هر عشیره، به تنهایی عهده‌دار کارهای خویش بود و هر یک از عشایر دارای یک یا چند اطم بودند که به هنگام جنگ به آن پناه می‌بردند.» (احمدالعلی، ۱۳۸۱: ۱۶۵) اطم‌ها، قلعه و بناهایی بلند و مستحکم بودند که مفهومی جغرافیایی است و فضای هندسی یثرب را به تصویر می‌کشد. همانطور که ذکر شد یثرب دارای محله‌های جدا از هم بود. محله‌ها بخشی از زمین برای هر قبیله بودند و زراعت و مسکن قبایل در آن قرار داشت به همراه یک یا چند اطم که به ضرورت و برای امنیت ساخته شده بودند. محله‌ها از هم دور بودند و در یثرب حکومت مرکزی هم وجود نداشت لذا قبایل به جهت سیاسی بسیار از هم دور بودند. (فیرحی، ۱۳۸۵: ۱۹۱) چشم‌انداز توپوگرافیک ایران بر خلاف نمای کلی یکپارچه آن در چارچوب کلان فلات ایران از لحاظ ویژگی‌های طبیعی و جغرافیایی گسسته است. (قالیاف، ۱۳۹۶: ۲۲۶) و به تناسب

جغرافیای طبیعی پراکنده، اقوام متعدد با آداب و رسوم گوناگون در ایران زندگی می‌کنند. (ر.ک: پورموسی و همکاران، ۱۳۸۷) این شرایط در ایران بی‌شبهت به یثرب قبل از هجرت نیست. حضرت رسول (ص) در مدینه با آن همه تشقت، حکومتی را تشکیل می‌دهد که قدرت مرکزی آن حفظ شده و در عین حال با مشارکت مردم، اسلام را تا آنجا گسترش می‌دهد که علاوه بر جزیره‌العرب، تا دوردست‌ها یعنی ایران و روم از پیام اسلام با خبر می‌شوند و اهداف بزرگی در آن زمان محقق می‌شود. لذا برای دستیابی به اهداف توسعه در ایران باید چارچوب دولت به سمت اجتماعی کردن قدرت سیاسی تغییر مسیردهد و این اتفاقی است که از آغاز دولت مدرن در ایران نیفتاد و مسیر توسعه برای ایران ناهموار شد. با اینکه دوره معاصر دوران پیشرفت تکنولوژی و ارتباطات است و با قرن‌ها قبل و اوایل ظهور اسلام تفاوت دارد اما با وجود این، با یک تناسب ساده می‌توان توسعه‌ی چشمگیر دوله‌النبی (ص) را به واسطه‌ی مردمی کردن قدرت دولت و توزیع صحیح آن مشاهده کرد و در مقابل عدم توسعه ایران را به علت تمرکز قدرت در دولت مرکزی و عدم اجتماعی کردن آن، به عیان نگریست. پیش از طرح اقدامات پیامبر (ص) به سازماندهی ناصواب فضای ایران و قدرت نامتوازن آن از آغاز دولت مدرن پرداخته می‌شود و الگوی جایگزین برای تفکیک امور محلی و حاکمیتی از هم ارائه می‌شود. پس از انقلاب مشروطه و تغییرات اساسی در حکومت قاجار، اولین قانون تقسیمات کشوری به نام «قانون تشکیل ایلات و ولایات و دستورالعمل حکام» در سال ۱۲۸۶ به تصویب رسید. به موجب این قانون هر ایالت به چند ولایت حاکم‌نشین و هر ولایت به چند بلوک تفکیک گردید. با انقراض قاجاریه و استقرار حکومت پهلوی سیاست کلی دولت تغییر کرد. رضاشاه تحت عنوان سیاستهای مدرنیستی و توسعه اقتصادی، سیاست یکپارچه‌سازی و برخورد شدید با نیروهای سیاسی محلی را در پیش گرفت و نظام سیاسی شدیداً متمرکز را بر کشور حاکم کرد. در طرز تفکر جدید هویت‌های محلی اعتبار خود را از دست می‌دادند. در این روش حتی نام استانهای تازه تاسیس را نیز دولت معین می‌کرد. تا اینکه در سال ۱۳۵۷ کشور به ۲۴ استان تقسیم شد. (احمدی‌پور و منصوریان، ۱۳۸۵)

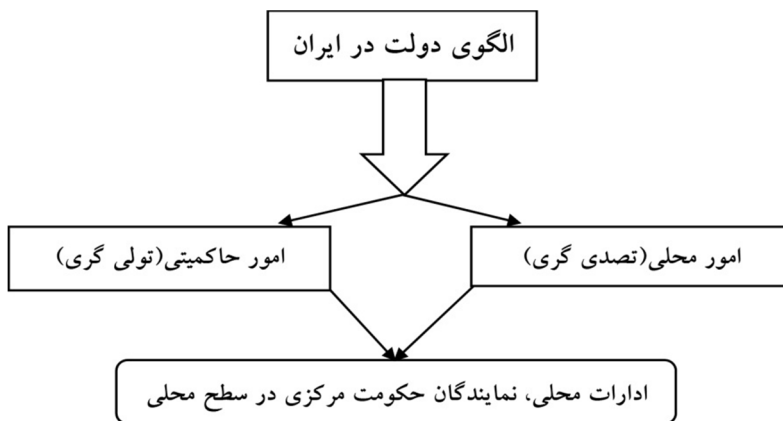
شکل شماره (۷) - اقدامات مشروطه در راستای توسعه



انقلاب مشروطه نتوانست به اهدافش برسد. به جای آرمان مشروطه نظامی مستبد و متمرکز برآمد، انحصار و تمرکز قدرت تجلی یافت. تمام ثمرات مشروطه قلع و قمع گردید. به فعالیت نهادهای مدنی و مشارکت مردمی، انجمنهای محلی و ایالتی و ولایتی خاتمه داده شد. (احمدی پور و منصوریان، ۱۳۸۵) با روی کار آمدن پهلوی، بساط توازن قدرت مردمی که میوه ی نارس مشروطه بود، برچیده شد. این ویژگی تا زمان کنونی ادامه یافته و می توان دولت ج.ا.ا را یک دولت متمرکز نامید. البته باید اذعان داشت که انقلاب اسلامی دولتی را به وجود آورد که ماهیتاً تفاوت زیادی با دولت قبلی (پهلوی) داشت اما در تمرکز قدرت مرکزی تغییر قابل ملاحظه ای پدید نیامد. «تجربه یک قرن مدیریت کشور ما علی رغم موفقیت‌های محدود، روند اصلی آن بیگانگی از مردم و عدم استفاده از قابلیت‌های مشارکت مردمی در اداره بهتر امور بوده است.» (قالیاف، ۱۳۹۶: ۲۲۰) و متأسفانه این الگوی نظام اداری دائماً در حال تولید و بازتولید است نه تنها نشان‌دهنده تداوم میراث تاریخی حکمرانی متمرکز در کشور ماست بلکه امروزه هم این الگوی تثبیت شده، انتخابات‌های کنونی و آتی ما را محدود می‌کند. (قالیاف، ۱۳۹۶: ۱۳۰) در الگوی فعلی، کلیه امور حاکمیتی و محلی توسط ادارات محلی و نمایندگان حکومت مرکزی در

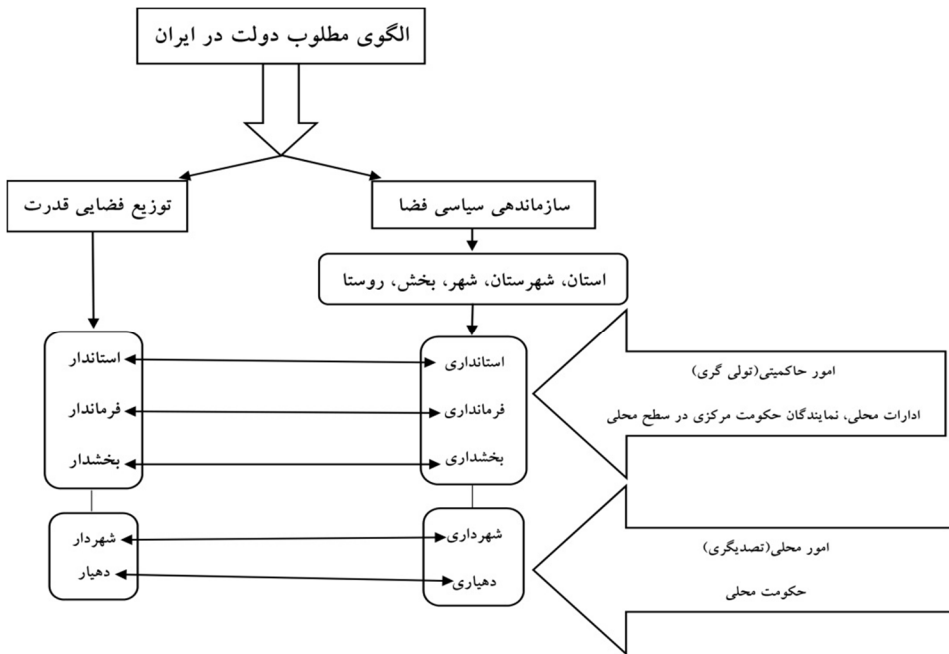
سطح محلی انجام می‌گیرد و مردم هر محل نقشی در اداره امور شهرها و روستاهای خود ندارند.

شکل شماره (۸) - الگوی فعلی توزیع قدرت دولت در ایران



در الگوی مطلوب برای ایران، عمده تغییرات در چارچوب توزیع فضایی قدرت اتفاق می‌افتد و متمرکز بر نقاط جمعیتی شهرها و روستاهاست. (قالیاف، ۱۳۹۶: ۲۳۶) به علت شباهتهای توپوگرافیکی ایران با یثرب می‌توان الگوی مشابهی برای مدیریت سیاسی فضا ارائه داد تا امور حاکمیتی از امور محلی به خوبی تفکیک شود؛ یعنی ثابت ماندن سازماندهی سیاسی فضا و تغییر در توزیع فضایی قدرت. یعنی با تفکیک امور محلی (تصدی گری) از امور حاکمیتی (تولی گری) به صورت نظام‌مند، مدیریت محلی و ملی بتوانند در چارچوب یک تقسیم کار مطلوب، در کنار هم، هر یک به وظایف خود عمل کنند.

شکل شماره (۹) - الگوی مطلوب دولت و توزیع صحیح قدرت در ایران



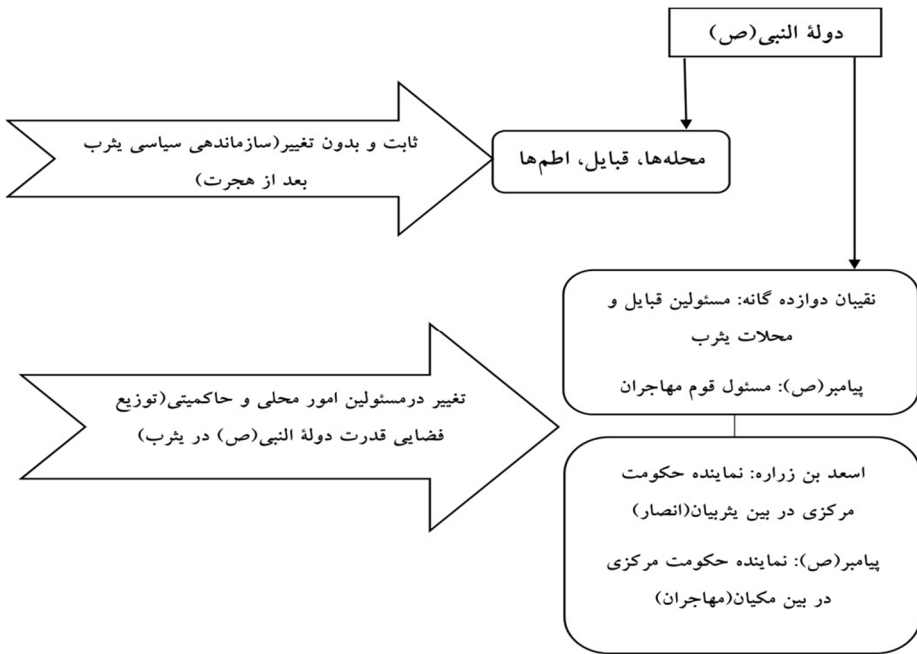
در آستانه‌ی سال سیزدهم بعثت در پی پیمان عقبه‌ی اول که یک سال جلوتر از پیمان عقبه‌ی دوم، میان رسول‌الله(ص) و دوازده تن از اعراب یثرب که مسلمان شده بودند، منعقد شد، پیمانی میان حضرت(ص) و بیش از هفتاد تن از یثربیان که به اسلام روی آورده بودند، تحت عنوان پیمان عقبه‌ی دوم برقرار گشت. عقبه نام گردنه‌ای است نزدیک منی که در ایام حج محل ملاقات پیامبر(ص) با سایر مردم بوده و از این طریق حضرتش به اسلام، دعوت می‌کرد. (سبحانی، ۱۳۸۸: ۱۸۳) این پیمان یک پیمان عادی نبوده و شامل مسائل مربوط به تشکیل یک دولت بود. (فیرحی، ۱۳۸۵: ۱۹۳) این پیمان جایگاه و پایگاه تازه‌ای را برای رسول خدا(ص) به وجود آورد که بستر آن مجموعه‌ای از افراد قبایل متعدد ولی جدا از هم بودند که فاقد قدرت مرکزی و نظم سیاسی فراگیر بودند؛ رهبر و رئیسی هم نداشتند که پراکندگی آنان را از میان برداشته و کارها را منظم سازد. (احمدالعلی، ۱۳۸۱: ۶۱)

پایه‌گذاری دوله‌النبی به شکلی بود که تمرکز شدید قدرت در آن مشاهده نمی‌شود و از همان

ابتدا امور محلی از امور حاکمیتی تفکیک شد. توضیحات راجع به نقیبان ما را به نتیجه‌ی مورد نظر می‌رساند. فیرحی می‌نویسد: «نخستین اقدام سیاسی - فرهنگی پیامبر(ص) پس از پیمان عقبه‌ی دوم، تعیین نقیبان دوازده‌گانه از مسلمانان یثرب به منظور گسترش اسلام در این منطقه بود. گزارش‌های تاریخی نکته‌ی بسیار ظریفی را در اقدام پیامبر(ص) ثبت کرده‌اند. پیامبر(ص) بی‌آنکه خود کسی را تعیین کند، از یثربیان حاضر در عقبه خواست تا دوازده نماینده را به عنوان سرپرست قوم خود معرفی نمایند.» (فیرحی، ۱۳۸۵: ۱۹۵) حضرت(ص) فرمود: «دوازده نقیب برگزینید که به کار قوم خویش پردازند.» و دوازده نقیب برگزیده شد، نه تن از خزرج و سه تن از اوس. ابن اسحاق گوید آن گاه پیامبر خدا(ص) به نقیبان گفت: «بر کار قوم خویش هستید و مانند حواریون عیسی بن مریم، سرپرست آنها باشید و من نیز سرپرست قوم خویشم.» (طبری، ۱۳۷۵: ج ۳، ۹۵۳) گزارشات تاریخی اشاره بر این نکته دارد که نقیبان در طول حیات سیاسی پیامبر(ص) و مدینه‌النبی حضور مؤثر و فعال داشتند. (فیرحی، ۱۳۸۵: ۱۹۷) این اقدام پیامبر(ص) حاوی نکات مهمی است؛ **اول: پیامبر(ص)** با در نظر گرفتن تفاوت شرایط جغرافیایی یثرب با زادگاهش تصمیمات لازمه را اتخاذ می‌فرمود. **دوم: هر** چقدر وسعت و تعدد اقوام در یک سرزمین بیش‌تر باشد تحقق یک دولت مرکزی مطلوب در آن سرزمین دشوارتر خواهد بود لذا تمرکز قدرت مانعی در این مسیر می‌باشد. یثرب با این ویژگی موجبات اجتماعی کردن قدرت دولت را از همان نطفه در برنامه‌ی رسالی رسول اعظم(ص) قرار داد. لذا در کشوری به وسعت ایران و تعدد اقوام گوناگون باید قالب مدیریت سیاسی فضا اصلاح و مردمی شود تا اهداف توسعه محقق شود. **سوم: مهاجران** در طول سیزده سال رسالت نبی اکرم(ص) به تعدادی رسیده بودند که حضرتش بتواند دوازده نفرشان را به عنوان نقیبان در مدینه برگزیند به ویژه آن که عموم صحابی کبار و سابقون در اسلام خواهی در جمع مهاجران بودند، اما هرگز این کار را نکرد. مشارکت مردم هر منطقه و هر قسمت از تقسیمات جغرافیایی و واگذاری نقش به ایشان در امور دولتی باید لحاظ شود. مشارکتی که از همان ابتدای ورود به مدینه در برنامه پیامبر(ص) به چشم می‌خورد. **چهارم: ظرافت** مدیریت پیامبر(ص) اینجا مشخص می‌شود که انتخاب نقیبان را به خود اهالی یثرب واگذار کرد و به انتخاب ایشان احترام و در تمام طول دوران مدیریت جامعه‌ی اسلامی آن روز از ایشان به عنوان فعالان امر دولت استفاده می‌فرمود. لذا با الگوگیری از مدل دولت نبوی به عنوان نمونه‌ای موفق، لزوم تغییرات مثبت در توزیع فضایی قدرت در ایران احساس می‌شود.

انطباق الگوی مطلوب دولت در ایران با دولة‌النبي(ص) در این امر است که با هجرت و ورود پیامبر(ص) به یثرب، قبایل و محله‌ها و اطم‌ها بر سر جای خود باقی ماندند و نقیبان به انتخاب خود قبایل، امور محلات را بر عهده گرفتند. یعنی تفویض اختیار برای انجام امور محلی به خود افراد قبیله به مسئولیت نقیب منتخب از جانب پیامبر(ص) صورت گرفت. و با توجه به فرموده‌ی نبی مکرم(ص)، خود حضرت مسئول امور گروه مهاجران شدند، چرا که به هر حال شخصی هم باید به امور خدماتی مهاجران در یثرب رسیدگی می‌کرد و این کار را خودشان عهده‌دار شدند. شاید یکی از دلایل این باشد که پیامبر(ص) علاوه بر وظیفه پیغمبری و ایمان مسلمانان مهاجر به ایشان، از قبل از اسلام هم در بین اهل مکه چه موحد و چه غیرموحد به عنوان فرد امین و مورد اطمینان شناخته شده بودند و همه ایشان را قبول داشتند. به گفته محمد حمیدالله، پیامبر(ص) از بین نقیبان اسعد بن زراره را مهتر نقیبان برگزید.(حمیدالله، ۱۳۷۴: ۹۲) اسعد در حقیقت نماینده دولت پیامبر(ص) در بین اهالی یثرب بود. خود حضرت نیز به عنوان مسئول حکومت اسلامی، در راستای اهداف کلان نظام اسلامی آن روز، مسئول مهاجران نیز بودند. یعنی رسول اکرم(ص) جدا از ریاست دولت اسلامی آن روز، هم نماینده دولت و هم مسئول اداره امور محلی مهاجران بودند. البته اینکه فقط در بین اهالی یثرب فقط یک نماینده دولت وجود داشت و خود پیامبر(ص) همه امور محلی و حاکمیتی مهاجران را برعهده داشتند، دلیل واضحی دارد و آن هم جمعیت محدود یثرب در ۱۴۰۰ سال پیش است که همین تعداد نماینده برای اداره شهر کافی بود. این تفکیک مسئولین امور محلی و حاکمیتی، طبق روایت نبی مکرم(ص) و مستندات تاریخی، مثل پیمان‌نامه‌های تشکیل حکومت از جمله عقبه ثانی کاملاً مشهود است.

شکل شماره (۱۰)۔ تفکیک امور حاکمیتی از امور محلی در دولة النبی (ص)



وقتی اسلام فراتر از یثرب گسترش یافت و به مکه و سایر بلاد آن زمان رسید به هر کدام از مناطق، حضرت (ص) نمایندگان خود را گسیل می‌فرمود. این نمایندگان مسئول نشر و انتقال چارچوب اصلی حکومت یعنی تعالیم و قوانین اسلام و قرآن بودند و هرگز به صورت گروهی برای به اختیار گرفتن تمام امور محلی و حاکمیتی مناطق و شهرهای مختلف فرستاده نمی‌شدند. این نمایندگان به انجام امور حاکمیتی برای قدرت مرکزی در مناطق خود می‌پرداختند. برای نمونه ابو عبیده جراح برای یمن، عمرو بن حزم انصاری برای نجران و عتّاب بن اسید برای مکه به عنوان نماینده حکومت تعیین شدند. نهایت اگر جایی نیاز بیشتری داشت رسول الله (ص) دو نفر را ماموریت می‌دادند. مانند معاذ بن جبل که همراه عتّاب در مکه باقی ماند. (ر.ک: زامیاری، ۱۳۹۷: ۸۸) چرا که هر شهر دارای قبایل متعددی بوده و اگر قرار بود برای اداره تک تک قبایل، پیامبر (ص) مسئولی را تعیین کند، خیلی بیش از یک یا دو نفر باید مشخص می‌فرمود.

۸- نتیجه گیری

جهان‌شمولی اسلام باعث شده که هر چیزی که به طور حقیقی رنگ اسلامی داشته باشد، محدود به مکان و زمان خاصی نباشد. انقلاب در ایران که اسلامی می‌باشد پس گذشت چهار دهه از پیروزی آن، همچنان استواری خود را حفظ کرده و کهنه نشده است. از وظایفی که بر دوش ماست این است که درس‌های اسلامی انقلاب را به گونه‌ای تنظیم کنیم که قابلیت صدور داشته باشد. یکی از ثمرات مهم انقلاب اسلامی، مدیریت جهادی است. مدیریت جهادی الگویی برتر برای تحقق توسعه است که فقط منحصر به ایران نمی‌باشد. مدیریت جهادی به اصلاح نهادهای یک کشور که مهم‌ترین آن دولت می‌باشد، می‌پردازد.

مدیریت جهادی برآمده از دل مدیریت اسلامی، با توان جهادی و با تکیه به علم مدیریت در راستای اصلاح مهم‌ترین نهاد جغرافیای هر کشور یعنی دولت آن، با مردمی کردن قدرت دولت و توازن صحیح آن در کلیه اندامها و فضاها جغرافیایی می‌تواند توسعه را ایجاد کند. چون توسعه امری مردمی و نهادمند است لذا چارچوب مدیریت جهادی در قالب اصلاحات نهادی، توان بازسازی نهاد دولت و مدیریت سیاسی فضا را دارد. با کاوش دو پدیده تاریخی این نتیجه حاصل شد که رسول‌الله(ص) برترین الگوی مدیریت جهادی، قرن‌ها قبل یک نظام اداری و دولت مردم‌گرا را تأسیس و آثار توسعه آن را به خوبی نمایاند. مدیریت پیامبر(ص) با تلاش مجاهدانه، در تفکیک امور محلی از امور حاکمیتی به منظور مردمی شدن قدرت دولت از همان ابتدا اقدام کرد. اما ایران از آغاز دولت مدرن تا کنون با وجود شباهتی که از نظر سازماندهی سیاسی فضا با دوله‌النبی(ص) داشت اما نتوانست از آن الگو بگیرد و نوع مدیریت پیامبر(ص) و اجتماعی کردن قدرت دولت را پیاده‌سازی کند و توسعه را به ارمغان آورد. هر کشور توسعه نیافته یا کمتر توسعه یافته اگر از علم مدیریت بهره گیرد و ابعاد برون دینی جهاد را در مدیران دولتی خود پیرواند و کارایی و ویژگی‌های نهادی خود را بشناسد، لذا می‌تواند اصلاح مدیریت سیاسی کشورش را در جهت توزیع متوازن قدرت در میان تمام بخشهای جغرافیایی‌اش به منظور دستیابی به هدف توسعه صورت دهد. نقش مردم در توسعه انکار ناشدنی است و از طرفی دولتها برای پایداری و ماندگاری خود باید توسعه را ایجاد کنند در غیر این صورت دوامی نخواهند داشت پس ناگزیر هستند توسعه را از مسیر اصلی‌اش یعنی بدنه جامعه و مردمانشان محقق کنند. مدیریت جهادی نیروی کافی برای اصلاح مدیریت سیاسی کشورها دارد چرا که جهاد، بحثی گسترده و فرادینی

است و به همه کشورهای دور از توسعه و پیشرفت، کمک خواهد کرد.

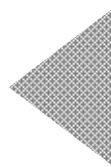
منابع

- قرآن کریم
- آذرنوش، آذرتاش، (۱۳۹۱)، **فرهنگ معاصر عربی - فارسی**، تهران: نشر نی، چاپ چهاردهم.
- احدی شعار، سیدمجید و همکاران، (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه معنویت در محیط کار از دیدگاه میلیمن و درگیر شدن در کار»، **مدیریت فرهنگ سازمانی**، شماره ۱، صص ۶۱-۴۱.
- احمدالعلی، صالح، (۱۳۸۱)، **دولت رسول خدا (ص)**، ترجمه هادی انصاری، قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- احمدیان، علی اکبر، (۱۳۹۳)، «مدلسازی مدیریت جهادی با بهره‌گیری از بیانات مقام معظم رهبری»، **سیاست دفاعی**، شماره ۸۷، صص ۱۷۰-۱۳۷.
- احمدی پور، زهرا؛ منصوریان، علیرضا، (۱۳۸۵)، «تقسیمات کشوری و بی‌ثباتی سیاسی در ایران»، **ژئوپلیتیک**، شماره ۳، صص ۸۹-۶۲.
- احمدی پور، زهرا؛ قبری، قاسم؛ کرمی، قاسم، (۱۳۹۰)، **سازماندهی سیاسی فضا**، تهران: سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ اول.
- احمدی پور، زهرا؛ میرزایی تبار، میثم، (۱۳۹۰)، «نقش احساس مکانی در سازماندهی سیاسی فضا»، **آمایش محیط**، شماره ۱۲، صص ۶۲-۴۷.
- اسکندری، عباس، (۱۳۹۵)، **مصاحبه‌های تخصصی مدیریت جهادی**، تهران: مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران، چاپ اول.
- اصلی، پور، حسین و همکاران، (۱۳۹۵)، **درآمدی بر نظریه مدیریت جهادی**، تهران: مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران، چاپ اول.
- ایروانی، محمدجواد، (۱۳۷۷)، **نهادگرایی و جهاد سازندگی**، تهران: وزارت جهادسازندگی، چاپ اول.
- بسیج، احمد رضا، (۱۳۸۶)، «مراتب و مراحل جهاد اکبر»، **رشد آموزش معارف اسلامی**، شماره ۶۵، صص ۳۷-۲۸.
- بشیریه، حسین، (۱۳۷۱)، **نظریه‌های دولت**، تهران: نشر نی.
- پورموسی، سیدموسی و همکاران، (۱۳۸۷)، «سازماندهی سیاسی فضا و نواحی فرهنگی و کارکردی در ایران»، **ژئوپلیتیک**، شماره ۱۳، صص ۱۰۱-۷۵.
- پیشگاهی فرد، زهرا و همکاران، (۱۳۹۲)، «آسیب شناسی توزیع فضایی قدرت سیاسی در کلان-شهر»، **جغرافیا**، شماره ۳۸، صص ۱۱۲-۹۳.
- جاسمی، محمد؛ جاسمی، بهرام، (۱۳۵۸)، **فرهنگ علوم سیاسی**، بی‌جا، گوتنبرگ، چاپ اول.

- جوادی آملی، عبدالله، **فایل های صوتی تفسیر تسنیم**، www.esra.ir.
- چیت‌سازیان، علیرضا؛ جوانعلی آذر، مرتضی، (۱۳۹۴)، «نقطه‌های آغاز در مدیریت اسلامی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ اول.
- حافظ‌نیا، محمدرضا؛ قالیباف، محمداقرا، (۱۳۸۰)، «راهبرد توزیع فضایی قدرت سیاسی در ایران از طریق توسعه نهادهای محلی»، **تحقیقات جغرافیایی**، شماره ۶۱، صص ۶۱-۳۹.
- حافظ‌نیا، محمدرضا و همکاران، (۱۳۹۶)، «الگوی مدیریت سیاسی فضا در عهد پیامبر(ص)»، **پژوهش‌های جغرافیایی سیاسی**، شماره ۴، صص ۲۰-۱.
- حسنی نیک، محمدعلی؛ مختاریان‌پور، مجید، (۱۳۹۷)، «عقلانیت مدیریت جهادی»، **مدیریت اسلامی**، شماره ۴، صص ۱۰۶-۷۹.
- حمیدالله، محمد، (۱۳۷۴)، **نامه‌ها و پیمان‌های سیاسی حضرت محمد(ص) و اسناد صدر اسلام**، ترجمه سید محمد حسینی، تهران: سروش.
- حیدری، غلامحسین، (۱۳۸۴)، «تبیین الگوهای مدیریت سیاسی فضا»، **ژئوپلیتیک**، شماره ۹۶-۷۷.
- حیدری تفرشی، غلامحسین، (۱۳۹۳)، «مدیریت جهادی»، **تحقیقات مدیریت آموزشی**، شماره ۲۰، صص ۴۶-۱۳.
- دهخدا، علی‌اکبر، (۱۳۷۳)، **لغت‌نامه دهخدا**، تهران: دانشگاه تهران، چاپ اول دوره جدید.
- دینی، علی، (۱۳۷۰)، **تفاوت کیفی مفهوم "رشد" و "توسعه"**، تهران: توسعه، چاپ اول.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، (۱۴۱۲ق)، **مفردات الفاظ القرآن**، بیروت: دارالقلم، الطبعة الاولى.
- رامیار، محمود، (۱۳۹۷)، **تاریخ قرآن**، تهران: جهاددانشگاهی، بی‌جا.
- رضاییان، علی، (۱۳۹۳)، **مبانی سازمان و مدیریت**، تهران: سمت، چاپ هفدهم.
- سبحانی، جعفر، (۱۳۸۸)، **فرازهایی از تاریخ پیامبر اسلام**، تهران: مشعر، چاپ بیست و پنجم.
- سلطانی، محمدرضا، (۱۳۹۳)، «مدیریت جهادی چالشها و الزامات»، **مدیریت اسلامی**، شماره ۸، صص ۴۰-۹.
- صدویه، عبدالرحمن، (۱۳۷۰)، **رشد اقتصادی یک الزام است**، تهران: توسعه، چاپ اول.
- طباطبایی، سیدمحمدحسین، (۱۴۱۷ق)، **المیزان فی تفسیر القرآن**، قم: دفتر انتشارات اسلامی، چاپ پنجم.
- طبری، محمدبن جریر، (۱۳۷۵)، **تاریخ طبری**، ترجمه ابوالقاسم پاینده، تهران: اساطیر.
- عبدی، بهنام؛ طاهری‌هشی، علی، (۱۳۹۴)، «مفهوم پردازی مدیریت جهادی در پرتو قرآن کریم»، **مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی**، شماره ۱۲۴، صص ۱۳۹-۱۱۹.
- عنبری، موسی، (۱۳۹۰)، **جامعه‌شناسی توسعه از اقتصاد تا فرهنگ**، تهران: سمت، چاپ اول.
- فورتادو، سلسو، (۱۳۵۷)، **توسعه و توسعه‌نیافتگی**، ترجمه گیتی اعتماد، تهران: دانشگاه ملی ایران.
- فیرحی، داود، (۱۳۸۵)، «دولت-شهر پیامبر(ص)»، **حقوق**، ش ۷۳، صص ۲۳۶-۱۸۳.

- قالیباف، محمدباقر، (۱۳۹۶)، **تمرکزگرایی و تمرکززدایی در ایران به سوی طراحی الگوی نیمه متمرکز**، تهران: دانشگاه تهران، چاپ اول.
- قالیباف، محمدباقر، (۱۳۸۸)، **ایران و دولت توسعه‌گرا**، تهران: وزارت امور خارجه، چاپ اول.
- قالیباف، محمدباقر؛ پوینده، محمدهادی، (۱۳۹۹)، **مروزی بر مفاهیم جغرافیای انسانی**، تهران: انجمن ژئوپلیتیک ایران، چاپ اول.
- قالیباف، محمدباقر؛ پوینده، محمدهادی؛ قره‌بیگی، مصیب، (۱۳۹۵)، «پردازش ساخت مفهومی نظری و معناشناختی State و عناصر آن»، **پژوهش‌های جغرافیای سیاسی**، شماره ۲، صص ۷۹-۱۰۷.
- قالیباف، محمدباقر؛ پورموسی، سیدموسی؛ امید آوج، مریم، (۱۳۹۰)، «درآمدهای نفتی و توزیع فضایی قدرت سیاسی در ایران»، **ژئوپلیتیک**، شماره ۲، صص ۷۰-۳۷.
- قلی‌پور، آرین، (۱۳۸۴)، **نهادهای سازمانها (اکولوژی نهادی سازمانها)**، تهران: سمت، چاپ اول.
- قوام، عبدالعلی، (۱۳۶۸)، «فرآیند مردمی کردن نظام اداری»، **فرآیند مدیریت و توسعه**، شماره ۶، صص ۹-۱.
- گودرزی، غلامرضا، (۱۳۹۵)، **مصاحبه‌های تخصصی مدیریت جهادی**، تهران: مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران، چاپ اول.
- متوسلی، محمود، (۱۳۸۲)، **توسعه اقتصادی**، تهران: سمت، چاپ اول.
- محمدی‌نسب، مهدی، (۱۳۹۰)، «کاربرد روش تحقیق تاریخی در مطالعه مدیریت»، **روش‌شناسی علوم انسانی**، شماره ۶۶، صص ۱۴۰-۱۱۷.
- معین، محمد، (۱۳۷۱)، **فرهنگ فارسی**، تهران: امیرکبیر، چاپ هشتم.
- منطقی، محسن، (۱۳۹۵)، «گامی در مدیریت جهادی»، **اسلام و پژوهش‌های مدیریتی**، شماره ۱۳، صص ۳۷-۲۳.
- میرمحمدی، سیدمحمد؛ حسنپور، علی‌اکبر، (۱۳۹۰)، «نظام اداری ایران؛ تحلیلی بر مشکلات و چالشها»، **چشم‌انداز مدیریت دولتی**، شماره ۸، صص ۲۲-۹.
- النجار، محمدبن محمود، (۱۹۵۶)، **الدرة الثمينة فی تاریخ المدینة**، قاهره: دارالارقم.
- نوروزی، فریبا؛ یارقلی، علیرضا، (۱۳۹۶)، «نگاهی به چالشهای پیش‌روی فرهنگ و مدیریت جهادی و الزامات آن در ایران»، **مطالعات راهبردی علوم انسانی و اسلامی**، شماره ۷، صص ۱۸۶-۱۵۷.
- نوری، روح‌الله، (۱۳۹۵)، «مدیران جهادی، اشتراکات و افتراقات با برنامه‌ریزی رایج»، **مدیریت در اسلام**، شماره ۲۹ و ۳۰، صص ۵۰-۲۹.

بررسی تحلیلی چالش‌های بازار میوه و تره‌بار و علل افزایش نامتعارف قیمت در طول زنجیره عرضه بازار میوه



مصطفی بنی‌اسدی^۱

(تاریخ دریافت ۹۹/۷/۲ - تاریخ تصویب ۹۹/۱۱/۳)

نوع مقاله: علمی ترویجی

چکیده

بازار محصولات کشاورزی در ایران همواره از ناکارآمدی، بزرگ بودن حاشیه بازار و سنتی بودن نظام بازاریابی رنج برده است. در این میان، بازار میوه یکی از بازارهای بی‌ثبات بوده که در برخی از سال‌ها دچار نوسان قیمت و یا گرانی بیش از حد میوه شده است. برای بررسی این موضوع در مطالعه حاضر، با استفاده از روش تئوری داده‌بنیاد، عوامل مؤثر بر نوسانات قیمت و بی‌ثباتی بازار محصولات کشاورزی به‌طور عام و بازار میوه به‌طور خاص، مورد بحث و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور، بازدید میدانی از سر مزرعه تا سطح خرده‌فروشی و بررسی تمام عوامل زنجیره عرضه انجام پذیرفت و ضمن ثبت مشاهدات میدانی، با کشاورزان، بار فروشان، خرده‌فروشان و واسطه‌ها مصاحبه انجام پذیرفت. همچنین کارشناسان تمامی نهادها و سازمان‌های متولی و یا درگیر در بازار میوه و تره‌بار مورد مصاحبه قرار گرفته و نظرات آنها جهت تحلیل دقیق‌تر مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد که عوامل اقلیمی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بر بازار محصولات کشاورزی اثرگذارند. همچنین عوامل مختلفی از جمله

۱- استادیار اقتصاد کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

سرمازدگی، افزایش نرخ ارز، تورم کلی اقتصاد، نظام سنتی توزیع، بزرگ بودن حاشیه بازار و وجود واسطه‌ها منجر به گرانی میوه در سال مورد بررسی شده است. در نهایت پیشنهادهای جهت اصلاح وضعیت فعلی و افزایش کارایی بازار ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: بازار میوه و تره‌بار، نوسانات قیمت، حاشیه بازار، واسطه‌های غیرضرور، تئوری داده‌بنیاد.

۱- مقدمه

بازار محصولات کشاورزی به دلیل تأثیرپذیری از عوامل مختلف، با سایر بازارها تفاوت دارد و از پیچیدگی خاصی برخوردار است. از جمله این عوامل، صرف نظر از عوامل اقتصادی می‌توان به عوامل اقلیمی و محیطی، اجتماعی و سیاسی اشاره کرد. قیمت محصولات کشاورزی و میوه نیز از عوامل مختلف و از جمله متغیرهای کلان اقتصادی تأثیر می‌پذیرد. بی‌ثباتی اقتصادی و نااطمینانی و نوسان در سطح متغیرهای کلان اقتصادی، بازار محصولات کشاورزی را نیز متلاطم می‌کند. بی‌ثباتی در ساختار یک اقتصاد کارایی تخصیص منابع را کاهش می‌دهد. همچنین نوسانات قیمت‌های نسبی در بخش کشاورزی و تورم (پیش‌بینی شده و پیش‌بینی نشده)، ریسک و عدم قطعیت را برای تولیدکننده و مصرف‌کننده افزایش می‌دهد. همچنین اطلاعات قیمتی گذشته راهنمای قابل اعتمادی برای تولیدکنندگان و تصمیم‌گیرندگان در تخصیص منابع برای فعالیتهای کارآ نمی‌باشند (سیلور و یوآنیدیس، ۲۰۰۱). عدم وجود ثبات در قیمتهای بخش کشاورزی، زمینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری را در این بخش فراهم نمی‌کند. به بیانی دیگر، نوسان قیمت‌های نسبی بخش کشاورزی عامل مهمی در کاهش سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و در نتیجه روان شدن سرمایه‌ها به دیگر بخشها است (لپ و اسمیت، ۱۹۹۲).

اقتصاددانان کشاورزی و سیاست‌گذاران، نوسانات نسبی قیمت‌های تولیدات کشاورزی را عامل اصلی ریسک قیمتی می‌دانند. ریسک قیمتی موجب کاهش رفاه تولیدکننده و مانعی در جهت پیشرفت و گسترش تکنولوژی می‌باشد. همچنین، نوسان قیمتی کاربرد تکنیک‌های برنامه‌ریزی را دشوار می‌سازد. از طرف دیگر افزایش قیمت و تغییرات ناگهانی قیمت میوه و

محصولات کشاورزی منجر به کاهش رفاه مصرف‌کننده نیز می‌شود. به همین دلیل تنظیم بازار این محصولات دارای اهمیت است.

تنظیم بازار طبق تعریف معمول عبارتست از برقراری تعادل بین عرضه و تقاضای هر محصول یا خدمت به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان برای جلوگیری از افزایش یا کاهش قیمت‌ها در بازار با استفاده از ابزارهای سیاست‌گذاری، که این موضوع مهم نیازمند مدیریت قاطع و برنامه‌ای جامع است. برای تنظیم بازار میوه به یک ساختار و نظام بازاریابی کارآمد نیاز است. متأسفانه نظام بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی در کشور، از نبود یک ساختار ناکارآمد رنج می‌برد. بازار میوه و تره‌بار نیز از این امر مستثنی نبوده و همواره اختلالات موجود این بازار را تحت تأثیر قرار داده است.

در مطالعه حاضر، ضمن بحث در خصوص چالش‌های موجود در بازار میوه و تره‌بار، به بررسی دلایل نوسانات و افزایش قیمت میوه در طول سال پرداخته و مسئله اصلی این تحقیق یعنی تفاوت قیمت نامتعارف از سر مزرعه تا مصرف‌کننده نهایی را مورد بررسی دقیق قرار خواهد گرفت. این تفاوت قیمت از سر مزرعه تا مصرف‌کننده به حدی است که هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده متضرر شده و سودهای غیرواقعی و کلان نصیب واسطه‌های غیرمفید در طول زنجیره عرضه می‌شود.

۲- بیان مسئله

میوه‌های تازه در سبد هزینه‌ای خانواده‌ها در ایران تنها در حدود ۴/۴ درصد از کل هزینه‌های یک خانوار را تشکیل می‌دهند و از نظر میزان تأمین کالری (نسبت به کالاهای اساسی کشاورزی) نیز از اهمیت چندانی برخوردار نیستند، اما از نظر تأمین ویتامین‌ها و مواد معدنی حائز اهمیت بسیار بالایی در سلامت تغذیه هستند. در ظاهر میوه‌ها و قیمت آنها در اقتصاد خانواده‌ها تأثیر معناداری ندارد (میرباقری و همکاران، ۱۳۹۴)، اما افزایش نامتعارف آن به‌ویژه برخی اقلام میوه و تره‌بار نظیر سیب زمینی و گوجه در سبد خانوار تأثیرگذار است. قیمت برخی اقلام میوه نیز با توجه به شدت تقاضا یا فصل تولید در مقاطعی از سال دچار نوسان و افزایش می‌شوند. به عنوان مثال در ایام پایانی سال مصرف میوه افزایش می‌یابد (خرید برای شب عید) و به تبع آن قیمت در یک مقطع زمانی بسیار کوتاه به شدت افزایش یافته و جو روانی نامناسبی را ایجاد

می‌کند و همین موضوع و اثر روانی ناشی از آن تورم انتظاری برای سال آینده را نیز به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد (میرباقری و همکاران، ۱۳۹۴). یا به دلایلی نظیر سرمزدگی تولید محصول کاهش یافته و کاهش عرضه در بازار سبب افزایش قیمت می‌شود و مصرف‌کننده باید درصد بیشتری از بودجه خود را پرداخت کند. برعکس این قضیه هم صادق است. هر ساله تغییرات تولید و قیمت در کشور منجر به پدیده منحنی‌های عرضه و تقاضای تارنکبوتی می‌شود و سبب افزایش و کاهش قیمت تناوبی در یک محصول خاص (مثلاً گوجه) می‌شود. در برخی مواقع قیمت گوجه به حدی کاهش می‌یابد که برای کشاورز، برداشت محصول صرفه اقتصادی ندارد. به هر حال، موارد فوق که در اثر عوامل طبیعی یا اقتصادی رخ می‌دهد را می‌توان با سیاست‌گذاری مناسب (نظیر سیاست‌های تجاری مناسب و واردات منطقی، صنایع تبدیلی و ...) کنترل نمود. اما بخشی از افزایش قیمت‌ها در بازار میوه و تره‌بار به دلیل ضعف و نارسایی بازار، سیستم ناکارآمد بازاریابی و زنجیره عرضه معیوب می‌باشد که هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده را متضرر می‌کند. با توجه به مطالب بیان شده مطالعه حاضر به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر است:

علل اصلی نوسانات قیمتی در بازار میوه و محصولات کشاورزی چیست؟

چه عواملی منجر به ناکارآمدی بازار میوه و تره‌بار شده است؟

چه عواملی در طول زنجیره عرضه بر نوسانات قیمتی محصولات کشاورزی اثر گذارند؟

در مطالعه حاضر، سعی شده به تفصیل به تمامی عوامل نوسان قیمت و گرانی میوه و تره‌بار و

همچنین نظام ناکارآمد بازار، سیستم معیوب توزیع و زنجیره عرضه پرداخته شود.

۳- روش تحقیق

در مطالعه حاضر نیز به منظور بررسی چالش‌های بازار میوه و تره‌بار و علل افزایش نامتعارف قیمت در طول زنجیره عرضه، از روش تحلیل کیفی استفاده شده است. برای این منظور با بهره‌گیری از روش «نظریه داده‌بنیاد»^۱ مبتنی بر استقراء^۲، چالش‌های بازار میوه و علل افزایش نامتعارف قیمت میوه استخراج شد. نظریه داده‌بنیاد، روشی است که نظریه‌ها، مفاهیم، فرضیه‌ها و

1 - Grounded theory

2 - Inductive

قضایا را طی یک فرایند منظم، به جای استنتاج از پیش فرض‌های قبلی، سایر پژوهش‌ها یا چارچوب‌های نظری موجود، به‌طور مستقیم از داده‌ها کشف می‌کند (پاول، ۱۹۹۹). در این رویکرد با استفاده از روش کدگذاری به تحلیل اطلاعات پرداخته خواهد شد. برای کدگذاری باز، از روش تحلیل اسنادی و در مرحله کدگذاری محوری برای دسته‌بندی عوامل و کشف روابط بین ابعاد و مؤلفه‌ها، از تست خبرگی استفاده شده است. روش نظریه داده‌بنیاد طی پنج مرحله انجام می‌شود؛ اولین گام در نظریه داده‌بنیاد تعیین «موضوع» مورد تحقیق است. هدف این پژوهش بکارگیری نظریه داده‌بنیاد در بررسی چالش‌های موجود در بازار میوه و تره‌بار ایران است. در این روش تحقیق، پژوهشگر با گردآوری نظام‌مند داده‌ها از مصاحبه، مشاهده، اسناد و مدارک و ... سعی می‌کند همه جوانب بالقوه مرتبط با موضوع را شناسایی کند. در نظریه داده‌بنیاد، کار گردآوری داده، تا زمانی ادامه می‌یابد که پژوهشگر اطمینان حاصل کند که ادامه گردآوری چیز تازه‌ای به دانسته‌های او نمی‌افزاید. بنابراین پژوهشگر ناگزیر است گردآوری را تا رسیدن به «نقطه اشباع» ادامه دهد. یکی از نشانه‌های نقطه اشباع، روبرو شدن با داده‌های تکراری است (سوسا و هیدریک، ۲۰۰۶). در مرحله دوم، براساس روش مرسوم در نظریه داده‌بنیاد، به هر یک از اجزاء، عنوان و برجسی داده می‌شود. این عنوان، که اصطلاحاً به آن «کد» گفته می‌شود، باید گویای محتوای داده باشد، به‌طوری که محقق و خواننده، با مشاهده این عنوان و تیترو، تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرند (میلز و هابمن، ۲۰۰۲).

وظیفه محقق در مرحله سوم، «دسته‌بندی و مقایسه» عناوین استخراج شده از داده‌ها است. این کار مستلزم صرف وقت و حوصله بسیار است، چرا که در ابتدا ارتباط بین آن‌ها، چندان آشکار نیست، در واقع محقق خود را، با انبوهی از داده‌های خام روبرو می‌بیند که چندان به هم ربطی ندارند اما به زودی پیوندهای نامرئی هویدا خواهد شد و زیبایی روش نظریه داده‌بنیاد در این مرحله نهفته است (منصوریان، ۱۳۸۶؛ بنی‌اسدی و پالوج، ۱۳۹۹). مرحله چهارم عبارتست از کدگذاری انتخابی. به عقیده استراوس و کورین، کدگذاری انتخابی عبارت است از انتخاب سیستماتیک مؤلفه‌های اصلی و ارتباط دادن آن‌ها با سایر مؤلفه‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پرکردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند (استراوس و کورین، ۱۹۹۰).

۱۹۹۸). تجزیه و تحلیل پایانی به‌منظور تکوین نظریه، در مرحله پنجم، صورت می‌گیرد. در رمزگذاری گزینشی، به پالایش یافته‌های قبلی پرداخته می‌شود و با طی این فرآیند، در نهایت، چارچوبی نظری پدیدار می‌شود (چارمز و بریانت، ۲۰۰۸). پس از یک بازه زمانی قابل توجه و چالشی و در پی مشاوره با صاحب نظران و اجرای تکنیک «چند رأیی» در میان خبرگان، «مدل مفهومی» تدوین گردید.

برای اجرای این روش، نمونه به‌صورت هدفمند انتخاب شد و اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط با موضوع مورد مصاحبه قرار گرفتند. اشخاص حقیقی عبارتند از تعداد ۲ کشاورز، برخی غرفه‌داران در میادین میوه و تره‌بار، خرده‌فروشان سطح شهر و اشخاص منتخب از نهادهای حقوقی عبارتند از کارشناسان اتحادیه صنفی حق‌العمل‌کاری میوه و تره‌بار تهران، اتحادیه میوه و سبزی فروشان (خرده‌فروشی)، دفتر برنامه‌ریزی، تأمین، توزیع، تنظیم بازار و ذخایر راهبردی وزارت جهاد کشاورزی، سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران و اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان محصولات کشاورزی. در این روش، به دلیل ماهیت کیفی آن، تعداد مصاحبه شونده اهمیت ندارد و تاجایی ادامه می‌یابد که احساس شود با ادامه کار، مطلب جدیدی بدست نخواهد آمد. در مجموع، به منظور دستیابی به اشباع نظری ۱۲ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند. ابزار تحقیق در جمع‌آوری داده‌ها؛ مصاحبه با افراد، برگزاری جلسه مشترک، دستگاه ضبط صوت و نیز دفتر یادداشت‌برداری‌های محقق بود. به‌منظور درک عمیق واقعیت‌ها^۱ و انجام مباحثات چالشی، مصاحبه‌ها هم به صورت انفرادی و هم به صورت گروهی و ژرف‌نگرانه انجام شد. مدت زمان مصاحبه گروهی (جلسه) بیش از سه ساعت به طول انجامید.

به‌طور کلی، تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر آنها از طریق کدگذاری در سه مرحله انجام شد. این مراحل به ترتیب عبارتند از؛ استخراج کدهای باز، دسته‌بندی کدهای باز از نظر قرابت نظری و مفهومی در قالب طبقات محوری و سپس تشکیل ماتریس طبقات کلان انتخابی با استفاده از استنباط روابط درونی طبقات محوری.

۴- نتایج و بحث

در روش نظریه داده‌بنیاد ابتدا کدهای باز از طریق مصاحبه با کارشناسان و صاحب‌نظران استخراج و دسته‌بندی گردید و سپس از طریق قرابت نظری، این جملات در غالب کدهای محوری دسته‌بندی شدند. در نهایت کدهای انتخابی با استفاده از مصاحبه اساتید و تجربه محقق تعیین گردید. سپس جهت ارائه تحلیل در خصوص عوامل موثر بر بازار و نواسانات قیمتی میوه و محصولات کشاورزی، این کدها مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفتند. در جدول ۱، کدهای انتخابی، محوری و باز ارائه شده است.

جدول (۱) - ماتریس کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی

کدهای انتخابی	کدهای محوری	کدهای باز
عوامل اقلیمی و محیطی	تولید یک موجود زنده و تأثیرپذیر از محیط اطراف	در تولید یک موجود زنده (محصولات کشاورزی)، عوامل بسیار زیادی تأثیر گذارند (از جمله اقلیم، ژنتیک، عوامل محیطی و ...) که بخشی از آن از کنترل کشاورز خارج است.
	وجود مخاطرات طبیعی مانند سیل، سرمازدگی، خشکسالی، آفات و بیماری‌ها و ...	مخاطرات طبیعی مانند سرمازدگی، سیل، تگرگ، خشکسالی و کم‌آبی، گرمادگی، طوفان و ... تولید در بخش کشاورزی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.
		ایران یکی از پرمخاطره‌ترین کشورها در تولید محصولات کشاورزی است.
		در سال ۱۳۹۷، سرمازدگی، ۱۱۰ هزار میلیارد ریال به باغداران کشور خسارت زده است و گستردگی آن، ۱۷ استان کشور را فرا گرفته است.
		کشت محصولات کشاورزی در فصل‌های خاصی از سال انجام می‌شود و امکان کشت همه محصولات در تمام سال وجود ندارد، قیمت می‌تواند متأثر از این موضوع باشد
عوامل اجتماعی و فرهنگی	افزایش تقاضا به دلیل مسائل فرهنگی مانند اعیاد و مناسبت‌ها	مناسبت‌های خاصی در سال که صرفاً ریشه فرهنگی و اجتماعی دارند سبب افزایش تقاضا برای میوه می‌شود.
		عید نوروز، ماه مبارک رمضان و ماه محرم، از جمله ایامی است که تقاضا برای محصولات کشاورزی افزایش می‌یابد.
	افزایش تقاضا ناشی از عدم اطمینان نسبت به آینده (مثلاً در زمان	عدم مدیریت صحیح بازار منجر به کاهش اعتماد عمومی به دولت‌ها شده که به نوعی از بین رفتن سرمایه اجتماعی است.
		عدم اعتماد به دولت هم‌زمان با عدم اطمینان نسبت به آینده که ناشی از

کدهای انتخابی	کدهای محوری	کدهای باز
	تحریم) و رفتارهای سودجویانه و سوداگرانه	اثرات روانی و یک پدیده اجتماعی است، در برخی مواقع اثرش از کمبود واقعی کالا هم بیشتر است.
		برخی موارد افراد سودجو و دارای سرمایه اقدام به احتکار کالا و اقلام ضروری مردم در شرایط خاص می‌کنند.
	الگوی نادرست مصرف میوه (سبک زندگی)	مصرف میوه در کشور ما در بین اقشار متوسط به بالا گاهی همراه با اصراف مورد استفاده قرار می‌گیرد.
		خرید میوه به صورت وزنی و در حجم بالا منجر به مصرف نادرست شده، بخشی از این میوه در اثر ماندگاری در منزل مواد غذایی و ویتامین خود را از دست داده و یا حتی بعضاً فاسد می‌شوند که سبب دورریز میوه می‌شود
عوامل سیاسی	تحریم‌های هسته‌ای و غیرهسته‌ای	وضع انواع تحریم‌ها از جمله تحریم‌های اقتصادی از سوی کشورهای معاند منجر به افزایش هزینه تولید شد و بر بازار میوه تاثیر گذاشت.
		با افزایش نرخ ارز ناشی از تحریم‌ها، تمامی کالاهای تولید داخل و از جمله محصولات کشاورزی و میوه، تمایل به صادرات دارند.
	کالاهای معمولی مثل نان و مرغ هم افرادی از کشور هماسیه وارد می‌شود و خریداری می‌کنند. نگرانی دیگر در خصوص کالاهایی است که با ارز دولتی وارد می‌شوند. این کالا با دلار ارزان وارد می‌شود که با قیمت ارزان به دست مصرف‌کننده برسد اما به مرز ارسال می‌شود و با قیمت ناچیز صادر می‌شود	
	اثرپذیری از اعتصاب‌ها و اعتراضات صنفی - سیاسی (مثلا اعتصاب کامیون‌داران)	در سال ۱۳۹۷ برای چند روز، اعتصاب کامیون‌داران، ارسال محصول به بازار را با اختلال مواجه کرد
	روابط سیاسی و اقتصادی با سایر کشورها	روابط سیاسی خوب و دوستانه با کشورهایی که شریک تجاری کشور هستند، به شکل‌گیری روابط تجاری مطمئن کمک می‌کند.
		اعمال تحریم‌های بین‌المللی بر علیه کشور از جمله عواملی است که کشورهای غیردوست را به واکنش سریع در بازنگری روابط سیاسی و تجاری ترغیب کرد.
عوامل	تأثیرپذیری از متغیرهای کلان	افزایش سطح عمومی قیمت‌ها، سبب افزایش قیمت نهاده‌های تولیدی و

کدهای انتخابی	کدهای محوری	کدهای باز
اقتصادی	اقتصادی (نرخ تورم، نرخ ارز، سیاست‌های مالی و پولی، تجاری و ...)	افزایش هزینه‌های بازاریابی (انبارداری، حمل و نقل و ...) می‌شود.
		افزایش سطح عمومی قیمت‌ها، سبب برهم خوردن رابطه مبادله تجاری بین بخش کشاورزی و سایر بخش‌ها می‌شود.
		تغییر نرخ ارز از طریق اثرگذاری بر تورم عمومی، سیاست‌های تجاری، مقدار حجمی تجارت، افزایش هزینه تولید و بازاریابی بر بازار محصولات کشاورزی اثرگذار است
		محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های تجاری (نظیر ممنوعیت صادرات گوجه) بر نوسانات قیمتی بازار داخلی میوه اثرگذار است.
		مطالعات مختلف نشان می‌دهند که حجم نقدینگی، نرخ بهره، سیاست‌های پولی، مالی و تجاری و همچنین بی‌ثباتی در سطح کلان اقتصادی بر نوسانات قیمتی و ناکارآمدی بازار میوه و محصولات کشاورزی اثرگذار هستند.
عدم وجود برنامه‌ریزی کلان برای تولید متناسب با تقاضا (نبود برآورد دقیق از میزان نیاز به محصول در کشور)	عدم برنامه‌ریزی در سطح کلان برای برقراری تعادل عرضه و تقاضا در بازار میوه و محصولات کشاورزی، منجر به شکل‌گیری پدیده تار عنکبوتی می‌شود.	یکی از راهکارهای حل مسئله پدیده تار عنکبوتی شکل‌گیری نظام اطلاعاتی جامع در بخش کشاورزی است تا نهاد متولی این بخش بتواند برای تولید مورد نیاز کشور برای هر محصول تصمیم‌گیری کند.
	بزرگ بودن حاشیه بازار و فاصله زیاد بین مصرف‌کننده و تولیدکننده یکی دیگر از معضلات نظام بازاریابی محصولات کشاورزی است. از دلایل اصلی این موضوع، خرده مالک بودن اکثریت کشاورزان کشور است.	عوامل بازار و بازاریابی (نظام ناکارآمد بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی)
		ناپایداری و عدم شفافیت قیمت، فصلی بودن تولیدات کشاورزی، نامناسب بودن سیستم اطلاع‌رسانی بازار، هزینه بالای تولید و ضایعات فراوان در طول مراحل مختلف تولید تا بازار، حضور دلالان و واسطه‌های فراوان، نوسانات فصلی و بعضاً شدید قیمت محصولات کشاورزی و ناپایداری آن، زیرساخت‌های نامناسب حمل و نقل، نگهداری و انبارداری محصولات کشاورزی
		وجود مسیرهای طولانی و ناکارآمد زنجیره عرضه همراه با واسطه‌های

کدهای انتخابی	کدهای محوری	کدهای باز
		فراوان و غیر مفید منجر به شکاف قیمتی مزرعه تا مصرف کننده می‌شود. استفاده از ظرفیت تعاونی‌ها برای حل این مشکل سیار مفید است.
		عرضه هر محصول از سر مزرعه تا دست مصرف کننده، بستگی به مدیریت زنجیره عرضه هر محصول دارد.
		حکمرانی خوب بر نظام بازاریابی همراه با مشارکت ذی‌نفعان منجر به بهبود کارایی زنجیره عرضه می‌شود.

مأخذ: یافته‌های تحقیق

افزایش قیمت ناگهانی میوه و محصولات کشاورزی در برهه‌های زمانی از سال، اتفاقی است که تقریباً هر سال با آن مواجه هستیم. این افزایش قیمت دلایل مختلفی دارد که در این بخش، با استفاده از تئوری داده‌بنیاد و نظر صاحب‌نظران مورد بررسی قرار گرفت. در برخی موارد قیمت سر مزرعه با قیمت خرده فروشی بسیار متفاوت است. این تفاوت و شکاف قیمتی باعث شده کشاورز سود مناسب خود را دریافت نکند و در عین حال قیمت بالا در خرده فروشی رفاه مصرف کننده را تحت تاثیر قرار داده است، که نشان از نقش واسطه‌ها در افزایش قیمت محصولات کشاورزی و بالاخص میوه دارد. البته شرایط هر محصول با محصول دیگر متفاوت است و افزایش قیمت آن می‌تواند ناشی از عوامل مختلف اقتصادی، اجتماعی و اقلیمی باشد.

نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که چهار دسته از عوامل اصلی نوسانات قیمت محصولات کشاورزی و ناکارآمدی بازار میوه و تره‌بار عبارتند از عوامل اقلیمی و محیطی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل سیاسی و عوامل اقتصادی، که در جدول ۱ در قالب کدهای انتخابی ارائه شده‌اند. در هر دسته از عوامل، علل اثرگذاری هر عامل در قالب کدهای محوری استخراج و ارائه شده است. این کدهای محوری، براساس مصاحبه و نظرات کارشناسان در قالب کدهای باز به دست آمده‌اند. به‌طور کلی قیمت محصولات کشاورزی و میوه در بازار تابعی از عرضه و تقاضای محصول است و عواملی که در جدول ۱ ارائه شده است عمدتاً در میزان عرضه و تقاضا اثرگذار بوده و یا در آن اختلال ایجاد می‌کنند. با توجه به کدهای انتخابی و کدهای محوری استخراج شده از مصاحبه با صاحب‌نظران، علل اصلی ناکارآمدی بازار میوه و تره‌بار مورد تحلیل قرار گرفت که در ادامه بحث خواهد شد.

۴-۱- عوامل محیطی و اقلیمی

عوامل محیطی و اقلیمی بر تولید و به تبع بر عرضه این محصولات به بازار اثرگذار است. اثرگذاری بر عرضه نیز منجر به تغییرات قیمت این محصولات شده و بازار را متلاطم می‌کند. یکی از کارشناسان در این خصوص گفت: «با توجه به اینکه کشت محصولات کشاورزی در فصل‌های خاصی از سال انجام می‌شود و امکان کشت همه محصولات در تمام سال وجود ندارد، قیمت می‌تواند متأثر از این موضوع باشد. مثلاً در ابتدای برداشت میوه‌های تابستانه (نوبرانه)، قیمت بسیار بالا است اما همزمان با افزایش تولید، قیمت محصول افت می‌کند. از طرف دیگر امکان تولید برخی محصولات مانند گوجه، پیاز و سیب زمینی در تمام طول سال وجود دارد که با توجه به تنوع آب و هوایی در کشور محقق می‌شود. اما گاهی بین برداشت یک محصول در دو منطقه از کشور و به عبارت بهتر بین فصل برداشت در دو منطقه تفاوت زمانی بوجود می‌آید که منجر به گران شدن محصول مورد نظر تا زمان برداشت محصول در منطقه جدید می‌شود». در این موارد، سیاست‌های بازاریابی اعم از انبارداری، واردات کالا و تنظیم بازار از مهمترین اقدامات در کنترل منطقی قیمت است.

نکته قابل توجه در تولید محصولات کشاورزی که تولید در این بخش را با سایر بخش‌ها از جمله بخش صنعت متفاوت کرده است، «تولید یک موجود زنده و بیولوژیک است». به همین دلیل است که دو مزرعه در یک منطقه و با شرایط کاملاً یکسان نمی‌توانند، محصول یکسانی تولید کنند. در واقع تولید یک موجود زنده از عوامل بسیار زیادی تاثیر می‌پذیرد (از جمله مدیریت، ژنتیک، عوامل محیطی و ...) که بخشی از آن از کنترل کشاورز خارج است. از این‌رو در سطح کلان نیز این موضوع می‌تواند تولید یک محصول را در سال‌های مختلف دچار نوسانات مقداری کند و این نوسانات مقداری، قیمت را متأثر خواهد کرد. این موضوع خود می‌تواند مقدمه‌ای برای شکل‌گیری منحنی‌های عرضه تار عنکبوتی باشد که در بخش عوامل اقتصادی بیشتر بررسی خواهد شد.

اما یکی از تأثیرگذارترین عوامل محیطی و اقلیمی بر عرضه محصول، مخاطرات طبیعی مانند سرمازدگی، سیل، تگرگ، خشکسالی و کم‌آبی، گرم‌زدگی، طوفان و ... و همچنین حمله آفات و بیماری‌ها است. در این خصوص یکی از کارشناسان معتقد است: «در کشور ما علی‌رغم اینکه تنوع آب و هوایی یک ویژگی منحصر بفرد جهت تولیدات کشاورزی محسوب می‌شود، اما یکی از پرمخاطره‌ترین کشورها در تولید محصولات کشاورزی که هر ساله به همین دلیل بخشی از تولیدات کشاورزی خود را از دست می‌دهد و همواره کشاورزان این موضوع دچار خسارت می‌شوند».

وسعت طیف وقوع عوامل یادشده در کشور چنان است که از بین ۴۰ نوع بلای طبیعی که در جهان ثبت شده، ۳۱ نوع آن در ایران امکان وقوع دارد (سنجایی، ۱۳۹۵). از جمله مخاطرات طبیعی شایع می‌توان به سرمازدگی محصولات زراعی و باغی اشاره کرد که منجر به خسارت و کاهش تولید و عرضه شده (امیدوار و دهقان بنادکی، ۱۳۹۱) و در نهایت بازار محصولات کشاورزی و میوه را دچار نوسان می‌کند. بنابر اظهار نظر مسئولین مربوطه تا پایان شش ماهه اول سال ۱۳۹۷، سرمازدگی، ۱۱۰ هزار میلیارد ریال به باغداران کشور خسارت زده است^۱ و گستردگی آن، ۱۷ استان کشور را فرا گرفته است.

۴-۲- عوامل اجتماعی و فرهنگی

بخشی از شوک‌های وارده به بازار (شوک عرضه و تقاضا) که قیمت محصولات کشاورزی و میوه را دچار نوسان می‌کند، متأثر از مسائل اجتماعی و فرهنگی و یا حتی الگوی مصرف ناصحیح است. یکی از کارشناسان معتقد است: «مناسبت‌های خاصی در سال که صرفاً ریشه فرهنگی و اجتماعی دارند سبب افزایش تقاضا برای میوه می‌شود. برای مثال، نزدیک شدن به ایام تعطیلات سال نو و ایام عید نوروز سبب افزایش تقاضا برای میوه می‌شود». این افزایش تقاضا بر قیمت بازار اثرگذار است و هر ساله جهت تنظیم بازار در این ایام تدابیر خاصی اندیشیده می‌شود. «در طول سال مناسبت‌های مختلفی وجود دارد که سبب افزایش تقاضای برخی میوه‌ها و یا محصولات کشاورزی می‌شود». مناسبت‌های مذهبی مانند ماه مبارک رمضان، ماه محرم و مناسبت فرهنگی-اجتماعی مانند شب یلدا تقاضا برای برخی اقلام را افزایش می‌دهد (گیلانپور و کهنسال، ۱۳۹۱) که به تبع قیمت این محصولات را متأثر می‌کند.

بخشی از نوسانات قیمتی ناشی از افزایش تقاضا به دلیل از بین رفتن اعتماد عمومی به سیاست‌گذاران و کاهش سرمایه اجتماعی است. «اگر مدیریت و وعده‌های مسئولین در خصوص کنترل بازار در شرایط خاص عملی نشود، بعد از گذشت زمان سبب کاهش اعتماد عمومی به دولت‌ها شده که به نوعی از بین رفتن سرمایه اجتماعی است». این موضوع در بلندمدت سبب می‌شود مصرف‌کننده در صورت مواجهه با خطر و یا پیش‌بینی خطر اقدام به مقابله با آن کند. برای مثال اگر مصرف‌کننده مطلع شود که کشور قرار است در چند ماه آینده با یک تحریم جدید مواجه شود و یا ممکن است کالایی در آینده کم‌یاب و دچار افزایش قیمت شود، هرچند که دولت‌ها تأمین کالا با

قیمت مناسب را تضمین کنند، اما به دلیل از بین رفتن اعتماد عمومی، مصرف کنندگان به بازار هجوم آورده و افزایش تقاضای ناگهانی از یک یا چند قلم کالای خاص منجر به کاهش یکباره کالا و نوسانات شدید قیمتی مربوط به آن کالا می‌شود. یکی از صاحب‌نظران معتقد است «این موضوع که ناشی از اثرات روانی و یک پدیده اجتماعی است، در برخی مواقع اثرش از کمبود واقعی کالا هم بیشتر است و سبب احتکار کالاهای ضروری می‌شود. اتفاقی که در چند ماهه اول سال ۱۳۹۷ در خصوص برخی اقلام نظیر برنج، رب گوجه، روغن و ... در کشور رخ داد و سبب کاهش کالا و افزایش قیمت برخی از این محصولات شد». در مقابل کارشناس دیگری معتقد است: «برخی موارد افراد سودجو و دارای سرمایه اقدام به احتکار کالا و اقلام ضروری مردم در شرایط خاص می‌کنند که این خود سبب تلاطم بازار می‌شود». این موارد علیرغم اینکه با انگیزه اقتصادی صورت می‌گیرد و جنبه اقتصادی دارد، اما ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز دارد. این در حالی است که در فرهنگ غنی اسلامی در زمان بروز مشکل و یا بحران، مردم تشویق به همیاری و کمک به یکدیگر می‌شوند و احتکار یک گناه کبیره و عملی خلاف اخلاق عمومی قلمداد می‌شود.

بحث دیگر الگوی نادرست مصرف میوه در کشور است که بیشتر به سبک زندگی مربوط می‌شود. یکی از کارشناسان در این خصوص گفت: «در بسیاری از کشورهای دنیا میوه را به شکلی منطقی مصرف می‌کنند. این در حالی است که مصرف میوه در کشور ما در بین اقشار متوسط به بالا گاهی همراه با اصراف مورد استفاده قرار می‌گیرد. در برخی موارد مشاهده می‌شود که مصرف میوه بیشتر از نیاز بدن در یک زمان خاص است این در حالی است که بدن به مواد مغذی درون میوه نظیر انواع ویتامین‌ها تا یک حد مشخص در شبانه‌روز نیازمند است. اما در فرهنگ صحیح مصرف، یک سیب را چهار قسمت می‌کنند و در چهار زمان طی روز مصرف می‌کنند». در این خصوص انجام مطالعات دقیق پزشکی و متخصصین تغذیه و همچنین آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی در جهت اصلاح الگوی مصرف میوه ضروری است. کارشناس دیگر بیان می‌دارد که «حتی نحوه خرید میوه در کشور ما با سایر کشورها و خصوصا کشورهای توسعه‌یافته متفاوت است. در برخی از این کشورها میوه به صورت دانه‌ای و نه وزنی خریداری می‌شود، این در حالی است که در کشور ما برخی خانوارها میوه را به صورت وزنی و در حجم بالا خریداری می‌کنند که هم منجر به مصرف نادرست شده و هم بخشی از این میوه در اثر ماندگاری در منزل مواد غذایی و ویتامین خود را از دست داده و یا حتی بعضاً فاسد می‌شوند که سبب دورریز میوه می‌شود». این موارد ناشی از الگوی ناصحیح مصرف و سبک زندگی است که باید اصلاح شود.

۴-۳- عوامل سیاسی

عوامل سیاسی نیز در برخی مواقع می‌توانند منجر به نوسان در بازار میوه شوند. به عقیده کارشناسان «یکی از شایع‌ترین عوامل سیاسی مؤثر بر بازار میوه و محصولات کشاورزی، وضع انواع تحریم‌ها از جمله تحریم‌های اقتصادی از سوی کشورهای معاند است». اگرچه عامل اصلی در این بخش، یعنی تحریم‌ها، یک عامل سیاسی است، اما این عامل سیاسی از طریق اثرگذاری بر متغیرهای اقتصادی و به‌طور غیرمستقیم، کلیه بازارها و از جمله بازار محصولات کشاورزی را متلاطم می‌کند. وضع تحریم‌های اقتصادی (ایجاد اختلال در روابط بانکی و تحریم‌های مالی و تجاری) منجر به افزایش نرخ ارز در داخل کشور شد. افزایش نرخ ارز به سه دلیل رخ داد (برخورداری و بوالحسنی، ۱۳۹۷): ۱. اعمال تحریم‌های یکجانبه از سوی آمریکا که به تبع ورود ارز ناشی از فروش نفت و صادرات را به کشور با اختلال مواجه کرد؛ ۲. بخشی از افزایش نرخ ارز به دلیل اثر روانی حاکم بر جامعه بود، به این ترتیب که تقاضای داخلی برای ارز موجود در بازار افزایش یافت. این افزایش تقاضا برای ارز به دلیل نااطمینانی نسبت به آینده رخ داد. دلیل دیگر افزایش تقاضای مردم برای ارز خارجی این بود که با تبدیل پول داخلی که ارزش آن در حال کاهش بود، به یک ارز معتبر بین‌المللی، قصد حفظ ارزش دارایی خود را داشتند. همچنین بخشی از پول‌ها و سرمایه‌های سرگردان که در شرایط عدم اطمینان اقتصادی به سمت فعالیت‌های تولیدی و مولد حرکت نکرد، وارد فعالیت دلالی و خرید ارز شد. مجموعه این اتفاقات سبب شوک تقاضا شد و منجر به افزایش نرخ ارز گردید. این بخش از افزایش قیمت بیشتر جنبه روانی داشته و سبب شد در بازار ارز یک حباب شکل بگیرد و قیمت ارز به‌طور غیرواقعی افزایش یابد؛ ۳. سیاست‌های نادرست اقتصادی و ارزی دولت و بانک مرکزی در شرایط تحریم و عدم برنامه‌ریزی مناسب برای جنگ اقتصادی.

شوک ارزی بوجود آمده منجر به افزایش قیمت کالاهای مصرفی و سرمایه‌ای وارداتی شد و به این ترتیب هر کالایی که به نوعی به ارز و دلار وابستگی داشت، گران‌تر شد. یکی از کارشناسان در این خصوص گفت: «قیمت نهاده‌های تولید محصولات کشاورزی (مانند کود و سم وارداتی، غذای دام و طیور و ...)، هزینه‌های بسته‌بندی، هزینه کارگر (به‌دلیل تورم کلی ناشی از افزایش نرخ ارز)، هزینه‌های حمل و نقل و ... از جمله مواردی هستند که به دلیل شوک ارزی افزایش یافتند». اما این همه تاثیر نرخ ارز نیست. کارشناس دیگری معتقد است: «با افزایش نرخ ارز، تمامی کالاهای تولید داخل و از جمله محصولات کشاورزی و میوه، تمایل به صادرات دارند. یعنی برای تولیدکننده، دلال و تاجر داخلی، صادرات صرفه بسیار دارد. به این دلیل که با توجه به تبدیل دلار به ریال با نرخ بسیار

بالا تر از سال‌های قبل، می‌تواند ارزش ریالی بسیار بیشتری از صادرات نسبت به فروش در بازار داخل کسب کند. برای مثال چنین اتفاقی در خصوص محصول گوجه در سال ۱۳۹۷ رخ داد و صادرات منجر به کمبود گوجه در بازار داخلی و افزایش قیمت این محصول گردید. در چنین وضعیتی باید سیاست‌های مناسب جهت تعدیل قیمت در بازار داخل صورت پذیرد.

یکی دیگر از عوامل سیاسی اثرگذار بر قیمت میوه در بازار، اعتصاب‌ها و اعتراضات صنفی-سیاسی عوامل زنجیره تأمین یک محصول است. یکی از اعضای اتحادیه صنفی حق العمل کاری میوه و تره بار در این خصوص گفت: «در سال ۱۳۹۷ برای چند روز، اعتصاب کامیون‌داران ارسال محصول به بازار را با اختلال مواجه کرد که منجر به نوسانات موقت قیمتی در بازار محصولات کشاورزی شد». بنابراین اعتصاب و اعتراض صنفی در طول زنجیره تأمین یک محصول که منجر به اختلال در رساندن محصول به بازار شود، می‌تواند منجر به نوسانات قیمتی در بازار میوه و محصولات کشاورزی شود.

از جمله عوامل دیگر اثرگذار بر بازار، روابط سیاسی بین کشورها است که بر روابط تجاری میان آنها اثرگذار است. «روابط سیاسی خوب و دوستانه با کشورهایی که شریک تجاری کشور هستند، به شکل‌گیری روابط تجاری مطمئن کمک می‌کند». اگر روابط سیاسی مستحکم بین کشورهایی که با هم تجارت و مبادله کالا دارند، برقرار نباشد، در صورتی که به هر دلیل روابط سیاسی بین دو کشور مختل شود، روابط تجاری نیز از آن تأثیر می‌پذیرد. «اعمال تحریم‌های بین‌المللی بر علیه کشور از جمله عواملی است که کشورهای غیردوست را به واکنش سریع در بازنگری روابط سیاسی و تجاری ترغیب کرد». به همین دلیل انتخاب شریک تجاری مطمئن (و حتی‌الامکان نزدیک به لحاظ جغرافیایی به دلیل کاهش هزینه حمل و نقل در زمان تحریم) از بین کشورهای دوست و غیرمتمخصم، می‌تواند به ثبات بازار میوه و محصولات کشاورزی کمک کند. در عین حال در تجارت باید هزینه تولید، قیمت محصول، فواصل جغرافیایی و هزینه حمل، مخاطرات مبادلات و میزان تولید در کشور طرف تجاری، مد نظر قرار گیرد تا بازار محصول وابسته به خارج، دچار نوسان و نااطمینانی نشود.

۴-۴- عوامل اقتصادی

بخش کشاورزی به عنوان یکی از بخش‌های کلان اقتصادی، مسلماً از متغیرهای کلان اقتصادی تأثیر می‌پذیرد. بازار میوه و قیمت محصولات کشاورزی نیز از این امر مستثنی نیست و از متغیرهای کلان اقتصادی (نرخ تورم، نرخ ارز، سیاست‌های مالی و پولی، تجاری و ...) تأثیر می‌پذیرد. مطالعات

متعددی ارتباط بین متغیرهای کلان اقتصادی با قیمت محصولات کشاورزی را به اثبات رسانده‌اند که از جمله می‌توان به مطالعات اسفها و جوست (۲۰۰۷)، آزنونی و همکاران (۲۰۱۳)، حاجیان و همکاران (۱۳۸۶) و پیش‌بهار و همکاران (۱۳۹۵) اشاره نمود که هر کدام به بررسی اثر برخی از متغیرهای کلان اقتصادی بر قیمت و بازار محصولات کشاورزی و میوه پرداخته‌اند. برخی از مهمترین متغیرهای کلان اقتصادی که در این مطالعات بر قیمت محصولات کشاورزی و نوسانات آن اثرگذار بودند، عبارتند از: حجم نقدینگی، نرخ بهره، نرخ ارز، سیاست‌های پولی، مالی و تجاری (پیش‌بهار و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین بی‌ثباتی در سطح کلان اقتصادی می‌تواند منجر به نوسان در قیمت محصولات کشاورزی و میوه شود. برای مثال مطالعه محسنی و ترکمانی (۱۳۸۶) نشان می‌دهد سیاست‌های پولی انبساطی (مانند افزایش حجم نقدینگی و کاهش نرخ بهره) می‌تواند سبب افزایش قیمت محصولات کشاورزی شود. سیاست‌های تجاری مانند نرخ ارز و تعرفه‌های واردات کالا بر بازار و قیمت میوه و محصولات زراعی اثرگذار است. در خصوص چگونگی اثرگذاری افزایش نرخ ارز بر بازار میوه در بخش عوامل سیاسی توضیح داده شد.

یکی از عوامل اثرگذار بر قیمت میوه و محصولات کشاورزی، تغییرات سطح عمومی قیمت‌ها یا همان نرخ تورم است. افزایش سطح عمومی قیمت‌ها، سبب افزایش قیمت نهاده‌های تولیدی می‌شود. افزایش قیمت نهاده‌هایی مثل کود، سم، نیروی کار و ... سبب افزایش هزینه تولید و به تبع سبب افزایش قیمت محصول در سر مزرعه می‌شود. از طرف دیگر، افزایش عمومی قیمت‌ها، هزینه‌های بازاریابی مثل هزینه بسته‌بندی، حمل و نقل و انبارداری را نیز افزایش می‌دهد که سبب افزایش قیمت محصول از سر مزرعه تا سطح خرده‌فروشی می‌شود. یکی از کارشناسان در این خصوص می‌گوید: «برای مثال گران شدن هزینه صندوق و کاغذ، در سال ۱۳۹۷ بر قیمت محصول سیب اثرگذار بود. همچنین گران شدن قطعات یدکی (مانند لاستیک) ماشین‌های دیزلی سبب شد تا رانندگان ماشین‌های سنگین، درخواست هزینه حمل بیشتری داشته باشند و این موضوع نیز بر افزایش قیمت محصول اثرگذار است». «از طرف دیگر افزایش سطح عمومی قیمت‌ها، سبب برهم خوردن رابطه مبادله تجاری بین بخش کشاورزی و سایر بخش‌ها می‌شود». دلیل اصلی این موضوع تلاش دولت برای حفظ قیمت محصولات کشاورزی در یک سطح قابل قبول برای مصرف‌کنندگان است. به همین دلیل معمولاً در شرایط تورمی، رابطه مبادله تجاری به ضرر بخش کشاورزی تغییر می‌کند. مثلاً افزایش قیمت تراکتور به عنوان یک نهاده تولید بیشتر از افزایش قیمت محصول تولیدی با همان تراکتور است که سبب می‌شود به مرور رفاه کشاورز کاهش یابد و حتی کشاورزان کوچک و

خرده مالک را از چرخه تولید خارج کند. لذا کشاورزان نیز تمایل خواهند داشت برای جبران این موضوع، محصول خود را با قیمت بالاتر بفروش برسانند.

یکی دیگر از عوامل نوسان قیمت میوه و محصولات کشاورزی، عدم وجود برنامه ریزی کلان برای تولید متناسب با تقاضا (نبود برآورد دقیق از میزان نیاز به محصول در کشور) است که منجر به بروز پدیده عرضه تار عنکبوتی در بازار محصولات کشاورزی می شود. تولیدکننده برای تولید یک محصول کشاورزی در سال جاری به قیمت سال قبل نگاه می کند و بعد تصمیم می گیرد چه محصولی را و به چه مقدار تولید کند. این موضوع برای محصولات باغی با تأخیر زمانی بیشتری صورت می گیرد. اگر قیمت یک محصول زراعی در سال جاری افزایش یابد، سال بعد کشاورزان زیادی به کشت آن محصول مبادرت کرده و با تولید بیشتر، عرضه بالا می رود و در نتیجه قیمت همان محصول در سال بعد کاهش می یابد. این کاهش قیمت یک علامت برای تولیدکننده ارسال می کند تا تولید سال بعد را کاهش دهد و همین موضوع سبب افزایش قیمت محصول در سال بعد از آن می شود و این دور تسلسل ادامه می یابد که منجر به نوسانات قیمت محصول و بی ثباتی بازار می شود و هم تولیدکننده (در سال کاهش قیمت) و هم مصرف کننده (در سال افزایش قیمت) از این بابت متضرر می شود. یک واحد کشاورزی، یک بنگاه اقتصادی است که به دنبال حداکثرسازی سود خود است و بر این مبنا تصمیم به تولید می گیرد. مدیر یک واحد کشاورزی با توجه به این نوسانات شدید در بازار محصولات کشاورزی برای تخصیص منابع خود جهت تولید، به قیمت انتظاری محصول خود توجه کرده که به طور معمول قیمت مورد انتظار او بر اساس قیمت سال قبل شکل می گیرد و چون به دنبال سود مناسبی برای تولید خود است، هر محصولی که قیمت بالاتر داشته و برای او امکان جایگزینی آن محصول به جای محصول قبلی وجود داشته باشد، آن را کشت می کند. باید به این نکته توجه نمود که تولید در بخش کشاورزی با یک وقفه زمانی از زمان تصمیم گیری به تولید محصول تا زمان عرضه آن به بازار انجام می پذیرد و در این فاصله ممکن است قیمت محصول دچار نوسان شده و در نهایت در زمان فروش محصول، کاهش قیمت به ضرر تولیدکننده باشد.

از طرف دیگر، مصرف محصولات کشاورزی و تقاضای آن هم دارای ویژگی های خاصی است که به نوسانات قیمت دامن می زند. در خصوص محصولات زراعی، مطالعات صورت گرفته نشان می دهد که کشش قیمتی تقاضا اندک است و لذا تغییرات قیمتی چندان بر تقاضای محصول اثر گذار نیست. یعنی اگر قیمت محصولات در بازار به عنوان مثال ۲۰ درصد افزایش یابد تقاضا به اندازه

۲۰ درصد کاهش نمی‌یابد، و به میزان کمتری تقاضا کاهش می‌یابد. این ویژگی تقاضای محصولات کشاورزی باعث می‌شود کمبود یا مازاد عرضه یک محصول در بازار به شدت قیمت‌ها را متاثر سازد. موارد فوق‌الذکر خصوصیات عمومی عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی است که در همه کشورهای جهان اتفاق می‌افتد اما دولت‌ها در این میان برای کنترل و مدیریت بازار هوشمندانه مداخله می‌کنند. نوع دخالت دولت در مدیریت بازار بر اساس توجه به منافع هردوی تولیدکننده و مصرف‌کننده و سایر بازیگران زنجیره عرضه است؛ یعنی توجه هوشمندانه و مدبرانه در جهت حفظ منافع فردی و ملی و نیز حکمرانی خوب. زنجیره عرضه در ادبیات موضوع یعنی دیدن همه بازیگران یک فرآیند و یک سیستم از فعالیت‌های قبل از تولید تا سفره مردم که محصول نهایی اولیه یا ثانویه (فرآوری‌شده محصول) به دست مصرف‌کننده می‌رسد و این زنجیره شامل همه فعالیت‌ها از قبیل تولیدی، خدماتی، مشاوره‌ای، استاندارد و بهداشت و همچنین تامین نهاده‌ها و عوامل تولید و سرمایه می‌شود.

به عقیده یکی از کارشناسان مورد مصاحبه «یکی از راهکارهای حل مسئله پدیده تار عنکبوتی شکل‌گیری نظام اطلاعاتی جامع در بخش کشاورزی است تا نهاد متولی این بخش بتواند برای تولید مورد نیاز کشور برای هر محصول تصمیم‌گیری کند. چنین سیستم اطلاعاتی نیازمند تأمین زیرساخت‌های لازم است. در این سیستم اطلاعاتی بر مبنای جمعیت کشور و اطلاعات سال‌های گذشته، تقاضا برای تک تک محصولات پیش‌بینی می‌شود و از طرف دیگر با توجه به منابع و امکانات و ویژگی‌های هر منطقه در کشور، الگوی کشت متناسب به کشاورز پیشنهاد می‌شود. همچنین این سیستم جامع باید ضمن اطلاع رسانی به کشاورزان در خصوص سطح زیرکشت محصول تا زمان تصمیم به تولید و پیش‌بینی قیمت، به کشاورز جهت تصمیم به کشت محصول و یا میزان کشت مشاوره دهد».

یکی از مهمترین عوامل بی‌ثباتی بازار محصولات کشاورزی، نظام بازار ناکارآمد و سیستم بازاریابی معیوب است. برخی از نارسایی‌های بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی عبارتند از (کرباسی، ۱۳۹۲): ناپایداری و عدم شفافیت قیمت، فصلی بودن تولیدات کشاورزی، نامناسب بودن سیستم اطلاع رسانی بازار، هزینه بالای تولید و ضایعات فراوان در طول مراحل مختلف تولید تا بازار، حضور دلالان و واسطه‌های فراوان، نامناسب بودن حمایت‌های دولت در زمینه توسعه بازار و سیاست‌های بازاریابی تولیدات روستایی، اطلاع‌رسانی ناقص و نامناسب در بازارهای اصلی، فقدان رقابت کامل در تمام مراحل داد و ستد، نوسانات فصلی و بعضاً شدید قیمت محصولات کشاورزی و

ناپایداری آن، کمبود و نارسایی اعتبارات مالی مورد نیاز تولیدکنندگان در زمان‌های مختلف، زیرساخت‌های نامناسب حمل و نقل و فسادپذیری، نگهداری و انبارداری محصولات کشاورزی. از عوامل دیگری که به دلیل ماهیت خاص محصولات کشاورزی، بازار این محصولات را تحت تأثیر قرار می‌دهد می‌توان به تغییرات فصلی در عرضه تولیدات، تغییرات سیکلی در عرضه به دلیل طبیعت خاص تعادل در بازار کالاهای کشاورزی و انتقال نوسان از قیمت‌های جهانی به بازارهای داخلی محصولات کشاورزی اشاره کرد (نجفی و حاجی رحیمی، ۱۳۷۹).

بزرگ بودن حاشیه بازار و فاصله زیاد بین مصرف‌کننده و تولیدکننده یکی دیگر از معضلات نظام بازاریابی محصولات کشاورزی است که خود معضلات دیگر نظیر وجود واسطه‌های زیاد، تحمیل هزینه‌های بیشتر بازاریابی، افزایش هزینه‌های حمل و نقل، افزایش ضایعات و کاهش تولید و عرضه محصول و عدم توان مالی در ارائه محصول به بازار مناسب را به وجود می‌آورد. به عقیده یکی از کارشناسان «از دلایل اصلی این موضوع، خرده مالک بودن اکثریت کشاورزان کشور است. کشاورزان خردپا، ناگزیرند برای تأمین هزینه زندگی و تولید محصول، محصولات خود را به قیمت نازلی به سلف خران و دلالان بفروشند. در بسیاری از موارد عمده مبلغ پرداختی توسط مصرف‌کننده نهایی به جیب دلال می‌رود و بخش اندکی نصیب تولیدکننده می‌شود». اینکه چه درصدی از قیمت محصول به تولیدکننده می‌رسد بستگی به نوع محصول و شرایط بازار دارد اما در هر صورت با توجه به فعالیت پرزحمت کشاورزی، بخش کمی نصیب تولیدکننده می‌شود. این در حالی است که یکی از صاحب‌نظران مورد مصاحبه بیان می‌دارد «در برخی از کشورهای پیشرفته حدود ۸۰ درصد مبلغی را که مصرف‌کننده پرداخت می‌کند به دست تولیدکننده می‌رسد».

در برخی موارد که کشاورز توان مالی قابل قبولی داشته و توان تأمین هزینه‌های شخصی و تولیدی را دارد، باز هم مجبور است برخی از محصولات خود را به دلال بفروشد. علت این موضوع عدم وجود امکانات انبارداری محصول خصوصاً برای محصولات فسادپذیر است. در برخی مناطق کشور برای نگهداری محصولات محل و امکانات مناسبی وجود ندارد. از آن‌جا که کشاورزان امکان نگهداری و انبار کردن محصولات را ندارند، محصولات را با قیمت بسیار پایین در اختیار دلالان قرار می‌دهند. دلالان این محصولات را انبار کرده و در زمان مناسب عرضه می‌کنند و در نتیجه سود سرشاری نصیب این افراد می‌شود. در برخی موارد مشاهده شده قیمت فروش سر مزرعه متناسب بوده و هزینه تولید کشاورز را هم پوشش می‌دهد، اما وقتی محصول مورد نظر به دست مصرف‌کننده می‌رسد، به لحاظ قیمتی تفاوت آشکاری با سر مزرعه دارد (مشاهدات میدانی محقق). دلیل این

موضوع انتقال قیمت نامتقارن و افزایش قیمت غیرمنطقی است که در طول حاشیه بازار میوه اتفاق می‌افتد. برای درک بیشتر این حاشیه ایجاد شده ضروری است که عوامل بازاریابی و فعال در بازار میوه و محصولات کشاورزی شناسایی شوند. به‌طور کلی مسیرهای زیر جهت انتقال محصول از تولیدکننده به مصرف‌کننده وجود دارد (کرباسی، ۱۳۹۲؛ مشاهدات میدانی محقق):

۱. تولیدکننده ← مصرف‌کننده
۲. تولیدکننده ← خرده‌فروش ← مصرف‌کننده
۳. تولیدکننده ← عمده‌فروش (بارفروشان) ← خرده‌فروش (میوه‌فروش) ← مصرف‌کننده
۴. تولیدکننده ← دلال (واسطه) ← عمده‌فروش ← خرده‌فروش ← مصرف‌کننده
۵. تولیدکننده ← دلال ← عمده‌فروش ← دلال (گاهی محصول پس از میدان بارفروشی به صورت سوری جهت افزایش قیمت چندبار توسط واسطه‌های میدان دست به دست می‌شود) ← خرده‌فروش ← مصرف‌کننده

یکی از طولانی‌ترین مسیرهای بازاریابی در محصولات کشاورزی و بالاخص میوه، مسیر شماره پنج است، که به‌صورت غیرواقعی قیمت محصول در این مسیر افزایش می‌یابد. خصوصاً از زمان ورود به میدان میوه و تره‌بار تا زمانی که به دست مصرف‌کننده می‌رسد. در این حالت هم کشاورز متضرر می‌شود و هم مصرف‌کننده با قیمت بالایی محصول را خریداری می‌کند. کارشناسی در این خصوص می‌گوید: «یکی از راهکارهای اصلاح این وضعیت کوتاه کردن حاشیه بازار و عرضه مستقیم محصول توسط کشاورز است. برای این منظور استفاده از ظرفیت تعاونی‌ها (تعاونی‌های تولید، روستایی و ...) بسیار مفید است». در ادامه بحث می‌کند که: «در ابتدا کشاورز باید مفهوم تعاونی را درک کند. تعاونی یک نهاد دولتی جهت کمک به کشاورز نیست. تعاونی یک نهاد محلی با مشارکت کشاورزان است که با همیاری خود کشاورزان باید اداره شود. از طرفی دولت باید شرایط را برای موفقیت تعاونی‌ها فراهم کرده و مسیر درست را ریل‌گذاری کند. زمانی که کشاورزان با سازو کار تعاونی‌ها آشنا شدند، باید از کشاورزان حمایت شود تا محصولات خود را به سلف خررها ن فروشند، بلکه آن را در اختیار تعاونی‌ها قرار داده و پیش‌قسطی را از این تعاونی‌ها دریافت کنند. چراکه در اکثر نقاط دنیا نحوه عملکرد تعاونی‌ها این‌گونه است که پیش‌قسطی را در اختیار کشاورزان قرار می‌دهند تا به علت نیاز، محصول خود را ارزان ن فروشند. اما در کشور ما ممکن است بسیاری از باغداران محصول خود را در مرحله‌ای که درخت در حال گل‌دهی است، پیش‌فروش کنند». این دلالتان بعد از جمع‌آوری محصول، آن را در سردخانه‌ها انبار می‌کنند و سپس

در مواقعی که در بازار کمبود است، محصولات را با قیمت‌های بسیار بالایی به بازار عرضه می‌کنند. بنابراین میوه‌ای که از کشاورز خریداری کرده‌اند، چندین برابر گران‌تر در بازار به فروش می‌رسانند. به همین دلیل جریان سلف‌خری باعث سود سرشاری برای دلان و در مقابل زیان کشاورزان می‌شود. راهکار پیشنهادی برای این مساله در سیاست‌گذاری‌ها تشکیل تعاونی‌ها براساس قوانین تعاونی است. کشاورزان می‌توانند با کمک تعاونی‌های روستایی محصول را به‌طور مستقیم در مراکز شهری به مصرف‌کننده نهایی عرضه کنند. این اقدامات سبب می‌شود سهم دریافتی تولیدکننده از فروش محصول افزایش یابد و به مرور توان مالی کشاورز نیز افزایش می‌یابد و دیگر لازم نیست که کشاورز جهت تأمین مالی، محصول خود را به قیمت ناچیز پیش فروش کند.

نکته دیگری که باید مد نظر قرار داد این است که «عرضه هر محصول از سر مزرعه تا دست مصرف‌کننده، بستگی به مدیریت زنجیره عرضه هر محصول دارد». زنجیره عرضه شامل کلیه اقدامات و خدماتی است که سبب تولید و عرضه محصول می‌شود. این خدمات شامل نهاده‌رسانی و تأمین نهاده‌های تولید، تولید محصول، بسته‌بندی، انبارداری، حمل و نقل، خدمات بهداشتی، واسطه‌های فروش، بازاررسانی، تأمین، خدمات بهداشتی و خدمات پس از فروش است. این مجموعه را باید به‌صورت یکپارچه و کارآمد مدیریت نمود. مدیریت صحیح زنجیره و حذف واسطه‌های غیرضرور، سبب افزایش کارایی بازار شده و هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده از آن منتفع خواهد شد. هدف از نگاه سیستمی به این مقوله، افزایش کارایی و بهره‌وری، کاهش قیمت تمام‌شده، تضمین امنیت غذایی و حفظ محیط زیست و منابع بوده که در کنار آن سود معقولی برای همه بازیگران این زنجیره هم مد نظر قرار می‌گیرد. در این زنجیره بازیگر اضافی وجود ندارد و فعالیت‌های آن با مشارکت همه بازیگران در راستای اهداف مشخص صورت می‌گیرد. در این زنجیره دلال و واسطه به عنوان بازیگران و حلقه‌های واسطه به‌صورت سازمان‌یافته و کنترل‌شده فعالیت می‌پردازند. حکمرانی خوب در زنجیره عرضه، توسط دولت‌ها به‌طور هوشمندانه در جهان صورت می‌گیرد. حکمرانی مجموعه‌ای از اقدامات فردی و نهادی، عمومی و خصوصی برای برنامه‌ریزی و اداره مشترک امور است و فرآیند مستمری جهت ایجاد تفاهم میان منافع متفاوت و متضاد است که در قالب اقدامات مشارکتی و سازگار صورت می‌گیرد و شامل نهادهای رسمی و ترتیبات غیررسمی و سرمایه اجتماعی شهروندان است. هنگام استفاده از واژه حکمرانی، باید به دو نکته توجه شود: نخست اینکه، حکمرانی، به مفهوم حکومت به تنهایی نیست. غالباً، حکمرانی سه گروه اصلی از بازیگران را شامل می‌شود: حکومت، بخش خصوصی و جامعه مدنی. دوم اینکه، حکمرانی بر «فرآیند» تأکید دارد به این صورت که

تصمیمات با توجه به روابط پیچیده میان تعدادی از بازیگران با اولویت‌ها و سلايق متفاوت گرفته می‌شوند. حکمرانی، توافقی را بین اولویت‌ها و سلايق رقیب و متضاد برقرار می‌کند و این، اساس و شالوده مفهوم حکمرانی است.

موضوع بازار و مدیریت آن یکی از موضوعاتی است که تعامل و همکاری هر سه نهاد حکومت، جامعه مدنی و بخش خصوصی را در قالب مفهوم حکمرانی ایجاب می‌کند. تعداد بازیگران متفاوت در بازار و زنجیره عرضه، اولویت‌ها، منافع و سلايق متفاوت و گاه متضاد، نیازمند فرآیندی است تا جهت توافقی و بازی برد-برد میان بازیگران مختلف طراحی و اجرا شود؛ این همان حکمرانی خوب است. دولت‌ها برای تنظیم بازار مواد غذایی و به ویژه محصولات کشاورزی دخالت می‌کنند و با سیاست‌گذاری مناسب هدایت و کنترل بازار را به سرانجام می‌رسانند. در واقع دولت با حکمرانی خوب (تعامل هر سه نهاد با هم) اساس و شالوده توافقی میان بازیگران زنجیره عرضه از تولید تا مصرف را طرح‌ریزی و هدایت می‌کند. در این تعامل سازنده به منظور ایجاد ثبات و تعادل قیمت، با روش‌های مختلف از ایجاد مازاد یا کمبود محصولات کشاورزی در بازار جلوگیری می‌شود. راهکارهای مختلفی از سوی کشورهای جهان برای این منظور در زنجیره عرضه تجربه شده‌اند. توسعه بورس محصولات کشاورزی، توسعه صنایع فرآوری (جمع‌آوری مازاد عرضه محصول و تبدیل آن به محصول جدید و ایجاد شغل و ارزش افزوده)، شفافیت اطلاعات در بازار و ارائه اطلاعات درست به کشاورزان در خصوص بازار، توجه به مزیت‌های تولیدی و الگوی کشت در هر منطقه (یعنی هر منطقه بر اساس قابلیت‌های کشاورزی و اقلیمی و اقتصادی به تولید محصول دارای مزیت پرداخته و نوع و میزان تولید محصول مشخص و حمایت دولت هم در قالب الگوی کشت به کشاورزان داده شود)، توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل و بازاریابی، توسعه بازارهای هدف صادراتی محصولات دارای مزیت اقتصادی (دارای فایده اقتصادی سبز)، ایجاد پایانه‌های صادراتی، برندسازی، تأمین مالی به موقع بازیگران زنجیره عرضه، سیاست‌های فعال بهینه در بخش صادرات و واردات، ایجاد پایگاه داده‌ها و اطلاعات و آمار بازار محصولات کشاورزی و روزآمد کردن آن، قانونی و حقوقی کردن رفتارهای بازیگران زنجیره عرضه به منظور رصد و کنترل و نظارت بر زنجیره و مدیریت آن و از همه مهم‌تر تغییر نگرش سیاست‌گذاران بخش کشاورزی از روزمرگی (رفع مشکل به وجود آمده به هر قیمتی) به حکمرانی خوب و اعمال برنامه‌ریزی، نظارت، کنترل و ارزیابی و آینده‌نگری قبل از ایجاد مشکل و پیشگیری قبل از درمان از جمله راهکارهای اصلاح سیستم بازاریابی محصولات کشاورزی است. اگر یارانه‌هایی که دولت به بخش کشاورزی

پرداخت می‌کند (که قابل رصد و پیگیری نیست که به چه افرادی پرداخت شده و چگونه؛ همانند وام‌های کشاورزی با نرخ بهره پایین) به این امر مهم اختصاص می‌یافت، زنجیره عرضه هر محصول سازمان‌یافته، متشکل و رسمی می‌شد و بسیاری از مشکلات فعلی هم وجود نداشت. بنابراین صرف این موضوع که تنها دلیل ناکارآمدی بازار محصولات کشاورزی و بی‌ثباتی بازار میوه را به دلیل فعالیت دلالان و واسطه و آنها را عامل خارج شدن بازار از تعادل بدانیم، نادرست است و شاید برای توجه ضعف‌های مدیریتی در وزارت جهاد کشاورزی و نهادهای مرتبط با بازار میوه در دولت باشد.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، عوامل اثرگذار بر نوسانات قیمت و بی‌ثباتی بازار میوه و محصولات کشاورزی با استفاده از روش تئوری داده‌بنیاد مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. با استخراج کدهای انتخابی مبتنی بر نظر صاحب‌نظرانی که مورد مصاحبه قرار گرفتند، چهار دسته کلی از عوامل مورد شناسایی قرار گرفتند که عبارتند از عوامل اقلیمی و محیطی، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و اقتصادی. هر کدام از این عوامل کلی، خود شامل زیرمجموعه‌های علی بودند که تقریباً همگی آنها از طریق اثرگذاری بر مقدار عرضه و تقاضا در بازار، سبب بی‌ثباتی در بازار میوه می‌شوند. عمده‌ترین دلایل بی‌ثباتی بازار در ایران ناشی از عوامل اقتصادی، خصوصاً عوامل بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی است. تعداد واسطه‌های زیاد و غیرضرور و به تبع بزرگ بودن حاشیه بازار که سبب بروز عدم کارایی در بازار می‌شود از جمله مهمترین مشکلات موجود در بازار میوه و محصولات کشاورزی در ایران است. شیوه سنتی در نظام توزیع میوه، سبب فاصله زیاد بین تولیدکننده و مصرف‌کننده شده و از این بابت هر دو گروه تولیدکننده و مصرف‌کننده متضرر می‌شوند و درصد عمده‌ای از قیمت نهایی محصول توسط دلال و واسطه (نه کشاورز) دریافت می‌شود. در بخش دیگری از مطالعه حاضر، دلایل گرانی و بی‌ثباتی بازار میوه در سال ۱۳۹۷ (شش ماهه اول سال ۱۳۹۷) مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور، از سر مزرعه تا سطح خرده‌فروشی مورد بررسی قرار گرفت و افراد در طول زنجیره عرضه و دخیل در تولید و توزیع میوه مورد مصاحبه قرار گرفتند و از میداین میوه تره‌بار بازدید میدانی صورت پذیرفت. نتایج حاصل از مجموعه بررسی‌ها نشان داد که دلایل مختلفی بر گرانی میوه در سال جاری اثرگذار بودند که از آن جمله می‌توان به سرمازدگی و کمبود عرضه، افزایش هزینه حمل و نقل، تورم کلی در جامعه، افزایش نرخ ارز و تمایل به صادرات میوه، افزایش تقاضا ناشی از اثرات روانی تورم، نظام سنتی توزیع، بزرگ بودن حاشیه بازار، فاصله زیاد تولیدکننده تا مصرف‌کننده نهایی و عدم عرضه مستقیم میوه توسط کشاورز.

هرچند دلایل مربوط به گرانی میوه، محصول به محصول متفاوت می‌باشد، اما یکی از دلایل اصلی گرانی و بی‌ثباتی میوه و محصولات کشاورزی شیوه سنتی توزیع میوه است. در این شیوه میوه با چندین واسطه به دست مصرف‌کننده می‌رسد. عمده افزایش قیمت از میدان میوه و تره‌بار به بعد رخ می‌دهد و نشان می‌دهد از این مرحله به بعد در زنجیره عرضه اتفاقاتی رخ می‌دهد که قیمت میوه به‌طور غیرواقعی افزایش می‌یابد. البته این افزایش قیمت در خصوص همه میوه‌ها وجود ندارد و به‌طور خاص برای برخی محصولات با ماندگاری بالاتر اتفاق می‌افتد. در دنیا این مشکل تا حد زیادی برطرف شده است و فاصله تولیدکننده تا مصرف‌کننده از طرق مختلف کاهش یافته است. استفاده از ظرفیت تعاونی‌های روستایی، عرضه در فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ و فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم جهت عرضه مستقیم محصول توسط کشاورز از جمله اقداماتی است که در کشورهای مختلف به اجرا درآمده است.

برای جلوگیری از نوسانات تولید سالانه (منحنی‌های تارنکبوتی)، باید اطلاعات هر ساله تولید، قیمت، تجارت، تقاضای بازار، سطح زیرکشت و ... توسط وزارت جهاد کشاورزی گردآوری شود و در اختیار کشاورزان قرار گیرد تا در زمان تصمیم به تولید، اطلاعات مورد نیاز را داشته باشند. در مقابل با پیش‌بینی میزان تقاضای محصولات مختلف و برآورد سطح مورد نیاز برای کشت مقدار محصول پیش‌بینی شده به کشاورزان جهت تعیین الگوی کشت مشاوره دهد. همچنین در تمام کشور با توجه به شرایط اقلیمی، میزان دسترسی به منابع آب و سایر نهاده‌ها، دسترسی به بازارها، الگوی مصرف در کشور و ... اقدام به تعیین الگوی کشت بهینه برای هر منطقه از کشور نماید. باید وزارت صمت و وزارت جهاد کشاورزی به قانون تمرکز وظایف و اختیارات مربوط به بخش کشاورزی و انتزاع این وظایف از وزارت صمت پایبند باشند. با توجه به مدیریت طرف تولید محصول توسط وزارت جهاد کشاورزی، باید امور مربوط به تأمین کالا و تنظیم بازار هم بر عهده این وزارتخانه باشد، تا تصمیم‌گیری در این حوزه یکپارچه باشد.

بخشی از دلیل گرانی قیمت میوه، علاوه بر مشکلات ساختاری ذکر شده، تخلف و گرانفروشی واحدهای صنفی است. برای کنترل قیمت و نظارت بر بازار میوه، باید سازمان‌های مسئول از جمله اتحادیه‌ها، سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده و سازمان تعزیرات از اختیارات بیشتری جهت برخورد با متخلف برخوردار باشند. جریمه و مجازات‌های تعیین شده در قانون فعلی، به هیچ عنوان بازدارنده نیست. از طرف دیگر براساس قانون جدید نظام صنفی کشور، اختیار برخورد جدی

و سریع از سازمان تعزیرات سلب شده و سازمان تعزیرات نمی تواند به صورت اثرگذار و کارآمد با متخلفین برخورد کند.

پیشنهادات

۱. برای کاهش حاشیه بازار و عرضه مستقیم محصول توسط کشاورز، باید از ظرفیت تعاونی های روستایی استفاده شود. همچنین نظام توزیع سنتی میوه در کشور اصلاح شود. چنین سیاست های باید توسط وزارت جهاد کشاورزی دنبال شود.
۲. محصولات کشاورزی به طور خاص میوه و تره بار، باید درجه بندی و تفکیک شده و با کیفیت های متفاوت برای مصارف متفاوت عرضه شود. این کار باعث ایجاد شفافیت شده و مصرف کننده دلیل تفاوت قیمت را متوجه می شود. این درجه بندی باید از سر مزرعه تا خرده فروشی انجام شود که در اعمال این سیاست، کشاورزان، وزارت جهاد کشاورزی، اتحادیه میادین میوه و تره بار و اتحادیه میوه و سبزی فروشان باید همکاری کنند.
۳. از جمله مواردی که به درجه بندی میوه و محصولات کشاورزی کمک می کند، کارهای اصلاح نژادی بر روی بذور گیاهی و یا درختان میوه است. وزارت جهاد کشاورزی باید کارهای پژوهشی در خصوص بذورهای اصلاح شده و مطالعات اصلاح نژاد گیاهی را با جدیت و به منظور دستیابی به درجه بندی با کیفیت های متفاوت در دستور کار قرار دهد.
۴. برخی از میوه فروشان، جواز کسب ندارند و عضو اتحادیه نیستند. باید با این دسته از میوه فروشان برخورد شود و این مغازه ها پلمپ شوند. همچنین اتحادیه باید ابزار برخورد هم داشته باشد. باید مجوز کسب از طرف اتحادیه صادر شود و در صورت تخلف، این اتحادیه بتواند جواز کسب را لغو کند.
۵. اتحادیه ها باید نظارت خود را بر واحدهای صنفی افزایش دهند. اتحادیه میوه فروشان باید واحدهای صنفی خود را ملزم به نصب قیمت و اطلاع رسانی در خصوص قیمت کند. باید همه مصرف کنندگان از قیمت بازار مطلع باشند و در صورت مشاهده تخلف ارتباط با اتحادیه و سازمان های نظارتی آسان باشد.
۶. وزارت جهاد کشاورزی باید هر ساله و در پایان هر سال زراعی، اطلاعات مربوط به سطح زیرکشت، عملکرد، مقدار عرضه محصول، قیمت محصول، پیش بینی قیمت محصول و نهاده سال بعد، مصرف نهاده ها و سایر اطلاعات مورد نیاز کشاورزان را جمع آوری و منتشر کند و در اختیار کشاورزان قرار دهد تا مبنای تصمیم تولید در سال بعد باشد.

- همچنین وزارتخانه باید با برنامه‌ریزی دقیق و پیش‌بینی میزان تقاضا و نیاز داخلی به کشاورزان مشاوره دهد که چه مقدار محصول کشت و با چه سطح کشتی، تولید شود. چنین برنامه‌ریزی، نیازمند یک نظام اطلاعاتی دقیق و زیرساخت‌های ارتباطی دارد.
۷. دولت باید جهت هدایت کارآمد فعالیت‌های اقتصادی در کشور، آمایش سرزمین در کشور و تعیین مزیت‌های اقتصادی مناطق مختلف را در دستور کار قرار دهد.
۸. وزارت جهاد کشاورزی باید با مطالعه دقیق و استفاده از کارشناسان مجرب، و با در نظر گرفتن شرایط اقلیمی، خاک، آب، دسترسی به نهاده‌های تولید در مناطق مختلف، دسترسی به بازار، هزینه‌های حمل و نقل و انبارداری و نیاز بازار و توجه به مزیت نسبی و مزیت رقابتی، اقدام به تعیین الگوی بهینه کشت نماید. این کار مطالعاتی، به لحاظ حجمی بزرگ و هزینه‌بر است و برای اجرای آن باید بودجه مورد نظر با همکاری دولت و مجلس تصویب و در اختیار وزارت جهاد کشاورزی قرار بگیرد.
۹. دولت و وزارتین جهاد کشاورزی و صمت موظف هستند به قانون تمرکز وظایف و اختیارات مربوط به بخش کشاورزی و انتزاع این وظایف از وزارت صمت پایبند باشند. پایبندی به این قانون سبب ثبات بازار میوه و محصولات کشاورزی در آینده خواهد شد.
۱۰. وزارت جهاد کشاورزی باید به‌طور دائمی میزان تولید، مصرف و تجارت همه محصولات کشاورزی و از جمله محصولات اساسی را رصد کند و جهت تنظیم بازار در جهت منافع تولیدکننده و مصرف‌کننده، افراد متخصص و استراتژیست بازاریابی جهت پیش‌بینی وضعیت بازار، تحلیل و سیاست‌گذاری در این حوزه به خدمت بگیرد.
۱۱. سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی و تکمیلی، جهت حمایت از تولیدکننده و جلوگیری از کاهش قیمت در زمان افزایش تولید، یک راهکار مناسب محسوب می‌شود.
۱۲. پیشنهاد می‌شود جهت تسریع در عملیات دادرسی در سازمان تعزیرات و افزایش کارایی، دادرسی از هیئتی به دادرسی فردی تبدیل شود. همچنین سازمان تعزیرات حکومتی باید اختیارات لازم جهت برخورد با متخلفین را داشته باشد.
۱۳. دولت با همکاری مجلس بستر لازم جهت ایجاد کارنامه اعتباری برای افراد، واحدهای صنفی و فعالین اقتصادی فراهم کند. برای این منظور از کد ملی افراد برای ایجاد کارنامه اعتباری افراد می‌توان استفاده نمود.

۱۴. ممکن است با فروشان از اجرای سیاست فوق شانه خالی کنند، برای اجرای سیاست فوق باید قانون تدوین شود و برای عدم اجرای قانون جرم انگاری شود. همچنین باید ضمانت اجرایی آن تدوین شود (ایجاد کارنامه اعتباری واحد صنفی هم می‌تواند در بلندمدت موثر باشد).

۱۵. ابزارهای قانونی نظارتی اتحادیه‌ها در برخورد با واحدهای صنفی باید تقویت شود، به این صورت که اتحادیه این اختیار را داشته باشد که اگر واحد صنفی تخلف کرد، بتواند پروانه آن واحد صنفی را باطل کند. همچنین واحدهایی که پروانه کسب اتحادیه ندارند را تعطیل کند. این موارد ضرورت دارد که علاوه به دادن اختیارات قانونی توسط قانونگذار، اعضای اتحادیه نیز نظارت درون‌سازمانی خود را تقویت کنند.

منابع

- امیدوار، کمال و زهرا دهقان بنادکی (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل پدیده سرمازدگی شدید بهار باغ‌های پسته در استان یزد، **جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای**، شماره ۱۹، صص ۲۵۳-۲۳۷.
- برخوردار، سجاد و حسین جلیلی بوالحسنی (۱۳۹۷). عوامل تعیین‌کننده نرخ ارز در ایران با تأکید بر نقش تحریم‌های اقتصادی، **فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران**، سال ۷، شماره ۲۸، صص ۵۹-۳۵.
- بنی اسدی، مصطفی و مجتبی پالوج (۱۳۹۹). طراحی مدل حکمرانی مطلوب منابع آب زیرزمینی در سطح حوزه آبخیز، حوزه آبخیز ارزوئیه-استان کرمان، **فصلنامه مهندسی و مدیریت آبخیز**، سال ۱۲، شماره ۲، صص ۵۲۵-۵۱۴.
- پیش بهار، اسماعیل، قادر دشتی و سمانه خلیلی ملک‌شاه (۱۳۹۵). بررسی آثار متغیرهای کلان اقتصادی بر قیمت محصولات کشاورزی ایران: رویکرد الگوی خود توضیح برداری ساختاری (SVAR) و گراف‌های غیرچرخشی سودا (DAG)، **اقتصاد کشاورزی و توسعه**، سال ۲۴، شماره ۹۵، صص ۴۷-۲۵.
- حاجیان، محمد هادی، صادق خلیلیان و احمد سام دلیری (۱۳۸۶). بررسی تأثیر سیاست‌های پولی و مالی بر متغیرهای عمده بخش کشاورزی ایران، **فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی**، سال ۷، شماره ۴، صص ۴۷-۲۷.
- سنجابی، سمانه (۱۳۹۵). مقابله با سرمازدگی محصولات باغی؛ راهکاری ضروری و مستلزم برنامه‌ریزی در راستای دستیابی به اقتصاد سبز، **اولین کنفرانس بین‌المللی مخاطرات طبیعی و بحران‌های زیست‌محیطی ایران، راهکارها و چالش‌ها**، اردیبهل، ۲۳ شهریور، ۱۳۹۵.
- کرباسی، علیرضا (۱۳۹۲). **بازاریابی محصولات کشاورزی**، همدان؛ انتشارات نورعلم.

- گیلان‌پور، امید و محمدرضا کهنسال (۱۳۹۱). بررسی تأثیر مداخلت دولت در بازار گوشت مرغ، **فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی**، شماره ۶۳، صص ۱۶۸-۱۳۷.
- محسنی، ابوالفضل و جواد ترکمانی (۱۳۸۶). بررسی اضافه جهش قیمت محصولات کشاورزی ایران بر اثر سیاست‌های پولی، **فصلنامه اقتصاد کشاورزی (ویژه نامه)**، سال ۱، شماره ۳، صص ۲۱۸-۲۰۹.
- منصوریان، یزدان (۱۳۸۶). گراند تئوری چیست و چه کاربردی دارد، **ویژه‌نامه همایش علم اطلاعات و جامعه اطلاعاتی**، اصفهان: دانشگاه اصفهان.
- میرباقری، وهب، مهران برادران نصیری و جهانبخش امامی (۱۳۹۴). **بررسی عملکرد طرح تنظیم بازار میوه شب عید از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۳**، گزارش‌های کارشناسی، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- نجفی، بهاء‌الدین و محمود حاجی رحیمی (۱۳۷۹). نوسانات قیمت محصولات کشاورزی: عوامل ایجادکننده و عواقب رفاهی، **مجموعه مقالات سومین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران**، جلد دوم، موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، چاپ اول، تهران.
- Anzuini, A., M.J. Lombardi & P. Pagano (2013). The impact of monetary policy shocks on commodity prices, **International Journal of Central Banking**, 9(3), 119-144.
- Asfaha, T.A. & A. Jooste (2007). The effect of monetary changes on relative agricultural prices, **Agrekon**, 46, 440-474.
- Charmaz, K. & A. Bryant (2008). **Grounded Theory**. In L. M. Given, The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods, California: Sage Publication, pp. 374-377.
- Lapp, S. & H.S. Smith (1992). Aggregate sources of relative price variability among agricultural commodities, **American Journal of Agricultural Economic Association**, 74(1), 1-9.
- Miles, M. & A. Huberman (2002). **Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods**, Sage London; Beverly Hills.
- Powell, R. (1999). Recent trends in research: a methodological essay, **Library and Information Science Research**, 21(1): 91-119.
- Silver, M. (2001). Ioannidis C. Intercountry differences in the relationship between relative price variability and average prices, **Journal of Political Economy**, 109(2), 355-374.
- Sousa, C.A.A. & P.H.j. Headriks (2006). The need for grounded theory in developing a knowledge based view of organization, **research methods**, 9(3): 315-338.

Analytical study of fruit and vegetable market challenges and the causes of abnormal increase of price along the supply chain

Mostafa Baniasadi

Absteract

The agricultural market of Iran has always suffered from inefficiency, large market margins and traditional marketing system. Meanwhile, the fruit market is one of the unstable markets that in some years has experienced price fluctuations or excessive price of fruit. To further investigating this issue in the present study, using the grounded theory method, the factors affecting price fluctuations and instability of the agricultural market in general and the fruit market in particular was examined. For this purpose, field visits were carried out from the farm to the level of retail and review of all supply chain factors, and while recording field observations, farmers, wholesaler, retailers, brokers and intermediaries were interviewed. Also, the experts of all responsible institutions and organizations in the fruit and vegetable market were interviewed and their opinions were evaluated for a more detailed analysis. The results of this study showed that climatic, cultural, political and economic factors affect the agricultural market. Also, various factors such as frost, exchange rate increase, general inflation of the economy, traditional distribution system, large market margins and the presence of mediators have led to higher fruit prices in the year under study. Finally, suggestions are provided to improve the current situation and increase market efficiency.

Keywords: Fruit and vegetable market, Price fluctuations, Market margin, Useless mediators, Grounded theory.

Investigating the role of jihadi management in the development of countries based on geographical institutions.

Godarzi, Gholamreza
Raghibi, Elmira, Quran
Pooyandeh, Mohammadhadi

Abstract

One of the effect and results of the Islamic Revolution of Iran is a model for the realization of development called “jihadi management”. Jihadi management with lessons from “Islamic management” and “management science”, has the ability to bring developing and backward countries to the desired development. This article is done to Following the answer to the question of how exactly jihadi management will play a role in the realization of development and in what way will it open the doors of development to underdeveloped or less developed countries? The basic premise is that jihadist management enters to reform the main geographical institution, the state, and achieves development by socializing the power of the state. Any country that wants to use this management model must pay attention to its institutional conditions and the political management of the space in that country should be done in such a way as to organize and reform the main effective institution in development, namely the government. The government can achieve the high and sustainable goals of development if it distributes its power in the best possible way, and with jihadi management, the political management of the country can be reformed. Using library resources through a descriptive-analytical method, “jihadi management’ is defined between the two titles “Islamic management” and “political management of space”. Also, with the historical method, the positive effect of the jihadi management of the Prophet’s government- the popular government of the beginning of Islam-and the negative effects of the unpopularity of the modern government in Iran in achieving development have been studied. The results of this study show that this management is not only for Iran and the Islamic Revolution, but also for any country that wants to use it to achieve development.

Keywords: jihadi management, institution, development, government, political management of space.

The Character of the Agents of the Islamic State in Dealing with the Producers and Merchants Derived from Verses and Hadiths

Amirhosein khorshidiathar
Mohammad Javad Rezaei

Abstract

The government intervention in the economy is one of the main concerns of economic researchers. This has been discussed in reference to several statements by Imam Ali (ah) in the Islamic economy system which underscores the importance of examining it. The current paper addresses the character of agents in dealing with the producers and merchants as one of the social classes emphasized by Imam Ali (ah) in the letter to Malik Ashtar, in reference to the verses and hadiths and especially the study of Nahj al-Balaghah. The paper first addresses the social classes division in Nahj al-Balaghah to express the public duty of the government in dealing with each social class, and then examines the specific duties of the government in dealing with the producers and merchants, while discussing the necessity of the government involvement in production processes as well as the scope of the intervention. At the end, the paper answers an important question “how should the agents deal with the conflict between the principles mentioned?” The current paper refers to the Supreme Leader as the main body to resolve the conflicts in reference to some jurisprudential sources.

Keywords: Producer and Traders, Nahjul Balagha.

Comparison between the Old and New Generations of New Towns in China (Case Study: Shanghai Metropolitan Area)

Parsa Arbab
Mahdi Sedighi

Abstract

The specific dimensions of the general concept of the new town are reflected by focusing on the distinctive nature of China's rapid pace of urban growth and development. Thus, the old and new generations of new towns in China, and the Shanghai metropolitan area as a case study, are an approach to increasing urban population growth while promoting economic growth and subsequently improving competitiveness and reducing regional inequalities. Shanghai metropolis and Shanghai metropolitan area are the contexts of this movement, which first and inevitably focuses on the quantitative aspects of urban development, but gradually addresses its qualitative attributes as well. Therefore, if the old generation of new towns emphasized the provision of housing serving industrial activities and then economic function, the new generation is targeting residential development as a stimulus for economic growth and, subsequently, livability and quality of life. Relying on the Soviet industrial model, the old generation of new towns pursued to develop Shanghai suburbs and urban sprawl based on a monocentric expansion pattern. In contrast, the new generation aims to transform the Shanghai metropolitan area into a multi-axis, multi-layer, and multi-center spatial structure. What is significant regarding the old and new generations of new towns in the Shanghai metropolitan area is a diminution of the role of the central government and a delegation of authority to local governments and development companies, which is complemented by changes in the investment mechanism. Considering other characteristics of this evolution process can identify and apply practical solutions for other countries, such as Iran, in which the policy of new town development is still relevant. Meanwhile, it is vital to pay attention to procedural and substantive similarities and contextual and specific differences concerning this approach.

Keywords: Urban Planning, New Towns, Urban Development, Metropolitan Area, Shanghai, China.

Modeling the Long-Term Impact of Currency Policies on Economic Growth in Iran: A Systemic Dynamics Approach

Mohammad ghaffary fard
Hossein rezaei

Abstract

Optimal exchange rate determination plays an important role in the competitiveness of domestically produced goods over similar foreign ones. Determining different exchange rate policies will have a different impact on macroeconomic variables, including long-term economic growth rates. In this paper, an attempt has been made to simulate the impact of exchange rate changes on national production by using system dynamics using the system dynamics model for the period ۱۳۹۶ to ۱۴۲۰. The model is simulated in four different ways: exchange rate stabilization, multiplier jump, initial increase and continuous exchange rate increase based on the difference between domestic inflation and the average global inflation. The results show that with the stabilization of the exchange rate, Iran's trade balance has always been negative, except in the early years. GDP is more stable than the exchange rate and a sudden jump. Given the long-term positive impact of the floating currency management system on the trade balance and production, it is suggested that the country's monetary policymakers put only floating exchange rate management policies on their agenda.

Keywords: exchange rate changes, trade balance, economic growth, Systemic dynamics.

The most important institutional barriers to the creation of productive and effective knowledge and technologies (Case study: Lack of economic demand for knowledge and productive skills)

Seyyed Mohammad Bagher Najafi
Jamal Fathollahi
Vahid Ehsani

Abstract

For more than two decades, a model of knowledge-based production with significant potential for economic growth has been proposed. One of the basic features of this model is the creation, dissemination and application of knowledge and technology in all economic activities. From an economic point of view, in one division, the factors affecting the creation, dissemination and application of knowledge and technology and the realization of this production pattern can be divided into two categories: supply-side and demand-side factors. This paper focuses on demand-side factors and uses the theoretical framework of institutional economics to examine the causal institutions and inter-institutional and inter-institutional relationships that affect the lack of economic demand for knowledge and technology and strive to identify one of the most important institutional barriers to create productive sciences and technologies in Iran. Data collection is documentary-library and data analysis methods are descriptive-analytical with the help of empirical evidence of successful countries in applying the knowledge-based production model. The most important finding of the study is that: the most important institutional obstacle to the creation of productive and effective sciences and technologies in Iran is the lack of economic demand for such sciences and technologies, and reforming the process of creating productive and effective knowledge and technologies in Iran is conditional on reforming the dominant economic structure.

Keywords: Productive knowledge and technology, rent economy, economic demand, social demand.

Investigating Macroeconomic Factors Affecting Urban Household Savings Rates: A Quantile Regression Approach

Seyed kamal sadeghi, Ph.d
Saeed akbarpour
Mahya karimzade khosrowshahi

Abstract

In the economic literature, household savings rates are the outcomes of all economic, demographic, social, and institutional policies of the government and the public sector, and identifying the effect of each of these factors can accelerate the process of economic development and also public welfare policies. The purpose of this study is to investigate the factors affecting the savings rate of urban households. For this purpose, this study has been investigated using quantile regression during the 1361-1396 period. The normal and kernel distributions of urban household savings rates indicate the existence of severe negative skewness and outlier data in the time series of urban household savings rates. According to the results of quantile regression, the economic growth, inflation rate, dependency rate, real interest rate and exchange rate variables have an asymmetric effect on the household savings rates in different quantiles. Economic growth spillovers on household savings rates are not equal in all the years and its effect is asymmetric. Also, inflation has an asymmetric effect on the savings rates of urban households which is a positive and significant effect in the lower quantiles and a negative and significant effect in the middle quantiles. In contrast, social security costs have a significant symmetrical positive effect on household savings rates and increase it in most cases. The most important results of this research are discussed for policymakers and researchers.

Keywords: Savings Rate ‘Social Security ‘Household Cost-Income Survey ‘Quantile Regression.

Investigating the Competitive Strategies of Five Multinational Media and Information Technology Corporations

Ibrahim Mohammad Hussein
Mohammad Baghbani

Abstract

Entrepreneurial approach to corporations, using the triple helix model (government, university and industry interaction), human resource management, and branding, are among the basic strategies and success factors of media and information technology giants in Asia, i.e., organizations that operate as multinational corporations.

According to forecasts, the future of the world economy will be dominated by East Asian corporations, and the Western communities must prepare themselves to understand the cultural identity of Asian countries, and the owners of Western corporations must also study the trading culture and strategies of Asian corporations. In this regard, the efforts of Asian corporations have been remarkable. They have rapidly absorbed the knowledge and technology of foreign corporations to strengthen their operational capacity and create domestic market share. In addition, the widespread government support of Asian corporations for global growth has made them independent of heavy foreign borrowing. China and India are among the countries that have something to offer in the world economy.

This study has examined five Asian media holdings, including Alibaba, Huawei, Lenovo, Tencent, and Infosys and their strategies for preparing for a successful presence in domestic markets, competing with foreign corporations, and entering Western markets.

Keywords: Strategy, Asian corporations, Triple Helix Model, Entrepreneurship.



Abstracts

Quarterly Journal of Development Strategy, 2021, Vol. 17, No.2 (66), 1-8

فرم اشتراک

نام و نام خانوادگی / مؤسسه:

شغل / نوع فعالیت:

نشانی:

.....

کد پستی:

صندوق پستی: تلفن:

شماره‌های درخواستی از: تا شماره:

تعداد درخواستی از هر شماره:

کد اشتراک (در صورتی که سابقاً مشترک بوده‌اید)

- حق اشتراک و هزینه پستی ۴ شماره فصلنامه ۴۰۰/۰۰۰ ریال
- شماره حساب ۰۳۰۸۷۲۷۱۶۵۰۰۹ شماره کارت ۶۰۳۷۹۹۱۸۹۰۵۹۵۱۹۶ بانک ملی
- ارسال تصویر فیش پرداختی به همراه برگه درخواست اشتراک به دفتر فصلنامه
- تهران، خیابان فلسطین شمالی، پایین تر از تقاطع زرتشت، پلاک ۵۵۴، طبقه سوم
- کد پستی ۱۴۱۵۷۵۴۳۹۴، مرکز پژوهشی مطالعات راهبردی توسعه
- تلفن: ۸۸۹۹۱۱۷۷ نمابر: ۸۸۹۹۱۸۰۲